



หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด
หลักสูตรปรับปรุง พุทธศักราช 2569

คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

หลักสูตรเป็นไปตามกฎกระทรวงมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565

สารบัญ

	หน้า
หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป.....	1
หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะหลักสูตร.....	9
หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร.....	12
หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและประเมินผล.....	60
หมวดที่ 5 การพัฒนาอาจารย์.....	83
หมวดที่ 6 การประกันคุณภาพหลักสูตร.....	85
หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของหลักสูตร.....	94
ภาคผนวก	97
ภาคผนวก ก ตารางการจัดทำข้อมูลวิเคราะห์ความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder's Power and Impact Analysis).....	99
ภาคผนวก ข ตารางแสดงความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders' Requirements and Needs) และการกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ ระดับหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLOs).....	103
ภาคผนวก ค ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs) กับ Knowledge/ Skill/ Attitude.....	113
ภาคผนวก ง ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา กับ Knowledge/ Skill/ Attitude.....	125
ภาคผนวก จ ตารางแสดงผลการเรียนรู้เฉพาะสาขา (Specific Outcomes) และแสดงผลการเรียนรู้ทั่วไป (Generic Outcomes).....	131
ภาคผนวก ฉ ตารางการกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs) และ ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังระดับหลักสูตร (PLOs).....	137
ภาคผนวก ช ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ว่าด้วยการจัดการศึกษา ระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2566 และข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ว่าด้วยการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี (ฉบับที่2).....	155
ภาคผนวก ฌ ประกาศมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา เรื่อง หลักเกณฑ์การเทียบโอนหน่วยกิต และผลการสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2567.....	173
ภาคผนวก ญ ตารางเปรียบเทียบหลักสูตรเดิมและหลักสูตรปรับปรุง.....	183
ภาคผนวกฎ คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการปรับปรุงหลักสูตร.....	249
ภาคผนวกฏ ประวัติอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร.....	253

รายละเอียดของหลักสูตร
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
คณะ วิทยาการจัดการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อหลักสูตร

รหัสหลักสูตร : 25511641102978
ภาษาไทย : หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
ภาษาอังกฤษ : Bachelor of Business Administration Program in Marketing

2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

ชื่อเต็ม (ภาษาไทย) : บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)
ชื่อย่อ (ภาษาไทย) : บธ.บ. (การตลาด)
ชื่อเต็ม (ภาษาอังกฤษ) : Bachelor of Business Administration (Marketing)
ชื่อย่อ (ภาษาอังกฤษ) : B.B.A. (Marketing)

3. วิชาเอก (ถ้ามี)

ไม่มี

4. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร

ไม่น้อยกว่า 122 หน่วยกิต

5. รูปแบบของหลักสูตร

5.1 รูปแบบ

หลักสูตรระดับปริญญาตรี 4 ปี

5.2 ประเภทของหลักสูตร

หลักสูตรระดับปริญญาตรีทางวิชาการ

5.3 ภาษาที่ใช้

ภาษาไทย

5.4 การรับเข้าศึกษา

รับนักศึกษาไทยและนักศึกษาต่างประเทศที่สามารถใช้ภาษาไทยได้เป็นอย่างดี

5.5 ความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก

เป็นหลักสูตรเฉพาะสถาบัน

5.6 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา

ให้ปริญญาเพียงสาขาวิชาเดียว

6. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

- ☒ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569 เปิดสอนภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2569
 - ปรับปรุงจากหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564
 - เริ่มใช้มาตั้งแต่ปีการศึกษา 2551
 - ปรับปรุงครั้งสุดท้ายเมื่อปีการศึกษา 2564
- ☒ ได้พิจารณาก่อนการอนุมัติโดยสภาวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ในการประชุมครั้งที่ 4/2568 เมื่อวันที่ 22 พฤษภาคม 2568
- ☒ ได้รับอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตรจากสภามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ในการประชุมครั้งที่ 4/2568 เมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2568

7. ความพร้อมในการเผยแพร่หลักสูตรที่มีคุณภาพและมาตรฐาน

หลักสูตรจะได้รับการเผยแพร่ว่าเป็นหลักสูตรที่มีคุณภาพและมาตรฐานหลักสูตร ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 ในปีการศึกษา 2571

8. อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

8.1 พนักงานด้านการตลาดในองค์กรประเภทต่าง ๆ เช่น นักการตลาด นักการตลาดระหว่างประเทศ นักวิจัยตลาด นักสื่อสารการตลาด นักสร้างแบรนด์ นักโฆษณา นักการตลาดดิจิทัล นักกิจกรรมทางการตลาด นักประชาสัมพันธ์ ตัวแทน ขาย นักขาย นักพัฒนาผลิตภัณฑ์ เจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อ

8.2 เจ้าของธุรกิจ/ผู้ประกอบการ

8.3 งานราชการ/รัฐวิสาหกิจ

9. ชื่อ นามสกุล เลขประจำตัวบัตรประชาชน ตำแหน่ง และคุณวุฒิการศึกษาของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่งทางวิชาการ	คุณวุฒิ	วิชาเอก/สาขาวิชา	การสำเร็จการศึกษา	
					สถาบัน	ปี พ.ศ.
1	นางรรินา มุกดา	อาจารย์	D.B.A.	Business Adminstration	University Utara, Malaysia	2563
			บธ.ม.	การตลาด	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2548
			บธ.บ.	การตลาด	มหาวิทยาลัยทักษิณ	2543
2	นางจาริณี เขียวเจริญ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	บธ.ม.	การตลาด	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	2542
			บธ.บ.	การจัดการทั่วไป	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	2534
3	นางสิริชนก อินทสุวรรณ์	อาจารย์	บธ.ม.	การตลาด	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	2541
			บธ.บ.	การตลาด	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	2535
4	นางจิราภรณ์ ทองบุญยัง	อาจารย์	บธ.ม.	การตลาด	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2553
			บธ.บ.	การตลาด	มหาวิทยาลัยทักษิณ	2545
5	นางสาวสิริกัญญา โชติช่วง	อาจารย์	บธ.ม.	การตลาด	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	2553
			บธ.บ.	การตลาด	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	2551

10. สถานที่จัดการเรียนการสอน

มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

11. เหตุผลและความจำเป็นที่ต้องพัฒนาหลักสูตร

จากการศึกษาแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570) ประเทศไทยมีความมุ่งหมายในการพัฒนากำลังคนสมรรถนะสูง มุ่งเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ตอบโจทย์การพัฒนาแห่งอนาคต การพัฒนากำลังคนของประเทศไทยเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างที่สำคัญ ได้แก่ การเป็นสังคมสูงวัยส่งผลให้ประเทศขาดกำลังคนในเชิงปริมาณ ประกอบกับผลิตภาพแรงงานที่ตกต่ำลงในช่วงโควิด-19 เพิ่มปัญหาด้านกำลังคนเชิงคุณภาพ จนอาจเป็นข้อจำกัดในการขยายตัวทางเศรษฐกิจ การเติบโตของนวัตกรรม แหล่งความรู้ระดับโลกออนไลน์ที่มีต้นทุนและราคาต่ำ วงจรชีวิตของความรู้สั้นลง โดยเฉพาะด้านดิจิทัล และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และแนวโน้มความต้องการเรียนรู้ตามความสนใจรายบุคคล รวมถึงภาคเอกชนที่เริ่มให้ความสำคัญกับการสรรหาและการจ้างงานตามสมรรถนะในการทำงานมากกว่าคุณวุฒิทางการศึกษา ทิศทางการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศสู่ฐานนวัตกรรม มีแนวโน้มความต้องการทักษะที่เกี่ยวข้องกับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมากยิ่งขึ้น อาทิ ความรอบรู้ด้านดิจิทัล การจัดการข้อมูล ปัญญาประดิษฐ์ โค้ดดิ้ง รวมไปถึงทักษะที่เทคโนโลยีไม่สามารถทดแทนได้ โดยเฉพาะทักษะทางพฤติกรรม อาทิ ทักษะมนุษย์ การคิดเชิงวิพากษ์ การทำงานเป็นทีม หรือความคิดสร้างสรรค์

ประกอบกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580 ซึ่งกล่าวถึงยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญเพื่อพัฒนาคนในทุกมิติและในทุกช่วงวัยให้เป็นคนดี เก่งและมีคุณภาพ โดยคนไทยมีความพร้อมทั้งกาย ใจ สติปัญญา มีพัฒนาการที่ดีรอบด้านและมีสุขภาวะที่ดีในทุกช่วงวัย มีจิตสาธารณะ รับผิดชอบต่อสังคมและผู้อื่น มัธยัสถ์ อดออม โอบอ้อมอารี มีวินัย รักชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ และเป็นพลเมืองดีของชาติ มีหลักคิดที่ถูกต้อง มีทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ ๒๑ มีทักษะสื่อสารภาษาอังกฤษและภาษาที่ ๓ และอนุรักษ์ภาษาท้องถิ่น มีนิสัยรักการเรียนรู้ และการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต สู่การเป็นคนไทยที่มีทักษะสูง เป็นนวัตกร นักคิด ผู้ประกอบการ เกษตรกรยุคใหม่และอื่น ๆ โดยมีสัมมาชีฟตามความถนัดของตนเอง

ตามประกาศกฎกระทรวงมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 “มาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา” หมายความว่า ข้อกำหนดเกี่ยวกับผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียนที่เกิดขึ้นจากการศึกษา ตามมาตรฐานหลักสูตรการศึกษาระดับอุดมศึกษาที่กำหนดขึ้นตามระดับการศึกษาแต่ละระดับ “ผลลัพธ์การเรียนรู้” หมายความว่า ผลที่เกิดขึ้นแก่ผู้เรียนผ่านกระบวนการเรียนรู้ที่ได้จากการศึกษา ฝึกอบรม หรือประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจากการฝึกปฏิบัติ หรือการเรียนรู้จริงในที่ทำงานระหว่างการศึกษา ในการจัดทำหรือปรับปรุงหลักสูตรการศึกษา สถาบันอุดมศึกษาต้องบริหารจัดการหลักสูตรและออกแบบกระบวนการเรียนรู้ เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา ทั้งด้านความรู้ ด้านทักษะ ด้านจริยธรรม และด้านลักษณะบุคคล นอกจากนี้อาจกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ด้านอื่นเพิ่มเติมหรือกำหนด

รายละเอียดผลลัพธ์การเรียนรู้เพิ่มขึ้นตามความจำเป็นทางวิชาการหรือวิชาชีพของแต่ละสาขาหรือสาขาวิชา โดยประกาศเป็นมาตรฐานคุณวุฒิในสาขาหรือสาขาวิชาที่ได้ และสามารถนำผลการเรียน ผลลัพธ์การเรียนรู้ สมรรถนะ หรือประสบการณ์ที่ได้จากการเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเองหรือการเรียนรู้ตลอดชีวิตมาเทียบหน่วยกิตและสะสมไว้เพื่อขอรับคุณวุฒิตามระดับ ให้เป็นไปตามกฎกระทรวงว่าด้วยมาตรฐานหลักสูตรการศึกษาระดับอุดมศึกษา

การเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 เป็นยุคที่เทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามามีบทบาทสำคัญในการทำตลาด องค์กรยุคใหม่มีความต้องการทักษะใหม่แห่งอนาคต เช่น การโปรโมตผ่านสื่อใหม่ ๆ หรือ การทำเว็บไซต์ให้มีประสิทธิภาพ การใช้ปัญญาประดิษฐ์ เป็นต้น การเรียนรู้ทักษะด้านการตลาดดิจิทัลเพื่อเป็นแนวทางทำการตลาดโดยใช้สื่อดิจิทัลอย่างได้ผลและมีประสิทธิภาพ เพิ่มโอกาสในการแข่งขันในตลาดออนไลน์ สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงและนวัตกรรมใหม่ ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทักษะในศตวรรษที่ 21 ที่มีความสำคัญและจำเป็นต่อการดำเนินชีวิตและการทำงานในปัจจุบัน ประกอบด้วย 1) ทักษะด้านการเรียนรู้ ได้แก่ ทักษะในการคิดค้นนวัตกรรม ทักษะการคิดวิเคราะห์ ทักษะการสื่อสาร และทักษะในการทำงานร่วมกับผู้อื่น 2) ทักษะด้านสารสนเทศ สื่อ และ เทคโนโลยี ได้แก่ การรู้เท่าทันสารสนเทศ การรู้เท่าทันสื่อ การรู้เท่าทันเทคโนโลยี 3) ทักษะด้านชีวิตและการทำงาน ได้แก่ ความเป็นผู้นำ การยืดหยุ่นและปรับตัว ทักษะสังคมและสังคมข้ามวัฒนธรรม และการเป็นผู้สร้างผลงาน ความรับผิดชอบ เชื่อถือ ซึ่งทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 จะช่วยให้สามารถเตรียมพร้อม ปรับตัว ปรับเปลี่ยนแนวความคิดและทัศนคติได้เท่าทันตามการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว สามารถเผชิญหน้ากับปัญหาได้อย่างเข้มแข็ง และแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้ดี ผู้ที่มีการพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่องจะเป็นผู้ที่อยู่รอดท่ามกลางการเปลี่ยนแปลง มีโอกาสในการเติบโตในหน้าที่การงาน และเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงานมากกว่าผู้ที่ไม่มีความรู้ที่จำเป็น

การศึกษาความเป็นไปได้ในการปรับปรุงหลักสูตร หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569) โดยศึกษาความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้บัณฑิต ศิษย์เก่า กลุ่มเป้าหมาย ผู้เรียนปัจจุบัน และศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง ผลการศึกษาความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้บัณฑิตสรุปได้ดังนี้ (1) ด้านความรู้ ควรมีความรู้ด้านการบริหารธุรกิจ ประกอบด้วย การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การบริหารงานทีมงาน การวางแผนด้านการตลาด การเงินและบัญชี เศรษฐศาสตร์ และด้านการตลาด ประกอบด้วยการวิเคราะห์คู่แข่ง การเขียนแผนการตลาด ส่วนประสมทางการตลาด และกลยุทธ์การตลาด (2) ด้านทักษะ ได้แก่ (2.1) ทักษะการคำนวณ (2.2) การสื่อสารภาษาอังกฤษและภาษาที่สาม การสื่อสารทางการตลาด (2.3) ทักษะทางเทคโนโลยี เช่น การตลาดออนไลน์ เทคโนโลยีและแอปพลิเคชันทางการตลาด (2.4) ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ การสื่อสาร การนำเสนอ ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน ภาวะผู้นำและการทำงานเป็นทีม การจัดการอารมณ์ การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า การยืดหยุ่นตามสถานการณ์ (3) ด้านจริยธรรม ได้แก่ ความซื่อสัตย์ ความรับผิดชอบ ค่านิยมคุณธรรมจริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ (4) ด้านบุคคล ได้แก่ บุคลิกภาพดี

ทักษะในการเจรจาสื่อสาร มีไหวพริบ รอบรู้ ทันท่วงทีเหตุการณ์ คิดนอกกรอบ คิดสร้างสรรค์ รับผิดชอบต่อ และมีทัศนคติที่ดีในการประกอบวิชาชีพ

ผลการศึกษาความต้องการและความคาดหวังของศิษย์เก่าสรุปได้ดังนี้ (1) ด้านความรู้ ได้แก่ ความรู้ทางการบริหารธุรกิจ ประกอบด้วย การทำบัญชี การวางแผนงบประมาณ การสื่อสาร การทำงานเป็นทีม การพัฒนาบุคลากร เทคโนโลยี เศรษฐศาสตร์ การวางแผนธุรกิจ และการวางแผนการผลิต และความรู้ทางการตลาด ประกอบด้วย การวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ลูกค้า และการวางแผนการตลาด (2) ด้านทักษะ ได้แก่ (2.1) การคำนวณ ได้แก่ บัญชี งบประมาณ การคิดต้นทุน การตั้งราคา ภาษี ดอกเบี้ย (2.2) การสื่อสาร ได้แก่ การนำเสนอ การบริการต้อนรับ การสร้างความสัมพันธ์ การสื่อสารการตลาด สื่อโฆษณา ภาษาต่างประเทศ (2.3) เทคโนโลยี ได้แก่ เครื่องมือสื่อสารการตลาด Microsoft office การออกแบบแอปพลิเคชันทางการตลาด โปรแกรมสำเร็จรูปในหน่วยงาน และอุปกรณ์สำนักงาน (2.4) ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ได้แก่ มนุษยสัมพันธ์ ความรับผิดชอบ ในหน้าที่ ภาวะผู้นำและการทำงานเป็นทีม การเข้าสังคม มารยาทในการอยู่ร่วมกัน การปรับตัวเข้ากับผู้อื่น และการวางตัว (3) ด้านจริยธรรม ได้แก่ ซื่อสัตย์ ยุติธรรม การเคารพผู้อื่น การไม่เอาเปรียบผู้บริโภค ตรงต่อเวลา ตรงต่อหน้าที่ และตรงต่อวิชาชีพ และไม่นำข้อมูลของธุรกิจไปเปิดเผย (4) ด้านบุคคล ได้แก่ บุคลิกภาพที่ดี คิดนอกกรอบ คิดสร้างสรรค์ พัฒนาตนเองเสมอ ก้าวทันเทคโนโลยี มีจิตบริการ มีความรวดเร็วและถูกต้องในการปฏิบัติงาน มีไหวพริบในการแก้ปัญหา และการปรับตัวตามสถานการณ์

ผลการศึกษาความต้องการและความคาดหวังของศิษย์ปัจจุบันสรุปได้ดังนี้ (1) ด้านความรู้ ได้แก่ การบริหารธุรกิจ การเป็นผู้ประกอบการ และการตลาด (2) ด้านทักษะ ได้แก่ วางแผนทางการตลาด สื่อสาร และนำเสนอได้อย่างสร้างสรรค์ (3) ด้านจริยธรรม ได้แก่ ความเสียสละ ความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์ สุจริต มีวินัย มีความพอเพียง มีคุณธรรมจริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ (4) ด้านบุคคล ได้แก่ มีมนุษยสัมพันธ์ แสดงบทบาทผู้นำหรือผู้ตามในกลุ่มได้ แสดงความคิดริเริ่มและเห็นต่างอย่างสร้างสรรค์ ในการแก้ไขปัญหาได้ สามารถปรับตัวในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้

ผลการศึกษาความต้องการและความคาดหวังของผู้เรียนในอนาคตสรุปได้ดังนี้ (1) ด้านความรู้ ได้แก่ การบริหารธุรกิจ การตลาด และการเป็นผู้ประกอบการ (2) ด้านทักษะ ได้แก่ การใช้เทคโนโลยี การตลาดออนไลน์ การทำสื่อ การออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ การใช้งานแอปพลิเคชัน Instagram TikTok Facebook ภาษาและการสื่อสาร (3) ด้านจริยธรรม ได้แก่ ด้านจริยธรรม ความซื่อสัตย์ การช่วยเหลือสังคม (4) ด้านบุคคล ได้แก่ ความจริงใจ มีมนุษยสัมพันธ์ดี การทำงานเป็นทีม สนใจความรู้ทางเทคโนโลยี

หลักสูตรจึงมีความจำเป็นต้องปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ โดยเน้นการปรับปรุงคุณภาพการศึกษาด้วยการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ การใช้เทคโนโลยี เน้นทักษะในการใช้ชีวิต การแก้ปัญหา การมีแนวคิดของผู้ประกอบการมากขึ้น การตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงความสามารถในการบริหารตัวเอง และการบริหารคนเพื่อทำงานร่วมกัน

การนำทักษะของสมาชิกทีมที่หลากหลายมาประสานพลังรวมกันในการปฏิบัติงานด้านการตลาดได้อย่างสร้างสรรค์ จากที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้เป็นผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังระดับหลักสูตร (Program Learning Outcomes : PLOs) เมื่อผู้เรียนสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตรแล้ว มีความสามารถตามผลลัพธ์การเรียนรู้ประกอบด้วย แนวคิด ทฤษฎีด้านการจัดการและบริหารธุรกิจ ความรู้และทักษะทางด้านการตลาด การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลง มีมนุษยสัมพันธ์ การทำงานเป็นทีม มีภาวะผู้นำ เพื่อนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ให้เกิดกับท้องถิ่น สังคม มีจิตสาธารณะ และแสดงพฤติกรรมที่เหมาะสมกับจรรยาบรรณนักการตลาด เพื่อให้เกิดการปฏิบัติงานด้านการตลาดในสถานประกอบการที่มีประสิทธิภาพ

12. ความเกี่ยวข้องกับวิสัยทัศน์ (Vision) พันธกิจ (Mission) ของมหาวิทยาลัย

วิสัยทัศน์ “มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา เป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำเพื่อพัฒนาท้องถิ่นภาคใต้สู่สากล” และพันธกิจของมหาวิทยาลัยเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ของการเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำเพื่อพัฒนาท้องถิ่นภาคใต้สู่สากล โดยมีพันธกิจที่สำคัญดังต่อไปนี้

12.1 วิจัยและสร้างนวัตกรรม บริการวิชาการ และการถ่ายทอดเทคโนโลยี เพื่อพัฒนาท้องถิ่นให้เข้มแข็งบนฐานของการมีส่วนร่วม

12.2 ผลิต พัฒนาครู และบุคลากรทางการศึกษา ให้มีคุณภาพสอดคล้องกับมาตรฐานของวิชาชีพครู

12.3 จัดการศึกษาที่หลากหลาย ผลิตบัณฑิต บัณฑิตศึกษา และพัฒนาบุคลากรในท้องถิ่นให้มีคุณภาพ คุณธรรม จริยธรรมและสามารถแข่งขันได้

12.4 ส่งเสริม เผยแพร่ อนุรักษ์ สืบสาน และสร้างสรรค์ ศิลปะและวัฒนธรรมท้องถิ่น

12.5 พัฒนาระบบบริหารจัดการและภาพลักษณ์องค์กร

12.6 เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อเข้าสู่สากล

ด้วยบทบาทของมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลาเป็นสถาบันการศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น และเพื่อให้หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พุทธศักราช 2569 มีความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจของมหาวิทยาลัย และทันกับโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จึงต้องเน้นหลักสูตรที่นำไปสู่การปฏิบัติ สิ่งที่เราเรียนต้องเชื่อมโยงกับวิถีชีวิต สังคม และเศรษฐกิจ มีการพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 ที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง เน้นการลดเวลาการเรียน เพิ่มการปฏิบัติ การส่งเสริมให้มีการจัดชุดวิชา (Module) การพัฒนาหลักสูตรระยะสั้น ระบบคลังหน่วยกิต การฝึกสหกิจศึกษา รวมถึงการเรียนรู้ตลอดชีวิต มีการกำหนดมาตรฐานผลการเรียนรู้ 4 ด้าน ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาของประเทศไทย เพื่อการผลิตบัณฑิตให้สอดคล้องกับปรัชญา วิสัยทัศน์ พันธกิจของมหาวิทยาลัย รวมถึงให้ความสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม เทคโนโลยี และความต้องการของผู้ใช้บัณฑิตเป็นสำคัญ

13. ความสัมพันธ์ กับหลักสูตรอื่นที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัย

13.1 กลุ่มวิชา/รายวิชาในหลักสูตรนี้ที่เปิดสอนโดยคณะ/หลักสูตรอื่น

- 1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต มี 5 กลุ่มสาระได้แก่
 - 1.1) กลุ่มสาระที่ 1 การคิดและการแก้ปัญหา ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต
 - 1.2) กลุ่มสาระที่ 2 การใช้ชีวิตร่วมกับผู้อื่น ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต
 - 1.3) กลุ่มสาระที่ 3 การสื่อสารระหว่างบุคคล ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต
 - 1.4) กลุ่มสาระที่ 4 การใช้เทคโนโลยี ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต
 - 1.5) กลุ่มสาระที่ 5 การเป็นผู้ประกอบการและการบริหารการเงิน ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต
- 2) หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาแกน ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต
- 3) หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

13.2 กลุ่มวิชา/รายวิชาในหลักสูตรนี้ที่เปิดสอนให้หลักสูตรอื่นต้องมาเรียน

รายวิชาที่เปิดสอนในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด นักศึกษาคณะ/หลักสูตรอื่น สามารถเลือกเรียนได้ในรายวิชาตามความสนใจ โดยเลือกเรียนเป็นวิชาเลือกเสรี

13.3 การบริหารจัดการ

13.3.1 มอบหมายคณะกรรมการประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ควบคุมการดำเนินการเกี่ยวกับกระบวนการจัดการเรียนการสอน

13.3.2 ให้มีการปรึกษาหารือระหว่างผู้สอนรายวิชาที่สอนโดยคณะ/สาขาวิชา/หลักสูตรอื่น เพื่อให้ได้เนื้อหาความรู้และทักษะทางการตลาดตามความต้องการของหลักสูตร

13.3.3 สำนักรวบรวมความต้องการเชิงวิชาชีพจากผู้ประกอบการ ร่วมกันกับผู้สอนรายวิชาที่สอนโดยคณะ/สาขาวิชา/หลักสูตรอื่น

13.3.4 จัดตั้งคณะกรรมการเพื่อทบทวนความต้องการหรือเงื่อนไขการเรียนรู้และทักษะวิชาชีพเป็นระยะ เพื่อแสวงหาช่องทางในการปรับปรุงรายวิชาร่วมกัน

หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร

1. ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1.1 ปรัชญาของหลักสูตร

บัณฑิตนักการตลาดมีความคิดสร้างสรรค์ มีทักษะการตลาดที่ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลง รักการเรียนรู้ สามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและการสื่อสาร เป็นนักปฏิบัติทางการตลาด พัฒนางค์กรและท้องถิ่นอย่างยั่งยืน ภายใต้กรอบจรรยาบรรณนักการตลาด

1.2 ความสำคัญของหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มุ่งเน้นสร้างบัณฑิตที่มีความรู้ ทักษะด้านการตลาดก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลง สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ทางวิชาการ มีความคิดสร้างสรรค์ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล บูรณาการกับธุรกิจ หลักสูตรนี้มุ่งเน้นผลิตบัณฑิตเป็นนักปฏิบัติทางการตลาดเพื่อตอบสนองต่อตลาดแรงงาน และนำไปสู่การเป็นผู้ประกอบการในท้องถิ่น เป็นผู้มีจรรยาบรรณโดยมุ่งประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม

1.3 วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

13.1 เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ในหลักการ และทฤษฎีด้านการตลาด มีความคิดเป็นระบบ คิดสร้างสรรค์ บูรณาการความรู้ไปใช้ในการประกอบการของธุรกิจ พัฒนาสังคมและท้องถิ่น

13.2 เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีทักษะด้านการใช้เทคโนโลยีในการสืบค้น การวิเคราะห์ การตัดสินใจ การสื่อสาร นำเสนอ เพื่อแก้ไขปัญหาได้ตามสถานการณ์

13.3 เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีศักยภาพเป็นนักปฏิบัติงานด้านการตลาด เพื่อตอบสนองต่อตลาดแรงงาน และการเป็นผู้ประกอบการ

13.4 เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีจรรยาบรรณทางการตลาด มีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม

2. แผนพัฒนา/ปรับปรุง

แผนพัฒนา/เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
1. พัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรตามเกณฑ์มาตรฐานสอดคล้องตามระเบียบของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม และความ ต้องการของตลาดแรงงาน	- พัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรตามมาตรฐานอุดมศึกษาแห่งชาติ - ประเมินความต้องการและความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต บัณฑิต และนักศึกษา	<u>หลักฐาน</u> 1. คำสั่งแต่งตั้งกรรมการบริหารหลักสูตร 2. รายงานผลการดำเนินงานของหลักสูตร และผลการประเมินคุณภาพหลักสูตร <u>ตัวบ่งชี้</u> 1. รายงานการประชุมกรรมการบริหารหลักสูตร และผลการประเมินคุณภาพหลักสูตร

แผนพัฒนา/เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
		2. รายงานผลการประเมินความต้องการ และความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต
2. พัฒนาระบบและกลไกในการบริหารหลักสูตร	- จัดทำคำสั่งกรรมการบริหารหลักสูตร - จัดทำแผนการบริหารหลักสูตร - กำกับ ติดตาม การดำเนินงานในหลักสูตรให้เป็นไปตามแผน	- คำสั่งแต่งตั้งกรรมการบริหารหลักสูตร - แผนการดำเนินงานบริหารหลักสูตร - รายงานผลการประเมินคุณภาพหลักสูตร
3. พัฒนาให้ผู้เรียนมีทักษะทางวิชาชีพด้านการตลาด สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน	- มุ่งเน้นการเรียนการสอนที่ให้นักศึกษาได้ทำงานหลากหลายรอบด้านผ่านการปฏิบัติงานจริง เช่น การประกวดแข่งขัน การบริการวิชาการ - การส่งเสริมและสนับสนุนทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทางการตลาด - ส่งเสริมและสนับสนุนทักษะด้านการสื่อสารและการใช้ภาษาต่างประเทศ	<u>หลักฐาน</u> 1. ผลงานจากการประกวดแข่งขัน การเผยแพร่ผลงานผ่านสื่อสารธารณชน และสื่อออนไลน์ 2. ปริมาณงานบริการวิชาการของอาจารย์ในหลักสูตร <u>ตัวบ่งชี้</u> 1. รางวัลจากการประกวดแข่งขัน 2. จำนวนกิจกรรม และงานบริการวิชาการ
4. ด้านการบริหารอาจารย์	- สนับสนุนการวิจัย และนำเสนอผลงานทางวิชาการในงานประชุมวิชาการ - สนับสนุนการนำความรู้ทางการตลาดไปบริการวิชาการ ให้แก่ชุมชนและท้องถิ่น - การอบรม/สัมมนา - การศึกษาต่อ - การทำผลงานทางวิชาการ - PSF อาจารย์มืออาชีพ - อบรมเทคโนโลยี	<u>หลักฐาน</u> 1. ผลงานวิจัย หรือผลการนำเสนอ หรือผลงานทางวิชาการ 2. รายงานการอบรม ศึกษาดูงาน 3. ปริมาณงานบริการวิชาการของอาจารย์ในหลักสูตร <u>ตัวบ่งชี้</u> 1. จำนวนอาจารย์ที่ได้รับการพัฒนาความรู้ทางวิชาการ 2. จำนวนผลงานวิจัยที่เผยแพร่ในวารสาร หรือ Proceeding

แผนพัฒนา/เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
5. จัดหาทรัพยากรและ สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้	- มีการบริหารจัดการสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ โดยมีการจัดหาครุภัณฑ์ วัสดุ อุปกรณ์ที่ใช้ในการเรียนการสอน โดยมีการบริหารจัดการด้านงบประมาณ เพื่อจัดหาสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ให้เพียงพอและพร้อมใช้งานให้กับนักศึกษาและอาจารย์ - สนับสนุนการเรียนรู้ โดยการศึกษาดูงาน ณ สถานประกอบการ เพื่อพัฒนานักศึกษาในด้านวิชาการตลาด	- แผนงบประมาณของหลักสูตร/คณะ

หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร

1. ระบบการจัดการศึกษา

1.1 ระบบ

ระบบทวิภาค โดยหนึ่งปีการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ภาคการศึกษาปกติ หนึ่งภาคการศึกษาปกติ มีระยะเวลาศึกษาไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์

1.2 การจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน

มีการจัดการเรียนการสอนในภาคฤดูร้อนสามารถจัดได้โดยให้อยู่ในดุลยพินิจของกรรมการหลักสูตร โดยหนึ่งภาคการศึกษามีระยะเวลาการศึกษาไม่น้อยกว่า 8 สัปดาห์

1.3 การเทียบเคียงหน่วยกิตในระบบทวิภาค

ไม่มี

2. การดำเนินการหลักสูตร

2.1 วัน-เวลาในการดำเนินการเรียนการสอน

นักศึกษาภาคปกติ เรียนวันจันทร์ - ศุกร์

ภาคการศึกษาที่ 1 เดือนกรกฎาคม – พฤศจิกายน

ภาคการศึกษาที่ 2 เดือนธันวาคม – มีนาคม

ภาคฤดูร้อน เดือนเมษายน - มิถุนายน

2.2 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

2.2.1 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า

2.2.2 มีคุณสมบัติอื่นครบถ้วนตามข้อบังคับของมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ว่าด้วยการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2566 (ภาคผนวก ข)

2.2.3 นักศึกษาต่างชาติที่ใช้ภาษาไทยได้ดี

2.3 ปัญหาของนักศึกษาแรกเข้า / 2.4 กลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา

2.3 ปัญหาของนักศึกษาแรกเข้า	2.4 กลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา
1) การปรับตัวในการเข้าเรียนระดับอุดมศึกษา	- การปฐมนิเทศก่อนเข้าเรียน และการจัดเตรียมอาจารย์ที่ปรึกษาให้คำแนะนำด้านวิชาการ และ การใช้ชีวิตในระดับอุดมศึกษา - มีการทำกิจกรรมสานสัมพันธ์ระหว่างรุ่นพี่กับรุ่นน้อง เพื่อสร้างความสัมพันธ์ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และให้คำแนะนำ

2.3 ปัญหาของนักศึกษาแรกเข้า	2.4 กลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา
2) พื้นฐานความรู้ทางวิชาการที่แตกต่างกันจาก ผู้เรียนที่มาจากหลากหลายสถาบันการศึกษา	- จัดโครงการเตรียมความพร้อมปรับพื้นฐานความรู้ ในรายวิชาพื้นฐานของคณะวิทยาการจัดการ

2.5 แผนการรับนักศึกษาและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี

ระดับชั้นปี	จำนวนนักศึกษาแต่ละปีการศึกษา				
	2569	2570	2571	2572	2573
ชั้นปีที่ 1	80	80	80	80	80
ชั้นปีที่ 2		80	80	80	80
ชั้นปีที่ 3			80	80	80
ชั้นปีที่ 4				80	80
รวม	80	160	240	320	320
จำนวนนักศึกษา คาดว่าจะสำเร็จการศึกษา				80	80

2.6 งบประมาณตามแผน

2.6.1 ประมาณการรายรับ

2.6.1.1 ใช้งบประมาณเงินรายได้และรายจ่ายของมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

รายละเอียดดังนี้

รายละเอียดรายรับ	ปีงบประมาณ (บาท)				
	2569	2570	2571	2572	2573
1. งบอุดหนุนจากรัฐบาล	64,000.00	128,000.00	192,000.00	224,000.00	224,000.00
2. ค่าธรรมเนียม การศึกษาเหมาจ่าย	1,480,000.00	2,960,000.00	4,440,000.00	5,180,000.00	5,180,000.00
รวมรายรับ	1,544,000.00	3,088,000.00	4,632,000.00	5,404,000.00	5,404,000.00

2.6.1.2 ค่าธรรมเนียมการศึกษาแบบเหมาจ่ายตลอดหลักสูตรต่อนักศึกษาหนึ่งรุ่น

รวมตลอดหลักสูตร 5,180,000.00 บาท ประมาณการค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อปี เป็นเงิน 18,500.00 บาท

2.6.2 ประมาณการรายจ่าย

รายละเอียด รายจ่าย	ปีงบประมาณ (บาท)				
	2569	2570	2571	2572	2573
งบบุคลากร	1,359,200.00	1,413,500.00	1,470,100.00	1,528,800.00	1,590,000.00
งบดำเนินการ	14,900.00	29,800.00	91,700.00	106,600.00	106,600.00
- ค่าตอบแทน	4,500.00	9,000.00	13,500.00	18,000.00	18,000.00
- ค่าใช้สอย	10,400.00	20,800.00	78,200.00	88,600.00	88,600.00
- ค่าวัสดุ	-	-	-	-	-
งบลงทุน	-	-	-	-	-
- ค่าครุภัณฑ์	-	-	-	-	-
รวมรายจ่าย	1,374,100.00	1,443,300.00	1,561,800.00	1,635,400.00	1,696,600.00
รายรับคงเหลือ	169,900.00	1,644,700.00	3,070,200.00	3,768,600.00	3,707,400.00

2.7 วิธีการจัดการศึกษา

- ☒ แบบชั้นเรียน
- ☐ แบบทางไกลผ่านสื่อสิ่งพิมพ์เป็นหลัก
- ☐ แบบทางไกลผ่านสื่อแพร่ภาพและเสียงเป็นสื่อหลัก
- ☐ แบบทางไกลทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นสื่อหลัก (E-learning)
- ☐ แบบทางไกลทางอินเทอร์เน็ต
- ☒ อื่น ๆ การปฏิบัติการวิชาชีพ ณ สถานประกอบการ

2.8 การเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชา และการลงทะเบียนเรียนข้ามมหาวิทยาลัย

เป็นไปตามประกาศมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา เรื่อง หลักเกณฑ์การเทียบโอนหน่วยกิตและ
ผลการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2567

3. หลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน

3.1 หลักสูตร

3.1.1 จำนวนหน่วยกิต รวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า	122	หน่วยกิต
3.1.2 โครงสร้างหลักสูตร		
1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า	24	หน่วยกิต
1.1) กลุ่มสาระที่ 1 การคิดและการแก้ปัญหา ไม่น้อยกว่า	6	หน่วยกิต
บังคับเรียน	3	หน่วยกิต
เลือกเรียน ไม่น้อยกว่า	3	หน่วยกิต
1.2) กลุ่มสาระที่ 2 การใช้ชีวิตอยู่ร่วมกับผู้อื่น ไม่น้อยกว่า	6	หน่วยกิต
บังคับเรียน	3	หน่วยกิต
เลือกเรียน ไม่น้อยกว่า	3	หน่วยกิต
1.3) กลุ่มสาระที่ 3 การสื่อสารระหว่างบุคคล ไม่น้อยกว่า	6	หน่วยกิต
บังคับเรียน	3	หน่วยกิต
เลือกเรียน ไม่น้อยกว่า	3	หน่วยกิต
1.4) กลุ่มสาระที่ 4 การใช้เทคโนโลยี ไม่น้อยกว่า	3	หน่วยกิต
เลือกเรียน ไม่น้อยกว่า	3	หน่วยกิต
1.5) กลุ่มสาระที่ 5 การเป็นผู้ประกอบการและการบริหารเงิน		
ไม่น้อยกว่า	3	หน่วยกิต
เลือกเรียน ไม่น้อยกว่า	3	หน่วยกิต
2) หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า	92	หน่วยกิต
2.1) กลุ่มวิชาแกน	24	หน่วยกิต
2.2) กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน ไม่น้อยกว่า	60	หน่วยกิต
2.2.1) บังคับเรียน	45	หน่วยกิต
2.2.2) เลือกเรียน ไม่น้อยกว่า	15	หน่วยกิต
2.3) กลุ่มวิชาปฏิบัติการทางวิชาชีพ	8	หน่วยกิต
3) หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า	6	หน่วยกิต

3.1.3 รายวิชา

1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า	24	หน่วยกิต
1.1) กลุ่มสาระที่ 1 การคิดและการแก้ปัญหา ไม่น้อยกว่า	6	หน่วยกิต
บังคับเรียน	3	หน่วยกิต
GEN1101 ฉลาดคิด		3(3-0-6)
Smart Thinking		
เลือกเรียนจากวิชาต่อไปนี้ ไม่น้อยกว่า	3	หน่วยกิต
GEN1102 ศาสตร์พระราชาเพื่อการบูรณาการที่ยั่งยืน		3(3-0-6)
King's Philosophy for Sustainable Integration		
GEN1103 วิศวกรสังคมเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น		3(2-2-5)
Social Engineer for Local Development		
1.2) กลุ่มสาระที่ 2 การใช้ชีวิตอยู่ร่วมกับผู้อื่น ไม่น้อยกว่า	6	หน่วยกิต
บังคับเรียน	3	หน่วยกิต
GEN1201 รู้ทันสุขภาพ		3(2-2-5)
Health Literacy		
เลือกเรียนจากวิชาต่อไปนี้ ไม่น้อยกว่า	3	หน่วยกิต
GEN1202 พลเมืองจิตสาธารณะ		3(3-0-6)
Public Minded Citizens		
GEN1203 พลเมืองโลก		3(3-0-6)
Global Citizens		
GEN1204 วิถีชีวิตที่ยั่งยืน		3(3-0-6)
Sustainable Lifestyles		
GEN1205 ใส่ใจภัยพิบัติในโลกสมัยใหม่		3(3-0-6)
Disaster Intentions in the Modern World		
GEN1206 งานช่างในชีวิตประจำวัน		3(2-2-5)
Engineering Work in Daily Life		
GEN1207เสน่ห์สงขลา		3(3-0-6)
Songkhla Charm		
GEN1208สมาธิเพื่อพัฒนาชีวิต		3(3-0-6)
Meditation for Life Development		

1.3) กลุ่มสาระที่ 3 การสื่อสารระหว่างบุคคล ไม่น้อยกว่า		6	หน่วยกิต
บังคับเรียน		3	หน่วยกิต
GEN1301	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในบริบทสากล Communicative English in Global Context		3(3-0-6)
เลือกเรียนจากวิชาต่อไปนี้ ไม่น้อยกว่า		3	หน่วยกิต
GEN1302	ภาษาอังกฤษในบริบทการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ Effective English in Professional Contexts		3(3-0-6)
GEN1303	ศิลปะการใช้ภาษาไทย Arts of Using Thai Language		3(3-0-6)
GEN1304	ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร Chinese for Communication		3(3-0-6)
GEN1305	ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสาร Japanese for Communication		3(3-0-6)
GEN1306	ภาษามลายูเพื่อการสื่อสาร Malay for Communication		3(3-0-6)
GEN1307	ภาษาอินโดนีเซียเพื่อการสื่อสาร Indonesian for Communication		3(3-0-6)
1.4) กลุ่มสาระที่ 4 การใช้เทคโนโลยี ไม่น้อยกว่า		3	หน่วยกิต
เลือกเรียนจากวิชาต่อไปนี้ ไม่น้อยกว่า		3	หน่วยกิต
GEN1401	เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อชีวิตวิถีใหม่ Digital Technology for New Normal Lifestyle		3(2-2-5)
GEN1402	ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ Cyber Security		3(3-0-6)
GEN1403	สารสนเทศดิจิทัล Digital Information		3(3-0-6)

1.5) กลุ่มสาระที่ 5 การเป็นผู้ประกอบการและการบริหารเงิน

ไม่น้อยกว่า		3	หน่วยกิต
เลือกเรียนจากวิชาต่อไปนี้ ไม่น้อยกว่า		3	หน่วยกิต
GEN1501	การประกอบการยุคดิจิทัล Entrepreneurship in the Digital Era		3(3-0-6)
GEN1502	การเงินยุคดิจิทัล Finance in the Digital Era		3(3-0-6)

2) หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า 92 หน่วยกิต

2.1) กลุ่มวิชาแกน ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต

3501205	ภาษาอังกฤษเพื่อธุรกิจ English for Business		3(2-2-5)
3541104	หลักการตลาด Principle of Marketing		3(3-0-6)
3561104	การเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัล Digital age Entrepreneurship		3(2-2-5)
3601022	การจัดการทรัพยากรมนุษย์ Human Resource Management		3(3-0-6)
3611302	นวัตกรรมดิจิทัลและเทคโนโลยี Digital Innovation and Technology		3(2-2-5)
3631113	หลักเศรษฐศาสตร์ Principle to Economics		3(3-0-6)
3641106	การบัญชีและภาษีอากรสำหรับผู้ประกอบการ Accounting and Taxation for Entrepreneurs		3(2-2-5)
3642117	การเงินเพื่อธุรกิจ Business Finance		3(2-2-5)

2.2) กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน	ไม่น้อยกว่า	60	หน่วยกิต
2.2.1) บัณฑิตเรียน		45	หน่วยกิต
3541105	พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล Consumer Behavior in Digital Era		3(3-0-6)
3541106	บุคลิกภาพนักการตลาด Marketeer Personality		3(2-2-5)
3542113	กลยุทธ์การตลาด Marketing Strategy		3(3-0-6)
3542115	การตลาดธุรกิจบริการ Service Business Marketing		3(3-0-6)
3542116	การตลาดสร้างสรรค์ Creative Marketing		3(2-2-5)
3542205	การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา Product and Price Management		3(3-0-6)
3542405	การจัดจำหน่ายและโลจิสติกส์ Distribution and Logistics		3(3-0-6)
3542501	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ Integrated Marketing Communication		3(2-2-5)
3542502	การจัดการการขายและเทคนิคการขาย Sales Management and Sales Techniques		3(2-2-5)
3542901	เทคโนโลยีทางการตลาด Technology for Marketing		3(2-2-5)
3543123	แผนการตลาด Marketing Plan		3(2-2-5)
3543124	การตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน Community Product Marketing		3(2-2-5)
3543605	การวิจัยตลาด Marketing Research		3(2-2-5)
3543606	โครงการทางการตลาด Marketing Project		3(2-2-5)
3543902	การตลาดดิจิทัล Digital Marketing		3(2-2-5)

2.2.2) เลือกเรียน ไม่น้อยกว่า 15 หน่วยกิต
ให้เลือกเรียนจากโมดูลต่อไปนี้ร่วมกัน

โมดูล 1 : แนวโน้มการตลาด

3543125	การตลาดธุรกิจเพื่อสุขภาพ Health Business Marketing	3(3-0-6)
3543127	การตลาดธุรกิจท่องเที่ยวชุมชน Community Tourism Business Marketing	3(2-2-5)
3543129	การตลาดสังคมผู้สูงอายุ Marketing for Aged Society	3(3-0-6)

โมดูล 2 : การสื่อสารที่ยั่งยืน

3542114	การออกแบบสื่อสร้างสรรค์ด้านการตลาด Creative Media Design for Marketing	3(2-2-5)
3543205	การสร้างแบรนด์ Brand Making	3(2-2-5)
3543128	การตลาดเพื่อความยั่งยืน Marketing for Sustainability	3(2-2-5)

โมดูล 3 : การตลาดระหว่างประเทศ

3543801	การตลาดโลก Global Marketing	3(3-0-6)
3543802	การตลาดข้ามวัฒนธรรม Cross Culture Marketing	3(3-0-6)
3543803	การค้าชายแดน Cross Border Marketing	3(3-0-6)

โมดูล 4 : การตลาดลูกค้าสัมพันธ์

3542406	การจัดการค้าปลีก Retailing Management	3(2-2-5)
3543504	การบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ Customer Relationship Management	3(2-2-5)
3543901	ภาษาอังกฤษสำหรับการตลาด English for Marketing	3(3-0-6)

2.3) กลุ่มวิชาปฏิบัติการทางวิชาชีพ **8 หน่วยกิต**
เลือกกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งต่อไปนี้เพียงกลุ่มเดียว

2.3.1) กลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

3543607	ประเด็นปัจจุบันทางการตลาด Current Issue in Marketing	3(2-2-5)
3543701	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด Preparation for Field Experience in Marketing	2(1-2-3)
3544705	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด Field Experience In Marketing	3(640)

2.3.2) กลุ่มสหกิจศึกษา

7203701	การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษาทางการตลาด Co-operation Education Preparation in Marketing	2(1-2-3)
7204703	สหกิจศึกษาทางการตลาด Co-operative Education in Marketing	6(640)

3) หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต
ให้เลือกเรียนรายวิชาใดๆ ที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยโดยไม่ซ้ำกับรายวิชาที่เคยเรียนมาแล้ว และต้องไม่เป็นรายวิชาที่กำหนดให้เรียนโดยไม่นับหน่วยกิตรวมในเกณฑ์การสำเร็จของหลักสูตร

3.1.4 แผนการศึกษา

ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 1

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (ท-ป-อ)
วิชาศึกษาทั่วไป	GEN1101	ฉลาดคิด	3(3-0-6)
	GEN1201	รู้ทันสุขภาพ	3(3-0-6)
	GEN1301	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในบริบทสากล	3(3-0-6)
วิชาแกน	3541104	หลักการตลาด	3(3-0-6)
	3601022	การจัดการทรัพยากรมนุษย์	3(3-0-6)
	3631113	หลักเศรษฐศาสตร์	3(3-0-6)
รวมหน่วยกิต			18

ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 2

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (ท-ป-อ)
วิชาศึกษาทั่วไป	GEN11XX	เลือกเรียน กลุ่มสาระที่ 1	3(X-X-X)
	GEN12XX	เลือกเรียน กลุ่มสาระที่ 2	3(X-X-X)
วิชาแกน	3561104	การเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัล	3(2-2-5)
	3611301	นวัตกรรมดิจิทัลและเทคโนโลยี	3(2-2-5)
	3641106	การบัญชีและภาษีอากรสำหรับผู้ประกอบการ	3(2-2-5)
วิชาเฉพาะด้าน (บังคับ)	3541105	พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล	3(3-0-6)
	3541106	บุคลิกภาพสำหรับนักการตลาด	3(2-2-5)
รวมหน่วยกิต			21

ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 1

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (ท-ป-อ)
วิชาศึกษาทั่วไป	GEN13XX	เลือกเรียน กลุ่มสาระที่ 3	3(X-X-X)
	GEN14XX	เลือกเรียน กลุ่มสาระที่ 4	3(X-X-X)
วิชาแกน	3501205	ภาษาอังกฤษเพื่อธุรกิจ	3(2-2-5)
	3642117	การเงินเพื่อธุรกิจ	3(2-2-5)
วิชาเฉพาะด้าน (บังคับ)	3542205	การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา	3(3-0-6)
	3542405	การจัดจำหน่ายและโลจิสติกส์	3(3-0-6)
	3542501	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	3(2-2-5)
รวมหน่วยกิต			21

ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (ท-ป-อ)
วิชาศึกษาทั่วไป	GEN15XX	เลือกเรียน กลุ่มสาระที่ 5	3(X-X-X)
วิชาเฉพาะด้าน (บังคับ)	3542115	การตลาดธุรกิจบริการ	3(3-0-6)
	3542116	การตลาดสร้างสรรค์	3(2-2-5)
	3542502	การจัดการการขายและเทคนิคการขาย	3(2-2-5)
	3542901	เทคโนโลยีทางการตลาด	3(2-2-5)
วิชาเฉพาะด้าน (เลือก)	xxxxxxx	เลือกเรียน	3(X-X-X)
วิชาเลือกเสรี	xxxxxxx	เลือกเรียน	3(X-X-X)
รวมหน่วยกิต			21

ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (ท-ป-อ)
วิชาเฉพาะด้าน (บังคับ)	3543123	แผนการตลาด	3(2-2-5)
	3543124	การตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน	3(2-2-5)
	3543123	กลยุทธ์การตลาด	3(3-0-6)
	3543902	การตลาดดิจิทัล	3(2-2-5)
วิชาเฉพาะด้าน (เลือก)	xxxxxxx	เลือกเรียน	3(X-X-X)
	xxxxxxx	เลือกเรียน	3(X-X-X)
	xxxxxxx	เลือกเรียน	3(X-X-X)
รวมหน่วยกิต			21

ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (ท-ป-อ)
วิชาเฉพาะด้าน (บังคับ)	3543605	การวิจัยตลาด	3(2-2-5)
	3543606	โครงการทางการตลาด	3(2-2-5)
วิชาเฉพาะด้าน (เลือก)	xxxxxxx	เลือกเรียน	3(X-X-X)
วิชาปฏิบัติการทางวิชาชีพ เลือกเรียนจากกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเพียงกลุ่มเดียว			
ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ	3543607	ประเด็นปัจจุบันทางการตลาด*	3(2-2-5)
	3543701	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพ การตลาด*	2(1-2-3)
หรือ			
สหกิจศึกษา	7203701	การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา ทางการตลาด**	2(1-2-3)
วิชาเลือกเสรี	xxxxxxx	เลือกเรียน	3(3-0-6)
รวมหน่วยกิต			17*/14**

หมายเหตุ * สำหรับนักศึกษาที่เลือกกลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

** สำหรับนักศึกษาที่เลือกกลุ่มสหกิจศึกษา

ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 1

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (ท-ป-อ)
วิชาปฏิบัติการทางวิชาชีพ เลือกเรียนจากกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเพียงกลุ่มเดียว			
ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ	3544705	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด*	3(640)
หรือ			
สหกิจศึกษา	7204703	สหกิจศึกษาทางการตลาด**	6(640)
รวมหน่วยกิต			3*/6**

หมายเหตุ * สำหรับนักศึกษาที่เลือกกลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

** สำหรับนักศึกษาที่เลือกกลุ่มสหกิจศึกษา

3.1.5 คำอธิบายรายวิชา

3.1.5.1 หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

3.1.5.1.1 กลุ่มสาระที่ 1 การคิดและการแก้ปัญหา

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
GEN1101	ฉลาดคิด Smart Thinking ความหมายของการคิด ปัจจัยพื้นฐานของการคิด เทคนิคและวิธีการคิด กระบวนการคิดของมนุษย์ การคิดแก้ปัญหาและการนำเสนอ เพื่อให้มีความรู้และทักษะเกี่ยวกับหลักการคิดและกระบวนการคิด การคิดอย่างสร้างสรรค์ การคิดอย่างมีวิจารณญาณและเป็นระบบ ซึ่งจะนำไปใช้ในการตัดสินใจแก้ปัญหาและนำเสนอข้อมูลได้ รวมทั้งสามารถประยุกต์ใช้กับศาสตร์อื่นได้ Enhancing knowledge and skills about thinking principles and thinking processes, creative thinking, critical and systematic thinking to make decisions, solve problems, and present information and applying the knowledge in other sciences by studying meaning, basic factors, techniques and methods of thinking, thinking processes of humans, problem solving strategies and presentation	3(3-0-6)
GEN1102	ศาสตร์พระราชาเพื่อการบูรณาการที่ยั่งยืน King's Philosophy for Sustainable Integration พระบรมราโชบายของพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 10 ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เกษตรทฤษฎีใหม่ หลักการทรงงานในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริ โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ แนวคิดและทฤษฎีจากโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ วิชา ๙ หน้า ศาสตร์พระราชาจากตำราของพ่อ เพื่อให้นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจศาสตร์ต่าง ๆ จากสถานการณ์ที่หลากหลาย ซึ่งจะสามารถนำความรู้ไปใช้ในการตัดสินใจและประยุกต์เพื่อการแก้ปัญหาได้	3(3-0-6)

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
-----------------	-------------------------------	-----------------

Enhancing knowledge, understanding of various sciences from a variety of situations, and applying the knowledge to make decisions and solve problems by studying the royal policy of King Rama X (His Majesty King Maha Vajiralongkorn Bodindradebayavarangkun), the philosophy of sufficiency economy, new theory agriculture, principles of His Majesty's development works, royal development study centres, royal development projects, royal principles and theories from royal development projects, the nine progression principles based on King Rama IX's philosophy

GEN1103	วิศวกรสังคมเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น	3(2-2-5)
	Social Engineer for Local Development	

การพัฒนาทักษะทางสังคมด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม ได้แก่ ทักษะการคิดวิเคราะห์เชิงเหตุผล ทักษะการสื่อสาร ทักษะการประสาน โดยสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้โดยปราศจากข้อขัดแย้ง สามารถระดมทรัพยากรในท้องถิ่นเพื่อร่วมกันแก้ปัญหา ทักษะการสร้างนวัตกรรม เพื่อแก้ปัญหาบนฐานข้อมูลท้องถิ่น รวมถึงสามารถบูรณาการความรู้และทักษะของวิศวกรสังคมไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน และการพัฒนาท้องถิ่นได้

Solving problems by developing social skills through social engineering processes, namely logical thinking skills, communication skills, coordination skills to work with others without any conflicts and mobilize local resources, solving problems based on local database, integrating and applying the knowledge and social engineering skills in daily life and local development by innovation skills

3.1.5.1.2 กลุ่มสาระที่ 2 การใช้ชีวิตอยู่ร่วมกับผู้อื่น

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
GEN1201	รู้ทันสุขภาพ Health Literacy ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพเบื้องต้น การออกกำลังกาย การจัดการอารมณ์ และความเครียด หลักการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ การเลือกซื้ออาหารและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ การใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพ ความปลอดภัยทางสุขภาพและทางเพศ การปฐมพยาบาลและช่วยชีวิตเบื้องต้นในภาวะฉุกเฉิน เพื่อให้ นักศึกษามีความตระหนักในการดูแลสุขภาพ ซึ่งจะสามารถนำความรู้ไปปรับใช้ให้มีพฤติกรรมในการดูแลสุขภาพอย่างเหมาะสม Enhancing knowledge, self-awareness of health care, and improving behaviors in appropriate health care by studying basic health, exercise, emotion and stress management, principles of food consumption for health, purchasing food and health products, the use of herbs in primary health care, health safety, safe sex, and basic first aid for emergency	3(2-2-5)
GEN1202	พลเมืองจิตสาธารณะ Public-Minded Citizens แนวคิดการเป็นพลเมืองดี ทศนคติและการสร้างแรงจูงใจให้มีจิตสาธารณะ การปฏิบัติตนเป็นพลเมืองดีมีจิตสาธารณะ ความสำคัญของจิตสาธารณะกับการพัฒนาท้องถิ่นและประเทศ รูปแบบการทุจริตในประเทศไทย แนวคิดแบบจำลอง STRONG เพื่อด้านทุจริต เพื่อให้มีพื้นฐานความคิดเกี่ยวกับการมีจิตสาธารณะและการต้านทุจริต ซึ่งสามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้เพื่อสนับสนุนการพัฒนาชุมชน สังคม และประเทศ Enhancing basic knowledge of public mindedness and anti-corruption ideas, and integrating knowledge to develop community, society and country by studying concepts of good citizenship, attitudes and motivation for being good public-minded citizens, the importance of public mindedness in local and national development, patterns of corruption in Thailand, and anti-corruption as STRONG model	3(3-0-6)

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
GEN1203	พลเมืองโลก Global Citizens วิวัฒนาการมนุษยชาติด้านสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม ความหลากหลายของวัฒนธรรม ความสามารถปรับตัวและมีปฏิสัมพันธ์กับผู้คนข้ามวัฒนธรรม ตระหนักถึงปัญหาสังคมและความขัดแย้ง สิทธิมนุษยชน ทักษะความเป็นพลเมืองโลก มีความยืดหยุ่นในการดำรงชีวิต รู้เท่าทันสถานการณ์โลกปัจจุบัน เพื่อประโยชน์ในการสร้างสรรค์สังคมให้เกิดความสันติสุข Promoting a peaceful society by studying human evolution in terms of society, economics and environments, cultural diversity, adaptability, cross-cultural interaction, self-awareness of social problems and conflicts, human rights, skills of global citizens, life flexibility, and real-world situation literacy	3(3-0-6)
GEN1204	วิถีชีวิตที่ยั่งยืน Sustainable Lifestyles ความรู้เบื้องต้นด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ แนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน และเศรษฐกิจแห่งอนาคต มาใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์เพื่อให้นักศึกษาเรียนรู้การรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และสามารถนำความรู้ไปปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตที่ยั่งยืน Raising awareness of social responsibilities, and adapting to sustainable lifestyle concepts by applying basic knowledge in natural resources and environment, natural resource conservation, climate change management, sustainable development and future economy to analyze related situations	3(3-0-6)

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
GEN1205	ใส่ใจภัยพิบัติในโลกสมัยใหม่ Disaster Intentions in the Modern World ความรู้เกี่ยวกับการเกิดภาวะโลกร้อน ผลกระทบจากภาวะโลกร้อน การเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศของโลกที่เป็นสาเหตุให้เกิดภัยพิบัติ รูปแบบการเกิดภัยพิบัติในท้องถิ่นประเทศไทย และที่ต่าง ๆ ในโลก เพื่อให้นักศึกษาสามารถเอาตัวรอดและแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้าเมื่อเกิดภัยพิบัติ นักศึกษาสามารถป้องกันตนเองจากภัยพิบัติซึ่งสามารถนำความรู้ที่ได้ไปปรับใช้ในชีวิตรประจำวันอย่างเหมาะสม Enabling to deal with and prevent oneself from unexpected disaster situations, and applying knowledge in everyday situation by studying knowledge and effects of global warming and climate change causing disasters, different types of disasters in local areas in Thailand and other places in the world	3(3-0-6)
GEN1206	งานช่างในชีวิตประจำวัน Engineering Work in Daily Life ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับงานช่าง งานประปา งานไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ งานปูนซีเมนต์ งานเชื่อมโลหะ งานไม้ งานสี ความปลอดภัยในการปฏิบัติงานช่าง โดยใช้กระบวนการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง ความเข้าใจในการใช้ทรัพยากรในการทำงานอย่างคุ้มค่าและยั่งยืนเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดยยึดหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และสามารถนำความรู้ไปใช้ในแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับงานช่างในชีวิตประจำวันได้ Conserving the environment based on the Sufficiency Economy Philosophy, and applying the knowledge of mechanical work to solve daily mechanical problems by studying basic knowledge of mechanical work, plumbing, electrical and electronic work, cement work, welding work, wooden work, painting, and safety of technician work through learning by doing, understanding of worthy and sustainable energy consuming	3(2-2-5)

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
GEN1207	เสน่ห์สงขลา Songkhla Charm ประวัติความเป็นมาของสงขลา ความเชื่อ ศิลปะและวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดกันมารุ่นต่อรุ่น เรียนรู้และเข้าใจสิ่งแวดล้อม รวมถึง ศิลปกรรมของชาวสงขลา โดยมีอัตลักษณ์ท้องถิ่น ตามแหล่งการเรียนรู้ของชุมชน ที่แตกต่างกัน เพื่อให้เข้าใจเรื่องราวเกี่ยวกับท้องถิ่นสงขลา ซึ่งเป็นที่ตั้งของ มหาวิทยาลัยและสามารถใช้ชีวิตในท้องถิ่นสงขลาได้อย่างมีความสุข Understanding and living happily in Songkhla – the establishment of university by studying history of Songkhla, beliefs, arts and culture, traditions, local wisdoms, Songkhla surrounding and fine arts in different local identities	3(3-0-6)
GEN1208	สมาธิเพื่อพัฒนาชีวิต Meditation for Life Development ความหมายของการทำสมาธิ จุดประสงค์ของการทำสมาธิ ลักษณะของ การบริการและการทำสมาธิ ประโยชน์ของสมาธิ ลักษณะอาการต่อต้านสมาธิ และการนำสมาธิไปใช้ในชีวิตประจำวัน สมาธิกับการเรียนและการทำงาน ประโยชน์ของฌานและญาณ ความรู้เกี่ยวกับวิปัสสนาเบื้องต้น The meanings of samadhi (buddhist meditation), its purpose of developing concentration; characteristics of repetition and doing meditation, benefits of meditation; obstacles in doing meditation and its application to use in the daily life, meditation and study or work, benefits of jhana (high meditation) and nana (Intuitive knowledge); basic knowledge of Vipassana	3(3-0-6)

3.1.5.1.3 กลุ่มสาระที่ 3 การสื่อสารระหว่างบุคคล

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
GEN1301	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในบริบทสากล Communicative English in Global Context ระบบเสียง ระบบคำ คำศัพท์ สำนวน ไวยากรณ์และโครงสร้างประโยค ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน ฟังบทสนทนาและข้อความสั้น พูดออกเสียง บทสนทนาได้ถูกต้องตามหลักการออกเสียงภาษาอังกฤษ อ่านเพื่อจับใจความสำคัญ บอกรายละเอียดและสรุปประเด็นสำคัญได้ ใช้ภาษาและโครงสร้างทางไวยากรณ์ ในการพูดโต้ตอบในสถานการณ์ที่หลากหลาย เพื่อให้ นักศึกษาสามารถสื่อสาร ภาษาอังกฤษใน สถานการณ์ต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม Enabling students to communicate in English accurately and appropriately in daily life situations by studying sound system, word system, vocabulary, idioms, English grammar and sentence structure in everyday use, listening to conversations and short messages, speaking out the conversations correctly according to the principles of English pronunciation, reading for the gist, giving details and summarizing important points, the use of language and grammatical structures in various situations	3(3-0-6)
GEN1302	ภาษาอังกฤษในบริบทการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ Effective English in Professional Contexts ฝึกการอ่าน แยกแยะประเภทของข้อมูลที่อ่านในสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ ฝึกปฏิบัติเขียนโต้ตอบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ด้วยคำศัพท์ สำนวนและ โครงสร้างภาษาอังกฤษในหัวข้อเกี่ยวกับชีวิตประจำวัน และบริบทการทำงาน เช่น ประกาศรับสมัครงาน การกรอกประวัติส่วนบุคคล การเขียนจดหมายสมัคร งาน เพื่อให้มีทักษะการใช้ภาษาอังกฤษที่ดี เอื้อต่อการใช้ชีวิตของตนเองและ สนับสนุนการพัฒนาประเทศเข้าสู่สากล	3(3-0-6)

รหัสวิชา

ชื่อและคำอธิบายรายวิชา

น(ท-ป-อ)

Enhancing good English skills for professional lives and supporting how to build the country in an international context by practicing reading skills and distinguishing authentic texts in both printed and online sources, practicing writing skills through electronic platforms such as email by using English vocabularies, expressions, and sentence structures on daily life and work-related contexts, such as job advertisement, resumé, and application form

GEN1303

ศิลปะการใช้ภาษาไทย

3(3-0-6)

Arts of Using Thai Language

หลักการสื่อสาร ศิลปะการใช้ภาษาไทย การจับใจความ การพูด และการเขียนนำเสนอ ตามบริบทสังคมและวัฒนธรรม โดยใช้สื่ออย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้มีความรอบรู้และสามารถใช้ภาษาสื่อสารในชีวิตประจำวันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะเอื้อต่อการทำงานและการใช้ชีวิตในอนาคตรวมทั้งลดการสื่อสารที่ผิดพลาดในสังคมปัจจุบัน

Enhancing future working and living and avoiding miscommunication by studying the principles of communication, arts of using Thai language, skills of finding main idea, oral and written presentation with the effective media in social and cultural contexts

GEN1304

ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร

3(3-0-6)

Chinese for Communication

การออกเสียงระบบสัทอักษรจีน วิธีการเขียนอักษรจีน ฝึกทักษะการฟัง พูด อ่าน เขียนภาษาจีนเบื้องต้น เรียนรู้และศึกษาค้นคว้าภาษาจีนผ่านเทคโนโลยีอย่างทันสมัย พร้อมทั้งเข้าใจความต่างระหว่างวัฒนธรรม ไทย-จีน เพื่อให้ให้นักศึกษานำความรู้ภาษาจีนไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ที่หลากหลายได้อย่างเหมาะสม ซึ่งสนับสนุนการเข้าสู่บริบทสากลของประเทศ

รหัสวิชา

ชื่อและคำอธิบายรายวิชา

น(ท-ป-อ)

Enhancing the Chinese knowledge in various situations and supporting how to build the country in an international context by studying Mandarin Chinese Phonetic Alphabet, writing Chinese characters, practicing basic Chinese skills: listening, speaking, reading and writing through trending technologies, recognizing the intercultural awareness between Thai and Chinese

GEN1305

ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสาร

3(3-0-6)

Japanese for Communication

เรียนรู้ระบบเสียง ระบบคำ โครงสร้างประโยคภาษาญี่ปุ่น ขั้นพื้นฐาน สื่อสารประโยคภาษาญี่ปุ่นอย่างง่ายในสถานการณ์ต่าง ๆ และเข้าใจความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมไทยกับญี่ปุ่น เพื่อให้ศึกษานำความรู้ภาษาญี่ปุ่นไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ต่างที่หลากหลายได้อย่างเหมาะสม ซึ่งสนับสนุนการเข้าสู่บริบทสากลของประเทศ

Enhancing the Japanese knowledge in various situations and supporting how to build the country in an international context by studying Japanese phonology, morphology and basic sentence structures, communicating with common expressions in various situations, recognizing the intercultural awareness between Thai and Japanese

GEN1306

ภาษามลายูเพื่อการสื่อสาร

3(3-0-6)

Malay for Communication

การฟัง พูด อ่าน และเขียนภาษามลายูพื้นฐานเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน ศึกษาค้นคว้าภาษามลายูผ่านเทคโนโลยีที่ทันสมัย พร้อมทั้งเข้าใจความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมไทยและมาเลย์ เพื่อให้ศึกษานำความรู้ภาษามลายูไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ที่หลากหลายได้อย่างเหมาะสม ซึ่งสนับสนุนการเข้าสู่บริบทสากลของประเทศ

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
	Enhancing the Malay language knowledge in various situations and supporting how to build the country in an international context by practicing basic Malay language skills: listening, speaking, reading and writing for communication in daily life through trending technologies, recognizing the intercultural awareness between Thai and Malaysian	
GEN1307	ภาษาอินโดนีเซียเพื่อการสื่อสาร Indonesian for Communication การฟัง พูด อ่าน และเขียนภาษาอินโดนีเซียขั้นพื้นฐานเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน ศึกษาค้นคว้าภาษาอินโดนีเซียผ่านเทคโนโลยีที่ทันสมัยพร้อมทั้งเข้าใจความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมไทยและอินโดนีเซีย เพื่อให้นักศึกษานำความรู้ภาษาอินโดนีเซียไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ที่หลากหลายได้อย่างเหมาะสม ซึ่งสนับสนุนการเข้าสู่บริบทสากลของประเทศ Enhancing the Indonesian knowledge in various situations and supporting how to build the country in an international context by practicing basic Indonesian language skills: listening, speaking, reading and writing for communication in daily life through trending technologies, recognizing the intercultural awareness between Thai and Indonesian	3(3-0-6)
3.1.5.1.4 กลุ่มสาระที่ 4 การใช้เทคโนโลยี		
รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
GEN1401	เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อชีวิตวิถีใหม่ Digital Technology for New Normal Lifestyle เรียนรู้สื่อและเทคโนโลยีดิจิทัลในปัจจุบัน การเข้าถึงและจัดการสารสนเทศและเนื้อหาดิจิทัล การสร้างเนื้อหาดิจิทัล ภัยคุกคามและความมั่นคงปลอดภัย กฎหมายและจริยธรรมเกี่ยวกับสื่อและเทคโนโลยีดิจิทัล การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ ทักษะความสามารถทางเทคโนโลยีดิจิทัล และพร้อมเข้าสู่การเป็นพลเมืองดิจิทัลที่ดีในมิติของการเรียนรู้ตลอดชีวิต	3(2-2-5)

รหัสวิชา

ชื่อและคำอธิบายรายวิชา

น(ท-ป-อ)

Enhancing the knowledge and skills of digital technology ready to become a good digital citizen in the dimension of lifelong learning by studying current trends in digital media and technology, accessing and managing information and digital contents, digital content creation, threats and security, laws and ethics related to digital media and technology, using digital technology for lifelong learning

GEN1402 ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์

3(3-0-6)

Cyber Security

ความสำคัญของไซเบอร์ ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ การปกป้องระบบปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ วิธีตรวจสอบระบบและรับมือเมื่อเกิดภัยทางไซเบอร์ แนวทางการป้องกันภัยคุกคามจากการใช้ไซเบอร์ การตรวจสอบข่าวปลอมทางไซเบอร์ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ ความเข้าใจ และตระหนักถึงการใชไซเบอร์อย่างปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยผู้เรียนสามารถนำความรู้ไปใช้ในการป้องกันตนเองไม่ให้ตกเป็นเหยื่ออาชญากรรมทางไซเบอร์ รวมถึงนำไปใช้เพื่อการสร้างรายได้จากการใช้สื่อไซเบอร์ได้

Enhancing and applying the knowledge, understanding and awareness of cybersecurity and creative use of cyber to protect cyber users from becoming victims of cybercrime including generating income from the use of cyber media by studying the importance of cyber, cybersecurity, computer operating system protection, cyber security threat monitoring system, cyber threat prevention guidelines, cyber fake news detection

GEN1403 สารสนเทศดิจิทัล

3(3-0-6)

Digital Information

แนวคิดเกี่ยวกับสารสนเทศดิจิทัล การวิเคราะห์สารสนเทศดิจิทัล กฎหมายและจริยธรรมเกี่ยวกับสารสนเทศดิจิทัล การออกแบบคอนเทนต์ การประยุกต์ใช้แอปพลิเคชันเพื่อการผลิตสารสนเทศดิจิทัล การสร้างรายได้จากสารสนเทศดิจิทัล เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ ทักษะความสามารถด้านสารสนเทศ และพร้อมต่อการเข้าสู่สังคมยุคดิจิทัลอย่างสมบูรณ์

รหัสวิชา

ชื่อและคำอธิบายรายวิชา

น(ท-ป-อ)

Enhancing the knowledge and skills of digital technology ready to enter the digital society by studying the concept of digital information, digital information analysis, laws and ethics for digital information, digital content creation, applying application for digital information production, generating income from digital information

3.1.5.1.5 กลุ่มสาระที่ 5 การเป็นผู้ประกอบการและการบริหารเงิน

รหัสวิชา

ชื่อและคำอธิบายรายวิชา

น(ท-ป-อ)

GEN1501

การประกอบการยุคดิจิทัล

3(3-0-6)

Entrepreneurship in the Digital Era

แนวคิดหลักการพื้นฐานการประกอบการยุคดิจิทัล การประเมินความเสี่ยงและการสร้างโอกาสทางการประกอบธุรกิจ การประกอบการที่ใช้ทุนทางสังคมและวัฒนธรรมเพื่อสร้างรายได้แก่ท้องถิ่น การวางแผนทางการเงินเพื่อพัฒนาธุรกิจ การสื่อสารการตลาดยุคดิจิทัล และการเขียนแผนธุรกิจที่ใช้ทุนทางสังคมและทุนทางวัฒนธรรม เพื่อให้นักศึกษามีแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการและสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้รับไปสร้างโอกาสการเป็นผู้ประกอบการได้

Enhancing entrepreneurial mindset and applying the knowledge to create entrepreneurial opportunities by studying the fundamental principles of digital entrepreneurship, risk assessment and generating business opportunities, entrepreneurship employing social and cultural capital to generate local income, financial planning for business development, digital marketing communication, and writing business plan using social and cultural capital

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
GEN1502	การเงินยุคดิจิทัล	3(3-0-6)

Finance in the Digital Era

แนวคิดและความสำคัญของการวางแผนการเงินส่วนบุคคล หลักการใช้จ่ายเงินอย่างรู้คุณค่า รูปแบบการออมและการลงทุนส่วนบุคคลในตลาดการเงินดิจิทัล การจัดการความเสี่ยงและผลตอบแทนการลงทุนในตลาดดิจิทัล การรู้เท่าทันอาชญากรรมทางการเงิน เพื่อให้ นักศึกษา รู้เท่าทันและรอดพ้นจากการติดกับดักภัยทางการเงินในรูปแบบทุกรูปแบบ และสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้รับมาวางแผนและบริหารการเงินส่วนบุคคลได้

Enhancing the awareness and avoiding from being ensnared in various financial perils, including applying the acquired knowledge to plan and manage personal finance by studying the concepts and importance of personal financial planning, the principles of sensible financial spending, personal saving and investment models in digital financial market, risk management and return on investment in digital marketing, and financial literacy crime

3.1.5.2 หมวดวิชาเฉพาะ

3.1.5.2.1 กลุ่มวิชาแกน

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
3501205	ภาษาอังกฤษเพื่อธุรกิจ English for Business ทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ การสื่อสารทางโทรศัพท์ การนัดหมาย การสอบถามและให้ข้อมูล รวมทั้งคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับงานบริหารธุรกิจเพื่อการติดต่อทางธุรกิจ การใช้เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสาร English communication for business in various contexts, telephoning, making appointment, asking and giving information, Including business administration related vocabulary for business with formal and informal	3(2-2-5)
3541104	หลักการตลาด Principle of Marketing แนวคิดสำคัญด้านการตลาด สภาพแวดล้อมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ส่วนผสมทางการตลาดในยุคดิจิทัล และจรรยาบรรณวิชาชีพนักการตลาด Essential marketing concepts, marketing environment, consumer behavior, marketing segmentation, target market, marketing positioning marketing mix in digital era and the professional ethics of marketers	3(3-0-6)

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
3561104	การเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัล Digital age Entrepreneurship แนวคิดและคุณลักษณะของผู้ประกอบการยุคดิจิทัล จิตวิญญาณการเป็นผู้ประกอบการ ประเภทของธุรกิจ แนวทางการจัดตั้งธุรกิจ กระบวนการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ แนวคิดการสร้างธุรกิจใหม่โดยการใช้โมเดลทางธุรกิจ และฝึกปฏิบัติการประกอบธุรกิจ Entrepreneurial orientation and characteristics, entrepreneurial mindset, types of businesses, guidelines for business establishment, modern business management processes, new venture creation utilizing business models and business practical training	3(2-2-5)
3601022	การจัดการทรัพยากรมนุษย์ Human Resource Management ความรู้ทั่วไปของการจัดการองค์การ การจัดโครงสร้างองค์การ แนวคิดการบริหารทรัพยากรมนุษย์ การจัดหาทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การบริหารค่าตอบแทนและสิ่งจูงใจ การประเมินผลการปฏิบัติงาน แรงงานสัมพันธ์ กฎหมายแรงงาน อาชีวอนามัย และความปลอดภัย General knowledge of organizational management, organizational structure, human resource management concept, human resource recruitment, human resource development, compensation and incentive management, performance appraisal, employee relation and labour laws, occupational and safety	3(3-0-6)
3611302	นวัตกรรมดิจิทัลและเทคโนโลยี Digital Innovation and Technology แนวคิดด้านนวัตกรรมดิจิทัล บทบาทของเทคโนโลยีดิจิทัลต่อธุรกิจ เทคโนโลยีฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ เทคโนโลยีด้านการวิเคราะห์ข้อมูล การนำเสนอข้อมูล การแสดงข้อมูลด้วยภาพ เทคโนโลยีประมวลผลแบบคลาวด์ เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ การใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์กับธุรกิจยุคดิจิทัล เทคโนโลยีบล็อกเชนประเด็นจริยธรรมในการใช้งาน เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์	3(2-2-5)

รหัสวิชา

ชื่อและคำอธิบายรายวิชา

น(ท-ป-อ)

Basic concepts of digital innovation, business role of digital technology hardware and software technologies, data analysis technology, data presentation, data visualization, cloud computing technology, artificial intelligence technology, application of artificial intelligence in business, block chain technology, ethical issues in the use of digital technology and artificial intelligence

3631113 หลักเศรษฐศาสตร์

3(3-0-6)

Principle to Economics

เศรษฐศาสตร์จุลภาค ความหมายและความสำคัญของวิชา เศรษฐศาสตร์ พฤติกรรมผู้บริโภคและอุปสงค์ ทฤษฎีการผลิตและอุปทาน โครงสร้างตลาดและการกำหนดราคา ดุลยภาพของตลาด แนวคิดเศรษฐศาสตร์เชิงพฤติกรรม เศรษฐศาสตร์มหภาค ดัชนีชี้วัดทางเศรษฐศาสตร์ เงินเฟ้อและการว่างงาน การเงินและนโยบายการเงิน การคลังและนโยบายการคลัง เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ และการพัฒนาเศรษฐกิจ

Microeconomics, definition and importance of economics, consumer behavior and demand, theory of production and supply, market structure and price determination, market equilibrium, concepts in behavioral economics, Macroeconomics, economic indicators, inflation and unemployment, finance and monetary policy, public finance and fiscal policy, international economics, and economic development

3641106 การบัญชีและภาษีอากรสำหรับผู้ประกอบการ

3(2-2-5)

Accounting and Taxation for Entrepreneurs

แนวคิด หลักการจัดทำบัญชีเบื้องต้นของธุรกิจ และการจัดทำรายงานทางการเงิน หลักการเบื้องต้นภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาสำหรับผู้ประกอบการ และภาษีเงินได้นิติบุคคล

Concepts, basic accounting principles of business and financial reporting, basic principles of value-added tax, personal income tax for entrepreneurs, and corporate income tax

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
3642117	การเงินเพื่อธุรกิจ	3(2-2-5)

Business Finance

มูลค่าเงินตามเวลา การวางแผนทางการเงิน การบริหารเงินสด การบริหารเงินทุนหมุนเวียน การวิเคราะห์งบการเงิน ผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยน แหล่งเงินทุน โครงสร้างเงินทุนและ ต้นทุนเงินทุนทางการเงิน เพื่อการตัดสินใจลงทุน สกุลเงินคริปโต สินทรัพย์ดิจิทัล

Time value of money, financial planning, cash management, working capital management, capital statement analysis, effects of exchange rate, sources of funds, capital structure and cost of financial capital for investment decision making, crypto currencies, digital assets

3.1.5.2.2 กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน

3.1.5.2.2.1 บัณฑิตเรียน

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
3541105	พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล	3(3-0-6)

Consumer Behavior in Digital Era

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล พฤติกรรมผู้บริโภคต่อสภาพแวดล้อมในยุคดิจิทัล กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค กับกลยุทธ์การตลาด

Consumer behavior concepts in the digital era, consumer behavior toward the digital environment, consumer decision-making processes, factors Influencing consumer purchase decision, consumer behavior analysis in marketing strategies

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
3541106	บุคลิกภาพนักการตลาด Marketeer Personality ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับบุคลิกภาพ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบุคลิกภาพ บุคลิกภาพภายนอกและภายใน ทักษะการสื่อสาร การจัดการกับอารมณ์ การปรับตัวและการตัดสินใจตามสถานการณ์ ภาวะผู้นำ การทำงานเป็นทีม การเรียนรู้ตลอดชีวิต จริยธรรมพื้นฐานในการดำเนินชีวิต The basic knowledge about personality, theories related to personality development, external and internal personality, communication skills, emotional management, adaptation and decision-making according to situations, leadership, teamwork, lifelong learning, and fundamental ethics in life	3(2-2-5)
3542113	กลยุทธ์การตลาด Marketing Strategy บทบาท ความสำคัญ และองค์ประกอบของกลยุทธ์การตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์กร การวิเคราะห์ความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภค กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด จริยธรรมทางการตลาด The roles, importance, and components of marketing strategies. internal and external environmental analysis of an organization, consumer needs and behavior analysis, marketing mixes strategies, and marketing ethics	3(3-0-6)
3542115	การตลาดธุรกิจบริการ Service Business Marketing แนวคิดตลาดบริการในยุคดิจิทัล ประเภทและธรรมชาติของธุรกิจบริการ การวางแผนธุรกิจบริการ การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย กลยุทธ์ของตลาดบริการ การสร้างประสบการณ์ของผู้บริโภคในการให้บริการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและจริยธรรมผู้ให้บริการ Service marketing concepts in the digital age, types and nature of service businesses, service business planning, target segmentation, service marketing strategies, creating consumer experiences in service provision, responsibilities and ethics of service providers	3(3-0-6)

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
3542116	การตลาดสร้างสรรค์ Creative Marketing แนวคิดการตลาดสร้างสรรค์และนวัตกรรมการตลาด การวิเคราะห์และการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ทางการตลาด กระบวนการคิดเชิงออกแบบ การจุดประกายความคิดสร้างสรรค์ การสังเคราะห์ข้อมูล การระดมสมองและการทดลอง การนำไปปฏิบัติในการทำการตลาดสร้างสรรค์ Creative marketing concepts and marketing innovation, marketing creative analysis and development, design thinking process, creative spark, data synthesis, brainstorming and experimentation, creative marketing implementation	3(2-2-5)
3542205	การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา Product and Price Management บทบาทของผลิตภัณฑ์และราคา ปัจจัยสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์และราคา การพัฒนาตลาดเป้าหมาย การตัดสินใจเกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ นโยบายราคา วิธีการกำหนดราคา จริยธรรมในการกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์และราคา The roles of products and price, environmental factors affecting product and pricing policies, target market development, product mix decisions, branding, product positioning, product life cycle strategies, product development, pricing policies, pricing methods, ethics in determining product and pricing policies	3(3-0-6)
3542405	การจัดจำหน่ายและโลจิสติกส์ Distribution and Logistics แนวคิดเกี่ยวกับการจัดจำหน่ายและโลจิสติกส์ การจัดส่วนประสมทางการตลาดในระบบช่องทางการจัดจำหน่าย การปรับเปลี่ยนระบบช่องทางการจัดจำหน่าย การจัดการเชิงบูรณาการช่องทางการตลาดดิจิทัลและช่องทางการตลาดแบบดั้งเดิม การจัดการโลจิสติกส์ การขนส่ง การจัดซื้อ การจัดการคลังสินค้า และการกระจายสินค้า	3(3-0-6)

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
	Distribution and logistics concepts, marketing mix management in distribution channels, the adaptation of distribution channel systems, integrated management of digital marketing channels and traditional marketing channels, logistics management, transportation, procurement, warehouse management, and distribution	
3542501	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ Integrated Marketing Communication แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ กิจกรรมการส่งเสริมการตลาด การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การใช้พนักงานขาย การตลาดทางตรง บูรณาการการสื่อสารด้วยสื่อดั้งเดิมกับสื่อสมัยใหม่ และจรรยาบรรณวิชาชีพโฆษณา Integrated marketing communication concepts, promotional activities, advertising, public relations, sales promotions, personal selling, direct marketing, integration of traditional media communication with modern media, and advertising professional ethics	3(2-2-5)
3542502	การจัดการการขายและเทคนิคการขาย Sales Management and Sales Techniques แนวคิด และหลักการในการบริหารงานขาย การวางแผนการขาย การสร้างทีมงานและบริหารพนักงานขาย การพยากรณ์ยอดขาย เทคนิคการนำเสนอขาย ทักษะการเจรจาต่อรอง การประเมินผลการปฏิบัติงาน จรรยาบรรณการขาย และฝึกปฏิบัติงานด้านการขาย Concepts and principles of sales management, sales planning, team building and sales staff management, sales forecasting, sales presentation techniques, negotiation skills, performance evaluation, sales ethics, and sales training	3(2-2-5)

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
3542901	เทคโนโลยีทางการตลาด Technology for Marketing ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัล การสืบค้นข้อมูลสารสนเทศทางการตลาดโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล กลยุทธ์การแข่งขันทางการตลาด การฝึกปฏิบัติการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลกับงานด้านการตลาด จรรยาบรรณและกฎหมายในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล Advances in digital technology, searching for marketing information using digital technology, marketing competition strategies, training on the use of digital technology in marketing, ethics and laws in digital technology use	3(2-2-5)
3543123	แผนการตลาด Marketing Plan แนวคิดและทฤษฎีในการวางแผนการตลาด การฝึกปฏิบัติวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การกำหนดการแบ่งส่วนตลาด กำหนดตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด การปฏิบัติการและควบคุม ภายใต้กรอบของจรรยาบรรณทางการตลาด Concepts and theories in marketing planning, practical training in analyzing the marketing environment, consumer behavior, market segmentation, product positioning, marketing mix strategy formulation, operations and control within the framework of marketing ethics	3(2-2-5)
3543124	การตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน Community Product Marketing แนวคิดการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์ฮาลาล และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน การสร้างความได้เปรียบด้านการแข่งขัน การสร้างความสัมพันธ์ในห่วงโซ่อุปทาน แผนธุรกิจชุมชนและแผนการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน	3(2-2-5)

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
	Community product marketing concepts, halal products, sustainable development goals, creating competitive advantages, building relationships in the supply chain, community in business and product marketing plans, technology digital use in community product marketing	
3543605	การวิจัยตลาด Marketing Research แนวคิดและกระบวนการวิจัยทางการตลาด การกำหนดปัญหา การวิจัย ทบทวนวรรณกรรม การออกแบบการวิจัย เทคนิคการกำหนดแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการวิจัย การประมวลผลข้อมูล การเขียนรายงานการวิจัยและการนำเสนอ Concepts and processes of marketing research, research problem definition, literature review, research design, questionnaire design techniques, statistical methods in research, technological applications in research, data processing, writing research reports and presentations	3(2-2-5)
3543606	โครงการทางการตลาด Marketing Project แนวคิดการประกอบธุรกิจ การสืบค้นข้อมูล การสร้างสรรค์โครงการทางการตลาด กระบวนการวางแผน นำเสนอโครงการ การนำแผนไปสู่การปฏิบัติงานจริง และการประเมินผล Entrepreneurship concepts, searching for information, creation of marketing projects, planning processes, project presentation, Implementation of the plan, and evaluation	3(2-2-5)

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
3543902	การตลาดดิจิทัล Digital Marketing แนวคิดและความสำคัญของการตลาดดิจิทัล การตลาดดิจิทัลในยุคปัจจุบัน การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การสร้างเครื่องมือการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย มาร์เก็ตเพลส กฎหมายและจริยธรรมธุรกรรมการตลาดดิจิทัล การฝึกปฏิบัติการทำเครื่องมือตลาดดิจิทัล Concepts and importance of digital marketing, the digital marketing in the present era, consumer behavior analysis, creating marketing tools through social media, social media platforms, marketplace, laws and ethics in digital marketing transactions, and practical training of creating digital marketing tools	3(2-2-5)

3.1.5.2.2.2 เลือกเรียน

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
	โมดูล 1 : แนวโน้มการตลาด	
3543125	การตลาดธุรกิจเพื่อสุขภาพ Health Business Marketing ความสำคัญและแนวโน้มการตลาดธุรกิจเพื่อสุขภาพ การแสวงหาข้อมูลวิเคราะห์ และตัดสินใจทางการตลาด การสร้างความพึงพอใจ การวางแผนกลยุทธ์การตลาดธุรกิจเพื่อสุขภาพโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ จรรยาบรรณในดำเนินการตลาดเพื่อสุขภาพ Importance and trends for health in marketing business, information seeking, analysis and marketing decision making, satisfaction creation, planning innovative marketing business strategies for health, health marketing ethics	3(3-0-6)
3543127	การตลาดธุรกิจท่องเที่ยวชุมชน Community Tourism Business Marketing แนวคิดการตลาดธุรกิจท่องเที่ยวชุมชน พฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยว ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชน การวิเคราะห์สถานการณ์และสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน ส่วนประสมทางการตลาดในธุรกิจท่องเที่ยว การเขียนโปรแกรมการท่องเที่ยว จัดบริการ การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การสร้างประสบการณ์ของลูกค้า	3(2-2-5)

รหัสวิชา

ชื่อและคำอธิบายรายวิชา

น(ท-ป-อ)

Concepts of marketing for community tourism businesses, tourist consumption behavior, businesses related to community tourism, situation analysis and competitive environment, marketing mixes in tourism business, tourism programming, service mind, building customer relationships, creating customer experiences

3543129 การตลาดสังคมผู้สูงอายุ

3(3-0-6)

Marketing for Aged Society

แนวคิดของตลาดสังคมผู้สูงอายุ แนวโน้มตลาดผู้สูงอายุ นโยบายรัฐบาลในการช่วยเหลือผู้สูงอายุ พฤติกรรมผู้บริโภคและการตัดสินใจซื้อของผู้สูงอายุ ตลาดเป้าหมาย กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจผู้สูงอายุ และจรรยาบรรณทางการตลาดในการทำการตลาดผู้สูงอายุ

Aged society market concepts, aging marketing trends, government policies for assisting the elderly, consumer behavior and purchasing decision-making of the elderly, target market, marketing strategies for elderly businesses, and elderly marketing ethics

โมดูล 2 : การสื่อสารที่ยั่งยืน

3542114 การออกแบบสื่อสร้างสรรค์ด้านการตลาด

3(2-2-5)

Creative Media Design for Marketing

หลักการ องค์ประกอบ การใช้ภาพ การจัดวางตัวอักษร การตัดต่อวิดีโอ ของการออกแบบ เครื่องมือ เทคนิควิธีสำหรับสื่อดิจิทัลและการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ การออกแบบการตลาดเชิงเนื้อหา ประเภทและเครื่องมือการตลาดเชิงเนื้อหา กลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหา การสร้างการตลาดเชิงเนื้อหาและเทคนิคการสร้างเนื้อหา การเล่าเรื่อง การใช้เทคโนโลยีทำการตลาดเชิงเนื้อหา

Principles, elements, image usage, typography, design video editing, tools, techniques for digital media and creative design, content marketing design, content marketing types and tools, content marketing strategies, content marketing creation and content creation techniques, storytelling, using technology for content marketing

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
3543205	การสร้างแบรนด์ Brand Making แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์ การวางตำแหน่งทางการตลาดของแบรนด์ องค์ประกอบของแบรนด์ การออกแบบแบรนด์ กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ การยกระดับแบรนด์ กิจกรรมทางการตลาดเพื่อการสร้างแบรนด์ การสื่อสารแบรนด์ คุณค่าของแบรนด์ และการบริหารจัดการแบรนด์ตามสถานการณ์ Concepts of brand making, brand positioning, brand elements, brand designs, brand strategies, brand elevation, marketing activities for brand making, brand communication, brand value, and brand management based on situational contexts	3(2-2-5)
3543128	การตลาดเพื่อความยั่งยืน Marketing for Sustainability แนวคิดการตลาดเพื่อความยั่งยืน การวางแผนการตลาดสำหรับธุรกิจเพื่อสังคม การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) การใช้นวัตกรรมทางการตลาดในการแก้ปัญหาเพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับสังคม กรณีศึกษาด้านการตลาดแบบยั่งยืนทั้งในประเทศและต่างประเทศ Sustainable marketing concepts, marketing planning for social businesses, marketing environment analysis, consumer behavior, development of marketing mix strategies, Sustainable Development Goals (SDGs), using marketing innovations to solve problems and build sustainability for society case studies of sustainable marketing both domestically and internationally	3(2-2-5)

รหัสวิชา

ชื่อและคำอธิบายรายวิชา

น(ท-ป-อ)

โมดูล 3 : การตลาดระหว่างประเทศ

3543801	การตลาดโลก Global Marketing แนวทางในการดำเนินธุรกิจ在不同ประเทศ ระบบธุรกิจ การวิเคราะห์ความได้เปรียบในการแข่งขัน ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการแข่งขัน在不同ประเทศ วิธีการเข้าสู่ตลาดโลก และการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดโลก Approaches for business abroad operation, business systems, analysis of competitive advantages, factors affecting competition in international markets, methods of entering global markets, and the creation of global marketing strategies	3(3-0-6)
3543802	การตลาดข้ามวัฒนธรรม Cross Culture Marketing ความหมาย ลักษณะและองค์ประกอบของการตลาดข้ามวัฒนธรรม พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ต่างวัฒนธรรมกัน การเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่มีวัฒนธรรมแตกต่างกัน ส่วนผสมทางการตลาดที่วัฒนธรรมแตกต่างกัน การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับตลาดข้ามวัฒนธรรม Definition, characteristics and elements of cross-cultural marketing, consumer behavior across cultures, accessing consumers across cultures, marketing mix across cultures, formulating marketing strategies for cross-cultural markets	3(3-0-6)
3543803	การค้าชายแดน Border Trade บทบาท และความสำคัญของการค้าชายแดนที่มีต่อเศรษฐกิจของประเทศ กฎหมายระหว่างประเทศ การวิเคราะห์โอกาสทางการค้าชายแดน นโยบายส่งเสริมการค้าชายแดนของภาครัฐ พฤติกรรมผู้บริโภคข้ามวัฒนธรรม กลยุทธ์การแข่งขันตลาดชายแดน The role and importance of border trade towards the national economy, international border laws, border trade opportunity analysis, government policies for promoting border trade, cross-cultural consumer behavior, border marketing competition strategies	3(3-0-6)

รหัสวิชา

ชื่อและคำอธิบายรายวิชา

น(ท-ป-อ)

โมดูล 4 : การตลาดลูกค้าสัมพันธ์

3542406	การจัดการค้าปลีก Retailing Management ลักษณะและรูปแบบการประกอบธุรกิจค้าปลีก ความสำคัญของการค้าปลีก กลยุทธ์การตลาดและการแข่งขันสำหรับธุรกิจค้าปลีกยุคดิจิทัล การเลือกทำเลที่ตั้ง การออกแบบ และการวางผังร้านค้า เทคนิคการค้าปลีก กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด การค้าปลีกแบบมีหน้าร้านและการค้าปลีกอิเล็กทรอนิกส์ Characteristics and retailing business models, importance of retailing business, marketing strategies and competition for retailing business in digital era, location selection, store design and layout planning, retailing techniques, marketing mix strategies, brick-and-mortar retail and electronic retailing	3(2-2-5)
3543504	การบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ Customer Relationship Management แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ กระบวนการและขั้นตอนของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ กลยุทธ์ที่ใช้ในการสร้างความสัมพันธ์ โปรแกรมการสร้าง ความจงรักภักดี การวิเคราะห์ผลกำไรจากลูกค้าเพื่อการจัดสรรทรัพยากรที่เหมาะสม การจัดการข้อร้องเรียน เทคโนโลยีที่ใช้ในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และกรณีศึกษา Concepts of customer relationship management, processes and procedures of customer relationship management, strategies for relationship building, loyalty programs, customer profitability analysis for suitable resource allocation, complaint management, customer relationship management technologies, and case studies	3(2-2-5)
3543901	ภาษาอังกฤษสำหรับการตลาด English for Marketing ทักษะการพูด ทักษะการฟัง การติดต่อสื่อสารภาษาอังกฤษทางการตลาด การต้อนรับลูกค้าต่างชาติ การใช้ภาษาอังกฤษในงานขาย การนำเสนอขายหน้าร้าน สำหรับลูกค้าต่างชาติ การดูแลลูกค้าต่างชาติหน้าร้านในธุรกิจท่องเที่ยวโรงแรมและร้านอาหาร การเจรจาธุรกิจ การจัดการประชุม และการนำเสนอในที่ประชุม	3(3-0-6)

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
----------	------------------------	----------

Speaking skills, listening skills, English communication in marketing, welcoming international clients, using English in sales, in-store sales presentation, and customer service for international clients in the tourism, hospitality, and restaurant businesses, business negotiations, meeting management, and meeting presentation

3.1.5.2.3 กลุ่มวิชาปฏิบัติการทางวิชาชีพ

- กลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
----------	------------------------	----------

3543607	ประเด็นปัจจุบันทางการตลาด	3(2-2-5)
---------	---------------------------	----------

Current Issue in Marketing

การนำประเด็นสำคัญทางการตลาดในปัจจุบันมาวิเคราะห์ แก้ไขปัญหาทางการตลาด โดยใช้หลักทฤษฎี ความคิดเป็นระบบ ความคิดสร้างสรรค์ และประเด็นแนวโน้มการตลาดในอนาคต

Analyzing current marketing issues and solving marketing problems using theoretical principles, systematic thinking, creativity thinking, and future marketing trends issue

3543701	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด	2(1-2-3)
---------	--------------------------------------	----------

Preparation for Field Experience in Marketing

การเตรียมความพร้อมของผู้เรียนก่อนการออกฝึกปฏิบัติวิชาชีพ ในด้านความรู้ในการปฏิบัติงานทางการตลาด การจัดทำโครงการ บุคลิกภาพ และทักษะในการปฏิบัติงาน

Revision and retrieval activities of marketing knowledge and skills, marketing operations, marketing planning and reports including marketers' personality before serving apprenticeship as trainees in marketing work at establishments

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
3544705	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด Field Experience in Marketing รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน: 3543701 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด Pre-requisite : 3543701 Preparation for Field Experience in Marketing การปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการตลาด และมีระยะเวลาในการปฏิบัติงานไม่น้อยกว่า 640 ชั่วโมง และจัดทำรายงานตามที่ได้รับมอบหมาย Job training at the establishments related to marketing work, not less than 640-hour work, submission of written reports assigned	3(640)
7203701	การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษาทางการตลาด Co-operation Education Preparation in Marketing กิจกรรมการเตรียมความพร้อมของผู้เรียนในการปฏิบัติสหกิจศึกษา โดยให้ความรู้เกี่ยวกับหลักการ แนวคิด ระเบียบข้อบังคับ กระบวนการสหกิจศึกษา ความรู้พื้นฐานในการปฏิบัติงาน การสื่อสาร มนุษยสัมพันธ์ การพัฒนาบุคลิกภาพ เทคนิคการนำเสนอ และการเขียนรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา Activities to prepare learners in cooperative education. Knowledge of principles, concepts, regulations, co-operative education process, fundamentals of practice, communication, relationship, personality development, presentation techniques, and co-operative study performance report writing	2(1-2-3)

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
7204703	สหกิจศึกษาทางการตลาด Co-operative Education Preparation in Marketing รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 7203701 การเตรียมความพร้อม สหกิจศึกษาทางการตลาด Pre-requisite : 7203701 Co-operation Education Preparation in Marketing การปฏิบัติงานเต็มเวลาในลักษณะพนักงานชั่วคราวในสถาน ประกอบการ สามารถเรียนรู้ปรับตัวเข้ากับวัฒนธรรมองค์กร การทำงาน ร่วมกับผู้อื่น การแก้ปัญหาในการทำงาน สามารถจัดทำรายงาน นำเสนอ ความก้าวหน้า และผลสำเร็จของโครงการที่ได้รับมอบหมาย ตลอดจน สามารถนำความรู้ความสามารถรวบยอดจากการศึกษาตลอดหลักสูตร ไปประยุกต์ใช้ Full-time operations, able to learn to adapt to the corporate culture, working with colleague, solving problems in work, prepare reports, present the progress and the assigned project, able to apply knowledge to apply	6(640)

3.2 ชื่อ สกุล เลขประจำตัวบัตรประชาชน ตำแหน่งและคุณวุฒิของอาจารย์

3.2.1 อาจารย์ประจำหลักสูตร

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง วิชาการ	คุณวุฒิ	วิชาเอก/สาขา	การสำเร็จการศึกษา		ภาระงานสอน (ชั้นต่ำ) (ชม./สัปดาห์/ปีการศึกษา)				
					สถาบัน	ปี พ.ศ.	2569	2570	2571	2572	2573
1	นางรรินา มุกดา	อาจารย์	D.B.A. บธ.ม. บธ.บ.	Business Administration การตลาด การตลาด	University Utara, Malaysia มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยทักษิณ	2563 2548 2543	30	30	30	30	30
2	นางจาริณี เขียวเจริญ	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์	บธ.ม. บธ.บ.	การตลาด การจัดการทั่วไป	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	2542 2534	30	30	30	30	30
3	นางสิริชนก อินทสุวรรณ์	อาจารย์	บธ.ม. บธ.บ.	การตลาด การตลาด	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	2541 2535	30	30	30	30	30
4	นางจิราภรณ์ ทองบุญยัง	อาจารย์	บธ.ม. บธ.บ.	การตลาด การตลาด	มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยทักษิณ	2553 2545	30	30	30	30	30
5	นางสาวสิริกัญญา โชติช่วง	อาจารย์	บธ.ม. บธ.บ.	การตลาด การตลาด	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลศรีวิชัย	2553 2551	30	30	30	30	30

3.2.2 อาจารย์พิเศษ

ไม่มี

4. องค์ประกอบเกี่ยวกับสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน (CWIE)

4.1 ประเภทของการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน

การเรียนการสอนในหลักสูตร มีการฝึกปฏิบัติเพื่อให้ผู้เรียนเกิดทักษะในการปฏิบัติงานจริง โดยในระหว่างเรียนชั้นปีที่ 2 ภาคเรียนที่ 2 ในรายวิชา 3542502 การจัดการการขายและเทคนิคการขาย ผู้เรียนต้องฝึกปฏิบัติงานด้านการขายกับหน่วยงานภายนอกเป็นเวลา 50 ชั่วโมง และรายวิชาในหลักสูตร ในชั้นปีที่ 4 ภาคเรียนที่ 1 หลักสูตรได้กำหนดการฝึกสหกิจศึกษา หรือการฝึกประสบการณ์วิชาชีพก่อนจบ การศึกษา โดยหลักสูตรมีการกลั่นกรองนักศึกษาก่อนการเรียนในรายวิชา 7203701 การเตรียมความพร้อม สหกิจศึกษาทางการตลาด หรือรายวิชา 3543702 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด นักศึกษา สามารถเลือกรายวิชาในกลุ่มปฏิบัติการฝึกประสบการณ์วิชาชีพตามคุณสมบัติของตนเองให้ตรงกับเกณฑ์ ที่หลักสูตร และมหาวิทยาลัยกำหนด โดยหลักสูตรได้กำหนดรายวิชาในกลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ มีการแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

4.1.1 กลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ประกอบด้วย รายวิชา 3543701 การเตรียมฝึกประสบการณ์ วิชาชีพการตลาด รายวิชา 3543607 ประเด็นปัจจุบันทางการตลาด และ 3544705 การฝึกประสบการณ์ วิชาชีพการตลาด

4.1.2 กลุ่มฝึกสหกิจศึกษา ประกอบด้วย รายวิชา 7203701 การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา ทางการตลาด และรายวิชา 7204703 สหกิจศึกษาทางการตลาด

4.2 ช่วงเวลาและระยะเวลา

กลุ่มวิชาปฏิบัติการทางวิชาชีพ หลักสูตรได้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม และมีระยะเวลาในการฝึกปฏิบัติ ในสถานประกอบการดังนี้

4.2.1 กลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ผู้เรียนจะต้องผ่านการเรียนในรายวิชา 3543701 การเตรียม ฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด และรายวิชา 3543607 ประเด็นปัจจุบันทางการตลาด ในชั้นปีที่ 3 และ รับการฝึกประสบการณ์ในสถานประกอบการในชั้นปีที่ 4 ภาคเรียนที่ 1 เป็นระยะเวลาอย่างน้อย 640 ชั่วโมง

4.2.2 กลุ่มสหกิจศึกษา ผู้เรียนจะต้องผ่านการเรียนในรายวิชา 7203701 การเตรียมความพร้อม สหกิจศึกษาทางการตลาดในชั้นปีที่ 3 ภาคเรียนที่ 2 และรับการฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษาในสถานประกอบการ ในชั้นปีที่ 4 ภาคเรียนที่ 1 เป็นระยะเวลาอย่างน้อย 640 ชั่วโมง

5. ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงการหรืองานวิจัย

5.1 คำอธิบายโดยย่อ

หลักสูตรได้จัดการเรียนการสอนที่เกี่ยวข้องกับการทำโครงการ หรืองานวิจัยไว้จำนวน 2 รายวิชา ดังนี้

5.1.1 รายวิชา 3543606 โครงการทางการตลาด โดยผู้เรียนต้องฝึกปฏิบัติกิจกรรมกลุ่ม ในการจัดทำโครงการ เริ่มต้นด้วยการวางแผน การดำเนินงาน ประเมินผลการสรุปผลโครงการ เป็นการฝึกทักษะให้ผู้เรียนได้นำความรู้ในด้านทฤษฎีที่ได้เรียนมาไปใช้ในการจัดทำโครงการจริง และได้ฝึกทักษะในการทำงานเป็นทีม ความรับผิดชอบ การแก้ปัญหา การปรับตัว และความสัมพันธ์ของกลุ่ม

5.1.2 รายวิชา 3543605 การวิจัยตลาด เป็นการฝึกทักษะในการทำวิจัย โดยผู้เรียนค้นคว้าหาข้อมูล หรือปัญหาที่อยู่ในความสนใจทางด้านการตลาด กำหนดปัญหา และหัวข้อวิจัย การเขียนเค้าโครงวิจัย เพื่อรับการอนุมัติ ดำเนินการวิจัย เก็บข้อมูล สรุปผล อภิปรายผลวิจัย จัดทำรูปเล่มงานวิจัย และนำเสนอ

5.2 มาตรฐานผลการเรียนรู้

มาตรฐานการเรียนรู้ในการจัดทำโครงการ หรืองานวิจัยไว้จำนวน 2 รายวิชา ดังนี้

5.2.1 รายวิชา 3543606 โครงการทางการตลาด ผู้เรียนได้จัดทำโครงการในรายวิชาอย่างน้อย 1 โครงการ และได้ฝึกการทำงานร่วมกัน แบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ การปรับตัวร่วมกับผู้อื่น

5.2.2 รายวิชา 3543605 การวิจัยตลาด ผู้เรียนทำงานวิจัยอย่างน้อย 1 เรื่อง และจัดทำเล่มรายงานการวิจัย พร้อมการนำเสนอ

5.3 ช่วงเวลา

รายวิชา 3543606 โครงการทางการตลาด และรายวิชา 3543605 การวิจัยตลาด เรียนในชั้นปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2

5.4 จำนวนหน่วยกิต

จำนวนหน่วยกิต 2 รายวิชา รวม 6 หน่วยกิต ประกอบด้วย รายวิชา 3543606 โครงการทางการตลาด 3(2-2-5) และรายวิชา 3543605 การวิจัยตลาด 3(2-2-5)

5.5 การเตรียมการ

การเตรียมการในรายวิชาโครงการ และงานวิจัย มีดังนี้

5.5.1 รายวิชา 3543606 โครงการทางการตลาด ผู้สอนกำหนดให้ผู้เรียนจัดกลุ่มในการจัดทำโครงการ และหลักสูตรแต่งตั้งอาจารย์ที่ปรึกษาประจำกลุ่ม ให้คำปรึกษา แนะนำในการดำเนินโครงการ และประเมินผลร่วมกับผู้สอน

5.5.2 รายวิชา 3543605 การวิจัยตลาด มีการแต่งตั้งอาจารย์ที่ปรึกษาหัวข้อวิจัย แนะนำแหล่งข้อมูลข่าวสารงานวิจัย ให้คำปรึกษาในการดำเนินงานวิจัย และการตรวจสอบรายงานการวิจัย พร้อมกับการประเมินผลร่วมกับผู้สอน

5.6 กระบวนการประเมินผล

โดยอาจารย์ที่ปรึกษามีการประเมินผลความก้าวหน้าในการทำงานวิจัย/โครงการ การส่งงานตามระยะเวลาที่กำหนด รายงานการวิจัย/โครงการ และการนำเสนองานวิจัยตามเวลาที่กำหนด

หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ของหลักสูตร กลยุทธ์การจัดการศึกษา และวิธีการประเมินผล

การศึกษาความเป็นไปได้ในการปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย นำมากำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร และการสำรวจความต้องการศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา การศึกษาความเป็นไปได้ครั้งนี้ใช้การวิจัยแบบผสม (mixed method) โดยการวิจัยเชิงคุณภาพใช้การศึกษาจากเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ใช้บัณฑิต การวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถาม กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholder) ประกอบด้วย ศิษย์เก่า ศิษย์ปัจจุบัน อาจารย์ผู้สอน และผู้เรียนในอนาคต จากกระบวนการดังกล่าวสามารถสรุปได้ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร ดังต่อไปนี้

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังระดับหลักสูตร (Program Learning Outcomes : PLOs)

เมื่อผู้เรียนสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตรแล้วมีความสามารถตามผลลัพธ์การเรียนรู้ต่อไปนี้

PLO1 อธิบาย หลักการ แนวคิด ทฤษฎีด้านการจัดการและบริหารธุรกิจ

PLO2 ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ศาสตร์ทางด้านการบริหารธุรกิจ และการสื่อสารในการประกอบธุรกิจ

PLO3 มีความรู้และทักษะทางด้านการตลาดที่ก้าวหน้าต่อการเปลี่ยนแปลง

PLO4 ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการแสวงหา วิเคราะห์ เพื่อการตัดสินใจทางด้านการตลาด มีความคิดสร้างสรรค์ บูรณาการความรู้ เพื่อไปสู่การเป็นผู้ประกอบการ

PLO5 มีมนุษยสัมพันธ์ การทำงานเป็นทีม มีภาวะผู้นำ และปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

PLO6 นำความรู้ไปใช้ประโยชน์ให้เกิดกับท้องถิ่น สังคม มีจิตสาธารณะ แสดงพฤติกรรมที่เหมาะสมกับจรรยาบรรณนักการตลาด

PLO7 ปฏิบัติงานด้านการตลาดในสถานประกอบการได้สำเร็จลุล่วง

2. คุณลักษณะอันพึงประสงค์ของบัณฑิต (Graduate Attributes)

คุณลักษณะพิเศษ	กลยุทธ์การจัดการศึกษาหรือกิจกรรม ของนักศึกษา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ ระดับหลักสูตร (PLOs)
1. การคิดวิเคราะห์ คิดเป็นระบบ คิดสร้างสรรค์ ในการดำเนินงาน ด้านการตลาด	- จัดการเรียนรู้การสอนให้ผู้เรียนมีกระบวนการคิดวิเคราะห์ในสถานการณ์ปัจจุบัน - จัดการเรียนรู้การสอนโดยวิธี Active Learning ผ่านการจัดทำโครงงาน การเรียนรู้ โดยเน้นปัญหา การแสวงหาข้อมูลมาใช้ในการวางแผนและการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด - ส่งเสริมสนับสนุนการเรียนรู้ด้วยตนเองในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล - การฝึกปฏิบัติในการทำกิจกรรมกลุ่ม เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และการทำงานร่วมกัน	PLO3 มีความรู้และทักษะทางด้านการตลาดที่ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลง PLO4 ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการแสวงหา วิเคราะห์ เพื่อการตัดสินใจทางด้านการตลาด มีความคิดสร้างสรรค์ บูรณาการความรู้ เพื่อไปสู่การเป็นผู้ประกอบการ PLO5 มีมนุษยสัมพันธ์ การทำงานเป็นทีม มีภาวะผู้นำ และปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน
2. มีคุณสมบัติการเป็นผู้ประกอบการ	- จัดการเรียนรู้การสอนในส่วนเนื้อหาวิชาที่เกี่ยวกับหลักการ แนวคิด การเป็นการประกอบธุรกิจ - ฝึกทักษะการปฏิบัติในการทำธุรกิจจำลอง - ฝึกการทำงานกลุ่ม ความรับผิดชอบ การแบ่งหน้าที่ และการปรับตัวให้เข้ากับผู้อื่น - ฝึกการปฏิบัติลงพื้นที่ และศึกษาจากผู้ประกอบการในระดับชุมชน ท้องถิ่น นำมาเป็นหัวข้อในการฝึกปฏิบัติ	PLO1 อธิบาย หลักการ แนวคิดทฤษฎีด้านการจัดการและบริหารธุรกิจ PLO4 ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการแสวงหา วิเคราะห์ เพื่อการตัดสินใจทางด้านการตลาด มีความคิดสร้างสรรค์ บูรณาการความรู้ เพื่อไปสู่การเป็นผู้ประกอบการ PLO5 มีมนุษยสัมพันธ์ การทำงานเป็นทีม มีภาวะผู้นำ และปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน
3. มีการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์	- จัดกิจกรรมการเรียนรู้การสอนให้นักศึกษาทำงานเป็นทีม ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้	PLO2 ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ศาสตร์ทางด้านการบริหารธุรกิจ และการสื่อสารในการประกอบธุรกิจ

คุณลักษณะพิเศษ	กลยุทธ์การจัดการศึกษาหรือกิจกรรม ของนักศึกษา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ ระดับหลักสูตร (PLOs)
	- ฝึกการคิดวิเคราะห์แก้ปัญหา ตามสถานการณ์ผ่านกรณีศึกษา - การฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการ ทั้งระหว่างการเรียน และก่อนการสำเร็จการศึกษา	PLO5 มีมนุษยสัมพันธ์ การทำงานเป็นทีม มีภาวะผู้นำ และปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน PLO6 มีความรู้นำไปใช้ประโยชน์ให้เกิดกับท้องถิ่น สังคม มีจิตสาธารณะ แสดงพฤติกรรมที่เหมาะสมกับจรรยาบรรณนักการตลาด PLO7 ปฏิบัติงานด้านการตลาดในสถานประกอบการได้สำเร็จลุล่วง

3. ผลลัพธ์การเรียนรู้ตามที่คาดหวังของหลักสูตร

3.1 กลยุทธ์การจัดการศึกษาให้เป็นไปตามผลลัพธ์การเรียนรู้ตามที่คาดหวังของหลักสูตร (PLOs)

ซึ่งนักศึกษาจะต้องบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ ดังนี้

3.1.1 หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

ผลลัพธ์การเรียนรู้	การจัดการกระบวนการเรียนรู้	การวัดและประเมินผลผู้เรียน
PLO1 สามารถคิดอย่างมีวิจารณ์ ญาณสร้างสรรค์และเป็นระบบ	1) การสอนหลากหลายรูปแบบทั้งบรรยาย อภิปราย ฝึกปฏิบัติ ทำกิจกรรมกลุ่ม โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ 2) มอบหมายงานให้ศึกษาค้นคว้า ด้วยตนเอง จัดทำรายงาน และอภิปรายกลุ่ม โดยเชื่อมโยงกับ หลักการและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง 3) อภิปรายกลุ่ม 4) มอบหมายงานรับผิดชอบเป็นรายกลุ่ม เพื่อให้นักศึกษามีภาวะเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี 5) นักศึกษาร่วมกันอภิปรายแสดงความคิดเห็น	1) ประเมินผลจากการสอบปลายภาค 2) ประเมินผลการทำกิจกรรม 3) กลุ่ม ผลงาน และรายงาน ประเมินจากพฤติกรรมที่ นัก ศี ก ษ ามี ส่วน ร่วม ในการทำงานกลุ่มและการแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็น

ผลลัพธ์การเรียนรู้	การจัดการกระบวนการเรียนรู้	การวัดและประเมินผลผู้เรียน
PLO2 สามารถเชื่อมโยงความคิด เพื่อแก้ปัญหาในสถานการณ์ที่หลากหลายได้	1) ใช้วิธีการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญด้วยรูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลาย สอดคล้องกับสาระการเรียนรู้ในแต่ละหัวข้อ ใช้เทคนิคการสอนที่หลากหลาย ปรับเปลี่ยนตามเนื้อหาสาระ เช่น การบรรยาย การใช้กรณีศึกษา การสนทนา อภิปรายกลุ่มย่อย และการนำเสนอเนื้อหาความรู้หน้าชั้นเรียน 2) จัดกิจกรรมทักษะศึกษา/ทักษะศึกษาออนไลน์ ณ ศูนย์การเรียนรู้เพื่อเสริมประสบการณ์ภาคสนามจากสถานการณ์จริง 3) ให้ความสำคัญกับแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลาย เช่น หนังสือ วารสาร วิทยทัศน์ เว็บไซต์ต่าง ๆ โดยเน้นการเรียนรู้เนื้อหา และตัวอย่างที่บูรณาการศาสตร์ 4) แนะนำการเรียนรู้ด้วยตนเอง วิธีการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลจากสื่อความรู้ทางวิชา	1) ประเมินจากการสอบด้วยข้อสอบกลางภาค และข้อสอบปลายภาค 2) สังเกตจากวิธีคิดแก้ปัญหาในการหาคำตอบและผลลัพธ์ที่ได้พัฒนาการในการทำงาน ความมุ่งมั่นและความพยายามในการแสวงหาคำตอบจากการทำกิจกรรมแบบฝึกหัด หรือโครงการ
PLO3 สามารถใช้ชีวิตอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี	1) ใช้วิธีการจัดการเรียนรู้ที่เน้น ผู้เรียนเป็นฐานด้วยรูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา โดยมีการใช้กรณีศึกษา การสนทนา อภิปรายกลุ่มย่อย และการนำเสนอเนื้อหาความรู้หน้าชั้นเรียน 2) การใช้สื่อออนไลน์ คลิปวิดีโอในสถานการณ์ต่าง ๆ ให้นักศึกษาได้ศึกษา และสามารถนำมาปรับใช้ในการใช้ชีวิตในสังคมปัจจุบันและอนาคตได้	1) สังเกตพฤติกรรมและความสนใจในขณะที่เรียน ประเมินพฤติกรรม การเข้าชั้นเรียน การปฏิบัติตามกฎและกติกาของชั้นเรียนและมหาวิทยาลัย 2) ประเมินผลจากผลงาน การทำกิจกรรม แบบฝึกหัด หรือโครงการ 3) การประเมินการมีส่วนร่วมในกิจกรรมร่วมกันในชั้นเรียน 4) การประเมินผลจากการสอบด้วยข้อสอบ

ผลลัพธ์การเรียนรู้	การจัดการกระบวนการเรียนรู้	การวัดและประเมินผลผู้เรียน
	3) ตั้งบทบาทสมมติเพื่อให้เห็นความคิดเห็นผ่านการสนทนาถึงมุมมองที่แตกต่างกันของนักศึกษาแต่ละคนในชั้นเรียน 4) มีการเรียนรู้และทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน	
PLO4 สามารถดูแลสุขภาพของตนเองเพื่อให้ดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างมีความสุข	1) ใช้วิธีการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญด้วยรูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพ โดยมีการใช้กรณีศึกษา การสนทนา การอภิปราย กลุ่มย่อย และการนำเสนอเนื้อหาความรู้หน้าชั้นเรียน 2) จัดกิจกรรมการเรียนการสอน เพื่อให้ผู้เรียนได้ศึกษาค้นคว้า สืบค้นข้อมูลทางสุขภาพเพื่อนำมาวิเคราะห์ในการดูแลและแก้ปัญหาทางสุขภาพ 3) การใช้สื่อออนไลน์ คลิปวิดีโอในสถานการณ์ต่าง ๆ ให้นักศึกษาได้ศึกษา และสามารถนำมาปรับใช้ในการดูแลสุขภาพตนเองได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม 4) จัดประสบการณ์ การเรียนรู้ที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนได้ใช้ความสามารถในการเลือกสารสนเทศและฝึกทักษะการนำเสนอสารสนเทศด้วยวิธีการที่หลากหลายเหมาะสมกับผู้ฟังและเนื้อหา	1) การประเมินผลจากการให้เหตุผลประกอบการอธิบายในการปฏิบัติงาน ชิ้นงาน กิจกรรมในชั้นเรียน ทั้งงานเดี่ยวและ งานกลุ่ม 2) การประเมินการมีส่วนร่วมในกิจกรรมร่วมกันในชั้นเรียน 3) การประเมินผลจากการสอบกลางภาค และสอบปลายภาค - ประเมินจากใบกิจกรรม / ใบงานที่ได้รับมอบหมาย - ประเมินจากการทำโครงการ และการนำเสนองาน
PLO5 สามารถสื่อสารระหว่างบุคคลในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม	1) การสอนแบบบรรยาย 2) การสอนโดยใช้บทบาทสมมติ 3) การสอนแบบผสมผสานโดยใช้ สื่อและ เทคโนโลยี เช่น การใช้สื่อออนไลน์ คลิปวิดีโอ หรือแอปพลิเคชันต่าง ๆ เพื่อฝึกทักษะทางภาษา	1) ประเมินการเข้าชั้นเรียน 2) สังเกตพฤติกรรมในชั้นเรียน เช่น การตรงต่อเวลาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานการแสดงออก และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมในชั้นเรียน

ผลลัพธ์การเรียนรู้	การจัดการกระบวนการเรียนรู้	การวัดและประเมินผลผู้เรียน
	4) กำหนดให้นักศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและนำเสนอความรู้	3) ประเมินจากงานที่ได้รับมอบหมาย 4) ประเมินจากงานและการนำเสนอความรู้ที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม รวมทั้งการมีส่วนร่วมในชั่วโมงที่มีการนำเสนอ 5) สอบพูด สอบสนทนา สอบอ่าน 6) สอบข้อเขียนในการทดสอบย่อย การสอบกลางภาคและปลายภาค
PLO6 สามารถใช้ภาษาไทยและภาษาต่างประเทศในการสื่อสารระหว่างบุคคลได้	1) เน้นการสอนด้วยวิธีการที่หลากหลาย เช่น การบรรยายพร้อมยกตัวอย่าง ประกอบการ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นภายในชั้นเรียน การเปิดโอกาสให้ซักถามภายในชั้นเรียน การสอนโดยใช้ปัญหา (Problem Base Learning) และเน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง (Student Center) 2) เน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจผ่านการฝึกปฏิบัติ และศึกษาค้นคว้าเป็นรายบุคคล/รายกลุ่ม เช่น ให้ผู้เรียนนำเสนอ ความคิดเห็น และถาม-ตอบในสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน 3) ฝึกทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศ ผ่านกิจกรรมการแสดงบทบาทสมมติ	1) ผลคะแนนแบบฝึกหัด การทดสอบย่อย การสอบกลางภาค และสอบปลายภาค 2) ประเมินผลจากงานที่ได้รับมอบหมาย 3) สังเกตพฤติกรรมระหว่างเรียน และการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม 4) สังเกตพฤติกรรมการฝึกสนทนาในสถานการณ์จำลอง

ผลลัพธ์การเรียนรู้	การจัดการกระบวนการเรียนรู้	การวัดและประเมินผลผู้เรียน
PLO7 สามารถใช้เทคโนโลยีในการดำเนินชีวิตได้อย่างปลอดภัยและมีคุณธรรม	1) บรรยาย ยกตัวอย่าง และชมคลิปวิดีโอเกี่ยวกับสารสนเทศและสารสนเทศดิจิทัล 2) ผู้สอนและผู้เรียนร่วมกันอภิปรายเกี่ยวกับความสำคัญของสารสนเทศและสารสนเทศดิจิทัลกับการเรียนรู้ตลอดชีวิตจากความหมาย และประสบการณ์ในชีวิตประจำวัน 3) ยกตัวอย่างกรณีศึกษาของความสำคัญของการกลั่นกรองข่าวสาร ข่าวปลอม ก่อนนำไปสู่การใช้หรือแชร์	1) การประเมินผลจากการให้เหตุผลประกอบการอธิบายในการทำงาน ชิ้นงาน กิจกรรมในชั้นเรียน ทั้งงานเดี่ยวและงานกลุ่ม 2) การประเมินการมีส่วนร่วมในกิจกรรมร่วมกันในชั้นเรียน 3) การประเมินผลจากการสอบกลางภาค และสอบปลายภาค - ประเมินจากใบกิจกรรม/ ใบงานที่ได้รับมอบหมาย - ประเมินจากการทำโครงงาน และการนำเสนองานในชั้นเรียน
PLO8 สามารถใช้เทคโนโลยีในการสร้างรายได้ให้กับตนเอง	1) จัดกิจกรรมการเรียนการสอน เพื่อให้ผู้เรียนได้ฝึกการใช้โปรแกรมประยุกต์เพื่อสร้างรายได้ให้กับตนเอง 2) มอบหมายงานพร้อมทั้งให้นักศึกษาสร้างรายได้จริง	1) ประเมินการสอนจากงานได้รับมอบหมาย 2) ประเมินจากการสร้างรายได้หรือยอดการเข้าถึง
PLO9 แสดงออกถึงการปฏิบัติงาน ด้วยความรับผิดชอบ ต่อหน้าที่ มีทัศนคติเชิงบวก แสวงหาความรู้ เพื่อปฏิบัติงานในสถานประกอบการได้	1) บรรยายเนื้อหาและยกตัวอย่างประกอบการบรรยาย 2) คู่มือทัศนคติประกอบการที่ใช้ทุนทางสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อสร้างรายได้และการวางแผนทางการเงินเพื่อการประกอบธุรกิจ 3) มอบหมายงานกลุ่มให้สืบค้นและการวางแผนการประกอบการที่ใช้ทุนทางสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่น 4) มอบหมายงานรายบุคคลให้พัฒนา Content และการเผยแพร่บนสื่อสังคมออนไลน์	1) ทดสอบความรู้และทักษะทางปัญญา - กลางภาค - ปลายภาค - คำถามท้ายบท 2) การสรุปความรู้จากการดูวิดีโอทัศน์ 3) การสังเกตพฤติกรรม - การมีส่วนร่วมในกิจกรรม - ภาวะผู้นำและผู้ตาม - ความรับผิดชอบใน

ผลลัพธ์การเรียนรู้	การจัดการกระบวนการเรียนรู้	การวัดและประเมินผลผู้เรียน
	5) ฝึกปฏิบัติโดยให้นักศึกษาแสดง บทบาทสมมติการวางแผนทางการเงิน เพื่อการประกอบธุรกิจ	- บทบาทและหน้าที่ที่ได้รับ มอบหมาย - การนำเสนอและการใน เครื่องมือดิจิทัล
PLO10 สามารถบริหาร การเงินในการ ดำเนินชีวิตได้ อย่างเหมาะสม	1) บรรยายเนื้อหาและยกตัวอย่าง ประกอบการบรรยาย 2) บรรยายเนื้อหาและยกตัวอย่าง ประกอบการบรรยาย 3) คุวิทัศน์หลักการใช้จ่ายเงินการออม การลงทุน และการก่อกั้น ในตลาด การเงินดิจิทัล และความสำคัญของ การวางแผนการเงินส่วนบุคคล 4) มอบหมายงานให้ทำบัญชีรายรับ – จ่ายส่วนบุคคลผ่าน Application 5) เรียนรู้ผ่านกรณีศึกษาเกี่ยวกับทาง การเงินในตลาดการเงินดิจิทัล	1) ทดสอบความรู้และทักษะทาง ปัญญา - กลางภาค - ปลายภาค - คำถามท้ายบท 2) การสรุปความรู้จากการดู วิทัศน์ 3) การสังเกตพฤติกรรม - การมีส่วนร่วมในกิจกรรม - ภาวะผู้นำและผู้ตาม - ความรับผิดชอบในบทบาท และหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย - การนำเสนอและการใช้ เครื่องมือดิจิทัล 4) ประเมินความสำเร็จจาก การทำบัญชีรายรับรายจ่าย

3.1.2 หมวดวิชาเฉพาะ

ผลลัพธ์การเรียนรู้	การจัดการกระบวนการเรียนรู้	การวัดและประเมินผลผู้เรียน
PLO1 อธิบายหลักการ แนวคิดทฤษฎี ด้านการจัดการ และบริหารธุรกิจ	1) การเรียนการสอนด้วยการ บรรยายประกอบสื่อการสอน	1) การทดสอบย่อย การสอบกลาง ภาค การสอบปลายภาค และ สอบปฏิบัติ 2) การสังเกตพฤติกรรม การทำงาน กลุ่ม การมีส่วนร่วมในการทำ กิจกรรม 3) คุณภาพของชิ้นงาน/รายงาน 4) การนำเสนอผลงาน

ผลลัพธ์การเรียนรู้	การจัดการกระบวนการเรียนรู้	การวัดและประเมินผลผู้เรียน
		5) การใช้เทคโนโลยีในกระบวนการเรียนและ การฝึกปฏิบัติ
PLO2 ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลศาสตร์ทางด้านการบริหารธุรกิจและการสื่อสารในการประกอบธุรกิจ	1) การเรียนการสอนด้วยการบรรยาย ประกอบสื่อการสอน 2) การฝึกทักษะในการใช้เทคโนโลยีในการแสวงหาข้อมูล การเลือกข้อมูล วิเคราะห์เพื่อใช้ในการตัดสินใจ และการใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารทางธุรกิจ 3) การเรียนรู้จากกรณีศึกษา	1) การทดสอบย่อย การสอบกลางภาค การสอบปลายภาค และสอบปฏิบัติ 2) การสังเกตพฤติกรรมการทำงานกลุ่ม การมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม 3) คุณภาพของชิ้นงาน/รายงาน 4) การนำเสนอผลงาน 5) การใช้เทคโนโลยีในกระบวนการเรียนและ การฝึกปฏิบัติ 6) กรณีศึกษา
PLO3 มีความรู้และทักษะทางด้านการตลาดที่ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลง	1) การเรียนการสอนด้วยการบรรยายประกอบสื่อการสอน 2) การสอนที่เน้น Active Learning โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญด้วยวิธี Brain Storming, Case study, Class discussion, Project base, Problem base และ Research base 3) การฝึกทักษะในการใช้เทคโนโลยีในการแสวงหาข้อมูล การเลือกข้อมูล เพื่อใช้ในการตัดสินใจ 4) การเชิญวิทยากรที่มีความเชี่ยวชาญภายนอกมาให้ความรู้และประสบการณ์ 5) การศึกษาดูงานสถานประกอบการ	1) การทดสอบย่อย การสอบกลางภาค การสอบปลายภาค และสอบปฏิบัติ 2) การสังเกตพฤติกรรมการทำงานกลุ่ม การมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม 3) คุณภาพของชิ้นงาน/รายงาน 4) การนำเสนอผลงาน 5) การใช้เทคโนโลยีในกระบวนการเรียนและ การฝึกปฏิบัติ

ผลลัพธ์การเรียนรู้	การจัดการกระบวนการเรียนรู้	การวัดและประเมินผลผู้เรียน
PLO4 ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการแสวงหาวิเคราะห์เพื่อการตัดสินใจทางด้านการตลาด มีความคิดสร้างสรรค์ บูรณาการความรู้เพื่อไปสู่การเป็นผู้ประกอบการ	1) จัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล 2) ฝึกทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้กับงานด้านการตลาด	1) คุณภาพของชิ้นงาน/ รายงานที่มอบหมาย 2) การนำเสนอผลงาน 3) สังเกตพฤติกรรมในการทำกิจกรรมกลุ่ม
PLO5 มีมนุษยสัมพันธ์การทำงานเป็นทีม มีภาวะผู้นำและปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน	1) การเรียนรู้จากสถานการณ์จริงโดยใช้ Brain Storming, Case study, Class discussion, Project base Problem base และ Research base 2) ฝึกปฏิบัติการทำงานเป็นทีมผ่านกิจกรรมการเรียนรู้ทั้งภายในและภายนอกห้องเรียน 3) ฝึกปฏิบัติการทำโครงการ งานวิจัย/แผนการตลาด	1) การสังเกตพฤติกรรมในการทำกิจกรรมกลุ่ม 2) ผลงานการทำโครงการ/ รายงาน การวิจัย/ แผนการตลาด 3) คุณภาพของชิ้นงาน / รายงาน 4) การฝึกปฏิบัติของผู้เรียน 5) ประเมินผลจากการนำเสนอโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล
PLO6 นำความรู้ไปใช้ประโยชน์ให้เกิดกับท้องถิ่น สังคม มีจิตสาธารณะ แสดงพฤติกรรมที่เหมาะสมกับจรรยาบรรณนักการตลาด	1) จัดเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับจรรยาบรรณนักการตลาดและผู้ประกอบการสอดแทรกให้สอดคล้องในรายวิชา 2) การใช้ Case Study ในการฝึกคิดวิเคราะห์การเป็นผู้ประกอบการที่มีจรรยาบรรณ 3) ฝึกปฏิบัตินำฐานทรัพยากรของชุมชนมาเป็นโจทย์ในการพัฒนาด้านการตลาด	1) คุณภาพชิ้นงาน/รายงาน 2) การสังเกตพฤติกรรมในการทำกิจกรรมภายนอกชั้นเรียน 3) แบบประเมินผลการฝึกปฏิบัติระหว่างเรียนของหน่วยงานภายนอก

	4) ศึกษาปัญหาของชุมชน และนำมาเป็น Problem Base เพื่อฝึกการแก้ปัญหาและการตัดสินใจตามแนวทางการตลาด 5) การฝึกปฏิบัติงานจริงระหว่างเรียนในสถานประกอบการ	
PLO7 ปฏิบัติงานด้านการตลาดในสถานประกอบการได้สำเร็จลุล่วง	1) การใช้ Class discussion ในประเด็นปัญหาทางการตลาด 2) จัดอบรมเชิงปฏิบัติการฝึกทักษะเพื่อเตรียมความพร้อมก่อนการฝึกปฏิบัติงานจริง 3) เชิญวิทยากรที่มีความเชี่ยวชาญมาให้ความรู้ 4) การปฐมนิเทศก่อนการฝึกปฏิบัติงานจริง 5) การฝึกปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการระหว่างเรียน 6) การฝึกปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการก่อนสำเร็จการศึกษา	1) ชิ้นงาน/รายงาน 2) ผลการดำเนินโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ 3) ผลการประเมินของอาจารย์นิเทศ 4) ผลการประเมินของสถานประกอบการ

3.2 ผลลัพธ์การเรียนรู้

3.2.1 หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

1) ด้านความรู้

- 1.1) มีความรู้ความเข้าใจในเกี่ยวกับการใช้ชีวิตอยู่ในสังคมปัจจุบันและอนาคต
- 1.2) มีความรู้ความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการดำรงชีวิตประจำวันได้
- 1.3) มีความรู้ความเข้าใจการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารสากลในบริบทต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต
- 1.4) มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการคิดประเภทต่าง ๆ อย่างถูกต้อง
- 1.5) มีความรู้ความเข้าใจทางด้านการเป็นผู้ประกอบการและบริหารการเงิน

2) ด้านทักษะ

- 2.1) มีทักษะในการสืบค้น วิเคราะห์ ประมวล และประเมินสารสนเทศเพื่อใช้แก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์โดยมีการคิดอย่างมีวิจารณญาณและอย่างเป็นระบบ
- 2.2) มีทักษะการคิดประเภทต่าง ๆ และสามารถนำความคิดนั้นไปประยุกต์ใช้กับศาสตร์อื่น ๆ ได้

- 2.3) มีทักษะการเป็นผู้ประกอบการ การวางแผนการเงิน และการใช้เงินอย่างรู้คุณค่า
- 2.4) มีทักษะในการดูแลสุขภาพตนเองและผู้อื่นได้ตามหลักการที่ถูกต้อง
- 2.5) มีทักษะการใช้ชีวิตร่วมกับผู้อื่นได้
- 2.6) มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อสื่อสารในการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ

3) ด้านจริยธรรม

- 3.1) ตระหนักในคุณค่าและคุณธรรม จริยธรรม เสียสละ และซื่อสัตย์สุจริต โดยมีความพอเพียงเป็นฐานในการดำเนินชีวิต
- 3.2) มีวินัย ตรงต่อเวลา และมีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม
- 3.3) เข้าใจสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์
- 3.4) ปฏิบัติตามระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรและสังคมตลอดจนมีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ

4) ด้านลักษณะบุคคล

- 4.1) เป็นบุคคลที่สามารถแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี
- 4.2) เป็นบุคคลที่มีความรับผิดชอบต่อตนเองและเคารพสิทธิของผู้อื่น
- 4.3) เป็นบุคคลที่สามารถใช้ภาษาเพื่อสื่อสารในการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ
- 4.4) เป็นบุคคลที่มีแนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้ตลอดชีวิต
- 4.5) วางตัวและแสดงความคิดเห็นได้อย่างเหมาะสมกับบทบาทหน้าที่ และความรับผิดชอบ

3.2.2 หมวดวิชาเฉพาะ

1) ด้านความรู้

- 1.1) อธิบายหลักการแนวคิดทฤษฎีด้านการบริหารธุรกิจในการประกอบธุรกิจ
- 1.2) อธิบายหลักการ แนวคิด ทฤษฎีด้านการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ
- 1.3) อธิบายหลักการใช้เทคโนโลยีการตลาดสมัยใหม่
- 1.4) อธิบายจรรยาบรรณด้านการตลาดในการประกอบธุรกิจ

2) ด้านทักษะ

- 2.1) ประยุกต์ใช้ทฤษฎีทางด้านการบริหารธุรกิจ การสื่อสารเทคโนโลยีดิจิทัลในการดำเนินธุรกิจ
- 2.2) ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการแสวงหา วิเคราะห์ นำเสนอ และปรับใช้กับการตัดสินใจของธุรกิจที่สอดคล้องกับสถานการณ์
- 2.3) มีความคิดสร้างสรรค์ บูรณาการความรู้ในการใช้เครื่องมือด้านการตลาด นำไปสู่การเป็นผู้ประกอบการ
- 2.4) แสดงออกในการสื่อสารกับผู้อื่นได้อย่างเข้าใจและถูกต้อง
- 2.5) มีคุณลักษณะเป็นผู้ประกอบการในท้องถิ่น หรือทำงานในสถานประกอบการได้

3) ด้านจริยธรรม

- 3.1) ตระหนักถึงคุณธรรมจริยธรรมทางธุรกิจ และความรับผิดชอบต่อผู้อื่น
- 3.2) รู้บทบาทหน้าที่ของตน รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นและมีจิตสาธารณะ
- 3.3) มีคุณธรรมจริยธรรม ความรับผิดชอบต่อตรงต่อเวลา และปฏิบัติตามกฎระเบียบ

ของสังคม

3.4) แสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อท้องถิ่น สังคมและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการแสดงถึงพฤติกรรมที่เหมาะสมกับจรรยาบรรณนักการตลาด

4) ด้านลักษณะส่วนบุคคล

- 4.1) ตระหนักถึงบุคลิกภาพในการเป็นผู้ประกอบการ รู้เท่าทันเทคโนโลยี
- 4.2) มีการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมเพื่อการทำงานร่วมกับผู้อื่น
- 4.3) แสดงออกด้านบุคลิกภาพ ความคิดสร้างสรรค์ พฤติกรรมที่เหมาะสมกับการเป็น

นักการตลาด

- 4.4) มีความเป็นผู้นำ และแสดงออกถึงการเรียนรู้ตลอดชีวิต

3.3 ผลลัพธ์การเรียนรู้ตามที่คาดหวังระดับหลักสูตร (PLOs) กับผลการเรียนรู้ (LO) ของหลักสูตร

3.3.1 หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

โปรแกรมผลลัพธ์การเรียนรู้ PLOs	ด้านความรู้					ด้านทักษะ						ด้านจริยธรรม				ด้านลักษณะบุคคล				
	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	3.1	3.2	3.3	3.4	4.1	4.2	4.3	4.4	4.5
PLO1 สามารถคิดอย่างมีวิจารณญาณ สร้างสรรค์และเป็นระบบ	●			●		●	●		●		●		●			●	●	●		
PLO2 สามารถเชื่อมโยงความคิดเพื่อแก้ปัญหาในสถานการณ์ที่หลากหลายได้	●					●	●					●	●			●				
PLO3 สามารถใช้ชีวิตอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี	●					●							●		●					●
PLO4 สามารถดูแลสุขภาพของตนเองเพื่อให้ดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างมีความสุข	●					●			●	●				●	●	●				
PLO5 สามารถสื่อสารระหว่างบุคคลในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างถูกกาลเทศะ	●		●					●			●	●					●	●		
PLO6 สามารถใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสารระหว่างบุคคลได้	●		●					●			●		●				●	●		
PLO7 สามารถใช้เทคโนโลยีในการดำเนินชีวิตได้อย่างปลอดภัยและมีคุณธรรม	●	●				●										●	●		●	
PLO8 สามารถใช้เทคโนโลยีในการสร้างรายได้ให้กับตนเอง	●	●																	●	
PLO9 แสดงออกถึงการปฏิบัติงาน ด้วยความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ มีทัศนคติเชิงบวก แสวงหาความรู้เพื่อปฏิบัติงานในสถานประกอบการได้					●			●		●					●		●		●	
PLO10 สามารถบริหารการเงินในการดำเนินชีวิตได้อย่างเหมาะสม					●			●		●					●		●		●	

3.3.2 หมวดวิชาเฉพาะ

โปรแกรมผลลัพธ์การเรียนรู้ PLOs	ด้านความรู้ (Knowledge)				ด้านทักษะ (Skills)					ด้านจริยธรรม (Ethics)				ด้านลักษณะบุคคล (Character)			
	1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	3.1	3.2	3.3	3.4	4.1	4.2	4.3	4.4
PLO1 อธิบายหลักการ แนวคิดทฤษฎีด้านการจัดการและ บริหารธุรกิจ	●									●				●			
PLO2 ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ศาสตร์ทางด้านการบริหารธุรกิจ และ การสื่อสารในการประกอบธุรกิจ					●					●				●			
PLO3 มีความรู้และทักษะทางด้านการตลาดที่ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลง		●				●					●				●		
PLO4 ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการแสวงหา วิเคราะห์ เพื่อการตัดสินใจทางด้านการตลาด มีความคิดสร้างสรรค์ บูรณาการความรู้ เพื่อไปสู่การเป็นผู้ประกอบการ			●			●	●				●		●			●	
PLO5 มีมนุษยสัมพันธ์ การทำงานเป็นทีม มีภาวะผู้นำ และปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน				●				●			●	●			●		●
PLO6 นำความรู้ไปใช้ประโยชน์ให้เกิดกับท้องถิ่น สังคม มีจิตสาธารณะ แสดง พฤติกรรมที่เหมาะสมกับจรรยาบรรณนักการตลาด				●					●				●				●
PLO7 ปฏิบัติงานด้านการตลาดในสถานประกอบการได้สำเร็จลุล่วง				●				●	●		●	●	●		●	●	

3.4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายวิชา (Courses) กับผลลัพธ์การเรียนรู้ตามที่คาดหวังระดับหลักสูตร (PLOs)

3.4.1 หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

รายวิชา	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8	PLO9	PLO10
กลุ่มสาระที่ 1 การคิดและการแก้ปัญหา										
GEN1101 ฉลาดคิด	●	●	●	●						
GEN1102 ศาสตร์พระราชาเพื่อการบูรณาการที่ยั่งยืน	●	●	●							
GEN1103 วิศวกรสังคมเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น	●	●	●							
กลุ่มสาระที่ 2 การใช้ชีวิตอยู่ร่วมกับผู้อื่น										
GEN1201 รู้ทันสุขภาพ	●		●	●						
GEN1202 พลเมืองจิตสาธารณะ	●	●	●		●					
GEN1203 พลเมืองโลก			●		●					
GEN1204 วิถีชีวิตที่ยั่งยืน	●		●		●					
GEN1205 ใส่ใจภัยพิบัติในโลกสมัยใหม่		●	●		●					
GEN1206 งานช่างในชีวิตประจำวัน	●		●							
GEN1207 เส้นแห่งสงขลา			●							
GEN1208 สมาธิเพื่อพัฒนาชีวิต	●		●							
กลุ่มสาระที่ 3 การสื่อสารระหว่างบุคคล										
GEN1301 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในบริบทสากล					●	●				
GEN1302 ภาษาอังกฤษในบริบทการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ					●	●				

รายวิชา	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8	PLO9	PLO10
GEN1303 ศิลปะการใช้ภาษาไทย					●					
GEN1304 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร						●				
GEN1305 ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสาร						●				
GEN1306 ภาษามาลายีเพื่อการสื่อสาร						●				
GEN1307 ภาษาอินโดนีเซียเพื่อการสื่อสาร						●				
กลุ่มสาระที่ 4 การใช้เทคโนโลยี										
GEN1401 เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อชีวิตวิถีใหม่							●	●		
GEN1402 ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์			●				●	●		
GEN1403 สารสนเทศดิจิทัล	●		●				●	●		
กลุ่มสาระที่ 5 การเป็นผู้ประกอบการและการบริหารเงิน										
GEN1501 การประกอบการยุคดิจิทัล							●		●	●
GEN1502 การเงินยุคดิจิทัล							●		●	●

3.4.2 หมวดวิชาเฉพาะ

กลุ่มวิชา-รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ตามที่คาดหวังระดับหลักสูตร (PLOs)							
	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	Bloom Taxonomy*
กลุ่มวิชาแกน								
3501205 ภาษาอังกฤษเพื่อธุรกิจ		●						R U App
3541104 หลักการตลาด	●							R U
3561104 การเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัล	●	●						R U App
3601022 การจัดการทรัพยากรมนุษย์	●							R U
3611302 นวัตกรรมดิจิทัลและเทคโนโลยี		●						R U App
3631113 หลักเศรษฐศาสตร์	●							R U
3641106 การบัญชีและภาษีอากรสำหรับผู้ประกอบการ	●							R U
3642117 การเงินเพื่อธุรกิจ	●							R U
กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน (บังคับ)								
3541105 พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล			●		●			R U
3541106 บุคลิกภาพนักการตลาด			●		●			R U
3542113 กลยุทธ์การตลาด			●	●	●			R U
3542115 การตลาดธุรกิจบริการ			●			●		R U
3542116 การตลาดสร้างสรรค์				●	●			R U App
3542205 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา			●	●				R U App
3542405 การจัดจำหน่ายและโลจิสติกส์			●		●			R U
3542501 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ				●	●	●		R U App
3542502 การจัดการการขายและเทคนิคการขาย				●		●	●	R U App

กลุ่มวิชา-รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ตามที่คาดหวังระดับหลักสูตร (PLOs)							
	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	Bloom Taxonomy*
3542901 เทคโนโลยีทางการตลาด				●	●			R U App
3543123 แผนการตลาด				●	●	●		R U App
3543124 การตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน			●	●	●			R U App
3543605 การวิจัยตลาด				●	●	●		R U App
3543606 โครงการทางการตลาด				●	●	●		R U App
3543902 การตลาดดิจิทัล				●		●		R U App
กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน (เลือก)								
โมดูล 1 : แนวโน้มการตลาด								
3543125 การตลาดธุรกิจเพื่อสุขภาพ					●	●		R U
3543127 การตลาดธุรกิจท่องเที่ยวชุมชน				●		●		R U App
3543129 การตลาดสังคมผู้สูงอายุ					●	●		R U
โมดูล 2 : การสื่อสารที่ยั่งยืน								
3542114 การออกแบบสื่อสร้างสรรค์ด้านการตลาด				●	●			R U App
3543205 การสร้างแบรนด์				●	●			R U App
3543128 การตลาดเพื่อความยั่งยืน					●	●		R U App
โมดูล 3 : การตลาดระหว่างประเทศ								
3543801 การตลาดโลก			●		●			R U
3543802 การตลาดข้ามวัฒนธรรม			●		●			R U App
3543803 การค้าชายแดน			●			●		R U App
โมดูล 4 : การตลาดลูกค้าสัมพันธ์								
3542406 การจัดการค้าปลีก			●		●			R U

กลุ่มวิชา-รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ตามที่คาดหวังระดับหลักสูตร (PLOs)							
	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	Bloom Taxonomy*
3543504 การบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์				●	●			R U App
3543901 ภาษาอังกฤษสำหรับการตลาด			●		●			R U
กลุ่มวิชาปฏิบัติการทางวิชาชีพ								
กลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพ								
3543607 ประเด็นปัจจุบันทางการตลาด				●	●			R U App
3543701 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด				●	●	●		R U App
3544705 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด							●	App
กลุ่มสหกิจศึกษา								
7203701 การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษาทางการตลาด				●	●	●		R U App
7204703 ฝึกสหกิจศึกษาทางการตลาด							●	App

4. ความคาดหวังของผลลัพธ์การเรียนรู้เมื่อสิ้นปีการศึกษา

ปีที่	ความคาดหวังของผลลัพธ์การเรียนรู้
1	นักศึกษา มีทักษะพื้นฐานด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ 1. ทักษะทางด้านเทคโนโลยี การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อธุรกิจ 2. ทักษะด้านภาษา พื้นฐานภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน การสื่อสารภาษาไทย 3. ทักษะด้านบุคลิกภาพ การปรับตัวในการใช้ชีวิตในมหาวิทยาลัย บุคลิกภาพนักการตลาด 4. ทักษะความคิด ความรู้พื้นฐานด้านการประกอบธุรกิจ อธิบายความรู้ด้านบริหารธุรกิจโดยภาพรวม เช่น บัญชีการเงิน การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การใช้งานเทคโนโลยีเบื้องต้น การตลาด และหลักการเป็นผู้ประกอบการ เศรษฐศาสตร์ ภาษาอังกฤษ โดยมี PLOs ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ PLO1 อธิบาย หลักการ แนวคิด ทฤษฎีด้านการจัดการและบริหารธุรกิจ PLO2 ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ศาสตร์ทางด้านการบริหารธุรกิจ และการสื่อสารในการประกอบธุรกิจ PLO3 มีความรู้และทักษะทางด้านการตลาดที่ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลง
2	นักศึกษา มีทักษะพื้นฐานด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ 1. ความรู้หลักทฤษฎีทางการตลาด กลยุทธ์การตลาด 2. ทักษะด้านเทคโนโลยี ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการวิเคราะห์ แสวงหา และตัดสินใจทางด้านการตลาด รวมทั้งการบูรณาการนำไปสู่การเป็นผู้ประกอบการในอนาคต 3. ทักษะการคิดเป็นระบบ การเลือกสรรข้อมูลมาใช้ในการวางแผนงาน การคิดวิเคราะห์ที่เป็นระบบ 4. ทักษะความสัมพันธ์การทำงานเป็นทีม มีความรับผิดชอบ การปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ โดยมี PLOs ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ PLO3 มีความรู้และทักษะทางด้านการตลาดที่ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลง PLO4 ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการแสวงหา วิเคราะห์เพื่อการตัดสินใจทางด้านการตลาด มีความคิดสร้างสรรค์ บูรณาการความรู้ เพื่อไปสู่การเป็นผู้ประกอบการ PLO5 มีมนุษยสัมพันธ์ การทำงานเป็นทีม มีภาวะผู้นำ และปรับตัว ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน
3	นักศึกษา มีทักษะพื้นฐานด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้ 1. ด้านความรู้ บูรณาการความรู้ด้านการตลาดไปใช้ประโยชน์ให้เกิดกับชุมชน ท้องถิ่น สังคม 2. คุณลักษณะส่วนบุคคล มีความคิดสร้างสรรค์ จิตสาธารณะ ภายใต้งจรรยาบรรณนักการตลาด โดยมี PLOs ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ PLO4 ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการแสวงหา วิเคราะห์เพื่อการตัดสินใจทางด้านการตลาด มีความคิดสร้างสรรค์ บูรณาการความรู้ เพื่อไปสู่การเป็นผู้ประกอบการ

ปีที่	ความคาดหวังของผลลัพธ์การเรียนรู้
	PLO5 มีมนุษยสัมพันธ์ การทำงานเป็นทีม มีภาวะผู้นำ และปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน PLO6 นำความรู้ไปใช้ประโยชน์ให้เกิดกับท้องถิ่น สังคม มีจิตสาธารณะ แสดงพฤติกรรมที่เหมาะสมกับจรรยาบรรณนักการตลาด
4	ปฏิบัติงานด้านการตลาดได้อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ และการทำงานทางด้านการตลาดกับสถานประกอบการจริง การปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมภายนอก โดยมี PLOs ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ PLO7 ปฏิบัติงานด้านการตลาดในสถานประกอบการได้สำเร็จลุล่วง

5. กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ในการประเมินผลการศึกษา (เกรด)

ให้มีการประเมินผลการศึกษาในรายวิชาต่าง ๆ ตามหลักสูตรเป็น 2 ระบบ ได้แก่ ระบบมีค่าระดับคะแนนและระบบไม่มีค่าระดับคะแนน

5.1 ระบบค่าระดับคะแนน แบ่งเป็น 8 ระดับ

ผลการประเมินการศึกษา	ความหมาย	ค่าระดับคะแนน
A	ดีเยี่ยม (excellent)	4.0
B+	ดีมาก (very good)	3.5
B	ดี (good)	3.0
C+	ค่อนข้างดี (fairly good)	2.5
C	พอใช้ (fair)	2.0
D+	อ่อน (poor)	1.5
D	อ่อนมาก (very poor)	1.0
E	ตก (fail)	0.0

5.2 ระบบไม่มีค่าระดับคะแนนกำหนดสัญลักษณ์การประเมินผล ดังนี้

กรณีรายวิชาที่ลงทะเบียนเพื่อให้ได้หน่วยกิตแต่ไม่คิดคะแนน (Non-Credit)

ผลการประเมินการศึกษา	ความหมาย
PD (Pass with Distinction)	ผ่านดีเยี่ยม
P (Pass)	ผ่าน
F (Fail)	ไม่ผ่าน

กรณีรายวิชาที่ลงทะเบียนเพิ่มเติมโดยไม่นับรวมเป็นหน่วยกิตสะสม

ผลการประเมินการศึกษา	ความหมาย
S (Satisfactory)	พอใจ
U (Unsatisfactory)	ไม่พอใจ

ระบบคะแนนนี้ใช้สำหรับการประเมินผลการศึกษารายวิชาตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตร

กรณีที่หลักสูตรหรือมหาวิทยาลัยกำหนดให้นักศึกษาเรียนรายวิชาใดเพิ่มเติมโดยไม่นับหน่วยกิตสะสม หรือกรณีที่หลักสูตรหรือมหาวิทยาลัยกำหนดให้นักศึกษาทดสอบหรืออบรมตามเกณฑ์มาตรฐานของมหาวิทยาลัย ให้ใช้สัญลักษณ์การประเมินดังกล่าว และให้บันทึกผลการประเมินลงในระเบียบแสดงผลการศึกษาทุกครั้ง

5.3 อื่น ๆ ให้เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ว่าด้วยการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2566

6. กระบวนการยืนยัน (Verification) มาตรฐานผลลัพธ์การเรียนรู้ตามที่คาดหวังของหลักสูตร

ยืนยันจากคะแนนข้อสอบ และงานที่มอบหมาย กระบวนการอาจจะต่างกันไปสำหรับรายวิชาที่แตกต่างกันหรือสำหรับมาตรฐานผลการเรียนรู้แต่ละด้าน

7. กระบวนการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา

7.1 การทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ของนักศึกษายังไม่สำเร็จการศึกษา

การทวนสอบผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนักศึกษา โดยมีการทวนสอบที่สัมพันธ์กับ Curriculum Mapping ของรายวิชาต่าง ๆ โดยกำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการประเมินผลการเรียนรู้ของนักศึกษา เพื่อทวนสอบผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ รวมทั้งมีการจัดตั้งคณะกรรมการทวนสอบของหลักสูตร โดยพิจารณาผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนักศึกษาตามที่กำหนดไว้ และนำผลมาปรับปรุงการจัดการเรียนการสอนของรายวิชาในภาคการศึกษาต่อไป

นอกจากนั้นการทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากผู้มีส่วนได้เสียภายนอกระหว่างเรียนในรายวิชา บริหารงานขายและศิลปะการขายโดยประเมินจากหน่วยงานภายนอก และภาคเรียนสุดท้ายก่อนสำเร็จการศึกษาพิจารณาจากผลการประเมินจากสถานประกอบการจากการเข้ารับการฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด หรือฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษา

7.2 การทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้หลังจากนักศึกษาสำเร็จการศึกษา

การกำหนดการทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ของนักศึกษาหลังสำเร็จการศึกษา โดยการสำรวจข้อมูลจากสถานประกอบการถึงผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนักศึกษาหลังการประกอบอาชีพของบัณฑิต นำผลการวิเคราะห์มาใช้ในการปรับปรุงกระบวนการเรียนการสอนของหลักสูตร รวมทั้งการประเมินคุณภาพของหลักสูตร โดยคณะกรรมการตามเกณฑ์ของสำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม มีการสำรวจข้อมูลประกอบด้วย ความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต ความพึงพอใจของบัณฑิต และภาวะการมีงานทำของบัณฑิต

8. เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาของหลักสูตร มีรายละเอียดดังนี้

- 8.1 ต้องเรียนครบตามจำนวนหน่วยกิตที่กำหนดไว้ในหลักสูตร
- 8.2 มีค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมตลอดหลักสูตร ตั้งแต่ 2.00 และต้องผ่านเกณฑ์การสำเร็จการศึกษาอื่น ๆ ตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด
- 8.3 นักศึกษาจะต้องไม่มีพันธะใด ๆ ต่อมหาวิทยาลัยจึงจะได้รับการเสนอชื่อเพื่อขอรับปริญญา
- 8.4 นักศึกษาต้องผ่านกิจกรรมที่หลักสูตรและมหาวิทยาลัยกำหนดครบถ้วนตามประกาศมหาวิทยาลัย
- 8.5 นักศึกษาต้องสอบผ่านการประเมินผลความรู้และทักษะต่าง ๆ ตามเกณฑ์มาตรฐานที่มหาวิทยาลัยกำหนด
- 8.6 ให้เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ว่าด้วยการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2566

9. การอุทธรณ์ของนักศึกษา

หลักสูตรมีการประชุมเพื่อพิจารณาและประสานงานกับคณะเพื่อให้ตั้งกรรมการอุทธรณ์และร้องทุกข์สำหรับนักศึกษาเพื่อเป็นหน่วยงานกลางในการรับอุทธรณ์และร้องทุกข์ สำหรับนักศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการจัดการเรียนการสอน ผลการเรียนรู้ การบริการนักศึกษารวมทั้งกำหนดวิธีการและรูปแบบขั้นตอนในการอุทธรณ์ และเป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา เรื่อง การอุทธรณ์ผลการเรียนสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี

หมวดที่ 5 การพัฒนาอาจารย์

1. แนวทางการพัฒนาอาจารย์ใหม่

1.1 มหาวิทยาลัยกำหนดให้มีการปฐมนิเทศอาจารย์ใหม่ เพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับนโยบายของมหาวิทยาลัย และคณะ รวมทั้งบทบาทหน้าที่ของอาจารย์ ทักษะเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอน คุณธรรม จริยธรรม การสอนโดยใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย นอกจากนี้หลักสูตรยังมีการแต่งตั้งอาจารย์พี่เลี้ยงให้คำแนะนำต่าง ๆ แก่อาจารย์ใหม่

1.2 ให้อาจารย์ใหม่ทุกคน ต้องเข้าร่วมการอบรมเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอน การวัดและประเมินผล การประกันคุณภาพการศึกษา การจัดทำรายละเอียดของหลักสูตร (SK-OBE2)

1.3 กำหนดให้อาจารย์มีการพัฒนาตนเองทั้งทางด้านวิชาการ และวิชาชีพ

2. แนวทางการพัฒนาความรู้และทักษะให้แก่อาจารย์ประจำหลักสูตร

2.1 การพัฒนาทักษะการจัดการเรียนการสอน

2.1.1 ส่งเสริมให้อาจารย์ได้พัฒนาความรู้ และประสบการณ์ทางสาขาวิชาโดยให้อาจารย์เข้าร่วมอบรม สัมมนา สัมมนาเชิงปฏิบัติการ การประชุมวิชาการ เป็นไปตามนโยบายของมหาวิทยาลัย

2.1.2 ส่งเสริมการเพิ่มพูนทักษะการจัดการเรียนการสอนและการประเมินผลที่ทันสมัยและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์รายวิชา

2.1.3 พัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยีในการจัดการเรียนการสอน และการผลิตสื่อการสอน

2.1.4 พัฒนาอาจารย์ให้มีทักษะการเป็นที่ปรึกษาแก่นักศึกษา

2.2 การพัฒนาด้านวิชาการและวิชาชีพด้านอื่น ๆ

2.2.1 ส่งเสริมให้อาจารย์เข้ารับการอบรมเพื่อพัฒนาตนเองในด้านวิชาการ และวิชาชีพ ทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

2.2.2 สนับสนุนให้อาจารย์ทำวิจัย โดยการขอทุนวิจัยจากแหล่งทุนทั้งภายใน และภายนอกมหาวิทยาลัย

2.2.3 ส่งเสริมให้อาจารย์นำเสนอผลงานตีพิมพ์เผยแพร่ในระดับชาติ และนานาชาติ

2.2.4 พัฒนาผลงานทางวิชาการเพื่อนำเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ

2.2.5 ส่งเสริมให้อาจารย์มีส่วนร่วมและนำความรู้ไปบูรณาการด้านการบริการวิชาการแก่ชุมชน รวมทั้งการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

3. แผนการพัฒนาตำแหน่งวิชาการของอาจารย์ประจำหลักสูตร

3.1 ส่งเสริมและสนับสนุนให้อาจารย์เข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ เช่น อบรมเพื่อเตรียมความพร้อมการเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ

3.2 สนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาทักษะด้านวิชาการ และงานวิจัย รวมทั้งการเผยแพร่บทความทางวิชาการในประเทศ และต่างประเทศ

4. แผนการพัฒนาคุณวุฒิของอาจารย์ประจำหลักสูตร

ส่งเสริมและสนับสนุนให้อาจารย์ศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น ฝึกอบรม ศึกษาดูงานทางวิชาการ สนับสนุนในการเข้าร่วมประชุมทางวิชาการทั้งในและต่างประเทศ เพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ เพื่อเพิ่มความรู้และพัฒนาคุณวุฒิของอาจารย์ให้สอดคล้องกับหลักสูตร

หมวดที่ 6 ระบบบริหารคุณภาพหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569 ดำเนินการประกันคุณภาพหลักสูตรตามระบบการประกันคุณภาพตามแนวทาง ASEAN University Network – Quality Assurance (AUN-QA) โดยการประเมินคุณภาพการศึกษาในระดับหลักสูตรประกอบด้วย

องค์ประกอบที่ 1 การกำกับมาตรฐานหลักสูตร

- Criteria 1 Expected Learning Outcomes
- Criteria 2 Programe Structure and Content
- Criteria 3 Teaching and Learning Approach
- Criteria 4 Student Assessment
- Criteria 5 Academic Staff
- Criteria 6 Student Support Services
- Criteria 7 Facilities and Infrastructure
- Criteria 8 Output and Outcomes

1. การกำกับมาตรฐานหลักสูตร

การวางแผนคุณภาพ Quality Planning	การควบคุมคุณภาพ Quality Control	การปรับปรุงคุณภาพ Quality Improvement
การบริหารจัดการหลักสูตรตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร		
1. จำนวนอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	- กำกับควบคุมอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรมีจำนวนไม่น้อยกว่า 5 คน และเป็นอาจารย์ประจำเกินกว่า 1 หลักสูตรไม่ได้และประจำหลักสูตรตลอดระยะเวลาที่จัดการศึกษาตามหลักสูตรนั้น	- หลักสูตรมีจำนวนอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรมีจำนวนไม่น้อยกว่า 5 คน โดยมีหน้าที่บริหารหลักสูตร จัดการเรียนการสอนโดยวางแผน ติดตาม ทบทวน ปฏิบัติงานของหลักสูตรตลอดระยะเวลาที่จัดการศึกษา
2. คุณสมบัติอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	- อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรมีคุณวุฒิระดับปริญญาโทหรือเทียบเท่าหรือดำรงตำแหน่งทางวิชาการไม่ต่ำกว่าผู้ช่วยศาสตราจารย์ ในสาขาที่ตรงหรือสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่เปิดสอน - กำกับติดตามอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรต้องมีผลงานทางวิชาการ	- อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรมีคุณวุฒิระดับปริญญาโทหรือเทียบเท่าหรือดำรงตำแหน่งทางวิชาการไม่ต่ำกว่าผู้ช่วยศาสตราจารย์ ในสาขาที่ตรงหรือสัมพันธ์กับสาขาวิชาการตลาด - อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรต้องมีผลงานทางวิชาการอย่างน้อย

การวางแผนคุณภาพ Quality Planning	การควบคุมคุณภาพ Quality Control	การปรับปรุงคุณภาพ Quality Improvement
การบริหารจัดการหลักสูตรตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร		
	อย่างน้อย 1 รายการในรอบ 5 ปี ย้อนหลัง	1 รายการในรอบ 5 ปีย้อนหลัง
3. คุณสมบัติอาจารย์ผู้สอน	- อาจารย์ประจำต้องมีคุณวุฒิระดับปริญญาโทหรือเทียบเท่าหรือดำรงตำแหน่งทางวิชาการไม่ต่ำกว่าผู้ช่วยศาสตราจารย์ ในสาขานั้นหรือสาขาวิชาที่สัมพันธ์กัน หรือสาขาวิชาของรายวิชาที่สอน - อาจารย์พิเศษ ต้องมีคุณวุฒิระดับปริญญาโท หรือคุณวุฒิปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และมีประสบการณ์ทำงานที่เกี่ยวข้องกับวิชาที่สอน ไม่น้อยกว่า 5 ปี โดยมีชั่วโมงสอนไม่เกินร้อยละ 50 ของรายวิชา โดยมีอาจารย์ประจำที่เป็นผู้รับผิดชอบของรายวิชานั้น	- หลักสูตรจัดให้มีอาจารย์ประจำและอาจารย์พิเศษที่มีคุณวุฒิระดับปริญญาโทหรือเทียบเท่าหรือดำรงตำแหน่งทางวิชาการไม่ต่ำกว่าผู้ช่วยศาสตราจารย์ ในสาขานั้นหรือสาขาวิชาที่สัมพันธ์กัน หรือสาขาวิชาของรายวิชาที่สอน โดยอาจารย์พิเศษต้องมีประสบการณ์ทำงานที่เกี่ยวข้องกับวิชาที่สอน ไม่น้อยกว่า 5 ปี โดยมีชั่วโมงสอนไม่เกินร้อยละ 50 ของรายวิชา โดยมีอาจารย์ประจำที่เป็นผู้รับผิดชอบของรายวิชานั้น
4. การปรับปรุงหลักสูตรตามรอบระยะเวลาที่กำหนด	- กำกับติดตามการปรับปรุงหลักสูตร ตามรอบระยะเวลาของหลักสูตร อย่างน้อยทุก ๆ 5 ปี	- หลักสูตรมีการปรับปรุงหลักสูตรให้มีความทันสมัยและก้าวหน้าตามรอบระยะเวลาการปรับปรุงหลักสูตร

Criteria 1 Expected Learning Outcomes

การวางแผนคุณภาพ Quality Planning	การควบคุมคุณภาพ Quality Control	การปรับปรุงคุณภาพ Quality Improvement
ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง	- ประเมินคุณภาพบัณฑิตตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรีหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด โดยประเมินความพึงพอใจจากผู้บัณฑิต	- มีผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อบัณฑิตของหลักสูตรเฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.51

Criteria 2 Programme Structure and Content

การวางแผนคุณภาพ Quality Planning	การควบคุมคุณภาพ Quality Control	การปรับปรุงคุณภาพ Quality Improvement
โครงสร้างหลักสูตรและสาระการเรียนรู้	- หลักสูตรแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรที่มีความรู้และเชี่ยวชาญในสาขาวิชาการตลาด - หลักสูตรศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาหลักสูตร โดยใช้ข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย - หลักสูตรศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันเพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตร - หลักสูตรออกแบบหลักสูตรที่มีความทันสมัยและสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานหรือการเป็นผู้ประกอบการ - หลักสูตรมีรายละเอียดของหลักสูตร(SK-OBE2) และรายวิชา(SK-OBE3) ทั้งหมดที่มีความทันสมัย	- หลักสูตรมีความทันสมัยและสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานหรือการเป็นผู้ประกอบการ

Criteria 3 Teaching and Learning Approach

การวางแผนคุณภาพ Quality Planning	การควบคุมคุณภาพ Quality Control	การปรับปรุงคุณภาพ Quality Improvement
แนวทางการจัดการเรียนการสอน	- หลักสูตรประชุมกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาอาจารย์ผู้สอน - หลักสูตรกำหนดอาจารย์ผู้สอนในแต่ละรายวิชาตามเกณฑ์ที่กำหนด - หลักสูตรดำเนินการพิจารณาประชุมรายละเอียดของรายวิชาเพื่อตรวจสอบการวางแผนการสอน กิจกรรมการเรียนการสอน เครื่องมือในการวัดและประเมินผลทักษะการเรียนรู้ทั้ง 4 ด้าน (ความรู้ ทักษะ	- อาจารย์ผู้สอนมีความรู้ความเชี่ยวชาญในรายวิชา - ผู้เรียนมีคุณภาพตามผลการเรียนรู้ที่คาดหวังในหลักสูตร

การวางแผนคุณภาพ Quality Planning	การควบคุมคุณภาพ Quality Control	การปรับปรุงคุณภาพ Quality Improvement
	คุณธรรม ลักษณะส่วนบุคคล) โดยต้องสอดคล้องกับมาตรฐาน คุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ และติดตามปรับปรุงรายละเอียดของ รายวิชาให้เป็นไปตามแผนการ ปรับปรุงที่ระบุในรายงานผลการ ดำเนินงานของรายวิชา - หลักสูตร ประชุม ติดตาม การดำเนินการสอนให้สอดคล้อง กับรายละเอียดของรายวิชา - นักศึกษาประเมินอาจารย์ผู้สอน รายวิชาผ่านระบบของมหาวิทยาลัย - อาจารย์ผู้สอนดำเนินการรายงาน ผลการสอนเมื่อสิ้นสุดการสอน ในรายวิชานั้น - หลักสูตรดำเนินการทวนสอบ ผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาตามทักษะ 4 ด้านที่ระบุไว้ในรายละเอียด ของรายวิชา - หลักสูตรประเมินกระบวนการ การวางระบบ ผู้สอน และ กระบวนการจัดการเรียนการสอน - หลักสูตรนำผลการประเมิน มาปรับปรุงกระบวนการ การ วางระบบผู้สอน และกระบวนการ จัดการเรียนการสอน	

Criteria 4 Student Assessment

การวางแผนคุณภาพ Quality Planning	การควบคุมคุณภาพ Quality Control	การปรับปรุงคุณภาพ Quality Improvement
การประเมินผู้เรียน	- หลักสูตรดำเนินการพิจารณาความเหมาะสมรายละเอียดของรายวิชาเพื่อตรวจสอบการวางแผนการสอนเครื่องมือในการวัดประเมินผลทักษะการเรียนรู้ทั้ง 4 ด้าน - นักศึกษาประเมินผู้สอนและสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ในแต่ละรายวิชา - หลักสูตรทวนสอบข้อสอบทุกรายวิชา - ผู้สอนแจ้งคะแนนระหว่างเรียนให้นักศึกษาทราบก่อนการประเมินผลปลายภาคเรียน - หลักสูตรส่งเกรดตามระเบียบบริหารการศึกษา - หลักสูตรประเมินกระบวนการประเมินผู้เรียน และนำผลการประเมินการปรับปรุงต่อไป	- ผู้เรียนมีคุณภาพตามผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร

Criteria 5 Academic Staff

การวางแผนคุณภาพ Quality Planning	การควบคุมคุณภาพ Quality Control	การปรับปรุงคุณภาพ Quality Improvement
1. ระบบการรับและแต่งตั้งอาจารย์ประจำหลักสูตรและระบบการบริหารอาจารย์	- หลักสูตรมีระบบและกลไกในการรับและแต่งตั้งอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร - หลักสูตรจัดทำแผนอัตรากำลังอาจารย์และแผนพัฒนาอาจารย์ - หลักสูตรประเมินกระบวนการรับและแต่งตั้งอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร - หลักสูตรนำผลการประเมินมาปรับปรุงพัฒนากระบวนการรับและแต่งตั้งอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	- หลักสูตรมีอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรที่มีคุณสมบัติเหมาะสมทั้งด้านคุณวุฒิและตำแหน่งทางวิชาการ - หลักสูตรมีอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร 5 คน ตลอดระยะเวลาที่จัดการศึกษาตามหลักสูตร - มีผลความพึงพอใจต่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรต่อการบริหารหลักสูตรไม่น้อยกว่า 3.51

การวางแผนคุณภาพ Quality Planning	การควบคุมคุณภาพ Quality Control	การปรับปรุงคุณภาพ Quality Improvement
2. ระบบส่งเสริมและพัฒนา อาจารย์	- หลักสูตรจัดทำแผนพัฒนาอาจารย์ทั้งด้านคุณวุฒิและตำแหน่งทางวิชาการ โดยการสำรวจความต้องการพัฒนาตนเองของอาจารย์ - หลักสูตรมีระบบและกลไกในการส่งเสริมและพัฒนาอาจารย์ - หลักสูตรติดตามการพัฒนาตนเองของอาจารย์ให้เป็นไปตามแผนพัฒนาอาจารย์และติดตามการรายงานผลการพัฒนาตนเองของอาจารย์ - หลักสูตรประเมินกระบวนการส่งเสริมและพัฒนาอาจารย์ - หลักสูตรนำผลการประเมินมาปรับปรุงกระบวนการส่งเสริมและพัฒนาอาจารย์	- หลักสูตรมีอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรที่มีความเหมาะสมทั้งด้านคุณวุฒิและตำแหน่งทางวิชาการ - อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรมีตำแหน่งทางวิชาการเพิ่มขึ้น

Criteria 6 Student Support Services

การวางแผนคุณภาพ Quality Planning	การควบคุมคุณภาพ Quality Control	การปรับปรุงคุณภาพ Quality Improvement
1. การติดตามความพร้อมของ นักศึกษา ก่อนเข้าศึกษา	- หลักสูตรวางแผนการรับนักศึกษาและกำหนดคุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา - หลักสูตรกำหนดเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกนักศึกษา - หลักสูตรร่วมกับคณะและมหาวิทยาลัย ดำเนินการรับนักศึกษา - คณะร่วมกับหลักสูตรจัดกิจกรรมส่งเสริมพัฒนานักศึกษาให้มีความพร้อมในการเรียน - หลักสูตรประเมินระบบและกลไกการรับนักศึกษาและการเตรียมความพร้อมเพื่อปรับปรุงและพัฒนาต่อไป	- การรับนักศึกษาที่มีคุณสมบัติตรงตามความต้องการของหลักสูตร นักศึกษาที่เข้าเรียนมีความพร้อมในการเรียนรู้และการปรับตัว

การวางแผนคุณภาพ Quality Planning	การควบคุมคุณภาพ Quality Control	การปรับปรุงคุณภาพ Quality Improvement
2. การดูแลให้คำปรึกษานักศึกษา จากอาจารย์ที่ปรึกษา	- หลักสูตรมีระบบและกลไกการดูแล นักศึกษา โดยผ่านอาจารย์ที่ปรึกษา - หลักสูตรมีการติดตาม ควบคุม การ ดูแลการให้คำปรึกษาทั้งทางวิชาการและ การใช้ชีวิต - หลักสูตรประชุมคัดเลือกอาจารย์ ที่ปรึกษา และวางแผนการให้คำปรึกษานักศึกษา	- นักศึกษามีทักษะทางด้าน วิชาการและชีวิตที่จำเป็นต่อการ ประกอบอาชีพ - นักศึกษามีคุณลักษณะตาม วัตถุประสงค์ของหลักสูตร - จำนวนผู้สำเร็จการศึกษาไม่น้อย กว่าร้อยละ 70 ของแผนรับ นักศึกษา - มีผลความพึงพอใจของนักศึกษา ต่อระบบการดูแลและให้ คำปรึกษาของอาจารย์ที่ปรึกษา ไม่น้อยกว่าร้อยละ 3.51
3. การส่งเสริมและพัฒนานักศึกษา บรรลุผลการเรียนรู้	- หลักสูตรประชุมวางแผนกำหนด ทักษะของนักศึกษาแต่ละชั้นปี เพื่อให้ นักศึกษามีคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์ ของหลักสูตร - หลักสูตรจัดกิจกรรมพัฒนาทักษะของ นักศึกษาในแต่ละชั้นปี โดยจัดทำเสนอ งบประมาณจากคณะ/มหาวิทยาลัย - หลักสูตรติดตามและประเมิน กระบวนการของการจัดกิจกรรมพัฒนา ทักษะของนักศึกษา - หลักสูตรนำผลการประเมินการ ปรับปรุงกระบวนการพัฒนาศักยภาพ นักศึกษา	- นักศึกษามีทักษะที่จำเป็นต่อ การเป็นนักการตลาดหรือ ผู้ประกอบการ - นักศึกษามีคุณลักษณะ ตามวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

Criteria 7 Facilities and Infrastructure

การวางแผนคุณภาพ Quality Planning	การควบคุมคุณภาพ Quality Control	การปรับปรุงคุณภาพ Quality Improvement
สิ่งอำนวยความสะดวกและ โครงสร้างพื้นฐาน	- หลักสูตรสำรวจความต้องการ สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้จากอาจารย์ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ผู้สอน และนักศึกษา - หลักสูตรนำผลสำรวจมาวิเคราะห์ เพื่อจัดลำดับความสำคัญของสิ่ง สนับสนุนการเรียนรู้ - จัดทำรายละเอียดของสิ่งสนับสนุนการ เรียนรู้เพื่อของบประมาณจากคณะ/ มหาวิทยาลัย - หลักสูตรแจ้งรายละเอียดไปยังคณะ เพื่อขอจัดซื้อจัดจ้างตามระเบียบ หรือ แจ้งไปยังมหาวิทยาลัย (สำนักวิทย- บริการ) - หลักสูตรประเมินความพึงพอใจของ นักศึกษา อาจารย์ผู้สอน ต่อสิ่งสนับสนุน การเรียนรู้ หลักสูตรประชุมวิเคราะห์ผลการ ประเมินความพึงพอใจของนักศึกษา อาจารย์ผู้สอน ต่อสิ่งสนับสนุนการ เรียนรู้ เพื่อดำเนินการวางแผนการจัดซื้อ จัดหาสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ - นำผลการประเมินมาปรับปรุง	- ผลการประเมินความพึงพอใจ ของนักศึกษาอาจารย์ต่อ สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้มีผลการ ประเมิน อยู่ในระดับมาก (ไม่น้อย กว่า 3.51) - มีสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ ที่ทันสมัยเพียงพอต่อความ ต้องการและพร้อมใช้งาน

Criteria 8 Output and Outcomes

การวางแผนคุณภาพ Quality Planning	การควบคุมคุณภาพ Quality Control	การปรับปรุงคุณภาพ Quality Improvement
ผลผลิตและผลลัพธ์		
1. คุณภาพบัณฑิต	- ติดตามอัตราการคงอยู่ อัตราตกออก และอัตราการสำเร็จการศึกษาตามแผน - สำนักรวภาวะการดำเนินงานของบัณฑิตในการประกอบอาชีพ อาชีพอิสระ การศึกษาต่อภายใน 1 ปี หลังสำเร็จการศึกษา	- มีรายงานอัตราการคงอยู่ อัตราการตกออก และอัตราการสำเร็จการศึกษา - มีรายงานผลภาวะการมีงานทำของบัณฑิตภายใน 1 ปี ไม่น้อยกว่าร้อยละ 75
2. ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	- ประเมินคุณภาพบัณฑิตตามผลการเรียนรู้ที่คาดหวังโดยประเมินความพึงพอใจจากผู้ใช้บัณฑิต	- ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อบัณฑิตของหลักสูตรเฉลี่ยไม่น้อยกว่าร้อยละ 3.51

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของหลักสูตร

1. การประเมินประสิทธิผลของการสอน

1.1 การประเมินกลยุทธ์การสอน

1.1.1 ประเมินการสอนจากการทดสอบย่อย แบบทดสอบกลางภาค แบบทดสอบปลายภาค ผลงาน การอภิปราย สังเกตพฤติกรรมในห้องเรียน การตอบคำถาม การมีส่วนร่วม ของนักศึกษาในชั้นเรียน และงานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมายทั้งในห้องเรียน และนอกห้องเรียน

1.1.2 การประเมินรายวิชา ประเมินการสอน และผลสัมฤทธิ์ของแต่ละรายวิชา ในระดับหลักสูตร

1.2 การประเมินทักษะของอาจารย์ในการใช้แผนกลยุทธ์การสอน

1.2.1 นักศึกษาประเมินอาจารย์ผู้สอนทุกรายวิชาเมื่อสิ้นสุดการเรียนการสอน ผ่านทางระบบของมหาวิทยาลัย

1.2.2 ผลการประเมินอาจารย์ผู้สอนในระบบ อาจารย์ผู้สอนนำมาใช้ในการปรับปรุง พัฒนาวิธีการเรียนการสอน

1.2.3 หลักสูตรนำผลการประเมินที่เป็นความต้องการในการปรับปรุง และพัฒนากลยุทธ์การสอนให้เหมาะสมกับรายวิชา และสถานการณ์

2. การประเมินหลักสูตรในภาพรวม

2.1 นักศึกษา และบัณฑิต

นำผลการประเมินของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ/ ฝึกสหกิจศึกษา มาสรุปเพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงหลักสูตร

2.2 ผู้ทรงคุณวุฒิ หรือจากผู้ประเมินภายนอก

วิเคราะห์และประเมินหลักสูตรในภาพรวมโดยใช้ข้อมูลของผู้เรียน ผู้สำเร็จการศึกษา และผู้ใช้บัณฑิต

2.3 ผู้ใช้บัณฑิต หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ

ติดตามบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา โดยสำรวจข้อมูลจากผู้ใช้บัณฑิตในการใช้แบบสอบถาม และการสัมภาษณ์

3. การประเมินผลการดำเนินงานตามรายละเอียดหลักสูตร

หลักสูตรต้องผ่านการประกันคุณภาพ และจัดการเรียนการสอนตามมาตรฐานของตัวบ่งชี้ รวมทั้งผ่านการประเมินคุณภาพภายใน (IQA) โดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่ได้รับแต่งตั้งจากมหาวิทยาลัย

4. การทบทวนผลการประเมินของหลักสูตร

หลักสูตรดำเนินการประชุมเพื่อทบทวนประเมินผลการดำเนินงานต้องผ่านการประกันคุณภาพหลักสูตร รวมทั้งการรวบรวมข้อมูลและการประเมินการสอนของอาจารย์ กรณีที่พบปัญหาของรายวิชาหรือให้มีความทันสมัยสอดคล้องกับสถานการณ์ สามารถปรับปรุงรายวิชานั้น ๆ ได้ทันที (การปรับปรุงหลักสูตรเล็กน้อย) ซึ่งไม่มีผลกระทบต่อโครงสร้างของหลักสูตร เนื่องจากหลักสูตรจะทำการปรับปรุงหลักสูตรที่มีผลกระทบ

ต่อโครงสร้างของหลักสูตรทุก 5 ปี เมื่อครบรอบระยะเวลาการใช้หลักสูตรเพื่อให้หลักสูตรมีความทันสมัย และสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต

5. แนวทางการปรับปรุงหลักสูตรเพื่อให้บรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ตามที่คาดหวัง

หลักสูตรวางแผนปรับปรุงตามรอบระยะเวลาที่กำหนด โดยผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง (Expected Learning Outcomes: ELOs) มีความสัมพันธ์กับข้อมูลที่ได้จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น ศิษย์เก่า ศิษย์ปัจจุบัน ผู้ใช้บัณฑิต ผู้เรียนเป้าหมาย ถึงในทางในการปรับปรุงสาระรายวิชาที่ทันสมัย ตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงาน และมีสมรรถนะทางวิชาชีพตามสายงานของสถานประกอบการ วิสัยทัศน์ของคณะวิทยาการจัดการและมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

6. แนวทาง/วิธีการสื่อสาร และเผยแพร่ข้อมูลของหลักสูตรเพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรับทราบ

การสื่อสารเผยแพร่ข้อมูลของหลักสูตรสำหรับอาจารย์โดยการประชุมของหลักสูตร ช่องทางออนไลน์ของหลักสูตร สำหรับนักศึกษา ผู้ใช้บัณฑิต ผู้เรียนเป้าหมาย สื่อสารผ่านอาจารย์ที่ปรึกษา การประชุมปฐมนิเทศ เว็บไซต์คณะวิทยาการจัดการ และเพจหลักสูตรการตลาด

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ตารางการจัดทำข้อมูลการวิเคราะห์ความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
(Stakeholders' Power and Impact Analysis)

ข้อมูลการวิเคราะห์ของหลักสูตรการตลาด ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2569

การศึกษาความเป็นไปได้ในการปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร และการสำรวจความต้องการศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา การศึกษาความเป็นไปได้ครั้งนี้ใช้การวิจัยแบบผสม (mixed method) โดยการวิจัยเชิงคุณภาพใช้การศึกษาจากเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ใช้บัณฑิต การวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถาม กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholder) ประกอบด้วย ศิษย์เก่า ศิษย์ปัจจุบัน อาจารย์ผู้สอน และผู้เรียนในอนาคต

ตารางที่ 1 การจัดทำข้อมูลการวิเคราะห์ความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder 's Power and Impact Analysis)

ประเภท Stakeholder ทั้งหมด	การจัดลำดับความสำคัญของ Stakeholder	
1 ศิษย์ปัจจุบันหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา 2 ผู้ใช้บัณฑิตในหน่วยงานภาครัฐและเอกชน 3 กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ นักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 และประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) 4 สภามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา วิสัยทัศน์ พันธกิจ อัตลักษณ์ นโยบายของมหาวิทยาลัย 5 คณะวิทยาการจัดการ วิสัยทัศน์ พันธกิจ และนโยบาย 6 อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด	HPLI 1	HPHI 2,3,4
	LPLI 5,6	LPHI
	Impact	

ภาคผนวก ข

ตารางแสดงความต้องการของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย
(Stakeholders' Requirements and Needs)
และการกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร
(Program Learning Outcomes: PLOs)

ตารางที่ 2 แสดงความต้องการของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders' Requirements and Needs) และการกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLOs)

ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับหลักสูตร (Stakeholders of the Program)	ความต้องการ/ข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง (Needs/Requirements)	สรุปความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย (Sum of Needs)	ความสอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ (Corresponding PLOs)
ผู้ใช้บัณฑิต	ด้านความรู้ 1. ความรู้ด้านการตลาด ประกอบด้วย การวิเคราะห์คู่แข่ง การเขียนแผนการตลาด ส่วนประสมทางการตลาด และกลยุทธ์การตลาด การตลาดระหว่างประเทศ การตลาดบริการ ทักษะการขาย การสื่อสารการตลาด และการพัฒนาสินค้า 2. ความรู้ด้านบริหารธุรกิจ ประกอบด้วย การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การบริหารงานทีมงาน การวางแผน ด้านการตลาด การบริหารการเงิน การจัดทำบัญชี และเศรษฐศาสตร์ ด้านทักษะ 1. ทักษะด้านคำนวณ ตัวเลขที่นำไปใช้ในการปฏิบัติงาน ได้แก่ การทำบัญชีงบประมาณ เปอร์เซ็นต์ สัดส่วน การคำนวณต้นทุน กำหนดราคา จุดคุ้มทุน การคำนวณภาษี 2. ทักษะการสื่อสาร ได้แก่ ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษามลายู การสื่อสารผ่านสังคมออนไลน์ การนำเสนอขายและการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ การเจรจาต่อรอง การเข้าสังคม 3. ทักษะด้านเทคโนโลยี ได้แก่ การตลาดออนไลน์ การใช้ Microsoft office แอปพลิเคชันทางการตลาด เว็บไซต์ บล็อก Email Marketing และ Google Optimize 4. ทักษะด้านสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ได้แก่ การสื่อสารการนำเสนอ ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน ภาวะผู้นำและการทำงานเป็นทีม การจัดการอารมณ์ การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า การยืดหยุ่นตามสถานการณ์	- มีความเข้าใจในศาสตร์ทางด้านบริหารธุรกิจ และด้านการตลาด - ประยุกต์ศาสตร์ทางการตลาด และการฝึกปฏิบัติด้านการตลาด - ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลกับงานด้านการตลาด - ทักษะด้านดิจิทัล - ทักษะการสื่อสารและการทำงานร่วมกับผู้อื่น - ประพฤติตนตามกฎระเบียบ - มีคุณธรรมจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพ - มีบุคลิกภาพและพฤติกรรมที่เหมาะสมกับการเป็นนักการตลาด - เป็นผู้มีความคิดวิเคราะห์และความคิดสร้างสรรค์	PLO1 PLO2 PLO3 PLO4 PLO5 PLO6 PLO7

ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับ หลักสูตร (Stakeholders of the Program)	ความต้องการ/ข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง (Needs/Requirements)	สรุปความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย (Sum of Needs)	ความสอดคล้องกับผลลัพธ์ การเรียนรู้ (Corresponding PLOs)
	ด้านคุณธรรม 1. ความซื่อสัตย์ และการรักษาสัญญา 2. มีความรับผิดชอบ และการตรงต่อเวลา 3. คำนึงถึงคุณธรรมจริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ 4. การไม่เอารัดเอาเปรียบ ความยุติธรรม 5. เอาใจใส่และเคารพผู้อื่น 6. ความเป็นมิตร จริงใจ ด้านลักษณะบุคคล 1. บุคลิกภาพดี มีความมั่นใจ มีใจรักบริการ สุภาพอ่อนน้อม ยิ้มแย้มแจ่มใส 2. ทักษะในการเจรจาสื่อสาร มีไหวพริบ 3. การรอบรู้ ทันต่อเหตุการณ์ เรียนรู้ทันเทคโนโลยีสมัยใหม่ 4. คิดนอกกรอบ มีความคิดสร้างสรรค์ 5. รับผิดชอบต่อหน้าที่ มีความมุ่งมั่น กระตือรือร้น 6. มีความรวดเร็วในการทำงาน และมีทัศนคติที่ดีในการประกอบวิชาชีพ		
ศิษย์เก่า	ความรู้ทางการบริหารธุรกิจ 1. การทำบัญชี การวางแผนงบประมาณ การจัดทำงบกำไรขาดทุนการคำนวณต้นทุน 2. การสื่อสาร การทำงานเป็นทีม และการพัฒนาบุคลิกภาพ 3. เทคโนโลยี : การเลือกใช้เครื่องมือ การออกแบบ และการจัดการสารสนเทศ 4. เศรษฐศาสตร์ 5. การวางแผนธุรกิจ และการวางแผนการผลิต ความรู้ทางด้านการตลาด 1. การวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ลูกค้า และการวางแผนการตลาด 2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์	- เข้าใจองค์ความรู้และแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการบริหารธุรกิจ - เข้าใจความรู้เกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการ - เข้าใจในศาสตร์ด้านการตลาด - ประยุกต์ศาสตร์ทางด้านการตลาด และการฝึกปฏิบัติด้านการตลาด - เข้าใจสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและผลกระทบ - ประยุกต์ใช้องค์ความรู้ด้านบริหารธุรกิจและการตลาดตามสถานการณ์	PLO1 PLO2 PLO3 PLO4 PLO5 PLO6 PLO7

ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับ หลักสูตร (Stakeholders of the Program)	ความต้องการ/ข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง (Needs/Requirements)	สรุปความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย (Sum of Needs)	ความสอดคล้องกับผลลัพธ์ การเรียนรู้ (Corresponding PLOs)
	3. การสื่อสารการตลาด ได้แก่ การวางแผนโปรแกรมการส่งเสริมการตลาด การจัดทำสื่อออนไลน์ การจัดเหตุการณ์พิเศษ (Event) การตลาดดิจิทัล และ การตลาดออนไลน์ 4. การบริหารงานขายและการวางแผนการขาย 5. การตลาดบริการ 6. การจัดการช่องทางการจำหน่าย ด้านทักษะ 1. ทักษะคำนวณที่ใช้ในการปฏิบัติงาน เช่น บัญชี งบประมาณ การคิดต้นทุน การตั้งราคา ภาษี ดอกเบี้ย 2. ทักษะด้านการสื่อสารที่ใช้ในการปฏิบัติงาน เช่น การนำเสนองาน การบริการ ต้อนรับ การสร้างความสัมพันธ์ การสื่อสารการตลาด สื่อโฆษณา ภาษาต่างประเทศ 3. ทักษะด้านเทคโนโลยีในการปฏิบัติงานด้านการตลาด เช่น การใช้เครื่องมือสื่อสาร การตลาด การจัดทำสื่อ การตัดต่อคลิปวิดีโอ การตกแต่งภาพ การยิงโฆษณา การ ใช้งาน Microsoft office การออกแบบตราสินค้า ป้ายฉลาก และบรรจุภัณฑ์ การใช้งานแอปพลิเคชันทางการตลาด โปรแกรมสำเร็จรูปในหน่วยงาน และ อุปกรณ์สำนักงาน 4. ทักษะด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบที่นำมาใช้ในการ ปฏิบัติงาน เช่น การมีมนุษยสัมพันธ์ ความมีน้ำใจ ความรับผิดชอบในหน้าที่ ภาวะผู้นำและการทำงานเป็นทีม การเข้าสังคม มารยาทในการอยู่ร่วมกัน การ ปรับตัวเข้ากับผู้อื่น และการวางตัว ด้านจริยธรรม 1. ความซื่อสัตย์ 2. ความยุติธรรม	- ทักษะด้านดิจิทัล - ทักษะการสื่อสารและการทำงานร่วมกับผู้อื่น - ประพฤติตนตามกฎระเบียบ - มีคุณธรรมจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพ - มีบุคลิกภาพและพฤติกรรมที่เหมาะสมกับ การเป็นนักการตลาด - เป็นผู้มีความคิดวิเคราะห์และความคิด สร้างสรรค์	

ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับ หลักสูตร (Stakeholders of the Program)	ความต้องการ/ข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง (Needs/Requirements)	สรุปความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย (Sum of Needs)	ความสอดคล้องกับผลลัพธ์ การเรียนรู้ (Corresponding PLOs)
	3. การเคารพผู้อื่น 4. การไม่เอาเปรียบผู้อื่น 5. ตรงต่อเวลา ตรงต่อหน้าที่ และตรงต่อวิชาชีพ 6. ไม่นำข้อมูลของธุรกิจไปเปิดเผย ด้านลักษณะบุคคล 1. บุคลิกภาพที่ดี มีความน่าเชื่อถือ พุดจาอ่อนน้อม 2. กล้าคิด กล้าทำ กล้าแสดงออก คิดนอกกรอบ คิดสร้างสรรค์ 3. พัฒนาตนเองอยู่อย่างเสมอ ก้าวทันเทคโนโลยี 4. มีจิตบริการ 5. มีความรวดเร็วและถูกต้องในการปฏิบัติงาน มีไหวพริบในการแก้ปัญหา และการ ปรับตัวตามสถานการณ์		
ศิษย์ปัจจุบัน	ด้านความรู้ ความรู้ทางการบริหารธุรกิจ 1. การบริหารธุรกิจ 2. การเป็นผู้ประกอบการ ความรู้ทางด้านการตลาด 1. การเรียนรู้และเข้าใจหลักการทฤษฎีด้านการบริหารการตลาด 2. สามารถประยุกต์ใช้และบูรณาการองค์ความรู้เพื่อการตัดสินใจวางแผนทางด้านการตลาดได้ ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารธุรกิจและการตลาด 1. เรียนรู้ความก้าวหน้าทางด้านการบริหารธุรกิจและศาสตร์ที่เกี่ยวข้องตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและผลกระทบอย่างเท่าทัน 2. เรียนรู้การปรับปรุงกระบวนการบริหารธุรกิจให้สอดคล้องกับสถานการณ์		PLO1 PLO2 PLO3 PLO4 PLO5 PLO6 PLO7

ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับ หลักสูตร (Stakeholders of the Program)	ความต้องการ/ข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง (Needs/Requirements)	สรุปความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย (Sum of Needs)	ความสอดคล้องกับผลลัพธ์ การเรียนรู้ (Corresponding PLOs)
	ด้านทักษะ 1. คิดวางแผนทางการตลาดได้อย่างสร้างสรรค์ 2. นำข้อมูลที่ค้นคว้าได้มาใช้ประโยชน์ได้ 3. คิดเพื่อแก้ปัญหาทางธุรกิจและสถานการณ์ทั่วไปได้ 4. สื่อสารในรูปแบบการพูด การเขียน และการนำเสนอได้อย่างเหมาะสม 5. ใช้เทคโนโลยีในการนำเสนอและการสร้างสรรค์ทางการตลาด 6. สื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างประเทศที่จำเป็นในงานการตลาดได้ ด้านจริยธรรม 1. มีความเสียสละ ไม่เอารัดเอาเปรียบผู้อื่น 2. มีความรับผิดชอบต่อนตนเอง 3. มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 4. มีความซื่อสัตย์สุจริต 5. มีวินัย ตรงต่อเวลา เคารพกฎระเบียบ และข้อบังคับ 6. มีความพอเพียงเป็นหลักในการดำเนินชีวิต 7. มีความรู้ความเข้าใจในหลักคุณธรรม จริยธรรมทางธุรกิจ และจรรยาบรรณวิชาชีพ ด้านลักษณะบุคคล 1. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ 2. แสดงบทบาทผู้นำหรือผู้ตามในกลุ่มได้ 3. สามารถแสดงความคิดริเริ่มและเห็นต่างอย่างสร้างสรรค์ในการแก้ไขปัญหาได้ 4. สามารถปรับตัวในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้		
อาจารย์ผู้สอน	ด้านความรู้ สามารถนำความรู้ความเข้าใจในทฤษฎีด้านการตลาด การบริหารธุรกิจ และการเป็นผู้ประกอบการ มาประยุกต์ใช้ในการวางแผนและการแก้ปัญหาทางธุรกิจได้		PLO1 PLO2 PLO3

ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับ หลักสูตร (Stakeholders of the Program)	ความต้องการ/ข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง (Needs/Requirements)	สรุปความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย (Sum of Needs)	ความสอดคล้องกับผลลัพธ์ การเรียนรู้ (Corresponding PLOs)
	ด้านทักษะ มีทักษะที่สามารถนำมาใช้ในการปฏิบัติงานด้านการตลาดได้อย่างเหมาะสม ด้านจริยธรรม เป็นผู้มีคุณธรรมจริยธรรม ตระหนักถึงจรรยาบรรณวิชาชีพการตลาด นำความรู้ไปใช้เพื่อประโยชน์ให้เกิดกับท้องถิ่น สังคม รวมทั้งการมีจิตสาธารณะ ด้านลักษณะบุคคล สามารถปรับตัวตามสถานการณ์ ทำงานเป็นทีม มีภาวะผู้นำ มีความคิดสร้างสรรค์ ใส่ใจในการติดตามข้อมูลข่าวสาร และแสดงออกถึงความเป็นผู้ที่สนใจเรียนรู้ตลอดชีวิต		PLO4 PLO5 PLO6 PLO7
ผู้เรียนในอนาคต	ด้านความรู้ 1. การบริหารธุรกิจ 2. การตลาด 3. การเป็นผู้ประกอบการ ด้านทักษะ 1. การใช้เทคโนโลยีการตลาดออนไลน์ การทำสื่อ การออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ การใช้งานแอปพลิเคชัน Instagram TikTok Facebook 2. ทักษะด้านภาษา และการสื่อสาร ด้านจริยธรรม ความซื่อสัตย์ การช่วยเหลือสังคม ด้านลักษณะบุคคล ความจริงใจ มีมนุษยสัมพันธ์ดี การทำงานเป็นทีม สนใจความรู้ทางเทคโนโลยี	- เข้าใจองค์ความรู้และแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการบริหารธุรกิจ และการตลาด - เข้าใจความรู้เกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการ - ประยุกต์ศาสตร์ทางด้านการตลาด - การฝึกปฏิบัติด้านการตลาด - ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีกับงานด้านการตลาด - ทักษะการสื่อสาร - มีคุณธรรมจริยธรรม - มีจิตสาธารณะ - มีมนุษยสัมพันธ์ - ทักษะการสื่อสารและการทำงานร่วมกับผู้อื่น - สนใจทักษะเทคโนโลยี	PLO1 PLO2 PLO3 PLO4 PLO5
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13	มิติที่ 1 ภาคการผลิตและบริการเป้าหมาย - เน้นใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมการเกษตรสมัยใหม่ สร้างความรู้ความเข้าใจเรื่อง การสร้างมูลค่าเพิ่มจากการเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	- มีความเข้าใจในศาสตร์ทางด้านบริหารธุรกิจ และด้านการตลาด	PLO6

ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับ หลักสูตร (Stakeholders of the Program)	ความต้องการ/ข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง (Needs/Requirements)	สรุปความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย (Sum of Needs)	ความสอดคล้องกับผลลัพธ์ การเรียนรู้ (Corresponding PLOs)
	- การท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน ปรับโครงสร้างภาคการผลิตและบริการสู่เศรษฐกิจฐานนวัตกรรม ยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน ส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อยและชุมชนสามารถเชื่อมโยงห่วงโซ่มูลค่าได้ - วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูงและสามารถแข่งขันได้ ส่งเสริมและพัฒนา SME ไทยให้เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง ผลักดันผู้ประกอบการยุคใหม่ ให้มีความสามารถในการแข่งขัน มีอัตลักษณ์ชัดเจน ใช้ประโยชน์จากดิจิทัลและนวัตกรรมในการบริหารธุรกิจ - เศรษฐกิจหมุนเวียนและสังคมคาร์บอนต่ำ เสริมสร้างการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นทุกขั้นตอนการผลิตและการบริโภค สร้างมูลค่าและรายได้จากเศรษฐกิจหมุนเวียนเพิ่มขึ้น ตั้งเป้าหมาย - กำลังคนสมรรถนะสูง มุ่งเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตอบโจทย์การพัฒนาแห่งอนาคต ให้คนไทยได้รับการพัฒนาอย่างเต็มศักยภาพในทุกช่วงวัย มีสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับโลกยุคใหม่ ตามบรรทัดฐานของสังคม มีภูมิคุ้มกันต่อความเปลี่ยนแปลงและดำรงชีวิตอย่างมีความสุข	- ประยุกต์ศาสตร์ทางด้านการตลาด และการฝึกปฏิบัติด้านการตลาด - ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลกับงานด้านการตลาด - แสดงออกถึงการใช้ความคิดสร้างสรรค์ - ทักษะในการเป็นผู้ประกอบการ - มีมนุษยสัมพันธ์ การทำงานเป็นทีม และมีภาวะผู้นำ - ทักษะการคิดวิเคราะห์ และการเรียนรู้ตลอดชีวิต - แสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม - มีจิตสาธารณะ มีการแสดงพฤติกรรมที่เหมาะสมกับจรรยาบรรณนักการตลาด - ปฏิบัติงานในสถานประกอบการได้สำเร็จ ลุล่วง	
วิสัยทัศน์ พันธกิจ และอัตลักษณ์ มหาวิทยาลัย ราชภัฏสงขลา	วิสัยทัศน์ “มหาวิทยาลัยชั้นนำเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน” พันธกิจ อัตลักษณ์มหาวิทยาลัย “เป็นคนดี มีทักษะชีวิต มีจิตสาธารณะ” แผนยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570) วิสัยทัศน์ “มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา เป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำเพื่อพัฒนาท้องถิ่นภาคใต้สู่สากล” Key Results ของวิสัยทัศน์ : ผลการจัดอันดับของมหาวิทยาลัยกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDG) โดยThe Times Higher Education Impact Rankings เป็นอันดับ 1 ของมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคใต้ และได้รับการจัดอันดับไม่เกิน 400 ในระดับโลก	- หลักสูตร ที่รองรับการเปลี่ยนแปลง ในอนาคต - หลักสูตรที่มีความร่วมมือกับสถานประกอบการ/ชุมชนในท้องถิ่น - หลักสูตรที่สามารถผลิตบัณฑิตให้มีคุณลักษณะในศตวรรษที่ 21 สอดคล้องกับความต้องการกับชุมชนท้องถิ่น	PLO6 PLO7

ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับ หลักสูตร (Stakeholders of the Program)	ความต้องการ/ข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง (Needs/Requirements)	สรุปความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย (Sum of Needs)	ความสอดคล้องกับผลลัพธ์ การเรียนรู้ (Corresponding PLOs)
		- หลักสูตรที่ส่งเสริมและสนับสนุนให้นักศึกษาเข้าสู่ระบบสหกิจศึกษาหรือระบบ CWIE - เป็นคนดีมีคุณธรรมจริยธรรม - มีทักษะชีวิต - แสดงออกถึงการมีจิตสาธารณะ	
ปรัชญา วิสัยทัศน์ พันธกิจ และ คุณ ลั ก ษ ณะ ของ บัณฑิตของคณะวิทยาการ จัดการ	วิสัยทัศน์ของคณะวิทยาการจัดการ “ผู้นำในการสร้างผู้ประกอบการเพื่อพัฒนาท้องถิ่นและผู้เชี่ยวชาญในวิชาชีพ” อัตลักษณ์ของของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ “สร้างสรรค์นวัตกรรม ก้าวล้ำเทคโนโลยี มีจิตอาสา” ยุทธศาสตร์การพัฒนา 1. ผลิตบัณฑิตสู่การเป็นผู้ประกอบการและมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในวิชาชีพ 2. วิจัย พัฒนา และสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการในท้องถิ่น 3. บริการวิชาการเพื่อส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการและหน่วยงานในท้องถิ่น 4. ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อมุ่งสู่การสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 5. บริหารจัดการองค์กรให้มีคุณภาพและความสุขในการทำงาน ภายใต้หลักธรรมาภิบาล	- มีความรู้ทางด้านผู้ประกอบการ - มีทักษะทางด้านเทคโนโลยี - แสดงออกถึงการมีจิตสาธารณะ - ประยุกต์วิชาการด้านการตลาดอย่างสร้างสรรค์ เพื่อนำไปสู่การเป็นผู้ประกอบการ	PLO4 PLO5 PLO6 PLO7

ภาคผนวก ค
ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs) กับ
Knowledge/ Skill / Attitude

ตารางที่ 3 แสดงผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs) กับ Knowledge/ Skill / Attitude ที่มีความสัมพันธ์กับรายวิชา

1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (ได้รับความเห็นชอบ/อนุมัติจากสภามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ในคราวประชุมครั้งที่ 1/2566 เมื่อวันที่ 21 มกราคม 2566)

PLOs	ความรู้ (Knowledge)	ทักษะ (Skills)	ทัศนคติ/ความดี (Attitude/Affection)	วิชา
PLO1 คิดอย่างมี วิจรรย์ญาณ สร้างสรรค์และ เป็นระบบ	K1 รูปแบบและประเภทการคิด K2 กระบวนการคิด K3 ประโยชน์ของการคิด K4 การคิดสร้างสรรค์	S1 การสื่อสาร S2 การแสวงหาความรู้ S3 ทักษะทางภาษา S4 สืบค้นข้อมูล/สารสนเทศ	A1 ยอมรับความแตกต่าง ระหว่างบุคคล A2 การเคารพผู้อื่น A3 ทัศนคติเชิงบวก	GEN1101 ฉลาดคิด GEN1208 สมาธิเพื่อพัฒนาชีวิต
PLO2 เชื่อมโยง ความคิดเพื่อ แก้ปัญหาใน สถานการณ์ที่ หลากหลายได้ อย่างถูกต้อง	K5 การเชื่อมโยงความคิด K6 การแก้ปัญหา	S5 การคิดอย่างสร้างสรรค์ S6 การค้นคว้าข้อมูลข่าวสาร S7 ทักษะทางภาษา S8 สืบค้นข้อมูล/สารสนเทศ	A4 ยอมรับความแตกต่าง ระหว่างบุคคล A5 การเคารพผู้อื่น A6 ทัศนคติเชิงบวก	GEN1102 ศาสตร์พระราชาเพื่อ การบูรณาการที่ยั่งยืน GEN1103 วิศวกรรมสังคมเพื่อการ พัฒนาท้องถิ่น
PLO3 ใช้ชีวิตอยู่ ร่วมกับผู้อื่นได้ อย่างเป็นอย่างดี	K7 ความรู้ในสถานการณ์ปัจจุบัน K8 หลักการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ K9 ความรู้และทักษะด้านการรับสารและส่งสาร K10 จิตวิทยาเบื้องต้น K11 มารยาททางสังคม K12 ความรู้วัฒนธรรมการอยู่ร่วมกันในองค์กร/สังคม K13 วิถีชีวิตในสังคมปัจจุบัน K14 การอยู่ร่วมกับสิ่งแวดล้อม K15 ภัยพิบัติ K16 หน้าที่พลเมือง	S9 การทำงานร่วมกับผู้อื่น S10 การจัดการปัญหา S11 การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ S12 การปรับตัว S13 การค้นหาข้อมูล S14 การจัดการชีวิต S15 คิดอย่างมีวิจรรย์ญาณ S16 การบริหารเวลา S17 ความรับผิดชอบต่อสังคม S18 ความสามัคคี S19 จิตสาธารณะ	A7 ความรับผิดชอบ A8 การเคารพผู้อื่น A9 คุณธรรมจริยธรรม	GEN1202 พลเมืองจิตสาธารณะ GEN1203 พลเมืองโลก GEN1204 วิถีชีวิตที่ยั่งยืน GEN1205 ใส่ใจภัยพิบัติในโลก สมัยใหม่ GEN1208 สมาธิเพื่อพัฒนาชีวิต

PLOs	ความรู้ (Knowledge)	ทักษะ (Skills)	ทัศนคติ/ความดี (Attitude/Affection)	วิชา
PLO4 สามารถดูแล สุขภาพของ ตนเองเพื่อให้ ดำรงชีวิตอยู่ได้ อย่างมีความสุข	K17 ความรู้เกี่ยวกับสุขลักษณะเบื้องต้น K18 การดูแลและเสริมสร้างสุขภาพ K19 การจัดการอารมณ์/ความเครียด K20 ความรู้เกี่ยวกับโรคภัยไข้เจ็บ K21 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการปฐมพยาบาล	S20 ทักษะการจัดการอารมณ์ S21 การวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูล S22 ทักษะด้านกีฬา ดนตรี ศิลปะ S23 การจัดการชีวิต S24 คิดอย่างมีวิจารณญาณ	A10 สุขนิยม A11 การเห็นคุณค่าของตัวเอง A12 การมีวินัย	GEN1201 รู้ทันสุขภาพ
PLO5 สามารถสื่อสาร ระหว่างบุคคล ในสถานการณ์ ต่าง ๆ ได้อย่าง ถูกต้องเหมาะสม	K22 ความรู้ด้านการรับสารและการส่งสาร K23 หลักการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ K24 ความรู้เกี่ยวกับสภาพสังคมปัจจุบัน K25 การสื่อสารในยุคดิจิทัล	S25 การจัดการอารมณ์ในการเป็น ผู้รับฟัง/สภาวะกดดัน S26 การสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่าง บุคคล S27 การพัฒนาบุคลิกภาพ	A13 การคิดเชิงบวก A14 การยอมรับความแตกต่าง A15 ความกล้าที่จะแสดงออก A16 คุณธรรม	GEN1301 ภาษาอังกฤษเพื่อการ สื่อสารในบริบทสากล GEN1302 ภาษาอังกฤษในบริบท การทำงานอย่างมี ประสิทธิภาพ GEN1303 ศิลปะการใช้ภาษาไทย
PLO6 ใช้ภาษาไทยและ ภาษาต่างประเทศ ในการสื่อสาร ระหว่างบุคคลได้	K26 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษาไทยและ ต่างประเทศ K27 คำศัพท์พื้นฐานเบื้องต้นที่ใช้ในชีวิตประจำวัน K28 การสนทนาในพื้นฐานเบื้องต้น	S28 ความกล้าที่พูด S29 ทักษะการเขียน S30 ทักษะการฟัง S31 การใช้เทคโนโลยีในการเรียนรู้	A17 การเข้าใจในวัฒนธรรมที่ แตกต่าง A18 ความขยัน อดทน A19 ความกล้าที่จะแสดงออก	GEN1301 ภาษาอังกฤษเพื่อการ สื่อสารในบริบทสากล GEN1302 ภาษาอังกฤษในบริบท การทำงานอย่างมี ประสิทธิภาพ GEN1303 ศิลปะการใช้ภาษาไทย GEN1304 ภาษาจีนเพื่อการ สื่อสาร GEN1305 ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการ สื่อสาร GEN1306 ภาษามาลายีเพื่อการ สื่อสาร GEN1307 ภาษาอินโดนีเซียเพื่อ การสื่อสาร

PLOs	ความรู้ (Knowledge)	ทักษะ (Skills)	ทัศนคติ/ความดี (Attitude/Affection)	วิชา
PLO7 สามารถใช้เทคโนโลยีในการดำเนินชีวิตได้อย่างปลอดภัยและมีคุณธรรม	K29 รูปแบบของเทคโนโลยีที่สนับสนุนการดำเนินชีวิต K30 พรบ.คอมพิวเตอร์ K31 พรบ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล K32 การใช้ข้อมูลสารสนเทศ	S32 การสื่อสารภาษาไทยและอังกฤษ S33 การคิดวิเคราะห์ S34 การสืบค้นข้อมูล	A20 คุณธรรมจริยธรรม A21 จรรยาบรรณในการใช้ชีวิตประจำวันสื่อ A22 ความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม A23 เคารพสิทธิของผู้อื่น	GEN1402 ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ GEN1401 เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อชีวิตวิถีใหม่ GEN1403 สารสนเทศดิจิทัล
PLO8 ใช้เทคโนโลยีในการสร้างรายได้ให้กับตนเอง	K33 การตลาด K34 ประเภทของสื่อเทคโนโลยี K35 ความรู้ในการนำเสนอสินค้าและบริการ K36 แนวคิดในการประกอบอาชีพ K37 การผลิตสื่อออนไลน์ K38 การรู้เท่าทันสื่อ/เทคโนโลยี	S35 การใช้ความคิดสร้างสรรค์ S36 การพูด S37 การนำเสนอ	A24 ความใฝ่รู้ A25 การเรียนรู้ตลอดชีวิต A26 หลักคุณธรรมและจริยธรรมในวิชาชีพ A27 การรับฟังและเคารพในความคิดเห็นที่แตกต่าง	GEN1401 เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อชีวิตวิถีใหม่
PLO9 อธิบายแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการได้	K39 การบริหารการเงินและการบัญชี K40 การตลาด K41 กฎหมายเบื้องต้นสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ K42 การเขียนแผนธุรกิจ K43 การสร้างธุรกิจออนไลน์ K44 ภาษี	S38 คอมพิวเตอร์ขั้นพื้นฐาน S39 ทักษะการใช้ Social media S40 ภาษาอังกฤษ/ภาษาอื่น ๆ S41 ความคิดสร้างสรรค์	A28 คุณธรรม ศีลธรรม A29 ซื่อสัตย์ A30 มีความรับผิดชอบ A31 มีความอดทน	GEN1501 การประกอบการยุคดิจิทัล GEN1502 การเงินยุคดิจิทัล
PLO10 บริหารการเงินในการดำเนินชีวิตได้อย่างเหมาะสม	K45 วางแผนทางการเงิน K46 ช่องทางรายได้ K47 งบการเงินส่วนบุคคล K48 การจัดการการเงิน K49 แผนรายจ่าย K50 หลักการบริหาร	S42 คณิตศาสตร์ S43 การคิดวิเคราะห์ S44 การวางแผน S45 การใช้เทคโนโลยี S46 การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	A32 มีวินัย A33 มีความรับผิดชอบ A34 การยอมรับการเปลี่ยนแปลง A35 ทัศนคติเชิงบวก	GEN1501 การประกอบการยุคดิจิทัล GEN1502 การเงินยุคดิจิทัล

2. วิชาเฉพาะด้าน

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs)	ความรู้ (Knowledge)	ทักษะ (Skills)	ทัศนคติ คุณธรรม (Attitude)	วิชา (Course)
PLO1 อธิบายหลักการ แนวคิดทฤษฎีด้านการจัดการและบริหารธุรกิจ	K1 การตลาด K2 การเป็นผู้ประกอบการ K3 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ K4 เศรษฐศาสตร์ K5 การบัญชีและภาษีอากร K6 การเงินธุรกิจ	S1 ทักษะการสื่อสารและการนำเสนอ S2 การใช้เทคโนโลยีในการสืบค้นและอ้างอิงข้อมูล S3 การตัดสินใจทางธุรกิจ	A1 การแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อตนเองและส่วนรวม A2 การแสดงออกถึงความตรงต่อเวลา	3541104 หลักการตลาด 3561104 การเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัล 3601022 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ 3631113 หลักเศรษฐศาสตร์ 3641106 การบัญชีและภาษีอากรสำหรับผู้ประกอบการ 3642117 การเงินเพื่อธุรกิจ
PLO2 ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ศาสตร์ทางด้านการบริหารธุรกิจ และการสื่อสารในการประกอบธุรกิจ	K2 การเป็นผู้ประกอบการ K7 องค์ประกอบพื้นฐานของระบบสารสนเทศทางธุรกิจ K8 ภาษาอังกฤษทางธุรกิจ	S3 การตัดสินใจทางธุรกิจ S4 การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการวิเคราะห์ นำเสนอ และจัดการข้อมูลทางธุรกิจ S5 การสื่อสารทางธุรกิจ	A1 การแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อตนเองและส่วนรวม A2 การแสดงออกถึงความตรงต่อเวลา A3 ตระหนักถึงหลักจริยธรรมและความปลอดภัยในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล	3501205 ภาษาอังกฤษเพื่อธุรกิจ 3561104 การเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัล 3611302 นวัตกรรมดิจิทัลและเทคโนโลยี
PLO3 มีความรู้และทักษะด้านการตลาดที่ก้าวหน้าต่อการเปลี่ยนแปลง	K9 หลักการ แนวคิด ทฤษฎีความรู้พื้นฐานทางการตลาด K10 พฤติกรรมผู้บริโภค K11 กลยุทธ์การตลาด K12 การวางแผน K13 การวิจัยตลาด K14 การตลาดโลก	S6 การใช้ความคิดเชิงวิเคราะห์ S7 การใช้ความคิดเชิงระบบ S8 การวางแผน S9 การเขียนรายงาน	A1 การแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อตนเองและส่วนรวม A4 การแสดงออกถึงการคิดแก้ปัญหา A5 การแสดงออกถึงการคิดเชิงระบบ A6 การแสดงออกถึงบุคลิกภาพ	3541105 พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล 3541106 บุคลิกภาพนักการตลาด 3542113 กลยุทธ์การตลาด 3542115 การตลาดธุรกิจบริการ 3542205 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับ หลักสูตร (PLOs)	ความรู้ (Knowledge)	ทักษะ (Skills)	ทัศนคติ คุณธรรม (Attitude)	วิชา (Course)
	K15 การตลาดบริการ K16 ภาษาอังกฤษทางการตลาด K17 บุคลิกภาพ		A8 การแสดงออกถึงการตัดสินใจ ทางธุรกิจ A9 การแสวงหาความรู้ใหม่ ๆ	3542405 การจัดจำหน่ายและ โลจิสติกส์ 3542406 การจัดการค้าปลีก 3543124 การตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน 3543801 การตลาดโลก 3543802 การตลาดข้ามวัฒนธรรม 3543803 การค้าขายแดน 3543901 ภาษาอังกฤษสำหรับการตลาด

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับ หลักสูตร (PLOs)	ความรู้ (Knowledge)	ทักษะ (Skills)	ทัศนคติ คุณธรรม (Attitude)	วิชา (Course)
PLO4 ประยุกต์ใช้ เทคโนโลยีดิจิทัล ในการแสวงหา วิเคราะห์ เพื่อการ ตัดสินใจทางด้าน การตลาด มีความคิด สร้างสรรค์บูรณา การความรู้เพื่อไปสู่ การเป็น ผู้ประกอบการ	K18 เทคโนโลยีในการสืบค้น K19 เทคโนโลยีในการวิจัย K20 เทคโนโลยีในงานทางการตลาด K21 เทคโนโลยีเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ และตัดสินใจทางการตลาด K22 เทคโนโลยีทางการสื่อสารและ นำเสนอ K23 ความคิดสร้างสรรค์	S2 การใช้เทคโนโลยีในการสืบค้นและ อ้างอิงข้อมูล S10 การใช้เทคโนโลยีในการวิจัย S11 การใช้เทคโนโลยีในงานทาง การตลาด S12 การใช้เทคโนโลยีเพื่อใช้ในการ วิเคราะห์และตัดสินใจทางการตลาด S13 การใช้เทคโนโลยีในการสื่อสาร และนำเสนอ S14 การใช้ความคิดสร้างสรรค์	A7 แสดงออกถึงการคิดเชิงวิเคราะห์ A8 การแสดงออกถึงการตัดสินใจ ทางธุรกิจ A9 การแสวงหาความรู้ใหม่ ๆ A10 แสดงออกถึงการสื่อสารและ นำเสนอทางการตลาด A11 แสดงออกถึงการใช้ความคิด สร้างสรรค์	3542113 กลยุทธ์การตลาด 3542114 การออกแบบสื่อสร้างสรรค์ด้าน การตลาด 3543124 การตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน 3542205 การจัดการผลิตภัณฑ์ และราคา 3542501 การสื่อสารการตลาด แบบบูรณาการ 3542502 การจัดการการขายและเทคนิค การขาย 3542901 เทคโนโลยีทางการตลาด 3543123 แผนการตลาด 3542116 การตลาดสร้างสรรค์ 3543127 การตลาดธุรกิจท่องเที่ยวชุมชน 3543205 การสร้างแบรนด์ 3543504 การบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ 3543605 การวิจัยตลาด 3543606 โครงการทางการตลาด 3543902 การตลาดดิจิทัล

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับ หลักสูตร (PLOs)	ความรู้ (Knowledge)	ทักษะ (Skills)	ทัศนคติ คุณธรรม (Attitude)	วิชา (Course)
				3543607 ประเด็นปัจจุบันทางการตลาด 3543701 การเตรียมฝึกประสบการณ์ วิชาชีพการตลาด 7203301 การเตรียมความพร้อมสหกิจ ศึกษาทางการตลาด
PLO5 มีมนุษยสัมพันธ์ การทำงานเป็นทีม มีภาวะผู้นำ และ ปรับตัวให้ สอดคล้องกับ สถานการณ์ปัจจุบัน	K24 การสร้างความสัมพันธ์ K25 การปรับตัว	S15 การทำงานเป็นทีม S16 การฝึกปฏิบัติร่วมกับชุมชน/ผู้อื่น	A1 การแสดงออกถึงความ รับผิดชอบต่อตนเองและ ส่วนรวม A12 การแสดงออกถึงการยอมรับฟัง ความคิดเห็นของกลุ่ม A13 การปรับตัวให้เข้ากับชุมชน / ผู้อื่น A14 การแสดงออกถึงภาวะการเป็น ผู้นำ A15 แสดงออกถึงการทำงาน เป็นทีม	3541105 พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล 3541106 บุคลิกภาพนักการตลาด 3542405 การจัดจำหน่ายและโลจิสติกส์ 3542406 การจัดการค้าปลีก 3542501 การสื่อสารการตลาด แบบบูรณาการ 3542113 กลยุทธ์การตลาด 3542114 การออกแบบสื่อสร้างสรรค์ ด้านการตลาด 3542116 การตลาดสร้างสรรค์ 3542901 เทคโนโลยีทางการตลาด 3543123 แผนการตลาด 3543124 การตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน 3543125 การตลาดธุรกิจเพื่อสุขภาพ 3543129 การตลาดสังคมผู้สูงอายุ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับ หลักสูตร (PLOs)	ความรู้ (Knowledge)	ทักษะ (Skills)	ทัศนคติ คุณธรรม (Attitude)	วิชา (Course)
				3543128 การตลาดเพื่อความยั่งยืน 3543205 การสร้างแบรนด์ 3543504 การบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ 3543605 การวิจัยตลาด 3543606 โครงงานทางการตลาด 3543607 ประเด็นปัจจุบันทางการตลาด 3543701 การเตรียมฝึกประสบการณ์ วิชาชีพการตลาด 3543702 การเตรียมความพร้อมสหกิจ ศึกษาทางการตลาด 3543801 การตลาดโลก 3543802 การตลาดข้ามวัฒนธรรม 3543901 ภาษาอังกฤษสำหรับการตลาด

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับ หลักสูตร (PLOs)	ความรู้ (Knowledge)	ทักษะ (Skills)	ทัศนคติ คุณธรรม (Attitude)	วิชา (Course)
PLO6 นำความรู้ไปใช้ ประโยชน์ให้เกิดกับ ท้องถิ่น สังคม มีจิต สาธารณะ แสดง พฤติกรรมที่ เหมาะสมกับ จรรยาบรรณนักการ ตลาด	K26 จรรยาบรรณการตลาด K27 จรรยาบรรณของนักขาย K28 จรรยาบรรณของนักโฆษณา K29 จรรยาบรรณของงานบริการ K30 จรรยาบรรณทางการตลาด ออนไลน์ K31 จรรยาบรรณนักวิจัย	S6 การใช้ความคิดเชิงวิเคราะห์ S7 การใช้ความคิดเชิงระบบ S14 การใช้ความคิดสร้างสรรค์ S17 ปฏิบัติตนตาม จรรยาบรรณการตลาด	A1 การแสดงออกถึงความ รับผิดชอบต่อตนเองและ ส่วนรวม A5 แสดงออกถึงความคิดเชิงระบบ A11แสดงออกถึงการใช้ความคิด สร้างสรรค์ A15 ตระหนักถึงความซื่อสัตย์ A16 การแสดงออกถึงความมีจิต สาธารณะ	3542115 การตลาดธุรกิจบริการ 3542501 การสื่อสารการตลาด แบบบูรณาการ 3542502 การจัดการขายและเทคนิค การขาย 3543123 แผนการตลาด 3543125 การตลาดธุรกิจเพื่อสุขภาพ 3543127 การตลาดธุรกิจท่องเที่ยวชุมชน 3543128 การตลาดเพื่อความยั่งยืน 3543129 การตลาดสังคมผู้สูงอายุ 3543605 การวิจัยการตลาด 3543606 โครงการทางการตลาด 3543701 การเตรียมฝึกประสบการณ์ วิชาชีพการตลาด 7203701 การเตรียมความพร้อมสหกิจ ศึกษาทางการตลาด 3543803 การค้าขายแดน 3543902 การตลาดดิจิทัล

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับ หลักสูตร (PLOs)	ความรู้ (Knowledge)	ทักษะ (Skills)	ทัศนคติ คุณธรรม (Attitude)	วิชา (Course)
PLO7 ปฏิบัติงานด้าน การตลาด ในสถาน ประกอบการได้ สำเร็จลุล่วง	K32 บทบาท หน้าที่และกระบวนการ การทำงานในองค์กร	S8 การวางแผน S9 การเขียนรายงาน	A1 การแสดงออกถึงความ รับผิดชอบต่อตนเองและ ส่วนรวม A2 การแสดงออกถึงความตรงต่อ เวลา A13 การปรับตัวให้เข้ากับชุมชน / ผู้อื่น	3542502 การจัดการการขายและเทคนิค การขาย 3544705 ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ การตลาด 3544706 สหกิจศึกษาทางการตลาด

ภาคผนวก ง

ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา กับ Knowledge/ Skill /
Attitude

ตารางที่ 4 แสดงผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา กับ Knowledge/ Skill / Attitude

1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (ได้รับความเห็นชอบ/อนุมัติจากสภามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
ในคราวประชุมครั้งที่ 1/2566 เมื่อวันที่ 21 มกราคม 2566)

รายวิชา / กลุ่มสาระ / Module (ถ้ามี) (รหัสรายวิชา ชื่อรายวิชา จำนวนหน่วยกิต)	Knowledge / Skill / Attitude
GEN1101 ฉลาดคิด 3(3-0-6)	K1 K2 K3 K4 S1 S2 S3 S4 A1 A2 A3
GEN1102 ศาสตร์พระราชาเพื่อการบูรณาการที่ยั่งยืน 3(3-0-6)	K5 K6 S5 S6 S7 S8 A4 A5 A6
GEN1103 วิศวกรสังคมเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น 3(2-2-5)	K5 K6 S5 S6 S7 S8 A4 A5 A6
GEN1201 รู้ทันสุขภาพ 3(2-2-5)	K17 K18 K19 K20 S20 S21 S22 S23 S24 A10 A11 A12
GEN1202 พลเมืองจิตสาธารณะ 3(3-0-6)	K7 K9 K10 K13 K16 S9 S10 S11 A7 A8 A9
GEN1203 พลเมืองโลก 3(3-0-6)	K7 K9 K10 K11 K16 S9 S10 S11 S12 S13 A7 A8 A9
GEN1204 วิถีชีวิตที่ยั่งยืน 3(3-0-6)	K12 K13 K14 K16 S9 S10 S11 S12 S13 A7 A8 A9 A7 A8 A9
GEN1205 ใส่ใจภัยพิบัติในโลกสมัยใหม่ 3(3-0-6)	K12 K13 K14 K16 S9 S10 S11 S12 S13 A7 A8 A9 A7 A8 A9
GEN1206 งานช่างในชีวิตประจำวัน 3(2-2-5)	K1 K2 K8 S1 A1 A2 A3
GEN1207 เล่นกีฬา 3(3-0-6)	K12 K13 K14 K15 K16 S1 A1 A2 A3
GEN1208 สมมติเพื่อพัฒนาชีวิต 3(3-0-6)	K2 K10 S1 S9 S12 A1 A2 A3 A9
GEN1301 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร ในบริบทสากล 3(3-0-6)	K22 K23 K24 K25 K26 K27 K28 K29 S23 S25 A24 A15 A16 A17 A18
GEN1302 ภาษาอังกฤษในบริบทการทำงาน อย่างมีประสิทธิภาพ 3(3-0-6)	K22 K23 K24 K25 K26 K27 K28 K29 S23 S25 A24 A15 A16 A17 A18
GEN1303 ศิลปะการใช้ภาษาไทย 3(3-0-6)	K22 K23 K24 K25 K26 K27 K28 K29 S23 S25 A24 A15 A16 A17 A18
GEN1304 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6)	K26 K27 K28 K29 S23 S25 A24 A15 A16 A17 A18
GEN1305 ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6)	K26 K27 K28 K29 S23 S25 A24 A15 A16 A17 A18
GEN1306 ภาษามลายูเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6)	K26 K27 K28 K29 S23 S25 A24 A15 A16 A17 A18

รายวิชา / กลุ่มสาระ / Module (ถ้ามี) (รหัสรายวิชา ชื่อรายวิชา จำนวนหน่วยกิต)	Knowledge / Skill / Attitude
GEN1307 ภาษาอินโดนีเซียเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6)	K26 K27 K28 K29 S23 S25 A24 A15 A16 A17 A18
GEN1401 เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อชีวิตวิถีใหม่ 3(2-2-5)	K29 K30 K31 K32 K33 K33 K34 K35 S32 S33 A20 A21 A22 A23 A24
GEN1402 ความปลอดภัยทางไซเบอร์ 3(3-0-6)	K29 K30 K31 K32 K33 K33 K34 K35 K38 S32 S33 A20 A21 A22 A23 A24
GEN1403 สารสนเทศดิจิทัล 3(3-0-6)	K29 K30 K31 K32 K33 K33 K34 K35 K36 K37 S32 S33 A20 A21 A22 A23 A24
GEN1501 การประกอบการยุคดิจิทัล 3(3-0-6)	K39 K40 K41 K42 K43 K44 S38 S39 S40 S41 A28 A29 A30 A31
GEN1502 การเงินยุคดิจิทัล 3(3-0-6)	K45 K46 K47 K48 K49 K50 S42 S43 S44 S45 A32 A33 A34 A35

2. หมวดวิชาเฉพาะ

รายวิชา / กลุ่มสาระ / Module (ถ้ามี) (รหัสรายวิชา ชื่อรายวิชา จำนวนหน่วยกิต)	Knowledge / Skill / Attitude
2.1 กลุ่มวิชาแกน	
3501205 ภาษาอังกฤษเพื่อธุรกิจ 3(2-2-5)	K8 S5 A2
3541104 หลักการตลาด 3(3-0-6)	K1 S2 A2
3561104 การเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัล 3(2-2-5)	K2 S1 S3 A1
3601022 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ 3(3-0-6)	K3 S1 A1
3611302 นวัตกรรมดิจิทัลและเทคโนโลยี 3(2-2-5)	K7 S3 S4 A3
3631113 หลักเศรษฐศาสตร์ 3(3-0-6)	K4 S2 A2
3641106 การบัญชีและภาษีอากรสำหรับผู้ประกอบการ 3(2-2-5)	K5 S1 A1 A2
3642117 การเงินเพื่อธุรกิจ 3(2-2-5)	K6 S3 A1 A2
2.2 กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน	
บังคับเรียน	
3541105 พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล 3(3-0-6)	K10 S6 S9 A7 A8 A12
3541106 บุคลิกภาพนักการตลาด 3(2-2-5)	K17 K24 K25 S15 A6 A14
3542113 กลยุทธ์การตลาด 3(3-0-6)	K11 K21 S8 S12 S15 A4 A8
3542115 การตลาดธุรกิจบริการ 3(3-0-6)	K15 K29 S7 A6 A16

รายวิชา / กลุ่มสาระ / Module (ถ้ามี) (รหัสรายวิชา ชื่อรายวิชา จำนวนหน่วยกิต)		Knowledge / Skill / Attitude
3542116 การตลาดสร้างสรรค์	3(2-2-5)	K23 S14 S16 A5 A11 A13
3542205 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา	3(3-0-6)	K9 K20 S8 S11 A4 A8
3542405 การจัดจำหน่ายและโลจิสติกส์	3(3-0-6)	K9 K24 K25 S7 S15 A1 A5
3542501 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	3(2-2-5)	K20 K22 K28 S11 S13 A10
3542502 การจัดการการขายและเทคนิคการขาย	3(2-2-5)	K27 S2 A1 A2 A10 A13
3542901 เทคโนโลยีทางการตลาด	3(2-2-5)	K20 S11 S12 S13 A9 A12
3543123 แผนการตลาด	3(2-2-5)	K21 K23 S14 S15 A15
3543124 การตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน	3(2-2-5)	K9 S6 S13 S16 A7 A10 A13
3543605 การวิจัยตลาด	3(2-2-5)	K18 K19 K31 S2 S6 S10 A12 A15
3543606 โครงงานทางการตลาด	3(2-2-5)	K22 S13 S14 S15 A1 A10 A14
3543902 การตลาดดิจิทัล	3(2-2-5)	K20 K21 K30 S12 S14 A9 A10 A11
เลือกเรียน		
โมดูล 1 : แนวโน้มการตลาด		
3543125 การตลาดธุรกิจเพื่อสุขภาพ	3(3-0-6)	K26 S15 S17 A5 A16
3543127 การตลาดธุรกิจท่องเที่ยวชุมชน	3(2-2-5)	K18 K29 S2 S17 A1 A16
3543129 การตลาดสังคมผู้สูงอายุ	3(3-0-6)	K9 S6 S16 A1 A7 A13
โมดูล 2 : การสื่อสารที่ยั่งยืน		
3542114 การออกแบบสื่อสารสร้างสรรค์ด้านการตลาด	3(2-2-5)	K23 S14 S15 A11 A12
3543205 การสร้างแบรนด์	3(2-2-5)	K22 K23 S13 S14 S15 A1 A10 A11
3543128 การตลาดเพื่อความยั่งยืน	3(2-2-5)	K24 K26 S16 S17 A1 A13 A16
โมดูล 3 : การตลาดระหว่างประเทศ		
3543801 การตลาดโลก	3(3-0-6)	K14 S6 A7 A8 A12
3543802 การตลาดข้ามวัฒนธรรม	3(3-0-6)	K24 K25 S6 S16 A12 A13
3543803 การค้าชายแดน	3(3-0-6)	K9 K14 S7 A5 A8
โมดูล 4 : การตลาดลูกค้าสัมพันธ์		
3542406 การจัดการค้าปลีก	3(2-2-5)	K9 K25 S6 S15 A12
3543504 การบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์	3(2-2-5)	K22 K24 S12 S16 A8 A10 A13
3543901 ภาษาอังกฤษสำหรับการตลาด	3(3-0-6)	K16 K17 S15 A1 A6 A9
2.3 กลุ่มวิชาปฏิบัติการทางวิชาชีพ		
3543607 ประเด็นปัจจุบันทางการตลาด	3(2-2-5)	K12 S2 S15 A1 A9
3543701 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด	2(1-2-3)	K18 K20 K22 K24 K25 S15 S16 A13 A14 A15

รายวิชา / กลุ่มสาระ / Module (ถ้ามี) (รหัสรายวิชา ชื่อรายวิชา จำนวนหน่วยกิต)	Knowledge / Skill / Attitude
3544705 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด 3(640)	K32 S8 S9 A1 A2 A13
7203701 การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษาการตลาด 2(1-2-3)	K18 K20 K22 K24 K25 S15 S16 A13 A14 A15
7204703 การสหกิจศึกษาการตลาด 6(640)	K32 S8 S9 A1 A2 A13

ภาคผนวก จ

ตารางแสดงผลการเรียนรู้เฉพาะสาขา (Specific Outcomes)
และแสดงผลการเรียนรู้ทั่วไป (Generic Outcomes)

ตารางที่ 5 แสดงผลลัพธ์การเรียนรู้เฉพาะทาง (Specific Outcomes) และแสดงผลการเรียนรู้ทั่วไป (Generic Outcomes)

หมวดวิชาเฉพาะ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs)	วัตถุประสงค์ของหลักสูตร	ผลการเรียนรู้เฉพาะสาขา (Specific Outcomes)	ผลการเรียนรู้ทั่วไป (Generic Outcomes)
PLO1 อธิบายหลักการ แนวคิด ทฤษฎีด้านการจัดการและบริหารธุรกิจ	1.3.1 ผลิ ต บั ญ ชิต เพื่ อตอบสนองความต้องการด้านกำลังคน ที่ ส อ ด ค ลั ้ง กั บ แผนพัฒนาชาติ 1.3.2 ผลิ ต บั ญ ชิตให้ต้องการความต้องการของตลาดแรงงานผู้ประกอบการในท้องถิ่นและ ก า ร เป็ นผู้ประกอบการ 1.3.3 ผลิ ต บั ญ ชิตให้ มี ศักยภาพตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความรู้ ด้านทักษะ ด้านจริยธรรม และด้านคุณลักษณะ		✓
PLO2 ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ศาสตร์ทางด้าน การบริหารธุรกิจ และการสื่อสารใน การประกอบธุรกิจ	1.3.1 ผลิ ต บั ญ ชิต เพื่ อตอบสนองความต้องการด้านกำลังคน ที่ ส อ ด ค ลั ้ง กั บ แผนพัฒนาชาติ 1.3.2 ผลิ ต บั ญ ชิตให้ต้องการความต้องการของตลาดแรงงานผู้ประกอบการในท้องถิ่นและ ก า ร เป็ นผู้ประกอบการ 1.3.3 ผลิ ต บั ญ ชิตให้ มี ศักยภาพตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความรู้ ด้านทักษะ ด้านจริยธรรม และด้านคุณลักษณะ		✓

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs)	วัตถุประสงค์ของหลักสูตร	ผลการเรียนรู้เฉพาะสาขา (Specific Outcomes)	ผลการเรียนรู้ทั่วไป (Generic Outcomes)
PLO3 มีความรู้และทักษะทางด้านการตลาดที่ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลง	1.3.2 ผลิตบัณฑิตให้ต้องการความต้องการของตลาดแรงงานผู้ประกอบการในท้องถิ่น และการเป็นผู้ประกอบการ	✓	
PLO4 ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการแสวงหาวิเคราะห์ เพื่อการตัดสินใจทางด้านการตลาด มีความคิดสร้างสรรค์ บูรณาการความรู้ เพื่อไปสู่การเป็นผู้ประกอบการ	1.3.3 ผลิตบัณฑิตให้มีศักยภาพตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา 4 ด้าน ประกอบด้วยด้านความรู้ ด้านทักษะ ด้านจริยธรรม และด้านคุณลักษณะ	✓	
PLO5 มีมนุษยสัมพันธ์การทำงานเป็นทีม มีภาวะผู้นำ และปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน	1.3.3 ผลิตบัณฑิตให้มีศักยภาพตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา 4 ด้าน ประกอบด้วยด้านความรู้ ด้านทักษะ ด้านจริยธรรม และด้านคุณลักษณะ	✓	
PLO6 มีความรู้นำไปใช้ประโยชน์ให้เกิดกับท้องถิ่น สังคม มีจิตสาธารณะ แสดงพฤติกรรมที่เหมาะสมกับจรรยาบรรณนักการตลาด	1.3.2 ผลิตบัณฑิตให้ต้องการความต้องการของตลาดแรงงานผู้ประกอบการในท้องถิ่น และการเป็นผู้ประกอบการ	✓	
PLO7 ปฏิบัติงานด้านการตลาดในสถานประกอบการได้สำเร็จลุล่วง	1.3.1 ผลิตบัณฑิตเพื่อตอบสนองความต้องการด้านกำลังคนที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาชาติ 1.3.2 ผลิตบัณฑิตให้ต้องการความต้องการของตลาดแรงงานผู้ประกอบการในท้องถิ่น และการเป็นผู้ประกอบการ	✓	

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับ หลักสูตร (PLOs)	วัตถุประสงค์ ของหลักสูตร	ผลการเรียนรู้เฉพาะ สาขา (Specific Outcomes)	ผลการเรียนรู้ทั่วไป (Generic Outcomes)
	1.3.3 ผลิตภัณฑ์ให้มี ศักยภาพตามกรอบ มาตรฐานคุณวุฒิ ระดับอุดมศึกษา 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความรู้ ด้านทักษะ ด้านจริยธรรม และด้าน คุณลักษณะ		

ภาคผนวก ฉ

ตารางการกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs) และ
ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังระดับหลักสูตร (PLOs)

ตารางที่ 6 การกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs) และผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังระดับหลักสูตร (PLOs)

1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (ได้รับความเห็นชอบ/อนุมัติจากสภามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ในคราวประชุมครั้งที่ 1/2566 เมื่อวันที่ 21 มกราคม 2566)

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ความสอดคล้องกับ PLOs									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
GEN1101 ฉลาดคิด Smart Thinking	3(3-0-6) CLO1 นักศึกษามีวินัยในการทำงานร่วมกับผู้อื่น ตรงต่อเวลา ยอมรับความแตกต่างระหว่างบุคคล เคารพผู้อื่นและมีความรับผิดชอบต่อนตนเองและส่วนรวม CLO2 นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับรูปแบบและประเภท การคิด กระบวนการคิด ประโยชน์ของการคิด CLO3 นักศึกษามีทักษะการคิดประเภทต่าง ๆ และสามารถนำความคิดนั้นไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันและศาสตร์ อื่น ๆ ได้ CLO4 นักศึกษาสามารถบูรณาการข้อมูล ข่าวสาร สารสนเทศ สู่ทักษะการคิดวิเคราะห์ และเพื่อใช้แก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ โดยมีการคิดอย่างมีวิจารณญาณและอย่างเป็นระบบได้ CLO5 นักศึกษาสามารถใช้ภาษาเพื่อสื่อสารในการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ	✓									
GEN1102 ศาสตร์พระราชาเพื่อการบูรณาการที่ยั่งยืน King's Philosophy for Sustainable Integration	3(3-0-6) CLO1 ตระหนักถึงความสำคัญ และเคารพ เทิดทูนสถาบันพระมหากษัตริย์ มีคุณธรรม จริยธรรม และระเบียบวินัยพื้นฐานในการทำงาน เช่น ความซื่อสัตย์สุจริต ความเสียสละ ความรับผิดชอบ และการตรงต่อเวลา CLO2 อธิบายหลักการของพระบรมราโชบาย หลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง หลักการทรงงาน ข้อมูลสำคัญของศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริ โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริได้ CLO3 แสดงกระบวนการคิดอย่างเป็นระบบและนำเสนอแนวทางแก้ปัญหาได้อย่างเหมาะสม โดยสามารถเชื่อมโยงความคิด	✓	✓								

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ความสอดคล้องกับ PLOs									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	และความรู้ในสถานการณ์ที่หลากหลาย เพื่อการประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันและการทำงาน โดยกาทดลองแก้ปัญหาจากกิจกรรม แบบฝึกหัด และโครงงานที่กำหนดได้ CLO4 นำเสนอผลงานกิจกรรม แบบฝึกหัด และโครงงานจากการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง มีทักษะในการสืบค้น การวิเคราะห์เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ การสังเคราะห์ การประมวลผลสามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการแสวงหาความรู้ และประเมินสารสนเทศเพื่อประกอบการทำงานได้อย่างเหมาะสม										
GEN1403 วิศวกรสังคมเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น 3(2-2-5) Social Engineer for Local Development	CLO1 มีทักษะวิศวกรสังคม 4 ด้าน ดังนี้ 1) ทักษะการคิดวิเคราะห์ เชิงเหตุ-ผล เห็นปัญหาเป็นสิ่งที่ท้าทาย 2) ทักษะการสื่อสาร สื่อสารองค์ความรู้ เพื่อแก้ปัญหา 3) ทักษะในการทำงานร่วมกับผู้อื่นโดยปราศจากข้อขัดแย้ง ระดมสรรพกำลังทรัพยากร เพื่อการแก้ไขปัญหา และ 4) ทักษะการสร้างนวัตกรรมเพื่อแก้ปัญหาสังคม CLO2 มีภาวะผู้นำและสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ CLO3 สามารถบูรณาการความรู้และทักษะวิศวกรสังคมไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน และพัฒนาท้องถิ่นได้	✓	✓								
GEN1201 รู้ทันสุขภาพ Health Literacy 3(2-2-5)	CLO1 อธิบายหลักการดูแลสุขภาพในชีวิตวิถีใหม่ได้ CLO2 อธิบายวิธีการจัดการทางอารมณ์หรือความเครียดได้อย่างเหมาะสม CLO3 อธิบายแนวทางการรับประทานอาหารและการเลือกซื้ออาหาร รวมถึงผลิตภัณฑ์อาหารได้อย่างเหมาะสม CLO4 อธิบายประโยชน์ของสมุนไพรและหลักการใช้สมุนไพรอย่างถูกต้อง CLO5 อธิบายการปฏิบัติตนเพื่อให้เกิดความปลอดภัยทางสุขภาพ และทางเพศได้ CLO6 อธิบายขั้นตอนวิธีการปฐมพยาบาลและช่วยชีวิตเบื้องต้น ในภาวะฉุกเฉินที่ประชาชนทั่วไปควรรู้				✓						

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ความสอดคล้องกับ PLOs									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	CLO7 ใช้เทคโนโลยีในการสืบค้นข้อมูลทางสุขภาพเพื่อนำมาวิเคราะห์ อภิปราย และนำเสนอผลงานทั้งแบบรายบุคคลและรายกลุ่ม CLO8 เป็นผู้มีวินัย ตรงต่อเวลา และมีความรับผิดชอบต่อตนเองและบุคคลอื่น										
GEN1202 พลเมืองจิตสาธารณะ Public Minded Citizens	3(3-0-6) CLO1 สามารถแยกแยะประโยชน์ส่วนตนและประโยชน์ส่วนรวมได้ CLO2 สามารถนำประยุกต์หลัก “STRONG : จิตพอเพียงด้านทุจริต” ไปใช้กับตนเองได้ CLO3 สามารถสร้างกิจกรรมที่นำอัตลักษณ์จิตสาธารณะสู่ท้องถิ่น			✓							
GEN1203 พลเมืองโลก Global Citizens	3(3-0-6) CLO1 นักศึกษาเป็นพลโลกที่ดี เข้าใจ รู้เท่าทันความเปลี่ยนแปลงพร้อมทั้งเข้าใจถึงความแตกต่างและหลากหลายของมนุษย์ CLO2 นักศึกษาสามารถปรับตัวได้ มีความยืดหยุ่นในการดำเนินชีวิต เข้าใจความแตกต่างหลากหลายระหว่างบุคคลและมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นด้วยความเข้าใจ มีความรับผิดชอบสามารถใช้ชีวิตร่วมกับผู้อื่นได้			✓							
GEN1204 วิถีชีวิตที่ยั่งยืน Sustainable Lifestyles	3(3-0-6) CLO1 ผู้เรียนมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม CLO2 ผู้เรียนสามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม CLO3 ผู้เรียนสามารถวิเคราะห์ปัญหาและผลกระทบของสถานการณ์และการเปลี่ยนแปลงทางสิ่งแวดล้อม CLO4 ผู้เรียนสามารถประยุกต์ใช้ความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม แนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน ไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินวิถีชีวิตที่ยั่งยืน			✓							

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ความสอดคล้องกับ PLOs									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
GEN1205 ใส่ใจภัยพิบัติในโลกสมัยใหม่ Disaster Intentions in the Modern World 3(3-0-6)	CLO1 มีทักษะในการทำงานเป็นทีม การสื่อสาร และอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้ CLO2 มีความรู้ความเข้าใจสาเหตุการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศจากภาวะโลกร้อนในปัจจุบัน CLO3 มีทักษะการคิดในการแก้ไขหรือป้องกันผลกระทบจากภาวะโลกร้อนในท้องถิ่นได้ และแก้ปัญหาสถานการณ์เมื่อต้องเผชิญกับภัยพิบัติได้อย่างเหมาะสม CLO4 นำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้กับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศของท้องถิ่นในชีวิตประจำวันได้			✓							
GEN1206 งานช่างในชีวิตประจำวัน Engineering Work in Daily Life (2-2-5)	CLO1 นักศึกษาสามารถเลือกใช้เครื่องมือช่างได้อย่างถูกต้องและปลอดภัย CLO2 นักศึกษาสามารถบำรุงรักษา ซ่อมแซมเครื่องมือช่างเบื้องต้นได้ CLO3 นักศึกษาอธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับ IOT ได้อย่างถูกต้อง			✓							
GEN1207เสน่ห์สงขลา Songkhla Charm 3(3-0-6)	CLO1 นักศึกษาสามารถอธิบายประวัติศาสตร์สงขลาได้ CLO2 นักศึกษาสามารถอธิบายการเปลี่ยนของในทุกด้านของสงขลาได้ CLO3 นักศึกษาสามารถนำเสนอศิลปวัฒนธรรมของสงขลาในสื่อออนไลน์ได้			✓							
GEN1208สมาธิเพื่อพัฒนาชีวิต Meditation for Life Development 3(3-0-6)	CLO1 อธิบายหลักการ ขั้นตอนและประโยชน์ของการทำสมาธิได้ CLO2 อธิบายอาการต่อต้านสมาธิได้ CLO3 อธิบายลักษณะขั้นตอนและประโยชน์ของฌานและญาณได้ CLO4 ใช้หลักการที่ได้ศึกษามาฝึกสมาธิผ่านการควบคุมร่างกายด้วยวิธีเดินจงกรมและนั่งสมาธิได้ CLO5 วางแผนแนะนำผู้อื่นเรื่องการเดินจงกรมและการทำสมาธิเบื้องต้นได้	✓		✓							

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ความสอดคล้องกับ PLOs									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
GEN1301 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร ในบริบทสากล Communicative English in Global Context 3(3-0-6)	CLO1 นักศึกษาเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรม มีวินัย ตรงต่อเวลา และมีความรับผิดชอบต่องานของตนเองและสังคม					✓	✓				
	CLO2 นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจในระบบเสียง ระบบคำคำศัพท์ ไวยากรณ์และโครงสร้างประโยคภาษาอังกฤษที่ใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างมีประสิทธิภาพ										
	CLO3 นักศึกษาสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษในสถานการณ์ต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันได้อย่างถูกต้อง และเหมาะสม										
	CLO4 นักศึกษาสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเหมาะสมกับบทบาทและหน้าที่ของตนเอง มีความรับผิดชอบต่องานและผู้ร่วมงาน รวมทั้งรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นอย่างมีเหตุผล										
	CLO5 นักศึกษาสามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเรียนรู้ การสืบค้นข้อมูล และการนำเสนอได้อย่างถูกต้องเหมาะสม และมีประสิทธิภาพ										
GEN1302 ภาษาอังกฤษในบริบทการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ Effective English in Professional Contexts 3(3-0-6)	CLO1 สามารถใช้สำนวนและโครงสร้างภาษาอังกฤษที่ได้จากการอ่านสื่อประเภทต่าง ๆ และนำสำนวนและโครงสร้างภาษาอังกฤษมาใช้ในการเขียนภาษาอังกฤษในบริบทของสถานการณ์ต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน และการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ					✓	✓				
	CLO2 สามารถใช้เทคโนโลยีและสารสนเทศ ในการสืบค้นและนำเสนอข้อมูลได้อย่างถูกต้อง เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งสามารถวิเคราะห์และประเมินแหล่งข้อมูล อีกทั้งอ้างอิงแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้										
	CLO3 สามารถใช้ทักษะการอ่านและเขียนภาษาอังกฤษกับการดำเนินชีวิตประจำวัน และประยุกต์ความรู้กับศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน เพื่อพัฒนาตนเองให้มีความพร้อมทั้งด้านกระบวนการคิด และการแก้ปัญหาเพื่อการประกอบอาชีพในอนาคต										

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ความสอดคล้องกับ PLOs									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	CLO4 สามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเหมาะสมกับบทบาทและหน้าที่ของตนเอง มีความรับผิดชอบต่อตนเองและผู้อื่น รวมทั้งรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น										
GEN1303 ศิลปะการใช้ภาษาไทย Arts of using Thai language	3(3-0-6) CLO1 มีวินัย ตรงต่อเวลา และมีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม CLO2 มีความรู้ความเข้าใจการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารสากลในบริบทต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต CLO3 มีทักษะในการสืบค้น วิเคราะห์ ประมวล และประเมินสารสนเทศเพื่อใช้แก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์โดยมีการคิดอย่างมีวิจารณญาณและอย่างเป็นระบบ CLO4 เข้าใจความแตกต่างระหว่างบุคคลและมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นด้วยความเข้าใจ สามารถใช้ชีวิตร่วมกับผู้อื่นได้ CLO5 ความสามารถใช้ภาษาเพื่อสื่อสารในการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ CLO6 สามารถเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในกาติดต่อสื่อสารและนำเสนอได้					✓	✓				
GEN1304 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร Chinese for communication	3(3-0-6) CLO1 ฟัง พูด อ่าน เขียนภาษาจีนเบื้องต้นได้ CLO2 ใช้เทคโนโลยีในการศึกษาและค้นคว้าข้อมูลด้านภาษาจีนอย่างทันสมัย CLO3 อธิบายความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมไทย-จีน CLO4 ประพฤติ ปฏิบัติตน มีความรับผิดชอบและตรงต่อเวลา						✓				
GEN1305 ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสาร Japanese for communication	3(3-0-6) CLO1 อ่านและออกเสียงคำ กลุ่มคำและประโยคภาษาญี่ปุ่นได้ถูกต้อง CLO2 ได้ตอบหรือสนทนาด้วยภาษาญี่ปุ่นอย่างง่าย ๆ ได้ถูกต้องเหมาะสมตามสถานการณ์ต่าง ๆ CLO3 บอกความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมไทยกับญี่ปุ่นได้ CLO4 ปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อตกลงในชั้นเรียน มีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา มีส่วนร่วมในการเรียนรู้ และมีความรับผิดชอบ						✓				

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ความสอดคล้องกับ PLOs									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
GEN1306 ภาษามลายูเพื่อการสื่อสาร Malay for Communication 3(3-0-6)	CLO1 ฟัง พูด อ่าน เขียนภาษามลายูเบื้องต้นได้ CLO2 ใช้เทคโนโลยีในการศึกษาและค้นคว้าข้อมูลด้านภาษามลายูอย่างทันสมัย CLO3 อธิบายความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมไทย-มาเลย์ และสามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวันได้ CLO4 ประพฤติ ปฏิบัติตน มีความรับผิดชอบ และตรงต่อเวลา						✓				
GEN1307 ภาษาอินโดนีเซียเพื่อการสื่อสาร Indonesia for Communication 3(3-0-6)	CLO1 ฟัง พูด อ่าน เขียน ภาษาอินโดนีเซียเบื้องต้นได้ CLO2 ใช้เทคโนโลยีในการศึกษาและค้นคว้าข้อมูลด้านภาษาอินโดนีเซีย CLO3 อธิบายความต่างระหว่างวัฒนธรรมอินโดนีเซียและไทยได้ CLO4 ประพฤติปฏิบัติตนและมีความรับผิดชอบตรงต่อเวลา						✓				
GEN1401 เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อชีวิตวิถีใหม่ Digital Technology for New Normal Lifestyle 3(2-2-5)	CLO1 บอกคุณลักษณะการเป็นพลเมืองดิจิทัลที่ดีได้ CLO2 มีทักษะการใช้โปรแกรมและช่องทางในการสร้างอาชีพ CLO3 นำเสนองานข้อมูลผ่านอุปกรณ์ดิจิทัลสมัยใหม่ได้							✓	✓		
GEN1402 ความปลอดภัยทางไซเบอร์ Cyber Security 3(3-0-6)	CLO1 นักศึกษาสามารถนำแนวคิดความปลอดภัยทางไซเบอร์ไปใช้ในการป้องกันภัยตัวเองจากสื่อไซเบอร์ได้ CLO2 นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ และกลั่นกรองข่าวสาร ข่าวปลอม ที่ได้จากการใช้สื่อไซเบอร์ได้ CLO3 นักศึกษาสามารถประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อให้อยู่รอดได้โดยไม่ตกเป็นเหยื่อทางอาชญากรรม CLO4 นักศึกษาสามารถพัฒนาทักษะการใช้ไซเบอร์เพื่อการสร้างรายได้							✓	✓		
GEN1403 สารสนเทศดิจิทัล Digital Information 3(3-0-6)	CLO1 นักศึกษาตระหนักถึงความสำคัญของสารสนเทศและสารสนเทศดิจิทัล CLO2 นักศึกษาสามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสืบค้น และเลือกใช้สารสนเทศดิจิทัลได้อย่างถูกต้อง CLO3 นักศึกษาสามารถเขียนอ้างอิงและบรรณานุกรมได้อย่างถูกต้อง CLO4 นักศึกษาสามารถเขียนรายงานทางวิชาการได้อย่างถูกต้อง							✓	✓		

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ความสอดคล้องกับ PLOs									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	ตามหลักทางวิชาการ และตระหนักถึงความสำคัญของการคัดลอกผลงาน										
GEN1501 การประกอบการยุคดิจิทัล Entrepreneurship in the Digital Era	3(3-0-6) CLO1 เพื่อให้ผู้เรียนสามารถอธิบายแนวคิด ความสำคัญหลักการพื้นฐานการประกอบการยุคดิจิทัล และการประกอบการเพื่อสังคม (Social Enterprise) CLO2 เพื่อให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาเนื้อหาหรือรูปแบบการประกอบการที่ใช้ทุนทางสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อสร้างรายได้ และนำเสนอบนเครื่องมือการตลาด ออนไลน์เพื่อส่งเสริมการขาย CLO3 เพื่อให้ผู้เรียนสามารถอธิบายการวางแผนทางการเงินเพื่อการประกอบธุรกิจ									✓	✓
GEN1502 การเงินยุคดิจิทัล Finance in the Digital Era	3(3-0-6) CLO1 เพื่อให้ผู้เรียนสามารถอธิบายแนวคิด หลักการใช้จ่ายเงิน การออม การลงทุน และการกักตุนในตลาดการเงินดิจิทัล และความสำคัญของการวางแผนการเงินส่วนบุคคล CLO2 เพื่อให้ผู้เรียนรู้เท่าทันรูปแบบการก่ออาชญากรรมทางการเงิน CLO3 เพื่อให้ผู้เรียนสามารถอธิบายหลักการการเงินเพื่อการประกอบธุรกิจ									✓	✓

2. หมวดวิชาเฉพาะ

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ความสอดคล้องกับ PLOs						
		1	2	3	4	5	6	7
กลุ่มวิชาแกน								
3501205 ภาษาอังกฤษเพื่อธุรกิจ English for Business	3(2-2-5) CLO1 นำทักษะภาษาอังกฤษไปใช้เพื่อการสื่อสารทางธุรกิจได้ CLO2 แสดงทักษะการโต้ตอบทางธุรกิจ การใช้เทคโนโลยี เพื่อการสื่อสาร		✓					
3541104 หลักการตลาด Principle of Marketing	3(3-0-6) CLO1 อธิบายแนวคิดด้านการตลาดสมัยใหม่สภาพแวดล้อมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภคการแบ่งส่วนตลาด ส่วนประสมทางการตลาด และจรรยาบรรณวิชาชีพนักการตลาด	✓						

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ความสอดคล้องกับ PLOs						
		1	2	3	4	5	6	7
	CLO2 จำแนกส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง CLO3 สรุปความการดำเนินธุรกิจที่มีจรรยาบรรณทางการตลาด เพื่อให้เกิดความยั่งยืน							
3561104 การเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัล Digital age Entrepreneurship	3(2-2-5) CLO1 อธิบายแนวคิด คุณลักษณะและทักษะพื้นฐานของผู้ประกอบการได้ CLO2 อธิบายประเภทของธุรกิจ การประกอบธุรกิจและแนวทางในการจัดตั้งธุรกิจได้ CLO3 อภิปรายกระบวนการจัดการธุรกิจและจรรยาบรรณของผู้ประกอบการ จากกรณีศึกษาผู้ประกอบการในสถานการณ์ปัจจุบันได้	✓	✓					
3601022 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ Human Resource Management	3(3-0-6) CLO1 อธิบายการจัดองค์การและการจัดโครงสร้างองค์การได้ CLO2 อธิบายแนวคิดการบริหารทรัพยากรมนุษย์ และความรู้เบื้องต้นของพฤติกรรมองค์การได้ CLO3 อธิบายการจัดหาทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การบริหารค่าตอบแทนและสิ่งจูงใจ การประเมินผลการปฏิบัติงาน แรงงานสัมพันธ์และกฎหมายแรงงาน ความปลอดภัยและอาชีวอนามัยได้	✓						
3611302 นวัตกรรมดิจิทัลและเทคโนโลยี Digital innovation and technology	3(2-2-5) CLO1 วิเคราะห์บทบาทและผลกระทบของนวัตกรรมดิจิทัลและเทคโนโลยี ปัญญาประดิษฐ์ต่อการดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบัน CLO2 ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการวิเคราะห์ นำเสนอและจัดการข้อมูลทางธุรกิจ CLO3 ตระหนักถึงหลักจริยธรรมและความปลอดภัยในการใช้เทคโนโลยี ดิจิตอลและปัญญาประดิษฐ์		✓					
3631113 หลักเศรษฐศาสตร์ Principle to Economics	3(3-0-6) CLO1 อธิบายแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์จุลภาค ความหมายและความสำคัญของวิชาเศรษฐศาสตร์ พฤติกรรมผู้บริโภคและอุปสงค์ ทฤษฎีการผลิตและอุปทานโครงสร้างตลาดและการกำหนดราคา คุณภาพของตลาด และแนวคิดเศรษฐศาสตร์เชิงพฤติกรรมได้ CLO2 ยกตัวอย่างการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์และอุปทานที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ	✓						

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ความสอดคล้องกับ PLOs						
		1	2	3	4	5	6	7
	CLO3 อธิบายแนวคิดเศรษฐศาสตร์มหภาค ดัชนีชี้วัดทางเศรษฐศาสตร์เงินเพื่อและการว่างงาน การเงินการคลัง และเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศได้ CLO4 มีทักษะในการวิเคราะห์นโยบายการเงินและนโยบายการคลัง และนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของไทยได้							
3641106 การบัญชีและภาษีอากรสำหรับผู้ประกอบการ Accounting and Taxation for Entrepreneurs 3(2-2-5)	CLO1 อธิบายหลักการพื้นฐาน แนวคิด วัตถุประสงค์ของการบัญชีและภาษีธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ CLO2 วิเคราะห์ จำแนกหมวดหมู่บัญชี บันทึกบัญชี และคำนวณภาษีสำหรับผู้ประกอบการได้อย่างถูกต้อง CLO3 อธิบายจริยธรรมพื้นฐานของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีและบทบาทหน้าที่ของผู้ประกอบการต่อความรับผิดชอบต่อในการเสียภาษี CLO4 สามารถนำเสนอรายงานทางการเงินที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งบการเงินได้	✓						
3642117 การเงินเพื่อธุรกิจ Business Finance 3(2-2-5)	CLO1 อธิบายแนวคิด หลักการพื้นฐานบทบาทหน้าที่การบริหารการเงินได้ CLO2 วางแผน วิเคราะห์ บริหารการเงินสด และสินทรัพย์ดิจิทัลได้ CLO3 เลือกใช้เครื่องมือทางการเงินเพื่อตัดสินใจทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสม	✓						
กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน (บังคับเรียน)								
3541105 พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล Consumer Behavior in Digital Era 3(3-0-6)	CLO1 อธิบายพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล CLO2 วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล CLO3 ประเมินผลกระทบที่มีอยู่ต่อสภาพแวดล้อมทางการตลาดในปัจจุบัน				✓		✓	
3541106 บุคลิกภาพนักการตลาด Marketer Personality 3(2-2-5)	CLO1 อธิบายความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับบุคลิกภาพ CLO2 ใช้เทคนิคในการพัฒนาบุคลิกภาพภายในและภายนอก CLO3 อภิปรายทักษะการสื่อสาร การจัดการกับอารมณ์ และปรับตัวเข้ากับสถานการณ์			✓		✓		
3542113 กลยุทธ์การตลาด Marketing Strategy 3(3-0-6)	CLO1 อธิบายบทบาท ความสำคัญ และองค์ประกอบของกลยุทธ์การตลาด และกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด CLO2 จำแนกสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร				✓	✓		

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ความสอดคล้องกับ PLOs						
		1	2	3	4	5	6	7
	CLO3 ประยุกต์ใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค							
3542115 การตลาดธุรกิจบริการ Service Business Marketing	3(3-0-6) CLO1 อธิบายแนวคิดทฤษฎีตลาดบริการในยุคดิจิทัล CLO2 บอกประเภทธุรกิจบริการ และความสำคัญของธุรกิจบริการที่มีต่อเศรษฐกิจของประเทศ CLO3 ประยุกต์ใช้ทฤษฎีการตลาดบริการในการออกแบบกระบวนการให้บริการส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจ					✓		
3542116 การตลาดสร้างสรรค์ Creative Marketing	3(2-2-5) CLO1 อธิบายแนวคิดการตลาดสร้างสรรค์และขั้นตอนการวางแผนการตลาดสร้างสรรค์ CLO2 ดำเนินการหาข้อมูลเพื่อจุดประกายความคิด CLO3 ประยุกต์ใช้การวางแผนการตลาดสร้างสรรค์เพื่อการแก้ไขปัญหาทางการตลาด				✓	✓		
3542205 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา Product and Price Management	3(3-0-6) CLO1 อธิบายบทบาทและความสำคัญของผลิตภัณฑ์ และเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์กับการตัดสินใจทางการตลาดได้ CLO2 อธิบายการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การตัดสินใจเกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ในตลาดได้ CLO3 อภิปรายสถานการณ์การตลาดและเลือกกลยุทธ์การตั้งราคาที่เหมาะสม			✓	✓			
3542405 การจัดจำหน่ายและโลจิสติกส์ Distribution and Logistics	3(3-0-6) CLO1 อธิบายการใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับระบบการจัดจำหน่ายและความสำคัญของระบบการจัดจำหน่ายในการดำเนินธุรกิจได้ CLO2 จำแนกส่วนประสมทางการตลาดในระบบช่องทางการจัดจำหน่าย CLO3 เลือกการบริหารจัดการช่องทางการตลาดทั้งในระบบดิจิทัลและแบบดั้งเดิม CLO 4 บอกรูปแบบการจัดการโลจิสติกส์ การขนส่ง การจัดซื้อ การจัดการคลังสินค้า และการกระจายสินค้าในการดำเนินงาน				✓		✓	

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ความสอดคล้องกับ PLOs						
		1	2	3	4	5	6	7
3542501 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ Integrated Marketing Communication 3(2-2-5)	CLO1 อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ และการประสม ประสานเครื่องมือต่างๆ ในการสื่อสารการตลาด CLO2 การปฏิบัติการเลือกกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสม เช่น การ โฆษณาการประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การใช้พนักงานขาย การตลาดทางตรง CLO3 เลือกใช้หลักจริยธรรมในการสื่อสารการตลาด เพื่อให้การสื่อสารการตลาด มีความรับผิดชอบต่อลูกค้าและสังคม			✓	✓	✓	✓	
3542502 การจัดการการขายและเทคนิคการขาย 3(2-2-5) Sales Management and Sales Techniques	CLO1 อธิบายความหมายความสำคัญ หลักการบริหารงานขาย การสร้างทีมงาน ขาย การพยากรณ์ยอดขาย เทคนิคการเสนอขายตามสถานการณ์ CLO2 ฝึกทักษะเทคนิคการนำเสนอขายในสถานประกอบการ CLO3 ใช้ทักษะทางภาษา รูปแบบการสื่อสารและการนำเสนอทางการตลาด				✓	✓	✓	✓
3542901 เทคโนโลยีทางการตลาด Technology for Marketing 3(2-2-5)	CLO1 การแสวงหาข้อมูล นำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์และตัดสินใจทาง การตลาด CLO2 การนำเทคโนโลยีทางการตลาดไปใช้ในการแก้ปัญหา หรือพัฒนางานด้าน การตลาด CLO3 การใช้การสื่อสารกับการทำงานร่วมกับผู้อื่น แสดงความคิดเห็นต่อกลุ่ม ในการฝึกปฏิบัติ			✓		✓		
3543123 แผนการตลาด Marketing Plan 3(2-2-5)	CLO1 อธิบายแนวคิดทฤษฎีในการวางแผนการตลาด CLO2 สืบค้น เลือกใช้ข้อมูลมาใช้ในการวางแผนการตลาดให้สอดคล้องกับ สถานการณ์จริง CLO3 ประยุกต์ใช้ทฤษฎีทางการตลาด และนำไปพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมทาง การตลาดของธุรกิจให้สร้างสรรค์ CLO4 ฝึกปฏิบัติการทำงานเป็นทีม การบริหารเวลา แบ่งหน้าที่และความ รับผิดชอบของกลุ่ม				✓	✓		

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ความสอดคล้องกับ PLOs						
		1	2	3	4	5	6	7
3543124 การตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน Community Product Marketing	3(2-2-5) CLO1 ดำเนินการจัดทำแผนธุรกิจชุมชนและแผนการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน CLO2 เลือกเทคโนโลยีในการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เหมาะสมตามสถานการณ์ CLO3 ฝึกปฏิบัติการทำงานเป็นทีมและการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน				✓	✓	✓	
3543605 การวิจัยตลาด Marketing Research	3(2-2-5) CLO1 อธิบายแนวคิดและกระบวนการวิจัยทางการตลาด CLO2 จัดทำการเลือกกำหนดปัญหาวิจัย การทบทวนวรรณกรรม การออกแบบการวิจัย การกำหนดเครื่องมือในการวิจัย CLO3 สามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการวิจัย การประมวลผลข้อมูล และการเขียนรายงานการวิจัย CLO4 ฝึกปฏิบัติทำงานร่วมกับผู้อื่น การแบ่งหน้าที่และการทำงานเป็นทีม				✓	✓		
3543606 โครงการทางการตลาด Marketing Project	3(2-2-5) CLO1 อธิบายขั้นตอนการดำเนินงานโครงการทางการตลาด CLO2 ฝึกปฏิบัติ กำหนดหัวข้อโครงการ การเขียนและการนำเสนอโครงการการตลาด CLO3 ฝึกปฏิบัติการดำเนินงานโครงการ ควบคุม ประเมินผล การจัดทำรายงานและการนำเสนอโครงการทางการตลาด				✓	✓	✓	
3543902 การตลาดดิจิทัล Digital Marketing	3(2-2-5) CLO1 อธิบายหลักการพื้นฐานของการตลาดดิจิทัล CLO2 ยกตัวอย่างเครื่องมือและเทคนิคต่าง ๆ ในการทำการตลาดดิจิทัล CLO3 เลือกพฤติกรรมผู้บริโภคในโลกดิจิทัลและการปรับกลยุทธ์การตลาด CLO4 นำเทคโนโลยีและแพลตฟอร์มดิจิทัลในการทำตลาด				✓	✓		
เลือกเรียน								
โมดูล 1 : แนวโน้มการตลาด								
3543125 การตลาดธุรกิจเพื่อสุขภาพ Health Business Marketing	3(3-0-6) CLO1 อธิบายความหมาย ความสำคัญ แนวโน้มพฤติกรรมตลาดเพื่อสุขภาพ และจรรยาบรรณทางการตลาด CLO2 สรุปผลวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่ส่งผลต่อธุรกิจเพื่อสุขภาพ CLO3 ประยุกต์ใช้หลักการทฤษฎีทางการตลาดในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดธุรกิจเพื่อสุขภาพ					✓		

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ความสอดคล้องกับ PLOs						
		1	2	3	4	5	6	7
	CLO4 ฝึกปฏิบัติการใช้ความคิดเป็นระบบและทำงานเป็นทีม							
3543127 การตลาดธุรกิจท่องเที่ยวชุมชน Community Tourism Business Marketing 3(2-2-5)	CLO1 อธิบายแนวคิด ขอบเขตของการตลาดธุรกิจท่องเที่ยวชุมชน การวิเคราะห์สถานการณ์ และสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน CLO2 อภิปรายพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวชุมชน การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า CLO3 จำแนกส่วนประสมทางการตลาดในธุรกิจท่องเที่ยวชุมชน				✓			
3543129 การตลาดสังคมผู้สูงอายุ Marketing for Aged Society 3(3-0-6)	CLO1 แสดงความคิดเห็นเชิงวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมของผู้สูงอายุและแนวโน้มการตลาดผู้สูงอายุ CLO2 อภิปรายการกำหนดกลยุทธ์การตลาดสำหรับการทำการตลาดสังคมผู้สูงอายุ CLO3 แสดงออกถึงความรับผิดชอบในการทำงานกลุ่ม				✓	✓		
โมดูล 2 : การสื่อสารที่ยั่งยืน								
3542114 การออกแบบสื่อสร้างสรรค์ด้านการตลาด Creative Media Design for Marketing 3(2-2-5)	CLO1 อธิบายหลักการ องค์ประกอบการใช้ภาพ การจัดวาง การตัดต่อวิดีโอ CLO2 เลือกใช้เครื่องมือ เทคนิควิธีสำหรับสื่อดิจิทัลและการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ CLO3 จัดทำขั้นตอนการผลิต และการจัดการด้านสิทธิของสื่อดิจิทัล				✓	✓		
3543205 การสร้างแบรนด์ Brand Making 3(2-2-5)	CLO1 ประยุกต์ใช้กลยุทธ์การสร้างตราสินค้า CLO2 เลือกการสื่อสารตราสินค้าตามสถานการณ์ CLO3 แสดงออกถึงความรับผิดชอบในการทำงานกลุ่ม				✓			
3543128 การตลาดเพื่อความยั่งยืน Marketing For Sustainability 3(2-2-5)	CLO1 อธิบายแนวคิดพื้นฐานของการตลาดยั่งยืน CLO2 เลือกกลยุทธ์การตลาดที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า CLO3 แสดงออกถึงความรับผิดชอบในการทำงานกลุ่ม					✓	✓	

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ความสอดคล้องกับ PLOs						
		1	2	3	4	5	6	7
โมดูล 3 : การตลาดระหว่างประเทศ								
3543801 การตลาดโลก Global Marketing	3(3-0-6) CLO1 อธิบายกระบวนการในการดำเนินธุรกิจ在不同ประเทศ CLO2 แปลผลถึงความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดต่างประเทศ CLO3 เลือกวิธีการเข้าสู่ตลาดโลกยุคใหม่					✓		
3543802 การตลาดข้ามวัฒนธรรม Cross Culture Marketing	3(3-0-6) CLO1 อธิบายความหมาย ลักษณะ และองค์ประกอบของการตลาดข้ามวัฒนธรรม CLO2 จำแนกพฤติกรรมผู้บริโภคในวัฒนธรรมที่แตกต่างกันได้ CLO3 เลือกใช้ส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) กับตลาดข้ามวัฒนธรรม					✓	✓	
3543803 การค้าชายแดน Border Marketing	3(3-0-6) CLO1 อธิบายบทบาทและความสำคัญของการค้าชายแดนต่อเศรษฐกิจของประเทศ CLO2 อภิปรายผลกระทบที่มีต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจและการค้าระหว่างประเทศ CLO3 จำแนกพฤติกรรมผู้บริโภคข้ามวัฒนธรรมและประเมินปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในตลาดชายแดน						✓	
โมดูล 4 : การตลาดลูกค้าสัมพันธ์								
3542406 การจัดการค้าปลีก Retailing Management	3(2-2-5) CLO1 อธิบายลักษณะ รูปแบบและความสำคัญของธุรกิจค้าปลีก CLO2 การจัดทำกลยุทธ์การตลาดและการแข่งขันสำหรับธุรกิจค้าปลีก CLO3 เลือกกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจค้าปลีกทั้งในรูปแบบหน้าร้านและการค้าปลีกอิเล็กทรอนิกส์ (e-retail)				✓	✓		
3543504 การบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ Customer Relationship Management	3(2-2-5) CLO1 อธิบายหลักการพื้นฐานของการบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) CLO2 จำแนกกระบวนการและขั้นตอนในการบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ CLO3 เลือกเครื่องมือในการบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์				✓	✓		

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ความสอดคล้องกับ PLOs						
		1	2	3	4	5	6	7
3543901 ภาษาอังกฤษสำหรับการตลาด English for Marketing 3(3-0-6)	CLO1 แสดงบทบาทสมมติโดยเลียนแบบ สื่อสารภาษาอังกฤษและโต้ตอบ CLO2 อธิบายการใช้ภาษาอังกฤษในการต้อนรับลูกค้า งานขายหน้าร้าน ดูแล ลูกค้านำเสนอและเจรจาธุรกิจ CLO3 ฝึกปฏิบัติการสื่อสารภาษาอังกฤษ การปรับปรุงแบบการสื่อสารให้ เหมาะสมกับสถานการณ์				✓	✓		
กลุ่มวิชาปฏิบัติการทางวิชาชีพ								
3543607 ประเด็นปัจจุบันทางการตลาด Current Issue in Marketing 3(2-2-5)	CLO1 แสวงหาข้อมูล เสนอทางเลือก และตัดสินใจเพื่อการแก้ปัญหาทาง การตลาด CLO2 อภิปรายแนวโน้มทางการตลาดที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต CLO3 แสดงออกถึงความรับผิดชอบในการทำงานกลุ่ม				✓	✓		
3543701 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด Preparation for Field Experience in Marketing 2(1-2-3)	CLO1 อธิบายการเตรียมความพร้อมของผู้เรียนก่อนออกฝึกปฏิบัติวิชาชีพ CLO2 เตรียมความรู้ การปฏิบัติงานทางการตลาด การจัดทำโครงการ CLO3 ฝึกปฏิบัติทักษะในการปฏิบัติงาน				✓	✓	✓	
3544705 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด Field Experience In Marketing 3(640)	CLO1 ฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการจริง CLO2 จัดทำรายงานตามที่ได้รับมอบหมาย							✓
7203701 การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา ทางการตลาด Co-operation Education Preparation in Marketing 2(1-2-3)	CLO1 อธิบายการเตรียมความพร้อมของผู้เรียนในการปฏิบัติสหกิจศึกษา CLO2 อธิบายหลักการ แนวคิด ระเบียบข้อบังคับ และกระบวนการสหกิจศึกษา CLO3 ฝึกปฏิบัติทักษะในการปฏิบัติงาน				✓	✓	✓	
7204703 สหกิจศึกษาทางการตลาด Co-operative Education in Marketing 6(640)	CLO1 ฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการในรูปแบบสหกิจศึกษา CLO2 จัดทำโครงการตามรูปแบบสหกิจศึกษา							✓

ภาคผนวก ซ

ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ว่าด้วยการจัดการศึกษา
ระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2566



ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
ว่าด้วยการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี
พ.ศ. ๒๕๖๖

.....
เพื่อเป็นการปรับปรุงแก้ไขข้อบังคับว่าด้วยการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี
อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๑๘ (๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ
พ.ศ. ๒๕๔๗ ประกอบกับประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับ
ปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๖๕ และประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการ
เทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษาในระดับอุดมศึกษา พ.ศ. ๒๕๖๕ สภามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ในคราว
ประชุมครั้งที่ ๕/๒๕๖๖ วันที่ ๑๕ กรกฎาคม ๒๕๖๖ มีมติเห็นชอบให้ออกข้อบังคับไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ข้อบังคับนี้เรียกว่า “ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ว่าด้วยการจัดการศึกษา
ระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๖๖”

ข้อ ๒ ข้อบังคับนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันทีประกาศเป็นต้นไป

ข้อ ๓ ให้ยกเลิก

(๑) ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ว่าด้วยการบริหารและการจัดการศึกษาระดับ
ปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๖๐

(๒) ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ว่าด้วยการบริหารและการจัดการศึกษาระดับ
ปริญญาตรี (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๖๔

ข้อ ๔ ข้อบังคับนี้ให้ใช้บังคับกับนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่เข้าศึกษาตั้งแต่ภาคการศึกษาที่ ๑
ปีการศึกษา ๒๕๖๖ เป็นต้นไป และให้ใช้บังคับกับนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่เข้าศึกษาตามข้อบังคับ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ว่าด้วยการบริหารและการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๖๐ และที่แก้ไข
เพิ่มเติม

ให้นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่เข้าศึกษาตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ว่าด้วยการ
บริหารและการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๖๐ และที่แก้ไขเพิ่มเติม เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี
ตามข้อบังคับนี้

ข้อ ๕ ในข้อบังคับนี้

“มหาวิทยาลัย” หมายความว่า มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

“สภามหาวิทยาลัย” หมายความว่า สภามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

“สภาวิชาการ” หมายความว่า สภาวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

“อธิการบดี” หมายความว่า อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

“คณะกรรมการบริหารวิชาการมหาวิทยาลัย” หมายความว่า คณะกรรมการบริหาร
วิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

“คณะกรรมการบริหารวิชาการคณะ” หมายความว่า คณะกรรมการบริหารวิชาการคณะ
ที่เปิดสอนหลักสูตรระดับปริญญาตรี

“คณะกรรมการบริหารหลักสูตร” หมายความว่า คณะกรรมการบริหารหลักสูตรระดับ
ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

"คณบดี" หมายความว่า คณบดีหรือผู้บริหารหน่วยงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
ที่นักศึกษาสังกัด

"นักศึกษา" หมายความว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

"นักศึกษาภาคปกติ" หมายความว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลาที่ศึกษา
เต็มเวลาในวันที่ทำการปกติ

"นักศึกษาภาคพิเศษ" หมายความว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลาที่เข้าศึกษา
ตามโครงการจัดการศึกษาสำหรับบุคลากรประจำการและโครงการอื่น ๆ

"สถาบันอุดมศึกษาอื่น" หมายความว่า สถาบันอุดมศึกษาของรัฐหรือเอกชนที่มีคุณภาพ
และมาตรฐานจัดตั้งถูกต้องตามกฎหมายทั้งในหรือต่างประเทศที่ได้รับรองจากสำนักงานคณะกรรมการ
การอุดมศึกษาและหรือสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน

"การโอนสถานภาพนักศึกษา" หมายความว่า การขอเปลี่ยนสถานภาพจากนักศึกษา
ภาคปกติเป็นนักศึกษาภาคพิเศษ

"การศึกษาแบบเรียนครึ่งละรายวิชา" หมายความว่า การศึกษาที่กำหนดให้นักศึกษา
เรียนครึ่งละรายวิชาตลอดหลักสูตร

"ภาคการศึกษาปกติ" หมายความว่า ภาคการศึกษาที่ ๑ และภาคการศึกษาที่ ๒

"ภาคฤดูร้อน" หมายความว่า ภาคการศึกษาหลังภาคการศึกษาที่ ๒

"อาจารย์ที่ปรึกษา" หมายความว่า บุคคลที่มหาวิทยาลัยแต่งตั้งให้ทำหน้าที่อาจารย์
ที่ปรึกษาดูแลสนับสนุนทางด้านวิชาการ วิธีการเรียน ควบคุมแผนการเรียนของนักศึกษา การทำกิจกรรม และ
การใช้ชีวิตตลอดระยะเวลาการศึกษา

"ระบบคลังหน่วยกิต" หมายความว่า ระบบและกลไกในการเทียบโอนความรู้
ความสามารถ และหรือสมรรถนะที่ได้จากการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย
และจากประสบการณ์บุคคลมาเก็บสะสมไว้ในคลังหน่วยกิตของมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

"คลังหน่วยกิต" หมายความว่า ระบบทะเบียนสะสมหน่วยกิตสำหรับผู้เรียนที่เข้าศึกษา
รายวิชา ชุดวิชา หลักสูตรระยะสั้น หลักสูตรฝึกอบรม หรือหลักสูตรระยะยาวในระดับอนุปริญญา ปริญญาตรี
หรือบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัยที่จัดไว้สำหรับการจัดการศึกษาระบบคลังหน่วยกิต และที่ได้จากการ
เทียบโอน โดยจัดให้มีหลักฐานการสะสมหน่วยกิต อาทิ สมุดสะสมหน่วยกิต แฟ้มสะสมงานอิเล็กทรอนิกส์
ฝากในคลังหน่วยกิตของมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

"การเรียนการสอนออนไลน์" หมายความว่า การศึกษานอกห้องเรียนหรือการศึกษา
ทางไกลผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ผู้สอน ผู้เรียน และเพื่อนร่วมชั้นทุกคนสามารถติดต่อสื่อสารปรึกษาและ
แลกเปลี่ยนความคิดเห็นแบบเดียวกับการเรียนในชั้นเรียนทั่วไป

"การศึกษาในระบบ" หมายความว่า การศึกษาที่กำหนดจุดมุ่งหมาย วิธีการศึกษา
หลักสูตร ระยะเวลาของการศึกษา การวัดและประเมินผล ซึ่งเป็นเงื่อนไขของการสำเร็จการศึกษาที่แน่นอน
โดยได้รับประกาศนียบัตร ประกาศนียบัตรชั้นสูง ปริญญา หรือคุณวุฒิทางการศึกษาอื่น ๆ ซึ่งสถาบันอุดมศึกษา
ยอมรับ

"การศึกษานอกระบบ" หมายความว่า การศึกษาที่มีความยืดหยุ่นในการกำหนด
จุดมุ่งหมาย รูปแบบ วิธีการจัดการศึกษา ระยะเวลาของการศึกษา การวัดและประเมินผล ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญ
ของการสำเร็จการศึกษา โดยเนื้อหาและหลักสูตรจะต้องมีความเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพปัญหาและ
ความต้องการของบุคคลแต่ละกลุ่ม

"การศึกษาตามอัธยาศัย" หมายความว่า การศึกษาที่ให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ด้วยตนเอง
ตามความสนใจ ศักยภาพ ความพร้อม และโอกาส โดยศึกษาจากบุคคล ประสบการณ์ สังคม สภาพแวดล้อม
สื่อ หรือแหล่งความรู้อื่น ๆ

ข้อ ๖ ให้อธิการบดีรักษาการตามข้อบังคับนี้ และมีอำนาจในการออกประกาศ คำสั่งเพื่อประโยชน์ในการปฏิบัติตามข้อบังคับนี้

ในกรณีที่จะต้องมีการดำเนินการใด ๆ ที่มีได้กำหนดไว้ในข้อบังคับนี้หรือกำหนดไว้ไม่ชัดเจน หรือในกรณีที่มีความจำเป็นต้องผ่อนผันข้อกำหนดในข้อบังคับนี้เป็นกรณีพิเศษ เพื่อให้การดำเนินการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยเป็นไปโดยเรียบร้อย หรือกรณีมีปัญหาอันเกิดจากการปฏิบัติตามข้อบังคับนี้ให้อธิการบดีมีอำนาจตีความ วินิจฉัยสั่งการตามที่เห็นสมควรและให้ถือเป็นที่สุด

ข้อ ๗ ในกรณีที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งสภามหาวิทยาลัยอาจมีมติให้ดใช้ข้อบังคับนี้ทั้งหมดหรือบางส่วนได้ ด้วยคะแนนเสียงไม่ต่ำกว่ากึ่งหนึ่งของกรรมการสภามหาวิทยาลัยทั้งหมดเท่าที่มีอยู่

หมวด ๑

บททั่วไป

ข้อ ๘ ให้มีอาจารย์ที่ปรึกษาทำหน้าที่ให้คำแนะนำนักศึกษาในการลงทะเบียนเรียน การเปลี่ยนแปลงรายวิชา การเพิ่มถอนรายวิชา

ข้อ ๙ ให้มหาวิทยาลัยประเมินการสอนของอาจารย์ผู้สอน อย่างน้อยภาคการศึกษาละ ๑ ครั้ง และให้นำผลการประเมินมาใช้ในการพัฒนาคุณภาพการจัดการเรียนการสอน

ข้อ ๑๐ ให้คณะมีหน้าที่วิจัยเพื่อติดตามและประเมินผลการใช้หลักสูตรอย่างน้อยตามรอบระยะเวลาของหลักสูตรหรือทุก ๆ ๕ ปี

หมวด ๒

การรับเข้าศึกษา

ข้อ ๑๑ ผู้มีสิทธิ์สมัครเข้าเป็นนักศึกษา

๑๑.๑ คุณสมบัติทั่วไปของผู้สมัครเข้าเป็นนักศึกษา

๑๑.๑.๑ ไม่เคยเป็นผู้มีความประพฤติเสียหายร้ายแรง

๑๑.๑.๒ ไม่เป็นคนวิกลจริตและไม่เป็นโรคติดต่อร้ายแรงหรือโรคอื่นซึ่งสังคมรังเกียจ

๑๑.๑.๓ ไม่เคยถูกคัดชื่อออกจากสถานศึกษาเพราะมีความผิดทางวินัย

๑๑.๑.๔ มีคุณสมบัติอื่นตามข้อกำหนดของมหาวิทยาลัยและ/หรือหลักสูตรสาขาวิชาที่สมัครเข้าศึกษา

๑๑.๒ คุณสมบัติเฉพาะของผู้สมัครเข้าเป็นนักศึกษา

ผู้สมัครเข้าเป็นนักศึกษาหลักสูตรปริญญาตรี (๔ ปี) และปริญญาตรี (๕ ปี) ต้องสำเร็จการศึกษาตามประกาศของมหาวิทยาลัย

๑๑.๓ ผู้สมัครเข้าเป็นนักศึกษาหลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) ต้องสำเร็จการศึกษาตามประกาศของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๑๒ การรับเข้าเป็นนักศึกษากำหนดการและวิธีการรับเข้าศึกษา ให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๑๓ การขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษา

๑๓.๑ ผู้สมัครที่ผ่านการคัดเลือกเป็นนักศึกษาจะมีสถานภาพเป็นนักศึกษาเมื่อได้รายงานตัวเพื่อขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาแล้ว

๑๓.๒ วิธีการรายงานตัวเพื่อขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษา ให้เป็นไปตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

๑๓.๓ วิธีการเปลี่ยนแปลงการขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาจากหลักสูตรภาคปกติเป็นหลักสูตรภาคพิเศษ และระบบคลังหน่วยกิตให้เป็นไปตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

๔

หมวด ๓
ระบบการศึกษา

ข้อ ๑๔ ระบบการศึกษา

๑๔.๑ การจัดการศึกษาใช้ระบบทวิภาค โดย ๑ ปีการศึกษาแบ่งออกเป็น ๒ ภาคการศึกษาปกติ ๑ ภาคการศึกษาปกติมีระยะเวลาศึกษาไม่ต่ำกว่า ๑๕ สัปดาห์ มหาวิทยาลัยอาจจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน โดยกำหนดระยะเวลาของแต่ละรายวิชาให้มีสัดส่วนเทียบเคียงกันกับภาคการศึกษาปกติ การจัดการศึกษาแบ่งเป็น

๑๔.๑.๑ นักศึกษาภาคปกติ ให้จัดการเรียนการสอนเป็น ๒ ภาคการศึกษา คือ ภาคการศึกษาที่ ๑ และภาคการศึกษาที่ ๒

๑๔.๑.๒ นักศึกษาภาคพิเศษ ให้จัดการเรียนการสอนเป็น ๓ ภาคการศึกษา คือ ภาคการศึกษาที่ ๑ ภาคการศึกษาที่ ๒ และภาคฤดูร้อน

๑๔.๒ การคิดหน่วยกิต กำหนดให้ ๑ ชั่วโมงใช้เวลาจัดการเรียนการสอนไม่ต่ำกว่า ๖๐ นาที มีเกณฑ์ในการกำหนดจำนวนหน่วยกิต ดังนี้

๑๔.๒.๑ รายวิชาภาคทฤษฎี ที่ใช้เวลาบรรยายหรืออภิปรายปัญหาในชั้นเรียน ไม่ต่ำกว่า ๑๕ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้นับเป็น ๑ หน่วยกิต

๑๔.๒.๒ รายวิชาภาคปฏิบัติ ที่ใช้เวลาปฏิบัติหรือทดลองไม่ต่ำกว่า ๓๐ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้นับเป็น ๑ หน่วยกิต

๑๔.๒.๓ รายวิชาฝึกงาน สหกิจศึกษาหรือฝึกภาคสนามที่ใช้เวลาฝึก ไม่น้อยกว่า ๔๕ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้นับเป็น ๑ หน่วยกิต

๑๔.๒.๔ การทำโครงการหรือกิจกรรมการเรียนอื่นใดตามที่ได้รับมอบหมาย ที่ใช้เวลาทำโครงการหรือกิจกรรมนั้น ๆ ไม่น้อยกว่า ๔๕ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ ๑ หน่วยกิต

๑๔.๒.๕ กิจกรรมการเรียนอื่นใดที่สร้างการเรียนรู้ นอกเหนือจากรูปแบบ ที่กำหนดข้างต้น การนับระยะเวลาในการทำกิจกรรมนั้นต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ ๑ หน่วยกิต ให้ทำเป็นประกาศของมหาวิทยาลัย

๑๔.๓ มหาวิทยาลัยอาจจัดการศึกษาแบบเรียนครั้งละรายวิชา (Block course) ได้ โดยการนับภาคการศึกษาและกำหนดให้นับจำนวนหน่วยกิตรวมของรายวิชาที่เรียนต่อเนื่องกันตามแผน การเรียนไม่เกิน ๒๒ หน่วยกิต สำหรับนักศึกษาภาคปกติเป็น ๑ ภาคการศึกษา ทั้งนี้ หลักสูตรที่จัดการศึกษา แบบเรียนครั้งละรายวิชาจะต้องมีจำนวนชั่วโมงเรียนต่อหน่วยกิต จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร และ ระยะเวลาการศึกษาที่เทียบเคียงได้กับระบบการศึกษาปกติ และจะต้องไม่ต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐานอุดมศึกษา

ข้อ ๑๕ กำหนดวันเปิดและปิดภาคการศึกษา ให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

หมวด ๔
การลงทะเบียนเรียน

ข้อ ๑๖ การลงทะเบียนเรียน

๑๖.๑ นักศึกษาต้องยืนยันการลงทะเบียนเรียนภายในเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด มิฉะนั้นจะต้องรักษาสภาพการเป็นนักศึกษา ยกเว้นนักศึกษาใหม่ที่เข้าศึกษาในภาคการศึกษาแรก หากไม่ยืนยันการลงทะเบียนตามที่มหาวิทยาลัยกำหนดถือว่าสละสิทธิ์การเป็นนักศึกษา

๑๖.๒ นักศึกษาจะต้องลงทะเบียนเรียนภายในเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด หากพ้น กำหนดให้นักศึกษายื่นเรื่องขอผ่อนผันการลงทะเบียนเรียนย้อนหลังได้ และต้องได้รับการอนุมัติจาก มหาวิทยาลัย ทั้งนี้ ต้องไม่เกิน ๒ สัปดาห์นับตั้งแต่วันเปิดภาคการศึกษา

๕

๑๖.๓ นักศึกษาต้องชำระเงินค่าธรรมเนียมการศึกษาให้เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

๑๖.๔ หลักเกณฑ์ วิธีการลงทะเบียน การชำระเงินและการผ่อนผันการชำระเงินค่าธรรมเนียมการศึกษา ให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

๑๖.๕ การเปลี่ยนแปลงการลงทะเบียนเรียนที่แตกต่างไปจากแผนการศึกษาที่หลักสูตรกำหนดไว้จะต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา และเป็นไปตามข้อกำหนดของหลักสูตร

๑๖.๖ ประเภทการลงทะเบียนเรียน ให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย แบ่งออกได้ ดังนี้

๑๖.๖.๑ การลงทะเบียนเรียนปกติ แบบนับหน่วยกิตและคิดค่าธรรมเนียม

๑๖.๖.๒ การลงทะเบียนเรียนปกติ แบบนับหน่วยกิตและไม่คิดค่าธรรมเนียม

๑๖.๖.๓ การลงทะเบียนเรียนเพื่อร่วมฟังหรือร่วมปฏิบัติการ

๑๖.๖.๔ การลงทะเบียนเรียนในระบบคลังหน่วยกิต

๑๖.๗ นักศึกษาภาคปกติต้องลงทะเบียนเรียนไม่เกิน ๒๒ หน่วยกิตในภาคการศึกษาปกติ และลงทะเบียนเรียนได้ไม่เกิน ๙ หน่วยกิตในภาคฤดูร้อน

ส่วนนักศึกษาภาคพิเศษ ต้องลงทะเบียนเรียนไม่ต่ำกว่า ๓ หน่วยกิตแต่ไม่เกิน ๑๒ หน่วยกิตในภาคการศึกษาปกติ และลงทะเบียนเรียนได้ไม่เกิน ๙ หน่วยกิตในภาคฤดูร้อน

นักศึกษาลงทะเบียนเรียนสูงกว่าหรือต่ำกว่าที่กำหนดได้ ในกรณีที่จำเป็นหรือจะขอสำเร็จการศึกษาในภาคการศึกษานั้น โดยคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาก่อนการลงทะเบียนเรียน และให้มหาวิทยาลัยเป็นผู้พิจารณาอนุมัติ

๑๖.๘ นักศึกษาที่อยู่ในภาวะวิกฤติ (Critical) และภาวะรอพินิจ (Probation) สามารถลงทะเบียนเรียนไม่เกิน ๑๕ หน่วยกิตในภาคการศึกษาปกติได้ ทั้งนี้ ให้อยู่ในดุลยพินิจของอาจารย์ที่ปรึกษาและประธานกรรมการบริหารหลักสูตร ยกเว้นนักศึกษาภาคพิเศษ

๑๖.๙ นักศึกษาจะต้องตรวจสอบสถานภาพของตนเองก่อนการลงทะเบียนเรียนทุกครั้ง

ข้อ ๑๗ การลงทะเบียนเรียนรายวิชาที่มีวิชาบังคับก่อน

นักศึกษาจะต้องลงทะเบียนเรียนและสอบผ่านรายวิชาที่เป็นวิชาบังคับก่อนลงทะเบียนเรียนรายวิชาต่อเนื่อง มิฉะนั้นถือว่าการลงทะเบียนเรียนรายวิชาต่อเนื่องเป็นโมฆะ

ข้อ ๑๘ การขอเพิ่ม ขอลถอน และขอยกเลิกรายวิชา

๑๘.๑ การขอเพิ่มและขอลถอนรายวิชาจะกระทำได้ภายใน ๒ สัปดาห์แรกของภาคการศึกษาปกติและภายในสัปดาห์แรกของภาคฤดูร้อน โดยจะต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา ถ้านักศึกษาขอยกเลิกรายวิชาหลังจากช่วงเวลาดังกล่าวจะได้รับการบันทึกผลการประเมินเป็น W (Withdraw)

๑๘.๒ การขอยกเลิกรายวิชา ต้องกระทำให้เสร็จสิ้นก่อนสอบปลายภาค ๑ สัปดาห์

๑๘.๓ นักศึกษาที่เข้าศึกษาแบบเรียนครั้งละรายวิชา (Block course) จะต้องทำการเพิ่มถอนและยกเลิกรายวิชาให้เสร็จสิ้นภายในสัปดาห์แรกของภาคการศึกษา

๑๘.๔ กรณีนักศึกษาลงทะเบียนเรียนครบตามระยะเวลาการศึกษาในโครงสร้างหลักสูตรแต่ไม่สามารถสอบผ่านรายวิชาตามโครงสร้างได้ จะต้องลงทะเบียนเรียนรายวิชาตามโครงสร้างหรือรายวิชาเพิ่มเติมและสอบผ่านรายวิชาจนครบจึงจะถือว่าลงทะเบียนครบตามโครงสร้างที่หลักสูตรกำหนด

๖

๑๘.๕ สำหรับการลงทะเบียน การขอเพิ่ม ถอน และการขอยกเลิกรายวิชาเรียนของนักศึกษาในหลักสูตรที่มีการจัดการศึกษาในระบบคลังหน่วยกิต ให้เป็นไปตามระเบียบ หลักเกณฑ์หรือประกาศที่เกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษาในระบบคลังหน่วยกิต

๑๘.๖ การลงทะเบียนเรียนรายวิชาเป็นพิเศษโดยไม่นับหน่วยกิต นักศึกษาจะลงทะเบียนรายวิชาได้โดยไม่นับหน่วยกิต

หมวด ๕

ระยะเวลาการศึกษา

ข้อ ๑๙ ระยะเวลาการศึกษาตามหลักสูตรระดับปริญญาตรีกำหนด ดังนี้

นักศึกษามีระยะเวลาการศึกษาตามหลักสูตรจนสำเร็จการศึกษาได้อย่างน้อยตามที่หลักสูตรกำหนด และไม่เกินสองเท่าของระยะเวลาการศึกษาตามแผนการศึกษา กรณีไม่สำเร็จการศึกษาได้ตามระยะเวลาสองเท่าของแผนการศึกษาที่หลักสูตรกำหนด ให้คณะเสนอขอขยายระยะเวลาของนักศึกษาต่อคณะกรรมการบริหารวิชาการมหาวิทยาลัยเพื่อพิจารณาเป็นกรณีไป

หมวด ๖

การเรียน การฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และการสอบ

ข้อ ๒๐ การเรียน

๒๐.๑ นักศึกษาจะต้องมีเวลาเรียนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ ของเวลาเรียนทั้งหมดของรายวิชานั้น จึงจะมีสิทธิ์เข้าสอบปลายภาค

ในกรณีที่นักศึกษามีเวลาเรียนน้อยกว่าร้อยละ ๘๐ ต้องยื่นคำร้องขอมิสิทธิ์สอบพร้อมหลักฐานแสดงเหตุจำเป็นของการขาดเรียนที่สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนภายใน ๗ วัน นับตั้งแต่วันสุดท้ายของการสอบปลายภาค และให้คณะกรรมการบริหารวิชาการคณะของรายวิชาที่นักศึกษายื่นคำร้องเป็นผู้พิจารณา หากนักศึกษายื่นคำร้องภายในกำหนดหรือคณะกรรมการพิจารณาแล้วไม่อนุญาตให้สอบ ให้ผู้สอนปรับคะแนนการสอบรายวิชานั้นเป็นศูนย์ และส่งผลการประเมินการศึกษาจากคะแนนที่มีอยู่ภายในเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด

๒๐.๒ ในกรณีที่นักศึกษามีเวลาเรียนน้อยกว่าร้อยละ ๖๐ ให้อาจารย์ผู้สอนส่งผลการประเมินการศึกษาจากคะแนนที่มีอยู่ภายในเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด

๒๐.๓ กรณีที่มีการจัดการเรียนการสอนในรูปแบบออนไลน์ หรือการจัดการเรียนการสอนแบบผสมผสานในทุกหลักสูตร ระยะเวลาของการมีส่วนร่วมในกระบวนการจัดการเรียนการสอนเพื่อประกอบการประเมินผลการศึกษา ให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๒๑ การฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

หลักสูตรสามารถเลือกการกำหนดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ หรือการปฏิบัติสหกิจศึกษาในโครงสร้างหลักสูตรได้ โดยการฝึกประสบการณ์วิชาชีพให้เป็นไปตามที่หลักสูตรกำหนด โดยนักศึกษาจะต้องประพฤติตนตามระเบียบและปฏิบัติงานตามข้อกำหนดทุกประการ หากฝ่าฝืนผู้ควบคุมซึ่งเป็นอาจารย์และบุคลากรในหน่วยฝึกประสบการณ์วิชาชีพอาจพิจารณาส่งตัวกลับ

ส่วนการปฏิบัติสหกิจศึกษาให้เป็นไปตามข้อบังคับสหกิจศึกษา

ข้อ ๒๒ การสอบ

๒๒.๑ การสอบแบ่งเป็น ๓ ประเภท คือ การสอบย่อย การสอบกลางภาค และการสอบปลายภาค โดยให้มีคะแนนสอบปลายภาค ตั้งแต่ร้อยละ ๒๐ ถึงร้อยละ ๕๐ ของคะแนนทั้งหมด

๒๒.๒ แนวปฏิบัติการสอบให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

๒๒.๓ การสอบอาจกระทำไ้ระหว่างภาคการศึกษาด้วยการสอบย่อย ทำรายงานจากกรณีศึกษาที่ก่อให้เกิดสมรรถนะตามผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา การทดสอบระหว่างภาคการศึกษา การเขียนสารนิพนธ์ประจำรายวิชา หรืออื่น ๆ และเมื่อสิ้นสุดภาคการศึกษาก็จะมีการสอบปลายภาคสำหรับแต่ละรายวิชาที่ศึกษาในภาคการศึกษานั้น ให้เป็นไปตามที่ระบุไว้ในรายละเอียดของรายวิชาตามเล่มหลักสูตร ทั้งนี้ อาจารย์ผู้สอนต้องแจ้งเกณฑ์และเงื่อนไขการวัดและประเมินผลในแต่ละรายวิชาให้นักศึกษาทราบล่วงหน้าก่อนหมดเวลายกเลิกรายวิชา W (Withdraw)

๒๒.๔ นักศึกษาที่ไม่ได้เข้าสอบกลางภาคและปลายภาคตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด โดยมีเหตุผลความจำเป็นจะต้องยื่นคำร้องขอสอบที่คณะที่รายวิชานั้นสังกัด นับจากวันสอบรายวิชานั้น แต่ไม่เกิน ๗ วันนับจากหลังวันสุดท้ายของการสอบกลางภาคและปลายภาค การพิจารณาคำร้องให้อยู่ในดุลยพินิจของคณะกรรมการบริหารวิชาการคณะ หากนักศึกษาไม่ยื่นคำร้องภายในกำหนดหรือคณะกรรมการพิจารณาแล้วไม่อนุญาตให้สอบ ให้ผู้สอนปรับคะแนนการสอบนั้นเป็นศูนย์ และส่งผลการประเมินการศึกษาจากคะแนนที่มีอยู่ภายในเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด

๒๒.๕ นักศึกษาที่กระทำผิดในการสอบกลางภาคและปลายภาค ให้คณะกรรมการที่มหาวิทยาลัยแต่งตั้งพิจารณาโทษนักศึกษาที่กระทำผิดในการสอบ แล้วรายงานผลการพิจารณาต่อมหาวิทยาลัยเพื่อดำเนินการลงโทษและแจ้งโทษให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทราบ โดยมีแนวทางการพิจารณาโทษดังต่อไปนี้

๒๒.๕.๑ ถ้าเป็นความผิดประเภททุจริต หรือส่อเจตนาทุจริต ให้ลงโทษโดยให้ปรับผลการประเมินการศึกษาเป็น E หรือ F ในรายวิชาที่กระทำผิดและหรืออาจพิจารณาสั่งพักการศึกษา นักศึกษาผู้นั้นได้ไม่เกิน ๑ ภาคการศึกษา

๒๒.๕.๒ ถ้าเป็นความผิดอย่างอื่นตามที่ระบุไว้ในแนวปฏิบัติในการสอบ ให้ลงโทษตามควรแก่ความผิดนั้น แต่ต้องไม่เกินกว่าระดับโทษต่ำสุดของความผิดประเภททุจริต

๒๒.๕.๓ ถ้านักศึกษากระทำผิดหรือร่วมกระทำผิดอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการสอบ ให้คณะกรรมการพิจารณาโทษนักศึกษาที่กระทำผิดระเบียบการสอบเป็นผู้พิจารณาเสนอการลงโทษต่อมหาวิทยาลัยตามควรแก่ความผิดนั้น

๒๒.๕.๔ การให้พักการศึกษาของนักศึกษาตามคำสั่งของมหาวิทยาลัย ให้เริ่มเมื่อสิ้นสุดภาคการศึกษาที่กระทำผิดนั้น ทั้งนี้ ให้นับระยะเวลาที่ถูกสั่งพักการศึกษาเข้าเป็นระยะเวลาการศึกษาด้วย

๒๒.๕.๕ นักศึกษาที่ถูกสั่งพักการศึกษาจะต้องชำระค่าธรรมเนียมการรักษาสภาพนักศึกษาทุกภาคการศึกษาที่พักการศึกษา

๒๒.๖ ผู้สอนทุกรายวิชาต้องส่งผลการประเมินการศึกษาภายในเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด หากไม่ส่งตามเวลาที่กำหนดโดยปราศจากเหตุอันสมควร ให้มหาวิทยาลัยพิจารณาลงโทษทางวินัยตามควรแก่กรณี

มหาวิทยาลัยสามารถกำหนดมาตรการควบคุมการส่งผลการประเมินการศึกษาได้ โดยออกเป็นประกาศของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๒๓ มหาวิทยาลัยสามารถกำหนดการประเมินผลความรู้และทักษะต่าง ๆ ตามเกณฑ์มาตรฐานที่มหาวิทยาลัยกำหนด และให้มีการบันทึกผลการสอบวัดระดับความสามารถในรูปแบบที่เหมาะสมลงในใบแสดงผลการเรียนรู้ (Transcript) ของนักศึกษา ยกเว้นนักศึกษาภาคพิเศษ

หมวด ๗

การวัดและประเมินผล

ข้อ ๒๔ การประเมินผลการศึกษาในรายวิชาต่าง ๆ สามารถประเมินได้ ดังนี้

๒๔.๑ ระบบค่าระดับคะแนน แบ่งเป็น ๘ ระดับ

ผลการประเมินการศึกษา	ความหมาย	ค่าระดับคะแนน
A	ดีเยี่ยม (Excellent)	๔.๐
B+	ดีมาก (Very Good)	๓.๕
B	ดี (Good)	๓.๐
C+	ค่อนข้างดี (Fairly Good)	๒.๕
C	พอใช้ (Fair)	๒.๐
D+	อ่อน (Poor)	๑.๕
D	อ่อนมาก (Very Poor)	๑.๐
E	ตก (Fail)	๐.๐

๒๔.๒ ระบบไม่มีค่าระดับคะแนนกำหนดสัญลักษณ์การประเมินผล ดังนี้

กรณีรายวิชาที่ลงทะเบียนเพื่อให้ได้หน่วยกิตแต่ไม่คิดคะแนน (Non-Credit)

ผลการประเมินการศึกษา	ความหมาย
PD (Pass with Distinction)	ผ่านดีเยี่ยม
P (Pass)	ผ่าน
F (Fail)	ไม่ผ่าน

กรณีรายวิชาที่ลงทะเบียนเพิ่มเติมโดยไม่นับรวมเป็นหน่วยกิตสะสม

ผลการประเมินการศึกษา	ความหมาย
S (Satisfactory)	พอใจ
U (Unsatisfactory)	ไม่พอใจ

ระบบคะแนนนี้ใช้สำหรับการประเมินผลการศึกษาวิชาตามที่กำหนดไว้ใน

หลักสูตร

กรณีที่หลักสูตรหรือมหาวิทยาลัยกำหนดให้นักศึกษาเรียนรายวิชาใดเพิ่มเติมโดยไม่นับเป็นหน่วยกิตสะสม หรือกรณีที่หลักสูตรหรือมหาวิทยาลัยกำหนดให้นักศึกษาทดสอบหรืออบรมตามเกณฑ์มาตรฐานของมหาวิทยาลัย ให้ใช้สัญลักษณ์การประเมินดังกล่าว และให้บันทึกผลการประเมินลงในระเบียบแสดงผลการศึกษาทุกครั้ง

ข้อ ๒๕ สัญลักษณ์อื่น มีดังนี้

๒๕.๑ AU (Audit) ใช้สำหรับการลงทะเบียนเรียนเพื่อร่วมฟัง โดยไม่ับหน่วยกิตและผู้ลงทะเบียนได้ปฏิบัติตามเกณฑ์ที่ผู้สอนกำหนด กรณีไม่สามารถปฏิบัติตามเกณฑ์ที่กำหนด ให้ถือว่านักศึกษายกเลิกการเรียนรายวิชานั้น และให้บันทึกผลการประเมินการศึกษาเป็น W (Withdraw)

๒๕.๒ W (Withdraw) ใช้สำหรับการบันทึกรายวิชาที่ได้รับอนุมัติให้ยกเลิกรายวิชานั้น โดยต้องดำเนินการให้เสร็จสิ้นก่อนกำหนดสอบปลายภาคไม่ต่ำกว่า ๑ สัปดาห์ และใช้ในกรณีที่นักศึกษาลาพักการศึกษาหรือถูกสั่งให้พักการศึกษาหลังจากลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษานั้นแล้ว

๒๕.๓ I (Incomplete) การเปลี่ยนระดับคะแนน I ให้ดำเนินการ ดังนี้

๒๕.๓.๑ กรณีนักศึกษายังทำงานไม่สมบูรณ์ ไม่ติดต่อผู้สอนหรือไม่สามารถส่งงานได้ตามเวลาที่กำหนด ให้ผู้สอนพิจารณาผลงานที่ค้างอยู่เป็นศูนย์ และส่งผลการประเมินการศึกษาจากคะแนนที่มีอยู่ให้เสร็จสิ้นภายในสัปดาห์แรกของภาคการศึกษาถัดไป หากพ้นกำหนดให้ดำเนินการตามประกาศของมหาวิทยาลัย

๒๕.๓.๒ กรณีนักศึกษาขาดสอบและมหาวิทยาลัยอนุญาตให้สอบแต่ไม่มาสอบภายในเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด ให้ผู้สอนปรับคะแนนสอบนั้นเป็นศูนย์ และส่งผลการประเมินการศึกษาจากคะแนนที่มีอยู่ให้เสร็จสิ้นภายในสัปดาห์แรกของภาคการศึกษาถัดไป หากพ้นกำหนดให้ดำเนินการตามประกาศของมหาวิทยาลัย

๒๕.๔ IP (In Progress) ใช้สำหรับการบันทึกการประเมินผลในรายวิชาที่มีการเรียนการสอนต่อเนื่องอยู่และยังไม่สามารถประเมินผลในภาคการศึกษาที่ลงทะเบียน ทั้งนี้ ให้ใช้เฉพาะรายวิชาที่มหาวิทยาลัยกำหนดและต้องผ่านการเห็นชอบจากคณะกรรมการบริหารวิชาการมหาวิทยาลัย นักศึกษาที่ได้รับผลการประเมินเป็น IP จะต้องติดต่อผู้สอนเพื่อดำเนินการขอรับการประเมินผลเพื่อเปลี่ยนระดับคะแนน หากนักศึกษาไม่มาติดต่อภายในเวลาที่กำหนด ให้ผู้สอนพิจารณาผลงานที่ค้างอยู่เป็นศูนย์ และส่งผลการประเมินการศึกษาจากคะแนนที่มีอยู่ให้เสร็จสิ้นในภาคการศึกษาถัดไป

๒๕.๕ นักศึกษาที่ได้รับผลการประเมินการศึกษาเป็น I และ IP ในภาคการศึกษาสุดท้ายและอยู่ระหว่างรอแก้ผลการประเมินการศึกษา I และ IP ในภาคการศึกษาถัดไป ต้องชำระค่าธรรมเนียมการรักษาสภาพการเป็นนักศึกษา

๒๕.๖ หลักเกณฑ์และวิธีการวัดและประเมินผลการศึกษาของหลักสูตรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษาในระบบคลังหน่วยกิตที่แตกต่างกันให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ ประกาศ และข้อบังคับของมหาวิทยาลัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการของระบบคลังหน่วยกิต

ข้อ ๒๖ การคิดค่าธรรมเนียมเฉลี่ย

๒๖.๑ ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยประจำภาคการศึกษา และค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม ให้คิดเป็นทศนิยม ๒ ตำแหน่งโดยไม่ปัดเศษ สำหรับรายวิชาที่มีผลการประเมินการศึกษาเป็น I และ IP ไม่นับหน่วยกิตมารวมเป็นตัวหารเฉลี่ย

๒๖.๒ กรณีที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียนรายวิชาซ้ำกับรายวิชาที่สอบได้ค่าระดับคะแนนต่ำกว่า C มากกว่าหนึ่งครั้ง ให้นับเฉพาะจำนวนหน่วยกิตครั้งสุดท้ายเท่านั้น และนำมาคำนวณค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม

ยกเว้นการประเมินผลการศึกษาวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ถ้าได้ค่าระดับคะแนนต่ำกว่า C ถือว่าสอบตก นักศึกษาจะต้องลงทะเบียนเรียนใหม่ ถ้าผลการประเมินการศึกษาในการลงทะเบียนเรียนใหม่ได้ค่าระดับคะแนนต่ำกว่า C เป็นครั้งที่ ๒ ให้พ้นสภาพการเป็นนักศึกษา

๒๖.๓ ผลการประเมินการศึกษาระบบไม่มีค่าระดับคะแนน ไม่ต้องนับรวมหน่วยกิตเป็นตัวหารเพื่อหาค่าเฉลี่ย แต่ให้นับรวมหน่วยกิตในเกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามโครงสร้างหลักสูตร

ข้อ ๒๗ เมื่อนักศึกษาเรียนครบตามโครงสร้างหลักสูตรแล้ว ได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ ๑.๙๐ ขึ้นไปแต่ไม่ถึง ๒.๐๐ นักศึกษาสามารถลงทะเบียนเรียนรายวิชาเดิมที่ได้ผลการประเมินการศึกษาต่ำกว่า C โดยใช้ผลการประเมินการศึกษาของรายวิชาที่ลงทะเบียนเรียนล่าสุดหรือเลือกเรียนรายวิชาอื่นเพิ่มเติม และต้องลงทะเบียนเรียนครบตามแผนการเรียนที่หลักสูตรกำหนดไว้ เพื่อทำค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมให้ถึง ๒.๐๐ จึงจะสำเร็จการศึกษาได้

หมวด ๘

การเทียบโอนผลการเรียน การยกเว้นการเรียนรายวิชา

ข้อ ๒๘ การเทียบโอนหน่วยกิตรายวิชาหรือการยกเว้นการเรียนรายวิชา

๒๘.๑ การเทียบโอนหน่วยกิตรายวิชา

หลักเกณฑ์การเทียบโอนหน่วยกิตรายวิชาให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย และตามประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการเทียบโอนหน่วยกิตและผลการประเมินการศึกษาในระดับอุดมศึกษา พ.ศ. ๒๕๖๕

๑๐

๒๘.๒ การยกเว้นรายวิชา

นักศึกษาอาจขอยกเว้นรายวิชาในหลักสูตรเดียวกันที่ได้ศึกษามาแล้ว เพื่อนับเป็นส่วนหนึ่งของหน่วยกิตรายวิชาในหลักสูตรที่กำลังศึกษาได้ โดยไม่ต้องเรียนรายวิชานั้นซ้ำอีก ซึ่งรายวิชาที่ขอยกเว้นต้องเป็นรายวิชาที่เรียนมาแล้วไม่เกิน ๕ ปี นับจากปีที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียนรายวิชานั้น ๆ โดยหลักเกณฑ์การยกเว้นรายวิชาให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

หมวด ๙

การรับโอนย้ายสาขาวิชา และการโอนสถานภาพนักศึกษา

ข้อ ๒๙ การรับโอนนักศึกษาจากสถาบันการศึกษาอื่น

๒๙.๑ มหาวิทยาลัยอาจจจะรับโอนนักศึกษาจากสถาบันการศึกษาอื่นในประเทศหรือต่างประเทศ การรับโอนจะกระทำไดก็ต่อเมื่อสาขาวิชาและคณะที่นักศึกษาขอเข้าศึกษาสามารถรับได้ โดยจะต้องได้รับการอนุมัติจากคณบดีตามความเห็นชอบจากประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

๒๙.๒ นักศึกษาที่ได้รับการพิจารณารับโอนเข้าศึกษาต้องมีคุณสมบัติเป็นไปตามระเบียบหรือประกาศของมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ว่าด้วยการรับเข้านักศึกษา

๒๙.๓ นักศึกษาที่จะได้รับการพิจารณารับโอนจะต้องได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า ๒.๐๐ จากระบบ ๔ ระดับคะแนนหรือเทียบเท่า

๒๙.๔ นักศึกษาที่ประสงค์จะขอโอนย้ายต้องดำเนินการยื่นคำร้องขอโอนย้ายสถาบันการศึกษาให้แล้วเสร็จก่อนมหาวิทยาลัยเปิดไม่ต่ำกว่า ๔๕ วัน

๒๙.๕ การคิดระยะเวลาการศึกษา หลักเกณฑ์และวิธีการเกี่ยวกับนักศึกษาโอนย้ายสถาบันการศึกษาให้เป็นไปตามประกาศ ระเบียบหรือข้อบังคับที่มหาวิทยาลัยกำหนด

ข้อ ๓๐ การย้ายสาขาวิชาทั้งภายในมหาวิทยาลัยและจากสถาบันการศึกษาอื่น ให้ปฏิบัติตามเงื่อนไขของสาขาวิชาที่นักศึกษาขอย้ายเข้า โดยนักศึกษาที่จะขอย้ายสาขาวิชาต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้

๓๐.๑ นักศึกษาได้เรียนในสาขาวิชาเดิมมาแล้วไม่ต่ำกว่า ๒ ภาคการศึกษา ทั้งนี้ไม่นับภาคการศึกษาที่รักษาสภาพการเป็นนักศึกษา ลาพักการเรียนหรือถูกสั่งให้พักการเรียน

๓๐.๒ การย้ายสาขาวิชาจะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขของสาขาวิชานั้น โดยจะต้องได้รับการอนุมัติจากคณบดีตามความเห็นชอบของคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

๓๐.๓ นักศึกษาที่ต้องการย้ายสาขาวิชาต้องยื่นคำร้องขอย้ายต่อมหาวิทยาลัย และดำเนินการให้แล้วเสร็จก่อนมหาวิทยาลัยเปิดภาคการศึกษาไม่ต่ำกว่า ๓๐ วัน

๓๐.๔ นักศึกษาย้ายสาขาวิชาภายในมหาวิทยาลัย ให้นับภาคการศึกษาในสาขาวิชาใหม่ต่อเนื่องจากสาขาวิชาเดิม

๓๐.๕ กรณีการขอโอนสถานภาพนักศึกษาจากนักศึกษาภาคปกติเป็นนักศึกษาภาคพิเศษสามารถกระทำได้ โดยต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาในสาขาวิชาเดิมที่นักศึกษากำลังศึกษาอยู่ด้วย

หมวด ๑๐

สถานภาพนักศึกษา การลาพักการศึกษา

การรักษาสภาพการเป็นนักศึกษา และการฟื้นสภาพการเป็นนักศึกษา

ข้อ ๓๑ สถานภาพนักศึกษา

มหาวิทยาลัยจะจำแนกสถานภาพนักศึกษาตามผลการประเมินการศึกษาในทุกภาคการศึกษา ทั้งนี้ ให้นับภาคการศึกษาที่รักษาสภาพการเป็นนักศึกษา การลาพักหรือถูกให้พักการศึกษา สถานภาพนักศึกษาแบ่งออกเป็น ๓ สถานะ คือ นักศึกษาปกติ นักศึกษาในสถานะวิกฤต และนักศึกษาในสถานะรอพิณิจ ดังนี้

๑๑

๓๑.๑ นักศึกษาสถานะปกติ คือ นักศึกษาที่ได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ ๒.๐๐ ขึ้นไป

๓๑.๒ นักศึกษาสถานะวิกฤต คือ นักศึกษาที่ได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ ๑.๐๐ - ๑.๙๙ ในภาคการศึกษาแรกที่เข้าศึกษาในมหาวิทยาลัย หากได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า ๑.๐๐ จะพ้นสภาพการเป็นนักศึกษา

๓๑.๓ นักศึกษาสถานะรอพินิจ คือ นักศึกษาที่ได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า ๒.๐๐ โดยให้จำแนกนักศึกษาในภาวะรอพินิจ ดังนี้

๓๑.๓.๑ สถานะรอพินิจ ๑ คือ นักศึกษาที่ได้ศึกษาในมหาวิทยาลัยครบ ๒ ภาคการศึกษาแล้ว และได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมในภาคการศึกษาที่ ๒ หรือนักศึกษาสถานะปกติที่ได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ ๑.๒๕ แต่ไม่ถึง ๒.๐๐ หากได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า ๑.๒๕ จะพ้นสภาพการเป็นนักศึกษา

๓๑.๓.๒ สถานะรอพินิจ ๒ คือ นักศึกษาที่อยู่ในสถานะรอพินิจครั้งที่ ๑ ที่ได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ ๑.๕๐ แต่ไม่ถึง ๒.๐๐ ในภาคการศึกษาปกติถัดไป หากได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า ๑.๕๐ จะพ้นสภาพการเป็นนักศึกษา

๓๑.๓.๓ สถานะรอพินิจ ๓ คือ นักศึกษาที่อยู่ในสถานะรอพินิจครั้งที่ ๒ ที่ได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ ๑.๗๕ แต่ไม่ถึง ๒.๐๐ ในภาคการศึกษาปกติถัดไป หากได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า ๑.๗๕ จะพ้นสภาพการเป็นนักศึกษา

๓๑.๓.๔ สถานะรอพินิจ ๓ (วิกฤต) คือ นักศึกษาที่อยู่ในสถานะรอพินิจ ๓ เป็นครั้งที่ ๒ ในภาคการศึกษาถัดไปที่ได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ ๑.๙๐ แต่ไม่ถึง ๒.๐๐ ในภาคการศึกษาถัดไป หากได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า ๑.๙๐ จะพ้นสภาพการเป็นนักศึกษา

๓๑.๓.๕ นักศึกษาที่ได้รับสถานะรอพินิจ ๓ (วิกฤต) ในภาคการศึกษาก่อนหน้า และมีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า ๑.๙๐ ในภาคการศึกษาปกติถัดไปจะพ้นสภาพการเป็นนักศึกษา

๓๑.๓.๖ นักศึกษาที่ได้รับสถานะรอพินิจ ๓ (วิกฤต) ได้เรียนครบตามโครงสร้างหลักสูตรแล้ว แต่ไม่สามารถทำค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมในการสำเร็จการศึกษาให้ถึง ๒.๐๐ ต้องลงทะเบียนเรียนรายวิชาที่เรียนมาแล้วในหลักสูตรที่มีระดับการประเมินต่ำกว่า C โดยใช้ผลการประเมินการศึกษาของรายวิชาที่ลงทะเบียนเรียนล่าสุด หรือเลือกเรียนรายวิชาอื่นเพิ่มเติมเพื่อให้ได้รับค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า ๒.๐๐ จึงจะสำเร็จการศึกษาได้

๓๑.๓.๗ หากนักศึกษาที่ได้รับสถานะรอพินิจ ๓ (วิกฤต) ได้เรียนครบตามโครงสร้างหลักสูตรแล้ว แต่ไม่สามารถทำค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมในการสำเร็จการศึกษาให้ถึง ๒.๐๐ และได้ลงทะเบียนเรียนรายวิชาที่เรียนมาแล้วในหลักสูตรที่มีระดับการประเมินต่ำกว่า C หรือเลือกเรียนรายวิชาอื่นเพิ่มเติมเพื่อให้ได้รับค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า ๒.๐๐ เมื่อครบระยะเวลาที่กำหนดแล้วนักศึกษาได้รับค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า ๒.๐๐ จะพ้นสภาพการเป็นนักศึกษา

ข้อ ๓๒ การลาพักการศึกษา

๓๒.๑ นักศึกษาเข้าใหม่ที่ยื่นทะเบียนการเป็นนักศึกษาแล้วไม่สามารถยื่นคำร้องลาพักการศึกษาหรือรักษาสภาพการเป็นนักศึกษาในภาคการศึกษาแรกได้ ยกเว้นในกรณีใดกรณีหนึ่งดังต่อไปนี้

๓๒.๑.๑ ถูกเกณฑ์หรือถูกเรียกกำลังพลสำรองเพื่อเข้ารับราชการทหาร

๓๒.๑.๒ ได้รับทุนแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศหรือทุนอื่นใด ซึ่งมหาวิทยาลัย

เห็นสมควรสนับสนุน

๓๒.๑.๓ ประสบอุบัติเหตุ ภัยอันตรายหรือเจ็บป่วย จนไม่สามารถศึกษาต่อไป
ให้ได้ผลดีได้

๓๒.๑.๔ เหตุผลอื่นตามที่มหาวิทยาลัยเห็นสมควร

๓๒.๒ การลาพักการศึกษาทุกครั้งต้องได้รับอนุมัติจากมหาวิทยาลัย ทั้งนี้ ให้นับ
ระยะเวลาลาพักการเรียนเข้าเป็นระยะเวลาการศึกษาด้วย

ข้อ ๓๓ การรักษาสภาพการเป็นนักศึกษา

นักศึกษาที่ไม่ลงทะเบียนเรียน หรือลงทะเบียนเรียนตามกำหนดแต่ไม่ได้ชำระเงิน
ค่าธรรมเนียมการศึกษาตามระยะเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนดต้องชำระค่าธรรมเนียมการรักษาสภาพการเป็น
นักศึกษา

นักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนแล้ว แต่ไม่ชำระเงินค่าธรรมเนียมการศึกษา
ตามระยะเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนดจะมีสถานะ “ค้างชำระค่าธรรมเนียมการศึกษา” การลงทะเบียนใน
ภาคการศึกษานั้นจะเป็นโมฆะ นักศึกษาต้องชำระค่าธรรมเนียมการรักษาสภาพการเป็นนักศึกษาเป็นราย
ภาคการศึกษาตามที่มหาวิทยาลัยกำหนดจนกว่านักศึกษาจะกลับมาลงทะเบียนเรียนอีกครั้ง

เมื่อนักศึกษาต้องการศึกษาต่อในภาคการศึกษาถัดไปหลังจากนักศึกษาได้รักษา
สภาพการเป็นนักศึกษาแล้ว นักศึกษาต้องชำระค่าธรรมเนียมขอคืนสภาพสภาพการเป็นนักศึกษา ตามระเบียบ
ที่มหาวิทยาลัยกำหนด

ข้อ ๓๔ การฟื้นสภาพการเป็นนักศึกษา

๓๔.๑ นักศึกษาที่ไม่ลงทะเบียนเรียน ไม่ลาพักการเรียน หรือไม่รักษาสภาพการเป็น
นักศึกษาตั้งแต่ ๑ ภาคการศึกษาเป็นต้นไป ต้องฟื้นสภาพการเป็นนักศึกษา หากนักศึกษาต้องการกลับมาศึกษาต่อ
นักศึกษาจะต้องติดต่อขอยื่นคำร้องกับมหาวิทยาลัย โดยหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข การขอคืนและรักษา
สภาพการเป็นนักศึกษาให้เป็นไปตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด ทั้งนี้ ต้องไม่เกินระยะเวลาการศึกษาที่หลักสูตร
กำหนด

๓๔.๒ นักศึกษาชั้นปีที่ ๑ ในกรณีที่ขาดการติดต่อกับมหาวิทยาลัยในภาคการศึกษาแรก
ให้ถือว่าฟื้นสภาพการเป็นนักศึกษา

๓๔.๓ สำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร และขึ้นทะเบียนบัณฑิตตามที่หลักสูตรกำหนด

๓๔.๔ ตายหรือลาออก

๓๔.๕ นักศึกษาได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า ๑.๐๐ ในภาคการศึกษาแรก
ที่เข้าศึกษาในมหาวิทยาลัย

๓๔.๖ นักศึกษาสถานะวิกฤตที่ได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมเมื่อสิ้นภาคการศึกษา
ต่ำกว่า ๑.๒๕ ในภาคการศึกษาที่ ๒ ที่เข้าศึกษาในมหาวิทยาลัย

๓๔.๗ นักศึกษาสถานะรอพินิจ ๑ ได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมเมื่อสิ้น
ภาคการศึกษาต่ำกว่า ๑.๕๐

๓๔.๘ นักศึกษาสถานะรอพินิจ ๒ ได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมเมื่อสิ้น
ภาคการศึกษาต่ำกว่า ๑.๗๕

๓๔.๙ นักศึกษาสถานะรอพินิจ ๓ และสถานะรอพินิจ ๓ (วิกฤต) ได้ค่าระดับคะแนน
เฉลี่ยสะสมเมื่อสิ้นภาคการศึกษาต่ำกว่า ๑.๙๐

๓๔.๑๐ นักศึกษาที่ได้รับสถานะรอพินิจ ๓ (วิกฤต) ได้เรียนครบตามโครงสร้าง
หลักสูตรแล้ว แต่ไม่สามารถทำค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมในการสำเร็จการศึกษาให้ถึง ๒.๐๐ ภายใน
ระยะเวลาการศึกษาที่หลักสูตรกำหนด

๓๔.๑๑ นักศึกษาภาคปกติและนักศึกษาภาคพิเศษไม่สำเร็จการศึกษาตามระยะเวลาการศึกษาที่หลักสูตรกำหนด

๓๔.๑๒ นักศึกษาได้ค่าระดับคะแนนรายวิชาเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพหรือรายวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพต่ำกว่า C เป็นครั้งที่ ๒

๓๔.๑๓ ไม่ชำระค่าธรรมเนียมการรักษาสภาพการเป็นนักศึกษาและไม่ขอคืนสภาพการเป็นนักศึกษา

๓๔.๑๔ กระทำผิดวินัยการเป็นนักศึกษาอย่างร้ายแรง เนื่องจากประพฤติปฏิบัติตนไม่ถูกต้องตามกฎระเบียบ ข้อบังคับของมหาวิทยาลัยและถูกลงโทษทางวินัยให้ออก

๓๔.๑๕ เมื่อนักศึกษาเรียนครบตามโครงสร้างหลักสูตรแล้วได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า ๑.๙๐

๓๔.๑๖ ย้ายสถาบันการศึกษา

ข้อ ๓๕ การพัฒนาการเป็นนักศึกษาของระบบคลังหน่วยกิตให้เป็นไปตามประกาศหรือข้อบังคับของมหาวิทยาลัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเรียนการสอนในระบบคลังหน่วยกิต

หมวด ๑๑

การสำเร็จการศึกษา

ข้อ ๓๖ การสำเร็จการศึกษาการขอรับและอนุมัติปริญญาและประกาศนียบัตร

๓๖.๑ นักศึกษาที่มีสิทธิ์ขอรับปริญญาต้องศึกษารายวิชาตามโครงสร้างหลักสูตรครบถ้วนตามเงื่อนไขและระยะเวลาการศึกษาที่หลักสูตรกำหนด โดยมีค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมตลอดหลักสูตรตั้งแต่ ๒.๐๐ และต้องผ่านเกณฑ์การสำเร็จการศึกษาอื่น ๆ ตามที่มหาวิทยาลัยกำหนดจึงจะสำเร็จการศึกษา

๓๖.๒ ให้นักศึกษายื่นคำร้องขอสำเร็จการศึกษา ณ สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนก่อนสัปดาห์สุดท้ายของการจัดการเรียนการสอนไม่น้อยกว่า ๓๐ วัน นับแต่วันเปิดเรียนของภาคการศึกษาสุดท้ายที่นักศึกษาคาดว่าจะสำเร็จการศึกษา

ในกรณีที่นักศึกษายังไม่ขออนุมัติสำเร็จการศึกษาในภาคการศึกษาปัจจุบัน ด้วยมีความประสงค์จะลงทะเบียนรายวิชาเพิ่มเติมในภาคการศึกษาถัดไป นักศึกษาต้องยื่นคำร้องขออนุมัติต่อมหาวิทยาลัยภายใน ๒ สัปดาห์ ก่อนการสอบปลายภาคของภาคการศึกษาปัจจุบัน โดยมีระยะเวลาที่ศึกษาเพิ่มเติมรวมกับระยะเวลาที่ศึกษาตามหลักสูตรแล้วต้องไม่เกินระยะเวลาการศึกษาที่มหาวิทยาลัยกำหนด

๓๖.๓ นักศึกษาจะต้องไม่มีพันธะใด ๆ ต่อมหาวิทยาลัยจึงจะได้รับการเสนอชื่อเพื่อขอรับปริญญา

๓๖.๔ นักศึกษาที่สมควรได้รับการเสนอชื่อให้ได้รับปริญญาและประกาศนียบัตร จะต้องเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติครบถ้วน มีความประพฤติดี และไม่มีเหตุตามข้อ ๓๙ ที่ไม่ขัดต่อกฎ ระเบียบ ข้อบังคับของมหาวิทยาลัยและวินัยนักศึกษา

๓๖.๕ นักศึกษาต้องผ่านกิจกรรมที่หลักสูตรและมหาวิทยาลัยกำหนดครบถ้วนตามประกาศของมหาวิทยาลัย

๓๖.๖ นักศึกษาต้องสอบผ่านการประเมินผลความรู้และทักษะต่าง ๆ ตามเกณฑ์มาตรฐานที่มหาวิทยาลัยกำหนด และให้มีการบันทึกผลการสอบวัดระดับความสามารถที่กำหนดลงในใบแสดงผลการศึกษา (Transcript) ของนักศึกษา ยกเว้นนักศึกษาภาคพิเศษ

๓๖.๗ นักศึกษาในระบบคลังหน่วยกิตที่จะสำเร็จการศึกษาให้เป็นไปตามประกาศหรือข้อบังคับของมหาวิทยาลัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเรียนการสอนในระบบคลังหน่วยกิต

ข้อ ๓๗ การให้ปริญญาเกียรตินิยม

๓๗.๑ คุณสมบัติด้านการศึกษานักศึกษาที่มีสิทธิ์ได้รับปริญญาเกียรตินิยม มีดังนี้

๓๗.๑.๑ ปริญญาตรี เมื่อเรียนครบหลักสูตรแล้วได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ ๓.๖๐ จะได้รับเกียรตินิยมอันดับ ๑ และได้ค่าระดับคะแนนสะสมตั้งแต่ ๓.๒๕ แต่ไม่ถึง ๓.๖๐ จะได้รับเกียรตินิยมอันดับ ๒

๓๗.๑.๒ ปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) ได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมจากระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่าตั้งแต่ ๓.๖๐ และเรียนครบหลักสูตรได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมจากการศึกษาระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) ตั้งแต่ ๓.๖๐ จะได้รับเกียรตินิยมอันดับ ๑ และได้รับระดับค่าคะแนนเฉลี่ยสะสมจากสถาบันการศึกษาเดิมตั้งแต่ ๓.๒๕ ขึ้นไป และเรียนครบหลักสูตรได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมในระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) ตั้งแต่ ๓.๒๕ แต่ไม่ถึง ๓.๖๐ จะได้รับเกียรตินิยมอันดับ ๒

๓๗.๑.๓ สอบได้ในรายวิชาใด ๆ ไม่ต่ำกว่า C ตามระบบค่าระดับคะแนนหรือไม่ได้ "F" ตามระบบไม่มีค่าระดับคะแนน

๓๗.๑.๔ ไม่มีการเทียบโอนผลการเรียนและไม่ได้ลงทะเบียนเรียนซ้ำในรายวิชาใดวิชาหนึ่ง

๓๗.๑.๕ นักศึกษาหลักสูตรปริญญาตรี ใช้ระยะเวลาในการศึกษาเพื่อสำเร็จการศึกษาได้ไม่ก่อนร้อยละ ๗๕ ของจำนวนภาคการศึกษาปกติตามระยะเวลาการศึกษาที่หลักสูตรกำหนด และไม่เกินระยะเวลาการศึกษาที่หลักสูตรกำหนด

๓๗.๑.๖ กรณีนักศึกษาลงทะเบียนเรียนภาคฤดูร้อนตามแผนการเรียนที่หลักสูตรกำหนดสามารถได้รับปริญญาเกียรตินิยม

๓๗.๒ คุณสมบัติด้านคุณธรรม จริยธรรม นักศึกษาที่จะได้รับปริญญาเกียรตินิยมจะต้องเป็นผู้มีความประพฤติดี และไม่เคยถูกลงโทษทางวินัยอย่างร้ายแรงตลอดระยะเวลาที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย

ข้อ ๓๘ การอนุมัติปริญญา

๓๘.๑ การอนุมัติปริญญาหรือประกาศนียบัตรหรือเอกสารการสำเร็จการศึกษาที่เรียกเป็นอย่างอื่นให้สภามหาวิทยาลัยเป็นผู้พิจารณาอนุมัติ

๓๘.๒ ให้มหาวิทยาลัยแต่งตั้งกรรมการตรวจสอบการสำเร็จการศึกษาทำหน้าที่ตรวจสอบความถูกต้องของผลการประเมินการศึกษา สำหรับผู้ยื่นคำร้องขอสำเร็จการศึกษาเมื่อได้ตรวจสอบถูกต้องแล้วให้นำเสนอคณะกรรมการบริหารวิชาการมหาวิทยาลัย และคณะกรรมการสภาวิชาการตามลำดับเพื่อพิจารณาก่อนเสนอสภามหาวิทยาลัยเพื่ออนุมัติให้ปริญญา

๓๘.๓ การอนุมัติให้ปริญญาสำหรับนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาให้เป็นไปตามที่สภามหาวิทยาลัยอนุมัติ ทั้งนี้ ไม่ก่อนวันที่คณะกรรมการบริหารวิชาการได้พิจารณาเห็นชอบการสำเร็จการศึกษา

๓๘.๔ หลักเกณฑ์และวิธีการการขออนุมัติการสำเร็จการศึกษาสำหรับนักศึกษาในระบบคลังหน่วยกิตที่จะสำเร็จการศึกษาให้เป็นไปตามประกาศหรือข้อบังคับของมหาวิทยาลัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเรียนการสอนในระบบคลังหน่วยกิต

๑๕

หมวด ๑๒

การเพิกถอนการให้ปริญญาหรือประกาศนียบัตร

ข้อ ๓๙ การเพิกถอนปริญญาหรือประกาศนียบัตร

ในกรณีที่นักศึกษาได้รับปริญญาหรือประกาศนียบัตรไปแล้ว มหาวิทยาลัยอาจเพิกถอนปริญญาหรือประกาศนียบัตรได้ หากภายหลังตรวจสอบพบว่าขาดคุณสมบัติในการสำเร็จการศึกษา ตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด มีการลอกเลียนผลงานทางวิชาการ การสร้างข้อมูลเท็จ หรือการปั้นแต่งข้อมูลวิจัย การปลอมแปลงข้อมูลหรือผลการวิจัย มีการกระทำการทุจริตในการวัดผล มีการกระทำการทุจริตที่มีลักษณะก่อให้เกิดความเสียหายต่อสังคม ประชาชนเป็นจำนวนมาก หรือความเสียหายต่อประเทศ หรือได้กระทำการอันเป็นที่เสื่อมเสียร้ายแรงต่อศักดิ์ศรีเกียรติยศของมหาวิทยาลัย ต่อศักดิ์ศรีของปริญญาที่ตนได้รับ โดยการเพิกถอนปริญญาหรือประกาศนียบัตรให้มีผลตั้งแต่วันที่สภามหาวิทยาลัยมีมติให้เพิกถอนเป็นต้นไป

ให้ความในวรรคหนึ่งให้ใช้บังคับแก่นักศึกษาที่ขาดคุณสมบัติตั้งแต่การรับเข้าศึกษา โดยนักศึกษาได้แสดงคุณสมบัติอันเป็นเท็จ หรือปกปิดข้อความจริงที่ต้องบอกให้แจ้งด้วย

บทเฉพาะกาล

ข้อ ๔๐ ในระหว่างที่ยังไม่ได้ออกระเบียบ ประกาศ คำสั่ง หรือหลักเกณฑ์ใดเพื่อปฏิบัติ ตามข้อบังคับนี้ ให้นำระเบียบ ประกาศ คำสั่ง หรือหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีผลบังคับใช้อยู่ก่อนข้อบังคับนี้มาใช้บังคับโดยอนุโลมเท่าที่ไม่ขัดหรือแย้งกับข้อบังคับนี้

ประกาศ ณ วันที่ ๑๕ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๖



(ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.บวรศักดิ์ อวรรณโณ)

นายกสภามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

๑๖

หมายเหตุ : - เหตุผลการออกข้อบังคับนี้ ด้วยคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษาออกประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๖๕ และประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษาในระดับอุดมศึกษา พ.ศ. ๒๕๖๕ ดังนั้น เพื่อให้การจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความเหมาะสม คล่องตัวและเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับประกาศดังกล่าว จึงจำเป็นต้องออกข้อบังคับ

ภาคผนวก ณ

ประกาศมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา เรื่อง หลักเกณฑ์การเทียบโอน
หน่วยกิตและผลการสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2567



ประกาศมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
เรื่อง หลักเกณฑ์การเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษาระดับปริญญาตรี
พ.ศ. ๒๕๖๗

เพื่อกำหนดหลักเกณฑ์การเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย ตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ว่าด้วยการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๖๖ และประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษาระดับอุดมศึกษา พ.ศ. ๒๕๖๕

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๓๑ (๑) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. ๒๕๔๗ ประกอบกับข้อ ๒๘ ของข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ว่าด้วยการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๖๖ และมติคณะกรรมการบริหารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ในการประชุมครั้งที่ ๔/๒๕๖๗ เมื่อวันที่ ๒ เมษายน ๒๕๖๗ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลาจึงออกประกาศไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ประกาศนี้เรียกว่า "ประกาศมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา เรื่อง หลักเกณฑ์การเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๖๗"

ข้อ ๒ ประกาศนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศเป็นต้นไป

ข้อ ๓ บรรดาประกาศอื่นใดที่ขัดหรือแย้งกับประกาศนี้ ให้ใช้ประกาศนี้แทน

ข้อ ๔ ในประกาศนี้

"มหาวิทยาลัย" หมายความว่า มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

"คณะกรรมการพิจารณาการเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษา" หมายความว่า คณะกรรมการที่ทำหน้าที่พิจารณาการเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษา ประกอบด้วย คณะกรรมการเทียบโอนระดับคณะ และคณะกรรมการเทียบโอนรายวิชา

"คณะกรรมการพิจารณาการเทียบโอนระดับคณะ" หมายความว่า คณะกรรมการผู้ควบคุมการพิจารณาการขอเทียบโอนรายวิชาและผลการศึกษาระดับคณะ โดยแบ่งออกเป็น ๒ ประเภทตามประเภทของรายวิชาที่นักศึกษาขอเทียบโอนรายวิชาและผลการศึกษา คือ

(๑) กรณีหมวดวิชาเฉพาะตามโครงสร้างหลักสูตรและวิชาเลือกเสรีในสังกัดหลักสูตรของทุกคณะ คือ คณะกรรมการบริหารวิชาการคณะ

(๒) กรณีหมวดวิชาศึกษาทั่วไป คือ คณะกรรมการบริหารสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน

"คณะกรรมการพิจารณาการเทียบโอนรายวิชา" หมายความว่า คณะกรรมการผู้ทำหน้าที่พิจารณาการขอเทียบโอนรายวิชาและผลการศึกษา โดยแบ่งออกเป็น ๒ ประเภท ตามประเภทของรายวิชาที่นักศึกษาขอเทียบโอนรายวิชาและผลการศึกษา คือ

(๑) กรณีหมวดวิชาเฉพาะตามโครงสร้างหลักสูตรและวิชาเลือกเสรีในสังกัดหลักสูตรของทุกคณะ คือ คณะกรรมการผู้รับผิดชอบหลักสูตรที่นักศึกษาขอเทียบโอนรายวิชาและผลการศึกษา

(๒) กรณีหมวดวิชาศึกษาทั่วไป คือ อาจารย์ผู้ประสานงานรายวิชาหมวดวิชาศึกษาทั่วไปที่นักศึกษาขอเทียบโอนรายวิชาและผลการศึกษา

“สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน” หมายความว่า สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

“การศึกษาในระบบ” หมายความว่า การศึกษาที่กำหนดจุดมุ่งหมาย วิธีการศึกษา หลักสูตร ระยะเวลาของการศึกษา การวัดและประเมินผล ซึ่งเป็นเงื่อนไขของการสำเร็จการศึกษาที่แน่นอน

“การศึกษานอกระบบ” หมายความว่า การศึกษาที่มีความยืดหยุ่นในการกำหนดจุดมุ่งหมาย รูปแบบ วิธีการจัดการศึกษา ระยะเวลาของการศึกษา การวัดและประเมินผล ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญของการสำเร็จการศึกษา โดยเนื้อหาและหลักสูตรจะต้องมีความเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพปัญหาและความต้องการของบุคคลแต่ละกลุ่ม

“การศึกษาตามอัธยาศัย” หมายความว่า การศึกษาที่ให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ด้วยตนเอง ตามความสนใจ ศักยภาพ ความพร้อม และโอกาส โดยศึกษาจากบุคคล ประสบการณ์ สังคม สภาพแวดล้อม สื่อ หรือแหล่งความรู้อื่น ๆ

“ระบบคลังหน่วยกิต” หมายความว่า ระบบและกลไกในการเทียบโอนความรู้ความสามารถ หรือสมรรถนะที่ได้จากการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ การศึกษาตามอัธยาศัยและจากประสบการณ์ บุคคล มาเก็บสะสมไว้ในคลังหน่วยกิตของมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลาและสถาบันการศึกษาอื่น

“คลังหน่วยกิต” หมายความว่า ระบบทะเบียนสะสมหน่วยกิตและผลการศึกษาสำหรับผู้เรียน ทั้งจากการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย อาทิ หลักสูตรเพื่อรับปริญญา หลักสูตรอบรม การสร้างประสบการณ์ โดยมีหลักฐานที่เป็นองค์ประกอบในการเทียบหน่วยกิต รวบรวมไว้ด้วย

“ผลการเรียน” หมายความว่า ความรู้ ทักษะ จริยธรรม และลักษณะบุคคลที่ได้จากการศึกษา ในระบบซึ่งสามารถแสดงในรูปของคะแนนตัวอักษร หรือแต้มระดับคะแนนที่นำมาคิดคะแนนผลการเรียนหรือคำนวณแต้มระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมได้

“ผลลัพธ์การเรียนรู้” หมายความว่า ผลที่เกิดขึ้นแก่ผู้เรียนผ่านกระบวนการเรียนรู้ที่ได้จากการศึกษา ฝึกอบรม หรือประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจากการฝึกปฏิบัติ หรือการเรียนรู้จริงในที่ทำงานระหว่างการ ศึกษา

“ผู้เรียน” หมายความว่า บุคคลที่เรียนรู้จากการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ หรือ การศึกษาตามอัธยาศัย

“การเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษา” หมายความว่า การนำผลการเรียนหรือผลลัพธ์ การเรียนรู้ที่ได้จากการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ การศึกษาตามอัธยาศัย และประสบการณ์บุคคล แล้วแต่กรณี ทั้งจากการศึกษาในมหาวิทยาลัยหรือจากสถาบันอุดมศึกษาอื่น หรือหน่วยงานอื่น หรือการเรียนรู้ด้วยตนเองที่ผู้เรียนสะสมไว้ มาเทียบโอนกับรายวิชาในหลักสูตรของมหาวิทยาลัย เพื่อให้ได้หน่วยกิตหรือ ผลการศึกษา โดยต้องสามารถแสดงหลักฐานได้ว่า มีความรู้ ทักษะ และเจตคติของตนเองตรงตามวัตถุประสงค์ และผลลัพธ์การเรียนรู้ที่กำหนดไว้ในรายวิชาของหลักสูตรนั้น ๆ

“หลักสูตร” หมายความว่า หลักสูตรที่ได้รับอนุมัติให้เปิดสอนในมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

“รายวิชา” หมายความว่า รายวิชาหรือชุดวิชาที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

“ชุดวิชา” หมายความว่า กลุ่มของรายวิชาที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งซึ่งให้ความรู้เป็น องค์รวมหรือมีลักษณะการนำความรู้มาบูรณาการ โดยแต่ละชุดวิชามีการจัดการเรียนการสอนเบ็ดเสร็จใน ระยะเวลาหนึ่ง

“นักศึกษา” หมายความว่า นักศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลาหรือของสถาบัน อุดมศึกษาอื่นตามที่มีโครงการหรือบันทึกข้อตกลงร่วมกัน

ส่วนที่ ๑ บททั่วไป

ข้อ ๕ การเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ถือปฏิบัติตามประกาศนี้ และตามประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการเทียบโอนหน่วยกิตและ ผลการศึกษาในระดับอุดมศึกษา พ.ศ. ๒๕๖๕

ข้อ ๖ การเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษาคือการพิจารณาจากผลลัพธ์การเรียนรู้เป็นสำคัญ โดยผลลัพธ์การเรียนรู้ที่จะนำมาเทียบโอนต้องเทียบได้ตามมาตรฐานผลลัพธ์การเรียนรู้ของแต่ละรายวิชา ในหลักสูตรใดหลักสูตรหนึ่งของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๗ การเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการ เรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อให้นักศึกษาสามารถเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษาได้อย่างคล่องตัวและรักษาไว้ซึ่ง มาตรฐานการศึกษาของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๘ การเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษามีหลักการเพื่อให้ นักศึกษาสามารถเทียบโอน หน่วยกิตและผลการศึกษาได้ทั้งจากการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ การศึกษาตามอัธยาศัย และ การศึกษาตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการเรียนรู้ พ.ศ. ๒๕๖๖ ภายใต้หลักความเสมอภาค และการรักษา คุณภาพและมาตรฐานการศึกษาของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๙ ให้สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนเป็นหน่วยงานกลางในการให้คำแนะนำ บริक्षाและดำเนินการให้มีการเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษาตามกระบวนการและหลักเกณฑ์ที่กำหนด

ข้อ ๑๐ เงื่อนไขของการเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษา มีดังนี้

(๑) การเทียบโอนจากการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ และการศึกษาตาม อัธยาศัย สามารถเทียบโอนได้โดยรวมไม่เกินสามในสี่ของจำนวนหน่วยกิตรวมของหลักสูตรที่รับโอนในระดับ ปริญญาตรี โดยคำนึงถึงการสร้างบัณฑิตที่พึงประสงค์และความสอดคล้องกับความเชี่ยวชาญของมหาวิทยาลัย

(๒) การเทียบโอนจากการศึกษาในระบบของมหาวิทยาลัย สามารถเทียบโอนได้ มากกว่าที่กำหนดตาม (๑)

(๓) การเทียบโอนต่างสถาบันอุดมศึกษาไม่สามารถเทียบโอนต่อช่วงไปยังสถาบัน อุดมศึกษาอื่นได้ และผลการเทียบโอนมหาวิทยาลัยจะระบุไว้ในใบแสดงผลการศึกษา (Transcript) ว่าเป็น รายวิชาที่มีการเทียบโอน

ข้อ ๑๑ นักศึกษาที่ขอเทียบโอนต้องมีระยะเวลาการศึกษาในมหาวิทยาลัยไม่น้อยกว่า ๑ ปีการศึกษา ก่อนสำเร็จการศึกษา

ข้อ ๑๒ นักศึกษาที่ประสงค์จะขอเทียบโอนให้ดำเนินการภายในภาคการศึกษาแรกที่ ขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษา ทั้งนี้ เพื่อให้ นักศึกษาทราบจำนวนรายวิชาและจำนวนหน่วยกิตที่ต้องศึกษาเพิ่มเติม ตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตร

กรณีมีเหตุอันจำเป็นและสมควรคณะบดีจะอนุญาตให้ขอขยายเวลาการเทียบโอนภายหลัง กำหนดเวลาตามวรรคหนึ่งก็ได้ แต่จะให้เทียบโอนได้เฉพาะรายวิชาที่ยังไม่ได้ลงทะเบียนเรียนในมหาวิทยาลัย

ข้อ ๑๓ นักศึกษาที่ได้รับอนุมัติให้เทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษาไม่มีสิทธิลงทะเบียน เรียนรายวิชาที่ได้รับอนุมัตินั้น หากลงทะเบียนเรียนรายวิชานั้นซ้ำจะถือว่าเป็นโมฆะ

ข้อ ๑๔ นักศึกษาที่ได้รับอนุมัติให้เทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษาไม่มีสิทธิได้รับปริญญา เกียรตินิยม

ส่วนที่ ๒

การเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษจากการศึกษาในระบบ

ข้อ ๑๕ นักศึกษาที่ขอเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษจากการศึกษาในระบบ ต้องเป็นผู้มีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

(๑) เป็นนักศึกษาระดับอนุปริญญาหรือระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยหรือสถาบันอุดมศึกษาอื่นตามที่มีโครงการหรือบันทึกข้อตกลงร่วมกัน

(๒) เคยศึกษาในหลักสูตรระดับอุดมศึกษาหรือเทียบเท่าที่คณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษาหรือหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจตามกฎหมายรับรอง

ข้อ ๑๖ การเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษาระดับอนุปริญญาและระดับปริญญาตรี มีหลักเกณฑ์ ดังนี้

(๑) เป็นรายวิชาในหลักสูตรระดับอุดมศึกษาหรือเทียบเท่าที่คณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษาหรือหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจตามกฎหมายรับรอง

(๒) รายวิชาที่นำมาขอเทียบโอนต้องมีสาระสำคัญของเนื้อหาที่ครอบคลุมรายวิชาหรือชุดวิชาที่ขอเทียบโอน โดย

(๒.๑) ต้องมีจำนวนหน่วยกิตไม่น้อยกว่ารายวิชาหรือชุดวิชาที่ขอเทียบโอน หรือ

(๒.๒) หากจำนวนหน่วยกิตน้อยกว่า สามารถรวมรายวิชามากกว่าหนึ่งรายวิชาให้มีเนื้อหาครอบคลุมไม่น้อยกว่าสามในสี่ของเนื้อหาวิชาที่ขอเทียบโอนและต้องมีจำนวนหน่วยกิตเท่ากับหรือมากกว่าจำนวนหน่วยกิตของรายวิชาหรือชุดวิชาที่ขอเทียบโอน

(๓) ผลการเรียนของรายวิชาที่นำมาขอเทียบโอนต้องมีค่าระดับคะแนนไม่ต่ำกว่า ๒.๐๐ จากระบบ ๔.๐๐ หรือมีค่าระดับคะแนนไม่ต่ำกว่า C หรือเทียบเท่า สำหรับรายวิชาที่ไม่มีค่าระดับคะแนนหรือมีผลการเรียนเป็นระดับร้อยละหรือรูปแบบอื่น ให้คณะกรรมการพิจารณาการเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษา ตามข้อ ๒๓ เป็นผู้พิจารณา

(๔) รายวิชาที่จะนำมาขอเทียบโอน สามารถนำมาเทียบโอนได้โดยไม่ต้องคำนึงถึงวันที่สอบได้หรือสำเร็จการศึกษา

(๕) รายวิชาจากการศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาอื่นที่นำมาขอเทียบโอนไม่สามารถนำมาคำนวณแต้มระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมได้

(๖) ผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยและต้องการศึกษาเพื่อสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีเพิ่มเติมในสาขาอื่น ให้สามารถเทียบโอนรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปได้ทั้งหมด และให้บันทึกหน่วยกิตรวมในเกณฑ์สำเร็จการศึกษาตามที่หลักสูตรกำหนดโดยไม่นำมาคำนวณแต้มระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม

ในกรณีที่คณะกรรมการพิจารณาการเทียบโอนรายวิชาพิจารณาเห็นว่ายังขาดความรู้บางส่วนในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป อาจกำหนดให้ศึกษาเพิ่มเติมวิชาเหล่านั้นได้ โดยไม่นำมานับเป็นหน่วยกิตสะสม

(๗) ผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับอนุปริญญา ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ประกาศนียบัตรวิชาชีพเทคนิค (ปวท.) หรือเทียบเท่าจากสถาบันการศึกษาที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ให้สามารถเทียบโอนรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปได้เฉพาะรายวิชาเลือกเท่านั้น และให้บันทึกหน่วยกิตรวม

๕

ในเกณฑ์สำเร็จการศึกษาตามที่หลักสูตรกำหนดโดยไม่นำมาคำนวณแต้มระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม และไม่สามารถนำรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไปเทียบโอนเป็นรายวิชาอื่น

รายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปใดที่จะได้รับการเทียบโอนและรายวิชาใดที่จะต้องเรียนเพิ่มตามวรรคแรก ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ตามที่คณะกรรมการพิจารณาการเทียบโอนรายวิชากำหนด

(๘) ให้คณะกรรมการพิจารณาการเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษาเป็นผู้พิจารณาการขอเทียบโอน และส่งผลการพิจารณาให้สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนบันทึกข้อมูล

(๙) คณะกรรมการพิจารณาการเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษาต้องกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการที่ใช้ในการทดสอบและประเมินผลเพื่อการเทียบโอนตามองค์ประกอบขั้นต่ำ ได้แก่ ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่พึงประสงค์ สำคัญ จำนวนหน่วยกิตและชั่วโมงสอน และผลการวัดและประเมินผลของผู้เรียน

การเทียบโอนที่ไม่สามารถพิจารณาตามองค์ประกอบข้างต้นได้ ให้ทำการทดสอบสมรรถนะได้ตามความเหมาะสม

ข้อ ๑๗ การบันทึกผลการเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษาจากการศึกษาในระบบตามการเทียบโอน ข้อ ๑๖ (๑) (๒) (๓) ให้บันทึกเป็น TR (Transfer Credits) และให้นับหน่วยกิตรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชานั้นเป็นหน่วยกิตสะสม แต่ไม่นำมาคำนวณแต้มระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม เว้นแต่เป็นหลักสูตรที่มีองค์รววิชาชีพควบคุมและต้องใช้ผลการเรียนประกอบวิชาชีพ ให้กำหนดระดับคะแนนในรายวิชาที่ได้รับการเทียบโอนเพื่อนำมาคิดค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม

ส่วนที่ ๓

การเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษาจากการศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย

ข้อ ๑๘ การเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษาจากการศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย เข้าสู่การศึกษาในระบบ มีหลักเกณฑ์ ดังนี้

(๑) นักศึกษาต้องมีผลลัพธ์การเรียนรู้ที่สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่พึงประสงค์ของรายวิชาที่จะขอเทียบโอน

(๒) ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่ขอเทียบโอนไม่จำกัดระยะเวลาที่ใช้ในการเรียนรู้และสั่งสมประสบการณ์ในผลลัพธ์การเรียนรู้เรื่องนั้น แต่ต้องทันต่อความก้าวหน้าทางวิชาการของสาขาวิชาที่จะขอเทียบโอน

(๓) ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่เทียบโอนไม่สามารถนำมาคำนวณแต้มระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมได้

(๔) ให้คณะกรรมการพิจารณาการเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษาเป็นผู้พิจารณาการขอเทียบโอน และส่งผลการพิจารณาให้สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนบันทึกข้อมูล

ข้อ ๑๙ การบันทึกผลการเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษาจากการศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย ให้บันทึกตามวิธีการประเมิน ดังต่อไปนี้

(๑) ให้บันทึกเป็น CS (Credits from Standardized Tests) สำหรับการประเมินจากการทดสอบมาตรฐาน (Standardized Tests) โดยการทดสอบประเภทนี้ต้องมีหน่วยงานกลางภายนอกมหาวิทยาลัยทำหน้าที่สร้างแบบทดสอบมาตรฐานของแต่ละรายวิชาของหลักสูตรที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัย

ทำการทดสอบผู้ประสงค์ขอเทียบความรู้ โดยหน่วยงานหรือองค์กรที่ทำหน้าที่นี้จะต้องเป็นที่ยอมรับของสถาบันอุดมศึกษา และแต่ละสถาบันอุดมศึกษาอาจมีมาตรฐานของตนเองในการยอมรับคะแนนการทดสอบมาตรฐานนี้

(๒) ให้บันทึกเป็น CE (Credits from Examination) สำหรับการประเมินจากการทดสอบที่ไม่ใช่การทดสอบมาตรฐาน (Non-Standardized Tests) โดยการทดสอบประเภทนี้เป็นการทดสอบหรือประเมินความรู้ภายในมหาวิทยาลัยโดยคณะกรรมการที่คณะแต่งตั้ง เพื่อวัดความรู้ความสามารถของนักศึกษาที่ไม่ประสงค์จะศึกษารายวิชานั้น ๆ แต่ประสงค์จะแสดงว่าตนเองมีความรู้ความสามารถตามวัตถุประสงค์และผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชานั้นเพื่อขอเทียบโอนรายวิชาในหลักสูตร พร้อมแนบหลักฐานที่แสดงให้เห็นว่าผู้ขอเทียบโอนมีความรู้ที่ได้จากผลการเรียนรู้จากประสบการณ์ใด การทดสอบประเภทนี้มีวิธีการทดสอบ ดังนี้

(๒.๑) การสอบข้อเขียน ใช้ในกรณีที่นักศึกษาประสงค์จะขอเทียบโอนรายวิชาที่จำนวนชั่วโมงของรายวิชาเป็นชั่วโมงบรรยาย การทดสอบเป็นการสอบข้อเขียน ข้อสอบที่ใช้ทดสอบต้องตรงตามวัตถุประสงค์และผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชาที่จะเทียบโอน ซึ่งอาจเป็นการเข้าสอบโดยใช้ข้อสอบเดียวกันพร้อมกับนักศึกษาในระบบก็ได้

(๒.๒) การทดสอบทักษะปฏิบัติ ใช้ในกรณีที่นักศึกษาประสงค์จะขอเทียบโอนรายวิชาที่จำนวนชั่วโมงของรายวิชาเป็นชั่วโมงปฏิบัติ การทดสอบเป็นการทดสอบทักษะปฏิบัติเป็นการให้นักศึกษาที่ขอเทียบโอนได้สาธิตหรือแสดงออกถึงความสามารถในการปฏิบัติงานเพื่อตรวจสอบว่ามีทักษะความสามารถได้ตรงกับผลการเรียนหรือผลลัพธ์การเรียนรู้ในรายวิชาที่ขอเทียบโอน

(๒.๓) การทดสอบแบบผสมผสาน ใช้ในกรณีที่นักศึกษาประสงค์จะขอเทียบโอนรายวิชาที่จำนวนชั่วโมงของรายวิชามีทั้งชั่วโมงบรรยายและชั่วโมงปฏิบัติ การทดสอบจะเป็นการทดสอบแบบผสมผสานซึ่งประกอบด้วยการสอบข้อเขียนและการทดสอบทักษะปฏิบัติ

(๓) ให้บันทึกเป็น CT (Credits from Training) สำหรับการประเมินจากการศึกษาหรืออบรมที่จัดโดยหน่วยงานอื่น (Non-College Sponsored Training)

(๔) ให้บันทึกเป็น CP (Credits from Portfolio) สำหรับการประเมินแฟ้มสะสมผลการเรียนรู้ที่มีมาก่อน (Prior Learning Portfolio) ซึ่งแสดงถึงประสบการณ์การเรียนรู้เพื่อสะท้อนถึงผลลัพธ์การเรียนรู้ที่ได้เรียนรู้จากการฝึกอบรม การทำงาน การฝึกอาชีพ และประสบการณ์ชีวิตที่มีความสัมพันธ์กับผลการเรียนรู้ในรายวิชานั้น ๆ โดยแฟ้มสะสมผลงาน ๓ แฟ้ม สำหรับประสบการณ์หนึ่ง ๆ จะเทียบได้ ๓ รายวิชา/ชุดวิชา ส่วนจำนวนหน่วยกิตที่ได้รับขึ้นอยู่กับจำนวนหน่วยกิตของรายวิชาที่ขอเทียบโอนและการตัดสินของคณะกรรมการพิจารณาการเทียบโอนรายวิชา โดยพิจารณาผลลัพธ์การเรียนรู้จากบันทึกประสบการณ์ ข้อมูลของแหล่งที่ผู้เรียนได้รับประสบการณ์นั้น และการเทียบเคียงประสบการณ์กับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่พึงประสงค์ของรายวิชา

(๕) วิธีการเทียบโอน ตาม (๓) และ (๔) ให้พิจารณาผลลัพธ์การเรียนรู้ที่พึงประสงค์ เนื้อหาสาระการเรียนรู้ จำนวนหน่วยกิตและชั่วโมงสอน วิธีการวัดและประเมินผล รูปแบบและวิธีการจัดการศึกษา คุณสมบัติของผู้สอน ผลการวัดและประเมินผลของผู้เรียน เอกสารยืนยันการศึกษาจากหน่วยงานที่จัดการศึกษา และข้อมูลประวัติและผลงานของหน่วยงานที่จัดการศึกษา

การบันทึกผลการเทียบโอนความรู้ตามวิธีการประเมินให้บันทึกไว้ส่วนท้ายของรายวิชาที่เทียบโอนความรู้ในใบแสดงผลการศึกษา (Transcript)

กรณีผู้ขอเทียบโอนมีผลการศึกษาตามวิธีการประเมินมากกว่าหนึ่งวิธีการประเมินให้สามารถนำมารวมกันได้และบันทึกผลการเทียบโอนตามที่คณะกรรมการพิจารณาการเทียบโอนรายวิชากำหนด

กรณีหลักสูตรที่มีองค์ความรู้ซ้ำซ้อน และต้องใช้ผลการศึกษาประกอบการขอใบอนุญาตประกอบวิชาชีพ ให้กำหนดระดับคะแนนในรายวิชาเพื่อนำมาคิดค่าระดับคะแนนเฉลี่ยประจำภาคการศึกษาที่ขอเทียบโอน และค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม โดยให้บันทึก เป็น "CPL" (Credits from Prior Learning) ไว้ส่วนท้ายของรายวิชาที่เทียบโอนในใบแสดงผลการศึกษา

ข้อ ๒๐ ให้คณะกรรมการพิจารณาการเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษา เป็นผู้พิจารณาการขอเทียบโอน และส่งผลการพิจารณาให้สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนบันทึกข้อมูล

ส่วนที่ ๔

การเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษาจากระบบคลังหน่วยกิต

ข้อ ๒๑ นักศึกษาที่เคยผ่านการศึกษาในระบบคลังหน่วยกิตขอเทียบโอนผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้หรือหน่วยกิตจากระบบคลังหน่วยกิต เข้าสู่การศึกษาในระบบเพื่อรับปริญญา ตามหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

(๑) เป็นผู้ที่มีคุณสมบัติครบถ้วนตามข้อกำหนดของหลักสูตร

(๒) ผลการเรียนของรายวิชาที่นำมาขอเทียบโอนต้องมีค่าระดับคะแนนไม่ต่ำกว่า ๒.๐๐ จากระบบ ๔.๐๐ หรือมีค่าระดับคะแนนไม่ต่ำกว่า C หรือเทียบเท่า รายวิชาที่ไม่มีค่าระดับคะแนนหรือมีผลการเรียนเป็นระดับร้อยละหรือรูปแบบอื่น ให้คณะกรรมการพิจารณาการเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษาเป็นผู้พิจารณา

ข้อ ๒๒ การบันทึกผลการเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษาจากระบบคลังหน่วยกิต ให้บันทึกเป็น TR (Transfer Credits) และให้นับหน่วยกิตรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชานั้นเป็นหน่วยกิตสะสม แต่ไม่นำมาคำนวณแต้มระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม เว้นแต่เป็นหลักสูตรที่มีองค์ความรู้ซ้ำซ้อนและต้องใช้ผลการเรียนประกอบวิชาชีพ ให้กำหนดระดับคะแนนในรายวิชาที่ได้รับการเทียบโอนเพื่อนำมาคิดค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม

ส่วนที่ ๕

การพิจารณาการเทียบโอน

ข้อ ๒๓ ให้คณะกรรมการพิจารณาการเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษา ดำเนินการพิจารณาการเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษาให้เสร็จสิ้นตามระยะเวลาที่กำหนดใน ข้อ ๑๒ ดังนี้

(๑) กรณีหมวดวิชาเฉพาะตามโครงสร้างหลักสูตรและวิชาเลือกเสรีในสังกัดหลักสูตรของทุกคณะ ให้คณะกรรมการพิจารณาการเทียบโอนรายวิชาที่นักศึกษาขอเทียบโอนรายวิชาและผลการศึกษาพิจารณาการขอเทียบโอนตามผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของรายวิชา จากนั้นให้คณะกรรมการพิจารณาการเทียบโอนระดับคณะพิจารณาให้ความเห็นชอบผลการพิจารณาการเทียบโอน และส่งผลการพิจารณาให้สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนบันทึกข้อมูล

(๒) กรณีหมวดวิชาศึกษาทั่วไปให้คณะกรรมการพิจารณาการเทียบโอนรายวิชาที่นักศึกษาขอเทียบโอนรายวิชาและผลการศึกษาพิจารณาการขอเทียบโอนตามผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของรายวิชา

จากนั้นให้คณะกรรมการบริหารสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนพิจารณาให้ความเห็นชอบผลการพิจารณาการเทียบโอน และส่งผลการพิจารณาให้สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนบันทึกข้อมูล

ข้อ ๒๔ การขอเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษามีผลดำเนินการได้ ๒ กรณี ดังนี้

(๑) กรณีนักศึกษาขอเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษาด้วยตนเองเป็นรายกรณี ต้องดำเนินการตามข้อ ๑๒

(๒) กรณีหลักสูตรกำหนดการเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษาโดยจัดทำเป็นประกาศของคณะ เพื่อให้นักศึกษาที่มีคุณสมบัติผลการเรียนรู้ตามประกาศสามารถขอเทียบโอนหน่วยกิต และผลการศึกษาได้ตามที่หลักสูตรกำหนด

ข้อ ๒๕ ขั้นตอนการขอเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษาสำหรับกรณีนักศึกษาขอเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษาด้วยตนเองเป็นรายกรณี

นักศึกษาที่มีความประสงค์จะขอเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษาให้ยื่นคำร้อง ตามแบบที่กำหนด ณ สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน โดยสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนจัดส่ง เอกสารให้คณะกรรมการพิจารณา ดังนี้

(๑) การขอเทียบโอนรายวิชาหมวดวิชาเฉพาะตามโครงสร้างหลักสูตรและรายวิชา เลือกเสรีในสังกัดคณะ จะส่งเอกสารให้คณะเพื่อให้คณะกรรมการพิจารณาการเทียบโอนรายวิชาเป็นผู้พิจารณา และดำเนินการตามข้อ ๒๓ (๑)

(๒) การขอเทียบโอนรายวิชาหมวดวิชาศึกษาทั่วไป จะส่งเอกสารให้คณะกรรมการ พิจารณาการเทียบโอนรายวิชาเป็นผู้พิจารณาและดำเนินการตามข้อ ๒๓ (๒)

ทั้งนี้ โดยยกเว้นการขอเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษาของรายวิชาที่มีรหัสวิชา ชื่อวิชาเหมือนกัน และจำนวนหน่วยกิตเท่ากัน ให้นายทะเบียนเป็นผู้พิจารณา

ข้อ ๒๖ ผู้ขอเทียบโอนทุกประเภทต้องชำระค่าธรรมเนียมการเทียบโอนตามอัตราที่ มหาวิทยาลัยกำหนด

ข้อ ๒๗ กรณีเกิดปัญหาในการปฏิบัติตามประกาศนี้ ให้เสนอเรื่องต่ออธิการบดีหรือ รองอธิการบดีที่อธิการบดีมอบหมายวินิจฉัยชี้ขาด

ประกาศ ณ วันที่ ๒๐ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๗



(รองศาสตราจารย์ ดร.ทัศน์า ศิริโชติ)
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

ภาคผนวก ญ

ตารางเปรียบเทียบหลักสูตรเดิมและหลักสูตรปรับปรุง

ตารางเปรียบเทียบหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564
กับหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569

หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	สาระสำคัญ/เหตุผล การเปลี่ยนแปลง
1. ชื่อหลักสูตร ภาษาไทย : หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ภาษาอังกฤษ : Bachelor of Business Administration Program in Marketing	1. ชื่อหลักสูตร ภาษาไทย : หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ภาษาอังกฤษ : Bachelor of Business Administration Program in Marketing	คงเดิม
2. ชื่อปริญญา ชื่อเต็ม (ภาษาไทย) : บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด) ชื่อย่อ (ภาษาไทย) : บธ.บ. (การตลาด) ชื่อเต็ม (ภาษาอังกฤษ) : Bachelor of Business Administration (Marketing) ชื่อย่อ (ภาษาอังกฤษ) : B.B.A. (Marketing)	2. ชื่อปริญญา ชื่อเต็ม (ภาษาไทย) : บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด) ชื่อย่อ (ภาษาไทย) : บธ.บ. (การตลาด) ชื่อเต็ม (ภาษาอังกฤษ) : Bachelor of Business Administration (Marketing) ชื่อย่อ (ภาษาอังกฤษ) : B.B.A. (Marketing)	คงเดิม
3. ปรัชญาของหลักสูตร มุ่งสร้างบัณฑิตทางการตลาดที่มีคุณธรรมจริยธรรม มีจิตสาธารณะ คิดอย่างเป็นระบบคิดสร้างสรรค์ นำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ สามารถทำงาน เป็นทีมและบูรณาการความรู้ ทั้งด้านการตลาด การบริหารธุรกิจและศาสตร์ ที่เกี่ยวข้อง ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ตามบริบทในช่วงเวลาเพื่อเข้าสู่ ตลาดแรงงานท้องถิ่น และสามารถเป็นผู้ประกอบการได้	3. ปรัชญาของหลักสูตร สร้างบัณฑิตด้านการตลาดที่เก่งคิดสร้างสรรค์ เชี่ยวชาญด้าน เทคโนโลยีและด้านการสื่อสาร รักการเรียนรู้ เป็นนักปฏิบัติทางการตลาด การพัฒนาองค์กรและท้องถิ่นอย่างยั่งยืน	คงเดิม

หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	สาระสำคัญ/เหตุผล การเปลี่ยนแปลง
4. วัตถุประสงค์ของหลักสูตร 1. ผลิตบัณฑิตให้มีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา มีความกระตือรือร้น และมีจิตสาธารณะ 2. ผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ความเข้าใจด้านการตลาด หลักการบริหารงานด้านบริหารธุรกิจ ในสถานการณ์ปัจจุบัน 3. ผลิตบัณฑิตให้สามารถคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ แยกแยะ เพื่อชี้ประเด็นในการตัดสินใจอย่างมีวิจารณญาณ เพื่อแก้ปัญหาในสถานการณ์ต่าง ๆ 4. ผลิตบัณฑิตให้มีความคิดสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนางานและนำไปสู่การปฏิบัติ 5. ผลิตบัณฑิตให้มีทักษะในการสร้างสรรค์ความสัมพันธ์กับบุคคลและทำงานเป็นทีม เอื้อต่อการแก้ปัญหของทีม 6. ผลิตบัณฑิตให้มีทักษะในการสื่อสาร และ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ในด้านธุรกิจ	4. วัตถุประสงค์ของหลักสูตร 1. เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ในหลักการ และทฤษฎีด้านการตลาด มีความคิดเป็นระบบ คิดสร้างสรรค์ บูรณาการความรู้ไปใช้ในการประกอบการของธุรกิจ พัฒนาสังคมและท้องถิ่น 2. เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีทักษะด้านการใช้เทคโนโลยีในการสืบค้น การวิเคราะห์ การตัดสินใจ การสื่อสาร นำเสนอ เพื่อแก้ไขปัญหาได้ตามสถานการณ์ 3. เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีศักยภาพเป็นนักปฏิบัติงานด้านการตลาด เพื่อตอบสนองต่อตลาดแรงงาน และการเป็นผู้ประกอบการ 4. เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีจรรยาบรรณทางการตลาด มีความรับผิดชอบ ต่อตนเองและสังคม	ปรับปรุงวัตถุประสงค์ของหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในปัจจุบัน
5. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์มีพร หาญชัยสุขสกุล 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์จาริณี เขียรเจริญ 3. ดร.รรินา มุกดา 4. นางสาวสิริชนก อินทะสุวรรณ 5. นางสาวสิริกัญญา โชติช่วง	5. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร 1. ดร.รรินา มุกดา 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์จาริณี เขียรเจริญ 3. นางสาวสิริชนก อินทะสุวรรณ 4. นางจิราภรณ์ ทองบุญยัง 5. นางสาวสิริกัญญา โชติช่วง	ผู้ช่วยศาสตราจารย์มีพร หาญชัยสุขสกุล เกษียณอายุราชการ เปลี่ยนผู้รับผิดชอบหลักสูตรเป็น นางจิราภรณ์ ทองบุญยัง

หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2564			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569			สาระสำคัญ/เหตุผล การเปลี่ยนแปลง
6. โครงสร้างหลักสูตร			6. โครงสร้างหลักสูตร			มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบ ของกลุ่มวิชาเพื่อให้ ตอบสนองกับ ความ ต้องการในปัจจุบันและ ให้เห็นถึงการได้ทักษะที่ แท้จริงของนักศึกษา
จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร	ไม่น้อยกว่า	128 หน่วยกิต	จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร	ไม่น้อยกว่า	122 หน่วยกิต	
1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	ไม่น้อยกว่า	30 หน่วยกิต	1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	ไม่น้อยกว่า	24 หน่วยกิต	
1.1 กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร	ไม่น้อยกว่า	12 หน่วยกิต	1.1) กลุ่มสาระที่ 1 การคิดและการแก้ปัญหา			
บังคับเรียน		9 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า		6 หน่วยกิต	
เลือกเรียน	ไม่น้อยกว่า	3 หน่วยกิต	บังคับเรียน		3 หน่วยกิต	
1.2 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์	ไม่น้อยกว่า	6 หน่วยกิต	เลือกเรียน	ไม่น้อยกว่า	3 หน่วยกิต	
บังคับเรียน		3 หน่วยกิต	1.2) กลุ่มสาระที่ 2 การใช้ชีวิตอยู่ร่วมกับผู้อื่น			
เลือกเรียน	ไม่น้อยกว่า	3 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า		6 หน่วยกิต	
1.3 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์	ไม่น้อยกว่า	6 หน่วยกิต	บังคับเรียน		3 หน่วยกิต	
บังคับเรียน		3 หน่วยกิต	เลือกเรียน	ไม่น้อยกว่า	3 หน่วยกิต	
เลือกเรียน	ไม่น้อยกว่า	3 หน่วยกิต	1.3) กลุ่มสาระที่ 3 การสื่อสารระหว่างบุคคล			
1.4 กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์			ไม่น้อยกว่า		6 หน่วยกิต	
และเทคโนโลยี	ไม่น้อยกว่า	9 หน่วยกิต	บังคับเรียน		3 หน่วยกิต	
บังคับเรียน		3 หน่วยกิต	เลือกเรียน	ไม่น้อยกว่า	3 หน่วยกิต	
เลือกเรียน	ไม่น้อยกว่า	3 หน่วยกิต	1.4) กลุ่มสาระที่ 4 การใช้เทคโนโลยี	ไม่น้อยกว่า	3 หน่วยกิต	
2) หมวดวิชาเฉพาะ	ไม่น้อยกว่า	92 หน่วยกิต	เลือกเรียน	ไม่น้อยกว่า	3 หน่วยกิต	
2.1 กลุ่มวิชาแกน	ไม่น้อยกว่า	33 หน่วยกิต	1.5) กลุ่มสาระที่ 5 การเป็นผู้ประกอบการและการบริหารเงิน			
2.2 กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน	ไม่น้อยกว่า	51 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า		3 หน่วยกิต	
2.2.1 กลุ่มวิชาเฉพาะด้านบังคับ	ไม่น้อยกว่า	36 หน่วยกิต	เลือกเรียน		3 หน่วยกิต	
2.2.2 กลุ่มวิชาเฉพาะเลือก	ไม่น้อยกว่า	15 หน่วยกิต	2) หมวดวิชาเฉพาะ	ไม่น้อยกว่า	92 หน่วยกิต	

หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	สาระสำคัญ/เหตุผล การเปลี่ยนแปลง
2.3 กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพและวิชาชีพ ไม่น้อยกว่า 8 หน่วยกิต 3) หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต	2.1) กลุ่มวิชาแกน ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต 2.2) กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน ไม่น้อยกว่า 60 หน่วยกิต 2.2.1 กลุ่มวิชาเฉพาะด้านบังคับ ไม่น้อยกว่า 45 หน่วยกิต 2.2.2 กลุ่มวิชาเฉพาะเลือก ไม่น้อยกว่า 15 หน่วยกิต 2.3) กลุ่มวิชาปฏิบัติการทางวิชาชีพ ไม่น้อยกว่า 8 หน่วยกิต 3) หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต	

ตารางเปรียบเทียบหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564

กับหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2569

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569			สรุปสาระ การปรับปรุง
GESL101	ภาษาอังกฤษพาไป English Adventures คำศัพท์ สำนวน โครงสร้างภาษาอังกฤษ และอวัจนภาษา ผ่านสื่อในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ภาพยนตร์ เพลง สื่อออนไลน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ และ ฝึกปฏิบัติผ่านสถานการณ์ที่กำหนดทั้งในและนอกห้องเรียน เพื่อเตรียมความ พร้อมสู่การปฏิบัติจริงในชีวิตประจำวัน English vocabulary, expressions, structures and non- verbal language through various types of media such as movies, songs, online communications and printed matters. Practice English in designed language situations not only inside but also outside classrooms in order to apply the language use to daily life	3(3-0-6)	GEN1301	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในบริบทสากล Communicative English in Global Context ระบบเสียง ระบบคำ คำศัพท์ สำนวน ไวยากรณ์และโครงสร้าง ประโยคภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน ฟังบทสนทนาและข้อความสั้น พูดออก เสียงบทสนทนาได้ถูกต้องตามหลักการออกเสียงภาษาอังกฤษ อ่านเพื่อจับใจความ สำคัญ บอกรายละเอียดและสรุปประเด็นสำคัญได้ ใช้ภาษาและโครงสร้าง ทาง ไวยากรณ์ในการพูดได้ตอบในสถานการณ์ที่หลากหลาย เพื่อให้นักศึกษา สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษใน สถานการณ์ต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันได้อย่าง ถูกต้องและเหมาะสม Enabling students to communicate in English accurately and appropriately in daily life situations by studying sound system, word system, vocabulary, idioms, English grammar and sentence structure in everyday use, listening to conversations and short messages, speaking out the conversations correctly according to the principles of English pronunciation, reading for the gist, giving details and summarizing important points, the use of language and grammatical structures in various situations	3(3-0-6)	เปลี่ยนรหัสวิชา ชื่อวิชา และปรับ คำอธิบายรายวิชาให้ มีความเหมาะสมกับ สถานการณ์ปัจจุบัน

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569			สรุปสาระ การปรับปรุง
GESL102	ภาษาอังกฤษพิชิตฝัน English for Dream Achievement ทักษะการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสมัครงานที่ใฝ่ฝัน ฝึก การสัมภาษณ์งาน บทสนทนาต่าง ๆ ที่ใช้ในสถานที่ทำงาน และบริบทอื่น ๆ ของ การทำงาน รวมทั้งการใช้ภาษาอังกฤษและเทคโนโลยี เพื่อการนำเสนองาน ในรูปแบบต่าง ๆ English skills for dream job applications, job interviews, English conversations in workplace and in various work- related contexts. Make use of English and technology for a variety of work presentations	3(3-0-6)	GEN1302	ภาษาอังกฤษในบริบทการทำงานอย่างมี ประสิทธิภาพ Effective English in Professional Contexts ฝึกการอ่าน แยกแยะประเภทของข้อมูลที่อ่านในสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์ ฝึกปฏิบัติเขียนโต้ตอบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ด้วยคำศัพท์ สำนวนและโครงสร้างภาษาอังกฤษในหัวข้อเกี่ยวกับชีวิตประจำวัน และบริบท การทำงาน เช่น ประกาศรับสมัครงาน การกรอกประวัติส่วนบุคคล การเขียน จดหมายสมัครงาน เพื่อให้มีทักษะการใช้ภาษาอังกฤษที่ดี เอื้อต่อการใช้ชีวิตของ ตนเองและสนับสนุนการพัฒนาประเทศเข้าสู่สากล Enhancing good English skills for professional lives and supporting how to build the country in an international context by practicing reading skills and distinguishing authentic texts in both printed and online sources, practicing writing skills through electronic platforms such as email by using English vocabularies, expressions, and sentence structures on daily life and work-related contexts, such as job advertisement, resumé, and application form	3(3-0-6)	เปลี่ยนรหัสวิชา ชื่อวิชา และปรับ คำอธิบายรายวิชาให้ มีความเหมาะสมกับ สถานการณ์ปัจจุบัน
GESL103	รู้ใช้ภาษาไทย Arts of Using Thai Language ทักษะการสื่อสาร ศิลปะการใช้ภาษา การย่อและการสรุป ความ การพูดนำเสนอ และการเขียนทางวิชาการ Strengthen learners in terms of communicative skills, arts of using Thai language, summarizing and briefing, oral	3(3-0-6)	GEN1303	ศิลปะการใช้ภาษาไทย Arts of Using Thai language หลักการสื่อสาร ศิลปะการใช้ภาษาไทย การจับใจความ การพูด และการเขียนนำเสนอ ตามบริบทสังคมและวัฒนธรรม โดยใช้สื่ออย่างมี ประสิทธิภาพ เพื่อให้มีความรอบรู้และสามารถใช้ภาษาสื่อสารในชีวิตประจำวันได้ อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะเอื้อต่อการทำงานและการใช้ชีวิตในอนาคตรวมทั้งลด	3(3-0-6)	เปลี่ยนรหัสวิชา ชื่อวิชา และปรับ คำอธิบายรายวิชาให้ มีความเหมาะสมกับ สถานการณ์ปัจจุบัน

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569			สรุปสาระ การปรับปรุง
presentations and academic writing			การสื่อสารที่ผลิตในตลาดในสังคมปัจจุบัน Enhancing future working and living and avoiding miscommunication by studying the principles of communication, arts of using Thai language, skills of finding main idea, oral and written presentation with the effective media in social and cultural contexts			
GESL104	เฮฮาภาษามลายู Malay Language Fun ทักษะด้านการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน โดยเน้น ทักษะการฟังและการพูดสำหรับการสื่อสาร สอดแทรกบริบททางด้านวัฒนธรรม เพื่อการนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน The language skills: listening, speaking, reading and writing in Malay, focusing mainly on listening and speaking for daily communication and promoting the understanding of Thai and Malay cultures	3(3-0-6)	GEN1306	ภาษามลายูเพื่อการสื่อสาร Malay for Communication การฟัง พูด อ่าน และเขียนภาษามลายูพื้นฐานเพื่อการสื่อสาร ในชีวิตประจำวัน ศึกษาค้นคว้าภาษามลายูผ่านเทคโนโลยีที่ทันสมัย พร้อมทั้งเข้าใจความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมไทยและมาเลย์ เพื่อให้นักศึกษานำความรู้ ภาษามลายูไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ที่หลากหลายได้อย่างเหมาะสม ซึ่ง สนับสนุนการเข้าสู่บริบทสากลของประเทศ Enhancing the Malay language knowledge in various situations and supporting how to build the country in an international context by practicing basic Malay language skills: listening, speaking, reading and writing for communication in daily life through trending technologies, recognizing the intercultural awareness between Thai and Malaysian	3(3-0-6)	เปลี่ยนรหัสวิชา ชื่อวิชา และปรับ คำอธิบายรายวิชาให้ มีความเหมาะสมกับ สถานการณ์ปัจจุบัน
GESL105	เฮโลภาษาอินโดนีเซีย Hello Indonesia Language ทักษะด้านการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน โดยเน้น ทักษะการฟังและการพูดสำหรับการสื่อสาร สอดแทรกบริบททางด้านวัฒนธรรม	3(3-0-6)	GEN1307	ภาษาอินโดนีเซียเพื่อการสื่อสาร Indonesia for Communication การฟัง พูด อ่าน และเขียนภาษาอินโดนีเซียขั้นพื้นฐานเพื่อการ สื่อสารในชีวิตประจำวัน ศึกษาค้นคว้าภาษาอินโดนีเซียผ่านเทคโนโลยีที่ทันสมัย	3(3-0-6)	เปลี่ยนรหัสวิชา ชื่อวิชา และปรับ คำอธิบายรายวิชาให้ มีความเหมาะสมกับ

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	สรุปสาระ การปรับปรุง
อินโดนีเซีย เพื่อการนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน The language skills: listening, speaking, reading and writing in Indonesian, focusing mainly on listening and speaking for daily communication and promoting the understanding of Thai and Indonesian cultures	พร้อมทั้งเข้าใจความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมไทยและอินโดนีเซีย เพื่อให้ นักศึกษานำความรู้ภาษาอินโดนีเซียไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ที่หลากหลายได้ อย่างเหมาะสม ซึ่งสนับสนุนการเข้าสู่บริบทสากลของประเทศ Practice the Indonesian language skills listening, speaking, reading and writing. Basic Indonesian sentence structures for communication in situations. Study the Indonesian language through modern technology and understand the differences between Thai and Indonesia cultures	สถานการณ์ปัจจุบัน
GESL106 สนุกกับภาษาญี่ปุ่น 3(3-0-6) Fun with Japanese ทักษะด้านการฟัง การพูด การอ่านและการเขียนภาษาญี่ปุ่น โดยเน้นทักษะการฟังและการพูด เพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน และเสริมสร้างความเข้าใจด้านสังคมและวัฒนธรรมระหว่างไทยและญี่ปุ่น โดยใช้กิจกรรมการ บูรณาการทางภาษา The language skills: listening, speaking, reading and writing in Japanese, focusing mainly on listening and speaking for daily communication and promoting the understanding of Thai and Japanese cultures by using various integrated skill activities	GEN1305 ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6) Japanese for Communication เรียนรู้ระบบเสียง ระบบคำ โครงสร้างประโยคภาษาญี่ปุ่นขั้นพื้นฐาน สื่อสารประโยคภาษาญี่ปุ่นอย่างง่ายในสถานการณ์ต่าง ๆ และเข้าใจความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมไทยกับญี่ปุ่น เพื่อให้ศึกษานำความรู้ภาษาญี่ปุ่นไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ต่างที่หลากหลายได้อย่างเหมาะสม ซึ่งสนับสนุนการเข้าสู่บริบทสากลของประเทศ Enhancing the Japanese knowledge in various situations and supporting how to build the country in an international context by studying Japanese phonology, morphology and basic sentence structures, communicating with common expressions in various situations, recognizing the intercultural awareness between Thai and Japanese	เปลี่ยนรหัสวิชา ชื่อวิชา และปรับ คำอธิบายรายวิชาให้มีความเหมาะสมกับ สถานการณ์ปัจจุบัน

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569			สรุปสาระ การปรับปรุง
GESL107	บันเทิงกับภาษาเกาหลี Entertain with Korean ทักษะด้านการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียนภาษา เกาหลี โดยเน้นทักษะการฟังและการพูดสำหรับการสื่อสารในชีวิตประจำวัน The language skills: listening, speaking, reading and writing in Korean, focusing mainly on listening and speaking for daily life	3(3-0-6)				ยกเลิกรายวิชา
GESL108	เพลิดเพลินกับภาษาจีน Happy Chinese ระบบการออกเสียงและวิธีการเขียนอักษรจีน เรียนรู้คำศัพท์ และบทสนทนาภาษาจีนอย่างทันสมัย ฝึกปฏิบัติการฟัง พูด อ่าน และเขียน พร้อมทั้งเรียนรู้ความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมไทย-จีน The Mandarin Chinese phonetics and the basics of writing the Chinese scripts. Focus on up to date vocabulary and dialogues in current contexts. Practice the language skills: listening, speaking, reading and writing and recognize the intercultural awareness between Thai and Chinese	3(3-0-6)	GEN1304	ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร Chinese for Communication การออกเสียงระบบสัทอักษรจีน วิธีการเขียนอักษรจีน ฝึก ทักษะการฟัง พูด อ่าน เขียนภาษาจีนเบื้องต้น เรียนรู้และศึกษาค้นคว้าภาษาจีน ผ่านเทคโนโลยีอย่างทันสมัย พร้อมทั้งเข้าใจความต่างระหว่างวัฒนธรรมไทย-จีน เพื่อให้นักศึกษานำความรู้ภาษาจีนไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ที่หลากหลายได้ อย่างเหมาะสม ซึ่งสนับสนุนการเข้าสู่บริบทสากลของประเทศ Enhancing the Chinese knowledge in various situations and supporting how to build the country in an international context by studying Mandarin Chinese Phonetic Alphabet, writing Chinese characters, practicing basic Chinese skills: listening, speaking, reading and writing through trending technologies, recognizing the intercultural awareness between Thai and Chinese	3(3-0-6)	เปลี่ยนรหัสวิชา ชื่อ วิชา และปรับ คำอธิบายรายวิชาให้ มีความเหมาะสมกับ สถานการณ์ปัจจุบัน

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	สรุปสาระ การปรับปรุง
GESH201 ทักษะชีวิต 3(2-2-5) Life Skills ความหมาย ความสำคัญของทักษะชีวิต หลักการ แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมมนุษย์ การพัฒนาตนทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และสังคม การพิจารณาด้วยใจอย่างใคร่ครวญสุนทรียสนทนา การสื่อสารอย่างสันติ การเรียนรู้เพื่อการเปลี่ยนแปลงตนเอง การตระหนักรู้ศักยภาพของตนเองและการก้าวข้ามขีดจำกัดการแก้ปัญหาความขัดแย้งทักษะแบบองค์รวม ทักษะการคิดและการคิดเชิงระบบจิตสำนึกต่อส่วนรวมทักษะชีวิตในศตวรรษที่ 21 สมดุลชีวิตและการเรียน การดำเนินชีวิตที่ดีและมีความสุข Meaning and importance of life skills; principles, concepts and theories related to human behavior; self-development in physical, mind, emotional and social development; contemplation; dialogue; non-violent communication; transformative Learning; self-awareness and personal development; conflict resolution; holistic; thinking skills and holistic system thinking; public mind; life skills in the 21st century; study-life balance, good life and happiness		ยกเลิกรายวิชา
GESH202 ปรัชญาและศาสนา 3(3-0-6) Philosophy and Religions ความหมาย องค์ประกอบ การวิเคราะห์ปัญหาของปรัชญาและศาสนา สาขาของปรัชญา ความสัมพันธ์และความแตกต่างระหว่างปรัชญาและศาสนา คุณค่าที่แท้จริงของปรัชญาและศาสนา หลักคำสอนของศาสนา		ยกเลิกรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	สรุปสาระ การปรับปรุง
ต่าง ๆ นำหลักธรรมมาพัฒนาคุณภาพชีวิตในระดับบุคคล ครอบครัว สังคม เพื่อให้เกิดสันติภาพและสันติสุข Analytical elements of philosophy and religions, the relations between philosophy and religions, the real value of philosophy and religions, teachings and philosophical concepts of different school of philosophy and religions for peace of life and peaceful societies		
GESH203 มนุษย์กับความงาม 3(3-0-6) Human and Aesthetics แนวคิด ทฤษฎีความงามเบื้องต้น องค์ประกอบทางศิลปะ ดนตรี และศิลปะการแสดง การประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน การตระหนักในคุณค่าความงาม Concept and fundamental concepts, theories of aesthetics, elements of art, music, and performing arts. Apply the knowledge of aesthetics into daily life and realize the values of aesthetics		ยกเลิกรายวิชา
GESH204 วัยใส ใจสะอาด 3(3-0-6) Youngster with Good Heart การทุจริต การป้องกันการทุจริต จิตสำนึกสาธารณะ การแยกแยะผลประโยชน์ส่วนตัวและผลประโยชน์ส่วนรวม การมีส่วนร่วมของชุมชน ทักษะกระบวนการคิด จริยธรรมในสังคม หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อป้องกันการทุจริต		ยกเลิกรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	สรุปสาระ การปรับปรุง
Corruption, corruption prevention, public awareness, distinction of self-interest and common interest, community participation, critical thinking skills, social morality, sufficiency economy philosophy for preventing corruption		
GESH205 นักสืบชุมชน 3(2-2-5) Community Detective ความหมายและความสำคัญของทรัพยากรสารสนเทศ ท้องถิ่นภูมิปัญญาท้องถิ่น แหล่งทรัพยากรสารสนเทศท้องถิ่น การสืบค้น ทรัพยากรสารสนเทศท้องถิ่น กระบวนการจัดการสารสนเทศท้องถิ่น การบริการ และการเผยแพร่สารสนเทศท้องถิ่น Definition and Importance of local Information, local wisdom, local sources information, searching for local information, local information management process, local Information services and dissemination		ยกเลิกรายวิชา
GESH206 มนุษยชาติ 3(3-0-6) Humankind เผ่าพันธุ์มนุษย์อารยธรรมวิถีชีวิต/วัฒนธรรมความสัมพันธ์ และการสื่อสารระหว่างกันของมนุษยชาติ การใช้ชีวิตแบบไม่ตระหนก ทักษะการ ดำรงชีวิตในสภาวะปกติและสภาวะวิกฤติการควบคุมสภาวะทางอารมณ์ของ มนุษย์การเข้าใจปัญหาและการปรับตัวเองเพื่อความอยู่รอดในทุกสถานการณ์ Race of Mankind, civilization, way of life/culture, relations and communication between humanity; Living on the		ยกเลิกรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	สรุปสาระ การปรับปรุง
GESH208 นวัตกรรมทำเองได้ 3(2-2-5) Do it Yourself Innovations การคิดแบบสร้างสรรค์ ประเภท รูปแบบและองค์ความรู้ของ นวัตกรรมและเทคโนโลยี กระบวนการออกแบบและสร้างนวัตกรรมด้วยตัวเอง จากวัสดุเหลือใช้หรือวัสดุที่หาได้ง่ายในท้องถิ่น การทดสอบนวัตกรรม การ ประยุกต์ใช้นวัตกรรมกับงานชุมชนในท้องถิ่น งานอาชีพและชีวิตประจำวัน ตลอดจนกลยุทธ์การจัดการนวัตกรรมและเทคโนโลยีออกสู่ตลาดเพื่อการพาณิชย์ Creative thinking, knowledge, the model of innovation and technology, process design and creative innovation by myself from waste materials or easy to find materials in local, innovation testing and innovation application for community, careers, and daily life as well as strategic management and technology for commercial		ยกเลิกรายวิชา
GESH209 วัฒนธรรมและอัตลักษณ์ท้องถิ่นสมัยใหม่ 3(3-0-6) Local Culture and Modern Identity ประวัติความเป็นมา ความเชื่อ ศิลปะและวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญา สิ่งแวดล้อม ศิลปกรรม และอัตลักษณ์ท้องถิ่นตามแหล่ง การเรียนรู้ของชุมชน History, belief, arts and culture, tradition, wisdom, arts environment and local identity from the community learning center		ยกเลิกรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	สรุปสาระ การปรับปรุง
GESS301 การใช้ชีวิตในสังคมสมัยใหม่ 3(3-0-6) Living in Modern Society แนวความคิด รูปแบบ ทักษะในการดำเนินชีวิตในสังคมปัจจุบัน การปฏิบัติตนเป็นพลเมืองดี ต่อด้านทุจริต จิตสาธารณะ การแก้ไขสถานการณ์ ตระหนักถึงการดำเนินชีวิตในสังคมสมัยใหม่ แนวทางการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวัน การปรับตัวเข้ากับสังคมสมัยใหม่และสถานการณ์ทางสังคม Concepts, values of life, life skills in current societies, behaviors as a good citizen, anti-corruption, public mind, problem-solving skills, and the awareness of living in modern societies. Introduce practical guidelines in everyday life and self-adaptation in modern societies and social situations		ยกเลิกรายวิชา
GESS302 ท้องถิ่นของเรา 3(3-0-6) Our Local ประวัติความเป็นมา ลักษณะทางกายภาพ ระบบนิเวศสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรมและวิถีชีวิตในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาและหรือจังหวัดสตูลเศรษฐกิจพอเพียงและโครงการพระราชดำริ การสร้างจิตสาธารณะส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมและหน้าที่พลเมือง Study Songkhla and Satun in terms of history, physical features, characteristics, ecology, society, economy, cultures, and ways of life of people around Songkhla Lake and in Satun. Sufficiency economy, royal projects, public mind enhancing virtues, ethics and civic duties are also focused		ยกเลิกรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	สรุปสาระ การปรับปรุง
GESS303	อาเซียนร่วมใจ ASEAN Together ที่มาของของดินแดนต่าง ๆ ในประชาคมอาเซียนลักษณะของสังคมพหุวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียนและพันธมิตรนอกภูมิภาคอาเซียนปัจจัยทางสังคม วัฒนธรรม และการเมืองที่มีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมบริการแนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการ ปัจจัยที่ก่อให้เกิดนวัตกรรมบริการและนวัตกรรมบริการของประเทศต่าง ๆ ในประชาคมอาเซียน The origin of lands in the ASEAN community and the characteristics of multicultural societies in the ASEAN community and alliances outside the ASEAN region. Social, cultural and political factors influencing on the service industry are also focused. Emphasize on the ideas contributing to service innovations and the factors resulting in service innovation and service innovation in other countries in ASEAN	3(3-0-6)		ยกเลิกรายวิชา
GESS304	ศาสตร์พระราชาเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน The King’s Philosophy for Sustainable Development หลักการ แนวคิดพระราโชบายของพระเจ้าอยู่หัวในรัชกาลที่ 10 ความหมาย หลักคิด หลักวิชา และหลักปฏิบัติของศาสตร์พระราชามาจากโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ รัชกาลที่ 9 หลักวิธีการเข้าใจ เข้าถึงและพัฒนา หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง หลักการทรงงาน 23 ข้อ การบูรณาการเพื่อประยุกต์ใช้จากตัวอย่างวิชา “9 หน้าจากศาสตร์พระราชา” โดย	3(2-2-5)	GEN1102 ศาสตร์พระราชาเพื่อการบูรณาการที่ยั่งยืน King's Philosophy for Sustainable Integration เรียนรู้พระบรมราโชบายของพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 10 และพระราชกรณียกิจด้านการศึกษา ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและเกษตรทฤษฎีใหม่ หลักการทรงงานในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริ โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ แนวคิดและทฤษฎีจากโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ วิชา ๙ หน้า ศาสตร์พระราชามาจากตำราของพ่อ เพื่อให้ให้นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจศาสตร์ต่าง ๆ จากสถานการณ์ที่	3(3-0-6) เปลี่ยนรหัสวิชา ชื่อวิชา จำนวนชั่วโมง และมีการปรับ คำอธิบายรายวิชาให้ มีความเหมาะสม ยิ่งขึ้น เพื่อให้ นักศึกษาได้รับความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับ

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	สรุปสาระ การปรับปรุง
การปฏิบัติภาคสนามเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น The King's philosophy for sustainable development focusing on the study of the principles based on the royal policy of King Rama X (His Majesty King MahaVajiralongkorn Bodindradebayavarangkun). Meaning, principles, theories and practices of the King's Philosophy derived from the Royal Projects of King Rama IX (His Majesty King BhumibolAdulyadej) are discussed. The core principles of understanding, accessibility and development and philosophy of sufficiency economy are also studied. The 23 principles of His Majesty's works, integrated applications of the 9 progression principles based on King Rama IX's philosophy are also practiced by attending field trips for local development	หลากหลาย ซึ่งจะสามารถนำความรู้ไปใช้ในการตัดสินใจและประยุกต์เพื่อการแก้ปัญหาได้ Enhancing knowledge, understanding of various sciences from a variety of situations, and applying the knowledge to make decisions and solve problems by studying the royal policy of King Rama X (His Majesty King Maha Vajiralongkorn Bodindra Debayavarangkun), the royal duties on education, the philosophy of sufficiency economy, new theory agriculture, principles of His Majesty's development works, royal development study centres, royal development projects, royal principles and theories from royal development projects, the nine progression principles based on King Rama IX's philosophy	การแนวคิด หลักปฏิบัติตามโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ
GESS305 เจ้าสัวน้อย 3(3-0-6) Young Entrepreneurship การเลือกธุรกิจสมัยใหม่ การเตรียมความพร้อมเพื่อดำเนินธุรกิจ นวัตกรรมและการบริหารจัดการ การจัดหาแหล่งเงินทุน การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ แนวโน้มสภาพเศรษฐกิจและตลาดยุค 4.0 Modern business options, business preparation, innovation and business management. Financial provision, business environment analysis, trends of economy and markets in Thailand 4.0 are also focused		ยกเลิกรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	สรุปสาระ การปรับปรุง
GESS306 กฎหมายกับการสร้างความเป็นพลเมืองที่ดี 3(3-0-6) Laws and Creating Good Citizenship ศึกษาวิวัฒนาการของกฎหมาย สิทธิมนุษยชน รัฐธรรมนูญ และสิทธิขั้นพื้นฐานของประชาชนตามรัฐธรรมนูญ และการสร้างเสริมคุณธรรม จริยธรรมด้านการป้องกันการทุจริต Evolution of law, human rights, constitutional law and fundamental rights based on the constitution. Enhance learners to have virtues and morality in order to prevent corruption		ยกเลิกรายวิชา
GES401 การคิดในยุคดิจิทัล 3(2-2-5) Thinking in The Digital Age ความหมายของการคิด ปัจจัยพื้นฐานของการคิด ลักษณะของการคิด กระบวนการคิด ตรรกศาสตร์และการให้เหตุผล การประยุกต์ทางคณิตศาสตร์เพื่อการแก้ปัญหาในชีวิตประจำวัน ชีวิตในยุคดิจิทัล การใช้อุปกรณ์ดิจิทัลและโปรแกรมประยุกต์ การสืบค้นสารสนเทศและการประยุกต์ใช้ ธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ การป้องกันตนเองในยุคดิจิทัล Meaning of thinking, basic factors of thinking, types of thinking, thinking process, logic and reasoning. Practice the mathematical application to solve daily life problems. Life in the digital age, the use of digital device and online applications, information searching and applying and business are also focused in order to know self-protect in the digital world		ยกเลิกรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	สรุปสาระ การปรับปรุง
GESC402 โปรแกรมประยุกต์สำนักงานอัตโนมัติ 3(2-2-5) Office Automations ความรู้เกี่ยวกับสำนักงานอัตโนมัติ การประยุกต์ใช้คอมพิวเตอร์ในสำนักงาน การใช้โปรแกรมประมวลผลคำเพื่อจัดการงานเอกสาร การใช้โปรแกรมตารางคำนวณอิเล็กทรอนิกส์เพื่อการทำงาน โปรแกรม นำเสนอ โปรแกรมสื่อสารในสำนักงาน โปรแกรมประยุกต์บนคลาวด์ Office automation content and apply computer skills to the office work by using word processing program to manage documents, spreadsheet program for work, presentation program, communication program in the office, and cloud applications for information storage		ยกเลิกรายวิชา
GESC403 ชีวิตยุคใหม่กับสิ่งแวดล้อม 3(2-2-5) Modern Lifestyle and Environment การประยุกต์ความรู้เบื้องต้นด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์ทางทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และภัยพิบัติ เพื่อสร้างความตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและการจัดการภัยพิบัติให้สอดคล้องกับการดำเนินชีวิตยุคใหม่ Apply the fundamental knowledge of science and technology to analyze the situations of natural resources, environments and disasters to raise responsibility awareness for natural resources, and environments, including natural resource		ยกเลิกรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	สรุปสาระ การปรับปรุง
conservation and disaster management to be in accordance with modern lifestyles		
GESC404 สุขภาพทันสมัย 3(2-2-5) Modern Health ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพ ความเครียดและการจัดการความเครียด ความปลอดภัยทางสุขภาพ ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับอาหาร การบริโภคอาหาร การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ Health knowledge, stress sand stress management, health safety, the fundamental knowledge of food, food consumption and exercise	GEN1201 รู้ทันสุขภาพ 3(2-2-5) Health Literacy ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพเบื้องต้น การออกกำลังกาย การจัดการอารมณ์และความเครียด หลักการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ การเลือกซื้ออาหารและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ การใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพ ความปลอดภัยทางสุขภาพและทางเพศ การปฐมพยาบาลและช่วยชีวิตเบื้องต้นในภาวะฉุกเฉิน เพื่อให้ นักศึกษามีความตระหนักในการดูแลสุขภาพ ซึ่งจะสามารถนำความรู้ไปปรับใช้ให้มีพฤติกรรมในการดูแลสุขภาพอย่างเหมาะสม Enhancing knowledge, self-awareness of health care, and improving behaviors in appropriate health care by studying basic health, exercise, emotion and stress management, principles of food consumption for health, purchasing food and health products, the use of herbs in primary health care, health safety, safe sex, and basic first aid for emergency	เปลี่ยนรหัสวิชา ชื่อวิชา จำนวนชั่วโมง และมีการปรับ คำอธิบายรายวิชาให้ มีความเหมาะสม ยิ่งขึ้นเพื่อให้นักศึกษา ได้รับความรู้ ความ เข้าใจในการดูแล สุขภาพเพื่อให้มี คุณภาพชีวิตที่ดี
GESC405 นักค้นคว้าข้อมูล 3(2-2-5) Information Explorers การใช้เทคโนโลยีเพื่อสืบค้นสารสนเทศ โดยใช้ Database Searching, OPAC และการจัดการข้อมูลโดยใช้ Google Application และ Application อื่น ๆ ในการจัดการข้อมูล การเขียนบรรณานุกรม ทักษะการใช้สารสนเทศอย่างมีจริยธรรม พร้อมทั้งการนำเสนอสารสนเทศในรูปแบบที่หลากหลาย		ยกเลิกรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	สรุปสาระ การปรับปรุง
The Information technology literacy (Database) Searching, OPAC, and information management by using Google applications and others. Writing citation and bibliography is practiced. Skills of using information ethically are focused as well as the information presentation in different forms is trained		
GES406 รู้ทันโลก 3(2-2-5) World Knowledge การดำเนินชีวิตอย่างเท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงของโลก เข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างธรรมชาติ มนุษย์และสรรพสิ่ง การใช้พลังงานในชีวิตประจำวัน ระบบนิเวศ ตลอดจนองค์ความรู้ทางวิทยาศาสตร์โลกทั้งระบบที่นำไปสู่การปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตสู่ความยั่งยืน Explore lifestyles in the fast changing world. The understanding of the relationship between nature, human and all other things are also included. The use of energy in daily life and ecosystem as well as the knowledge of World science leading to the change towards sustainable lifestyles will be discussed		ยกเลิกรายวิชา
GES407 นวัตกรรมเกษตร 3(2-2-5) Agriculture Innovation ความสำคัญของการเกษตรในชีวิตประจำวัน ธุรกิจเกษตรเบื้องต้น เกษตรทางเลือกและความหลากหลายทางชีวภาพในระบบการเกษตร เกษตรเพื่อนันทนาการ เกษตรปลอดภัยและการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการเกษตรและนวัตกรรม		ยกเลิกรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	สรุปสาระ การปรับปรุง
Importance of agriculture in daily life, basics of agricultural business, alternative agriculture and biodiversity in the agricultural systems, agriculture for recreation, safe agriculture, application of local wisdom and revolution in agricultural technology and innovation		
GES408 การจัดการธุรกิจออนไลน์ 3(2-2-5) Online Business Management จุดประกายการเริ่มประกอบธุรกิจออนไลน์ ทิศทางและแนวโน้มตลาดออนไลน์ เครื่องมือการเงินธุรกิจออนไลน์ การออกแบบสื่อเพื่อธุรกิจออนไลน์ การวิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจออนไลน์ ระบบโลจิสติกส์กับธุรกิจออนไลน์ Stimulate the online business startup inspiration. Discuss the online market directions and trends, online business financial instruments, online business media designs, online business data analysis and online business logistic systems		ยกเลิกรายวิชา
	GEN1401 เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อชีวิตวิถีใหม่ 3(2-2-5) Digital Technology for New Normal Lifestyle เรียนรู้สื่อและเทคโนโลยีดิจิทัลในปัจจุบัน การเข้าถึงและจัดการสารสนเทศและเนื้อหาดิจิทัล การสร้างเนื้อหาดิจิทัล ภัยคุกคามและความมั่นคงปลอดภัย กฎหมายและจริยธรรมเกี่ยวกับสื่อและเทคโนโลยีดิจิทัล การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ ทักษะความสามารถทางเทคโนโลยีดิจิทัล และพร้อมเข้าสู่การเป็นพลเมืองดิจิทัลที่ดีในมิติของการเรียนรู้ตลอดชีวิต	รายวิชาใหม่ เพื่อให้ นักศึกษาได้รับความรู้ เกี่ยวกับเทคโนโลยี สมัยใหม่

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	สรุปสาระ การปรับปรุง
	Enhancing the knowledge and skills of digital technology ready to become a good digital citizen in the dimension of lifelong learning by studying current trends in digital media and technology, accessing and managing information and digital contents, digital content creation, threats and security, laws and ethics related to digital media and technology, using digital technology for lifelong learning	
	GEN1202 พลเมืองจิตสาธารณะ 3(3-0-6) Public Minded Citizens แนวคิดการเป็นพลเมืองดี ทักษะคิดและการสร้างแรงจูงใจให้มีจิตสาธารณะ การปฏิบัติตนเป็นพลเมืองดีและมีจิตสาธารณะ ความสำคัญของจิตสาธารณะกับการพัฒนาท้องถิ่นและประเทศ รูปแบบการทุจริตในประเทศไทย แนวคิดแบบจำลอง STRONG เพื่อด้านทุจริต เพื่อให้มีพื้นฐานความคิดเกี่ยวกับการมีจิตสาธารณะและการด้านทุจริต ซึ่งสามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้เพื่อสนับสนุนการพัฒนาชุมชน สังคม และประเทศ Enhancing basic knowledge of public mindedness and anti-corruption ideas, and integrating knowledge to develop community, society and country by studying concepts of good citizenship, attitudes and motivation for being good public-minded citizens, the importance of public mindedness in local and national development, patterns of corruption in Thailand, and anti-corruption as STRONG model	รายวิชาใหม่ เพื่อให้ นักศึกษาได้รับความรู้ และสามารถนำไป ประยุกต์ใช้ใน ชีวิตประจำวันได้

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	สรุปสาระ การปรับปรุง
	GEN1203 พลเมืองโลก 3(3-0-6) Global Citizens ศึกษาด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ความหลากหลายของวัฒนธรรม ความสามารถปรับตัวและมีปฏิสัมพันธ์กับผู้คนข้ามวัฒนธรรม ตระหนักถึงปัญหาสังคมและความขัดแย้ง สิทธิมนุษยชน ทักษะความเป็นพลเมืองโลก มีความยืดหยุ่นในการดำรงชีวิต รู้เท่าทันสถานการณ์โลกปัจจุบัน เพื่อประโยชน์ในการสร้างสรรค์สังคมให้เกิดความสันติสุข Promoting a peaceful society by studying human evolution in terms of society, economics and environments, cultural diversity, adaptability, cross-cultural interaction, self-awareness of social problems and conflicts, human rights, skills of global citizens, life flexibility, and real-world situation literacy	รายวิชาใหม่ เพื่อให้นักศึกษาได้รับความรู้เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของโลก การอยู่ร่วมกันกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข
	GEN1204 วิธีชีวิตที่ยั่งยืน 3(3-0-6) Sustainable Lifestyles การประยุกต์ความรู้เบื้องต้นด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ แนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน และเศรษฐกิจแห่งอนาคต มาใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์ เพื่อให้นักศึกษาเรียนรู้การรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และสามารถนำความรู้ไปปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตที่ยั่งยืน Raising awareness of social responsibilities, and adapting to sustainable lifestyle concepts by applying basic	รายวิชาใหม่ เพื่อให้นักศึกษาได้รับความรู้เกี่ยวกับด้านทรัพยากรเพื่อให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตที่ยั่งยืน

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	สรุปสาระ การปรับปรุง
	knowledge in natural resources and environment, natural resource conservation, climate change management, sustainable development and future economy to analyze related situations	
	GEN1205 ใส่ใจภัยพิบัติในโลกสมัยใหม่ 3(3-0-6) Disaster Intentions in The Modern World ความรู้เกี่ยวกับการเกิดภาวะโลกร้อน ผลกระทบจากภาวะโลกร้อน การเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศของโลกที่เป็นสาเหตุให้เกิดภัยพิบัติ รูปแบบการเกิดภัยพิบัติในท้องถิ่นประเทศไทย และที่ต่าง ๆ ในโลก เพื่อให้ นักศึกษาสามารถเอาตัวรอดและแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้าเมื่อเกิดภัยพิบัติ นักศึกษาสามารถป้องกันตนเองจากภัยพิบัติซึ่งสามารถนำความรู้ที่ได้ไปปรับใช้ใน ชีวิตประจำวันอย่างเหมาะสม Enabling to deal with and prevent oneself from unexpected disaster situations, and applying knowledge in everyday situation by studying knowledge and effects of global warming and climate change causing disasters, different types of disasters in local areas in Thailand and other places in the world	รายวิชาใหม่ เพื่อให้ นักศึกษาได้รับ ความรู้เกี่ยวกับภัย พิบัติแบบต่างๆ
	GEN1206 งานช่างในชีวิตประจำวัน 3(3-0-6) Engineering Work in Daily Life ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับงานช่าง งานประปา งานไฟฟ้าและ อิเล็กทรอนิกส์ งานปูนซีเมนต์ งานเชื่อมโลหะ งานไม้ งานสี ความปลอดภัยใน การปฏิบัติงานช่าง โดยใช้กระบวนการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง ความเข้าใจใน การใช้ทรัพยากรในการทำงานอย่างคุ้มค่าและยั่งยืนเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดย	รายวิชาใหม่เพื่อให้ นักศึกษได้เรียนรู้ งานช่างในชีวิต ประจำวัน ซึ่งจะ นำไปใช้ประโยชน์ใน การดำเนินชีวิต

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	สรุปสาระ การปรับปรุง
	ยึดหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และสามารถนำความรู้ไปใช้ในแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับงานช่างในชีวิตประจำวันได้ Conserving the environment based on the Sufficiency Economy Philosophy, and applying the knowledge of mechanical work to solve daily mechanical problems by studying basic knowledge of mechanical work, plumbing, electrical and electronic work, cement work, welding work, wooden work, painting, and safety of technician work through learning by doing, understanding of worthy and sustainable energy consuming	
	GEN1207 เส้นท่งสงขลา 3(3-0-6) Songkhla Charm ประวัติความเป็นมาของสงขลา ความเชื่อ ศิลปะและวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดกันมารุ่นต่อรุ่น เรียนรู้และเข้าใจสิ่งแวดล้อม รวมถึงศิลปกรรมของชาวสงขลา โดยมีอัตลักษณ์ท้องถิ่นตามแหล่งการเรียนรู้ของชุมชนที่แตกต่างกัน เพื่อให้เข้าใจเรื่องราวเกี่ยวกับท้องถิ่นสงขลาซึ่งเป็นที่ตั้งของมหาวิทยาลัยและสามารถใช้ชีวิตในท้องถิ่นสงขลาได้อย่างมีความสุข Understanding and living happily in Songkhla – the establishment of university by studying history of Songkhla, beliefs, arts and culture, traditions, local wisdoms, Songkhla surrounding and fine arts in different local identities	รายวิชาใหม่ เพื่อให้นักศึกษาได้ เรียนรู้เกี่ยวกับ ศิลปวัฒนธรรม ท้องถิ่นสงขลา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	สรุปสาระ การปรับปรุง
	GEN1208 สมาธิเพื่อพัฒนาชีวิต 3(3-0-6) Meditation for Life Development ความหมายของการทำสมาธิ จุดประสงค์ของการทำสมาธิ ลักษณะของการบริการและการทำสมาธิ ประโยชน์ของสมาธิ ลักษณะอาการต่อต้านสมาธิ และการนำสมาธิไปใช้ในชีวิตประจำวัน สมาธิกับการเรียนและการทำงาน ประโยชน์ของฌานและญาณ ความรู้เกี่ยวกับวิปัสสนาเบื้องต้น The meanings of samadhi (buddhist meditation), its purpose of developing concentration; characteristics of repetition and doing meditation, benefits of meditation; obstacles in doing meditation and its application to use in the daily life, meditation and study or work, benefits of jhana (high meditation) and nana (Intuitive knowledge); basic knowledge of Vipassana	รายวิชาใหม่ เพื่อให้ นักศึกษาได้ศึกษา เกี่ยวกับการทำสมาธิ และสามารถนำมา ปรับใช้ใน ชีวิตประจำวันได้
	GEN1403 สารสนเทศดิจิทัล 3(3-0-6) Digital Information แนวคิดเกี่ยวกับสารสนเทศดิจิทัล การวิเคราะห์สารสนเทศดิจิทัล กฎหมายและจริยธรรมเกี่ยวกับสารสนเทศดิจิทัล การออกแบบคอนเทนต์ การประยุกต์ใช้แอปพลิเคชันเพื่อการผลิตสารสนเทศดิจิทัล การสร้างรายได้จากสารสนเทศดิจิทัล เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ ทักษะความสามารถด้านสารสนเทศ และพร้อมต่อการเข้าสู่สังคมยุคดิจิทัลอย่างสมบูรณ์ Enhancing the knowledge and skills of digital technology ready to enter the digital society by studying the concept of digital information, digital information analysis, laws and ethics for	รายวิชาใหม่ เพื่อให้ให้นักศึกษาได้รับ ความรู้เกี่ยวกับ สารสนเทศที่ทันสมัย

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	สรุปสาระ การปรับปรุง
	digital information, digital content creation, applying application for digital information production, generating income from digital information	
	GEN1101 ฉลาดคิด 3(3-0-6) Smart Thinking ความหมายของการคิด ปัจจัยพื้นฐานของการคิด เทคนิคและวิธีการคิด กระบวนการคิดของมนุษย์ การคิดแก้ปัญหาและการนำเสนอ เพื่อให้มีความรู้และทักษะเกี่ยวกับหลักการคิดและกระบวนการคิด การคิดอย่างสร้างสรรค์ การคิดอย่างมีวิจารณญาณและเป็นระบบ ซึ่งจะนำไปใช้ในการตัดสินใจแก้ปัญหาและนำเสนอข้อมูลได้ รวมทั้งสามารถประยุกต์ใช้กับศาสตร์อื่นได้ Enhancing knowledge and skills about thinking principles and thinking processes, creative thinking, critical and systematic thinking to make decisions, solve problems, and present information and applying the knowledge in other sciences by studying meaning, basic factors, techniques and methods of thinking, thinking processes of humans, problem solving strategies and presentation	รายวิชาใหม่ เพื่อให้นักศึกษาได้รับ ความรู้เกี่ยวกับ กระบวนการคิด
	GEN1103 วิศวกรสังคมเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น 3(2-2-5) Social Engineer for Local Development การพัฒนาทักษะทางสังคมด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม ได้แก่ ทักษะการคิดวิเคราะห์เชิงเหตุผล ทักษะการสื่อสาร ทักษะการประสาน โดยสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้โดยปราศจากข้อขัดแย้ง สามารถระดมทรัพยากรใน	รายวิชาใหม่ เพื่อให้นักศึกษาได้รับ ความรู้เกี่ยวกับการ พัฒนาทักษะทาง สังคมด้วย

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	สรุปสาระ การปรับปรุง
	ท้องถิ่นเพื่อร่วมกันแก้ปัญหา ทักษะการสร้างนวัตกรรมเพื่อแก้ปัญหาบนฐานข้อมูลท้องถิ่น รวมถึงสามารถบูรณาการความรู้และทักษะของวิศวกรสังคมไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน และการพัฒนาท้องถิ่นได้ Solving problems by developing social skills through social engineering processes, namely logical thinking skills, communication skills, coordination skills to work with others without any conflicts and mobilize local resources, solving problems based on local database, integrating and applying the knowledge and social engineering skills in daily life and local development by innovation skills	กระบวนการวิศวกรสังคม
	GEN1501 การประกอบการยุคดิจิทัล 3(3-0-6) Entrepreneurship in the digital era แนวคิดหลักการพื้นฐานการประกอบการยุคดิจิทัล การประเมินความเสี่ยงและการสร้างโอกาสทางการประกอบธุรกิจ การประกอบการที่ใช้ทุนทางสังคมและวัฒนธรรมเพื่อสร้างรายได้แก่ท้องถิ่น การวางแผนทางการเงินเพื่อพัฒนาธุรกิจ การสื่อสารการตลาดยุคดิจิทัล และการเขียนแผนธุรกิจที่ใช้ทุนทางสังคมและทุนทางวัฒนธรรม เพื่อให้นักศึกษาเป็นผู้อประกอบการและสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้รับไปสร้างโอกาสการเป็นผู้ประกอบการได้ Enhancing entrepreneurial mindset and applying the knowledge to create entrepreneurial opportunities by studying the fundamental principles of digital entrepreneurship, risk assessment and generating business opportunities, entrepreneurship	รายวิชาใหม่ เพื่อให้นักศึกษาได้รับความรู้เกี่ยวกับการประกอบการในยุคดิจิทัล

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	สรุปสาระ การปรับปรุง
	employing social and cultural capital to generate local income, financial planning for business development, digital marketing communication, and writing business plan using social and cultural capital	
	GEN1502 การเงินยุคดิจิทัล 3(3-0-6) Finance in the digital era แนวคิดและความสำคัญของการวางแผนการเงินส่วนบุคคล หลักการใช้จ่ายเงินอย่างรู้คุณค่า รูปแบบการออมและการลงทุนส่วนบุคคลในตลาดการเงินดิจิทัล การจัดการความเสี่ยงและผลตอบแทนการลงทุนในตลาดดิจิทัล การรู้เท่าทันอาชญากรรมทางการเงิน เพื่อให้ นักศึกษา รู้เท่าทันและรอดพ้นจากการติดกับดักภัยทางการเงินในรูปแบบทุกรูปแบบ และสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้รับมาวางแผนและบริหารการเงินส่วนบุคคลได้ Enhancing the awareness and avoiding from being ensnared in various financial perils, including applying the acquired knowledge to plan and manage personal finance by studying the concepts and importance of personal financial planning, the principles of sensible financial spending, personal saving and investment models in digital financial market, risk management and return on investment in digital marketing, and financial literacy crime	รายวิชาใหม่ เพื่อให้ นักศึกษา ได้รับ ความรู้เกี่ยวกับการ การเงินในยุคดิจิทัล

ตารางเปรียบเทียบหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564

กับหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2569

หมวดวิชาเฉพาะ

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569			สาระการปรับปรุง
3501204	ภาษาอังกฤษเพื่อธุรกิจ English for Business ฝึกทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ เช่น การสื่อสารทางโทรศัพท์ การนัดหมาย การสอบถามและให้ข้อมูล รวมทั้งการโต้ตอบเอกสารทางธุรกิจในรูปแบบทางการและไม่เป็นทางการ Practice English communication for business in various contexts such as telephoning, making appointment, asking and giving information, dealing with formal and informal business correspondences	3(2-2-5)	3501205	ภาษาอังกฤษเพื่อธุรกิจ English for Business ทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ การสื่อสารทางโทรศัพท์ การนัดหมาย การสอบถามและให้ข้อมูล รวมทั้งคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับงานบริหารธุรกิจเพื่อการโต้ตอบทางธุรกิจ การใช้เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสาร English communication for business in various contexts, telephoning, making appointment, asking and giving information, Including business administration related vocabulary for business with formal and informal	3(2-2-5)	- ปรับรหัสวิชา - ปรับคำอธิบายรายวิชา
3502207	กฎหมายเพื่อธุรกิจ Law for Business กฎหมายเกี่ยวกับ การจัดองค์กรธุรกิจ บุคคล นิติกรรม สัญญาทางธุรกิจ หลักประกันทางธุรกิจ ภาษีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ กฎหมายเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา กฎหมายเกี่ยวกับตราสารทางการเงิน กฎหมายเกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และการระงับข้อพิพาท ทางธุรกิจ Laws regarding organization of business entities, individuals, juristic acts business contracts, business collateral, business-related taxes, intellectual property laws, financial instruments law, Electronic commerce	3(3-0-6)				- ยกเลิกรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	สาระการปรับปรุง
laws and business dispute resolution		
3541103 หลักการตลาด 3(3-0-6) Principles of Marketing แนวคิดพื้นฐานและหน้าที่ทางการตลาด สภาพแวดล้อมทางการตลาด ระบบสารสนเทศทางการตลาด และการวิจัยการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภคการแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ส่วนผสมทางการตลาด การตลาดดิจิทัล การตลาดเพื่อสังคม และจรรยาบรรณทางการตลาด Basic concepts and marketing functions, marketing environments, marketing information system and marketing research, consumer behaviors, market segmentations, target market Determinations and product positioning, marketing mix, digital marketing, marketing for societies, and marketing ethics	3541104 หลักการตลาด 3(3-0-6) Principle of Marketing แนวคิดสำคัญด้านการตลาด สภาพแวดล้อมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การเลือก ตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ส่วนผสมทางการตลาดในยุคดิจิทัล และจรรยาบรรณวิชาชีพนักการตลาด Essential marketing concepts, marketing environment, consumer behavior, marketing segmentation, target market, marketing positioning marketing mix in digital era and the professional ethics of marketers	- ปรับรหัสวิชา - ปรับคำอธิบายรายวิชา
3561103 ผู้ประกอบการกับการจัดการสมัยใหม่ 3(3-0-6) Entrepreneurship with Modern Management คุณสมบัติและประเภทผู้ประกอบการ แนวคิดและวิวัฒนาการทางการจัดการและ องค์การสภาพแวดล้อมในองค์การธุรกิจ จริยธรรมในการจัดการธุรกิจสากล หน้าที่และกระบวนการ ในการจัดการ แนวคิดการเปลี่ยนแปลง ในองค์การ และเครื่องมือ ในการบริหาร จัดการองค์การธุรกิจ Qualification and type of entrepreneur, concepts and evolution of management and organization, The business environment, Ethics in global business management, Management duties and processes, Concept of organizational change, and business management tools	3561104 การเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัล 3(2-2-5) Digital age Entrepreneurship แนวคิดและคุณลักษณะของผู้ประกอบการยุคดิจิทัล จิตวิญญาณการเป็นผู้ประกอบการ ประเภทของธุรกิจ แนวทางการจัดตั้งธุรกิจ กระบวนการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ แนวคิดการสร้างธุรกิจใหม่ โดยการใช้ โมเดลทางธุรกิจ และฝึกปฏิบัติการประกอบธุรกิจ Entrepreneurial orientation and characteristics, entrepreneurial mindset, types of businesses, guidelines for business establishment, modern business management processes, new venture creation utilizing business models and business practical training	- ปรับรหัสวิชา - ปรับชื่อวิชา - ปรับคำอธิบายรายวิชา - ปรับหน่วยกิต

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	สาระการปรับปรุง
3563104 การบริหารการผลิตและการดำเนินงานสำหรับผู้ประกอบการ 3(2-2-5) Production and Operation Management for Entrepreneur บทบาทและหน้าที่ของการผลิตและการดำเนินงาน การพยากรณ์ทางธุรกิจ การวางแผน การควบคุมการผลิตสินค้า และบริการการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกระบวนการการผลิต การจัดการสินค้าคงเหลือ การเลือกทำเลที่ตั้ง การวางผังสถานประกอบการ การจัดการคุณภาพการจัดการ ซัพพลายเชน เทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการดำเนินงานสำหรับผู้ประกอบการ Role and function of production and operations. Business forecasting, planning, production controlling of products and services, product design and manufacturing processes, Inventory, management, location analysis, lay out of the establishment quality management Supply chain management new technology related to production and operation for entrepreneur		- ยกเลิกรายวิชา
3601001 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ 3(3-0-6) Human Resource Management แนวคิดการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การวิเคราะห์งาน การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ การสรรหาและคัดเลือก การฝึกอบรมและพัฒนา การประเมินการปฏิบัติงาน การให้ประโยชน์ตอบแทน แรงงานสัมพันธ์ ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ตลอดจนการสร้าง ความผูกพันต่อองค์กร Concepts of human resource management, job analysis, human resource planning, recruitment and selection, training and development, performance appraisal, compensation and benefits,	3601022 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ 3(3-0-6) Human Resource Management ความรู้ทั่วไปของการจัดการองค์การ การจัดโครงสร้างองค์การ แนวคิดการบริหารทรัพยากรมนุษย์ การจัดหาทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การบริหารค่าตอบแทนและสิ่งจูงใจ การประเมินผลการปฏิบัติงาน แรงงานสัมพันธ์และกฎหมายแรงงาน อาชีวอนามัยและความปลอดภัย General knowledge of organizational management, organizational structure, human resource management concept, human resource recruitment, human resource development,	- ปรับรหัสวิชา - ปรับคำอธิบายรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	สาระการปรับปรุง
employee relations, Human resource information system and employee engagement	compensation and incentive management, performance appraisal, employee relation and labour laws, occupational and safety	
3612201 โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อธุรกิจ 3(2-2-5) Business Computer Application ทักษะการใช้งานซอฟต์แวร์ที่จำเป็นสำหรับธุรกิจ พื้นฐานระบบคอมพิวเตอร์และระบบปฏิบัติการ การใช้ซอฟต์แวร์ประมวลผลซอฟต์แวร์ ตารางคำนวณ ซอฟต์แวร์สำหรับการนำเสนอ การใช้งานแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์เคลื่อนที่สำหรับธุรกิจ และจริยธรรม ในการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ Skills in applying essential software for business fundamental of computer system and operating system, word processing, spreadsheets and presentation. Using mobile application for business. Ethics in using computer systems	3611302 นวัตกรรมดิจิทัลและเทคโนโลยี 3(2-2-5) Digital Innovation and Technology แนวคิดด้านนวัตกรรมดิจิทัล บทบาทของเทคโนโลยีดิจิทัลต่อธุรกิจ เทคโนโลยีฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ เทคโนโลยีด้านการวิเคราะห์ข้อมูล การนำเสนอข้อมูล การแสดงข้อมูลด้วยภาพ เทคโนโลยีประมวลผลแบบคลาวด์ เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ การใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์กับธุรกิจยุคดิจิทัล เทคโนโลยีบล็อกเชนประเด็นจริยธรรมในการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ Basic concepts of digital innovation, business role of digital technology hardware and software technologies, data analysis technology, data presentation, data visualization, cloud computing technology, artificial intelligence technology, application of artificial intelligence in business, block chain technology, ethical issues in the use of digital technology and artificial intelligence	- ปรับรหัสวิชา - ปรับชื่อวิชา - ปรับคำอธิบายรายวิชา
3631112 เศรษฐศาสตร์เพื่อธุรกิจ 3(3-0-6) Economics for Business แนวคิดทางเศรษฐศาสตร์สำหรับการตัดสินใจทางธุรกิจและการพยากรณ์ธุรกิจ การวางแผนงบประมาณและกำไร การประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เครื่องชี้สภาพเศรษฐกิจ นโยบายการเงิน การคลัง การเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ทางเศรษฐกิจมหภาคที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ Economic concepts for business decision making and business forecasting, budget and profit planning, application of Sufficiency	3631113 หลักเศรษฐศาสตร์ 3(3-0-6) Principle to Economics เศรษฐศาสตร์จุลภาค ความหมายและความสำคัญของวิชา เศรษฐศาสตร์ พฤติกรรมผู้บริโภคและอุปสงค์ ทฤษฎีการผลิตและอุปทาน โครงสร้างตลาดและการกำหนดราคา คุณภาพของตลาด แนวคิดเศรษฐศาสตร์เชิงพฤติกรรม เศรษฐศาสตร์มหภาค ดัชนีชี้วัดทางเศรษฐศาสตร์ เงินเฟ้อและการว่างงาน การเงินและนโยบายการเงิน การคลังและนโยบายการคลัง เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ และการพัฒนาเศรษฐกิจ	- ปรับรหัสวิชา - ปรับชื่อวิชา - ปรับคำอธิบายรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	สาระการปรับปรุง
Economy Philosophy, economic indicators, fiscal policy and monetary policy, the effect of macroeconomics situation change to the business	Microeconomics, definition and importance of economics, consumer behavior and demand, theory of production and supply, market structure and price determination, market equilibrium, concepts in behavioral economics, Macroeconomics, economic indicators, inflation and unemployment, finance and monetary policy, public finance and fiscal policy, international economics, and economic development	
3632302 สถิติและการวิเคราะห์เชิงปริมาณ 3(2-2-5) Statistics and Quantitative Analysis สถิติพรรณนา สถิติอนุมานและการประยุกต์ใช้สถิติในการวางแผน และตัดสินใจทางธุรกิจ ตัวแบบการตัดสินใจ การโปรแกรมเชิงเส้น ตัวแบบการขนส่งและการวิเคราะห์ข่ายงาน การจำลองสถานการณ์ และการประยุกต์ใช้โปรแกรม Descriptive statistics, inferential statistics, the application of statistics in planning and decision making, decision theory, linear programming, transportation model and network analysis and simulation and apply for statistical programs		- ยกเลิกรายวิชา
641113 การบัญชีธุรกิจ 3(2-2-5) Business Accounting ความหมาย วัตถุประสงค์ ความสำคัญของการจัดทำบัญชีในธุรกิจ การใช้ประโยชน์ของข้อมูลทางการบัญชี ความรู้เกี่ยวกับหลักการและวิธีการบัญชีเบื้องต้นตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินและองค์ประกอบของงบการเงิน	3641106 การบัญชีและภาษีอากรสำหรับผู้ประกอบการ 3(2-2-5) Accounting and Taxation for Entrepreneurs แนวคิด วัตถุประสงค์ หลักการจัดทำบัญชีเบื้องต้นของธุรกิจ และการจัดทำรายงานทางการเงิน หลักการเบื้องต้นภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาสำหรับผู้ประกอบการ และภาษีเงินได้นิติบุคคล	- ปรับรหัสวิชา - ปรับชื่อวิชา - ปรับคำอธิบายรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	สาระการปรับปรุง
Meaning, objective importance of accounting preparation in business the use of accounting information; knowledge of the principles and procedures of financial reporting standards, and elements of financial statements	Concepts, objectives, basic accounting principles of business and financial reporting, basic principles of value-added tax, personal income tax for entrepreneurs, and corporate income tax	
3641114 การเงินเพื่อธุรกิจ 3(2-2-5) Finance for Business การวิเคราะห์งบการเงิน การพยากรณ์ทางการเงินและการวางแผนทางการเงิน การบริหารเงินสด การบริหารเงินทุนหมุนเวียน มูลค่าเงินตามเวลา การวิเคราะห์งบการเงิน แหล่งเงินทุน ตลาดการเงิน และตลาดทุน โครงสร้างเงินทุนและ ต้นทุนเงินทุนทางการเงินเพื่อการตัดสินใจลงทุน การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ กำไร Financial statement analysis, financial forecast, cash management and financial planning, working capital management, the time value of money, the analysis of capital budgeting, sources of fund, money market and capital market, capital structure and costs of capital for investment decisions cost volume profit analysis	3642117 การเงินเพื่อธุรกิจ 3(2-2-5) Business Finance มูลค่าเงินตามเวลา การวางแผนทางการเงิน การบริหารเงินสด การบริหารเงินทุนหมุนเวียน การวิเคราะห์งบการเงิน ผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยน แหล่งเงินทุน โครงสร้างเงินทุนและ ต้นทุนเงินทุนทางการเงินเพื่อการตัดสินใจลงทุน สกุลเงินคริปโต สินทรัพย์ดิจิทัล Time value of money, financial planning, cash management, working capital management, capital statement analysis, effects of exchange rate, sources of funds, capital structure and cost of financial capital for investment decision making, crypto currencies, digital assets	- ปรับรหัสวิชา - ปรับคำอธิบายรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2569	สาระการปรับปรุง
3542110 นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา 3(3-0-6) Product and Pricing polies รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด Prerequisite course : 3541103 Principles of Marketing บทบาทของผลิตภัณฑ์ และราคาในการบริหารการตลาดปัจจัยสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์และราคา การพัฒนาตลาดเป้าหมาย การตัดสินใจเกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ ตราสินค้าเอกลักษณ์ของตราสินค้า คุณค่าตราสินค้า การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ นโยบายราคา วิธีการกำหนดราคา จริยธรรมในการกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์และราคา Roles of products and prices in marketing management, environmental factors affecting determinations of product and price policies, target market development, decision-making to product mix, product brands, product brand values, product positioning. strategies of product life cycles, product development, pricing policies, pricing methods, ethics in products and pricing policie	3542205 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา 3(3-0-6) Product and Price Management บทบาทของผลิตภัณฑ์และราคา ปัจจัยสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์และราคา การพัฒนาตลาดเป้าหมาย การตัดสินใจเกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ นโยบายราคา วิธีการกำหนดราคา จริยธรรมในการกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์และราคา The roles of products and price, environmental factors affecting product and pricing policies, target market development, product mix decisions, branding, product positioning, product life cycle strategies, product development, pricing policies, pricing methods, and ethics in determining product and pricing policies	สาระการปรับปรุง - ปรับรหัสวิชา - ปรับชื่อวิชา - ปรับคำอธิบายรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2569	สาระการปรับปรุง
3542312 การจัดการการกระจายสินค้าและโลจิสติกส์ 3(3-0-6) Distribution and Logistics Management รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด Prerequisite course : 3541103 Principles of Marketing แนวคิดในการจัดการช่องทางตลาดและโลจิสติกส์ สภาพแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อช่องทางตลาด การวางแผนโครงสร้างช่องทางตลาด บทบาทและประเภทของคนกลาง การค้าปลีกค้าส่งสมัยใหม่ การบริหารการจัดจำหน่ายแบบเชื่อมโยง การจัดการห่วงโซ่อุปทาน การบริหารคำสั่งซื้อ ศูนย์กระจายสินค้า คลังสินค้า การบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง และการจัดส่งเทคโนโลยี สารสนเทศในการกระจายสินค้า Concepts of managing the marketing channels and logistics, environments leading to marketing channels, planning of marketing channel structures, roles and types of intermediaries, modern retail and wholesale, interconnected distribution management, supply chain management, purchase order management, product distribution centers, warehouses, product packaging for logistics, and delivery of information technology in product distributions	3542405 การจัดจำหน่ายและโลจิสติกส์ 3(3-0-6) Distribution and Logistics แนวคิดเกี่ยวกับการจัดจำหน่ายและโลจิสติกส์ การจัดส่วนประสมทางการตลาดในระบบช่องทางการจัดจำหน่าย การปรับเปลี่ยนระบบช่องทางการจัดจำหน่าย การจัดการเชิงบูรณาการช่องทางการตลาดดิจิทัลและช่องทางการตลาดแบบดั้งเดิม การจัดการโลจิสติกส์ การขนส่ง การจัดซื้อ การจัดการคลังสินค้า และการกระจายสินค้า Distribution and logistics concepts, marketing mix management in distribution channels, the adaptation of distribution channel systems, integrated management of digital marketing channels and traditional marketing channels, logistics management, transportation, procurement, warehouse management, and distribution	- ปรับรหัสวิชา - ปรับชื่อวิชา - ปรับคำอธิบายรายวิชา
3543408 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ 3(3-0-6) Integrated Marketing Communication รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด Prerequisite course : 3541103 Principles of Marketing	3542501 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ 3(2-2-5) Integrated Marketing Communication แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ กิจกรรมการส่งเสริมการตลาด การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การใช้พนักงานขาย การตลาดทางตรง บูรณาการการสื่อสารด้วยสื่อดั้งเดิมกับสื่อสมัยใหม่ และจรรยาบรรณวิชาชีพโฆษณา	- ปรับรหัสวิชา - ปรับเป็นวิชาปฏิบัติ - ปรับคำอธิบายรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2569	สาระการปรับปรุง
แนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ บทบาทและความสำคัญของการสื่อสารการตลาด เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การวางแผนการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การจัดทำงบประมาณ การควบคุมและการประเมินผล จรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาด Integrated marketing communication concepts, roles and importance of marketing communication, tools of integrated marketing communication, integrated marketing communication planning, budget specifications, control and evaluation, marketing communication ethics	Integrated marketing communication concepts, promotional activities, advertising, public relations, sales promotions, personal selling, direct marketing, integration of traditional media communication with modern media, and advertising professional ethics	
3542109 พฤติกรรมผู้บริโภค 3(3-0-6) Consumer Behavior รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด Prerequisite course : 3541103 Principles of Marketing หลักการ และทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค การประยุกต์ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการกำหนดส่วนประสมทางการตลาด การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล และจรรยาบรรณทางการตลาดต่อผู้บริโภค Principles and theories of consumer behaviors, analysis of internal and external factors influencing consumers' purchasing decisions, applications of consumer behavior knowledge to marketing mix determinations, changes of consumer behaviors in the digital era, and marketing ethic towards consumers	3541105 พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล 3(3-0-6) Consumer Behavior in Digital Era แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล พฤติกรรมผู้บริโภคต่อสภาพแวดล้อมในยุคดิจิทัล กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคกับกลยุทธ์การตลาด Consumer behavior concepts in the digital era, consumer behavior toward the digital environment, consumer decision-making processes, factors Influencing consumer purchase decision, consumer behavior analysis in marketing strategies	- ปรับรหัสวิชา - ปรับชื่อวิชา - ปรับคำอธิบายรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2569	สาระการปรับปรุง
3543603 การวิจัยตลาด 3(2-2-5) Marketing Research รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด Prerequisite course : 3541103 Principles of Marketing ความหมาย ความสำคัญ และกระบวนการวิจัย การกำหนดปัญหาการวิจัย การออกแบบการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การประมวลผล ข้อมูลการวิเคราะห์และการตีความข้อมูล การจัดทำรายงานการวิจัย และการนำเสนอข้อมูล เพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจทางการตลาด Definitions, importance and research processes, research question determinations, research designs, data collections, data processing, data analysis and interpretations, research reports, and information presentations based on analyzed data to be guidelines for marketing decisions	3543605 การวิจัยตลาด 3(2-2-5) Marketing Research แนวคิดและกระบวนการวิจัยทางการตลาด การกำหนดปัญหาการวิจัย ทบทวนวรรณกรรม การออกแบบการวิจัย เทคนิคการกำหนดแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการวิจัย การประมวลผลข้อมูล การเขียนรายงานการวิจัยและการนำเสนอ Concepts and processes of marketing research, research problem definition, literature review, research design, questionnaire design techniques, statistical methods in research, technological applications in research, data processing, writing research reports and presentations	- ปรับรหัสวิชา - ปรับคำอธิบายรายวิชา
3543107 การวางแผนการตลาด 3(2-2-5) Marketing Planning รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด Prerequisite course : 3541103 Principles of Marketing แนวคิดและความสำคัญของการวางแผนการตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด การแข่งขันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ตลาด วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ และสินค้า การพัฒนา รูปแบบแผนการตลาด	3543123 แผนการตลาด 3(2-2-5) Marketing Plan แนวคิดและทฤษฎีในการวางแผนการตลาด การฝึกปฏิบัติวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การกำหนดการแบ่งส่วนตลาด กำหนดตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด การปฏิบัติการและควบคุม ภายใต้กรอบของจรรยาบรรณทางการตลาด	- ปรับรหัสวิชา - ปรับชื่อวิชา - ปรับคำอธิบายรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2569	สาระการปรับปรุง
ประกอบด้วย การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ทั้งภายในและภายนอก การกำหนดตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด กลยุทธ์ที่ใช้ในการตลาด การกำหนดยอดขายตามระยะเวลา การกำหนดงบประมาณแผนการตลาด การวางแผนการปฏิบัติทางการตลาด วิธีการเขียน การนำเสนอกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องและการฝึกปฏิบัติการวางแผนการตลาด ภายใต้สถานการณ์ปัจจุบัน Concepts and importance of marketing planning, marketing environment analysis, technological advancement competitions complied with market situations, product and goods life cycles, development of marketing planning models consisting of the internal and external marketing environment analysis, marketing mix strategies, target market decisions, and product positioning, strategy designs of marketing mix, marketing strategies, sales determinations for a certain period of time, specifications of marketing plan budget, marketing operation planning, writing procedures of marketing operation plans, presentations of related case studies and practice of marketing planning using current marketing issues	Concepts and theories in marketing planning, practical training in analyzing the marketing environment, consumer behavior, market segmentation, product positioning, marketing mix strategy formulation, operations and control within the framework of marketing ethics	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2569	สาระการปรับปรุง
	3541106 บุคลิกภาพนักการตลาด 3(2-2-5) Marketeer Personality ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับบุคลิกภาพ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบุคลิกภาพ บุคลิกภาพภายนอกและภายใน ทักษะการสื่อสาร การจัดการกับอารมณ์ การปรับตัวและการตัดสินใจตามสถานการณ์ ภาวะผู้นำ การทำงานเป็นทีมการเรียนรู้ตลอดชีวิต จริยธรรมพื้นฐานในการดำเนินชีวิต The basic knowledge about personality, theories related to personality development, external and internal personality, communication skills, emotional management, adaptation and decision-making according to situations, leadership, teamwork, lifelong learning, and fundamental ethics in life	- รายวิชาใหม่
3543306 การบริหารงานขาย 3(2-2-5) Sales Management รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด Prerequisite course : 3541103 Principles of Marketing แนวคิดของการบริหารงานขาย ขั้นตอนการบริหารงานขาย การพยากรณ์ยอดขาย การจัดการครุภัณฑ์ขาย การบริหารพนักงานขาย ศิลปะการขาย การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ความรับผิดชอบต่อสังคมและ จริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับการขาย Sales management concepts , sales management procedures, sales forecasts, organization structures of sales department, sales staff management , art of sales, sales personnel and customer relationships, social responsibilities, and sales ethics	3542502 การจัดการการขายและเทคนิคการขาย 3(2-2-5) Sales Management and Sales Techniques แนวคิด และหลักการในการบริหารงานขาย การวางแผนการขาย การสร้างทีมงานและบริหารพนักงานขาย การพยากรณ์ยอดขาย เทคนิคการนำเสนอขาย ทักษะการเจรจาต่อรอง การประเมินผลการปฏิบัติงาน จรรยาบรรณการขาย และฝึกปฏิบัติงานด้านการขาย Concepts and principles of sales management, sales planning, team building and sales staff management, sales forecasting, sales presentation techniques, negotiation skills, performance evaluation, sales ethics, and sales training	- ปรับรหัสวิชา - ปรับชื่อวิชา - ปรับคำอธิบายรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2569	สาระการปรับปรุง
	3542901 เทคโนโลยีทางการตลาด 3(2-2-5) Technology for Marketing ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัล การสืบค้นข้อมูลสารสนเทศทางการตลาดโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล กลยุทธ์การแข่งขันทางการตลาด การฝึกปฏิบัติการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลกับงานด้านการตลาด จรรยาบรรณและกฎหมายในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล Advances in digital technology, searching for marketing information using digital technology, marketing competition strategies, training on the use of digital technology in marketing, ethics and laws in digital technology use	- รายวิชาใหม่
3543115 การตลาดดิจิทัล 3(2-2-5) Digital Marketing รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด Prerequisite course : 3541102 Principles of Marketing แนวคิด บทบาท ความสำคัญของการตลาดดิจิทัลในยุคปัจจุบัน การสร้างเครื่องมือการตลาด social media marketing และการบริการ การจัดทำแผนแบบเชื่อมโยง การประยุกต์เทคโนโลยีดิจิทัล กับกลยุทธ์การตลาด กฎหมายและจรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับการตลาดดิจิทัล Concepts, roles and importance of updated digital marketing, marketing platform creations named “social media marketing” and services, interconnected distributions, digital technology applications to marketing strategies, laws and ethics in digital marketing	3543902 การตลาดดิจิทัล 3(2-2-5) Digital Marketing แนวคิดและความสำคัญของการตลาดดิจิทัล การตลาดดิจิทัลในยุคปัจจุบัน การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การสร้างเครื่องมือการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย มาร์เก็ตเพลส กฎหมายและจริยธรรมธุรกรรมการตลาดดิจิทัล การฝึกปฏิบัติการทำเครื่องมือการตลาดดิจิทัล Concepts and importance of digital marketing, the digital marketing in the present era, consumer behavior analysis, creating marketing tools through social media, social media platforms, marketplace, laws and ethics in digital marketing transactions, and practical training of creating digital marketing tools	- ปรับรหัสวิชา - ปรับคำอธิบายรายวิชา - ปรับเป็นกลุ่มวิชาเฉพาะด้านบังคับ

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2569	สาระการปรับปรุง
3544608 โครงการการตลาด 3(2-2-5) Marketing Project รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด และ 3543603 การวิจัยตลาด Prerequisite course : 3541103 Principles of Marketing and 3543603 Marketing Research ความหมายและความสำคัญของโครงการการตลาด การสืบค้นข้อมูลและการกำหนดหัวข้อโครงการการตลาด การเขียนโครงการการตลาด และนำเสนอเพื่อการพิจารณาอนุมัติ การดำเนินงานตามแผนโครงการการตลาด การควบคุม และการประเมินผล การจัดทำรายงานและการนำเสนอโครงการการตลาด โดยเน้นการทำงานเป็นทีมภายใต้การควบคุมของอาจารย์ที่ปรึกษา Definitions and importance of marketing projects, information searches and determinations of marketing project topics, writing procedures of marketing project proposals, submission for approval, project implementations based on designed marketing plans, control and evaluation, written report submission, and team working presentations of marketing projects under advisors' supervisions	3543606 โครงการทางการตลาด 3(2-2-5) Marketing Project แนวคิดการประกอบธุรกิจ การสืบค้นข้อมูล การสร้างสรรค์โครงการทางการตลาด กระบวนการวางแผน นำเสนอโครงการ การนำแผนไปสู่การปฏิบัติงานจริง และการประเมินผล Entrepreneurship concepts, searching for information, creation of marketing projects, planning processes, project presentation, Implementation of the plan, and evaluation	- ปรับรหัสวิชา - ปรับชื่อวิชา - ปรับคำอธิบายรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2569	สาระการปรับปรุง
3543116 การตลาดผู้ประกอบการท้องถิ่น 3(2-2-5) Local Entrepreneur Marketing รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด Prerequisite course : 3541103 Principles of Marketing แนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ ประเภทของผู้ประกอบการท้องถิ่น การสร้างความได้เปรียบด้านการแข่งขัน การสร้างความสัมพันธ์ในห่วงโซ่อุปทาน เทคนิคในการทำตลาดท้องถิ่นการวิเคราะห์คู่แข่ง การใช้เทคโนโลยี ในการจัดการธุรกิจท้องถิ่น การประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง โดยใช้ทฤษฎีทาง การตลาดเข้าไปแก้ปัญหาตามสถานการณ์ ลงพื้นที่เพื่อรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเตรียมการนำเสนอโครงการการตลาด Entrepreneurship concepts, local operator types, processes of gaining advantages in marketing competitions, supply chain relationships, marketing techniques in local business, competitor analysis, technology in local marketing management, applications of the sufficiency economy concepts emphasizing on marketing theories to solve situational problems, a marketing project based on real data collection and data analysis	3543124 การตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน 3(2-2-5) Community Product Marketing แนวคิดการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์ฮาลาล และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน การสร้างความได้เปรียบด้านการแข่งขัน การสร้างความสัมพันธ์ในห่วงโซ่อุปทาน แผนธุรกิจชุมชนและแผนการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน Community product marketing concepts, halal products, sustainable development goals, creating competitive advantages, building relationships in the supply chain, community in business and product marketing plans, technology digital use in community product marketing	- ปรับรหัสวิชา - ปรับชื่อวิชา - ปรับคำอธิบายรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2569	สาระการปรับปรุง
3543122 นวัตกรรมการตลาด 3(2-2-5) Marketing Innovation รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด Prerequisite course : 3541103 Principles of Marketing ความหมายและความสำคัญของนวัตกรรมการตลาด องค์ประกอบของ นวัตกรรมการตลาด เครื่องมือสนับสนุน นวัตกรรมทางการตลาด การพัฒนาการคิดวิเคราะห์ การคิดเชิงระบบ และความคิดสร้างสรรค์ การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยใช้นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ กรณีศึกษา ด้านนวัตกรรมทางการตลาด Definitions and importance of marketing innovations, elements of marketing innovations, marketing innovation support tools, development of analytical thinking, system thinking, and creative thinking, value added creation by innovations and creative thinking, case studies of marketing innovations	3542116 การตลาดสร้างสรรค์ 3(2-2-5) Creative marketing แนวคิดการตลาดสร้างสรรค์และนวัตกรรมการตลาด การวิเคราะห์ และการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ทางการตลาด กระบวนการคิดเชิงออกแบบ การจุดประกายความคิดสร้างสรรค์ การสังเคราะห์ข้อมูล การระดมสมองและการทดลอง และการนำไปปฏิบัติในการทำการตลาดสร้างสรรค์ Creative marketing concepts and marketing innovation, marketing creative analysis and development, design thinking process, creative spark, data synthesis, brainstorming and experimentation, and creative marketing implementation	สาระการปรับปรุง - ปรับรหัสวิชา - ปรับชื่อวิชา - ปรับคำอธิบายรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2569	สาระการปรับปรุง
3543117 การตลาดโลก 3(3-0-6) Global Marketing รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด Prerequisite course : 3541103 Principles of Marketin แนวคิดและปรัชญาการบริหารการตลาดโลก องค์กรและข้อตกลงทางการค้าในตลาดโลก สภาพแวดล้อมในตลาดโลก การเลือกตลาด กลยุทธ์การตลาดโลก จริยธรรมทางการตลาดโลก Concepts and philosophies of global marketing management, organizations and trade agreements in the global markets, global market environments, market selections, global marketing strategies, global marketing ethics	3543801 การตลาดโลก 3(3-0-6) Global Marketing แนวทางในการดำเนินธุรกิจในต่างประเทศ ระบบธุรกิจ การวิเคราะห์ความได้เปรียบในการแข่งขัน ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการแข่งขันในต่างประเทศ วิธีการเข้าสู่ตลาดโลก และการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดโลก Approaches for business abroad operation, business systems, analysis of competitive advantages, factors affecting competition in international markets, methods of entering global markets, and the creation of global marketing strategies	- ปรับรหัสวิชา - ปรับชื่อวิชา - ปรับคำอธิบายรายวิชา
	3543125 การตลาดธุรกิจเพื่อสุขภาพ 3(3-0-6) Health Business Marketing ความสำคัญและแนวโน้มการตลาดธุรกิจเพื่อสุขภาพ การแสวงหาข้อมูล วิเคราะห์ และตัดสินใจทางการตลาด การสร้างความพึงพอใจ การวางแผนกลยุทธ์การตลาดธุรกิจเพื่อสุขภาพโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ จรรยาบรรณในการดำเนินการตลาดเพื่อสุขภาพ Importance and trends for health in marketing business, information seeking, analysis and marketing decision making, satisfaction creation, planning innovative marketing business strategies for health, health marketing ethics	- รายวิชาใหม่

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2569	สาระการปรับปรุง
	3543127 การตลาดธุรกิจท่องเที่ยวชุมชน 3(2-2-5) Community Tourism Business Marketing แนวคิดการตลาดธุรกิจท่องเที่ยวชุมชน พฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยว ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชน การวิเคราะห์สถานการณ์และสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน ส่วนประสมทางการตลาดในธุรกิจท่องเที่ยว การเขียนโปรแกรมการท่องเที่ยว จิตบริการ การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การสร้างประสบการณ์ของลูกค้า Concepts of marketing for community tourism businesses, tourist consumption behavior, businesses related to community tourism, situation analysis and competitive environment, marketing mixes in tourism business, tourism programming, service mind, building customer relationships, creating customer experiences	- รายวิชาใหม่
	3543129 การตลาดสังคมผู้สูงอายุ 3(3-0-6) Marketing for Aged Society แนวคิดของตลาดผู้สูงอายุ แนวโน้มตลาดผู้สูงอายุ นโยบายรัฐบาลในการช่วยเหลือผู้สูงอายุ พฤติกรรมผู้บริโภคและการตัดสินใจซื้อของผู้สูงอายุ ตลาดเป้าหมาย กลยุทธ์การตลาดสำหรับผู้สูงอายุ และจรรยาบรรณทางการตลาดในการทำการตลาดผู้สูงอายุ Elderly market concepts, aging marketing trends, government policies for assisting the elderly, consumer behavior and purchasing decision-making of the elderly, target market, marketing strategies for elderly businesses, and elderly marketing ethics	- รายวิชาใหม่

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2569	สาระการปรับปรุง
	3542114 การออกแบบสื่อสร้างสรรค์ด้านการตลาด 3(2-2-5) Creative Media Design for Marketing หลักการ องค์ประกอบ การใช้ภาพ การจัดวางตัวอักษร การตัดต่อวิดีโอของการออกแบบ เครื่องมือ เทคนิควิธีสำหรับสื่อดิจิทัลและการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ การออกแบบการตลาดเชิงเนื้อหา ประเภทและเครื่องมือการตลาดเชิงเนื้อหา กลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหา การสร้างการตลาดเชิงเนื้อหาและเทคนิคการสร้างเนื้อหา การเล่าเรื่อง การใช้เทคโนโลยีทำการตลาดเชิงเนื้อหา Principles, elements, image usage, typography, design video editing, tools, techniques for digital media and creative design, content marketing design, content marketing types and tools, content marketing strategies, content marketing creation and content creation techniques, storytelling, using technology for content marketing	- รายวิชาใหม่
	3543205 การสร้างแบรนด์ 3(2-2-5) Brand Making แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์ การวางตำแหน่งทางการตลาดของแบรนด์ องค์ประกอบของแบรนด์ การออกแบบแบรนด์ กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ การยกระดับแบรนด์ กิจกรรมทางการตลาดเพื่อการสร้างแบรนด์ การสื่อสารแบรนด์ คุณค่าของแบรนด์ และการบริหารจัดการแบรนด์ตามสถานการณ์ Concepts of brand making, brand positioning, brand elements, brand designs, brand strategies, brand elevation, marketing activities for brand making, brand communication, brand value, and brand management based on situational contexts	- รายวิชาใหม่

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2569	สาระการปรับปรุง
3543109 การตลาดบริการ 3(3-0-6) Service Marketing รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด Prerequisite course : 3541103 Principles of Marketing ลักษณะเฉพาะของกิจการบริการที่แตกต่างจากการผลิต การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การวางแผน และการออกแบบกระบวนการให้บริการ ส่วนประสมการตลาด บริการเพื่อให้บรรลุคุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า วิถีวัดความพึงพอใจของบริการ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้รับบริการ รวมถึงแนวคิดต่างๆ ทางด้านการตลาดบริการที่สำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้า ความรับผิดชอบต่อสังคมและจริยธรรมของผู้ประกอบการ Characteristics of service business, analysis of marketing environments, consumer behaviors, technological advancement, planning and designing processes of service business, service marketing mix to achieve service quality, customer satisfaction and loyalty, satisfaction measurement methods on service products, formation of positive relationships with customers, service marketing concepts affecting customers' satisfaction, corporate social responsibilities, and entrepreneurship ethics	3543125 การตลาดธุรกิจบริการ 3(3-0-6) Service Business Marketing แนวคิดตลาดบริการในยุคดิจิทัล ประเภทและธรรมชาติของธุรกิจบริการ การวางแผนธุรกิจบริการ การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย กลยุทธ์ของตลาดบริการ การสร้างประสบการณ์ของผู้บริโภคในการให้บริการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและจริยธรรมผู้ให้บริการ Service marketing concepts in the digital age, types and nature of service businesses, service business planning, target segmentation, service marketing strategies, creating consumer experiences in service provision, responsibilities and ethics of service providers	- ปรับรหัสวิชา - ปรับคำอธิบายรายวิชา - ปรับเป็นกลุ่มวิชาเฉพาะด้านบังคับ

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2569	สาระการปรับปรุง
	3543802 การตลาดข้ามวัฒนธรรม 3(3-0-6) Cross Culture Marketing ความหมาย ลักษณะและองค์ประกอบของการตลาดข้ามวัฒนธรรม พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ต่างวัฒนธรรมกัน การเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่มีวัฒนธรรมแตกต่างกัน ส่วนผสมทางการตลาดที่วัฒนธรรมแตกต่างกัน การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับตลาดข้ามวัฒนธรรม Definition, characteristics and elements of cross-cultural marketing, consumer behavior across cultures, accessing consumers across cultures, marketing mix across cultures, formulating marketing strategies for cross-cultural markets	- รายวิชาใหม่
	3543803 การค้าชายแดน 3(3-0-6) Cross Border Marketing บทบาท และความสำคัญของการตลาดชายแดน ที่มีต่อเศรษฐกิจของประเทศ กฎหมายระหว่างประเทศชายแดน การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดชายแดน นโยบายส่งเสริมการค้าชายแดนของภาครัฐ พฤติกรรมผู้บริโภคข้ามวัฒนธรรม กลยุทธ์การแข่งขันตลาดชายแดน The role and importance of border marketing towards the national economy, international border laws, border market opportunity analysis, government policies for promoting border trade, cross-cultural consumer behavior, border marketing competition strategies	- รายวิชาใหม่

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2569	สาระการปรับปรุง
	3543128 การตลาดเพื่อความยั่งยืน 3(2-2-5) Marketing for Sustainability แนวคิดการตลาดเพื่อความยั่งยืน การวางแผนการตลาดสำหรับธุรกิจเพื่อสังคม การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด การพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด พฤติกรรมการบริโภค เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) การใช้นวัตกรรมทางการตลาดในการแก้ปัญหาเพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับสังคม กรณีศึกษาด้านการตลาดแบบยั่งยืนทั้งในประเทศและต่างประเทศ Sustainable marketing concepts, marketing planning for social businesses, marketing environment analysis, development of marketing mix strategies, consumer behavior, Sustainable Development Goals (SDGs), Using marketing innovations to solve problems and build sustainability for society case studies of sustainable marketing both domestically and internationally	- รายวิชาใหม่

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2569	สาระการปรับปรุง
354311 การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 3(3-0-6) Social and Environment Marketing รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด Prerequisite course : 3541103 Principles of Marketing แนวคิดการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ปัญหาของสังคมและสิ่งแวดล้อม หลักการตลาดสีเขียว กระบวนการจัดการตลาด ความรับผิดชอบต่อธุรกิจต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม พฤติกรรมผู้บริโภคที่คำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม การวางแผนการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และสามารถนำไปปฏิบัติได้ Concepts of social and environmental marketing, environmental marketing planning and applications, social and environmental problems, green marketing principles, market management processes, corporate social and environmental responsibilities, analysis of the social and environmental marketing, consumer behaviors considering issues of societies and environments, social and environmental marketing planning and applications		- ยกเลิกรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2569	สาระการปรับปรุง
3543118 การตลาดสินค้าเกษตร 3(3-0-6) Agriculture Marketing รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด Prerequisite course : 3541103 Principles of Marketing สภาพแวดล้อมของตลาดสินค้าเกษตร นโยบายรัฐบาลสินค้าเกษตร กรณีศึกษาทางการตลาดสินค้าเกษตร การสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร การพัฒนากลยุทธ์ การตลาด การบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายแบบเชื่อมโยง Concepts of agricultural market structures, environmental factors of agricultural product markets, government policies of agricultural products, case studies of agricultural product marketing, value added creation to agricultural products, marketing strategy development, management of interconnected distribution channels		- ยกเลิกรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2569	สาระการปรับปรุง
3543307 การจัดซื้อ 3(3-0-6) Purchasing รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด Prerequisite course : 3541103 Principles of Marketing หลักการ และการบริหารงานเกี่ยวกับการจัดซื้อ กลยุทธ์ การจัดซื้อ การเลือกแหล่งขาย การเจรจาต่อรอง การควบคุมสินค้า คงคลัง ระบบการจัดซื้อ การจัดซื้อแบบออนไลน์ การเก็บสถิติรายงานเกี่ยวกับการจัดซื้อ กลยุทธ์การจัดซื้อ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้อ Principles and management of procurement, purchasing strategies,sales source determinations, purchasing negotiations, inventory control, purchasing systems, online purchasing, statistical data collections of purchasing, purchasing strategies, laws related to purchasing		- ยกเลิกรายวิชา
3543308 การจัดการค้าปลีกและจัดแสดงสินค้า 3(2-2-5) Retail Management and Exhibition รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด Prerequisite course : 3541103 Principles of Marketing รูปแบบของธุรกิจค้าปลีก พฤติกรรมการซื้อของลูกค้า กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจค้าปลีก การจัดซื้อสินค้า การจัดการสินค้าคงคลัง การออกแบบผังร้านค้าและการจัดแสดงสินค้า การให้บริการแก่ลูกค้าในธุรกิจค้าปลีก	3542406 การจัดการค้าปลีก 3(2-2-5) Retailing Management ลักษณะและรูปแบบการประกอบธุรกิจค้าปลีก ความสำคัญของการค้าปลีก กลยุทธ์การตลาดและการแข่งขันสำหรับธุรกิจค้าปลีกยุคดิจิทัล การเลือกทำเลที่ตั้ง การออกแบบ และการวางผังร้านค้า เทคนิคการค้าปลีก กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด การค้าปลีกแบบมีหน้าร้านและการค้าปลีกอิเล็กทรอนิกส์	- ปรับรหัสวิชา - ปรับชื่อวิชา - ปรับคำอธิบายรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2569	สาระการปรับปรุง
Types of retail business, customer buying behaviors, retail marketing strategies, goods purchasing, inventory management, store layout designs including goods displays, customer services in the retail business	Characteristics and retailing business models, importance of retailing business, marketing strategies and competition for retailing business in digital era, location selection, store design and layout planning, retailing techniques, marketing mix strategies, brick-and-mortar retail and electronic retailing	
3543407 การโฆษณาและกิจกรรมพิเศษ 3(2-2-5) Advertising and Special Event รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด Prerequisite course : 3541103 Principles of Marketing ความสำคัญของการโฆษณา และกิจกรรมพิเศษ การเลือกตลาดเป้าหมาย การกำหนดกลยุทธ์การโฆษณา การวางแผนการโฆษณาและกิจกรรมพิเศษ การสร้างสรรค์แนวคิด สื่อโฆษณา การประเมินผลโฆษณา เครื่องมือเกี่ยวกับกิจกรรมพิเศษการพัฒนาตลาดด้วยกิจกรรมพิเศษ องค์การและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับโฆษณาและกิจกรรมพิเศษ Importance of advertising and special events target market selections, advertising strategy determinations, advertising and special events planning, creative selections of advertising medias, dvertising evaluation, tools for special events, market development using special events, organizations and laws related to advertising and special events		- ยกเลิกรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2569	สาระการปรับปรุง
3543409 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ 3(3-0-6) Customer Relationship Management รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด Prerequisite course : 3541103 Principles of Marketing แนวคิด หลักการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การวางแผนการสร้าง ความสัมพันธ์กับลูกค้ากลยุทธ์การสร้างสัมพันธ์กับลูกค้าเครื่องมือและเทคโนโลยี ในการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ โดยการใช้ฐานข้อมูลและจรรยาบรรณทางการตลาด ต่อ ลูกค้า Concepts and principles of forming customer relationships, corporate- customer relationship planning, customer relationship strategies, tools and technologies for customer relationship management using database, and ethics of marketing on customers	3543504 การบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ 3(2-2-5) Customer Relationship Management แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ กระบวนการและขั้นตอนของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ กลยุทธ์ที่ใช้ในการสร้างความสัมพันธ์ โปรแกรมการสร้าง ความจงรักภักดี การวิเคราะห์ผลกำไรจากลูกค้าเพื่อการจัดสรรทรัพยากรที่เหมาะสม การจัดการข้อร้องเรียน เทคโนโลยีที่ใช้ในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และกรณีศึกษา Concepts of customer relationship management, processes and procedures of customer relationship management, strategies for relationship building, loyalty programs, customer profitability analysis for suitable resource allocation, complaint management, customer relationship management technologies, and case studies	- ปรับรหัสวิชา - ปรับเป็นวิชาปฏิบัติ - ปรับชื่อวิชา - ปรับคำอธิบายรายวิชา
3543501 การพยากรณ์ทางการตลาด 3(3-0-6) Marketing Forecasting รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด Prerequisite course : 3541103 Principles of Marketing แนวคิด กระบวนการพยากรณ์ อุปสงค์การตลาดและการขาย การวิเคราะห์สภาวะเศรษฐกิจ และปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจเทคโนโลยีในการพยากรณ์ แนวโน้มทางการตลาดโดยใช้ Big Data		- ยกเลิกรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2569	สาระการปรับปรุง
Concepts, forecasting processes, market and sales demands, economic analysis, factors influencing on technology business using big data in forecasting market trends		
3543502 ระบบสารสนเทศทางการตลาด 3(3-0-6) Marketing Information System รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด Prerequisite course : 3541103 Principles of Marketing แนวคิด ความสำคัญ และบทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศ ระบบสารสนเทศทางการตลาด Big Data ระบบฐานข้อมูลทางการตลาด การจัดการระบบสารสนเทศทางการตลาดและการประยุกต์ใช้เพื่อการตัดสินใจทางการตลาด Concepts, importance, and roles of information technology, marketing information system in terms of big data used as the marketing database, marketing information system management, applications of analyzed digital marketing information for marketing decisions		- ยกเลิกรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2569	สาระการปรับปรุง
3544605 สัมมนาการตลาด 3(2-2-5) Seminar in Marketing รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด 3543107 การวางแผนการตลาด Prerequisite course : 3541103 Principles of Marketing 3543107 Marketing Planning ประมวลทฤษฎีทางการตลาด ศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมเพื่อประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ ปัญหาของกรณีศึกษา และประเด็นที่น่าสนใจทางการตลาด วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดหรือวางแผนเพื่อแก้ปัญหา โดยใช้วิธีการเรียนแบบสัมมนา Marketing theory retrieval, further studies for applications of case study analysis, of interesting marketing issues, of marketing strategy planning or problem solving planning by using the seminar learning-teaching method		- ยกเลิกรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2569	สาระการปรับปรุง
3543108 กลยุทธ์การตลาด 3(3-0-6) Marketing Strategy รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด Prerequisite course : 3541103 Principles of Marketing บทบาท ความสำคัญของกลยุทธ์การตลาด องค์ประกอบกลยุทธ์การตลาด การวิเคราะห์ตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย กระบวนการวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ การควบคุมการดำเนินงานทางการตลาดภายใต้กรอบของจรรยาบรรณทางการตลาดและความรับผิดชอบต่อสังคม Roles and importance of marketing strategies, marketing strategy elements, marketing analysis, target market determination, strategic marketing planning processes, control of marketing operations within the framework of the marketing ethics and social responsibility	3542113 กลยุทธ์การตลาด 3(3-0-6) Marketing Strategy บทบาท ความสำคัญ และองค์ประกอบของกลยุทธ์การตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์กร การวิเคราะห์ความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภค กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด จริยธรรมทางการตลาด The roles, importance, and components of marketing strategies. internal and external environmental analysis of an organization, consumer needs and behavior analysis, marketing mixes strategies, and marketing ethics	- ปรับรหัสวิชา - ปรับคำอธิบายรายวิชา
3544606 ภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด 3(3-0-6) English for Marketer รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด Prerequisite course : 3541103 Principles of Marketing ฝึกฝนทักษะภาษาอังกฤษในการสร้างบุคลิกภาพของนักการตลาดทักษะการใช้ภาษาอังกฤษในงานขาย การบริการ และการสื่อสารทางการตลาด	3543901 ภาษาอังกฤษสำหรับการตลาด 3(3-0-6) English for Marketing ทักษะการพูด ทักษะการฟัง การติดต่อสื่อสารภาษาอังกฤษทางการตลาด การต้อนรับลูกค้าต่างชาติ การใช้ภาษาอังกฤษในงานขาย การนำเสนอขายหน้าร้านสำหรับลูกค้าต่างชาติ การดูแลลูกค้าต่างชาติหน้าร้านในธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรมและร้านอาหาร การเจรจาธุรกิจ การจัดการประชุม และการนำเสนอในที่ประชุม	- ปรับรหัสวิชา - ปรับคำอธิบายรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2569	สาระการปรับปรุง
Practice English language skills to form marketers' personality, English language skills for sales personnel, service and marketing communication	Speaking skills, listening skills, English communication in marketing, welcoming international clients, using English in sales, in-store sales presentation, and customer service for international clients in the tourism, hospitality, and restaurant businesses, business negotiations, meeting management, and meeting presentation	
3543503 โปรแกรมสำเร็จรูปทางการตลาด 3(3-0-6) Program in Marketing รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด Prerequisite course : 3541103 Principles of Marketing การศึกษาและฝึกปฏิบัติเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ในงานด้านการตลาด การสืบค้นข้อมูล การรวบรวมข้อมูล การประมวลผลข้อมูลการวิเคราะห์ข้อมูล การจัดทำรายงานผลและ การนำเสนอทางการตลาด Studies and practices of software applications in marketing work packages, marketing information search, data collection methods, data processing, data analysis, written reports, and presentations		- ยกเลิกรายวิชา
3544607 ประเด็นปัจจุบันทางการตลาด 3(3-0-6) Current Issue in Marketing รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด Prerequisite course : 3541103 Principles of Marketing	3543607 ประเด็นปัจจุบันทางการตลาด 3(2-2-5) Current Issue in Marketing การนำประเด็นสำคัญทางการตลาดในปัจจุบันมาวิเคราะห์ แก้ไขปัญหาทางการตลาด โดยใช้หลักทฤษฎี ความคิดเป็นระบบ ความคิดสร้างสรรค์ และประเด็นแนวโน้มการตลาดในอนาคต	- ปรับรหัสวิชา - ปรับเป็นวิชาปฏิบัติ - ปรับคำอธิบายรายวิชา - ปรับเป็นกลุ่มวิชา ปฏิบัติการทางวิชาชีพ

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2569	สาระการปรับปรุง
แนวคิด กลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่ เครื่องมือในการพัฒนาทางการตลาดที่ทันสมัยหรือแนวโน้มทางการตลาดที่สำคัญในอนาคต Concepts, modern marketing strategies, marketing tools to improve modern markets or significantly potential future markets	Analyzing current marketing issues and solving marketing problems using theoretical principles, systematic thinking, creativity thinking, and future marketing trends issue.	
3544703 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด 2(1-2-3) Preparation for Field Experience in Marketing การเตรียมความพร้อมของผู้เรียนก่อนการออกฝึกปฏิบัติวิชาชีพในด้านความรู้ในการปฏิบัติงานทางการตลาด การจัดทำโครงการ บุคลิกภาพ และทักษะในการปฏิบัติงาน Revision and retrieval activities of marketing knowledge and skills, marketing operations, marketing planning and reports including marketers' personality before serving apprenticeship as trainees in marketing work at establishments	3543701 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด 2(1-2-3) Preparation for Field Experience in Marketing การเตรียมความพร้อมของผู้เรียนก่อนการออกฝึกปฏิบัติวิชาชีพในด้านความรู้ในการปฏิบัติงานทางการตลาด การจัดทำโครงการ บุคลิกภาพ และทักษะในการปฏิบัติงาน Revision and retrieval activities of marketing knowledge and skills, marketing operations, marketing planning and reports including marketers' personality before serving apprenticeship as trainees in marketing work at establishments	- ปรับรหัสวิชา
3544701 การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษาด้านการตลาด 2(1-2-3) Pre-Cooperative Education Apprenticeship in Marketing กิจกรรมการเตรียมความพร้อมของผู้เรียนในการปฏิบัติสหกิจศึกษา โดยให้ความรู้เกี่ยวกับหลักการ แนวคิด ระเบียบข้อบังคับ กระบวนการสหกิจศึกษา ความรู้พื้นฐานในการปฏิบัติงาน การสื่อสาร มนุษยสัมพันธ์ การพัฒนาบุคลิกภาพ เทคนิคการนำเสนอ และการเขียนรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา	7203701 การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษาทางการตลาด 2(1-2-3) Co-operation Education Preparation กิจกรรมการเตรียมความพร้อมของผู้เรียนในการปฏิบัติสหกิจศึกษา โดยให้ความรู้เกี่ยวกับหลักการ แนวคิด ระเบียบข้อบังคับ กระบวนการสหกิจศึกษา ความรู้พื้นฐานในการปฏิบัติงาน การสื่อสาร มนุษยสัมพันธ์ การพัฒนาบุคลิกภาพ เทคนิคการนำเสนอ และการเขียนรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา	- ปรับรหัสวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2569	สาระการปรับปรุง
Principles, concepts, regulations, and process of cooperative education, basic knowledge of work procedures, organization communication, human relationship, personality development, presentation techniques, and procedures of report writing about work serving cooperative education apprenticeship	Activities to prepare learners in cooperative education. Knowledge of principles, concepts, regulations, co-operative education process, fundamentals of practice, communication, relationship, personality development, presentation techniques, and co-operative study performance report writing	
3544704 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด 6(540) Field Experience in Marketing รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 3544703 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด Prerequisite course : 3544703 Preparation for Field Experience in Marketing การปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการตลาด และมีระยะเวลาในการปฏิบัติงานไม่น้อยกว่า 540 ชั่วโมง และจัดทำรายงานตามที่ได้รับมอบหมาย Job training at the establishments related to marketing work, not less than 540-hour work, submission of written reports assigned	3544705 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด 3(640) Field Experience in Marketing รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3544701 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด Pre-requisite : 3544701 Preparation for Field Experience in Marketing การปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการตลาด และมีระยะเวลาในการปฏิบัติงานไม่น้อยกว่า 640 ชั่วโมง และจัดทำรายงานตามที่ได้รับมอบหมาย Job training at the establishments related to marketing work, not less than 640 -hour work, submission of written reports assigned	- ปรับรหัสวิชา - ปรับหน่วยกิต และจำนวนชั่วโมงปฏิบัติ - ปรับคำอธิบายรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2569	สาระการปรับปรุง
3544702 สหกิจศึกษาด้านการตลาด 6(640) Cooperative Education Apprenticeship in Marketing รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: 3544704 การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา ด้านการตลาด Prerequisite course: 3544704 Pre-Cooperative Education Apprenticeship in Marketing การปฏิบัติงานเต็มเวลาในลักษณะพนักงานชั่วคราวในสถานประกอบการ สามารถเรียนรู้ปรับตัวเข้ากับวัฒนธรรมองค์กร การทำงานร่วมกับผู้อื่น การแก้ปัญหาใน การทำงาน สามารถจัดทำรายงาน นำเสนอความก้าวหน้า และผลสำเร็จของโครงการที่ได้รับมอบหมาย ตลอดจนสามารถนำความรู้ความสามารถรวบยอดจากการศึกษา ตลอดหลักสูตรไปประยุกต์ใช้ Full time trainees at establishments, capability of self- adjustment to corporate cultures, co working/team working skills, work problem solution ability, report writing skill, presentation skill of work progress and achievements of assigned projects, applications of all studied marketing theoretical concepts, techniques, practices through the curriculum of business administration in marketing to the job training	7204703 สหกิจศึกษาทางการตลาด 6(640) Co-operative Education Preparation รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3544703 เตรียมความพร้อมสหกิจ ศึกษา Pre-requisite : 3544704 Co-operation Education Preparation การปฏิบัติงานเต็มเวลาในลักษณะพนักงานชั่วคราว ในสถานประกอบการ สามารถเรียนรู้ปรับตัวเข้ากับวัฒนธรรมองค์กร การทำงาน ร่วมกับผู้อื่น การแก้ปัญหาในการทำงาน สามารถจัดทำรายงาน นำเสนอ ความก้าวหน้า และผลสำเร็จของโครงการที่ได้รับมอบหมาย ตลอดจนสามารถ นำความรู้ความสามารถรวบยอดจากการศึกษาตลอดหลักสูตรไปประยุกต์ใช้ Full-time operations. Able to learn to adapt to the corporate culture. Working with Colleague. Solving problems in work. Prepare reports. Present the progress and the assigned project. Able to apply knowledge to apply	- ปรับรหัสวิชา - ปรับคำอธิบายรายวิชา

ภาคผนวก ก

คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการปรับปรุงหลักสูตร



คำสั่งคณะกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

ที่ ๐๙๕ / ๒๕๖๔

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๔)

ด้วยหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ถึงวาระในการปรับปรุงหลักสูตรครบรอบ ๕ ปี จึงกำหนดดำเนินการปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๔) เพื่อปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรและการจัดการเชิงบูรณาการกับการทำงาน เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการเปิดสอนของหลักสูตรที่จะดำเนินการปรับปรุงหลักสูตรและพัฒนาหลักสูตร เพื่อทราบข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่าง ๆ จากผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อเสริมสร้างความร่วมมือด้านวิชาการระหว่างหลักสูตรกับสถานประกอบการ ในการร่วมกันผลิตบัณฑิตเพื่อเป็นที่ยอมรับของตลาดแรงงาน และเพื่อให้ได้หลักสูตรที่ผ่านการเห็นชอบอนุมัติจากสภามหาวิทยาลัยและการอนุมัติรับทราบจาก สป.อว.

เพื่อให้การดำเนินโครงการเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ อาศัยอำนาจตามคำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ที่ ๓๐๒๕/๒๕๖๔ เรื่อง มอบหมายงานและมอบอำนาจให้คณบดีปฏิบัติราชการแทนอธิการบดี สั่ง ณ วันที่ ๑๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๔ คณะวิทยาการจัดการจึงแต่งตั้งคณะกรรมการปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๔) ประกอบด้วยบุคคลดังต่อไปนี้

๑. อาจารย์ ดร.รินา มุกดา	ประธานกรรมการ
๒. รศ.อัปสร อีซอ	กรรมการ (ผู้ทรงคุณวุฒิ)
๓. ดร.สิริภัทร์ โชติช่วง	กรรมการ (ผู้ทรงคุณวุฒิ)
๔. ผศ.จารินี เขียวเจริญ	กรรมการ
๕. อาจารย์สิริชนก อินทสุวรรณ์	กรรมการ
๖. อาจารย์จิราภรณ์ ทองบุญยัง	กรรมการ
๗. อาจารย์สิริกัญญา โชติช่วง	กรรมการและเลขานุการ

- หน้าที่
๑. กำหนดขั้นตอนและแนวทางการปฏิบัติงานในการปรับปรุงหลักสูตรเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยเรียบร้อยอย่างมีประสิทธิภาพ
 ๒. ประเมินหลักสูตรเพื่อนำผลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงหลักสูตรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
 ๓. พิจารณาจัดทำร่างปรับปรุงหลักสูตรจนแล้วเสร็จในทุกขั้นตอน และเสนอขออนุมัติหลักสูตรต่อคณะกรรมการที่เกี่ยวข้องตามลำดับ
 ๔. ปฏิบัติงานอื่นที่เกี่ยวข้องและจำเป็นในการปรับปรุงหลักสูตร

/ให้คณะกรรมการ...

- ๒ -

ให้คณะกรรมการที่ได้รับการแต่งตั้งปฏิบัติหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มความสามารถ ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย มีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุดแก่งาน ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไปจนกว่า การปรับปรุงหลักสูตรจะแล้วเสร็จ

สั่ง ณ วันที่ ๕ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๘



(อาจารย์อดิสรณ์ สำเนา)
รองคณบดี รักษาการแทน
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

ภาคผนวก ฎ

ประวัติอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร

ประวัติอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร

ลำดับที่ 1 นางรรินา มุกดา

ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์

ประวัติการศึกษา

ระดับการศึกษา	คุณวุฒิ-สาขาวิชา	สถาบันการศึกษา	ปีที่สำเร็จการศึกษา
ปริญญาเอก	D.B.A. Business Administration	University Utara, Malaysia	2563
ปริญญาโท	บธ.ม. การตลาด	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2548
ปริญญาตรี	บธ.บ. การตลาด	มหาวิทยาลัยทักษิณ	2543

บทความวิจัย / บทความวิชาการ

สรวงภรณ์ สัจภาพพิชิต, รรินา มุกดา และยงยุทธ ชำคง. (2565). โมเดลเชิงสาเหตุของการรับรู้กลิ่นการตลาดเชิงประสบการณ์ พฤติกรรมการตอบรับที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการซ้ำของผู้บริโภคที่ใช้บริการสปาในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา. มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา. 17(3) สิงหาคม 2565. 9 หน้า, 44-52. TCI(1).

Tunwarat K., Sudarat R., Rarina M., Chonticha Y. and Pongpan P. (2023). The disease crisis management of COVID-19 between the Government and communities in Phitsanulok Province administration organization area. **International Journal of Social Science Research**. <http://myjms.mohe.gov.my/index.php/ijssr>. March 2023. 6 pages, 1-6.

การประชุมวิชาการ / สัมมนาทางวิชาการ

รรินา มุกดา, สิริชนก อินทสุวรรณ์, สิริกันยา โชติช่วง และจิราภรณ์ ทองบุญยัง. (2567). อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีต่อการตัดสินใจซื้อผลไม้นำเข้าจากต่างประเทศภายในตลาดกิมหยง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. การประชุมวิชาการการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ **เครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ (GNRU) ครั้งที่ 24 ประจำปี 2567**. จัดโดยสมาคมพัฒนาวิชาชีพการบริหารการศึกษาแห่งประเทศไทย (สพบท.) และสมาคมวิจัยสังคมศาสตร์แห่งประเทศไทย. 6 กันยายน 2567. จาก <https://graduate.pcru.ac.th/gnruconference/static/files/proceeding.pdf> 12 หน้า, 523-534.

ประสบการณ์การสอน

1. วิชาหลักการตลาด
2. วิชาการตลาดโลก
3. วิชาการวิจัยการตลาด
4. วิชาการตลาดอิเล็กทรอนิกส์
5. วิชาภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด
6. วิชากลยุทธ์การตลาด

ประวัติอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร

ลำดับที่ 2 นางจาริณี เจริญเจริญ

ตำแหน่งทางวิชาการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์

ประวัติการศึกษา

ระดับการศึกษา	คุณวุฒิ-สาขาวิชา	สถาบันการศึกษา	ปีที่สำเร็จการศึกษา
ปริญญาโท	บธ.ม. การตลาด	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	2542
ปริญญาตรี	บธ.บ. การจัดการทั่วไป	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	2534

บทความวิจัย / บทความวิชาการ

โชติญาณ หิตะพงศ์, ชิตชนก มากเชื้อ, จาริณี เจริญเจริญ, ณัฏฐวัลย์ ยืนเจริญ และประสิทธิ์ รุ่งเรือง. (2568). ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านสะดวกซื้อในเขตเทศบาลเมืองเขารูปช้าง จังหวัดสงขลา. *วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์*. Office of Administration and Social Science. 8(2), มีนาคม-เมษายน 2568. 12 หน้า, 161-172. TCI(2).
จาริณี เจริญเจริญ. (2567). ความจงรักภักดีในการเลือกใช้บริการร้านอาหารริมทางของผู้บริโภคในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. *วารสารวิทยาการจัดการวิชาการ*. มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์. 6(1), มกราคม-มิถุนายน 2565. 9 หน้า, 25-33. TCI(2).

การประชุมวิชาการ / สัมมนาทางวิชาการ

ประสิทธิ์ รุ่งเรือง, จาริณี เจริญเจริญ, ณัฏฐวัลย์ ยืนเจริญ และวชิราภรณ์ ขุนจันทร์. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการตัดสินใจของผู้ประกอบการตลาดเปิดท้ายประมงจังหวัดสงขลา. *การประชุมวิชาการ “การอาชีพร้อยเอ็ดวิจัย ครั้งที่ 1”*. ศูนย์ผลิตวารสารวิชาการ วิทยาการอาชีพร้อยเอ็ด. 9-10 มีนาคม 2565 วิทยาลัยการอาชีพร้อยเอ็ด. 6 หน้า, 56-61.

ประสบการณ์การสอน

1. วิชาหลักการตลาด
2. วิชาพฤติกรรมผู้บริโภค
3. วิชาการตลาดโลก
4. วิชาการบริหารงานขาย
5. วิชาโฆษณาและส่งเสริมการขาย

ประวัติอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร

ลำดับที่ 3 นางสาวสิริชนก อินทะสุวรรณ

ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์

ประวัติการศึกษา

ระดับการศึกษา	คุณวุฒิ-สาขาวิชา	สถาบันการศึกษา	ปีที่สำเร็จการศึกษา
ปริญญาโท	บธ.ม. การตลาด	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	2541
ปริญญาตรี	บธ.บ. การตลาด	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	2535

การประชุมวิชาการ /สัมมนาทางวิชาการ

รรินา มุกดา, สิริชนก อินทะสุวรรณ, สิริกันยา โชติช่วง และจิราภรณ์ ทองบุญยัง. (2567). อิทธิพลของปัจจัย

ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีต่อการตัดสินใจซื้อผลไม้นำเข้าจากต่างประเทศภายในตลาด

กิมหยง อำเภอบางบาล จังหวัดสงขลา. การประชุมวิชาการการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ

เครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ (GNRU) ครั้งที่ 24 ประจำปี 2567.

จัดโดยสมาคมพัฒนาวิชาชีพการบริหารการศึกษาแห่งประเทศไทย (สพบท.) และสมาคมวิจัย

สังคมศาสตร์แห่งประเทศไทย. 6 กันยายน 2567. จาก

<https://graduate.pcru.ac.th/gnruconference/static/files/proceeding.pdf> 11 หน้า, 523-534.

ประสบการณ์การสอน

1. วิชาหลักการตลาด
2. วิชาสัมมนาการตลาด
3. วิชาการตลาดผู้ประกอบการท้องถิ่น
4. วิชาการบริหารงานขาย
5. วิชานวัตกรรมการตลาด
6. วิชาประเด็นปัญหาทางการตลาด
7. วิชาเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด

ประวัติอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร

ลำดับที่ 4 นางจิราภรณ์ ทองบุญยัง

ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์

ประวัติการศึกษา

ระดับการศึกษา	คุณวุฒิ-สาขาวิชา	สถาบันการศึกษา	ปีที่สำเร็จการศึกษา
ปริญญาโท	บธ.ม. การตลาด	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2553
ปริญญาตรี	บธ.บ. การตลาด	มหาวิทยาลัยทักษิณ	2545

การประชุมวิชาการ/สัมมนาวิชาการ

จิราภรณ์ ทองบุญยัง, ศิริวรรณ ลักษณะวงศ์ และธัญวรัตน์ ต้นวานิช. (2568). การยกระดับผลิตภัณฑ์จาก

ภูมิปัญญาท้องถิ่น : กรณีศึกษาเคยปลาควรพัง ตำบลควนพัง อำเภอร่อนพิบูลย์

จังหวัดนครศรีธรรมราช. รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการและเผยแพร่ผลงานวิจัยคัดสรร

สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ ระดับชาติ ครั้งที่ 9 จัดโดยสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

แห่งประเทศไทยในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี (สสอท.)

สาขาวิชาศึกษาศาสตร์. 22-23 กุมภาพันธ์ 2568. 8 หน้า, 307-314

ศิริวรรณ ลักษณะวงศ์, จิราภรณ์ ทองบุญยัง และธัญวรัตน์ ต้นวานิช. (2568). การพัฒนาและสืบสานผ้าทอ

ยกดอกของกลุ่มสุปรีญาผ้าทอลานข่อย ตำบลลานข่อย อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง. รายงาน

สืบเนื่องการประชุมวิชาการและเผยแพร่ผลงานวิจัยคัดสรร สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ ระดับชาติ

ครั้งที่ 9. จัดโดยสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทยในพระราชูปถัมภ์

สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี (สสอท.) สาขาวิชาศึกษาศาสตร์.

22-23 กุมภาพันธ์ 2568. 7 หน้า, 300 – 306.

รรินา มุกดา, สิริชนก อินทสุวรรณ์, สิริกันยา โชติช่วง และจิราภรณ์ ทองบุญยัง. (2567). อิทธิพลของปัจจัย

ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีต่อการตัดสินใจซื้อผลไม้นำเข้าจากต่างประเทศภายในตลาด

กิมหยง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. การประชุมวิชาการการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ

เครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ (GNRU) ครั้งที่ 24 ประจำปี 2567.

จัดโดยสมาคมพัฒนาวิชาชีพการบริหารการศึกษาแห่งประเทศไทย (สพบท.) และสมาคมวิจัย

สังคมศาสตร์แห่งประเทศไทย. 6 กันยายน 2567. จาก

<https://graduate.pcru.ac.th/gnruconference/static/files/proceeding.pdf> 12 หน้า,

523-534.

ประสบการณ์การสอน

1. วิชาหลักการตลาด
2. วิชาการจัดการธุรกิจออนไลน์
3. วิชาการเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ
4. วิชาการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
5. วิชานโยบายผลิตภัณฑ์และราคา
6. วิชาการตลาดอิเล็กทรอนิกส์
7. วิชาการตลาดสินค้าเกษตร

ประวัติอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร

ลำดับที่ 5 นางสาวสิริกัญญา โชติช่วง

ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์

ประวัติการศึกษา

ระดับการศึกษา	คุณวุฒิ-สาขาวิชา	สถาบันการศึกษา	ปีที่สำเร็จการศึกษา
ปริญญาโท	บธ.ม. การตลาด	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	2553
ปริญญาตรี	บธ.บ. การตลาด	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	2551

การประชุมวิชาการ /สัมมนาทางวิชาการ

รรินา มุกดา, สิริชนก อินทสุวรรณ์, สิริกัญญา โชติช่วง และจิราภรณ์ ทองบุญยัง. (2567). อิทธิพลของปัจจัย

ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีต่อการตัดสินใจซื้อผลไม้นำเข้าจากต่างประเทศภายในตลาด

กิมหยง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. การประชุมวิชาการการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ

เครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ (GNRU) ครั้งที่ 24 ประจำปี 2567.

จัดโดยสมาคมพัฒนาวิชาชีพการบริหารการศึกษาแห่งประเทศไทย (สพบท.) และสมาคมวิจัย

สังคมศาสตร์แห่งประเทศไทย. 6 กันยายน 2567. จาก

<https://graduate.pcru.ac.th/gnruconference/static/files/proceeding.pdf> 12 หน้า, 523-534.

ประสบการณ์การสอน

1. วิชาหลักการตลาด
2. วิชาการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ
3. วิชาช่องทางการตลาดและโลจิสติกส์
4. วิชาบริหารการตลาด
5. วิชาโครงการทางการตลาด
6. วิชาเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด
7. วิชาสัมมนาการตลาด
8. วิชาการโฆษณาและกิจกรรมพิเศษ