



หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชาการตลาด

(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2555)

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชาการตลาด

(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2555)

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

คำนำ

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ฉบับนี้เป็นฉบับปรับปรุงในปีพุทธศักราช 2555 เพื่อใช้ในการจัดการศึกษาของสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ในการปรับปรุงหลักสูตรครั้งนี้ได้พิจารณาให้สอดคล้องกับสภาพสังคม และเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้เหมาะสมกับสภาวะการจ้างงานในภูมิภาค ตลอดจนการนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และการสื่อสารมาปรับใช้กับหลักสูตร การเพิ่มกลุ่มวิชาให้นักศึกษาสามารถเลือกศึกษาได้หลากหลายมากขึ้นทั้งในส่วนของวิชาชีพบังคับและวิชาชีพเลือก

เอกสารฉบับนี้ประกอบด้วยวัตถุประสงค์ของหลักสูตร โครงสร้างของหลักสูตร แผนการศึกษา และคำอธิบายรายวิชา การที่จะนำหลักสูตรฉบับนี้ไปใช้ดำเนินการเรียนการสอน ควรพิจารณาให้สอดคล้องกับความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของหลักสูตร เพื่อช่วยให้สามารถใช้หลักสูตรได้อย่างมีประสิทธิภาพ และตรงตามวัตถุประสงค์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

สารบัญ

	หน้า
หมวดที่ 1	ข้อมูลทั่วไป
หมวดที่ 2	ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร
หมวดที่ 3	ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร
หมวดที่ 4	ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล
หมวดที่ 5	หลักเกณฑ์ในการประเมินผลนักศึกษา
หมวดที่ 6	การพัฒนาคณาจารย์
หมวดที่ 7	การประกันคุณภาพหลักสูตร
หมวดที่ 8	กระบวนการประเมินและปรับปรุงหลักสูตร
ภาคผนวก ก	รายละเอียดความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์ของหลักสูตรกับรายวิชา
ภาคผนวก ข	เหตุผลและความจำเป็นในการพัฒนาหลักสูตร
ภาคผนวก ค	เปรียบเทียบโครงสร้างหลักสูตรเดิม หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด พ.ศ. 2551 กับหลักสูตรปรับปรุง หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด พ.ศ. 2555 กับเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2548 ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา
ภาคผนวก ง	เปรียบเทียบข้อแตกต่างระหว่างหลักสูตรเดิม หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด พ.ศ.2551 และหลักสูตรปรับปรุง หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด พ.ศ. 2555
ภาคผนวก จ	เปรียบเทียบปรัชญาและวัตถุประสงค์ของหลักสูตรเดิม หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด พ.ศ. 2551 กับหลักสูตรปรับปรุง หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด พ.ศ. 2555
ภาคผนวก ฉ	เปรียบเทียบอาจารย์ประจำหลักสูตรเดิม หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด พ.ศ.2553 กับหลักสูตรปรับปรุง หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด พ.ศ.2555
ภาคผนวก ช	รายนามคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตร

**0หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2555)**

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา
วิทยาเขต/คณะ/สาขา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
คณะบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อหลักสูตร

ชื่อภาษาไทย

ชื่อภาษาอังกฤษ

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

Bachelor of Business Administration

Program in Marketing

2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

ชื่อเต็มภาษาไทย

ชื่อย่อภาษาไทย

ชื่อเต็มภาษาอังกฤษ

ชื่อย่อภาษาอังกฤษ

บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)

บธ.บ. (การตลาด)

Bachelor of Business Administration
(Marketing)

B.B.A. (Marketing)

3. วิชาเอก (ถ้ามี)

ไม่มี

4. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร

134 หน่วยกิต

5. รูปแบบของหลักสูตร

5.1 รูปแบบ หลักสูตรระดับปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปี

5.2 ภาษาที่ใช้ ภาษาไทย

5.3 การรับนักศึกษา รับนักศึกษาไทย และ/หรือนักศึกษาต่างประเทศ

5.4 ความร่วมมือกับสถาบันอื่น เป็นหลักสูตรเฉพาะของมหาวิทยาลัย

5.5 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา ให้ปริญญาเพียงสาขาวิชาเดียว

มคอ.2

6. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2555 ปรับปรุงจากหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2551) เริ่มดำเนินการใช้หลักสูตรในภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2555

สภาวิชาการ ให้ความเห็นชอบหลักสูตร ในคราวประชุม ครั้งที่ 14/2554

วันที่ 6 ธันวาคม 2554

สภามหาวิทยาลัย ให้ความเห็นชอบหลักสูตร ในคราวประชุม ครั้งที่ 10/2554

วันที่ 23 ธันวาคม 2554

7. ความพร้อมในการเผยแพร่หลักสูตรคุณภาพและมาตรฐาน

หลักสูตรมีความพร้อมเผยแพร่คุณภาพและมาตรฐาน ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ ในปีการศึกษา 2557

8. อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

- 1) บริหารงานทั่วไปในหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน
- 2) การวางแผนการตลาดสำหรับองค์กรธุรกิจ
- 3) งานขายและการบริหารงานขาย
- 4) งานประชาสัมพันธ์องค์กร
- 5) งานจัดซื้อและการบริหารคลังสินค้า
- 6) งานบริหารโครงการทางการตลาด
- 7) งานวิจัยตลาด
- 8) งานด้านโลจิสติกส์
- 9) งานจัดเหตุการณ์ทางการตลาด
- 10) ประกอบอาชีพอิสระ

9. ชื่อ เลขประจำตัวบัตรประชาชน ตำแหน่ง และคุณวุฒิการศึกษาของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลำดับ	ชื่อ - สกุล / เลขประจำตัวประชาชน	คุณวุฒิ/สาขาวิชา/ปีที่สำเร็จการศึกษา	สถาบันการศึกษา
1	นายวีระศักดิ์ ตูลยาพร 3 9599 00191 08 7	บธ.ม. (บริหารธุรกิจ), 2537 บธ.บ. (การตลาด), 2524	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
2	นางสุทธยา สมสุข 3 9003 00376 61 4	บธ.ม. (การตลาดระหว่างประเทศ), 2545 บธ.บ. (การตลาด), 2539	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล
3	นางสุวภัทร อัมพันสุขโข 3 9099 00222 73 0	บธ.ม. (บริหารธุรกิจ), 2540 บธ.บ. (การตลาด), 2535	วิทยาลัยโยนก มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
4	นางธันยาภรณ์ คำจตุติ 3 9011 00131 45 7	บธ.ม. (บริหารธุรกิจ), 2544 บธ.บ. (การตลาด), 2539	มหาวิทยาลัยรามคำแหง สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล
5	นางอันธิกา ทิพย์จำนงค์ 3 9010 00110 58 0	บธ.ม. (การตลาด), 2545 บธ.บ. (การตลาด), 2540	มหาวิทยาลัยรามคำแหง สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล

10. สถานที่จัดการเรียนการสอน

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

11. สถานการณ์ภายนอกหรือการพัฒนาที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนหลักสูตร

11.1 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางเศรษฐกิจ

ปัจจุบันประเทศไทยจัดอยู่ในกลุ่มประเทศที่มีการพัฒนาระดับกลาง และมีแนวโน้มการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555–2559) เล็งเห็นถึงการเตรียมความพร้อมของคนและระบบ ให้สามารถปรับตัว พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต และแสวงหาประโยชน์อย่างรู้เท่าทันโลกาภิวัตน์ ซึ่งแนวโน้มของบริบทการเปลี่ยนแปลงของโลกที่สำคัญ อีกอย่างคือ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว จึงจำเป็นต้องเตรียมความพร้อม ให้สามารถปรับตัวรับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในอนาคต โดยพัฒนาบัณฑิตทางด้านการตลาดออกสู่สังคม เพื่อรองรับงานด้านการตลาดที่พัฒนาไปตามโลกาภิวัตน์ ประกอบกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Asean Economic Community: AEC) ได้ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศด้านการศึกษา พัฒนาความเป็นสากลของการศึกษาเพื่อรองรับการเป็นประชาคมอาเซียน ทำให้ประเทศไทยต้องดำเนินนโยบายการค้าเชิงรุก ทั้งด้านการตลาด การบริหารจัดการ และด้านการผลิต ปรับตัวให้สามารถแข่งขันได้ พัฒนาสังคมทุกภาคส่วนให้เข้มแข็งและยั่งยืนสามารถอยู่ร่วมกับพลโลกอย่างสันติสุข อย่างพึงพาอาศัย และเกื้อกูลกัน

11.2 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางสังคมและวัฒนธรรม

จากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร การขนส่ง และกระแสโลกาภิวัตน์ส่งผลให้การเดินทางทั้งเพื่อการท่องเที่ยว การศึกษา และการทำธุรกิจระหว่างประเทศต่าง ๆ มีมากขึ้น ประกอบกับการเปิดเสรีทางการศึกษา การประกอบอาชีพ ทำให้การเคลื่อนย้ายแรงงานและการประกอบการระหว่างประเทศในกลุ่มเป็นไปได้อย่างเสรีมากขึ้น ซึ่งทำให้เกิดโอกาสในการประกอบธุรกิจและการประกอบอาชีพ แต่ขณะเดียวกันก็เกิดการแข่งขันมากขึ้น การตลาดเป็นกลไกด้านหนึ่งของการขับเคลื่อนกระบวนการพัฒนาที่ต้องใช้ “ความรู้” ในการพัฒนาด้านต่างๆ ด้วยความรอบคอบ และเป็นไปตามลำดับขั้นตอน สอดคล้องกับวิถีชีวิตของสังคมไทย รวมทั้งการเสริมสร้างศีลธรรมและสำนึกในคุณธรรม จริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่

12. ผลกระทบจากข้อ 11.1 และ 11.2 ต่อการพัฒนาหลักสูตรและความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของมหาวิทยาลัย

12.1 การพัฒนาหลักสูตร

จากการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ส่งผลให้จำเป็นต้องปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของตลาดแรงงานที่ต้องการบุคลากรที่มีความรู้มีทักษะทางด้านการตลาด ด้านการสื่อสารที่ทันสมัยมากขึ้น และมีความพร้อมในการปฏิบัติงาน มีศักยภาพในการพัฒนาตนเองให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสังคม ปฏิบัติหน้าที่อย่างมีคุณธรรม จริยธรรม ซึ่งสอดคล้องกับวิสัยทัศน์และนโยบายของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

12.2 ความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของมหาวิทยาลัย

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มุ่งเน้นให้ผู้เรียนตระหนักคุณธรรม จริยธรรมในการทำงาน รวมถึงวัฒนธรรมอันดีงามของไทย สอดคล้องกับพันธกิจของมหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย อีกทั้งให้ผู้เรียนมีความรู้และทักษะ มีแนวคิดเชิงสร้างสรรค์ พร้อมที่จะปฏิบัติงานได้จริงในหน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งจะก่อให้เกิดผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศ

13. ความสัมพันธ์กับหลักสูตรอื่นที่เปิดสอนในคณะอื่นของมหาวิทยาลัย

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มีความสัมพันธ์กับหลักสูตรอื่น ดังนี้

13.1 รายวิชาในหลักสูตรที่เปิดสอนโดยคณะอื่น

กลุ่มวิชา/รายวิชาในหมวดศึกษาศาสตร์ทั่วไป ได้แก่ กลุ่มความรู้ตามหลักจริยธรรม กลุ่มความรู้ทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ กลุ่มความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ ทักษะเชิงตัวเลขและทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ กลุ่มความรู้เชิงบูรณาการ/สหวิชาการ กลุ่มความรู้ทางด้านศิลปวัฒนธรรม กลุ่มทักษะทางกีฬาและสุขภาพน่าย และกลุ่มทักษะทางภาษาและการสื่อสาร ซึ่งดำเนินการสอนโดยศึกษาทั่วไปและคณะบริหารธุรกิจ

13.2 รายวิชาในหลักสูตรที่เปิดสอนให้คณะ/สาขาวิชาอื่น

.. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มีรายวิชาเพื่อบริการสำหรับหลักสูตรอื่น ๆ ได้เลือกเรียนตามความสนใจ โดยอาจจัดรายวิชาไว้ในกลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ กลุ่มวิชาชีพ บัณฑิต หรือกลุ่มวิชาชีพเลือก

13.3 การบริหารจัดการ

การดำเนินงานเพื่อประกันคุณภาพการศึกษาตามระบบประกันคุณภาพการศึกษา “ศรีวิชัย QA” ซึ่งเป็นไปตามกระบวนการในการบริหารจัดการทางการเรียนการสอนตาม องค์ประกอบที่ 2 โดยมีกำหนดอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรของสาขาวิชา ประสานงานกับอาจารย์ผู้แทนจากสาขาวิชาอื่นหรือหลักสูตรหรือคณะอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อบริหารจัดการการเรียนการสอนให้มีผลมาตรฐานการเรียนรู้เป็นไปตามที่ระบุในหลักสูตร รวมทั้งกำหนดให้อาจารย์ผู้สอนจัดทำ รายละเอียดของวิชาและรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา เพื่อเป็นมาตรฐานในการติดตามและ ประเมินคุณภาพการเรียนการสอนตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ

หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร

1. ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1.1 ปรัชญา

มุ่งมั่นในการสร้างบุคลากรด้านการตลาดที่มีความรู้ด้านการตลาดที่ทันสมัยควบคู่กับความรู้ คุณธรรมและจริยธรรม

1.2 ความสำคัญ

การเปลี่ยนแปลงของโลกในอนาคต ทำให้เกิดการปรับตัวเพื่อพร้อมรับกับการเปลี่ยนแปลง และแสวงหาประโยชน์อย่างรู้เท่าทันโลกาภิวัตน์ ตลอดจนความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร การขนส่ง ส่งผลให้การเดินทางทั้งเพื่อการท่องเที่ยว การศึกษา และการทำธุรกิจระหว่างประเทศมีมากขึ้น ประกอบกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศทั้งด้าน การศึกษา การประกอบอาชีพ การเคลื่อนย้ายแรงงาน และการประกอบการระหว่างประเทศในกลุ่ม เป็นไปได้อย่างเสรีมากขึ้น หลักสูตรนี้จึงสามารถตอบสนองการพัฒนาทางด้านการตลาดที่มีการ เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง อันจะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาประเทศ ช่วยพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมของประเทศได้เป็นอย่างดี

1.3 วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1.3.1. เพื่อผลิตบัณฑิตสาขาวิชาการตลาดที่มีคุณธรรม จริยธรรม มีจรรยาบรรณในการ ประกอบอาชีพ

1.3.2. เพื่อผลิตบัณฑิตสาขาวิชาการตลาดที่มีความรู้ความสามารถด้านการตลาดเพื่อ ปฏิบัติงานในองค์กรต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.3.3. เพื่อผลิตบัณฑิตสาขาวิชาการตลาดที่มีความคิดสร้างสรรค์ รู้จักประยุกต์ใช้ความรู้ใน การพัฒนาตนเองและพัฒนางาน

1.3.4. เพื่อผลิตบัณฑิตสาขาวิชาการตลาดที่มีความสามารถมีมนุษยสัมพันธ์ในการสร้าง ความสัมพันธ์ตลอดจนมีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย

1.3.5. เพื่อผลิตบัณฑิตสาขาวิชาการตลาดที่มีความรู้และพัฒนางานอยู่เสมอ มีความเป็น ผู้นำ สามารถใช้ภาษาและเทคโนโลยีในการสื่อสารได้

2. แผนพัฒนาปรับปรุง

คาดว่าจะดำเนินการแล้วเสร็จภายในเวลา 5 ปี

แผนการพัฒนา/ เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
1) ปรับปรุงหลักสูตรให้มีความทันสมัย สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต และเป็นไปตามมาตรฐานที่ สกอ. กำหนด	1) ศึกษาการเปลี่ยนแปลงในความต้องการแรงงานของหน่วยงานผู้ใช้บัณฑิต 2) สำรวจความพึงพอใจของสถานประกอบการต่อบัณฑิต 3) สำรวจภาวะการมีงานทำของบัณฑิต 4) จัดตั้งกรรมการปรับปรุงหลักสูตร ประกอบด้วยผู้แทนจากหน่วยงานผู้ใช้บัณฑิตภายนอก ทั้งที่อยู่ในภาคเอกชนและภาครัฐ ศิษย์เก่า และคณาจารย์	1) รายงานผลการศึกษาความต้องการของตลาดแรงงาน 2 ปี/1 ครั้ง 2) รายงานผลการสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตทุกปี การศึกษาโดยระดับเฉลี่ยของความพอใจอยู่ในระดับไม่น้อยกว่า 3.51 จากคะแนนเต็ม 5.0 3) รายงานผลสำรวจภาวะการมีงานทำของบัณฑิตทุกปี (หลังเปิดสอน 4 ปี) โดยผลการประเมินไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 4) รายงานผลการประเมินรายวิชา/หลักสูตรทุกปีการศึกษา
2) พัฒนาบุคลากรด้านการเรียนการสอน การวิจัย และบริการวิชาการ	1) สนับสนุนการทำวิจัยและเข้าร่วมนำเสนอผลงานทางวิชาการ 2) กำหนดงบประมาณเพื่อสนับสนุนการศึกษาต่อหรือการทำวิจัย 3) ส่งเสริมการให้บริการวิชาการ	1) รายงานการเข้าร่วมอบรม/สัมมนาหรือนำเสนอผลงานวิชาการอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง หรือ 1 เรื่อง ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 2) มีโครงการให้บริการทางวิชาการอย่างน้อยปีละ 1 โครงการ
3) พัฒนาบุคลากรสายสนับสนุน	1) สนับสนุนให้บุคลากรเข้ารับฝึกอบรมหรือดูงาน	1) รายงานผลการเข้ารับการอบรม/สัมมนา/ดูงาน อย่างน้อยคนละ 1 ครั้งต่อปีการศึกษา
4) พัฒนานักศึกษา	1) ส่งเสริมให้นักศึกษามีทักษะในการใช้เทคโนโลยีและมีทักษะในการสื่อสารภาษาอังกฤษ	1) มีรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีและรายวิชาภาษาอังกฤษ
5) ปรับปรุงอุปกรณ์การเรียนการสอนและสภาพแวดล้อมเพื่อการเรียนรู้	1) โครงการจัดซื้ออุปกรณ์การเรียนการสอนและปรับปรุงสภาพแวดล้อมเพื่อการเรียนรู้	1) โครงการ อย่างน้อย 1 โครงการ/ปีการศึกษา

หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร

1. ระบบการจัดการศึกษา

1.1 ระบบ

ใช้ระบบการศึกษาแบบเต็มเวลาแบบทวิภาค โดยหนึ่งปีการศึกษาแบ่งออกเป็นสองภาค การศึกษาปกติ ซึ่งหนึ่งภาคการศึกษามีระยะเวลาศึกษาไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์ ไม่รวมเวลาที่ใช้ในการสอบ ข้อกำหนดต่าง ๆ ให้เป็นไปตามข้อบังคับของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2551

1.2 การจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน

มหาวิทยาลัยอาจมีการจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน โดยใช้เวลาศึกษาไม่น้อยกว่า 7 สัปดาห์ และให้มีระยะเวลาในการศึกษาแต่ละรายวิชาให้เท่ากับภาคการศึกษาปกติ ทั้งนี้ให้เป็นไปตามประกาศมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เรื่อง ข้อปฏิบัติในการเปิดสอนภาคฤดูร้อน

1.3 การเทียบเคียงหน่วยกิตในระบบทวิภาค

ไม่มี

2. การดำเนินการหลักสูตร

2.1 วัน-เวลาในการดำเนินการเรียนการสอน

ภาคการศึกษาที่ 1 เดือนมิถุนายน – กันยายน

ภาคการศึกษาที่ 2 เดือนตุลาคม – กุมภาพันธ์

ภาคการศึกษาฤดูร้อน เดือนมีนาคม – พฤษภาคม

2.2 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

2.2.1 เป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) หรือระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) หรือ

2.2.2 เป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ที่ตรงหรือสัมพันธ์กับสาขาวิชาการตลาด โดยวิธีการเทียบโอนผลการเรียน ซึ่งหน่วยกิตที่เทียบโอนได้ให้ถือเป็นหน่วยกิตที่ผ่านการศึกษามาแล้ว

2.2.3 ผู้เข้าศึกษาทั้งข้อ 2.2.1 และ 2.2.2 จะต้องมีความรู้คุณสมบัติอื่น ๆ ตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2551

การคัดเลือกผู้เข้าศึกษา

โดยวิธีการรับตรงในระบบโควตา

โดยวิธีการสอบคัดเลือกของมหาวิทยาลัย

โดยวิธีการสอบคัดเลือกผ่านกลุ่ม 9 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

โดยวิธีการสอบคัดเลือกผ่านสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา

มคอ.2

2.3 ปัญหาของนักศึกษาแรกเข้า

2.3.1 นักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) มีพื้นฐานความรู้ด้านการบริหารธุรกิจน้อยกว่านักศึกษาที่สำเร็จสายวิชาชีพ

2.3.2 การปรับตัวของนักศึกษาทางด้านสังคมและระบบการเรียน

2.4 กลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา/ข้อจำกัดของนักศึกษาในข้อ 2.3

2.4.1 จัดการเรียนปรับพื้นฐานทางด้านบริหารธุรกิจให้กับกลุ่มนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) ก่อนเปิดภาคการศึกษาแรก โดยขึ้นอยู่กับผลการพิจารณาของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

2.4.2 จัดกิจกรรมกลุ่มเพื่อสร้างสัมพันธ์อันดีระหว่างนักศึกษาใหม่และนักศึกษารุ่นพี่ และจัดให้มีอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อแนะแนวทางการปฏิบัติตัวอย่างเหมาะสม

2.5 แผนการรับนักศึกษาและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี

2.5.1 จำนวนนักศึกษาที่จะรับเข้าศึกษาตามคุณสมบัติข้อ 2.2.1

นักศึกษาชั้นปีที่	ปีการศึกษา				
	2555	2556	2557	2558	2559
1	100	100	100	100	100
2	-	100	100	100	100
3	-	-	100	100	100
4	-	-	-	100	100
รวม	100	200	300	400	400
คาดว่าจะสำเร็จการศึกษา	-	-	-	100	100

2.5.2 จำนวนนักศึกษาที่จะรับเข้าศึกษาตามคุณสมบัติข้อ 2.2.2

นักศึกษาชั้นปีที่	ปีการศึกษา				
	2555	2556	2557	2558	2559
1	100	100	100	100	100
2	-	100	100	100	100
รวม	100	200	200	200	200
คาดว่าจะสำเร็จการศึกษา	-	100	100	100	100

2.6 งบประมาณตามแผน

2.6.1 งบประมาณรายรับ (หน่วย : บาท)

ประเภทรายรับ	ปีงบประมาณ				
	2555	2556	2557	2558	2559
1. รายรับเงินรายได้	2,496,000	4,790,000	5,922,000	6,913,000	6,913,000
1.1 ค่าขึ้นทะเบียนนักศึกษาใหม่	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
1.2 ค่าบำรุงการศึกษา	1,400,000	2,800,000	3,500,000	4,200,000	4,200,000
1.3 ค่าหน่วยกิต	996,000	1,890,000	2,322,000	2,613,000	2,613,000
2. รายรับเงินงบประมาณ	8,725,560	3,749,603	3,983,482	4,230,686	4,336,203
2.1 งบดำเนินการ	3,425,560	3,749,603	3,983,482	4,230,686	4,336,203
2.2 งบลงทุน	5,300,000	0	0	0	0
รวมรายรับทั้งหมด	11,221,560	8,539,603	9,905,482	11,143,686	11,249,203
จำนวนนักศึกษา (คน)	200	400	500	600	600
รายรับเฉลี่ยต่อนักศึกษา 1 คน (บาท/คน)	56,108	21,349	19,811	18,573	18,749

มคอ.2

2.6.2 งบประมาณรายจ่าย (หน่วย : บาท)

หมวดรายจ่าย	ปีงบประมาณ				
	2555	2556	2557	2558	2559
1. งบบุคลากร	3,218,760	3,315,323	3,414,782	3,517,226	3,622,743
2. งบดำเนินงาน	710,200	1,110,200	1,310,200	1,510,200	1,510,200
2.1 ค่าตอบแทน	115,200	115,200	115,200	115,200	115,200
2.2 ค่าใช้สอย	195,000	195,000	195,000	195,000	195,000
2.3 ค่าวัสดุ	400,000	800,000	1,000,000	1,200,000	1,200,000
2.4 ค่าสาธารณูปโภค	0	0	0	0	0
3. งบเงินอุดหนุน	532,715	540,714	547,633	555,093	562,552
3.1 ค่าใช้จ่ายบุคลากร	248,640	256,099	263,558	271,018	278,477
3.2 ค่าใช้จ่ายงานวิจัย	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000
3.3 ค่าใช้จ่ายบริการวิชาการ	34,075	34,075	34,075	34,075	34,075
4. งบรายจ่ายอื่น	245,750	245,750	245,750	245,750	245,750
4.1 โครงการพัฒนาคุณภาพการจัดการเรียนการสอน	202,000	202,000	202,000	202,000	202,000
4.2 โครงการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม	43,750	43,750	43,750	43,750	43,750
5. ค่าเสื่อมราคา	1,060,000	1,060,000	1,060,000	1,060,000	1,060,000
5.1 ค่าเสื่อมราคาครุภัณฑ์	1,060,000	1,060,000	1,060,000	1,060,000	1,060,000
5.2 ค่าเสื่อมราคาสสิ่งก่อสร้าง	0	0	0	0	0
	เฉพาะปี 1	ไม่ซื้อ	ไม่ซื้อ	ไม่ซื้อ	ไม่ซื้อ
รวมรายจ่ายทั้งหมด	5,767,425	6,271,447	6,578,366	6,888,269	7,001,245
จำนวนนักศึกษา (คน)	200	400	500	600	600
รายจ่ายเฉลี่ยต่อนักศึกษา 1 คน (บาท/คน)	28,837	15,679	13,157	11,480	11,669

2.7 ระบบการศึกษา

- ☒ แบบชั้นเรียน
- ☐ แบบทางไกลผ่านสื่อสิ่งพิมพ์เป็นหลัก
- ☐ แบบทางไกลผ่านสื่อแพร่ภาพและเสียงสื่อหลัก
- ☐ แบบทางไกลอิเล็กทรอนิกส์เป็นสื่อหลัก (E-learning)
- ☐ แบบทางไกลทางอินเทอร์เน็ต
- ☐ อื่น ๆ (ระบุ)

2.8 การเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชาและการลงทะเบียนเรียนข้ามสถาบันอุดมศึกษา

เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2551 และระเบียบมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ว่าด้วยการเทียบโอนผลการศึกษา พ.ศ. 2551

3. หลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน

3.1 หลักสูตร

3.1.1 จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร	134	หน่วยกิต
3.1.2 โครงสร้างหลักสูตร		
1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	34	หน่วยกิต
1.1 กลุ่มความรู้ตามหลักจริยธรรม	3	หน่วยกิต
1.2 กลุ่มความรู้ทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	6	หน่วยกิต
1.3 กลุ่มความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์	6	หน่วยกิต
ทักษะเชิงตัวเลขและทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ		
1.4 กลุ่มความรู้เชิงบูรณาการ/สหวิทยาการ	3	หน่วยกิต
1.5 กลุ่มความรู้ทางด้านศิลปวัฒนธรรม	3	หน่วยกิต
1.6 กลุ่มทักษะทางกีฬาและสุขภาพอนามัย	1	หน่วยกิต
1.7 กลุ่มทักษะทางภาษาและการสื่อสาร	12	หน่วยกิต
2. หมวดวิชาเฉพาะ	94	หน่วยกิต
2.1 กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	35	หน่วยกิต
2.2 กลุ่มวิชาชีพบังคับ	44	หน่วยกิต
2.3 กลุ่มวิชาชีพเลือก	15	หน่วยกิต
3. หมวดวิชาเลือกเสรี	6	หน่วยกิต

3.1.3 รายวิชา

1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	34	หน่วยกิต
1.1 กลุ่มความรู้ตามหลักจริยธรรม จำนวน 3 หน่วยกิต		
ให้ศึกษาจากรายวิชาต่อไปนี้		
01-021-001 จริยธรรมสำหรับมนุษย์	3(3-0-6)	
Ethics for Human beings		
1.2 กลุ่มความรู้ทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 6 หน่วยกิต		
ให้เลือกศึกษาจากรายวิชาต่อไปนี้		
01-021-002 มนุษยสัมพันธ์และการพัฒนาบุคลิกภาพ	3(3-0-6)	
Human Relations and Personality Development		
01-021-005 จิตวิทยาทั่วไป	3(3-0-6)	
General Psychology		
01-022-001 วัฒนวิถิแห่งการดำรงชีวิต	3(3-0-6)	
Life Style Enhancement		
01-022-003 สังคมกับการปกครอง	3(3-0-6)	
Society and Government		
1.3 กลุ่มความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ ทักษะเชิงตัวเลขและทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 6 หน่วยกิต		
ให้เลือกศึกษาจากรายวิชาต่อไปนี้		
ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์		
02-032-007 สิ่งแวดล้อมและการจัดการทรัพยากร	3(3-0-6)	
Environment and Resources Management		
ทักษะเชิงตัวเลข		
02-031-001 คณิตศาสตร์ทั่วไป	3(3-0-6)	
General Mathematics		
ทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ		
01-033-001 เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษา	3(3-0-6)	
Information Technology for Study Skills		

1.4 กลุ่มความรู้เชิงบูรณาการ/สหวิชาการ จำนวน 3 หน่วยกิต

ให้เลือกศึกษาจากรายวิชาต่อไปนี้

01-040-001	ปัจจัยและสิ่งเติมเต็มสำหรับมนุษย์ Human Essence and Fulfillment	3(3-0-6)
01-040-003	มนุษย์สัมพันธ์เพื่อการดำรงชีวิต Human Relation For Living	3(3-0-6)
01-040-005	เอเชียอาคเนย์ศึกษา Southeast Asian Studies	3(3-0-6)
01-040-006	ชีวิตกับเศรษฐกิจพอเพียง Life and Sufficiency Economy	3(3-0-6)

1.5 กลุ่มความรู้ทางด้านศิลปวัฒนธรรม จำนวน 3 หน่วยกิต

ให้เลือกศึกษาจากรายวิชาต่อไปนี้

01-021-007	วัฒนธรรมและขนบประเพณีของภาคใต้ Southern Cultures and Traditions	3(3-0-6)
01-021-008	อารยธรรมไทยในบริบทโลกาภิวัตน์ Thai Civilization in the Globalization Context	3(3-0-6)

1.6 กลุ่มทักษะทางกีฬาและสุขภาพนามัย จำนวน 1 หน่วยกิต

ให้เลือกศึกษาจากรายวิชาต่อไปนี้

01-023-001	พลศึกษา Physical Education	1(0-2-1)
01-023-005	ฟุตซอล Futsal	1(0-2-1)
01-023-006	แบดมินตัน Badminton	1(0-2-1)
01-023-009	กีฬาลีลาศ DanceSport	1(0-2-1)
01-023-011	โยคะเพื่อสุขภาพ Yoga for Health	1(0-2-1)

1.7 กลุ่มทักษะทางภาษาและการสื่อสาร จำนวน 12 หน่วยกิต

ให้เลือกศึกษาจากรายวิชาต่อไปนี้

01-011-001	ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร Thai Language for Communication	3(3-0-6)
01-312-001	ภาษาอังกฤษ 1 English I	3(3-0-6)
01-312-002	ภาษาอังกฤษ 2 English II	3(3-0-6)
01-312-006	ภาษาอังกฤษเพื่อการทำงาน English for Work	3(3-0-6)
01-313-001	ภาษาจีน 1 chinese I	3(3-0-6)
01-313-002	ภาษาจีน 2 Chinese II	3(3-0-6)
01-314-001	ภาษามลายู 1 Malay I	3(3-0-6)
01-314-002	ภาษามลายู 2 Malay II	3(3-0-6)

2. หมวดวิชาเฉพาะ

94 หน่วยกิต

2.1 กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ จำนวน 35 หน่วยกิต

ให้ศึกษาจากรายวิชาต่อไปนี้

05-111-101	การบัญชีการเงิน Financial Accounting	3(3-0-6)
05-211-101	หลักการตลาด Principles of Marketing	3(3-0-6)
05-311-001	สถิติธุรกิจ Business Statistics	3(3-0-6)
05-311-002	กฎหมายธุรกิจ Business Laws	3(3-0-6)
05-311-003	การภาษีอากร Taxation	3(3-0-6)
05-311-004	การเงินธุรกิจ Business Finance	3(3-0-6)

05-311-005	หลักเศรษฐศาสตร์ Principles of Economics	3(3-0-6)
05-311-108	องค์การและการจัดการ Organization and Management	3(3-0-6)
05-311-233	การเป็นผู้ประกอบการใหม่ Entrepreneurship	3(3-0-6)
05-311-317	การจัดการการผลิตและการดำเนินงาน Production and Operation Management	3(3-0-6)
05-313-101	ทักษะการพิมพ์สัมผัส Typing Skills	2(0-4-2)
05-411-101	การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อธุรกิจ Using Information Technology for Business	3(2-2-5)

2.2 กลุ่มวิชาชีพบังคับ

44 หน่วยกิต

ให้ศึกษาจากรายวิชาต่อไปนี้

05-211-201	พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer Behavior	3(3-0-6)
05-211-202	การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา Product and Price Management	3(3-0-6)
05-211-301	การสื่อสารการตลาด Marketing Communications	3(3-0-6)
05-211-302	การจัดการตราสินค้า Brand Management	3(3-0-6)
05-211-303	การจัดการช่องทางและโลจิสติกส์ Channel and Logistics Management	3(3-0-6)
05-211-304	การจัดการการขาย Sales Management	3(3-0-6)
05-211-305	การจัดการการตลาด Marketing Management	3(3-0-6)
05-212-301	การตลาดระหว่างประเทศ International Marketing	3(3-0-6)
05-212-302	การวิจัยการตลาด Marketing Research	3(2-2-5)

มคอ.2

05-212-303	การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด Quantitative Marketing Analysis	3(3-0-6)
05-212-401	กลยุทธ์การตลาด Marketing Strategy	3(3-0-6)
05-212-402	การศึกษาความเป็นไปได้เพื่อโครงการทาง การตลาด Feasibility Study in Marketing Project	3(2-2-5)
05-212-403	สัมมนาการตลาด Seminar in Marketing	1(0-2-1)

สำหรับนักศึกษาที่เลือกวิชาการฝึกงานด้านการตลาด ให้ศึกษา 7 หน่วยกิต จากรายวิชาต่อไปนี้

*05-212-404	การเตรียมความพร้อมการฝึกงานด้าน การตลาด Preparation for Marketing Internship	1(1-0-2)
*05-212-405	โครงงานทางการตลาด Marketing Project	3(2-2-5)
*05-212-406	การฝึกงานด้านการตลาด Marketing Internship	3(0-40-0)

สำหรับนักศึกษาที่เลือกวิชาสหกิจศึกษา ให้ศึกษา 7 หน่วยกิต จากรายวิชาต่อไปนี้

*05-212-407	การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา Preparation for Co-operative Education	1(1-0-2)
*05-212-408	สหกิจศึกษา Co-operative Education	6(0-40-0)

หมายเหตุ * เป็นรายวิชาที่กำหนดให้ผลการเรียนเป็น S หรือ U
นักศึกษาที่สามารถเทียบโอนวิชาการฝึกงานด้านการตลาดได้ ไม่ต้องเรียนวิชาการ
เตรียมความพร้อมการฝึกงานด้านการตลาด

2.3 กลุ่มวิชาชีพเลือก	15	หน่วยกิต
ให้เลือกศึกษาจากรายวิชาต่อไปนี้		
2.3.1 กลุ่มการบริหารงานขายและบริหารการตลาด		
05-211-203 การตลาดสินค้าเกษตรกรรม Agricultural Product Marketing	3(3-0-6)	
05-211-204 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ Customer Relationship Management	3(3-0-6)	
05-211-205 การจัดการการค้าปลีก Retailing Management	3(3-0-6)	
05-211-206 การตลาดธุรกิจขนาดย่อม Small Business Marketing	3(3-0-6)	
05-211-207 การตลาดธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยว Hospitality and Tourism Marketing	3(3-0-6)	
05-211-208 การตลาดผลิตภัณฑ์ฮาลาล Halal Product Marketing	3(3-0-6)	
2.3.2 กลุ่มสารสนเทศและบูรณาการทางการตลาด		
05-212-201 การวิจัยผู้บริโภค Consumer Research	3(3-0-6)	
05-212-202 การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ Electronics Marketing	3(3-0-6)	
05-212-203 การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม Green Marketing	3(3-0-6)	
05-212-204 กลยุทธ์การเจรจาต่อรองทางธุรกิจ Strategic Negotiation in Business	3(3-0-6)	
05-212-205 การสื่อสารตราสินค้า Brand Communications	3(3-0-6)	
05-212-206 การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ Product Development and Design	3(3-0-6)	

3. หมวดวิชาเลือกเสรี 6 หน่วยกิต

นักศึกษาเลือกศึกษารายวิชาใดได้อีกไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต โดยเป็นรายวิชาที่เปิดสอนในระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

3.1.4 แผนการศึกษา

ปีการศึกษาที่ 1

ภาคการศึกษาที่ 1

UU-VWX-YZZ	กลุ่มทักษะทางภาษาและการสื่อสาร 1	3(T-P-E)
UU-VWX-YZZ	กลุ่มทักษะทางภาษาและการสื่อสาร 2	3(T-P-E)
UU-VWX-YZZ	กลุ่มความรู้ทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 1	3(T-P-E)
05-111-108	การบัญชีการเงิน	3(3-0-6)
05-211-101	หลักการตลาด	3(3-0-6)
05-311-005	หลักเศรษฐศาสตร์	3(3-0-6)
05-313-101	ทักษะการพิมพ์สัมผัส	2(0-4-2)
รวม		20 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาที่ 2

UU-VWX-YZZ	กลุ่มความรู้ทางด้านศิลปวัฒนธรรม 1	3(T-P-E)
UU-VWX-YZZ	กลุ่มความรู้ทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 2	3(T-P-E)
UU-VWX-YZZ	กลุ่มความรู้ทางวิทยาศาสตร์กับคณิตศาสตร์ 1	3(T-P-E)
UU-VWX-YZZ	กลุ่มทักษะทางภาษาและการสื่อสาร 3	3(T-P-E)
05-311-001	สถิติธุรกิจ	3(3-0-6)
05-311-002	กฎหมายธุรกิจ	3(3-0-6)
05-311-108	องค์การและการจัดการ	3(3-0-6)
รวม		21 หน่วยกิต

ปีการศึกษาที่ 2

ภาคการศึกษาที่ 1

UU-VWX-YZZ	กลุ่มความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์กับคณิตศาสตร์ 2	3(T-P-E)
UU-VWX-YZZ	กลุ่มทักษะทางภาษาและการสื่อสาร 4	3(T-P-E)
UU-VWX-YZZ	กลุ่มทักษะทางกีฬาและสุขพลานามัย 1	1(0-2-1)
05-211-201	พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0-6)
05-311-003	การภาษีอากร	3(3-0-6)
05-411-101	การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อธุรกิจ	3(3-0-6)
05-VWX-YZZ	วิชาชีพเลือก 1	3(T-P-E)
รวม		19 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาที่ 2

UU-VWX-YZZ	กลุ่มความรู้ตามหลักจริยธรรม 1	3(3-0-6)
UU-VWX-YZZ	กลุ่มความรู้เชิงบูรณาการ/สหวิชาการ 1	3(T-P-E)
05-211-202	การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา	3(3-0-6)
05-311-004	การเงินธุรกิจ	3(3-0-6)
05-311-233	การเป็นผู้ประกอบการใหม่	3(2-2-5)
05-VWX-YZZ	วิชาชีพเลือก 2	3(T-P-E)
05-VWX-YZZ	วิชาชีพเลือก 3	3(T-P-E)
รวม		21 หน่วยกิต

ปีการศึกษาที่ 3

ภาคการศึกษาที่ 1

05-211-301	การสื่อสารการตลาด	3(3-0-6)
05-211-302	การจัดการตราสินค้า	3(3-0-6)
05-211-303	การจัดการช่องทางและการส่งกำลังบำรุง	3(3-0-6)
05-212-301	การตลาดระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
05-311-317	การจัดการการผลิตและการดำเนินงาน	3(3-0-6)
05-VWX-YZZ	วิชาชีพเลือก 4	3(T-P-E)
รวม		18 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาที่ 2

05-211-304	การจัดการขาย	3(3-0-6)
05-211-305	การจัดการการตลาด	3(3-0-6)
05-212-302	การวิจัยการตลาด	3(2-2-5)
05-212-303	การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด	3(3-0-6)
05-VWX-YZZ	วิชาชีพเลือก 5	3(T-P-E)
UU-VWX-YZZ	วิชาเลือกเสรี 1	3(T-P-E)
รวม		18 หน่วยกิต

ปีการศึกษาที่ 4

สำหรับนักศึกษาที่เลือกรายวิชาการฝึกงานด้านการตลาด

ภาคการศึกษาที่ 1

05-212-401	กลยุทธ์การตลาด	3(3-0-6)
05-212-402	การศึกษาความเป็นไปได้เพื่อโครงการทางการตลาด	3(2-2-5)
05-212-403	สัมมนาการตลาด	1(0-2-1)
05-212-404	การเตรียมความพร้อมการฝึกงานด้านการตลาด	1(1-0-2)
05-212-405	โครงการทางการตลาด	3(2-2-5)
UU-VWX-YZZ	วิชาเลือกเสรี 2	3(T-P-E)
รวม		14 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาที่ 2

05-212-406	การฝึกงานด้านการตลาด	3(0-40-0)
รวม		3 หน่วยกิต

ปีการศึกษาที่ 4

สำหรับนักศึกษาที่เลือกรายวิชาสหกิจศึกษา

ภาคการศึกษาที่ 1

05-212-401	กลยุทธ์การตลาด	3(3-0-6)
05-212-402	การศึกษาความเป็นไปได้เพื่อโครงการทางการตลาด	3(2-2-5)
05-212-403	สัมมนาการตลาด	1(0-2-1)
05-212-407	การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา	1(1-0-2)
UU-VWX-YZZ	วิชาเลือกเสรี 2	3(T-P-E)
รวม		11 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาที่ 2

05-212-408	สหกิจศึกษา	6(0-40-0)
รวม		6 หน่วยกิต

3.1.5 คำอธิบายรายวิชา

ความหมายของเลขรหัสรายวิชา

UU-VWX-YZZ

UU หมายถึง คณะ

01 คือ คณะศิลปศาสตร์

02 คือ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

05 คือ คณะบริหารธุรกิจ

V หมายถึง สาขา

0 คือ สาขาศึกษาทั่วไป

1 คือ สาขาการบัญชี

2 คือ สาขาการตลาด

3 คือ สาขาการจัดการ

4 คือ สาขาระบบสารสนเทศ

สำหรับสาขาศึกษาทั่วไป

WX หมายถึง กลุ่มวิชา/วิทยาย่อย

10 หมายถึง กลุ่มวิชาภาษา

11 คือ วิทยาย่อยภาษาไทย

12 คือ วิทยาย่อยภาษาอังกฤษ

13 คือ วิทยาย่อยภาษาจีน

14 คือ วิทยาย่อยภาษามลายู

20 หมายถึง กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และสุขพลานามัย

21 คือ วิทยาย่อยมนุษยศาสตร์

22 คือ วิทยาย่อยสังคมศาสตร์

23 คือ วิทยาย่อยสุขพลานามัย

30 หมายถึง กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี

31 คือ วิทยาย่อยคณิตศาสตร์

32 คือ วิทยาย่อยวิทยาศาสตร์

33 คือ วิทยาย่อยเทคโนโลยี

40 หมายถึง กลุ่มวิชาบูรณาการ/สหวิชาการ

สำหรับสาขาวิชาการตลาด

WX หมายถึง สาขาวิชา/กลุ่มวิชา

10 คือ สาขาวิชาการตลาด

11 คือ กลุ่มวิชาบริหารงานขายและบริหารการตลาด

12 คือ กลุ่มวิชาสารสนเทศและบูรณาการทางการตลาด

Y หมายถึง ปีที่ควรศึกษา

0 จัดให้ศึกษาในภาคเรียนใดก็ได้

1 ควรจัดให้ศึกษาในชั้นปีที่ 1

2 ควรจัดให้ศึกษาในชั้นปีที่ 2

3 ควรจัดให้ศึกษาในชั้นปีที่ 3

4 ควรจัดให้ศึกษาในชั้นปีที่ 4

ZZ หมายถึง ลำดับที่ของรายวิชาในกลุ่มวิชา/วิชาย่อย

ความหมายของรหัสหน่วยกิตและการจัดชั่วโมงเรียน

C(T-P-E)

C หมายถึง จำนวนหน่วยกิตของรายวิชานั้น

T หมายถึง จำนวนชั่วโมงศึกษาภาคทฤษฎีต่อสัปดาห์

P หมายถึง จำนวนชั่วโมงศึกษาภาคปฏิบัติต่อสัปดาห์

E หมายถึง จำนวนชั่วโมงการค้นคว้านอกเวลาต่อสัปดาห์

รายละเอียดคำอธิบายรายวิชา

- | | | |
|------------|---|----------|
| 01-011-001 | ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร
Thai Language for Communication
วิชาบังคับก่อน: -
Prerequisite: -
เอกลักษณ์ของภาษาไทย การฝึกทักษะการใช้ภาษาไทยด้านการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน การอ่านและการฟังเพื่อจับใจความสำคัญ การสื่อความคิดด้วยการพูดและการเขียน และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสื่อผสมในการนำเสนอ
Thai language identities; skill practice in listening, speaking, reading, and writing; reading and listening for main ideas; speaking and writing to express ideas; the application of multimedia technology in presentation | 3(3-0-6) |
| 01-021-001 | จริยธรรมสำหรับมนุษย์
Ethics for Human beings
วิชาบังคับก่อน: -
Prerequisite: -
ปรัชญาทางจริยศาสตร์ ทฤษฎีทางจริยธรรม จริยศาสตร์เชิงคุณธรรม กรณียธรรมและอันตริยา จริยศาสตร์เชิงหน้าที่ อัตนิยม ปรีตนิยม และประโยชน์นิยม การให้เหตุผลสนับสนุนทางจริยธรรม ศีลธรรมกับศาสนา จริยศาสตร์ประยุกต์ ในสถานการณ์ปัจจุบัน พฤติกรรมทางเพศ การทำแท้งและอิสระทางเพศ ความขาดแคลน ความทุกข์ทรมาน สวัสดิภาพสัตว์
Philosophy of ethics; ethical theory; virtue ethics; deontology and teleology; duty ethics; egoism, altruism and utilitarianism; ethical justification; morality and religion; applications to contemporary controversies, sexual behavior, abortion and free choice, poverty, torture, animal welfare | 3(3-0-6) |

01-021-002	มนุษยสัมพันธ์และการพัฒนาบุคลิกภาพ Human Relations and Personality Development วิชาบังคับก่อน: - Prerequisite: - ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับมนุษยสัมพันธ์ พฤติกรรมที่อยู่ร่วมกันของมนุษย์ การปรับปรุงตนเองเพื่อสร้างมนุษยสัมพันธ์กับบุคคลในองค์กรและสังคม มารยาททางสังคมและการนันทนาการ การพัฒนาบุคลิกภาพ Basic knowledge of Human Relations; human behavior in socializing; self-improvement to create relationship within organization and society; social manners and recreations; personality development	3(3-0-6)
01-021-005	จิตวิทยาทั่วไป General Psychology วิชาบังคับก่อน: - Prerequisite: - ทฤษฎีและแนวคิดทางจิตวิทยา รูปแบบของพฤติกรรม ขบวนการทางจิตวิทยา เพื่อการพัฒนามนุษย์ การรับสัมผัส การรับรู้ การเรียนรู้ เซวณปัญญา อารมณ์ การจูงใจ บุคลิกภาพ และสุขภาพจิต ปัจจัยทางจิตวิทยาและบทบาทของสังคมต่อพฤติกรรมของมนุษย์ การปรับตัวเพื่อคุณภาพของชีวิต Psychological theories and concepts; multiple aspects of human behavior; psychological procedures for human development: sensation, perception, learning, intelligence, emotion, motivation, personality, and mental health; psychological factors and social influences on human behavior; personal adjustments for quality of life	3(3-0-6)

- 01-021-007 วัฒนธรรมและชนบประเพณีของภาคใต้ 3(3-0-6)
 Southern Cultures and Traditions
- วิชาบังคับก่อน: -
 Prerequisite: -
 อัตลักษณ์ของชาวใต้ ภาษาพื้นเมืองและสำเนียงภาษา วัฒนธรรมและความเชื่อ คติชนและภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเพณีและพิธีกรรมทางศาสนา สังคมไทยมุสลิม และไทยพุทธ เทศกาลเฉลิมฉลองและงานรื่นเริง การปกป้องรักษาประเพณีของ ชาวใต้ในยุคปัจจุบัน ทักษะศึกษาและกิจกรรม
 Character of Southerner: indigenous language and dialects, cultures and beliefs, folk lore and folk wisdom, tradition and sacred activities; Muslim and Buddhist communities in the South; festivals and folk entertainment; the conservation of southern traditions in contemporary contexts; field studies and working activities
- 01-021-008 อารยธรรมไทยในบริบทโลกาภิวัตน์ 3(3-0-6)
 Thai Civilization in the Globalization Context
- วิชาบังคับก่อน: -
 Prerequisite: -
 ความโดดเด่นของอารยธรรมตะวันตกและตะวันออก อารยธรรมไทยยุคก่อน ประวัติศาสตร์และอาณาจักรโบราณ สภาพการเมือง สังคม เศรษฐกิจไทยสมัย สุโขทัยถึงปัจจุบัน ผลดี ผลเสียของการพัฒนาประเทศตามกระแสโลก และการปรับเปลี่ยนอารยธรรมไทยในกระแสโลกาภิวัตน์
 The distinction of western and eastern civilizations; prehistoric Thai history and the ancient kingdoms; Thai political, social and economic development from Sukhothai up to contemporary period; advantages and disadvantages of western-oriented development; Thai culture adjustment in the globalization context

01-022-001	วิถีชีวิตแห่งการดำรงชีวิต Life Style Enhancement วิชาบังคับก่อน: - Prerequisite: - สุขภาวะองค์รวม ชีวิตกับสิ่งแวดล้อม ทักษะชีวิตกับการพัฒนาจิตสาธารณะ เศรษฐกิจพอเพียงและภูมิปัญญาท้องถิ่น พหุวัฒนธรรมกับวิถีประชาธิปไตย และการเรียนรู้ตลอดชีวิตเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน Holistic well-being; life and environment; life skills and the cultivation of public minded value; sufficiency economy and folk wisdom; pluralism and democratic ways of life; life long learning for sustainable development	3(3-0-6)
01-022-003	สังคมกับการปกครอง Society and Government วิชาบังคับก่อน: - Prerequisite: - วิวัฒนาการของระบบการเมืองและการปกครองของไทย อำนาจอธิปไตยและรูปแบบการปกครอง การปกครองแบบประชาธิปไตย แนวความคิด ทฤษฎี และอุดมการณ์ทางการเมือง สถาบันและกระบวนการทางการเมือง ปัจจัยเกื้อหนุนและปัญหาอุปสรรคในการเปลี่ยนแปลงของสังคมการเมือง Development of Thai politics and governments; sovereignty and forms of governments; democratic government; concepts, theories, and political ideals; political institutions and processes; supporting factors and obstacles to social and political changes	3(3-0-6)
01-023-006	พลศึกษา Physical Education วิชาบังคับก่อน: - Prerequisite: - ความรู้พื้นฐาน การปฏิบัติเกี่ยวกับกิจกรรมพลศึกษา การสร้างเสริมสมรรถภาพทางกาย การทำงานเป็นทีม ระเบียบ กติกา มารยาท การจัดการและการดำเนินการแข่งขันโดยเลือกชนิดกีฬาตามความเหมาะสม Basic knowledge; physical education activities; developing physical fitness; team working; rules, regulations and etiquettes; organizing and arranging selected sport competition	1(0-2-1)

01-023-005	ฟุตซอล Futsal	1(0-2-1)
	วิชาบังคับก่อน: - Prerequisite: - ความรู้พื้นฐาน การปฏิบัติทักษะพื้นฐาน การเล่นเป็นทีม การสร้างเสริมสมรรถภาพ ทางกาย ระเบียบ กติกา มารยาท และการดำเนินการแข่งขัน Basic knowledge; basic skills practice; team playing; developing physical fitness; rules, regulations, and etiquettes; arranging futsal competition	
01-023-006	แบดมินตัน Badminton	1(0-2-1)
	วิชาบังคับก่อน: - Prerequisite: - ความรู้พื้นฐาน การปฏิบัติทักษะพื้นฐาน การเล่นเป็นทีม การสร้างเสริมสมรรถภาพ ทางกาย ระเบียบ กติกา มารยาท และการดำเนินการแข่งขัน Basic knowledge; basic skills practice; team playing; developing physical fitness; rules, regulations, and etiquettes; arranging badminton competition	
01-023-009	กีฬาลีลาศ DanceSport	1(0-2-1)
	วิชาบังคับก่อน: - Prerequisite: - ความรู้พื้นฐาน การฝึกปฏิบัติจังหวะพื้นฐาน การสร้างเสริมสมรรถภาพทางกาย ระเบียบ กติกา มารยาท การพัฒนาท่าทาง และการดำเนินการแข่งขันกีฬาลีลาศ Basic knowledge; basic steps practice; developing physical fitness; rules, regulations, and etiquettes; movement control; arranging DanceSport competition	

01-023-011	โยคะเพื่อสุขภาพ Yoga for Health วิชาบังคับก่อน: - Prerequisite: - ความหมายและประวัติของโยคะ หลักการของหัตถะโยคะ ความสัมพันธ์ระหว่างโยคะและอายุรเวช การเตรียมพร้อมร่างกาย การยืดเหยียดข้อต่อและกล้ามเนื้อ เทคนิคการเกร็งและคลายกล้ามเนื้อ การฝึกทำอาสนะ การควบคุมลมหายใจและลมปราณ สิ่งควรระวังและความปลอดภัยในการฝึกโยคะ Meaning and history of Yoga; principles of Hatha Yoga; relationship between Yoga and Ayurveda; body preparation; joint and muscle stretching; techniques of muscle contraction and relaxation; Asana practice; breathing and Pranayama; care and safety in Yoga training	1(0-2-1)
01-033-001	เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษา Information Technology for Study Skills วิชาบังคับก่อน: - Prerequisite: - แนะนำการประยุกต์ใช้คอมพิวเตอร์และระบบสารสนเทศ แหล่งสารสนเทศ วิธีแสวงหาสารสนเทศ การวิเคราะห์และสังเคราะห์สารสนเทศ การเรียบเรียงและนำเสนอสารสนเทศ การจัดการและการเก็บรวบรวมข้อมูลและฐานข้อมูล จริยธรรมและระบบป้องกันข้อมูลสารสนเทศ การฝึกฝนและการประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศ Introduction to computer applications and information systems; information sources; information seeking; information analysis and synthesis, information composition and presentation; management and collection of data and databases; ethics and information protection; hands-on training and information system applications	3(3-0-6)

- 01-040-001 **ปัจจัยและสิ่งเติมเต็มสำหรับมนุษย์** 3(3-0-6)
Human Essence and Fulfillment
วิชาบังคับก่อน: -
Prerequisite: -
 ร่างกายและจิตวิญญาณ อัตตะบริหารสำหรับปัจเจกชน ดัชนีชี้วัดความอยู่ดีมีสุข
 สิ่งที่มีผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของมนุษย์เกี่ยวกับ สภาวะจิต คุณธรรม ความเชื่อ
 พฤติกรรม สันดาน รสนิยม ค่านิยม ภัยอันตราย ภัยพิบัติ ความปลอดภัย สุขภาพ
 มลภาวะ ประเพณี สังคมและเทคโนโลยี ประสบการณ์ของมนุษย์ในทางศิลปะ
 ดนตรี วรรณกรรม ปรัชญา และประวัติศาสตร์ การแสวงหาอัตลักษณ์ ความรู้
 สถานะทางสังคม และการแสวงหาความสุข
 Body and mind; the necessary articles for individual; indicators of
 well-being; impacts on human beings on mental status, morals,
 believes, behavior, trait, taste, value, danger, disaster, safety, health,
 pollutants, culture, community, and technology; human experiences
 in art, music, literature, philosophy, and history; the search for
 identity, the quest for knowledge, the status in society, and the
 need for happiness
- 01-040-003 **มนุษย์สัมพันธ์เพื่อการดำรงชีวิต** 3(3-0-6)
Human Relations for Living
วิชาบังคับก่อน: -
Prerequisite: -
 ความหมายและความสำคัญของมนุษย์สัมพันธ์ การประยุกต์ทฤษฎีทางจิตวิทยาใน
 การสร้างความสัมพันธ์ของมนุษย์ทั้งในชีวิตส่วนตัวและการทำงาน เทคนิคของการ
 สร้างทัศนคติด้านมนุษย์สัมพันธ์ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความสัมพันธ์และ
 ปัญหาที่เกี่ยวข้อง
 Meaning and importance of human relations; application of
 psychological theories in developing human relations in life and
 work; skill-building techniques in human relations; influential factors
 and related problems

01-040-005	เอเชียอาคเนย์ศึกษา Southeast Asian Studies วิชาบังคับก่อน: - Prerequisite: - ประวัติศาสตร์ สังคมวิทยาและมนุษยวิทยาของเอเชียอาคเนย์ การเมืองการปกครองและความหลากหลายทางวัฒนธรรม ศาสนาและประเพณี ลักษณะพื้นที่ ทรัพยากร ธรรมชาติ และสภาพแวดล้อม ความขัดแย้งและการร่วมมือระหว่างประเทศ สังคมสมัยใหม่และความเป็นสากล การพัฒนาและความร่วมมือทางการเกษตร อุตสาหกรรม และการค้า การจัดระบบเศรษฐกิจ History, sociology, and anthropology of South East Asia; political and cultural diversity; religious and traditions; landforms, natural resources and environment; conflict and cooperation among nations; modernization and globalization; agricultural, industrialized and merchandized cooperation and development; economic renovation	3(3-0-6)
01-312-001	ภาษาอังกฤษ 1 English I วิชาบังคับก่อน: - Prerequisite: - ทักษะภาษาอังกฤษด้านการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน หน้าที่และประเภทของคำศัพท์ รูปแบบกาลปัจจุบัน อดีต และอนาคต การถามและตอบคำถาม กลุ่มคำและสำนวน การอ่านเนื้อเรื่องสั้นๆ ที่มีโครงสร้างภาษาไม่ซับซ้อน English language skills: listening, speaking, reading and writing; functions and parts of speech of words; tenses: present, past, and future tenses; question making; idioms and phrasal verbs; reading short simple passages	3(3-0-6)

01-312-002	ภาษาอังกฤษ 2 English II วิชาบังคับก่อน: - Prerequisite: - คำศัพท์และหลักไวยากรณ์ขั้นสูง ฝึกทักษะการฟังและการสนทนาโต้ตอบเกี่ยวกับ เรื่องทั่วไปในชีวิตประจำวันด้วยถ้อยคำและสำนวนภาษาที่ถูกต้อง การอ่านเนื้อเรื่องที่มีประโยคซับซ้อนขึ้น การแต่งประโยคและการเขียนเรียงความที่มีความยาวและซับซ้อนมากขึ้น Advanced vocabulary and grammar; listening and speaking practice in daily conversation with appropriate expressions; reading more complex articles; writing longer and more complex sentences and articles	3(3-0-6)
01-312-006	ภาษาอังกฤษเพื่อการทำงาน English for Work วิชาบังคับก่อน: - Prerequisite: - การสมัครงาน ศัพท์และสำนวนเพื่อการสื่อสารและการปฏิบัติงานภายในองค์กร การอ่านและการเขียนเกี่ยวกับงานในองค์กร การนำเสนอโครงการ และการรายงานผลการปฏิบัติงาน Job application; appropriate vocabulary and expressions used for communication in an organization and practice; reading and writing passages about work; project presentation; performance reports	3(3-0-6)
01-313-001	ภาษาจีน 1 Chinese I วิชาบังคับก่อน: - Prerequisite: - ระบบเสียงของภาษาจีน การออกเสียง สัญลักษณ์ที่ใช้แทนเสียงในภาษาจีน และโครงสร้างที่สำคัญของภาษาจีน Chinese sound system; phonology and pronunciation; Chinese phonetic symbols; essential Chinese language structures	3(3-0-6)

01-313-002	ภาษาจีน 2 Chinese II วิชาบังคับก่อน: 01-313-001 ภาษาจีน 1 Prerequisite: 01-313-001 Chinese I ศัพท์สำนวน และโครงสร้างภาษาพื้นฐานในการพูดทักทายและแนะนำตัว การเล่าเรื่อง การอ่านเรื่องสั้นๆ การเขียนข้อความและการบรรยายเรื่องราว เหตุการณ์ด้วยภาษาที่เหมาะสม การสนทนาได้ตอบตามสถานการณ์ในชีวิตประจำวัน Vocabulary, expressions, and basic structures for greetings and self-introduction; story-telling; reading short stories; writing messages and describing events using appropriate language; conversation in everyday situations	3(3-0-6)
01-314-001	ภาษามลายู 1 Malay I วิชาบังคับก่อน: - Prerequisite: - อักขรวิธีแม่เสียงภาษามลายูมาตรฐาน ความหมายของคำและหลักไวยากรณ์ ทักษะการฟังและการสนทนาในชีวิตประจำวัน การอ่านเนื้อเรื่องง่ายๆ ที่มีประโยคไม่ซับซ้อน การแต่งประโยค และการเขียนประโยคและเรียงความขนาดสั้น The standard sound of Malay of Rumi; vocabulary and grammar; listening and speaking everyday language; reading simple texts; writing simple sentences and short articles	3(3-0-6)

- 01-314-002 ภาษามลายู 2 3(3-0-6)
 Malay II
 วิชาบังคับก่อน: 01-314-001 ภาษามลายู 1
 Prerequisite: 01-314-001 Malay I
 คำและหลักไวยากรณ์ขั้นสูงทักษะการฟังและการสนทนาโต้ตอบเกี่ยวกับเรื่อง
 ทั่วไปในชีวิตประจำวันด้วยถ้อยคำและสำนวนภาษาที่ถูกต้อง การอ่านเนื้อเรื่องที่
 มีประโยชน์ซับซ้อนขึ้น การแต่งประโยคและการเขียนเรียงความที่มีความยาวมาก
 ขึ้น
 Advanced vocabulary and grammar; practice listening and speaking
 everyday conversation with appropriate expressions; reading more
 complex articles; writing sentences and articles in a longer and
 more complex form
- 02-031-001 คณิตศาสตร์ทั่วไป 3(3-0-6)
 General Mathematics
 วิชาบังคับก่อน: -
 Prerequisite: -
 ประเภทของจำนวน ทักษะทางเลขคณิต เรขาคณิตและตรีโกณมิติ พื้นฐาน
 เบื้องต้นทางพีชคณิต การแยกเศษส่วนย่อย เลขชี้กำลังและกรณฑ์ สมการเชิง
 เส้นและกราฟ เซต เมทริกซ์ และการประยุกต์
 Classification of numbers; arithmetic skills; geometry and
 trigonometry; algebraic preliminaries; partial fractions; exponent
 expressions and radicals; linear equations and graph; exponent
 expressions and radicals; sets, matrices and their applications

02-032-007	สิ่งแวดล้อมและการจัดการทรัพยากร Environment and Resources Management วิชาบังคับก่อน: - Prerequisite: - ความรู้พื้นฐานทางสิ่งแวดล้อมและการจัดการทรัพยากร หลักนิเวศวิทยาและ สมดุลธรรมชาติ ทรัพยากรธรรมชาติและการอนุรักษ์ มลพิษสิ่งแวดล้อม การ ป้องกันและแก้ไขมลพิษ มลพิษกับปัญหาสุขภาพ กฎหมายเกี่ยวกับผลกระทบ ทางสิ่งแวดล้อม การจัดการสิ่งแวดล้อมแบบผสมผสานและการพัฒนาอย่างยั่งยืน Basic knowledge of environment and resources management; principle of ecology and natural balance; natural resources and the conservation; environmental pollution; preventing and solving pollution problems; pollution and health problems; law of environmental impact; integrated environmental management and sustainable development	3(3-0-6)
02-040-006	ชีวิตกับเศรษฐกิจพอเพียง Life and Sufficiency Economy วิชาบังคับก่อน: - Prerequisite: - ความเป็นมาและปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง วิวัฒนาการของโครงสร้างระบบ เศรษฐกิจไทย การนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในชีวิตและชุมชน การบริหารจัดการที่ดี การพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียงในระดับบุคคล ครอบครัว และชุมชน โครงการพระราชดำริ การประยุกต์เศรษฐกิจพอเพียงในภาคธุรกิจ การเกษตรและอุตสาหกรรม กรณีศึกษาเศรษฐกิจพอเพียงของชุมชน Background of the philosophy of sufficiency economy; development of Thai economy structure; sufficiency economy application for living in a family and in community; good governance practices in organizations; developing sufficiency economy in individual, family and community level; royal-initiated projects applied in agribusiness and in industrial sectors; case study of sufficiency economy in community	3(3-0-6)

- 05-111-101 การบัญชีการเงิน 3(3-0-6)
Financial Accounting
วิชาบังคับก่อน: -
Prerequisite: -
 หลักการบัญชีทั่วไป หลักการบันทึกบัญชีเกี่ยวกับเงินสด ลูกหนี้ ตัวเงินรับ สินค้าคงเหลือ เงินลงทุน สินทรัพย์ที่มีตัวตนและไม่มีตัวตน หนี้สินและส่วนของผู้เป็นเจ้าของ การจัดทำรายงานทางการเงิน
 General accounting principles; principles of recording transactions for cash, account receivables, notes receivable, inventories, investments, tangible, and intangible assets, liabilities, owner' equities; preparation of financial reports
- 05-211-101 หลักการตลาด 3(3-0-6)
Principles of Marketing
วิชาบังคับก่อน: -
Prerequisite: -
 บทบาทและความสำคัญของการตลาดที่มีต่อสังคม เศรษฐกิจ พัฒนาการของแนวความคิดการตลาด กิจกรรมและหน้าที่ทางการตลาด ลักษณะและพฤติกรรม การซื้อในตลาดผู้บริโภคและตลาดอุตสาหกรรม ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนด ส่วนประสมการตลาด กลยุทธ์การตลาด การประยุกต์เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ ในกิจกรรมการตลาด จริยธรรมการตลาดและความรับผิดชอบต่อสังคม
 The role and the importance of marketing in the society and economy; the development of marketing concepts; marketing activities and marketing function; consumers' buying behavior in consumer market and industrial market; factors affecting marketing mix; strategic marketing; the application of modern technology in marketing activities; marketing ethics and social responsibilities

05-211-201	พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer Behavior วิชาบังคับก่อน: - Prerequisite: - ความหมาย ความสำคัญและบทบาทของพฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การกำหนดส่วนประสมทางการตลาดให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค Meaning, importance, and role of consumer behavior; theories related to consumption behavior; factors affecting purchasing; process of purchasing decision making; consumer behavior analysis; determining marketing mix in accordance with the changes in consumer behavior	3(3-0-6)
05-211-202	การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา Product and Price Management วิชาบังคับก่อน: 05-211-101 หลักการตลาด Prerequisite: 05-211-101 Principles of Marketing การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา แนวคิดทางการตลาดของการจัดการผลิตภัณฑ์และราคา การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ การจัดการผลิตภัณฑ์ การตัดสินใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์วางแผนและประเมินผลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หลักการและวิธีการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา การกำหนดราคาตามสถานการณ์ต่างๆ ปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และราคา จริยธรรมในการผลิตภัณฑ์และการตั้งราคา Product and pricing management; marketing concepts of product and price management; analysis of marketing environment; product strategies; product management; product decision; analysis, planning and evaluation of product; principles and methods of price determination; pricing strategies; pricing in different situations; problems related to product and price; ethical in product and price management	3(3-0-6)

- 05-211-203 การตลาดของสินค้าเกษตรกรรม 3(3-0-6)
Agricultural Product Marketing
วิชาบังคับก่อน: 05-211-101 หลักการตลาด
Prerequisite: 05-211-101 Principles of Marketing
 ลักษณะและระบบการเกษตรกรรม ปัญหาของสินค้าเกษตรกรรมในประเทศและ
 ปัญหาการตลาดส่งออก ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสม
 ทางการตลาดของสินค้าเกษตรกรรม สถาบันและองค์กรต่างๆที่เกี่ยวข้อง
 บทบาทรัฐบาลในการส่งเสริมและสนับสนุนแนวทางแก้ปัญหาทางการตลาดของ
 ผลผลิตการเกษตร คุณธรรมและจริยธรรมในระบบตลาดสินค้าเกษตรกรรม
 Nature and agricultural systems; problems of domestic and
 exported agricultural products; factors affecting the determination of
 marketing mix strategy for agricultural products; relevant institutions
 and organizations; government's role in the promotion and support
 of agricultural marketing solutions; morality and ethics in agricultural
 marketing system
- 05-211-204 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ 3(3-0-6)
Customer Relationship Management
วิชาบังคับก่อน: 05-211-101 หลักการตลาด
Prerequisite: 05-211-101 Principles of Marketing
 ความหมายและความสำคัญของการตลาดสัมพันธ์ภาพ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์
 กลยุทธ์ในการสร้างความสัมพันธ์ โปรแกรมการสร้างความจงรักภักดี การ
 วิเคราะห์ผลกำไรจากลูกค้าเพื่อการจัดสรรทรัพยากรที่เหมาะสม ห่วงโซ่
 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับผลกำไร การนำระบบการบริหารลูกค้า
 สัมพันธ์ไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริง
 Meaning and importance of relationship marketing; strategies for
 building relationships; loyalty building program; customer
 profitability analysis for appropriate resource allocation; relationship
 chain between satisfaction and profitability; applications of
 customer relationship management system

05-211-205	การจัดการการค้าปลีก Retailing Management วิชาบังคับก่อน: 05-211-101 หลักการตลาด Prerequisite: 05-211-101 Principles of Marketing พื้นฐานการดำเนินงานการค้าปลีก การจัดตั้งกิจการ การเลือกสถานที่ตั้ง การวางแผนออกแบบร้านค้า การจำแนกประเภทกิจการ การดำเนินงานค้าปลีก การจัดซื้อ กลยุทธ์การกำหนดราคาของร้านค้าปลีก ตราสินค้าหรือเครื่องหมายการค้าของกิจการค้าปลีก การพัฒนาภาพพจน์ของกิจการ ปัญหาเกี่ยวกับการบริหารการค้าปลีก การนำผลวิจัยมาใช้ประโยชน์ในการบริหารกิจการค้าปลีก Principles of retailing operations; setting organization; location selecting; planning of store design and store layout; typing enterprise; operation in store; purchasing; pricing strategy of the retail; brand and trade mark of retailing; image development; service problem of retailing management; using result of research in retailing management	3(3-0-6)
05-211-206	การตลาดธุรกิจขนาดย่อม Small Business Marketing วิชาบังคับก่อน: 05-211-101 หลักการตลาด Prerequisite: 05-211-101 Principles of Marketing ความหมายและลักษณะของธุรกิจขนาดย่อม ข้อมูลทั่วไปในการประกอบธุรกิจขนาดย่อม การตลาดสำหรับธุรกิจขนาดย่อม การจัดตั้งสถานประกอบการ รูปแบบความเป็นเจ้าของ การสรรหาเงินลงทุน การบริหารการตลาด การบริหารการบัญชีและการเงินและการภาษีของธุรกิจขนาดย่อม แนวคิดในการบริหารจัดการ การบริหารการผลิต และการเขียนโครงการ การบริหารจัดการระบบคุณภาพของธุรกิจขนาดย่อม Meaning and characteristics of small business; general information for small business; marketing for small business; workplace establishment; types of ownership; investment funding; marketing management, accounting and financial management, taxation for small business; management concepts, production management, and project writing; quality management system for small business	3(3-0-6)

- 05-211-207 การตลาดธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยว 3(3-0-6)
Hospitality and Tourism Marketing
วิชาบังคับก่อน: 05-211-101 หลักการตลาด
Prerequisite: 05-211-101 Principles of Marketing
 แนวคิดและลักษณะของการตลาดธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยว ภาวะเศรษฐกิจ
 การแข่งขัน บทบาทของอุตสาหกรรมโรงแรมและการท่องเที่ยวต่อการพัฒนา
 ประเทศ กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยว การ
 วางแผนการตลาดธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยว จริยธรรมและคุณธรรมในการ
 ทำการตลาด
 Concepts and characteristics of hotel and tourism business; the role
 of hotel and tourism industry in country development; strategic
 marketing mix for hotel and tourism business; marketing planning
 for hotel and tourism business; morals and ethics in marketing
- 05-211-208 การตลาดผลิตภัณฑ์ฮาลาล 3(3-0-6)
Halal Product Marketing
วิชาบังคับก่อน: 05-211-101 หลักการตลาด
Prerequisite: 05-211-101 Principles of Marketing
 ความหมายและความสำคัญของฮาลาลและผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์
 สำหรับตลาดมุสลิม การรับรองและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ฮาลาล พฤติกรรม
 ผู้บริโภคและตลาดผลิตภัณฑ์ฮาลาล กลยุทธ์การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล
 กรณีศึกษาธุรกิจผลิตภัณฑ์ฮาลาลทั้งในและต่างประเทศ
 Meaning and importance of halal and halal product; development
 for Muslim market; certificate and standard of halal product;
 consumer behavior and market of halal product; marketing strategy
 for halal product; case study in halal business from Thailand and
 abroad

05-211-301	การสื่อสารการตลาด Marketing Communications วิชาบังคับก่อน: - Prerequisite: - แนวคิดการสื่อสารการตลาด การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การขายผ่านบุคคล การตลาดตรง และเครื่องมือสื่อสารการตลาดใหม่ๆ การวางแผนการสื่อสารการตลาด การดำเนินการโปรแกรมการสื่อสารการตลาด การประเมินผล และการควบคุม แนวโน้มการสื่อสารการตลาดในอนาคต Marketing communication concept; integrated marketing communication; promotional mix, advertising, public relations, sales promotion, personal selling, direct marketing and new tools of marketing communications; marketing communication planning; implementation; evaluation and control; trend of marketing communication in the future	3(3-0-6)
05-211-302	การจัดการตราสินค้า Brand Management วิชาบังคับก่อน: - Prerequisite: - ความหมายและความสำคัญของตราสินค้าและการจัดการตราสินค้า องค์ประกอบของตราสินค้า ตำแหน่งตราสินค้า การสร้างคุณค่าตราสินค้า การวัดคุณค่าของตราสินค้าและกลยุทธ์ตราสินค้า Meaning and importance of brand and brand management; brand element; brand positioning; building brand equity; measuring brand equity; brand strategy	3(3-0-6)

- 05-211-303 การจัดการช่องทางและโลจิสติกส์** **3(3-0-6)**
Channel and Logistics Management
วิชาบังคับก่อน: 05-211-101 หลักการตลาด
Prerequisite: 05-211-101 Principles of Marketing
 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการช่องทางและโลจิสติกส์ ระบบช่องทาง โลจิสติกส์
 บำรุงและระบบการจัดจำหน่าย การวิเคราะห์และควบคุมระบบโลจิสติกส์
 สถาบันการตลาดในการจัดจำหน่าย การจัดส่วนประสมทางการตลาดในระบบ
 ช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดการ
 ช่องทางการจัดจำหน่ายและโลจิสติกส์
 Concepts of channel and logistics management; the system of
 channel ,logistics and distribution system; analysis and control of
 logistic system; marketing institutions; marketing mix in channel of
 distribution system; factors affecting decision making in channels of
 distribution and logistics management
- 05-211-304 การจัดการการขาย** **3(3-0-6)**
Sales Management
วิชาบังคับก่อน: 05-211-101 หลักการตลาด
Prerequisite: 05-211-101 Principles of Marketing
 บทบาทและความสำคัญของฝ่ายขายในองค์กร ความรู้พื้นฐานเพื่อจัดการ
 การขาย แนวทางการจัดการการขาย จรรยาบรรณของผู้บริหารงานขาย
 The role and the importance of sales in organization; general
 knowledge for sales management; sales management guidelines;
 ethical codes for sales

05-211-305 การจัดการการตลาด 3(3-0-6)

Marketing Management

วิชาบังคับก่อน: 05-211-101 หลักการตลาด

Prerequisite: 05-211-101 Principles of Marketing

วิวัฒนาการแนวความคิดในการจัดการการตลาด การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด การพัฒนาตลาดเป้าหมาย การวิเคราะห์และพยากรณ์ความต้องการทางการตลาด การวางแผนการตลาด กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดโดยอาศัยหลักคุณธรรม การจัดองค์การ การปฏิบัติตามแผน การควบคุมและประเมินผล การวิเคราะห์ปัญหาทางการตลาดโดยใช้กรณีศึกษา การบริหารการตลาดด้วยแนวคิดชุมชน

Evolutionary concepts in marketing management; analysis of market opportunities; developing target market; market analysis and demand forecasting; marketing planning; marketing mix strategy; organizational; plan implementation; control and evaluation; analysis of marketing problems by using case studies; marketing management with the community concepts

05-212-201 การวิจัยผู้บริโภค 3(3-0-6)

Consumer Research

วิชาบังคับก่อน: 05-211-101 หลักการตลาด

Prerequisite: 05-211-101 Principles of Marketing

ความหมายและความสำคัญของการวิจัยผู้บริโภค กระบวนการวิจัยผู้บริโภค การระบุความต้องการและการกำหนดปัญหา การออกแบบการวิจัย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล การสรุปและรายงาน การวิจัยผู้บริโภคร่วมกับพฤติกรรมผู้บริโภคและระบบสารสนเทศทางการตลาดเกี่ยวกับลูกค้า

The definition and importance of consumer research; requirement analysis and problem definition; research design; popular and sample; research instrument; data collection; data processing and analysis; summary and report; consumer research and consumer behavior; customers marketing information

- 05-212-202 การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ 3(3-0-6)
Electronics Marketing
วิชาบังคับก่อน: 05-211-101 หลักการตลาด
Prerequisite: 05-211-101 Principles of Marketing
 แนวคิดทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ การตลาดแบบดั้งเดิมและการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ แนวความคิดลูกค้าต่อการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ สินค้าและบริการอิเล็กทรอนิกส์ กลยุทธ์การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ตลาดอิเล็กทรอนิกส์ทางอินเทอร์เน็ต กฎหมายและระเบียบข้อบังคับในการกำกับการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ จริยธรรมในการทำธุรกิจตลาดอิเล็กทรอนิกส์
 Concepts of electronics marketing; traditional marketing and electronic; consumer's concept of electronics marketing; products and services of e-marketing; e-marketing strategies ; internet marketing; laws and regulations in electronics market; ethical of conducting electronic business
- 05-212-203 การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม 3(3-0-6)
Green Marketing
วิชาบังคับก่อน: 05-211-101 หลักการตลาด
Prerequisite: 05-211-101 Principles of Marketing
 ความหมายและความสำคัญของสิ่งแวดล้อมและการตลาด วัตถุประสงค์และองค์ประกอบในการดำเนินงานการตลาดโดยคำนึงถึงสภาพแวดล้อมและความพึงพอใจระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค วิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
 Meaning and importance of the environment and marketing; objectives and elements of marketing taking into account the environment and satisfaction among producer and consumers; analysis of marketing strategies application to preserve natural resources and environment

- 05-212-204 การเจรจาต่อรองทางธุรกิจ 3(3-0-6)
Strategic Negotiation in business
วิชาบังคับก่อน: 05-211-101 หลักการตลาด
Prerequisite: 05-211-101 Principles of Marketing
แนวคิด ทฤษฎี ประเภทและรูปแบบของการเจรจาต่อรอง การพัฒนาทักษะใน
การเจรจาต่อรอง การวิเคราะห์คู่เจรจาต่อรอง กลยุทธ์ในการเจรจาต่อรอง การ
เตรียมความพร้อมและสร้างบุคลิกภาพเพื่อการเป็นนักเจรจาต่อรองที่ดี
จริยธรรมในการเจรจาต่อรองทางธุรกิจ
Concepts, theories, types and styles of negotiation; negotiation skill
development; analysis of negotiation counterpart; strategies of
negotiations; preparation and personality for good negotiators;
ethical of business negotiation
- 05-212-205 การสื่อสารตราสินค้า 3(3-0-6)
Brand communications
วิชาบังคับก่อน: 05-211-101 หลักการตลาด
Prerequisite: 05-211-101 Principles of Marketing
บทบาทและความสำคัญของตราสินค้าเพื่อการสื่อสารตราสินค้าในลักษณะต่างๆ
กลยุทธ์การสื่อสารตราสำหรับองค์กรและผลิตภัณฑ์ใหม่ การสร้างการรับรู้ การ
วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดที่มีผลกระทบต่อการวางแผนสื่อสารตรา
สินค้า
The role and importance of brand in different types of brand
communications; strategies of brand communication for new
organizations and new product; creating brand awareness; marketing
environment affecting brand communication planning

- 05-212-206 **การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์** 3(3-0-6)
Product Development and Design
วิชาบังคับก่อน: 05-211-101 หลักการตลาด
Prerequisite: 05-211-101 Principles of Marketing
 ความสำคัญ ประโยชน์ในพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ กระบวนการของการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ การตัดสินใจเลือกความคุ้มค่าและใช้เทคโนโลยีในทางสร้างสรรค์ จรรยาบรรณต่อการเป็นผู้ผลิตในการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิต
 Importance, advantages in product development and design; process of product development and design; decision making of cost-effective choice and use of technologies in creativity; ethical of manufacturers to used technology in productivities
- 05-212-301 **การตลาดระหว่างประเทศ** 3(3-0-6)
International Marketing
วิชาบังคับก่อน: -
Prerequisite: -
 แนวคิดและทฤษฎีการตลาดระหว่างประเทศ สภาพแวดล้อมทางการค้าระหว่างประเทศ พฤติกรรมผู้บริโภคระหว่างประเทศ การรวมกลุ่มทางการค้าโลก กฎหมายและการเจรจาทางการค้าระหว่างประเทศ การบริหารส่วนผสมการตลาดและการแบ่งส่วนตลาดระหว่างประเทศ ระบบสารสนเทศและการวิจัยตลาดระหว่างประเทศ กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดสากล รูปแบบและแนวโน้มการตลาดระหว่างประเทศ
 Concepts and theories of international marketing; international trade environment; consumer behavior in global markets; integration of world trade; laws and negotiation in international trade; management of marketing mix and market segmentation; information system and international marketing research; strategies of entering international markets; patterns and trends in International marketing

- 05-212-302 การวิจัยการตลาด 3(2-2-5)**
Marketing Research
วิชาบังคับก่อน: 05-211-101 หลักการตลาด
Prerequisite: 05-211-101 Principles of Marketing
 ความหมายและความสำคัญของการวิจัยการตลาด คุณค่าของการวิจัยการตลาด จรรยาบรรณของนักวิจัย กระบวนการดำเนินงานการวิจัยการตลาด การกำหนดประเภทและการออกแบบงานวิจัย วิธีการศึกษาข้อมูล การออกแบบแบบสอบถาม การวัดและมาตรวัดทัศนคติ ขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง การเก็บข้อมูล กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล การทดสอบสมมติฐาน การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูลโดยอาศัยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ การเขียนรายงานผลการวิจัยการตลาด
 Role and importance of marketing research; evaluation of marketing research; marketing research ethics; marketing research process; types and design of marketing research; data source and data survey methods; questionnaire design; measurement measuring instruments and measurement of attitude; sampling procedure; sample size; data collection; basic process of data analysis; data analysis; testing hypothesis correlation analysis; data processing by computer program; writing marketing research reports
- 05-212-303 การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด 3(3-0-6)**
Quantitative marketing Analysis
วิชาบังคับก่อน: 05-211-101 หลักการตลาด
Prerequisite: 05-211-101 Principles of Marketing
 ตัวแบบเชิงปริมาณเพื่อการตัดสินใจ การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน ตัวแบบสินค้าคงคลัง การโปรแกรมเชิงเส้นตรง ตัวแบบปัญหาการขนส่ง การมอบหมายงาน ทฤษฎีการรอคอย การพยากรณ์ทางการตลาด การจำลองแบบปัญหา การประยุกต์ตัวแบบเชิงปริมาณไปใช้ในการวิเคราะห์และการวางแผนทางการตลาด
 Quantitative models for decision making; breakeven point Analysis; inventory models; the linear programming; models for transportation problems; job assignment models; theory of queuing. market forecasting; models for simulation; the application of quantitative models used in the analysis and marketing plan

- 05-212-401 กลยุทธ์การตลาด** **3(3-0-6)**
Marketing Strategy
วิชาบังคับก่อน: 05-211-101 หลักการตลาด
Prerequisite: 05-211-101 Principles of Marketing
 บทบาท ความสำคัญและแนวคิดของการวางแผนกลยุทธ์การตลาด
 สภาพแวดล้อมทางการตลาด การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและเปรียบเทียบ
 ทางการแข่งขัน การกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด กลยุทธ์วงจรชีวิต
 ผลิตภัณฑ์ การแบ่งส่วนตลาดและตลาดเป้าหมาย กลยุทธ์เพื่อการแข่งขัน การ
 วางแผนกลยุทธ์การตลาดและการนำไปใช้ การประเมินผลและการควบคุมกล
 ยุทธ์ คุณธรรมในการนำกลยุทธ์ทางการตลาดไปใช้
 The role, importance and the concept of marketing strategy;
 marketing environment; industry analysis and competitive
 advantage; marketing mix strategies; product life cycle strategies;
 market segmentation and target market; competitive
 strategies; marketing strategies and implementation; evaluation and
 control strategies; moral and ethical applications
- 05-212-402 การศึกษาความเป็นไปได้เพื่อโครงการทางการตลาด** **3(2-2-5)**
Feasibility Study in Marketing Project
วิชาบังคับก่อน: 05-311-004 การเงินธุรกิจ
Prerequisite: 05-311-004 Business Finance
 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการวางแผนและโครงการ ประเภทและวงจรการวางแผน
 โครงการ การศึกษาความเป็นไปได้เบื้องต้นของโครงการ การกลั่นกรอง
 โครงการ การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด ประเภทและวิธีการเขียนโครงการ
 ขอบเขตและความสำคัญของการวิเคราะห์ด้านการตลาด ขั้นตอนการวิเคราะห์
 ทางการตลาด การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการแข่งขัน การวิเคราะห์ทาง
 การเงินและการตัดสินใจลงทุน
 General knowledge of planning and project; types and cycles of
 project planning; initial feasibility study of a project; project filtering;
 marketing opportunity analysis; types and methods of project
 writing; scope and importance of marketing analysis; marketing
 analysis process; industrial and competition analysis; financial
 analysis and investment decisions

- | | | |
|------------|---|----------|
| 05-212-403 | <p>สัมมนาการตลาด</p> <p>Seminar in Marketing</p> <p>วิชาบังคับก่อน: 05-211-101 หลักการตลาด</p> <p>Prerequisite: 05-211-101 Principles of Marketing</p> <p>การทบทวนกลยุทธ์ทางการตลาด การวิเคราะห์เหตุการณ์ปัจจุบันทางการตลาด การวิเคราะห์กรณีศึกษาและนำเสนอเพื่อการตัดสินใจทางการตลาด การวางแผนการสัมมนาทางการตลาด การเขียนโครงการสัมมนา การจัดสัมมนา และการประเมินผลโครงการสัมมนาทางการตลาด การนำเสนอเหตุการณ์ทางการตลาด</p> <p>Marketing strategies review; current marketing situation analysis; analysis of case study and present for marketing decision making; marketing seminar planning; writing seminar project, operating and evaluating the marketing seminar project; event marketing presentation</p> | 1(0-2-1) |
| 05-212-404 | <p>การเตรียมความพร้อมการฝึกงานด้านการตลาด</p> <p>Preparation for Marketing Internship</p> <p>วิชาบังคับก่อน: -</p> <p>Prerequisite: -</p> <p>บุคลิกภาพที่เหมาะสมในการทำงาน การวางตัว มนุษยสัมพันธ์ ศิลปะการพูด รวมถึงการสื่อสาร มารยาทการเข้าสังคม ทักษะพื้นฐานในการใช้เครื่องใช้สำนักงาน</p> <p>Appropriate working personality; behavior; human relations; art of speech and communication; social etiquette; basic skills in using office equipment</p> | 1(1-0-2) |
| 05-212-405 | <p>โครงการทางการตลาด</p> <p>Marketing Project</p> <p>วิชาบังคับก่อน: -</p> <p>Prerequisite: -</p> <p>กำหนดโครงการทางการตลาดเพื่อการศึกษาวิเคราะห์และหาแนวทางในการแก้ปัญหาโดยนำความรู้และทฤษฎีทางการตลาดมาประยุกต์ใช้</p> <p>Selecting a marketing project for analysis and finding solutions for problems by using knowledge and theories in marketing</p> | 3(2-2-5) |

- 05-212-406 การฝึกงานด้านการตลาด** **3(0-40-0)**
Marketing Internship
วิชาบังคับก่อน: 05-212-404 การเตรียมความพร้อมการฝึกงานด้านการตลาด
Prerequisite: 05-212-404 Preparation for Marketing Internship
 การฝึกงานด้านการตลาดในสถานประกอบการในองค์กรภาครัฐหรือภาคเอกชน โดยมีระยะเวลาในการฝึกติดต่อกันไม่น้อยกว่า 525 ชั่วโมงและนำเสนอรายงานผลการปฏิบัติงาน
 Practical experience in marketing field in private or public sector for minimum of 525 hours and presentation of performance report
- 05-212-407 การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา** **1(1-0-2)**
Preparation for Co-operative Education
วิชาบังคับก่อน: -
Prerequisite: -
 ความรู้พื้นฐานและเทคนิคในการปฏิบัติงานด้านการตลาด การสื่อสาร มนุษยสัมพันธ์ บุคลิกภาพที่เหมาะสมในการทำงาน เทคนิคการนำเสนอ และการเขียนรายงาน
 Basic knowledge and techniques in marketing; communications; human relations; appropriate working personality; presentation techniques; report writing
- 05-212-408 สหกิจศึกษา** **6(0-40-0)**
Co-operative Education
วิชาบังคับก่อน: 05-212-407 การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา
Prerequisite: 05-212-407 Preparation for Co-operative Education
 ปฏิบัติงานจริงเชิงวิชาการและหรือวิชาชีพเสมือนหนึ่งเป็นพนักงานเต็มเวลาในสถานประกอบการเป็นเวลา 16 สัปดาห์ และไม่น้อยกว่า 640 ชั่วโมง และต้องจัดทำโครงงาน 1 โครงงานตามที่ได้รับมอบหมายจากสถานประกอบการ
 Practical work experience equivalent to full-time employment for 16 weeks and not less than 640 hours; must prepare a project work as assigned by the establishment

05-311-001	สถิติธุรกิจ Business Statistics วิชาบังคับก่อน: - Prerequisite: - บทนำ ตัวแปรสุ่ม การแจกแจงความน่าจะเป็นของตัวแปรสุ่ม การแจกแจงของตัวอย่างสุ่ม การประมาณค่าและการทดสอบสมมติฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวน การทดสอบไคสแควร์ การวิเคราะห์การถดถอยและสหสัมพันธ์อย่างง่าย และการวิเคราะห์อนุกรมเวลา Introduction; random variable; probability distributions for random variables; sampling distributions; estimation and hypothesis testing; variance analysis; Chi-square test; simple linear regression and correlation analysis; time series analysis	3(3-0-6)
05-311-002	กฎหมายธุรกิจ Business Laws วิชาบังคับก่อน: - Prerequisite: - บทบัญญัติของกฎหมายที่สำคัญในทางธุรกิจเกี่ยวกับบุคคล นิติบุคคล (ห้างหุ้นส่วนสามัญ ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด บริษัทมหาชนจำกัด) นิติกรรมสัญญา (ซื้อขาย ขายฝาก เช่าทรัพย์สิน เช่าซื้อ จ้างแรงงาน จ้างทำของ ตัวสัญญาใช้เงิน ตัวแลกเงิน เชื้อค้ำประกัน จำนอง จำนำ ตัวแทน นายหน้า) Business legal provisions in relation to natural persons, juristic persons (general partnerships, limited partnerships, limited companies, and public limited companies); juristic acts contracts (sale, sale with right of redemption, hire of property, hire-purchase, hire of services, hire of work, promissory notes, bill of exchange, cheques, suretyship, mortgage, pledge, agency, and brokerage)	3(3-0-6)

- 05-311-003 การภาษีอากร 3(3-0-6)
 Taxation
 วิชาบังคับก่อน: -
 Prerequisite: -
 หลักการและความสำคัญของภาษีอากร ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะและอากรแสตมป์ ภาษีสรรพสามิต ภาษีศุลกากร ภาษีท้องถิ่น
 Principles and the importance of taxation; personal income tax; corporate income tax; VAT specific business tax and stamp duty; excise duty; local taxes
- 05-311-004 การเงินธุรกิจ 3(3-0-6)
 Business Finance
 วิชาบังคับก่อน: 05-111-101 การบัญชีการเงิน
 Prerequisite: 05-111-101 Financial Accounting
 ขอบเขต ลักษณะและบทบาทของการบริหารการเงิน การวิเคราะห์งบการเงิน การวางแผนและการพยากรณ์ทางการเงิน การบริหารเงินทุนหมุนเวียน การบริหารเงินสดและหลักทรัพย์ในความต้องการของตลาด การบริหารลูกหนี้ การบริหารสินค้าคงเหลือ มูลค่าเงินตามเวลา งบลงทุน การจัดหาเงินทุนระยะสั้น การจัดหาเงินทุนระยะปานกลาง การจัดหาเงินทุนระยะยาว โครงสร้างทางการเงินและต้นทุนของเงินทุน
 Scope, characteristics and the role of financial management; financial statements analysis; financial planning and forecasting; working capital management; cash and marketable securities management; accounts receivable management; inventory management; time value of money; capital budgeting; short-term financing; intermediate-term financing; loan-term financing and financial structure; cost of capital

05-311-005	หลักเศรษฐศาสตร์ Principles of Economics วิชาบังคับก่อน: - Prerequisite: - แนวคิดพื้นฐานทางเศรษฐศาสตร์จุลภาค อุปสงค์ อุปทานและความยืดหยุ่น พฤติกรรมผู้บริโภค การผลิตและต้นทุนการผลิต ตลาดแข่งขันสมบูรณ์และตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ แนวคิดพื้นฐานทางเศรษฐศาสตร์มหภาค รายได้ประชาชาติ วัฏจักรธุรกิจ การเงินการธนาคาร นโยบายการคลังและการเงิน การค้าและการเงินระหว่างประเทศ Principles of microeconomics; supply demand and elasticity; consumer behavior; theory of production; cost of production; perfectly and imperfectly competitive markets; principles of macroeconomics; national income; business cycle; money and the banking system; monetary and fiscal policies; international trade and monetary system	3(3-0-6)
05-311-108	องค์การและการจัดการ Organization and Management วิชาบังคับก่อน: - Prerequisite: - ความหมายขององค์การและการจัดการ แนวความคิดและวิวัฒนาการทางการจัดการ กระบวนการจัดการการวางแผน การจัดองค์การ การนำและการควบคุม การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการติดต่อสื่อสารและเทคโนโลยีข้อมูลข่าวสาร การจัดการความเปลี่ยนแปลงและนวัตกรรมการจัดการในยุคโลกาภิวัตน์ จริยธรรมทางธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม The meaning of organization and management; concepts and development of management; management process, planning organizing, leading and controlling; human resource management; managing communication and information technology; change management; innovation in globalization; business ethics and social responsibilities	3(3-0-6)

- 05-311-233 การเป็นผู้ประกอบการใหม่ 3(3-0-6)
Entrepreneurship
วิชาบังคับก่อน: -
Prerequisite: -
 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจ ประเภทธุรกิจ คุณสมบัติของการเป็นผู้ประกอบการ
 กลยุทธ์ในการทำธุรกิจ วัฒนธรรมองค์กร ผลกระทบต่อการเป็นประชาคม
 อาเซียนต่อการประกอบธุรกิจ จริยธรรมในการประกอบธุรกิจ
 General knowledge in business; types of business; qualification of
 entrepreneur; business strategies; organizational culture; impact of
 asian economic community on entrepreneurship; entrepreneurs'
 ethics
- 05-311-317 การจัดการการผลิตและการดำเนินงาน 3(3-0-6)
Production and Operation Management
วิชาบังคับก่อน: -
Prerequisite: -
 ความสำคัญของการบริหารการผลิตและการปฏิบัติการ ระบบการผลิต เทคนิค
 การพยากรณ์ การตัดสินใจสำหรับการผลิต การวางแผนการผลิต การกำหนด
 ตารางการผลิต การควบคุมการผลิต การเลือกทำเลที่ตั้ง การวางแผนโรงงาน
 การควบคุมคุณภาพ การจัดการพัสดุคงคลัง การบริหารความปลอดภัย ชีวิตนา
 มัยและสิ่งแวดล้อมในโรงงาน และการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปช่วยในการบริหาร
 การผลิต
 The importance of production and operation management;
 production system; forecasting techniques; production decision-
 making; types of production planning; scheduling production;
 production control; location decision; plant layout; quality control;
 inventory management; safety management; occupational health
 and factory's environment; the use of software packages in
 production management

05-313-101	ทักษะการพิมพ์สัมผัส Typing Skills วิชาบังคับก่อน: - Prerequisite: - ฝึกปฏิบัติให้เกิดความเชี่ยวชาญมีความชำนาญในการพิมพ์สัมผัสตัวอักษรและตัวเลข Touch typing practice for mastership in typing skills both in numbers and letter	2(0-4-2)
05-411-101	การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อธุรกิจ The Use of Information Technology for Business วิชาบังคับก่อน: - Prerequisite: - เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ระบบสารสนเทศและการจัดการองค์กร อินเทอร์เน็ตและระบบเครือข่าย การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คุณธรรมและจริยธรรมในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ กฎหมายและพระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ โปรแกรมนำเสนอผลงาน โปรแกรมตารางการคำนวณ การวิเคราะห์ข้อมูล การจัดการข้อมูล โปรแกรมสร้างสื่อสิ่งพิมพ์ ฝึกปฏิบัติการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางธุรกิจ Computer technology; hardware and information technology; information system and organizational management; the internet and network system; electronic commerce; ethical use of information technology; laws relating to computer and information technology; electronic documents; presentation software; spreadsheets; data analysis; data management; print media creation software	3(2-2-5)

3.2 ชื่อ สกุล เลขประจำตัวบัตรประชาชน ตำแหน่ง และคุณวุฒิของอาจารย์

3.2.1 อาจารย์ประจำหลักสูตร

ลำดับ	ชื่อ - นามสกุล	คุณวุฒิ	สาขาวิชาเอก	สถาบันที่จบ	ปีที่จบ	ตำแหน่งวิชาการ	ภาระการสอน ชม./ปีการศึกษา			
							2555	2556	2557	2558
1	นายวีระศักดิ์ ตูลยาพร 3 9599 00191 08 7	บธ.ม. บธ.บ.	บริหารธุรกิจ การตลาด	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	2537 2524	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์	450	450	450	450
2	นางสุทธยา สมสุข 3 9003 00376 61 4	บธ.ม. บธ.บ.	การตลาดระหว่างประเทศ การตลาด	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล	2545 2539	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์	360	360	360	360
3	นางสุวภัทร อัมพันธ์สุขโข 3 9099 00222 73 0	บธ.ม. บธ.บ.	บริหารธุรกิจ การตลาด	วิทยาลัยโยนก มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	2540 2535	อาจารย์	450	450	450	450
4	นางฉันทยาภรณ์ คำจตุ 3 9011 00131 45 7	บธ.ม. บธ.บ.	บริหารธุรกิจ การตลาด	มหาวิทยาลัยรามคำแหง สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล	2545 2539	อาจารย์	480	480	480	480
5	นางอัมมิกา ทิพย์จำนงค์ 3 9010 00110 58 0	บธ.ม. บธ.บ.	การตลาด การตลาด	มหาวิทยาลัยรามคำแหง สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล	2545 2540	อาจารย์	450	450	450	450

3.2.2 อาจารย์ประจำ

ลำดับ	ชื่อ - นามสกุล	คุณวุฒิ	สาขาวิชาเอก	สถาบันที่จบ	ปีที่จบ	ตำแหน่งวิชาการ	ภาระการสอน ชม./ปี การศึกษา			
							2555	2556	2557	2558
1	นางยุพภรณ์ อุไรรัตน์ 3 6398 00068 17 1	ปร.ด. บธ.ม. บธ.บ.	บริหารธุรกิจ บริหารธุรกิจ การตลาด	มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช	2553 2542 2543	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์	450	450	450	450
2	นายพิเชษฐ์ พรหมใหม่ 3 9003 00490 09 3	ปร.ด. บธ.ม. บธ.บ.	บริหารธุรกิจ บริหารธุรกิจ การตลาด	มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2548 2542 2533	อาจารย์	450	450	450	450
3	นางวีรवारณ มารังกูร 3 7102 00151 40 0	บธ.ม. บธ.บ.	บริหารธุรกิจ ธุรกิจศึกษา-การตลาด	มหาวิทยาลัยรามคำแหง วิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา	2540 2530	อาจารย์	360	360	360	360
4	นางปรีชญา ชุมศรี 3 9009 00600 37 0	บธ.ม. กศ.บ.	บริหารธุรกิจ ธุรกิจศึกษา-การตลาด	มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	2548 2535	อาจารย์	450	450	450	450
5	นางวัลภา พัฒนา 3 9099 00430 35 9	ปร.ด. บธ.ม. บธ.บ.	Marketing International business การตลาด	University Utara Malaysia Johnson & Wale University มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช	2549 2543 2549	อาจารย์	360	360	360	360

3.2.3 อาจารย์พิเศษ

ลำดับ	ชื่อ - นามสกุล	คุณวุฒิ	สาขาวิชาเอก	สถาบันที่จบ	ปีที่จบ	ตำแหน่งวิชาการ	ภาระการสอน ชม./ปี การศึกษา			
							2555	2556	2557	2558
1	นายศุภฤกษ์ ประทับชากุล 3 9399 00213 95 1	ค.บ.	Educational Technology and Innovation บริหารธุรกิจ	สถาบันราชภัฏจันทรเกษม	2535	อาจารย์	180	180	180	180
		บธ.ม.		มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2548					

4. องค์ประกอบเกี่ยวกับประสบการณ์ภาคสนาม

ผู้ใช้บัณฑิตต้องการให้บัณฑิตมีประสบการณ์ในวิชาชีพก่อนเข้าสู่การทำงานจริง ดังนั้นหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดได้กำหนดรายวิชาฝึกงานทางด้านการตลาดและสหกิจศึกษาทางด้านการตลาดสำหรับนักศึกษา โดยให้นักศึกษาชั้นปีที่ 4 เลือกศึกษาวิชาใดวิชาหนึ่ง ทั้งนี้จะพิจารณาจากผลการศึกษาและความพร้อมของนักศึกษาเป็นสำคัญ ดังนี้

4.1 การฝึกงานด้านการตลาด

4.1.1 มาตรฐานผลการเรียนรู้ประสบการณ์ภาคสนามของนักศึกษา

ความคาดหวังในผลการเรียนรู้ประสบการณ์ภาคสนามของนักศึกษา มีดังนี้

- 1) มีความรู้และทักษะในการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
- 2) บูรณาการความรู้ที่เรียนมาเพื่อนำไปแก้ไขปัญหาโดยใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม
- 3) มีมนุษยสัมพันธ์และสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี
- 4) มีระเบียบวินัย มีความรับผิดชอบ ตรงต่อเวลา เข้าใจวัฒนธรรมองค์กรและสามารถปรับตัวเข้ากับองค์กรได้
- 5) มีความมั่นใจในการออกไปประกอบวิชาชีพ

4.1.2 ช่วงเวลา

วิชาการฝึกงานด้านการตลาด จัดในภาคการศึกษาที่ 2 ชั้นปีการศึกษาที่ 4

4.1.3 การจัดเวลาและตารางสอน

วิชาการฝึกงานด้านการตลาด จัดเต็มเวลา 1 ภาคการศึกษา

4.2 สหกิจศึกษา

4.2.1 มาตรฐานผลการเรียนรู้ประสบการณ์ภาคสนามของนักศึกษา

ความคาดหวังในผลการเรียนรู้ประสบการณ์ภาคสนามของนักศึกษา มีดังนี้

- 1) มีทักษะในการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ ตลอดจนมีความเข้าใจในหลักการทำงาน และเห็นความจำเป็นในการเรียนรู้ทฤษฎีมากยิ่งขึ้น
- 2) มีความรู้และความเข้าใจในคุณค่าแห่งวิชาชีพ และมีภาวะผู้นำในการทำงาน มีทัศนคติที่ดีต่อวิชาชีพมากยิ่งขึ้น
- 3) บูรณาการความรู้ที่เรียนมาเพื่อใช้ในการปฏิบัติงานกับองค์กรทั้งภาครัฐ และเอกชนได้อย่างเหมาะสม
- 4) มีความรับผิดชอบและสามารถปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งมีวิจรรย์ญาณในการวิเคราะห์ปัญหา และแก้ปัญหาได้อย่างเหมาะสม
- 5) เรียนรู้วิธีการนำเครื่องมือและเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้ประโยชน์ในงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 6) มีมนุษยสัมพันธ์และสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่น และปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์และวัฒนธรรมองค์กรได้เป็นอย่างดี
- 7) มีความซื่อสัตย์สุจริต มีระเบียบวินัย และสามารถปฏิบัติตามกฎระเบียบได้
- 8) มีความกล้าในการแสดงออก และนำความคิดสร้างสรรค์ไปใช้ประโยชน์ในงานได้

4.2.2 ช่วงเวลา

วิชาสหกิจศึกษา จัดในภาคการศึกษาที่ 2 ชั้นปีการศึกษาที่ 4

4.2.3 การจัดเวลาและตารางสอน

วิชาสหกิจศึกษา จัดเต็มเวลา 1 ภาคการศึกษา

5. ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงการหรืองานวิจัย

ตามแนวปฏิบัติการทำโครงการของคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

5.1 คำอธิบายโดยย่อ

หลักสูตรกำหนดให้นักศึกษาที่เลือกรายวิชาการฝึกงานด้านการตลาดต้องเรียนวิชาโครงการทางการตลาด ซึ่งเป็นวิชาที่ให้นักศึกษาได้ศึกษาประเด็นปัญหาทางการจัดการที่สนใจภายใต้คำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ และต้องมีการนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการและอาจารย์ประจำวิชา

5.2 มาตรฐานผลการเรียนรู้

นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการศึกษาโครงการ สามารถวิเคราะห์และเสนอแนะแนวทางการแก้ปัญหาทางการตลาดและสามารถเขียนโครงการเพื่อนำเสนอได้

5.3 ช่วงเวลา

วิชาการโครงการทางการตลาด จัดในภาคการศึกษาที่ 1 ชั้นปีการศึกษาที่ 4

5.4 การจัดเวลาและตารางสอน

วิชาโครงการทางการตลาด จัดเต็มเวลา 1 ภาคการศึกษา

หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล

1. การพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา

คุณลักษณะพิเศษ	กลยุทธ์หรือกิจกรรมของนักศึกษา
1) มีความคิดสร้างสรรค์	1) จัดให้มีกิจกรรมทางการตลาด การจัดเหตุการณ์ทางการตลาด เพื่อฝึกให้นักศึกษารู้จักคิดและสร้างสรรค์งานทางการตลาด 2) สนับสนุนให้นักศึกษาเข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาดที่หน่วยงานต่าง ๆ จัดขึ้น
2) มีบุคลิกภาพที่ดี	1) มีการเชิญวิทยากรมาบรรยายเพื่อให้ความรู้ในการเตรียมพร้อมเพื่อการทำงานในหลายประเด็น อาทิเช่น เทคนิคการเจรจาสื่อสาร การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี การวางตัวในที่ทำงาน ในบางรายวิชาที่เกี่ยวข้อง 2) จัดให้มีกิจกรรมปัจฉิมนิเทศก่อนที่นักศึกษาจะสำเร็จการศึกษา
3) มีภาวะผู้นำและความรับผิดชอบ	1) กำหนดให้มีรายวิชาที่นักศึกษาต้องทำงานเป็นกลุ่ม และมีการกำหนดหัวหน้ากลุ่มในการทำรายงาน ตลอดจนกำหนดให้นักศึกษาทุกคนมีส่วนร่วมในการนำเสนอ เพื่อเป็นการฝึกให้นักศึกษาได้สร้างภาวะผู้นำและการเป็นสมาชิกกลุ่มที่ดี มีกติกาที่จะสร้างวินัยในตนเอง เช่น การเข้าเรียนตรงเวลา สม่่าเสมอ มีส่วนร่วมในชั้นเรียน เสริมความกล้าในการแสดงความคิดเห็น
4) มีคุณธรรม จริยธรรม	1) เน้นให้ตระหนักถึงผลกระทบต่อสังคมและต่อตนเองที่เกี่ยวข้องกับการกระทำผิดในจรรยาบรรณวิชาชีพ 2) กำหนดให้นักศึกษาเข้าร่วมโครงการคุณธรรมและจริยธรรม

2. การพัฒนาผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 ผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- 1) มีความรู้และความเข้าใจในคุณค่าแห่งวิชาชีพ จรรยาบรรณวิชาชีพ มีทัศนคติที่ดีต่อวิชาชีพ
- 2) มีความซื่อสัตย์สุจริต มีวินัย เคารพและสามารถปฏิบัติตามกฎระเบียบของสถาบันและสังคม
- 3) สามารถบริหารเวลาและปรับวิถีชีวิตอย่างสร้างสรรค์ในสังคม
- 4) มีจิตสำนึก และพฤติกรรมที่คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตนอย่างมีคุณธรรม

1.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- 1) ส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม ให้เกิดกับนักศึกษาโดยการจัดโครงการ/กิจกรรมพัฒนาจิตสาธารณะและการทำประโยชน์ให้กับสังคม รวมทั้งจัดกิจกรรมยกย่องชมเชยนักศึกษาที่ประพฤติดีและทำประโยชน์ให้กับสังคม
- 2) ปลุกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัยและความรับผิดชอบโดยเน้นการเข้าเรียนตรงเวลาและการส่งงานภายในเวลาที่กำหนด
- 3) ปลุกฝังให้นักศึกษาแต่งกายและปฏิบัติตนให้เหมาะสม ถูกต้องตามระเบียบข้อบังคับของมหาวิทยาลัย
- 4) อาจารย์ผู้สอนสอดแทรกเรื่องคุณธรรม จริยธรรม คุณค่าแห่งวิชาชีพจรรยาบรรณวิชาชีพในการสอนทุกรายวิชา
- 5) ส่งเสริมการทำงานเป็นกลุ่มโดยให้นักศึกษารู้น้ำที่ของการเป็นผู้นำกลุ่มและสมาชิกกลุ่ม

1.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- 1) ประเมินจากพฤติกรรมของผู้เรียนระหว่างการเรียนการสอน
- 2) ประเมินจากงานที่ได้รับมอบหมายหรือผลสรุปการร่วมแสดงความคิดเห็นไม่ว่าจะเป็นงานเดี่ยวหรืองานกลุ่ม
- 3) ประเมินจากการให้คะแนนการเข้าห้องเรียนและการส่งงานตรงเวลา
- 4) ประเมินจากผลการเข้าร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตร
- 5) ประเมินจากจำนวนนักศึกษาที่ทำการทุจริตในการสอบหรือการทำผิดกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ

2. ความรู้

2.1 ผลการเรียนรู้ด้านความรู้

- 1) มีความรู้ ความเข้าใจ ในแนวคิด ทฤษฎี หลักการและวิธีการทางวิชาชีพ
- 2) มีความรู้ ความเข้าใจในองค์ความรู้ทางสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง สามารถบูรณาการ ประสมประสานและนำมาประยุกต์ใช้ได้เหมาะสม
- 3) มีความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการปฏิบัติงานด้านวิชาชีพและอื่น ๆ โดยใช้วิธีการ เรียนรู้จากประสบการณ์
- 4) สามารถติดตามการเปลี่ยนแปลงทางวิชาการ การวิจัยและวิชาชีพ ทั้งภาคทฤษฎี และภาคปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง

2.2 กลยุทธ์การสอนใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้

- 1) จัดการเรียนการสอนหลากหลายรูปแบบ โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เปิดโอกาสให้ ผู้เรียนได้มีการแสดงความคิดเห็นและซักถามข้อสงสัย มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจใน วิชาชีพและวิชาชีพอื่นที่เกี่ยวข้อง
- 2) การค้นคว้าและทำรายงานเดี่ยวและกลุ่มตามหัวข้อที่เป็นปัจจุบันและผู้เรียนมี ความสนใจ
- 3) การอภิปรายเป็นกลุ่มโดยนำเนื้อหาที่เรียนมาประสมประสานกับเนื้อหาวิชาอื่นที่ เกี่ยวข้อง
- 4) การเรียนรู้จากสถานการณ์จริง โดยการศึกษาดูงานหรือเชิญผู้มีประสบการณ์หรือ ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกมาบรรยายเฉพาะเรื่อง
- 5) ฝึกการแก้ปัญหาจากโจทย์ แบบฝึกหัด หรือกรณีศึกษา

2.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านความรู้

- 1) การทดสอบย่อย
- 2) การสอบกลางภาค
- 3) การสอบปลายภาค
- 4) การรายงานผลการศึกษาค้นคว้า โครงการ การวิจัย โดยการนำเสนอหน้าชั้นเรียน และเอกสารรายงาน
- 5) ประเมินจากกิจกรรมการเรียนการสอนที่จัดให้ผู้เรียนในห้องเรียน
- 6) ประเมินจากผลการฝึกงานหรือสหกิจศึกษา

3 ทักษะทางปัญญา

3.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

- 1) สามารถสืบค้นข้อมูล ประมวลข้อมูล และแนวคิดต่างๆ เพื่อนำมาใช้ในการระบุ และวิเคราะห์ปัญหาอย่างเหมาะสม
- 2) สามารถประยุกต์และบูรณาการความรู้และด้านอื่นที่สัมพันธ์กันใช้ทักษะทาง วิชาชีพและดุลยพินิจในการแก้ไขปัญหา รวมทั้งข้อเสนอแนะแนวทางใหม่ในสถานการณ์ต่าง ๆ อย่าง สร้างสรรค์ โดยคำนึงถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการตัดสินใจ
- 3) สามารถติดตาม ประเมินผลสรุปประเด็นและรายงานผลได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน

3.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

- 1) จัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้ผู้เรียนมีโอกาสบูรณาการความรู้ทางวิชาชีพกับศาสตร์อื่น ๆ ได้
- 2) การสอนโดยใช้กรณีศึกษา การอภิปราย การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม หรือการสัมมนา
- 3) การฝึกปฏิบัติทั้งในห้องเรียน หรือในสถานประกอบการ การฝึกงานหรือสหกิจศึกษา
- 4) มอบหมายงานการศึกษา ค้นคว้า และรายงานเป็นเอกสาร หรือรายงานหน้าชั้นเรียน

3.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

- 1) ประเมินผลจากการทดสอบทั้งการสอบย่อย การสอบกลางภาคและการสอบปลายภาค
- 2) ประเมินผลจากงานที่ได้รับมอบหมายทั้งงานกลุ่มและงานเดี่ยว เช่น ผลการศึกษา ค้นคว้า โครงการหรืองานวิจัยที่มอบหมาย
- 3) ประเมินผลจากกิจกรรมการเรียนรู้ที่จัดในห้องเรียน
- 4) ประเมินผลจากการฝึกงาน หรือสหกิจศึกษา

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- 1) สามารถปฏิบัติและรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมายอย่างมีประสิทธิภาพ
- 2) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่น และปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์และวัฒนธรรมขององค์กรได้เป็นอย่างดี
- 3) มีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ สามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในการแก้ปัญหาในสถานการณ์ต่างๆ ทั้งในบทบาทของผู้นำหรือผู้ร่วมงาน
- 4) มีความรับผิดชอบในการพัฒนาความรู้ความสามารถทั้งด้านวิชาการและวิชาชีพของตนเองอย่างต่อเนื่อง

4.2 กลยุทธ์การสอนใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- 1) จัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นการทำงานเป็นกลุ่มและงานที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เช่น การระดมความคิด การอภิปรายหรือการสัมมนาเกี่ยวกับประเด็นที่นักศึกษาสนใจ
- 2) ส่งเสริมให้นักศึกษากล้าแสดงออกและเสนอความคิดเห็นผ่านงานกลุ่ม งานเดี่ยว รวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ
- 3) จัดกิจกรรมและการทำงานที่ต้องประสานกับบุคลากรทั้งภายในและภายนอก เช่น โครงการแข่งขันทักษะด้านวิชาชีพ
- 4) อาจารย์ผู้สอนสอดแทรกเรื่องความรับผิดชอบต่อตนเองและองค์กร การมีมนุษยสัมพันธ์ การเข้าใจวัฒนธรรมขององค์กร การปรับตัวเข้ากับสภาวะแวดล้อม การยอมรับผู้อื่น เป็นต้น

4.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- 1) สังเกตพฤติกรรมและการแสดงออกของผู้เรียนขณะทำกิจกรรมกลุ่มและงานที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล
- 2) ประเมินผลงานที่ได้รับมอบหมายและรายงานหน้าชั้นเรียน
- 3) ให้นักศึกษาประเมินตนเองหรือประเมินโดยเพื่อนร่วมชั้นเรียน

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- 1) มีทักษะการใช้วิธีวิเคราะห์เชิงปริมาณ เพื่อการตัดสินใจอย่างสร้างสรรค์และเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาหรือข้อโต้แย้ง
- 2) สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพทั้งการพูดและการเขียน รู้จักเลือกและใช้รูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสม
- 3) สามารถเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและเทคนิคการสื่อสารที่เหมาะสมในการเก็บรวบรวมข้อมูล การแปลความหมาย และการสื่อสารสารสนเทศ

5.2 กลยุทธ์การสอนใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- 1) มอบหมายงานและจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ค้นคว้าหาความรู้โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ
- 2) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่หลากหลายรูปแบบและวิธีการ
- 3) มอบหมาย และจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่ให้นักศึกษามีโอกาสค้นคว้าเรียบเรียงข้อมูล พร้อมการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูล และสามารถนำเสนอให้ผู้อื่นเข้าใจได้อย่างถูกต้อง และให้ความสำคัญในการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูล
- 4) มอบหมายงานที่ต้องค้นคว้าหาข้อมูลเชิงตัวเลข และนำเสนองานที่ต้องมีการตัดสินใจบนฐานข้อมูลและข้อมูลเชิงตัวเลข
- 5) มอบหมายงานค้นคว้าองค์ความรู้จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ และให้นักศึกษานำเสนอหน้าชั้นเรียน
- 6) การฝึกงาน หรือสหกิจศึกษา เพื่อให้เรียนรู้จากการทำงานจริง

5.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- 1) ประเมินจากการสอบข้อเขียนและสอบปฏิบัติ
- 2) ประเมินจากผลงานที่ได้รับมอบหมาย ทั้งรูปแบบการนำเสนอรายงานหน้าชั้นเรียนและรายงานที่เป็นรูปเล่ม ความสามารถในการอธิบายหรือการตอบคำถาม
- 3) ประเมินจากวิธีการนำเสนอโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ คณิตศาสตร์ หรือสถิติที่เกี่ยวข้อง

3. แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping) ผลการเรียนรู้ในตารางมีความหมายดังนี้

3.1 หมวดศึกษาทั่วไป

1. คุณธรรม จริยธรรม

- 1) มีศีลธรรมประจำใจ ใช้หลักคุณธรรมในการดำเนินชีวิต ใฝ่สร้างคุณงามความดี
- 2) มีวินัย ตรงต่อเวลา เคารพกฎระเบียบ มีความซื่อสัตย์ และประพฤติ ปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณ
- 3) มีจิตสาธารณะ เสียสละ รับผิดชอบต่อตนเองและส่วนรวม

2. ด้านความรู้

- 1) มีความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาสาระและวิธีการเรียนรู้ตามแนวคิด กระบวนการ หลักการและทฤษฎีพื้นฐาน ทางมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์
- 2) มีความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาสาระและวิธีการเรียนรู้ตามแนวคิด กระบวนการ หลักการและทฤษฎีพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์
- 3) สามารถผสมผสานบูรณาการความรู้เพื่อพัฒนาตนเอง และตระหนักถึงความสัมพันธ์ของการอยู่ร่วมกันระหว่าง มนุษย์ สังคม ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- 4) ตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม การรักษาสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นและสากล

3. ด้านทักษะทางปัญญา

- 1) สามารถพัฒนาตนเองด้วยการเรียนรู้ได้ตลอดชีวิต
- 2) สามารถคิดค้น คิดริเริ่ม คิดพิจารณาอย่างเป็นอิสระ และคิดเชิงสร้างสรรค์
- 3) สามารถสืบค้น แยกแยะ คัดกรอง ประเมิน วิเคราะห์ เพื่อพัฒนาปัญญาและองค์ความรู้
- 4) สามารถอธิบาย ตีความ สรุปประเด็นปัญหาด้วยเหตุผล และรู้วิธีการแก้ปัญหาในทางเลือกที่หลากหลาย

4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- 1) มีสุขภาพกาย สุขภาพจิต บุคลิกภาพ และอุปนิสัยที่ดี และมีสมรรถนะทางกีฬา
- 2) มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ รู้จักกาลเทศะ ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ทั้งฐานะผู้นำและผู้ตาม
- 3) มีภาวะผู้นำ ยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่นและความรับผิดชอบต่อสังคม
- 4) มีมนุษยสัมพันธ์และมารยาททางสังคมที่ดี สื่อสารกับคนอื่นอย่างมีประสิทธิภาพ

5. ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- 1) สามารถให้เหตุผลและวิเคราะห์เชิงปริมาณโดยใช้ความรู้และเทคนิคทางคณิตศาสตร์ สถิติ และตรรกะ
- 2) สามารถใช้ภาษาไทยและภาษาต่างประเทศได้อย่างถูกต้องเหมาะสม ทั้งในด้านการศึกษาค้นคว้าหาความรู้ และการสื่อสารระหว่างบุคคล
- 3) สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและมีวิจารณญาณในการสืบค้นข้อมูล การติดต่อสื่อสารและการศึกษาค้นคว้า

3.2 หมวดวิชาเฉพาะ

1. คุณธรรม จริยธรรม

- 1) มีความรู้และความเข้าใจในคุณค่าแห่งวิชาชีพ จรรยาบรรณวิชาชีพ มีทัศนคติที่ดีต่อวิชาชีพ
- 2) มีความซื่อสัตย์สุจริต มีวินัย เคารพและสามารถปฏิบัติตามกฎระเบียบของสถาบัน และสังคม
- 3) สามารถบริหารเวลาและปรับวิถีชีวิตอย่างสร้างสรรค์ในสังคม
- 4) มีจิตสำนึก และพฤติกรรมที่คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตน อย่างมีคุณธรรม

2. ความรู้

- 1) มีความรู้ ความเข้าใจ ในแนวคิด ทฤษฎี หลักการ และวิธีการทางวิชาชีพ
- 2) มีความรู้ ความเข้าใจในองค์ความรู้ทางสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง สามารถบูรณาการ ประสมประสานและนำมาประยุกต์ใช้ได้เหมาะสม
- 3) มีความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการปฏิบัติงานด้านวิชาชีพและอื่นๆ โดยใช้วิธีการเรียนรู้ จากประสบการณ์
- 4) สามารถติดตามการเปลี่ยนแปลงทางวิชาการ การวิจัย และวิชาชีพ ทั้งภาคทฤษฎี และภาคปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง

3. ทักษะทางปัญญา

- 1) สามารถสืบค้นข้อมูล ประมวลข้อมูล และแนวคิดต่างๆ เพื่อนำมาใช้ในการระบุและ วิเคราะห์ปัญหาอย่างเหมาะสม
- 2) สามารถประยุกต์และบูรณาการความรู้และด้านอื่นที่สัมพันธ์กันใช้ทักษะทาง วิชาชีพและดุลยพินิจในการแก้ไขปัญหา รวมทั้งข้อเสนอแนะแนวทางใหม่ในสถานการณ์ต่าง ๆ อย่าง สร้างสรรค์ โดยคำนึงถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการตัดสินใจ
- 3) สามารถติดตาม ประเมินผลสรุปประเด็นและรายงานผลได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- 1) สามารถปฏิบัติและรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมายอย่างมีประสิทธิภาพ
- 2) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่น และปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ และวัฒนธรรมขององค์กรได้เป็นอย่างดี
- 3) มีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ สามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกใน การแก้ปัญหาในสถานการณ์ต่างๆ ทั้งในบทบาทของผู้นำหรือผู้ร่วมงาน
- 4) มีความรับผิดชอบในการพัฒนาความรู้ความสามารถทั้งด้านวิชาการและวิชาชีพของ ตนเองอย่างต่อเนื่อง

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- 1) มีทักษะการใช้วิธีวิเคราะห์เชิงปริมาณ เพื่อการตัดสินใจอย่างสร้างสรรค์และเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาหรือข้อโต้แย้ง
- 2) สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพทั้งการพูดและการเขียน รู้จักเลือกและใช้รูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสม
- 3) สามารถเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและเทคนิคการสื่อสารที่เหมาะสมในการเก็บรวบรวมข้อมูล การแปลความหมาย และการสื่อสารสารสนเทศ

มคอ.2

มคอ.2

มคอ.2

หมวดที่ 5 หลักเกณฑ์ในการประเมินผลนักศึกษา

1. กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน (เกรด)

ให้พิจารณาจากพัฒนาการของนักศึกษา ความประพฤติ การสังเกตพฤติกรรมการเรียน การร่วมกิจกรรม การสอบ หรือวิธีการอื่นใดที่กำหนดไว้ในหลักสูตรรายวิชา การวัดผลการศึกษาอาจมีหลายครั้งในระหว่างภาคการศึกษา และมีการวัดผลการศึกษาเมื่อสิ้นสุดภาคการศึกษาอย่างน้อยภาคการศึกษาละหนึ่งครั้ง เพื่อประเมินผลการศึกษา

นักศึกษาที่มีสิทธิได้รับการประเมินผลการศึกษาแต่ละรายวิชา ต้องมีระยะเวลาศึกษาไม่น้อยกว่าร้อยละแปดสิบของระยะเวลาศึกษาทั้งหมดของแต่ละรายวิชา เว้นแต่ได้รับอนุญาตเป็นกรณีพิเศษจากอาจารย์ผู้สอน

การประเมินผลการศึกษาสำหรับรายวิชาที่มีการประเมินผลเป็นระดับคะแนน มีลำดับขั้นดังนี้

ระดับคะแนน	ผลการศึกษา	ค่าระดับคะแนนต่อหน่วยกิต
A	ดีเยี่ยม (Excellent)	4.0
B ⁺	ดีมาก (Very Good)	3.5
B	ดี (Good)	3.0
C ⁺	ดีพอใช้ (Fairly Good)	2.5
C	พอใช้ (Fair)	2.0
D ⁺	อ่อน (Poor)	1.5
D	อ่อนมาก (Very Poor)	1.0
F	ตก (Fail)	0.0

กรณีที่ไม่มีการประเมินผลเป็นระดับคะแนน ให้ประเมินผลการศึกษาเป็นสัญลักษณ์ดังนี้

สัญลักษณ์	ความหมาย
W	ถอนรายวิชาโดยได้รับอนุมัติ (Withdrawn)
I	การประเมินผลยังไม่สมบูรณ์ (Incomplete)
S	ผลการศึกษา การปฏิบัติงาน การฝึกงาน เป็นที่น่าพอใจ (Satisfactory)
U	ผลการศึกษา การปฏิบัติงาน การฝึกงาน ไม่น่าพอใจ (Unsatisfactory)
AU	การลงทะเบียนเรียนเป็นกรณีพิเศษโดยไม่นับหน่วยกิต (Audit)

2. กระบวนการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา

2.1 ตั้งคณะกรรมการทวนสอบที่ประกอบด้วยผู้ทรงคุณทั้งภายในและภายนอก

2.2 คัดเลือกรายวิชาทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติในทุกสาขาวิชาตามเกณฑ์การคัดเลือกที่คณะกรรมการทวนสอบกำหนด

มคอ.2

2.3 คณะกรรมการทวนสอบ ตรวจสอบผลการให้คะแนนกับข้อสอบ รายงาน หรืองานอื่น ๆ ที่ผู้เรียนได้รับมอบหมาย

2.4 คณะกรรมการทวนสอบ สัมภาษณ์ทั้งผู้ใช้บัณฑิตและตัวบัณฑิต

3. เกณฑ์การสำเร็จการศึกษา

นักศึกษาได้ขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย โดยต้องศึกษารายวิชาต่าง ๆ ครบถ้วนตามหลักสูตรและข้อกำหนดของสาขาวิชา มีหน่วยกิตสะสม ไม่ต่ำกว่าที่หลักสูตรกำหนดไว้ และได้ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า 2.00 เป็นผู้มีความประพฤติที่ไม่ขัดต่อระเบียบของมหาวิทยาลัย และต้องผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตรตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

หมวดที่ 6 การพัฒนาคณาจารย์

1. การเตรียมการสำหรับอาจารย์ใหม่

1.1 มีการปฐมนิเทศแก่อาจารย์ใหม่ให้มีความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่จรรยาบรรณครู นโยบายของ สาขา/คณะ/มหาวิทยาลัย

1.2 มอบหมายอาจารย์อาวุโสเป็นอาจารย์พี่เลี้ยงเพื่อให้คำแนะนำและปรึกษาเพื่อเรียนรู้และปรับตัวเข้าสู่การเป็นอาจารย์

1.3 ประเมินและติดตามความก้าวหน้าในการปฏิบัติงานของอาจารย์ใหม่

2. การพัฒนาความรู้และทักษะให้แก่คณาจารย์

2.1 การพัฒนาทักษะการจัดการเรียนการสอน การวัดและการประเมินผล

1) ส่งเสริมอาจารย์ให้เพิ่มพูนความรู้ สร้างเสริมประสบการณ์เพื่อพัฒนาการสอนและการทำวิจัยอย่างต่อเนื่อง โดยการสนับสนุนด้านการฝึกอบรม ทุนทางวิชาการและวิชาชีพในองค์กรต่าง ๆ การประชุมทางวิชาการในประเทศหรือต่างประเทศ หรือการลาเพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์

2) จัดให้อาจารย์นำเสนอวิธีการสอนอย่างน้อยปีการศึกษาละ 1 ครั้ง เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้และพัฒนาการสอน

2.2 การพัฒนาวิชาการและวิชาชีพด้านอื่น ๆ

1) สนับสนุนให้อาจารย์เข้ารับการฝึกอบรมหรือประชุมสัมมนาทางวิชาการ การวิจัย และทั้งในวิชาชีพอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ในการเรียนการสอน และการพัฒนาความรู้ที่เป็นประโยชน์โดยตรงต่อการเรียนการสอน

2) สนับสนุนให้อาจารย์จัดทำผลงานทางวิชาการ เพื่อให้มีคุณวุฒิทางวิชาการมากขึ้น

3) ส่งเสริมให้อาจารย์ทำวิจัยทั้งการวิจัยในสาขาวิชาชีพ และการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน ตลอดจนสร้างแรงจูงใจแก่ผู้ที่มีผลงานทางวิชาการอย่างประจักษ์

4) สนับสนุนให้อาจารย์ไปศึกษาต่อเพื่อเพิ่มคุณวุฒิการศึกษา

หมวดที่ 7 การประกันคุณภาพหลักสูตร

1. การบริหารหลักสูตร

- 1.1 มีคณะกรรมการประจำหลักสูตรจำนวน 5 คน โดยมีคณบดีเป็นผู้กำกับดูแลและให้คำแนะนำ ตลอดจนกำหนดนโยบาย
- 1.2 มีการทบทวนรายวิชาในหลักสูตร ปรับปรุงและพัฒนาให้ทันสมัยอย่างต่อเนื่องทุก 2 ปี
- 1.3 มีการประเมินผลการปฏิบัติตาม 7 มาตรฐานของการประกันคุณภาพภายนอกโดย สมศ.

2. การบริหารทรัพยากรการเรียนการสอน

2.1 การบริหารงบประมาณ

จัดสรรงบประมาณประจำปี ทั้งงบประมาณแผ่นดินและเงินรายได้เพื่อจัดซื้อตำรา สื่อการเรียนการสอน สื่อทัศนูปกรณ์ และวัสดุครุภัณฑ์อย่างเพียงพอเพื่อสนับสนุนการเรียนการสอนในชั้นเรียน และสร้างสภาพแวดล้อมให้เหมาะสมกับการเรียนรู้ของนักศึกษาด้วยตนเอง

2.2 ทรัพยากรการเรียนการสอนที่มีอยู่เดิม

สำนักหอสมุดกลางมีความพร้อมด้านหนังสือ ตำรา และการสืบค้นผ่านฐานข้อมูล โดยมีหนังสือทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รวมทั้งวารสารด้านการบริหารจัดการและฐานข้อมูลที่จะให้สืบค้น นอกจากนี้คณะมีอุปกรณ์ที่ใช้สนับสนุนการจัดการเรียนการสอนอย่างพอเพียง

สำหรับห้องบรรยายและห้องปฏิบัติการ ใช้อาคารเรียนคณะบริหารธุรกิจ ประกอบด้วย

- | | | | | |
|------------------------------|------|-------------|-------|---------|
| 1) ห้องบรรยาย | ขนาด | 70 ที่นั่ง | จำนวน | 19 ห้อง |
| 2) ห้องบรรยาย | ขนาด | 120 ที่นั่ง | จำนวน | 2 ห้อง |
| 3) ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ | ขนาด | 35 ที่นั่ง | จำนวน | 4 ห้อง |
| 4) ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ | ขนาด | 30 ที่นั่ง | จำนวน | 4 ห้อง |

อุปกรณ์ และสื่อการสอนที่สำคัญ ประกอบด้วย

ลำดับที่	ชื่อครุภัณฑ์	จำนวน
1	เครื่องไมโครคอมพิวเตอร์	289 เครื่อง
2	เครื่องคอมพิวเตอร์ชนิดพกพา	13 เครื่อง
3	เครื่องฉายภาพสามมิติ	23 เครื่อง
4	เครื่องมัลติมีเดียโปรเจคเตอร์	27 เครื่อง
5	เครื่องเซิร์ฟเวอร์	2 เครื่อง
6	แอสเซมบลีอินเทอร์เน็ตรัสาย	7 ตัว
7	เครื่องถ่ายเอกสาร	5 เครื่อง
8	เครื่องอัดสำเนาระบบดิจิตอล	2 เครื่อง

2.3 การจัดหาทรัพยากรการเรียนการสอนเพิ่มเติม

มีการประสานงานกับสำนักหอสมุดกลางในการจัดซื้อหนังสือตำราที่เกี่ยวข้องและสื่อการเรียนการสอนที่จำเป็น เพื่อให้บริการอาจารย์และนักศึกษาได้ค้นคว้าและใช้ประกอบการเรียนการสอน อาจารย์ผู้สอนแต่ละรายวิชาจะมีส่วนร่วมในการเสนอแนะรายชื่อนี้ ตำรา หรือวารสารด้านบริหารธุรกิจ ตลอดจนสื่ออื่น ๆ ที่จำเป็น และมีส่วนร่วมในการวางแผนงบประมาณจัดซื้อ เพื่อให้มีทรัพยากรการเรียนการสอนอย่างเพียงพอ รวมทั้งสื่อโสตทัศนศึกษา เช่น เครื่องมัลติมีเดียโปรเจคเตอร์ คอมพิวเตอร์ เครื่องฉายทอดภาพ 3 มิติ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้การเรียนการสอนดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ

2.4 การประเมินความเพียงพอของทรัพยากร

จัดให้มีเจ้าหน้าที่ประจำเพื่อดูแลการใช้งานอุปกรณ์การเรียนการสอน ห้องปฏิบัติการ และประเมินความพอเพียงและความพร้อมในการใช้งาน สำหรับหนังสือตำราจัดให้มีผู้ประสานงานกับหอสมุดกลางในการเก็บข้อมูล การใช้บริการยืมหนังสือ ทำให้ทราบว่าหนังสือกลุ่มวิชาใดยังไม่เพียงพอต่อความต้องการซึ่งจะต้องดำเนินการจัดหาเพิ่มเติม

3. การบริหารคณาจารย์

3.1 การรับอาจารย์ใหม่

3.1.1 อาจารย์ประจำต้องมีคุณวุฒิที่ตรงในสายวิชานั้น และระดับการศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาโท

3.1.2 มีความรู้ด้านการสอนและการประเมินผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาและมีประสบการณ์ทำวิจัยหรือประสบการณ์ประกอบวิชาชีพในสาขาวิชาที่สอน และมีความรู้ด้านภาษาต่างประเทศในระดับที่เพียงพอสำหรับการพัฒนาวิชาการหรือศึกษาต่อ

3.1.3 จัดให้มีการคัดเลือกโดยการสอบสัมภาษณ์ ทดลองสอน และนำเสนอผลงานทางวิชาการ

3.2 การมีส่วนร่วมของคณาจารย์ในการวางแผน การติดตามและทบทวนหลักสูตร

คณาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และผู้สอน จะต้องประชุมร่วมกันในการวางแผนจัดการเรียนการสอน ประเมินผลและให้ความเห็นชอบการประเมินผลทุกรายวิชา เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อเตรียมไว้สำหรับการปรับปรุงหลักสูตร ตลอดจนปรึกษาหารือแนวทางที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายตามหลักสูตร นั่นคือเป็นบัณฑิตที่มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์

3.3 คณาจารย์ที่สอนบางเวลาและคณาจารย์พิเศษ

อาจารย์พิเศษจะเป็นเป็นผู้ที่มีวุฒิการศึกษาตรงกับสาขาวิชาที่สอน มีวุฒิการศึกษาอย่างต่ำระดับปริญญาโทและมีประสบการณ์เกี่ยวข้องโดยตรงกับรายวิชาที่สอน

4. การบริหารบุคลากรสนับสนุนการเรียนการสอน

4.1 การกำหนดคุณสมบัติเฉพาะสำหรับตำแหน่ง

บุคลากรสายสนับสนุนควรมีวุฒิขั้นต่ำปริญญาตรีและมีความรู้ด้านงานสำนักงาน การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ หรือเทคโนโลยีทางการศึกษาเพื่อตอบสนองความต้องการของคณาจารย์และนักศึกษา

4.2 การเพิ่มทักษะความรู้เพื่อการปฏิบัติงาน

บุคลากรต้องเข้าใจโครงสร้างและธรรมชาติของหลักสูตร เข้าใจบทบาทและหน้าที่ของตน จะต้องปฏิบัติหน้าที่ในความรับผิดชอบอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถใช้สื่อการสอนได้เป็นอย่างดี จึงจำเป็นต้องให้มีการฝึกอบรมเฉพาะทาง เช่น ระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ การดูแลห้องปฏิบัติการ การใช้งานคอมพิวเตอร์เพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะทาง

5. การสนับสนุนและการให้คำแนะนำนักศึกษา

5.1 การให้คำปรึกษาด้านวิชาการ และอื่น ๆ แก่นักศึกษา

มีการแต่งตั้งอาจารย์ที่ปรึกษาทางวิชาการให้แก่นักศึกษาทุกคน โดยนักศึกษาที่มีปัญหาในการเรียนสามารถปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาทางวิชาการได้ โดยอาจารย์ของคณะทุกคนจะต้องทำหน้าที่อาจารย์ที่ปรึกษาทางวิชาการให้แก่นักศึกษา และต้องกำหนดชั่วโมงว่างเพื่อให้นักศึกษาเข้าปรึกษาได้ นอกจากนี้ต้องมีที่ปรึกษากิจการณเพื่อให้คำปรึกษาแนะนำในการจัดทำกิจกรรมแก่นักศึกษา

5.2 การอุทิศตนของนักศึกษา

กรณีที่นักศึกษามีความสงสัยเกี่ยวกับผลการประเมินในรายวิชาใด สามารถยื่นคำร้องขอดูกระดาษคำตอบในการสอบและวิธีการประเมินของอาจารย์ในแต่ละรายวิชาได้และเป็นไปตามระเบียบ/ข้อบังคับของมหาวิทยาลัย

6. ความต้องการของตลาดแรงงาน สังคม และ/หรือความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต

จัดให้มีการศึกษาความต้องการของตลาดแรงงานและสมรรถนะของบัณฑิตที่หน่วยงานต่าง ๆ พึงประสงค์เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงเนื้อหาวิชา เสริมสร้างนักศึกษาให้มีความรู้และทักษะสอดคล้องกับความต้องการขององค์กรผู้ใช้บัณฑิต รวมทั้งสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตต่อคุณภาพบัณฑิตในภาพรวมทุก ๆ ปี โดยระดับความพอใจไม่น้อยกว่า 3.51 จาก 5.0

7. ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators)

ผลการดำเนินการบรรลุตามเป้าหมายตัวบ่งชี้ทั้งหมดอยู่ในเกณฑ์ดีต่อเนื่อง 2 ปีการศึกษาเพื่อติดตามการดำเนินการตาม TQF ต่อไป ทั้งนี้เกณฑ์การประเมินผ่าน คือ มีการดำเนินงานตามข้อ 1-5 อย่างน้อยอยู่ในระดับร้อยละ 80 ของตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงานที่ระบุไว้ในแต่ละปี

ดัชนีบ่งชี้ผลการดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
1) อาจารย์ประจำหลักสูตรอย่างน้อยร้อยละ 80 มีส่วนร่วมในการประชุมเพื่อวางแผน ติดตาม และทบทวนการดำเนินงานหลักสูตร	x	x	x	x	x
2) มีรายละเอียดของหลักสูตร ตามแบบ มคอ.2 ที่สอดคล้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิสาขา/สาขาวิชา	x	x	x	x	x
3) มีรายละเอียดของรายวิชา และประสบการณ์ภาคสนาม (ถ้ามี) ตามแบบ มคอ.3 และ มคอ.4 อย่างน้อยก่อนการเปิดสอนในแต่ละภาคการศึกษาให้ครบทุกวิชา	x	x	x	x	x
4) จัดทำรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา และประสบการณ์ภาคสนาม (ถ้ามี) ตามแบบ มคอ.5 และ มคอ.6 ภายใน 30 วัน หลังสิ้นสุดภาคการศึกษาที่เปิดสอนให้ครบทุกรายวิชา	x	x	x	x	x
5) จัดทำรายงานผลการดำเนินการของหลักสูตร ตามแบบ มคอ.7 ภายใน 60 วัน หลังสิ้นสุดปีการศึกษา	x	x	x	x	x
6) มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ ที่กำหนดใน มคอ. 3 และ มคอ. 4 อย่างน้อยร้อยละ 25 ของรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละปีการศึกษา	x	x	x	x	x
7) มีการพัฒนา/ปรับปรุงการจัดการเรียนการสอน กลยุทธ์การสอน หรือการประเมินผลการเรียนรู้จากผลการประเมินการดำเนินงานที่รายงานใน มคอ.7 ปีที่แล้ว		x	x	x	x
8) อาจารย์ใหม่ (ถ้ามี) ทุกคน ได้รับการปฐมนิเทศหรือคำแนะนำ ด้านการจัดการเรียนการสอน	x	x	x	x	x
9) อาจารย์ประจำทุกคนได้รับการพัฒนาทางวิชาการ และ/หรือ วิชาชีพอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	x	x	x	x	x
10) จำนวนบุคลากรสนับสนุนการเรียนการสอน (ถ้ามี) ได้รับการพัฒนาวิชาการ และ/หรือวิชาชีพ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ต่อปี	x	x	x	x	x
11) ระดับความพึงพอใจของนักศึกษาปีสุดท้าย/บัณฑิตใหม่ที่มีต่อคุณภาพหลักสูตร เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.50 จากคะแนนเต็ม 5.0				x	x
12) ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อบัณฑิตใหม่ เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.50 จากคะแนนเต็ม 5.0					x
รวมตัวบ่งชี้บังคับที่ต้องดำเนินการ (ข้อ 1-5) ในแต่ละปี	5	5	5	5	5
รวมตัวบ่งชี้ในแต่ละปี	9	10	10	11	12

หมวดที่ 8 กระบวนการประเมินและปรับปรุงหลักสูตร

1. การประเมินประสิทธิผลของการสอน

1.1 การประเมินกลยุทธ์การสอน

กระบวนการที่จะใช้ในการประเมินและปรับปรุงยุทธศาสตร์ที่วางแผนไว้เพื่อพัฒนาการเรียนการสอนนั้น พิจารณาจากตัวผู้เรียนโดยอาจารย์ผู้สอนจะต้องประเมินผู้เรียนในทุก ๆ หัวข้อว่ามีความเข้าใจหรือไม่ โดยอาจประเมินจากการทดสอบย่อย การสังเกตพฤติกรรมของนักศึกษา การอภิปรายโต้ตอบจากนักศึกษา การตอบคำถามของนักศึกษาในชั้นเรียน ซึ่งเมื่อรวบรวมข้อมูลจากที่กล่าวข้างต้นแล้วจะสามารถประเมินเบื้องต้นได้ว่า ผู้เรียนมีความเข้าใจหรือไม่ หากวิธีการสอนที่ใช้ไม่สามารถทำให้ผู้เรียนเข้าใจได้ ก็จะต้องมีการปรับเปลี่ยน การทดสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน จะสามารถชี้ได้ว่าผู้เรียนมีความเข้าใจหรือไม่ในเนื้อหาที่ได้สอนไป หากพบว่ามีปัญหาที่จะต้องมีการดำเนินการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนในโอกาสต่อไป

1.2 การประเมินทักษะของอาจารย์ในการใช้แผนกลยุทธ์การสอน

ให้นักศึกษาได้มีการประเมินผลการสอนของอาจารย์ในทุกด้าน ทั้งด้านทักษะกลยุทธ์การสอน การตรงต่อเวลา การชี้แจงเป้าหมาย วัตถุประสงค์รายวิชา ชี้แจงเกณฑ์การประเมินผลรายวิชา การใช้สื่อการสอนในทุกรายวิชาและเชิญผู้เชี่ยวชาญเข้าร่วมฟังการสอนในห้องเรียนเพื่อประเมินกลยุทธ์การสอนและให้คำแนะนำ

2. การประเมินหลักสูตรในภาพรวม

การประเมินหลักสูตรในภาพรวมนั้นจะกระทำ เมื่อนักศึกษาเรียนอยู่ชั้นปีที่ 4 ซึ่งนักศึกษาต้องออกปฏิบัติงานในสถานประกอบการ 1 ภาคการศึกษา ซึ่งจะเป็นช่วงเวลาที่ยาจารย์จะไปนิเทศนักศึกษา ตลอดจนติดตามประเมินความรู้และทักษะของนักศึกษาว่า สามารถปฏิบัติงานได้หรือไม่ มีความรับผิดชอบเพียงพอหรือไม่ และยังอ่อนด้อยในด้านใด ซึ่งจะมีการรวบรวมข้อมูลทั้งหมดเพื่อการปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตร ตลอดจนปรับปรุงกระบวนการจัดการเรียนการสอนทั้งในภาพรวมและในแต่ละรายวิชา อีกทั้งประเมินจากการรายงานผลการดำเนินงานของหลักสูตร

3. การประเมินผลการดำเนินงานตามรายละเอียดหลักสูตร

ตั้งคณะกรรมการเพื่อประเมินคุณภาพการศึกษาประจำปี ตามดัชนีบ่งชี้ผลการดำเนินงานที่ระบุในหมวดที่ 7 ข้อ 7

4. การทบทวนผลการประเมินวางแผนปรับปรุงหลักสูตร และแผนกลยุทธ์การสอน

จากการรวบรวมข้อมูล จะทำให้ทราบปัญหาของการบริหารหลักสูตรทั้งในภาพรวม และในแต่ละรายวิชา กรณีที่พบปัญหาของรายวิชาที่สามารถที่จะดำเนินการปรับปรุงรายวิชานั้น ๆ ได้ทันทีซึ่งจะเป็นการปรับปรุงย่อย ในการปรับปรุงย่อยนั้นสามารถทำได้ตลอดเวลาที่พบปัญหา สำหรับการปรับปรุงหลักสูตรทั้งฉบับ จะกระทำทุก 5 ปี ทั้งนี้เพื่อให้หลักสูตรมีความทันสมัยและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบผลการเรียนรู้รายวิชา (Curriculum Mapping) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

● ความรับผิดชอบหลัก

○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม			2. ความรู้				3. ทักษะทางปัญญา				4. ทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและ ความรับผิดชอบ				5. ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสารและ การใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ		
	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
1. กลุ่มวิชาภาษา																		
01-011-001 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	○	●	○	●		○	○	●	○	●	○		○	○	●		●	○
01-312-001 ภาษาอังกฤษ 1	○	●	○	●		○		●	○	●	○		○		○		●	○
01-312-002 ภาษาอังกฤษ 2	○	●	○	●		○		●	○	●	○		○		○		●	○
01-312-006 ภาษาอังกฤษเพื่อการ ทำงาน	○	●	○	●	○	●	○	●	○	○	○		○	○	●	○	●	●
01-313-001 ภาษาจีน 1	○	●	○	●		●	○	●	○		○		○		●		●	○
01-313-002 ภาษาจีน 2	○	●	○	●		●	○	●	○		○		○		●		●	○
01-314-001 ภาษามลายู 1	○	●	○	●		●	○	●	○		○		○		●		●	○
01-314-002 ภาษามลายู 2	○	●	○	●		●	○	●	○		○		○		●		●	○
2. กลุ่มความรู้ตามหลักจริยธรรม																		
01-021-001 จริยธรรมสำหรับมนุษย์	○	○	○	●				○		●	●		○	○	○			○

รายวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม			2. ความรู้				3. ทักษะทางปัญญา				4. ทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและ ความรับผิดชอบ				5. ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสารและ การใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ		
	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
3. กลุ่มความรู้ทางด้านมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์																		
01-021-002 มนุษยสัมพันธ์และการ พัฒนาบุคลิกภาพ	○	●	●	●	○	●	○	○	○	●	○		○	●	●		○	○
01-021-005 จิตวิทยาทั่วไป	○	●	●	●	○	●	○	○	○	●	○		○	●	●		○	○
01-022-001 วัฒนธรรมแห่งการดำรงชีวิต	○	●	●	●	○	●	○	○	○	●	○		○	●	●		○	○
01-022-003 สังคมกับการปกครอง	○	●	●	●	○	●	○	○	○	●	○		○	●	●		○	○
4. กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี																		
ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์																		
02-032-007 สิ่งแวดล้อมและการ จัดการทรัพยากร		●	○		●	●		○	○	●	●		○	○			○	○
ทักษะเชิงตัวเลข																		
02-031-001 คณิตศาสตร์ทั่วไป		●	○		●	●		○	○	●	●		○	○		●	○	○
ทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ																		
01-033-001 เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อ การศึกษา		●	○			○		●	○	●	●		○	○			○	●

รายวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม			2. ความรู้				3. ทักษะทางปัญญา				4. ทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและ ความรับผิดชอบ				5.ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสารและ การใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ		
	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
5. กลุ่มความรู้เชิงบูรณาการ/ สหวิชาการ																		
01- 040-001 ปัจจัยและสิ่งเติมเต็ม สำหรับมนุษย์	○	●	○	●		●		○			●		○		●			○
01-040-005 เอเชียอาคเนย์ศึกษา	●	●	●	○		●		●		●	●			○	○		●	○
01-040-006 ชีวิตกับเศรษฐกิจพอเพียง	●	●	○	●		●	○	●	○			○		○	○			○
6. กลุ่มความรู้ทางด้านศิลปวัฒนธรรม																		
01-021-007 วัฒนธรรมและ ชนบประเพณีภาคใต้	●	●	○	●		●	●	○	●		○		○					○
01-021-008 อารยธรรมไทยในบริบท โลกาภิวัตน์	●	●	○	●		●	●	○	●		○		○					○
7. กลุ่มทักษะทางกีฬาและสุข พลานามัย																		
01-023-001 พลศึกษา	○	○	●	○	○	●		●	○	○		●	●	○	○			○
01-023-005 ฟุตซอล	○	○	●	○	○	●		●	○	○		●	●	○	○			○
01-023-006 แบดมินตัน	○	○	●	○	○	●		●	○	○		●	●	○	○			○
01-023-009 กีฬาลีลาศ	○	○	●	○	○	●		●	○	○		●	●	○	○			○
01-023-011 โยคะเพื่อสุขภาพ	○	○	●	○	○	●		●	○	○		●	●	○	○			○

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping) หมวดวิชาเฉพาะ

● ความรับผิดชอบหลัก

○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา		1. คุณธรรม จริยธรรม				2. ความรู้				3. ทักษะทางปัญญา			4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ				5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลขและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ		
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3
05-211-101	หลักการตลาด	●	○	○		●	○	○				●	○						○
05-211-201	พฤติกรรมผู้บริโภค	○				●				○			○					○	
05-212-202	การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา	○	○	○		●	○				○	●	○				○	○	
05-211-203	การตลาดสินค้าเกษตรกรรม	○				●				○			○					○	
05-211-204	การจัดการลูกค้าสัมพันธ์	●	○	○		●	●	●			●	●		●	●			○	○
05-211-205	การจัดการการค้าปลีก	○				●				○			○					○	
05-211-206	การตลาดธุรกิจขนาดย่อม	○	○	○	○	●	●	○	○	●	●	○	○	○			○	○	
05-211-207	การตลาดธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยว	○					●			○			○						○

รายวิชา		1. คุณธรรม จริยธรรม				2. ความรู้				3. ทักษะทางปัญญา			4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ				5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลขและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ		
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3
05-211-208	การตลาดผลิตภัณฑ์ฮาลาล		●		●	●	●			●			●	●				●	
05-211-301	การสื่อสารการตลาด		●		●	●	●	○		●			●	●	○			●	●
05-211-302	การจัดการตราสินค้า	○					●			○			○						○
05-211-303	การจัดการช่องทางและโลจิสติกส์	○	○	○		●	○				○	●	○				○	○	
05-211-304	การจัดการการขาย	○				●				○			○					○	
05-211-305	การจัดการการตลาด	●	○	○		●	●	○	○	●	●	○	○	○			○	○	
05-212-201	การวิจัยผู้บริโภค	●	●			●	●		●	●		●	●	●			●	●	●
05-212-202	การตลาดอิเล็กทรอนิกส์	○					●			○			○						○
05-212-203	การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม		●		●	●	●			●		●	●	●	●			●	

รายวิชา		1. คุณธรรม จริยธรรม				2. ความรู้				3. ทักษะทางปัญญา			4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ				5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลขและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ		
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3
05-212-204	กลยุทธ์การเจรจาต่อรองทางธุรกิจ	○					●			○			○						○
05-212-205	การสื่อสารตราสินค้า	○					●			○			○						○
05-212-206	การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์	○					●			○			○						○
05-212-301	การตลาดระหว่างประเทศ	○				●				○			○						○
05-212-302	การวิจัยการตลาด	○	●			○		○	●			●				●		●	○
05-212-303	การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด	○				●				○			○						○
05-212-401	กลยุทธ์การตลาด	○				●				○			○						○
05-212-402	การศึกษาความเป็นไปได้เพื่อโครงการทางการตลาด			●		○		●	○	●			●			○		○	●

รายวิชา		1. คุณธรรม จริยธรรม				2. ความรู้				3. ทักษะทางปัญญา			4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ				5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลขและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ		
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3
05-212-403	สัมมนาการตลาด	○					●			○			○						○
05-212-404	การเตรียมความพร้อม การฝึกงานด้าน การตลาด	○					●			○			○						○
05-212-405	โครงการทางการตลาด	○					●			○			○						○
05-212-406	การฝึกงานด้าน การตลาด	○					●			○			○						○
05-212-407	การเตรียมความ พร้อมสหกิจศึกษา	○					●			○			○						○
05-212-408	สหกิจศึกษา	○					●			○			○						○

รายวิชา		1. คุณธรรม จริยธรรม				2. ความรู้				3. ทักษะทางปัญญา			4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ				5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลขและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ		
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3
กลุ่มพื้นฐานวิชาชีพ																			
สาขาวิชาการบัญชี																			
05-111-101	การบัญชีการเงิน	●	○		○	●			○			○	●	○	○	○		○	
สาขาวิชาการจัดการ																			
05-311-001	สถิติธุรกิจ	○	●		○	●	○			●			●	○		○	○	○	
05-311-002	กฎหมายธุรกิจ		●		○		●		○	●			○	●					○
05-311-003	การภาษีอากร	○	●	○	○	●						○	○	○				○	
05-311-004	การเงินธุรกิจ	○	○			●				○				○			●		
05-311-005	หลักเศรษฐศาสตร์		○			●	○			●	○		○				●		
05-311-008	องค์การและการจัดการ	○	●		○	●		○		○			○	○				○	○
05-311-317	การจัดการการผลิตและการดำเนินงาน	○		○	○	●		○			○	○	○		●		○		○
05-311-233	การเป็นผู้ประกอบการใหม่		●		○	●	○			○			○	○				○	
05-313-101	ทักษะการพิมพ์สัมผัส		○					●		○			○						○

รายวิชา		1. คุณธรรม จริยธรรม				2. ความรู้				3. ทักษะทางปัญญา			4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ				5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลขและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ		
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3
สาขาวิชาการบริหารสารสนเทศทางธุรกิจ																			
05-411-101	การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อธุรกิจ		○		○	●	○			○			●	○		○			○

ภาคผนวก ก

รายละเอียดความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์ของหลักสูตรกับรายวิชา

วัตถุประสงค์ของหลักสูตร	รายวิชา		
	รหัส	ชื่อรายวิชา	หน่วยกิต
1) เพื่อผลิตบัณฑิตสาขาวิชาการตลาดที่มีคุณธรรม จริยธรรม มีจรรยาบรรณในการประกอบอาชีพ	01-021-001	จริยธรรมสำหรับมนุษย์	3
	01-021-005	จิตวิทยาทั่วไป	3
	01-021-007	วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีภาคใต้	3
	01-021-008	อารยธรรมไทยในบริบทโลกาภิวัตน์	3
	01-022-001	พัฒนาวิถีสู่แห่งการดำรงชีวิต	3
	01-022-003	สังคมและการปกครอง	3
	01-040-001	ปัจจัยและสิ่งแวดล้อมสำหรับมนุษย์	3
	01-040-002	มนุษย์สัมพันธ์กับการพัฒนาบุคลิกภาพ	3
	01-040-005	เอเชียอาคเนย์ศึกษา	3
	02-032-007	สิ่งแวดล้อมและการจัดการทรัพยากร	3
	02-040-006	ชีวิตกับเศรษฐกิจพอเพียง	3
2) เพื่อผลิตบัณฑิตสาขาวิชาการตลาดที่มีความรู้ความสามารถด้านการตลาดเพื่อปฏิบัติงานในองค์กรต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	05-211-101	หลักการตลาด	3
	05-211-201	พฤติกรรมผู้บริโภค	3
	05-212-202	การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา	3
	05-211-203	การตลาดสินค้าเกษตรกรรม	3
	05-211-204	การจัดการลูกค้าสัมพันธ์	3
	05-211-205	การจัดการการค้าปลีก	3
	05-211-206	การตลาดธุรกิจขนาดย่อม	3
	05-211-207	การตลาดธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยว	3
	05-211-208	การตลาดผลิตภัณฑ์ฮาลาล	3
	05-211-301	การสื่อสารการตลาด	3
	05-211-302	การจัดการตราสินค้า	3
	05-211-303	การจัดการช่องทางและโลจิสติกส์	3
	05-211-304	การจัดการการขาย	3
	05-211-305	การจัดการการตลาด	3
	05-212-201	การวิจัยผู้บริโภค	3
	05-212-202	การตลาดอิเล็กทรอนิกส์	3

มคอ.2

วัตถุประสงค์ของหลักสูตร	รายวิชา		
	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
	05-212-203	การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม	3
	05-212-205	การสื่อสารตราสินค้า	3
	05-212-206	การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์	3
	05-212-301	การตลาดระหว่างประเทศ	3
	05-212-302	การวิจัยตลาด	3
	05-212-303	การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด	3
	05-212-401	กลยุทธ์การตลาด	3
	05-212-402	การศึกษาความเป็นไปได้เพื่อโครงการทางการตลาด	3
	05-212-403	สัมมนาการตลาด	1
	05-212-404	การเตรียมความพร้อมเพื่อการฝึกงานด้านการตลาด	3
	05-212-405	โครงการทางการตลาด	3
	05-212-406	การฝึกงานด้านการตลาด	3
	05-212-407	การเตรียมความพร้อมเพื่อสหกิจศึกษา	1
	05-212-408	สหกิจศึกษา	6
3) เพื่อผลิตบัณฑิตสาขาวิชาการตลาดที่มีความคิดสร้างสรรค์ รู้จักประยุกต์ใช้ความรู้ในการพัฒนาตนเอง และพัฒนางาน	01-040-002	มนุษยสัมพันธ์และการพัฒนาบุคลิกภาพ	3
	01-031-001	คณิตศาสตร์ทั่วไป	3
	05-211-206	การตลาดธุรกิจขนาดย่อม	3
	05-212-204	กลยุทธ์การเจรจาต่อรองทางธุรกิจ	3
	05-311-101	สถิติธุรกิจ	3
	05-311003	การภาษีอากร	3
	05-311-004	การเงินธุรกิจ	3
	05-311-005	หลักเศรษฐศาสตร์	3
	05-311-108	องค์การและการจัดการ	3
	05-311-317	การจัดการการผลิตและการดำเนินงาน	3
	05-313-101	ทักษะการพิมพ์สัมผัส	3
	05-313-233	การเป็นผู้ประกอบการใหม่	3

วัตถุประสงค์ของ หลักสูตร	รายวิชา		
	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
4) เพื่อผลิตบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดที่มี ความสามารถมีมนุษย์ สัมพันธ์ในการสร้าง ความสัมพันธ์ตลอดจน มีความรับผิดชอบต่อ งานที่ได้รับมอบหมาย	01-023-001	พลศึกษา	1
	01-023-005	ฟุตซอล	1
	01-023-006	แบดมินตัน	1
	01-023-009	กีฬาเสืลาศ	1
	01-023-011	โยคะเพื่อสุขภาพ	1
	05-211-204	การจัดการลูกค้าสัมพันธ์	3
	05-211-205	การจัดการการค้าปลีก	3
	05-211-206	การตลาดธุรกิจขนาดย่อม	3
	05-211-207	การตลาดธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยว	3
	05-211-301	การสื่อสารการตลาด	3
	05-211-304	การจัดการงานขาย	3
	05-212-204	กลยุทธ์การเจรจาต่อรองทางธุรกิจ	3
	05-212-205	การสื่อสารตราสินค้า	3
5). เพื่อผลิตบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ที่มีความรู้และพัฒนา ตนเองอยู่เสมอ มีความ เป็นผู้นำ สามารถใช้ ภาษาและเทคโนโลยี ในการสื่อสารได้	01-011-001	ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	3
	01-312-001	ภาษาอังกฤษ 1	3
	01-312-002	ภาษาอังกฤษ 2	3
	01-312-006	ภาษาอังกฤษเพื่อการทำงาน	3
	01-313-001	ภาษาจีน 1	3
	01-313-002	ภาษาจีน 2	3
	01-314-001	ภาษามลายู 1	3
	01-314-002	ภาษามลายู 2	3
	05-411-101	การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อธุรกิจ	3

ภาคผนวก ข

เหตุผลและความจำเป็นในการปรับปรุงหลักสูตร

จากการที่สภาวะเศรษฐกิจและสังคมเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วทั้งในระดับโลก ระดับภูมิภาค และในระดับประเทศ อันเนื่องจากความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และทางด้านวิทยาการต่าง ๆ นั้น ก่อให้เกิดทั้งโอกาสและข้อจำกัดในการดำเนินธุรกิจของประเทศ องค์กรธุรกิจต่าง ๆ จึงต้องพัฒนาตนเองในทุก ๆ ด้านเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและเพื่อความอยู่รอดในระยะยาว โดยเฉพาะการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร คุณลักษณะของบุคลากรที่สอดคล้องกับความต้องการขององค์กรธุรกิจในปัจจุบันจึงเป็นผู้ที่มีทักษะ มีความรู้ ความสามารถทั้งด้านการบริหารงาน บริหารคน มีความสามารถในการสื่อสารในระดับที่สูงขึ้นกว่าเดิม คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยซึ่งเป็นสถาบันการศึกษาที่มีพันธกิจผลิตบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานเข้าสู่ตลาดแรงงาน จำเป็นต้องปรับปรุงหลักสูตรสาขาจัดการเพื่อสร้างบัณฑิตมีคุณลักษณะสอดคล้องกับความต้องการของหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาคเอกชนและภาครัฐ และในขณะเดียวกันเป็นการปรับปรุงหลักสูตรให้มีคุณภาพสอดคล้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิอุดมศึกษา พ.ศ. 2552 และเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรของ สกอ. พ.ศ. 2548 ทั้งนี้ได้มีการนำทักษะและความรู้ของบัณฑิตที่สอดคล้องกับความต้องการของหน่วยงานผู้ใช้บัณฑิตมาร่วมพิจารณากำหนดรายวิชา เพื่อให้บัณฑิตที่จบหลักสูตรนี้มีคุณลักษณะอันพึงประสงค์ ทั้งทางด้านความรู้ ปัญญา ความสามารถในการคิดวิเคราะห์ ความสามารถในการทำงานร่วมกับบุคคลอื่น ๆ ได้อย่างเหมาะสม และอยู่บนพื้นฐานทางความมีคุณภาพ จริยธรรม

ภาคผนวก ค

เปรียบเทียบข้อแตกต่างระหว่างโครงสร้างหลักสูตรเดิม หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด พ.ศ. 2551 กับหลักสูตรปรับปรุง หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด พ.ศ.2555 กับเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2548
ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา

หมวดวิชา/กลุ่มวิชา	เกณฑ์ขั้นต่ำ ของ สกอ. (หน่วยกิต)	หลักสูตร พ.ศ. 2551 (หน่วยกิต)	หลักสูตร ปรับปรุง พ.ศ. 2555 (หน่วยกิต)
1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไปหลักสูตรเดิม	30	32	-
1.1 กลุ่มวิชาบูรณาการ		3	-
1.2 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์		3	-
1.3 กลุ่มสังคมศาสตร์		3	-
1.4 กลุ่มวิชาภาษา		12	-
1.5 กลุ่มวิชาพลศึกษา		2	-
1.6 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์กับคณิตศาสตร์		9	-
หมวดวิชาศึกษาทั่วไปหลักสูตรปรับปรุง			34
1.1 ความรู้ตามหลักจริยธรรม		-	3
1.2 ความรู้ทางด้านมนุษยศาสตร์ และ สังคมศาสตร์		-	6
1.3 ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ และ คณิตศาสตร์ทักษะเชิงตัวเลขและ ทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ		-	6
1.4 ความรู้เชิงบูรณาการ/สหวิชาการ		-	3
1.5 ความรู้ทางด้านศิลปวัฒนธรรม		-	3
1.6 ทักษะทางกีฬาและสุขภาพอนามัย		-	1
1.7 ทักษะทางภาษาและการสื่อสาร		-	12
2. หมวดวิชาเฉพาะ	84	102	94
2.1 กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ		42	35
2.2 กลุ่มวิชาชีพบังคับ		45	44
2.3 กลุ่มวิชาชีพเลือก		15	15
3. หมวดวิชาเลือกเสรี	6	6	6
รวม	120	140	134

ภาคผนวก ง

เปรียบเทียบข้อแตกต่างระหว่างหลักสูตรเดิม หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด พ.ศ. 2551 และหลักสูตรปรับปรุง
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด พ.ศ.2555

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2551			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2555		
จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร 140 หน่วยกิต			จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร 134 หน่วยกิต		
1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป จำนวน 32 หน่วยกิต			1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป จำนวน 34 หน่วยกิต หมายเหตุ มีการแบ่งกลุ่มรายวิชาใหม่เป็น 7 กลุ่มรายวิชา ซึ่งไม่อาจเปรียบเทียบกันได้ ดังต่อไปนี้		
1.1 กลุ่มวิชาบูรณาการ จำนวน 3 หน่วยกิต			1.1 ความรู้ตามหลักจริยธรรม จำนวน 3 หน่วยกิต		
01-011-001	วัฒนธรรมแห่งการดำรงชีวิต Life Style Enhancement	3(2-2-5)	01-021-001	จริยธรรมสำหรับมนุษย์ Ethics for Human beings	3(3-0-6)
1.2 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ จำนวน 3 หน่วยกิต			1.2 ความรู้ทางด้านมนุษยศาสตร์ และ สังคมศาสตร์ จำนวน 6 หน่วยกิต		
ให้เลือกศึกษาจากรายวิชาต่อไปนี้			ให้เลือกศึกษาจากรายวิชาต่อไปนี้		
01-012-001	ไทยศึกษา Thai Studies	3(3-0-6)	01-021-002	มนุษย์สัมพันธ์และการพัฒนา บุคลิกภาพ Human Relations and Personality Development	3(3-0-6)
01-012-004	จิตวิทยาทั่วไป General Psychology	3(3-0-6)	01-021-005	จิตวิทยาทั่วไป General Psychology	3(3-0-6)
01-012-005	เทคนิคการพัฒนา บุคลิกภาพ Personality Development Techniques	3(3-0-6)	01-022-001	วัฒนธรรมแห่งการดำรงชีวิต Life Style Enhancement	3(3-0-6)
01-012-007	สารสนเทศเพื่อ การศึกษาค้นคว้า Information Technology for Research Study	3(3-0-6)	01-022-003	สังคมกับการปกครอง Society and Government	3(3-0-6)
1.3 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ จำนวน 3 หน่วยกิต			1.3 ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ และ คณิตศาสตร์ ทักษะเชิงตัวเลขและทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 18 หน่วยกิต		
ให้เลือกศึกษาจากรายวิชาต่อไปนี้			ให้เลือกศึกษาจากรายวิชาต่อไปนี้		
01-013-001	การพัฒนาคุณภาพชีวิต และสังคม Quality of Life and Social Development	3(3-0-6)	ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์		

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2551			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2555		
01-013-003	มนุษย์กับสังคม Human and society	3(3-0-6)	02-032-007	สิ่งแวดล้อมและการจัดการ ทรัพยากร Environment and Resources Management	3(3-0-6)
01-013-005	สังคมกับสิ่งแวดล้อม Society and environment	3(3-0-6)			
01-013-006	เศรษฐศาสตร์ใน ชีวิตประจำวัน Economics in Everyday Life	3(3-0-6)			
			ทักษะเชิงตัวเลข		
			02-031-001	คณิตศาสตร์ทั่วไป General Mathematics	3(3-0-6)
			ทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ		
			01-033-001	เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อ การศึกษา Information Technology for Study Skills	3(3-0-6)
1.4 กลุ่มวิชาภาษา จำนวน 12 หน่วยกิต			1.4 ความรู้เชิงบูรณาการ/สหวิชาการ จำนวน 3 หน่วย กิต		
ให้ศึกษา 6 หน่วยกิต จากรายวิชาต่อไปนี้			ให้เลือกศึกษาจากรายวิชาต่อไปนี้		
01-014-006	ภาษาอังกฤษ 1 English I	3(2-2-5)	01-040-001	ปัจจัยและสิ่งเติมเต็มสำหรับ มนุษย์ Human Essence and Fulfillment	3(3-0-6)
01-014-007	ภาษาอังกฤษ 2 English II	3(2-2-5)	01-040-002	มนุษย์สัมพันธ์และการพัฒนา บุคลิกภาพ Human Relations and Personality Development	3(3-0-6)
และให้เลือกศึกษาอีก 6 หน่วยกิต จากรายวิชาต่อไปนี้					
01-014-001	ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร Thai for Communication	3(2-2-5)	01-040-005	เอเชียอาคเนย์ศึกษา Southeast Asian Studies	3(3-0-6)
01-014-002	เทคนิคการเขียน Writing Techniques	3(2-2-5)	01-040-006	ชีวิตกับเศรษฐกิจพอเพียง Life and Sufficiency Economy	3(3-0-6)
01-014-008	สนทนาภาษาอังกฤษ English Conversation	3(2-2-5)			

มคอ.2

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2551			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2555		
01-014-009	ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน English in Everyday Life	3(2-2-5)			
01-014-011	ทักษะการอ่านภาษาอังกฤษ Reading Skills in English	3(2-2-5)			
01-014-012	ทักษะการเขียนภาษาอังกฤษ Writing Skills in English	3(2-2-5)			
01-014-014	ภาษาอังกฤษเพื่ออาชีพ English for Career	3(2-2-5)			
01-014-015	ภาษาจีนพื้นฐาน Fundamental Chinese	3(2-2-5)			
01-014-016	ภาษาจีนในชีวิตประจำวัน Chinese in Every Life	3(2-2-5)			
1.5 กลุ่มวิชาพลศึกษา จำนวน 2 หน่วยกิต			1.5 ความรู้ทางด้านศิลปวัฒนธรรม จำนวน 3 หน่วยกิต		
ให้เลือกศึกษาจากรายวิชาต่อไปนี้			ให้เลือกศึกษาจากรายวิชาต่อไปนี้		
01-015-006	เทเบิลเทนนิส Table Tennis	1(0-2-1)	01-021-007	วัฒนธรรมและชนบประเพณีของภาคใต้ Southern Cultures and Traditions	3(3-0-6)
01-015-002	แบดมินตัน Badminton	1(0-2-1)	01-021-008	อารยธรรมไทยในบริบทโลกาภิวัตน์ Thai Civilization in the Globalization Context	3(3-0-6)
01-015-010	ว่ายน้ำ Swimming	1(0-2-1)			
01-015-011	กีฬาลีลาศ DanceSport	1(0-2-1)			
1.6 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์กับคณิตศาสตร์ จำนวน 6 หน่วยกิต			1.6 ทักษะทางกีฬาและสุขภาพอนามัย จำนวน 1 หน่วยกิต		
ให้เลือกศึกษาจากรายวิชาต่อไปนี้			ให้เลือกศึกษาจากรายวิชาต่อไปนี้		
02-025-308	คณิตศาสตร์ประยุกต์ทางธุรกิจ Applied Mathematics for business	3(3-0-6)	01-023-001	พลศึกษา Physical Education	1(0-2-1)

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2551			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2555		
02-016-004	มนุษย์และวิทยาศาสตร์ ชีวภาพ Man and Biological Science	3(3-0-6)	01-023-005	ฟุตซอล Futsal	1(0-2-1)
02-016-005	สิ่งแวดล้อมและการ จัดการทรัพยากร Environment and Resources Management	3(3-0-6)	01-023-006	แบดมินตัน badminton	1(0-2-1)
02-016-006	คณิตศาสตร์ใน ชีวิตประจำวัน Mathematics in Every Life	3(3-0-6)	01-023-009	กีฬาสีลาศ DanceSport	1(0-2-1)
			01-023-011	โยคะเพื่อสุขภาพ Yoga for Health	1(0-2-1)
			1.7 ทักษะทางภาษาและการสื่อสาร จำนวน 12 หน่วย กิต		
			ให้เลือกศึกษาจากรายวิชาต่อไปนี้		
			01-011-001	ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร Thai Language for Communication	3(3-0-6)
			01-312-001	ภาษาอังกฤษ 1 English I	3(3-0-6)
			01-312-002	ภาษาอังกฤษ 2 English II	3(3-0-6)
			01-312-006	ภาษาอังกฤษเพื่อการทำงาน English for Work	3(3-0-6)
			01-313-001	ภาษาจีน 1 Chinese I	3(3-0-6)
			01-313-002	ภาษาจีน 2 Chinese II	3(3-0-6)
			01-314-001	ภาษามลายู 1 Malay I	3(3-0-6)
			01-314-002	ภาษามลายู 2 Malay II	3(3-0-6)

มคอ.2

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2551			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2555		
2. หมวดวิชาเฉพาะ 102 หน่วยกิต			2. หมวดวิชาเฉพาะ 94 หน่วยกิต		
1. กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ จำนวน 42 หน่วยกิต			2.1 กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ จำนวน 35 หน่วยกิต		
ให้ศึกษาจากรายวิชาต่อไปนี้			ให้ศึกษาจากรายวิชาต่อไปนี้		
05-111-011	สถิติธุรกิจ Business Statistics	3(3-0-6)	05-111-101	การบัญชีการเงิน Financial Accounting	3(3-0-6)
05-111-002	กฎหมายธุรกิจ Business Laws	3(3-0-6)	05-211-101	หลักการตลาด Principles of Marketing	3(3-0-6)
05-111-003	การภาษีอากร Taxation	3(3-0-6)	05-311-001	สถิติธุรกิจ Business Statistics	3(3-0-6)
05-111-004	การเงินธุรกิจ Business Finance	3(3-0-6)	05-311-002	กฎหมายธุรกิจ Business Laws	3(3-0-6)
05-111-108	หลักการบัญชี Principles of Accounting	3(3-0-6)	05-311-003	การภาษีอากร Taxation	3(3-0-6)
05-112-201	การบัญชีเพื่อการจัดการ Accounting Management	3(3-0-6)	ยกเลิกรายวิชา		
05-211-101	หลักการตลาด Principles of Marketing	3(3-0-6)	05-311-004	การเงินธุรกิจ Business Finance	3(3-0-6)
05-311-101	องค์การและการจัดการ Organization and Management	3(3-0-6)	05-311-108	องค์การและการจัดการ Organization and Management	3(3-0-6)
05-311-103	เศรษฐศาสตร์จุลภาค1 Microeconomics I	3(3-0-6)	ยกเลิกรายวิชา		
05-311-104	เศรษฐศาสตร์มหภาค1 Macroeconomics I	3(3-0-6)	ยกเลิกรายวิชา		
05-311-210	การจัดการการผลิตและการดำเนินงาน Production and Operation Management	3(3-0-6)	05-311-317	การจัดการการผลิตและการดำเนินงาน Production and Operation Management	3(3-0-6)
05-311-434	การบริหารเชิงกลยุทธ์ Strategic Management	3(3-0-6)	ยกเลิกรายวิชา		

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2551			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2555		
05-314-301	การบริหารทรัพยากรมนุษย์ Human resources Management	3(3-0-6)	ยกเลิกรายวิชา		
05-413-101	การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อธุรกิจ Using Information Technology for Business	3(3-0-6)	05-411-101	การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อธุรกิจ Using Information Technology for Business	3(3-0-6)
			เพิ่มเติมรายวิชา		
			05-311-005	หลักเศรษฐศาสตร์ Principles of Economics	3(3-0-6)
			05-311-233	การเป็นผู้ประกอบการใหม่ Entrepreneurship	3(3-0-6)
			05-313-101	ทักษะการพิมพ์สัมผัส Typing Skills	2(0-4-2)
2.2 กลุ่มวิชาชีพบังคับ จำนวน 49 หน่วยกิต			2.2 กลุ่มวิชาชีพบังคับ จำนวน 44 หน่วยกิต		
ให้ศึกษาจากรายวิชาต่อไปนี้			ให้ศึกษาจากรายวิชาต่อไปนี้		
05-211-202	พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer Behavior	3(3-0-6)	05-211-201	พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer Behavior	3(3-0-6)
05-211-306	การส่งเสริมการตลาด Marketing Promotion	3(3-0-6)	05-211-202	การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา Product and Price Management	3(3-0-6)
05-211-307	การจัดการการตลาด Marketing Management	3(3-0-6)	05-211-301	การสื่อสารการตลาด Marketing Communications	3(3-0-6)
05-211-308	การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา Product and Price Management	3(3-0-6)	05-211-302	การจัดการตราสินค้า Brand Management	3(3-0-6)
05-211-309	การจัดการช่องทางและการส่งกำลังบำรุง Channel and Logistic Management	3(3-0-6)	05-211-303	การจัดการช่องทางและโลจิสติกส์ Channel and Logistics Management	3(3-0-6)
05-211-310	การจัดการขาย Sales Management	3(3-0-6)	05-211-304	การจัดการการขาย Sales Management	3(3-0-6)
05-211-313	การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด Quantitative	3(3-0-6)	05-211-305	การจัดการการตลาด Marketing Management	3(3-0-6)

มคอ.2

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2551			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2555		
	Marketing Analysis				
05-211-319	การวิจัยการตลาด Marketing Research	3(3-0-6)	05-212-301	การตลาดระหว่างประเทศ International Marketing	3(3-0-6)
05-211-420	การวางแผนเชิงกลยุทธ์ ทางการตลาด Marketing Strategic Planning	3(3-0-6)	05-212-302	การวิจัยการตลาด Marketing Research	3(2-2-5)
05-211-421	การศึกษาความเป็นไปได้ เพื่อโครงการทาง การตลาด Feasibility Study in Marketing Project	3(3-0-6)	05-212-303	การวิเคราะห์เชิงปริมาณ ทางการตลาด Quantitative Marketing Analysis	3(3-0-6)
05-211-422	สัมมนาการตลาด Seminar in Marketing	3(3-0-6)	05-212-401	กลยุทธ์ทางการตลาด Marketing Strategy	3(3-0-6)
05-212-305	การตลาดระหว่าง ประเทศ International Marketing	3(3-0-6)	05-212-402	การศึกษาความเป็นไปได้ เพื่อโครงการทางการตลาด Feasibility Study in Marketing Project	3(2-2-5)
05-211-427	การฝึกงานทางการตลาด Training in Marketing	9(0-40-0)	05-212-403	สัมมนาการตลาด Seminar in Marketing	1(0-2-1)
			เพิ่มเติมรายวิชาสำหรับนักศึกษาที่เลือกการฝึกงานด้าน การตลาด		
			05-212-404	การเตรียมความพร้อมเพื่อ การฝึกงานด้านการตลาด Preparation for Marketing Internship	1(1-0-2)
			05-212-405	โครงงานทางการตลาด Marketing Project	3(2-2-5)
			05-212-406	การฝึกงานด้านการตลาด Marketing Internship	3(0-40-0)
			เพิ่มเติมรายวิชาสำหรับนักศึกษาที่เลือกสหกิจศึกษาด้าน การตลาด		
			05-212-407	การเตรียมความพร้อม เพื่อสหกิจศึกษา Preparation for Co- operative	1(1-0-2)
			05-212-408	สหกิจศึกษา Co-operative	6(0-40-0)
2.3 กลุ่มวิชาชีพเลือก จำนวน 15 หน่วยกิต			2.3 กลุ่มวิชาชีพเลือก จำนวน 15 หน่วยกิต		
2.3.1 วิชาย่อยการบริหารการตลาด วิชาชีพเลือก 1 และวิชาชีพเลือก 2			วิชาชีพเลือก 1 - วิชาชีพเลือก 5 ให้เลือกศึกษาจากกลุ่มรายวิชาดังต่อไปนี้		

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2551			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2555		
ให้เลือกศึกษาจากรายวิชาดังต่อไปนี้					
05-211-203	การตลาดลูกค้าสัมพันธ์ Customer Relationship Management	3(3-0-6)	2.3.1 กลุ่มวิชาการบริหารงานขายและบริหารการตลาด		
05-211-204	การจัดการค้าปลีก Retailing Management	3(3-0-6)	05-211-203	การตลาดสินค้าเกษตรกรรม Agricultural Product Marketing	3(3-0-6)
05-211-205	การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ E- Marketing	3(3-0-6)	05-211-204	การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ Customer Relationship Management	3(3-0-6)
วิชาชีพเลือก 3 วิชาชีพเลือก 4 ให้เลือกศึกษาจากรายวิชาดังต่อไปนี้			05-211-205	การจัดการการค้าปลีก Retailing Management	3(3-0-6)
05-211-311	ระเบียบวิธีวิจัยทางการตลาด Marketing Research Methodology	3(3-0-6)	05-211-206	การตลาดธุรกิจขนาดย่อม Small Business Marketing	3(3-0-6)
05-211-316	การตลาดสินค้าเกษตรกรรม Agricultural Product Marketing	3(3-0-6)	05-211-207	การตลาดธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยว Hospitality and Tourism Marketing	3(3-0-6)
05-211-318	ตลาดมุสลิม Muslim Market	3(3-0-6)	05-211-208	การตลาดผลิตภัณฑ์ฮาลาล Halal Product Marketing	3(3-0-6)
วิชาชีพเลือก 5 ให้เลือกศึกษาจากรายวิชาดังต่อไปนี้			2.3.1 กลุ่มวิชาสารสนเทศและบูรณาทางการตลาด		
05-211-423	การพยากรณ์การตลาด Marketing Forecasting	3(3-0-6)	05-212-201	การวิจัยผู้บริโภค Consumer Research	3(3-0-6)
05-211-424	การตลาดธุรกิจขนาดย่อม Small Business Marketing	3(3-0-6)	05-212-202	การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ Electronics Marketing	3(3-0-6)
2.3.2 วิชาย่อยการตลาดระหว่างประเทศ วิชาชีพเลือก 1 และวิชาชีพเลือก 2 ให้เลือกศึกษาจากรายวิชาดังต่อไปนี้			05-212-203	การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม Green Marketing	3(3-0-6)
05-212-201	กระบวนการส่งออก Export Processing	3(3-0-6)	05-212-204	กลยุทธ์การเจรจาต่อรองทางธุรกิจ Strategic Negotiation in Business	3(3-0-6)

มคอ.2

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2551			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2555		
05-212-202	การส่งเสริมการตลาดส่งออก Export Marketing Promotion	3(3-0-6)	05-212-205	การสื่อสารตราสินค้า Brand communications	3(3-0-6)
05-212-204	การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม Green Marketing	3(3-0-6)	05-212-203	การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ Product Development and Design	3(3-0-6)
วิชาชีพเลือก 3 วิชาชีพเลือก 4 ให้เลือกศึกษาจากรายวิชาดังต่อไปนี้					
05-212-307	การตลาดสำหรับสถาบันการเงินเพื่อการส่งออก Financial Institutions of Marketing for Exporting	3(3-0-6)			
05-212-308	การจัดการสิทธิทางการค้า Franchise Management	3(3-0-6)			
05-211-309	การตลาดธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยว Hospitality and Tourism Marketing	3(3-0-6)			
วิชาชีพเลือก 5 ให้เลือกศึกษาจากรายวิชาดังต่อไปนี้					
05-212-410	การวิจัยการตลาดระหว่างประเทศ International Marketing Research	3(3-0-6)			
05-212-411	สัมมนาการตลาดระหว่างประเทศ Seminar International Marketing	3(3-0-6)			
หมวดวิชาเลือกเสรี 6 หน่วยกิต			หมวดวิชาเลือกเสรี 6 หน่วยกิต		
เลือกศึกษารายวิชาใดก็ได้อีกไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต โดยเป็นรายวิชาที่เปิดสอนในระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย หรือสถาบันอุดมศึกษาอื่นโดยได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและหัวหน้าสาขา			เลือกศึกษารายวิชาใดก็ได้อีกไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต โดยเป็นรายวิชาที่เปิดสอนในระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย หรือสถาบันอุดมศึกษาอื่นโดยได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและหัวหน้าสาขา		

ภาคผนวก จ

เปรียบเทียบข้อแตกต่างระหว่างปรัชญาและวัตถุประสงค์ของหลักสูตรเดิม หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด พ.ศ. 2551 กับหลักสูตรปรับปรุง หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด พ.ศ. 2555

หลักสูตร พ.ศ. 2551	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2555
ชื่อหลักสูตร : การตลาด	ชื่อหลักสูตร : การตลาด
ปรัชญา ผลิตบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถทางการบริหารธุรกิจในการตลาด วัตถุประสงค์ 1) เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ความสามารถด้านการตลาดเพื่อปฏิบัติงานในองค์กรต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2) เพื่อปลูกฝังให้มีความคิดริเริ่ม มีกิจนิสัยในการค้นคว้าเรียนรู้ตลอดชีวิต ปรับปรุงตนเองให้ก้าวหน้าอยู่เสมอ สามารถแก้ปัญหาและตัดสินใจด้วยหลักการและเหตุผล อำนวยการและปฏิบัติการด้วยหลักวิชาการที่มีการวางแผนการปฏิบัติงาน การแนะนำและการ ควบคุมงานอย่างมีประสิทธิภาพ อันจะก่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมายอย่างประหยัด รวดเร็ว ตรงต่อเวลา และมีคุณภาพ ซึ่งสามารถวัดผลงานนั้นได้ทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ 3) เพื่อปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม ความสำนึกในจรรยาอาชีพ ความมีระเบียบวินัย ความซื่อสัตย์สุจริต ความขยันหมั่นเพียร ความรับผิดชอบต่อหน้าที่และสังคม ตลอดจนดำรงไว้ซึ่งขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปวัฒนธรรมอันดีงามของไทย	ปรัชญา มุ่งมั่นในการสร้างบุคลากรด้านการตลาดที่มีความรู้ด้านการตลาดที่ทันสมัยควบคู่กับคุณธรรมและจริยธรรม วัตถุประสงค์ 1) เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีคุณธรรม จริยธรรม มีจรรยาบรรณในการประกอบอาชีพ 2) เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ความสามารถด้านการตลาดเพื่อการปฏิบัติงานในองค์กรต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ 3) เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความคิดสร้างสรรค์ รู้จักประยุกต์ใช้ความรู้ทางในการพัฒนาตนเองและพัฒนางาน 4) เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์ตลอดจนมีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย 5) เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความใฝ่รู้และพัฒนาตนเองอยู่เสมอ มีความเป็นผู้นำ สามารถใช้ภาษาและเทคโนโลยีในการสื่อสารได้

ภาคผนวก จ

เปรียบเทียบข้อแตกต่างระหว่างอาจารย์ประจำหลักสูตรเดิม หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด พ.ศ.2551
กับหลักสูตรปรับปรุง หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด พ.ศ. 2555

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2551				หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2555		
ลำดับ	ชื่อ – สกุล/ เลขประจำตัวประชาชน	คุณวุฒิ/สาขาวิชา/ ปีที่สำเร็จการศึกษา	สถาบัน การศึกษา	ชื่อ – สกุล/ เลขประจำตัวประชาชน	คุณวุฒิ/สาขาวิชา/ ปีที่สำเร็จการศึกษา	สถาบัน การศึกษา
1	ผศ. วีระศักดิ์ ตูลยาพร 3 9599 00191 08 7	บธ. ม (บริหารธุรกิจ) บธ. บ (การตลาด)	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	ผศ. วีระศักดิ์ ตูลยาพร 3 9599 00191 08 7	บธ. ม (บริหารธุรกิจ) บธ. บ (การตลาด)	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
2	ผศ.ยุพาภรณ์ อุไรรัตน์ 3 6398 00068 17 1	บธ. ม (บริหารธุรกิจ) บธ. บ (การตลาด)	มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช	นางสุทธยา สมสุข 3 9003 00376 61 4	บธ. ม (การตลาดระหว่างประเทศ) บธ. บ (การตลาด)	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล
3	นายพิเชษฐ พรหมใหม่ 3 9003 00490 09 3	ปร.ด (บริหารธุรกิจ) บธ. ม (บริหารธุรกิจ) บธ. บ (การตลาด)	มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยรามคำแหง	นางสุวภัทร อำพันสุขโข 3 9099 00222 73 0	บธ. ม (บริหารธุรกิจ) บธ. บ (การตลาด)	วิทยาลัยโยนก มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
4	นางวีรารวรรณ มารังกูร 3 7402 00151 40 0	บธ. ม (บริหารธุรกิจ) บธ. บ (ธุรกิจศึกษา - การตลาด)	มหาวิทยาลัยรามคำแหง วิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา	นางธันยาภรณ์ คำจตุติ 3 9011 00131 45 7	บธ. ม (บริหารธุรกิจ) บธ. บ (การตลาด)	มหาวิทยาลัยรามคำแหง สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล
5	นางสุวภัทร อำพันสุขโข 3 9099 00222 73 0	บธ. ม (บริหารธุรกิจ) บธ. บ (การตลาด)	วิทยาลัยโยนก มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	นางอันธิกา ทิพย์จำนงค์ 3 9010 00110 58 0	บธ. ม (การตลาด) บธ.บ (การตลาด)	มหาวิทยาลัยรามคำแหง สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล
6	นางธันยาภรณ์ คำจตุติ 3 9011 00131 45 7	บธ. ม (บริหารธุรกิจ) บธ. บ (การตลาด)	มหาวิทยาลัยรามคำแหง สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล			
7	นางอันธิกา ทิพย์จำนงค์ 3 9010 00110 58 0	บธ. ม (การตลาด) บธ. บ (การตลาด)	มหาวิทยาลัยรามคำแหง สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล			
8	นางปรีชญา ชุมศรี 3 9009 00600 37 0	บธ. ม (บริหารธุรกิจ) กศ.บ (ธุรกิจศึกษา -การตลาด)	มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ			
9	นางวัลภา พัฒนา 3 9099 00430 35 9	ปร.ด. (การตลาด) บธ.ม. (International business) บธ.บ. (การตลาด)	University Utara Malaysia Johnson & Wale University มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช			

ภาคผนวก ข
รายนามคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตร

1. ที่ปรึกษาหลักสูตร

1.1 รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ	ประธานกรรมการ
1.2 คณบดีคณะบริหารธุรกิจ	กรรมการ
1.3 รองคณบดีฝ่ายวิชาการ คณะบริหารธุรกิจ	กรรมการ
1.4 หัวหน้างานหลักสูตร	กรรมการ
1.5 ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน	กรรมการและเลขานุการ

2. คณะกรรมการพัฒนาหลักสูตร

2.1 นางสุภภัทร	อำพันสุขโข	ประธานกรรมการ
2.2 ดร.พิเชษฐ์	พรหมใหม่	กรรมการ
2.3 ผศ.ยุพภรณ์	อุไรรัตน์	กรรมการ
2.4 นางวีรารวรรณ	มารังกูร	กรรมการ
2.5 นางอันธิกา	ทิพย์จำนงค์	กรรมการ
2.6 ผศ.วีระศักดิ์	ตุลยาพร	กรรมการ
2.7 นางปรีชญา	ชุมศรี	กรรมการ
2.8 นายพรสวรรค์	สันติวรคุณ	กรรมการผู้จัดการบริษัทS.T.V
2.9 นายถนอมศักดิ์	ลาภาโรจน์กิจ	กรรมการผู้จัดการ บริษัทพิธานโตโยต้า สงขลา
2.10 นางธัญยาภรณ์	คำจตุ	กรรมการและเลขานุการ

3. คณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตร

3.1 รศ.ศศิวิมล สุขบท	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
3.2 ผศ.เกื้อกูล สุนันทเกษม	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
3.2 ดร.ธีรศักดิ์ จินดาบถ	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์