

รายละเอียดของหลักสูตร
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570)

คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

รายละเอียดของหลักสูตร
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570)

คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

คำนำ

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570) ฉบับนี้เป็นฉบับปรับปรุงจากหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565) การปรับปรุงหลักสูตรในครั้งนี้ เพื่อใช้ในการจัดการศึกษาของสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย โดยพิจารณาให้สอดคล้องกับบริบทการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี ที่เพิ่มความเร็วและซับซ้อนมากขึ้น โดยเฉพาะการพัฒนาเข้าสู่เศรษฐกิจดิจิทัล การตลาดอีคอมเมิร์ซ และการใช้ปัญญาประดิษฐ์ ในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อให้บัณฑิตมีทักษะการคิดวิเคราะห์ ความสามารถในการ แก้ไขปัญหา และทักษะปฏิบัติงานด้านการตลาดสมัยใหม่ สามารถใช้เครื่องมือ เทคโนโลยีดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ และนวัตกรรม เพื่อพัฒนาธุรกิจ สังคม และความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม

หลักสูตรฉบับนี้ประกอบด้วย 6 หมวด ได้แก่ หมวดที่ 1 ข้อมูลของหลักสูตร หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร หมวดที่ 4 การประเมินผลการเรียนและเกณฑ์การสำเร็จการศึกษา หมวดที่ 5 ความพร้อมและศักยภาพในการบริหารหลักสูตร และหมวดที่ 6 การประกันคุณภาพหลักสูตร โดยหลักสูตรนี้ได้รับการออกแบบและพัฒนาโดยยึดแนวทางการจัดการศึกษาที่มุ่งเน้นผลลัพธ์ (Outcome-based Education: OBE) ซึ่งเน้นการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียนเป็นสำคัญ ครอบคลุมทั้งด้านความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะที่พึงประสงค์ โดยทุกองค์ประกอบของหลักสูตร ไม่ว่าจะเป็นโครงสร้างรายวิชา วิธีการจัดการเรียนรู้ หรือระบบการประเมินผล ล้วนได้รับการกำหนดอย่างเป็นระบบ เพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถบรรลุวัตถุประสงค์และผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLOs) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้หลักสูตรยังสอดคล้องกับพันธกิจและวิสัยทัศน์ของคณะบริหารธุรกิจ ที่มุ่งเน้นการผลิตบัณฑิตที่มีสมรรถนะตรงตามความต้องการของสังคมและภาคธุรกิจในโลกยุคดิจิทัล

คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

สารบัญ

		หน้า
หมวดที่ 1	ข้อมูลของหลักสูตร	1
หมวดที่ 2	ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร	4
หมวดที่ 3	ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร	28
หมวดที่ 4	การประเมินผลการเรียนและเกณฑ์การสำเร็จการศึกษา	100
หมวดที่ 5	ความพร้อมและศักยภาพในการบริหารหลักสูตร	103
หมวดที่ 6	การประกันคุณภาพหลักสูตร	111
ภาคผนวก ก	ตารางเปรียบเทียบโครงสร้างหลักสูตร หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565) กับ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570) กับ เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565	119
ภาคผนวก ข	สาระในการปรับปรุงแก้ไขหมวดวิชาเฉพาะ	120
ภาคผนวก ค	ความสอดคล้องระหว่างผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรและรายวิชา	131
ภาคผนวก ง	รายละเอียดผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิ 4 ด้าน	170
ภาคผนวก จ	ตารางเปรียบเทียบปรัชญาการศึกษาและวัตถุประสงค์ของหลักสูตร หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565) กับ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570)	175
ภาคผนวก ช	ตารางเปรียบเทียบอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565) กับ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570)	176
ภาคผนวก ซ	ประวัติ ผลงานทางวิชาการ และประสบการณ์การสอนของ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และอาจารย์ประจำหลักสูตร	177
ภาคผนวก ฌ	คณะกรรมการจัดทำหลักสูตร	183

สารบัญ (ต่อ)

		หน้า
ภาคผนวก ญ	ข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรีและการศึกษาตลอดชีวิต พ.ศ. 2566 และฉบับแก้ไข พ.ศ. 2568	185
ภาคผนวก ฎ	ระเบียบมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ว่าด้วยการเทียบโอนผลการเรียนและผลลัพธ์การเรียนรู้ พ.ศ. 2563	199
ภาคผนวก ฏ	บันทึกข้อตกลงความร่วมมือระหว่างสถานประกอบการ และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	205

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570)

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
วิทยาเขต/คณะ คณะบริหารธุรกิจ

หมวดที่ 1 ข้อมูลของหลักสูตร

1. รหัสและชื่อหลักสูตร

รหัสหลักสูตร

2	5	5	5	1	9	7	1	1	0	1	3	7	2

ชื่อภาษาไทย หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
ชื่อภาษาอังกฤษ Bachelor of Business Administration Program in Marketing

2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

ชื่อเต็มภาษาไทย บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)
ชื่อย่อภาษาไทย บธ.บ. (การตลาด)
ชื่อเต็มภาษาอังกฤษ Bachelor of Bachelor of Business Administration (Marketing)
ชื่อย่อภาษาอังกฤษ B.B.A. (Marketing)

3. วิชาเอก (ถ้ามี)

ไม่มี

4. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร

ไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิต

5. มาตรฐานสากลของกลุ่มสาขาวิชาทางการศึกษา ISCED

Broad Field 04 Business, administration and law
Narrow Field 041 Business and administration
Detail Field 0414 Marketing and advertising

เหตุผลในการเลือกให้หลักสูตรอยู่ภายใต้สาขาวิชานี้

สอดคล้องกับปรัชญาการศึกษาของหลักสูตร วัตถุประสงค์ของหลักสูตร ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร โครงสร้างหลักสูตร อาชีพที่ประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

6. รูปแบบของหลักสูตร

6.1 รูปแบบ

☑ หลักสูตรระดับปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปี
☐ หลักสูตรระดับปริญญาโท หลักสูตร ..... ปี
☐ หลักสูตรระดับปริญญาเอก หลักสูตร ..... ปี

6.2 ประเภทของหลักสูตร

☑ ปริญญาตรีทางวิชาการ

☐ ปริญญาตรีทางวิชาชีพ

☐ ปริญญาตรีปฏิบัติการ

6.3 ภาษาที่ใช้ ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยใช้ภาษาอังกฤษไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของทุกรายวิชาในหมวดวิชาเฉพาะ

6.4 การรับเข้าศึกษา รับนักศึกษาไทยและ/หรือนักศึกษาต่างชาติที่เข้าใจภาษาไทยเป็นอย่างดี

6.5 ความร่วมมือกับสถาบันอื่น

☑ เป็นหลักสูตรของสถาบันโดยเฉพาะที่จัดการเรียนการสอนโดยตรง

☐ เป็นหลักสูตรร่วมผลิตระหว่างสถาบันอุดมศึกษา ได้แก่
ชื่อสถาบัน ..... ประเทศ .....

☐ เป็นหลักสูตรร่วมผลิตกับองค์กรภายนอกที่ไม่ใช่สถาบันอุดมศึกษา ได้แก่
ชื่อองค์กรภายนอก ..... ประเทศ .....

6.6 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา

☑ ให้ปริญญาเพียงสาขาวิชาเดียว

☐ ให้ปริญญามากกว่า 1 สาขาวิชา

☐ หลักสูตรควบระดับปริญญาตรีสองปริญญา

☐ หลักสูตรควบระดับปริญญาโทสองปริญญา

ปริญญาที่ 1

ชื่อปริญญา (ชื่อเต็ม) : .....บัณฑิต สาขาวิชา (ถ้ามี).....

ชื่อย่อภาษาไทย (ถ้ามี) : ..... (.....)

ชื่อย่อภาษาอังกฤษ : ..... (.....)

ปริญญาที่ 2

ชื่อปริญญา (ชื่อเต็ม) : .....บัณฑิต สาขาวิชา (ถ้ามี).....

ชื่อย่อภาษาไทย (ถ้ามี) : ..... (.....)

ชื่อย่อภาษาอังกฤษ : ..... (.....)

(กรณีมากกว่า 2 ปริญญา โปรดระบุชื่อปริญญาให้ครบ)

7. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570) ปรับปรุงจากหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565) เริ่มดำเนินการใช้หลักสูตรในภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2570

สภาวิชาการ ให้ความเห็นชอบหลักสูตร ในคราวประชุมครั้งที่ 3/2569
วันที่ 2 มีนาคม 2569

สภามหาวิทยาลัย ให้ความเห็นชอบหลักสูตร ในคราวประชุมครั้งที่ 261-3/2569
วันที่ 27 มีนาคม 2569

8. อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

8.1 ผู้ประกอบการธุรกิจ
8.2 นักวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด
8.3 นักจัดการประสบการณ์ลูกค้าและการตลาดแบบออมนิชาแนล
8.4 ผู้จัดการผลิตภัณฑ์นวัตกรรมและแบรนด์
8.5 นักสร้างสรรค์เนื้อหาดิจิทัล
8.6 นักจัดการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และแพลตฟอร์มดิจิทัล
8.7 นักบริหารงานขาย
8.8 นักบริหารเทคโนโลยีเพื่องานการตลาด
8.9 เจ้าหน้าที่งานบริหารทั่วไป

9. สถานที่จัดการเรียนการสอน

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร

1. สถานการณ์ภายนอกหรือการพัฒนาที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนหลักสูตร

1.1 การตอบสนองนโยบายและยุทธศาสตร์และการพัฒนากำลังคนของประเทศ

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561–2580) กำหนดวิสัยทัศน์ "มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน" โดยมุ่งเปลี่ยนผ่านโครงสร้างเศรษฐกิจจากระบบที่พึ่งพาปัจจัยการผลิตพื้นฐาน (Efficiency-Driven Economy) ไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมและมูลค่า (Value-Based Economy) บนฐานขององค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีสมัยใหม่ ภายใต้กรอบดังกล่าว ยุทธศาสตร์ชาติกำหนดพันธกิจในการยกระดับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ให้เป็น "ผู้ประกอบการฐานนวัตกรรม" (Innovation-Driven Enterprise: IDE) พร้อมสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต (New S-Curve) ที่ต้องอาศัยการบูรณาการเทคโนโลยีขั้นสูงกับกลยุทธ์ทางธุรกิจ ซึ่งส่งผลให้ความต้องการกำลังคนที่มีสมรรถนะสูงในสายงานบริหารธุรกิจและการตลาดมีนัยสำคัญเชิงนโยบายเพื่อสอดคล้องกับทิศทางยุทธศาสตร์ดังกล่าวอย่างเป็นรูปธรรม จากกรอบร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 14 (พ.ศ. 2571–2575) กำหนดธีมการพัฒนาของแผน คือ การเพิ่มผลิตภาพและความสามารถในการแข่งขัน ด้วยการเสริมรากฐานให้มั่นคง ควบคู่ไปกับการสร้างความพร้อมและโอกาสสำหรับอนาคต เพื่อเพิ่มความพร้อมของประเทศไทยในการยกระดับศักยภาพในการขยายตัวของเศรษฐกิจให้สูงขึ้น และสามารถรับมือกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต โดยเฉพาะใน 3 เสาหลักที่เชื่อมโยงโดยตรงกับสาขาวิชาการตลาด ได้แก่ เสาหลักที่ 1 การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจ (Transform the Economy) ที่มุ่งเพิ่มมูลค่าในภาคการผลิตที่มีศักยภาพ การพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อมให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน และส่งเสริมการปรับตัวของแรงงาน กับเสาหลักที่ 4 การบริหารจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน (Substain Resources and the Environment) การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจบริบทใหม่ และการเติบโตอย่างยั่งยืนของประเทศ โดยให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมให้เป็นรากฐานในการเติบโตของเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน และเสาหลักที่ 5 การถ่ายทอดและลงทุนในวิจัย เทคโนโลยี และนวัตกรรม (Transfer and Invest in Research, Technology and Innovation) การยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันและขับเคลื่อนประเทศสู่เศรษฐกิจฐานนวัตกรรมอย่างยั่งยืน

ในบริบทการปฏิรูปอุดมศึกษาภายใต้นโยบาย Reinventing University และแผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ระยะยาว 20 ปี (พ.ศ. 2566–2580) ที่มุ่งเป็นมหาวิทยาลัยด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Technology and Innovation University) มหาวิทยาลัยมีพันธกิจในการผลิตบัณฑิต "นักปฏิบัติมืออาชีพที่สร้างสรรค์สังคม" ซึ่งผสานความเชี่ยวชาญเชิงวิชาชีพกับทักษะผู้ประกอบการและความสามารถในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อแก้ปัญหาจริงในระดับพื้นที่และอุตสาหกรรม นอกจากนี้การพัฒนาหลักสูตรยังต้องดำเนินการให้สอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565 ที่กำหนดให้จัดการศึกษาตามแนวทางการศึกษาที่มุ่งเน้นผลลัพธ์ (Outcome-based Education: OBE) ครอบคลุมสมรรถนะด้านความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skills) จริยธรรม (Ethics) และลักษณะบุคคลที่พึงประสงค์ (Character) พร้อมส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล (Digital Disruption) และผลิตบัณฑิตที่มีทักษะแห่งอนาคต (Future Skills) ที่ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน

จากบริบทดังกล่าว หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด จึงมุ่งพัฒนาบัณฑิตให้เป็น "นักการตลาดผู้ประกอบการ" (Marketing Entrepreneur) ที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการตลาดและปัญญาประดิษฐ์ (Digital and AI-driven Marketing) สามารถวิเคราะห์และวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ บนพื้นฐานของหลักการตลาดที่ยั่งยืนและมีจริยธรรม (Sustainable and Ethical Marketing) เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

1.2 การตอบสนองปรัชญาการศึกษา วิสัยทัศน์ พันธกิจและแผนพัฒนายุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

การออกแบบโครงสร้างและกระบวนการเรียนรู้ของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ดำเนินการโดยยึดมั่นในปรัชญาการศึกษาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ที่มุ่งหมาย "จัดการศึกษาเพื่อคนทุกช่วงวัยสู่การเป็นผู้ประกอบการฐานนักปฏิบัติสมรรถนะสูงด้วยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม" อันเป็นเสาหลักในการผลิตบัณฑิตให้เพียบพร้อมด้วยทักษะวิชาชีพชั้นสูงที่ผสานองค์ความรู้ทางเทคโนโลยีเข้ากับการลงมือปฏิบัติจริง (Hands-on Experience) เพื่อให้สอดคล้องกับ วิสัยทัศน์ (Vision) ของมหาวิทยาลัยในการเป็น "มหาวิทยาลัยนวัตกรรมเพื่อสังคม" ที่มุ่งเน้นการใช้นวัตกรรมเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและสังคม ภายใต้บริบทดังกล่าว หลักสูตรฯ จึงได้รับการพัฒนาให้มีความสอดคล้องเชิงยุทธศาสตร์กับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ระยะปานกลาง 5 ปี (พ.ศ. 2566–2570) ฉบับทบทวน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 ซึ่งได้กำหนดยุทธศาสตร์สำคัญในการ "สร้างความโดดเด่นเพื่อพลิกโฉมมหาวิทยาลัยสู่การเปลี่ยนแปลง" โดยมุ่งเน้นการผลิตกำลังคนที่มีสมรรถนะสูงและเป็นนวัตกรที่สามารถตอบโจทย์การพัฒนาประเทศในยุคดิจิทัล ผ่านพันธกิจในการ "ผลิตกำลังคนเฉพาะทางที่มีคุณภาพ ตอบสนองอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ" เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและสัมฤทธิ์ผลตามเจตนารมณ์ดังกล่าว หลักสูตรฯ ได้กำหนดกระบวนการจัดการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นการเปลี่ยนผ่านสถานะของผู้เรียนอย่างเป็นรูปธรรมไปสู่การเป็นนักปฏิบัติมืออาชีพ อันถือเป็นอัตลักษณ์สำคัญของมหาวิทยาลัยในการบูรณาการเทคโนโลยีสมัยใหม่และระบบปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) มาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์และแก้ไขปัญหาทางธุรกิจที่มีความซับซ้อน ตลอดจนมีความสามารถอันโดดเด่นในการสร้างสรรค์นวัตกรรมทางการตลาดที่จับต้องได้ (Tangible Marketing Innovation) อาทิ การออกแบบงานทางการตลาด การประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล หรือการสร้างสรรค์ประสบการณ์ลูกค้าผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อทำหน้าที่เป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจทั้งในระดับฐานรากให้เติบโตอย่างแข็งแกร่งและยั่งยืนซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยที่มุ่งเน้นความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม

จากกรอบแนวคิดและทิศทางยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยที่กล่าวมาข้างต้น หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด จึงได้ดำเนินการบูรณาการปรัชญาการศึกษาและวิสัยทัศน์ดังกล่าวลงสู่กระบวนการจัดการเรียนการสอนในทุกมิติอย่างเป็นระบบ เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีคุณลักษณะความเป็น "นักการตลาดผู้ประกอบการ" (Marketing Entrepreneur) ที่เปี่ยมด้วยจิตวิญญาณของผู้สร้างสรรค์ (Innovator Spirit) และมีความเชี่ยวชาญระดับสูงในการเลือกใช้และบริหารจัดการเครื่องมือเทคโนโลยีการตลาด (Marketing Technology MarTech) เพื่อใช้สำหรับการตัดสินใจทางธุรกิจที่แม่นยำบนพื้นฐานของข้อมูล (Data-Driven Decision Making) ควบคู่ไปกับการยึดมั่นในหลักจริยธรรมวิชาชีพ อันถือเป็นการตอบสนองโดยตรงต่อแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา

มหาวิทยาลัย ฉบับทบทวน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 ในการผลิตบัณฑิตพันธุ์ใหม่ที่พร้อมเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศสู่ความมั่งคั่งและยั่งยืนอย่างแท้จริง

1.3 การตอบสนองเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs)

เป้าหมายการพัฒนา	ความเชื่อมโยงของหลักสูตร
SDGs 4 สร้างหลักประกันว่าทุกคนมีการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างครอบคลุมและเท่าเทียม และสนับสนุนโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิต **เป้าหมายย่อย 4.4** เพิ่มจำนวนเยาวชนและผู้ใหญ่ที่มีทักษะที่เกี่ยวข้องจำเป็น รวมถึงทักษะทางเทคนิคและอาชีพสำหรับการจ้างงาน การมีงานที่มีคุณค่า และการเป็นผู้ประกอบการ	หลักสูตรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาทักษะอาชีพด้านการตลาดผ่านการจัดการเรียนการสอนที่เป็นลำดับขั้น เริ่มจากความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับหลักการตลาด การบริหารธุรกิจ ตลอดจนประยุกต์ใช้ความรู้ในการแก้ปัญหาการตลาดในสภาพแวดล้อมจริง บัณฑิตจะได้รับการพัฒนาให้มีความชำนาญในการวิเคราะห์ตลาด ออกแบบกลยุทธ์การตลาด และประเมินผลการตลาด ทักษะเหล่านี้จำเป็นสำหรับการทำงานอาชีพด้านการตลาดในศตวรรษที่ 21 นอกจากทักษะอาชีพด้านการตลาดแล้ว หลักสูตรยังให้ความสำคัญต่อการพัฒนาทักษะดิจิทัล บัณฑิตจะเรียนรู้เกี่ยวกับการใช้เครื่องมือดิจิทัล เทคโนโลยีสารสนเทศ การวิเคราะห์ข้อมูล ปัญญาประดิษฐ์ในการประยุกต์ใช้การทำการตลาด ทักษะดิจิทัลเหล่านี้เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการทำงานในยุคดิจิทัล และเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถแข่งขันของบัณฑิตในตลาดแรงงาน นอกจากนี้ หลักสูตรเปิดโอกาสให้บัณฑิตศึกษาต่อจากระบบการศึกษา และให้บุคคลนอกระบบการศึกษาเข้าศึกษาเพื่อให้สอดคล้องกับหลักการศึกษาแบบเปิดและเท่าเทียมของมหาวิทยาลัยการเรียนรู้ตลอดชีวิต และหลักสูตรมุ่งให้การศึกษาที่มีความเท่าเทียม และครอบคลุมถึงทุกคน โดยไม่คำนึงถึงฐานะของสังคม เพศ อายุ หรือความสามารถ มหาวิทยาลัยให้การสนับสนุนแก่ผู้เรียนในหลายด้าน เช่น ทุนการศึกษา สวัสดิการนักศึกษา อาคารสถานที่ที่เข้าถึงได้ง่าย และการแนะแนวการศึกษา เพื่อให้บัณฑิตทุกคนมีโอกาสศึกษาและพัฒนาตนเองได้อย่างเท่าเทียมเพื่อให้เยาวชนและผู้ใหญ่สามารถเข้าสู่ตลาดแรงงาน มีงานที่มีคุณค่า หรือเป็นผู้ประกอบการที่ก่อให้เกิดมูลค่าต่อสังคม อีกทั้งส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต และให้การศึกษาที่มีคุณภาพ ครอบคลุมและเท่าเทียมสำหรับทุกคน
SDGs 8 ส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง ครอบคลุมและยั่งยืน การจ้างงานเต็มที่และมีผลิตภาพ และการมีงานที่มีคุณค่าสำหรับทุกคน	หลักสูตรมุ่งพัฒนาบัณฑิตให้มีสมรรถนะในการวางแผนและจัดการกิจกรรมการตลาด การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ซึ่งเป็นกิจกรรมที่มีศักยภาพในการสร้างงาน สร้างรายได้ สนับสนุนการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น และส่งเสริมวัฒนธรรมสินค้าท้องถิ่น เพื่อให้บัณฑิตมีความเข้าใจเกี่ยวกับภาคอุตสาหกรรมบริการที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และสังคม อีกทั้งยังให้ความสำคัญ

เป้าหมายการพัฒนา	ความเชื่อมโยงของหลักสูตร
เป้าหมายย่อย 8.9 ออกแบบและใช้นโยบาย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ซึ่งช่วยสร้างงานและส่งเสริม วัฒนธรรมและผลิตภัณฑ์	ต่อการพัฒนาทักษะการตลาดที่ช่วยให้บัณฑิตสามารถสร้างงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ หลักสูตรยังให้ความสำคัญต่อการพัฒนาทักษะการจัดการการตลาดดิจิทัล เพื่อให้บัณฑิตสามารถใช้เครื่องมือดิจิทัล สื่อสังคมออนไลน์ และแพลตฟอร์มออนไลน์ ในการสร้างรายได้ และจ้างงาน ทักษะดิจิทัลเหล่านี้ช่วยลดต้นทุนการตลาด เพิ่มความเข้าถึงตลาด การสร้างงานท้องถิ่น และการพัฒนาชุมชน ผ่านการศึกษาเกี่ยวกับการตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการท้องถิ่น บัณฑิตจะได้รับการพัฒนาให้มีความเข้าใจเกี่ยวกับการออกแบบกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมสำหรับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น การสร้างแบรนด์ การบรรจุภัณฑ์ การกำหนดราคา และการจัดช่องทางการจำหน่าย เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสามารถแข่งขันได้ในตลาด และบัณฑิตจะเรียนรู้วิธีการสนับสนุนผู้ประกอบการท้องถิ่น วิสาหกิจชุมชน และกลุ่มอาชีพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สร้างรายได้ และสร้างการจ้างงาน ผ่านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การเข้าถึงตลาด และความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ทักษะเหล่านี้เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก และการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน และบัณฑิตจะได้รับการพัฒนาให้เป็นผู้ที่มีจิตสำนึก ด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน สามารถนำเสนองานอาชีพ และการบริหารที่มีความสัมพันธ์กับเศรษฐกิจที่ต่อเนื่องและยั่งยืน เพื่อให้องค์กรและชุมชนมีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในระยะยาว
SDGs 9 สร้างโครงสร้างพื้นฐาน ที่มีความยืดหยุ่นต่อการ เปลี่ยนแปลง ส่งเสริมการพัฒนา อุตสาหกรรม ที่ครอบคลุม และยั่งยืน และส่งเสริมนวัตกรรม **เป้าหมายย่อย 9.b** สนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยี การวิจัยและนวัตกรรม ภายในประเทศกำลังพัฒนา รวมถึงการให้มีสภาพแวดล้อม ทางนโยบายที่นำไปสู่ความ หลากหลายของอุตสาหกรรมและ การเพิ่มมูลค่าของสินค้าโภค ภัณฑ์	หลักสูตรมุ่งพัฒนาบัณฑิตให้มีสมรรถนะในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ด้านการตลาด บัณฑิตจะเรียนรู้เกี่ยวกับการใช้เครื่องมือดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ นอกจากนี้ หลักสูตรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาจิตสำนึกนวัตกรรมด้านการตลาด ด้วยการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการคิดสร้างสรรค์ บัณฑิตจะได้รับการพัฒนาให้มีความสามารถในการระบุปัญหา คิดวิธีแก้ปัญหาที่สร้างสรรค์ ออกแบบแนวทางใหม่ และทดลองใช้เทคโนโลยีใหม่ในการตลาด และยังหลักสูตรมุ่งพัฒนาทักษะการวิจัยด้านการตลาด และการประยุกต์ผลการวิจัยในการวางแผนและพัฒนากลยุทธ์การตลาด บัณฑิตจะเรียนรู้เกี่ยวกับ การออกแบบการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และการสรุปผลการวิจัย เพื่อใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจด้านการตลาด นอกจากนี้ หลักสูตรยังส่งเสริมการจัดทำวิจัยแบบปฏิบัติการ เพื่อให้บัณฑิตสามารถหาวิธีแก้ปัญหาจริงจากชุมชน อุตสาหกรรม และธุรกิจ ผ่านการประยุกต์ใช้ความรู้ด้านการตลาด และนำผลการวิจัย

เป้าหมายการพัฒนา	ความเชื่อมโยงของหลักสูตร
	ที่ค้นพบ นำข้อมูลสร้างมูลค่าสินค้า ผ่านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี นวัตกรรม และกลยุทธ์การตลาด บัณฑิตจะเรียนรู้เกี่ยวกับ การปรับปรุงคุณภาพสินค้า การพัฒนาสินค้าใหม่ การสร้างตรา สินค้า บรรจุภัณฑ์ และการสร้างเรื่องราวสินค้า เพื่อเพิ่มมูลค่า ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น สินค้า OTOP และผลิตภัณฑ์ของ SME ผ่านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และการสนับสนุนการเข้าถึง ช่องทางการตลาด ทักษะเหล่านี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการ และชุมชนสามารถเพิ่มรายได้และสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ หลักสูตรยังส่งเสริมความร่วมมือระหว่าง สถาบันการศึกษา ภาคธุรกิจ และชุมชน เพื่อสร้างสภาพแวดล้อม ที่เอื้อต่อการพัฒนาเทคโนโลยี นวัตกรรม และการวิจัย ผ่านการจัดทำโครงการวิจัย โครงการพัฒนา และกิจกรรมความ ร่วมมือ และบัณฑิตจะได้รับการพัฒนาให้เป็นผู้นำที่เข้าใจ ความสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืน สามารถออกแบบกลยุทธ์ การตลาดที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และสนับสนุน การใช้ทรัพยากรอย่างคุณค่า
SDGs 12 สร้างหลักประกันว่าประชาชน ในทุกแห่งมีข้อมูลที่เกี่ยวข้อง และมีความตระหนักถึง การพัฒนาที่ยั่งยืนและวิถีชีวิต ที่สอดคล้องกับธรรมชาติ **เป้าหมายย่อย 12.8** สร้างหลักประกันว่าประชาชนใน ทุกแห่งมีข้อมูลที่เกี่ยวข้องและมี ความตระหนักถึงการพัฒนาที่ ยั่งยืนและวิถีชีวิตที่สอดคล้องกับ ธรรมชาติ	หลักสูตรให้ความสำคัญต่อการศึกษาเกี่ยวกับการตลาดที่ยั่งยืน บัณฑิตจะเรียนรู้เกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตร ต่อสิ่งแวดล้อม การบรรจุภัณฑ์ที่ลดการใช้ทรัพยากร และการจัด จำหน่ายที่มีประสิทธิภาพนอกจากนี้ บัณฑิตจะได้รับการส่งเสริม ทักษะการสื่อสาร และการสร้างความตระหนักเกี่ยวกับการบริโภค และการตลาดที่ยั่งยืน บัณฑิตจะเรียนรู้เกี่ยวกับการประยุกต์ ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล สื่อสังคมออนไลน์ และแพลตฟอร์ม เพื่อเผยแพร่ข้อมูลและสร้างความตระหนักด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน บัณฑิตจะเข้าใจการใช้ข้อมูลและสถิติเพื่อสื่อสารการเปลี่ยนแปลง และผลลัพธ์ของการตลาดที่ยั่งยืน ทักษะเหล่านี้จะสามารถช่วย ให้บัณฑิตสามารถเป็นตัวแทนที่มีอิทธิพลในการเปลี่ยนพฤติกรรม ผู้บริโภคสู่การบริโภคที่ยั่งยืน หลักสูตรมุ่งพัฒนาความเข้าใจ เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค บัณฑิตจะเรียนรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผล ต่อการตัดสินใจซื้อ ความยอมรับของสินค้าที่ยั่งยืน และวิธีการส่งเสริมพฤติกรรมการบริโภคที่รับผิดชอบต่อ สิ่งแวดล้อม และหลักสูตรส่งเสริมความร่วมมือระหว่างบัณฑิต องค์กร ชุมชน และหน่วยงานภาครัฐเพื่อส่งเสริมการตลาด และการบริโภคที่ยั่งยืน บัณฑิตจะได้รับการพัฒนาให้มีทักษะ ในการทำงานเป็นทีม การจัดการโครงการ และการสร้างเครือข่าย ความร่วมมือ เพื่อให้สามารถนำความรู้ด้านการตลาดที่ยั่งยืน มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสินค้า บริการ และการสื่อสาร ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม นอกจากนี้ บัณฑิตจะได้รับโอกาส

เป้าหมายการพัฒนา	ความเชื่อมโยงของหลักสูตร
	ในการบริการวิชาการ เพื่อสนับสนุนชุมชน SME และวิสาหกิจชุมชน ให้มีความรู้ และทักษะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดที่ยั่งยืนด้วยการพัฒนาวิถีชีวิตที่สอดคล้องกับธรรมชาติ ผ่านการศึกษาเกี่ยวกับการอยู่อาศัยที่ยั่งยืน การศึกษาด้านวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น และการเชื่อมโยงกับสิ่งแวดล้อมอย่างรับผิดชอบ
SDG 17 ความร่วมมือเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน **เป้าหมายย่อย 17.16** ยกระดับหุ้นส่วนความร่วมมือระดับโลกเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยร่วมเติมเต็มโดยหุ้นส่วนความร่วมมือจากภาคส่วนที่หลากหลายซึ่งจะระดมและแบ่งปันความรู้ ความเชี่ยวชาญเทคโนโลยี และทรัพยากรทางการเงิน เพื่อจะสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในทุกประเทศ โดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนา	หลักสูตรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาทักษะการสร้างเครือข่ายและความร่วมมือผ่านกิจกรรมการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการทำงานร่วมกับองค์กรต่าง ๆ บัณฑิตจะเรียนรู้เกี่ยวกับการเจรจาการจัดการความสัมพันธ์ระยะยาว เช่น เครือข่ายระหว่างอุตสาหกรรม เครือข่ายระหว่างมหาวิทยาลัยและภาคธุรกิจ เครือข่ายระหว่างสถาบันภาครัฐและเอกชน เพื่อให้สามารถส่งเสริมการพัฒนาการตลาดร่วมกัน นอกจากนี้ หลักสูตรส่งเสริมการจัดทำคลังข้อมูลความรู้การสร้างสื่อการเรียนรู้ และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อแบ่งปันความรู้อย่างเปิดและสามารถเข้าถึงได้ บัณฑิตจะเข้าใจการใช้ประโยชน์จากแพลตฟอร์มออนไลน์ สื่อสังคม วิดีโอสอน และเครื่องมืออื่น ๆ เพื่อแบ่งปันความรู้และประสบการณ์ในการตลาด นอกจากนี้ บัณฑิตจะได้รับการพัฒนาให้เข้าใจการจัดหาเงินทุนจากแหล่งต่าง ๆ เช่น เงินทุนจากหน่วยงานภาครัฐ เงินทุนจากภาคเอกชน บัณฑิตจะได้รับโอกาสในการเข้าร่วมโครงการแลกเปลี่ยนนักศึกษา การศึกษาต่างประเทศ และการร่วมทำวิจัยกับสถาบันการศึกษาต่างประเทศ เพื่อให้เข้าใจการตลาดในบริบทสากลและสามารถสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศได้ อีกทั้งหลักสูตรมุ่งพัฒนาบัณฑิตให้เป็นผู้นำในการส่งเสริมความร่วมมือด้านการตลาด บัณฑิตจะได้รับการพัฒนาให้มีภาวะผู้นำ ทักษะในการประนีประนอม การประสานงาน การทำงานเป็นทีม และความสามารถในการสร้างพันธมิตรทางธรกิจที่มีความหลากหลาย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาการตลาดที่ยั่งยืนร่วมกัน

1.4 การวิเคราะห์ความต้องการและ/หรือความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย

ผู้มีส่วนได้เสีย ที่สำคัญของหลักสูตร	การวิเคราะห์กลุ่ม	วิธีการเก็บข้อมูล	ผลของความต้องการ	ความเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสียกับผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
สำนักงานปลัดกระทรวง การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม	HPLI	ศึกษากฎกระทรวง และประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา พ.ศ. 2565	เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 แนวปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดการเรียน การสอนด้านปัญญาประดิษฐ์ในหลักสูตรการศึกษาของสถาบันอุดมศึกษา พ.ศ. 2568	PLO1 PLO2 PLO3 PLO4 PLO5 PLO6
มหาวิทยาลัย (ปรัชญาการศึกษา/วิสัยทัศน์/พันธกิจ/ อัตลักษณ์/คุณลักษณะบัณฑิตอันพึงประสงค์)	HPHI	ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตร ให้สอดคล้องกับแนวทางการผลิตบัณฑิตตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด ดังนี้ ปรัชญาการศึกษา จัดการศึกษาเพื่อคนทุกช่วงวัยสู่การเป็นผู้ประกอบการฐานนักปฏิบัติ สมรรถนะสูงด้วยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม วิสัยทัศน์ (Vision) “มหาวิทยาลัยนวัตกรรมเพื่อสังคม” ซึ่งสามารถวัดได้ดังนี้ 1) คะแนนการประเมินตามเกณฑ์การจัดกลุ่มสถาบันอุดมศึกษา “กลุ่มการพัฒนานวัตกรรม” อยู่ในระดับ A ขึ้นไป 2) ระดับการลงทุนใน R&D (การวิจัยและพัฒนา) เพิ่มขึ้นร้อยละ 15 ต่อปี 3) ผลการจัดอันดับ Time Higher Education (THE) Impact Ranking (SDGs) พันธกิจ (Mission) 1. ผลิตกำลังคนเฉพาะทางที่มีคุณภาพ ตอบสนองอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ 2. สร้างงานวิจัย สิ่งประดิษฐ์ และนวัตกรรม สู่การนำไปใช้ประโยชน์ต่อสังคมหรือสร้างมูลค่าเชิงพาณิชย์ 3. ให้บริการวิชาการแก่สังคมด้วยนวัตกรรมสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน 4. สืบทอดศิลปวัฒนธรรมบนแนวทางวัฒนธรรมสร้างสรรค์ อัตลักษณ์ (Identity) มีทักษะการสื่อสาร เชี่ยวชาญปฏิบัติ	ปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องกับนโยบายของมหาวิทยาลัย ส่งเสริมการผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพและสมรรถนะที่พึงประสงค์ ตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียและขับเคลื่อนพันธกิจของมหาวิทยาลัย	PLO1 PLO2 PLO3 PLO4 PLO5 PLO6

ผู้มีส่วนได้เสีย ที่สำคัญของหลักสูตร	การ วิเคราะห์ กลุ่ม	วิธีการเก็บข้อมูล	ผลของความต้องการ	ความเชื่อมโยง ผู้มีส่วนได้เสีย กับผลลัพธ์ การเรียนรู้ ของหลักสูตร (PLOs)
คณะ/วิทยาลัย	HPHI	ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตร ให้สอดคล้องกับแนวทางการผลิตบัณฑิตตามที่คณะกำหนด ดังนี้ ปรัชญาการศึกษา “มืออาชีพด้านบริหารจัดการด้วย นวัตกรรมเพื่อพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน” วิสัยทัศน์ (Vision) “องค์กรแห่งนวัตกรรมด้านบริหารจัดการเพื่อการพัฒนาภูมิภาคอย่างมั่งคง” พันธกิจ (Mission) 1. ผลิตกำลังคนด้านบริหารจัดการที่มีคุณภาพ ตอบสนองอุตสาหกรรม เป้าหมายของประเทศ 2. สร้างงานวิจัยและนวัตกรรมด้านบริหารจัดการ เพื่อนำไปสู่การใช้ ประโยชน์ต่อสังคมหรือสร้างมูลค่าเชิงพาณิชย์ 3. ให้บริการวิชาการแก่สังคมด้วยนวัตกรรมด้านบริหารจัดการสู่การพัฒนา อย่างยั่งยืน 4. สืบสานศิลปวัฒนธรรมและสร้างวิสาหกิจวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ อัตลักษณ์ (Identity) “สร้างนักปฏิบัติมืออาชีพ”	ปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องกับนโยบายของคณะ ส่งเสริม การผลิตบัณฑิตด้านการตลาด บริหารธุรกิจที่มีคุณภาพ ตอบสนองอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศและสมรรถนะ ที่พึงประสงค์ ตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย และขับเคลื่อนพันธกิจของคณะ	PLO1 PLO2 PLO3 PLO4 PLO5 PLO6
SH1 ผู้ใช้บัณฑิต/สถานประกอบการ	HPHI	- การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการในพื้นที่ภาคใต้และส่วนกลาง ทั้งภาครัฐและเอกชน จำนวน 75 คน จำแนกเป็น ภาครัฐ 20 คน ภาคเอกชน 55 คน - การสำรวจความพึงพอใจนายจ้าง จำนวน 80 คน - ข้อมูลตำแหน่งงานเฉพาะด้านการตลาดที่เปิดรับสมัครในเว็บไซต์ Jobsdb.com	ภาครัฐ - ความรู้ด้านเทคโนโลยีการตลาด ปัญญาประดิษฐ์เพื่อสนับสนุน การสื่อสารและการปฏิบัติงาน - ความรู้ด้านการวิเคราะห์ข้อมูล และการวิจัย - ความรู้ด้านการสร้างสรรค์เนื้อหา และการผลิตสื่อดิจิทัล เพื่อการสื่อสารของหน่วยงาน - ทักษะการนำเสนอและสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษ เพื่อการประสานงานในบริบทการทำงาน - ทักษะการใช้เครื่องมือเทคโนโลยีดิจิทัล และปัญญาประดิษฐ์ เพื่อสามารถจัดทำชิ้นงานสื่อได้ด้วยตนเอง - ยึดจริยธรรมและจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน มีความรับผิดชอบต่อสังคม	PLO1 PLO2 PLO3 PLO4 PLO5 PLO6

ผู้มีส่วนได้เสีย ที่สำคัญของหลักสูตร	การ วิเคราะห์ กลุ่ม	วิธีการเก็บข้อมูล	ผลของความต้องการ	ความเชื่อมโยง ผู้มีส่วนได้เสีย กับผลลัพธ์ การเรียนรู้ ของหลักสูตร (PLOs)
			- มีจิตสาธารณะและจิตบริการ ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี มีความรับผิดชอบ และปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง ภาคเอกชน - ความรู้ด้านเทคโนโลยีการตลาด ปัญญาประดิษฐ์เพื่อยกระดับประสิทธิภาพงานและการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ - ความรู้ด้านการอ่านข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัยตลาด เพื่อสร้างความเข้าใจเชิงลึกของลูกค้าและพฤติกรรมผู้บริโภค - ความรู้ด้านการตลาดดิจิทัล การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และการจัดการแพลตฟอร์ม - ความรู้ด้านการสร้างสรรค์เนื้อหาและการผลิตสื่อดิจิทัล เพื่อการสื่อสารการตลาด - ทักษะการนำเสนอ สื่อสาร เจรจาต่อรองทางธุรกิจ เพื่อการทำงานร่วมกับลูกค้าและผู้เกี่ยวข้อง - ทักษะการใช้เครื่องมือการตลาดดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ เพื่อรวบรวม จัดการ และวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการตัดสินใจ - ทักษะการสร้างสรรค์เนื้อหาและการผลิตสื่อดิจิทัล โดยครอบคลุมงานกราฟิกและการตัดต่อวิดีโอ เพื่อสนับสนุนการวางแผนและบริหารแคมเปญ - ยึดจริยธรรมและจรรยาบรรณในการประกอบอาชีพด้านการตลาด - ตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม และผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในการดำเนินกิจกรรมการตลาด - ทำงานขับเคลื่อนด้วยข้อมูล และทันต่อเทคโนโลยี - มีความคิดสร้างสรรค์และความมุ่งมั่นในการทำงานร่วมกับทีม มีความรับผิดชอบ มีวินัย และปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมการทำงาน	
SH 2 กลุ่มเป้าหมายของหลักสูตร ระดับ ม.6 หรือ ปวช. ระดับ ปวส.	HPHI	- เก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็น โดยใช้แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ในวันรายงานตัว โดยมีข้อมูลเพื่อคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามเบื้องต้นว่าจะต้อง	- การเป็นเจ้าของธุรกิจอยากมีแบรนด์ของตัวเอง ต้องการเรียนการเขียนแผนธุรกิจ การศึกษาแนวโน้ม ของธุรกิจที่สนใจ การสร้างธุรกิจใหม่	PLO1 PLO2 PLO3

ผู้มีส่วนได้เสีย ที่สำคัญของหลักสูตร	การ วิเคราะห์ กลุ่ม	วิธีการเก็บข้อมูล	ผลของความต้องการ	ความเชื่อมโยง ผู้มีส่วนได้เสีย กับผลลัพธ์ การเรียนรู้ ของหลักสูตร (PLOs)
		เป็นกลุ่มที่สนใจจะศึกษาต่อเมื่อสำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ซึ่งมีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 420 คน	- การหารายได้ออนไลน์ สนใจเรื่องอีคอมเมิร์ซ, ไลฟ์คอมเมิร์ซ และการเป็นคอนเทนต์ครีเอเตอร์ - หลักสูตรที่สอนภาพลักษณ์ทันสมัย สอนเรื่องปัญญาประดิษฐ์ นวัตกรรม และเทรนด์โลกใหม่ ๆ	PLO4 PLO5 PLO6
SH3 ศิษย์เก่า	HPLI	- สร้างเครื่องมือในการสอบถามความคิดเห็น โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ ซึ่งหลักสูตรได้เก็บรวบรวมข้อมูลศิษย์เก่า จำนวน 200 คน	- การกลับมาเรียนรู้เรื่องเครื่องมือใหม่ ๆ เช่น MarTech Tools, Platform Management และ Data Driven Strategy - การเป็นคู่ค้าเครือข่ายธุรกิจหรือพันธมิตร ในกลุ่มธุรกิจศิษย์เก่า - สนใจองค์ความรู้สำหรับการทำตลาดเฉพาะกลุ่ม เช่น การตลาดสำหรับธุรกิบริการ การท่องเที่ยว และการค้าแนวชายแดน เพื่อขยายธุรกิจ	PLO1 PLO2 PLO3 PLO4 PLO5 PLO6
SH4 ศิษย์ปัจจุบัน	HPLI	- เครื่องมือในการเก็บรวมรวบข้อมูลด้วย 2 วิธีด้วยกันได้แก่ แบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ โดยกลุ่มศิษย์ปัจจุบันทางหลักสูตรได้เก็บกลุ่มตัวอย่างนี้ จำนวน 250 คน	- ฝึกงานกับบริษัทชั้นนำได้รับประสบการณ์จริง - ห้องปฏิบัติการที่มีโปรแกรม Modern Retail Management (POS) หรือ Live Studioครื่องมือพร้อม - ชอบการเรียนแบบสถานการณ์โจทย์จริง ชอบการลงพื้นที่มากกว่าการบรรยาย ชอบบรรรยากาศการเรียนที่สนุก	PLO1 PLO2 PLO3 PLO4 PLO5 PLO6
SH5 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร/ อาจารย์ประจำหลักสูตร/อาจารย์ผู้สอน	HPHI	- การประชุมหลักสูตรซึ่งประกอบด้วยอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร/ อาจารย์ประจำหลักสูตร/อาจารย์ผู้สอน จำนวน 9 คน	- รายวิชาที่เอื้อต่อการทำวิจัยอัตลักษณ์เชิงพื้นที่และบริการวิชาการในเชิงพื้นที่ - รายวิชาต้องสอดคล้องกับกรอบมาตราฐานหลักสูตรระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 และความถนัด ความเชี่ยวชาญของคณาจารย์ - การปลูกฝังจริยธรรมทางการตลาด และแนวทางการจัดการธุรกิจที่ความยั่งยืน	PLO1 PLO2 PLO3 PLO4 PLO5 PLO6

หมายเหตุ HPHI = High Power and High Impact, HPLI = High Power and Low Impact, LPHI = Low Power High Impact

1.5 ปรัชญาการศึกษา วัตถุประสงค์ของหลักสูตรและผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร

1.5.1 ปรัชญาการศึกษาของหลักสูตร

มุ่งผลิตนักปฏิบัติด้านการตลาดที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อการสร้างสรรค์คุณค่าทางธุรกิจและสังคมอย่างยั่งยืน บนพื้นฐานจรรยาบรรณ และการเรียนรู้ตลอดชีวิต

1.5.2 วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีคุณลักษณะดังต่อไปนี้

1) ขับเคลื่อนงานวางแผนกลยุทธ์การตลาดและธุรกิจ โดยบูรณาการการตลาด บริหารธุรกิจ และนวัตกรรม เพื่อสร้างความได้เปรียบและความยั่งยืน

2) เลือกใช้เทคโนโลยีการตลาด เทคโนโลยีดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ และการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์และยกระดับประสิทธิภาพงาน

3) พัฒนาโครงการหรือริเริ่มธุรกิจ โดยประยุกต์ทักษะผู้ประกอบการเพื่อออกแบบโมเดลธุรกิจและนวัตกรรมการตลาด สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ

4) สื่อสารและทำงานร่วมกับผู้อื่นอย่างมืออาชีพ แสดงบทบาทผู้นำและผู้ตามที่เหมาะสม และปรับตัวต่อบริบทพหุวัฒนธรรม และการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี

5) ยึดมั่นจริยธรรม จรรยาบรรณ และความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง

1.5.3 ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLOs)

เมื่อสำเร็จการศึกษาผู้เรียนสามารถ

PLO1 ประยุกต์ใช้องค์ความรู้ด้านการตลาด บริหารธุรกิจ เทคโนโลยีดิจิทัล นวัตกรรม และการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อวางแผนการตลาดที่สร้างความได้เปรียบอย่างยั่งยืน

PLO2 เลือกใช้เทคโนโลยีการตลาด และปัญญาประดิษฐ์ ในการจัดการและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการพยากรณ์พฤติกรรมผู้บริโภคและการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ทางธุรกิจ

PLO3 ออกแบบส่วนประสมทางการตลาดและเนื้อหาดิจิทัล ที่ตอบโจทย์ประสบการณ์ลูกค้าในบริบทธุรกิจที่หลากหลาย

PLO4 สื่อสารและนำเสนอ ข้อมูลการตลาดด้วยวิธีการสื่อสารที่หลากหลาย และทำงานร่วมกับผู้อื่นสาขาวิชาชีพอื่นอย่างมืออาชีพ

PLO5 แสดงออกถึงจริยธรรม จรรยาบรรณ และความรับผิดชอบด้านการตลาด โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต

PLO6 ปฏิบัติงานในสถานประกอบการด้านการตลาด โดยบูรณาการความรู้และทักษะทางธุรกิจและดิจิทัลให้สอดคล้องกับสมรรถนะงานที่กำหนด และโดยแสดงภาวะผู้นำและผู้ตามที่ดีและปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี

1.6 รายละเอียดผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565

1.6.1 ความรู้ (Knowledge)

1) มีความรู้และความเข้าใจด้านหลักการความรู้เชิงกระบวนการ และความรู้ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต ความรู้ความเข้าใจในด้านหลักการ แนวคิด และทฤษฎีทางการตลาดและการบริหารธุรกิจ รวมทั้งเทคโนโลยีการตลาด ปัญญาประดิษฐ์ การเป็นผู้ประกอบการ นวัตกรรมเพื่อการตลาด ความยั่งยืน และการดำรงชีวิตในยุคดิจิทัล พร้อมทัศนคติการเรียนรู้ตลอดชีวิต

2) ความรู้ที่จำเป็นและเพียงพอต่อการนำไปปฏิบัติ ต่อยอดความรู้ ปรับใช้ความรู้เพื่อการพัฒนางาน และการทำงานร่วมกัน ด้านการตลาดดิจิทัล การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การสร้างสรรค์เนื้อหา การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และการจัดการแพลตฟอร์ม การตลาดผ่านสื่อสังคม การค้าปลีกสมัยใหม่ การวิเคราะห์ตลาดและผู้บริโภค การวิจัยตลาดเพื่อสร้างความเข้าใจเชิงลึกของลูกค้า การวางแผนการตลาด และการจัดการประสบการณ์ลูกค้า รวมถึงเศรษฐกิจภูมิภาค การค้าแนวชายแดน การตลาดบริการและการท่องเที่ยว และการพัฒนาโครงการหรือแบรนด์ให้เกิดความได้เปรียบอย่างยั่งยืน

1.6.2 ทักษะ (Skills)

1) ทักษะทั่วไป ประกอบด้วย ทักษะการสื่อสารทางธุรกิจทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รวมถึงการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม คิดวิเคราะห์เพื่อแก้ปัญหาและตัดสินใจ บริหารเวลาและงานโครงการ ทำงานเป็นทีมและภาวะผู้นำ ปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง ยึดจริยธรรม รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และเรียนรู้ตลอดชีวิต

2) ทักษะการปฏิบัติงานตามวิชาชีพ หรือตามศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง ประกอบไปด้วยทักษะการปฏิบัติงานการตลาดครบกระบวนการ ตั้งแต่การวิเคราะห์โจทย์ธุรกิจและลูกค้า การกำหนดตลาดเป้าหมาย วางแผนกลยุทธ์ ออกแบบส่วนประสมการตลาดและประสบการณ์ลูกค้า สร้างสรรค์และบริหารเนื้อหาสื่อดิจิทัล วางแผนและบริหารแคมเปญ บริหารความสัมพันธ์ลูกค้า งานขาย การเจรจาต่อรอง ปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการ ทำงานร่วมกับเครือข่ายพันธมิตร และจัดทำแผนธุรกิจหรือแผนการตลาดเพื่อพัฒนาโครงการหรือแบรนด์

3) ทักษะดิจิทัล มีทักษะใช้เครื่องมือการตลาดดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์เพื่อรวบรวม จัดการ และวิเคราะห์ข้อมูล จัดทำแผงสรุปข้อมูลและตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงาน จัดการแพลตฟอร์มและการค้าดิจิทัล วางแผนและดำเนินการถ่ายทอดสดเพื่อการค้าดิจิทัล ผลิตสื่อดิจิทัลโดยครอบคลุมงานกราฟิกและการตัดต่อวิดีโอ ใช้โปรแกรมบริหารร้านค้าปลีกและระบบจุดขาย ตลอดจนมีทักษะความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูล และยึดจริยธรรมการใช้ข้อมูลและปัญญาประดิษฐ์

1.6.3 จริยธรรม (Ethics)

1) การกระทำที่เป็นไปตามกฎกติกา และเกิดประโยชน์ต่อสังคม

2) การหลีกเลี่ยงการกระทำสิ่งที่ผิดกฎกติกาของสังคม และไม่ทำผิดกฎหมาย

3) แสดงออกซึ่งการกระทำที่มีจริยธรรมและจรรยาบรรณในการประกอบอาชีพ มีจิตสาธารณะ และรักษาสิ่งแวดล้อม

1.6.4 ลักษณะบุคคล (Character)

1) ลักษณะบุคคลทั่วไป ประกอบด้วยการใฝ่รู้ พัฒนาตนต่อเนื่อง รับผิดชอบ มีวินัย ซื่อสัตย์ อดทน ยืดหยุ่น มนุษยสัมพันธ์ดี ทำงานเป็นทีม มีภาวะผู้นำและผู้ตาม กล้าตัดสินใจบนเหตุผล และมีจิตบริการ

2) ลักษณะบุคคลตามวิชาชีพ หรือตามศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วยมีความคิดสร้างสรรค์ ความเป็นผู้ประกอบการ ยึดผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง ทำงานขับเคลื่อนด้วยข้อมูล ทันต่อเทคโนโลยี เคารพจรรยาบรรณและความเป็นส่วนตัวของข้อมูล รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และเชื่อมโยงอัตลักษณ์เชิงพื้นที่สู่การตลาดเพื่อสร้างคุณค่าแก่ชุมชนและเศรษฐกิจภูมิภาค

1.7 การพัฒนาทักษะและคุณลักษณะของนักศึกษา

การพัฒนาทักษะและคุณลักษณะของนักศึกษา		กลยุทธ์/วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
ทักษะ	**คุณลักษณะของนักศึกษา**		
ทักษะทั่วไป	ทักษะการสื่อสารทางธุรกิจทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รวมถึงการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม คิดวิเคราะห์เพื่อแก้ปัญหาและตัดสินใจ บริหารเวลาและงานโครงการ ทำงานเป็นทีมและภาวะผู้นำ ปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง ยึดจริยธรรม รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และเรียนรู้ตลอดชีวิต	- การสอนแบบบรรยาย - การสอนแบบอภิปราย - การฝึกปฏิบัติ - การระดมสมอง - การเรียนเป็นทีม	- การเข้าชั้นเรียน - การสังเกตพฤติกรรม - การนำเสนอผลงานเดี่ยวและงานกลุ่ม - การประเมินการปฏิบัติจริงในชั้นเรียน - การประเมินบทบาทในการทำกิจกรรม - การประเมินโดยเพื่อน - การประเมินกระบวนการทำงาน
ทักษะการปฏิบัติงานตามวิชาชีพ หรือตามศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง	ทักษะการปฏิบัติงานการตลาดครบกระบวนการ ตั้งแต่การวิเคราะห์โจทย์ธุรกิจและลูกค้า การกำหนดตลาดเป้าหมาย วางแผนกลยุทธ์ออกแบบส่วนประสมการตลาดและประสบการณ์ลูกค้า สร้างสรรค์และบริหารเนื้อหาสื่อดิจิทัล วางแผนและบริหารแคมเปญ บริหารความสัมพันธ์ลูกค้า งานขาย การเจรจาต่อรอง ปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการ ทำงานร่วมกับเครือข่ายพันธมิตร และจัดทำแผนธุรกิจหรือแผนการตลาดเพื่อพัฒนาโครงการหรือแบรนด์	- การสาธิต - กรณีศึกษา - การฝึกปฏิบัติ - การเรียนโดยใช้ปัญหาเป็นฐาน - การเรียนผ่านสถานการณ์ - การเรียนโดยโครงงาน - การเรียนโดยใช้วิจัยเป็นฐาน	- การทดสอบ - งานมอบหมายรายบุคคลและรายกลุ่ม - โครงงาน การวิจัย - กรณีศึกษา - การประเมินผลงานจากการปฏิบัติ - การนำเสนอผลงาน

การพัฒนาทักษะและคุณลักษณะของนักศึกษา		กลยุทธ์/วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
ทักษะ	**คุณลักษณะของนักศึกษา**		
ทักษะด้านดิจิทัล	ทักษะใช้เครื่องมือการตลาดดิจิทัล และปัญญาประดิษฐ์เพื่อรวบรวม จัดการ และวิเคราะห์ข้อมูล จัดทำแผงสรุปข้อมูล และตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงาน จัดการแพลตฟอร์ม และการค้าดิจิทัล วางแผนและดำเนินการ ถ่ายทอดสดเพื่อการค้าดิจิทัล ผลิตสื่อดิจิทัล โดยครอบคลุมงานกราฟิกและการตัดต่อวิดีโอ ใช้โปรแกรมบริหารร้านค้าปลีกและระบบจุดขาย ตลอดจนมีทักษะความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูล และยึดจริยธรรมการใช้ข้อมูลแลปัญญาประดิษฐ์	- การสาธิต - การทดลอง - การเรียนแบบผสมผสาน - การเรียนแบบสตูดิโอ - สัมนา	- แบบทดสอบ - การฝึกปฏิบัติการใช้เครื่องมือ - การประเมินผลงาน
ลักษณะบุคคลทั่วไป	การใฝ่รู้ พัฒนาตนต่อเนื่อง รับผิดชอบ มีวินัย ซื่อสัตย์ อดทน ยืดหยุ่น มนุษยสัมพันธ์ดี ทำงานเป็นทีม มีภาวะผู้นำและผู้ตาม กล้าตัดสินใจบนเหตุผล และมีจิตบริการ	- การสอนแบบให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ - การเรียนรู้แบบเพื่อนช่วยเพื่อน - การอภิปรายกลุ่ม - การค้นคว้าอิสระ	- การประเมินผลระหว่างเรียน - การประเมินผลงานที่มอบหมาย
ลักษณะบุคคล ตามวิชาชีพ หรือ ตามศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง	มีความคิดสร้างสรรค์ ความเป็นผู้ประกอบการ ยึดผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง ทำงานขับเคลื่อนด้วยข้อมูล ทันต่อเทคโนโลยี เคารพจรรยาบรรณและความเป็นส่วนตัวของข้อมูล รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และเชื่อมโยงอัตลักษณ์	- การเรียนรู้แบบแก้ปัญหาเป็นฐาน - การเรียนรู้แบบโครงงานเป็นฐาน - การเรียนแบบมีความท้าทาย - การเรียนผ่านสถานการณ์	- แบบทดสอบ - งานมอบหมายงานเดี่ยวและงานกลุ่ม - การนำเสนอผลงาน - ฝึกงานทางการตลาด หรือสหกิจศึกษา

การพัฒนาทักษะและคุณลักษณะของนักศึกษา		กลยุทธ์/วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
ทักษะ	คุณลักษณะของนักศึกษา		
	เชิงพื้นที่สู่การตลาดเพื่อสร้างคุณค่าแก่ชุมชน และเศรษฐกิจภูมิภาค		

1.8 แสดงความสอดคล้องระหว่างผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรกับวัตถุประสงค์ของหลักสูตรและผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิ

PLOs	วัตถุประสงค์	ความรู้		ทักษะ			จริยธรรม			ลักษณะบุคคล	
		1.1	1.2	2.1	2.2	2.3	3.1	3.2	3.3	4.1	4.2
PLO1	1, 3	●	●	●	●	●	●			●	●
PLO2	2		●		●	●	●	●			●
PLO3	1, 3	●	●		●	●	●	●	●		●
PLO4	4	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
PLO5	5	●	●	●	●		●	●	●	●	●
PLO6	1, 2, 3, 4, 5	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

1.9 การวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรและผลลัพธ์การเรียนรู้หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2566)

GELO1 กำหนดเป้าหมายและออกแบบวิธีการดำเนินชีวิตเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ การทำงาน และการดำรงชีวิต

GELO2 อธิบายแนวทางการพัฒนาสังคมตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

GELO3 แสดงแนวคิดในการพัฒนาตนเองเพื่อการเป็นนักปฏิบัติมืออาชีพ ผู้ประกอบการและนวัตกร

GELO4 พัฒนาทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตและแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบ

GELO5 ตระหนักในคุณค่าของศิลปะและวัฒนธรรมท้องถิ่นและสากล

GELO6 สื่อสารได้เหมาะสมกับสถานการณ์

GELO7 เลือกใช้เทคโนโลยีดิจิทัลได้เหมาะสม ทันต่อการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี

GELO8 แสดงออกถึงการเป็นพลเมืองที่ตระหนักถึงหน้าที่ตนเอง เคารพสิทธิของตนเองและผู้อื่น ปฏิบัติตนตามกฎกติกาของสังคม ไม่ทำผิดกฎหมาย

GELO9 แสดงออกถึงลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)	GELO1	GELO2	GELO3	GELO4	GELO5	GELO6	GELO7	GELO8	GELO9
PLO1 ประยุกต์ใช้องค์ความรู้ด้านการตลาด บริหารธุรกิจ เทคโนโลยีดิจิทัล และนวัตกรรม เพื่อประกอบการตัดสินใจของผู้ประกอบการได้อย่างยั่งยืน	●	●	●	●	●	●	●		●
PLO2 เลือกใช้เครื่องมือดิจิทัลในการเก็บรวบรวม วิเคราะห์ และตีความข้อมูลการตลาด เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ การคาดการณ์ได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ			●	●			●	●	●
PLO3 ออกแบบงานทางการตลาด และส่วนประสมทางการตลาดที่สอดคล้องกับบริบทธุรกิจได้อย่างสร้างสรรค์		●	●	●	●	●	●		●
PLO4 สื่อสารและนำเสนอข้อมูลการตลาดด้วยวิธีการสื่อสารที่หลากหลาย และทำงานร่วมกับผู้อื่นสาขาวิชาชีพอื่นอย่างมืออาชีพ	●		●		●	●	●	●	●
PLO5 แสดงออกถึงจริยธรรม จรรยาบรรณ และความรับผิดชอบด้านการตลาด โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต	●	●	●	●	●			●	●

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)	GELO1	GELO2	GELO3	GELO4	GELO5	GELO6	GELO7	GELO8	GELO9
PLO6 ปฏิบัติงานในสถานประกอบการด้านการตลาดโดยบูรณาการความรู้และทักษะทางธุรกิจและดิจิทัลให้สอดคล้องกับสมรรถนะงานที่กำหนด และโดยแสดงภาวะผู้นำและผู้ตามที่ดีและปรับตัวต่อกาเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี	●	●	●	●		●		●	●

2. แผนพัฒนาปรับปรุง

คาดว่าจะดำเนินการแล้วเสร็จภายในเวลา 5 ปี ตั้งแต่ ปีพ.ศ. 2570 ถึง พ.ศ. 2575

แผนการพัฒนา/เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
1.หลักสูตรเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรการศึกษาระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 และได้ผ่านการรับรองมาตรฐานการอุดมศึกษา	1. ออกแบบหลักสูตรบนฐานผลลัพธ์การเรียนรู้ที่ตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย	1. รายงานผลการเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ความต้องการและความคาดหวัง และข้อมูลป้อนกลับจากผู้มีส่วนได้เสีย นำมาสู่การปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการเรียนการสอนเพื่อให้ผู้เรียนบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ตามที่หลักสูตรกำหนด
	2. พัฒนาระบบกลไกการสื่อสารและเผยแพร่ข้อมูลของหลักสูตรให้ผู้มีส่วนได้เสียรับทราบ	2. รายงานผลการประเมินการรับรู้ของผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตร
	3. พัฒนาแผนการบริหารคุณภาพหลักสูตร	3. แผนการพัฒนาหลักสูตรฯ รายงานผลการดำเนินงาน รายงานการจัดการความเสี่ยงระหว่างดำเนินการหลักสูตร
	4. วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่ออัตราการคงอยู่ อัตราการจบของนักศึกษาและระยะเวลาในการจบการศึกษา	4. รายงานผลการเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์อัตราการคงอยู่ อัตราการจบของนักศึกษาและระยะเวลาในการจบการศึกษา
แผนการพัฒนา/เปลี่ยนแปลง	**กลยุทธ์**	**หลักฐาน/ตัวบ่งชี้**
	5. ติดตามและประเมินผลภาวะการมีงานทำของผู้สำเร็จการศึกษาการเป็นผู้ประกอบการ	5. รายงานการวิเคราะห์ภาวะการมีงานทำของบัณฑิต การเป็นผู้ประกอบการ และการศึกษา

	และการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้นของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา	ต่อในระดับที่สูงขึ้นของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา
2. พัฒนาบุคลากรสายวิชาการ	1. พัฒนาอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตร และอาจารย์ผู้สอน ให้มีคุณสมบัติผู้สอนมืออาชีพ (Smart Coach)	1. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอนมีคุณสมบัติผู้สอนมืออาชีพ (Smart Coach) อย่างน้อย 1 คน/ปี
	2. ส่งเสริม/สนับสนุน อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตร และอาจารย์ผู้สอน เข้าร่วมประชุม ฝึกอบรม สัมมนา ศึกษาดูงาน ในหน่วยงานภาครัฐ/เอกชน เพื่อพัฒนาตนเองและต่อยอดบูรณาการกับหน่วยงานภายนอก	2. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตร และอาจารย์ผู้สอนเข้าร่วมประชุมฝึกอบรม สัมมนา ศึกษาดูงาน อย่างน้อย 1 ครั้ง/คน/ปี
	3. ส่งเสริม/สนับสนุน อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตร และอาจารย์ผู้สอน ฝังตัวในสถานประกอบการ หรือ Talent Mobility ในหน่วยงานภาครัฐ/เอกชน เพื่อพัฒนาตนเองและต่อยอดบูรณาการกับหน่วยงานภายนอก	3. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตร และอาจารย์ผู้สอนฝังตัวในสถานประกอบการ หรือ Talent Mobility อย่างน้อย 1 ครั้ง/คน/ปี
	4. ส่งเสริม/สนับสนุน อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และอาจารย์ประจำหลักสูตร จัดทำผลงานวิจัย/ผลงานทางวิชาการที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในระดับชาติ/นานาชาติ	4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และอาจารย์ประจำหลักสูตร มีผลงานวิจัย/ผลงานทางวิชาการที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในระดับชาติ/นานาชาติ อย่างน้อย 1 ผลงาน/คน/ ปี

แผนการพัฒนา/เปลี่ยนแปลง	**กลยุทธ์**	**หลักฐาน/ตัวบ่งชี้**
	5. ส่งเสริม/สนับสนุน อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และอาจารย์ประจำหลักสูตร จัดทำผลงานวิจัย/สิ่งประดิษฐ์/นวัตกรรมไปใช้ประโยชน์	5. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และอาจารย์ประจำหลักสูตร มีผลงานวิจัย/สิ่งประดิษฐ์/นวัตกรรม ที่นำไปใช้ประโยชน์ อย่างน้อย 1 ผลงาน/คน/3 ปี
	6. ส่งเสริม/สนับสนุน ให้อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และอาจารย์ประจำหลักสูตร ศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น	6. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และอาจารย์ประจำหลักสูตร ลาศึกษาต่อ เพื่อเพิ่มพูนคุณวุฒิทางการศึกษา

แผนการพัฒนา/เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
	เพื่อเพิ่มพูนคุณวุฒิทางการศึกษา หรือการฝึกอบรมระยะสั้น เพื่อเพิ่มทักษะเฉพาะทาง	หรือการฝึกอบรมระยะสั้นเพื่อเพิ่มทักษะเฉพาะทาง อย่างน้อยร้อยละ 20 ภายใน 5 ปี
	7. ส่งเสริม/สนับสนุน ให้อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร ขอกำหนดตำแหน่งทางวิชาการที่สูงขึ้น	7. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร ขอกำหนดตำแหน่งทางวิชาการที่สูงขึ้นอย่างน้อย ร้อยละ 10 ภายใน 5 ปี
3. พัฒนาบุคลากรสายสนับสนุน	1. ประเมินและพัฒนาคุณภาพบริการของบุคลากรสายสนับสนุนแก่ผู้รับบริการแต่ละกลุ่ม	1. รายงานผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสียต่อการรับบริการ โดยมีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยเฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.51 จากคะแนนเต็ม 5.00
	2. พัฒนาบุคลากรสายสนับสนุน โดยให้เข้าร่วมประชุม ฝึกอบรม หรือสัมมนา เพื่อพัฒนาทักษะใหม่ หรือทักษะดิจิทัล ที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน	2. บุคลากรสายสนับสนุนเข้าร่วมประชุม ฝึกอบรม หรือสัมมนา เพื่อพัฒนาทักษะใหม่ หรือทักษะดิจิทัล ที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน อย่างน้อย 1 ครั้ง/คน/ปี
	3. พัฒนาทักษะด้านภาษาอังกฤษของบุคลากรสายสนับสนุน	3. บุคลากรสอบผ่านทักษะด้านภาษาอังกฤษตามเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนด
4. พัฒนานักศึกษาและศิษย์เก่า	1. พัฒนาและส่งเสริมนักศึกษาและศิษย์เก่าให้มีทักษะการเป็นผู้ประกอบการฐานนักปฏิบัติด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม	1. นักศึกษาและศิษย์เก่ามีทักษะการเป็นผู้ประกอบการฐานนักปฏิบัติด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม อย่างน้อยร้อยละ 10
	2. ส่งเสริมให้นักศึกษามีสมรรถนะรองรับทักษะแห่งอนาคตตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด	2. นักศึกษาชั้นปีสุดท้ายทุกคนผ่านการประเมินทักษะแห่งอนาคต อย่างน้อย 5 ทักษะ คือ 1) ทักษะการใช้ชีวิตแห่งโลกสมัยใหม่ 2) ทักษะการเป็นผู้ประกอบการ 3) ทักษะเทคโนโลยีดิจิทัล 4) ทักษะภาษาต่างประเทศ 5) ทักษะด้านการวางแผนด้านการเงิน
	3. ส่งเสริมให้นักศึกษามีการเข้าร่วมประกวดหรือแข่งขันด้านวิชาการ/วิชาชีพ ในเวทีระดับชาติ/ นานาชาติ	3. นักศึกษาได้รับรางวัลจากการเข้าร่วมประกวดหรือแข่งขันทักษะด้านวิชาการ/วิชาชีพ ในเวทีระดับชาติ/ นานาชาติ อย่างน้อย 10 รางวัล/ปี
5. พัฒนาสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้	1. จัดระบบนิเวศทางการศึกษาที่เอื้อต่อการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ของนักศึกษา	1. รายงานผลความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบนิเวศทางการศึกษามีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.51 จากคะแนนเต็ม 5.00

แผนการพัฒนา/เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
6. การสร้างความร่วมมือเพื่อบูรณาการด้านวิชาการกับหน่วยงานภาครัฐ/เอกชน และชุมชน	1. สร้างความร่วมมือทางวิชาการกับสถาบันการศึกษาและสถานประกอบการชั้นนำภายในประเทศหรือต่างประเทศในการพัฒนาความสามารถของนักศึกษา	1. บันทึกความร่วมมือทางวิชาการกับสถาบันการศึกษาและสถานประกอบการทางด้านการตลาดและมีการดำเนินการภายใต้ความร่วมมืออย่างน้อย 1 แห่ง/ปี
	2. พัฒนาทักษะปฏิบัติของนักศึกษาโดยจัดการเรียนการสอนระหว่างสถาบันอุดมศึกษาและสถานประกอบการ ตามแนวทางการสหกิจศึกษาและการศึกษาบูรณาการกับการทำงาน (CWIE)	2. รายงานผลการปฏิบัติงานของนักศึกษาจากสถานประกอบการ มีคะแนนประเมินไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80

หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร

1. ระบบการจัดการศึกษา

1.1 ระบบ

ใช้ระบบทวิภาค โดย 1 ปีการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ภาคการศึกษาปกติ โดย 1 ภาคการศึกษาปกติมีระยะเวลาศึกษาไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์ ไม่รวมเวลาที่ใช้ในการสอบ

1.2 การจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน

การจัดการศึกษาจะต้องมีระยะเวลาการศึกษาไม่น้อยกว่า 7 สัปดาห์ ทั้งนี้ไม่รวมระยะเวลาสำหรับการสอบ และให้มีจำนวนชั่วโมงเรียนของแต่ละรายวิชาเท่ากับจำนวนชั่วโมงเรียนในภาคการศึกษาปกติ และให้เป็นไปตามข้อบังคับ หรือประกาศของมหาวิทยาลัย

1.3 การเทียบเคียงหน่วยกิตในระบบทวิภาค

ไม่มี

2. การดำเนินการหลักสูตร

2.1 วัน - เวลาในการดำเนินการเรียนการสอน

ภาคการศึกษาที่ 1 มิถุนายน – กันยายน

ภาคการศึกษาที่ 2 ตุลาคม – มกราคม

ภาคฤดูร้อน กุมภาพันธ์ – มีนาคม

ทั้งนี้ อาจมีการเปลี่ยนแปลง ให้เป็นไปตามประกาศฯ และ/หรือปฏิทินการศึกษาของมหาวิทยาลัย

2.2 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

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

2.2.2 เป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สาขาวิชาการตลาด หรือสัมพันธ์กับสาขาวิชาการตลาด โดยวิธีเทียบโอนผลการเรียน

2.2.3 ทั้งข้อ 2.2.1 และ 2.2.2 จะต้องมีคุณสมบัติอื่น ๆ ตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรีและการศึกษาตลอดชีวิต พ.ศ. 2566 และฉบับแก้ไข พ.ศ. 2568

การคัดเลือกผู้เข้าศึกษา

- โดยวิธีการสอบคัดเลือกของมหาวิทยาลัย
- โดยวิธีการคัดเลือกบุคคลเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาผ่านสำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

2.3 การเตรียมความพร้อมให้กับนักศึกษาแรกเข้า

ปัญหาของนักศึกษาแรกเข้า	กลยุทธ์ในการดำเนินการ เพื่อแก้ไขปัญหา
1. มีความรู้ที่แตกต่างกันในพื้นฐานวิชาชีพ พื้นฐานวิชาชีพด้านบริหารธุรกิจ และด้านการตลาด	1. การจัดการเรียนการสอน เพื่อปรับพื้นฐาน ก่อนเปิดภาคการศึกษาแรก

	เกี่ยวกับพื้นฐานวิชาชีพด้านบริหารธุรกิจ และด้านการตลาด
2. การปรับตัวของนักศึกษาในการอยู่ร่วมกัน และการทำงานของผู้อื่น และด้านระบบการเรียน	2. จัดกิจกรรมแนะแนวด้านการเรียนการสอน โดยมีอาจารย์ที่ปรึกษาคอยดูแล และให้คำแนะนำ
3. ปัญหาด้านค่าใช้จ่ายในการเรียน นักศึกษาบางส่วนมาจากครอบครัวที่มีรายได้น้อย ต้องรับภาระค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าอาหาร ค่าที่พัก ค่าอุปกรณ์การเรียน ส่งผลกระทบต่อการเรียนและโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ	3. ทางคณะบริหารธุรกิจ และมหาวิทยาลัยฯ จัดสรรทุนการศึกษาทุนสนับสนุนค่าใช้จ่าย แจ้งข่าวสารจากกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา (กยศ.) เพื่อเพิ่มโอกาสการเข้าศึกษาต่ออย่างต่อเนื่อง

2.4 แผนการรับนักศึกษาและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี

2.4.1 จำนวนนักศึกษาที่จะรับเข้าศึกษาตามคุณสมบัติข้อ 2.2.1

นักศึกษาชั้นปีที่	ปีการศึกษา				
	2570	2571	2572	2573	2574
1	40	40	40	40	40
2	-	40	40	40	40
3	-	-	40	40	40
4	-	-	-	40	40
รวม	**40**	**80**	**120**	**160**	**160**
คาดว่าจะสำเร็จการศึกษา	**-**	**-**	**-**	**40**	**40**

ค่าใช้จ่ายนักศึกษา 24,000 บาท/คน/ปี

ค่าใช้จ่ายนักศึกษาตลอดหลักสูตร 96,000 บาท

หมายเหตุ ค่าใช้จ่าย คือ ค่าธรรมเนียมการศึกษาแบบเหมาจ่าย

2.4.2 จำนวนนักศึกษาที่จะรับเข้าศึกษาตามคุณสมบัติข้อ 2.2.2

นักศึกษาชั้นปีที่	ปีการศึกษา				
	2570	2571	2572	2573	2574
3	120	120	120	120	120
4	-	120	120	120	120
รวม	**120**	**240**	**240**	**240**	**240**
คาดว่าจะสำเร็จการศึกษา	**-**	**120**	**120**	**120**	**120**

ค่าใช้จ่ายนักศึกษา 24,000 บาท/คน/ปี

ค่าใช้จ่ายนักศึกษาตลอดหลักสูตร 48,000 บาท

หมายเหตุ ค่าใช้จ่าย คือ ค่าธรรมเนียมการศึกษาแบบเหมาจ่าย

2.5 งบประมาณตามแผน

ใช้งบประมาณคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย โดยค่าใช้จ่ายในการผลิตบัณฑิตต่อคนต่อปี (หน่วย : บาท) โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.5.1 งบประมาณรายรับ (หน่วย : บาท)

สำหรับผู้เข้าศึกษาตามคุณสมบัติข้อ 2.2.1

ประเภทรายรับ	ปีงบประมาณ				
	2570	2571	2572	2573	2574
1. รายรับเงินรายได้					
1.1 ค่าธรรมเนียมการศึกษาแบบเหมาจ่าย	960,000	1,920,000	2,880,000	3,840,000	3,840,000
จำนวนนักศึกษา (คน)	**40**	**80**	**120**	**160**	**160**
รายรับเฉลี่ยต่อนักศึกษา 1 คน	**24,000**	**24,000**	**24,000**	**24,000**	**24,000**

ค่าใช้จ่ายนักศึกษา 24,000 บาท/คน/ปี

ค่าใช้จ่ายนักศึกษาตลอดหลักสูตร 96,000 บาท

หมายเหตุ ค่าใช้จ่าย คือ ค่าธรรมเนียมการศึกษาแบบเหมาจ่าย

สำหรับผู้เข้าศึกษาตามคุณสมบัติข้อ 2.2.2

ประเภทรายรับ	ปีงบประมาณ				
	2570	2571	2572	2573	2574
1. รายรับเงินรายได้					
1.1 ค่าธรรมเนียมการศึกษาแบบเหมาจ่าย	2,880,000	5,760,000	5,760,000	5,760,000	5,760,000
จำนวนนักศึกษา (คน)	**120**	**240**	**240**	**240**	**240**
รายรับเฉลี่ยต่อนักศึกษา 1 คน	**24,000**	**24,000**	**24,000**	**24,000**	**24,000**

ค่าใช้จ่ายนักศึกษา 24,000 บาท/คน/ปี

ค่าใช้จ่ายนักศึกษาตลอดหลักสูตร 48,000 บาท

หมายเหตุ ค่าใช้จ่าย คือ ค่าธรรมเนียมการศึกษาแบบเหมาจ่าย

2.5.2 งบประมาณรายจ่าย (หน่วย : บาท)

สำหรับผู้เข้าศึกษาตามคุณสมบัติข้อ 2.2.1

หมวดรายจ่าย	ปีงบประมาณ				
	2570	2571	2572	2573	2574
1. งบบุคลากร (ค่าจ้างลูกจ้างชั่วคราว)	210,000	210,000	210,000	210,000	210,000
2. งบดำเนินงาน (ตอบแทน/ใช้สอย/วัสดุ)	150,000	165,000	181,000	199,000	219,000
3. งบลงทุน (ค่าครุภัณฑ์ห้องปฏิบัติการ)	120,000	130,000	140,000	150,000	160,000
4. งบอุดหนุน (โครงการวิจัย/บริการวิชาการ/ทุนการศึกษา)	200,000	210,000	220,000	230,000	240,000
5. งบรายจ่ายอื่น (โครงการพัฒนาการจัดการศึกษา/ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม)	30,000	35,000	40,000	45,000	50,000
รวม	**680,000**	**715,000**	**751,000**	**789,000**	**829,000**
จำนวนนักศึกษา (คน)	**40**	**80**	**120**	**160**	**160**
รายจ่ายเฉลี่ยต่อนักศึกษา 1 คน	**17,000**	**8,938**	**6,258**	**4,931**	**5,181**

สำหรับผู้เข้าศึกษาตามคุณสมบัติข้อ 2.2.2

หมวดรายจ่าย	ปีงบประมาณ				
	2570	2571	2572	2573	2574
1. งบบุคลากร (ค่าจ้างลูกจ้างชั่วคราว)	210,000	210,000	210,000	210,000	210,000
2. งบดำเนินงาน (ตอบแทน/ใช้สอย/วัสดุ)	150,000	165,000	181,000	199,000	219,000
3. งบลงทุน (ค่าครุภัณฑ์ห้องปฏิบัติการ)	120,000	130,000	140,000	150,000	160,000
4. งบอุดหนุน (โครงการวิจัย/บริการวิชาการ/ทุนการศึกษา)	200,000	210,000	220,000	230,000	240,000
5. งบรายจ่ายอื่น (โครงการพัฒนาการจัดการศึกษา/ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม)	30,000	35,000	40,000	45,000	50,000
รวม	**680,000**	**715,000**	**751,000**	**789,000**	**829,000**
จำนวนนักศึกษา (คน)	**120**	**240**	**240**	**240**	**240**
รายจ่ายเฉลี่ยต่อนักศึกษา 1 คน	**5,667**	**2,979**	**3,129**	**3,288**	**3,454**

2.5.3 ด้านการลงทุน

สำหรับผู้เข้าศึกษาตามคุณสมบัติข้อ 2.2.1

- รายรับต่อคนตลอดหลักสูตร จำนวน 96,000 บาท
- ค่าใช้จ่ายต่อคนตลอดหลักสูตร จำนวน 37,127 บาท
- จำนวนนักศึกษาน้อยที่สุดที่คุ้มทุน จำนวน 31 คน
- จำนวนนักศึกษาที่คาดว่าจะรับ จำนวน 40 คน

สำหรับผู้เข้าศึกษาตามคุณสมบัติข้อ 2.2.2

- รายรับต่อคนตลอดหลักสูตร จำนวน 48,000 บาท
- ค่าใช้จ่ายต่อคนตลอดหลักสูตร จำนวน 8,646 บาท
- จำนวนนักศึกษาน้อยที่สุดที่คุ้มทุน จำนวน 29 คน
- จำนวนนักศึกษาที่คาดว่าจะรับ จำนวน 120 คน

2.6 ระบบการศึกษา

☑ แบบชั้นเรียน

☐ แบบทางไกลทางอินเตอร์เน็ต

☐ อื่น ๆ (ระบุ)

2.7 การเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชาและการลงทะเบียนเรียนข้ามมหาวิทยาลัย

☑ ข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรีและการศึกษาตลอดชีวิต พ.ศ. 2566 และฉบับแก้ไข พ.ศ. 2568

☑ ระเบียบมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ว่าด้วยการเทียบโอนผลการเรียนและผลลัพธ์การเรียนรู้ พ.ศ. 2563

3. หลักสูตร

3.1 จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิต

3.2 โครงสร้างหลักสูตร

1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต

2. หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า 90 หน่วยกิต

2.1 กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ 24 **หน่วยกิต**

2.2 กลุ่มวิชาชีพบังคับ			57	**หน่วยกิต**
2.3 กลุ่มวิชาชีพเลือก			9	**หน่วยกิต**
3. หมวดวิชาเลือกเสรี		**ไม่น้อยกว่า**	**6**	**หน่วยกิต**

3.3 รายวิชา

1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป		**ไม่น้อยกว่า**	**24**	**หน่วยกิต**

ให้ศึกษา 12 หน่วยกิต จากรายวิชาต่อไปนี้

00-000-001	วิธีการเรียนรู้ของมนุษย์ How People Learn	3(45-0-90)
00-000-002	ศิลปวิจักษ์ Art Appreciation	3(45-0-90)
00-000-003	ภาษาอังกฤษเชิงวิชาการ Academic English	3(30-30-75)
00-000-020	แนะนำปัญญาประดิษฐ์ Introduction to Artificial Intelligence	3(45-0-90)

ให้เลือกศึกษา 3 หน่วยกิต จากรายวิชาต่อไปนี้

00-000-004	จริยศาสตร์สำหรับมนุษย์ Ethics for Human Beings	3(45-0-90)
00-000-005	สมาธิเพื่อการพัฒนาชีวิต Meditation for Life Development	3(30-30-75)

ให้เลือกศึกษา 3 หน่วยกิต จากรายวิชาต่อไปนี้

00-000-006	ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม Creativity and Innovation	3(30-30-75)
00-000-007	กรณีศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการมหาเศรษฐี Case Studies of Billionaire Entrepreneurs	3(45-0-90)
00-000-008	แนวคิดแบบผู้ประกอบการ Entrepreneurial Mindset	3(30-30-75)

ให้เลือกศึกษา 6 หน่วยกิต จากรายวิชาต่อไปนี้

00-000-009	การพัฒนาอย่างยั่งยืน Sustainable Development	3(45-0-90)
00-000-010	การเสริมสร้างสังคมสุจริต Honest Society Creation	3(45-0-90)
00-000-011	ปัญหาสังคม Social Problems	3(45-0-90)
00-000-012	รู้เท่าทันโลกการเปลี่ยนแปลง Global Change Literacy	3(45-0-90)
00-000-013	ความเป็นพลเมืองโลก Global Citizenship	3(45-0-90)
00-000-014	การค้นหาอาชีพแห่งอนาคต	3(30-30-75)

	Future Career Exploration	
00-000-015	เศรษฐศาสตร์ในชีวิตประจำวัน	3(45-0-90)
	Everyday Economics	
00-000-016	การออกกำลังกายและการส่งเสริมสุขภาพ	3(30-45-60)
	Physical Activities and Health Promotion	
00-000-017	ทักษะการคิดนอกกรอบ	3(45-0-90)
	Lateral Thinking Skills	
00-000-018	ทักษะสำหรับโลกดิจิทัล	3(45-0-90)
	Skills for Digital World	
00-000-019	โลกาภิวัตน์และสื่อยุคใหม่	3(45-0-90)
	Globalization and New Media	
00-000-021	อาหาร การออกกำลังกาย และสุขภาพ	3(45-0-90)
	Diet, Physical Activity and Health	
2. หมวดวิชาเฉพาะ	**ไม่น้อยกว่า**	**90 หน่วยกิต**
2.1 กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	**ไม่น้อยกว่า**	**24 หน่วยกิต**
ให้ศึกษารายวิชาต่อไปนี้		
05-000-001	การบัญชีในงานธุรกิจ	3(45-0-90)
	Business Accounting	
05-000-002	หลักการตลาด	3(45-0-90)
	Principles of Marketing	
05-000-003	สถิติธุรกิจ	3(45-0-90)
	Business Statistics	
05-000-004	กฎหมายธุรกิจและภาษีอากร	3(45-0-90)
	Business Law and Taxation	
05-000-005	หลักเศรษฐศาสตร์	3(45-0-90)
	Principles of Economics	
05-000-006	การจัดการและพฤติกรรมองค์การ	3(45-0-90)
	Management and Organizational Behavior	
05-000-007	การเงินธุรกิจ	3(45-0-90)
	Business Finance	
05-000-008	เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับธุรกิจ	3(30-30-75)
	Information Technology for Business	
2.2 กลุ่มวิชาชีพบังคับ	**ไม่น้อยกว่า**	**57 หน่วยกิต**
ให้ศึกษา 51 หน่วยกิต จากรายวิชาต่อไปนี้		
05-021-101	พฤติกรรมผู้บริโภคและข้อมูลเชิงลึกลูกค้า	3(45-0-90)
	Consumer Behavior and Consumer Insight	
05-021-202	การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา	3(45-0-90)
	Product and Price Management	

05-021-203	การจัดการช่องทางการตลาด Marketing Channel Management	3(45-0-90)
05-021-204	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ Integrated Marketing Communications	3(30-30-75)
05-021-305	การวิจัยการตลาด Marketing Research	3(30-30-75)
05-022-201	การตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ E-commerce Marketing	3(30-30-75)
05-022-303	นวัตกรรมและการเป็นผู้ประกอบการทางการตลาด Innovation and Entrepreneurship in Marketing	3(45-0-90)
05-022-408	การศึกษาความเป็นไปได้โครงการทางการตลาด Marketing Project Feasibility Study	3(30-30-75)
05-023-201	ปัญญาประดิษฐ์สำหรับนักการตลาด Artificial Intelligence for Marketer	3(30-30-75)
05-023-304	การตลาดดิจิทัล Digital Marketing	3(45-0-90)
05-023-305	เทคโนโลยีการตลาดสำหรับการเติบโตทางธุรกิจ Marketing Technology for Business Growth	3(30-30-75)
05-024-201	การตลาดบริการสำหรับผู้ประกอบการ Service Marketing for Entrepreneurship	3(45-0-90)
05-024-303	การจัดการตราสินค้า Brand Management	3(45-0-90)
05-024-304	การตลาดระดับโลก Global Marketing	3(45-0-90)
05-024-305	กลยุทธ์การตลาด Marketing Strategy	3(30-30-75)
05-024-409	ประเด็นปัจจุบันทางการตลาด Current Issues in Marketing	3(45-0-90)
05-024-410	สัมมนาการตลาดเชิงนวัตกรรม Innovative Marketing Seminar	2(15-30-90)
05-025-401	การเตรียมความพร้อมฝึกงานและสหกิจศึกษา Preparation for Internship and Cooperative Education	1(0-30-15)

และให้เลือกศึกษา 6 หน่วยกิต จากแผนดังต่อไปนี้

สำหรับแผนฝึกงานทางการตลาด

05-025-402	โครงงานทางการตลาด Marketing Project	3(30-30-75)
05-025-403	ฝึกงานทางการตลาด Internship for Marketing	3(320)

สำหรับแผนสหกิจศึกษา

05-025-404	สหกิจศึกษา Cooperative Education	6(640)

2.3 กลุ่มวิชาชีพเลือก ไม่น้อยกว่า 9 หน่วยกิต

ให้เลือกศึกษาจากรายวิชาดังต่อไปนี้

05-022-202	การตลาดฮาลาลสำหรับผู้ประกอบการ Halal Marketing for Entrepreneurs	3(45-0-90)
05-022-304	การจัดการธุรกิจค้าปลีก Retailing Management	3(45-0-90)
05-022-305	การเป็นผู้ประกอบการค้าชายแดน Border Trade Entrepreneurship	3(45-0-90)
05-022-306	การออกแบบบรรจุภัณฑ์ Packaging Design	3(30-30-75)
05-022-307	การสร้างสรรค์คอนเทนต์ทางการตลาด Marketing Content Creation	3(30-30-75)
05-022-409	การตลาดสำหรับธุรกิจชุมชนเพื่อความยั่งยืน Marketing for Sustainable Community Businesses	3(45-0-90)
05-022-410	การตลาดธุรกิจสู่ธุรกิจ Business-to-Business Marketing	3(45-0-90)
05-023-202	การตลาดสื่อสังคมออนไลน์ Social Media Marketing	3(30-30-75)
05-023-203	วิเคราะห์ข้อมูลการตลาดดิจิทัล Digital Marketing Analytics	3(30-30-75)
05-023-306	กลยุทธ์คอนเทนต์ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล Data-driven Content Strategies	3(30-30-75)
05-024-202	กลยุทธ์การสร้างความผูกพันลูกค้าและการรักษาฐานลูกค้า Customer Engagement and Retention Strategies	3(30-30-75)
05-024-306	การจัดการการขายและกลยุทธ์การขายสมัยใหม่ Modern Sales Management and Strategies	3(45-0-90)
05-024-307	กลยุทธ์การจัดการลูกค้าและการเจรจาต่อรอง Customer Management Strategies and Negotiation	3(45-0-90)
05-024-408	การจัดการพันธมิตรทางธุรกิจเชิงกลยุทธ์ Strategic Business Partnership Management	3(45-0-90)

3. หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

นักศึกษาเลือกศึกษารายวิชาใดก็ได้อีกไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต โดยเป็นรายวิชาที่เปิดสอนในระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย หรือสถาบันอุดมศึกษาอื่น

3.4 แผนการศึกษาปกติ

ปีการศึกษาที่ 1

ภาคการศึกษาที่ 1

UU-VWX-YZZ	กลุ่มวิชาศึกษาทั่วไป (1)	3(T-P-E)
UU-VWX-YZZ	กลุ่มวิชาศึกษาทั่วไป (2)	3(T-P-E)
00-000-001	วิธีการเรียนรู้ของมนุษย์	3(45-0-90)
05-000-001	การบัญชีในงานธุรกิจ	3(45-0-90)
05-000-002	หลักการตลาด	3(45-0-90)
05-000-006	การจัดการและพฤติกรรมองค์การ	3(45-0-90)
	รวม	**18 หน่วยกิต**

ภาคการศึกษาที่ 2

00-000-002	ศิลปวิจักษ์	3(45-0-90)
00-000-003	ภาษาอังกฤษเชิงวิชาการ	3(30-30-75)
00-000-020	แนะนำปัญญาประดิษฐ์	3(45-0-90)
05-000-004	กฎหมายธุรกิจและภาษีอากร	3(45-0-90)
05-000-005	หลักเศรษฐศาสตร์	3(45-0-90)
05-021-101	พฤติกรรมผู้บริโภคและข้อมูลเชิงลึกลูกค้า	3(45-0-90)
	รวม	**18 หน่วยกิต**

ปีการศึกษาที่ 2

ภาคการศึกษาที่ 1

UU-VWX-YZZ	กลุ่มวิชาศึกษาทั่วไป (3)	3(T-P-E)

05-000-003	สถิติธุรกิจ		3(45-0-90)
05-000-008	เทคโนโลยีธุรกิจดิจิทัล		3(30-30-75)
05-021-202	การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา		3(45-0-90)
05-021-203	การจัดการช่องทางการตลาด		3(45-0-90)
05-024-201	การตลาดบริการสำหรับผู้ประกอบการ		3(45-0-90)
		รวม	**18 หน่วยกิต**

ภาคการศึกษาที่ 2

UU-VWX-YZZ	กลุ่มวิชาศึกษาทั่วไป (4)		3(T-P-E)
UU-VWX-YZZ	กลุ่มวิชาชีพเลือก (1)		3(T-P-E)
05-000-007	การเงินธุรกิจ		3(45-0-90)
05-021-204	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ		3(30-30-75)
05-022-201	การตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์		3(30-30-75)
05-023-201	ปัญญาประดิษฐ์สำหรับนักการตลาด		3(30-30-75)
		รวม	**18 หน่วยกิต**

ปีการศึกษาที่ 3

ภาคการศึกษาที่ 1

UU-VWX-YZZ	กลุ่มวิชาชีพเลือก (2)		3(T-P-E)
UU-VWX-YZZ	วิชาเลือกเสรี (1)		3(T-P-E)
05-023-304	การตลาดดิจิทัล		3(45-0-90)
05-024-303	การจัดการตราสินค้า		3(45-0-90)
05-024-304	การตลาดระดับโลก		3(45-0-90)
		รวม	**15 หน่วยกิต**

ภาคการศึกษาที่ 2

05-021-305	การวิจัยการตลาด	3(30-30-75)
05-022-303	นวัตกรรมและการเป็นผู้ประกอบการทางการตลาด	3(45-0-90)
05-023-305	เทคโนโลยีการตลาดสำหรับการเติบโตทางธุรกิจ	3(30-30-75)
05-024-305	กลยุทธ์การตลาด	3(30-30-75)
05-024-409	ประเด็นปัจจุบันทางการตลาด	3(45-0-90)
	รวม	**15 หน่วยกิต**

ปีการศึกษาที่ 4

ภาคการศึกษาที่ 1

UU-VWX-YZZ	กลุ่มวิชาชีพเลือก (3)	3(T-P-E)
UU-VWX-YZZ	วิชาเลือกเสรี (2)	3(T-P-E)
05-022-408	การศึกษาความเป็นไปได้โครงการทางการตลาด	3(30-30-75)
05-024-410	สัมมนาการตลาดเชิงนวัตกรรม	2(15-30-90)
05-025-401	การเตรียมความพร้อมฝึกงานและสหกิจศึกษา	1(0-30-15)
	รวม	**12 หน่วยกิต**

ภาคการศึกษาที่ 2

แผนฝึกงานทางการตลาด

05-025-402	โครงงานทางการตลาด	3(30-30-75)
05-025-403	ฝึกงานทางการตลาด	3(320)
	รวม	**6 หน่วยกิต**

แผนสหกิจศึกษา

05-025-404	สหกิจศึกษา	6(640)
	รวม	**6 หน่วยกิต**

3.5 คำอธิบายรายวิชา

ความหมายของเลขรหัสรายวิชา

UU-VWX-YZZ

UU	หมายถึง	คณะ	
	00	คือ	หมวดวิชาศึกษาทั่วไป/หมวดวิชาพื้นฐาน
	05	คือ	คณะบริหารธุรกิจ

สำหรับหมวดวิชาเฉพาะ

VWX	หมายถึง	สาขาวิชาหรือกลุ่มวิชา/วิชาย่อย		
	000	คือ	กลุ่มวิชาพื้นฐานทางบริหารธุรกิจ	
	010	คือ	สาขาวิชาการบัญชี	
	020	คือ	สาขาวิชาการตลาด	
		021	คือ	วิชาย่อยพื้นฐานการตลาด
		022	คือ	กลุ่มวิชาย่อยนวัตกรรมผู้ประกอบการและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
		023	คือ	กลุ่มวิชาย่อยคอนเทนต์ดิจิทัลและเทคโนโลยีการตลาด
		024	คือ	กลุ่มวิชาย่อยประสบการณ์ลูกค้าและการจัดการเชิงกลยุทธ์
		025	คือ	กลุ่มวิชาย่อยโครงงาน ฝึกงาน และสหกิจศึกษา
	030	คือ	สาขาวิชาการจัดการ	

	040	คือ สาขาวิชาเทคโนโลยีธุรกิจดิจิทัล
Y	หมายถึง	ปีที่ควรศึกษา หรือระดับการศึกษา
	0	แทนรายวิชาที่ศึกษาในชั้นปีใดก็ได้
	1	แทนรายวิชาที่ควรจะศึกษาในชั้นปีที่ 1
	2	แทนรายวิชาที่ควรจะศึกษาในชั้นปีที่ 2
	3	แทนรายวิชาที่ควรจะศึกษาในชั้นปีที่ 3
	4	แทนรายวิชาที่ควรจะศึกษาในชั้นปีที่ 4
ZZ	หมายถึง	ลำดับที่ของรายวิชาในสาขาวิชาหรือกลุ่มวิชา/วิชาย่อย

การกำหนดหน่วยกิตในระบบทวิภาค

ก) รายวิชาภาคทฤษฎีที่ใช้เวลาบรรยายหรืออภิปรายปัญหาไม่น้อยกว่า 15 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ 1 หน่วยกิต

ข) รายวิชาภาคปฏิบัติที่ใช้เวลาฝึกหรือทดลองไม่น้อยกว่า 30 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ 1 หน่วยกิต

ค) การฝึกงานหรือการฝึกภาคสนามที่ใช้เวลาฝึกไม่น้อยกว่า 45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ 1 หน่วยกิต

ง) การทำโครงงานหรือกิจกรรมการเรียนอื่นใดตามที่ได้รับมอบหมายที่ใช้เวลาทำโครงงานหรือกิจกรรมนั้น ๆ ไม่น้อยกว่า 45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ 1 หน่วยกิต

จ) กิจกรรมการเรียนอื่นใดที่สร้างการเรียนรู้นอกเหนือจากรูปแบบที่กำหนดข้างต้น การนับระยะเวลาในการทำกิจกรรมนั้นต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ 1 หน่วยกิต ให้เป็นไปตามที่สภาสถาบันอุดมศึกษากำหนด

การกำหนดจำนวนหน่วยกิตและการจัดการเรียนรู้ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

ความหมายของรหัสหน่วยกิต C(T-P-E)

C หมายถึง จำนวนหน่วยกิตของรายวิชา

T หมายถึง จำนวนชั่วโมงของภาคทฤษฎีต่อภาคการศึกษา

P หมายถึง จำนวนชั่วโมงของภาคปฏิบัติต่อภาคการศึกษา

E หมายถึง จำนวนชั่วโมงการศึกษาค้นคว้านอกเวลาต่อภาคการศึกษา

หมายเหตุ จำนวนชั่วโมงภายในวงเล็บคือภาระงานของผู้เรียนในรายวิชานั้นต่อภาคการศึกษา

รายละเอียดคำอธิบายรายวิชา

00-000-001 วิธีการเรียนรู้ของมนุษย์ 3(45-0-90)

How People Learn

วิชาบังคับก่อน: -

Prerequisite: -

หน้าที่การทำงานของสมองและจิต การปรับแต่งและร้อยเรียงพฤติกรรม ธรรมชาติของเชาว์ปัญญา ธรรมชาติและลักษณะของความเชี่ยวชาญ ทฤษฎีการเรียนรู้หลัก 5 กลุ่ม คือ กลุ่มพฤติกรรมนิยม กลุ่มปัญญานิยม กลุ่มการสร้างความรู้ด้วยตนเอง กลุ่มมนุษย์นิยมและกลุ่มการเชื่อมโยงความรู้ ทฤษฎีการเรียนรู้สำหรับผู้เรียน ในศตวรรษที่ 21 การพัฒนาทักษะทางปัญญาโดยใช้ความฉลาด 8 ด้านของทฤษฎีพหุปัญญา วิธีการทำให้ความจำดีขึ้น ความรู้ทางด้านประสาทวิทยาศาสตร์เพื่อการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ สภาพการอ่อนตัวของระบบประสาทและหลักการเรียนรู้ของผู้ใหญ่

Brain and mental functions; cognitive neuroscience and how people learn; behavior shaping and chaining; the nature of intelligence; nature and characteristics of expertise; the five main learning theory; behaviorism; cognitivism; constructivism; humanism; and connectivism; learning theory for 21st century learners; the development of cognitive skills using the eight types of intelligence; how to improve memory; contributions of neuroscience to learning process; neuroplasticity and adult learning principles.

00-000-002 ศิลปวิจักษ์ 3(45-0-90)

Art Appreciation

วิชาบังคับก่อน: -

Prerequisite: -

ทัศนธาตุของศิลปะและหลักการออกแบบการอ่านภาพงานศิลป์ ความสามารถ

ในการปลื้มปิติประทับใจ พินิจพิเคราะห์ และวิจารณ์งานทางด้านศิลปะ วิธีการและคุณค่าทางการสื่อความของวัสดุที่นำมาใช้ในการสร้างสรรค์ทัศนศิลป์ ความเข้าใจและความซาบซึ้งตามเจตนาของจิตรกร วิธีการเล็งเห็นและตีความศิลปะ ศิลปะกับมรดกทางวัฒนธรรม การประเมินคุณค่าศิลปะตะวันตกจากยุคโบราณ ยุคคลาสสิก ยุคกลาง ยุคฟื้นฟูศิลปวิทยา ศิลปะและสถาปัตยธรรมแบบบาโรก และยุคใหม่ การสำรวจสืบค้นศิลปะสมัยเก่าและสมัยใหม่ของไทย

The visual element of art and principles of design; visual literacy of artworks; the ability to appreciate; examine; and criticize works of art; techniques and expressive qualities of various media used to create visual art; understanding and appreciation of artist's intentions; how to view and interpret art; art and cultural heritage; evaluated Western artworks from the ancient; classical; medieval; renaissance; baroque; and modern periods; survey of ancient and contemporary Thai art.

00-000-003 ภาษาอังกฤษเชิงวิชาการ 3(30-30-75)

Academic English

วิชาบังคับก่อน: -

Prerequisite: -

รูปแบบของภาษาเขียนเอกสารและตำราทางวิชาการ ความรู้พื้นฐานและทักษะทางปัญญาที่จำเป็นในการอ่านและการเขียน วิธีการสืบค้นข้อมูลและการอ้างอิง ทักษะในการคิดวิเคราะห์ในการตีความ ถอดความ วิเคราะห์ สรุป และประเมินเนื้อหาในเอกสารทางวิชาการ การฝึกปฏิบัติการเขียนในรูปแบบต่าง ๆ การพัฒนากลยุทธ์การเรียนรู้ผ่านสื่อดิจิทัล การมอบหมายงานในการอ่านและเขียน

Language patterns of academic writing; basic knowledge and cognitive skills related to academic reading and writing; retrieving information and reference; critical thinking skills in interpreting, paraphrasing, analyzing, summarizing, and evaluating the academic documents; writing practice in various forms; developing independent learning Strategy through digital media; reading and writing assignments.

00-000-005 สมาธิเพื่อการพัฒนาชีวิต 3(30-30-75)

Meditation for Life Development

วิชาบังคับก่อน: -

Prerequisite: -

ประวัติความเป็นมาและวิธีการฝึกสมาธิในชุมชนต่าง ๆ ทั่วโลก การศึกษาทางวิทยาศาสตร์ถึงผลดีของการฝึกสมาธิ รูปแบบ วิธีการ และขั้นตอนของการทำสมาธิ การรับรู้ อารมณ์ และการปรับแนวคิด การวางท่าที่เหมาะสม เทคนิคการหายใจและการผ่อนคลายร่างกายและจิตใจ การฝึกสมาธิและโยคะ การฝึกปฏิบัติตามแนวทางมรรค 8 ธรรมเนียมปฏิบัติของการนั่งวิปัสสนาเพื่อคลายความตึงเครียด การฝึกสมาธิในชีวิตประจำวันเพื่อความผาสุกของร่างกายและจิตใจ

History of meditation and the methods which different cultures use; scientific study on the benefits of meditation; patterns; methods; and steps of meditation; feelings; emotion and proper mind set; proper meditation postures; breathing; mind and body relaxation

techniques; meditation and Yoga; how to practice Noble Eightfold Path; the tradition of Vipassana or sitting in stillness to help free tension in the body; meditation practice in everyday life for a happy body mind and soul.

00-000-006 ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม 3(30-30-75)

Creativity and Innovation

วิชาบังคับก่อน: -

Prerequisite: -

นโยบายของชาติเกี่ยวกับ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม การสำรวจสืบค้นนวัตกรรมสร้างสรรค์ในอดีตโดยวิธีกรณีศึกษา ความคิดสร้างสรรค์สำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการใหม่ การบริการรูปแบบใหม่ และทางออกใหม่ของการแก้ปัญหา วิธีการสร้างแนวคิดให้เป็นความคิดสร้างสรรค์และการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรม บทบาทของนวัตกรรมต่อการเติบโต ความสำเร็จ และการพัฒนาธุรกิจ นวัตกรรมทางเทคโนโลยีเพื่อการแข่งขัน การพัฒนาชีวิต การปรับปรุงผลผลิตทางการเกษตร คุณภาพของอาหาร และการสื่อสารไร้พรมแดน การออกแบบโครงงานทางด้านนวัตกรรม โดยร่วมมือกับทีมงานที่เป็นนักศึกษาด้วยกัน

National policy on science; technology and innovation; exploring the creative approach of innovations in the past through a case study; creativity and innovation for new products; new process; new services; and new solutions for existing problems; methods for generating ideas and turning creativity into innovation; roles of innovation for business growth; success; and future development; technological innovation for competitiveness; developing life

quality; improving agricultural productivity; food quality; and borderless communication; designing innovative projects in collaboration with team members.

00-000-007 กรณีศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการมหาเศรษฐี 3(45-0-90)

Case Studies of Billionaire Entrepreneurs

วิชาบังคับก่อน: -

Prerequisite: -

ความคิดที่เป็นบ่อกำเนิดของความสำเร็จและรวย สิ่งสำคัญเพื่อความสำเร็จ 13 ประการ จากคิดแล้วรวยของของนโปเลียน ฮิลล์ ประกอบด้วย ความปรารถนาอย่างแรงกล้า ความศรัทธา การสะกดจิตตัวเอง ความรู้ลึกเฉพาะทาง จินตนาการ การวางแผนอย่างมีระบบ การตัดสินใจ การมุ่งหน้าไม่ละลด พลังของสติปัญญาที่เลอเลิศ ความลึกลับของการเปลี่ยนพลังทางเพศ จิตใต้สำนึก พลังของสมอง และสัมผัสที่หก วิธีการได้ชัยชนะปีศาจร้ายแห่งความกลัว 6 ตัว ประกอบด้วย กลัวยากจน กลัวการวิพากษ์วิจารณ์ กลัวความเจ็บป่วย กลัวการสูญเสียความรัก กลัวความชรา และกลัวความตาย ศิลปะการเปลี่ยนแปลงความรู้สึกนึกคิดจากพิชานความล้มเหลวเป็นพิชานความสำเร็จ

Think as an origin of success and richness; Napoleon Hill's 13 keys to success from Think and Grow Rich including desire; faith; auto suggestion; specialized knowledge; imagination; organized planning; decision; persistence; power of the mastered mind; the mystery of sex transmutation; the subconscious mind; the power of the brain; and the sixth sense; how to outwit the six ghosts of fear including the fear of poverty; the fear of criticism; the fear of illness; the fear of loss of love; the fear of old age; and the fear of death; the art of changing mind from failure consciousness to success consciousness.

00-000-008 แนวคิดแบบผู้ประกอบการ 3(30-30-75)

Entrepreneurial Mindset

วิชาบังคับก่อน: -

Prerequisite: -

รูปแบบต่าง ๆ ของธุรกิจการเป็นผู้ประกอบการ กระบวนการประกอบการ การสร้างกิจการใหม่ด้วยแนวคิดจากการเริ่มต้น การเติบโต และความสำเร็จ วิธีการประเมินโอกาส การพัฒนากลยุทธ์ การสร้างแผนธุรกิจ และการหาผู้สนับสนุนทางการเงินเพื่อธุรกิจใหม่ ลักษณะสำคัญของแนวคิดแบบผู้ประกอบการประกอบด้วยบริบทของธุรกิจ ทักษะ พฤติกรรม การรู้คุณค่า ความท้าทายในโลกแห่งความเป็นจริงของการเป็นผู้ประกอบการในปัจจุบัน ทักษะที่จำเป็นในการระบุและประเมินโอกาส การแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์ และการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ รายละเอียดเกี่ยวกับ พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

Entrepreneurial business types; the entrepreneurial process; the creation of a new venture from idea through startup; growth and success; how to evaluate opportunities; develop Strategy; create a business plan and find out financial supports for a new venture; the key characteristics of entrepreneurial mindset including enterprising contexts; skills; behavior; and value; real world challenges of today entrepreneurship; skills needed to identify and assess opportunities; solving problems creatively; and communicate effectively; details of PDPA.

00-000-009 การพัฒนาอย่างยั่งยืน 3(45-0-90)

Sustainable Development

วิชาบังคับก่อน: -

Prerequisite: -

ศาสตร์พระราชาเกี่ยวกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เส้นเวลาของการพัฒนาอย่างยั่งยืน เสาหลักของการพัฒนาอย่างยั่งยืน 3 ต้น เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ 17 ด้าน ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคมที่ยั่งยืนของชุมชน สาเหตุของการเสื่อมโทรมของระบบธรรมชาติทรัพยากรธรรมชาติลดลง ภูมิอากาศเปลี่ยนแปลง ความสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ และเพิ่มความเสี่ยงแก่สุขภาพเพราะมลภาวะ เนื่องจากการพัฒนาเศรษฐกิจ วิธีการต่าง ๆ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตในแนวทางที่ยั่งยืนและการเปลี่ยนทัศนคติ ความตระหนัก พฤติกรรม และวิถีชีวิต วิธีการประเมินผลสัมฤทธิ์ของการพัฒนาอย่างยั่งยืน

The King’s philosophy of sufficiency economy; timeline for Sustainable Development (SD); the three pillars of SD; the UN 17 SD Goals; factors that affect the environmental; economic and social sustainability of communities; cause of degrading natural system; diminished resources; changes of climate; loss of biodiversity and increased health risks from pollution; how to improve quality of life in a sustainable way and changing of attitude; awareness; behavior; and lifestyle; methods for assessing the achievement of SD.

00-000-010 การเสริมสร้างสังคมสุจริต 3(45-0-90)

Honest Society Creation

วิชาบังคับก่อน: -

Prerequisite: -
องค์ความรู้เกี่ยวกับความเป็นพลเมืองดีในสังคมประชาธิปไตย การเป็นบุคคลที่ซื่อสัตย์ มีมโนธรรมประจำใจ เช่น ไม่มีอคติ ตรงไปตรงมา ซื่อสัตย์ เชื่อถือได้ ชอบธรรม และจงรักภักดี การแสดงออกถึงความน่าเชื่อถือและไว้ใจได้ ความรับผิดชอบต่อสังคม ความเท่าเทียมกันและความเชื่อมั่นในตนเอง เจตคติและพฤติกรรมทางบวก เช่น ความร่าเริง ความเป็นมิตร ความสุขุม และความแน่วแน่ สาเหตุ ผลที่ตามมา และการบำบัดความไร้คุณธรรม ทางการค้าและการคอรับชั่นของนักการเมือง ความละอายและความไม่ทน ต่อการคอรับชั่น หน้าที่ของพลเมืองและความรับผิดชอบต่อสังคมใน ต้านทุจริต จิตสาธารณะและจิตสำนึกทางศีลธรรมของพลเมือง โดยใช้กระบวนการเรียนรู้ด้วยกิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลาย ทัศนศึกษาสวนประวัติศาสตร์
Knowledge of being a good citizen in democratic societies; being an honest individual with virtuous traits such as fair-minded, candid, sincere, trustworthy, righteous, and allegiant; demonstrating of reliability and dependability; social responsibility; equality and self-reliance; positive attitudes and behavior such as cheerfulness; friendliness; poise; and stability; causes; consequences and cures of commercial immorality and political corruption; intolerance and being ashamed of involving in corruption; civic duty and responsibility for anti-corruption; public mind and moral consciousness of citizen by learning and practicing good manners; field trip to historical park.

00-000-011 ปัญหาสังคม 3(45-0-90)
Social Problems
วิชาบังคับก่อน: -
Prerequisite: -
การตรวจสอบปัญหาสังคมในปัจจุบันตามหลักการทางสังคมวิทยา องค์ประกอบของปัญหาสังคมทั้งทางด้านอัตวิสัยและภาวะวิสัย สาเหตุ ผลที่ตามมา การแก้ปัญหา และการป้องกันปัญหาสังคมที่สำคัญ เช่น ความยากจน ความไม่เสมอภาค อคติและการเลือกปฏิบัติ อาชญากรรม

โรคจิต ครอบครัวที่ไม่มั่นคง การเสื่อมสภาพของสิ่งแวดล้อม การติดยาเสพติด การเสพติดอินเทอร์เน็ต การพนันออนไลน์ และคุณภาพชีวิตที่เสื่อมถอยในโลกดิจิทัล พฤติกรรมที่ละเมิดบรรทัดฐานของสังคม ปัญหาสังคมเนื่องจากความทันสมัย

Examining of current social problems through sociological perspective; subjective and objective elements of social problems; the causes, consequences, solutions, and prevention of major social problems in our society, such as poverty, inequality. prejudice and discrimination; crime; mental illness; family instability; environmental degradation; drug addiction; internet addiction; online gambling; and declining quality of life in digital world; deviance in society; social problems resulting from modernization.

00-000-012 รู้เท่าทันโลกการเปลี่ยนแปลง 3(45-0-90)

Global Change Literacy

วิชาบังคับก่อน: -

Prerequisite: -

การตรวจสอบปัญหาสังคมในปัจจุบันตามหลักการทางสังคมวิทยา องค์ประกอบของปัญหาสังคมทั้งทางด้านอัตวิสัยและภาวะวิสัย สาเหตุ ผลที่ตามมา การแก้ปัญหา และการป้องกันปัญหาสังคมที่สำคัญ เช่น ความยากจน ความไม่เสมอภาค อคติและการเลือกปฏิบัติ อาชญากรรม โรคจิต ครอบครัวที่ไม่มั่นคง การเสื่อมสภาพของสิ่งแวดล้อม การติดยาเสพติด การเสพติดอินเทอร์เน็ต การพนันออนไลน์ และคุณภาพชีวิตที่เสื่อมถอยในโลกดิจิทัล พฤติกรรมที่ละเมิดบรรทัดฐานของสังคม ปัญหาสังคมเนื่องจากความทันสมัย

An overview of global change in various perspectives and its causes; the environmental; economic and social dimensions of global

changes; human dimensions of global environmental change; changing patterns of consumption; production; and utilization of natural resources; economic development achieved at the expense of natural resources; change of climate; loss of biodiversity; and increasing health risk from pollution; the implications of overuse of resources; population growth; economic growth and sustainability; person change of attitude; awareness; behavior; and life styles; Thai's Bio-circular-Green Economy model.

00-000-013 ความเป็นพลเมืองโลก 3(45-0-90)

Global Citizenship

วิชาบังคับก่อน: -

Prerequisite: -

แนวคิดเกี่ยวกับโลกาภิวัตน์และความเป็นพลเมืองโลก ปฏิสัมพันธ์ในประเด็นต่าง ๆ ระหว่างบุคคล สถาบัน และสังคมทั่วโลก การรู้หนังสือ ความสามารถ การรู้จักคุณค่า และลักษณะนิสัยที่จำเป็นในการเป็นพลเมืองโลก ความไม่เสมอภาคในสังคมโลกเกี่ยวกับสุขภาพ ความอยู่ดีกินดี และทรัพยากรธรรมชาติ การติดต่อสื่อสารข้ามวัฒนธรรม การแบ่งกลุ่มเผ่าพันธุ์ ชาติพันธ์ วัฒนธรรม สังคม และประเทศชาติ โลกาภิวัฒน์ในมิติทางด้านเศรษฐกิจและวัฒนธรรม ความยากจนของพลเมืองและสังคมของพวกผู้ดีมีสุข จริยธรรมของพลเมืองโลก ผลกระทบต่อความไม่เสมอภาค ความไม่เท่าเทียมที่เกี่ยวกับสังคม สิ่งแวดล้อม อาหาร พลังงาน และเทคโนโลยี การเตรียมตัวเพื่อการทำงานในสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมที่หลากหลาย

Concepts of globalization and global citizenship; the interconnection in various issues between people, institutions, and societies across the world; literacy; competency; values;

and necessary traits to become a global citizen; global inequalities in health; well-being and natural resources; intercultural communication; global division by race; ethnicity; culture; society; and nation; economic and cultural dimensions of globalization; global poverty and healthy society; ethics of global citizenship; the impact of inequality and discrimination related to social; environment; food; energy; and technology; preparing oneself to work in multicultural, diverse, and global work environment.

00-000-014 การค้นหาอาชีพแห่งอนาคต 3(30-30-75)

Future Career Exploration

วิชาบังคับก่อน: -

Prerequisite: -

การสำรวจตรวจค้นหาเส้นทางประกอบอาชีพและการจัดกลุ่มงานในประเทศไทย ปัจจัยต่าง ๆ ที่ควรพิจารณาก่อนเลือกอาชีพที่เหมาะสมกับตน จุดแข็ง จุดอ่อน ของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกอาชีพ แนะนำการจัดประเภท อาชีพตามมาตรฐานสากลขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ การค้นหาบัญชี รายชื่ออาชีพ หน้าที่ ความรับผิดชอบ ข้อมูลอัตราเงินเดือน ระดับการศึกษา การฝึกอบรม และเอกสารรับรองที่ต้องการ การค้นหางานขององค์การแรงงาน ระหว่างประเทศ รายการตำแหน่งงานที่ว่าง และการเปิดรับเข้าทำงานทั่วโลก การค้นหาอาชีพออนไลน์ คำนิยามของ “งานสีเขียว” ของโครงการสิ่งแวดล้อม แห่งสหประชาชาติ เศรษฐกิจไร้คาร์บอน เศรษฐกิจหมุนเวียน และการสร้างงาน สีเขียวที่หลากหลาย ในกลุ่มต่าง ๆ กลุ่มอาชีพที่มีงานสีเขียวเฟื่องฟู ในปัจจุบัน และแนวโน้มในอนาคต การค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับงานสีเขียวจากอินโฟกราฟิกส์

Exploring all career pathways and career clusters offered in the country; factors to be considered before selecting a suitable career; personal strength and weakness related to career decisions; introduction to International Standard Classification of Occupations; searching list of careers; duties; responsibilities; salary information; education training; and certification requirements; ILO job searching; list of job vacancies; and job available worldwide; career

exploration with online resources; definition of green jobs by United Nation Environment Programme (UNEP); decarbonised economy; circular economy and creating numerous green jobs in a great number of sectors; booming sectors with green jobs; searching for green job information infographic.

00-000-015 เศรษฐศาสตร์ในชีวิตประจำวัน 3(45-0-90)

Everyday Economics

วิชาบังคับก่อน: -

Prerequisite: -

แนะนำหลักการทางเศรษฐศาสตร์ โครงสร้าง สถาบัน และสมรรถนะทางเศรษฐกิจ อรรถประโยชน์ การตัดสินใจ และต้นทุนค่าเสียโอกาส บทบาทของรัฐบาลและองค์กรทางธุรกิจในระบบเศรษฐกิจ การพิทักษ์สิทธิ์และผลประโยชน์ของผู้บริโภค เศรษฐกิจครัวเรือน กระบวนการวางแผนทางการเงิน การบริหารรายได้ รายจ่ายและภาระหนี้สิน การเงินและการธนาคาร เงินเฟ้อ การว่างงาน เศรษฐกิจถดถอย เศรษฐกิจตกต่ำ อุปสงค์มวลรวมและอุปทานมวลรวม อัตราดอกเบี้ย ภาษี การออมเงินเพื่อการเกษียณ และการประกันภัย เศรษฐศาสตร์เพื่อการดูแลสุขภาพและการประกันสุขภาพ ความยั่งยืนของครัวเรือน

Introduction to economic principles; economic structures; institutions and performance; utility; decision making; and opportunity cost; roles of government and economic organization in economic systems; consumer rights and benefits protection; household economy; financial planning process; income; expenditure; and debt management; money and banking; inflation; unemployment; recession; and depression; aggregate demand and aggregate supply; interest rate; taxes; retirement saving; and insurance; economics of healthcare and health insurance; household sustainability.

00-000-016 การออกกำลังกายและการส่งเสริมสุขภาพ 3(30-45-60)

Physical Activities and Health Promotion

วิชาบังคับก่อน: -

Prerequisite: -

แนวทางการออกกำลังกายตลอดชีวิต รูปแบบต่าง ๆ ของการออกกำลังกายและกิจกรรมทางกายเพื่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี การเคลื่อนไหวของร่างกายและการตอบสนอง ต่อการออกกำลังกาย การเลือกกิจกรรมกีฬาประเภทต่าง ๆ ตามความสนใจ วิธีการวัดสมรรถนะ และวิธีการพัฒนาและธำรงความแข็งแรงไว้เพื่อสุขภาพที่ดีที่สุด ผลกระทบต่อสุขภาพเนื่องจากมลภาวะ ความยากจน โรคติดเชื้ออุบัติใหม่ สิ่งอันตรายในที่ทำงาน การเลือกวิถีชีวิต สิ่งเสพติด และความเสี่ยงกับโรคมะเร็ง การป้องกันโรคเรื้อรังและความอ้วนโดยการปฏิบัติตามหลักโภชนาการและการกินอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ การออกแบบ การนำเสนอ และการประเมินแผนการเสริมสร้างความแข็งแรงและแผนการดูแลสุขภาพของบุคคล

Guidelines for lifetime physical activities; different modes of exercises and physical activities for health and wellbeing; how body moves and responses to exercise; selecting sport activities of interest; how performance can be measured; and how fitness can be developed and maintained to optimize health; health impacts of pollution; poverty; emerging infectious diseases; workplace hazards; lifestyle choices; addictions; and cancer risk; prevention of chronic diseases and obesity through good nutrition and healthy eating; designing; implementing; and evaluating personal fitness and wellness program.

00-000-017 ทักษะการคิดนอกกรอบ 3(45-0-90)

Lateral Thinking Skills

วิชาบังคับก่อน: -

Prerequisite: -

หลักการเกี่ยวกับความคิดในกรอบกับความคิดนอกกรอบ ความคิดนอกกรอบสำหรับการขับเคลื่อนนวัตกรรมและการสร้างงาน เทคนิคการใช้ความคิดนอกกรอบประกอบด้วย การหาทางเลือกใหม่ การปรับภาพให้เห็นชัด ความท้าทาย การเข้าถึงแบบสุ่ม การยั่วยุ การเก็บเกี่ยว และวิธีการใช้แนวคิด เทคนิคการระดมความคิดและหลักการหมวกหกใบ ตัวอย่างความคิดนอกกรอบ การใช้เกม ปริศนาและกรณีศึกษาเพื่อพิจารณาว่าจะพัฒนาหรือประยุกต์ใช้ความคิดนอกกรอบอย่างไร

Vertical thinking and lateral thinking principles; driving innovation andcreating work with lateral thinking; lateral thinking techniques includingalternatives, focus, challenge, random entry, provocation, harvesting, and treatment of ideas; brainstorming techniques and the six thinkinghats principles; lateral thinking examples; the use of games, puzzlesand case studies to examine how lateral thinking can be developed and applied.

00-000-018 ทักษะสำหรับโลกดิจิทัล 3(45-0-90)

Skills for Digital World

วิชาบังคับก่อน: -

Prerequisite: -

ผลกระทบของกิจกรรมบนโลกออนไลน์ต่อบุคคล การศึกษา และการประกอบวิชาชีพการกำหนด การประเมิน และการเชื่อมโยงระดับโลก ระดับชาติ ระดับท้องถิ่นและระดับบุคคลที่เกิดจากกิจกรรมบนโลกออนไลน์ ทักษะดิจิทัลขั้นพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับชีวิตและการทำงานประกอบด้วยการสื่อสารด้วยระบบดิจิทัล การสืบค้นข้อมูล ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การใช้เว็บเบราว์เซอร์ การสร้างเนื้อหาดิจิทัล ความมั่นคงและความเป็นส่วนตัวในโลกออนไลน์ การใช้เครื่องมือค้นหาและควรตระหนักว่าเนื้อหาออนไลน์ไม่ใช่น่าเชื่อถือได้ทั้งหมด การซื้อสินค้าและบริการออนไลน์โดยใช้วิธีการชำระเงินที่ปลอดภัยต่าง ๆ การใช้ซอฟต์แวร์ในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ

The impact of online activities on personal, academic, and professional lives; identifying, evaluating and articulate global, national, local andpersonal issues that arise from digital activities; basic digital skillsessential for life and work including digital communication, search ofinformation, using digital technology, using a web browser, creating digital content, online security and privacy; using search engines andbeing aware that not all online content is reliable; purchasing of goodsand service online, using different secure payment methods; findingsolutions to problems using software.

00-000-019 โลกาภิวัตน์และสื่อยุคใหม่ 3(45-0-90)

Globalization and New Media

วิชาบังคับก่อน: -

Prerequisite: -

ปฏิสัมพันธ์ระหว่างภาษา เทคโนโลยี เศรษฐศาสตร์ และการเมือง กับการใช้สื่อยุคใหม่ การบริโภคสื่อในชีวิตประจำวัน บทบาทของภาษาอังกฤษสำหรับภาษาโลกาภิวัตน์เพื่อสื่อยุคใหม่ โลกาภิวัตน์สำหรับสื่อ การไหลเวียนของสื่อทั่วโลก การไหลสวนทางของสื่อ การทำให้เป็นเนื้อเดียวกัน การสร้างความแตกต่างและการผสมผสาน จักรวรรดินิยมการสื่อสาร โทรศัพท์มือถือและโซเชียลมีเดีย

การเป็นพลเมืองโลก ไซเบอร์พังก์ สกุลเงินดิจิตอลเข้ารหัส การพนันที่ผิดกฎหมาย และเว็บมืด

The interaction between language, technology, economics, and politicsin the new media; media consumption in everyday life; the role of English as a globalizing language of new media; media globalization; global flow of the media; contra flow of the media; homogenization, heterogenization and hybridization; media imperialism; mobile phoneand social media; cosmopolitanism; cyberpunk; crypto currencies; illegal gambling and the dark web.

00-000-020 แนะนำปัญญาประดิษฐ์ 3(45-0-90)

Introduction to Artificial Intelligence

วิชาบังคับก่อน: -

Prerequisite: -

แนวคิดพื้นฐาน หลักการ และวิธีการที่เกี่ยวข้องกับปัญญาประดิษฐ์ การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ในภาคส่วนต่าง ๆ การศึกษา การเกษตร ดาราศาสตร์ การดูแลสุขภาพ การเล่นเกม การเงิน การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ความปลอดภัยของข้อมูล โซเชียลมีเดีย การเดินทางและการขนส่ง อุตสาหกรรม หุ่นยนต์ และความบันเทิง ปัญญาประดิษฐ์และแชทบอท ปัญญาประดิษฐ์สำหรับการแก้ปัญหา การวิเคราะห์ทางสถิติ การรวบรวมข้อมูล การสร้างภาพข้อมูล ต้นไม้การตัดสินใจ การเรียนรู้เชิงลึก และเทนเซอร์โฟล

Fundamental concepts, principles, and methodologies related toArtificial Intelligence (AI); applications of AI in various sectors includingeducation, agriculture, astronomy, healthcare, gaming,

finance, Ecommerce, data security, social media, travel and transportation, industry, robotics, and entertainment; AI and Chatbots; using AI for problem solving, statistical analysis, data acquisition, data visualization, decision trees, deep learning, and tensor flow.

00-000-021 อาหาร การออกกำลังกาย และสุขภาพ 3(45-0-90)

Diet, Physical Activity and Health

วิชาบังคับก่อน: -

Prerequisite: -

ความสัมพันธ์ระหว่างอาหาร การออกกำลังกาย และสุขภาพ แนะนำแนวทางการกินขององค์การอนามัยโลก สารอาหารและคุณค่าทางโภชนาการ บทบาทหน้าที่ของสารอาหารต่าง ๆ อาหารขยะ สารอาหารที่จำเป็นสำหรับบุคคลกลุ่มต่าง ๆ การวางแผนมื้ออาหารตามสภาวะสุขภาพ การวางแผนและการกำหนดรูปแบบมื้ออาหาร การเน่าเสียของอาหาร การเก็บรักษา และการถนอมอาหาร วิธีการปรุงอาหารวัตถุเจือปนในอาหาร การปรุงอาหารประเภทแป้งและขนมหวานต่าง ๆ อาหารสะดวกซื้อ อาหารที่เหลือจากการกิน หกเสาหลักของเวชศาสตร์วิถีชีวิต องค์ประกอบที่จำเป็นสำหรับสมรรถภาพทางกาย โรคที่เกี่ยวข้องกับการใช้ชีวิตและการกินอาหาร

Relationship between diet, physical activity, and health; WHO dietary guidelines; nutrients and their nutritive values; functions of the differentnutrients; junk food; nutritional needed for different groups; planningmeal for people with health conditions; meal planning and pattern; food spoilage, preservation, and storage; methods of food cooking; food additives; flour cookery and confectionery; convenience

food; left over foods; the six pillars of lifestyle medicine; essential components of physical fitness; life style and diet related diseases.

00-000-021 อาหาร การออกกำลังกาย และสุขภาพ 3(45-0-90)

Diet, Physical Activity and Health

วิชาบังคับก่อน: -

Prerequisite: -

ความสัมพันธ์ระหว่างอาหาร การออกกำลังกาย และสุขภาพ แนะนำแนวทางการกินขององค์การอนามัยโลก สารอาหารและคุณค่าทางโภชนาการ บทบาทหน้าที่ของสารอาหารต่าง ๆ อาหารขยะ สารอาหารที่จำเป็นสำหรับบุคคลกลุ่มต่าง ๆ การวางแผนมื้ออาหารตามสภาวะสุขภาพ การวางแผนและการกำหนดรูปแบบมื้ออาหาร การเน่าเสียของอาหาร การเก็บรักษา และการถนอมอาหาร วิธีการปรุงอาหารวัตถุเจือปนในอาหาร การปรุงอาหารประเภทแป้งและขนมหวานต่าง ๆ อาหารสะดวกซื้อ อาหารที่เหลือจากการกิน หกเสาหลักของเวชศาสตร์วิถีชีวิต องค์ประกอบที่จำเป็นสำหรับสมรรถภาพทางกาย โรคที่เกี่ยวข้องกับการใช้ชีวิตและการกินอาหาร

Relationship between diet, physical activity, and health; WHO dietary guidelines; nutrients and their nutritive values; functions of the differentnutrients; junk food; nutritional needed for different groups; planningmeal for people with health conditions; meal planning and pattern; food spoilage, preservation, and storage; methods of food cooking; food additives; flour cookery and confectionery; convenience food; left over foods; the six pillars of lifestyle medicine; essential components of physical fitness; life style and diet related diseases.

05-000-001 การบัญชีในงานธุรกิจ 3(45-0-90)

Business Accounting

วิชาบังคับก่อน: -

Prerequisite: -

หลักการและแนวคิดขั้นพื้นฐานของการบัญชี วงจรการบัญชีสำหรับกิจการบริการ ธุรกิจพาณิชยกรรมและธุรกิจภาคอุตสาหกรรม เทคนิคและวิธีการการอ่านรายงานทางการเงิน การตีราคาสินค้าคงเหลือ ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุน ปริมาณ และกำไร

Principles and basic accounting concepts; accounting cycles for services, commercial, and industrial businesses; techniques and methods for reading financial statements; inventory valuation; cost-volume-profit relationships.

05-000-002 หลักการตลาด 3(45-0-90)

Principles of Marketing

วิชาบังคับก่อน: -

Prerequisite: -

บทบาทและความสำคัญของการตลาดที่มีต่อสังคมและเศรษฐกิจ การวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อในตลาดผู้บริโภคและตลาดอุตสาหกรรม ส่วนประสมทางการตลาดกลยุทธ์การตลาด การตลาดธุรกิจบริการ การตลาดดิจิทัล ระบบสารสนเทศทางการตลาด ความรับผิดชอบต่อสังคมและจริยธรรมทางการตลาด

Roles and importance of marketing in the society and economy; buying behavior analysis in consumer market and industrial market; marketing mix; marketing strategy; service marketing; digital marketing; marketing information systems; social responsibilities and ethics in marketing.

05-000-003 สถิติทางธุรกิจ 3(45-0-90)

Business Statistics

วิชาบังคับก่อน: -

Prerequisite: -

สถิติและความสำคัญของสถิติ ตัวแปรสุ่ม การแจกแจงความน่าจะเป็น การประมาณค่าทางสถิติ การทดสอบสมมติฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวน การทดสอบไคสแควร์ การวิเคราะห์การถดถอยและสหสัมพันธ์อย่างง่าย สำหรับข้อมูลทางธุรกิจ การประยุกต์ใช้ซอฟต์แวร์ทางสถิติในการประมวลผลข้อมูลเพื่อการคาดการณ์และตัดสินใจทางธุรกิจ

Statistics and its essentials; random variables; probability distributions; statistical estimation; hypothesis testing; analysis of variance; Chi-square test; simple linear regression and correlation analysis for business data; application of statistical software in data processing for business forecasting and decision making.

05-000-004 กฎหมายธุรกิจและภาษีอากร 3(45-0-90)

Business Law and Taxation

วิชาบังคับก่อน: -

Prerequisite: -

ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ที่เกี่ยวข้องกับการจัดตั้งองค์กรทางธุรกิจ กฎหมายแรงงานและการจ้างงาน พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน กฎหมายภาษีที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ หลักธรรมมาภิบาลในการดำเนินธุรกิจ ความรับผิดชอบของธุรกิจต่อสังคมชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อมและประเทศชาติ

Thai civil and commercial code related to the establishment of business organizations; Thai labour and employment law; the labour protection act; tax law related to business operations; law related to electronic transactions; principles of good governance in business operations; business responsibility towards society, community, society, environment, and the country.

05-000-005 หลักเศรษฐศาสตร์ 3(45-0-90)

Principles of Economics

วิชาบังคับก่อน: -

Prerequisite: -

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์ อุปสงค์ อุปทานและดุลยภาพตลาด ความยืดหยุ่นของอุปสงค์และอุปทาน ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ทฤษฎีการผลิต ต้นทุนการผลิต รายรับ และกำไร ตลาดแข่งขันสมบูรณ์และตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ รายได้ประชาชาติและการกำหนดรายได้ประชาชาติดุลยภาพภาวะเงินเฟ้อ เงินฝืด และวัฏจักรธุรกิจ การเงินและนโยบายการเงิน การคลังและนโยบายการคลัง การค้าระหว่างประเทศ การเงินระหว่างประเทศ

Fundamentals of economics; demand, supply, and market equilibrium; elasticity of demand and supply; consumer behavior theory; production theory, cost of production, revenue, and profit; perfectly competitive market and imperfectly competitive market; national income and the determination of equilibrium national income; inflation, deflation and business cycle; finance and monetary policy; public finance and fiscal policy; international trade; international finance.

05-000-006 การจัดการและพฤติกรรมองค์การ 3(45-0-90)

Management and Organizational Behavior

วิชาบังคับก่อน: -

Prerequisite: -

วิวัฒนาการของทฤษฎีการจัดการ หน้าที่หลักสี่ประการของการจัดการ ประกอบด้วยการวางแผน การจัดองค์การ การนำ และการควบคุม แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารโดยยึดวัตถุประสงค์ พฤติกรรม ทัศนคติ ค่านิยม

การรับรู้ การเรียนรู้ การจูงใจบุคลิกภาพ และความเชื่อของปัจเจกบุคคล พฤติกรรมกลุ่มและทีม ความเป็นผู้นำ การบริหารความขัดแย้ง การเจรจาต่อรอง การบริหารการเปลี่ยนแปลงและนวัตกรรมการจัดการสมัยใหม่ จริยธรรมทางธุรกิจ และความรับผิดชอบต่อสังคม

The evolution of management theories; four functions of management, planning, organizing, leading, and controlling; concepts of managing by objective (MBO), individual behavior, attitude, values, perception, learning, motivation, personality, and beliefs, group and team behavior, leadership; conflict management; negotiation; change management and innovation; modern management; business ethics and social responsibility.

05-000-007 การเงินธุรกิจ 3(45-0-90)

Business Finance

วิชาบังคับก่อน: -

Prerequisite: -

บทนำเกี่ยวกับตลาดการเงิน หลักการพื้นฐานของการบริหารการเงิน การวิเคราะห์งบการเงิน การวางแผนและการพยากรณ์ทางการเงิน การจัดการเงินทุนหมุนเวียน การจัดการเงินสดและหลักทรัพย์ในความต้องการของตลาด การจัดการลูกหนี้ การจัดการสินค้าคงเหลือ มูลค่าของเงินตามเวลา งบลงทุน การจัดสรรเงินทุน โครงสร้างเงินทุน ต้นทุนเงินทุน นโยบายเงินปันผล การประยุกต์ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการเงิน

Introduction to financial market; basic principles 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; allocation of funds; capital structure; cost of capital; dividend policy; use of financial software packages.

05-000-008 เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับธุรกิจ 3(30-30-75)

Information Technology for Business

วิชาบังคับก่อน: -

Prerequisite: -

แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีและระบบสารเทศ โครงสร้างและองค์ประกอบพื้นฐานของเทคโนโลยีสารสนเทศ ระบบสารสนเทศและกลยุทธ์องค์กร เทคโนโลยีสารสนเทศกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เคลื่อนที่ บทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศในองค์กรกฎหมายและจริยธรรมที่เกี่ยวกับระบบสารสนเทศ การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่องานธุรกิจ

Concepts of information technology and systems; basic structure and components of information technology; information systems and organizational strategies; information technology and mobile e-commerce; role of information technology in organizations; laws and ethics related to information systems; using social media for business.

05-021-101 พฤติกรรมผู้บริโภคและข้อมูลเชิงลึกลูกค้า 3(45-0-90)

Consumer Behavior and Consumer Insight

วิชาบังคับก่อน: 05-000-002 หลักการตลาด

Prerequisite: 05-000-002 Principles of Marketing

แนวคิด ทฤษฎี ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคทางการตลาดในบริบทออฟไลน์และดิจิทัล การวิเคราะห์เส้นทางการเดินทางของลูกค้า การประยุกต์ใช้เครื่องมือเทคโนโลยีดิจิทัลในการวิเคราะห์ข้อมูลของลูกค้า ออกแบบส่วนประสมทางการตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อข้อมูลของลูกค้า

Concepts, theories, factors influencing marketing consumer behavior; consumer decision-making processes in offline and digital contexts; customer journey analysis; application of digital technology tools for consumer data analytics; designing marketing mixes aligned with consumer behavior; ethics and responsibility toward consumer data privacy.

05-021-202 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา 3(45-0-90)

Product and Price Management

วิชาบังคับก่อน: 05-000-002 หลักการตลาด

Prerequisite: 05-000-002 Principles of Marketing

แนวคิดของการจัดการผลิตภัณฑ์ การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การจัดการผลิตภัณฑ์ การตัดสินใจเกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ แนวคิดการกำหนดราคา กลยุทธ์การกำหนดราคา การกำหนดราคาของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย การกำหนดราคาสินค้าออนไลน์

Concepts of product management; product positioning; product strategic management; product mix decisions; new product development; product life cycle; concept of price; pricing strategies; manufacturer and distributor pricing; product pricing in online marketing.

05-021-203 การจัดการช่องทางการตลาด 3(45-0-90)

Marketing Channel Management

วิชาบังคับก่อน: 05-000-002 หลักการตลาด

Prerequisite: 05-000-002 Principles of Marketing

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการช่องทางการตลาด สภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบโครงสร้างของช่องทางการตลาด การวิเคราะห์ระบบช่องทางการตลาดแบบผสานดั้งเดิมและออนไลน์ สมาชิกในช่องทางการตลาดและสถาบันคนกลาง การจัดส่วนประสมทางการตลาดในระบบช่องทางการตลาด การวิเคราะห์ในการจัดการช่องทางการตลาด การควบคุมช่องทางการตลาด กลยุทธ์การจัดการช่องทางการตลาด ช่องทางการตลาดอินเทอร์เน็ต
Concepts of marketing channel management; environment affecting the structure of marketing channels; analysis of the system of traditional online marketing channel and omni-channel; marketing channel members and marketing intermediary institutions; marketing mix in marketing channel; analysis of marketing channel; control of marketing channel; marketing channel management strategy; internet marketing channel.

05-021-204 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ 3(30-30-75)
Integrated Marketing Communications
วิชาบังคับก่อน: 05-000-002 หลักการตลาด
Prerequisite: 05-000-002 Principles of Marketing
หลักการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาด การกำหนดวัตถุประสงค์และกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด การออกแบบและวางแผนแคมเปญการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการออกแบบแคมเปญฯ ฝึกปฏิบัติการจัดทำเคมเปญการสื่อสารการตลาด

แบบบูรณาการ

Principles of integrated marketing communication (IMC); systematic use of marketing communication tools; consumer and market situation analysis for setting communication objectives and strategies; design and planning of integrated marketing communication campaigns through online and offline channels; application of digital technologies and artificial intelligence in campaign design; practical training in developing integrated marketing communication campaigns.

05-021-305 การวิจัยการตลาด 3(30-30-75)

Marketing Research

วิชาบังคับก่อน: 05-000-003 สถิติธุรกิจ

Prerequisite: 05-000-003 Business Statistic

แนวคิดพื้นฐานของการวิจัยการตลาด ระเบียบวิธีวิจัย การกำหนดปัญหาและจุดประสงค์ของการวิจัย การทบทวนวรรณกรรม ขั้นตอนของกระบวนการวิจัยการตลาด วิธีการรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล จริยธรรมการวิจัย ผลการวิจัย การสรุปและอภิปรายผลการวิจัย

Fundamental concepts of marketing research; research methodology; research problem and objective; literature review; steps in the marketing research process; data collection methods and data analysis; research ethics; research results; conclusion and discussion.

05-022-201 การตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3(30-30-75)

E-commerce Marketing

วิชาบังคับก่อน: 05-000-002 หลักการตลาด

Prerequisite: 05-000-002 Principles of Marketing

หลักการและกลยุทธ์การตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โมเดลธุรกิจของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การพัฒนาและการจัดการแพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ ระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ แอปพลิเคชันที่ช่วยติดตามสถานะของสินค้าระหว่างการขนส่ง การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์และเทคโนโลยีเกิดใหม่ในการตลาด ประเด็นทางกฎหมาย จริยธรรม และความปลอดภัยในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทางการตลาด

Principles and strategies of e-commerce marketing; e-commerce business models; e-commerce platform development and management; online consumer behavior; electronic payment systems; logistics and delivery tracking; marketing data analytics; application of artificial intelligence and emerging technologies; legal, ethical, and security issues in e-commerce marketing.

05-022-202 การตลาดฮาลาลสำหรับผู้ประกอบการ 3(45-0-90)

Halal Marketing for Entrepreneurs

วิชาบังคับก่อน: 05-000-002 หลักการตลาด

Prerequisite: 05-000-002 Principles of Marketing

แนวคิดและความสำคัญของตลาดฮาลาล พฤติกรรมผู้บริโภคมุสลิม และการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม มาตรฐานและกระบวนการรับรองฮาลาล การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างแบรนด์ และการกำหนดส่วนประสมการตลาดสำหรับตลาดฮาลาล การเลือกช่องทางจัดจำหน่ายและการตลาดดิจิทัล รวมถึงข้อพิจารณาด้านจริยธรรม กฎหมาย และการขยายตลาดสู่ต่างประเทศ พร้อมกรณีศึกษา

Concepts and significance of the halal market; Muslim consumer behavior and cross cultural communication; halal standards and certification processes; product development, branding, and marketing mix design for halal markets; channel selection and digital marketing for halal businesses; ethical and legal considerations, international market expansion, and case studies.

05-022-303 นวัตกรรมและการเป็นผู้ประกอบการทางการตลาด 3(45-0-90)

Innovation and Entrepreneurship in Marketing

วิชาบังคับก่อน: 05-000-002 หลักการตลาด

Prerequisite: 05-000-002 Principles of Marketing

ศึกษาแนวคิดนวัตกรรมและวิถีการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ กระบวนการค้นหาโอกาสทางการตลาดจากความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง การพัฒนาข้อเสนอคุณค่านวัตกรรม การสร้างต้นแบบและทดสอบแนวคิดธุรกิจเชิงพาณิชย์ การพัฒนาแบบจำลองธุรกิจที่ยืดหยุ่น การใช้ข้อมูลและเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสร้าง

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน การจัดการความเสี่ยง ทรัพย์สินทางปัญญา จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคม

Concepts of innovation and modern entrepreneurial mindset; market opportunity identification from unmet needs; innovative value proposition development; prototyping and testing commercial business concepts; developing adaptive business models; use of data and digital technologies to create competitive advantage; risk management, intellectual property, ethics, and social responsibility.

05-022-304 การจัดการธุรกิจค้าปลีก 3(45-0-90)

Retailing Management

วิชาบังคับก่อน: 05-000-002 หลักการตลาด

Prerequisite: 05-000-002 Principles of Marketing

แนวคิดและความสำคัญของการค้าปลีกสมัยใหม่ในบริบทของการทำธุรกิจในปัจจุบัน ประเภทต่าง ๆ ของร้านค้าปลีก การแบ่งส่วนตลาดร้านค้าปลีก การวางแผนและกลยุทธ์การค้าปลีก การเลือกทำเลที่ตั้งร้านค้าปลีก รูปแบบของการจัดการค้าปลีกสมัยใหม่ การประยุกต์เทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับการจัดการร้านค้าปลีกสมัยใหม่ การควบคุมและวัดผลความสำเร็จการจัดการค้าปลีกสมัยใหม่

Concepts and significance of modern retailing in current business environment; types of retailing stores; retail market segmentation; retail planning and strategies; retail location selection; models of

modern retail management; digital technology in modern retail store management; controlling and measuring the success of modern retail management.

05-022-305 การเป็นผู้ประกอบการค้าชายแดน 3(45-0-90)

Border Trade Entrepreneurship

วิชาบังคับก่อน: 05-000-002 หลักการตลาด

Prerequisite: 05-000-002 Principles of Marketing

แนวคิดและโอกาสของการเป็นผู้ประกอบการค้าชายแดน บริบทเศรษฐกิจภูมิภาคและการค้าชายแดน การวิเคราะห์ตลาดชายแดนและผู้บริโภคข้ามวัฒนธรรม การจัดการสินค้า ราคา ช่องทาง และโลจิสติกส์ กฎระเบียบศุลกากร การจัดการความเสี่ยงทางธุรกิจ การสร้างเครือข่ายและพันธมิตร พร้อมกรณีศึกษา

Concepts and opportunities of border trade entrepreneurship; the regional economic context and border trade environment; border market analysis and cross-cultural consumers; product, pricing, channel, and logistics management; customs regulations; business risk management; building networks and strategic partnerships, and case studies.

05-022-306 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ 3(30-30-75)

Packaging Design

วิชาบังคับก่อน: 05-000-002 หลักการตลาด

Prerequisite: 05-000-002 Principles of Marketing

วิธีการออกแบบกราฟฟิกบนรูปทรงสามมิติ หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยพิจารณาปัจจัยทั้ง 5 ด้าน การประยุกต์ใช้หลักการออกแบบสำหรับบรรจุภัณฑ์ เทคโนโลยีสีเขียว วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และการนำกลับมาใช้ใหม่ การออกแบบฉลากและเทคนิคการพิมพ์ การสร้างต้นแบบและการประกอบโครงสร้างทางกายภาพและโมเดลดิจิทัล

Methods of graphic design on the three dimensional objects; packaging design fundamentals: the 5 P’s; the application of design principles to packaging; green technologies, eco-friendly materials and recycling; labeling and printing techniques; construction and prototyping of both physical and digital models.

05-022-307 การสร้างสรรค์คอนเทนต์ทางการตลาด 3(30-30-75)

Marketing Content Creation

วิชาบังคับก่อน: 05-000-002 หลักการตลาด

Prerequisite: 05-000-002 Principles of Marketing

กระบวนการวางแผนและสร้างสรรค์คอนเทนต์ทางการตลาดดิจิทัล การวิเคราะห์อินไซต์ผู้บริโภค การพัฒนากลยุทธ์คอนเทนต์ การออกแบบและพัฒนาเนื้อหา การเขียนสคริปต์ การถ่ายทำ ตัดต่อ และการเผยแพร่คอนเทนต์บนแพลตฟอร์มดิจิทัล การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์และเครื่องมือดิจิทัลเพื่อสนับสนุนการสร้างสรรค์คอนเทนต์ทางการตลาด การวัดผลด้วยตัวชี้วัดทางการตลาดและการปรับปรุงประสิทธิภาพ การเรียนรู้ผ่านโครงการจริงและการทำงานเป็นทีม

The comprehensive process of planning and content creation in digital marketing; consumer insight analysis; content strategy development; content design and development, scriptwriting, production, editing, and content distribution on digital platforms; application of artificial intelligence and digital tools to support marketing content creation; measurement of content performance using marketing metrics and performance improvement; project-based activities and teamwork.

05-022-408 การศึกษาความเป็นไปได้โครงการทางการตลาด 3(30-30-75)

Marketing Project Feasibility Study

วิชาบังคับก่อน: 05-000-002 หลักการตลาด

Prerequisite: 05-000-002 Principles of Marketing

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโครงการ การศึกษาความเป็นไปได้เบื้องต้นของโครงการ การกลั่นกรองโครงการ การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการแข่งขัน การวิเคราะห์

ธุรกิจ การวิเคราะห์ทางการตลาด การวิเคราะห์ทางเทคนิคและการจัดการ การวิเคราะห์ทางการเงินและการตัดสินใจลงทุน และจัดทำรายงานการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด การปฏิบัติการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดและการเงิน

General knowledge of projects; initial feasibility study of a project; project consideration; industrial and competition analysis; business analysis; marketing analysis; technical and management analysis; financial analysis and investment decisions; and marketing feasibility study report; practical in artificial intelligence for financial and marketing data analysis.

05-022-409 **การตลาดสำหรับธุรกิจชุมชนเพื่อความยั่งยืน** **3(45-0-90)**
Marketing for Sustainable Community Businesses
วิชาบังคับก่อน: 05-000-002 หลักการตลาด
Prerequisite: 05-000-002 Principles of Marketing
แนวคิดและบทบาทเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจชุมชนที่ยั่งยืน โมเดลธุรกิจที่ใช้ชุมชนเป็นฐานเพื่อสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้าและความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน เครื่องมือการตลาดดิจิทัลและเทคโนโลยีเพื่อสร้างความผูกพัน เทคโนโลยีดิจิทัลทางการตลาดสำหรับธุรกิจชุมชนเพื่อความยั่งยืน การจัดการการตลาดแบบองค์รวมสำหรับการทำธุรกิจแบบยั่งยืนของชุมชน โดยคลอบคลุมถึงการตลาดภายใน การตลาดแบบบูรณาการ การตลาดเชิงสัมพันธ์ และการตลาดเชิงประสิทธิภาพ แนวโน้มการดำเนินธุรกิจยั่งยืนในอนาคต และแนวปฏิบัติการตลาดทางสังคม
Concepts and strategic role of sustainable community enterprises; community-based business models for creating customer value and sustainable competitive advantage; digital marketing tools and technologies for community business engagement; holistic marketing management for sustainable community enterprises encompassing internal marketing, integrated marketing, relationship marketing, and performance marketing; future trends in sustainable and societal marketing practices.

05-022-410 **การตลาดธุรกิจสู่ธุรกิจ** **3(45-0-90)**
Business-to-Business Marketing
วิชาบังคับก่อน: 05-000-002 หลักการตลาด
Prerequisite: 05-000-002 Principles of Marketing

พื้นฐานการตลาดธุรกิจสู่ธุรกิจและความแตกต่างจากตลาดผู้บริโภค โครงสร้างตลาดอุตสาหกรรมและพฤติกรรมผู้ซื้อองค์กร กระบวนการตัดสินใจจัดซื้อตลาดอุตสาหกรรม การแบ่งส่วนตลาดองค์กร การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งธุรกิจ การพัฒนาข้อเสนอคุณค่าเชิงธุรกิจ กลยุทธ์การจัดการลูกค้ารายสำคัญ การพยากรณ์ความต้องการและวิเคราะห์กระบวนการขาย การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ด้านราคาและโอกาสทางการขาย จริยธรรมและธรรมาภิบาลในการดำเนินธุรกิจสู่ธุรกิจ

Fundamentals of business-to-business (B2B) marketing and its distinctions from consumer markets; industrial market structure and organizational buyer behavior; industrial purchasing decision process; organizational market segmentation, targeting, business positioning; development of business value propositions; key account management strategies; demand forecasting and sales process analysis; strategic pricing decisions and sales opportunity management; ethics and corporate governance in B2B operations.

05-023-201 ปัญญาประดิษฐ์สำหรับนักการตลาด 3(30-30-75)

Artificial Intelligence for Marketer

วิชาบังคับก่อน: -

Prerequisite: -

ความหมายและความสำคัญของปัญญาประดิษฐ์ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกทางการตลาดด้วยปัญญาประดิษฐ์ การประยุกต์ใช้เครื่องมือปัญญาประดิษฐ์และระบบอัตโนมัติสำหรับงานการตลาด ผลกระทบทางจริยธรรมจากการใช้ปัญญาประดิษฐ์สำหรับงานการตลาด

Foundations and frameworks of AI in marketing; AI tools and applications in marketing; AI-driven consumer dynamics; AI-driven branding; consumer behavior and AI; AI in consumer insights;

implementing AI and automation systems in marketing education; ethical implications of artificial Intelligence in marketing

05-023-202 การตลาดสื่อสังคมออนไลน์ 3(30-30-75)

Social media marketing

วิชาบังคับก่อน: 05-000-002 หลักการตลาด

Prerequisite: 05-000-002 Principles of Marketing

กรอบความคิดเชิงทฤษฎี แนวโน้มในปัจจุบัน และการประยุกต์ใช้การตลาดสื่อสังคมออนไลน์ ลักษณะของกลุ่มสื่อสังคม 4 กลุ่มได้แก่ สื่อสังคมชุมชน สื่อสังคมบรรณาธิการ สื่อสังคมร้านค้า และสื่อสังคมบันเทิง ปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญ แนวปฏิบัติที่ดี และความท้าทายของสื่อสังคม กลยุทธ์ด้านการตลาดและการรณรงค์ที่ก่อให้เกิดประสิทธิผล การสร้างเนื้อหาด้วยการเขียนบล็อก สตรีมมิ่ง วิดีโอ พอดแคสต์ และเว็บบินาร์ การคำนึงถึงหลักจริยธรรมและกฎหมายในการตลาดสื่อสังคมออนไลน์

Theoretical frameworks, emerging trends, and practical applications of social media marketing; the four zones of social media, including social community, social publishing, social commerce, social entertainment; the key success factors, best practice, and challenges of social media; effective social media marketing strategies and campaigns; content creation with blogging, streaming video, podcasts, and webinars; ethics and legal considerations in social media marketing.

05-023-203 วิเคราะห์ข้อมูลการตลาดดิจิทัล 3(30-30-75)

Digital Marketing Analytics

วิชาบังคับก่อน: 05-000-002 หลักการตลาด

Prerequisite: 05-000-002 Principles of Marketing

แนวคิดระบบนิเวศข้อมูลการตลาดดิจิทัล การเชื่อมต่อข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ อีคอมเมิร์ซ โฆษณา และระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า การกำหนดตัวชี้วัดผลการดำเนินงานหลักและการออกแบบแดชบอร์ด การแบ่งส่วนตลาดเชิงพฤติกรรมและการวิเคราะห์พยากรณ์เบื้องต้น แบบจำลองและกระบวนการเพิ่มประสิทธิภาพแคมเปญ การบูรณาการข้อมูลเพื่อการตัดสินใจทางการตลาดเชิงกลยุทธ์ ความโปร่งใสของข้อมูล ธรรมาภิบาลข้อมูล และกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ฝึกปฏิบัติการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลการตลาดดิจิทัล

Concepts of the digital marketing data ecosystem; data integration from social media, e-commerce, advertising platforms, and customer relationship management systems; defining key performance indicators and designing dashboards; behavioral segmentation

and introductory predictive analytics; models and processes for campaign optimization; integrated data use for strategic marketing decision-making; data transparency, data governance, and personal data protection law; practice in applying digital technologies and artificial intelligence for digital marketing data analysis.

05-023-304 การตลาดดิจิทัล 3(45-0-90)
Digital Marketing
วิชาบังคับก่อน: 05-000-002 หลักการตลาด
Prerequisite: 05-000-002 Principles of Marketing
หลักการพื้นฐานของการตลาดดิจิทัล ชนิดของสื่อดิจิทัล ประโยชน์ของการตลาดดิจิทัล การวางแผนการทำการตลาดดิจิทัล การวิเคราะห์สถานการณ์ในการทำการตลาดดิจิทัล การกำหนดวัตถุประสงค์การทำการตลาดดิจิทัล ช่องทางสื่อดิจิทัล การกำหนดกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล การกำหนดชุดกิจกรรมการตลาดดิจิทัล การนำแผนดิจิทัลไปใช้และการควบคุม
Fundamentals of digital marketing; digital media types; benefits of digital marketing; marketing planning; digital situation analysis; digital objectives; digital strategies; digital tactics; digital media channels; implementation and control.

05-023-305 เทคโนโลยีการตลาดสำหรับการเติบโตทางธุรกิจ 3(30-30-75)
Marketing Technology for Business Growth
วิชาบังคับก่อน: 05-000-002 หลักการตลาด
Prerequisite: 05-000-002 Principles of Marketing
แนวคิดการตลาดเพื่อการเติบโตและการใช้เทคโนโลยีการตลาดเพื่อขับเคลื่อนการเติบโตของธุรกิจ วิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าและแสดงแผนภาพข้อมูล การออกแบบและการทดสอบกิจกรรมการตลาดจากข้อมูล การกำหนดตัวชี้วัดและเป้าหมายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพภายใต้จริยธรรมและความเป็นส่วนตัว

ของข้อมูล ฝึกปฏิบัติการใช้เทคโนโลยีทางการตลาดและระบบระบบการตลาดอัตโนมัติ
Concepts of growth marketing and the application of marketing technology to drive business growth; customer data analytics and data visualization for insight generation; data-driven design and testing of marketing activities; definition of key performance indicators and performance targets for optimization under ethical practice and data privacy; practice in marketing technology and automated marketing systems.

05-023-306 กลยุทธ์คอนเทนต์ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล 3(30-30-75)
Data-driven Content Strategies
วิชาบังคับก่อน: 05-000-002 หลักการตลาด
Prerequisite: 05-000-002 Principles of Marketing
แนวคิดและกระบวนการจัดการกลยุทธ์คอนเทนต์ที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลในระบบนิเวศดิจิทัล การกำหนดวัตถุประสงค์และตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน หลักการวิเคราะห์แนวโน้มและพยากรณ์ความต้องการคอนเทนต์ การออกแบบโครงสร้างเนื้อหาตามเส้นทางลูกค้า การวิเคราะห์ผลกระทบเชิงธุรกิจจากแคมเปญ จริยธรรมการใช้ข้อมูลและกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลในมิติของการสื่อสารการตลาด ฝึกปฏิบัติการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการพัฒนาคอนเทนต์ที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล
Concepts and processes of data-driven content strategies management within the digital ecosystem; formulation of content objectives and key performance indicators; trend analysis and forecasting content demand; content architecture design aligned with the customer journey; assessment of business impact of content campaigns; ethical data use and personal data protection law considerations in marketing communications; practice in applying digital technologies and artificial intelligence to develop data-driven content.

05-024-201 การตลาดบริการสำหรับผู้ประกอบการ 3(45-0-90)

Service Marketing for entrepreneurship

วิชาบังคับก่อน: 05-000-002 หลักการตลาด

Prerequisite: 05-000-002 Principles of Marketing

แนวคิดการตลาดบริการและการส่งมอบความเป็นเลิศในธุรกิจบริการ ลักษณะเฉพาะของบริการและการจัดการคุณภาพบริการ การจัดการประสบการณ์และการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า การออกแบบแผนผังการให้บริการ การจัดการข้อร้องเรียนและการกู้คืนบริการ การกำหนดส่วนประสมการตลาดบริการและการพัฒนากระบวนการให้บริการ การประยุกต์ใช้ช่องทางดิจิทัลเพื่อยกระดับการให้บริการและการเติบโตของธุรกิจผู้ประกอบการภายใต้จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม

Concepts of service marketing and delivering service excellence; service characteristics and service quality management; customer experience and relationship management; service blueprinting; complaint handling and service recovery; service marketing mix (7Ps) and service process improvement; applying digital channels to enhance service delivery and entrepreneurial business growth under ethical and social responsibility.

05-024-202 กลยุทธ์การสร้างความผูกพันลูกค้าและการรักษาฐานลูกค้า 3(30-30-75)

Customer Engagement and Retention Strategies

วิชาบังคับก่อน: 05-000-002 หลักการตลาด

Prerequisite: 05-000-002 Principles of Marketing

แนวคิดการสร้างความผูกพันลูกค้าและการรักษาฐานลูกค้า การวิเคราะห์สาเหตุการสูญเสียลูกค้า กลยุทธ์การรักษาฐานลูกค้าเชิงรุก การออกแบบโปรแกรม

ความภักดีของลูกค้า การจัดการจัดการชุมชนแบรนด์ รูปแบบธุรกิจแบบสมาชิก การวัดผลความผูกพันของลูกค้า จริยธรรมและความโปร่งใสในการจัดการข้อมูลความภักดีของลูกค้า
Concepts of customer engagement and customer retention; analysis of customer churn drivers; proactive retention strategies; design of customer loyalty programs; brand community management and subscription based business models; measurement of customer engagement; ethics and transparency in managing customer loyalty data.

05-024-303 การจัดการตราสินค้า 3(45-0-90)
Brand Management
วิชาบังคับก่อน: 05-000-002 หลักการตลาด
Prerequisite: 05-000-002 Principles of Marketing
ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับตราสินค้าและการจัดการตราสินค้า การสร้างตราสินค้าในยุคดิจิทัล ประเภทและการจัดหมวดหมู่ของตราสินค้า การสร้างคุณค่าของตราสินค้า การสร้างความผูกพันและห่วงโซ่คุณค่าของตราสินค้า สถาปัตยกรรมของตราสินค้า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อการสร้างแบรนด์ การพัฒนาระบบการวัดคุณค่าของตราสินค้า
Introduction to brand and brand management; branding in the digital era; typologies and taxonomies of brands; building brand equity and brand positioning; brand resonance and brand value chain; brand architecture; Integrated Marketing Communications (IMC) for brand building; brand Strategy; developing brand equity measurement systems.

05-024-304 การตลาดระดับโลก 3(45-0-90)

Global Marketing

วิชาบังคับก่อน: 05-000-002 หลักการตลาด

Prerequisite: 05-000-002 Principles of Marketing

แนวคิดและรูปแบบการดำเนินธุรกิจระดับโลก สภาพแวดล้อมตลาดระดับโลก และพฤติกรรมผู้บริโภคข้ามวัฒนธรรม ระบบนิเวศน์การค้าดิจิทัลและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจระดับโลก กฎระเบียบและมาตรฐานการค้าสากล การใช้ข้อมูลเพื่อวิเคราะห์และกำหนดส่วนประสมการตลาดระดับโลกภายใต้จริยธรรม ความเป็นส่วนตัวของข้อมูล และแนวคิดความยั่งยืน กรณีศึกษากลยุทธ์การตลาดที่ประสบความสำเร็จและล้มเหลวของธุรกิจระดับโลกท่ามกลางพลวัตที่กำลังเปลี่ยนแปลง

Concepts and modes of global business operations; the global market environment and cross cultural consumer behavior; the digital trade ecosystem and cross border e-commerce; global economic integration; international trade regulations and standards; use of data to analyze and formulate the global marketing mix under ethical considerations, data privacy, and sustainability principles; case studies on successful and unsuccessful marketing strategies of global businesses amidst shifting dynamics.

05-024-305 กลยุทธ์การตลาด 3(30-30-75)

Marketing Strategy

วิชาบังคับก่อน: 05-000-002 หลักการตลาด

Prerequisite: 05-000-002 Principles of Marketing

แนวคิดและกระบวนการกำหนดกลยุทธ์การตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและอุตสาหกรรม การใช้ข้อมูลและอินไซต์ผู้บริโภคเพื่อแบ่งกลุ่มลูกค้าเพื่อกำหนดลูกค้าเป้าหมายและคุณค่านำเสนอต่อการพัฒนากลยุทธ์การตลาด การกำหนดเป้าหมาย แผนปฏิบัติการ ตัวชี้วัดผล และการควบคุมกลยุทธ์ ประยุกต์ใช้เครื่องมือดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ภายใต้จริยธรรม ความเป็นส่วนตัวของข้อมูล และแนวคิดความยั่งยืน การจัดทำแผนกลยุทธ์การตลาด กรณีศึกษา
Concepts and processes of marketing strategy formulation; analysis of the business environment and industry; use of data and consumer insights to define Segmentation, Targeting, and Positioning (STP) and value proposition for developing marketing strategy; objective setting, action plans, performance indicators, and strategic control; application of digital tools and artificial intelligence under ethical considerations, data privacy, and sustainability principles; the development of strategy marketing plan; case studies.

05-024-306 การจัดการการขายและกลยุทธ์การขายสมัยใหม่ 3(45-0-90)

Modern Sales Management and Strategies

วิชาบังคับก่อน: 05-000-002 หลักการตลาด

Prerequisite: 05-000-002 Principles of Marketing

บทบาทและความสำคัญของงานขาย แนวคิดและทฤษฎีการจัดการงานขายในบริบทออฟไลน์และดิจิทัล กระบวนการขายและเทคนิคการสื่อสารทางการขาย การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการขาย การวางแผนการขายและการออกแบบโครงสร้างทีมขาย การพยากรณ์ยอดขาย การวิเคราะห์ประสิทธิภาพการขาย จริยธรรมและความรับผิดชอบทางการขาย

Roles and importance of selling; concepts and theories of sales management in offline and digital contexts; selling processes and sales communication techniques; application of digital technologies in selling; sales planning and salesforce structure design; sales forecasting; sales performance analysis; ethics and social responsibility in sales.

05-024-307 กลยุทธ์การจัดการลูกค้าและการเจรจาต่อรอง 3(45-0-90)

Customer Management Strategies and Negotiation

วิชาบังคับก่อน: 05-000-002 หลักการตลาด

Prerequisite: 05-000-002 Principles of Marketing

กลยุทธ์การเจรจาต่อรองเพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน การวิเคราะห์คุณค่าลูกค้าตลอดช่วงชีวิต รูปแบบการเจรจาต่อรองในสถานการณ์ธุรกิจที่หลากหลาย กลยุทธ์การโน้มน้าวใจ การจัดการความขัดแย้งเชิงบวกกับลูกค้าและเครือข่ายพันธมิตร จริยธรรม ความรับผิดชอบต่อสังคม และรักษาความสัมพันธ์ทางธุรกิจ

Strategy for negotiation to achieve competitive advantage; customer lifetime value analysis; negotiation approaches across diverse business contexts; persuasive communication strategies; positive conflict management with customers and partner networks; ethics, social responsibility, and relationship management.

05-024-408 การจัดการพันธมิตรทางธุรกิจเชิงกลยุทธ์ 3(45-0-90)

Strategic Business Partnership Management

วิชาบังคับก่อน: 05-000-002 หลักการตลาด

Prerequisite: 05-000-002 Principles of Marketing

แนวคิดและความสำคัญของพันธมิตรทางธุรกิจเชิงกลยุทธ์ รูปแบบการสร้างพันธมิตรและการร่วมทุนสำหรับผู้ประกอบการ การวิเคราะห์ศักยภาพ

การคัดเลือก และการประเมินประสิทธิภาพพันธมิตรทางธุรกิจ กลยุทธ์การสร้างคุณค่าร่วมและการจัดการผลประโยชน์ร่วมกัน การจัดการเครือข่ายความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทาน การเจรจาต่อรองและการจัดทำบันทึกความเข้าใจ การจัดการความเสี่ยงกลุ่มพันธมิตรทางธุรกิจ กฎหมายธุรกิจ จริยธรรม และธรรมาภิบาลในการจัดการจัดการพันธมิตรเพื่อความยั่งยืน

Concepts and strategic importance of strategic business partnerships; partnership formation models and joint ventures for entrepreneurs; assessment of partner capability, selection, and performance evaluation; strategies for co-creation of shared value and joint benefit management; management of collaborative networks within supply chains; negotiation and development of memoranda of understanding; risk management in business partnership; business law, ethics, and governance for sustainable partnership management.

05-024-409 ประเด็นปัจจุบันทางการตลาด 3(45-0-90)

Current Issues in Marketing

วิชาบังคับก่อน: 05-000-002 หลักการตลาด

Prerequisite: 05-000-002 Principles of Marketing

แนวคิดและการวิเคราะห์ประเด็นปัญหาทางการตลาดปัจจุบันระดับท้องถิ่นและสากล การประเมินสถานการณ์ธุรกิจผ่านมุมมองผู้ประกอบการการตลาด กรณีศึกษาจริยธรรมทางการตลาดและความยั่งยืนภายใต้กรอบเศรษฐกิจสีเขียว การนำเสนอแนวทางจัดการปัญหาทางการตลาด และร่วมมือกับภาคธุรกิจและเครือข่ายมหาวิทยาลัยระดับนานาชาติ

Concepts and analysis of current marketing issues in local and global contexts; evaluation of business situations through an entrepreneurial marketing perspective; case studies on marketing

ethics and sustainability within a green economy framework; presentation of managerial approaches and solutions to contemporary marketing problems and collaborating with the business sector and international university networks.

05-024-410 สัมมนาการตลาดเชิงนวัตกรรม 2(15-30-90)
Innovative Marketing Seminar
วิชาบังคับก่อน: 05-000-002 หลักการตลาด
Prerequisite: 05-000-002 Principles of Marketing
ศึกษา วิเคราะห์ และอภิปรายปัญหาและประเด็นสำคัญทางการตลาดในปัจจุบัน กระบวนการและวิธีการจัดสัมมนา การวางแผนและการจัดโครงการสัมมนา การเตรียม การนำเสนอ การประเมินผล และร่วมมือกับภาคธุรกิจและเครือข่ายมหาวิทยาลัยระดับนานาชาติ
Studies, analysis, and discussion of current marketing problems and critical issues in marketing; seminar organization processes and procedures; seminar project planning and management; seminar preparation, presentation, assessment and collaborate with the business sector and international university networks.

05-025-401 การเตรียมความพร้อมฝึกงานและสหกิจศึกษา 1(0-30-15)
Preparation for Internship and Cooperative Education
วิชาบังคับก่อน: -
Prerequisite: -
หลักการ แนวคิดและกระบวนการของการฝึกงานและสหกิจศึกษา กระบวนการและขั้นตอนในการสมัครงาน กระบวนการวิเคราะห์การตลาด จรรยาบรรณในสถานที่ทำงาน การสื่อสาร การพัฒนาบุคลิกภาพ และมนุษยสัมพันธ์ การเขียนรายงานและการนำเสนอ
Principles, concepts, and processes of internship and cooperative education; marketing analysis process; ethics in the workplace; communication, personality development, and human relations; report writing and presentation.

05-025-402 โครงงานทางการตลาด 3(30-30-75)
Project in Marketing
วิชาบังคับก่อน: 05-000-002 หลักการตลาด
Prerequisite: 05-000-002 Principles of Marketing

การกำหนดขอบเขตของโครงการทางการตลาด การกำหนดลำดับความสำคัญของโครงการทางการตลาด การจัดทำแผนโครงการทางการตลาด การนำเสนอผลงานโครงการทางการตลาด และจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์
Defining the marketing project scope; establishing marketing project priorities; developing marketing project plan; marketing project presentation; writing the final report.

05-025-403 ฝึกงานทางการตลาด 3(320)

Internship for Marketing

วิชาบังคับก่อน: 05-025-401 การเตรียมความพร้อมฝึกงานและสหกิจศึกษา

Prerequisite: 05-025-401 Preparation for Internship and Cooperative Education

ฝึกปฏิบัติงานในองค์กรเอกชนหรือภาครัฐ โดยนำความรู้และทักษะมาประยุกต์ใช้ในการทำงาน ภายใต้คำแนะนำของผู้ควบคุมดูแลในสถานประกอบการและอาจารย์ที่ปรึกษา เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 320 ชั่วโมง หรือ 8 สัปดาห์ การจัดทำรายงาน สรุปและการนำเสนอเพื่อการประเมินผล
Internship in either the public or private sectors by applying classroom knowledge and skills in working under the supervision of both an approved internship provider and a faculty advisor for a period not less than 320 hours or 8 weeks; a final written report and presentation for evaluation.

05-025-404 สหกิจศึกษา 6(640)

Cooperative Education

วิชาบังคับก่อน: 05-025-401 การเตรียมความพร้อมฝึกงานและสหกิจศึกษา

Prerequisite: 05-025-401 Preparation for Internship and Cooperative Education

การทำโครงงานที่เป็นปัญหาร่วมกับสถานประกอบการเพื่อบูรณาการความรู้และทักษะจากการทำงานเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 640 ชั่วโมง หรือ 16 สัปดาห์ การจัดทำรายงานสรุปผลการทำงานฉบับสมบูรณ์ การนำเสนอ และประเมินผล

การปฏิบัติงานโดยพนักงานผู้ควบคุมดูแลจากสถานประกอบการและอาจารย์ที่ปรึกษา

Project-based learning resolution with co-op employers to integrate knowledge and skills on working for a period not less than 640 hours or 16 weeks; writing the final report, oral presentation, and work performance evaluation by the job supervisor and co-op advisor.

4. ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงงานหรืองานวิจัย

4.1 คำอธิบายโดยย่อ

การศึกษาประเด็นปัญหาหรือความต้องการของธุรกิจจากสถานประกอบการ หรือประเด็นปัญหาทางการตลาดที่นักศึกษาสนใจ การกำหนดหัวข้อโครงงาน การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ การประยุกต์ใช้แนวคิด ทฤษฎี และเทคโนโลยีทางการตลาดในการแก้ปัญหา การดำเนินโครงงานภายใต้การให้คำปรึกษา การวิเคราะห์ผลและสรุปข้อเสนอแนะ การเขียนรายงานทางวิชาการ การนำเสนอผลงานและการประเมินผลโครงการหรืองานวิจัย

4.2 ช่วงเวลา

ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษาที่ 4

4.3 จำนวนหน่วยกิต

05-025-402 โครงงานทางการตลาด 3(30-30-75)

4.4 การเตรียมการ

1) อาจารย์ที่ปรึกษาโครงงานจะต้องให้คำปรึกษาแก่นักศึกษาตลอดกระบวนการพัฒนาโครงงานหรืองานวิจัย

2) อาจารย์ที่ปรึกษาโครงงานต้องเตรียมความพร้อมในการให้คำแนะนำและการติดตามการดำเนินงานโครงงานที่เกี่ยวข้องกับการตลาดหรืองานวิจัย รวมถึงจัดตารางการปรึกษาหารือกับนักศึกษาอย่างสม่ำเสมอ

3) อาจารย์ที่ปรึกษาโครงงานหรืองานวิจัย มีการประเมินต้องครอบคลุมความถูกต้องของทฤษฎีการตลาด ประโยชน์และคุณค่าของโครงงาน และความเป็นไปได้ในการนำไปประยุกต์ใช้ในภาคการตลาด

4) อาจารย์ที่ปรึกษาโครงงานหรืองานวิจัย กำหนดแผนการดำเนินโครงงานหรืองานวิจัยที่มีรายละเอียดชัดเจน ประกอบด้วย กำหนดการศึกษาและปรึกษาหารือครั้งแรก ขั้นตอนการออกแบบโครงร่างโครงงาน ระยะของการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล ช่วงเวลาในการพัฒนาแนวทางแก้ไข การทดสอบและประเมินผล และกำหนดเวลาการนำเสนอผลลัพธ์ เพื่อให้นักศึกษาสามารถปฏิบัติงานได้อย่างเป็นระบบและบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

4.5 กระบวนการประเมินผล

1) นักศึกษานำเสนอข้อเสนอโครงงานหรืองานวิจัยต่ออาจารย์ประจำวิชาและอาจารย์ที่ปรึกษาโครงงาน เพื่อให้ได้รับความเห็นและคำแนะนำในขั้นตอนเริ่มแรก

2) นักศึกษาปรับปรุงและแก้ไขข้อเสนอโครงงานหรืองานวิจัยตามข้อเสนอแนะที่ได้รับ เพื่อให้งานมีความถูกต้องทางวิชาการ ความสมบูรณ์ของเนื้อหา และคุณภาพมากขึ้นตามมาตรฐานที่กำหนด

3) อาจารย์ประจำวิชาดำเนินการประเมินผลจากการนำเสนอโครงงานหรืองานวิจัย บันทึกการดำเนินงาน และรายงานฉบับสมบูรณ์ โดยพิจารณาจากความก้าวหน้าในการดำเนินโครงงานหรืองานวิจัย ความสมบูรณ์และความถูกต้องของเนื้อหา รูปแบบและคุณภาพของการนำเสนอ ผลการประเมินต้องไม่ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด และนักศึกษาต้องส่งโครงงานหรืองานวิจัยฉบับสมบูรณ์ภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้

5. ข้อกำหนดสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน (CWIE)

☑ สหกิจศึกษา (Cooperative Education) ☑ การฝึกงาน (Internship) ☐ ประสบการณ์วิชาชีพ (Professional Experience)

5.1 สหกิจศึกษา

5.1.1 คำอธิบายโดยย่อ

นักศึกษาแผนสหกิจศึกษาจะได้รับมอบหมายงานโครงการจากสถานประกอบการจริง ขณะดำเนินการปฏิบัติงาน เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงการประยุกต์ใช้ความรู้ด้านการตลาด ทักษะการปฏิบัติงาน และความเข้าใจในบริบทของอุตสาหกรรม นักศึกษามีหน้าที่นำเสนอผลงานและประสบการณ์ที่ได้รับต่อคณะกรรมการประเมิน ซึ่งประกอบด้วย ตัวแทนจากสถานประกอบการและอาจารย์นิเทศสหกิจศึกษา เพื่อให้เกิดการประเมินผลที่สะท้อนมุมมองทั้งจากภาคปฏิบัติและภาคทฤษฎี

5.1.2 ช่วงเวลา

ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษาที่ 4

5.1.3 จำนวนหน่วยกิต

05-025-404 สหกิจศึกษา 6(640)

5.1.4 การเตรียมการ

1) จัดตั้งกรรมการภายในหลักสูตรที่รับผิดชอบพิจารณาความเหมาะสมของสถานประกอบการที่นักศึกษาเลือกสำหรับการไปปฏิบัติสหกิจศึกษาในด้านการตลาดให้ตรงตามสมรรถนะตามเป้าหมายของหลักสูตร

2) กำหนดอาจารย์ประจำวิชาที่ทำหน้าที่กำหนดแผนดำเนินการและประสานงานกับสถานประกอบการ รวมถึงจัดตารางกิจกรรม เตรียมความพร้อมนักศึกษา และประเมินผลกระบวนการโดยรวม

3) กำหนดอาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษาให้คำปรึกษา แนะนำแนวทางการจัดทำโครงงานสหกิจศึกษาของนักศึกษา โดยสอดคล้องกับบริบทขององค์กร และความรู้ที่นักศึกษาได้เรียนมาในหลักสูตร

4) กำหนดอาจารย์นิเทศสหกิจศึกษาเพื่อติดตาม และประเมินผลการปฏิบัติงานของนักศึกษากับสถานประกอบการ ร่วมกับพนักงานพี่เลี้ยงหรือผู้ควบคุมงาน เพื่อสะท้อนผลการเรียนรู้จากประสบการณ์ตรง

5.1.5 กระบวนการประเมินผล

1) อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษามีหน้าที่ตรวจสอบ ให้คำแนะนำ และแก้ไขรายงานสหกิจศึกษาของนักศึกษาตลอดระยะเวลาการฝึกงาน โดยรายงานมีความถูกต้องทางเนื้อหา ความสมบูรณ์ของการวิเคราะห์การตลาด และคุณภาพของการนำเสนอข้อมูล นักศึกษาต้องแก้ไขรายงานให้มีความสมบูรณ์ตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษาก่อนเสร็จสิ้นการออกสหกิจศึกษา

2) อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษาแจ้งผลการประเมินคุณภาพของรายงานและความคืบหน้าของการปฏิบัติงานให้นักศึกษารับทราบ เพื่อให้อาจารย์นิเทศดำเนินการประเมินผลการปฏิบัติงานโดยรวมตามเกณฑ์และมาตรฐานของหลักสูตรต่อไป

5.2 ฝึกงานทางการตลาด

5.2.1 คำอธิบายโดยย่อ

ฝึกปฏิบัติงานในองค์กรเอกชนหรือภาครัฐ โดยนำความรู้และทักษะทางด้านการตลาดมาประยุกต์ใช้ในการทำงาน ภายใต้คำแนะนำของผู้ควบคุมดูแลในสถานประกอบการและอาจารย์ที่ปรึกษา เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 320 ชั่วโมง หรือ 8 สัปดาห์ การจัดทำรายงานสรุปและการนำเสนอเพื่อการประเมินผล

5.2.2 ช่วงเวลา

ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษาที่ 4

5.2.3 จำนวนหน่วยกิต

05-025-403 ฝึกงานทางการตลาด 3(320)

5.2.4 การเตรียมการ

1) จัดตั้งกรรมการภายในหลักสูตรทำหน้าที่รับผิดชอบพิจารณาความเหมาะสมของสถานประกอบการที่นักศึกษาเลือกสำหรับการฝึกงานในด้านเทคโนโลยีธุรกิจดิจิทัล

2) กำหนดอาจารย์ประจำวิชาที่ทำหน้าที่กำหนดแผนดำเนินการฝึกงาน และประสานงานกับสถานประกอบการที่เกี่ยวข้อง

3) กำหนดอาจารย์ที่ปรึกษาการฝึกงานเพื่อให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ และติดตามการดำเนินงานของนักศึกษาในระหว่างการฝึกปฏิบัติงาน

4) กำหนดอาจารย์นิเทศการฝึกงาน เพื่อดำเนินการตรวจเยี่ยม ติดตาม และประเมินผลการฝึกงานของนักศึกษากับสถานประกอบการ

5) กำหนดให้อาจารย์ประจำหลักสูตรเป็นคณะกรรมการประเมินผลการฝึกงาน โดยพิจารณาผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาจากการปฏิบัติงาน รายงาน และการนำเสนอผลการฝึกงาน

5.2.5 กระบวนการประเมินผล

1) ประเมินผลจากการนิเทศนักศึกษาโดยอาจารย์ที่ปรึกษาการฝึกงานในสถานประกอบการโดยใช้แบบฟอร์มการประเมินผลหลังจากการฝึกงานเสร็จสิ้น

2) ประเมินผลจากพี่เลี้ยงผู้ควบคุมดูแลนักศึกษาในสถานประกอบการ โดยพิจารณาความรู้ ทักษะ และความประพฤติในการปฏิบัติงานจริง

3) ประเมินผลจากรายงานการฝึกงานและการนำเสนอผลงานของนักศึกษา ต่อคณะกรรมการประเมินผลที่แต่งตั้งโดยหลักสูตร

หมวดที่ 4 การประเมินผลการเรียนและเกณฑ์การสำเร็จการศึกษา

1. การวัดและประเมินผลและเกณฑ์การสำเร็จการศึกษา

1.1 เกณฑ์การให้ระดับคะแนน

1.1.1 การวัดและประเมินผลการศึกษา เป็นหน้าที่ความรับผิดชอบของอาจารย์ผู้สอน หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายจากคณะ เพื่อประเมินผลการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ของนักศึกษาตามที่หลักสูตรสาขาวิชากำหนด โดยพิจารณาจากพัฒนาการของนักศึกษา ความประพฤติ การสังเกตพฤติกรรมการเรียน การร่วมกิจกรรม การประเมินผลด้วยวิธีการอื่นใด ซึ่งการวัดผลการศึกษาอาจมีหลายครั้งในระหว่างภาคการศึกษา และมีการวัดผลการศึกษาเมื่อสิ้นสุดภาคการศึกษาอย่างน้อยภาคการศึกษาละหนึ่งครั้ง เพื่อการประเมินผลการศึกษา

1.1.2 นักศึกษาต้องมีระยะเวลาศึกษาไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของระยะเวลาศึกษาทั้งหมดของแต่ละรายวิชา จึงจะมีสิทธิได้รับการประเมินผลในรายวิชาดังกล่าวได้ เว้นแต่จะได้รับอนุญาตเป็นกรณีพิเศษจากอาจารย์ผู้สอน

1.1.3 การวัดและประเมินผลการศึกษาสำหรับรายวิชาที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียนแต่ละภาคการศึกษา กำหนดหลักเกณฑ์ดังนี้

1) 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

2) ในกรณีที่ไม่มีการประเมินผลเป็นระดับคะแนน ให้ประเมินผลการศึกษาเป็นสัญลักษณ์ ดังนี้

สัญลักษณ์	ความหมาย
W	ถอนรายวิชาโดยได้รับอนุมัติ (Withdrawn)
I	การประเมินผลยังไม่สมบูรณ์ (Incomplete)
S	ผลการศึกษา การปฏิบัติ ฝึกงาน เป็นที่พอใจ (Satisfactory)

U ผลการศึกษา การปฏิบัติ ฝึกงาน ไม่เป็นที่พอใจ (Unsatisfactory)

AU การลงทะเบียนเรียนเป็นกรณีพิเศษโดยไม่นับหน่วยกิต (Audit)

3) นักศึกษาที่ประสงค์จะสะสมหน่วยกิตไว้ในคลังหน่วยกิตต้องเข้ารับการวัดและประเมินผลทุกรายวิชาที่ลงทะเบียนเรียน

1.2 เกณฑ์การสำเร็จการศึกษา

1.2.1 นักศึกษาผู้มีสิทธิขอสำเร็จการศึกษาและขออนุมัติปริญญาต้องมีคุณสมบัติดังนี้

1) ศึกษาครบตามจำนวนหน่วยกิตที่กำหนดไว้ในหลักสูตรสาขาวิชา โดยได้ระดับคะแนนเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 2.00 จากระบบ 4 ระดับคะแนนหรือเทียบเท่าและบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรี กรณีศึกษาในระบบคลังหน่วยกิต จะสำเร็จการศึกษาได้เมื่อเรียนและสะสมหน่วยกิตได้ครบตามจำนวนหน่วยกิตที่กำหนดไว้ในหลักสูตร โดยต้องลงทะเบียนเรียนในหมวดวิชาเฉพาะไม่น้อยกว่า 1 ใน 4 ของจำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร

2) ผ่านเกณฑ์การทดสอบวัดสมรรถนะแห่งอนาคต และสมรรถนะวิชาชีพตามที่มหาวิทยาลัยกำหนดและได้รับใบรับรอง

3) เป็นผู้มีความประพฤติที่ไม่ขัดต่อระเบียบของมหาวิทยาลัย โดยต้องผ่านและมีใบแสดงผลกิจกรรมเสริมหลักสูตรสาขาวิชาตามที่มหาวิทยาลัยหรือคณะกำหนด

1.2.2 การยื่นคำร้องขอสำเร็จการศึกษาและขออนุมัติปริญญา ต้องดำเนินการในภาคการศึกษาที่คาดว่าจะสำเร็จการศึกษา และภายในระยะเวลา 30 วันนับแต่เปิดภาคการศึกษานั้น

1.2.3 นักศึกษาที่ไม่ดำเนินการตามข้อ 32 จะไม่ได้รับการพิจารณาเสนอชื่อเพื่อขออนุมัติปริญญาในภาคการศึกษานั้น และต้องชำระเงินค่ารักษาสภาพการเป็นนักศึกษาทุกภาคการศึกษาจนถึงภาคการศึกษาที่นักศึกษายื่นคำร้องขอสำเร็จการศึกษาและขออนุมัติปริญญา

1.2.4 นักศึกษาที่สำเร็จการศึกษา ต้องยื่นคำร้องขอขึ้นทะเบียนบัณฑิต เพื่อขอรับปริญญาพร้อมชำระเงินค่าขึ้นทะเบียนบัณฑิตตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

1.2.5 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษาภายใต้หลักสูตรความร่วมมือกับองค์กรภายนอกให้ปริญญาเพียงสาขาวิชาเดียว หรือให้ปริญญามากกว่า 1 สาขาวิชา ตามที่กำหนดในรายละเอียดหลักสูตร

1.2.6 การเสนอชื่อเพื่อรับปริญญาให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

2.กระบวนการทวนสอบผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียน

2.1 การทวนสอบผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียน

2.1.1 การทวนสอบในระดับวิชาโดยอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรประสานงานกับผู้รับผิดชอบรายวิชาหรือผู้สอนหรือผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อทำการประเมินการสอน การวัดและประเมินผล เพื่อพิจารณาความสอดคล้องกับผลการเรียนของรายวิชา

2.1.2 การทวนสอบผลลัพธ์การเรียนรู้จากกระบวนการเรียนรู้ที่ได้จากการศึกษา การฝึกอบรม หรือประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจากการฝึกปฏิบัติหรือการเรียนรู้จริงในสถานประกอบการระหว่างการศึกษา

2.1.3 การทวนสอบในระดับหลักสูตรโดยคณะกรรมการผู้รับผิดชอบหลักสูตรประสานงานกับหัวหน้าสาขาประชุมพิจารณาผลการทวนสอบผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียน โดยกำหนดจำนวนรายวิชาที่ทวนสอบ

ไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของรายวิชาในหมวดวิชาเฉพาะที่เปิดสอนในปีการศึกษานั้น ๆ โดยเฉพาะรายวิชาที่มีผลประเมินต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด

2.1.4 การทวนสอบผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียนครอบคลุมทั้ง 4 ด้าน เป็นไปตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565

2.1.5 การประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรจากผู้เรียนชั้นปีสุดท้าย

2.2 การทวนสอบผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียนหลังสำเร็จการศึกษา

2.2.1 การประเมินผลจากภาวะการมีงานทำของบัณฑิตแต่ละรุ่นที่สำเร็จการศึกษา

2.2.2 การประเมินคุณภาพของบัณฑิตจากผู้ใช้บัณฑิต/สถานประกอบการ

3. การจัดการข้อร้องเรียนและการอุทธรณ์ของผู้เรียน

การจัดการข้อร้องเรียนและการอุทธรณ์ของผู้เรียนให้เป็นไปตามนโยบาย ระบบและกลไกที่มหาวิทยาลัยกำหนด

หมวดที่ 5 ความพร้อมและศักยภาพในการบริหารหลักสูตร

1. ความพร้อมของหลักสูตร

1.1 ความพร้อมในการจัดการเรียนการสอน

1.1.1 ด้านกายภาพ

ลำดับ	รายการ	จำนวน	หน่วยนับ
1	อาคารเรียน 04	1	อาคาร
2	อาคารเรียน 05	1	อาคาร
3	อาคารเรียน 06	1	อาคาร
4	อาคารเรียน 51	1	อาคาร
5	อาคารเรียน 63	1	อาคาร

1.1.2 ห้องเรียน

ลำดับ	รายการ	จำนวน	หน่วยนับ
1	ห้องเรียน 48 ที่นั่ง	1	ห้อง
2	ห้องเรียน 60 ที่นั่ง	8	ห้อง
3	ห้องเรียน 63 ที่นั่ง	2	ห้อง
4	ห้องเรียน 70 ที่นั่ง	16	ห้อง
5	ห้องเรียน 80 ที่นั่ง	5	ห้อง
6	ห้องเรียน 84 ที่นั่ง	2	ห้อง
7	ห้องเรียน 100 ที่นั่ง	2	ห้อง

1.1.3 ห้องปฏิบัติการ

ลำดับ	รายการ	จำนวน	หน่วยนับ
1	ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ 60 ที่นั่ง	8	ห้อง
2	ห้องปฏิบัติการขาย	1	ห้อง
3	ห้อง Smart Classroom 60 ที่นั่ง	2	ห้อง

1.1.4 เครื่องมือและอุปกรณ์การเรียนการสอน สิ่งอำนวยความสะดวก และระบบความปลอดภัย

ลำดับ	รายการ	จำนวน	หน่วยนับ
1	ห้อง co-working space	1	ห้อง
2	เครื่องฉายภาพ 3 มิติ (Visualizer)	20	เครื่อง
3	เครื่องฉายภาพ (Projector)	20	เครื่อง

4	ชุดเครื่องเสียงพร้อมไมค์	20	ชุด

1.1.5 เทคโนโลยีดิจิทัล (รวมซอฟต์แวร์ต่าง ๆ)

ลำดับ	รายการ	จำนวน
1	Microsoft Office	- Office 2016 for Mac Standard - Office 2019 for Mac - Office LTSC Professional Plus 2021 - Office LTSC Standard for Mac 2021 - Office Professional Plus 2019 64-bit - Eng - Office Professional Plus 2019 64-bit - TH
2	ระบบปฏิบัติการ Windows	- Windows 10 Education 32 Bit English - Windows 10 Education 64 Bit English - Windows 11 Education 64 Bit - Windows Server 2016 64 Bit English
3	Antivirus	- ESET ENDPOINT ANTIVIRUS Windows Server - ESET ENDPOINT ANTIVIRUS Windows 10 ภาษาอังกฤษ - ESET ENDPOINT ANTIVIRUS Windows 10 ภาษาไทย
4	Canva Pro	Pro License
5	Microsoft Power BI	Microsoft 365 for Education

1.1.6 ห้องสมุดดิจิทัลและพื้นที่ส่งเสริมการเรียนรู้

ห้องสมุด และห้องสมุดดิจิทัล มหาวิทยาลัยฯ ให้บริการหนังสือ ตำรา วารสาร โครงงานระบบสารสนเทศ สิ่งพิมพ์อื่น ๆ และโสตทัศนวัสดุต่าง ๆ และมีรายการฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์เพื่อการสืบค้นออนไลน์ จากการเชื่อมต่อผ่านเครือข่าย Uninet โดยมีทั้งฐานข้อมูลระดับชาติ และนานาชาติ นอกจากนี้ยังให้บริการ Internet และ Self-Access Learning Center และบริการอื่น ๆ ประกอบด้วย

1) บริการทรัพยากรอิเล็กทรอนิกส์ มีทรัพยากรอิเล็กทรอนิกส์มากมายรองรับการเรียนรู้ด้วยตนเอง ไม่ว่าจะเป็น e-Book; e-Magazine; e-Journal และ e-Database.

2) บริการทรัพยากรสิ่งพิมพ์ มีทรัพยากรสิ่งพิมพ์ให้บริการมากกว่า 30;000 ชื่อเรื่องและมีหนังสือพิมพ์ วารสาร มากกว่า 70 สำนักพิมพ์

3) มีเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัย และชุดหูฟังให้บริการมากกว่า 70 เครื่อง 2 ห้อง

4) บริการพริ้นฟรีสำหรับนักศึกษา มีบริการปริ้นฟรีสำหรับนักศึกษาด้วยโควตาการพิมพ์จำนวน 100 หน้าต่อ 1 ภาคการศึกษา

5) บริการห้องโฮมเธียเตอร์ สำหรับชมภาพยนตร์หรือการเรียนการสอนด้วยเทคโนโลยีระบบภาพและเสียงที่ทันสมัย

6) บริการพื้นที่อ่านหนังสือที่สะดวกสบายมีความผ่อนคลายและรองรับการประชุมแบบกลุ่มได้ รายการฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์เพื่อการสืบค้น ได้แก่

ฐานข้อมูล ProQuest ABI/INFORM Complete
ฐานข้อมูล ACM Digital Library
ฐานข้อมูล ACS Journals
ฐานข้อมูล BioOne
ฐานข้อมูล IEEE/IET Electronic Library (IEL)
ฐานข้อมูล ProQuest Dissertations & Theses Full Text
ฐานข้อมูล Web of Science

1.2 ความพร้อมด้านอาจารย์

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	จำนวน	5	คน
อาจารย์ประจำหลักสูตร	จำนวน	5	คน
อาจารย์ผู้สอน	จำนวน	11	คน
อาจารย์พิเศษ	จำนวน	2	คน

1.2.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร/อาจารย์ประจำหลักสูตร/อาจารย์ผู้สอน

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	คุณวุฒิ	สาขา/วิชาเอก	ISCED	สถาบันที่จบ	ปีที่จบ	ตำแหน่งทางวิชาการ	ภาระงานสอน (ชม./ปีการศึกษา)				ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	อาจารย์ประจำหลักสูตร	อาจารย์ผู้สอน
								2570	2571	2572	2573			
1	นางสาวทิพยสุดา โสมะตะนัย 1 8097 0017x xx x	บธ.ม. บธ.บ.	การตลาด การตลาด	0414 0414	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	2562 2559	อาจารย์	540	540	540	540	✓	✓	✓
2	นางอันธิกา ทิพย์จำนงค์ 3 9010 0011x xx x	บธ.ม. บธ.บ.	การตลาด การตลาด	0414 0414	มหาวิทยาลัยรามคำแหง สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล	2545 2540	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	630	630	630	630	✓	✓	✓
3	นางชัญญภัทร อำพันสุขโข 3 9099 0022x xx x	ปร.ด. บธ.ม. บธ.บ.	บริหารธุรกิจ บริหารธุรกิจ การตลาด	0410 0410 0414	มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ วิทยาลัยโยนก มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	2567 2540 2535	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	660	660	660	660	✓	✓	✓
4	นางปรีชญา ชุมศรี 3 9009 0060x xx x	ปร.ด. บธ.ม. บธ.บ.	บริหารธุรกิจ บริหารธุรกิจ ธุรกิจการศึกษา-การตลาด	0410 0410 0414	มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยศรีนครินวิโรฒ	2558 2548 2535	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	660	660	660	660	✓	✓	✓
5	นางสาวบุสรินทร์ คูนิอาจ 3 9001 0026x xx x	บธ.ม. บธ.บ.	บริหารธุรกิจ การตลาด	0414 0414	มหาวิทยาลัยรามคำแหง สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล	2543 2531	อาจารย์	660	660	660	660	✓	✓	✓
ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	คุณวุฒิ	สาขา/วิชาเอก	ISCED	สถาบันที่จบ	ปีที่จบ		ภาระงานสอน (ชม./ปีการศึกษา)				อาจาร	อาจาร	อาจาร

							ตำแหน่งทางวิชาการ	2570	2571	2572	2573			
6	นางวัลลภา พัฒนา 3 9099 0043x xx x	บธ.ม. บธ.บ. บธ.บ.	Ph.D. Marketing International Business การตลาด	0414 0414 0414	University Utara Malaysia, Malaysia Johnson & Wales University, U.S.A มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช	2553 2549 2543	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	720	720	720	720			✓
7	นายพิเชษฐ์ พรหมใหม่ 3 9003 0049x xx x	ปร.ด. บธ.ม. บธ.บ.	บริหารธุรกิจ บริหารธุรกิจ การตลาด	0410 0410 0414	มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2548 2542 2533	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	720	720	720	720			✓
8	นายสุริยา นิตย์มี 3 9206 0040x xx x	บธ.ม. น.บ. บธ.บ	บริหารธุรกิจ นิติศาสตร์ การตลาด	0410 0421 0414	มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2543 2548 2537	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	720	720	720	720			✓
9	นางสุทธยา สมสุข 3 9003 0037x xx x	บธ.ม. บธ.บ.	การตลาด การตลาด	0414 0414	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล	2545 2540	รองศาสตราจารย์	720	720	720	720			✓

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	คุณวุฒิ	สาขา/วิชาเอก	ISCED	สถาบันที่จบ	ปีที่จบ		ภาระงานสอน (ชม./ปีการศึกษา)				อาจาร	อาจารย์	อาจารย์

							ตำแหน่งทางวิชาการ	2570	2571	2572	2573			
10	นายอานนท์ บัวศรี 1 9099 0016x xx x	วท.ม. อส.บ.	การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์	0613 0612	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	2559 2553	อาจารย์	60	60	60	60			✓
11	นางรัสมนต์ ยุระพันธุ์ 3 9099 0075x xx x	วท.ม. บธ.บ.	การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ คอมพิวเตอร์ธุรกิจ	0613 0611	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	2550 2544	อาจารย์	60	60	60	60			✓
หมายเหตุ Full-time Equivalent (FTE) กำหนดให้ 1 FTE = 35 ภาระงาน/สัปดาห์														

1.2.2 อาจารย์พิเศษ

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	คุณวุฒิ	สาขา/วิชาเอก	สถาบันที่จบ	ประสบการณ์การทำงาน/ผลงานทางวิชาการ
1	นายเอนก แซ่ตั้ง	ศศ.บ.	ภาษาอังกฤษ	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2527	ประธานกรรมการเบญจพร แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ พัฒนาโครงการบ้านจัดสรร ประธานกรรมการบริษัท เบญจพรกรุ๊ป จำกัด ประธานกรรมการบริษัท บี.เจ.พรีคาสท์ ประธานกรรมการบริษัท เบญจพร คอนกรีต โปรดักส์ ประธานกรรมการบริษัท เบญจพร เฟอร์นิเทค
2	นายปรีดา กลิ่นเทศ	ปร.ด. บธ.ม. รป.ม.	รัฐประศาสนศาสตร์ บริหารธุรกิจ รัฐประศาสนศาสตร์	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 2563 มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2541 สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2536	กรรมการผู้จัดการบริษัท เอส ซีจีซอรส์ซิง จำกัด กรรมการผู้จัดการบริษัท โฮมรีโนเวชั่น เซ็นเตอร์ จำกัด กรรมการผู้จัดการบริษัท ซีเมนต์ไทยโฮมเซอร์วิส จำกัด

2. การพัฒนาคณาจารย์

2.1 การเตรียมการสำหรับอาจารย์ใหม่

2.1.1 มีการปฐมนิเทศอาจารย์ใหม่ ให้มีความรู้ความเข้าใจในนโยบายของมหาวิทยาลัย บทบาทหน้าที่ของผู้สอน กฎระเบียบต่าง ๆ รวมถึงสิทธิผลประโยชน์ของผู้สอน โดยมุ่งเน้นการมีคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณของความเป็นครู

2.1.2 มอบหมายอาจารย์อาวุโสเป็นอาจารย์พี่เลี้ยงเพื่อให้คำแนะนำและปรึกษาเพื่อเรียนรู้และปรับตัวเข้าสู่การเป็นอาจารย์

2.1.3 ส่งเสริมให้ผู้สอนเพิ่มพูนความรู้โดยเข้าร่วมอบรมรูปแบบการจัดการเรียนการสอนรูปแบบใหม่ การวัดและการประเมินผลที่สอดคล้องรูปแบบการจัดการเรียนการสอนใหม่

2.1.4 ส่งเสริมให้ผู้สอนสามารถบูรณาการการเรียนการสอนกับพันธกิจอื่นของมหาวิทยาลัย ประกอบด้วย การวิจัยและสร้างนวัตกรรม การบริการวิชาการแก่สังคม และทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

2.2 การพัฒนาความรู้และทักษะให้แก่อาจารย์

2.2.1 การพัฒนาทักษะการการจัดการเรียนการสอน การวัดและการประเมินผล

2.2.2 ส่งเสริมให้อาจารย์มีการเพิ่มพูนความรู้โดยเข้าร่วมอบรมรูปแบบการจัดการเรียนการสอนรูปแบบใหม่ การวัดและการประเมินผลที่สอดคล้องรูปแบบการจัดการเรียนการสอนใหม่

2.2.3 ส่งเสริมบูรณาการการเรียนการสอนกับพันธกิจอื่นของมหาวิทยาลัย ประกอบด้วย การวิจัยและสร้างนวัตกรรม การบริการวิชาการแก่สังคม และทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

2.2.4 ส่งเสริมและสนับสนุนให้อาจารย์ที่มีคุณสมบัติผู้สอนมืออาชีพ (Smart Coach)

2.2.5 ส่งเสริมและสนับสนุนให้อาจารย์เข้าร่วมประชุม ฝึกอบรม สัมมนา ศึกษาดูงาน หรือฝังตัวในสถานประกอบการหรือ Talent Mobility ในหน่วยงานภาครัฐ/เอกชน เพื่อพัฒนาตนเองและต่อยอดการบูรณาการกับหน่วยงานภายนอก

หมวดที่ 6 การประกันคุณภาพหลักสูตร

หลักสูตรได้ดำเนินการประกันคุณภาพตามที่สภามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เลือกใช้ระบบประกันคุณภาพการศึกษาภายใน ระดับหลักสูตร องค์ประกอบที่ 1 การกำกับมาตรฐาน ระบบของสำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม และองค์ประกอบที่ 2 ระบบของ ASEAN UNIVERSITY NETWORK QUALITY ASSURANCE Version 4.0 (AUN-QA) และการดำเนินงานของหลักสูตรเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 และมีการปรับปรุงและพัฒนาการจัดการเรียนการสอนอย่างต่อเนื่อง โดยมีอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร เป็นคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

1. การกำกับมาตรฐาน

1.1 ออกแบบหลักสูตรตามแนวทางการศึกษามุ่งเน้นที่ผลลัพธ์ (Outcome-based Education, OBE) กำหนดผู้มีส่วนได้เสียและวิธีการได้มาซึ่งความต้องการและความคาดหวังที่นำมาสู่การกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่สะท้อนความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียที่ครอบคลุมตามมาตรฐานผลลัพธ์การเรียนรู้ และสะท้อนเป้าหมายการพัฒนาผู้เรียนทั้งระยะสั้นและระยะยาว นำมาสู่การออกแบบโครงสร้างหลักสูตรการศึกษา และรายวิชาหรือโมดูลการเรียนรู้ที่สัมพันธ์กับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตรการศึกษาที่ทำให้ผู้เรียนสามารถสร้างองค์ความรู้ ทักษะ คุณลักษณะทางวิชาการและวิชาชีพได้ รวมทั้งการมุ่งเน้นกระบวนการเรียนรู้กระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ รู้จักวิธีการแสวงหาความรู้ ปลูกฝังผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต เกิดกรอบคิดแบบเติบโต (Growth Mindset) นอกจากนี้ทางหลักสูตรมีการกำกับติดตาม การกำหนดรูปแบบการวัดและประเมินผลที่สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs) ระดับรายปี (YLOs) และระดับรายวิชา (CLOs) โดยประชุมร่วมกันระหว่างคณะกรรมการบริหารหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน ในการเลือกวิธีการ เครื่องมือที่เหมาะสม และกำหนดเกณฑ์การตัดสินผลที่น่าเชื่อถือที่สะท้อนผลลัพธ์การเรียนรู้ที่แท้จริงของผู้เรียน มีระบบกลไกในการทบทวน ตรวจสอบ กำกับการเก็บข้อมูลป้อนกลับ และการรายงานผลการเรียนรู้ที่นำมาสู่การปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการเรียนการสอนทั้งของผู้สอนและผู้เรียน เพื่อให้มั่นใจว่าผู้เรียนบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ตามที่หลักสูตรและรายวิชาคาดหวัง

1.2 การบริหารคุณภาพ (Quality Management) ตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้เรียนและผู้มีส่วนได้เสีย (Customer and Steakholder Focus) สอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรการศึกษาระดับอุดมศึกษากับมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา หรือมาตรฐานระดับนานาชาติที่คณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษารับรอง นอกจากนี้หลักสูตรมีระบบและกลไกการพัฒนาหลักสูตรและการบริหารคุณภาพ โดยมีการวางแผนคุณภาพ (Quality Planning) การควบคุมคุณภาพ (Quality Control) และการบริหารความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในระหว่างดำเนินการหลักสูตร รวมถึงการจัดการข้อร้องเรียนและการอุทธรณ์ หลักสูตรนำข้อมูลการประเมินผลการจัดการศึกษาหรือข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) นำมาวิเคราะห์เพื่อทบทวนกระบวนการนำมาสู่การปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพ (Quality Improvement) ของหลักสูตร และมีระบบและกลไกการสื่อสารและเผยแพร่ข้อมูลของหลักสูตรการศึกษาให้ผู้มีส่วนได้เสียรับทราบ

2. ผู้เรียน

2.1 ผู้เรียน หลักสูตรให้ความสำคัญกับผู้เรียนโดยมีการดำเนินการดังนี้

2.1.1 การรับเข้าศึกษา หลักสูตรมีระบบและกลไกดำเนินการรับและการเตรียมความพร้อมให้กับผู้เรียน เริ่มตั้งแต่การกำหนดการรับเข้าศึกษาตามคุณสมบัติของผู้เข้าศึกษาของหลักสูตร โดยกำหนดเกณฑ์รับเข้าที่โปร่งใส ชัดเจน เพื่อคัดเลือกผู้เรียนที่มีคุณสมบัติและความพร้อมเข้าศึกษาในหลักสูตรตามที่กำหนด

2.1.2 การจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมการใช้ชีวิตในมหาวิทยาลัย ส่งเสริมให้ผู้เรียนทุกคนเข้าร่วมโครงการปฐมนิเทศ เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจ ระเบียบ กฎเกณฑ์ต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย ระบบการจัดการศึกษา ผู้เรียนทราบขั้นตอนวิธีการรับบริการด้านต่าง ๆ และซักถามในประเด็นปัญหาที่ผู้เรียนต้องการทราบ นอกจากนี้มหาวิทยาลัย/คณะ/หลักสูตรมีการจัดกิจกรรมทั้งในและนอกหลักสูตรเพื่อพัฒนาความรู้ ความสามารถ และศักยภาพของผู้เรียน ส่งเสริมความเป็นพลเมืองดีที่มีจิตสาธารณะ มีทักษะการเรียนรู้ที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 และส่งเสริมให้เป็นผู้เรียนรู้ตลอดชีวิต สอดคล้องตามค่านิยมหลักของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

2.1.3 การควบคุมการดูแลการให้คำปรึกษาแก่ผู้เรียน โดยมหาวิทยาลัยมีระบบสารสนเทศในการจัดเก็บข้อมูลด้านการเรียนการสอน ด้านครอบครัว และข้อมูลของผู้เรียนที่สามารถติดต่อเมื่อประสบปัญหา ประสานงานให้ความช่วยเหลือ มีการกำหนดให้ผู้เรียนทุกคนมีอาจารย์ที่ปรึกษาทำหน้าที่ให้คำแนะนำ มีระบบสารสนเทศในการเก็บข้อมูลให้คำปรึกษาทางด้านวิชาการ ทางด้านวิชาชีพและทักษะชีวิต

2.1.4 การสำรวจข้อมูลการคงอยู่ของผู้เรียน อัตราการสำเร็จการศึกษา เพื่อประเมินแนวโน้มผลการดำเนินงาน และนำมาสู่การบริหารจัดการหลักสูตร

2.1.5 คณะมีระบบและกลไกการอุทธรณ์และข้อร้องเรียนของผู้เรียน โดยผู้เรียนสามารถส่งเรื่องอุทธรณ์หรือข้อร้องเรียน ผ่านอาจารย์ที่ปรึกษาหรืออาจารย์ประจำหรืออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร หรือผ่านช่องทางอื่นตามความเหมาะสม ในกรณีเรื่องอุทธรณ์หรือข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตรโดยตรงให้คณะกรรมการบริหารหลักสูตรนำประเด็นดังกล่าวหารือในที่ประชุมเพื่อรับทราบและพิจารณาแนวทางการแก้ไข หากเรื่องอุทธรณ์หรือข้อร้องเรียนเกี่ยวข้องระดับสาขาหรือคณะให้ตัวแทนของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรนำประเด็นดังกล่าวเข้าร่วมประชุมพิจารณาในระดับที่สูงขึ้นต่อไป นอกจากนี้มีหลักสูตรติดตามเรื่องอุทธรณ์หรือข้อร้องเรียน สื่อสารไปยังผู้เรียนรับทราบและประเมินความพึงพอใจของผู้เรียนเมื่อประเด็นสิ้นสุด

2.2 บัณฑิต หลักสูตรมีการบริหารจัดการให้บัณฑิตมีคุณภาพ โดยบัณฑิตทุกคนบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ตามที่หลักสูตรกำหนด มุ่งเน้นการผลิตบัณฑิตนักปฏิบัติฐานเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่มีความสามารถตรงตามความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้บัณฑิต สามารถนำสิ่งที่เรียนรู้ไปใช้กับโลกการทำงานจริงได้

3. อาจารย์ การบริหารและพัฒนาอาจารย์ หลักสูตรมีระบบและกลไกในการบริหารและพัฒนาอาจารย์ที่ครอบคลุมประเด็น ระบบการรับและแต่งตั้งอาจารย์ประจำหลักสูตร ระบบการบริหารอาจารย์ และระบบการส่งเสริมและพัฒนาอาจารย์ เพื่อให้ได้อาจารย์ที่มีคุณภาพ ที่ทำให้หลักสูตรมีอาจารย์ที่มีคุณสมบัติเหมาะสมทั้งในด้านคุณวุฒิการศึกษาและตำแหน่งทางวิชาการเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรอย่างต่อเนื่อง และมีการส่งเสริมให้มีการเพิ่มพูนความรู้ความสามารถของอาจารย์ เพื่อสร้างความเข้มแข็งทางวิชาการของหลักสูตร

3.1 ส่งเสริมและพัฒนาอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน ให้มีคุณวุฒิและตำแหน่งทางวิชาการ รวมทั้งมีความเชี่ยวชาญทางสาขาวิชาชีพ มีประสบการณ์ที่ตรงตามความต้องการของหลักสูตร เพื่อให้สามารถผลิตบัณฑิตที่มีผลลัพธ์การเรียนรู้ครบถ้วนตามที่หลักสูตรกำหนด และมีความก้าวหน้าในการผลิตผลงานวิชาการอย่างต่อเนื่องให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานของหลักสูตรระดับอุดมศึกษา

3.2 เก็บรวบรวมข้อมูลคุณวุฒิของอาจารย์ ตำแหน่งทางวิชาการ ผลงานทางวิชาการ การคงอยู่ของอาจารย์ และความพึงพอใจของอาจารย์ต่อการบริหารหลักสูตรและด้านอื่น ๆ เพื่อประเมินแนวโน้มผลการดำเนินงานนำมาสู่การปรับปรุงและบริหารจัดการหลักสูตร

4. การเรียนการสอน และการประเมินผล หลักสูตรมีการบริหารจัดการดังนี้

4.1 หลักสูตรมีระบบและกลไกในการปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เริ่มตั้งแต่การออกแบบหลักสูตรทันสมัยตามความก้าวหน้าในศาสตร์สาขาวิชา และตรงตามความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย มีการวัดและประเมินผลระหว่างเรียน (Formative Assessments) การประเมินผลเมื่อสิ้นสุดการเรียนการสอน (Summative Assessments) โดยอาจารย์ผู้สอน/อาจารย์ที่ปรึกษาสะท้อนป้อนกลับข้อมูลการประเมินผลกลับไปยังผู้เรียน เพื่อให้ผู้เรียนสามารถปรับตัวได้ และนำข้อมูลการประเมินและข้อมูลป้อนกลับมาวิเคราะห์ให้หลักสูตรมีความทันสมัย ตรงตามความต้องการของภาคการทำงานและความต้องการของประเทศ และมีระบบกลไกในการกำกับ ติดตามการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียน เพื่อให้แน่ใจว่าผู้เรียนทุกคนบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ครบถ้วนตามที่หลักสูตรกำหนด

4.2 หลักสูตรมีระบบและกลไกในการวางระบบผู้สอนและกระบวนการจัดการเรียนการสอน โดยคำนึงถึงความรู้ความสามารถและความเชี่ยวชาญในวิชาที่สอน เพื่อให้ผู้เรียนได้รับความรู้และประสบการณ์ กำหนดให้ผู้สอนจัดทำรายละเอียดของรายวิชา และรายละเอียดของสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน ตามระยะเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด พร้อมทั้งกำกับ ติดตาม ตรวจสอบความ ถูกต้อง

และพิจารณาความสอดคล้องผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs) และผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs) ที่รับผิดชอบ และมีการจัดการเรียนการสอน การวัดและการประเมินผลที่ส่งเสริมการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ที่กำหนด

4.3 การประเมินผลผู้เรียน หลักสูตรมีระบบและกลไกในการประเมินผลผู้เรียน กำกับให้มีการประเมินตามสภาพจริงและมีวิธีการประเมินที่หลากหลาย มีการตรวจสอบการประเมินผลการเรียนรู้ของผู้เรียน และกำกับการประเมินการจัดการเรียนการสอน โดยหลักสูตรตรวจสอบจากรายงานผลรายละเอียดของรายวิชา รายงานผลรายละเอียดของสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน รายงานผลการประกันคุณภาพการศึกษาภายในระดับหลักสูตร และมีการทวนสอบผลการเรียนรู้ในรายวิชาไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของวิชาที่เปิดสอนในแต่ละปีการศึกษา กำกับติดตามการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียน ประจำปีการศึกษา โดยทางหลักสูตรนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์ทำการวิเคราะห์และนำมาสู่การปรับปรุงการเรียนการสอนและการพัฒนาผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียนด้วยวิธีการและเครื่องมือที่เชื่อถือได้ และกำกับติดตามการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียนก่อนและหลังสำเร็จการศึกษา

4.4 หลักสูตรมีการสอบถามและประเมินความพึงพอใจจากผู้มีส่วนได้เสียและอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องหลักสูตร เช่น การรับรู้ของผู้มีส่วนได้เสีย กระบวนการรับเข้า การจัดการเรียนการสอน สิ่งสนับสนุน

การเรียนรู้ และการบริการด้านต่าง ๆ เป็นต้น โดยหลักสูตรทำการเก็บรวบรวมข้อมูลป้อนกลับจากผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อนำมาวิเคราะห์ บริหารความเสี่ยง สู่การดำเนินการปรับปรุงและพัฒนาการจัดการเรียนการสอนของหลักสูตรอย่างต่อเนื่อง

5. สิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐาน

หลักสูตรมีระบบและกลไกในการจัดการสิ่งสนับสนุนการเรียนการสอนที่ทันสมัย เหมาะสม และเพียงพอ พร้อมใช้ต่อการจัดการเรียนการสอนของหลักสูตร รองรับกิจกรรมการเรียนการสอน การวิจัย และการพัฒนาของผู้เรียนและบุคลากร เช่น ห้องปฏิบัติการและวัสดุอุปกรณ์ ห้องสมุดดิจิทัล ระบบสารสนเทศ ระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีดิจิทัล อาคารเรียน ห้องเรียน และพื้นที่วิจัย ได้รับการดูแลและบำรุงรักษาอย่างเหมาะสม ควบคู่ไปกับการสร้างสภาพแวดล้อมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หลักสูตรมีการประเมินผลความพึงพอใจและข้อร้องเรียน จากผู้เรียน ผู้สอน และผู้มีส่วนได้เสีย ผ่านกระบวนการที่โปร่งใสและมีประสิทธิภาพ เพื่อนำผลลัพธ์มาวิเคราะห์และปรับปรุงการจัดการสิ่งสนับสนุนการเรียนการสอน หลักสูตรจัดทำแผนการจัดหา ปรับปรุง และบำรุงรักษาสิ่งสนับสนุนการเรียนการสอน ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เพื่อให้มั่นใจว่าสิ่งสนับสนุนเหล่านี้สามารถตอบสนองความต้องการของการจัดการเรียนการสอนและรองรับการพัฒนาของผู้เรียนและบุคลากรได้อย่างต่อเนื่อง

6. ผลผลิตและผลลัพธ์

หลักสูตรมุ่งเน้นการประเมินผลลัพธ์และคุณภาพของบัณฑิตที่สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLOs) และผลลัพธ์การเรียนตามมาตรฐานคุณวุฒิ 4 ด้าน ได้แก่ ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skills) จริยธรรม (Ethics) และลักษณะบุคคล (Character) ตามที่กำหนดไว้ในผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร เพื่อให้บัณฑิตที่สำเสร็จการศึกษามีความพร้อมในการประกอบอาชีพ การศึกษาต่อ หรือการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ส่งเสริมการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อสะท้อนคุณภาพของบัณฑิต หลักสูตรโดยมีการติดตามและประเมินความสำเร็จของผู้สำเร็จการศึกษาอย่างต่อเนื่อง โดยการเก็บข้อมูล เช่น อัตราการคงอยู่ อัตราการออกกลางคัน และค่าเฉลี่ยเวลาที่จะสำเร็จการศึกษา ความสามารถในการจ้างงาน (Employability) รวมถึงการทำงานอิสระ การเป็นผู้ประกอบการ และการก้าวหน้าเพื่อพัฒนาการศึกษา ผลงานวิจัยและงานสร้างสรรค์โดยคณาจารย์และผู้เรียน ผลการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียน บัณฑิต ผู้ใช้บัณฑิต ผลการประเมินความพึงพอใจในประเด็นต่าง ๆ จากผู้มีส่วนได้เสีย และนำข้อมูลดังกล่าวประกอบการประเมินคุณภาพการศึกษาภายในประจำปีทุกปีตามเกณฑ์ AUN-QA โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสะท้อนถึงคุณภาพของบัณฑิตที่ผลิต เพื่อการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการจัดการเรียนการสอนและการบริหารหลักสูตรอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement) เพื่อให้มั่นใจว่าหลักสูตรมีความทันสมัย มีคุณภาพ และตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียได้อย่างเหมาะสม

7. การวิเคราะห์ความเสี่ยงที่อาจมีผลกระทบต่อการบริหารหลักสูตรและแผนการบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยง	ปัจจัย/สาเหตุ ของความเสี่ยง	กิจกรรมควบคุม/ป้องกัน ความเสี่ยง	ตัวชี้วัดความเสี่ยง
1. จำนวนนักศึกษาแรกเข้า ไม่เป็นไปตามแผนการรับที่กำหนดไว้	1. ความเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้เรียนยุคใหม่ 2. การแข่งขันกับหลักสูตรใหม่ในมหาวิทยาลัยและสถาบันใกล้เคียง 3. กระแสเทคโนโลยีและอาชีพใหม่ที่เปลี่ยนความสนใจของผู้เรียน	1. ปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัยตอบโจทย์เทรนด์เทคโนโลยีและอาชีพใหม่ 2. ประชาสัมพันธ์หลักสูตรผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook, TikTok, YouTube 3. จัดกิจกรรมแนะแนว, Open House, workshop ให้โรงเรียนมัธยม, ปวช., ปวส. 4. สร้างเครือข่ายกับครูแนะแนวในพื้นที่	1. จำนวนผู้สมัครทั้งหมด มากกว่า 150 คน/ปีการศึกษา 2. อัตราการตอบรับเข้าเรียนมากกว่า 80% ของจำนวนผู้ที่ผ่านการคัดเลือก 3. เปรียบเทียบจำนวนนักศึกษาแรกเข้าจริงกับแผนรับ มากกว่า 90% ของแผนที่กำหนดไว้ 4. คะแนนความพึงพอใจของนักศึกษาใหม่ที่มีต่อหลักสูตร มากกว่า 80% จากผลแบบสอบถามประเมินความเข้าใจและความมั่นใจในการเลือกเรียน
2. นักศึกษามีพื้นฐานการคำนวณไม่เท่ากันและส่วนใหญ่อยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างต่ำ ส่งผลต่อการจัดการเรียนการสอนรายวิชา	1. นักศึกษามาจากหลากหลาย ทำให้ระดับความรู้พื้นฐานทางด้านการตลาดไม่เท่ากัน 2. ขาดการเตรียมความพร้อมก่อนเข้าเรียน ไม่มีการทบทวนพื้นฐาน 3. นักศึกษาขาดความมั่นใจในการเรียนวิชาคำนวณ ทำให้ขาดแรงจูงใจในการเรียน	1. หลักสูตรปรับพื้นฐานด้านการตลาดก่อนเริ่มเรียนรายวิชาหลัก 2. จัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบกลุ่มย่อยเพื่อให้สอดคล้องกับระดับความสามารถของผู้เรียน	1. นักศึกษาที่สอบผ่านต้องได้คะแนนในรายวิชาปรับพื้นฐานไม่น้อยกว่า 60% 2. อัตราการสอบไม่ผ่านในรายวิชาปรับพื้นฐานด้านการตลาดไม่เกิน 20% ของนักศึกษา 3. นักศึกษาที่สอบวัดพื้นฐานไม่ผ่านเข้าร่วมกิจกรรมปรับพื้นฐานมากกว่า 80%
ความเสี่ยง	**ปัจจัย/สาเหตุ ของความเสี่ยง**	**กิจกรรมควบคุม/ป้องกัน ความเสี่ยง**	**ตัวชี้วัดความเสี่ยง**

		3. จัดตั้งกลุ่ม “เพื่อนช่วยเพื่อน” เพื่อส่งเสริมให้นักศึกษาแลกเปลี่ยนความรู้และช่วยเหลือกันในการเรียน	
3. อัตราการลาออกของบุคลากรสายวิชาการในแต่ละปีและการเกษียณอายุราชการ	1. การเกษียณอายุราชการของอาจารย์ประจำในแต่ละปี 2. การเปลี่ยนอาชีพของอาจารย์ไปยังหน่วยงานอื่น 3. จำนวนนักศึกษาต่ออาจารย์เพิ่มขึ้นส่งผลต่อภาระงานในการสอนและดูแลนักศึกษา 4. การขาดแคลนบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านทำให้ภาระในการจัดการเรียนการสอนเกิน	1. วางแผนสรรหาบุคลากรใหม่ล่วงหน้าเพื่อทดแทนอาจารย์ที่เกษียณหรือย้ายออก 2. จัดหาอาจารย์พิเศษที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน และยังสามารถแบ่งเบาภาระงานของอาจารย์ประจำ 3. สนับสนุนให้อาจารย์รุ่นใหม่เรียนต่อระดับสูง หรืออบรมเพิ่มเติมเพื่อความเชี่ยวชาญ 4. ส่งเสริมบรรยากาศการทำงานและสวัสดิการที่จูงใจให้บุคลากรอยากทำงานกับหน่วยงานในระยะยาว	1. จำนวนอาจารย์สายวิชาการที่ลาออกหรือเกษียณในแต่ละปี 2. อัตราส่วนอาจารย์ต่อนักศึกษาเฉลี่ยของหลักสูตร 3. ระยะเวลาในการทดแทนอาจารย์ใหม่หลังเกิดการลาออกหรือเกษียณ 4. จำนวนอาจารย์ใหม่ที่ได้รับการแต่งตั้งหรือสรรหาในแต่ละปี
ความเสี่ยง	**ปัจจัย/สาเหตุของความเสี่ยง**	**กิจกรรมควบคุม/ป้องกันความเสี่ยง**	**ตัวชี้วัดความเสี่ยง**
4. การประเมินผลการบรรลุ PLOs เมื่อสิ้นสุดการเรียนการสอนของหลักสูตร	1. ไม่มีการวางแผนหรือกำหนดเกณฑ์การประเมินผลการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs) อย่างชัดเจน	1. วางแผนการจัดเก็บข้อมูลผลการเรียนรู้ในแต่ละรายวิชา เพื่อนำมาเชื่อมโยงกับการประเมิน PLOs	1. สัดส่วนรายวิชาที่มีการประเมิน CLOs และเชื่อมโยงกับ PLOs อย่างครบถ้วน 2. จำนวนอาจารย์ที่เข้าร่วมกิจกรรมอบรมการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ความครบถ้วน

	2. ขาดการรวบรวมข้อมูลผลการเรียนรู้จากรายวิชา (CLOs) เพื่อนำมาเชื่อมโยงกับการประเมิน PLOs 3. อาจารย์ผู้สอนไม่เข้าใจกลไกการทวนสอบและประเมิน PLOs อย่างเป็นระบบ 4. การขาดระบบติดตามและรายงานผลการบรรลุ PLOs ของนักศึกษา	2. จัดประชุม/อบรมเชิงปฏิบัติการให้ความรู้แก่อาจารย์เกี่ยวกับการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ (PLOs) และกระบวนการทวนสอบ 3. พัฒนาระบบฐานข้อมูลของนักศึกษาเพื่อเก็บหลักฐานการเรียนรู้และเชื่อมโยงกับแต่ละ PLO 4. แต่งตั้งคณะกรรมการทวนสอบผลการเรียนรู้ของหลักสูตรอย่างเป็นระบบในทุกปีการศึกษา	ของรายงานผลการบรรลุ PLOs ในแต่ละปีการศึกษา 4. จำนวน PLOs ที่มีหลักฐานรองรับการประเมินจากข้อมูลการเรียนรู้ของนักศึกษา

ภาคผนวก ก

ตารางเปรียบเทียบโครงสร้างหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565) กับ

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570)

และเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565

หมวดวิชา/กลุ่มวิชา	เกณฑ์ขั้นต่ำ ของ สป.อว. (120 หน่วยกิต)	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565) (129 หน่วยกิต)	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570) (120 หน่วยกิต)
1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2563)		**31**	-
1.1 กลุ่มวิชาคุณภาพชีวิตดี มีสุข		7	-
1.2 กลุ่มพลเมืองดี วิถีประชาธิปไตย		6	-
1.3 กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร		12	-
1.4 กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี		6	-
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2566)	**24**	-	**24**
2. หมวดวิชาเฉพาะ	**72**	**92**	**90**
2.1 กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ		27	24
2.2 กลุ่มวิชาชีพบังคับ		50	57
2.3 กลุ่มวิชาชีพเลือก		15	9
3. หมวดวิชาเลือกเสรี	**6**	**6**	**6**
จำนวนหน่วยกิตรวมไม่น้อยกว่า	**120**	**129**	**120**
จำนวนหน่วยกิตหมวดวิชาเฉพาะตลอดหลักสูตร (ไม่นับหน่วยกิตกลุ่มวิชาชีพเลือก)		**ทฤษฎี 62 หน่วยกิต (ร้อยละ 80.50) ปฏิบัติ 15 หน่วยกิต (ร้อยละ 19.50)**	**ทฤษฎี 65 หน่วยกิต (ร้อยละ 80.25) ปฏิบัติ 16 หน่วยกิต (ร้อยละ 19.75)**
จำนวนชั่วโมงหมวดวิชาเฉพาะตลอดหลักสูตร (ไม่นับชั่วโมงกลุ่มวิชาชีพเลือก)		**ทฤษฎี 100 ชั่วโมง (ร้อยละ61.70) ปฏิบัติ 62 ชั่วโมง (ร้อยละ 38.30)**	**ทฤษฎี 1,005 ชั่วโมง (ร้อยละ 53.32) ปฏิบัติ 880 ชั่วโมง (ร้อยละ 46.68)**

ภาคผนวก ข
สาระในการปรับปรุงแก้ไขหมวดวิชาเฉพาะ

1. สรุปการปรับปรุงรายวิชาหมวดวิชาเฉพาะ

หมวดวิชาเฉพาะ	ยกเลิกรายวิชา	ปรับปรุงสาระรายวิชา	รายวิชาใหม่	คงเดิม
กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	1 รายวิชา	8 รายวิชา	0 รายวิชา	0 รายวิชา
กลุ่มวิชาชีพบังคับ	3 รายวิชา	16 รายวิชา	5 รายวิชา	0 รายวิชา
กลุ่มวิชาชีพเลือก	5 รายวิชา	2 รายวิชา	9 รายวิชา	0 รายวิชา

2. เปรียบเทียบโครงสร้างหลักสูตรและรายวิชา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565) กับหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565)				**หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570)**				**สรุปการเปลี่ยนแปลง**
หมวดวิชาเฉพาะ		**92**	**หน่วยกิต**	**หมวดวิชาเฉพาะ**		**90**	**หน่วยกิต**	
2.1 กลุ่มวิชาชีพพื้นฐาน		**27**	**หน่วยกิต**	**2.1 กลุ่มวิชาชีพพื้นฐาน**		**24**	**หน่วยกิต**	
05-111-101	การบัญชีในงานธุรกิจ Business Accounting		3(3-0-6)	05-000-001	การบัญชีในงานธุรกิจ Business Accounting		3(45-0-90)	☐ ยกเลิกรายวิชา ☑ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☐ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
05-211-101	หลักการตลาด Principles of Marketing		3(3-0-6)	05-000-002	หลักการตลาด Principles of Marketing		3(45-0-90)	☐ ยกเลิกรายวิชา ☑ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☐ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
05-311-001	สถิติธุรกิจ Business Statistics		3(3-0-6)	05-000-003	สถิติธุรกิจ Business Statistics		3(45-0-90)	☐ ยกเลิกรายวิชา ☑ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☐ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565)			หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570)			สรุปการเปลี่ยนแปลง
05-311-002	กฎหมายธุรกิจและภาษีอากร Business Laws and Taxation	3(2-2-5)	05-000-004	กฎหมายธุรกิจและภาษีอากร Business Law and Taxation	3(45-0-90)	☐ ยกเลิกรายวิชา ☑ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☐ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
05-311-003	หลักเศรษฐศาสตร์ Principles of Economics	3(3-0-6)	05-000-005	หลักเศรษฐศาสตร์ Principles of Economics	3(45-0-90)	☐ ยกเลิกรายวิชา ☑ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☐ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
05-311-104	การจัดการและพฤติกรรมองค์การ Management and Organizational Behavior	3(3-0-6)	05-000-006	การจัดการและพฤติกรรมองค์การ Management and Organizational Behavior	3(45-0-90)	☐ ยกเลิกรายวิชา ☑ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☐ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
05-311-209	การเงินธุรกิจ Business Finance	3(3-0-6)	05-000-007	การเงินธุรกิจ Business Finance	3(45-0-90)	☐ ยกเลิกรายวิชา ☑ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☐ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
05-411-101	เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อธุรกิจ Information Technology for Business	3(2-2-5)	05-000-008	เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับธุรกิจ Information Technology for Business	3(30-30-75)	☐ ยกเลิกรายวิชา ☑ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☐ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
05-411-202	การแสดงแผนภาพข้อมูลเพื่อการตัดสินใจธุรกิจข้อมูล Data Visualization for Business Decision Making	3(2-2-5)				☑ ยกเลิกรายวิชา ☐ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☐ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
2.2 กลุ่มวิชาชีพบังคับ **50**		**หน่วยกิต**	**2.2 กลุ่มวิชาชีพบังคับ** **57**		**หน่วยกิต**	
05-211-102	ความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค Consumer BehaviorInsights	3(3-0-6)	05-021-101	พฤติกรรมผู้บริโภคและข้อมูลเชิงลึกลูกค้า Consumer Behavior and Consumer Insight	3(45-0-90)	☐ ยกเลิกรายวิชา ☑ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☐ รายวิชาใหม่

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565)			หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570)			สรุปการเปลี่ยนแปลง
						☐ คงเดิม
05-211-103	การจัดการผลิตภัณฑ์และกำหนดราคา Product and Price Management	3(3-0-6)	05-021-102	การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา Product and Price Management	3(45-0-90)	☐ ยกเลิกรายวิชา ☑ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☐ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
05-211-204	การจัดการช่องทางการตลาดและซัพพลายเชน Marketing Channel and Supply Chain Management	3(3-0-6)	05-021-103	การจัดการช่องทางการตลาด Marketing Channel Management	3(45-0-90)	☐ ยกเลิกรายวิชา ☑ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☐ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
05-211-205	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ Integrated Marketing Communications	3(3-0-6)	05-021-204	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ Integrated Marketing Communications	3(30-30-75)	☐ ยกเลิกรายวิชา ☑ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☐ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
05-211-306	การตลาดระหว่างประเทศและระดับโลก International and Global Marketing	3(3-0-6)	05-024-304	การตลาดระดับโลก Global Marketing	3(45-0-90)	☐ ยกเลิกรายวิชา ☑ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☐ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
05-211-307	กลยุทธ์การตลาด Marketing Strategy	3(3-0-6)	05-024-305	กลยุทธ์การตลาด Marketing Strategy	3(30-30-75)	☐ ยกเลิกรายวิชา ☑ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☐ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
05-211-308	การออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ Branding and Packaging Design	3(2-2-5)				☑ ยกเลิกรายวิชา ☐ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☐ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565)			หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570)			สรุปการเปลี่ยนแปลง
05-211-413	การศึกษาความเป็นไปได้โครงการทางการตลาด Marketing Project Feasibility Studies	3(3-0-6)	05-022-408	การศึกษาความเป็นไปได้โครงการทางการตลาด Marketing Project Feasibility Study	3(30-30-75)	☐ ยกเลิกรายวิชา ☑ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☐ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
05-211-414	สัมมนาการตลาด Seminar in Marketing	2(1-2-3)	05-024-406	สัมมนาการตลาดเชิงนวัตกรรม Innovative Marketing Seminar	2(15-30-90)	☐ ยกเลิกรายวิชา ☑ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☐ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
05-212-201	การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณทางการตลาดด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Marketing Quantitative Data Analysis with Software	3(2-2-5)				☑ ยกเลิกรายวิชา ☐ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☐ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
05-212-302	การตลาดดิจิทัล Digital Marketing	3(3-0-6)	05-023-304	การตลาดดิจิทัล Digital Marketing	3(45-0-90)	☐ ยกเลิกรายวิชา ☑ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☐ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
05-212-303	การวิจัยการตลาด Marketing Research	3(2-2-5)	05-021-306	การวิจัยการตลาด Marketing Research	3(30-30-75)	☐ ยกเลิกรายวิชา ☑ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☐ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
05-212-304	การตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ Electronics Commerce Marketing	3(3-0-6)	05-022-201	การตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ E-commerce Marketing	3(30-30-75)	☐ ยกเลิกรายวิชา ☑ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☐ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
05-213-301	ประสบการณ์วิชาชีพด้านการตลาด Professional Experience in Marketing	2(240)				☑ ยกเลิกรายวิชา ☐ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☐ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565)			หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570)			สรุปการเปลี่ยนแปลง
05-213-402	การเตรียมความพร้อมการฝึกงานและสหกิจศึกษา Preparation for Internship and Cooperative Education	1(0-2-1)	05-025-401	การเตรียมความพร้อมฝึกงานและสหกิจศึกษา Preparation for Internship and Cooperative Education	1(0-30-15)	☐ ยกเลิกรายวิชา ☑ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☐ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
05-213-403	โครงงานทางการตลาด Marketing Project	3(2-2-5)	05-025-402	โครงงานทางการตลาด Marketing Project	3(30-30-75)	☐ ยกเลิกรายวิชา ☑ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☐ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
05-213-404	ปัญหาพิเศษทางการตลาด Special Problem in Marketing	3(2-2-5)	05-024-407	ประเด็นปัจจุบันทางการตลาด Current Issues in Marketig	3(45-0-90)	☐ ยกเลิกรายวิชา ☑ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☐ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
05-213-405	การฝึกงานทางการตลาด Internship in Marketing	3(320)	05-025-403	ฝึกงานทางการตลาด Internship for Marketing	3(320)	☐ ยกเลิกรายวิชา ☑ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☐ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
05-213-406	สหกิจศึกษา Cooperative Education	6(640)	05-025-404	สหกิจศึกษา Cooperative Education	6(640)	☐ ยกเลิกรายวิชา ☑ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☐ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
			05-022-303	นวัตกรรมและการเป็นผู้ประกอบการทางการตลาด Innovation and Entrepreneurship in Marketing	3(45-0-90)	☐ ยกเลิกรายวิชา ☐ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☑ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
			05-023-201	ปัญญาประดิษฐ์สำหรับนักการตลาด Artificial Intelligence for Marketer	3(30-30-75)	☐ ยกเลิกรายวิชา ☐ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☑ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565)			หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570)			สรุปการเปลี่ยนแปลง
			05-023-305	เทคโนโลยีการตลาดสำหรับการเติบโตทางธุรกิจ Marketing Technology for Business Growth	3(30-30-75)	☐ ยกเลิกรายวิชา ☐ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☑ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
			05-024-201	การตลาดบริการสำหรับผู้ประกอบการ Service Marketing for Entrepreneurship	3(45-0-90)	☐ ยกเลิกรายวิชา ☐ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☑ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
			05-024-303	การจัดการตราสินค้า Brand Management	3(45-0-90)	☐ ยกเลิกรายวิชา ☐ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☑ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
2.3 กลุ่มวิชาชีพเลือก	**15**	**หน่วยกิต**	**2.3 กลุ่มวิชาชีพเลือก**		**9**	**หน่วยกิต**	
1.กลุ่มวิชาการตลาดผู้ประกอบการ						
05-211-309	การตลาดเพื่อการสร้างธุรกิจใหม่ Marketing for New Venture Creation	3(2-2-5)				☑ ยกเลิกรายวิชา ☐ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☐ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
05-211-310	การจัดการการค้าปลีกสมัยใหม่ Modern Retailing Management	3(3-0-6)	05-022-304	การจัดการธุรกิจค้าปลีก Retailing Management	3(45-0-90)	☐ ยกเลิกรายวิชา ☑ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☐ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
05-211-311	การตลาดอุตสาหกรรมบริการ Service Industry Marketing	3(3-0-6)				☑ ยกเลิกรายวิชา ☐ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☐ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
05-211-312	การจัดการการตลาดเพื่อธุรกิจชุมชน	3(2-2-5)				☑ ยกเลิกรายวิชา ☐ ปรับปรุงสาระรายวิชา

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565)			หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570)			สรุปการเปลี่ยนแปลง
	Marketing Management for Community Business					☐ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
05-211-415	การจัดการการขายสมัยใหม่ Modern Sales Management	3(3-0-6)	05-024-306	การจัดการการขายและกลยุทธ์การขายสมัยใหม่ Modern Sales Management and Strategies	3(45-0-90)	☐ ยกเลิกรายวิชา ☑ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☐ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
05-211-416	การวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนทางการตลาด Marketing Return on Investment Analysis	3(2-2-5)				☑ ยกเลิกรายวิชา ☐ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☐ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
05-211-417	การตลาดข้ามวัฒนธรรม Cross-cultural Marketing	3(3-0-6)				☑ ยกเลิกรายวิชา ☐ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☐ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
2.กลุ่มวิชาการตลาดเพื่อพัฒนาธุรกิจดิจิทัล						
05-212-305	การตลาดสื่อสังคมออนไลน์ Social Media Marketing	3(2-2-5)	05-023-202	การตลาดสื่อสังคมออนไลน์ Social Media Marketing	3(45-0-90)	☐ ยกเลิกรายวิชา ☑ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☐ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
05-212-306	การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ทางสื่อสังคม Social Media Customer Relationship Management	3(2-2-5)	05-024-202	กลยุทธ์การสร้างความผูกพันลูกค้าและการรักษาฐานลูกค้า Customer Engagement and Retention Strategies	3(45-0-90)	☐ ยกเลิกรายวิชา ☑ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☐ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
05-212-307	การตลาดเนื้อหาดิจิทัล Digital Content Marketing	3(2-2-5)				☑ ยกเลิกรายวิชา ☐ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☐ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
05-212-308	การพัฒนาแอปพลิเคชั่นเพื่อการตลาด Application Development for Marketing	3(2-2-5)				☑ ยกเลิกรายวิชา ☐ ปรับปรุงสาระรายวิชา

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565)			หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570)			สรุปการเปลี่ยนแปลง
						☐ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
05-212-409	การสร้างสรรค์สื่อดิจิทัล Digital Media Creation	3(2-2-5)				☑ ยกเลิกรายวิชา ☐ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☐ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
05-212-410	การสร้างร้านและการขายออนไลน์ Online Store Building and Online Selling	3(2-2-5)				☑ ยกเลิกรายวิชา ☐ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☐ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
05-212-411	การตลาดผ่านกลุ่มคนที่มีอิทธิพลทางความคิด Influencer Marketing	3(2-2-5)				☑ ยกเลิกรายวิชา ☐ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☐ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
			05-022-202	การตลาดฮาลาลสำหรับผู้ประกอบการ Halal Marketing for Entrepreneurs	3(45-0-90)	☐ ยกเลิกรายวิชา ☐ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☑ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
			05-022-305	การเป็นผู้ประกอบการค้าชายแดน Border Trade Entrepreneurship	3(45-0-90)	☐ ยกเลิกรายวิชา ☐ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☑ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
			05-022-306	การออกแบบบรรจุภัณฑ์ Packaging Design	3(30-30-75)	☐ ยกเลิกรายวิชา ☐ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☑ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
			05-022-409	การตลาดสำหรับธุรกิจชุมชนเพื่อความยั่งยืน	3(45-0-90)	☐ ยกเลิกรายวิชา ☐ ปรับปรุงสาระรายวิชา

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565)			หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570)			สรุปการเปลี่ยนแปลง
				Marketing for Sustainable Community Businesses		☑ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
			05-022-410	การตลาดธุรกิจสู่ธุรกิจ Business-to-Business Marketing	3(45-0-90)	☐ ยกเลิกรายวิชา ☐ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☑ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
			05-023-203	วิเคราะห์ข้อมูลการตลาดดิจิทัล Digital Marketing Analytics	3(30-30-75)	☐ ยกเลิกรายวิชา ☐ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☑ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
			05-023-306	กลยุทธ์คอนเทนต์ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล Data-driven Content Strategies	3(30-30-75)	☐ ยกเลิกรายวิชา ☐ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☑ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
			05-024-307	กลยุทธ์การจัดการลูกค้าและการเจรจาต่อรอง Customer Management Strategies and Negotiation	3(45-0-90)	☐ ยกเลิกรายวิชา ☐ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☑ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม
			05-024-408	การจัดการพันธมิตรทางธุรกิจเชิงกลยุทธ์ Strategic Business Partnership Management	3(45-0-90)	☐ ยกเลิกรายวิชา ☐ ปรับปรุงสาระรายวิชา ☑ รายวิชาใหม่ ☐ คงเดิม

ภาคผนวก ค
ความสอดคล้องระหว่างผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรและรายวิชา

1. การวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชากับผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (หมวดวิชาศึกษาทั่วไป)

รหัสวิชา	รายวิชา	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป							
00-000-001	**วิธีการเรียนรู้ของมนุษย์**	●			●	●	●
	CLO1 อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างการทำงานของสมอง การพัฒนาจิต พฤติกรรม และกระบวนการเรียนรู้ของมนุษย์ พร้อมทั้งเปรียบเทียบหลักการของทฤษฎีการเรียนรู้แบบต่าง ๆ เพื่อกำหนดแนวทางพัฒนาตนเอง	●				●	
	CLO2 ค้นคว้าและประยุกต์ใช้ ทฤษฎีการเรียนรู้และกระบวนการคิด เพื่อนำมาพัฒนาแนวทางการเรียนรู้ตลอดชีวิต และแก้ไขปัญหาทางการศึกษาและการทำงานอย่างเป็นระบบ	●				●	
	CLO3 พัฒนาทักษะการเรียนรู้เชิงรุก ผ่านการสังเกต การใช้กรณีศึกษา และการนำเสนอผลงานอย่างเป็นระบบ รวมถึงการใช้ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตอย่างถูกต้อง	●			●		
	CLO4 แสดงออกถึงคุณลักษณะของบัณฑิตที่พึงประสงค์ โดยมีความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์ตรงต่อเวลา มีความมุ่งมั่นในการเรียน การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน และการทำงานร่วมกับผู้อื่นอย่างมีประสิทธิภาพ					●	●
00-000-002	**ศิลปวิจักษ์**	●		●	●	●	
	CLO1 อธิบายความหมายของศิลปะ ทัศนธาตุของศิลปะ หลักการออกแบบ และพัฒนาการของศิลปะตะวันตก ตะวันออก และไทย	●		●			
	CLO2 วิเคราะห์และวิจารณ์ งานศิลปะ โดยใช้ทักษะการอ่านภาพ พินิจพิเคราะห์ และตีความศิลปะอย่างเป็นระบบ			●	●		
	CLO3 เลือกใช้วัสดุและวิธีการสื่อความในการสร้างสรรค์งานทัศนศิลป์			●	●		
	CLO4 แสดงออกถึงคุณธรรม จริยธรรม และความรับผิดชอบ ในการทำงานร่วมกับผู้อื่น พร้อมตระหนักถึงคุณค่าของศิลปะและวัฒนธรรม					●	●
00-000-003	**ภาษาอังกฤษเชิงวิชาการ**	●	●		●	●	●

รหัสวิชา	รายวิชา	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
	CLO1 วิเคราะห์และตีความ เอกสารทางวิชาการ พร้อมทั้งถอดความ สรุป และประเมินเนื้อหาอย่างเป็นระบบ	●			●		
	CLO2 ฝึกปฏิบัติการเขียนเชิงวิชาการ ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้เหมาะสมกับบริบทและวัตถุประสงค์ทางวิชาการ				●		●
	CLO3 แสดงออกถึงจรรยาบรรณทางวิชาการ ความซื่อสัตย์ในการใช้ข้อมูล และการหลีกเลี่ยงการคัดลอกผลงานทางวิชาการ				●	●	
	CLO4 เลือกใช้เครื่องมือดิจิทัลและแพลตฟอร์มออนไลน์ในการสืบค้นข้อมูล การจัดการเอกสาร และการอ้างอิงแหล่งข้อมูลเชิงวิชาการได้อย่างถูกต้อง		●				●

รหัสวิชา	รายวิชา	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
00-000-004	**จริยศาสตร์สำหรับมนุษย์**	●			●	●	
	CLO1 อธิบายทฤษฎีจริยธรรมและอภิจริยศาสตร์ พร้อมทั้งเชื่อมโยงกับแนวทางการดำเนินชีวิตและการทำงานอย่างมีจริยธรรม	●				●	
	CLO2 แสดงแนวคิดและวิเคราะห์ ประเด็นขัดแย้งทางจริยธรรม รวมถึงบทบาทของวัฒนธรรมและประเพณีที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมทางจริยธรรม				●	●	
	CLO3 แก้ไขปัญหาทางจริยธรรม ที่พบเจอในชีวิตประจำวัน โดยใช้แนวคิดเชิงระบบและเหตุผลอย่างรอบคอบ				●	●	
	CLO4 แสดงออกถึงคุณธรรมและจริยธรรม การรู้ผิด-ถูก ชั่ว-ดี และการปฏิบัติตนตามจรรยาบรรณของบัณฑิตที่พึงประสงค์				●	●	
00-000-005	**สมาธิเพื่อการพัฒนาชีวิต**	●		●	●	●	●
	CLO1 อธิบายหลักการพื้นฐานของสมาธิ ทั้งในเชิงทฤษฎีและปฏิบัติ รวมถึงผลกระทบของสมาธิต่อร่างกายและจิตใจ	●				●	
	CLO2 วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคในการฝึกสมาธิ พร้อมทั้งเชื่อมโยงกับภูมิปัญญาท้องถิ่นและแนวคิดระดับสากล				●	●	
	CLO3 ประยุกต์ใช้เทคนิคและวิธีการฝึกสมาธิเพื่อเสริมสร้างสมาธิในการเรียนการทำงาน และการดำเนินชีวิตอย่างสมดุล			●		●	
	CLO4 แสดงออกถึงคุณธรรมและจริยธรรม ในการดำรงชีวิต ความซื่อสัตย์สุจริต วินัย ความรับผิดชอบ จิตอาสา และการเคารพกฎระเบียบของสังคม					●	●

รหัสวิชา	รายวิชา	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
00-000-006	**ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม**	●	●	●	●	●	
	CLO1 วิเคราะห์นโยบายด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม พร้อมประเมินนวัตกรรมในอดีตเพื่อสังเคราะห์แนวทางพัฒนาในอนาคต	●	●				
	CLO2 พัฒนาและออกแบบแนวคิดสร้างสรรค์สำหรับผลิตภัณฑ์ บริการ และกระบวนการใหม่ ๆ ให้เป็นนวัตกรรมที่ใช้งานได้จริง	●		●			
	CLO3 วิเคราะห์บทบาทของนวัตกรรมในธุรกิจ และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันและพัฒนาคุณภาพชีวิต	●	●				
	CLO4 ออกแบบ พัฒนา และนำเสนอโครงงานนวัตกรรมโดยทำงานร่วมกับทีมอย่างมีประสิทธิภาพ			●	●		
	CLO5 แสดงออกถึงคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในวิชาชีพ รวมถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและการทำงานร่วมกับผู้อื่นอย่างมีจิตสาธารณะ				●	●	
00-000-007	**การศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการมหาเศรษฐี**	●			●	●	●
	CLO1 อธิบายแนวคิดพื้นฐานของความสำเร็จและความมั่งคั่ง เพื่อกำหนดเป้าหมายและออกแบบแนวทางการดำเนินชีวิตที่ส่งเสริมการเรียนรู้ การทำงาน และการดำรงชีวิตอย่างมีประสิทธิภาพ	●				●	
	CLO2 อธิบายและเชื่อมโยงหลักการสำคัญ 13 ประการจาก “คิดแล้วรวย” ของนโปเลียน ฮิลล์	●			●		
	CLO3 พัฒนาทักษะการเอาชนะอุปสรรคและความกลัว เพื่อสร้างกรอบความคิดแบบเศรษฐี	●					●
	CLO4 ประยุกต์ใช้จริยธรรมและอุปนิสัยของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ในการดำเนินธุรกิจและการใช้ชีวิต เพื่อสร้างความมั่นคงและความมั่งคั่งอย่างยั่งยืน					●	●
รหัสวิชา	**รายวิชา**	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
00-000-008	**แนวคิดแบบผู้ประกอบการ**	●		●	●	●	●

	CLO1 อธิบายรูปแบบของธุรกิจ กระบวนการเป็นผู้ประกอบการ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการเริ่มต้น เติบโต และประสบความสำเร็จของกิจการ	●					●
	CLO2 วิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ กลยุทธ์การสร้างแผนธุรกิจ และแนวทางการหาผู้สนับสนุนทางการเงินสำหรับธุรกิจใหม่	●		●			
	CLO3 ประยุกต์ใช้แนวคิดและทักษะของผู้ประกอบการในการระบุและแก้ไขปัญหาทางธุรกิจอย่างสร้างสรรค์และเป็นระบบ	●					●
	CLO4 สื่อสารแนวคิดทางธุรกิจและนำเสนอแผนงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความเข้าใจและความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	●			●		●
	CLO5 ปฏิบัติตามจรรยาบรรณทางธุรกิจและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง รวมถึง พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และหลักการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ					●	●
00-000-009	**การพัฒนาอย่างยั่งยืน**	●	●		●	●	
	CLO1 ออกแบบวิธีการดำเนินชีวิตที่สอดคล้องกับหลักการพัฒนาตนเอง และการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน เพื่อการเรียนรู้ การทำงานและการดำรงชีวิต	●				●	
	CLO2 อธิบายแนวทางการพัฒนาตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ทั้งในระดับสังคมไทยและระดับโลก	●				●	
	CLO3 วิเคราะห์สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ทั้งในระดับสังคมไทยและสังคมโลก สามารถเลือกใช้เทคโนโลยีดิจิทัลได้เหมาะสม เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลง	●	●				
	CLO4 แสดงออกถึงลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์และการเป็นพลเมืองโลก ที่มีทัศนคติ ความตระหนักรู้ พฤติกรรม และวิถีชีวิตที่สอดคล้องกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน				●	●	

รหัสวิชา	รายวิชา	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
00-000-010	**การเสริมสร้างสังคมสุจริต**	●			●	●	●
	CLO1 อธิบายหลักการความเป็นพลเมืองดีในสังคมประชาธิปไตย และคุณลักษณะของบุคคลที่มีมโนธรรมประจำใจ รวมถึงความซื่อสัตย์ ความเที่ยงธรรม ความน่าเชื่อถือ และความรับผิดชอบต่อสังคม				●	●	
	CLO2 แสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ความน่าเชื่อถือ ความเท่าเทียมกัน และเจตคติทางบวกในการดำรงตนเป็นพลเมืองที่ดี					●	●
	CLO3 คิด วิเคราะห์ และตัดสินใจอย่างมีคุณธรรมจริยธรรม เพื่อปฏิบัติตนเป็นพลเมืองที่ไม่ทนต่อการทุจริต และส่งเสริมค่านิยมในการต่อต้านคอร์รัปชัน	●				●	
	CLO4 พัฒนาจิตสาธารณะและจิตสำนึกทางศีลธรรมของพลเมือง ผ่านกิจกรรมการเรียนรู้แบบปฏิบัติการ และการศึกษาภาคสนามเพื่อสร้างความตระหนักในบทบาทหน้าที่ของพลเมือง					●	●
00-000-011	**ปัญหาสังคม**	●			●	●	
	CLO1 อธิบายแนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับปัญหาสังคม รวมถึงสาเหตุและผลกระทบของปัญหาในระดับท้องถิ่นและระดับโลก พร้อมทั้งแนวทางการแก้ไขที่มีอยู่ในสังคมไทยและต่างประเทศ	●				●	
	CLO2 วิเคราะห์ปัญหาสังคมโดยใช้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง มีทักษะในการคิดวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อเสนอแนวทางแก้ไข รวมถึงการทำงานเป็นทีมในการศึกษาประเด็นปัญหาสังคม				●	●	
	CLO3 แสดงออกถึงจิตสำนึกต่อสังคมและชุมชน เคารพความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความคิดเห็น พร้อมทั้งมีความตั้งใจในการมีส่วนร่วมพัฒนาสังคม				●	●	
	CLO4 ประยุกต์ใช้ความรู้ในการวิเคราะห์ปัญหาสังคมในชีวิตประจำวัน มีความสามารถในการพัฒนาโครงการหรือกิจกรรมที่ช่วยแก้ไขปัญหาสังคม และสามารถสื่อสารข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหาสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ				●	●	
รหัสวิชา	**รายวิชา**	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
00-000-012	**รู้เท่าทันโลกการเปลี่ยนแปลง**	●	●		●	●	●

	CLO1 วิเคราะห์ความเชื่อมโยงของกระบวนการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมในระดับโลก พร้อมทั้งประเมินผลกระทบในมิติต่าง ๆ และแนวทางการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืนด้วยวิจารณญาณ	●				●	
	CLO2 ประยุกต์ใช้ความรู้เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงระดับโลกในการพัฒนาการเรียนรู้ การทำงาน และวิถีชีวิต ภายใต้โอกาสและความท้าทายที่เกิดขึ้น	●				●	●
	CLO3 ค้นคว้าและนำเสนอข้อมูลทางวิชาการ ผ่านการสังเกต การยกตัวอย่างกรณีศึกษา และการใช้ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตอย่างถูกต้องและเป็นระบบ		●		●		
	CLO4 แสดงออกถึงคุณลักษณะของบัณฑิตที่พึงประสงค์และความเป็นพลเมืองโลก โดยมีความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์ ตรงต่อเวลา มีความมุ่งมั่นในการเรียน ร่วมมือทำงานเป็นกลุ่ม และรักษาความสัมพันธ์ที่ดีในสังคมการเรียนรู้				●	●	
00-000-013	**ความเป็นพลเมืองโลก**	●	●	●	●	●	
	CLO1 อธิบายแนวคิดความเป็นพลเมืองโลก รวมถึงคุณค่าและลักษณะนิสัยที่จำเป็นในการเป็นพลเมืองที่รับผิดชอบต่อสังคมโลก	●					
	CLO2 วิเคราะห์ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล สถาบัน และสังคมทั่วโลกในประเด็นต่าง ๆ เพื่อทำความเข้าใจผลกระทบของโลกาภิวัตน์				●	●	
	CLO3 ประเมินผลกระทบของความไม่เสมอภาคและความไม่เท่าเทียมในมิติต่าง ๆ เช่น สังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และเทคโนโลยี		●			●	
	CLO4 ค้นคว้าและวิเคราะห์ประสบการณ์จริงผ่านการสังเกตและกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับความเป็นพลเมืองโลก เพื่อนำไปสู่ความเข้าใจที่ลึกซึ้งและการเชื่อมโยงกับเหตุการณ์ปัจจุบัน			●		●	

รหัสวิชา	รายวิชา	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
00-000-014	**การค้นหาอาชีพแห่งอนาคต**	●		●	●	●	●
	CLO1 อธิบายปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกอาชีพ เช่น ความสนใจส่วนตัว ความสามารถ ค่านิยม และความต้องการของตลาดแรงงาน	●				●	
	CLO2 จำแนกอาชีพต่าง ๆ ตามมาตรฐานการจัดประเภทขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (ILO) โดยค้นหาข้อมูลจากฐานข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้อง	●			●		

	CLO3 วิเคราะห์อาชีพที่เกี่ยวข้องกับงานสีเขียว และการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรม ที่มุ่งสู่เศรษฐกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม			●		●	
	CLO4 ทำนายแนวโน้มและระบุการเปลี่ยนแปลงในตลาดแรงงาน รวมถึงอาชีพที่มีแนวโน้มเติบโตในอนาคต				●		●
00-000-015	**เศรษฐศาสตร์ในชีวิตประจำวัน**	●	●			●	●
	CLO1 กำหนดเป้าหมายและแนวทางการดำเนินชีวิต ตามหลักเศรษฐศาสตร์ พร้อมทั้งปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ	●				●	
	CLO2 เลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม ในการสืบค้นข้อมูล วิเคราะห์ และสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมตามเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน		●			●	
	CLO3 วางแผนทางการเงินเพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจของครัวเรือน โดยคำนึงถึงรายได้ รายจ่าย การออม และภาระหนี้สินอย่างยั่งยืน	●					●
	CLO4 อธิบายกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง กับสิทธิของผู้บริโภค ระบบการเงิน การคลัง และการจัดการความเสี่ยงทางเศรษฐกิจ	●				●	

รหัสวิชา	รายวิชา	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
00-000-016	**การออกกำลังกายและการส่งเสริมสุขภาพ**	●			●	●	●
	CLO1 วิเคราะห์หลักการออกกำลังกายเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดต่อสมรรถภาพทางกายและสุขภาพ	●				●	
	CLO2 ประยุกต์ใช้ทักษะพื้นฐานในการเล่นกีฬาเพื่อพัฒนาสู่ความเป็นเลิศทางกีฬา				●		●
	CLO3 พัฒนาสมรรถภาพทางกายเพื่อความแข็งแรงและส่งเสริมสุขภาพที่ดีอย่างยั่งยืน					●	●
	CLO4 ตระหนักถึงผลกระทบของพฤติกรรมเสี่ยงและสารเสพติด ที่ส่งผลต่อสุขภาพกาย สุขภาพจิต และสังคม	●				●	
	CLO5 ออกแบบและประเมินแผนการเสริมสร้างสมรรถภาพทางกาย โดยใช้การทดสอบสมรรถภาพทางกายและกิจกรรมการออกกำลังกายที่เหมาะสมกับสุขภาพแต่ละบุคคล					●	●
00-000-017	**ทักษะการคิดนอกกรอบ**	●		●	●		●
	CLO1 อธิบายหลักการและความสำคัญของการคิดนอกกรอบในบริบทของการพัฒนานวัตกรรมและการแก้ปัญหา	●		●			●
	CLO2 ใช้กระบวนการคิดสร้างสรรค์และการตัดสินใจโดยการประยุกต์ใช้เทคนิคการคิดนอกกรอบ	●		●	●		
	CLO3 ประเมินและปรับปรุงแนวทางการใช้ความคิดนอกกรอบในสถานการณ์ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ	●		●			●
	CLO4 แสดงความรับผิดชอบต่อหน้าที่ในฐานะพลเมืองที่ดี และพัฒนาคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ให้มีความพร้อมต่อการดำเนินชีวิตและการทำงานอย่างมีคุณธรรม				●	●	●

รหัสวิชา	รายวิชา	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
00-000-018	**ทักษะสำหรับโลกดิจิทัล**	●	●		●	●	●
	CLO1 อธิบายผลกระทบของกิจกรรมบนโลกออนไลน์ต่อบุคคล การศึกษา และการประกอบวิชาชีพ พร้อมวิเคราะห์การเชื่อมโยงระหว่างระดับโลก ระดับชาติ ระดับท้องถิ่นและระดับบุคคล	●				●	
	CLO2 เลือกใช้ทักษะดิจิทัลขั้นพื้นฐานในการสื่อสาร ค้นหาข้อมูล และดำเนินการเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้และการทำงาน		●		●		
	CLO3 ประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลและรักษาความมั่นคงและความเป็นส่วนตัวในโลกออนไลน์		●			●	
	CLO4 นำความรู้และทักษะดิจิทัลไปใช้ในการแก้ไขปัญหาและตัดสินใจในสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมออนไลน์ โดยแสดงออกถึงความรับผิดชอบในฐานะพลเมือง					●	●
00-000-019	**โลกาภิวัตน์และสื่อยุคใหม่**	●	●	●	●	●	
	CLO1 อธิบายแนวคิดหลักและผลกระทบของโลกาภิวัตน์และสื่อยุคใหม่ที่มีต่อวิถีชีวิตส่วนบุคคลและการเรียนรู้	●				●	
	CLO2 เลือกใช้แนวทางการพัฒนาสังคมตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนเพื่อการคัดสรรและจัดการสื่อยุคใหม่ในบริบทของเศรษฐศาสตร์และการเมือง	●				●	
	CLO3 อธิบายลักษณะและการทำงานของเทคโนโลยีดิจิทัลที่ส่งผลต่อการบริโภคและการผลิตสื่อยุคใหม่		●	●			
	CLO4 นำหลักจริยธรรมและแนวทางการปฏิบัติที่เหมาะสมมาใช้ในการบริโภคและผลิตสื่อยุคใหม่เพื่อแสดงออกถึงความรับผิดชอบในฐานะพลเมืองดิจิทัล				●	●	

รหัสวิชา	รายวิชา	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
00-000-020	**แนะนำปัญญาประดิษฐ์**	●	●			●	●
	CLO1 อธิบายแนวคิดพื้นฐาน หลักการ และวิธีการที่เกี่ยวข้องกับปัญญาประดิษฐ์ พร้อมระบุบทบาทของ AI ในการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและการทำงาน	●	●				
	CLO2 อธิบายการนำ AI ไปใช้ในภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืนในสังคม	●				●	
	CLO3 ประเมินและเลือกใช้เทคโนโลยี AI ในการแก้ไขปัญหาและเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการในภาคธุรกิจและอุตสาหกรรม		●				●
	CLO4 อธิบายจริยธรรมและข้อพึงระวังในการใช้ AI เพื่อรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและความเป็นส่วนตัว พร้อมแสดงออกถึงคุณลักษณะพลเมืองดิจิทัลและบัณฑิตที่พึงประสงค์					●	●
00-000-021	**การกิน การออกกำลังกาย และสุขภาพ**	●	●			●	●
	CLO1 อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างอาหาร การออกกำลังกาย และสุขภาพ รวมถึงแนวทางการบริโภคอาหารที่เหมาะสมตามคำแนะนำขององค์การอนามัยโลก	●				●	
	CLO2 วิเคราะห์บทบาทหน้าที่ของสารอาหารที่จำเป็นต่อบุคคลกลุ่มต่าง ๆ และการวางแผนมื้ออาหารให้เหมาะสมตามสภาวะสุขภาพ	●	●				
	CLO3 ประเมินผลกระทบของอาหารขยะ วัตถุเจือปนในอาหาร และอาหารสะดวกซื้อที่มีต่อสุขภาพ และเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาทางโภชนาการอย่างเป็นระบบ	●				●	
	CLO4 เลือกใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการค้นหาและวิเคราะห์ข้อมูลด้านโภชนาการและสุขภาพ พร้อมทั้งปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีด้านอาหารและการออกกำลังกาย		●				●
	CLO5 แสดงออกถึงการเป็นพลเมืองที่ตระหนักถึงสิทธิและหน้าที่ของตนเอง เคารพกฎเกณฑ์ของสังคม และปฏิบัติตนอย่างมีจริยธรรมในการเลือกบริโภคอาหารและดูแลสุขภาพ					●	●

2. การวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชากับผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (หมวดวิชาเฉพาะ)

รหัสวิชา	รายวิชา	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
05-111-101	**การบัญชีในงานธุรกิจ**	●	●			●	●
	CLO1 อธิบายหลักการ แนวคิด และวงจรการบัญชี สำหรับกิจการประเภทบริการ พาณิชยกรรม และ อุตสาหกรรมได้อย่างถูกต้อง	●	●				
	CLO2 ประยุกต์ใช้เทคนิคการตีความข้อมูลทางบัญชี รายงานทางการเงินสำหรับการวางแผน และ ตัดสินใจทางธุรกิจเบื้องต้นได้	●				●	
	CLO3 สื่อสารกับผู้อื่นโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและนำเสนอผลงานได้		●				●
05-211-101	**หลักการตลาด**	●	●	●	●		
	CLO1 อธิบายบทบาทและความสำคัญของการตลาด ที่มีต่อสังคม เศรษฐกิจ และองค์กรธุรกิจ รวมถึงแนวคิดด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมทางการตลาดได้อย่างถูกต้อง	●					
	CLO2 อธิบายถึงกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลและระบบสารสนเทศทางการตลาดในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้	●	●				
	CLO3 นำเสนอโอกาสทางการตลาดสำหรับธุรกิจได้อย่างเหมาะสม			●	●		
05-311-001	**สถิติธุรกิจ**	●	●	●			
	CLO1 อธิบายหลักการและเทคนิคทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจได้	●	●				
	CLO2 ประยุกต์ใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีสารสนเทศในการเก็บรวบรวม วิเคราะห์ และตีความข้อมูลทางสถิติเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ	●	●				
	CLO3 เลือกใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลที่สร้างสรรค์เพื่อแก้ปัญหาทางธุรกิจและการคาดการณ์แนวโน้มทางธุรกิจ		●	●			

รหัสวิชา	รายวิชา	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
05-311-002	**หลักเศรษฐศาสตร์**	●		●		●	●

	CLO1 อธิบายหลักการพื้นฐานทางเศรษฐศาสตร์ ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ความยืดหยุ่นของอุปสงค์และอุปทาน และทฤษฎีการผลิตและต้นทุนการผลิตได้	●		●			
	CLO2 จำแนกตลาดแข่งขันประเภทต่าง ๆ และผลกระทบของนโยบายการเงินและการคลังต่อเศรษฐกิจระดับมหภาค	●				●	
	CLO3 ประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางเศรษฐศาสตร์ให้เข้ากับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ	●					●
05-311-101	**การจัดการและพฤติกรรมองค์การ**	●			●	●	●
	CLO1 อธิบายหลักการ แนวคิด และทฤษฎีด้านการจัดการและพฤติกรรมองค์การได้อย่างถูกต้อง	●					●
	CLO2 ระบุถึงบทบาท หน้าที่ ทัศนคติที่ดีต่องานอาชีพ ความซื่อสัตย์สุจริต จรรยาบรรณและความรับผิดชอบต่อตนเองและส่วนรวม				●	●	
	CLO3 อธิบายถึงความสำคัญของคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณในวิชาชีพ					●	●
05-311-205	**การเงินธุรกิจ**	●	●				●
	CLO1 อธิบายหลักการพื้นฐานของการจัดการการเงินและตลาดการเงินได้อย่างถูกต้อง	●					●
	CLO2 อธิบายงบการเงินที่สอดคล้องกับผลประกอบการของธุรกิจได้	●	●				
	CLO3 ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการเงินในการวิเคราะห์ผลประกอบการของธุรกิจได้		●				●

รหัสวิชา	รายวิชา	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
05-411-101	**เทคโนโลยีธุรกิจดิจิทัล**	●	●				●
	CLO1 อธิบายแนวคิด องค์ประกอบของเทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างถูกต้อง	●	●				
	CLO2 อธิบายบทบาทและความสำคัญของเทคโนโลยีดิจิทัลต่อองค์กรและการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบเคลื่อนที่ได้		●				●
	CLO3 ใช้เครื่องมือเทคโนโลยีดิจิทัลในการปฏิบัติงานพื้นฐานสำหรับองค์กรได้		●				●
05-021-101	**พฤติกรรมผู้บริโภคและข้อมูลเชิงลึกลูกค้า**	●	●	●	●	●	

	CLO1 อธิบายแนวคิด ทฤษฎี และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในบริบทช่องทางกายภาพและช่องทางดิจิทัล	●					
	CLO2 อธิบายขั้นตอนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคและยกตัวอย่างการประยุกต์ใช้กับสถานการณ์พื้นฐาน	●		●			
	CLO3 จัดทำแผนภาพเส้นทางประสบการณ์ลูกค้าในระดับพื้นฐาน โดยระบุจุดสัมผัสของลูกค้าที่สำคัญและสรุปข้อค้นพบเบื้องต้น			●	●		
	CLO4 ใช้เครื่องมือดิจิทัลพื้นฐานเพื่อรวบรวมและสรุปข้อมูลลูกค้าเบื้องต้น พร้อมปฏิบัติตามจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อข้อมูลลูกค้า		●			●	

รหัสวิชา	รายวิชา	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
05-021-202	**การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา**	●		●		●	
	CLO1 อธิบายแนวคิดการจัดการผลิตภัณฑ์ การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ และวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ได้อย่างถูกต้อง	●		●			
	CLO2 ระบุการตัดสินใจเกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์และแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	●		●			
	CLO3 อธิบายแนวคิดและกลยุทธ์การกำหนดราคา รวมถึงการกำหนดราคาของผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย และการกำหนดราคาสำหรับการจำหน่ายออนไลน์	●					
	CLO4 ประยุกต์ใช้ข้อมูลผลิตภัณฑ์และราคาเพื่อเสนอทางเลือกด้านผลิตภัณฑ์และราคา โดยคำนึงถึงความเป็นธรรมและจริยธรรมทางการตลาด	●				●	
05-021-203	**การจัดการช่องทางการตลาด**	●		●	●		
	CLO1 อธิบายแนวคิด โครงสร้าง และปัจจัยแวดล้อมที่มีผลต่อการออกแบบช่องทางการตลาด	●					

	CLO2 อธิบายบทบาทสมาชิกในช่องทางการตลาดและสถาบันคนกลาง	●		●			
	CLO3 จำแนกระบบช่องทางการตลาด แบบผสานดั้งเดิมและออนไลน์			●	●		
	CLO4 เลือกใช้หลักการจัดการช่องทางเพื่อเสนอแนวทางการควบคุมช่องทางการตลาด			●	●		
05-021-204	**การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ**	●	●	●	●	●	
	CLO1 อธิบายหลักการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและเครื่องมือการสื่อสารการตลาด			●			
	CLO2 วิเคราะห์สถานการณ์ตลาดและผู้บริโภคเพื่อกำหนดวัตถุประสงค์และกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด	●		●			
	CLO3 ออกแบบและจัดทำแผนการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ		●	●	●		
	CLO4 ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์เพื่อพัฒนางานแคมเปญและการนำเสนอโดยคำนึงถึงจริยธรรม กฎหมาย และความเป็นส่วนตัวของข้อมูล		●		●	●	
รหัสวิชา	**รายวิชา**	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
05-021-305	**การวิจัยการตลาด**	●	●		●	●	
	CLO1 อธิบายแนวคิดพื้นฐาน ระเบียบวิธี และขั้นตอนของกระบวนการวิจัยการตลาด	●					
	CLO2 กำหนดปัญหา การทบทวนวรรณ วัตถุประสงค์การวิจัย กรรมออกแบบแผนการวิจัย และการเลือกวิธีการรวบรวมข้อมูลอย่างเหมาะสม		●				
	CLO3 ประยุกต์ใช้วิธีการรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อะอภิปรายผล และสรุปผลการวิจัย พร้อมจัดทำรายงานอย่างเป็นระบบ		●		●		
	CLO4 ปฏิบัติตามจริยธรรมการวิจัยและหลักการจัดการข้อมูล รวมถึงการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูล					●	
05-022-201	**การตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์**	●	●	●		●	●
	CLO1 อธิบายหลักการ กลยุทธ์ และรูปแบบธุรกิจของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	●					
	CLO2 อธิบายแนวคิดการจัดการแพลตฟอร์ม พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ ระบบการชำระเงิน เพื่อออกแบบกระบวนการดำเนินงานร้านค้าออนไลน์			●			●
	CLO3 เก็บรวบรวมข้อมูลการตลาดเพื่อสรุปผลการดำเนินงานของการตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์		●				

	CLO4 อธิบายประเด็นกฎหมาย จริยธรรม และความปลอดภัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทางการตลาด					●	

รหัสวิชา	รายวิชา	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
05-022-202	**การตลาดฮาลาลเพื่อผู้ประกอบการ**	●		●		●	
	CLO1 อธิบายแนวคิดและความสำคัญของตลาดฮาลาล รวมถึงมาตรฐานและกระบวนการรับรองฮาลาล	●				●	
	CLO2 อธิบายพฤติกรรมผู้บริโภคมุสลิมและหลักการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับตลาดฮาลาล	●		●			
	CLO3 อธิบายแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างตราสินค้า และการกำหนดส่วนประสมการตลาดสำหรับตลาดฮาลาลในกรณีศึกษา			●			
	CLO4 เลือกช่องทางจัดจำหน่ายและแนวทางการตลาดดิจิทัลเพื่อการขยายตลาดสู่ต่างประเทศ พร้อมคำนึงถึงกฎหมายและจริยธรรม และนำเสนอกรณีศึกษา	●		●		●	
05-022-303	**นวัตกรรมและการเป็นผู้ประกอบการทางการตลาด**	●	●	●		●	●
	CLO1 อธิบายแนวคิดนวัตกรรมและวิถีการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่	●					
	CLO2 ใช้กระบวนการค้นหาโอกาสทางการตลาดจากความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง	●		●			
	CLO3 สร้างต้นแบบและทดสอบแนวคิดธุรกิจเชิงพาณิชย์ พร้อมจัดทำแบบจำลองธุรกิจโดยใช้ข้อมูลและเทคโนโลยีดิจิทัลสนับสนุนการตัดสินใจของผู้ประกอบการ		●				●
	CLO4 อธิบายแนวทางบริหารความเสี่ยง ทรัพย์สินทางปัญญา จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคมในการดำเนินกิจการผู้ประกอบการ					●	

รหัสวิชา	รายวิชา	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
05-022-304	**การจัดการธุรกิจค้าปลีก**	●	●		●		●
	CLO1 อธิบายแนวคิดและความสำคัญของการค้าปลีกสมัยใหม่ ประเภทของร้านค้าปลีก และการแบ่งส่วนตลาดค้าปลีก	●					
	CLO2 จัดทำแผนและกลยุทธ์การค้าปลีกในระดับต้น รวมถึงการเลือกทำเลที่ตั้งและรูปแบบการจัดการร้านค้าปลีก	●					●
	CLO3 ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสนับสนุนการจัดการร้านค้าปลีกและการยกระดับประสบการณ์ลูกค้า		●				●
	CLO4 กำหนดแนวทางควบคุมและวัดผลความสำเร็จการจัดการค้าปลีกด้วยตัวชี้วัดที่เหมาะสม และนำเสนอผลการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ		●		●		
05-022-305	**การเป็นผู้ประกอบการค้าชายแดน**	●		●		●	●
	CLO1 อธิบายแนวคิดและโอกาสของการเป็นผู้ประกอบการค้าชายแดน รวมถึงบริบทเศรษฐกิจภูมิภาคและการค้าชายแดน	●					
	CLO2 อธิบายตลาดชายแดนและผู้บริโภคข้ามวัฒนธรรมเพื่อกำหนดแนวทางการจัดการสินค้า ราคา ช่องทาง และโลจิสติกส์ในระดับต้น	●		●			
	CLO3 อธิบายกฎระเบียบศุลกากรและปัจจัยความเสี่ยงทางธุรกิจ พร้อมเสนอแนวทางบริหารความเสี่ยงเบื้องต้นอย่างมีความรับผิดชอบ					●	●
	CLO4 จัดทำแนวทางสร้างเครือข่ายและพันธมิตรทางธุรกิจสำหรับการค้าชายแดน และนำเสนอกรณีศึกษาอย่างเป็นระบบ					●	●

รหัสวิชา	รายวิชา	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
05-022-306	**การออกแบบบรรจุภัณฑ์**			●	●	●	
	CLO1 อธิบายหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การออกแบบฉลาก และเทคนิคการพิมพ์ รวมถึงปัจจัยสำคัญของบรรจุภัณฑ์			●			
	CLO2 ประยุกต์ใช้หลักการออกแบบกราฟิกบนรูปทรงสามมิติเพื่อพัฒนาแนวคิดบรรจุภัณฑ์ที่สื่อสารคุณค่าตราสินค้า			●			
	CLO4 ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยคำนึงถึงเทคโนโลยีสีเขียว วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการนำกลับมาใช้ใหม่			●		●	
	CLO5 ทดสอบแบบบรรจุภัณฑ์ทั้งรูปแบบกายภาพและแบบจำลองดิจิทัล และนำเสนอเหตุผลการออกแบบอย่างเป็นระบบ				●	●	
05-022-307	**การสร้างสรรค์คอนเทนต์ทางการตลาด**		●	●		●	
	CLO1 อธิบายกระบวนการวางแผนและผลิตเนื้อหาการตลาดดิจิทัลตั้งแต่การกำหนดวัตถุประสงค์จนถึงการเผยแพร่บนแพลตฟอร์มดิจิทัล			●			
	CLO2 วิเคราะห์อินไซต์ผู้บริโภคเพื่อกำหนดแนวคิดและกลยุทธ์เนื้อหาที่สอดคล้องกับเป้าหมายการตลาด		●	●			
	CLO3 ออกแบบและพัฒนาเนื้อหาการตลาดดิจิทัล พร้อมจัดทำสคริปต์และแผนการผลิตให้เหมาะสมกับช่องทางสื่อสาร			●			
	CLO4 ใช้เครื่องมือดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์สนับสนุนการถ่ายทำ ตัดต่อ และปรับปรุงเนื้อหาอย่างรับผิดชอบ		●			●	

รหัสวิชา	รายวิชา	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
05-022-408	**การศึกษาความเป็นไปได้โครงการทางการตลาด**	●	●			●	
	CLO1 อธิบายแนวคิดโครงการและขั้นตอนการศึกษาความเป็นไปได้เบื้องต้น รวมถึงการกลั่นกรองโครงการ	●					
	CLO2 วิเคราะห์อุตสาหกรรมและการแข่งขัน และวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงินของโครงการอย่างเป็นระบบ	●				●	
	CLO3 ใช้ข้อมูลเพื่อจัดทำข้อเสนอการตัดสินใจลงทุน โดยระบุสมมติฐาน ความเสี่ยง และข้อจำกัดของโครงการอย่างเหมาะสม		●			●	
	CLO4 ใช้ปัญญาประดิษฐ์สนับสนุนการวิเคราะห์ข้อมูลการตลาดและการเงิน และปฏิบัติตามจริยธรรมและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับข้อมูล		●			●	
05-022-409	**การตลาดสำหรับธุรกิจชุมชนเพื่อความยั่งยืน**	●	●	●	●	●	
	CLO1 อธิบายแนวคิดและบทบาทเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจชุมชนเพื่อความยั่งยืน และแนวคิดการตลาดแบบองค์รวม	●					
	CLO2 วิเคราะห์แบบจำลองธุรกิจชุมชนเพื่อสร้างคุณค่าลูกค้าและความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน	●				●	
	CLO3 ประยุกต์ใช้เครื่องมือการตลาดดิจิทัลและเทคโนโลยีเพื่อสร้างความผูกพันและสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจชุมชน		●	●			
	CLO4 จัดทำแนวทางการจัดการการตลาดของธุรกิจชุมชนพร้อมนำเสนอแนวคิดอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม	●			●	●	
05-022-410	**การตลาดธุรกิจสู่ธุรกิจ**	●	●	●		●	●
	CLO1 อธิบายพื้นฐานการตลาดธุรกิจสู่ธุรกิจ โครงสร้างตลาดอุตสาหกรรม และความแตกต่างจากตลาดผู้บริโภค	●					

รหัสวิชา	รายวิชา	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
	CLO2 วิเคราะห์พฤติกรรมผู้ซื้อองค์กรและกระบวนการจัดซื้อเพื่อกำหนดการแบ่งส่วนตลาด กลุ่มเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งธุรกิจ และข้อเสนอคุณค่าเชิงธุรกิจ	●		●			
	CLO3 ประยุกต์ใช้กลยุทธ์การจัดการลูกค้ารายสำคัญ การพยากรณ์ความต้องการ และการวิเคราะห์กระบวนการขายเพื่อสร้างโอกาสทางการขาย		●				●
	CLO4 กำหนดแนวทางการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ด้านราคาและการกำกับดูแลกิจการ โดยยึดจริยธรรมและธรรมาภิบาลในการดำเนินธุรกิจสู่ธุรกิจ					●	●
05-023-201	**ปัญญาประดิษฐ์สำหรับนักการตลาด**		●	●		●	
	CLO1 อธิบายความหมาย หลักการพื้นฐาน และบทบาทของปัญญาประดิษฐ์ที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาด		●				
	CLO2 อธิบายแนวทางการใช้ปัญญาประดิษฐ์เพื่อสนับสนุนการวิเคราะห์ข้อมูลการตลาดและการจัดทำอินไซต์ในระดับพื้นฐาน		●				
	CLO3 ใช้เครื่องมือปัญญาประดิษฐ์และระบบอัตโนมัติในระดับพื้นฐานเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานการตลาดและการพัฒนางานสื่อสารการตลาด		●	●			
	CLO4 ปฏิบัติตามหลักจริยธรรม ความรับผิดชอบ และข้อจำกัดของการใช้ปัญญาประดิษฐ์สำหรับงานการตลาด					●	
05-023-202	**การตลาดสื่อสังคมออนไลน์**		●	●	●	●	
	CLO1 อธิบายกรอบแนวคิด แนวโน้ม และประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงปัจจัยความสำเร็จและความท้าทายในการดำเนินงาน			●			
	CLO2 จัดทำแผนการสื่อสารและการรณรงค์การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในระดับพื้นฐาน พร้อมกำหนดรูปแบบเนื้อหาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย			●	●		
	CLO3 ใช้เครื่องมือดิจิทัลพื้นฐานเพื่อวัดผลการดำเนินงานของสื่อสังคมออนไลน์และสรุปผลเพื่อปรับปรุงกิจกรรมการตลาด		●				

รหัสวิชา	รายวิชา	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
	CLO4 ปฏิบัติตามหลักจริยธรรมและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการตลาดสื่อสังคมออนไลน์					●	
05-023-203	**วิเคราะห์ข้อมูลการตลาดดิจิทัล**		●	●	●		
	CLO1 อธิบายแนวคิดระบบนิเวศข้อมูลการตลาดดิจิทัลและแหล่งข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการตัดสินใจทางการตลาด		●				
	CLO2 เชื่อมต่อและบูรณาการข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สื่อโฆษณา และระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าในระดับพื้นฐาน		●				
	CLO3 ระบุตัวชี้วัดผลการดำเนินงานหลักและออกแบบแดชบอร์ดเพื่อการติดตามและการสื่อสารผลการดำเนินงานทางการตลาด		●		●		
	CLO4 ประยุกต์ใช้การแบ่งส่วนตลาดเชิงพฤติกรรมและการพยากรณ์เบื้องต้นเพื่อสนับสนุนการเพิ่มประสิทธิภาพแคมเปญในระดับที่เหมาะสม		●	●			

รหัสวิชา	รายวิชา	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
05-023-304	**การตลาดดิจิทัล**		●	●	●		
	CLO1 อธิบายแนวคิดระบบนิเวศข้อมูลการตลาดดิจิทัลและแหล่งข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการตัดสินใจทางการตลาด		●				
	CLO2 เชื่อมต่อและบูรณาการข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สื่อโฆษณา และระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าในระดับพื้นฐาน		●				
	CLO3 ระบุตัวชี้วัดผลการดำเนินงานหลักและออกแบบแดชบอร์ดเพื่อการติดตามและการสื่อสารผลการดำเนินงานทางการตลาด		●		●		

	CLO4 ประยุกต์ใช้การแบ่งส่วนตลาดเชิงพฤติกรรมและการพยากรณ์เบื้องต้นเพื่อสนับสนุนการเพิ่มประสิทธิภาพแคมเปญในระดับที่เหมาะสม		●	●			
05-023-306	**เทคโนโลยีการตลาดสำหรับการเติบโตทางธุรกิจ**	●	●	●	●	●	
	CLO1 อธิบายแนวคิดการตลาดเพื่อการเติบโตและบทบาทของเทคโนโลยีการตลาดในการขับเคลื่อนการเติบโตของธุรกิจ	●	●				
	CLO2 ใช้ข้อมูลลูกค้าเพื่อวิเคราะห์และจัดทำแผนภาพข้อมูลเพื่อค้นหาโอกาสการเติบโตและสื่อสารข้อค้นพบ		●		●		
	CLO3 ออกแบบและดำเนินการทดสอบกิจกรรมการตลาดจากข้อมูลในระดับที่เหมาะสมพร้อมสรุปผลเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพ		●	●			
	CLO4 กำหนดตัวชี้วัดผลการดำเนินงานหลักและเป้าหมายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และใช้ระบบการตลาดอัตโนมัติอย่างรับผิดชอบภายใต้จริยธรรมและความเป็นส่วนตัวของข้อมูล		●		●	●	

รหัสวิชา	รายวิชา	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
05-024-201	**การตลาดบริการสำหรับผู้ประกอบการ**	●	●	●			●
	CLO1 อธิบายแนวคิดการตลาดบริการและการส่งมอบความเป็นเลิศในธุรกิจบริการ ลักษณะเฉพาะของบริการและการจัดการคุณภาพบริการ	●					
	CLO2 กำหนดส่วนประสมการตลาดบริการและกระบวนการให้บริการ โดยคำนึงถึงจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม	●	●				
	CLO3 จัดทำแนวทางประสบการณ์และการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า แผนผังการให้บริการ การจัดการข้อร้องเรียนและการกู้คืนบริการ			●			●
	CLO4 ประยุกต์ใช้ช่องทางดิจิทัลเพื่อยกระดับการให้บริการและการเติบโตของธุรกิจผู้ประกอบการ			●			●
05-024-202	**กลยุทธ์การสร้างความผูกพันลูกค้าและการรักษาฐานลูกค้า**		●	●		●	●

	CLO1 อธิบายแนวคิดความผูกพันลูกค้า การรักษาฐานลูกค้า การจัดการชุมชนตราสินค้า และรูปแบบธุรกิจแบบสมาชิก			●			
	CLO2 ระบุสาเหตุการสูญเสียลูกค้าเพื่อรักษาฐานลูกค้าเชิงรุกที่เหมาะสม		●				●
	CLO3 เลือกโปรแกรมความภักดีของลูกค้าที่สอดคล้องกับวิธีวัดผลความผูกพันของลูกค้าในระดับพื้นฐาน		●	●			
	CLO4 ปฏิบัติตามหลักจริยธรรมและความโปร่งใสในการจัดการข้อมูลความภักดีของลูกค้า					●	

รหัสวิชา	รายวิชา	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
05-024-303	**การจัดการตราสินค้า**	●		●	●	●	
	CLO1 อธิบายแนวคิดตราสินค้า การสร้างคุณค่าตราสินค้า และการสร้างตราสินค้าในยุคดิจิทัล	●		●			
	CLO2 จำแนกประเภทตราสินค้าและสถาปัตยกรรมตราสินค้า พร้อมอธิบายห่วงโซ่คุณค่าตราสินค้าในระดับพื้นฐาน	●					
	CLO3 เลือกใช้แนวทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและกลยุทธ์การใช้ตราสินค้าเพื่อเสริมความผูกพันของตราสินค้าในระดับพื้นฐาน			●	●		
	CLO4 กำหนดแนวทางวัดคุณค่าตราสินค้าและนำเสนอผลอย่างเป็นระบบ โดยคำนึงถึงจริยธรรมการสื่อสารและความรับผิดชอบต่อข้อมูล				●	●	
05-024-304	**การตลาดระดับโลก**	●	●	●	●		
	CLO1 อธิบายสภาพแวดล้อมตลาดระดับโลก รูปแบบการดำเนินธุรกิจระดับโลกและพฤติกรรมผู้บริโภคข้ามวัฒนธรรม	●					
	CLO2 วิเคราะห์กลยุทธ์การตลาด ระบบนิเวศการค้าดิจิทัลข้ามพรมแดน การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ และกฎระเบียบและมาตรฐานการค้าสากลท่ามกลางพลวัตที่กำลังเปลี่ยนแปลง	●			●		

	CLO3 ประยุกต์ใช้ข้อมูลเพื่อกำหนดส่วนประสมการตลาดระดับโลกและแนวทางการสื่อสาร ให้เหมาะสมกับบริบทวัฒนธรรม		●	●			
	CLO4 ปฏิบัติตามจริยธรรม ความเป็นส่วนตัวของข้อมูล และแนวคิดความยั่งยืนในการจัดทำ ข้อเสนอทางการตลาดระดับโลก				●		

รหัสวิชา	รายวิชา	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
05-024-305	**กลยุทธ์การตลาด**	●	●	●		●	
	CLO1 อธิบายแนวคิดและกระบวนการกำหนดกลยุทธ์การตลาด รวมถึงกรอบการวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมและอุตสาหกรรม	●					
	CLO2 วิเคราะห์ข้อมูลและอินไซต์ผู้บริโภคเพื่อแบ่งกลุ่มตลาด กำหนดกลุ่มเป้าหมาย และพัฒนา คุณค่าเสนอเพื่อสนับสนุนการพัฒนากลยุทธ์การตลาด		●	●			
	CLO3 จัดทำแผนกลยุทธ์การตลาดโดยกำหนดเป้าหมาย แผนปฏิบัติการ ตัวชี้วัดผล และแนวทาง ควบคุมอย่างเป็นระบบ		●				
	CLO4 ใช้เครื่องมือดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์สนับสนุนการวางแผนและการตัดสินใจ ภายใต้จริยธรรม ความเป็นส่วนตัวของข้อมูล และแนวคิดความยั่งยืน					●	
05-024-306	**การจัดการการขายและกลยุทธ์การขายสมัยใหม่**	●	●		●	●	
	CLO1 อธิบายบทบาทและความสำคัญของงานขาย รวมถึงแนวคิดและทฤษฎีการจัดการงานขาย ในบริบทช่องทางกายภาพและช่องทางดิจิทัล	●					
	CLO2 ประยุกต์ใช้กระบวนการขายและเทคนิคการสื่อสารทางการขายเพื่อสร้างความสัมพันธ์ กับลูกค้าในสถานการณ์จำลอง				●		

	CLO3 ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลสนับสนุนการวางแผนการขาย การจัดการทีมขาย การติดตามกิจกรรมการขาย พยากรณ์ยอดขายและสรุปประสิทธิภาพการขายด้วยตัวชี้วัดที่เหมาะสม		●				
	CLO4 ปฏิบัติตามจริยธรรมและความรับผิดชอบทางการขาย		●			●	

รหัสวิชา	รายวิชา	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
05-024-307	**กลยุทธ์การจัดการลูกค้าและการเจรจาต่อรอง**		●		●	●	●
	CLO1 อธิบายกลยุทธ์การเจรจาต่อรองและการโน้มน้าวใจเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน				●		●
	CLO2 วิเคราะห์คุณค่าลูกค้าตลอดช่วงชีวิตเพื่อกำหนดแนวทางการจัดการลูกค้าและการรักษาความสัมพันธ์ทางธุรกิจ		●				●
	CLO3 ประยุกต์ใช้การจัดการความขัดแย้งเชิงบวกในการเจรจาต่อรองและการทำงานร่วมกับลูกค้าและเครือข่ายพันธมิตรในสถานการณ์จำลอง				●		●
05-024-408	**การจัดการพันธมิตรทางธุรกิจเชิงกลยุทธ์**	●			●		●
	CLO1 อธิบายแนวคิดและความสำคัญของพันธมิตรทางธุรกิจเชิงกลยุทธ์ รวมถึงรูปแบบการสร้างพันธมิตรและการร่วมทุนสำหรับผู้ประกอบการ	●					
	CLO2 วิเคราะห์ศักยภาพและคัดเลือกพันธมิตร รวมถึงกำหนดแนวทางประเมินประสิทธิภาพพันธมิตรทางธุรกิจอย่างเป็นระบบ						●
	CLO3 จัดทำกลยุทธ์การสร้างคุณค่าร่วม การจัดการผลประโยชน์ร่วมกัน และการจัดการเครือข่ายความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทาน	●					●
	CLO4 ประยุกต์ใช้การเจรจาต่อรอง การจัดทำบันทึกความเข้าใจ และการจัดการความเสี่ยงของพันธมิตร ภายใต้กฎหมาย จริยธรรม และธรรมาภิบาลเพื่อความยั่งยืน				●		●

รหัสวิชา	รายวิชา	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
05-024-409	**ประเด็นปัจจุบันทางการตลาด**	●	●	●	●	●	
	CLO1 สืบค้น รวบรวม และสรุปประเด็นปัญหาทางการตลาดระดับท้องถิ่นและสากลจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ				●		
	CLO2 วิเคราะห์สถานการณ์ธุรกิจผ่านมุมมองผู้ประกอบการการตลาด และอภิปรายกรณีศึกษาด้านจริยธรรมทางการตลาดและความยั่งยืนภายใต้กรอบเศรษฐกิจสีเขียว	●				●	
	CLO3 นำเสนอแนวทางจัดการปัญหาทางการตลาดอย่างมีเหตุผล โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม			●		●	
05-024-410	**สัมมนาการตลาดเชิงนวัตกรรม**				●	●	●
	CLO1 สืบค้นและสรุปปัญหาและประเด็นสำคัญทางการตลาดร่วมสมัยจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือเพื่อจัดทำสาระสำหรับการอภิปรายเชิงวิชาการ				●		
	CLO2 วางแผนและดำเนินการจัดสัมมนาด้านการตลาด โดยบริหารโครงการ ประสานงานและจัดการทรัพยากรอย่างเหมาะสม				●		●
	CLO3 นำเสนอและอภิปรายเชิงวิชาการอย่างมีเหตุผล พร้อมปฏิบัติตามจริยธรรมการอ้างอิงและความรับผิดชอบต่อสังคม				●	●	

รหัสวิชา	รายวิชา	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
05-025-401	**การเตรียมความพร้อมฝึกงานและสหกิจศึกษา**				●	●	●
	CLO1 อธิบายหลักการ แนวคิด และกระบวนการฝึกงานและสหกิจศึกษา รวมถึงจรรยาบรรณและความรับผิดชอบในสถานที่ทำงาน					●	●
	CLO2 จัดทำเอกสารสมัครงานและพัฒนาทักษะการสื่อสาร บุคลิกภาพ และมนุษยสัมพันธ์เพื่อการทำงานอย่างมืออาชีพ				●		●
	CLO3 ประยุกต์ใช้กระบวนการวิเคราะห์การตลาดในระดับพื้นฐานเพื่อจัดทำรายงานและนำเสนอผลงานอย่างเป็นระบบ				●		●
05-025-402	**โครงงานทางการตลาด**	●	●	●	●	●	●
	CLO1 กำหนดขอบเขตและลำดับความสำคัญของโครงงานทางการตลาดโดยอ้างอิงข้อมูลและความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	●			●		
	CLO2 จัดทำแผนโครงงานทางการตลาดและดำเนินการตามแผนโดยทำงานร่วมกันอย่างมืออาชีพและมีความรับผิดชอบ		●	●			
	CLO3 นำเสนอผลงานโครงงานและสรุปผลการดำเนินงาน พร้อมสะท้อนการเรียนรู้และยึดจริยธรรมทางวิชาชีพ				●	●	●
05-025-403	**ฝึกงานทางการตลาด**	●	●	●	●	●	●
	CLO1 ปฏิบัติงานด้านการตลาดในองค์กรภาครัฐหรือเอกชนตามสมรรถนะที่กำหนดและระเบียบของสถานประกอบการ	●					
	CLO2 ประยุกต์ใช้ความรู้การตลาด ทักษะดิจิทัล และทักษะการดำเนินการทางธุรกิจเพื่อสนับสนุนการทำงานจริงภายใต้การกำกับดูแล		●	●			
	CLO 3 จัดทำรายงานและนำเสนอผลการฝึกงาน พร้อมสะท้อนการพัฒนาตนเองและปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพ				●	●	●
รหัสวิชา	**รายวิชา**	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
05-025-404	**สหกิจศึกษา**	●	●	●	●	●	●

	CLO1 บูรณาการความรู้และทักษะด้านการตลาด ธุรกิจ และดิจิทัลเพื่อดำเนินโครงงานร่วมกับสถานประกอบการในการแก้ปัญหาจริง	●	●	●			
	CLO2 ทำงานร่วมกับบุคลากรในสถานประกอบการอย่างมืออาชีพ แสดงภาวะผู้นำและผู้ตามที่เหมาะสม และปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี				●	●	●
	CLO3 จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์และนำเสนอผลการปฏิบัติงาน พร้อมรับการประเมินผลโดยยึดจริยธรรมและความรับผิดชอบในองค์กร				●	●	●

3. การวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรกับวิธีการจัดการเรียนการสอนและวิธีการประเมินผล

PLOs	สรุปรายวิชาที่ผลักดัน PLO	วิธีการจัดการเรียนการสอน	วิธีการประเมินผล	เกณฑ์การประเมิน
PLO1 ประยุกต์ใช้องค์ความรู้ด้านการตลาด บริหารธุรกิจ เทคโนโลยีดิจิทัล	**กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ** 05-000-001 การบัญชีในงานธุรกิจ 05-000-002 หลักการตลาด 05-000-003 สถิติธุรกิจ	- ห้องเรียนกลับด้าน - การเรียนรู้โดยใช้กรณีศึกษา - การเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน - การเรียนรู้โดยใช้โครงงาน	- การประเมินการสอบทฤษฎี/ปฏิบัติ - การประเมินกรณีศึกษา	- ผ่านการสอบประเมินความรู้ทฤษฎี/ปฏิบัติไม่น้อยกว่า 60%

PLOs	สรุปรายวิชาที่ผลักดัน PLO	วิธีการจัดการเรียนการสอน	วิธีการประเมินผล	เกณฑ์การประเมิน
นวัตกรรม และการเป็นผู้ประกอบการเพื่อวางแผนการตลาดที่สร้างความได้เปรียบอย่างยั่งยืน	05-000-004 กฎหมายธุรกิจและภาษีอากร 05-000-005 หลักเศรษฐศาสตร์ 05-000-006 การจัดการและพฤติกรรมองค์การ 05-000-007 การเงินธุรกิจ 05-000-008 เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับธุรกิจ **กลุ่มวิชาชีพบังคับ** 05-021-101 พฤติกรรมผู้บริโภคและข้อมูลเชิงลึกลูกค้า 05-021-202 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา 05-021-203 การจัดการช่องทางการตลาด 05-021-204 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ 05-021-305 การวิจัยการตลาด 05-022-201 การตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 05-022-303 นวัตกรรมและการเป็นผู้ประกอบการทางการตลาด 05-022-408 การศึกษาความเป็นไปได้โครงการทางการตลาด 05-023-304 การตลาดดิจิทัล 05-023-305 เทคโนโลยีการตลาดสำหรับการเติบโตทางธุรกิจ 05-024-201 การตลาดบริการสำหรับผู้ประกอบการ 05-024-304 การตลาดระดับโลก 05-024-305 กลยุทธ์การตลาด 05-024-409 ประเด็นปัจจุบันทางการตลาด	- การเรียนรู้โดยใช้ทีมเป็นฐาน	- การประเมินโครงงาน - การประเมินจากการมีส่วนร่วม - การนำเสนอผลงาน	- ผลการประเมินงานที่ได้รับมอบหมายไม่น้อยกว่า 80% - ผลงานสามารถนำไปใช้แก้ปัญหาขององค์กร/ธุรกิจได้โดยคะแนนประเมินไม่น้อยกว่า 60% - ผลการประเมินการมีส่วนร่วมต่องานที่ได้รับมอบหมาย ไม่น้อยกว่า 60% - ผลประเมินทักษะการนำเสนอไม่น้อยกว่า 60%
PLO2 เลือกใช้เทคโนโลยีการตลาดและปัญญาประดิษฐ์ในการจัดการและวิเคราะห์ข้อมูล	**กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ** 05-000-003 สถิติธุรกิจ 05-000-008 เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับธุรกิจ 05-000-002 หลักการตลาด **กลุ่มวิชาชีพบังคับ**	- การประชุมเชิงปฏิบัติการ - การเรียนรู้ในห้องปฏิบัติการ - การเรียนรู้แบบสืบเสาะ - การเรียนรู้โดยใช้กรณีศึกษา - การเรียนรู้โดยใช้โครงงาน	- การประเมินการสอบทฤษฎี/ปฏิบัติ - การประเมินกรณีศึกษา - การประเมินโครงงาน	- ผ่านการสอบประเมินความรู้ทฤษฎี/ปฏิบัติไม่น้อยกว่า 60%

PLOs	สรุปรายวิชาที่ผลักดัน PLO	วิธีการจัดการเรียนการสอน	วิธีการประเมินผล	เกณฑ์การประเมิน
เพื่อการพยากรณ์พฤติกรรมผู้บริโภคและการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ทางธุรกิจ	05-021-101 พฤติกรรมผู้บริโภคและข้อมูลเชิงลึกลูกค้า 05-021-305 การวิจัยการตลาด 05-022-201 การตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 05-022-408 การศึกษาความเป็นไปได้โครงการทางการตลาด 05-023-201 ปัญญาประดิษฐ์สำหรับนักการตลาด 05-023-304 การตลาดดิจิทัล 05-023-305 เทคโนโลยีการตลาดสำหรับการเติบโตทางธุรกิจ 05-024-304 การตลาดระดับโลก 05-024-305 กลยุทธ์การตลาด	- ห้องเรียนกลับด้าน	- การประเมินจากการมีส่วนร่วม - การนำเสนอผลงาน	- ผลการประเมินงานที่ได้รับมอบหมาย ไม่น้อยกว่า 80% - ผลงานสามารถนำไปใช้แก้ปัญหาขององค์กร/ธุรกิจได้โดยคะแนนประเมินไม่น้อยกว่า 60% - ผลการประเมินการมีส่วนร่วมต่องานที่ได้รับมอบหมาย ไม่น้อยกว่า 60% - ผลประเมินทักษะการนำเสนอ ไม่น้อยกว่า 60%
PLO3 ออกแบบส่วนประสมทางการตลาดและเนื้อหาดิจิทัลที่ตอบโจทย์ประสบการณ์ลูกค้าในบริบทธุรกิจที่หลากหลาย	**กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ** 05-000-002 หลักการตลาด **กลุ่มวิชาชีพบังคับ** 05-021-101 พฤติกรรมผู้บริโภคและข้อมูลเชิงลึกลูกค้า 05-021-202 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา 05-021-203 การจัดการช่องทางการตลาด 05-021-204 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ 05-022-201 การตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 05-023-304 การตลาดดิจิทัล 05-024-201 การตลาดบริการสำหรับผู้ประกอบการ 05-024-304 การตลาดระดับโลก 05-024-305 กลยุทธ์การตลาด	- กระบวนการคิดเชิงออกแบบ - การเรียนรู้โดยใช้โครงงาน - การเรียนรู้แบบสตูดิโอ - การเรียนรู้โดยใช้กรณีศึกษา - การจำลองสถานการณ์	- การประเมินการสอบทฤษฎี/ปฏิบัติ - แฟ้มสะสมงาน - การประเมินกรณีศึกษา - การประเมินโครงงาน - การประเมินจากการมีส่วนร่วม - การนำเสนอผลงาน	- ผ่านการสอบประเมินความรู้ทฤษฎี/ปฏิบัติ ไม่น้อยกว่า 60% - ผลการประเมินงานที่ได้รับมอบหมาย ไม่น้อยกว่า 80% - ผลงานสามารถนำไปใช้แก้ปัญหาขององค์กร/ธุรกิจได้โดยคะแนนประเมินไม่น้อยกว่า 60% - ผลการประเมินการมีส่วนร่วมต่องานที่ได้รับ

PLOs	สรุปรายวิชาที่ผลักดัน PLO	วิธีการจัดการเรียนการสอน	วิธีการประเมินผล	เกณฑ์การประเมิน
				มอบหมาย ไม่น้อยกว่า 60% - ผลประเมินทักษะการนำเสนอ ไม่น้อยกว่า 60%
PLO4 สื่อสารและนำเสนอ ข้อมูลการตลาดด้วยวิธีการสื่อสารที่หลากหลายและทำงานร่วมกับผู้อื่นสาขาวิชาชีพอื่นอย่างมืออาชีพ	**กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ** 05-000-006 การจัดการและพฤติกรรมองค์การ 05-000-008 เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับธุรกิจ **กลุ่มวิชาชีพบังคับ** 05-021-204 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ 05-021-305 การวิจัยการตลาด 05-022-408 การศึกษาความเป็นไปได้โครงการทางการตลาด 05-024-410 สัมมนาการตลาดเชิงนวัตกรรม 05-024-409 ประเด็นปัจจุบันทางการตลาด 05-025-401 การเตรียมความพร้อมฝึกงานและสหกิจศึกษา	- การเรียนรู้โดยใช้ทีมเป็นฐาน - การเรียนรู้โดยใช้โครงงาน - สัมมนา - อภิปรายโต้วาที - การแสดงบทบาทสมมติ	- การนำเสนอ - รายงาน - การประเมินโดยเพื่อน - การสังเกต - บันทึกสะท้อนการเรียนรู้	- ผลประเมินทักษะการนำเสนอ ไม่น้อยกว่า 60% - ผลการประเมินรายงาน ไม่น้อยกว่า 70% - ผลการประเมินโดยเพื่อน ไม่น้อยกว่า 70% - ผลการประเมินการมีส่วนร่วม ไม่น้อยกว่า 60%
PLO5 แสดงออกถึงจริยธรรม จรรยาบรรณ และความรับผิดชอบด้านการตลาด โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต	**กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ** 05-000-004 กฎหมายธุรกิจและภาษีอากร 05-000-002 หลักการตลาด **กลุ่มวิชาชีพบังคับ** 05-021-101 พฤติกรรมผู้บริโภคและข้อมูลเชิงลึกลูกค้า 05-021-305 การวิจัยการตลาด 05-022-201 การตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 05-023-201 ปัญญาประดิษฐ์สำหรับนักการตลาด 05-023-305 เทคโนโลยีการตลาดสำหรับการเติบโตทางธุรกิจ 05-024-304 การตลาดระดับโลก 05-024-305 กลยุทธ์การตลาด	- การเรียนรู้โดยใช้กรณีศึกษา - การเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน - อภิปรายโต้วาที - การเรียนรู้แบบสะท้อนคิด - การเรียนรู้โดยใช้โครงงาน	- การประเมินการสอบทฤษฎี/ปฏิบัติ - การประเมิกรณีศึกษา - การประเมินโครงงาน - การนำเสนอผลงาน	- ผ่านการสอบประเมินความรู้ทฤษฎี/ปฏิบัติ ไม่น้อยกว่า 60% - ผลการประเมินงานที่ได้รับมอบหมาย ไม่น้อยกว่า 80% - ผลงานสามารถนำไปใช้แก้ปัญหาขององค์กร/ธุรกิจได้โดยคะแนนประเมิน ไม่น้อยกว่า 60%

PLOs	สรุปรายวิชาที่ผลักดัน PLO	วิธีการจัดการเรียนการสอน	วิธีการประเมินผล	เกณฑ์การประเมิน
	05-024-409 ประเด็นปัจจุบันทางการตลาด 05-025-401 การเตรียมความพร้อมฝึกงานและสหกิจศึกษา			- ผลประเมินทักษะการนำเสนอ ไม่น้อยกว่า 60%
PLO6 ปฏิบัติงานในสถานประกอบการด้านการตลาดโดยบูรณาการความรู้และทักษะทางธุรกิจและดิจิทัลให้สอดคล้องกับสมรรถนะงานที่กำหนด และโดยแสดงภาวะผู้นำและผู้ตามที่ดีและปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี	**กลุ่มวิชาชีพบังคับ** 05-025-401 การเตรียมความพร้อมฝึกงานและสหกิจศึกษา 05-025-402 โครงงานทางการตลาด 05-025-403 ฝึกงานทางการตลาด 05-025-404 สหกิจศึกษา	- การเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ - การฝึกงานในสถานประกอบการ - การเรียนรู้โดยใช้โครงงาน - การเรียนรู้แบบสะท้อนผล	- การประเมินจากสถานประกอบการ - การประเมินจากคณาจารย์นิเทศ - รายงานการฝึกงาน/รายงานสะท้อนความรู้ - การนำเสนอผลการฝึกประสบการณ์ - การประเมินทักษะการเรียนรู้ การปรับตัว การสื่อสาร และ การทำงานเป็นทีม	- ผลประเมินทักษะการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ ไม่น้อยกว่า 80% - ผลประเมินทักษะการปฏิบัติงานจาก โดยคณาจารย์นิเทศ ไม่น้อยกว่า 80% - ผลการประเมินรายงานการปฏิบัติ ในสถานประกอบการ ไม่น้อยกว่า 80% - ผลการประเมินทักษะการนำเสนอ ไม่น้อยกว่า 60% - ผลการประเมินทักษะการเรียนรู้ การปรับตัว การสื่อสาร และการทำงานเป็นทีม ไม่น้อยกว่า 60%

4. การวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชากับผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับชั้นปี (หมวดวิชาเฉพาะ)

YLOs	รายวิชา	PLOs	วิธีการประเมินผล	เกณฑ์การประเมิน
YLO1 อธิบายหลักการตลาดและบริหารธุรกิจพื้นฐาน และใช้เครื่องมือดิจิทัลพื้นฐานเพื่อสืบค้น จัดการข้อมูลเบื้องต้น สื่อสารและทำงานเป็นทีมได้เหมาะสม พร้อมปฏิบัติตามกฎกติกาและจริยธรรมในบริบทการเรียนและการทำงาน	**ปีการศึกษาที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 1** 05-000-001 การบัญชีในงานธุรกิจ 05-000-002 หลักการตลาด 05-000-006 การจัดการและพฤติกรรมองค์การ **ปีการศึกษาที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 2** 05-000-004 กฎหมายธุรกิจและภาษีอากร 05-000-005 หลักเศรษฐศาสตร์ 05-021-101 พฤติกรรมผู้บริโภคและข้อมูลเชิงลึกลูกค้า	PLO1 ประยุกต์ใช้องค์ความรู้ด้านการตลาด บริหารธุรกิจ เทคโนโลยีดิจิทัล นวัตกรรม และการเป็นผู้ประกอบการเพื่อวางแผนการตลาดที่สร้างความได้เปรียบอย่างยั่งยืน PLO2 เลือกใช้เทคโนโลยีการตลาดและปัญญาประดิษฐ์ในการจัดการและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการพยากรณ์พฤติกรรมผู้บริโภคและการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ทางธุรกิจ PLO4 สื่อสารและนำเสนอข้อมูลการตลาดด้วยวิธีการสื่อสารที่หลากหลายและทำงานร่วมกับผู้อื่นสาขาวิชาชีพอื่นอย่างมืออาชีพ PLO5 แสดงออกถึงจริยธรรม จรรยาบรรณ และความรับผิดชอบด้านการตลาดโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมและพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต	- การประเมินการสอบทฤษฎี/ปฏิบัติ - การทดสอบทักษะการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลพื้นฐานที่เหมาะสม - การประเมินกรณีศึกษา - การประเมินจากการมีส่วนร่วม - การนำเสนอผลงาน	- ผ่านการสอบประเมินความรู้ทฤษฎี/ปฏิบัติ ไม่น้อยกว่า 60% - ผลการประเมินทักษะการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่เหมาะสม ไม่น้อยกว่า 60% - ผลการประเมินงานที่ได้รับมอบหมาย ไม่น้อยกว่า 80% - ผลการประเมินการมีส่วนร่วมต่องานที่ได้รับมอบหมาย ไม่น้อยกว่า 60% - ผลประเมินทักษะการนำเสนอ ไม่น้อยกว่า 60%
YLO2 ประยุกต์ใช้ความรู้การตลาดเพื่อวิเคราะห์ตลาด ผู้บริโภคระดับต้นร่วมกับเครื่องมือและเทคโนโลยีทางการตลาดขั้นต้น เพื่อสนับสนุนงานการตลาด การสร้างสรรค์เนื้อหาดิจิทัล และดำเนินกิจกรรมการตลาด	**ปีการศึกษาที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 1** 05-000-003 สถิติธุรกิจ 05-000-008 เทคโนโลยีธุรกิจดิจิทัล 05-021-202 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา 05-021-203 การจัดการช่องทางการตลาด 05-024-201 การตลาดบริการสำหรับผู้ประกอบการ **ปีการศึกษาที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2** UU-VWX-YZZ กลุ่มวิชาศึกษาทั่วไป (4) UU-VWX-YZZ กลุ่มวิชาชีพเลือก (1) 05-000-007 การเงินธุรกิจ 05-021-204 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	PLO1 ประยุกต์ใช้องค์ความรู้ด้านการตลาด บริหารธุรกิจ เทคโนโลยีดิจิทัล นวัตกรรม และการเป็นผู้ประกอบการเพื่อวางแผนการตลาดที่สร้างความได้เปรียบอย่างยั่งยืน PLO2 เลือกใช้เทคโนโลยีการตลาดและปัญญาประดิษฐ์ในการจัดการและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการพยากรณ์พฤติกรรมผู้บริโภคและการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ทางธุรกิจ PLO3 ออกแบบส่วนประสมทางการตลาดและเนื้อหาดิจิทัลที่ตอบโจทย์ประสบการณ์ลูกค้าในบริบทธุรกิจที่หลากหลาย	- การประเมินการสอบทฤษฎี/ปฏิบัติ - การทดสอบทักษะการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจ - การประเมินโครงงาน - การประเมินกรณีศึกษา - การประเมินจากการมีส่วนร่วม - การนำเสนอผลงาน	- ผ่านการสอบประเมินความรู้ทฤษฎี/ปฏิบัติ ไม่น้อยกว่า 60% - ผลการประเมินทักษะการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่เหมาะสมต่อการแก้ปัญหาของธุรกิจ ไม่น้อยกว่า 60% - ผลการประเมินงานที่ได้รับมอบหมาย ไม่น้อยกว่า 80%

YLOs	รายวิชา	PLOs	วิธีการประเมินผล	เกณฑ์การประเมิน
บนแพลตฟอร์ม พร้อมนำเสนอผลงานอย่าง เหมาะสม	05-022-201 การตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 05-023-201 ปัญญาประดิษฐ์สำหรับนักการตลาด	PLO4 สื่อสารและนำเสนอข้อมูลการตลาด ด้วยวิธีการสื่อสารที่หลากหลายและทำงานร่วม กับผู้อื่นสาขาวิชาชีพอื่นอย่างมืออาชีพ PLO5 แสดงออกถึงจริยธรรม จรรยาบรรณและ ความรับผิดชอบด้านการตลาดโดยคำนึงถึง ผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมและพัฒนา ตนเองอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต		- ผลงานสามารถนำไป ใช้แก้ปัญหาขององค์กร/ ธุรกิจได้โดยคะแนน ประเมิน ไม่น้อยกว่า 60% - ผลการประเมินการมี ส่วนร่วมต่องานที่ได้รับ มอบหมาย ไม่น้อยกว่า 60% - ผลประเมินทักษะ การนำเสนอ ไม่น้อยกว่า 60%
YLO3 ออกแบบกลยุทธ์และ ส่วนประสมทางการ ตลาด ประสบการณ์ ลูกค้าในบริบท หลากหลายร่วมกับ เครื่องมือและ เทคโนโลยีทางการ ตลาดเพื่อวิเคราะห์ เชิงลึก พร้อมกับ การพัฒนาโครงการ นวัตกรรมหรือการเป็นผู้ประ กอบการที่คำนึง ถึงความยั่งยืนและ จริยธรรมข้อมูล	**ปีการศึกษาที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1** UU-VWX-YZZ กลุ่มวิชาชีพเลือก (2) UU-VWX-YZZ วิชาเลือกเสรี (1) 05-023-304 การตลาดดิจิทัล 05-024-303 การจัดการตราสินค้า 05-024-304 การตลาดระดับโลก **ปีการศึกษาที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2** 05-021-305 การวิจัยการตลาด 05-022-303 นวัตกรรมและการเป็นผู้ประกอบการ ทางการตลาด 05-023-305 เทคโนโลยีการตลาดสำหรับ การเติบโตทางธุรกิจ 05-024-305 กลยุทธ์การตลาด 05-024-409 ประเด็นปัจจุบันทางการตลาด	PLO1 ประยุกต์ใช้องค์ความรู้ด้านการตลาด บริหารธุรกิจ เทคโนโลยีดิจิทัล นวัตกรรม และการเป็นผู้ประกอบการเพื่อวางแผนการตลาด ที่สร้างความได้เปรียบอย่างยั่งยืน PLO2 เลือกใช้เทคโนโลยีการตลาดและ ปัญญาประดิษฐ์ในการจัดการและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อการพยากรณ์พฤติกรรมผู้บริโภคและ การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ทางธุรกิจ PLO3 ออกแบบส่วนประสมทางการตลาดและ เนื้อหาดิจิทัลที่ตอบโจทย์ประสบการณ์ลูกค้า ในบริบทธุรกิจที่หลากหลาย PLO4 สื่อสารและนำเสนอข้อมูลการตลาดด้วย วิธีการสื่อสารที่หลากหลายและทำงานร่วม กับผู้อื่นสาขาวิชาชีพอื่นอย่างมืออาชีพ PLO5 แสดงออกถึงจริยธรรม จรรยาบรรณและ ความรับผิดชอบด้านการตลาดโดยคำนึงถึง ผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมและพัฒนา ตนเองอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต PLO6 ปฏิบัติงานในสถานประกอบการด้าน การตลาดโดยบูรณาการความรู้และทักษะ ทางธุรกิจและดิจิทัลให้สอดคล้องกับสมรรถนะ	- การประเมินการสอบทฤษฎี/ ปฏิบัติ - การทดสอบทักษะการประยุกต์ใช้ เทคโนโลยีดิจิทัล ที่เหมาะสม สำหรับธุรกิจ - การประเมินโครงงาน - การประเมินกรณีศึกษา - การประเมินจากการมีส่วนร่วม - การนำเสนอผลงาน	- ผ่านการสอบประเมิน ความรู้ทฤษฎี/ปฏิบัติ ไม่น้อยกว่า 60% - ผลการประเมินทักษะการ ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ที่เหมาะสมต่อการแก้ปัญหาของ ธุรกิจ ไม่น้อยกว่า 60% - ผลการประเมินงาน ที่ได้รับมอบหมาย ไม่น้อยกว่า 80% - ผลงานสามารถนำไป ใช้แก้ปัญหาขององค์กร/ ธุรกิจได้โดยคะแนน ประเมิน ไม่น้อยกว่า 60% - ผลการประเมินการมี ส่วนร่วมต่องานที่ได้รับ มอบหมาย ไม่น้อยกว่า 60% - ผลประเมินทักษะ การนำเสนอ ไม่น้อยกว่า 60%

YLOs	รายวิชา	PLOs	วิธีการประเมินผล	เกณฑ์การประเมิน
		งานที่กำหนดและโดยแสดงภาวะผู้นำและผู้ตามที่ดีและปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี		
YLO4 ปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการหรือพัฒนาโครงการทางการตลาดโดยบูรณาการความรู้ ทักษะข้อมูลเพื่อแก้ปัญหาและสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ สื่อสารนำเสนอเชิงผู้บริหาร แสดงภาวะผู้นำและผู้ตามยึดจรรยาบรรณและจัดทำแนวทางพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง	**ปีการศึกษาที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 1** UU-VWX-YZZ กลุ่มวิชาชีพเลือก (3) UU-VWX-YZZ วิชาเลือกเสรี (2) 05-022-408 การศึกษาความเป็นไปได้โครงการทางการตลาด 05-024-410 สัมมนาการตลาดเชิงนวัตกรรม 05-025-401 การเตรียมความพร้อมฝึกงานและสหกิจศึกษา **ปีการศึกษาที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 2** **เลือกแผนฝึกงานทางการตลาด** 05-025-402 โครงงานทางการตลาด 05-025-403 ฝึกงานทางการตลาด **ปีการศึกษาที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 2** **เลือกแผนสหกิจศึกษา** 05-025-404 สหกิจศึกษา	PLO1 ประยุกต์ใช้องค์ความรู้ด้านการตลาด บริหารธุรกิจ เทคโนโลยีดิจิทัล นวัตกรรม และการเป็นผู้ประกอบการเพื่อวางแผนการตลาดที่สร้างความได้เปรียบอย่างยั่งยืน PLO2 เลือกใช้เทคโนโลยีการตลาดและปัญญาประดิษฐ์ในการจัดการและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการพยากรณ์พฤติกรรมผู้บริโภคและการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ทางธุรกิจ PLO3 ออกแบบส่วนประสมทางการตลาดและเนื้อหาดิจิทัลที่ตอบโจทย์ประสบการณ์ลูกค้าในบริบทธุรกิจที่หลากหลาย PLO4 สื่อสารและนำเสนอข้อมูลการตลาดด้วยวิธีการสื่อสารที่หลากหลายและทำงานร่วมกับผู้อื่นสาขาวิชาชีพอื่นอย่างมืออาชีพ PLO5 แสดงออกถึงจริยธรรม จรรยาบรรณและความรับผิดชอบด้านการตลาดโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมและพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต PLO6 ปฏิบัติงานในสถานประกอบการด้านการตลาดโดยบูรณาการความรู้และทักษะทางธุรกิจและดิจิทัลให้สอดคล้องกับสมรรถนะงานที่กำหนดและโดยแสดงภาวะผู้นำและผู้ตามที่ดีและปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี	- การประเมินจากสถานประกอบการ - การประเมินจากคณาจารย์นิเทศ - รายงานการฝึกงาน/รายงานสะท้อนความรู้ - การนำเสนอผลการฝึกงาน/สหกิจศึกษา - การประเมินทักษะ การเรียนรู้ การปรับตัว การสื่อสาร และการทำงานเป็นทีม	- ผลประเมินทักษะการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการไม่น้อยกว่า 80% - ผลประเมินทักษะการปฏิบัติงานจากโดยคณาจารย์นิเทศไม่น้อยกว่า 80% - ผลการประเมินรายงานการปฏิบัติ ในสถานประกอบการไม่น้อยกว่า 80% - ผลการประเมินทักษะการนำเสนอ ไม่น้อยกว่า 60% - ผลการประเมินทักษะการเรียนรู้ การปรับตัว การสื่อสาร และ การทำงานเป็นทีม ไม่น้อยกว่า 60%

ภาคผนวก ง
รายละเอียดผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิ 4 ด้าน

1. วิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร และผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิ 4 ด้าน			
	ความรู้ (Knowledge)	ทักษะ (Skills)	จริยธรรม (Ethics)	ลักษณะบุคคล (Character)
PLO1 ประยุกต์ใช้องค์ความรู้ด้านการตลาด บริหารธุรกิจ เทคโนโลยีดิจิทัล นวัตกรรม และการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อวางแผนการตลาด ที่สร้างความได้เปรียบอย่างยั่งยืน	K1-1 อธิบายหลักการ แนวคิด และทฤษฎีทางการตลาดและการบริหารธุรกิจ รวมทั้งเทคโนโลยีการตลาด ปัญญาประดิษฐ์ นวัตกรรมเพื่อการตลาดและความยั่งยืน K1-2 อธิบายการวางแผนการตลาด การวิเคราะห์ตลาดและผู้บริโภค และการพัฒนาโครงการหรือแบรนด์ ให้เกิดความได้เปรียบอย่างยั่งยืน	S1-1 วิเคราะห์โจทย์ธุรกิจและลูกค้า กำหนดตลาดเป้าหมาย และวางแผนกลยุทธ์ S1-2 ออกแบบส่วนประสมการตลาดและประสบการณ์ลูกค้า และจัดทำแผนธุรกิจหรือแผนการตลาด เพื่อพัฒนาโครงการหรือแบรนด์	E1-1 ปฏิบัติตามกฎกติกาและไม่ทำผิดกฎหมายในการดำเนินงานด้านการตลาด E1-2 แสดงออกซึ่งการกระทำที่มีจริยธรรมและจรรยาบรรณในการประกอบอาชีพ และรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	C1-1 แสดงความคิดสร้างสรรค์ ความเป็นผู้ประกอบการ และยึดผู้บริโภคเป็นศูนย์กลางในการนำเสนอแนวทางการตลาด C1-2 แสดงความรับผิดชอบ วินัย และมุ่งมั่นในการผลักดันงาน และเรียนรู้ตลอดชีวิต
PLO2 เลือกใช้เทคโนโลยีการตลาด และปัญญาประดิษฐ์ในการจัดการและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการพยากรณ์พฤติกรรมผู้บริโภคและการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ทางธุรกิจ	K2-1 อธิบายเทคโนโลยีการตลาด ปัญญาประดิษฐ์ และการดำรงชีวิตในยุคดิจิทัลที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาด K2-2 อธิบายการวิจัยตลาดเพื่อสร้างความเข้าใจเชิงลึกของลูกค้าและการวิเคราะห์ตลาดและผู้บริโภค	S2-1 ใช้เครื่องมือการตลาดดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์เพื่อรวบรวมจัดการ และวิเคราะห์ข้อมูลการตลาด S2-2 จัดทำแผงสรุปข้อมูลและตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์	E2-1 แสดงความตระหนักด้านความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูล และยึดจริยธรรมการใช้ข้อมูลและปัญญาประดิษฐ์ E2-2 ปฏิบัติตามกฎกติกาและไม่ทำผิดกฎหมายในการจัดการข้อมูล	C2-1 ทำงานขับเคลื่อนด้วยข้อมูล ทันต่อเทคโนโลยี และพัฒนาตนต่อเนื่อง C2-2 เคารพจรรยาบรรณและความเป็นส่วนตัวของข้อมูล และแสดงความรับผิดชอบในการทำงาน
PLO3 ออกแบบส่วนประสมทางการตลาดและเนื้อหาดิจิทัล	K3-1 อธิบายการตลาดดิจิทัล การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ และการสร้างสรรค์เนื้อหา	S3-1 ออกแบบส่วนประสมการตลาดและประสบการณ์ลูกค้า และวางแผนและบริหารแคมเปญ	E3-1 แสดงออกซึ่งการกระทำที่มีจริยธรรมและจรรยาบรรณในการประกอบอาชีพใน	C3-1 ยึดผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง มีความคิดสร้างสรรค์ และทันต่อ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิ 4 ด้าน			
	ความรู้ (Knowledge)	ทักษะ (Skills)	จริยธรรม (Ethics)	ลักษณะบุคคล (Character)
ที่ตอบโจทย์ประสบการณ์ลูกค้าในบริบทธุรกิจที่หลากหลาย	K3-2 อธิบายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และการจัดการแพลตฟอร์ม การตลาดผ่านสื่อสังคม การค้าปลีกสมัยใหม่ การตลาดบริการและการท่องเที่ยว เศรษฐกิจภูมิภาค และการค้าแนวชายแดน	S3-2 สร้างสรรค์และบริหารเนื้อหาสื่อดิจิทัล ผลิตสื่อดิจิทัลโดยครอบคลุมงานกราฟิกและการตัดต่อวิดีโอ และจัดการแพลตฟอร์มและการค้าดิจิทัล รวมทั้งวางแผนและดำเนินการถ่ายทอดสดเพื่อการค้าดิจิทัล	การสื่อสารการตลาด E3-2 รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และรักษาสิ่งแวดล้อมในการดำเนินกิจกรรมการตลาด	เทคโนโลยีในการสร้างสรรค์เนื้อหา C3-2 แสดงความรับผิดชอบ วินัย และความมุ่งมั่นในการทำงาน
PLO4 สื่อสารและนำเสนอข้อมูลการตลาดด้วยวิธีการสื่อสารที่หลากหลาย และทำงานร่วมกับผู้อื่นสาขาวิชาชีพอื่นอย่างมืออาชีพ	K4-1 อธิบายทักษะการสื่อสารทางธุรกิจทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รวมถึงการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม K4-2 อธิบายการทำงานร่วมกับผู้อื่นและการทำงานเป็นทีมและภาวะผู้นำในบริบทงานการตลาด	S4-1 สื่อสารทางธุรกิจทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และนำเสนอข้อมูลการตลาดในงานโครงการ S4-2 ทำงานเป็นทีมและภาวะผู้นำ เจรจาต่อรอง และทำงานร่วมกับเครือข่ายพันธมิตรอย่างมืออาชีพ	E4-1 ปฏิบัติตามกฎกติกาและไม่ทำผิดกฎหมายในการสื่อสารและการทำงานร่วมกับผู้อื่น E4-2 แสดงออกซึ่งการกระทำที่มีจริยธรรมและจรรยาบรรณในการประกอบอาชีพในการสื่อสารการตลาด	C4-1 มีมนุษยสัมพันธ์ดี ทำงานเป็นทีม และมีจิตบริการในการทำงานร่วมกับผู้อื่น C4-2 ปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงและกล้าตัดสินใจบนเหตุผลในการทำงาน
PLO5 แสดงออกถึงจริยธรรม จรรยาบรรณ และความรับผิดชอบด้านการตลาดโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต	K5-1 อธิบายความยั่งยืน และความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาด K5-2 อธิบายการเรียนรู้ตลอดชีวิตและการพัฒนาตนต่อเนื่องเพื่อการทำงาน	S5-1 บริหารเวลาและงานโครงการและปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงโดยยึดจริยธรรม S5-2 วิเคราะห์ผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของงานการตลาดและปรับปรุงการดำเนินงานให้เหมาะสม	E5-1 ปฏิบัติตามกฎกติกาและเกิดประโยชน์ต่อสังคม E5-2 หลีกเลี่ยงการกระทำสิ่งที่ผิดกฎกติกาของสังคมและไม่ทำผิดกฎหมาย E5-3 แสดงออกซึ่งการกระทำที่มีจริยธรรมและจรรยาบรรณในการประกอบอาชีพ	C5-1 แสดงความซื่อสัตย์ วินัย และความรับผิดชอบในการทำงาน C5-2 ใฝ่รู้ พัฒนาตนต่อเนื่องและยืดหยุ่นต่อความเปลี่ยนแปลง

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิ 4 ด้าน			
	ความรู้ (Knowledge)	ทักษะ (Skills)	จริยธรรม (Ethics)	ลักษณะบุคคล (Character)
			มีจิตสาธารณะ และรักษาสิ่งแวดล้อม	
PLO6 ปฏิบัติงานในสถานประกอบการด้านการตลาดโดยบูรณาการความรู้และทักษะทางธุรกิจและดิจิทัลให้สอดคล้องกับสมรรถนะงานที่กำหนด และโดยแสดงภาวะผู้นำและผู้ตามที่ดีและปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี	K6-1 อธิบายความรู้ที่จำเป็นต่อการนำไปปฏิบัติด้านการวางแผนการตลาด และการจัดการประสบการณ์ลูกค้าในงานจริง K6-2 อธิบายการจัดการแพลตฟอร์มและการค้าดิจิทัล การค้าปลีกสมัยใหม่และระบบจุดขายที่เกี่ยวข้องกับงานจริง	S6-1 ปฏิบัติงานการตลาดครบกระบวนการ และปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการตามสมรรถนะอาชีพ S6-2 ใช้เครื่องมือการตลาดดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ จัดการแพลตฟอร์มและการค้าดิจิทัล ใช้โปรแกรมบริหารร้านค้าปลีกและระบบจุดขาย และทำงานร่วมกับเครือข่ายพันธมิตร	E6-1 ปฏิบัติตามกฎกติกาและไม่ทำผิดกฎหมายในการปฏิบัติงานจริง E6-2 แสดงออกซึ่งการกระทำที่มีจริยธรรมและจรรยาบรรณในการประกอบอาชีพและรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	C6-1 อดทน ยืดหยุ่น ปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงและทำงานเป็นทีมในการปฏิบัติงานจริง C6-2 มีภาวะผู้นำและผู้ตามที่เหมาะสม และมีจิตบริการในการทำงานร่วมกับผู้อื่น

2. การจัดการเรียนการสอนที่ส่งเสริมทักษะการรู้ตลอดชีวิต ความคิดใหม่ ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการให้ผู้เรียน (Lifelong Learning, New Ideas, Creative Thought, Innovation, and an Entrepreneurial)

รายละเอียด	การจัดการเรียนการสอน (ระบุรายวิชา/กิจกรรม/โครงการ)	วิธีการประเมินผล	เกณฑ์การประเมิน
1. ทักษะการรู้ตลอดชีวิตของหลักสูตรประกอบด้วย 1) ทักษะการเรียนรู้ด้วยตนเอง 2) ความฉลาดดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต 3) การปรับตัวและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง	1. ศึกษาเครื่องมือและเทคโนโลยีทางการตลาดค้นคว้าแนวโน้ม/แหล่งความรู้ เพื่อประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในบริบทธุรกิจ 2. พัฒนาตนเองด้วยทักษะการวิเคราะห์ข้อมูลและพัฒนาทักษะด้วยตนเองในโลกดิจิทัล	- การประเมินกรณีศึกษา - การทดสอบทักษะการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจ - ทักษะการแก้ปัญหาจากสถานการณ์จริงและสถานการณ์จำลอง	- ผลการประเมินงานที่ได้รับมอบหมายไม่น้อยกว่า 80% - ผลการประเมินทักษะการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ที่เหมาะสมต่อการดำเนินธุรกิจ ไม่น้อยกว่า 60% - ผลงานสามารถนำไปใช้แก้ปัญหา

รายละเอียด	การจัดการเรียนการสอน (ระบุรายวิชา/กิจกรรม/โครงการ)	วิธีการประเมินผล	เกณฑ์การประเมิน
	3. กรณีศึกษาและสถานการณ์จำลองจากองค์กรจริง เพื่อบูรณาการความรู้และฝึกการวางแผน ลงมือทำ สะท้อนคิดในการดำเนินงาน	- การทดสอบทักษะการเรียนรู้และแก้ปัญหาด้วยตนเอง	ขององค์การ/ธุรกิจได้ โดยคะแนนประเมินไม่น้อยกว่า 60% - ผลการประเมินการมีส่วนร่วมของกลุ่มที่ได้รับมอบหมาย ไม่น้อยกว่า 60%
2. ส่งเสริมให้เกิดความคิดใหม่ ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม	1. เรียนรู้และฝึกปฏิบัติการพัฒนาไอเดียทางการตลาดเชิงสร้างสรรค์จากปัญหา/ความต้องการจริง 2. ออกแบบข้อเสนอคุณค่าและทดสอบตลาดขนาดเล็ก สำหรับผลิตภัณฑ์/บริการดิจิทัล โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์สนับสนุนการตัดสินใจ 3. สร้างโมเดลธุรกิจเบื้องต้นด้วยเครื่องมือ เช่น Business Model Canvas และ Value Proposition Canvas รวมถึงการวิเคราะห์ผลกระทบจากเทคโนโลยีที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง (disrupt) และนำเสนอกลยุทธ์ที่เหมาะสม	- การประเมินโครงงาน/คุณค่านำเสนอ - การประเมินกรณีศึกษา - การประเมินการมีส่วนร่วม - การนำเสนอสรุปผลการทดลอง/ทดสอบ	- ผลการประเมินงานที่ได้รับมอบหมาย ไม่น้อยกว่า 80% - ผลงานสามารถนำไปใช้แก้ปัญหาขององค์การ/ธุรกิจได้ โดยคะแนนประเมินไม่น้อยกว่า 60% - ผลการประเมินการมีส่วนร่วมของกลุ่มที่ได้รับมอบหมาย ไม่น้อยกว่า 60% - ผลการประเมินทักษะการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์เพื่อพัฒนานวัตกรรม ไม่น้อยกว่า 60%
3. แนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ	1. พัฒนาความเข้าใจเชิงผู้ประกอบการผ่าน Lean/Business Model Canvas, Value Proposition, TAM-SAM-SOM, Go-to-Market 2. ทดลองตลาดจริงขนาดเล็ก พร้อมเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ traction เพื่อยืนยันการเรียนรู้เชิงข้อมูล	- การประเมินโครงงาน - การประเมินกรณีศึกษา - การประเมินจากการมีส่วนร่วม - การนำเสนอผลงาน	- ผลการประเมินงานที่ได้รับมอบหมาย ไม่น้อยกว่า 80% - ผลงานสามารถนำไปใช้แก้ปัญหาขององค์กร/ธุรกิจได้ โดยคะแนนประเมินไม่น้อยกว่า 60% - ผลการประเมินการมีส่วนร่วมต่องานที่ได้รับมอบหมาย ไม่น้อยกว่า 60% - ผลประเมินทักษะการนำเสนอไม่น้อยกว่า 60%

รายละเอียด	การจัดการเรียนการสอน (ระบุรายวิชา/กิจกรรม/โครงการ)	วิธีการประเมินผล	เกณฑ์การประเมิน
	3. ให้คำปรึกษาและทำงานร่วมกับสถานประกอบการในรายวิชาโครงงาน/สหกิจเพื่อบูรณาการทฤษฎีกับการปฏิบัติจริง		- ผลการประเมินทักษะการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่เหมาะสมต่อการดำเนินธุรกิจ ไม่น้อยกว่า 60% - ผลการประเมินงานที่ได้รับมอบหมายสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเวลาที่กำหนด ไม่น้อยกว่า 60%

ภาคผนวก จ

ตารางเปรียบเทียบปรัชญาการศึกษาและวัตถุประสงค์ของหลักสูตร หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565) กับ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565)	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570)
ปรัชญา มุ่งผลิตบัณฑิตนักปฏิบัติที่มีความเชี่ยวชาญด้านการตลาดและเทคโนโลยีสู่การพัฒนาธุรกิจด้วยจิตสำนึกและความรับผิดชอบต่อสังคม และความยั่งยืน	**ปรัชญาการศึกษาของหลักสูตร** มุ่งผลิตนักปฏิบัติด้านการตลาดที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อการสร้างสรรค์คุณค่าทางธุรกิจและสังคมอย่างยั่งยืน บนพื้นฐานจรรยาบรรณ และการเรียนรู้ตลอดชีวิต
วัตถุประสงค์ของหลักสูตร เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีคุณลักษณะดังต่อไปนี้ 1. มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและทักษะในการปฏิบัติงานด้านการตลาดและศาสตร์ที่เกี่ยวข้องได้ดี 2. สามารถประยุกต์ใช้องค์ความรู้ด้านการตลาดและเทคโนโลยี เพื่อที่แก้ปัญหาทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม 3. มีคุณธรรมจริยธรรม มีระเบียบวินัย ซื่อสัตย์สุจริต มีจรรยาบรรณในวิชาชีพทางการตลาด มีความรับผิดชอบต่อสังคมและประเทศชาติ 4. มีความเป็นผู้นำ หรือผู้ร่วมงานที่ดี มีมนุษยสัมพันธ์ ความคิดสร้างสรรค์ สามารถทำงานเป็นทีมร่วมกับผู้อื่นได้ดี มีทักษะชีวิตและจิตสาธารณะ เข้าใจตนเองและผู้อื่นภายใต้วัฒนธรรมที่แตกต่าง 5. มีความสามารถในการวิเคราะห์เชิงตัวเลขนำไปพัฒนาตนเองและพัฒนางานได้อย่างต่อเนื่อง	**วัตถุประสงค์ของหลักสูตร** เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีคุณลักษณะดังต่อไปนี้ 1. ขับเคลื่อนงานวางแผนกลยุทธ์การตลาดและธุรกิจโดยบูรณาการการตลาด บริหารธุรกิจ และนวัตกรรม เพื่อสร้างความได้เปรียบและความยั่งยืน 2. เลือกใช้เทคโนโลยีการตลาด เทคโนโลยีดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ และการวิเคราะห์สข้อมูล เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์และยกระดับประสิทธิภาพงาน 3. พัฒนาโครงการหรือริเริ่มธุรกิจ โดยประยุกต์ทักษะผู้ประกอบการเพื่อออกแบบโมเดลธุรกิจและนวัตกรรมการตลาด สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ 4. สื่อสารและทำงานร่วมกับผู้อื่นอย่างมืออาชีพ แสดงบทบาทผู้นำและผู้ตามที่เหมาะสม และปรับตัวต่อบริบทพหุวัฒนธรรม และการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี 5. ยึดมั่นจริยธรรม จรรยาบรรณ และความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง

ภาคผนวก ช

ตารางเปรียบเทียบอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565) กับ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565)				หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570)		
ลำดับ	**ชื่อ-สกุล/ เลขประจำตัวประชาชน**	**คุณวุฒิ/สาขาวิชา/ปีที่จบ**	**สถาบันที่จบ**	**ชื่อ-สกุล/ เลขประจำตัวประชาชน**	**คุณวุฒิ/สาขาวิชา/ปีที่จบ**	**สถาบันที่จบ**
1	นางวัลลภา พัฒนา 3 9099 0043x xx x	Ph.D. (Marketing), 2553 M.B.A. (International Business), 2543 บธ.บ. (การตลาด), 2549	Universiti Utara Malaysia, Malaysia Johnson & Wales University, U.S.A. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช	นางสาวทิพยสุดา โสมะตะนัย 1 8097 0017x xx x	บธ.ม. (การตลาด), 2562 บธ.บ. (การตลาด), 2559	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
2	นางอันธิกา ทิพย์จำนงค์ 3 9010 0011x xx x	บธ.ม. (การตลาด), 2545 บธ.บ. (การตลาด), 2540	มหาวิทยาลัยรามคำแหง สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล	นางอันธิกา ทิพย์จำนงค์ 3 9010 0011x xx x	บธ.ม. (การตลาด), 2545 บธ.บ. (การตลาด), 2540	มหาวิทยาลัยรามคำแหง สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล
3	นางธันยาภรณ์ ดำจุติ 3 9011 0013x xx x	บธ.ม. (บริหารธุรกิจ), 2544 บธ.บ. (การตลาด), 2539	มหาวิทยาลัยรามคำแหง สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล	นางชัญญภัทร อำพันสุขโข 3 9099 0022x xx x	ปร.ด. (บริหารธุรกิจ), 2567 บธ.ม. (บริหารธุรกิจ), 2540 บธ.บ. (การตลาด), 2535	มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ วิทยาลัยโยนก มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
4	นายสุริยา นิตย์มี 3 9206 0048x xx x	บธ.ม. (บริหารธุรกิจ), 2543 น.บ. (นิติศาสตร์), 2548 บธ.บ.(การตลาด), 2537	มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง	นางปรีชญา ชุมศรี 3 9009 0060x xx x	ปร.ด. (บริหารธุรกิจ), 2558 บธ.ม. (บริหารธุรกิจ), 2548 กศ.บ. (ธุรกิจศึกษา-การตลาด), 2535	มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
5	นางชัญญภัทร อำพันสุขโข 3 9099 0022x xx x	บธ.ม. (บริหารธุรกิจ), 2540 บธ.บ. (การตลาด), 2535	วิทยาลัยโยนก มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	นางสาวบุสรินทร์ คูนิอาจ 3 9001 0026x xx x	บธ.ม. (บริหารธุรกิจ), 2545 บธ.บ. (การตลาด), 2540	มหาวิทยาลัยรามคำแหง สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล

ภาคผนวก ซ

ประวัติ ผลงานทางวิชาการ และประสบการณ์สอน

ของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และอาจารย์ประจำหลักสูตร

1. นางสาวทิพยสุดา โสมะตะนัย

☑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และอาจารย์ประจำหลักสูตร ☐ อาจารย์ประจำหลักสูตร

ประวัติการศึกษา

ระดับการศึกษา	วุฒิที่ได้รับ	สาขาวิชา	สถาบันที่จบ	ปีที่จบ
ปริญญาโท	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	การตลาด	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	2562
ปริญญาตรี	บริหารธุรกิจบัณฑิต	การตลาด	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	2559

ตำแหน่งทางวิชาการ

☑ อาจารย์ ☐ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ☐ รองศาสตราจารย์ ☐ ศาสตราจารย์

ผลงานทางวิชาการ

ผลงานตีพิมพ์ในวารสารต่างประเทศ หรือวารสารในประเทศ

ธนวัฒน์ เลขาพันธ์, อารีนา อีสามะ, พรสวรรค์ จันทร์สุข, มณฑนรรห์ วัฒนกุล, และ ทิพยสุดา จันทร์เกื้อ. (2567). การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนศิลปะมัดย้อมบ้านหัวควน ตำบลสะท้อน จังหวัดสงขลา .*วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่, 16*(1), 75-86.

ค่าน้ำหนัก : 0.8 เดือนที่เผยแพร่ : มกราคม 2567

ความเกี่ยวข้องกับหลักสูตร ☑ ตรงสาขาวิชา ☐ สัมพันธ์กับสาขาวิชา

☑ วารสารวิชาการระดับชาติ ☑ TCI1 ☐ TCI2

☐ วารสารวิชาการระดับนานาชาติ

☐ ERIC ☐ MathsciNet ☐ Pubmed ☐ Scopus ☐ JSTOR

☐ Web of Science (SCIE, SSCI และ AHCI) ☐ Project Muse

ประสบการณ์สอน

- หลักการตลาด
- การตลาดธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยว
- การวิจัยตลาด

- การวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจ
- การตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- การจัดการค้าปลีกสมัยใหม่
- การจัดการช่องทางการตลาดและซัพพลายเชน
- การจัดการการตลาดเพื่อธุรกิจชุมชน
- การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในยุคดิจิทัล

2. นางอันธิกาทิพย์ จำนงค์

☑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และอาจารย์ประจำหลักสูตร ☐ อาจารย์ประจำหลักสูตร

ประวัติการศึกษา

ระดับการศึกษา	วุฒิที่ได้รับ	สาขาวิชา	สถาบันที่จบ	ปีที่จบ
ปริญญาโท	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	การตลาด	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2545
ปริญญาตรี	บริหารธุรกิจบัณฑิต	การตลาด	สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล	2540

ตำแหน่งทางวิชาการ

☐ อาจารย์ ☑ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ☐ รองศาสตราจารย์ ☐ ศาสตราจารย์

ผลงานทางวิชาการ

ผลงานตีพิมพ์ในวารสารต่างประเทศ หรือวารสารในประเทศ

Kongkaew, M., & Thipjumnong, A. (2023). New normal payment method among elderly in COVID-19 pandemic. *Asia Social Issues, 16*(4), 1-16.

ค่าน้ำหนัก : 0.8 เดือนที่เผยแพร่ : July-August 2023

ความเกี่ยวข้องกับหลักสูตร ☑ ตรงสาขาวิชา ☐ สัมพันธ์กับสาขาวิชา

☑ วารสารวิชาการระดับชาติ ☑ TCI1 ☐ TCI2

☐ วารสารวิชาการระดับนานาชาติ

☐ ERIC ☐ MathsciNet ☐ Pubmed ☐ Scopus ☐ JSTOR

☐ Web of Science (SCIE, SSCI และ AHCI) ☐ Project Muse

ประสบการณ์สอน

- หลักการตลาด
- การตลาดระหว่างประเทศและระดับโลก
- กลยุทธ์การตลาด
- การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด

3. นางชัญญภัทร อำพันสุขโข

☑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และอาจารย์ประจำหลักสูตร ☐ อาจารย์ประจำหลักสูตร

ประวัติการศึกษา

ระดับการศึกษา	วุฒิที่ได้รับ	สาขาวิชา	สถาบันที่จบ	ปีที่จบ
ปริญญาเอก	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต	บริหารธุรกิจ	มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์	2567
ปริญญาโท	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	บริหารธุรกิจ	วิทยาลัยโยนก	2540
ปริญญาตรี	บริหารธุรกิจบัณฑิต	การตลาด	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	2535

ตำแหน่งทางวิชาการ

☐ อาจารย์ ☑ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ☐ รองศาสตราจารย์ ☐ ศาสตราจารย์

ผลงานทางวิชาการ

ผลงานตีพิมพ์ในวารสารต่างประเทศ หรือวารสารในประเทศ

ชัญญภัทร อำพันสุขโข. (2568). ลักษณะและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเชิงการตลาดของตราสินค้าประเภทแฟชั่นผ่านสื่อสังคมที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค. *วารสารหาดใหญ่วิชาการ, 23*(1), 50-71.

ค่าน้ำหนัก : 0.8 เดือนที่เผยแพร่ : มกราคม – เมษายน 2568

ความเกี่ยวข้องกับหลักสูตร ☑ ตรงสาขาวิชา ☐ สัมพันธ์กับสาขาวิชา

☑ วารสารวิชาการระดับชาติ ☑ TCI1 ☐ TCI2

☐ วารสารวิชาการระดับนานาชาติ

☐ ERIC ☐ MathsciNet ☐ Pubmed ☐ Scopus ☐ JSTOR

☐ Web of Science (SCIE, SSCI และ AHCI) ☐ Project Muse

ประสบการณ์สอน

- หลักการตลาด
- ความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค
- การจัดการการขายสมัยใหม่

4. นางปรีชญา ชุมศรี

☑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และอาจารย์ประจำหลักสูตร ☐ อาจารย์ประจำหลักสูตร

ประวัติการศึกษา

ระดับการศึกษา	วุฒิที่ได้รับ	สาขาวิชา	สถาบันที่จบ	ปีที่จบ
ปริญญาเอก	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต	บริหารธุรกิจ	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2558
ปริญญาโท	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	บริหารธุรกิจ	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2548
ปริญญาตรี	การศึกษาบัณฑิต	ธุรกิจศึกษา-การตลาด	มหาวิทยาลัยศรีนครินวิโรฒ	2535

ตำแหน่งทางวิชาการ

☐ อาจารย์ ☑ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ☐ รองศาสตราจารย์ ☐ ศาสตราจารย์

ผลงานทางวิชาการ

ผลงานตีพิมพ์ในวารสารต่างประเทศ หรือวารสารในประเทศ

จุฬาลักษณ์ โรจนานุกูล, สุรสิทธิ์ระวังวงศ์, ชาตรี หอมเขียว, อภิชล ทองมั่ง กำเนิดว้า, และ ปรีชญา ชุมศรี. (2566). การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุดโต๊ะเก้าอี้จากไม้ไผ่ด้วยการประยุกต์ใช้เทคนิคการกระจายหน้าที่เชิงคุณภาพร่วมกับวิศวกรรมคันเซ. *วารสารวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย, 15*(2). 552-569.

ค่าน้ำหนัก : 0.8 เดือนที่เผยแพร่ : พฤษภาคม – สิงหาคม 2566

ความเกี่ยวข้องกับหลักสูตร ☑ ตรงสาขาวิชา ☐ สัมพันธ์กับสาขาวิชา

☑ วารสารวิชาการระดับชาติ ☑ TCI1 ☐ TCI2

☐ วารสารวิชาการระดับนานาชาติ

☐ ERIC ☐ MathsciNet ☐ Pubmed ☐ Scopus ☐ JSTOR

☐ Web of Science (SCIE, SSCI และ AHCI) ☐ Project Muse

ประสบการณ์สอน

- หลักการตลาด
- การจัดการการตลาดเพื่อธุรกิจชุมชน
- การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ทางสื่อสังคมออนไลน์

5. นางสาวบุสรินทร์ คูนิอาจ

☑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และอาจารย์ประจำหลักสูตร ☐ อาจารย์ประจำหลักสูตร

ประวัติการศึกษา

ระดับการศึกษา	วุฒิที่ได้รับ	สาขาวิชา	สถาบันที่จบ	ปีที่จบ

ปริญญาโท	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	บริหารธุรกิจ	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2543
ปริญญาตรี	การศึกษาบัณฑิต	การตลาด	สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล	2531

ตำแหน่งทางวิชาการ

☑ อาจารย์ ☐ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ☐ รองศาสตราจารย์ ☐ ศาสตราจารย์

ผลงานทางวิชาการ

ผลงานตีพิมพ์ในวารสารต่างประเทศ หรือวารสารในประเทศ

พันธ์ยศ วรเชฐวราวัตร์, สิริรัตน์ พึ่งชมภู, พรโพยม วรเชฐวราวัตร์, บุสรินทร์ คูนิอาจ, และ นพดล โพชกำเหนิด. (2569). การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑเฟอร์นิเจอร์ตามความต้องการของผู้บริโภค กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์จากทางตาลโตนดในคาบสมุทรสทิงพระ จังหวัดสงขลา. *วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ, 18*(1), 27-42.

ค่าน้ำหนัก : 0.8 เดือนที่เผยแพร่ : มกราคม-มีนาคม 2569

ความเกี่ยวข้องกับหลักสูตร ☑ ตรงสาขาวิชา ☐ สัมพันธ์กับสาขาวิชา

☑ วารสารวิชาการระดับชาติ ☑ TCI1 ☐ TCI2

☐ วารสารวิชาการระดับนานาชาติ

☐ ERIC ☐ MathsciNet ☐ Pubmed ☐ Scopus ☐ JSTOR

☐ Web of Science (SCIE, SSCI และ AHCI) ☐ Project Muse

ประสบการณ์สอน

- หลักการตลาด
- สัมมนาการตลาด
- การตลาดเพื่อสร้างธุรกิจใหม่
- การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา
- การจัดการช่องทางการตลาดและซัพพลายเชน

ภาคผนวก ฌ
คณะกรรมการจัดทำหลักสูตร



คำสั่งมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
ที่ ๘๔ /๒๕๖๙
เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาปรับปรุงและวิพากษ์หลักสูตร หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570)

เพื่อให้การดำเนินการพัฒนาปรับปรุงและวิพากษ์หลักสูตร หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570) คณะบริหารธุรกิจ ดำเนินการไปด้วยความเรียบร้อยและถูกต้องเหมาะสม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จึงขอแต่งตั้งคณะกรรมการดังต่อไปนี้

๑. คณะกรรมการที่ปรึกษา

๑.๑ นายภาณุมาศ สุยบางดำ	ประธานกรรมการ
๑.๒ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชัยนันท์ ปัญญาวุทโส	กรรมการ
๑.๓ นายทีปกร นฤมาณนลินี	กรรมการ
๑.๔ ผู้ช่วยศาสตราจารย์จีระศักดิ์ เพียรเจริญ	กรรมการและเลขานุการ

หน้าที่ ให้คำปรึกษา แนะนำในการพัฒนาการปรับปรุงและวิพากษ์หลักสูตร หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570)

๒. คณะกรรมการพัฒนาปรับปรุงหลักสูตร

๒.๑ นางสาวทิพยสุดา โสมะตะนัย	ประธานกรรมการ
๒.๒ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประสิทธิ์ รัตนพันธ์	ผู้ทรงคุณวุฒิ
๒.๓ ดร. ปรีดา กลิ่นเทศ	ผู้ทรงคุณวุฒิ
๒.๔ นายอเนก แซ่ตั้ง	ผู้ทรงคุณวุฒิ
๒.๕ รองศาสตราจารย์สุทธยา สมสุข	กรรมการ
๒.๖ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิเชษฐ์ พรหมใหม่	กรรมการ
๒.๗ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัญญภัทร อำพันสุขโข	กรรมการ
๒.๘ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชญา ชุมศรี	กรรมการ
๒.๙ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัลลภา พัฒนา	กรรมการ
๒.๑๐ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุริยา นิตย์มี	กรรมการ
๒.๑๑ นางสาวบุสรินทร์ คูนิอาจ	กรรมการ
๒.๑๒ ผู้ช่วยศาสตราจารย์อันธิกา ทิพย์จำนงค์	กรรมการและเลขานุการ
๒.๑๓ นางสาวนนลษร ดำเป็นไฝ	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ
๒.๑๔ นางสาวรัตดาวรรณ แก้วสวัสดิ์	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

หน้าที่ พัฒนาปรังปรุงหลักสูตร หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570)

๓. คณะกรรมการ...

๓. คณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตร

๓.๑ นางสาวทิพยสุดา โสมะตะนัย	ประธานกรรมการ
๓.๒ รองศาสตราจารย์ ดร.เจษฎา นกน้อย	ผู้ทรงคุณวุฒิ
๓.๓ ผู้ช่วยศาสตตราจารย์ ดร.เอกก์ ภทรธนกุล	ผู้ทรงคุณวุฒิ
๓.๔ นายณัฐพล ม่วงทำ	ผู้ทรงคุณวุฒิ
๓.๕ ดร.นริสรา พาลุสุข	ผู้ทรงคุณวุฒิ
๓.๖ รองศาสตราจารย์สุทธยา สมสุข	กรรมการ
๓.๗ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิเชษฐ์ พรหมใหม่	กรรมการ
๓.๘ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัญญภัทร อำพันสุขโข	กรรมการ
๓.๙ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชญา ชุมศรี	กรรมการ
๓.๑๐ รองศาสตราจารย์ ดร.วัลลภา พัฒนา	กรรมการ
๓.๑๑ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุริยา นิตย์มี	กรรมการ
๓.๑๒ นางสาวบุสรินทร์ คูนิอาจ	กรรมการ
๓.๑๓ ผู้ช่วยศาสตราจารย์อันธิกา ทิพย์จำนงค์	กรรมการและเลขานุการ
๓.๑๔ นางสาวนนลษร ดำเป็นไฝ	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ
๓.๑๕ นางสาวรัตดาวรรณ แก้วสวัสดิ์	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

หน้าที่ วิพากษ์หลักสูตร หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570)

ขอให้คณะกรรมการที่ได้รับการแต่งตั้ง ปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ และเกิดผลดีกับทางราชการ

สั่ง ณ วันที่ ๒๖ เดือน มกราคม พ.ศ.๒๕๖๙

(ศาสตราจารย์สุวัจน์ ธัญรส)
อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ภาคผนวก ญ

ข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรีและการศึกษาตลอดชีวิต พ.ศ. 2566 และฉบับแก้ไข พ.ศ. 2568



ข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรีและการศึกษาตลอดชีวิต
พ.ศ. ๒๕๖๖

โดยเป็นการสมควรให้มีข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรีและการศึกษาตลอดชีวิต พ.ศ. ๒๕๖๖ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เพื่อให้สอดคล้องกับกฎกระทรวง เรื่องมาตรฐานหลักสูตรการศึกษาระดับอุดมศึกษา พ.ศ.๒๕๖๕ และประกาศที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๑๗ (๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พ.ศ. ๒๕๔๘ โดยมติสภามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ในการประชุมครั้งที่ ๒๒๙-๗/๒๕๖๖ เมื่อวันที่ ๒๗ กรกฎาคม ๒๕๖๖ จึงออกข้อบังคับไว้ ดังนี้

ข้อ ๑ ข้อบังคับนี้เรียกว่า "ข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรีและการศึกษาตลอดชีวิต พ.ศ. ๒๕๖๖"

ข้อ ๒ ข้อบังคับนี้ให้ใช้บังคับถัดจากวันประกาศเป็นต้นไป โดยใช้บังคับกับนักศึกษาที่เข้าศึกษาตั้งแต่ปีการศึกษา ๒๕๖๖ เป็นต้นไป ข้อบังคับอื่นใดซึ่งขัดหรือแย้งกับข้อบังคับนี้ให้ใช้ข้อบังคับนี้แทน

ข้อ ๓ ให้อธิการบดีรักษาการตามข้อบังคับนี้ และมีอำนาจวินิจฉัยและตีความในกรณีที่มีปัญหาเกี่ยวกับการปฏิบัติตามข้อบังคับนี้

หมวด ๑
บททั่วไป

ข้อ ๔ ในข้อบังคับนี้

"มหาวิทยาลัย" หมายความว่า มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

"สภามหาวิทยาลัย" หมายความว่า สภามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

"อธิการบดี" หมายความว่า อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

"คณะ" หมายความว่า คณะ วิทยาลัย หรือส่วนราชการที่เรียกชื่ออย่างอื่นที่มีฐานะเทียบเท่าคณะที่มีการจัดการเรียนการสอน

"คณบดี" หมายความว่า คณบดี ผู้อำนวยการ หรือหัวหน้าส่วนราชการที่เรียกชื่ออย่างอื่นที่มีฐานะเทียบเท่าคณะที่มีการจัดการเรียนการสอน

"คณะกรรมการประจำคณะ" หมายความว่า คณะกรรมการประจำคณะ วิทยาลัย หรือส่วนราชการที่เรียกชื่ออย่างอื่นที่มีฐานะเทียบเท่าคณะที่มีการจัดการเรียนการสอน

"นักศึกษา" หมายความว่า ผู้ที่มีวุฒิการศึกษาตามที่กำหนดไว้ในรายละเอียดของหลักสูตรและได้ขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย หรือผู้เรียนที่กำลังศึกษาหรือ

สำเร็จการศึกษาในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน แต่มีความสนใจและสามารถที่จะเข้าศึกษาในรายวิชาที่มหาวิทยาลัยจัดการเรียนการสอนหรือบุคคลทั่วไปที่ลงทะเบียนเรียนในระบบการศึกษาตามอัธยาศัย

"หลักสูตรสาขาวิชา" หมายความว่า หลักสูตรสาขาวิชาที่มีการเรียนการสอนในคณะ

"การจัดการเรียนการสอนแบบปกติ" หมายความว่า การจัดการเรียนการสอน ณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ตามรูปแบบที่มหาวิทยาลัยกำหนด

"การจัดการศึกษารูปแบบอื่น" หมายความว่า การจัดการเรียนการสอนตามอัธยาศัย หรือเป็นการศึกษาทางเลือก เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ของคนทุกช่วงวัย ตามรูปแบบที่มหาวิทยาลัยกำหนด

"คลังหน่วยกิต" หมายความว่า ระบบทะเบียนสะสมหน่วยกิตและผลการศึกษาสำหรับผู้เรียนทั้งจากการศึกษาในระบบการศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัยโดยมีหลักฐานที่เป็นองค์ประกอบในการเทียบหน่วยกิตรวบรวมไว้ด้วย

"หน่วยกิตสะสม" หมายความว่า หน่วยกิตที่นักศึกษาที่เรียนสะสมให้ครบตามหลักสูตรสาขาวิชานั้น

"สถาบันการศึกษา" หมายความว่า สถาบันอุดมศึกษาของรัฐหรือเอกชนที่มีคุณภาพและมาตรฐานจัดตั้งถูกต้องตามกฎหมาย ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

"อาจารย์ที่ปรึกษา" หมายความว่า อาจารย์ที่ได้รับการแต่งตั้งโดยคณบดีให้เป็นที่ปรึกษาของนักศึกษา

"อาจารย์ผู้สอน" หมายความว่า อาจารย์ประจำหรืออาจารย์พิเศษที่รับผิดชอบรายวิชาหรือชุดวิชา ในรูปแบบการจัดการศึกษาตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

หมวด ๒
การจัดการศึกษา

ข้อ ๕ การจัดรูปแบบการศึกษา ดังนี้

๕.๑ การศึกษาในระบบ เป็นการศึกษาที่กำหนดจุดมุ่งหมาย วิธีการศึกษา หลักสูตร ระยะเวลาของการศึกษา การวัดและประเมินผล ซึ่งเป็นเงื่อนไขของการสำเร็จการศึกษาที่แน่นอน

๕.๒ การศึกษานอกระบบ เป็นการศึกษาที่มีความยืดหยุ่นในการกำหนดจุดมุ่งหมาย รูปแบบ วิธีการจัดการศึกษา ระยะเวลาของการศึกษา การวัดและประเมินผล ซึ่งเป็นเงื่อนไขของการสำเร็จการศึกษา โดยเนื้อหาและหลักสูตรจะต้องมีความเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพปัญหาและความต้องการของบุคคลแต่ละกลุ่ม

๕.๓ การศึกษาตามอัธยาศัย เป็นการศึกษาที่ให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ด้วยตนเอง ตามความสนใจ ศักยภาพ ความพร้อมและโอกาส โดยศึกษาจากบุคคล ประสบการณ์ สังคม สภาพแวดล้อม สื่อ หรือแหล่งความรู้อื่น ๆ แล้วนำองค์ความรู้จากการศึกษามาขอวัดและประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้

ข้อ ๖ ระบบการจัดการศึกษา

๖.๑ ระบบทวิภาค คือ ระบบการจัดการศึกษาโดย ๑ ปีการศึกษาแบ่งออกเป็น ๒ ภาคการศึกษาปกติ ๑ ภาคการศึกษาปกติมีระยะเวลาศึกษาไม่น้อยกว่า ๑๕ สัปดาห์ หรือเทียบเคียงได้ไม่น้อยกว่า ๑๕ สัปดาห์ มหาวิทยาลัยอาจเปิดการศึกษาภาคฤดูร้อน ให้กำหนดระยะเวลาและจำนวนหน่วยกิต โดยมีสัดส่วนเทียบเคียงกันได้กับการศึกษาภาคปกติ

๖.๒ มหาวิทยาลัยอาจจัดการศึกษาในระบบอื่น ให้มีการนับระยะเวลาในการศึกษาเทียบเคียงได้กับระบบทวิภาค โดยให้สภามหาวิทยาลัยเป็นผู้กำหนด ซึ่งจะต้องแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับระบบการศึกษานั้นไว้ในหลักสูตรให้ชัดเจน ประกอบด้วยรายละเอียดเกี่ยวกับระยะเวลาของหน่วยการเรียนรู้เทียบเคียงกับหน่วยกิตในระบบทวิภาค รายวิชาภาคทฤษฎีและรายวิชาภาคปฏิบัติการฝึกงานหรือการฝึกภาคสนาม การทำโครงงานหรือกิจกรรมอื่นใดที่เสริมสร้างการเรียนรู้ให้มีความสอดคล้องและเหมาะสมกับระบบการจัดการศึกษาที่สภามหาวิทยาลัยกำหนด

ข้อ ๗ การคิดหน่วยกิตตามระบบทวิภาค

๗.๑ รายวิชาภาคทฤษฎีที่ใช้เวลาบรรยายหรืออภิปรายปัญหาไม่น้อยกว่า ๑๕ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติให้มีค่าเท่ากับ ๑ หน่วยกิต

๗.๒ รายวิชาภาคปฏิบัติที่ใช้เวลาฝึกหรือทดลองไม่น้อยกว่า ๓๐ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติให้มีค่าเท่ากับ ๑ หน่วยกิต

๗.๓ การฝึกงานหรือการฝึกภาคสนามที่ใช้เวลาฝึกไม่น้อยกว่า ๔๕ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติให้มีค่าเท่ากับ ๑ หน่วยกิต

๗.๔ การทำโครงงานหรือกิจกรรมการเรียนอื่นใดตามที่ได้รับมอบหมายที่ใช้เวลาทำโครงงานหรือกิจกรรมนั้น ๆ ไม่น้อยกว่า ๔๕ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติให้มีค่าเท่ากับ ๑ หน่วยกิต

๗.๕ กิจกรรมการเรียนอื่นใดที่สร้างการเรียนรู้นอกเหนือจากรูปแบบที่กำหนดข้างต้น การนับระยะเวลาในการทำกิจกรรมนั้นต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ ๑ หน่วยกิต ให้เป็นไปตามที่สภามหาวิทยาลัยกำหนด

กรณีมหาวิทยาลัยจัดการศึกษาในระบบอื่นที่ไม่ใช่ระบบทวิภาค ให้นับระยะเวลาการศึกษาและการคิดหน่วยกิตเทียบเคียงได้กับระบบทวิภาค โดยให้สภามหาวิทยาลัยเป็นผู้กำหนด

ข้อ ๘ จำนวนหน่วยกิตรวมและระยะเวลาการศึกษา

๘.๑ หลักสูตรปริญญาตรีที่มีระยะเวลาการศึกษาปกติ ๔ ปี มีจำนวนหน่วยกิตรวมไม่น้อยกว่า ๑๒๐ หน่วยกิต

๘.๒ หลักสูตรปริญญาตรีที่มีระยะเวลาการศึกษาปกติ ๕ ปี มีจำนวนหน่วยกิตรวมไม่น้อยกว่า ๑๕๐ หน่วยกิต

๘.๓ หลักสูตรปริญญาตรีที่มีระยะเวลาการศึกษาปกติไม่น้อยกว่า ๖ ปี มีจำนวนหน่วยกิตรวมไม่น้อยกว่า ๑๘๐ หน่วยกิต

๘.๔ หลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) มีจำนวนหน่วยกิตรวมไม่น้อยกว่า ๗๒ หน่วยกิต

หมวด ๓
การรับเข้าศึกษา

ข้อ ๙ มหาวิทยาลัยอาจรับนักศึกษาเข้าศึกษาหลักสูตรปริญญาตรี โดยวิธีดังนี้

๙.๑ การคัดเลือกเข้าศึกษาผ่านระบบของมหาวิทยาลัย

๙.๒ การคัดเลือกบุคคลเข้าศึกษาในระดับอุดมศึกษาผ่านระบบกลาง สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

๙.๓ การรับเข้าศึกษา ตามระเบียบมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยว่าด้วยความร่วมมือทางวิชาการกับองค์กรภายนอก

ข้อ ๑๐ ผู้เข้าศึกษาต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้

๑๐.๑ เป็นผู้มีวุฒิการศึกษาตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตรสาขาวิชา

๑๐.๒ เป็นผู้ที่กำลังศึกษาหรือสำเร็จการศึกษาในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน หรือประกาศนียบัตรวิชาชีพหรือเทียบเท่า หรือประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงหรือเทียบเท่าที่มีความสนใจจะเข้าศึกษาในรายวิชาที่มหาวิทยาลัยจัดการเรียนการสอน และ

๑๐.๓ คุณสมบัติอื่น ๆ ให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๑๑ การรายงานตัวของผู้ผ่านการคัดเลือก

๑๑.๑ ผู้ผ่านการคัดเลือกเข้าเป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยในหลักสูตรสาขาวิชาต่าง ๆ และมีคุณสมบัติครบถ้วนตามข้อ ๑๐ ต้องมารายงานตัวขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาโดยนำส่งเอกสารหลักฐานพร้อมทั้งชำระเงินค่าธรรมเนียมการศึกษา ตามวัน เวลา และวิธีการที่มหาวิทยาลัยกำหนด

๑๑.๒ ผู้ผ่านการคัดเลือกที่ไม่สามารถมารายงานตัวเป็นนักศึกษาตาม วัน เวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนดถือว่าเป็นการสละสิทธิ์ เว้นแต่ได้แจ้งเหตุความจำเป็นให้มหาวิทยาลัยทราบเป็นลายลักษณ์อักษร และต้องมารายงานตัวภายใน ๑๔ วัน นับแต่วันที่มหาวิทยาลัยกำหนดให้นักศึกษามารายงานตัว ทั้งนี้การพิจารณาอนุญาตให้อยู่ในดุลยพินิจของอธิการบดี

หมวด ๔
การลงทะเบียนเรียน

ข้อ ๑๒ การลงทะเบียนเรียนของนักศึกษาให้ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ ดังนี้

๑๒.๑ นักศึกษาต้องลงทะเบียนเรียนในแต่ละภาคการศึกษาให้เสร็จสิ้นก่อนวันเปิดภาคการศึกษานั้น ตามระยะเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด

๑๒.๒ การลงทะเบียนรายวิชาใดต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและเป็นไปตามข้อกำหนดของหลักสูตรสาขาวิชา

๑๒.๓ การลงทะเบียนเรียน ให้ลงทะเบียนเรียนได้ไม่เกิน ๒๒ หน่วยกิต ในแต่ละภาคการศึกษาปกติสำหรับการลงทะเบียนเรียนเต็มเวลา และให้ลงทะเบียนเรียนได้ไม่เกิน ๙ หน่วยกิต ในแต่ละภาคการศึกษาปกติสำหรับการลงทะเบียนเรียนไม่เต็มเวลา สำหรับการลงทะเบียนเรียนในภาคฤดูร้อนให้ลงทะเบียนเรียนได้ไม่เกิน ๙ หน่วยกิต หากหลักสูตรสาขาวิชาใดมีเหตุผลและความจำเป็นพิเศษในการลงทะเบียนเรียนที่มีจำนวนหน่วยกิตแตกต่างไปจากเกณฑ์ข้างต้นก็อาจทำได้โดยการอนุมัติของสภามหาวิทยาลัย แต่ต้องไม่กระทบต่อมาตรฐานและคุณภาพการศึกษา

๑๒.๔ นักศึกษาที่ได้ลงทะเบียนเรียนก่อนวันเปิดภาคการศึกษาแล้ว ต่อมานักศึกษาผู้นั้นพ้นสภาพการเป็นนักศึกษา เนื่องจากผลการเรียนในภาคการศึกษาที่ผ่านมา ให้ถือว่าผลการลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษานั้นเป็นโมฆะ ไม่มีผลผูกพันต่อมหาวิทยาลัย และนักศึกษามีสิทธิขอถอนเงินค่าธรรมเนียมการศึกษาของภาคการศึกษาที่เป็นโมฆะนั้นคืนได้

๑๒.๕ นักศึกษาต้องลงทะเบียนเรียนและชำระเงินภายในระยะเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด หากลงทะเบียนและชำระเงินหลังจากที่มหาวิทยาลัยกำหนดไว้ ต้องชำระค่าธรรมเนียมเพิ่มเป็นค่าปรับตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด หากพ้นกำหนดระยะเวลาดังกล่าว ถือว่าการลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษานั้นเป็นโมฆะ

๑๒.๖ ในภาคการศึกษาใดหากนักศึกษาไม่ได้ลงทะเบียนเรียน และประสงค์จะขอรักษาสภาพการเป็นนักศึกษาให้ยื่นคำร้องขออนุมัติต่อคณบดีภายใน ๓๐ วันนับจากวันเปิดภาคการศึกษานั้นและต้องชำระค่าธรรมเนียมการรักษาสภาพการเป็นนักศึกษาตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

๑๒.๗ กรณีมีเหตุอันควร มหาวิทยาลัยอาจประกาศรายวิชาเพิ่ม หรือปิดรายวิชาหนึ่งวิชาใด หรือจำกัดจำนวนนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนในรายวิชาใดก็ได้ กรณีดังกล่าวต้องกระทำภายในสัปดาห์แรก นับแต่วันเปิดภาคการศึกษาปกติ หรือภายในสัปดาห์แรก นับแต่วันเปิดภาคฤดูร้อน

๑๒.๘ การลงทะเบียนในรายวิชาที่มีวิชาบังคับก่อน นักศึกษาต้องสอบผ่านในรายวิชาบังคับก่อน

ข้อ ๑๓ การลงทะเบียนข้ามคณะ ให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๑๔ มหาวิทยาลัยกำหนดหลักเกณฑ์การลงทะเบียนเรียนในสถาบันการศึกษาดังนี้

๑๔.๑ นักศึกษาที่ประสงค์จะลงทะเบียนเรียนในสถาบันการศึกษาเพื่อนับหน่วยกิตในหลักสูตรสาขาวิชา ต้องเป็นไปตามเงื่อนไขดังนี้

(๑) เป็นผู้ได้รับความเห็นชอบจากคณะที่รับผิดชอบหลักสูตรจากมหาวิทยาลัยและสถาบันการศึกษานั้น กรณีลงทะเบียนในสถาบันการศึกษาอื่นทั้งภาคการศึกษาให้ลงทะเบียนรักษาสภาพการเป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัย

(๒) รายวิชาที่จะลงทะเบียนในสถาบันการศึกษานั้นต้องเป็นรายวิชาที่สามารถเทียบได้กับรายวิชาตามหลักสูตรสาขาวิชา หรือรายวิชาเลือกเสรี

๑๔.๒ นักศึกษาสามารถลงทะเบียนเรียนในสถาบันการศึกษา ในแต่ละภาคการศึกษาหากเป็นการลงทะเบียนเป็นกรณีพิเศษโดยไม่นับหน่วยกิต และได้รับอนุมัติจากคณบดี

ข้อ ๑๕ การถอนรายวิชาและการเพิ่มรายวิชา

๑๕.๑ การจัดการเรียนการสอนแบบปกติ

(๑) นักศึกษาสามารถดำเนินการถอนรายวิชาและหรือเพิ่มรายวิชา ทั้งนี้ต้องกระทำภายใน ๒ สัปดาห์แรกของภาคการศึกษาปกติ หรือภายในสัปดาห์แรกของภาคฤดูร้อน โดยได้รับการอนุมัติจากอาจารย์ผู้สอน เป็นไปตามเกณฑ์ในข้อ ๑๒.๒ และ ๑๒.๓

(๒) การถอนรายวิชาภายใน ๒ สัปดาห์แรกของภาคการศึกษาปกติ หรือภายในสัปดาห์แรกของภาคฤดูร้อน ต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา โดยรายวิชานั้นจะไม่ปรากฏในใบแสดงผลการศึกษา

(๓) การถอนรายวิชาภายหลัง ๒ สัปดาห์แรกแต่ยังอยู่ภายใน ๑๒ สัปดาห์ของภาคการศึกษาปกติ หรือภายหลังสัปดาห์แรก แต่ยังอยู่ภายใน ๕ สัปดาห์แรกของภาคฤดูร้อน ต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ผู้สอน โดยคณบดีเป็นผู้อนุมัติ จะได้สัญลักษณ์ W ปรากฏในใบแสดงผลการศึกษา

๑๕.๒ การจัดการศึกษารูปแบบอื่น การถอนรายวิชาตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด หากไม่เกินร้อยละ ๒๐ ของระยะเวลาการจัดการเรียนการสอน รายวิชานั้นจะไม่ปรากฏในใบแสดงผลการศึกษา หากถอนรายวิชาเกินร้อยละ ๒๐ แต่ไม่เกินร้อยละ ๘๐ ของระยะเวลาการจัดการเรียนการสอนจะได้สัญลักษณ์ W ปรากฏในใบแสดงผลการศึกษา ทั้งนี้ต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ผู้สอน โดยคณบดีเป็นผู้อนุมัติ

๑๕.๓ การถอนรายวิชาใดภายหลังกำหนดระยะเวลามหาวิทยาลัยกำหนด จะกระทำมิได้

๑๕.๔ การถอนรายวิชาในภาคการศึกษาปกติหรือภาคฤดูร้อน จะต้องมีรายวิชาคงเหลืออย่างน้อย ๑ รายวิชา เว้นแต่มีเหตุอันควร ทั้งนี้ต้องได้รับความเห็นชอบจากคณบดี

ข้อ ๑๖ การเรียนซ้ำหรือเรียนแทน

๑๖.๑ นักศึกษาที่ได้ระดับคะแนน D+ หรือ D ในรายวิชาใด มีสิทธิลงทะเบียนเรียนรายวิชานั้นซ้ำอีกได้ โดยนับระดับคะแนนที่ดีที่สุดเพียงครั้งเดียว

๑๖.๒ รายวิชาใดที่นักศึกษาได้ระดับคะแนน F หรือได้รับการประเมินผลเป็น U หรือ W หากเป็นรายวิชาพื้นฐานวิชาชีพหรือวิชาชีพบังคับ ตามหลักสูตรสาขาวิชาแล้ว นักศึกษาต้องลงทะเบียนเรียนรายวิชานั้นซ้ำอีกจนกว่าจะได้ระดับคะแนนหรือผลการประเมินตามที่หลักสูตรสาขาวิชากำหนดไว้ กรณีรายวิชาชีพเลือกหรือวิชาเลือกเสรี นักศึกษาสามารถลงทะเบียนเรียนรายวิชาเลือกอื่นแทนได้

๑๖.๓ รายวิชาใดที่นักศึกษาได้รับคะแนน F หรือได้รับการประเมินผลเป็น U เมื่อมีการลงทะเบียนเรียนรายวิชาซ้ำหรือแทนกันแล้ว ให้นับหน่วยกิตของรายวิชาดังกล่าวเพียงครั้งเดียวในการหาค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม

หมวด ๕
การวัดและประเมินผล

ข้อ ๑๗ การวัดและประเมินผลการศึกษา เป็นหน้าที่ความรับผิดชอบของอาจารย์ผู้สอนหรือผู้ที่ได้รับมอบหมายจากคณะ เพื่อประเมินผลการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ของนักศึกษาตามที่หลักสูตรสาขาวิชากำหนด โดยพิจารณาจากพัฒนาการของนักศึกษา ความประพฤติ การสังเกตพฤติกรรมการเรียน การร่วมกิจกรรม การประเมินผลด้วยวิธีการอื่นใด ซึ่งการวัดผลการศึกษาอาจมีหลายครั้งในระหว่างภาคการศึกษา และมีการวัดผลการศึกษาเมื่อสิ้นสุดภาคการศึกษาอย่างน้อยภาคการศึกษาละหนึ่งครั้ง เพื่อการประเมินผลการศึกษา

ข้อ ๑๘ นักศึกษาต้องมีระยะเวลาศึกษาไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ ของระยะเวลาศึกษาทั้งหมดของแต่ละรายวิชา จึงจะมีสิทธิได้รับการประเมินผลในรายวิชาดังกล่าวได้ เว้นแต่จะได้รับอนุญาตเป็นกรณีพิเศษจากอาจารย์ผู้สอน

ข้อ ๑๙ การวัดและประเมินผลการศึกษาสำหรับรายวิชาที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียนแต่ละภาคการศึกษา กำหนดหลักเกณฑ์ดังนี้

๑๙.๑ การประเมินผลการศึกษาสำหรับรายวิชาที่มีการประเมินผลเป็นระดับคะแนน มีลำดับขั้นดังนี้

ระดับคะแนน	ผลการศึกษา	ค่าระดับคะแนนต่อหน่วยกิต
A	ดีเยี่ยม (Excellent)	๔.๐
B+	ดีมาก (Very Good)	๓.๕
B	ดี (Good)	๓.๐
C+	ดีพอใช้ (Fairly Good)	๒.๕
C	พอใช้ (Fair)	๒.๐
D+	อ่อน (Poor)	๑.๕
D	อ่อนมาก (Very Poor)	๑.๐
F	ตก (Fail)	๐.๐

๑๙.๒ ในกรณีที่ไม่มีการประเมินผลเป็นระดับคะแนน ให้ประเมินผลการศึกษาเป็นสัญลักษณ์ ดังนี้

สัญลักษณ์	ความหมาย
W	ถอนรายวิชาโดยได้รับอนุมัติ (Withdrawn)
I	การประเมินผลยังไม่สมบูรณ์ (Incomplete)
S	ผลการศึกษา การปฏิบัติ ฝึกงาน เป็นที่พอใจ (Satisfactory)
U	ผลการศึกษา การปฏิบัติ ฝึกงาน ไม่เป็นที่พอใจ (Unsatisfactory)
AU	การลงทะเบียนเรียนเป็นกรณีพิเศษโดยไม่นับหน่วยกิต (Audit)

๑๙.๓ นักศึกษาที่ประสงค์จะสะสมหน่วยกิตไว้ในคลังหน่วยกิตต้องเข้ารับการวัดและประเมินผลทุกรายวิชาที่ลงทะเบียนเรียน

๑๙.๔ การให้ระดับคะแนนในแต่ละรายวิชา กระทำได้ในกรณีต่อไปนี้

(๑) นักศึกษาเข้าสอบ และมีผลงานที่สามารถประเมินผลการศึกษาได้

(๒) เปลี่ยนผลการศึกษาจาก I

๑๙.๕ การให้ระดับคะแนน F นอกเหนือไปจากข้อ ๑๙.๑ กระทำได้ในกรณีต่อไปนี้

(๑) มีเวลาการศึกษาไม่ครบตามเกณฑ์ในข้อที่ ๑๘

(๒) เมื่อนักศึกษากระทำผิดระเบียบการสอบในแต่ละภาคการศึกษาตามระเบียบหรือประกาศมหาวิทยาลัยว่าด้วยการนั้น ๆ และได้รับการตัดสินให้ได้ระดับคะแนน F

๑๙.๖ การประเมินผลการศึกษาเป็น W กระทำได้ในกรณีต่อไปนี้

(๑) ได้รับอนุมัติให้ถอนรายวิชาตามข้อ ๑๕.๑(๓) และ ๑๕.๒

(๒) ได้รับอนุมัติให้ลาพักการศึกษาตามข้อ ๒๔

(๓) ถูกสั่งให้พักการเรียนในการภาคการศึกษานั้น

(๔) ได้รับอนุมัติจากคณบดีให้เปลี่ยนผลการศึกษาจาก I เป็น W เนื่องจากป่วยหรือเหตุอันสุดวิสัยที่ยังไม่สิ้นสุด

(๕) ในรายวิชาที่นักศึกษาได้รับอนุญาตให้ลงทะเบียนเป็นกรณีพิเศษโดยไม่นับหน่วยกิต และมีระยะเวลาศึกษาไม่ครบร้อยละแปดสิบของระยะเวลาศึกษาตลอดภาคการศึกษา

๑๙.๗ การประเมินผลการศึกษาเป็น I กระทำได้ในกรณีต่อไปนี้

(๑) มีเหตุเจ็บป่วยหรือเหตุสุดวิสัยในช่วงการสอบ และมีระยะเวลาศึกษาตามเกณฑ์ในข้อ ๑๘ โดยได้รับอนุมัติ

(๒) กรณีนักศึกษาทำงานที่ได้รับมอบหมายซึ่งเป็นส่วนประกอบการศึกษา ยังไม่สมบูรณ์ และอาจารย์ผู้สอนรายวิชานั้นเห็นควรให้รอผลการศึกษาไว้ โดยได้รับความเห็นชอบจากหัวหน้าหลักสูตรสาขาวิชา

๑๙.๘ การเปลี่ยนผลการศึกษาจาก I เป็นระดับคะแนน นักศึกษาต้องยื่นคำร้องต่ออาจารย์ผู้สอนเมื่อพร้อมที่จะให้มีการวัดผลที่สมบูรณ์ ทั้งนี้ต้องดำเนินการให้เสร็จสิ้นภายในระยะเวลา ๑๐ วันทำการหลังจากเปิดภาคการศึกษาปกติถัดไป ยกเว้นการเปลี่ยนผลการศึกษาจาก I ของรายวิชาโครงงาน ให้อาจารย์ผู้สอนขออนุมัติจากคณบดีเพื่อเปลี่ยนผลการศึกษาจาก I เป็นระบบคะแนนก่อนวันสิ้นสุดภาค

การศึกษาปกติถัดไป หากพ้นกำหนดระยะเวลาทั้งสองกรณีนี้แล้ว ผลการศึกษาที่เป็น I ในรายวิชาใดจะถูกเปลี่ยนเป็นระดับคะแนน F โดยอัตโนมัติ

๑๙.๙ การประเมินผลการศึกษาเป็น S และ U กระทำได้ในกรณีต่อไปนี้

(๑) รายวิชาที่หลักสูตรกำหนดไว้ว่ามีการประเมินผลการศึกษาประเภทไม่เป็นระดับคะแนน

(๒) รายวิชาที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียน นอกเหนือไปจากหลักสูตรสาขาวิชาและขอรับการประเมินผลการศึกษาประเภทไม่เป็นระดับคะแนน ผลการศึกษาที่เป็น S หรือ U จะไม่มีค่าระดับคะแนนต่อหน่วยกิต และหน่วยกิตที่ได้จะไม่นำมาคำนวณค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมประจำภาคการศึกษาและค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม แต่ให้นับรวมเข้าเป็นหน่วยกิตสะสมด้วย

๑๙.๑๐ การให้ AU กระทำได้รายวิชาหนึ่งรายวิชาใดที่อาจารย์ที่ปรึกษาแนะนำให้นักศึกษาลงทะเบียนเรียนเป็นกรณีพิเศษโดยไม่นับหน่วยกิต ทั้งนี้ต้องได้รับอนุญาตจากอาจารย์ผู้สอนรายวิชานั้น

ข้อ ๒๐ การหาค่าระดับคะแนนเฉลี่ย

๒๐.๑ ระดับคะแนนเฉลี่ยประจำภาคการศึกษา คือ ระดับคะแนนเฉลี่ยที่คำนวณเฉพาะรายวิชาที่ลงทะเบียนในภาคการศึกษานั้น

๒๐.๒ ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม คือ ระดับคะแนนเฉลี่ยที่คำนวณจากรายวิชาที่ลงทะเบียนเรียนตั้งแต่ภาคการศึกษาแรกจนถึงภาคการศึกษาปัจจุบัน

๒๐.๓ การหาค่าระดับคะแนนเฉลี่ย ให้ดำเนินการโดยรวมผลคูณของค่าระดับคะแนนต่อหน่วยกิตกับจำนวนหน่วยกิตของแต่รายวิชา แล้วหารผลรวมดังกล่าวด้วยจำนวนหน่วยกิตรวมทุกรายวิชา ทั้งนี้ให้มีทศนิยมสองตำแหน่งโดยไม่มีการปัดเศษ

๒๐.๔ การหาค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมเพื่อขอสำเร็จการศึกษา ให้คิดเฉพาะจำนวนหน่วยกิตในรายวิชาที่กำหนดไว้ในหลักสูตรสาขาวิชา รวมทั้งรายวิชาที่เรียนซ้ำหรือเรียนแทนตามข้อ ๑๖

ข้อ ๒๑ การวัดผลการศึกษาโดยวิธีการสอบสวนและการพิจารณาโทษเนื่องจากการทุจริตในการสอบ ให้เป็นไปตามระเบียบว่าด้วยการสอบและระเบียบว่าด้วยวินัยนักศึกษาของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๒๒ สถานภาพนักศึกษา

มหาวิทยาลัยจะจำแนกสถานภาพนักศึกษาตามผลการศึกษาในทุกภาคการศึกษา ทั้งนี้ไม่นับภาคการศึกษาที่ได้ลาพักหรือถูกให้พักการศึกษา โดยสถานภาพนักศึกษามี ๓ ประเภท ดังนี้

๒๒.๑ นักศึกษาปกติ คือ นักศึกษาที่ได้ระดับคะแนนเฉลี่ยมสะสม ตั้งแต่ ๒.๐๐ ขึ้นไป

๒๒.๒ นักศึกษาในภาวะวิกฤต คือ นักศึกษาที่ได้ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม ตั้งแต่ ๑.๐๐ - ๑.๙๙ ในการลงทะเบียนสะสมไม่เกิน ๒๕ หน่วยกิต หรือได้ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ ๑.๒๕ ถึง ๑.๙๙ ในการลงทะเบียนสะสมระหว่าง ๒๖-๕๐ หน่วยกิต

๒๒.๓ นักศึกษาในภาวะรอพินิจ คือ นักศึกษาที่ได้แต้มระดับคะแนนเฉลี่ยต่ำกว่า ๒.๐๐ โดยให้จำแนกนักศึกษา ในภาวะรอพินิจ ดังนี้

(๑) นักศึกษาที่ได้ศึกษาในมหาวิทยาลัยโดยมีหน่วยกิตสะสมระหว่าง ๕๑-๗๕ หน่วยกิตและได้ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ ๑.๕๐ ถึง ๑.๙๙ จะได้รับภาวะรอพินิจ

(๒) นักศึกษาที่ได้ศึกษาในมหาวิทยาลัยโดยมีหน่วยกิตสะสมระหว่าง ๗๖ - ๑๐๐ หน่วยกิตและได้ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ ๑.๗๐ ถึง ๑.๙๙ จะได้รับภาวะรอพินิจ

(๓) นักศึกษาที่ได้ศึกษาในมหาวิทยาลัยโดยมีหน่วยกิตสะสมตั้งแต่ ๑๐๑ หน่วยกิตขึ้นไป และได้ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ ๑.๙๐ ถึง ๑.๙๙ จะได้รับภาวะรอพินิจ

หมวด ๖
การลา

ข้อ ๒๓ การลากิจและการลาป่วย

๒๓.๑ การลากิจตั้งแต่หนึ่งวันขึ้นไป ต้องยื่นใบลาพร้อมด้วยคำรับรองของผู้ปกครองหรืออาจารย์ที่ปรึกษาต่ออาจารย์ผู้สอนก่อนวันลา

๒๓.๒ การลากิจหรือการลาป่วยในระยะเวลาระหว่างการสอบ ให้ปฏิบัติตามข้อ ๑๙.๗ (๑)

๒๓.๓ การลาป่วยต้องยื่นใบลาต่ออาจารย์ผู้สอนในวันแรกที่กลับมาเรียน ในกรณีที่ลาป่วยตั้งแต่ ๓ วันขึ้นไปต้องมีใบรับรองแพทย์

ข้อ ๒๔ การลาพักการศึกษา

๒๔.๑ การลาพักการศึกษาเป็นการลาพักทั้งภาคการศึกษา ให้ยกเลิกการลงทะเบียนเรียน โดยรายวิชาที่ได้ลงทะเบียนเรียนทั้งหมดในภาคการศึกษานั้นจะไม่ปรากฏในใบแสดงผลการศึกษา แต่หากเป็นการลาพักการศึกษาหลังจากสัปดาห์ที่ ๑๒ ของภาคการศึกษาปกติ หรือหลังจากสัปดาห์ที่ ๕ ของภาคฤดูร้อน จะถูกบันทึกการประเมินผลการศึกษาเป็น W ในกรณีที่นักศึกษาได้ชำระเงินค่าธรรมเนียมการศึกษาไปก่อนแล้วจะไม่ได้รับการคืนเงินดังกล่าว

๒๔.๒ นักศึกษาอาจยื่นคำร้องขอลาพักการศึกษาโดยได้รับอนุมัติจากคณบดีในกรณีต่อไปนี้

(๑) ถูกเกณฑ์หรือระดมเข้ารับราชการทหารกองประจำการ

(๒) ได้รับทุนแลกเปลี่ยนนักศึกษาระหว่างประเทศ หรือทุนอื่นใดมหาวิทยาลัยเห็นสมควรสนับสนุน

(๓) ประสบอุบัติเหตุ ภยันตราย หรือเจ็บป่วยจนต้องพักรักษาตัวตามคำสั่งแพทย์ เป็นเวลานานเกินกว่าร้อยละ ๒๐ ของระยะเวลาศึกษาทั้งหมดโดยมีใบรับรองแพทย์

๒๔.๓ เมื่อมีเหตุอันควรนอกเหนือไปจากข้อ ๒๔.๒ ให้เป็นอำนาจของคณบดี

๒๔.๔ นักศึกษาใหม่ไม่มีสิทธิขอลาพักการศึกษาในภาคการศึกษาแรก เว้นแต่มีเหตุสุดวิสัยให้เสนออธิการบดีพิจารณาอนุมัติเป็นรายกรณีไป

๒๔.๕ การลาพักการศึกษาและการรักษาสภาพการเป็นนักศึกษากระทำได้ไม่เกินสองภาคการศึกษาติดต่อกัน เว้นแต่มีเหตุอันควรให้เสนออธิการบดีพิจารณาอนุมัติเป็นรายกรณีไป

๒๔.๖ นักศึกษาต้องชำระเงินค่ารักษาสภาพการเป็นนักศึกษาทุกภาคการศึกษาที่ได้รับอนุมัติให้รักษาสภาพเป็นนักศึกษา ตามอัตราที่มหาวิทยาลัยกำหนด

ข้อ ๒๕ การลาออก

นักศึกษาที่ประสงค์จะลาออกจากการเป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้ปกครองและให้ยื่นคำร้องขอลาออกต่อคณะ ทั้งนี้ต้องไม่มีหนี้สินหรือภาระผูกพันใด ๆ กับมหาวิทยาลัย และการลาออกจะมีผลสมบูรณ์เมื่อนักศึกษาได้รับอนุมัติให้ลาออกได้

หมวด ๗
การโอนและการย้าย

ข้อ ๒๖ การรับโอนนักศึกษาจากสถาบันการศึกษาอื่น

๒๖.๑ ผู้มีสิทธิขอโอนมาจากสถาบันการศึกษาอื่นต้องมีคุณสมบัติดังนี้

(๑) มีคุณสมบัติครบถ้วนตามข้อ ๑๐

(๒) เป็นนิสิต นักศึกษา จากสถาบันการศึกษาที่หน่วยงานของรัฐมีอำนาจตามกฎหมายรับรอง

(๓) มีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมนับถึงภาคการศึกษาสุดท้ายก่อนการขอโอนไม่ต่ำกว่า ๒.๐๐

๒๖.๒ การรับโอนต้องผ่านความเห็นชอบจากคณบดีของคณะที่ขอโอนเข้า และต้องได้รับการอนุมัติจากอธิการบดี

๒๖.๓ การเทียบโอน หรือรับโอนรายวิชา ต้องผ่านการพิจารณาของคณะกรรมการเทียบโอนประจำหลักสูตรสาขาวิชาที่ขอโอนเข้า โดยยึดหลักเกณฑ์ตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

ข้อ ๒๗ การย้ายหลักสูตรสาขาวิชาต่างคณะของนักศึกษา ต้องเป็นไปตามเกณฑ์ดังนี้

๒๗.๑ ได้รับอนุญาตจากผู้ปกครอง อาจารย์ที่ปรึกษา คณบดีคณะที่นักศึกษาสังกัดอยู่เดิมและต้องได้รับอนุมัติจากคณบดีของคณะที่นักศึกษาประสงค์จะย้ายเข้าศึกษา

๒๗.๒ ศึกษามาแล้วมีหน่วยกิตสะสมไม่น้อยกว่า ๓๐ หน่วยกิต

๒๗.๓ ยื่นคำร้องขอย้ายต่อคณะก่อนกำหนดการลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษาใหม่ไม่น้อยกว่า ๓๐ วัน

๒๗.๔ เมื่อได้รับอนุมัติให้ย้ายหลักสูตรสาขาวิชาต่างคณะ ให้เทียบโอนรายวิชาได้เฉพาะรายวิชาที่อยู่ในหลักสูตรสาขาวิชาใหม่ที่เข้าศึกษา

ข้อ ๒๘ การย้ายหลักสูตรสาขาวิชาในคณะเดียวกันของนักศึกษา ต้องเป็นไปตามเกณฑ์ดังนี้

๒๘.๑ ได้รับอนุญาตจากผู้ปกครอง อาจารย์ที่ปรึกษา หัวหน้าหลักสูตรสาขาวิชาที่นักศึกษาสังกัดอยู่เดิม หัวหน้าหลักสูตรสาขาวิชาที่นักศึกษาประสงค์จะย้ายเข้าศึกษา และได้รับอนุมัติจากคณบดี

๒๘.๒ ศึกษามาแล้วมีหน่วยกิตสะสมไม่น้อยกว่า ๓๐ หน่วยกิต

๒๘.๓ ยื่นคำร้องขอย้ายต่อคณะก่อนกำหนดการลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษาใหม่ไม่น้อยกว่า ๓๐ วัน

๒๘.๔ เมื่อได้รับอนุมัติให้ย้ายหลักสูตรสาขาวิชา ให้เทียบโอนรายวิชาได้เฉพาะรายวิชาที่อยู่ในหลักสูตรสาขาวิชาใหม่ที่เข้าศึกษา

ข้อ ๒๙ การเทียบโอนผลการศึกษา ให้เป็นไปตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

หมวด ๘
การพ้นสภาพการเป็นนักศึกษา

ข้อ ๓๐ การพ้นสภาพการเป็นนักศึกษา ในกรณีต่อไปนี้

๓๐.๑ เสียชีวิต

๓๐.๒ ลาออก

๓๐.๓ ถูกให้ออก

๓๐.๔ ถูกคัดชื่อออก

๓๐.๕ ไม่ลงทะเบียนเรียนให้เสร็จสิ้นภายในระยะเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด ยกเว้นผู้ได้รับอนุมัติให้ลาพักการศึกษาตามข้อ ๒๔

๓๐.๖ ไม่ชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาหรือไม่ชำระค่าธรรมเนียมรักษาสภาพการเป็นนักศึกษาตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

๓๐.๗ การพ้นสภาพเนื่องจากผลการศึกษา ให้เป็นไปตามที่กำหนดดังตาราง

หน่วยกิตสะสม (ไม่นับลาพักหรือถูกให้พักการศึกษา)	**ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม**		
	ภาวะวิกฤต	ภาวะรอพินิจ	พ้นสภาพ
หน่วยกิตสะสมไม่เกิน ๒๕ หน่วยกิต	๑.๐๐-๑.๙๙	-	ต่ำกว่า ๑.๐๐
หน่วยกิตสะสมระหว่าง ๒๖ - ๕๐ หน่วยกิต	๑.๒๕-๑.๙๙	-	ต่ำกว่า ๑.๒๕
หน่วยกิตสะสมระหว่าง ๕๑ - ๗๕ หน่วยกิต	-	๑.๕๐-๑.๙๙	ต่ำกว่า ๑.๕๐
หน่วยกิตสะสมระหว่าง ๗๖ - ๑๐๐ หน่วยกิต	-	๑.๗๐-๑.๙๙	ต่ำกว่า ๑.๗๐
หน่วยกิตสะสม ตั้งแต่ ๑๐๑ หน่วยกิตขึ้นไป	-	๑.๙๐-๑.๙๙	ต่ำกว่า ๑.๙๐

๓๐.๘ สำเร็จการศึกษาตามหลักสูตรสาขาวิชาและได้รับอนุมัติปริญญา

ข้อ ๓๑ อธิการบดีมีอำนาจอนุมัติให้นักศึกษาผู้พ้นสภาพจากการเป็นนักศึกษา ตามข้อ ๓๐(๕) (๖) กลับเข้าเป็นนักศึกษาใหม่ได้เป็นกรณีพิเศษเมื่อมีเหตุอันควร โดยให้ถือระยะเวลาที่พ้นสภาพจากการเป็นนักศึกษา เป็นระยะเวลาพักการศึกษา ทั้งนี้ต้องไม่พ้นกำหนดระยะเวลา ๑ ปี นับแต่วันที่นักศึกษาผู้นั้นพ้นสภาพจากการเป็นนักศึกษา โดยนักศึกษาต้องชำระค่าธรรมเนียมเสมือนเป็นผู้ลาพักการศึกษา รวมทั้งค่าคืนสภาพการเป็นนักศึกษาและค่าธรรมเนียมอื่นใดที่ค้างชำระ

หมวด ๙
การสำเร็จการศึกษา

ข้อ ๓๒ นักศึกษาผู้มีสิทธิขอสำเร็จการศึกษาและขออนุมัติปริญญาต้องมีคุณสมบัติดังนี้

๓๒.๑ ศึกษาครบตามจำนวนหน่วยกิตที่กำหนดไว้ในหลักสูตรสาขาวิชา โดยได้ระดับคะแนนเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า ๒.๐๐ จากระบบ ๔ ระดับคะแนนหรือเทียบเท่าและบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรี กรณีศึกษาในระบบคลังหน่วยกิต จะสำเร็จการศึกษาได้เมื่อเรียนและสะสมหน่วยกิตได้ครบตามจำนวนหน่วยกิตที่กำหนดไว้ในหลักสูตร โดยต้องลงทะเบียนเรียนในหมวดวิชาเฉพาะไม่น้อยกว่า ๑ ใน ๔ ของจำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร

๓๒.๒ ผ่านเกณฑ์การทดสอบวัดสมรรถนะแห่งอนาคต และสมรรถนะวิชาชีพตามที่มหาวิทยาลัยกำหนดและได้รับใบรับรอง

๓๒.๓ เป็นผู้มีความประพฤติที่ไม่ขัดต่อระเบียบของมหาวิทยาลัย โดยต้องผ่านและมีใบแสดงผลกิจกรรมเสริมหลักสูตรสาขาวิชาตามที่มหาวิทยาลัยหรือคณะกำหนด

ข้อ ๓๓ การยื่นคำร้องขอสำเร็จการศึกษาและขออนุมัติปริญญา ต้องดำเนินการในภาคการศึกษาที่คาดว่าจะสำเร็จการศึกษา และภายในระยะเวลา ๓๐ วันนับแต่เปิดภาคการศึกษานั้น

ข้อ ๓๔ นักศึกษาที่ไม่ดำเนินการตามข้อ ๓๒ จะไม่ได้รับการพิจารณาเสนอชื่อเพื่อขออนุมัติปริญญาในภาคการศึกษานั้น และต้องชำระเงินค่ารักษาสภาพการเป็นนักศึกษาทุกภาคการศึกษาจนถึงภาคการศึกษาที่นักศึกษายื่นคำร้องขอสำเร็จการศึกษาและขออนุมัติปริญญา

ข้อ ๓๕ นักศึกษาที่สำเร็จการศึกษา ต้องยื่นคำร้องขอขึ้นทะเบียนบัณฑิต เพื่อขอรับปริญญาพร้อมชำระเงินค่าขึ้นทะเบียนบัณฑิตตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

ข้อ ๓๖ การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษาภายใต้หลักสูตรความร่วมมือกับองค์กรภายนอกให้ปริญญาเพียงสาขาวิชาเดียว หรือให้ปริญญามากกว่า ๑ สาขาวิชา ตามที่กำหนดในรายละเอียดหลักสูตร

ข้อ ๓๗ การเสนอชื่อเพื่อรับปริญญาให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

หมวด ๑๐
การให้ปริญญาเกียรตินิยมและเหรียญเกียรตินิยม

ข้อ ๓๘ นักศึกษาผู้มีสิทธิได้รับอนุมัติปริญญาเกียรตินิยมต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ดังนี้

๓๘.๑ มีระยะเวลาการศึกษาไม่เกินที่กำหนดไว้ในรายละเอียดของหลักสูตร ไม่เคยลงทะเบียนเรียนซ้ำรายวิชาใด ไม่เคยลาพักการศึกษายกเว้นการลาพักการศึกษาตามข้อ ๒๗.๒ ไม่เคยถูกลงโทษเนื่องจากความผิดทางวินัย ไม่มีผลการศึกษาอยู่ในเกณฑ์ไม่เป็นที่พอใจ และมีระดับคะแนนไม่ต่ำกว่า C ทุกรายวิชา

๓๘.๒ นักศึกษาผู้สำเร็จการศึกษาที่มีคุณสมบัติครบถ้วนตามข้อ ๓๘.๑ และมีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า ๓.๖๐ มีสิทธิได้รับอนุมัติปริญญาเกียรตินิยมอันดับหนึ่ง

๓๘.๓ นักศึกษาผู้สำเร็จการศึกษาที่มีคุณสมบัติครบถ้วนตามข้อ ๓๘.๑ และมีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า ๓.๒๕ มีสิทธิได้รับอนุมัติปริญญาเกียรตินิยมอันดับสอง

๓๘.๔ การเสนอชื่อเพื่อขออนุมัติปริญญาเกียรตินิยม ให้อธิการบดีเสนอต่อสภามหาวิทยาลัยในคราวเดียวกันกับที่เสนอขออนุมัติปริญญาประจำภาคการศึกษานั้น

ข้อ ๓๙ การให้เกียรตินิยมเหรียญทองหรือเกียรตินิยมเหรียญเงิน

๓๙.๑ มหาวิทยาลัยจัดให้มีเหรียญเกียรตินิยมแก่ผู้สำเร็จการศึกษาที่มีผลการศึกษาดีเด่น โดยแยกเป็นคณะที่รับผิดชอบหลักสูตรสาขาวิชา

๓๙.๒ เกียรตินิยมเหรียญทอง ให้แก่ผู้สำเร็จการศึกษาที่ได้ปริญญาเกียรตินิยมอันดับหนึ่งและมีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมสูงสุดในแต่ละคณะที่รับผิดชอบหลักสูตรสาขาวิชา

๓๙.๓ เกียรตินิยมเหรียญเงิน ให้แก่ผู้สำเร็จการศึกษาที่ได้ปริญญาเกียรตินิยมอันดับหนึ่งและได้ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมเป็นลำดับที่สองในคณะที่รับผิดชอบหลักสูตรสาขาวิชา หรือกรณีผู้สำเร็จการศึกษาได้ปริญญาเกียรตินิยมอันดับสอง แต่มีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมสูงสุดในคณะที่รับผิดชอบหลักสูตรสาขาวิชา

ข้อ ๔๐ นักศึกษาที่เรียนในระบบคลังหน่วยกิต ไม่มีสิทธิได้รับเกียรตินิยม

ข้อ ๔๑ การเสนอชื่อเพื่อรับเหรียญเกียรตินิยม ให้สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนดำเนินการปีการศึกษาละ ๑ ครั้ง และให้อธิการบดีเสนอต่อสภามหาวิทยาลัยเพื่อพิจารณาอนุมัติในคราวเดียวกันกับที่เสนอขออนุมัติปริญญาประจำภาคการศึกษาสุดท้ายของปีการศึกษา

บทเฉพาะกาล

- ให้นำข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๕๗ และฉบับแก้ไข มาบังคับใช้กับนักศึกษาระดับปริญญาตรีซึ่งเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยก่อนปีการศึกษา ๒๕๖๖ ไปจนกว่าจะสำเร็จการศึกษา

ประกาศ ณ วันที่ ๒๗ เดือน กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๖

(ศาสตราจารย์กิตติคุณเปี่ยมศักดิ์ เมนะเศวต)
นายกสภามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย



ข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรีและการศึกษาตลอดชีวิต (ฉบับที่ ๒)
พ.ศ. ๒๕๖๘

.....

โดยที่เป็นการสมควรแก้ไขเพิ่มเติมข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรีและการศึกษาตลอดชีวิต ให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๑๗ (๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พ.ศ. ๒๕๔๘ และโดยมติสภามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ในคราวประชุมครั้งที่ ๒๕๗-๑๐/๒๕๖๘ เมื่อวันที่ ๑๕ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๘ จึงออกข้อบังคับไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ข้อบังคับนี้เรียกว่า "ข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรีและการศึกษาตลอดชีวิต (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๖๘"

ข้อ ๒ ข้อบังคับนี้ให้ใช้บังคับถัดจากวันประกาศเป็นต้นไป

ข้อ ๓ ให้ยกเลิกความในข้อ ๑๒.๓ ของข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรีและการศึกษาตลอดชีวิต พ.ศ. ๒๕๖๖ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

"ข้อ ๑๒.๓ การลงทะเบียนเรียน ให้ลงทะเบียนเรียนได้ไม่เกิน ๒๒ หน่วยกิต ในแต่ละภาคการศึกษาปกติสำหรับการลงทะเบียนเรียนเต็มเวลา และให้ลงทะเบียนเรียนได้ไม่เกิน ๙ หน่วยกิต ในแต่ละภาคการศึกษาปกติสำหรับการลงทะเบียนเรียนไม่เต็มเวลา สำหรับการลงทะเบียนเรียนในภาคฤดูร้อนให้ลงทะเบียนเรียนได้ไม่เกิน ๙ หน่วยกิต กรณีมีความจำเป็นในการลงทะเบียนเรียนที่มีจำนวนหน่วยกิตแตกต่างไปจากเกณฑ์ข้างต้นให้ขออนุมัติจากอธิการบดี ทั้งนี้ไม่เกิน ๒๕ หน่วยกิตในภาคการศึกษาปกติ และไม่เกิน ๑๒ หน่วยกิตในภาคฤดูร้อน แต่ต้องไม่กระทบต่อมาตรฐานและคุณภาพการศึกษา"

ข้อ ๔ ให้อธิการบดีรักษาราชการตามข้อบังคับนี้ รวมถึงให้มีอำนาจตีความและวินิจฉัยในกรณีที่มีปัญหาเกี่ยวกับการปฏิบัติตามข้อบังคับนี้ การตีความและวินิจฉัยของอธิการบดีให้ถือเป็นที่สุด

ประกาศ ณ วันที่ ๑๕ เดือน ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๘

(ศาสตราจารย์กิตติคุณเปี่ยมศักดิ์ เมนะเศวต)
นายกสภามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ภาคผนวก ฎ

ระเบียบมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
ว่าด้วยการเทียบโอนผลการเรียนและผลลัพธ์การเรียนรู้ พ.ศ. 2563



ระเบียบมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
ว่าด้วยการเทียบโอนผลการเรียนและผลลัพธ์การเรียนรู้
พ.ศ. ๒๕๖๓

.....

โดยที่เป็นการสมควรปรับปรุงระเบียบมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ว่าด้วยการเทียบโอนผลการเรียนให้สอดคล้องกับสาระสำคัญในการจัดการศึกษาของชาติ โดยมุ่งเน้นให้ยึดหลักการศึกษาตลอดชีวิตเป็นการศึกษาที่เกิดจากการผสมผสานระหว่างการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย และจากประสบการณ์ของบุคคล เพื่อให้สามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตได้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๑๗ (๒) และ (๓) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พ.ศ. ๒๕๔๘ และโดยมติสภามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ในคราวประชุมครั้งที่ ๑๘๙-๖/๒๕๖๓ เมื่อวันที่ ๓๐ กรกฎาคม ๒๕๖๓ จึงวางระเบียบไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ระเบียบนี้เรียกว่า "ระเบียบมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ว่าด้วยการเทียบโอนผลการเรียนและผลลัพธ์การเรียนรู้ พ.ศ. ๒๕๖๓"

ข้อ ๒ ระเบียบนี้ให้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศเป็นต้นไป

ข้อ ๓ ให้ยกเลิกระเบียบมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ว่าด้วยการเทียบโอนผลการเรียน พ.ศ. ๒๕๕๑

ข้อ ๔ บรรดาข้อบังคับ ระเบียบ คำสั่ง ประกาศ มติหรือคำสั่งอื่นใดซึ่งขัดหรือแย้งกับระเบียบนี้ ให้ใช้ระเบียบนี้แทน

ข้อ ๕ ในระเบียบนี้

"มหาวิทยาลัย" หมายความว่า มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

"สภามหาวิทยาลัย" หมายความว่า สภามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

"อธิการบดี" หมายความว่า อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

"คณะ" หมายความว่า คณะ วิทยาลัย หรือส่วนราชการที่เรียกชื่ออย่างอื่นที่มีฐานะเทียบเท่าคณะที่มีนักศึกษาสังกัด ซึ่งจัดตั้งตามกฎกระทรวง หรือเป็นส่วนงานภายในที่จัดตั้งโดยสภามหาวิทยาลัย

"คณบดี" หมายความว่า คณบดี ผู้อำนวยการวิทยาลัย หรือหัวหน้าหน่วยงานที่เรียกชื่ออย่างอื่นที่มีฐานะเทียบเท่าคณะ ซึ่งจัดตั้งตามกฎกระทรวง หรือเป็นส่วนงานภายในที่จัดตั้งโดยสภามหาวิทยาลัย

"การศึกษาในระบบ" หมายความว่า การศึกษาที่กำหนดจุดมุ่งหมาย วิธีการศึกษา หลักสูตร ระยะเวลาของการศึกษา การวัดและประเมินผล ซึ่งเป็นเงื่อนไขของการสำเร็จการศึกษาที่แน่นอน โดยได้รับประกาศนียบัตร ประกาศนียบัตรชั้นสูง อนุปริญญา ปริญญา หรือคุณวุฒิทางการศึกษาอื่น ๆ ซึ่งสถาบันอุดมศึกษายอมรับ

"การศึกษานอกระบบ" หมายความว่า การศึกษาที่มีความยืดหยุ่นในการกำหนดจุดมุ่งหมาย รูปแบบ วิธีการจัดการศึกษา ระยะเวลาของการศึกษา การวัดและประเมินผล ซึ่งเป็นเงื่อนไขของการสำเร็จการศึกษา โดยเนื้อหาและหลักสูตรจะต้องมีความเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพปัญหาและความต้องการของบุคคลแต่ละกลุ่ม

"ผลการเรียน" หมายความว่า ความรู้ ทักษะ และเจตคติ ที่เกิดจากการศึกษาในระบบซึ่งสามารถแสดงในรูปแบบของคะแนนตัวอักษร หรือแต้มระดับคะแนนที่นำมาคิดคะแนนผลการเรียนหรือคำนวณแต้มระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมได้

"ประสบการณ์บุคคล" หมายความว่า ความสามารถและหรือสมรรถนะของบุคคลที่สั่งสมไว้จากการศึกษาด้วยตนเอง ประสบการณ์จากการทำงาน การฝึกอบรมที่สถานประกอบการจัดขึ้น การฝึกอบรมจากการปฏิบัติงาน การฝึกอาชีพ การสัมมนาและการประชุมเชิงปฏิบัติการ

"การศึกษาตามอัธยาศัย" หมายความว่า การศึกษาที่ให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ด้วยตนเอง ตามความสนใจ ศักยภาพ ความพร้อม และโอกาส โดยศึกษาจากบุคคล ประสบการณ์ สังคม สภาพแวดล้อม สื่อหรือแหล่งความรู้ อื่น ๆ

"ผลลัพธ์การเรียนรู้" หมายความว่า ความรู้ ทักษะ และเจตคติ ที่เกิดจากการศึกษาในระบบและการศึกษานอกระบบ การศึกษาตามอัธยาศัย และประสบการณ์บุคคลที่สั่งสมไว้ ที่เทียบได้ตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ของแต่ละระดับคุณวุฒิตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติซึ่งสามารถวัดและประเมินได้โดยวิธีการต่าง ๆ

"การเทียบโอนผลการเรียน" หมายความว่า ความสามารถและหรือสมรรถนะที่ได้จากการศึกษา การศึกษาในระบบจากสถาบันเดียวกันหรือสถาบันอื่น ๆ ในระดับการศึกษาที่เทียบเท่ากับระดับการศึกษาที่ผู้เรียนประสงค์จะเข้าศึกษามาเทียบกับรายวิชาในหลักสูตรเพื่อให้ได้หน่วยกิต

"การเทียบโอนผลลัพธ์การเรียนรู้" หมายความว่า ความสามารถและหรือสมรรถนะที่ได้จากการศึกษาทั้งการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย จากสถาบันเดียวกันหรือสถาบันอื่น ๆ ในระดับการศึกษาที่เทียบเท่ากับระดับการศึกษาที่ผู้เรียนประสงค์จะเข้าศึกษามาเทียบกับรายวิชาในหลักสูตรเพื่อให้ได้หน่วยกิต

"การเทียบโอนประสบการณ์" หมายความว่า การนำผลลัพธ์การเรียนรู้มาขอเทียบกับเนื้อหาสาระสำคัญของรายวิชาต่าง ๆ ของการเรียนในระบบตามหลักสูตรเพื่อให้ได้หน่วยกิต โดยผู้เรียนสามารถแสดงได้ว่า มีความรู้ ทักษะ และเจตคติของตนเอง พร้อมทั้งมีหลักฐานที่แสดงว่าผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ตรงตามวัตถุประสงค์ หรือผลลัพธ์การเรียนรู้ ที่กำหนดในรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาของหลักสูตรที่ผู้เรียนศึกษาอยู่หรือประสงค์จะศึกษา ซึ่งควรได้รับการประเมินผลการเรียนรู้เพื่อเทียบโอนประสบการณ์ที่มีเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตและไม่ต้องศึกษาซ้ำในเนื้อหาสาระที่ผู้เรียนมีความรู้ทักษะก่อนแล้ว

"คลังหน่วยกิต" หมายความว่า ระบบทะเบียนสะสมหน่วยกิตสำหรับผู้เรียนที่เข้าศึกษา รายวิชาต่าง ๆ ในหลักสูตรระยะสั้น หลักสูตรฝึกอบรม หรือหลักสูตรระยะยาวในระดับอนุปริญญา หรือปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยที่จัดไว้สำหรับการจัดการศึกษา และที่ได้จากการเทียบโอนในระบบคลังหน่วยกิตโดยจัดให้มีหลักฐานการสะสมหน่วยกิต อาทิ สมุดสะสมหน่วยกิต แฟ้มสะสมงานแบบอิเล็กทรอนิกส์ออนไลน์และฝากในคลังหน่วยกิตของมหาวิทยาลัย

"หลักสูตรในระบบคลังหน่วยกิต" หมายความว่า หลักสูตรระยะสั้น หลักสูตรฝึกอบรม หรือหลักสูตรระยะยาวในระดับอนุปริญญา หรือปริญญาตรีของมหาวิทยาลัย อาจจัดในชั้นเรียน นอกชั้นเรียน หรือการศึกษาแบบทางไกลผ่านสื่อ เรียนเป็นกลุ่มหรือเรียนรู้ด้วยตนเองที่มีหลักฐานการแสดงผลความรู้เป็นใบรับรอง วุฒิบัตร หรือลักษณะอื่นใด โดยสะสมหน่วยกิตผลความรู้ไว้ในระบบคลังหน่วยกิตและไม่จำกัดระยะเวลาในการสะสมหน่วยกิต

"คณะกรรมการประเมินความรู้" หมายความว่า คณะกรรมการที่ทำหน้าที่ประเมินผลการเทียบโอนกรณีมีเหตุผลความจำเป็นในการเทียบโอนความรู้

"คณะกรรมการเทียบโอน" หมายความว่า คณะกรรมการเทียบโอนผลการเรียนและผลลัพธ์การเรียนรู้ที่แต่งตั้งโดยคณบดี

ข้อ ๖ ให้อธิการบดีรักษาการตามระเบียบนี้ และให้มีอำนาจออกประกาศเพื่อกำหนดหลักเกณฑ์วิธีการปฏิบัติให้เป็นไปตามระเบียบนี้ ตลอดจนวินิจฉัยในกรณีที่มีปัญหาและให้ถือว่าคำวินิจฉัยเป็นที่สุด

หมวด ๑
บททั่วไป

ข้อ ๗ คุณสมบัติของผู้มีสิทธิขอเทียบโอนผลการเรียนและผลลัพธ์การเรียนรู้

๗.๑ ต้องมีคุณสมบัติพื้นฐานตามที่กำหนดในเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรการศึกษาของมหาวิทยาลัยในระดับที่ขอเทียบโอนผลการเรียน ดังนี้

๗.๑.๑ กรณีขอเทียบโอนผลการเรียนและผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ต้องสำเร็จการศึกษาระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน (ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น) หรือเทียบเท่าขึ้นไป

๗.๑.๒ กรณีขอเทียบโอนผลการเรียนและผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) และระดับปริญญาตรีต้องสำเร็จการศึกษาระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน (ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย) หรือเทียบเท่าขึ้นไป

๗.๑.๓ กรณีขอเทียบโอนผลการเรียนและผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับบัณฑิตศึกษา ต้องเป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่าขึ้นไป

๗.๒ ผู้ขอเทียบโอนผลการเรียนและผลลัพธ์การเรียนรู้ ต้องขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาในระบบของมหาวิทยาลัย

๗.๓ ผู้ขอเทียบโอนผลการเรียนและผลลัพธ์การเรียนรู้ต้องใช้ระยะเวลาศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยอย่างน้อยหนึ่งปีการศึกษา

ข้อ ๘ การเทียบโอนผลการเรียนและผลลัพธ์การเรียนรู้ให้ปฏิบัติ ดังต่อไปนี้

๘.๑ ให้คณบดีแต่งตั้งคณะกรรมการเทียบโอน ซึ่งมีคุณสมบัติสอดคล้องกับระดับการศึกษาและสาขาวิชาที่ขอเทียบโอนผลการเรียนและผลลัพธ์การเรียนรู้ จำนวนสาขาวิชาและไม่น้อยกว่า ๓ คน เพื่อดำเนินการเทียบโอนตามที่หลักสูตรกำหนด

๘.๒ คณะกรรมการเทียบโอน มีหน้าที่ดำเนินการเทียบโอนผลการเรียนและผลลัพธ์การเรียนรู้หรือประสบการณ์ตามวิธีการประเมินผลที่มหาวิทยาลัยกำหนด

๘.๓ ให้คณะกรรมการเทียบโอน ดำเนินการเทียบโอนผลการเรียนและผลลัพธ์การเรียนรู้ภายในภาคการศึกษาแรกที่นักศึกษาผู้ขอเทียบโอนขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาในระบบ ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้ขอเทียบโอนได้ทราบจำนวนรายวิชาและจำนวนหน่วยกิตที่ต้องศึกษาเพิ่มตามหลักสูตร

๘.๔ กรณีมีเหตุผลความจำเป็นไม่สามารถดำเนินการเทียบโอนภายในกำหนดเวลาตามข้อ ๘.๓ ให้อยู่ในดุลพินิจของคณบดีเป็นผู้พิจารณาการให้เทียบโอน แต่ต้องไม่เกินภาคการศึกษาที่สองในปีการศึกษานั้น

๘.๕ กรณีมีเหตุผลความจำเป็นในการเทียบโอนผลการเรียนและผลลัพธ์การเรียนรู้เป็นรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชา นอกเหนือจากที่กำหนด ให้มหาวิทยาลัยแต่งตั้งคณะกรรมการประเมินความรู้ไม่น้อยกว่า ๓ คน เพื่อประเมินผลการเทียบโอนผลการเรียนและผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้ที่จะขอเทียบโอน

ข้อ ๙ ค่าธรรมเนียมการเทียบโอนผลการเรียนและผลลัพธ์การเรียนรู้ให้เป็นไปตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

ข้อ ๑๑ ให้มหาวิทยาลัยจัดทำประกาศเกี่ยวกับแนวปฏิบัติการเทียบโอนผลการเรียนและผลลัพธ์การเรียนรู้จากการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ การศึกษาตามอัธยาศัย และประสบการณ์ของบุคคล

หมวด ๒
การเทียบโอนผลลัพธ์การเรียนรู้จากการศึกษาในระบบ

ข้อ ๑๒ หลักเกณฑ์การเทียบโอนผลการเรียนและโอนหน่วยกิตจากการศึกษาในระบบ ต้องเป็นรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาในหลักสูตรของสถานศึกษาที่มหาวิทยาลัยหรือหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจตามกฎหมายรับรองมีดังนี้

๑๒.๑ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ หรือระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง หรือระดับปริญญาตรี

๑๒.๑.๑ รายวิชาหรือกลุ่มวิชา ซึ่งมีเนื้อหาสาระการเรียนรู้และจุดประสงค์ครอบคลุม

๑๒.๒.๓ การเทียบโอนผลการเรียนที่เป็นหน่วยกิตในรายวิชาวิทยานิพนธ์หรือการค้นคว้าอิสระให้เป็นไปตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด โดยผ่านความเห็นชอบจากสภามหาวิทยาลัย

๑๒.๒.๔ นักศึกษาต้องลงทะเบียนเรียนรายวิชาหรือวิทยานิพนธ์หรือการค้นคว้าอิสระตามหลักสูตรที่เข้าศึกษาไม่น้อยกว่า ๑๒ หน่วยกิตสำหรับหลักสูตรปริญญาโท ส่วนหลักสูตรปริญญาเอกจำนวนหน่วยกิตวิทยานิพนธ์ต้องสอดคล้องกับหลักสูตร

๑๒.๒.๕ กรณีหลักสูตรใหม่ นักศึกษาสามารถเทียบโอนผลการเรียนได้ไม่เกินกว่าชั้นปีและภาคการศึกษาที่มีนักศึกษาเรียนอยู่

๑๒.๒.๖ ให้มีการบันทึกการเทียบโอนผลการเรียนและการประเมินผลรายวิชาหรือกลุ่มวิชาที่เทียบโอนผลการเรียนให้จะไม่นำมาคิดค่าระดับคะแนนเฉลี่ยประจำภาคการศึกษา และค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม โดยให้บันทึกหัวข้อ “หน่วยกิตเทียบโอน” หรือ “Transfer Credits” ไว้ส่วนบนของรายวิชาที่เทียบโอนผลการเรียนในใบแสดงผลการศึกษา

หมวด ๓
การเทียบโอนผลลัพธ์การเรียนรู้ จากการศึกษานอกระบบ การศึกษาตามอัธยาศัย และประสบการณ์ของบุคคล เข้าสู่การศึกษาในระบบ

ข้อ ๑๓ หลักเกณฑ์การเทียบโอนผลลัพธ์การเรียนรู้และการให้หน่วยกิต จากการศึกษานอกระบบ

๑๓.๒.๓ การขอเทียบโอนผลลัพธ์การเรียนรู้เป็นรายวิชาหรือกลุ่มวิชา ให้คณะกรรมการเทียบโอนเป็นผู้กำหนดวิธีการและดำเนินการเทียบโอนความรู้ โดยต้องได้รับผลคะแนนไม่ต่ำกว่าระดับคะแนน B หรือระดับสัญลักษณ์ S หรือค่าระดับคะแนน ๓.๐๐ หรือเทียบเท่า นับเป็นจำนวนหน่วยกิตของรายวิชาหรือกลุ่มวิชานั้น โดยไม่ใช้ในการคำนวณค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม

๑๓.๒.๔ นักศึกษานอกระบบของมหาวิทยาลัย สามารถเทียบโอนความรู้จากหลักสูตรในระบบคลังหน่วยกิต เมื่อขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาในระบบ ทั้งนี้ให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

๑๓.๒.๕ นักศึกษาจะต้องลงทะเบียนเรียนรายวิชาหรือวิทยานิพนธ์หรือการค้นคว้าอิสระตามที่หลักสูตรกำหนด ไม่น้อยกว่า ๑๒ หน่วยกิต สำหรับหลักสูตรปริญญาโท ส่วนหลักสูตรปริญญาเอกจำนวนหน่วยกิตวิทยานิพนธ์ต้องสอดคล้องกับหลักสูตร

ข้อ ๑๔ การบันทึกผลการเทียบโอน ให้บันทึกตามวิธีการประเมินดังต่อไปนี้

ตัวอักษรย่อภาษาไทย	ตัวอักษรย่อภาษาอังกฤษ	ความหมายของวิธีการประเมิน
น.ม.	CS	หน่วยกิตจากการทดสอบมาตรฐาน (Credits from Standard Test)
น.ส.	CE	หน่วยกิตจากการทดสอบที่ไม่ใช่การทดสอบมาตรฐาน (Credits from Examination)
น.ฝ.	CT	หน่วยกิตจากการประเมินการจัดการศึกษาหรืออบรมที่จัดโดยหน่วยงานอื่น ๆ (Credits from Training)
น.ง.	CP	หน่วยกิตจากการประเมินแฟ้มสะสมผลงาน (Credits from Portfolio)
น.ค.	CC	หน่วยกิตจากการประเมินการจัดการศึกษาหลักสูตรในระบบคลังหน่วยกิตของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย (Credits from Credits Bank System of RUTS)

การบันทึกผลการเทียบโอนตามวิธีการประเมินให้บันทึกไว้ส่วนท้ายของรายวิชาที่เทียบโอนผลลัพธ์การเรียนรู้ในใบแสดงผลการศึกษา

กรณีที่ผู้ขอเทียบโอนผลลัพธ์การเรียนรู้มีผลลัพธ์การเรียนรู้ตามวิธีการประเมินมากกว่าหนึ่งวิธีการประเมินให้สามารถนำมารวมกันและบันทึกผลการเทียบโอนผลลัพธ์การเรียนรู้ได้ ตามที่คณะกรรมการเทียบโอนกำหนด

ข้อ ๑๕ การพิจารณาบันทึกผลการเทียบโอนให้เป็นไปตามคณะกรรมการเทียบโอน

บทเฉพาะกาล

ข้อ ๑๖ ให้นักศึกษาที่เข้าศึกษาอยู่ในวันก่อนวันที่ระเบียบนี้ใช้บังคับ ใช้หลักเกณฑ์การเทียบโอนตามระเบียบมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ว่าด้วยการเทียบโอนผลการเรียน พ.ศ. ๒๕๕๑

ประกาศ ณ วันที่ ๓๑ เดือน กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๓

(ศาสตราจารย์กิตติคุณเปี่ยมศักดิ์ เมนะเศวต)
อุปนายกสภามหาวิทยาลัย ปฏิบัติหน้าที่แทน
นายกสภามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ภาคผนวก ฏ
บันทึกข้อตกลงความเข้าใจระหว่างสถานประกอบการ
และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

☑ MOU

1. สมาคมปัญญาประดิษฐ์ประเทศไทย
2. สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์กรมหาชน)
3. บริษัท โทรคมนาคมแห่งชาติ จำกัด (มหาชน)
4. วิทยาลัยอาชีวศึกษานครศรีธรรมราช
5. บริษัท เบทาโกร จำกัด (มหาชน)
6. บริษัท ศาลาแดง จำกัด
7. วิทยาลัยเพชรสยาม
8. วิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการ
9. องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา





บันทึกข้อตกลงความเข้าใจ (MoU)

ระหว่าง

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

กับ

สมาคมปัญญาประดิษฐ์ประเทศไทย

บันทึกข้อตกลงความเข้าใจ ฉบับนี้ ทำขึ้น ณ สมาคมปัญญาประดิษฐ์ประเทศไทย เมื่อวันที่ ๗ มีนาคม ๒๕๖๘ ระหว่าง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย กับ สมาคมปัญญาประดิษฐ์ประเทศไทย

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย โดยศาสตราจารย์ ดร.สุวัจน์ ธัญรส อธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ตั้งอยู่เลขที่ ๑ ถนนราชดำเนินนอก ตำบลบ่อยาง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา รหัสไปรษณีย์ ๙๐๐๐๐ ซึ่งต่อไปนี้ ในบันทึกข้อตกลงความเข้าใจนี้ เรียกว่า “มหาวิทยาลัย” ฝ่ายหนึ่ง กับ

สมาคมปัญญาประดิษฐ์ประเทศไทย โดย ดร.เทพชัย ทรัพย์นิธิ นายกสมาคมปัญญาประดิษฐ์ประเทศไทย ตามหนังสือมอบอำนาจฉบับลงวันที่ ๗ มีนาคม ๒๕๖๘ สำนักงานใหญ่ เลขที่ ๑๖๐ หมู่ ๕ ถนนติวานนท์ ตำบลบางกะดี อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี ๑๒๐๐๐ ซึ่งต่อไปนี้ในบันทึกข้อตกลงความเข้าใจนี้ เรียกว่า “สมาคมปัญญาประดิษฐ์ประเทศไทย” อีกฝ่ายหนึ่ง

๑. ความเป็นมา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เป็นสถาบันการศึกษาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ที่มุ่งเน้นการผลิตบัณฑิต วิจัย และพัฒนาองค์ความรู้เพื่อเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ให้สอดรับกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและตลาดแรงงาน ทั้งในระดับชาติและนานาชาติ มหาวิทยาลัยเล็งเห็นถึงความสำคัญของ วิทยาการข้อมูล (Data Science) และปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence - AI) ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมสมัยใหม่เพื่อรองรับความต้องการของภาคธุรกิจและตลาดแรงงาน มหาวิทยาลัยจึงให้ความสำคัญกับการจัดการเรียนการสอน การวิจัย และการพัฒนาทักษะในด้านวิทยาการข้อมูลและปัญญาประดิษฐ์อย่างเป็นระบบ โดยมุ่งเน้นการสร้างบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ สามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงในงานวิเคราะห์ข้อมูล การเรียนรู้ของเครื่อง (Machine Learning) และการพัฒนาโมเดล AI เพื่อแก้ปัญหาเชิงธุรกิจและอุตสาหกรรม อีกทั้งยังส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมและการเป็นผู้ประกอบการในสาขาที่เกี่ยวข้องทั้งนี้ เพื่อให้มีแนวทางการประสานความร่วมมือและการร่วมดำเนินการที่ชัดเจนบนฐานความประสงค์ร่วมกันของทั้งสองฝ่ายสู่ความร่วมมือ จึงได้จัดทำบันทึกข้อตกลงความเข้าใจ ฉบับนี้ขึ้น

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ ร่วมมือในการศึกษาวิจัยและพัฒนาเกี่ยวกับเทคโนโลยีด้านวิทยาการข้อมูล และปัญญาประดิษฐ์ หรือในสาขาที่เกี่ยวข้อง

๒.๒ ร่วมมือในการบริการวิชาการเกี่ยวกับเทคโนโลยีสู่ชุมชน

๒.๓ ร่วมมือในการเรียนรู้ทางด้านบริหารจัดการปัญญาประดิษฐ์เพื่อการออกแบบและการพัฒนานวัตกรรม เพื่อพัฒนาสู่มาตรฐานสากล

๒.๔ ร่วมมือในการจัดฝึกอบรม สัมมนา ให้แก่บุคลากรของมหาวิทยาลัย นักศึกษา และผู้ที่สนใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์

๒.๕ ร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมด้านอื่น ๆ ตามที่ทั้งสองฝ่ายเห็นชอบร่วมกัน

๓. หลักการ

การดำเนินการด้านความร่วมมือในแต่ละโครงการ ต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะผู้บริหารของทั้งสองฝ่าย ภายใต้แนวทางการดำเนินการร่วมกันดังนี้

๓.๑ ความร่วมมือจะต้องอยู่บนพื้นฐานความเข้าใจอันดีต่อกันและประสานผลประโยชน์ในการพัฒนาความรู้ทางวิชาการ พัฒนาการศึกษา และความมั่นคงในทุกด้านของประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

๓.๒ ความร่วมมือจะต้องไม่นำมาซึ่งความเสื่อมเสียชื่อเสียง หรือความเสียหายใด ๆ แก่ทุกฝ่าย

๓.๓ ความร่วมมือจะต้องเป็นประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติ

๓.๔ ความร่วมมือจะต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของความจริงใจต่อกัน ในการที่จะร่วมกันแก้ไขปัญหาและอุปสรรค และร่วมดำเนินการทุกวิถีทางเพื่อให้บรรลุตามข้อตกลง

๓.๕ ความร่วมมือต้องไม่ขัดต่อพระราชบัญญัติ กฎ ระเบียบ และข้อบังคับตลอดจนนโยบายที่ทั้งสองฝ่ายถือปฏิบัติ

๔. ขอบเขตความร่วมมือ

๔.๑ ทั้งสองฝ่ายตกลงที่จะร่วมมือกัน ในเรื่องดังต่อไปนี้

(๑) ส่งเสริม สนับสนุน พัฒนางานวิจัยด้านวิชาการ วิทยาการข้อมูล ปัญญาประดิษฐ์ และเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์

(๒) ส่งเสริม สนับสนุน พัฒนาบุคลากรด้านวิทยาการข้อมูล ปัญญาประดิษฐ์ และเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์

(๓) ส่งเสริม สนับสนุน จัดการศึกษาเชิงบูรณาการระหว่างการเรียนรู้ในสถานศึกษากับการปฏิบัติงานจริงเต็มเวลาในสถานประกอบการในรูปแบบการฝึกงาน สหกิจศึกษา หรือกิจกรรมอื่น ๆ ของนักศึกษา และบุคลากร ในด้านวิทยาการข้อมูล ปัญญาประดิษฐ์ และเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์

๔.๒ มหาวิทยาลัย และ สมาคมปัญญาประดิษฐ์ประเทศไทย จะร่วมมือกันเพื่อใช้ศักยภาพของทั้งสองหน่วยงาน ในการส่งเสริมและสนับสนุนการศึกษา เปิดโอกาสให้ผู้เรียน ยกระดับและพัฒนาการศึกษาในระดับอุดมศึกษาด้านวิทยาการข้อมูล ปัญญาประดิษฐ์ และเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย และบรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการ โดย สมาคมปัญญาประดิษฐ์ประเทศไทย จะปฏิบัติตามมาตรฐานทางวิชาการของมหาวิทยาลัย

๔.๓ สมาคมปัญญาประดิษฐ์ประเทศไทย จะสนับสนุนกิจการทางการศึกษาตามที่ สมาคมปัญญาประดิษฐ์ประเทศไทย เห็นสมควร และร่วมดำเนินการตามโอกาสให้นักศึกษา เพื่อสร้างบัณฑิตพึงประสงค์ให้มีคุณลักษณะตรงตามความต้องการของสถานประกอบการและตลาดแรงงาน

๔.๔ มหาวิทยาลัย สามารถเรียนเชิญผู้ทรงคุณวุฒิของ สมาคมปัญญาประดิษฐ์ประเทศไทย เป็นอาจารย์พิเศษหรือวิทยากรบรรยาย โดยมหาวิทยาลัยจะรับผิดชอบค่าตอบแทนที่เหมาะสมให้แก่สมาคมปัญญาประดิษฐ์ประเทศไทย หรือตามที่ทาง สมาคมปัญญาประดิษฐ์ประเทศไทย ให้ความอนุเคราะห์สนับสนุน

๔.๕ สมาคมปัญญาประดิษฐ์ประเทศไทย ยินดีร่วมมือในการจัดการศึกษา การกำหนดรายวิชาร่วมกัน การฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และ/หรือการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับความต้องการด้านแรงงานของสถานประกอบการและตลาดแรงงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทั้งนี้โดยเป็นตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขปฏิบัติของบริษัท

๔.๖ สมาคมปัญญาประดิษฐ์ประเทศไทย ให้คำปรึกษากับทางมหาวิทยาลัยในการขับเคลื่อนเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์

๔.๗ ร่วมมือกันวิจัยและพัฒนา สร้างองค์ความรู้ เผยแพร่และถ่ายทอดเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาทางด้านปัญญาประดิษฐ์ของประเทศ การแข่งขันทางการตลาด รวมถึงการพัฒนานวัตกรรมสำหรับ Green Campus ด้วยการสื่อสารผ่านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตของสรรสิ่ง (Internet of Things) รวมถึงการบริหารจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data)

๔.๘ ทั้งสองฝ่ายยินดีที่จะสนับสนุนการดำเนินการตามบันทึกข้อตกลงความเข้าใจและโครงการความร่วมมือที่เกี่ยวข้องตามที่กำหนดไว้ในบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ ในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงบันทึกข้อตกลงความเข้าใจที่เป็นสาระสำคัญ หรือมีปัญหาเกิดขึ้นระหว่างดำเนินการตามบันทึกข้อตกลงความเข้าใจกับฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ฝ่ายนั้นจะต้องรีบแจ้งให้อีกฝ่ายหนึ่งรับทราบเพื่อหาทางออกที่เป็นที่ยอมรับระหว่างกันต่อไป

๔.๙ ทั้งสองฝ่ายจะใช้ความชำนาญและความเชี่ยวชาญอย่างเต็มที่ ในการปฏิบัติตามบันทึกข้อตกลงความเข้าใจอย่างมีประสิทธิภาพ และจะต้องปฏิบัติหน้าที่ตามความรับผิดชอบให้สำเร็จลุล่วงเป็นไปตามมาตรฐานของวิชาชีพที่ยอมรับนับถือกันโดยทั่วไป

๕. ระยะเวลาดำเนินการ

การดำเนินการตามบันทึกข้อตกลงความเข้าใจ ฉบับนี้ มีกำหนดระยะเวลา ๕ (ห้า) ปี นับตั้งแต่วันลงนามในบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้

๖. การแก้ไขเปลี่ยนแปลงและยกเลิกบันทึกข้อตกลงความเข้าใจ

๖.๑ การแก้ไขเปลี่ยนแปลงบันทึกข้อตกลงความเข้าใจ จะกระทำได้ต่อเมื่อคณะผู้บริหารทั้งสองฝ่ายเห็นชอบร่วมกัน

๖.๒ การเปลี่ยนแปลงและยกเลิกบันทึกข้อตกลงความเข้าใจ หากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งหรือทั้งสองฝ่าย มีความประสงค์ที่จะเปลี่ยนแปลงแก้ไขรายละเอียดของบันทึกข้อตกลงความเข้าใจ จะต้องแจ้งให้อีกฝ่ายหนึ่งรับทราบในเวลาอันควร และเมื่อทั้งสองฝ่ายเห็นชอบร่วมกันในประเด็นที่ขอเปลี่ยนแปลงให้ทำเป็นลายลักษณ์อักษร และมีผลเริ่มใช้บังคับในวันที่ตกลงร่วมกัน กรณีมีการขอยกเลิกบันทึกข้อตกลงความเข้าใจจะต้องแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรให้อีกฝ่ายหนึ่งทราบล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า ๙๐ (เก้าสิบ) วัน ทั้งนี้ ทั้งสองฝ่ายจะต้องดำเนินการในส่วนที่ผูกพันหรือซึ่งอยู่ในความรับผิดชอบไว้ให้เสร็จเรียบร้อยก่อน

๗. การลงนามความร่วมมือ

บันทึกข้อตกลงความเข้าใจ ฉบับนี้ทำขึ้นไว้สองฉบับ โดยมีข้อความถูกต้องตรงกัน ทั้งสองฝ่ายได้อ่านและเข้าใจข้อความในบันทึกข้อตกลงความเข้าใจนี้โดยตลอดแล้ว เห็นว่าถูกต้องตรงตามความประสงค์ทุกประการ จึงลงลายมือชื่อพร้อมประทับตรา (ถ้ามี) ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และต่างยึดถือไว้ฝ่ายละฉบับ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	สมาคมปัญญาประดิษฐ์ประเทศไทย
ลงชื่อ _____	ลงชื่อ _____
(ศาสตราจารย์ ดร.สุวัจน์ ธัญรส)	(ดร.เทพชัย ทรัพย์นิธิ)
อธิการบดี	นายกสมาคมปัญญาประดิษฐ์ประเทศไทย
ลงชื่อ _____พยาน	ลงชื่อ _____พยาน
(ดร.ภาณุมาศ สุยบางดำ)	(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นงนุช เกตุ้ย)
รองอธิการบดี	อุปนายกสมาคมปัญญาประดิษฐ์ประเทศไทย
ลงชื่อ _____พยาน	ลงชื่อ _____พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรกนก โภคสวัสดิ์)	(รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐสุดา เกาทัณฑ์ทอง)
คณบดีคณะเทคโนโลยีการจัดการ	กรรมการสมาคมปัญญาประดิษฐ์ประเทศไทย





บันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการด้านนวัตกรรม

ระหว่าง

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

และ

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

บันทึกข้อตกลงฉบับนี้จัดทำขึ้น ณ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) เมื่อวันที่ ๑๙ เดือน กันยายน พุทธศักราช ๒๕๖๕ ระหว่างมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ตั้งอยู่เลขที่ ๑ ถนนราชดำเนินนอก ตำบลบ่อยาง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา รหัสไปรษณีย์ ๙๐๐๐๐ โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชวัญหทัย ใจเปี่ยม รองอธิการบดี ปฏิบัติราชการแทนอธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ผู้มีอำนาจลงนามผูกพันในนามมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ปรากฏตามบันทึกข้อตกลงนี้ ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย" ฝ่ายหนึ่ง กับ

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ตั้งอยู่เลขที่ ๗๓/๒ ถนนพระรามที่ ๖ แขวงทุ่งพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพฯ ๑๐๔๐๐ โดย ดร. พันธุ์อาจ ชัยรัตน์ ตำแหน่ง ผู้อำนวยการสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ผู้มีอำนาจลงนามผูกพันในนาม ปรากฏตามบันทึกข้อตกลงนี้ ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "สนช." อีกฝ่ายหนึ่ง

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย และสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) เจตจำนงร่วมกันในการสร้างเครือข่ายการจัดกิจกรรมในการพัฒนาและยกระดับคุณภาพการจัดการเรียนการสอน การวิจัย การบริการวิชาการ การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม การพัฒนานักศึกษา ตลอดจนการประกันคุณภาพการศึกษา ทั้งสองฝ่ายจึงได้ตกลงทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือโยมีรายละเอียด ดังนี้

๑. วัตถุประสงค์

๑.๑ ร่วมมือในด้านการศึกษาวิจัยและพัฒนาเกี่ยวกับด้านบริหารธุรกิจ เทคโนโลยี และนวัตกรรม หรือในสาขาที่เกี่ยวข้อง

๑.๒ ร่วมมือในด้านการบริการวิชาการด้านบริหารธุรกิจ เทคโนโลยี และนวัตกรรมสู่ชุมชน

๑.๓ ร่วมมือในด้านการสนับสนุนองค์ความรู้ทุกศาสตร์เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ

๑.๔ ร่วมมือในด้านการสนับสนุนทรัพยากร วิทยากรและแหล่งเรียนรู้

๑.๕ ร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมด้านอื่น ๆ ตามที่ทั้งสองฝ่ายเห็นสมควร

๒. หลักการ

การดำเนินการด้านความร่วมมือในแต่ละโครงการ ต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะผู้บริหารของทั้งสองฝ่าย ภายใต้แนวทางการดำเนินการร่วมกันดังนี้

๒.๑ ความร่วมมือจะต้องอยู่บนพื้นฐานความเข้าใจอันดีต่อกันและประสานผลประโยชน์ ในการพัฒนาความรู้ทางวิชาการ พัฒนาธุรกิจชุมชน และความมั่นคงในทุกด้านของประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในภาคธุรกิจเกษตรชุมชนของประเทศ

๒.๒ ความร่วมมือจะต้องไม่นำมาซึ่งความเสื่อมเสียชื่อเสียง หรือความเสียหายใด ๆ แก่ทุกฝ่าย

๒.๓ ความร่วมมือจะต้องเป็นประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติ

๒.๔ ความร่วมมือจะต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของความจริงใจต่อกัน ในการที่จะร่วมกันแก้ไขปัญหาและอุปสรรค และร่วมดำเนินการทุกวิถีทางเพื่อให้บรรลุตามข้อตกลง

๒.๕ ความร่วมมือจะต้องไม่ขัดต่อพระราชบัญญัติ กฎ ระเบียบ และข้อบังคับตลอดจนนโยบายที่ทั้งสองฝ่ายถือปฏิบัติ

๒.๖ การแก้ไขเปลี่ยนแปลงบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการ จะกระทำได้เมื่อคณะผู้บริหารทั้งสองฝ่ายเห็นชอบร่วมกัน

๒.๗ การเปลี่ยนแปลงและยกเลิกบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการ หากฝ่ายใดหรือทั้งสองฝ่ายมีความประสงค์ที่จะเปลี่ยนแปลงแก้ไขรายละเอียดของบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการจะต้องแจ้งให้อีกฝ่ายหนึ่งรับทราบในเวลาอันควร และเมื่อทั้งสองฝ่ายเห็นชอบร่วมกันในประเด็นที่ขอเปลี่ยนแปลงให้ทำเป็นลายลักษณ์อักษร และมีผลเริ่มบังคับในวันที่ตกลง กรณีมีการขอยกเลิกบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการจะต้องแจ้งให้อีกฝ่ายหนึ่งทราบล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรอย่างน้อย ๙๐ วัน ทั้งนี้ ทั้งสองฝ่ายจะต้องดำเนินการในเรื่องที่ผูกผันหรือค้างไว้ให้เสร็จเรียบร้อยก่อน

๓. ขอบเขตความร่วมมือ

๓.๑ ทั้งสองฝ่ายตกลงที่จะร่วมมือกัน ในเรื่องดังต่อไปนี้

(๑) ร่วมมือในด้านการศึกษาวิจัยและพัฒนาเกี่ยวกับด้านบริหารธุรกิจ เทคโนโลยี และนวัตกรรมหรือในสาขาที่เกี่ยวข้อง

(๒) ร่วมมือในด้านการบริการวิชาการด้านบริหารธุรกิจ เทคโนโลยี และนวัตกรรมสู่ชุมชน

(๓) ร่วมมือในด้านการสนับสนุนองค์ความรู้ทุกศาสตร์เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ

(๔) ร่วมมือในด้านการสนับสนุนทรัพยากร วิทยากรและแหล่งเรียนรู้

(๕) ร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมด้านอื่น ๆ ตามที่ทั้งสองฝ่ายเห็นสมควร

๓.๒ ทั้งสองฝ่ายยินดีที่จะสนับสนุนการดำเนินการตามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางด้านวิชาการและโครงการความร่วมมือที่เกี่ยวข้องตามที่กำหนดไว้ในบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางด้านวิชาการในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางด้านวิชาการเป็นสาระสำคัญ หรือมิ

ปัญหาเกิดขึ้นระหว่างดำเนินการตามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางด้านวิชาการกับฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง จะต้องรีบแจ้งให้อีกฝ่ายหนึ่งรับทราบเพื่อหาทางออกที่เป็นที่ยอมรับระหว่างทั้งสองฝ่ายต่อไป

๓.๓ ทั้งสองฝ่ายจะใช้ความชำนาญและความเชี่ยวชาญอย่างเต็มที่ในการปฏิบัติตามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางด้านวิชาการอย่างมีประสิทธิภาพ และจะต้องปฏิบัติหน้าที่ตามความรับผิดชอบให้สำเร็จลุล่วงเป็นไปตามมาตรฐานของวิชาชีพที่ยอมรับนับถือกันโดยทั่วไป

๓.๔ ในกรณีที่ทั้งสองฝ่ายมีโครงการที่ชัดเจนและแน่นอนที่จะร่วมมือกันตามข้อ ๓.๑ ทั้งสองฝ่ายตกลงที่จะจัดทำข้อตกลงเป็นหนังสือเพื่อกำหนดสิทธิและหน้าที่ของทั้งสองฝ่ายตลอดจนเงื่อนไขอื่น ๆ ในรายละเอียดก่อนเริ่มโครงการดังกล่าว

๓.๕ ทั้งสองฝ่ายไม่สามารถโอนสิทธิ และหน้าที่ตามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางด้านวิชาการนี้ให้แก่บุคคลอื่นโดยไม่ได้รับความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจากอีกฝ่ายหนึ่ง

๓.๖ กรณีมีเหตุสุดวิสัยเกิดขึ้นที่ทำให้ไม่สามารถดำเนินการได้ตามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางด้านวิชาการนี้ ทั้งสองฝ่ายยินดียกเลิกบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางด้านวิชาการนี้

๔. ระยะเวลาดำเนินการ

การดำเนินการตามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางด้านวิชาการฉบับนี้ มีกำหนดระยะเวลา ๕ (ห้า) ปี นับตั้งแต่วันลงนามในบันทึกข้อตกลงความร่วมมือฉบับนี้

๕. การลงนามความร่วมมือ

บันทึกข้อตกลงความร่วมมือฉบับนี้ทำขึ้นไว้สองฉบับ โดยมีข้อความถูกต้องตรงกันทั้งสองฝ่าย ได้อ่านและเข้าใจข้อความในบันทึกตกลงความร่วมมือนี้โดยตลอดแล้ว เห็นว่าถูกต้องตรงความประสงค์ทุกประการ จึงลงลายมือชื่อพร้อมประทับตรา (ถ้ามี) ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และต่างยึดถือไว้ฝ่ายละฉบับ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	**สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)**
ลงชื่อ	ลงชื่อ .....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชวัญหทัย ใจเปี่ยม)	(ดร.พันธุ์อาจ ชัยรัตน์)
รองอธิการบดี	ผู้อำนวยการ
ลงชื่อ ..... พยาน	ลงชื่อ ..... พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชัยนันท์ ปัญญาวุทโส)	(ดร.กริชผกา บุญเฟื่อง)
คณบดีคณะบริหารธุรกิจ	รองผู้อำนวยการด้านระบบนวัตกรรม



บันทึกข้อตกลงความเข้าใจ (MOU)

ระหว่าง

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย กับ บริษัท โทรคมนาคมแห่งชาติ จำกัด (มหาชน)

บันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ ทำขึ้น ณ บริษัท โทรคมนาคมแห่งชาติ จำกัด (มหาชน) เมื่อวันที่ ๒๗ พฤษภาคม ๒๕๖๘ ระหว่าง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย โดย ศาสตราจารย์สุวัจน์ ธัญรส ตำแหน่ง อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ตั้งอยู่เลขที่ ๑ ถนนราชดำเนินนอก ตำบลบ่อยาง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา รหัสไปรษณีย์ ๙๐๐๐๐ ซึ่งต่อไปในบันทึกข้อตกลงความเข้าใจนี้เรียกว่า "มหาวิทยาลัย" ฝ่ายหนึ่ง กับ

บริษัท โทรคมนาคมแห่งชาติ จำกัด (มหาชน) โดย พันเอกสรรพชัยย์ หุวะนันทน์ ตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ ๙๙ ถนนแจ้งวัฒนะ แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ ๑๐๒๑๐ ซึ่งต่อไปในบันทึกข้อตกลงความเข้าใจนี้เรียกว่า "บริษัท" อีกฝ่ายหนึ่ง

ข้อ ๑ เจตนารมณ์ในการบันทึกข้อตกลงความเข้าใจ

โดยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เป็นสถาบันการศึกษา ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มีหน้าที่หลักในการผลิตบัณฑิต วิจัย พัฒนา บริการวิชาการ ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในระดับต่าง ๆ ให้เชี่ยวชาญทันเหตุการณ์ สอดรับกับสถานการณ์ปัจจุบันให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ อันเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาระดับชาติ มหาวิทยาลัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการจัดการเรียนการสอนทางด้านการบริหารระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ เพื่อตอบสนองความต้องการของภาคธุรกิจ และตลาดแรงงานทั้งในและต่างประเทศ เพื่อพัฒนาทรัพยากรบุคคลของมหาวิทยาลัย นักศึกษา และผู้ที่สนใจงานระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ให้มีศักยภาพ มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ รวมถึงสามารถที่จะออกไปประกอบธุรกิจ และพัฒนาทางด้านอุตสาหกรรม จึงตกลงร่วมกันในการทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือดังกล่าว เพื่อนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพการศึกษาของมหาวิทยาลัย

ทั้งนี้ เพื่อให้มีแนวทางการประสานความร่วมมือและการร่วมดำเนินการที่ชัดเจนบนฐานความประสงค์ร่วมกันของทั้งสองฝ่ายสู่ความร่วมมือ จึงได้ทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการฉบับนี้ภายใต้กฎหมาย ข้อบังคับ ระเบียบ ประกาศ และคำสั่งที่เกี่ยวข้อง ทั้งสองฝ่ายตกลงร่วมมือกัน ภายใต้การดำเนินการร่วมกันดังนี้

๑.๑ ความร่วมมือจะต้องอยู่บนพื้นฐานความเข้าใจอันดีต่อกันและประสานผลประโยชน์ในการพัฒนาความรู้ทางวิชาการ พัฒนาการศึกษา และความมั่นคงในทุกด้านของประเทศอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

๑.๒ ความร่วมมือจะต้องไม่นำมาซึ่งความเสื่อมเสียชื่อเสียง หรือความเสียหายใด ๆ แก่ทุกฝ่าย

๑.๓ ความร่วมมือจะต้องเป็นประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติ

๑.๔ ความร่วมมือจะต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของความจริงใจต่อกัน ในการที่จะร่วมกันแก้ไขปัญหาและอุปสรรค และร่วมดำเนินการทุกวิถีทางเพื่อให้บรรลุตามข้อตกลง

๑.๕ ความร่วมมือต้องไม่ขัดต่อพระราชบัญญัติ กฎ ระเบียบ และข้อบังคับตลอดจนนโยบายที่ทั้งสองฝ่ายถือปฏิบัติ

ข้อ ๒ วัตถุประสงค์ของความร่วมมือ

ทั้งสองฝ่ายตกลงร่วมมือกันดำเนินงาน ดังนี้

๒.๑ ร่วมมือในการพัฒนากำลังคนเฉพาะทาง ตอบสนองทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัล

๒.๒ ร่วมมือในการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลทางด้านโครงสร้างเครือข่ายพื้นฐาน ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ระบบคลาวด์ ศูนย์ข้อมูล ระบบสารสนเทศ และระบบโทรคมนาคม

๒.๓ ร่วมมือในการบริการวิชาการเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลสู่ชุมชน

๒.๔ ร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมด้านอื่น ๆ ตามที่ทั้งสองฝ่ายเห็นชอบร่วมกัน

ข้อ ๓ ขอบเขตความร่วมมือ

๓.๑ ทั้งสองฝ่ายตกลงที่จะร่วมกัน ในเรื่องดังต่อไปนี้

(๑) ร่วมมือในด้านการพัฒนามหาวิทยาลัยในด้านนวัตกรรมที่เกี่ยวข้อง

(๒) ร่วมมือในด้านการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล และนวัตกรรมสู่ชุมชน

(๓) ร่วมมือในด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านสื่อสารโทรคมนาคมและงานอื่นที่เกี่ยวข้อง

(๔) ร่วมมือในด้านการสนับสนุนทรัพยากร วิทยากร และแหล่งเรียนรู้

(๕) ร่วมมือในการพัฒนาหลักสูตร กลวิธีการสอน การวัดและประเมินผล และการสอนในหลักสูตรของมหาวิทยาลัย

(๖) สนับสนุนการจัดการเรียนการสอนด้านสหกิจศึกษาและการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน (Cooperative and Work Integrated Education: CWIE) หรือการฝึกงาน หรือกิจกรรมอื่นของนักศึกษา

(๗) ให้ความร่วมมือในการพัฒนาทักษะหรือฝึกสมรรถนะ ให้กับพนักงานหรือบุคลากรทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ที่เกี่ยวกับโครงสร้างครือข่ายพื้นฐาน ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ระบบคลาวด์ ศูนย์ข้อมูลระบบสารสนเทศ และระบบโทรคมนาคม

(๘) ร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมด้านอื่น ๆ ตามที่ทั้งสองฝ่ายเห็นสมควร

๓.๒ ทั้งสองฝ่ายยินดีที่จะสนับสนุนการดำเนินการตามบันทึกความเข้าใจทางด้านการพัฒนาและโครงการความร่วมมือที่เกี่ยวข้องตามที่กำหนดไว้ในบันทึกความเข้าใจฉบับนี้ ในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงบันทึกความเข้าใจเป็นสาระสำคัญ หรือมีปัญหาเกิดขึ้นระหว่างดำเนินการตามบันทึกความเข้าใจกับฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง จะต้องรีบแจ้งให้อีกฝ่ายหนึ่งรับทราบเพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาที่เป็นที่ยอมรับร่วมกันทั้งสองฝ่ายต่อไป

๓.๓ ทั้งสองฝ่ายจะใช้ความชำนาญและความเชี่ยวชาญอย่างเต็มที่ในการปฏิบัติตามบันทึกความเข้าใจอย่างมีประสิทธิภาพ และจะต้องปฏิบัติหน้าที่ตามความรับผิดชอบให้สำเร็จลุล่วงเป็นไปตามมาตรฐานของวิชาชีพที่ยอมรับนับถือกันโดยทั่วไป

๓.๔ ในกรณีที่ทั้งสองฝ่ายมีโครงการที่จะร่วมมือกัน ทั้งสองฝ่ายตกลงที่จะจัดทำข้อตกลงเป็นหนังสือเพื่อกำหนดสิทธิและหน้าที่ของทั้งสองฝ่ายตลอดจนเงื่อนไขอื่น ๆ ในรายละเอียดก่อนเริ่มโครงการดังกล่าว โดยทั้งสองฝ่ายจะปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ คำสั่ง หรือหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ของแต่ละฝ่ายที่เกี่ยวข้องต่อไป

๓.๕ ทั้งสองฝ่ายไม่สามารถโอนสิทธิ และหน้าที่ตามบันทึกความเข้าใจนี้ให้แก่บุคคลอื่นโดยไม่ได้รับความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจากอีกฝ่ายหนึ่ง

๓.๖ กรณีมีเหตุสุดวิสัยเกิดขึ้นที่ทำให้ไม่สามารถดำเนินการได้ตามบันทึกความเข้าใจนี้ ทั้งสองฝ่ายตกลงยกเลิกบันทึกความเข้าใจนี้ โดยจะไม่เรียกร้องค่าเสียหายใด ๆ ต่อกัน

ข้อ ๔ ระยะเวลาความร่วมมือและการดำเนินการ

บันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ มีกำหนดระยะเวลาความร่วมมือ ๓ (สาม) ปี นับตั้งแต่ทั้งสองฝ่ายได้ลงนามในบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้โดยครบถ้วน จนถึงวันที่ ๒๗ พฤษภาคม ๒๕๗๑ โดยทั้งสองฝ่ายอาจตกลงขยายระยะเวลาในการดำเนินงานภายใต้บันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ออกไปได้ตามความเหมาะสมและมีเหตุผลอันสมควร โดยทำเป็นบันทึกข้อตกลงแก้ไขเพิ่มแนบท้ายบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้

อย่างไรก็ตาม บันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้อาจสิ้นสุดก่อนครบกำหนดระยะเวลาความร่วมมือดังกล่าวได้ในกรณี ดังนี้

๔.๑ ทั้งสองฝ่ายตกลงกันเป็นหนังสือ เพื่อยกเลิกบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้

๔.๒ ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งบอกเลิกบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ โดยมีหนังสือแจ้งให้อีกฝ่ายหนึ่งทราบล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า ๓๐ (สามสิบ) วัน

การที่บันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้สิ้นสุดลงไม่ว่าด้วยกรณีใด ไม่มีผลเป็นการยกเลิกโครงการภายใต้บันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ที่ดำเนินงานไปแล้ว หรือที่อยู่ระหว่างดำเนินงานภายใต้บันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ เว้นแต่ทั้งสองฝ่ายจะตกลงเป็นหนังสือกันเป็นอย่างอื่น

ข้อ ๕ การบอกกล่าว

บรรดาคำบอกกล่าวหรือการให้ความยินยอมหรือความเห็นชอบใด ๆ ตามบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ต้องทำเป็นหนังสือ และจะถือว่าได้ส่งให้แก่ฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดโดยชอบ หากได้จัดส่งโดยทางหนึ่งทางใด ดังต่อไปนี้

๕.๑ ส่งมอบแก่บุคคลผู้ที่ได้รับมอบหมายของฝ่ายนั้น

๕.๒ ทางไปรษณีย์ลงทะเบียนไปยังชื่อและที่อยู่ของฝ่ายนั้นตามที่ระบุไว้ในบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้หรือที่อยู่แห่งใหม่ที่ฝ่ายนั้นได้มีหนังสือแจ้งให้อีกฝ่ายหนึ่งทราบแล้ว

ข้อ ๖ สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา

สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาหรือสิทธิอื่นใดของนวัตกรรม สิ่งประดิษฐ์ งานสร้างสรรค์ คู่มือ สื่อมัลติมีเดีย โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ข้อมูล หรือผลงานอื่นใดที่ได้สร้างสรรค์ขึ้นจากการดำเนินงานภายใต้บันทึกข้อตกลงความเข้าใจนี้ รวมถึงการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาดังกล่าว ให้เป็นไปตามข้อตกลงของทั้งสองฝ่าย

ข้อ ๗ การรักษาข้อมูลความลับ

ทั้งสองฝ่ายตกลงร่วมกันที่จะรักษาความลับหรือความลับทางการค้าที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตามบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ โดยจะไม่เปิดเผยหรือถ่ายทอดให้กับบุคคลอื่นและหรือนำความลับดังกล่าวไปหาประโยชน์ไม่ว่ากรณีใด ๆ เว้นแต่จะได้รับความยินยอมเป็นหนังสือจากอีกฝ่ายหนึ่งก่อน และทั้งสองฝ่ายตกลงว่า จะเก็บรักษาความลับของข้อมูลที่เป็นความลับของฝ่ายผู้ให้ข้อมูล นับตั้งแต่วันที่ได้รับการเปิดเผยข้อมูลจากฝ่ายผู้ให้ข้อมูลที่เป็นความลับนั้น ทั้งสองฝ่ายตกลงจะรักษาข้อมูลอันเป็นความลับตลอดระยะของบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ รวมถึงจะรักษาความลับในข้อมูลอันเป็นความลับต่อไปอีกเป็นระยะเวลา ๑ (หนึ่ง) ปี นับแต่วันที่บันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้สิ้นสุด

ข้อ ๘ การขยายระยะเวลา แก้ไข หรือเปลี่ยนแปลง

หากฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดประสงค์จะขยายระยะเวลา แก้ไข หรือเปลี่ยนแปลงบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ จะต้องแจ้งให้อีกฝ่ายเป็นหนังสือล่วงหน้าเพื่อพิจารณาเห็นชอบเป็นเวลาไม่น้อยกว่า ๓๐ (สามสิบ) วัน ในการขยายระยะเวลา แก้ไข หรือเปลี่ยนแปลงบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ ให้จัดทำเป็นหนังสือลักษณะเดียวกับการทำบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้เพิ่มเติม และให้มีผลใช้บังคับนับตั้งแต่วันที่

ผู้มีอำนาจลงนามของทั้งสองฝ่ายได้ลงนามในบันทึกข้อตกลงความเข้าใจเพิ่มเติมนั้น และให้ถือว่าบันทึกข้อตกลงความเข้าใจเพิ่มเติมดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้

บันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้จัดทำขึ้นเป็นสองฉบับ มีข้อความถูกต้องตรงกัน ทั้งสองฝ่ายได้อ่านและเข้าใจข้อความโดยละเอียดตลอดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อพร้อมทั้งประทับตรา (ถ้ามี) ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และต่างยึดถือไว้ฝ่ายละหนึ่งฉบับ

บริษัท โทรคมนาคมแห่งชาติ จำกัด (มหาชน)

ลงชื่อ พันเอก.....

(สรรพชัยย์ หุวะนันทน์)

ตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการใหญ่

ลงชื่อ.....

(นายสุปรีดี สุวรรณทัต)

ตำแหน่ง รองกรรมการผู้จัดการใหญ่

สายงานบริหารองค์กร

ลงชื่อ..... (พยาน)

(นายธีรยุทธ ศักดิ์วิลาสตระกูล)

ตำแหน่ง ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่

กลุ่มทรัพยากรบุคคล

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ลงชื่อ.....

(ศาสตราจารย์สุวัจน์ ธัญรส)

ตำแหน่ง อธิการบดี

ลงชื่อ..... (พยาน)

(นายภาณุมาศ สุยบางดำ)

ตำแหน่ง รองอธิการบดี

ลงชื่อ..... (พยาน)

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไชยยะ ธนพัฒน์ศิริ)

ตำแหน่ง คณบดีคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี





บันทึกข้อตกลงความเข้าใจ (Memorandum of Understanding: MOU)
โครงการความร่วมมือทางวิชาการระหว่างมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
กับ
วิทยาลัยอาชีวศึกษานครศรีธรรมราช

บันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้จัดทำขึ้น ณ วิทยาลัยอาชีวศึกษานครศรีธรรมราช เมื่อวันที่ ...๒๐...เดือน.....พฤศจิกายน.... พุทธศักราช ....๒๕๖๖.... ระหว่างคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ตั้งอยู่เลขที่ ๑ ถนนราชดำเนินนอก ตำบลบ่อยาง อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา รหัสไปรษณีย์ ๙๐๐๐๐ โดยผู้ช่วยศาสตราจารย์ชัยนันท์ ปัญญาวุทโส คณบดีคณะบริหารธุรกิจ ปฏิบัติราชการแทนอธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ผู้มีอำนาจลงนามผูกพันในนามมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ปรากฏตามบันทึกข้อตกลงนี้ ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย" ฝ่ายหนึ่ง กับ

วิทยาลัยอาชีวศึกษานครศรีธรรมราช ตั้งอยู่เลขที่ ๑๐๗๖ ถ. ราชดำเนิน ตำบลคลัง อำเภอเมืองนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช รหัสไปรษณีย์ ๘๐๐๐๐ โดย นายสายันต์ แสงสุริยันต์ ผู้อำนวยการวิทยาลัยอาชีวศึกษานครศรีธรรมราช ผู้มีอำนาจลงนามผูกพันในนาม ปรากฏตามบันทึกข้อตกลงนี้ ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "วิทยาลัยอาชีวศึกษานครศรีธรรมราช" อีกฝ่ายหนึ่ง

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยและวิทยาลัยอาชีวศึกษานครศรีธรรมราช เจตจำนงร่วมกันในการสร้างเครือข่ายในการพัฒนาและยกระดับคุณภาพการพัฒนาหลักสูตร พัฒนาครู พัฒนานักศึกษา การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนการสนับสนุนทรัพยากรเพื่อการศึกษา ทั้งสองฝ่าย จึงได้ตกลงทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือโดยมีรายละเอียด ดังนี้

๑. วัตถุประสงค์

๑) เพื่อพัฒนาหลักสูตรให้มีมาตรฐานการศึกษาระดับสากลและเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางรวมถึงสามารถเทียบโอนรายวิชาในการศึกษาระดับสูงขึ้น

๒) เพื่อพัฒนาบุคลากร นักศึกษา ด้านวิชาการและความเชี่ยวชาญวิชาชีพ

๓) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมด้านวิชาการและการใช้เครื่องมือในห้องปฏิบัติการ

๔) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานของทั้งสองฝ่ายอันจะนำไปสู่การพัฒนามาตรฐานการศึกษาและยกระดับการบริหารงานทางด้านวิชาชีพต่าง ๆ และเทคโนโลยีสารสนเทศในทุกแขนงให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อวิชาชีพ

๕) เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้นักศึกษา ได้รับการศึกษาในระดับที่สูงขึ้น

๒. หลักการ

การดำเนินการด้านความร่วมมือในแต่ละโครงการ ต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะผู้บริหารของทั้งสองฝ่าย ภายใต้แนวทางการดำเนินการร่วมกันดังนี้

๒.๑ ความร่วมมือจะต้องยยู่บนพื้นฐานความเข้าใจอันดีต่อกันและประสานผลประโยชน์ ในการพัฒนาความรู้ทางวิชาการ การวิจัย การปฏิบัติงานทางด้านวิชาชีพและนวัตกรรมหรือในสาขาที่เกี่ยวข้อง

๒.๒ ความร่วมมือจะต้องไม่นำมาซึ่งความเสื่อมเสียชื่อเสียงหรือความเสียหายใด ๆ แก่ทุกฝ่าย

๒.๓ ความร่วมมือจะต้องเป็นประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติ

๒.๔ ความร่วมมือจะต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของความจริงใจต่อกันในการที่จะร่วมกันแก้ไขปัญหาอุปสรรคและร่วมดำเนินการทุกวิถีทางเพื่อให้บรรลุตามข้อตกลง

๒.๕ ความร่วมมือจะต้องไม่ขัดต่อพระราชบัญญัติ กฎ ระเบียบ และข้อบังคับตลอดจนนโยบายที่ทั้งสองฝ่ายถือปฏิบัติ

๒.๖ การแก้ไขเปลี่ยนแปลงบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการ จะกระทำได้เมื่อผู้บริหารทั้งสองฝ่ายเห็นชอบร่วมกัน

๒.๗ การเปลี่ยนแปลงและยกเลิกบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการ หากฝ่ายใดหรือทั้งสองฝ่ายมีความประสงค์ที่จะเปลี่ยนแปลงแก้ไขรายละเอียดของบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการจะต้องแจ้งให้อีกฝ่ายหนึ่งรับทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า ๓๐ วัน และเมื่อทั้งสองฝ่ายเห็นชอบร่วมกันในประเด็นที่ขอเปลี่ยนแปลงให้ทำเป็นลายลักษณ์อักษรและมีผลเริ่มบังคับในวันที่ตกลง กรณีมีการขอยกเลิกบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการจะต้องแจ้งให้อีกฝ่ายหนึ่งทราบล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรอย่างน้อย ๙๐ วัน ทั้งนี้ ทั้งสองฝ่ายจะต้องดำเนินการในเรื่องที่ผูกผันหรือค้างไว้ให้เสร็จเรียบร้อยก่อน

๓. ขอบเขตความร่วมมือ

๓.๑ ทั้งสองฝ่ายตกลงที่จะร่วมมือกัน ในเรื่องดังต่อไปนี้

๑) พัฒนาหลักสูตรให้มีมาตรฐานการศึกษาระดับสากลและเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง รวมถึงสามารถเทียบโอนรายวิชาในการศึกษาระดับสูงขึ้น ส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานของทั้งสองฝ่ายอันจะนำไปสู่การพัฒนามาตรฐานการศึกษาและยกระดับการบริหารงานทางด้านวิชาชีพต่าง ๆ และเทคโนโลยีสารสนเทศในทุกแขนงให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อวิชาชีพ

๒) พัฒนาด้านการศึกษาวิจัยและหลักสูตรทางด้านบริหารธุรกิจ เทคโนโลยีและนวัตกรรมหรือในสาขาที่เกี่ยวข้อง

๓) พัฒนาในการดำเนินกิจกรรมอื่น ๆ ตามที่ทั้งสองฝ่ายเห็นสมควร

๓.๒ ทั้งสองฝ่ายยินดีที่จะสนับสนุน การดำเนินการตามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางด้านวิชาการและโครงการความร่วมมือ ที่เกี่ยวข้องตามที่กำหนดไว้ในบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางด้านวิชาการ ในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางด้านวิชาการเป็นสาระสำคัญหรือมีปัญหาเกิดขึ้นระหว่างดำเนินการตามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางด้านวิชาการกับฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งจะต้องรีบแจ้งให้อีกฝ่ายหนึ่งรับทราบ เพื่อหาทางออกที่เป็นที่ยอมรับระหว่างทั้งสองฝ่ายต่อไป

๓.๓ ทั้งสองฝ่ายจะใช้ความชำนาญและความเชี่ยวชาญอย่างเต็มที่ในการปฏิบัติตามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางด้านวิชาการอย่างมีประสิทธิภาพ และจะต้องปฏิบัติหน้าที่ตามความรับผิดชอบให้สำเร็จลุล่วงเป็นไปตามมาตรฐานของวิชาชีพที่ยอมรับนับถือกันโดยทั่วไป

๓.๔ ในกรณีที่ทั้งสองฝ่ายมีโครงการที่ชัดเจนและแน่นอนที่จะร่วมมือกันตามข้อ ๓.๑ ทั้งสองฝ่ายตกลงที่จะจัดทำข้อตกลงเป็นหนังสือ เพื่อกำหนดสิทธิและหน้าที่ของทั้งสองฝ่ายตลอดจนเงื่อนไขอื่น ๆ ในรายละเอียดก่อนเริ่มโครงการดังกล่าว

๓.๕ ทั้งสองฝ่ายไม่สามารถโอนสิทธิ และหน้าที่ตามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางด้านวิชาการนี้ให้แก่บุคคลอื่นโดยไม่ได้รับความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจากอีกฝ่ายหนึ่ง

๓.๖ กรณีมีเหตุสุดวิสัยเกิดขึ้นที่ทำให้ไม่สามารถดำเนินการได้ตามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางด้านวิชาการนี้ ทั้งสองฝ่ายยินดียกเลิกบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางด้านวิชาการนี้

๔. ระยะเวลาดำเนินการ

การดำเนินการตามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางด้านวิชาการฉบับนี้ มีกำหนดระยะเวลา ๕ (ห้า) ปี นับตั้งแต่วันลงนามในบันทึกข้อตกลงความร่วมมือฉบับนี้

๕. การลงนามความร่วมมือ

บันทึกข้อตกลงความร่วมมือฉบับนี้ทำขึ้นไว้สองฉบับ ฉบับละ ๓ หน้า โดยมีข้อความถูกต้องตรงกันทั้งสองฝ่ายได้อ่านและเข้าใจข้อความในบันทึกตกลงความร่วมมือนี้โดยตลอดแล้ว เห็นว่าถูกต้องตรงความประสงค์ทุกประการ จึงลงลายมือชื่อพร้อมประทับตรา (ถ้ามี) ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และต่างยึดถือไว้ฝ่ายละฉบับ

วิทยาลัยอาชีวศึกษานครศรีธรรมราช

ลงชื่อ .....

(นายสายันต์ แสงสุริยันต์)

ผู้อำนวยการวิทยาลัยอาชีวศึกษานครศรีธรรมราชวันที่

วันที่ ๒๐ เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๖

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ลงชื่อ .....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชัยนันท์ ปัญญาวุทโส)

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

วันที่ ๒๐ เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๖

ลงชื่อ .....**พยาน**

(นางเมธาวดี มณีนิล)

รองผู้อำนวยการฝ่ายแผนงานและความร่วมมือ

วันที่ ๒๐ เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๖

ลงชื่อ .....**พยาน**

(นายทีปกร นฤมาณนลินี)

รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

วันที่ ๒๐ เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๖





บันทึกข้อตกลงความเข้าใจ (Memorandum of Understanding: MOU)

ระหว่าง

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ๙ แห่ง กับ บริษัท เบทาโกร จำกัด (มหาชน)

บันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ ทำขึ้น ณ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เมื่อวันที่ ๑๓ สิงหาคม ๒๕๖๗ ระหว่างมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ๙ แห่ง โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชัยนันท์ ปัญญาวุทโส ตำแหน่ง คณบดีคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เป็นผู้มีอำนาจลงนามผูกพัน ตามมติที่ประชุมคณบดี/ผู้อำนวยการ ด้านบริหารธุรกิจ ๙ มทร. ครั้งที่ ๑/๒๕๖๖ ซึ่งต่อไปในบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ เรียกว่า มหาวิทยาลัย ฝ่ายหนึ่ง กับ บริษัท เบทาโกร จำกัด (มหาชน) โดย นางสาวเปรมรัตน์ แต้ไพสิฐพงษ์ และนางสาวปิยาภรณ์ แต้ไพสิฐพงษ์ ตำแหน่ง กรรมการบริษัท เป็นผู้มีอำนาจลงนามผูกพัน ซึ่งต่อไปในบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ เรียกว่า สถานประกอบการ อีกฝ่ายหนึ่ง

ทั้งสองฝ่าย ได้ตกลงทำความเข้าใจกันดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์

1. ส่งเสริม สนับสนุน ตอบสนองนโยบายมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ๙ แห่ง ที่มีการเรียนการสอนด้านบริหารธุรกิจ การพัฒนา ส่งเสริม สนับสนุน บัณฑิตได้งานทำและสหกิจศึกษา การฝึกประสบการณ์วิชาชีพ
2. เพิ่มประสบการณ์และพัฒนาศักยภาพด้านอาชีพ ตลอดจนการพัฒนาตนเองแก่นักศึกษา ในรูปแบบที่มีคุณค่าเหนือกว่าการฝึกงาน
3. ส่งเสริมงานด้านวิชาการเพื่อให้เกิดประโยชน์กับนักศึกษา บัณฑิต และสถานประกอบการ
4. เปิดโอกาสให้หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพบัณฑิต
5. ส่งเสริมและสร้างความสัมพันธ์อันดี ที่จะก่อให้เกิดการพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือที่ดีในอนาคตทางด้านวิชาการ ด้านพัฒนาบุคลากร ระหว่างมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ๙ แห่ง ที่มีการเรียนการสอนด้านบริหารธุรกิจ และสถานประกอบการ
6. จัดหาตำแหน่งงานในสถานประกอบการที่เหมาะสมกับนักศึกษาที่มีความพร้อมและเข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษา การฝึกประสบการณ์วิชาชีพเข้าทำงานหลังสำเร็จการศึกษา

หน้าที่ของมหาวิทยาลัย

1. จัดทำระบบฐานข้อมูลนักศึกษาที่ต้องการเข้าปฏิบัติงานสหกิจศึกษา การฝึกประสบการณ์วิชาชีพและบัณฑิตที่ต้องการได้งานทำ เพื่ออำนวยความสะดวกในการคัดเลือกสำหรับสถานประกอบการ
2. ประชาสัมพันธ์ตำแหน่งงานว่างที่สถานประกอบการต้องการให้กับบัณฑิตและนักศึกษาได้รับทราบ

3. ติดตามและประสานงานระหว่างสถานประกอบการกับนักศึกษา ในการดำเนินงานสหกิจศึกษา และการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

4. ดำเนินการส่งเสริมพัฒนา และจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมให้กับนักศึกษาและบัณฑิตก่อนออกสู่ตลาดแรงงาน

5. ดำเนินการส่งนักศึกษาเข้าปฏิบัติงานสหกิจศึกษา และการฝึกประสบการณ์วิชาชีพตามคุณสมบัติที่สถานประกอบการต้องการ

6. จัดทำแผนการนิเทศและประเมินผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา และการฝึกประสบการณ์วิชาชีพร่วมกับสถานประกอบการ

7. พัฒนาหลักสูตรให้ตรงกับความต้องการอันจะนำมาซึ่งคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์และเป็นบุคลากรที่มีคุณภาพ

หน้าที่ของสถานประกอบการ

1. สถานประกอบการดำเนินการประชาสัมพันธ์ตำแหน่งงานว่าง และตำแหน่งงานสหกิจศึกษา การฝึกประสบการณ์วิชาชีพมายังมหาวิทยาลัย

2. พิจารณา คัดเลือกนักศึกษาเข้าปฏิบัติงานสหกิจศึกษาและการฝึกประสบการณ์วิชาชีพในตำแหน่งงานที่มีความเหมาะสมตรงตามสาขาของนักศึกษา

3. ให้คำปรึกษา แนะนำ และสะท้อนการปฏิบัติงานของนักศึกษา และบัณฑิตมหาวิทยาลัย เพื่อพัฒนานักศึกษา และกระบวนการดำเนินงานจัดหางานให้บัณฑิต และสหกิจศึกษา การฝึกประสบการณ์วิชาชีพให้มีคุณภาพตรงตามความต้องการของสถานประกอบการ

4. ร่วมเป็นเครือข่ายในการแลกเปลี่ยนข้อมูล และการดำเนินงาน เป็นแหล่งปฏิบัติงานสหกิจศึกษา การฝึกประสบการณ์วิชาชีพร่วมกับมหาวิทยาลัย

ระยะเวลาบันทึกข้อตกลงความเข้าใจ

บันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้มีกำหนดระยะเวลา 3 ปี นับแต่วันที่ทั้งสองฝ่ายได้ลงนามในบันทึกข้อตกลงนี้

การรักษาความลับ

ข้อมูลส่วนบุคคล และข้อความใด ๆ อันเป็นความลับของคู่สัญญาทั้งสองฝ่าย รวมทั้งข้อมูลความลับ และความลับทางการค้าของสถานประกอบการที่คู่สัญญาแต่ละฝ่ายได้รับความรู้มาอันเนื่องจากการทำโครงการตามบันทึกข้อตกลงความเข้าใจนี้ไม่ว่าโดยตรงหรือทางอ้อมให้เก็บเป็นความลับ โดยให้เปิดเผยรับรู้เฉพาะทั้งสองฝ่ายเท่านั้น และห้ามมิให้เปิดเผยต่อสาธารณะหากมิได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากเจ้าของข้อมูลทุกกรณี ยกเว้นเป็นการเปิดเผยข้อมูลซึ่งเป็นการดำเนินการตามที่กฎหมายกำหนด อย่างไรก็ดีห้ามมิให้ทั้งสองฝ่ายเปิดเผยข้อมูลใด ๆ ที่เป็นการละเมิดสิทธิผิดกฎหมาย และผิดจริยธรรมแก่องค์กรอื่น หรือบุคคลภายนอกโดยพลการ และต้องดำเนินการตามกฎหมาย กฎ ระเบียบ และข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการรักษาข้อมูลที่เป็นความลับโดยเคร่งครัด ทั้งนี้ ให้ถือปฏิบัติตั้งแต่วันลงนามในบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้

การแก้ไข เปลี่ยนแปลง และการยกเลิกบันทึกข้อตกลงความเข้าใจ

หากฝ่ายหนึ่งฝ่ายใด หรือทั้งสองฝ่ายต้องการแก้ไขเปลี่ยนแปลง หรือเพิ่มเติมรายละเอียดในบันทึกข้อตกลงความเข้าใจจะต้องแจ้งให้ฝ่ายหนึ่งทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 60 วัน และเมื่อทั้งสองฝ่ายเห็นชอบร่วมกันแล้วให้จัดทำรายละเอียดเป็นลายลักษณ์อักษร

การลงนามบันทึกข้อตกลงความเข้าใจ

บันทึกข้อตกลงความเข้าใจทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความถูกต้องตรงกัน ทั้งสองฝ่ายได้อ่านและเข้าใจ โดยตลอดแล้ว เห็นว่าถูกต้องตามเจตนารมณ์และความประสงค์ของทั้งสองฝ่ายจึงต่างลงลายมือชื่อและประทับตรา สำคัญ (ถ้ามี) ไว้เป็นหลักฐานต่อหน้าพยานและถือไว้ฝ่ายละฉบับ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชัยนันท์ ปัญญาวุทโต)
คณบดีคณะบริหารธุรกิจ มทร.ศรีวิชัย
ในฐานะผู้แทนของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ๙ แห่ง

(นางสาวเปรมวัตน์ แต้ไพสิฐพงษ์)
กรรมการบริษัท

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุรชัย เอมอักษร) พยาน
คณบดีคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มทร.สุวรรณภูมิ

(นางสาวปิยาภรณ์ แต้ไพสิฐพงษ์)
กรรมการบริษัท

(อาจารย์ละอองศรี เหนี่ยงแจ่ม) พยาน
คณบดีคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มทร.ตะวันออก

(นางสาวเยเนอเวียบ ศิริวรรณ ฟิเนท์) พยาน
ประธานเจ้าหน้าที่ กลุ่มงานทรัพยากรมนุษย์

(อาจารย์สุภาพร ไชยรัตน) พยาน
คณบดีคณะเทคโนโลยีการจัดการ มทร.ศรีวิชัย

(นายสมบูรณ์ จันทร์เทพ) พยาน
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่
HR Business Partner







บันทึกข้อตกลงความร่วมมือ)Memorandum of Agreement :MOA)
โครงการความร่วมมือทางวิชาการระหว่างมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
กับ
บริษัท ศาลาแดง จำกัด

บันทึกข้อตกลงฉบับนี้ ทำขึ้นโดย บริษัท ศาลาแดง จำกัด ตั้งอยู่เลขที่ ๕๙๘ อาคารคิวเฮ้าส์เพลินจิต ชั้นที่ ๖ ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน จังหวัดกรุงเทพฯ ๑๐๓๓๐ เมื่อวันที่ ๘ เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๖ ระหว่าง **มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย** โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ขวัญหทัย ใจเปี่ยม รองอธิการบดี ปฏิบัติราชการแทนอธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ผู้มีอำนาจลงนามผูกพันในนามมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ปรากฏตามบันทึกข้อตกลงนี้ ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย" ตั้งอยู่ที่เลขที่ ๑ ถนนราชดำเนินนอก ตำบลบ่อยาง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา รหัสไปรษณีย์ ๙๐๐๐๐ ฝ่ายหนึ่ง กับ **บริษัท ศาลาแดง จำกัด** โดย นายชัยยส ชัยยามานนท์ ตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ และว่าที่ร้อยตรีพงษ์ศักดิ์ ธนวัฒน์จินดา ตำแหน่งกรรมการฝ่ายบริหาร ผู้มีอำนาจลงลายชื่อและประทับตราสำคัญบริษัท อีกฝ่ายหนึ่ง

โดยที่ทั้งสองฝ่ายได้เล็งเห็นประโยชน์ร่วมกันในอันที่จะพัฒนามาตรฐานการศึกษาและวิชาชีพต่างๆ และเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีอยู่ เช่น ความรู้ความสามารถของนักวิชาชีพ ความรู้ด้านวิชาการ บุคลากร และนักวิชาชีพ นักศึกษาของ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย บริษัท ศาลาแดง จำกัด มาผนึกผสมผสาน แลกเปลี่ยน และปฏิบัติร่วมกันแล้วจะเป็นพลังสำคัญที่จะผลักดันให้วิชาการ และวิชาชีพทรัพยากรบุคคลมีความเข้มแข็งเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง จึงได้ร่วมกันทำบันทึกข้อตกลงนี้ขึ้นเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติร่วมกันต่อไป ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ บันทึกข้อตกลงมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

๑.๑ เพื่อพัฒนามาตรฐานการศึกษาและวิชาชีพด้านการปฏิบัติงานทางด้านวิชาชีพของบุคลากรให้บรรลุระดับมาตรฐานสากล และเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง

๑.๒ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานของทั้งสองฝ่ายอันจะนำไปสู่การพัฒนามาตรฐานการศึกษาและยกระดับการบริหารงานทางด้านวิชาชีพต่างๆ และเทคโนโลยีสารสนเทศในทุกแขนงให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อวิชาชีพ

๑.๓ เพื่อส่งเสริมและพัฒนาคณาจารย์ให้มีความรู้และความเชี่ยวชาญในการใช้โปรแกรม SAP Business One สามารถนำไปใช้ประกอบการเรียนการสอนในรายวิชาที่เกี่ยวข้องเพิ่มพูนความรู้และทักษะให้แก่นักศึกษา

๑.๔ เพื่อพัฒนาคุณภาพนักศึกษาให้มีทักษะความคิดริเริ่ม และความรู้ความสามารถในการใช้โปรแกรม SAP Business One อันจะเป็นรากฐานที่สำคัญยิ่งในการนำไปใช้ปฏิบัติงานต่อไป

ข้อ ๒ บันทึกข้อตกลงนี้มีกรอบการดำเนินงานดังต่อไปนี้

๒.๑ ความร่วมมือในการพัฒนาหลักสูตรทางด้านวิชาชีพร่วมกัน และผลิตบัณฑิตให้มีทักษะการเป็นผู้ปฏิบัติงาน ส่งเสริมให้นักศึกษาเป็นผู้มีความพร้อมสำหรับการทำงาน เพิ่มจำนวนบุคลากรที่มีทักษะ และความรู้ความสามารถด้านโปรแกรม SAP Business One ให้เพียงพอกับความต้องการในตลาดแรงงานที่ยังขาดแคลนและมีความต้องการอยู่เป็นจำนวนมากในปัจจุบันและในอนาคตต่อไปด้วย

๒.๒ ความร่วมมือในการพัฒนานักศึกษา ฝึกประสบการณ์วิชาชีพและสหกิจศึกษา เพื่อส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ทางวิชาการและวิชาชีพ

๒.๓ ความร่วมมือในด้านการแลกเปลี่ยนบุคลากรในด้านความรู้ความสามารถทางวิชาการ และบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการปฏิบัติงานจริงทางด้านวิชาชีพในรูปของการฝังตัวในสถานประกอบการ เพื่อวัตถุประสงค์ฝึกประสบการณ์วิชาชีพเพื่อสนับสนุนกระบวนการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพสอดคล้องกับสภาวการณ์ปัจจุบัน

๒.๔ ความร่วมมือในการสนับสนุนทุนการศึกษาในระดับปริญญาตรีและระดับบัณฑิตศึกษา หรือให้ทุนการศึกษาในการเรียนและพัฒนาทักษะวิชาชีพที่สูงขึ้น

๒.๕ ความร่วมมือในการร่วมมือจัดโครงการบริการวิชาการแก่สังคมและชุมชน สัมมนาอบรมในหลักสูตรที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อบรม นอกพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยเน้นพื้นที่จังหวัดใหญ่ในภาคใต้

๒.๖ ความร่วมมือในการร่วมมือจัดโครงการสัมมนาอบรมฝึกปฏิบัติสำหรับสายวิชาชีพต่างๆ และเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงการออกบูธ การจัดนิทรรศการ ทั้งในเขตจังหวัดสงขลา และจังหวัดใกล้เคียง

๒.๗ ความร่วมมือในการวิจัยและการสร้างองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์

๒.๘ ความร่วมมือในการพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยใช้ซอฟต์แวร์ระบบการวางแผนทรัพยากรทางธุรกิจขององค์กรโดยรวม SAP Business One และศาสตร์ที่เกี่ยวข้องร่วมกัน

๒.๙ โครงการทางวิชาการอื่น ๆ ที่จะได้ตกลงกัน

ข้อ ๓ บันทึกข้อตกลงนี้เป็นบันทึกข้อตกลงความร่วมมือเป็นการทั่วไป การดำเนินการต่างๆ ต่อไปภายใต้กรอบการดำเนินงานของบันทึกข้อตกลงนี้ให้จัดทำเป็นบันทึกข้อตกลงร่วมกันของทั้งสองฝ่ายเป็นรายโครงการ โดยทั้งสองฝ่ายจะแต่งตั้งคณะกรรมการประสานการดำเนินงาน (Joint Steering Committee) ฝ่ายละไม่น้อยกว่าสาม (๓) คน แล้วแจ้งชื่อให้อีกฝ่ายหนึ่งทราบเป็นหนังสือภายในสิบห้า (๑๕) วันนับจากวันที่ลงนามในข้อตกลงนี้

ข้อ ๔ เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ของข้อตกลงนี้ คณะกรรมการประสานการดำเนินงานของทั้งสองฝ่ายจะประชุมร่วมกันเป็นระยะ ๆ ตามที่ได้กำหนดและตกลงกันในการปฏิบัติตามข้อตกลงนี้ หากประสบปัญหาหรือขัดข้องประการใดในการดำเนินงาน คณะกรรมการประสานการดำเนินงานของทั้งสองฝ่ายจะร่วมปรึกษาหารือกันเพื่อหาทางออกที่เหมาะสมในการแก้ไขปัญหาและข้อขัดแย้งต่าง ๆ ร่วมกันต่อไป และบอกกล่าวให้อีกฝ่ายหนึ่งทราบล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรเป็นเวลาไม่น้อยกว่าหก (๖) เดือน

ข้อ ๕ โครงการที่จะทำตามข้อ ๓ ทั้งสองฝ่ายจะได้กำหนดรายละเอียด หน้าที่ ความรับผิดชอบค่าใช้จ่ายและอื่นๆ เป็นลายลักษณ์อักษรกันต่อไป

ข้อ ๖ ข้อตกลงนี้มีผลใช้บังคับเป็นเวลาห้า (๕) ปี นับแต่วันที่ได้ลงนามในข้อตกลงนี้ การแก้ไขเพิ่มเติมข้อตกลงนี้สามารถกระทำได้โดยความเห็นชอบร่วมกันของทั้งสองฝ่าย แต่ละฝ่ายอาจบอกเลิกข้อตกลงนี้ได้โดยการบอกกล่าวล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรเป็นเวลาไม่น้อยกว่าหก (๖) เดือน





บันทึกข้อตกลงความเข้าใจ (MOU)

ระหว่าง

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย กับ วิทยาลัยเทคโนโลยีเพชรสยาม

บันทึกข้อตกลงความเข้าใจนี้ จัดทำขึ้น ณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เมื่อวันที่ ๓ เดือน กุมภาพันธ์ ๒๕๖๙ ระหว่าง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย โดย ศาสตราจารย์สุวัจน์ ธัญรส ตำแหน่งอธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ผู้มีอำนาจลงนามผูกพันในนามมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สำนักงานตั้งอยู่เลขที่ ๑ ถนนราชดำเนินนอก ตำบลบ่อยาง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ๙๐๐๐๐ ซึ่งต่อไปในบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ เรียกว่า "มหาวิทยาลัย" ฝ่ายหนึ่ง กับ

วิทยาลัยเทคโนโลยีเพชรสยาม โดย นายยงยุทธ์ คชศิริ ตำแหน่ง ผู้อำนวยการ ผู้มีอำนาจผูกพันในนามวิทยาลัยเทคโนโลยีเพชรสยาม สำนักงานตั้งอยู่เลขที่ ๒๔๒ ถนนแสงศรี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา รหัสไปรษณีย์ ๙๐๐๐๐ ซึ่งต่อไปในบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้เรียกว่า "วิทยาลัย" อีกฝ่ายหนึ่ง

ทั้งสองฝ่ายได้ตกลงทำบันทึกข้อตกลงความเข้าใจ ดังมีข้อความต่อไปนี้

ข้อ ๑ เจตนารมณ์ในการบันทึกข้อตกลงความเข้าใจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เป็นสถาบันการศึกษา ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มีหน้าที่หลักในการผลิตบัณฑิต วิจัย พัฒนา บริการวิชาการ ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในระดับต่าง ๆ ให้เชี่ยวชาญทันเหตุการณ์ สอดรับกับสถานการณ์ปัจจุบันให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ อันเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาระดับชาติ มหาวิทยาลัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการจัดการเรียนการสอนเพื่อตอบสนองความต้องการของภาคธุรกิจและตลาดแรงงานทั้งในและต่างประเทศ เพื่อพัฒนาทรัพยากรบุคคลของมหาวิทยาลัย นักศึกษา และผู้ที่สนใจให้มีศักยภาพ มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ รวมถึงสามารถที่จะออกไปประกอบธุรกิจ และพัฒนาทางด้านอุตสาหกรรม จึงตกลงร่วมกันในการทำบันทึกข้อตกลงความเข้าใจดังกล่าว เพื่อนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพการศึกษาของมหาวิทยาลัย

วิทยาลัยเทคโนโลยีเพชรสยาม มีความมุ่งมั่นจะพัฒนาการศึกษา และนักเรียน นักศึกษาทุกชั้นปี ให้มีคุณภาพด้านการเรียนการสอน รวมถึงสื่อการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาตัวผู้เรียนสู่ความเป็นเลิศ ทุก ๆ ด้าน ดังอัตลักษณ์ของวิทยาลัยเทคโนโลยีเพชรสยาม คือ "มุ่งเน้นคุณธรรม มุ่งมั่นในการพัฒนา เป็นเลิศการจัดการอาชีวศึกษา ทันโลกเทคโนโลยี"

ทั้งนี้ เพื่อให้มีแนวทางการประสานความร่วมมือและการร่วมดำเนินการที่ชัดเจนบนฐานความประสงค์ร่วมกันของทั้งสองฝ่ายสู่ความร่วมมือ จึงได้ทำบันทึกข้อตกลงความเข้าใจทางวิชาการฉบับนี้

ข้อ ๒ วัตถุประสงค์ของความร่วมมือ

ทั้งสองฝ่ายตกลงร่วมร่วมมือกันดำเนินงาน ดังนี้

๒.๑ เพื่อส่งเสริมความเป็นเลิศด้านวิชาการให้กับนักเรียน นักศึกษา

๒.๒ เพื่อร่วมมือในด้านการจัดการเรียนการสอนและพัฒนาบุคลากร

๒.๓ เพื่อสนับสนุน การฝึกฝนแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการวิจัย

๒.๔ เพื่อสนับสนุนทรัพยากร วิทยากรและแหล่งเรียนรู้

๒.๕ เพื่อสนับสนุนส่งเสริมนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงในการเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

๒.๖ เพื่อการดำเนินกิจกรรมด้านอื่น ๆ ตามที่ทั้งสองฝ่ายเห็นสมควรร่วมมือทางวิชาการของหน่วยงานทั้งสอง ตั้งอยู่บนพื้นฐานความเสมอภาคและประสานประโยชน์ร่วมกัน

ข้อ ๓ ขอบเขตความร่วมมือ

๓.๑ ทั้งสองฝ่ายตกลงที่จะร่วมกัน ในเรื่องดังต่อไปนี้

(๑) ร่วมมือในด้านการส่งเสริมความเป็นเลิศด้านวิชาการให้กับนักเรียน นักศึกษา

(๒) ร่วมมือในด้านการจัดการเรียนการสอนและพัฒนาบุคลากร

(๓) ร่วมมือในด้านสนับสนุน การฝึกฝนแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการวิจัย

(๔) ร่วมมือในด้านการสนับสนุนทรัพยากร วิทยากร และแหล่งเรียนรู้

(๕) ร่วมมือในด้านการสนับสนุนส่งเสริมนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงในการเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

(๖) ร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมด้านอื่น ๆ ตามที่ทั้งสองฝ่ายเห็นสมควรร่วมมือทางวิชาการของหน่วยงานทั้งสอง ตั้งอยู่บนพื้นฐานความเสมอภาคและประสานประโยชน์ร่วมกัน

๓.๒ ทั้งสองฝ่ายยินดีที่จะสนับสนุนการดำเนินการตามบันทึกข้อตกลงความเข้าใจทางด้านการพัฒนาและโครงการความร่วมมือที่เกี่ยวข้องตามที่กำหนดไว้ในบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ ในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงบันทึกความเข้าใจเป็นสาระสำคัญ หรือมีปัญหาเกิดขึ้นระหว่างดำเนินการตามบันทึกความเข้าใจกับฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง จะต้องรีบแจ้งให้อีกฝ่ายหนึ่งรับทราบเพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาที่เป็นที่ยอมรับร่วมกันทั้งสองฝ่ายต่อไป

๓.๓ ทั้งสองฝ่ายจะใช้ความชำนาญและความเชี่ยวชาญอย่างเต็มที่ในการปฏิบัติตามบันทึกความเข้าใจอย่างมีประสิทธิภาพ และจะต้องปฏิบัติหน้าที่ตามความรับผิดชอบให้สำเร็จลุล่วงเป็นไปตามมาตรฐานของวิชาชีพที่ยอมรับนับถือกันโดยทั่วไป

๓.๔ ในกรณีที่ทั้งสองฝ่ายมีโครงการที่ชัดเจนและแน่นอนที่จะร่วมมือกันตามข้อ ๓.๑ ทั้งสองฝ่ายตกลงที่จะจัดทำข้อตกลงเป็นหนังสือเพื่อกำหนดสิทธิและหน้าที่ของทั้งสองฝ่ายตลอดจนเงื่อนไขอื่น ๆ ในรายละเอียดก่อนเริ่มโครงการดังกล่าว โดยทั้งสองฝ่ายจะปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ คำสั่ง หรือหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ของแต่ละฝ่ายที่เกี่ยวข้องต่อไป

๓.๕ ทั้งสองฝ่ายไม่สามารถโอนสิทธิ และหน้าที่ตามบันทึกความเข้าใจนี้ให้แก่บุคคลอื่นโดยไม่ได้รับความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจากอีกฝ่ายหนึ่ง

๓.๖ กรณีมีเหตุสุดวิสัยเกิดขึ้นที่ทำให้ไม่สามารถดำเนินการได้ตามบันทึกความเข้าใจนี้ ทั้งสองฝ่ายตกลงยกเลิกบันทึกความเข้าใจนี้

ข้อ ๔ ระยะเวลาความร่วมมือและการดำเนินการ

บันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ มีกำหนดระยะเวลาความร่วมมือ ๓ (สาม) ปี นับตั้งแต่ทั้งสองฝ่ายได้ลงนามในบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้โดยครบถ้วน โดยทั้งสองฝ่ายอาจตกลงขยายระยะเวลาในการดำเนินงานภายใต้บันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ออกไปได้ตามความเหมาะสมและมีเหตุผลอันสมควร โดยทำเป็นบันทึกข้อตกลงแก้ไขเพิ่มแนบท้ายบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้

อย่างไรก็ตาม บันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้อาจสิ้นสุดก่อนครบกำหนดระยะเวลาความร่วมมือดังกล่าวได้ในกรณี ดังนี้

๔.๑ ทั้งสองฝ่ายตกลงกันเป็นหนังสือ เพื่อยกเลิกบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้

๔.๒ ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งบอกเลิกบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ โดยมีหนังสือแจ้งให้อีกฝ่ายหนึ่งทราบล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า ๓๐ (สามสิบ) วัน

การที่บันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้สิ้นสุดลงไม่ว่าด้วยกรณีใด ไม่มีผลเป็นการยกเลิกโครงการภายใต้บันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ที่ดำเนินงานไปแล้ว หรือที่อยู่ระหว่างดำเนินงานภายใต้บันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ เว้นแต่ทั้งสองฝ่ายจะตกลงเป็นหนังสือกันเป็นอย่างอื่น

ข้อ ๕ การบอกกล่าว

บรรดาคำบอกกล่าวหรือการให้ความยินยอมหรือความเห็นชอบใด ๆ ตามบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ต้องทำเป็นหนังสือ และจะถือว่าได้ส่งให้แก่ฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดโดยชอบ หากได้จัดส่งโดยทางหนึ่งทางใดดังต่อไปนี้

๑) ส่งมอบแก่บุคคลผู้ที่ได้รับมอบหมายของฝ่ายนั้น

๒) ทางไปรษณีย์ลงทะเบียนไปยังชื่อและที่อยู่ของฝ่ายนั้นตามที่ระบุไว้ในบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้หรือที่อยู่แห่งใหม่ที่ฝ่ายนั้นได้มีหนังสือแจ้งให้อีกฝ่ายหนึ่งทราบแล้ว

ข้อ ๖ สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา

สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาหรือสิทธิอื่นใดของผลงาน สิ่งประดิษฐ์ คู่มือ เอกสาร โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ข้อมูล หรือสิ่งอื่นใดที่ได้สร้างสรรค์ขึ้นจากการดำเนินงานโครงการย่อยภายใต้บันทึกข้อตกลงนี้ รวมถึงการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาดังกล่าว ให้เป็นไปตามข้อตกลงของทั้งสองฝ่าย ในแต่ละโครงการย่อยภายใต้บันทึกข้อตกลงฉบับนี้เป็นรายกรณีไป

ข้อ ๗ การรักษาข้อมูลความลับ

ทั้งสองฝ่ายตกลงร่วมกันที่จะรักษาความลับหรือความลับทางการค้าที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตามบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ โดยจะไม่เปิดเผยหรือถ่ายทอดให้กับบุคคลอื่นและหรือนำความลับดังกล่าวไปหาประโยชน์ไม่ว่ากรณีใด ๆ เว้นแต่จะได้รับความยินยอมเป็นหนังสือจากอีกฝ่ายหนึ่งก่อน และทั้งสองฝ่ายตกลงว่า จะเก็บรักษาความลับของข้อมูลที่เป็นความลับของฝ่ายผู้ให้ข้อมูล นับตั้งแต่วันที่ได้รับการเปิดเผยข้อมูลจากฝ่ายผู้ให้ข้อมูลที่เป็นความลับนั้น ทั้งสองฝ่ายตกลงจะรักษาข้อมูลอันเป็นความลับตลอดระยะของบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ รวมถึงจะรักษาความลับในข้อมูลอันเป็นความลับต่อไปอีกเป็นระยะเวลา ๑ (หนึ่ง) ปี นับแต่วันที่บันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้สิ้นสุด

ข้อ ๘ การขยายระยะเวลา แก้ไข หรือเปลี่ยนแปลง

หากฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดประสงค์จะขยายระยะเวลา แก้ไข หรือเปลี่ยนแปลงบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ จะต้องแจ้งให้อีกฝ่ายเป็นหนังสือล่วงหน้าเพื่อพิจารณาเห็นชอบเป็นเวลาไม่น้อยกว่า๓๐ (สามสิบ) วัน ในการขยายระยะเวลา แก้ไข หรือเปลี่ยนแปลงบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ ให้จัดทำเป็นหนังสือลักษณะเดียวกับการทำบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้เพิ่มเติม และให้มีผลใช้บังคับนับตั้งแต่วันที่ผู้มีอำนาจลงนามของทั้งสองฝ่ายได้ลงนามในบันทึกข้อตกลงความเข้าใจเพิ่มเติมนั้น และให้ถือว่าบันทึกข้อตกลงความเข้าใจเพิ่มเติมดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้

บันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้จัดทำขึ้นเป็นสองฉบับ มีข้อความถูกต้องตรงกัน ทั้งสองฝ่ายได้อ่านและเข้าใจข้อความโดยละเอียดตลอดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อพร้อมทั้งประทับตรา (ถ้ามี) ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และต่างยึดถือไว้ฝ่ายละหนึ่งฉบับ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	วิทยาลัยเทคโนโลยีเพชรสยาม
ลงชื่อ	ลงชื่อ .....
(ศาสตราจารย์สุวัจน์ ธัญรส)	(นายยงยุทธ์ คชศิริ)
อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	ผู้อำนวยการวิทยาลัยเทคโนโลยีเพชรสยาม
ลงชื่อ .....(พยาน)	ลงชื่อ .....(พยาน)
(นายภาณุมาศ สุยบางดำ)	(นางสาวจิราพร จุลพันธุ์)
รองอธิการบดี	รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	ผู้อำนวยการวิทยาลัยเทคโนโลยีเพชรสยาม



บันทึกข้อตกลงความเข้าใจ (MOU)
ระหว่าง
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย กับ วิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการหาดใหญ่

บันทึกข้อตกลงความเข้าใจนี้ จัดทำขึ้น ณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เมื่อวันที่ ๓ เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๙ ระหว่าง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย โดย ศาสตราจารย์สุวัจน์ ธัญรส ตำแหน่ง อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ผู้มีอำนาจลงนามผูกพันในนามมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สำนักงานตั้งอยู่เลขที่ ๑ ถนนราชดำเนินนอก ตำบลบ่อยาง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ๙๐๐๐๐ ซึ่งต่อไปในบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ เรียกว่า “มหาวิทยาลัย” ฝ่ายหนึ่ง กับ

วิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการหาดใหญ่ โดย ว่าที่ร้อยตรีจรินทร์ ธรรมรักษ์ ตำแหน่ง ผู้อำนวยการ ผู้มีอำนาจผูกพันในนามวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการหาดใหญ่ สำนักงานตั้งอยู่เลขที่ ๔ ถนนเพชรเกษม ตำบลคอหงส์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา รหัสไปรษณีย์ ๙๐๑๑๐ ซึ่งต่อไปในบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ เรียกว่า “วิทยาลัย” อีกฝ่ายหนึ่ง

ทั้งสองฝ่ายได้ตกลงทำบันทึกข้อตกลงความเข้าใจ ดังมีข้อความต่อไปนี้

ข้อ ๑ เจตนารมณ์ในการบันทึกข้อตกลงความเข้าใจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เป็นสถาบันการศึกษา ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มีหน้าที่หลักในการผลิตบัณฑิต วิจัย พัฒนา บริการวิชาการ ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในระดับต่าง ๆ ให้เชี่ยวชาญทันเหตุการณ์ สอดรับกับสถานการณ์ปัจจุบันให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ อันเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาระดับชาติ มหาวิทยาลัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการจัดการเรียนการสอนเพื่อตอบสนองความต้องการของภาคธุรกิจและตลาดแรงงานทั้งในและต่างประเทศ เพื่อพัฒนาทรัพยากรบุคคลของมหาวิทยาลัย นักศึกษา และผู้ที่สนใจให้มีศักยภาพ มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ รวมถึงสามารถที่จะออกไปประกอบธุรกิจ และพัฒนาทางด้านอุตสาหกรรม จึงตกลงร่วมกันในการทำบันทึกข้อตกลงความเข้าใจดังกล่าว เพื่อนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพการศึกษาของมหาวิทยาลัย

วิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการหาดใหญ่ มีความมุ่งมั่นจะพัฒนาการศึกษา และนักเรียน นักศึกษาทุกชั้นปีให้มีคุณภาพด้านการเรียนการสอน รวมถึงสื่อการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาตัวผู้เรียนสู่ความเป็นเลิศทุก ๆ ด้าน ดังอัตลักษณ์ของวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการหาดใหญ่ คือ "ทักษะดี กิจกรรมเด่น" ซึ่งมุ่งเน้นพัฒนาให้เป็นสถาบันแห่งการเรียนรู้ และผลิตกำลังคนด้านอาชีวศึกษา ที่มีความคิดสร้างสรรค์ มีวินัยและคุณธรรมอย่างมีคุณภาพสู่ความเป็นเลิศ

ทั้งนี้ เพื่อให้มีแนวทางการประสานความร่วมมือและการร่วมดำเนินการที่ชัดเจนบนฐานความประสงค์ร่วมกันของทั้งสองฝ่ายสู่ความร่วมมือ จึงได้ทำบันทึกข้อตกลงความเข้าใจทางวิชาการฉบับนี้

ข้อ ๒ วัตถุประสงค์ของความร่วมมือ

ทั้งสองฝ่ายตกลงร่วมร่วมมือกันดำเนินงาน ดังนี้

๒.๑ เพื่อส่งเสริมความเป็นเลิศด้านวิชาการให้กับนักเรียน นักศึกษา

๒.๒ เพื่อร่วมมือในด้านการจัดการเรียนการสอนและพัฒนาบุคลากร

๒.๓ เพื่อสนับสนุน การฝึกฝนแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการวิจัย

๒.๔ เพื่อสนับสนุนทรัพยากร วิทยากรและแหล่งเรียนรู้

๒.๕ เพื่อสนับสนุนส่งเสริมนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงในการเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

๒.๖ เพื่อการดำเนินกิจกรรมด้านอื่น ๆ ตามที่ทั้งสองฝ่ายเห็นสมควรร่วมมือทางวิชาการของหน่วยงานทั้งสอง ตั้งอยู่บนพื้นฐานความเสมอภาคและประสานประโยชน์ร่วมกัน

ข้อ ๓ ขอบเขตความร่วมมือ

๓.๑ ทั้งสองฝ่ายตกลงที่จะร่วมกัน ในเรื่องดังต่อไปนี้

(๑) ร่วมมือในด้านการส่งเสริมความเป็นเลิศด้านวิชาการให้กับนักเรียน นักศึกษา

(๒) ร่วมมือในด้านการจัดการเรียนการสอนและพัฒนาบุคลากร

(๓) ร่วมมือในด้านสนับสนุน การฝึกฝนแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการวิจัย

(๔) ร่วมมือในด้านการสนับสนุนทรัพยากร วิทยากร และแหล่งเรียนรู้

(๕) ร่วมมือในด้านการสนับสนุนส่งเสริมนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงในการเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

(๖) ร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมด้านอื่น ๆ ตามที่ทั้งสองฝ่ายเห็นสมควรร่วมมือทางวิชาการของหน่วยงานทั้งสอง ตั้งอยู่บนพื้นฐานความเสมอภาคและประสานประโยชน์ร่วมกัน

๓.๒ ทั้งสองฝ่ายยินดีที่จะสนับสนุนการดำเนินการตามบันทึกข้อตกลงความเข้าใจทางด้านการพัฒนาและโครงการความร่วมมือที่เกี่ยวข้องตามที่กำหนดไว้ในบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ ในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงบันทึกความเข้าใจเป็นสาระสำคัญ หรือมีปัญหาเกิดขึ้นระหว่างดำเนินการตามบันทึกความเข้าใจ กับฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งจะต้องรีบแจ้งให้อีกฝ่ายหนึ่งรับทราบเพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาที่เป็นที่ยอมรับร่วมกันทั้งสองฝ่ายต่อไป

๓.๓ ทั้งสองฝ่ายจะใช้ความชำนาญและความเชี่ยวชาญอย่างเต็มที่ในการปฏิบัติตามบันทึกความเข้าใจอย่างมีประสิทธิภาพ และจะต้องปฏิบัติหน้าที่ตามความรับผิดชอบให้สำเร็จลุล่วงเป็นไปตามมาตรฐานของวิชาชีพที่ยอมรับนับถือกันโดยทั่วไป

๓.๔ ในกรณีที่ทั้งสองฝ่ายมีโครงการที่ชัดเจนและแน่นอนที่จะร่วมมือกันตามข้อ ๓.๑ ทั้งสองฝ่ายตกลงที่จะจัดทำข้อตกลงเป็นหนังสือเพื่อกำหนดสิทธิและหน้าที่ของทั้งสองฝ่ายตลอดจนเงื่อนไขอื่น ๆ ในรายละเอียดก่อนเริ่มโครงการดังกล่าว โดยทั้งสองฝ่ายจะปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ คำสั่ง หรือหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ของแต่ละฝ่ายที่เกี่ยวข้องต่อไป

๓.๕ ทั้งสองฝ่ายไม่สามารถโอนสิทธิ และหน้าที่ตามบันทึกความเข้าใจนี้ให้แก่บุคคลอื่นโดยไม่ได้รับความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจากอีกฝ่ายหนึ่ง

๓.๖ กรณีมีเหตุสุดวิสัยเกิดขึ้นที่ทำให้ไม่สามารถดำเนินการได้ตามบันทึกความเข้าใจนี้ ทั้งสองฝ่ายตกลงยกเลิกบันทึกความเข้าใจนี้

ข้อ ๔ ระยะเวลาความร่วมมือและการดำเนินการ

บันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ มีกำหนดระยะเวลาความร่วมมือ ๓ (สาม) ปี นับตั้งแต่ทั้งสองฝ่ายได้ลงนามในบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้โดยครบถ้วน โดยทั้งสองฝ่ายอาจตกลงขยายระยะเวลาในการดำเนินงานภายใต้บันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ออกไปได้ตามความเหมาะสมและมีเหตุผลอันสมควร โดยทำเป็นบันทึกข้อตกลงแก้ไขเพิ่มแนบท้ายบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้

อย่างไรก็ตาม บันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้อาจสิ้นสุดก่อนครบกำหนดระยะเวลาความร่วมมือดังกล่าวได้ในกรณี ดังนี้

๔.๑ ทั้งสองฝ่ายตกลงกันเป็นหนังสือ เพื่อยกเลิกบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้

๔.๒ ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งบอกเลิกบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ โดยมีหนังสือแจ้งให้อีกฝ่ายหนึ่งทราบล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า ๓๐ (สามสิบ) วัน

การที่บันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้สิ้นสุดลงไม่ว่าด้วยกรณีใด ไม่มีผลเป็นการยกเลิกโครงการภายใต้บันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ที่ดำเนินงานไปแล้ว หรือที่อยู่ระหว่างดำเนินงานภายใต้บันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ เว้นแต่ทั้งสองฝ่ายจะตกลงเป็นหนังสือกันเป็นอย่างอื่น

ข้อ ๕ การบอกกล่าว

บรรดาคำบอกกล่าวหรือการให้ความยินยอมหรือความเห็นชอบใด ๆ ตามบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ ต้องทำเป็นหนังสือ และจะถือว่าได้ส่งให้แก่ฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดโดยชอบ หากได้จัดส่งโดยทางหนึ่งทางใด ดังต่อไปนี้

๕.๑ ส่งมอบแก่บุคคลผู้ที่ได้รับมอบหมายของฝ่ายนั้น

๕.๒ ทางไปรษณีย์ลงทะเบียนไปยังชื่อและที่อยู่ของฝ่ายนั้นตามที่ระบุไว้ในบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ หรือที่อยู่แห่งใหม่ที่ฝ่ายนั้นได้มีหนังสือแจ้งให้อีกฝ่ายหนึ่งทราบแล้ว

ข้อ ๖ สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา

สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาหรือสิทธิอื่นใดของผลงาน สิ่งประดิษฐ์ คู่มือ เอกสาร โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ข้อมูล หรือสิ่งอื่นใดที่ได้สร้างสรรค์ขึ้นจากการดำเนินงานโครงการย่อยภายใต้บันทึกข้อตกลงนี้ รวมถึงการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาดังกล่าว ให้เป็นไปตามข้อตกลงของทั้งสองฝ่าย ในแต่ละโครงการย่อยภายใต้บันทึกข้อตกลงฉบับนี้เป็นรายกรณีไป

ข้อ ๗ การรักษาข้อมูลความลับ

ทั้งสองฝ่ายตกลงร่วมกันที่จะรักษาความลับหรือความลับทางการค้าที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตามบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ โดยจะไม่เปิดเผยหรือถ่ายทอดให้กับบุคคลอื่นและหรือนำความลับดังกล่าวไปหาประโยชน์ไม่ว่ากรณีใด ๆ เว้นแต่จะได้รับความยินยอมเป็นหนังสือจากอีกฝ่ายหนึ่งก่อน และทั้งสองฝ่ายตกลงว่าจะเก็บรักษาความลับของข้อมูลที่เป็นความลับของฝ่ายผู้ให้ข้อมูล นับตั้งแต่วันที่ได้รับการเปิดเผยข้อมูลจากฝ่ายผู้ให้ข้อมูลที่เป็นความลับนั้น ทั้งสองฝ่ายตกลงจะรักษาข้อมูลอันเป็นความลับตลอดระยะของบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ รวมถึงจะรักษาความลับในข้อมูลอันเป็นความลับต่อไปอีกเป็นระยะเวลา ๑ (หนึ่ง) ปี นับแต่วันที่บันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้สิ้นสุด

ข้อ ๘ การขยายระยะเวลา แก้ไข หรือเปลี่ยนแปลง

หากฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดประสงค์จะขยายระยะเวลา แก้ไข หรือเปลี่ยนแปลงบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ จะต้องแจ้งให้อีกฝ่ายเป็นหนังสือล่วงหน้าเพื่อพิจารณาเห็นชอบเป็นเวลาไม่น้อยกว่า๓๐ (สามสิบ) วัน ในการขยายระยะเวลา แก้ไข หรือเปลี่ยนแปลงบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ ให้จัดทำเป็นหนังสือลักษณะเดียวกับการทำบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้เพิ่มเติม และให้มีผลใช้บังคับนับตั้งแต่วันที่ผู้มีอำนาจลงนามของทั้งสองฝ่ายได้ลงนามในบันทึกข้อตกลงความเข้าใจเพิ่มเติมนั้น และให้ถือว่าบันทึกข้อตกลงความเข้าใจเพิ่มเติมดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้

บันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้จัดทำขึ้นเป็นสองฉบับ มีข้อความถูกต้องตรงกัน ทั้งสองฝ่ายได้อ่านและเข้าใจข้อความโดยละเอียดตลอดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อพร้อมทั้งประทับตรา (ถ้ามี) ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และต่างยึดถือไว้ฝ่ายละหนึ่งฉบับ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ลงชื่อ .....

(ศาสตราจารย์สุวัจน์ ธัญรส)
อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ลงชื่อ .....(พยาน)

(นายภาณุมาศ สุยบางดำ)
รองอธิการบดี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

วิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการหาดใหญ่

ลงชื่อ .....

(ว่าที่ร้อยตรีจรินทร์ ธรรมรักษ์)
ผู้อำนวยการวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการหาดใหญ่

ลงชื่อ .....(พยาน)

(นายกมล ศรีสุวรรณ)
รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ
วิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการหาดใหญ่



บันทึกข้อตกลงความเข้าใจ (Memorandum of Understanding: MOU)
ระหว่าง
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย กับ องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา

บันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ ทำขึ้น ณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เมื่อวันที่ ๓ เดือน กุมภาพันธ์ พุทธศักราช ๒๕๖๙ ระหว่าง **มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย** ตั้งอยู่ เลขที่ ๑ ถนนราชดำเนินนอก ตำบลบ่อยาง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ๙๐๐๐๐ โดย ศาสตราจารย์สุวัจน์ ธัญรส ตำแหน่ง อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชมงคลศรีวิชัย ผู้มีอำนาจลงนามผูกพันในนามมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ซึ่งต่อไปในบันทึกข้อตกลงความเข้าใจนี้เรียกว่า “มหาวิทยาลัย” ฝ่ายหนึ่ง กับ

องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา โดย นายสุพิศ พิทักษ์ธรรม ตำแหน่ง นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา สำนักงานตั้งอยู่เลขที่ ๙๐๐ หมู่ที่ ๒ ตำบลพะวง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ๙๐๑๐๐ ซึ่งต่อไปในบันทึกข้อตกลงความเข้าใจนี้เรียกว่า “อบจ.สงขลา” อีกฝ่ายหนึ่ง

ทั้งสองฝ่ายได้จัดทำบันทึกข้อตกลงความเข้าใจ ดังมีข้อความต่อไปนี้

ข้อ ๑ เจตนารมณ์ในการทำบันทึกข้อตกลงความเข้าใจ

โดยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยเป็นสถาบันการศึกษา ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มีพันธกิจหลักในการผลิตบัณฑิต วิจัย พัฒนา บริการวิชาการ ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในระดับต่าง ๆ ให้เชี่ยวชาญทันเหตุการณ์ สอดรับกับสถานการณ์ปัจจุบันให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ อันเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาระดับชาติ มหาวิทยาลัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาจัดการเรียนการสอน การวิจัย การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม การบริการวิชาการ และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม จึงตกลงร่วมกันในการทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือดังกล่าว เพื่อนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพการศึกษาของมหาวิทยาลัย

ทั้งนี้ เพื่อให้มีแนวทางการประสานความร่วมมือและการร่วมดำเนินการที่ชัดเจนบนฐานความประสงค์ร่วมกันของทั้งสองฝ่ายสู่ความร่วมมือ จึงได้ทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการฉบับนี้ ภายใต้กฎหมาย ข้อบังคับ ระเบียบ ประกาศ และคำสั่งที่เกี่ยวข้อง ทั้งสองฝ่ายตกลงร่วมมือกัน ภายใต้การดำเนินการร่วมกัน ดังนี้

๑.๑ ความร่วมมือจะต้องอยู่บนพื้นฐานความเข้าใจอันดีต่อกันและประสานผลประโยชน์ในการพัฒนาความรู้ทางวิชาการ พัฒนาการศึกษา และความมั่นคงในทุกด้านของประเทศอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

๑.๒ ความร่วมมือจะต้องไม่นำมาซึ่งความเสื่อมเสียชื่อเสียง หรือความเสียหายใด ๆ แก่ทุกฝ่าย

๑.๓ ความร่วมมือจะต้องเป็นประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติ

๑.๔ ความร่วมมือจะต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของความจริงใจต่อกัน ในการที่จะร่วมกันแก้ไขปัญหาและอุปสรรค และร่วมดำเนินการทุกวิถีทางเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามข้อตกลง

๑.๕ ความร่วมมือต้องไม่ขัดต่อพระราชบัญญัติ กฎ ระเบียบ และข้อบังคับ ตลอดจนแนวนโยบายที่ทั้งสองฝ่ายถือปฏิบัติ

ข้อ ๒ วัตถุประสงค์ของความร่วมมือ

ทั้งสองฝ่ายตกลงร่วมมือกันดำเนินงาน ดังนี้

๒.๑ ร่วมมือในการพัฒนากำลังคนเฉพาะทาง ตอบสนองทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม

๒.๒ ร่วมมือในการพัฒนางานวิชาการ วิจัย บริการวิชาการ และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม และด้านอื่น ๆ อันเกิดประโยชน์เพื่อให้กิจกรรมต่าง ๆ สำเร็จลุล่วงได้ตามเป้าหมายที่กำหนด ทั้งนี้ ความร่วมมือของสองฝ่ายจะตั้งอยู่บนพื้นฐานความเสมอภาคและประสานประโยชน์ร่วมกัน

๒.๓ ร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมด้านอื่น ๆ ตามที่ทั้งสองฝ่ายเห็นชอบร่วมกัน

ข้อ ๓ ขอบเขตความร่วมมือ

ทั้งสองฝ่ายตกลงที่จะร่วมมือกันในเรื่องดังต่อไปนี้

๓.๑ การเรียนการสอน ขอบเขตของความร่วมมือครอบคลุมถึงการแลกเปลี่ยนบุคลากร นักศึกษา การพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการทางเทคโนโลยี การใช้ทรัพยากรร่วมกัน และการตกลงร่วมผลิตหรือการจัดหลักสูตรร่วมกัน

๓.๒ การวิจัย การดำเนินการร่วมมือทางการวิจัย เพื่อให้ได้มาซึ่งองค์ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อพัฒนาการเรียนการสอน ร่วมถึงการส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม และชุมชน นำความรู้ ผลงานวิจัย เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เกิดขึ้นไปใช้ประโยชน์

๓.๓ การบริการวิชาการและการถ่ายทอดเทคโนโลยี นวัตกรรม เพื่อพัฒนาการเรียนการสอน การวิจัย การยกระดับคุณภาพชีวิตและสังคม และการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันที่ก่อให้เกิดโอกาสทางธุรกิจ

๓.๔ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการอนุรักษ์ ฟื้นฟู สืบสาน เผยแพร่ ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรม ให้ดำรงอยู่อย่างมีคุณค่า

ข้อ ๔ ระยะเวลาความร่วมมือและการดำเนินการ

บันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ มีกำหนดระยะเวลาความร่วมมือ ๓ (สาม) ปี นับตั้งแต่ทั้งสองฝ่ายได้ลงนามในบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้โดยครบถ้วน โดยทั้งสองฝ่ายอาจตกลงขยายระยะเวลาในการดำเนินงานภายใต้บันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ออกไปได้ตามความเหมาะสมและมีเหตุผลอันสมควร โดยทำเป็นบันทึกข้อตกลงแก้ไขเพิ่มแนบท้ายบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้

อย่างไรก็ตาม บันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้อาจสิ้นสุดก่อนครบกำหนดระยะเวลาความร่วมมือดังกล่าวได้ในกรณี ดังนี้

๔.๑ ทั้งสองฝ่ายตกลงกันเป็นหนังสือ เพื่อยกเลิกบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้

๔.๒ ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งบอกเลิกบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ โดยมีหนังสือแจ้งให้อีกฝ่ายหนึ่งทราบล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า ๓๐ (สามสิบ) วัน

การที่บันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้สิ้นสุดลงไม่ว่าด้วยกรณีใด ไม่มีผลเป็นการยกเลิกโครงการภายใต้บันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ที่ดำเนินงานไปแล้ว หรือที่อยู่ระหว่างดำเนินงานภายใต้บันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ เว้นแต่ทั้งสองฝ่ายจะตกลงเป็นหนังสือกันเป็นอย่างอื่น

ข้อ ๕ การบอกกล่าว

บรรดาคำบอกกล่าวหรือการให้ความยินยอมหรือความเห็นชอบใด ๆ ตามบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ต้องทำเป็นหนังสือ และจะถือว่าได้ส่งให้แก่ฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดโดยชอบหากได้จัดส่งโดยทางหนึ่งทางใดดังต่อไปนี้

- ส่งมอบแก่บุคคลผู้ที่ได้รับมอบหมายของฝ่ายนั้น
- ทางไปรษณีย์ลงทะเบียนไปยังชื่อและที่อยู่ของฝ่ายนั้นตามที่ระบุไว้ในบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้หรือที่อยู่แห่งใหม่ที่ฝ่ายนั้นได้มีหนังสือแจ้งให้อีกฝ่ายหนึ่งทราบแล้ว

ข้อ ๖ สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา

สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาหรือสิทธิอื่นใดของผลงาน สิ่งประดิษฐ์ คู่มือ เอกสาร โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ข้อมูล หรือสิ่งอื่นใดที่ได้สร้างสรรค์ขึ้นจากการดำเนินงานภายใต้บันทึกข้อตกลงความเข้าใจนี้ รวมถึงการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาดังกล่าว ให้เป็นไปตามข้อตกลงของทั้งสองฝ่าย

ข้อ ๗ การรักษาข้อมูลความลับ

ทั้งสองฝ่ายตกลงร่วมกันที่จะรักษาความลับหรือความลับทางการค้าที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตามบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ โดยจะไม่เปิดเผยหรือถ่ายทอดให้กับบุคคลอื่นและหรือนำความลับดังกล่าวไปหาประโยชน์ไม่ว่ากรณีใด ๆ เว้นแต่จะได้รับความยินยอมเป็นหนังสือจากอีกฝ่ายหนึ่งก่อน และทั้งสองฝ่ายตกลงว่า จะเก็บรักษาความลับของข้อมูลที่เป็นความลับของฝ่ายผู้ให้ข้อมูล นับตั้งแต่วันที่ได้รับการเปิดเผยข้อมูลจากฝ่ายผู้ให้ข้อมูลที่เป็นความลับนั้น ทั้งสองฝ่ายตกลงจะรักษาข้อมูลอันเป็นความลับตลอดระยะของบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ รวมถึงจะรักษาความลับในข้อมูลอันเป็นความลับต่อไปอีกเป็นระยะเวลา ๑ (หนึ่ง) ปี นับแต่วันที่บันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้สิ้นสุด

ข้อ ๘ การขยายระยะเวลา แก้ไข หรือเปลี่ยนแปลง

หากฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดประสงค์จะขยายระยะเวลา แก้ไข หรือเปลี่ยนแปลงบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ จะต้องแจ้งให้อีกฝ่ายเป็นหนังสือล่วงหน้าเพื่อพิจารณาเห็นชอบเป็นเวลาไม่น้อยกว่า ๓๐ (สามสิบ) วัน ในการขยายระยะเวลา แก้ไข หรือเปลี่ยนแปลงบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ ให้จัดทำเป็นหนังสือลักษณะเดียวกับการทำบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้เพิ่มเติม และให้มีผลใช้บังคับนับตั้งแต่วันที่ผู้มีอำนาจลงนามของทั้งสองฝ่ายได้ลงนามในบันทึกข้อตกลงความเข้าใจเพิ่มเติมนั้น และให้ถือว่าบันทึกข้อตกลงความเข้าใจเพิ่มเติมดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของบันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้

บันทึกข้อตกลงความเข้าใจฉบับนี้ ได้ทำขึ้นเป็น ๒ ฉบับ มีข้อความถูกต้องตรงกันทุกประการ ทั้งสองฝ่ายได้อ่านและเข้าใจข้อความโดยละเอียดแล้ว เห็นว่าถูกต้องตรงตามเจตนารมณ์ทุกประการ จึงได้ลงลายมือชื่อพร้อมทั้งประทับตราสำคัญ (ถ้ามี) ไว้เป็นสำคัญ ต่อหน้าพยาน และต่างยึดถือไว้ฝ่ายละหนึ่งฉบับ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา
ลงชื่อ	ลงชื่อ .....
(ศาสตราจารย์สุวัจน์ ธัญรส)	(นายสุพิศ พิทักษ์ธรรม)
อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา
ลงชื่อ ..... พยาน	ลงชื่อ ..... พยาน
(นายภาณุมาศ สุยบางดำ)	(นายธนิศร์ ทองสุข)
รองอธิการบดี	เลขานุการนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	