

# หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชาการตลาด

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558

คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

กระทรวงศึกษาธิการ

## คำนำ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก มีพันธกิจหลักในการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่มีคุณภาพ ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต ทั้งในประเทศและกลุ่มประเทศอาเซียน ด้วยคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มีพันธกิจของคณะที่สอดคล้องกัน จึงได้จัดทำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพ ด้านการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของสถานประกอบการ ในภาคกลาง ภาคตะวันออก รวมทั้งในประเทศและภูมิภาคอาเซียน

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ฉบับนี้ ได้พัฒนาโดยเน้นความต้องการของสถานประกอบการเป็นหลัก ให้ความสำคัญกับกระบวนการพัฒนาหลักสูตรตามขั้นตอนและวิธีการที่กำหนดโดยสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน โดยความเห็นชอบของมหาวิทยาลัย เพื่อให้หลักสูตรได้รับการเสนอแนะและกลั่นกรองอย่างเป็นระบบ ในการพัฒนาได้ใช้หลักสูตรที่ได้ปรับปรุงและใช้มาตั้งแต่ปี 2553 เป็นพื้นฐาน พัฒนาใหม่โดยยึดเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2558 และกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552 เป็นหลัก เพื่อให้ได้มาตรฐานตามเกณฑ์การประกันคุณภาพการศึกษา

หลักสูตรฉบับนี้ ประกอบด้วย ส่วนสำคัญต่าง ๆ อาทิเช่น โครงสร้างหลักสูตร วัตถุประสงค์ การพัฒนานักศึกษาและอาจารย์ คุณวุฒิของอาจารย์ สถานที่ ห้องเรียน ห้องปฏิบัติการ การบริหารจัดการ การประกันคุณภาพการศึกษา หลังจากได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาแล้ว จะจัดให้เผยแพร่ผ่านทางเว็บไซต์ (website) <http://rmutto.ac.th> ของมหาวิทยาลัย ในรูปแบบเอกสารออนไลน์ (online) เพื่อให้ให้นักศึกษา อาจารย์ และผู้ปกครอง ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออกและสถาบันการศึกษาอื่น ตลอดจนสถานประกอบการที่ให้นักศึกษาหาข้อมูลเพื่อประกอบการศึกษา ปฏิบัติสหกิจศึกษา ฝึกงาน หรือทำงาน ได้มีโอกาสเข้าถึงและศึกษาหาข้อมูล ตามที่สนใจได้อย่างกว้างขวาง ทั้งถึงและเท่าเทียม

คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

## สารบัญ

	หน้า
วิสัยทัศน์	ก
หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป	1
หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร	7
หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร	12
หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล	61
หมวดที่ 5 หลักเกณฑ์ในการประเมินผลนักศึกษา	75
หมวดที่ 6 การพัฒนาคณาจารย์	77
หมวดที่ 7 การประกันคุณภาพหลักสูตร	78
หมวดที่ 8 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของหลักสูตร	84
ภาคผนวก	
เอกสารแนบหมายเลข 1 ผลงานทางวิชาการ การค้นคว้า วิจัย หรือการแต่งตำรา และภาระการสอนของอาจารย์	87
เอกสารแนบหมายเลข 2 ราชนามคณะกรรมการจัดทำหลักสูตร	92
เอกสารแนบหมายเลข 3 ตารางแสดงการกระจายสมรรถนะหลัก (Core Competency) ของบัณฑิตสาขาวิชาการตลาดสู่รายวิชา และการจัดการเรียนการสอน	98
เอกสารแนบหมายเลข 4 รายละเอียดเพิ่มเติมสำหรับหลักสูตรที่ขอปรับปรุง	102
เอกสารแนบหมายเลข 5 ข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2553	110

## ปรัชญา (Philosophy)

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก พัฒนาคณ พัฒนาชาติ

## ปณิธาน (Pledge)

ผู้งาน วิชาการดี มีคุณธรรม เป็นผู้นำด้านเทคโนโลยี

## วิสัยทัศน์ (Vision)

มหาวิทยาลัยชั้นนำด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมุ่งสู่ประชาคมอาเซียน

## พันธกิจ (Mission)

1. จัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่มีคุณภาพ ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต ทั้งในประเทศและกลุ่มประเทศอาเซียน
2. พัฒนางานวิจัย งานสร้างสรรค์ และนวัตกรรมที่สร้างคุณค่าระดับชาติและระดับอาเซียน
3. บริการวิชาการแก่สังคมโดยนำความรู้ผสมผสานภูมิปัญญาและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนสังคม
4. ทำนุบำรุงศาสนา ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน
5. บริหารจัดการเชิงธรรมาภิบาลเพื่อก้าวสู่ความเป็นองค์กรคุณภาพ
6. พัฒนามหาวิทยาลัยมุ่งสู่ความเป็นประชาคมอาเซียน



สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา  
รับทราบการให้ความเห็นชอบหลักสูตรนี้แล้ว  
19 พ.ย. 2558  
เมื่อวันที่.....

## รายละเอียดของหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชาการตลาด

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558

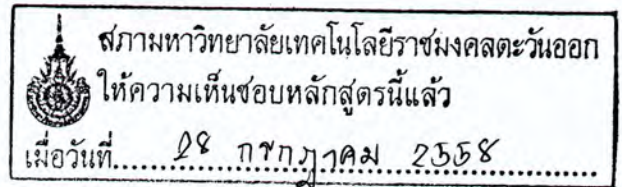
ชื่อสถาบันอุดมศึกษา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

วิทยาเขต/คณะ/สาขาวิชา

วิทยาเขตจักรพงษ์ภูวนารถ

คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาวิชาการตลาด



## หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

### 1. รหัสและชื่อหลักสูตร

ชื่อภาษาไทย : หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

ชื่อภาษาอังกฤษ : Bachelor of Business Administration Program in Marketing

### 2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

ชื่อเต็มภาษาไทย : บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)

ชื่อย่อภาษาไทย : บธ.บ. (การตลาด)

ชื่อเต็มภาษาอังกฤษ : Bachelor of Business Administration (Marketing)

ชื่อย่อภาษาอังกฤษ : B.B.A. (Marketing)

### 3. วิชาเอก

-ไม่มี-

### 4. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร

จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตรไม่น้อยกว่า 133 หน่วยกิต

## 5. รูปแบบของหลักสูตร

### 5.1 รูปแบบ

เป็นหลักสูตรระดับปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปี ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2552

### 5.2 ภาษาที่ใช้

ภาษาไทย

### 5.3 การรับเข้าศึกษา

รับนักศึกษาไทย กรณีเป็นนักศึกษาต่างชาติต้องมีความรู้ในภาษาไทยเป็นอย่างดี

### 5.4 ความร่วมมือกับสถาบันอื่น

เป็นหลักสูตรเฉพาะของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

### 5.5 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา

ให้ปริญญาเพียงสาขาวิชาเดียว

## 6. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

เป็นหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558 ปรับปรุงจากหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2553)

เริ่มใช้หลักสูตรนี้ ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2558

สภาวิชาการอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตรในการประชุมครั้งที่ 5/2558

เมื่อวันที่ 2 เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2558

สภามหาวิทยาลัยอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร ในการประชุมครั้งที่ 11/2558

เมื่อวันที่ 28 เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2558

## 7. ความพร้อมในการเผยแพร่หลักสูตรที่มีคุณภาพและมาตรฐาน

ขอรับการประเมินเพื่อเผยแพร่หลักสูตรในปีการศึกษา 2560

#### 8. อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

ประกอบอาชีพตามสถานประกอบการส่วนงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและองค์กรธุรกิจด้านการตลาด การขาย การซื้อ การวางแผน และอื่นๆ รวมทั้งสามารถประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวได้

- (1) นักวางแผนการตลาด
- (2) นักวิเคราะห์และประเมินธุรกิจ
- (3) นักวางแผนการจัดจำหน่ายสินค้าในธุรกิจค้าส่ง-ค้าปลีก
- (4) นักวางแผนการโฆษณา
- (5) นักประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ
- (6) นักบริหารธุรกิจการบริการ
- (7) ผู้ประกอบการ
- (8) อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง



9. ชื่อ นามสกุล เลขประจำตัวบัตรประชาชน ตำแหน่ง และคุณวุฒิของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่งทาง วิชาการ	คุณวุฒิ (สาขาวิชา การตลาด)	สถาบัน	ปีที่ สำเร็จ
1	นายณัฐกรณ์ กานคาน	อาจารย์	บธ.ม. (การตลาด)  บธ.บ. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลธัญบุรี	2552
				สถาบันเทคโนโลยี ราชมงคล	2544
2	นางสาวทัศนีย์ สวนฉิมพลี	อาจารย์	บธ.ม. (การตลาด)  บธ.บ. (การตลาด)	สถาบันบัณฑิต พัฒนบริหารศาสตร์	2551
				มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	2545
3	นายประวิทย์ พุ่มพา	อาจารย์	บธ.ม. (การตลาด)  บธ.บ. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยศรีนครินทร วิโรฒ	2546
				มหาวิทยาลัยศรีนครินทร วิโรฒ	2543

10. สถานที่จัดการเรียนการสอน

คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ วิทยาเขตจักรพงษ์ภูวนารอด  
 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

11. สถานการณ์ภายนอกหรือการพัฒนาที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนหลักสูตร

11.1 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางเศรษฐกิจ

สถานการณ์ทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และการแข่งขันในปัจจุบัน มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งส่งผลกระทบต่อผลประกอบการขององค์กรต่าง ๆ ให้ต้องมีการปรับปรุงแนวคิดในการบริหารงานรูปแบบใหม่ โดยจะมุ่งเน้นที่การจัดการองค์ความรู้และการนำเทคโนโลยีทางด้านสารสนเทศเข้ามาใช้มีบทบาทในการกำหนดกรอบแนวคิดในการบริหารงานมากขึ้น จากผลของแรงผลักดันจากแนวคิดใหม่ดังกล่าว ทำให้ผู้บริหารองค์กรต้องมีการประยุกต์หลักการและเครื่องมือทางการตลาด เพื่อให้สอดคล้องกับการบริหารในยุคที่ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ และเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสูงมากอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน

จากสถานการณ์ดังกล่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ ในฐานะสถาบันหนึ่งที่เป็นผู้นำด้านวิชาการทางการบริหารธุรกิจ ได้เล็งเห็นความ



จำเป็นที่จะต้องปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดเพื่อเร่งสร้างองค์ความรู้ ความเข้าใจในหลักการและเครื่องมือทางการตลาดใหม่ ๆ รวมถึงการสร้างทักษะในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ สาขาวิชาการตลาดมีบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการบริหารธุรกิจ ที่พร้อมจะส่งเสริม เพื่อผลิตบัณฑิตให้สอดคล้องกับภารกิจของสาขาวิชาการตลาดในการจัดการเรียนการสอนในระดับปริญญาตรี ผลิตบัณฑิตที่มีความรอบรู้วิชาการทั้งภาคทฤษฎี และภาคปฏิบัติ มีความสามารถในวิชาชีพ การตลาด มีความรู้ภาษาอังกฤษในระดับสื่อสาร มีความสามารถในการคิดและวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ มีคุณธรรม จริยธรรม และรับผิดชอบต่อสังคม

### 11.2 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางสังคมและวัฒนธรรม

ตามเจตนารมณ์ของแผนการศึกษาแห่งชาติ ฉบับที่ 10 ฉบับปรับปรุง (พ.ศ.2552 – พ.ศ.2559) ในการกำหนดปรัชญาหลักและกรอบแนวคิดโดยยึดหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ยึดทางสายกลางอยู่บนพื้นฐานของความสมดุลพอดี รู้จักพอประมาณ อย่างมีเหตุผล มีความรอบรู้เท่าทันโลก เพื่อมุ่งให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนและความอยู่ดีมีสุขของคนไทย เกิดการบูรณาการแบบองค์รวมที่ยึดคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาอย่างมีคุณภาพ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง สิ่งแวดล้อม เป็นแผนที่บูรณาการศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรม และกีฬาการศึกษาทุกระดับ รวมทั้งเชื่อมโยงการพัฒนาการศึกษากับการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การปกครอง วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี เป็นต้น โดยคำนึงถึงการพัฒนาอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต เพื่อมุ่งพัฒนาชีวิตให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งทางร่างกาย จิตใจสติปัญญา ความรู้และคุณธรรม มีจริยธรรม และวัฒนธรรมในการดำรงชีวิต สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข และพัฒนาสังคมไทยให้เป็นสังคมที่มีความเข้มแข็งและมีคุณภาพใน 3 ด้าน คือ สังคมคุณภาพ สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ และสังคมสมานฉันท์และเอื้ออาทรต่อกัน

จากการพัฒนาสังคมและวัฒนธรรมดังกล่าว สาขาวิชาการตลาด จึงพยายามพัฒนาปรับปรุงหลักสูตรให้เป็นพื้นฐานในการพัฒนาบัณฑิต ในวิชาชีพการตลาดที่มีความสมบูรณ์ ทั้งร่างกาย จิตใจ สติปัญญา และความรู้

## 12. ผลกระทบจาก ข้อ 11.1 และ 11.2 ต่อการพัฒนาหลักสูตรและความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

### 12.1 การพัฒนาหลักสูตร

มีความจำเป็นต้องพัฒนาหลักสูตรให้มีศักยภาพในการผลิตบุคลากรด้านการตลาด ที่มีความพร้อมทั้งสติปัญญา ความรู้ และคุณธรรม มีจริยธรรมและวัฒนธรรมในการดำรงชีวิต เพื่อตอบสนองความต้องการกำลังคนที่ยังขาดแคลนอยู่มากในภาคธุรกิจปัจจุบัน โดยกำลังคนที่ผลิตต้องมีความพร้อมที่จะปฏิบัติงานได้จริง ทันท่วงที และมีศักยภาพสูงในการพัฒนาตนเองให้เข้ากับลักษณะของงานที่ปฏิบัติ รวมทั้งสามารถศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น

## 12.2 ความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

ตามที่คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้กำหนดพันธกิจทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดการเรียนการสอน ด้านวิจัย ด้านบริการวิชาการ และด้านทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม เพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศทางด้านวิชาชีพและเทคโนโลยี พัฒนากำลังคนให้มีความชำนาญด้านวิชาชีพและเทคโนโลยี เป็นคนดี มีคุณธรรม ดังนั้นจากพันธกิจดังกล่าว สาขาวิชาการตลาดจึงปรับปรุงหลักสูตรให้มีความเข้มแข็งทั้งในด้านการจัดการศึกษาเพิ่ม โดยให้นักศึกษาปฏิบัติสหกิจศึกษาเพื่อให้เห็นสภาพการทำงานจริงในสถานประกอบการ เพื่อผลิตกำลังคนตอบสนองความต้องการในภาครัฐ และเอกชน

## 13. ความสัมพันธ์กับหลักสูตรอื่นที่เปิดสอนในคณะ/สาขาวิชาอื่นของสถาบัน

หลักสูตรสาขาวิชาการตลาด มีความสัมพันธ์กับหลักสูตรอื่นในคณะดังนี้

### 13.1 กลุ่มวิชา/รายวิชาในหลักสูตรนี้ที่เปิดสอนโดยคณะ/สาขาวิชา/หลักสูตรอื่น

กลุ่มรายวิชาที่เป็นพื้นฐาน นักศึกษาต้องไปศึกษาในสาขาวิชาอื่นประกอบด้วย หมวดวิชาศึกษาทั่วไป โดยคณะศิลปศาสตร์ และกลุ่มวิชาแกนบริหารธุรกิจ โดยคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ

### 13.2 รายวิชาที่เปิดสอนให้คณะ/สาขาวิชา/หลักสูตรอื่น

รายวิชาที่เปิดสอนในหลักสูตรนี้ นักศึกษาสาขาวิชาอื่นภายในคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถเลือกศึกษาได้ในบางรายวิชาทั้งนี้ตามความเหมาะสม

### 13.3 การบริหารจัดการ

การจัดการเรียนการสอนจะต้องมีการประสานงานกับสาขาวิชาต่าง ๆ ที่จัดรายวิชา ซึ่งนักศึกษาในหลักสูตรต้องศึกษา โดยมีการวางแผนร่วมกันระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องระดับคณะ หัวหน้าสาขาวิชา อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และอาจารย์ผู้สอน ทั้งในคณะและต่างคณะ เพื่อกำหนดเนื้อหาและกลยุทธ์การสอน ตลอดจนการวัดผลและประเมินผล เพื่อให้นักศึกษาบรรลุผลการเรียนรู้ตามหลักสูตรนี้

## หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร

### 1. ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

#### 1.1 ปรัชญา

การตลาดเป็นกลไกที่สำคัญในศาสตร์การบริหารธุรกิจ การสร้างเสริมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ทางด้านวิชาชีพเฉพาะทางให้สอดคล้องกับความต้องการตลาดแรงงานและแข่งขันได้ในระดับสากล

#### 1.2 ความสำคัญ

ปัจจุบันการค้าบริการประสมการแข่งขันที่รุนแรง จากทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ดังนั้นการค้าบริการต้องแสวงหาวิธีการหรือกลยุทธ์ใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้แก่องค์กร หรือเพื่อความอยู่รอดขององค์กรทางการตลาด เป็นส่วนสำคัญในการวางแผนกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อสามารถทำให้กระบวนการทางธุรกิจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้หลักสูตรยังให้ความสำคัญกับแนวคิดปรัชญา ซึ่งจะทำให้นักศึกษามีความคิด และวิเคราะห์ได้อย่างมีระบบ มีความสามารถทางวิชาการ มีความรับผิดชอบ ต่อสังคม คุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพทางการตลาด

สาขาวิชาการตลาดมีบุคลากรที่มีความรู้และประสบการณ์ด้านวิชาชีพการตลาด พร้อมทั้งผลิตบัณฑิตให้มีศักยภาพสอดคล้องกับภารกิจของคณะ และทางมหาวิทยาลัย โดยการผลิตให้มีความรู้ทางด้านวิชาการ และวิชาชีพด้านการตลาดให้ทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติมีความรู้ในหลักวิชาการตลาดและมีความคิดสร้างสรรค์ รวมทั้งปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรม และจรรยาบรรณในการประกอบวิชาชีพและความรับผิดชอบต่อสังคม โดยในปี 2558 หลักสูตรบริหารธุรกิจ บัณฑิต สาขาวิชาการตลาด จะมีการปรับปรุงหลักสูตร ตามรอบของการปรับปรุง และรองรับการพัฒนาหลักสูตร การจัดการเรียนการสอนสู่ประชาคมอาเซียน

ดังนั้นสาขาวิชาการตลาดจึงเห็นถึงความสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อการปรับปรุงหลักสูตรดังกล่าว ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดแรงงาน ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยจากข้อมูลของกรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน การสำรวจการความต้องการแรงงาน มีนาคม พ.ศ. 2558 พบว่า ความต้องการแรงงานกลุ่ม พนักงานบริการ พนักงานขายในร้านค้าและตลาดมีระดับความต้องการถึง 7,993 อัตรา คิดเป็นร้อยละ 18.79 ของความต้องการตลาดแรงงานทั้งหมดจากอุตสาหกรรมการค้าระหว่างประเทศและอุตสาหกรรมการค้าปลีกสมัยใหม่ อีกทั้งแนวทางการพัฒนาบัณฑิต ให้มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ เพื่อการแข่งขันได้ของแรงงานของไทย ต่อภาวะการแข่งขันระดับนานาชาติ หลักสูตรจึงถือเป็นหัวใจสำคัญอย่างยิ่ง ดังนั้นหากเรามีการเตรียมความพร้อมที่ดีก็จะช่วยให้การทำหลักสูตรตอบโจทย์ และเป็นไปตามเป้าประสงค์ทางการศึกษา

ตามความต้องการตลาดแรงงานตามคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ของสาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

เพื่อจะใช้ในพัฒนาปรับปรุงหลักสูตร และหาแนวทางในการพัฒนา และส่งเสริม การจัดการเรียน การสอนให้ดียิ่งขึ้น เพื่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน และตอบสนองการผลิตบัณฑิตตามความต้องการของ ตลาดแรงงานต่อไป

### 1.3 วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1. ปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณทางวิชาชีพการตลาด พัฒนาศักยภาพประพุดคืออย่างมี คุณธรรมจริยธรรม ความสามารถในการจัดการปัญหาทางคุณธรรมจริยธรรมที่ซับซ้อนเชิงวิชาการหรือ วิชาชีพการตลาด มีภาวะผู้นำในการส่งเสริมการประพุดตามหลักคุณธรรมจริยธรรมทั่วไปในที่ทำงานและ ชุมชน

2. มีความรู้ความเข้าใจ แนวคิด หลักการ ทฤษฎีทางการตลาดอย่างถ่องแท้ และนำมาประยุกต์ไป ปฏิบัติในการวิชาชีพการตลาดได้อย่างลึกซึ้ง

3. สามารถใช้ความรู้ทางทฤษฎีและปฏิบัติในการบริหารจัดการภายใต้บริบทใหม่ ๆ คิดวิเคราะห์ คิด วิพากษ์ สังเคราะห์ และสร้างสรรค์ สามารถคิดเชิงบูรณาการแบบรวบยอด เพื่อแก้ปัญหาได้

4. มีทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ สามารถรับมือปัญหาระหว่างบุคคลได้ อย่างมีประสิทธิภาพ มีทักษะการทำงานเป็นทีม แสดงถึงภาวะผู้นำในการทำงาน มีความรับผิดชอบในการ ดำเนินงาน สามารถร่วมมือกับผู้อื่นในการจัดซื้อได้แย่งและปัญหาต่าง ๆ

5. มีทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ มีความรู้ทางด้าน คณิตศาสตร์และสถิติ สามารถนำมาพัฒนาแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ความสามารถในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข ความสามารถในการสื่อสาร ความสามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

## 2. แผนพัฒนาปรับปรุง

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต มีแผนการพัฒนาปรับปรุงที่มีรายละเอียดของแผนการพัฒนา ยุทธศาสตร์ และตัวบ่งชี้การพัฒนาปรับปรุง โดยคาดว่าจะดำเนินการเสร็จภายใน 5 ปี นับจากเปิดการเรียน การสอนตามหลักสูตร ดังนี้

แผนการพัฒนา/เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
1. ปรับปรุงหลักสูตรตามความเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจ ซึ่งต้องไม่ต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรที่ สกอ. กำหนด	1.1 ประเมินหลักสูตรอย่างต่อเนื่อง 1.2 ปรับปรุงหลักสูตรทุกรอบ 5 ปี โดยมุ่งให้มีมาตรฐานการศึกษา ระดับสากล	1. หลักสูตรที่ได้รับการปรับปรุง โดยความเห็นชอบจากสภามหาวิทยาลัยและรับทราบจาก สกอ. (1 หลักสูตร) 2. เอกสารการปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตร 3. รายงานผลการประเมินหลักสูตร
2. พัฒนาหลักสูตร ให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิตและประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	2.1 สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ในการวิเคราะห์ความต้องการ และแนวโน้มความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ 2.2 ให้นักลภายนอกอาทิ ผู้ใช้บัณฑิตผู้ทรงคุณวุฒิ มีส่วนร่วมในการพิจารณาหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน 2.3 สํารวจความต้องการสถานประกอบและผู้ใ้บัณฑิต	1. จำนวนเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการกับหน่วยงานภายนอก (ไม่น้อยกว่า 2 หน่วยงาน) 2. จำนวนครั้งของสำรวจความต้องการของสถานประกอบการ (ไม่น้อยกว่า 1 ครั้งภายใน 5 ปี) 3. บันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) กับหน่วยงาน
	2.4 ติดตามและวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่มีผลกระทบต่อการผลิตบัณฑิต บริหารธุรกิจสาขาวิชาการตลาด	ภายนอก 4. กำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตร 5. รายงานการประชุม 6. รายงานผลการวิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต และสถานะทางเศรษฐกิจ

แผนการพัฒนา/เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
3. พัฒนาศักยภาพและทักษะทางวิชาชีพของนักศึกษาและบัณฑิตอย่างต่อเนื่อง	<p>3.1 สร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในการให้นักศึกษาได้ออกไปสหกิจศึกษาและ/หรือฝึกงานในสถานประกอบการจริง</p> <p>3.2 จัดแผนการเรียนรู้ให้นักศึกษาได้มีโอกาสฝึกฝนทักษะและเสริมสร้างประสบการณ์</p> <p>3.3 จัดกิจกรรมเสริมหลักสูตรเพื่อพัฒนาคุณลักษณะและสร้างความพร้อมในด้านต่างๆ ให้นักศึกษา</p> <p>3.4 ประเมินผลความรู้และทักษะที่จำเป็น (ด้านภาษา) ก่อนจบการศึกษา</p>	<p>1. จำนวนหน่วยงานที่รับนักศึกษาสหกิจศึกษา และ/หรือ ฝึกงาน (ไม่น้อยกว่า 10 หน่วยงาน)</p> <p>2. จำนวนกิจกรรมเสริมหลักสูตร (อย่างน้อย 2 กิจกรรมตลอดระยะเวลาการศึกษา)</p> <p>3. คะแนนผลประเมินทักษะทางด้านภาษาของนักศึกษา (ไม่น้อยกว่า 350 คะแนน TOEIC หรือเทียบเท่า)</p> <p>4. รายชื่อหน่วยงานที่รับนักศึกษาสหกิจศึกษา และ/หรือฝึกงาน</p> <p>5. รายงานผลการดำเนินงานโครงการ/กิจกรรมเสริมหลักสูตร</p> <p>6. รายงานคะแนนผลการประเมินทักษะทางด้านภาษาของนักศึกษา</p>
4. พัฒนาคณาจารย์	<p>4.1 จัดอบรมให้ความรู้แก่อาจารย์ใหม่เกี่ยวกับเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรและทักษะต่างๆ ที่จำเป็นต่อการจัดการเรียนการสอน</p> <p>4.2 กำหนดให้คณาจารย์ต้องเข้ารับการอบรมสัมมนาเกี่ยวกับความรู้ทางวิชาชีพและด้านอื่นๆ อย่างต่อเนื่อง</p>	<p>1. จำนวนโครงการ/กิจกรรมในการพัฒนาความรู้ (อย่างน้อย 1 โครงการ/กิจกรรมต่อปี)</p> <p>2. จำนวนครั้งที่อาจารย์ได้เข้าร่วมโครงการ/กิจกรรมพัฒนาความรู้</p>

แผนการพัฒนา/เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
	<p>4.3 ด้านการวิจัย สนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนางานวิจัยอย่างต่อเนื่อง</p> <p>4.4 สนับสนุนและส่งเสริมให้คณาจารย์พัฒนาผลงานทางวิชาการเพื่อเข้าสู่การกำหนดตำแหน่งทางวิชาการที่สูงขึ้น</p>	<p>3. จำนวนงานวิจัยเสร็จสมบูรณ์</p> <p>4. จำนวนตำแหน่งทางวิชาการเพิ่มขึ้น (อย่างน้อยร้อยละ 10 ในรอบระยะเวลา 5 ปี)</p> <p>5. รายงานผลการดำเนินงานโครงการ/กิจกรรม</p> <p>6. แผนพัฒนาบุคลากรของคณะ/มหาวิทยาลัย</p>
<p>2. พัฒนาและปรับปรุงปัจจัยสนับสนุนการจัดการเรียนการสอน</p>	<p>5.1 สำรวจความต้องการปัจจัยและสิ่งสนับสนุนของนักศึกษาและคณาจารย์</p> <p>5.2 จัดหาและจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาและปรับปรุงปัจจัยสนับสนุนการจัดการเรียนการสอนให้มีความทันสมัย เพียงพอ และมีประสิทธิภาพ</p>	<p>1. จำนวนครั้งของการสำรวจความต้องการ (ไม่น้อยกว่า 2 ครั้งในรอบ 5 ปี)</p> <p>2. จำนวนเงินงบประมาณที่ได้รับเพิ่มขึ้น (เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 5)</p> <p>3. รายงานผลการสำรวจความต้องการ</p> <p>4. แผนปฏิบัติการประจำปีของคณะ</p>

### หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร

#### 1. ระบบการจัดการศึกษา

##### 1.1 ระบบ

ใช้ระบบทวิภาค โดย 1 ปีการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ภาคการศึกษาปกติ 1 ภาคการศึกษาปกติมีระยะเวลาศึกษาไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์

##### 1.2 การจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน

การเปิดการศึกษาภาคฤดูร้อน ให้กำหนดระยะเวลาและจำนวนหน่วยกิตโดยมีสัดส่วนเทียบเคียงกันได้กับภาคการศึกษาภาคปกติ

##### 1.3 การเทียบเคียงหน่วยกิตในระบบทวิภาค

#### 2. การดำเนินการหลักสูตร

##### 2.1 วัน - เวลาในการดำเนินการเรียนการสอน

ภาคการศึกษาที่ 1	เดือนสิงหาคม - ธันวาคม
ภาคการศึกษาที่ 2	เดือนมกราคม - พฤษภาคม
ภาคฤดูร้อน	เดือนมิถุนายน - สิงหาคม

##### 2.2 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

- 2.2.1 สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ทุกสาขาวิชาหรือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) ทุกแผนการเรียน หรือเทียบเท่า หรือ
- 2.2.2 สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) หรือเทียบเท่า หรือ อนุปริญญา (หลักสูตร 3 ปี) ทุกสาขาวิชา ซึ่งมีความรู้พื้นฐานหรือประสบการณ์เข้าศึกษาโดยการเทียบโอนหน่วยกิต จากหลักสูตร 4 ปี ทั้งนี้ผู้เรียนต้องลงทะเบียนเรียนในรายวิชาต่าง ๆ ตามคำแนะนำของอาจารย์ประจำหลักสูตร หรือ
- 2.2.3 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีทุกสาขาวิชา เข้าศึกษาโดยการเทียบโอนหน่วยกิตจากหลักสูตร 4 ปี ทั้งนี้ผู้เรียนต้องลงทะเบียนเรียนในรายวิชาต่าง ๆ ตามคำแนะนำของอาจารย์ประจำหลักสูตร หรือ
- 2.2.4 คุณสมบัติอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากที่กล่าวมาแล้ว ให้อยู่ในดุลยพินิจของอาจารย์ประจำหลักสูตร



### 2.3 ปัญหาของนักศึกษาแรกเข้า

เนื่องจากหลักสูตรมีการรับนักศึกษาจากวุฒิการศึกษาที่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงมีความแตกต่างของพื้นฐานความรู้ในวิชาหลักของสาขาวิชา ส่งผลให้เกิดความแตกต่างในการรับรู้ของนักศึกษาได้

### 2.4 กลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา/ข้อจำกัดของนักศึกษาในข้อ 2.3

จัดให้มีโครงการสอนปรับพื้นฐานของนักศึกษา เพื่อให้พื้นฐานความรู้ของนักศึกษามีความใกล้เคียงกัน ส่งเสริมการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างรุ่นพี่รุ่นน้อง รวมทั้งมีการแต่งตั้งอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อให้คำแนะนำในเรื่องการเรียนของนักศึกษา

### 2.5 แผนการรับนักศึกษาและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี

นักศึกษาระดับปริญญาตรี	ปีการศึกษา				
	2558	2559	2560	2561	2562
ชั้นปีที่ 1 (จำนวนรับเข้า)	160	160	160	160	160
ชั้นปีที่ 2	-	160	160	160	160
ชั้นปีที่ 3	-	-	160	160	160
ชั้นปีที่ 4	-	-	-	160	160
<b>รวม</b>	<b>160</b>	<b>320</b>	<b>480</b>	<b>640</b>	<b>640</b>
จำนวนนักศึกษาที่คาดว่าจะสำเร็จ	-	-	-	160	160

### 2.6 งบประมาณตามแผน

#### 2.6.1 งบประมาณรายรับ (หน่วย:บาท)

รายละเอียดรายรับ	ปีงบประมาณ				
	2558	2559	2560	2561	2562
ค่าบำรุงการศึกษา	800,000	1,600,000	2,400,000	3,200,000	3,200,000
ค่าลงทะเบียน	1,152,000	2,304,000	3,456,000	4,608,000	4,608,000
รายรับอื่น	384,000	768,000	1,152,000	1,536,000	1,536,000
เงินอุดหนุนจากรัฐบาล	1,950,954	2,224,790	2,510,293	2,808,397	2,992,108
<b>รวมรายรับ</b>	<b>4,287,114</b>	<b>6,897,110</b>	<b>9,518,773</b>	<b>12,153,037</b>	<b>12,336,748</b>

หมายเหตุ รายรับอื่น คือ ค่าธรรมเนียมพิเศษ ค่ากิจกรรมนักศึกษา

## 2.6.2 งบประมาณรายจ่าย (หน่วย:บาท)

หมวดเงิน	ปีงบประมาณ				
	2558	2559	2560	2561	2562
ก. งบดำเนินการ					
1. ค่าใช้จ่ายบุคลากร	1,822,954	1,968,790	2,126,293	2,296,397	2,480,108
2. ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน (ไม่รวม 3)	308,000	1,216,000	2,124,000	3,032,000	3,032,000
3. ทุนการศึกษา	80,000	160,000	240,000	320,000	320,000
4. รายจ่ายระดับมหาวิทยาลัย	664,000	1,328,000	1,992,000	2,656,000	2,656,000
รวม (ก)	2,874,954	4,672,790	6,482,293	8,304,397	8,488,108
ข. งบลงทุน					
ค่าครุภัณฑ์	500,000	500,000	500,000	500,000	500,000
รวม (ข)	500,000	500,000	500,000	500,000	500,000
รวม (ก) + (ข)	3,374,954	5,172,790	6,982,293	8,804,397	8,988,108
จำนวนนักศึกษา	160	320	480	640	640
ค่าใช้จ่ายต่อหัวนักศึกษา	21,093	16,165	14,546	13,757	14,044

## 2.7 ระบบการศึกษา

- ใช้ระบบการจัดการเรียนการสอนแบบชั้นเรียน
- แบบทางไกลผ่านสื่อสิ่งพิมพ์เป็นหลัก
- แบบทางไกลผ่านสื่อแพร่ภาพและเสียงเป็นสื่อหลัก
- แบบทางไกลทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นสื่อหลัก (E-learning)
- แบบทางไกลทางอินเทอร์เน็ต
- อื่นๆ (ระบุ)

## 2.8 การเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชาและการลงทะเบียนเรียนข้ามมหาวิทยาลัย

นักศึกษาสามารถเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชา หรือลงทะเบียนเรียนข้ามมหาวิทยาลัยได้ ทั้งนี้ให้เป็นไปตามข้อบังคับของมหาวิทยาลัย



3. หลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน

3.1 หลักสูตร

3.1.1 จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 133 หน่วยกิต

3.1.2 โครงสร้างหลักสูตร

โครงสร้างหลักสูตร แบ่งเป็นหมวดวิชาที่สอดคล้องกับที่กำหนดไว้ในเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร กระทรวงศึกษาธิการ ดังนี้

1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า	30	หน่วยกิต
1.1 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์	3	หน่วยกิต
1.2 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์	3	หน่วยกิต
1.3 กลุ่มวิชาภาษา	12	หน่วยกิต
1.4 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์กับคณิตศาสตร์	6	หน่วยกิต
1.5 กลุ่มวิชาหมวดวิชาศึกษาทั่วไปเลือก	6	หน่วยกิต
2. หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า	97	หน่วยกิต
2.1 กลุ่มวิชาแกน	39	หน่วยกิต
2.2 กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน	36	หน่วยกิต
2.3 กลุ่มวิชาเลือก	22	หน่วยกิต
3. หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า	6	หน่วยกิต

3.1.3 รายวิชา

1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต ประกอบด้วย	
1.1 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ 3 หน่วยกิต ให้ศึกษาจากรายวิชา	
00-10-001 การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม	3(3-0-6)
Life and Social Quality Development	
1.2 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ 3 หน่วยกิต ให้ศึกษารายวิชา	
00-20-001 การพัฒนานบุคลิกภาพ	3(3-0-6)
Personality Development	

### 1.3 กลุ่มวิชาภาษา 12 หน่วยกิต

#### 1.3.1 กลุ่มรายวิชาภาษาไทย 3 หน่วยกิต ให้ศึกษารายวิชา

00-31-001	การใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร Thai for Communication	3(3-0-6)
-----------	--	----------

#### 1.3.2 กลุ่มรายวิชาภาษาอังกฤษ 9 หน่วยกิต ให้เลือกศึกษารายวิชาต่อไปนี้

00-32-001	ภาษาอังกฤษเพื่อทักษะการเรียนรู้ English for Study Skills	3(3-0-6)
00-32-002	ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน English in Daily Life	3(3-0-6)
00-32-003	การอ่านภาษาอังกฤษ English Reading	3(3-0-6)
00-32-004	สนทนาภาษาอังกฤษ English Conversation	3(3-0-6)
00-32-005	การเขียนภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน English Writing in Daily Life	3(3-0-6)
00-32-006	ทักษะสัมพันธ์ทางภาษาอังกฤษ Interactive English Skills	3(3-0-6)

### 1.4 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์กับคณิตศาสตร์ 6 หน่วยกิต ให้ศึกษารายวิชาต่อไปนี้

00-41-001	คณิตศาสตร์และคอมพิวเตอร์ในชีวิตประจำวัน Mathematics and Computer in Daily Life ให้เลือกศึกษาจากรายวิชา	3(3-0-6)
00-42-001	วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อมกับชีวิต Science Technology and Environment for Life	3(3-0-6)
00-42-002	มหัศจรรย์แห่งบัว Amazing Waterlily and Lotus	3(3-0-6)
00-42-003	ธรรมชาติของสรรพสิ่ง Nature of the Whole	3(3-0-6)

00-42-004	คุณค่าของสัตว์เลี้ยง Pet Value	3(3-0-6)
00-43-001	การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ Exercise for Health	3(2-2-5)
00-43-002	วิทยาศาสตร์การกีฬาเพื่อการออกกำลังกาย Sport Sciences for Exercise	3(2-2-5)

### 1.5 กลุ่มวิชาหมวดศึกษาทั่วไป เลือก 6 หน่วยกิต

ให้เลือกศึกษาจากกลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ กลุ่มวิชาภาษา กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์กับคณิตศาสตร์ ในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2553 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก ต่อไปนี้

#### กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์

00-10-002	การเมืองและการปกครองของไทย Thai Politic and Government	3(3-0-6)
00-10-003	สังคมกับเศรษฐกิจ Society and Economy	3(3-0-6)
00-10-004	สังคมกับกฎหมาย Society and Law	3(3-0-6)
00-10-005	ชุมชน สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม Community Society Culture and Environment	3(3-0-6)

#### กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์

00-20-002	สารสนเทศเพื่อการศึกษาค้นคว้า Information for Study	3(3-0-6)
00-20-003	จิตวิทยาทั่วไป General Psychology	3(3-0-6)
00-20-004	ไทยศึกษา Thai Studies	3(3-0-6)
00-20-005	ศาสนาเพื่อสันติสุข Religion for Peace	3(3-0-6)

00-20-006	การจัดการความรู้ Knowledge Management	3(3-0-6)
00-20-007	นันทนาการในชีวิตประจำวัน Recreation in Daily Life	3(2-2-5)
<b>กลุ่มวิชาภาษา</b>		
00-31-002	วรรณคดีไทยนิยม Thai Literature Appreciation	3(3-0-6)
00-31-003	ศิลปะการพูดในชีวิตประจำวัน Art of Speaking in Daily Life	3(3-0-6)
00-31-004	การฟังและการอ่านเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต Listening and Reading for Life Quality Development	3(3-0-6)
00-31-005	การเขียนเพื่อการสื่อสาร Writing for Communication	3(3-0-6)
00-31-006	วรรณกรรมไทยร่วมสมัยกับสังคมไทยปัจจุบัน Contemporary Thai Literature and Thai Society	3(3-0-6)
00-32-001	ภาษาอังกฤษเพื่อทักษะการเรียนรู้ English for Study Skills	3(3-0-6)
00-32-002	ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน English in Daily Life	3(3-0-6)
00-32-003	การอ่านภาษาอังกฤษ English Reading	3(3-0-6)
00-32-004	สนทนาภาษาอังกฤษ English Conversation	3(3-0-6)
00-32-005	การเขียนภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน English Writing in Daily Life	3(3-0-6)
00-32-006	ทักษะสัมพันธ์ทางภาษาอังกฤษ Interactive English Skills	3(3-0-6)

00-33-001	ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร Chinese for Communication	3(3-0-6)
00-33-002	ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสาร Japanese for Communication	3(3-0-6)
00-33-003	ภาษาเกาหลีเพื่อการสื่อสาร Korean for Communication	3(3-0-6)
00-33-004	ภาษาเยอรมันเพื่อการสื่อสาร German for Communication	3(3-0-6)
00-33-005	ภาษารัสเซียเพื่อการสื่อสาร Russian for Communication	3(3-0-6)
<b>กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์กับคณิตศาสตร์</b>		
00-42-001	วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อมกับชีวิต Science Technology and Environment for Life	3(3-0-6)
00-42-002	มหัศจรรย์แห่งบัว Amazing Waterlily and Lotus	3(3-0-6)
00-42-003	ธรรมชาติของสรรพสิ่ง Nature of the Whole	3(3-0-6)
00-42-004	คุณค่าของสัตว์เลี้ยง Pet Value	3(3-0-6))
00-43-001	การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ Exercise for Health	3(2-2-5)
00-43-002	วิทยาศาสตร์การกีฬาเพื่อการออกกำลังกาย Sport Sciences for Excercise	3(2-2-5)

## 2. หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า 97 หน่วยกิต ประกอบด้วย

### 2.1 กลุ่มวิชาแกน 39 หน่วยกิต ให้ศึกษารายวิชาต่อไปนี้

02-10-101	หลักเศรษฐศาสตร์ Principles of Economics	3(3-0-6)
04-01-101	หลักการจัดการ Principles of Management	3(3-0-6)
04-01-102	กฎหมายธุรกิจ Business Law	3(3-0-6)
04-01-103	จริยธรรมทางธุรกิจ Business Ethics	3(3-0-6)
04-01-104	ความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจระหว่างประเทศ Introduction to International Business	3(3-0-6)
04-01-105	สถิติทางธุรกิจ Business Statistics	3(3-0-6)
04-01-310	การภาษีอากร Taxation	3(3-0-6)
04-01-311	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารธุรกิจ English for Business Communication	3(3-0-6)
04-02-101	หลักการตลาด Principles of Marketing	3(3-0-6)
04-03-101	การบัญชีขั้นต้น Introduction to Accounting	3(2-2-5)
04-03-103	การเงินธุรกิจ Business Finance	3(3-0-6)
04-04-201	การจัดการ โลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน Logistics and Supply Chain Management	3(3-0-6)
04-05-103	ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ Business Information Systems	3(3-0-6)



## 2.2 กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน 36 หน่วยกิต ให้ศึกษาจากรายวิชาต่อไปนี้

04-02-102	พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer Behavior	3(3-0-6)
04-02-203	การตลาดระหว่างประเทศ International Marketing	3(3-0-6)
04-02-304	ผลิตภัณฑ์และราคา Product and Price	3(3-0-6)
04-02-305	นโยบายการจัดจำหน่าย Distribution Policy	3(3-0-6)
04-02-306	การวางแผนการตลาด Marketing Planning	3(3-0-6)
04-02-307	การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ Integrated Marketing Communication	3(3-0-6)
04-02-308	การวิจัยการตลาด Marketing Research	3(2-2-5)
04-02-309	การบริหารตราสินค้า Brand Management	3(3-0-6)
04-02-310	การตลาดสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม Marketing for Small and Medium Enterprises	3(3-0-6)
04-02-411	กลยุทธ์การตลาด Marketing Strategies	3(3-0-6)
04-02-412	สัมมนากลยุทธ์การตลาดเชิงบูรณาการ Seminar in Integrated Marketing Strategies	3(2-2-5)
04-02-413	การศึกษาความเป็นไปได้เพื่อโครงการการตลาด Feasibility Study for Marketing Projects	3(2-2-5)

## 2.3 กลุ่มวิชาเลือก 22 หน่วยกิต ให้ศึกษาจากรายวิชาต่อไปนี้

### 2.3.1 กลุ่มวิชาฝึกงานและสหกิจศึกษา 7 หน่วยกิต ให้ศึกษาจากรายวิชาต่อไปนี้

04-02-330	การเตรียมความพร้อมสำหรับการฝึกงาน Preparation for Job Training	1(0-2-1)
04-02-331	การฝึกงาน Job Training	3(0-240-0)
04-02-429	ปัญหาพิเศษ Special Problems	3(1-4-4)
หรือ		
04-02-432	การเตรียมความพร้อมสำหรับสหกิจศึกษา Preparation for Co-operative Education	1(0-2-1)
04-02-433	สหกิจศึกษา Co-operative Education	6(0-40-0)

### 2.3.2 กลุ่มวิชาเลือกทั่วไป 15 หน่วยกิต ให้เลือกศึกษาจากรายวิชาต่อไปนี้

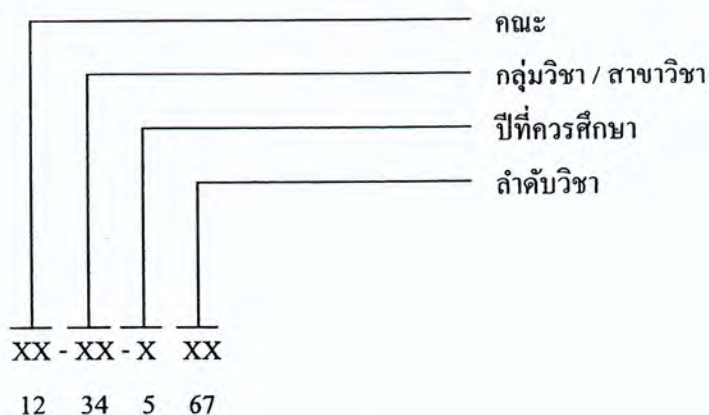
04-02-114	การค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ International Trading and Investment	3(3-0-6)
04-02-215	ดิจิทัลและนวัตกรรมทางการตลาด Digital and Innovation Marketing	3(2-2-5)
04-02-216	การบริหารการขายและศิลปะการขาย Sales Management and Salesmanship	3(3-0-6)
04-02-217	การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ Service Marketing	3(3-0-6)
04-02-218	การจัดการตลาดข้ามวัฒนธรรม Cross Cultural Marketing Management	3(2-2-5)
04-02-219	การจัดการธุรกิจนำเข้าและส่งออก Export-Import Business Management	3(2-2-5)
04-02-220	การวิเคราะห์การตลาดเชิงปริมาณ Quantitative Marketing Analysis	3(3-0-6)

04-02-221	การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม Social Marketing and Environment	3(3-0-6)
04-02-322	การตลาดอาเซียน ASEAN Marketing	3(2-2-5)
04-02-323	การตลาดกีฬา Sport Marketing	3(2-2-5)
04-02-424	การวางแผนการประชาสัมพันธ์และกิจกรรมการตลาด Public Relations and Event Marketing Planning	3(2-2-5)
04-02-425	การวางแผนการตลาดทางตรงและการส่งเสริมการขาย Direct Marketing and Sales Promotion Planning	3(2-2-5)
04-02-426	การเจรจาต่อรองทางการตลาดระหว่างประเทศ International Business Negotiations	3(2-2-5)
04-02-427	การตลาดชุมชน Community Marketing	3(2-2-5)
04-02-428	การจัดการอุตสาหกรรมไมซ์ Meeting Incentives Convention Exhibition (MICE) Industrial Management	3(2-2-5)

### 3. หมวดวิชาเลือกเสรี 6 หน่วยกิต

ให้นักศึกษาเลือกเรียนจากวิชาใด ๆ ที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล  
ตะวันออก แต่ต้องไม่ซ้ำกับวิชาตามแผนการศึกษาที่กำหนด

### ความหมายของเลขรหัสรายวิชา



#### ตำแหน่งที่ 1-2 แทน คณะ

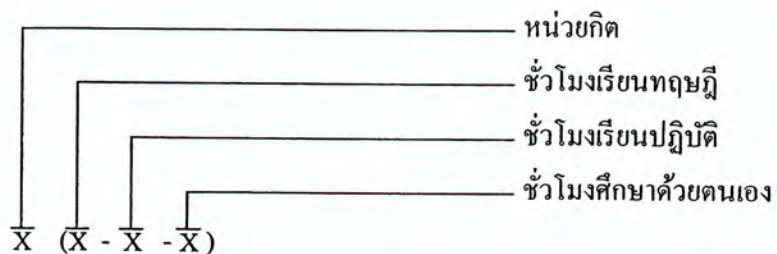
- 00 - หมวดวิชาศึกษาทั่วไป
- 01 - คณะเกษตรศาสตร์และทรัพยากรธรรมชาติ
- 02 - คณะเทคโนโลยีสังคม
- 03 - คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรมและการเกษตร
- 04 - คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ
- 05 - คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
- 06 - คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
- 07 - คณะวิศวกรรมศาสตร์และสถาปัตยกรรมศาสตร์
- 08 - คณะศิลปศาสตร์
- 09 - สถาบันเทคโนโลยีการบิน
- 10 - คณะสัตวแพทยศาสตร์

#### ตำแหน่งที่ 3-4 แทน กลุ่มวิชา / สาขาวิชา

#### ตำแหน่งที่ 5 แทน ปีที่ควรศึกษา

#### ตำแหน่งที่ 6-7 แทน ลำดับวิชา

### ความหมายของรหัสการจัดชั่วโมง



### การนับหน่วยกิต

การนับหน่วยกิตให้ถือเกณฑ์ ดังนี้

1. ชั่วโมงเรียนทฤษฎี 1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ เท่ากับ 1 หน่วยกิต
2. ชั่วโมงเรียนปฏิบัติการในห้องเรียน ห้องทดลอง หรือห้องปฏิบัติการ 2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ เท่ากับ 1 หน่วยกิต
3. ชั่วโมงฝึกงาน / สหกิจศึกษา ที่ใช้เวลาฝึก / ปฏิบัติงาน ไม่น้อยกว่า 45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา ให้มีค่าเท่ากับ 1 หน่วยกิต
4. ชั่วโมงศึกษาด้วยตนเอง เท่ากับ  $2x$  หน่วยกิตทฤษฎี + หน่วยกิตปฏิบัติ

## 3.1.4 แสดงแผนการศึกษา

## แผนการศึกษา สาขาวิชาการตลาด - แผนสหกิจศึกษา

## ปีการศึกษาที่ 1

## ภาคการศึกษาที่ 1

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
วิชาสังคมศาสตร์	00-10-001	การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม	3(3-0-6)
วิชาภาษา	00-31-001	การใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	3(3-0-6)
วิชาแกน	02-10-101	หลักเศรษฐศาสตร์	3(3-0-6)
วิชาแกน	04-01-101	หลักการจัดการ	3(3-0-6)
วิชาแกน	04-02-101	หลักการตลาด	3(3-0-6)
วิชาแกน	04-03-101	การบัญชีขั้นต้น	3(2-2-5)
รวม			18

## ภาคการศึกษาที่ 2

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
วิชาศึกษาทั่วไป	00-xx-xxx	กลุ่มวิชาศึกษาทั่วไป (เลือก)	3(x-x-x)
วิชาศึกษาทั่วไป	00-xx-xxx	กลุ่มวิชาศึกษาทั่วไป (เลือก)	3(x-x-x)
วิชาแกน	04-01-102	กฎหมายธุรกิจ	3(3-0-6)
วิชาแกน	04-03-103	การเงินธุรกิจ	3(3-0-6)
วิชาแกน	04-05-103	ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ	3(3-0-6)
วิชาเฉพาะด้าน	04-02-102	พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0-6)
รวม			18

## ปีการศึกษาที่ 2

## ภาคการศึกษาที่ 1

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
วิชาภาษา	00-32-xxx	กลุ่มวิชาภาษาอังกฤษเลือก	3(3-0-6)
วิชาวิทย์-คณิต	00-42-001	วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อมกับชีวิต	3(3-0-6)
วิชาแกน	04-04-201	การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน	3(3-0-6)
วิชาแกน	04-01-104	ความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
วิชาเลือก	04-02-xxx	วิชาเลือก	3(x-x-x)
วิชาเลือก	04-02-xxx	วิชาเลือก	3(x-x-x)
รวม			18

## ภาคการศึกษาที่ 2

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
วิชาภาษา	00-32-xxx	กลุ่มวิชาภาษาอังกฤษเลือก	3(3-0-6)
วิชาวิทย์-คณิต	00-41-001	คณิตศาสตร์และคอมพิวเตอร์ในชีวิตประจำวัน	3(3-0-6)
วิชาแกน	04-01-103	จริยธรรมทางธุรกิจ	3(3-0-6)
วิชาแกน	04-01-105	สถิติทางธุรกิจ	3(3-0-6)
วิชาเลือก	04-02-xxx	วิชาเลือก	3(x-x-x)
วิชาเลือก	04-02-xxx	วิชาเลือก	3(x-x-x)
รวม			18

### ปีการศึกษาที่ 3

#### ภาคการศึกษาที่ 1

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
วิชาภาษา	00-32-xxx	กลุ่มวิชาภาษาอังกฤษเลือก	3(3-0-6)
วิชาแกน	04-01-310	การภาษีอากร	3(3-0-6)
วิชาเฉพาะด้าน	04-02-304	ผลิตภัณฑ์และราคา	3(3-0-6)
วิชาเฉพาะด้าน	04-02-305	นโยบายการจัดจำหน่าย	3(3-0-6)
วิชาเฉพาะด้าน	04-02-307	การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ	3(3-0-6)
วิชาเฉพาะด้าน	04-02-309	การบริหารตราสินค้า	3(3-0-6)
รวม			18

#### ภาคการศึกษาที่ 2

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
วิชามนุษยศาสตร์	00-20-001	การพัฒนาบุคลิกภาพ	3(3-0-6)
วิชาเฉพาะด้าน	04-02-203	การตลาดระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
วิชาเฉพาะด้าน	04-02-306	การวางแผนการตลาด	3(3-0-6)
วิชาเฉพาะด้าน	04-02-308	การวิจัยการตลาด	3(2-2-5)
วิชาเฉพาะด้าน	04-02-310	การตลาดสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	3(3-0-6)
วิชาเลือก	04-02-432	การเตรียมความพร้อมสำหรับสหกิจศึกษา	1(0-2-1)
วิชาเลือกเสรี	xx-xx-xxx	วิชาเลือกเสรี	3(x-x-x)
รวม			19



## ปีการศึกษาที่ 4

## ภาคการศึกษาที่ 1

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
วิชาเลือก	04-02-433	สหกิจศึกษา	6(0-40-0)
รวม			6

## ภาคการศึกษาที่ 2

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
วิชาแกน	04-01-311	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารธุรกิจ	3(3-0-6)
วิชาเฉพาะด้าน	04-02-411	กลยุทธ์การตลาด	3(3-0-6)
วิชาเฉพาะด้าน	04-02-412	สัมมนากลยุทธ์การตลาดเชิงบูรณาการ	3(2-2-5)
วิชาเฉพาะด้าน	04-02-413	การศึกษาความเป็นไปได้เพื่อโครงการตลาด	3(2-2-5)
วิชาเลือก	04-02-xxx	วิชาเลือก	3(x-x-x)
เลือกเสรี	xx-xx-xxx	วิชาเลือกเสรี	3(x-x-x)
รวม			18

## แผนการศึกษา สาขาวิชาการตลาด – แผนฝึกงาน

## ปีการศึกษาที่ 1

## ภาคการศึกษาที่ 1

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
วิชาสังคมศาสตร์	00-10-001	การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม	3(3-0-6)
วิชาภาษา	00-31-001	การใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	3(3-0-6)
วิชาแกน	02-10-101	หลักเศรษฐศาสตร์	3(3-0-6)
วิชาแกน	04-01-101	หลักการจัดการ	3(3-0-6)
วิชาแกน	04-02-101	หลักการตลาด	3(3-0-6)
วิชาแกน	04-03-101	การบัญชีขั้นต้น	3(2-2-5)
รวม			18

## ภาคการศึกษาที่ 2

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
วิชาศึกษาทั่วไป	00-xx-xxx	กลุ่มวิชาศึกษาทั่วไป (เลือก )	3(x-x-x)
วิชาศึกษาทั่วไป	00-xx-xxx	กลุ่มวิชาศึกษาทั่วไป (เลือก)	3(x-x-x)
วิชาแกน	04-01-102	กฎหมายธุรกิจ	3(3-0-6)
วิชาแกน	04-03-103	การเงินธุรกิจ	3(3-0-6)
วิชาแกน	04-05-103	ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ	3(3-0-6)
วิชาเฉพาะด้าน	04-02-102	พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0-6)
รวม			18

## ปีการศึกษาที่ 2

## ภาคการศึกษาที่ 1

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
วิชาภาษา	00-32-xxx	กลุ่มวิชาภาษาอังกฤษเลือก	3(3-0-6)
วิชาวิทย์-คณิต	00-42-001	วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อมกับชีวิต	3(3-0-6)
วิชาแกน	04-01-104	ความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
วิชาแกน	04-04-201	การจัดการ โลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน	3(3-0-6)
วิชาเลือก	04-02-xxx	วิชาเลือก	3(x-x-x)
วิชาเลือก	04-02-xxx	วิชาเลือก	3(x-x-x)
รวม			18

## ภาคการศึกษาที่ 2

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
วิชาภาษา	00-32-xxx	กลุ่มวิชาภาษาอังกฤษเลือก	3(3-0-6)
วิชาวิทย์-คณิต	00-41-001	คณิตศาสตร์และคอมพิวเตอร์ในชีวิตประจำวัน	3(3-0-6)
วิชาแกน	04-01-103	จริยธรรมทางธุรกิจ	3(3-0-6)
วิชาแกน	04-01-105	สถิติทางธุรกิจ	3(3-0-6)
วิชาเลือก	04-02-xxx	วิชาเลือก	3(x-x-x)
วิชาเลือก	04-02-xxx	วิชาเลือก	3(x-x-x)
รวม			18

## ปีการศึกษาที่ 3

## ภาคการศึกษาที่ 1

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
วิชาแกน	04-01-310	การภาษีอากร	3(3-0-6)
วิชาเฉพาะด้าน	04-02-304	ผลิตภัณฑ์และราคา	3(3-0-6)
วิชาเฉพาะด้าน	04-02-305	นโยบายการจัดจำหน่าย	3(3-0-6)
วิชาเฉพาะด้าน	04-02-307	การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ	3(3-0-6)
วิชาเฉพาะด้าน	04-02-309	การบริหารตราสินค้า	3(3-0-6)
รวม			15

## ภาคการศึกษาที่ 2

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
วิชามนุษยศาสตร์	00-20-001	การพัฒนานุคลิกภาพ	3(3-0-6)
วิชาเฉพาะด้าน	04-02-203	การตลาดระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
วิชาเฉพาะด้าน	04-02-306	การวางแผนการตลาด	3(3-0-6)
วิชาเฉพาะด้าน	04-02-308	การวิจัยการตลาด	3(3-0-6)
วิชาเฉพาะด้าน	04-02-310	การตลาดสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	3(3-0-6)
วิชาเลือก	04-02-330	การเตรียมความพร้อมสำหรับการฝึกงาน	1(0-2-1)
รวม			16

## ภาคฤดูร้อน

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
วิชาเลือก	04-02-331	การฝึกงาน	3(0-240-0)
รวม			3

## ปีการศึกษาที่ 4

## ภาคการศึกษาที่ 1

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
วิชาภาษา	00-32-xxx	กลุ่มวิชาภาษาอังกฤษเลือก	3(3-0-6)
วิชาเลือก	04-02-429	ปัญหาพิเศษ	3(1-4-4)
วิชาเลือก	04-02-xxx	วิชาเลือก	3(x-x-x)
วิชาเลือกเสรี	xx-xx-xxx	วิชาเลือกเสรี	3(x-x-x)
วิชาเลือกเสรี	xx-xx-xxx	วิชาเลือกเสรี	3(x-x-x)
รวม			15

## ภาคการศึกษาที่ 2

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
วิชาแกน	04-01-311	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารธุรกิจ	3(3-0-6)
วิชาเฉพาะด้าน	04-02-411	กลยุทธ์การตลาด	3(3-0-6)
วิชาเฉพาะด้าน	04-02-412	สัมมนากลยุทธ์การตลาดเชิงบูรณาการ	3(2-2-5)
วิชาเฉพาะด้าน	04-02-413	การศึกษาความเป็นไปได้เพื่อโครงการการตลาด	3(2-2-5)
รวม			12

## 3.1.5 คำอธิบายรายวิชา

	<p>หมวดวิชาศึกษาทั่วไป</p> <p>กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์</p>	
00-10-001	<p>การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม</p> <p><b>Life and Social Quality Development</b></p> <p>ปรัชญาและหลักธรรมในการดำรงชีวิต การสร้างแนวความคิดและเจตคติของตนเอง ธรรมะกับการสร้างคุณภาพชีวิต บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบต่องานของตนเองและผู้อื่น การบริหารและการพัฒนาตนในการดำเนินชีวิตทางสังคม และการร่วมกิจกรรมทางสังคม เทคนิคการครองใจคนและการสร้างผลิตผลในการทำงานอย่างมีคุณภาพ</p>	3(3-0-6)
00-10-002	<p>การเมืองและการปกครองของไทย</p> <p><b>Thai Politic and Government</b></p> <p>วิวัฒนาการการปกครองของประเทศไทย สถาบันและกระบวนการทางการเมือง การปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข ได้แก่ รัฐธรรมนูญ รัฐสภา คณะรัฐมนตรี ตุลาการ พรรคการเมือง และกลุ่มผลประโยชน์ กระบวนการนิติบัญญัติ การเลือกตั้ง การบริหารราชการแผ่นดินทั้งส่วนกลาง ส่วนภูมิภาคและส่วนท้องถิ่น ตลอดจนการมีส่วนร่วมทางการเมือง</p>	3(3-0-6)
00-10-003	<p>สังคมกับเศรษฐกิจ</p> <p><b>Society and Economy</b></p> <p>ความสัมพันธ์ระหว่างสังคมกับเศรษฐกิจ วิวัฒนาการของระบบเศรษฐกิจ ความรู้พื้นฐานทางเศรษฐศาสตร์ กลไกตลาด สถาบันทางเศรษฐกิจ การพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม</p>	3(3-0-6)

- 00-10-004      **สังคมกับกฎหมาย**      3(3-0-6)  
**Society and Law**  
 ความสัมพันธ์ระหว่างกฎหมายกับกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่ใช้ควบคุมสังคมระบบ  
 กฎหมายและการจัดลำดับชั้นของกฎหมาย การจัดทำกฎหมายหลักเกณฑ์ความ  
 รับผิดชอบทางแพ่งและทางอาญาเบื้องต้น การนำกฎหมายที่เกี่ยวข้องไปใช้ใน  
 ชีวิตประจำวัน
- 00-10-005      **ชุมชน สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม**      3(3-0-6)  
**Community Society Culture and Environment**  
 วิวัฒนาการในการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์ และการอยู่ร่วมกันเป็นสังคม สภาพ  
 ทั่วไปของสังคมมนุษย์ องค์ประกอบโครงสร้างสังคม วัฒนธรรม ชุมชน และ  
 กระบวนการทางสังคม ศึกษาปัญหาและผลกระทบต่อความสัมพันธ์ของชุมชน  
 สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
- 00-20-001      **กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์**  
**การพัฒนาบุคลิกภาพ**      3(3-0-6)  
**Personality Development**  
 พื้นฐานเกี่ยวกับบุคลิกภาพ ทฤษฎีบุคลิกภาพ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อบุคลิกภาพ  
 การปรับตัว มนุษยสัมพันธ์ หลักการปรับปรุงบุคลิกภาพ ฝึกปฏิบัติเพื่อพัฒนา  
 บุคลิกภาพ
- 00-20-002      **สารสนเทศเพื่อการศึกษาขั้นกว่า**      3(3-0-6)  
**Information for Study**  
 หลักการใช้สารสนเทศ แหล่งสารสนเทศ ทรัพยากรสารสนเทศ การจัดระบบ  
 สารสนเทศ การเลือกใช้สารสนเทศ การสืบค้นและเครื่องมือช่วยค้นสารสนเทศ  
 การนำเสนอผลของการสืบค้นสารสนเทศในรูปแบบรายงานที่เป็นมาตรฐาน

00-20-003	<p><b>จิตวิทยาทั่วไป</b> <span style="float: right;">3(3-0-6)</span></p> <p><b>General Psychology</b></p> <p>ความหมายและขอบข่ายของจิตวิทยา อิทธิพลของพันธุกรรมและสิ่งแวดล้อม พัฒนาการของมนุษย์ ระบบการทำงานของร่างกายที่มีผลต่อพฤติกรรม เชาวน์ปัญญา การรับรู้ การเรียนรู้ การจูงใจ บุคลิกภาพ การปรับตัว สุขภาพจิต นำความรู้ทางจิตวิทยาไปพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์เพื่อการอยู่ร่วมกันในสังคม</p>
00-20-004	<p><b>ไทยศึกษา</b> <span style="float: right;">3(3-0-6)</span></p> <p><b>Thai Studies</b></p> <p>ความเป็นมาของชนชาติไทย สภาพสังคม เศรษฐกิจ และการปกครอง ศาสนา ประเพณีไทย ภาษาและวรรณกรรมไทย ทัศนศิลป์และหัตถกรรมไทย นาฏศิลป์ไทย ดนตรีไทย อาหารไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่น นำเสนอความหลากหลายของ ศิลปวัฒนธรรมไทยแต่ละท้องถิ่นให้เกิดความภาคภูมิใจในความเป็นไทย</p>
00-20-005	<p><b>ศาสนาเพื่อสันติสุข</b> <span style="float: right;">3(3-0-6)</span></p> <p><b>Religion for Peace</b></p> <p>ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับศาสนาสากล ประวัติ วิวัฒนาการ องค์ประกอบของศาสนา แนวความคิด ความเชื่อ หลักธรรม คำสอนที่สำคัญ กิจกรรมและหลักปฏิบัติทางศาสนาที่สามารถประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันเพื่อให้เกิดความร่วมมือในการสร้างสันติสุข</p>
00-20-006	<p><b>การจัดการความรู้</b> <span style="float: right;">3(3-0-6)</span></p> <p><b>Knowledge Management</b></p> <p>หลักการ ทฤษฎีการจัดการความรู้ ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของการจัดการความรู้ กระบวนการใช้เทคโนโลยีจัดการความรู้ การประยุกต์ใช้ การจัดการความรู้ในการทำงานระดับบุคคลและองค์กร</p>



- 00-20-007                      **นันทนาการในชีวิตประจำวัน**                      3(2-2-5)  
**Recreation in Daily Life**  
 ความหมาย ลักษณะและขอบข่ายของนันทนาการ ความสำคัญของนันทนาการ  
 กับคุณภาพชีวิต หลักการเลือกกิจกรรมนันทนาการในชีวิตประจำวันฝึกปฏิบัติ  
 กิจกรรมนันทนาการให้เหมาะสมกับการพัฒนาร่างกาย จิตใจ อารมณ์และสังคม
- 00-31-001                      **กลุ่มวิชาภาษา**  
**การใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร**                      3(3-0-6)  
**Thai for Communication**  
 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสาร ความสำคัญและลักษณะของภาษาไทย ศิลปะ  
 การใช้ภาษาในการสื่อสาร จริยธรรมการใช้ภาษาในการสื่อสาร ทักษะการสื่อสาร  
 ด้านการฟัง การอ่าน การพูด และการเขียนในชีวิตประจำวันและงานอาชีพ
- 00-31-002                      **วรรณคดีไทยนิยม**                      3(3-0-6)  
**Thai Literature Appreciation**  
 ความหมาย ประวัติ คุณค่าของวรรณคดีไทย วรรณศิลป์และสุนทรียภาพทาง  
 ภาษา อิทธิพลของวรรณคดีที่มีต่อศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิตไทย ความซาบซึ้ง  
 ในวรรณคดีไทย วรรคทองของวรรณคดีไทย วิเคราะห์คุณค่าของวรรณคดี  
 ไทยที่มีต่อการดำรงชีวิตในปัจจุบัน
- 00-31-003                      **ศิลปะการพูดในชีวิตประจำวัน**                      3(3-0-6)  
**Art of Speaking in Daily Life**  
 หลักการและกลวิธีในการพูดเพื่อการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ประเภทของการ  
 พูด การเตรียมตัว และเตรียมเนื้อหาสำหรับการพูด ศิลปะการสร้างความสำเร็จใน  
 การพูด จริยธรรมในการพูด ฝึกทักษะการพูดที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน

- 00-31-004                      การฟังและการอ่านเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต                      3(3-0-6)  
**Listening and Reading for Life Quality Development**  
 หลักการฟังและการอ่าน การสร้างนิสัยที่ดีในการฟังและการอ่าน การฟังจับใจความ การฟังวิเคราะห์ความ การอ่านจับใจความ การอ่านตีความ การอ่านเพื่อวิเคราะห์และประเมินค่า การอ่านข่าวและโฆษณา ฝึกทักษะการฟังและการอ่านเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต
- 00-31-005                      การเขียนเพื่อการสื่อสาร                      3(3-0-6)  
**Writing for Communication**  
 หลักการและกลวิธีในการเขียน การเลือกใช้คำ การเรียบเรียงประโยค ประเภทสำนวนโวหาร ลักษณะของภาษาเขียน ฝึกทักษะการเขียนย่อหน้า การเขียนเรียงความ การเขียนบทความ และการเขียนที่จำเป็นในการสื่อสารในชีวิตประจำวัน
- 00-31-006                      วรรณกรรมไทยร่วมสมัยกับสังคมไทยปัจจุบัน                      3(3-0-6)  
**Contemporary Thai Literature and Thai Society**  
 ความสัมพันธ์ของวรรณกรรมกับสภาพสังคมปัจจุบัน การสร้างสรรค์วรรณกรรมปรัชญา แนวคิด ค่านิยม สภาพสังคมที่ปรากฏในวรรณกรรมสมัยใหม่ คุณค่าของวรรณกรรมต่อการดำรงชีวิตในปัจจุบัน ฝึกวิจารณ์วรรณกรรมจากสื่อต่างๆ
- 00-32-001                      ภาษาอังกฤษเพื่อทักษะการเรียนรู้                      3(3-0-6)  
**English for Study Skills**  
 การใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการพัฒนาทักษะ การฟัง การพูด การอ่านและการเขียน ฝึกใช้กลวิธีที่เหมาะสมเพื่อเป็นเครื่องมือในการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม

00-32-002	ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน	3(3-0-6)
	<b>English in Daily Life</b>	
	การใช้ภาษาอังกฤษในการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน เพื่อการสื่อสารตามสถานการณ์ต่างๆในชีวิตประจำวัน ฝึกทักษะการฟัง พูด อ่าน และเขียน ภาษาอังกฤษ การเลือกใช้คำศัพท์ สำนวน และโครงสร้างภาษาที่เหมาะสม	
00-32-003	การอ่านภาษาอังกฤษ	3(3-0-6)
	<b>English Reading</b>	
	คำศัพท์และโครงสร้างภาษาอังกฤษ กลวิธีการอ่าน พัฒนาทักษะการอ่าน งานเขียนประเภทต่าง ๆ อ่านจับใจความสำคัญ และรายละเอียด	
00-32-004	สนทนาภาษาอังกฤษ	3(3-0-6)
	<b>English Conversation</b>	
	ศัพท์และสำนวนการสนทนาภาษาอังกฤษตามสถานการณ์ต่างๆ วัฒนธรรม การสนทนาภาษาอังกฤษ พัฒนาทักษะการสนทนาตามสถานการณ์ต่าง ๆ	
00-32-005	การเขียนภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน	3(3-0-6)
	<b>English Writing in Daily Life</b>	
	คำศัพท์ สำนวน กระบวนการเขียนภาษาอังกฤษ การเขียนในรูปแบบต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน พัฒนาทักษะการเขียนในรูปแบบต่าง ๆ	
00-32-006	ทักษะสัมพันธ์ทางภาษาอังกฤษ	3(3-0-6)
	<b>Interactive English Skills</b>	
	กระบวนการความสัมพันธ์ของการฟัง พูด อ่าน เขียน การถ่ายทอดข้อความจากการฟัง พูด อ่าน เขียน ฝึกทักษะสัมพันธ์ของการสื่อสารภาษาอังกฤษในรูปแบบ ที่แตกต่าง	

- 00-33-001                      ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร                      3(3-0-6)  
**Chinese for Communication**  
 โครงสร้าง และตัวอักษรภาษาจีน การเขียนอักษรจีนตามลำดับขีด (bishun) การออกเสียง ระบบสัทอักษร ฟัง พูด คำศัพท์ วลี และประโยคที่ใช้สนทนาในชีวิตประจำวัน
- 00-33-002                      ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสาร                      3(3-0-6)  
**Japanese for Communication**  
 หลักพื้นฐานของภาษาญี่ปุ่น การออกเสียง คำศัพท์ วลี ประโยคและสำนวนที่ใช้สนทนาในชีวิตประจำวัน พัฒนาทักษะการฟัง การพูดภาษาญี่ปุ่น
- 00-33-003                      ภาษาเกาหลีเพื่อการสื่อสาร                      3(3-0-6)  
**Korean for Communication**  
 หลักพื้นฐานของภาษาเกาหลี การออกเสียง คำศัพท์ วลี ประโยคและสำนวนที่ใช้สนทนาในชีวิตประจำวัน พัฒนาทักษะการฟัง การพูดภาษาเกาหลี
- 00-33-004                      ภาษาเยอรมันเพื่อการสื่อสาร                      3(3-0-6)  
**German for Communication**  
 หลักไวยากรณ์เยอรมันขั้นพื้นฐาน พัฒนาการอ่าน การฟัง การพูดภาษาเยอรมันเพื่อการสื่อสาร
- 00-33-005                      ภาษารัสเซียเพื่อการสื่อสาร                      3(3-0-6)  
**Russian for Communication**  
 หลักไวยากรณ์รัสเซียขั้นพื้นฐาน พัฒนาการอ่าน การฟัง การพูดภาษารัสเซียเพื่อการสื่อสาร

00-41-001	<p>กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์กับคณิตศาสตร์</p> <p>คณิตศาสตร์และคอมพิวเตอร์ในชีวิตประจำวัน</p>	3(3-0-6)
	<p><b>Mathematics and Computer in Daily Life</b></p> <p>คณิตศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิต การให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์เพื่อวิเคราะห์ข้อสนเทศประกอบการตัดสินใจในชีวิตประจำวัน การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล</p>	
00-42-001	<p>วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อมกับชีวิต</p>	3(3-0-6)
	<p><b>Science Technology and Environment for Life</b></p> <p>แนวคิดทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ความสัมพันธ์ระหว่างวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีผลกระทบของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในการดำรงชีวิต</p>	
00-42-002	<p>มหัศจรรย์แห่งบัว</p>	3(3-0-6)
	<p><b>Amazing Waterlily and Lotus</b></p> <p>ความหมายและความมหัศจรรย์ของบัว ปรัชญาของบัวในศาสนาและลัทธิต่าง ๆ ความสัมพันธ์ของบัวในทางศิลปะ วรรณกรรม และสถาปัตยกรรม สร้างสรรค์ชิ้นงานจากความซาบซึ้งในความงามและความมหัศจรรย์ของบัว</p>	
00-42-003	<p>ธรรมชาติของสรรพสิ่ง</p>	3(3-0-6)
	<p><b>Nature of the Whole</b></p> <p>การเรียนรู้ที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากภายใน ปัจจัยที่รู้เห็นธรรมชาติตามความเป็นจริง การคิดอย่างเป็นกลางและเชื่อมโยงแนวทางศึกษาจิตสมัยใหม่ สติปัญญาที่สมองคอมพิวเตอร์ กำเนิดของจักรวาล การสูญพันธุ์ของสิ่งมีชีวิต ความหลากหลายทางชีวภาพ สรรพชีวิตสัมพันธ์ บูรณาการระหว่างศาสนากับวิทยาศาสตร์</p>	

00-42-004	คุณค่าของสัตว์เลี้ยง	3(3-0-6)
	<b>Pet Value</b>	
	ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสัตว์เลี้ยง คุณค่าของสัตว์เลี้ยง ปัจจัยและสิ่งแวดล้อมที่ทำให้เกิดพฤติกรรมของสัตว์เลี้ยง โรคของสัตว์เลี้ยงสู่คน เลี้ยงเลี้ยงและดูแลสัตว์เลี้ยงให้เหมาะสม	
00-43-001	การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ	3(2-2-5)
	<b>Exercise for Health</b>	
	ความจำเป็นของการออกกำลังกายในปัจจุบัน องค์ประกอบของสมรรถภาพทางกาย การทดสอบและการเสริมสร้างสมรรถภาพทางกายที่สัมพันธ์กับสุขภาพ หลักการออกกำลังกาย ฝึกปฏิบัติ กิจกรรมการออกกำลังกาย หรือชนิดกีฬาให้เหมาะสมกับตนเองเพื่อสุขภาพ	
00-43-002	วิทยาศาสตร์การกีฬาเพื่อการออกกำลังกาย	3(2-2-5)
	<b>Sport Sciences for Exercise</b>	
	ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์การกีฬา สรีรวิทยาของการออกกำลังกาย การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ โภชนาการการกีฬา การบาดเจ็บจากกีฬาและการปฐมพยาบาลเบื้องต้น การสร้างโปรแกรมการออกกำลังกาย ฝึกปฏิบัติกิจกรรมการออกกำลังกาย และเล่นกีฬาตามโปรแกรมการออกกำลังกายที่เหมาะสมกับตนเอง	
02-10-101	หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาแกน หลักเศรษฐศาสตร์	3(3-0-6)
	<b>Principles of Economics</b>	
	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิชาเศรษฐศาสตร์ อุปสงค์และอุปทาน ความยืดหยุ่น ต้นทุนการผลิต รายรับและกำไร โครงสร้างของตลาด รายได้ประชาชาติ การเงินการธนาคารและนโยบายการเงิน นโยบายการคลัง การค้าและการเงินระหว่างประเทศ การพัฒนาเศรษฐกิจ การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ	



04-01-105	สถิติทางธุรกิจ	3(3-0-6)
	<b>Business Statistics</b>	
	ระเบียบวิธีสถิติและวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น ตัวแปรสุ่ม การแจกแจง การวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง ความน่าจะเป็นของตัวแปรสุ่ม การประมาณค่า และการทดสอบสมมติฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวน การทดสอบไคสแควร์ การวิเคราะห์การถดถอยและสหสัมพันธ์ การวิเคราะห์อนุกรมเวลา การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ การประยุกต์ใช้สถิติพื้นฐานทางธุรกิจ	
04-01-310	การภาษีอากร	3(3-0-6)
	<b>Taxation</b>	
	หลักการและทฤษฎีภาษีอากร นโยบายและวิธีการปฏิบัติ ส่วนประกอบภาษีอากร ปัญหาภาษีอากรที่เกิดขึ้นภายในประเทศ วิธีแก้ไข วิธีการจัดเก็บตามประมวลรัษฎากร ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ อากรแสตมป์ ภาษีศุลกากร ภาษีสรรพสามิต ภาษีป้าย ภาษีโรงเรือนและที่ดิน ภาษีบำรุงท้องที่ ภาษีเฉพาะอย่างอื่น	
04-01-311	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารธุรกิจ	3(3-0-6)
	<b>English for Business Communication</b>	
	การเขียนและการพูดเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ การเขียนจดหมายติดต่อ รายงานการประชุม การกรอกแบบฟอร์มและเอกสารต่าง ๆ คำศัพท์ในวงธุรกิจ กระบวนการในการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารในบริบทเชิงธุรกิจ บทบาทในการสื่อสารในวัฒนธรรมอื่นๆ	
04-02-101	หลักการตลาด	3(3-0-6)
	<b>Principles of Marketing</b>	
	บทบาทและความสำคัญของการตลาดที่มีต่อสังคม เศรษฐกิจ พัฒนาการของแนวความคิด การตลาด กิจกรรมและหน้าที่ต่าง ๆ ทางการตลาด ลักษณะและพฤติกรรมผู้บริโภคแต่ละตลาด ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดส่วนประสมการตลาด กลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมสำหรับแต่ละส่วนประสม การประยุกต์	



เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในกิจกรรมการตลาด จริยธรรมการตลาด ความรับผิดชอบต่อสังคม

- |           |   |
|-----------|---|
| 04-03-101 | <p><b>การบัญชีขั้นต้น</b> <span style="float: right;">3(2-2-5)</span></p> <p><b>Introduction to Accounting</b></p> <p>ความหมาย วัตถุประสงค์ และประโยชน์ของข้อมูลทางการบัญชี กรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงิน หลักการและวิธีการบันทึกบัญชีตามหลักบัญชีคู่ การบันทึกรายการในสมุดรายวันทั่วไป การผ่านรายการไปบัญชีแยกประเภททั่วไป การปรับปรุงและปิดบัญชีเมื่อสิ้นงวด การจัดทำงบทดลอง กระจายทำการงบการเงินของกิจการให้บริการและกิจการซื้อขายไป ระบบเงินสดย่อย ระบบใบสำคัญ</p>  |
| 04-03-103 | <p><b>การเงินธุรกิจ</b> <span style="float: right;">3(3-0-6)</span></p> <p><b>Business Finance</b></p> <p>วิชาบังคับก่อน: 04-03-101 การบัญชีขั้นต้น</p> <p>ความหมายและความสำคัญของการเงินธุรกิจ หน้าที่ของฝ่ายการเงิน รูปแบบขององค์กรธุรกิจและการภาษี การวิเคราะห์ การพยากรณ์ และการควบคุมทางการเงิน การบริหารเงินทุนหมุนเวียน การจัดสรรเงินทุนไปลงทุนในสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน โครงสร้างเงินทุนและต้นทุนของเงินทุน เครื่องมือทางการเงิน การเงินระหว่างประเทศ ตลาดการเงิน ตลาดทุนในประเทศและต่างประเทศ วิธีการจัดหาเงินทุนของธุรกิจ</p> |
| 04-04-201 | <p><b>การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน</b> <span style="float: right;">3(3-0-6)</span></p> <p><b>Logistics and Supply Chain Management</b></p> <p>หลักการของระบบโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน ความหมาย ขอบเขต บทบาทและความสำคัญที่มีต่อภาคธุรกิจและการพัฒนาประเทศ กิจกรรมโลจิสติกส์ โครงสร้างธุรกิจห่วงโซ่อุปทาน การวางแผนและควบคุม เทคโนโลยีด้านโลจิสติกส์ ธุรกิจบริการ ด้านโลจิสติกส์ การประยุกต์ใช้และบูรณาการทางธุรกิจ</p>  |

04-05-103	<p><b>ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ</b> <span style="float: right;"><b>3(3-0-6)</b></span></p> <p><b>Business Information Systems</b></p> <p>ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบสารสนเทศ บทบาทและองค์ประกอบของสารสนเทศในองค์การ รูปแบบและโครงสร้างระบบสารสนเทศ ระบบสารสนเทศย่อยทางธุรกิจ การเข้าถึงและการประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหาร การสื่อสารข้อมูลในระบบสารสนเทศทั้งภายในองค์การและระหว่างองค์การด้วยระบบอินเทอร์เน็ตและอินทราเน็ต การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในงานธุรกิจ</p>
04-02-102	<p><b>กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน</b></p> <p><b>พฤติกรรมผู้บริโภค</b> <span style="float: right;"><b>3(3-0-6)</b></span></p> <p><b>Consumer Behavior</b></p> <p>วิชาบังคับก่อน: 04-02-101 หลักการตลาด</p> <p>ความหมายและความสำคัญของการทำความเข้าใจผู้บริโภคเชิงลึก แรงจูงใจ การรับรู้ บุคลิกภาพ ทักษะคติ การวิเคราะห์ด้านปัจเจกบุคคล จิตวิทยามวลชน วัฒนธรรมและสังคม มุมเหตุจูงใจที่กำหนดพฤติกรรมผู้บริโภค การประยุกต์ใช้และการบูรณาการทางการตลาด</p>
04-02-203	<p><b>การตลาดระหว่างประเทศ</b> <span style="float: right;"><b>3(3-0-6)</b></span></p> <p><b>International Marketing</b></p> <p>วิชาบังคับก่อน: 04-02-101 หลักการตลาด</p> <p>บทบาทและความสำคัญ ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ สภาพแวดล้อมและสถาบันที่สำคัญของตลาดโลก การแบ่งส่วนทางการตลาด กลุ่มเป้าหมาย ตำแหน่งทางการตลาด วัฒนธรรมและพฤติกรรมของผู้บริโภค กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดระหว่างประเทศ</p>

04-02-304	ผลิตภัณฑ์และราคา	3(3-0-6)
	<b>Product and Price</b>	
	วิชาบังคับก่อน: 04-02-101 หลักการตลาด	
	บทบาทของผลิตภัณฑ์และราคา การวางแผนกลยุทธ์และบริหารผลิตภัณฑ์ การพัฒนาตลาดเป้าหมาย การตัดสินใจเกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ การพัฒนากลยุทธ์สำหรับวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ บรรจุภัณฑ์ การวางแผนราคาและบริหารราคา การกำหนดราคาในสถานการณ์ การกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์และราคา จริยธรรมทางการตลาด	
04-02-305	นโยบายการจัดจำหน่าย	3(3-0-6)
	<b>Distribution Policy</b>	
	วิชาบังคับก่อน: 04-02-101 หลักการตลาด	
	ระบบการจัดจำหน่าย รูปแบบและลักษณะของสถาบันการตลาด การวางแผนพัฒนาช่องทางการจำหน่าย การกระจายสินค้า เทคโนโลยีช่องทางการจำหน่ายสมัยใหม่ การควบคุมและการประเมินผลของช่องทางการจำหน่าย กลยุทธ์ในช่องทางการจัดจำหน่าย การแก้ปัญหาด้วยกรณีศึกษา	
04-02-306	การวางแผนการตลาด	3(3-0-6)
	<b>Marketing Planning</b>	
	วิชาบังคับก่อน: 04-02-101 หลักการตลาด	
	แนวความคิดในการวางแผนการตลาด การวิเคราะห์ปัญหาและโอกาสทางการตลาด องค์ประกอบของแผนการตลาด การพัฒนาตลาดเป้าหมาย การวางแผนควบคุมและประเมินผลทางการตลาด การพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด การประยุกต์ใช้และบูรณาการทางการตลาด	

- 04-02-307                    การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ                    3(3-0-6)
- Integrated Marketing Communication**
- วิชาบังคับก่อน: 04-02-101 หลักการตลาด
- หลักการ และแนวทางในการวางแผนสื่อสารทางการตลาด การบูรณาการกิจกรรมส่งเสริมการตลาด การใช้งบประมาณ การควบคุมและการประเมินผลให้สอดคล้องกับส่วนประสมทางการตลาดด้านอื่นๆ กฎหมายและจรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาด
- 04-02-308                    การวิจัยการตลาด                    3(2-2-5)
- Marketing Research**
- วิชาบังคับก่อน: 04-01-105 สถิติทางธุรกิจ และ  
04-02-101 หลักการตลาด
- บทบาทและความสำคัญของการวิจัยการตลาดในการตัดสินใจทางธุรกิจ กระบวนการวิจัยการตลาด การกำหนดข้อเสนอโครงการวิจัย การกำหนดงบประมาณและการบริหารโครงการวิจัย เทคนิคการวิจัย วิธีการสุ่มตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูลและประมวลผลด้วยเทคนิคทางสถิติ การปฏิบัติงานโครงการวิจัยที่เป็นไปตามหลักกระบวนการวิจัย การนำไปประยุกต์ใช้
- 04-02-309                    การบริหารตราสินค้า                    3(3-0-6)
- Brand Management**
- วิชาบังคับก่อน: 04-02-101 หลักการตลาด
- บทบาทและความสำคัญ โครงสร้างของตราสินค้า คุณสมบัติของตราสินค้า การสร้างและแก้ไขตราสินค้าให้มีความเข้มแข็ง การวางกลยุทธ์การสร้างตราสินค้า การบริหารจัดการคุณค่าและเอกลักษณ์ตราสินค้า การสื่อสารและบูรณาการตราสินค้ากับส่วนประสมทางการตลาด การประเมินคุณค่าตราสินค้า

- 04-02-310                      การตลาดสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม                      3(3-0-6)  
**Marketing for Small and Medium Enterprises**  
 วิชาบังคับก่อน: 04-02-101 หลักการตลาด  
 บทบาท แนวคิด และขอบเขตเกี่ยวกับการตลาดขนาดกลางและขนาดย่อม  
 วิเคราะห์สถานการณ์ สภาพแวดล้อมทางการตลาด การบริหารงานและปัญหาที่  
 เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รูปแบบองค์การธุรกิจ  
 การวางแผนการดำเนินงานและกลยุทธ์ การจัดหาเงินทุน การจัดทำแผนธุรกิจ การ  
 สร้างโอกาสทางการแข่งขันทางการตลาดสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- 04-02-411                      กลยุทธ์การตลาด                      3(3-0-6)  
**Marketing Strategies**  
 วิชาบังคับก่อน: 04-02-101 หลักการตลาด  
 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกธุรกิจ การเลือกตลาดเป้าหมาย  
 การวางแผนกลยุทธ์การตลาดและการจัดทำแผนการตลาด การเลือกกลยุทธ์ให้  
 เหมาะสมกับตลาดในภาวะต่างๆ ของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์แต่ละชั้น การพัฒนา  
 กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสม
- 04-02-412                      สัมมนากลยุทธ์การตลาดเชิงบูรณาการ                      3(2-2-5)  
**Seminar in Integrated Marketing Strategies**  
 วิชาบังคับก่อน: 04-02-101 หลักการตลาด  
 การวิเคราะห์ประเด็นปัญหาจากกรณีศึกษาทางการตลาดที่ทันสมัย การอภิปราย  
 และนำเสนอรายงาน การบูรณาการองค์ประกอบสำคัญทางการตลาดและปัญหา  
 ประเด็นสำคัญของการจัดการด้านการตลาดในปัจจุบัน ปัจจัยที่ทำให้ประสบ  
 ความสำเร็จและความล้มเหลวในการดำเนินงานด้านการตลาดด้วยกลยุทธ์ทาง  
 การตลาด

- 04-02-413                      การศึกษาความเป็นไปได้เพื่อโครงการการตลาด                      3(2-2-5)  
**Feasibility Study for Marketing Projects**  
 วิชาบังคับก่อน: 04-02-101 หลักการตลาด  
 แนวคิดและวิธีในการสร้างและพัฒนาธุรกิจ เทคนิคการพยากรณ์ด้านการตลาด และการเงิน การวิจัยตลาดเพื่อค้นหาโอกาสทางธุรกิจ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยสิ่งแวดล้อมทั้งระดับจุลภาคและมหภาค
- 04-02-114                      **กลุ่มวิชาเลือก**  
 การค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ                      3(3-0-6)  
**International Trading and Investment**  
 วิชาบังคับก่อน: 04-01-104 ความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจระหว่างประเทศ  
 แนวคิดและทฤษฎีการค้า นโยบายและมาตรการ กฎหมายทางการค้าระหว่างประเทศ องค์การทางเศรษฐกิจและรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ การลงทุนระหว่างประเทศ ตลาดเงินตราต่างประเทศ ดุลการค้า ดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ ระบบอัตราแลกเปลี่ยนและระบบการเงินระหว่างประเทศ กรณีศึกษาเกี่ยวกับการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ
- 04-02-215                      ดิจิทัลและนวัตกรรมทางการตลาด                      3(2-2-5)  
**Digital and Innovation Marketing**  
 วิชาบังคับก่อน: 04-02-101 หลักการตลาด  
 บทบาทและความสำคัญของดิจิทัลและนวัตกรรมทางการตลาดในบริบทสมัยใหม่ การเลือกใช้เครื่องมือของสื่อดิจิทัล การนำนวัตกรรมทางการตลาดมาประยุกต์ใช้ เครื่องมือทางการตลาด โอกาสและอุปสรรคที่เกิดขึ้น ผลกระทบของดิจิทัลและนวัตกรรมทางการตลาดต่อธุรกิจ

- 04-02-216                      การบริหารการขายและศิลปะการขาย                      3(3-0-6)  
**Sales Management and Salesmanship**  
 วิชาบังคับก่อน: 04-02-101 หลักการตลาด  
 ความสำคัญของการบริหารการขาย บทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบของการบริหาร การจัดองค์การการขาย กระบวนการบริหารการขาย การวางแผนการขาย การสรรหาและคัดเลือกพนักงานขาย การฝึกอบรม ค่าตอบแทนและการจูงใจ ต้นทุนและงบประมาณการขาย การแบ่งเขตการขาย การกำหนดโควตาการขาย การประเมินผลและการควบคุม จรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการขาย
- 04-02-217                      การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ                      3(3-0-6)  
**Service Marketing**  
 วิชาบังคับก่อน: 04-02-101 หลักการตลาด  
 ลักษณะของการตลาดบริการ ความแตกต่างระหว่างตลาดสินค้าและตลาดบริการ พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อการบริการ การใช้ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับบริการ คุณภาพและความพึงพอใจของลูกค้า การสร้างความภักดีที่มีต่อการให้บริการขององค์กร
- 04-02-218                      การจัดการตลาดข้ามวัฒนธรรม                      3(2-2-5)  
**Cross Cultural Marketing Management**  
 วิชาบังคับก่อน: 04-02-101 หลักการตลาด  
 แนวคิด ทฤษฎี การบริหารการตลาดวัฒนธรรมข้ามชาติ ความเชื่อ ความคิด และทัศนคติ การติดต่อสื่อสารข้ามวัฒนธรรม การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดในสภาพแวดล้อมทางด้านวัฒนธรรมที่แตกต่าง วิเคราะห์กรณีศึกษา ฝึกปฏิบัติ แผนการตลาดหรือวิจัยด้านตลาดข้ามวัฒนธรรม

- 04-02-219                      การจัดการธุรกิจนำเข้าและส่งออก                      3(2-2-5)  
**Export-Import Business Management**  
 วิชาบังคับก่อน: 04-02-101 หลักการตลาด  
 ระเบียบ พิธีการนำเข้าและส่งออก ขั้นตอนการซื้อขาย เอกสารทางธุรกิจนำเข้าและส่งออก ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าส่งออก การคิดคำนวณต้นทุนและการตั้งราคาสินค้า การขนส่งเพื่อนำเข้าและส่งออก ขั้นตอนพิธีการต่าง ๆ ในการชำระเงินสินเชื่อในการนำเข้าและส่งออก กฎ ระเบียบ ข้อบังคับในการดำเนินการด้านพิธีศุลกากร การฝึกปฏิบัติการจัดเตรียมเอกสาร
- 04-02-220                      การวิเคราะห์การตลาดเชิงปริมาณ                      3(3-0-6)  
**Quantitative Marketing Analysis**  
 วิชาบังคับก่อน: 04-02-101 หลักการตลาด  
 หลักเกณฑ์และทฤษฎีเชิงปริมาณเกี่ยวกับการตัดสินใจ โดยใช้วิธีเชิงปริมาณนั้นมา กำหนดราคาตัดสินใจเกี่ยวกับกำไร การควบคุมคุณภาพ การควบคุมต้นทุน การควบคุมการผลิต การบริหารสินเชื่อ การวิเคราะห์และประเมินผลข้อมูลทางการตลาด
- 04-02-221                      การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม                      3(3-0-6)  
**Social Marketing and Environment**  
 วิชาบังคับก่อน: 04-02-101 หลักการตลาด  
 วิชาการแนวคิดทางการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม ผลกระทบที่เกิดขึ้นในโลกปัจจุบัน จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม การวางแผนการตลาดและการมีส่วนร่วมประสมทางการตลาดให้สอดคล้องกับปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม



- 04-02-322                      การตลาดอาเซียน    3(2-2-5)
- ASEAN Marketing**
- วิชาบังคับก่อน: 04-02-101 หลักการตลาด
- แนวคิดการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของอาเซียน การวิเคราะห์จากสภาพแวดล้อมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด การวางแผน การควบคุมและการดำเนินงานของธุรกิจ ในอาเซียน ฝึกปฏิบัติแผนทางการตลาดอาเซียน
- 
- 04-02-323                      การตลาดกีฬา    3(2-2-5)
- Sport Marketing**
- วิชาบังคับก่อน: 04-02-101 หลักการตลาด
- หลักการ แนวคิด วิวัฒนาการของตลาดกีฬา สภาพแวดล้อมการตลาด การบริหารตลาด โดยใช้กีฬาเป็นการสื่อเข้าถึงผู้บริโภค พฤติกรรมผู้บริโภค การกำหนดลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดกีฬา
- 
- 04-02-424                      การวางแผนการประชาสัมพันธ์และกิจกรรมการตลาด    3(2-2-5)
- Public Relations and Event Marketing Planning**
- วิชาบังคับก่อน: 04-02-101 หลักการตลาด
- บทบาทและความสำคัญ กระบวนการ ขั้นตอน ปัจจัยในการวางแผนการประชาสัมพันธ์และกิจกรรมการตลาด เทคนิคการสื่อสาร โครงการรณรงค์เพื่อประชาสัมพันธ์ วิธีการและรูปแบบการจัดกิจกรรมการตลาด การวางแผนกลยุทธ์ และการใช้เครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมทางการตลาดที่เหมาะสมในแต่ละสถานการณ์ทางการตลาด

- 04-02-425                      การวางแผนการตลาดทางตรงและการส่งเสริมการขาย                      3(2-2-5)  
**Direct Marketing and Sales Promotion Planning**  
 วิชาบังคับก่อน: 04-02-101 หลักการตลาด  
 บทบาท ความสำคัญของตลาดทางตรงและการส่งเสริมการขาย สภาพแวดล้อมทางการตลาด วิธีการ รูปแบบการตลาดทางตรงและการส่งเสริมการขาย การวางแผนกลยุทธ์ การใช้เครื่องมือการตลาดทางตรงและการส่งเสริมการขาย
- 04-02-426                      การเจรจาต่อรองทางการตลาดระหว่างประเทศ                      3(2-2-5)  
**International Business Negotiations**  
 วิชาบังคับก่อน: 04-02-101 หลักการตลาด  
 ทฤษฎีและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการเจรจาต่อรองการค้า การสร้างทีมสำหรับการเจรจาต่อรองการค้า การพัฒนากลยุทธ์การเจรจาต่อรอง ระบบยุติกรณีพิพาททางการค้า การพัฒนาให้เกิดความเข้าใจการบริหารวัฒนธรรมข้ามชาติ การเจรจาข้ามวัฒนธรรม การพิจารณาและการใช้ทฤษฎีกลยุทธ์การเจรจาต่อรอง การตัดสินใจ การใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการเจรจาต่อรองการตลาดระหว่างประเทศ
- 04-02-427                      การตลาดชุมชน                      3(2-2-5)  
**Community Marketing**  
 วิชาบังคับก่อน: 04-02-101 หลักการตลาด  
 แนวทางการพัฒนาสินค้าชุมชน การเพิ่มมูลค่าให้กับภูมิปัญญาพื้นบ้าน การสร้างกลยุทธ์การตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน การพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การวางแผนช่องทางการจัดจำหน่าย การสื่อสารการตลาดสินค้าชุมชน เพื่อพัฒนา สินค้าชุมชนอย่างยั่งยืน

- 04-02-428      การจัดการอุตสาหกรรมไมซ์      3(2-2-5)  
**Meeting Incentives Covention Exhibition (MICE) Industrial Management**  
วิชาบังคับก่อน: 04-02-101 หลักการตลาด  
ความหมาย ลักษณะ แนวคิดไมซ์ ความสำคัญของการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อ  
เป็นรางวัล การประชุมนานาชาติ งานแสดงสินค้านานาชาติ ปัจจัยในการเลือก  
ไมซ์ ขั้นตอนการทำงานของแต่ละองค์ประกอบ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม  
กลยุทธ์ทางการตลาดและการประเมินผลของธุรกิจไมซ์ แนวโน้มและการพัฒนา  
ธุรกิจไมซ์ ปัญหาทางการตลาดและการแก้ไข
- 04-02-429      ปัญหาพิเศษ      3(1-4-4)  
**Special Problems**  
วิชาบังคับก่อน: 04-02-331 การฝึกงาน  
การกำหนดประเด็นปัญหา วิเคราะห์สาเหตุของปัญหา ค้นคว้าข้อมูลโดยนำ  
หลักการทางระเบียบวิธีวิจัยตามหลักทฤษฎี และนำเสนอในรูปแบบที่เหมาะสม
- 04-02-330      การเตรียมความพร้อมสำหรับการฝึกงาน      1(0-2-1)  
**Preparation for Job Training**  
กระบวนการและระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับการฝึกงาน การเตรียมตัวเพื่อการ  
ฝึกงานในสถานประกอบการ เริ่มตั้งแต่การเลือกสถานประกอบการที่เหมาะสม  
การเขียนจดหมายสมัครงานและเทคนิคการสัมภาษณ์งาน การพัฒนาบุคลิกภาพ  
มารยาททางสังคม จริยธรรมวิชาชีพ ทักษะพื้นฐานสำหรับผู้ปฏิบัติงาน การเก็บ  
รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล อธิบายและสรุปผลการศึกษา โดยสามารถเขียน  
และนำเสนอผลงานได้ การเรียนรู้วัฒนธรรมองค์กรของสถานประกอบการ  
หมายเหตุ การประเมินผลนักศึกษาให้คำระดับคะแนนเป็น  
พ.จ. หรือ S - พอใจ (Satisfactory) และ  
ม.จ. หรือ U - ไม่พอใจ (Unsatisfactory)

04-02-331

การฝึกงาน

3(0-240-0)

**Job Training**

วิชาบังคับก่อน: 04-02-330 การเตรียมความพร้อมสำหรับการฝึกงาน

การฝึกปฏิบัติงานตามสาขาวิชาชีพในสถานประกอบการ นักศึกษาต้องเข้าฝึกปฏิบัติงาน ในสถานประกอบการนั้น โดยมีพนักงานที่ปรึกษาที่สถานประกอบการมอบหมายให้ทำหน้าที่ดูแลรับผิดชอบการฝึกปฏิบัติงานของนักศึกษา มีการกำหนดลักษณะงาน แผนการปฏิบัติงานให้นักศึกษา นักศึกษาต้องผ่านการประเมินผลจากสถานประกอบการ และอาจารย์ที่ปรึกษาการฝึกงาน หลังเสร็จสิ้นการฝึกปฏิบัติงาน

- หมายเหตุ 1. ระยะเวลาการฝึกปฏิบัติงานไม่น้อยกว่า 240 ชั่วโมง  
2. การประเมินผลนักศึกษาให้คำระดับคะแนนเป็น  
พ.จ. หรือ S - พอใจ (Satisfactory) และ  
ม.จ. หรือ U - ไม่พอใจ (Unsatisfactory)

04-02-432

การเตรียมความพร้อมสำหรับสหกิจศึกษา

1(0-2-1)

**Preparation for Co-operative Education**

กระบวนการและระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับสหกิจศึกษา การเตรียมตัวเพื่อการสหกิจศึกษาในสถานประกอบการ เริ่มตั้งแต่การเลือกสถานประกอบการที่เหมาะสม การเขียนจดหมายสมัครงานและเทคนิคการสัมภาษณ์งาน การพัฒนาบุคลิกภาพ มารยาททางสังคม จริยธรรมวิชาชีพ ทักษะพื้นฐานสำหรับผู้ปฏิบัติงาน การเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล อธิบายและสรุปผลการศึกษา โดยสามารถเขียนและนำเสนอผลงานได้ การเรียนรู้วัฒนธรรมองค์กรของสถานประกอบการ

- หมายเหตุ การประเมินผลนักศึกษาให้คำระดับคะแนนเป็น  
พ.จ. หรือ S - พอใจ (Satisfactory) และ  
ม.จ. หรือ U - ไม่พอใจ (Unsatisfactory)

04-02-433

สหกิจศึกษา

6(0-40-0)

**Co-operative Education****วิชาบังคับก่อน:** 04-02-432 การเตรียมความพร้อมสำหรับสหกิจศึกษา

การปฏิบัติงานด้านการบริหารธุรกิจในสถานประกอบการ โดยมีการวางแผนร่วมกันระหว่างมหาวิทยาลัยและสถานประกอบการ นักศึกษาจะต้องปฏิบัติงานเต็มเวลาเสมือนเป็นพนักงานของหน่วยงานนั้น โดยมีพนักงานที่ปรึกษาที่สถานประกอบการมอบหมายให้ทำหน้าที่ดูแลรับผิดชอบการปฏิบัติงานของนักศึกษา มีการกำหนดลักษณะงาน แผนการปฏิบัติงานให้กับนักศึกษา นักศึกษาจะต้องจัดทำรายงานภายหลังเสร็จสิ้นการปฏิบัติงาน และผ่านการประเมินผลจากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการสหกิจศึกษา

**หมายเหตุ** การประเมินผลนักศึกษาให้คำระดับคะแนนเป็น

พ.จ. หรือ S - พอใจ (Satisfactory) และ

ม.จ. หรือ U - ไม่พอใจ (Unsatisfactory)



สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา  
 รับทราบการให้ความเห็นชอบหลักสูตรนี้แล้ว  
 วันที่ 19 พ.ย. 2558

### 3.2 ชื่อ นามสกุล เลขประจำตัวบัตรประชาชน ตำแหน่งและคุณวุฒิของอาจารย์

#### 3.2.1 อาจารย์ประจำหลักสูตร

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง ทางวิชาการ	คุณวุฒิ (สาขาวิชา)	สถาบัน	ปีที่ สำเร็จ
1	นายณัฐกรณ์ กานคาน	อาจารย์	บธ.ม. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลธัญบุรี	2552
			บธ.บ. (การตลาด)	สถาบันเทคโนโลยี ราชมงคล	2544
2	นางสาวทัศนีย์ สวนฉิมพลี	อาจารย์	บธ.ม. (การตลาด)	สถาบันบัณฑิต พัฒนบริหารศาสตร์	2551
			บธ.บ. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	2545
3	นายประวิทย์ พุ่มพา	อาจารย์	บธ.ม. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยศรีนครินทร วิโรฒ	2546
			บธ.บ. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยศรีนครินทร วิโรฒ	2543
4	นางสาวชนสร กิรัมย์	อาจารย์	บธ.ม. (การตลาด)	สถาบันบัณฑิต พัฒนบริหารศาสตร์	2552
			ศส.บ. (การจัดการ ชุมชน)	มหาวิทยาลัยศิลปากร	2549
5	นางสาววัชรภรณ์ ขายม	- อาจารย์	บธ.ม. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2554
			บธ.บ. (การเงิน)	สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล	2547
			ศส.บ. (รัฐศาสตร์)	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2550

## 3.2.2 อาจารย์ประจำ

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง ทางวิชาการ	คุณวุฒิ (สาขาวิชา)	สถาบัน	ปีที่ สำเร็จ
1	นายณัฐกรณ์ กานกาน	อาจารย์	บธ.ม. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลธัญบุรี	2552
			บธ.บ. (การตลาด)	สถาบันเทคโนโลยี ราชมงคล	2544
2	นางสาวทัศนีย์ สวนฉิมพลี	อาจารย์	บธ.ม. (การตลาด)	สถาบันบัณฑิต พัฒนบริหารศาสตร์	2551
			บธ.บ. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	2545
3	นายประวิทย์ พุ่มพา	อาจารย์	บธ.ม. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยศรีนครินทร วิโรฒ	2546
			บธ.บ. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยศรีนครินทร วิโรฒ	2543
4	นางสาวธนสร กิรัมย์	อาจารย์	บธ.ม. (การตลาด)	สถาบันบัณฑิต พัฒนบริหารศาสตร์	2552
			ศส.บ. (การจัดการ ชุมชน)	มหาวิทยาลัยศิลปากร	2549
5	นางสาววัชรภรณ์ ขาม	อาจารย์	บธ.ม. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2554
			บธ.บ. (การเงิน)	สถาบันเทคโนโลยี ราชมงคล	2547
			ศส.บ. (รัฐศาสตร์)	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2550
6	นางสาวจรจิตร ฐนะสาร	อาจารย์	บธ.ม.	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2546
			วท.บ.(สถิติศาสตร์)	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2538
7	นายอัครวุฒิ สื่อประสาร	อาจารย์	รป.ม.	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2556
			กศ.บ.ธุรกิจศึกษา (การตลาด)	มหาวิทยาลัยศรีนครินทร วิโรฒ	2532

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่งทางวิชาการ	คุณวุฒิ (สาขาวิชา)	สถาบัน	ปีที่สำเร็จ
8	นางสาวภรภัศรณี ไตรพรชนิดวี	อาจารย์	บธ.ม. ก.บ. (บริหารการ ศึกษา)	มหาวิทยาลัยรามคำแหง วิทยาลัยครูสวนดุสิต	2547 2526

ผลงานทางวิชาการ การค้นคว้า วิจัย หรือการแต่งตำรา รวมทั้งภาระการสอนทั้งที่มีอยู่แล้ว และที่จะมีในหลักสูตรนี้ (เอกสารแนบหมายเลข 1)

#### 4. องค์ประกอบเกี่ยวกับประสบการณ์ภาคสนาม (การฝึกงาน หรือสหกิจศึกษา)

จากการประเมินความพึงพอใจจากผู้บัณฑิต มีความต้องการให้บัณฑิตมีประสบการณ์ในวิชาชีพ ก่อนเข้าสู่การทำงานจริง ดังนั้นในหลักสูตรจึงมีรายวิชาการฝึกงาน และสหกิจศึกษา ซึ่งจะจัดอยู่ในหมวดวิชาเฉพาะเลือก นักศึกษาทุกคนต้องลงทะเบียนรายวิชาดังกล่าว โดยนักศึกษาที่ไม่ประสงค์เลือกลงทะเบียนในกลุ่มรายวิชาสหกิจศึกษา ก็สามารถเลือกลงทะเบียนในกลุ่มรายวิชาฝึกงานแทนได้

##### 4.1 มาตรฐานผลการเรียนรู้ของประสบการณ์ภาคสนาม

ความคาดหวังในผลการเรียนรู้ประสบการณ์ของนักศึกษา

1. ทักษะในการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ ตลอดจนมีความเข้าใจในหลักการความจำเป็นในการเรียนรู้ทฤษฎีมากยิ่งขึ้น
2. บูรณาการความรู้ที่เรียนมาเพื่อนำไปแก้ปัญหาทางธุรกิจ โดยเลือกใช้วิธีการตัดสินใจได้อย่างเหมาะสม
3. มีมนุษยสัมพันธ์และสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี
4. มีระเบียบวินัย ตรงเวลา และเข้าใจวัฒนธรรมขององค์กร ตลอดจนสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานประกอบการได้
5. มีความกล้าในการแสดงออก และนำความคิดสร้างสรรค์ไปใช้ประโยชน์ในการปฏิบัติงานได้

##### 4.2 ช่วงเวลา

- รายวิชาสหกิจศึกษา ปีการศึกษาที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 1
- รายวิชาการฝึกงาน ปีการศึกษาที่ 3 ภาคฤดูร้อน

##### 4.3 การจัดเวลาและตารางสอน

- รายวิชาสหกิจศึกษา กำหนด 1 ภาคการศึกษา
- รายวิชาการฝึกงาน กำหนดไม่น้อยกว่า 240 ชั่วโมง



## หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล

### 1. การพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา

คุณลักษณะพิเศษ	กลยุทธ์หรือกิจกรรมนักศึกษา
มีบุคลิกภาพ	มีการสอนในรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบุคลิกภาพ และการวางตัวในสังคม มีมนุษยสัมพันธ์ สัมมาคารวะ อ่อนน้อมถ่อมตน เข้ากับสังคมได้ทุกระดับ
มีโดดเด่นด้านภาวะผู้นำและความรับผิดชอบ	<ol style="list-style-type: none"> <li>กำหนดให้มีรายวิชาที่มีการทำงานเป็นกลุ่ม เพื่อจัดสรรหน้าที่ความรับผิดชอบ</li> <li>มีกิจกรรมที่จัดให้นักศึกษาสร้างและเสนอโครงการที่มีประสิทธิภาพและมอบหมายงานให้แก่ผู้มีส่วนรับผิดชอบ เพื่อเป็นการฝึกให้นักศึกษามีความเป็นผู้นำและกล้าเสนอแนวความคิด</li> <li>สร้างวินัยด้วยการเข้าชั้นเรียน และส่งงานที่ได้รับมอบหมายให้ตรงเวลา</li> <li>กล้าคิด กล้าทำ กล้าตัดสินใจ</li> </ol>
จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ	สอดแทรกจริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพทุกรายวิชา ให้มีความซื่อสัตย์ อดทนต่ออุปสรรค จิตสาธารณะ มีน้ำใจ และความตระหนักรู้ผิดรู้ชอบ
ทักษะการเรียนรู้ด้วยตนเอง	มีการสอนที่ผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง จัดวิชาให้มีการค้นคว้าเพื่อทำงานวิจัย วางแผนการตลาด สืบค้นข้อมูลเพื่อบูรณาการความรู้ทั้งหมดที่เรียนมา โดยเน้นการเรียนรู้ สามารถคิด วิเคราะห์ แก้ไขปัญหาได้ด้วยตนเอง
มีความแนวคิดสร้างสรรค์และทำสิ่งที่แตกต่างทางการตลาด	มีรายวิชาเอกบังคับทางการตลาดที่เน้นให้นักศึกษาเข้าร่วมและทำกิจกรรมทางการตลาดของหน่วยงานภายในและภายนอก ที่เน้นการปฏิบัติจริง นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้อย่างสร้างสรรค์

## 2. การพัฒนาผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน

### 2.1 คุณธรรม จริยธรรม

#### 2.1.1 ผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

1. ตระหนักในคุณค่าและคุณธรรม จริยธรรม เสียสละ และซื่อสัตย์สุจริต
2. มีวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่อตนเอง วิชาชีพ และสังคม
3. มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีม และสามารถแก้ไข ข้อขัดแย้ง และลำดับความสำคัญ
4. เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์
5. เคารพกฎระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรและสังคม
6. มีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ

#### 2.1.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

สาขาวิชาการตลาดกำหนดให้มีวัฒนธรรมองค์กร เพื่อเป็นการปลูกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียนให้ตรงเวลาตลอดจนการแต่งกายที่เป็นไปตามระเบียบของทางมหาวิทยาลัย นักศึกษาต้องมีความรับผิดชอบโดยในการทำงานเป็นกลุ่มนั้นต้องฝึกให้รู้หน้าที่ของการเป็นผู้นำกลุ่มและการเป็นสมาชิกกลุ่ม มีความซื่อสัตย์ โดยต้องไม่กระทำการทุจริตในการสอบหรือคัดลอกผลงานของผู้อื่น เป็นต้น นอกจากนี้ อาจารย์ผู้สอนทุกคนต้องสอดแทรกเรื่องคุณธรรม และจริยธรรมในการสอนทุกรายวิชา รวมทั้งมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรม

#### 2.1.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานที่ได้รับมอบหมายและการเข้าร่วมกิจกรรม
2. ประเมินโดยผู้สอนรับผิดชอบแต่ละรายวิชา เช่น การสอบข้อเขียน การสอบปฏิบัติ การสังเกตพฤติกรรม การให้คะแนน รายงานกิจกรรม แฟ้มผลงาน การประเมินตนเองของผู้เรียน
3. ประเมินจากปริมาณการทำทุจริตในการสอบ

## 2.2 ความรู้

### 2.2.1 ผลการเรียนรู้ด้านความรู้

1. มีความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาสาขาวิชาที่ศึกษา
2. มีความรู้ในแนวกว้างของสาขาวิชาที่ศึกษาเพื่อให้ถึงการเปลี่ยนแปลง และเข้าใจผลกระทบของเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้อง
3. สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาที่ศึกษากับความรู้ในศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
4. สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ในการแก้ไขปัญหาตามสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสม

### 2.2.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้

1. การเรียนการสอนเป็นไปในลักษณะที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มีการบรรยายถึงเนื้อหาหลักของแต่ละวิชา แนะนำให้ผู้เรียนทำการค้นคว้า และศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมนอกชั้นเรียน
2. การสอนเน้นให้ผู้เรียนได้ทำการทดลองปฏิบัติการจริง และมีโอกาสใช้เครื่องมือด้วยตนเอง
3. มีกระบวนการเรียนการสอน โดยการมอบหมายงานเพื่อให้ผู้เรียนได้มีการฝึกฝนทักษะด้านต่าง ๆ รู้จักวิเคราะห์ และแก้ปัญหาด้วยตนเอง มีการพัฒนาค้นหาความรู้ และการนำเสนอเพื่อสร้างทักษะในการอภิปรายและนำเสนอ

### 2.2.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านความรู้

มหาวิทยาลัยฯ ได้มีการกำหนดกลยุทธ์การประเมินผลและทวนสอบว่าเกิด ผลการเรียนรู้ตามมาตรฐานจริง ได้มีการวางแผนไว้ล่วงหน้า และระบุรายละเอียดเป็นลายลักษณ์อักษรในเอกสารรายละเอียดของหลักสูตร และรายละเอียดของรายวิชา โดยประเมินจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและการปฏิบัติของนักศึกษาในด้านต่าง ๆ คือ

1. การทดสอบย่อย
2. การสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน
3. ประเมินจากการศึกษาค้นคว้า และรายงานที่นักศึกษาจัดทำ
4. ประเมินจากการนำเสนอรายงานที่นักศึกษาจัดทำในชั้นเรียน
5. ประเมินจากภาคปฏิบัติในรายวิชา
6. ประเมินจากรายวิชาการสัมมนา

## 2.3 ทักษะทางปัญญา

### 2.3.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

1. คิดอย่างมีวิจารณญาณและเป็นระบบ
2. สามารถสืบค้น ตีความและประเมินสารสนเทศ เพื่อใช้ในการแก้ปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์
3. สามารถรวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ และสรุปประเด็นปัญหาและความต้องการได้อย่างเหมาะสม
4. บูรณาการความรู้ และความสามารถของตนเองเพื่อสร้าง โครงงานที่มีประโยชน์ต่อวิชาชีพและสังคม

### 2.3.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

1. ในการเรียนการสอน มีการฝึกการคิดอย่างสร้างสรรค์ โดยเริ่มจากปัญหาที่ง่ายและเพิ่มความยากขึ้นตามลำดับ ซึ่งมีการจัดให้สอดคล้องกับรายวิชาอย่างเหมาะสม
2. จัดการสอนโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ/นักศึกษามีส่วนร่วมในการปรับแต่งเนื้อหาการสอน
3. จัดให้มีรายวิชาฝึกงานหรือสหกิจศึกษาเพื่อให้นักศึกษาฝึกวิธีการแก้ปัญหาในระบบงานจริง

### 2.3.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

ประเมินจากผลงานและการปฏิบัติของนักศึกษา เช่น การนำเสนอรายงานในชั้นเรียน การทดสอบความคิดสร้างสรรค์ และการบูรณาการความรู้ เป็นต้น

## 2.4 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

### 2.4.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

1. สามารถสื่อสารทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศกับกลุ่มคนหลากหลายได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. สามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในการแก้ปัญหาสถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งในบทบาทผู้นำ หรือในบทบาทของผู้ร่วมทีมทำงาน
3. มีความรับผิดชอบในการกระทำของตนเองและรับผิดชอบงานในกลุ่ม
4. สามารถเป็นผู้ริเริ่มแสดงประเด็นในการแก้ไขสถานการณ์ทั้งส่วนตัวและส่วนรวมพร้อมทั้งแสดงจุดยืนอย่างพอเหมาะ ทั้งของตนเองและของกลุ่ม
5. มีความรับผิดชอบในการเรียนรู้ทั้งของตนเองและทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง

#### 2.4.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และ ความรับผิดชอบ

จัดกิจกรรมการเรียนรู้ในรายวิชาให้นักศึกษามีความรับผิดชอบในการทำงาน และสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ ตลอดจนมีการสอดแทรกเรื่องความรับผิดชอบต่อตนเอง และสังคม การมีมนุษยสัมพันธ์ การเข้าใจในวัฒนธรรมองค์กรเข้าไปในรายวิชา

#### 2.4.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

ประเมินจากพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาในการนำเสนอรายงานใน ชั้นเรียน สังเกตจากพฤติกรรมที่แสดงออกในการร่วมกิจกรรมต่าง ๆ และการประเมินจาก การฝึกงานหรือสหกิจศึกษาในสถานประกอบการ

### 2.5 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

#### 2.5.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ

1. สามารถแนะนำประเด็นการแก้ไขปัญหา โดยใช้สารสนเทศทางคณิตศาสตร์ หรือการ แสดงสถิติประยุกต์ต่อปัญหาที่เกี่ยวข้องได้อย่างสร้างสรรค์
2. สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพทั้งปากเปล่าและการเขียน พร้อมทั้ง เลือกรูปแบบของการสื่อสารนำเสนอได้อย่างเหมาะสม
3. สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม
4. สามารถประยุกต์ใช้หลักการสื่อสารในการแก้ไขปัญหาได้อย่างเหมาะสม

#### 2.5.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

1. จัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้นักศึกษาได้ฝึกวิเคราะห์ และปฏิบัติจากกรณีศึกษา
2. จัดการเรียนการสอน และกิจกรรมให้นักศึกษาได้พัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร
3. จัดการเรียนการสอนให้นักศึกษาได้ฝึกปฏิบัติ ในการแก้ปัญหาทางการตลาด

#### 2.5.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

1. ประเมินจากเทคนิคการนำเสนอโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ
2. ประเมินจากความสามารถในการอธิบาย การอภิปราย กรณีศึกษาต่าง ๆ ที่มี การนำเสนอในชั้นเรียน

### 3.1 แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

ผลการเรียนรู้ในตารางมีความหมายดังนี้ (หมวดวิชาศึกษาทั่วไป)

#### 1. คุณธรรมจริยธรรม

1. มีวินัย ซื่อสัตย์ต่อตนเองและสังคม
2. มีจิตสาธารณะ เสียสละและช่วยเหลือผู้อื่นเมื่อมีโอกาส
3. เห็นคุณค่าของศิลปะ ชำรงรักษาวัฒนธรรมไทย และเข้าใจวัฒนธรรมนานาชาติ
4. มีความเข้าใจในหลักการดำเนินชีวิตที่ถูกต้องตามทำนองคลองธรรม

#### 2. ความรู้

1. มีความรู้ในศาสตร์และเนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้อง
2. มีความรอบรู้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคม
3. สามารถบูรณาการความรู้ และเป็นผู้ใฝ่รู้

#### 3. ทักษะทางปัญญา

1. สามารถคิดได้อย่างเป็นระบบ เป็นเหตุเป็นผล
2. สามารถวิเคราะห์ วิพากษ์ วิจัย
3. สามารถคิดเชิงสร้างสรรค์และแก้ไขปัญหาที่เผชิญได้

#### 4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

1. มีความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ ทั้งในฐานะผู้นำหรือสมาชิกของกลุ่ม
2. มีความรับผิดชอบต่อตนเองและผู้อื่น
3. เข้าใจความแตกต่างระหว่างบุคคล และยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น
4. สุขภาพและอนามัยที่ดี

#### 5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

1. สามารถใช้ภาษาในการสื่อสาร ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม
2. สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสืบค้น นำเสนอ และสื่อสารได้อย่างเหมาะสม
3. สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทันต่อความก้าวหน้าของสถานการณ์ปัจจุบัน
4. สามารถคิดวิเคราะห์ จำแนก และตีความข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเพื่อการแก้ไขปัญหาและตัดสินใจ

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping) (หมวดวิชาศึกษาทั่วไป)

● ความรับผิดชอบหลัก

○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม				2. ความรู้			3. ทักษะทาง ปัญญา			4. ทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและความ รับผิดชอบ				5. ทักษะการวิเคราะห์เชิง ตัวเลข การสื่อสาร และการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศ			
	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4
00-10-001 การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม	●	●	○	●	●	●	●	●	○	●	●	●	○	●	○			
00-10-002 การเมืองและการปกครองของไทย	○	○	●	○	○	●	○	●	○	○	○	○	●	○	○	●	○	○
00-10-003 สังคมกับเศรษฐกิจ	●			○	●	●	●	●	●	○	○	●			○	○	●	
00-10-004 สังคมกับกฎหมาย	●	○		●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	○	○	●	○	●
00-10-005 ชุมชน สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม	○	○	●	●	●	●	●	○	●	○	○	○	●	○	○	○	○	○
00-20-001 การพัฒนาบุคลิกภาพ	●	○	○	●	●	●	●	○	●	○	●	○	●	●	○	○		
00-20-002 สารสนเทศเพื่อการศึกษาค้นคว้า	●	○	○	○	●	●	●	○	○	○	○	●	○	○	●	●	●	○
00-20-003 จิตวิทยาทั่วไป	●	○	○	●	●	○	●	●	●	●	○	○	●		○	○		
00-20-004 ไทยศึกษา	●	○	●	○	●	○	●	●	○	○	○	○	○		○	○	○	○
00-20-005 ศาสนาเพื่อสันติสุข	●	●	○	○	●	○	●	○	●	○	●	●	○	○	○	○	○	●
00-20-006 การจัดการความรู้	●	○		○	●	●	●	●	○	○	●	●	○	○	●	●	○	○
00-20-007 นันทนาการในชีวิตประจำวัน	●	●	○	○	●	●	●	●	○	●	●	●	○	●	○	○		

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping) (หมวดวิชาศึกษาทั่วไป)

● ความรับผิดชอบหลัก

○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม				2. ความรู้			3. ทักษะทางปัญญา			4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ				5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ			
	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4
00-31-001 การใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	●	○	●	○	●	○	●	●	○	○	●	●	●	○	●	○	○	○
00-31-002 วรรณคดีไทยนิยม	●	○	●	●	●	○	○	○	●	○	●	○	○		●	○	○	○
00-31-003 ศิลปะการพูดในชีวิตประจำวัน	●	○	○	○	●	○	●	●	○	●	●	○	○	○	●	○	○	○
00-31-004 การฟังและการอ่านเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต	●	○	○	○	●	●	●	○	●	●	●	○	○	○	○	○	○	
00-31-005 การเขียนเพื่อการสื่อสาร	●	○	○	○	●	○	●	●	○	●	●	○	○	○	●	○	○	
00-31-006 วรรณกรรมไทยร่วมสมัยกับสังคมไทยปัจจุบัน	●	○	●	●	●	●	●	○	●	○	●	○	○		○	○	○	○
00-32-001 ภาษาอังกฤษเพื่อทักษะการเรียนรู้	○	○	○		●	●	○	●		○	○	●	○		●	○	○	
00-32-002 ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน	○	○	○		●	●	○	●		○	○	●	○		●	○	○	
00-32-003 การอ่านภาษาอังกฤษ	○	○	○		●	○	○	●	○	○	○	●		○	●	○	○	
00-32-004 สนทนาภาษาอังกฤษ	○	○	○		○	●	○	○	○	●	○	○	●		●	○	○	
00-32-005 การเขียนภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน	○				●	○	○	●	○	○	○	○	●		●	○	○	
00-32-006 ทักษะสัมพันธ์ทางภาษาอังกฤษ	○	○	○		●	○	●	●	○	○	○	●	○		●	●	○	
00-33-001 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร	○	○	○		●	●	●	●	○	○	○	○	●		●	○	○	



แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping) (หมวดวิชาศึกษาทั่วไป)

● ความรับผิดชอบหลัก

○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม				2. ความรู้			3. ทักษะทางปัญญา			4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ				5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ			
	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4
00-33-002 ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสาร	○	○	○		●	●	●	●	○	○	○	○	●		●	○	○	
00-33-003 ภาษาเกาหลีเพื่อการสื่อสาร	○	○	○		●	●	●	●	○	○	○	○	●		●	○	○	
00-33-004 ภาษาเยอรมันเพื่อการสื่อสาร	○	○	○		●	●	●	●	○	○	○	○	●		●	○	○	
00-33-005 ภาษารัสเซียเพื่อการสื่อสาร	○	○	○		●	●	●	●	○	○	○	○	●		●	○	○	
00-41-001 คณิตศาสตร์และคอมพิวเตอร์ในชีวิตประจำวัน	○	○		●	○	●	●	●	○	●	○	●	●		○	●	●	●
00-42-001 วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อมกับชีวิต	●	●	○	●	○	●	●	●	●	●	○	●	○	○		○	○	●
00-42-002 มหัศจรรย์แห่งบัว	●	●	●	●	●	○	●	●	○	●		○	●		○	○	○	●
00-42-003 ธรรมชาติของสรรพสิ่ง	○	●	●	●	○	●	●	●	●	●	○	○	●		○	○	○	○
00-42-004 คุณค่าของสัตว์เลี้ยง	●	●		○	○	○	●	●	●	●		●		○	○	○	○	○
00-43-001 การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ	●	●		○	●	●	●	●		●	●	●	○	●	○	○		○
00-43-002 วิทยาศาสตร์การกีฬาเพื่อการออกกำลังกาย	●	○		○	●	●	●	●		●	○	●	○	●	○	○		○

### 3.2 แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

ผลการเรียนรู้ในตารางมีความหมายดังนี้ (หมวดวิชาเฉพาะ)

#### 1. คุณธรรม จริยธรรม

1. ตระหนักในคุณค่าและคุณธรรม จริยธรรมเสียสละและซื่อสัตย์สุจริต
2. มีวินัย ตรงต่อเวลาและความรับผิดชอบต่อตนเอง วิชาชีพ และสังคม
3. มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขข้อขัดแย้งและลำดับความสำคัญ
4. เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์
5. เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรและสังคม
6. มีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ

#### 2. ความรู้

1. มีความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาสาขาวิชาที่ศึกษา
2. มีความรู้ในแนวกว้างของสาขาวิชาที่ศึกษาเพื่อให้เล็งเห็นการเปลี่ยนแปลงและเข้าใจผลกระทบของเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้อง
3. สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาที่ศึกษากับความรู้ในศาสตร์อื่นที่เกี่ยวข้อง
4. สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ในการแก้ไขปัญหาตามสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสม

#### 3. ทักษะทางปัญญา

1. คิดอย่างมีวิจารณญาณและเป็นระบบ
2. สามารถสืบค้น ตีความและประเมินสารสนเทศเพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์

3. สามารถรวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ และสรุปประเด็นปัญหาและความต้องการ ได้อย่างเหมาะสม

4. บูรณาการความรู้ และความสามารถของตนเองเพื่อสร้างโครงการที่มีประโยชน์ต่อวิชาชีพและสังคม

#### 4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

1. สามารถสื่อสารทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศกับกลุ่มคนหลากหลายได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. สามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในการแก้ไขปัญหาสถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งในบทบาทผู้นำ หรือในบทบาทของผู้ร่วมทีมทำงาน
3. มีความรับผิดชอบในการกระทำของตนเองและรับผิดชอบงานในกลุ่ม
4. สามารถเป็นผู้ริเริ่มแสดงประเด็นในการแก้ไขสถานการณ์ทั้งส่วนตัวและส่วนรวม พร้อมทั้งแสดงจุดยืนอย่างพอเหมาะ ทั้งของตนเองและของกลุ่ม
5. มีความรับผิดชอบในการเรียนรู้ทั้งของตนเองและทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง

#### 5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

1. สามารถแนะนำประเด็นการแก้ไขปัญหา โดยใช้สารสนเทศทางคณิตศาสตร์ หรือการแสดงสถิติประยุกต์ต่อปัญหาที่เกี่ยวข้อง อย่างสร้างสรรค์
2. สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพทั้งปากเปล่าและการเขียน พร้อมทั้งเลือกรูปแบบของการสื่อสารนำเสนอได้อย่างเหมาะสม
3. สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม
4. สามารถประยุกต์ใช้หลักการสื่อสารในการแก้ไขปัญหาได้อย่างเหมาะสม

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping) (หมวดวิชาเฉพาะ)

● ความรับผิดชอบหลัก

○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม						2. ความรู้				3. ทักษะทางปัญญา				4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ					5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ			
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4
กลุ่มวิชาแกน																							
02-10-101 หลักเศรษฐศาสตร์	●	●	○				●		○	○	○	●	○		●		●	○		●	●	●	○
04-01-101 หลักการจัดการ	●	●	○	○	●	○	●	●	○	●	●	○	●	○	○	○	●	○	○		○	●	○
04-01-102 กฎหมายธุรกิจ	○	●	○	●	●	○	●	●	○	○	●	●	○	○		●	○	●	○		●		○
04-01-103 จริยธรรมทางธุรกิจ	●	●	○	○	○	●	○	○	●	●	●		○	○	○	●	●	○	○		○	●	○
04-01-104 ความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจระหว่างประเทศ	○	●	○	○	●	○	●	○	○	●	●	○	●	○	●	●	○	○	○		●	○	○
04-01-105 สถิติทางธุรกิจ	○	●	○	○	●	○	●	○	●	○	●	○	○			●	●	○		●	○	○	○
04-01-310 การภาษีอากร	●	●	○	○	○	○	●	○	○	○	●	●	○	○	○	○	●	○	○	●	○	○	○
04-01-311 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารธุรกิจ	●	●	○	○	●	○	●	○	●	●	●	●	○	○	●	○	●	○	○	○	●	●	○
04-02-101 หลักการตลาด	●	●			○	○	●		○	●	○	○	●	○	○	○	●				●	○	
04-03-101 การบัญชีขั้นต้น	●	○	○			○	●		○	○	○		●	○	●		●		○		●	○	
04-03-103 การเงินธุรกิจ	●	○	○			○	●		○	○	○		●	○	●		●		○		●	○	
04-04-201 การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน	○	●	●	○	○	○	●	●	○		●	○	○	○	○	○	●	○	○	○	○	●	
04-05-103 ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ	●	●	○	○	●	○	●	●	●	●	○	●	●	○	○	○	○		○	○	○	●	○

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping) (หมวดวิชาเฉพาะ)

● ความรับผิดชอบหลัก

○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม						2. ความรู้				3. ทักษะทางปัญญา				4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ					5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ			
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4
กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน																							
04-02-102 พฤติกรรมผู้บริโภค	●		○				●			○	○		●				●	○			●		○
04-02-203 การตลาดระหว่างประเทศ	●		●		○		●		●			●	○	●	●		●			○	●		○
04-02-304 ผลิตภัณฑ์และราคา	●	○	●				●		●	○		○	●	○	○		○	●		○	●	○	
04-02-305 นโยบายการจัดจำหน่าย	●		○				●			○	○		●				●	○			●		○
04-02-306 การวางแผนการตลาด	●		○				●			○	○		●				●	○			●		○
04-02-307 การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ	●	○			○	○	●	○	●		○	○	●	●	○	○	●			○	●		○
04-02-308 การวิจัยการตลาด	●	○		○			●			○	●	○	●	○	○		○	●		○	●		
04-02-309 การบริหารตราสินค้า	●	○	●		○		●		●	○		○	●	○	○		○	●			●	○	
04-02-310 การตลาดสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	●	○	●		○		●		●	○	○	○	●	○	○		○	●		○	●	○	
04-02-411 กลยุทธ์การตลาด	●	○	●		○		●		●	○		○	●	○	○		○	●		○	●	○	
04-02-412 สัมมนากลยุทธ์การตลาดเชิงบูรณาการ	●		○				●			○	○		●	●			●	○			●		○
04-02-413 การศึกษาความเป็นไปได้เพื่อโครงการการตลาด	●		○				●			○	○		●	●			●	○			●		○

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping) (หมวดวิชาเฉพาะ)

● ความรับผิดชอบหลัก

○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม						2. ความรู้				3. ทักษะทางปัญญา				4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ					5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ			
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4
กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน																							
04-02-114 การค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ	●	○			●		●			○	○		●	○	●		○				○	●	
04-02-215 ดิจิทัลและนวัตกรรมทางการตลาด	●		●		●			●			○	●		●	●		●		○		○	●	
04-02-216 การบริหารการขายและศิลปะการขาย	●	●	○		○	●	●		●	●	○		○	●	●	●	○				●	○	●
04-02-217 การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ	●	●		○	○		●	○	●		●	○	○	●	○		●	○		○	●		○
04-02-218 การจัดการตลาดข้ามวัฒนธรรม	●	●			●		●		●			●	●	●	●		●		○		●	○	○
04-02-219 การจัดการธุรกิจนำเข้าและส่งออก	●	●			●	○	●			●		●		●	●	○			○		●		●
04-02-220 การวิเคราะห์ตลาดเชิงปริมาณ	●	○		●			●			●	○			●	○	●				●	○		
04-02-221 การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	●	○		○	○		●	○	○		○	○	●	○	○	○	●			○	●		○
04-02-322 การตลาดอาเซียน	●	●			○	○	●		●		○	●	○	●	●		●	○			●	○	●
04-02-323 การตลาดกีฬา	●	●		○	○		○		●	●		○	●		○	●	●		●		●	○	○

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping) (หมวดวิชาเฉพาะ)

● ความรับผิดชอบหลัก

○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม						2. ความรู้				3. ทักษะทางปัญญา				4. ทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและความ รับผิดชอบ					5. ทักษะการวิเคราะห์เชิง ตัวเลข การสื่อสาร และ การใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ			
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4
กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน																							
04-02-424 การวางแผนการประชาสัมพันธ์และ กิจกรรมการตลาด	●	○	●		○	○	●		●		○	●		●	●	○	●		○		●	●	○
04-02-425 การวางแผนการตลาดทางตรงและการ ส่งเสริมการขาย	●	○	●		○	○	●		●		○	●		●	●	○	●		○		●	●	○
04-02-426 การเจรจาต่อรองทางการตลาด ระหว่างประเทศ	●	○			○	○	●		●		●	○	○	●	●		●		○		●		●
04-02-427 การตลาดชุมชน	●	●			○	○	●		●			○	○	●	●	●	○				●		●
04-02-428 การจัดการอุตสาหกรรมไมซ์	●	●			○	○	●		●	●		●	●	○	●	○	●				○	●	○
04-02-429 ปัญหาพิเศษ	●	●			○	○	○		●	●	○	●	●	○		●	●	○			●	○	○
04-02-330 การเตรียมความพร้อมสำหรับการฝึกงาน	○	●	○	●			●		○	○	●		○	○	○			○	●		●	○	○
04-02-331 การฝึกงาน	●	○			●		○		●	●	○		○	●	○		○	●			●	○	○
04-02-432 การเตรียมพร้อมสำหรับสหกิจศึกษา	●	○	○	●			●		○	○	●		○	○	○			○	●		●	○	○
04-02-433 สหกิจศึกษา	●	○			●		○		●	●	○		○	●	○		○	●			●	○	○

## หมวดที่ 5 หลักเกณฑ์ในการประเมินผลนักศึกษา

### 1. กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน (เกรด)

การวัดผลการศึกษา ให้ปฏิบัติตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ.2553

ให้คณะและวิทยาเขตที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัย จัดการวัดผลและประเมินผลการศึกษาสำหรับ รายวิชาที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียนไว้ในภาคการศึกษานั้น ๆ

การประเมินผลการศึกษาในแต่ละรายวิชา ให้กำหนดเป็นระดับคะแนนต่าง ๆ ซึ่งมีค่าระดับคะแนน ต่อหน่วยกิต และผลการศึกษาดังต่อไปนี้

ระดับคะแนน (GRADE)	ค่าระดับคะแนนต่อหน่วยกิต	ผลการศึกษา
ก หรือ A	4.0	ดีเยี่ยม (EXCELLENT)
ข <sup>+</sup> หรือ B <sup>+</sup>	3.5	ดีมาก (VERY GOOD)
ข หรือ B	3.0	ดี (GOOD)
ค <sup>+</sup> หรือ C <sup>+</sup>	2.5	ดีพอใช้ (FAIRLY GOOD)
ค หรือ C	2.0	พอใช้ (FAIR)
ง <sup>+</sup> หรือ D <sup>+</sup>	1.5	อ่อน (POOR)
ง หรือ D	1.0	อ่อนมาก (VERY POOR)
ด หรือ F	0.0	ตก (FAIL)
ถ หรือ W	-	ถอนรายวิชา (WITHDRAWN)
ม.ส. หรือ I	-	ไม่สมบูรณ์ (INCOMPLETE)
พ.จ. หรือ S	-	พอใจ (SATISFACTORY)
ม.จ. หรือ U	-	ไม่พอใจ (UNSATISFACTORY)
ม.น. หรือ AU	-	ไม่นับหน่วยกิต (AUDIT)

### 2. กระบวนการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา

2.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรประเมินข้อสอบของแต่ละรายวิชา ว่าสอดคล้องกับความรับผิดชอบ ต่อผลการเรียนรู้หรือไม่

2.2 การประเมินผลของแต่ละรายวิชาต้องผ่านที่ประชุมคณะกรรมการที่คณะฯ แต่งตั้งก่อนประกาศผลสอบ

2.3 พิจารณาจากรายงานการประเมินผลการปฏิบัติงานในรายวิชาสหกิจศึกษาและการฝึกงาน ซึ่งทางสถานประกอบการเป็นผู้รายงานว่านักศึกษาปฏิบัติงานได้ตามมาตรฐานหรือไม่

### 3. เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

นักศึกษาได้ขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออกและต้องศึกษารายวิชาต่าง ๆ ให้ครบตามหลักสูตรของสาขาวิชาการตลาด โดยมีหน่วยกิตสะสมรวมไม่ต่ำกว่าที่หลักสูตรกำหนดไว้และได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมตลอดหลักสูตรไม่ต่ำกว่า 2.00



## หมวดที่ 6 การพัฒนาคณาจารย์

1. การเตรียมการสำหรับอาจารย์ใหม่
  - 1.1 จัดปฐมนิเทศ แนะนำอาจารย์ใหม่ให้มีความรู้ความเข้าใจในแนวนโยบายของมหาวิทยาลัย คณะ หลักสูตร และลักษณะการจัดการเรียนการสอน
  - 1.2 ส่งเสริมอาจารย์ให้มีการเพิ่มพูนความรู้ สร้างเสริมประสบการณ์เพื่อส่งเสริมการสอนและการวิจัยอย่างต่อเนื่อง เช่น การสนับสนุนด้านการศึกษาค้นคว้า ฝึกอบรม ศึกษาดูงานทางวิชาการและวิชาชีพในองค์กรต่าง ๆ การประชุมวิชาการทั้งในประเทศและ/หรือต่างประเทศ หรือการลาเพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์
2. การพัฒนาความรู้และทักษะให้แก่คณาจารย์
 

ได้จัดดำเนินการสำหรับการพัฒนาอาจารย์ในด้านวิชาชีพดังนี้

  - 2.1 การพัฒนาทักษะการจัดการเรียนการสอน การวัดและการประเมินผล
    1. ส่งเสริมอาจารย์ให้มีการเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ในสาขาที่เกี่ยวข้อง สนับสนุนด้านการศึกษาค้นคว้า ฝึกอบรม ศึกษาดูงานทางวิชาการ และวิชาชีพประชุมทางวิชาการทั้งในและต่างประเทศ
    2. อาจารย์ต้องผ่านการอบรมหลักสูตรเกี่ยวกับวิชาชีพ อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
  - 2.2 การพัฒนาวิชาการและวิชาชีพด้านอื่น ๆ
    1. ส่งเสริมการทำวิจัยเพื่อบูรณาการความรู้ และเกิดองค์ความรู้ใหม่ในสาขาวิชาที่ทำการสอน
    2. ส่งเสริมการพัฒนาผลงานทางวิชาการของคณาจารย์
    3. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมบริการวิชาการแก่ชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความรู้และคุณธรรม

## หมวดที่ 7 การประกันคุณภาพหลักสูตร

### 1. การบริหารหลักสูตร

คณะบดีเป็นผู้กำกับดูแลและกำหนดนโยบายการปฏิบัติให้อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร มีคณะกรรมการบริหารหลักสูตรประจำสาขาวิชาการตลาด ทำหน้าที่พิจารณาให้ความเห็นชอบ การเปิด-ปิด การปรับปรุงหลักสูตร การปรับเปลี่ยนรายวิชา และรับผิดชอบการจัดการเรียนการสอน

มีระบบการรายงานผลการดำเนินงานของหลักสูตร การจัดการศึกษา และข้อมูลอาจารย์ผู้สอน ทุกภาคการศึกษา เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการพัฒนาหลักสูตร และปรับปรุงกระบวนการเรียนการสอน

มีการปรับปรุงหลักสูตรทุก 5 ปี โดยให้นำผลการประเมินหลักสูตรจากบัณฑิตและผู้ใช้บัณฑิต เพื่อประกอบการพิจารณาการปรับปรุงหลักสูตรเพื่อให้หลักสูตรมีความทันสมัยสอดคล้องกับความต้องการ และการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยี

มีการกำหนดตัวชี้วัดด้านมาตรฐานและคุณภาพการศึกษาตามที่ สำนักงานรับรองมาตรฐาน และประเมินคุณภาพการศึกษา (องค์การมหาชน) และมหาวิทยาลัยกำหนด

### 2. การบริหารทรัพยากรการเรียนการสอน

#### 2.1 การบริหารงบประมาณ

ในการดำเนินงานตามหลักสูตร จะใช้อาคารที่มีอยู่ของคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะได้จัดสรรงบประมาณประจำปี ทั้งงบประมาณแผ่นดินและเงินรายได้ของมหาวิทยาลัย เป็นค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับบุคลากร งบประมาณและจัดซื้อตำรา สื่อการเรียนการสอน วัสดุอุปกรณ์อย่างเพียงพอเพื่อสนับสนุนการเรียนการสอนในชั้นเรียนและสร้างสภาพแวดล้อมให้เหมาะสมกับการเรียนรู้ด้วยตัวเองของนักศึกษา

#### 2.2 ทรัพยากรการเรียนการสอนที่มีอยู่เดิม

คณะมีความพร้อมทางทรัพยากรการเรียนการสอนในส่วนที่เป็นหนังสือ ตำรา และการสืบค้นผ่านฐานข้อมูลหอสมุดกลาง และห้องสมุดของคณะ ซึ่งมีหนังสือ ตำราที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการ และด้านอื่น ๆ นอกจากนี้คณะยังมีอุปกรณ์ที่ใช้สนับสนุนการจัดการเรียนการสอนอย่างพอเพียง

### 2.3 การจัดหาทรัพยากรการเรียนการสอนเพิ่มเติม

คณะให้ความสำคัญกับการเพิ่มทรัพยากรสนับสนุนการเรียนการสอน โดยพิจารณาจัดหาเพิ่มเติมอย่างสม่ำเสมอ โดยกำหนดทรัพยากรขั้นต่ำเพื่อจัดการเรียนการสอน ดังนี้

1. มีห้องเรียนที่มีสื่อการสอนและอุปกรณ์ที่ทันสมัยเอื้อให้คณาจารย์ปฏิบัติงานสอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. มีห้องปฏิบัติการที่มีความพร้อมทั้งวัสดุอุปกรณ์ เครื่องคอมพิวเตอร์ ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ และระบบซอฟต์แวร์ที่สอดคล้องกับสาขาวิชาที่เปิดสอนอย่างพอเพียงต่อการเรียนการสอน โดยมีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ
3. มีเจ้าหน้าที่สนับสนุนดูแลสื่อการเรียนการสอน อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และซอฟต์แวร์ที่ใช้ประกอบการสอนให้พร้อมใช้งาน
4. มีห้องสมุดหรือแหล่งความรู้และสิ่งอำนวยความสะดวกในการสืบค้นตลอดจนมีหนังสือ ตำรา และวารสารทั้งภาษาไทย และภาษาต่างประเทศที่เกี่ยวข้องในจำนวนที่เหมาะสม
5. มีห้องคอมพิวเตอร์เปิดให้บริการแก่นักศึกษานอกเวลาเรียน โดยมีปริมาณคอมพิวเตอร์ที่เหมาะสม
6. มีโปรแกรมที่ถูกต้องความกฎหมายติดตั้งบนเครื่องคอมพิวเตอร์ทุกเครื่องและเครื่องคอมพิวเตอร์ ควรมีการปรับเปลี่ยนรุ่นใหม่อย่างสม่ำเสมออย่างมากทุก 5 ปี
7. มีเครื่องมืออุปกรณ์ประกอบการเรียนวิชาปฏิบัติที่ทันสมัยในปริมาณที่เหมาะสม
8. อาจารย์มีเครื่องคอมพิวเตอร์ของตนเอง

## 2.4 การประเมินความเพียงพอของทรัพยากร

คณะได้จัดให้มีการประเมินความเพียงพอของทรัพยากร โดยมีรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

เป้าหมาย	การดำเนินการ	การประเมินผล
จัดให้มีห้องเรียน ห้องปฏิบัติการ เครื่องมืออุปกรณ์ สื่อและช่องทางการเรียนรู้ที่ทันสมัย เพื่อสนับสนุนทั้งการศึกษาในห้องเรียนนอกห้องเรียน และเพื่อการเรียนรู้ได้ด้วยตนเองอย่างเพียงพอและมีประสิทธิภาพ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. จัดให้มีห้องเรียนมัลติมีเดีย ที่มีความพร้อมใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในการสอน การบันทึกเพื่อเตรียมจัดสร้างสื่อสำหรับการทบทวนการเรียน</li> <li>2. จัดเตรียมห้องปฏิบัติการทดลองที่มีเครื่องมือทันสมัย และเป็นเครื่องมือวิชาชีพในระดับสากล เพื่อให้ นักศึกษาสามารถฝึกปฏิบัติ สร้างความพร้อมในการปฏิบัติงานในวิชาชีพ</li> <li>3. จัดให้มีห้องสมุดให้บริการทั้งหนังสือตำรา และสื่อดิจิทัล เพื่อการเรียนรู้ ทั้งห้องสมุดทางกายภาพและทางระบบเสมือน</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- รวบรวมจัดทำสถิติจำนวนเครื่องมืออุปกรณ์ ต่อหัว นักศึกษา ชั่วโมงการใช้งาน ห้องปฏิบัติการและเครื่องมือ ความเร็วของระบบเครือข่าย ต่อหัวนักศึกษา</li> <li>- จำนวนนักศึกษาลงเรียนในวิชาเรียนที่มีการฝึกปฏิบัติ ด้วยอุปกรณ์ต่างๆ</li> <li>- สถิติของจำนวนหนังสือตำรา และ สื่อดิจิทัล ที่มีให้บริการ และสถิติการใช้งานหนังสือ ตำรา สื่อดิจิทัล</li> <li>- ผลสำรวจความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการให้บริการ ทรัพยากรเพื่อการเรียนรู้และการปฏิบัติการ</li> </ul>

## 3. การบริหารคณาจารย์

### 3.1 การรับอาจารย์ใหม่

มีการคัดเลือกอาจารย์ใหม่ตามระเบียบและหลักเกณฑ์ของทางมหาวิทยาลัย โดยอาจารย์ใหม่จะต้องมีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาโทเป็นอย่างน้อย

### 3.2 การมีส่วนร่วมของคณาจารย์ในการวางแผน การติดตามและทบทวนหลักสูตร

จัดให้มีการประชุมร่วมกัน ระหว่างอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และอาจารย์ในสาขาวิชาเพื่อหารือวางแผนในการจัดการเรียนการสอนการประเมินผล ตลอดจนกลยุทธ์ที่จะให้สาขาวิชาบรรลุเป้าหมายตามตัวบ่งชี้

### 3.3 การแต่งตั้งคณาจารย์พิเศษ

คณาจารย์พิเศษจากภายนอกจะเป็นผู้ที่ถ่ายทอดประสบการณ์ตรงจากการปฏิบัติงานอีกทั้งได้มีการจัดโครงการเพื่อเพิ่มศักยภาพให้แก่นักศึกษา โดยการเชิญวิทยากรภายนอกมาบรรยายอย่างน้อยภาคการศึกษาละ 1 ครั้ง

## 4. การบริหารบุคลากรสนับสนุนการเรียนการสอน

### 4.1 การกำหนดคุณสมบัติเฉพาะสำหรับตำแหน่ง

บุคลากรสายสนับสนุนควรมีวุฒิปริญญาตรีที่เกี่ยวข้องกับภาระงานที่รับผิดชอบ และมีความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือเทคโนโลยีทางการศึกษา

### 4.2 การเพิ่มทักษะความรู้เพื่อการปฏิบัติงาน

บุคลากรต้องได้รับการอบรมเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ทันสมัยอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อเพิ่มพูนทักษะความรู้ สามารถให้บริการอาจารย์ผู้สอน ใช้สื่อการสอนอย่างมีประสิทธิภาพ

## 5. การสนับสนุนและการให้คำแนะนำนักศึกษา

### 5.1 การให้คำปรึกษาด้านวิชาการ และอื่น ๆ แก่นักศึกษา

ขณะมีการแต่งตั้งอาจารย์ที่ปรึกษาทางวิชาการให้แก่นักศึกษาทุกคน โดยนักศึกษาที่มีปัญหาในการเรียนสามารถปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาทางวิชาการได้ โดยอาจารย์ของคณะทุกคนจะต้องทำหน้าที่อาจารย์ที่ปรึกษาทางวิชาการให้แก่นักศึกษา และทุกคนต้องกำหนดชั่วโมงว่าง (Office Hours)

### 5.2 การอุทธรณ์ของนักศึกษา

— นักศึกษาสามารถยื่นคำร้องในกรณีมีข้อสงสัยเกี่ยวกับการสอบ หรือการประเมินผล ตลอดจนผลการศึกษา การให้คะแนนของอาจารย์ประจำวิชาได้ โดยเป็นไปตามกฎระเบียบ

## 6. ความต้องการของตลาดแรงงาน สังคม และ/หรือความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต

มีการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตและติดตามผู้สำเร็จการศึกษาทุกปี เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัย สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานและสังคม

## 7. ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators)

ผลการดำเนินการบรรลุเป้าหมายตัวบ่งชี้ทั้งหมดอยู่ในเกณฑ์ดี ต่อเนื่อง 2 ปีการศึกษา เพื่อติดตามการดำเนินการตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552 ต่อไป ทั้งนี้เกณฑ์

การประเมินผ่าน คือ มีการดำเนินงานตามข้อ 1-5 และอย่างน้อยร้อยละ 80 ของตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงานที่ระบุไว้ในแต่ละปี

ดัชนีบ่งชี้ผลการดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
1. อาจารย์ประจำหลักสูตรอย่างน้อยร้อยละ 80 มีส่วนร่วมในการประชุมเพื่อวางแผน ติดตาม และทบทวนการดำเนินงานหลักสูตร	X	X	X	X	X
2. มีรายละเอียดของหลักสูตร ตามแบบ มคอ.2 ที่สอดคล้องกับมาตรฐานคุณวุฒิสาขา/สาขาวิชา	X	X	X	X	X
3. มีรายละเอียดของรายวิชา และประสบการณ์ภาคสนาม ตามแบบ มคอ.3 และ มคอ.4 อย่างน้อยก่อนการเปิดสอนในแต่ละภาคการศึกษาให้ครบทุกรายวิชา	X	X	X	X	X
4. จัดทำรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา และประสบการณ์ภาคสนาม ตามแบบ มคอ.5 และ 6 ภายใน 30 วัน หลังสิ้นสุดภาคการศึกษาที่เปิดสอนให้ครบทุกรายวิชา	X	X	X	X	X
5. จัดทำรายงานผลการดำเนินการของหลักสูตร ตามแบบ มคอ.7 ภายใน 60 วัน หลังสิ้นสุดปีการศึกษา	X	X	X	X	X
6. มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ ที่กำหนดในมคอ.3 และ 4 อย่างน้อยร้อยละ 25 ของรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละปีการศึกษา	X	X	X	X	X
7. มีการพัฒนา/ปรับปรุงการจัดการเรียนการสอน กลยุทธ์การสอน หรือ การประเมินผลการเรียนรู้ จากผลการประเมินการดำเนินงานที่รายงานใน มคอ.7 ปีที่แล้ว		X	X	X	X
8. อาจารย์ใหม่ทุกคน ได้รับการปฐมนิเทศหรือคำแนะนำด้านการจัดการเรียนการสอน	X	X	X	X	X
9. อาจารย์ประจำทุกคนได้รับการพัฒนาทางวิชาการ และ/หรือวิชาชีพ อย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง	X	X	X	X	X
10. จำนวนบุคลากรสนับสนุนการเรียนการสอนได้รับการพัฒนาวิชาการ และ/หรือวิชาชีพ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ต่อปี	X	X	X	X	X

ดัชนีบ่งชี้ผลการดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
11. ระดับความพึงพอใจของนักศึกษาปีสุดท้าย/บัณฑิตใหม่ที่มีต่อคุณภาพหลักสูตร เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.51 จากคะแนน 5.0				X	X
12. ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อบัณฑิตใหม่ เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.51 จากคะแนนเต็ม 5.0					X
13. นักศึกษามีงานทำภายใน 1 ปี หลังจากสำเร็จการศึกษา ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80					X
14. บัณฑิตที่ได้งานทำได้รับเงินเดือนเริ่มต้นไม่ต่ำกว่าเกณฑ์ ก.พ. กำหนด					X

## หมวดที่ 8 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของหลักสูตร

### 1. การประเมินประสิทธิผลของการสอน

#### 1.1 การประเมินกลยุทธ์การสอน

กระบวนการที่ใช้ในการประเมินผลและปรับปรุงกลยุทธ์การสอนที่วางแผนไว้เพื่อพัฒนาการเรียนการสอนนั้น ให้พิจารณาจากนักศึกษาโดยอาจารย์ผู้สอนจะต้องประเมินผู้เรียนตามจุดประสงค์ของรายวิชา โดยอาจใช้วิธีประเมินจากการทดสอบย่อย การสังเกตพฤติกรรมของนักศึกษา การอภิปรายโต้ตอบจากนักศึกษา การตอบคำถามของนักศึกษาในชั้นเรียน ซึ่งเมื่อรวบรวมข้อมูลดังกล่าวก็จะทำให้สามารถประเมินเบื้องต้นได้ หากวิธีการที่ใช้ไม่สามารถทำให้ผู้เรียนเข้าใจ ก็ให้นำมาพิจารณาปรับปรุงและพัฒนาวิธีสอนให้เหมาะสมกับนักศึกษาแต่ละกลุ่ม

มีการทดสอบทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติในกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน เพื่อวัดว่านักศึกษามีความรู้ความเข้าใจตามเนื้อหาวิชาที่กำหนดหรือไม่ เมื่อสิ้นภาคเรียนสาขาวิชาได้จัดให้มีการประชุมเพื่อหาแนวทางปรับปรุงพัฒนาการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

#### 1.2 การประเมินทักษะของอาจารย์ในการใช้แผนกลยุทธ์การสอน

มีระบบการประเมินผลการสอนของอาจารย์ผู้สอนทุกรายวิชา โดยนักศึกษามือต้นภาคเรียน

### 2. การประเมินหลักสูตรในภาพรวม

#### 2.1 ประเมินจากนักศึกษาและศิษย์เก่า

ดำเนินการประเมินจากนักศึกษารุ่นปัจจุบันโดยการสอบถาม สำหรับศิษย์เก่าได้จากการประชุมศิษย์เก่าหรือเชิญศิษย์เก่าเป็นวิทยากรให้กับนักศึกษารุ่นปัจจุบัน

#### 2.2 ประเมินจากนายจ้างหรือสถานประกอบการ

ได้จากการรวบรวมแบบประเมินผลการฝึกงาน/สหกิจศึกษา หรือจากการสัมภาษณ์สถานประกอบการที่รับบัณฑิตเข้าทำงาน

#### 2.3 ประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิหรือที่ปรึกษา

ดำเนินการโดยเชิญผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อให้ความเห็นในการจัดทำหลักสูตร และนำข้อมูลที่ได้จากผลการประเมินการประกันคุณภาพภายในจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกมาพิจารณาปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตร

### 3. การประเมินผลการดำเนินงานตามรายละเอียดหลักสูตร

โดยพิจารณาจากตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน หมวดที่ 7 ข้อ 7



#### 4. การทบทวนผลการประเมินและวางแผนปรับปรุง

มีการนำปัญหาที่พบจากการประเมินหลักสูตรเข้าประชุมสาขาวิชา เพื่อกำหนดแนวทางสำหรับการปรับปรุงย่อย มีการปรับปรุงหลักสูตรทั้งฉบับทุก 5 ปี เพื่อให้ได้หลักสูตรที่ทันสมัยก้าวทันเทคโนโลยี และสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต

# ภาคผนวก

---

## เอกสารแนบหมายเลข 1

## ผลงานทางวิชาการของอาจารย์ประจำหลักสูตร

1. นายณัฐกรณ์ นามสกุล กานกาน ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์

ระดับการศึกษา ชื่อปริญญา (สาขาวิชา)	มหาวิทยาลัย/สถาบัน	ปีที่สำเร็จ การศึกษา
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการตลาด)	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ธัญบุรี	2552
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาวิชาการตลาด)	สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล	2544

## ผลงานทางวิชาการ

## งานวิจัย

- ไม่มี -

## แต่งตำรา

- ไม่มี -

## บทความทางวิชาการ

- ไม่มี -

## รายวิชาที่รับผิดชอบ

วิชาผลิตภัณฑ์และราคา (Product and Price)

วิชาการตลาดสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Marketing for Small and Medium Enterprises)

วิชากลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategies)

## ประสบการณ์

หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

## ผลงานทางวิชาการของอาจารย์ประจำหลักสูตร

2. นางสาวทัศนีย์ นามสกุล สวนฉิมพลี ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์

ระดับการศึกษา ชื่อปริญญา (สาขาวิชา)	มหาวิทยาลัย/สถาบัน	ปีที่สำเร็จ การศึกษา
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการตลาด)	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์	2551
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาวิชาการตลาด)	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	2545

ผลงานทางวิชาการ

งานวิจัย

- ไม่มี -

แต่งตำรา

- ไม่มี -

บทความทางวิชาการ

- ไม่มี -

รายวิชาที่รับผิดชอบ

วิชาการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ (Integrated Marketing Communication)

วิชาการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Social Marketing and Environment)

วิชาการวางแผนการประชาสัมพันธ์และกิจกรรมการตลาด (Public Relations and Event Marketing Planning)

ประสบการณ์

- ไม่มี -

## ผลงานทางวิชาการของอาจารย์ประจำหลักสูตร

3. นายประวิทย์ นามสกุล พุ่มพา ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์

ระดับการศึกษา ชื่อปริญญา (สาขาวิชา)	มหาวิทยาลัย/สถาบัน	ปีที่สำเร็จ การศึกษา
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการตลาด)	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	2546
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาวิชาการตลาด)	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	2543

## ผลงานทางวิชาการ

## งานวิจัย

ประวิทย์ พุ่มพา 2554. ประสิทธิภาพของการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมของผู้  
ส่งออกสินค้าเกษตรกรรมของประเทศไทย. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก.

## แต่งตำรา

ประวิทย์ พุ่มพา 2557. เอกสารประกอบการสอนวิชานโยบายการจัดจำหน่าย. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี  
ราชมงคลตะวันออก.

## บทความทางวิชาการ

- ไม่มี -

## รายวิชาที่รับผิดชอบ

วิชาพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)

วิชาการวางแผนการตลาด (Marketing Planning)

วิชานโยบายการจัดจำหน่าย (Distribution Policy)

## ประสบการณ์

หัวหน้าสาขาวิชาเทคโนโลยีโลจิสติกส์และการจัดการระบบขนส่ง

หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

## ผลงานทางวิชาการของอาจารย์ประจำหลักสูตร

4. นางสาวชนสร นามสกุล กิรัมย์ ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์

ระดับการศึกษา ชื่อปริญญา (สาขาวิชา)	มหาวิทยาลัย/สถาบัน	ปีที่สำเร็จ การศึกษา
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการตลาด)	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์	2552
หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต (สาขาการจัดการชุมชน)	มหาวิทยาลัยศิลปากร	2549

## ผลงานทางวิชาการ

## งานวิจัย

ชนสร กิรัมย์ 2553. การพัฒนาการเรียนการสอนโดยใช้ปัญหาเป็นฐาน วิชาพฤติกรรมผู้บริโภค  
มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย

ชนสร กิรัมย์ 2554. กระบวนการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน วิชาระเบียบวิธีวิจัย  
มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย

ชนสร กิรัมย์ และวัชรภรณ์ ขายม 2557. การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเปลือก กลุ่มสตรีหมู่บ้านหนองกก  
อำเภอตาพระยา จังหวัดสระแก้ว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

## แต่งตำรา

- ไม่มี -

## บทความทางวิชาการ

- ไม่มี -

## รายวิชาที่รับผิดชอบ

วิชาการตลาดระหว่างประเทศ (International Marketing)

วิชาปัญหาพิเศษ (Special Problems)

การค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ (International Trading and Investment)

## ประสบการณ์

เจ้าหน้าที่ฝ่ายต่างประเทศ บริษัท Johnson Control Thailand

ผู้ช่วยคณบดี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย

หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย

## ผลงานทางวิชาการของอาจารย์ประจำหลักสูตร

5. นางสาววัชรภรณ์ นามสกุล ขายม

ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์

ระดับการศึกษา ชื่อปริญญา (สาขาวิชา)	มหาวิทยาลัย/สถาบัน	ปีที่สำเร็จ การศึกษา
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการตลาด)	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2554
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาวิชาการเงิน)	สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล	2547

## ผลงานทางวิชาการ

## งานวิจัย

ธนสร กิรัมย์ และวัชรภรณ์ ขายม 2557. การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเปลือกกลุ่มสตรีหมู่บ้านหนองกก  
อำเภอตาพระยา จังหวัดสระแก้ว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

## แต่งตำรา

- ไม่มี -

## บทความทางวิชาการ

- ไม่มี -

## รายวิชาที่รับผิดชอบ

วิชาการวิจัยการตลาด (Marketing Research)

วิชาจริยธรรมทางธุรกิจ (Business Ethics)

วิชาการศึกษาความเป็นไปได้เพื่อโครงการการตลาด (Feasibility Study for Marketing Projects)

## ประสบการณ์

- ไม่มี -

### รายนามคณะกรรมการจัดทำหลักสูตร

#### 1. คณะกรรมการจัดทำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558)

1. รศ.ดร.พัชรี	ชยากรโสภิต	ประธานกรรมการ
2. นางจิตต์ผอง	สุชะตุงคะ	รองประธานกรรมการ
3. นางสาวสมัย	ศรัทธาพร	กรรมการ
4. นายวิทยา	เจียมธีระนาถ	กรรมการ
5. นางสิริวรรณ	ฉัตรเฉลิมกิจ	กรรมการ
6. นายอัครวุฒิ	สี้อประสาร	กรรมการ
7. นางสาวภรภัสสรณ์	ไทรพรชนิตว์	กรรมการ
8. นางสาวจรจิดต์	ชนะสาร	กรรมการ
9. นายณัฐกรณ์	กานกาน	กรรมการ
10. นางสาววัชรภรณ์	ขยม	กรรมการ
11. นางสาวทัศนีย์	สวนฉิมพลี	กรรมการ
12. นางสาวธนสร	กิริมย์	กรรมการ
13. นายประวิทย์	พุ่มพา	กรรมการและเลขานุการ

#### 2. ผู้ทรงคุณวุฒิจากหน่วยงานภายนอก

1. ผศ.ดร. นภวรรณ	คณาบุรีรักษ์	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
2. อาจารย์มานิต	รัตนสุวรรณ	ประธานสถาบัน Social Marketing Academy of Thailand
3. คุณอรุณ	กิ่งแก้ว	ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายบริหาร โครงการการศึกษา (ระดับอุดมศึกษา) บริษัทซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)
4. คุณชลิต	ลิมนะเวช	อุปนายกฝ่ายวิชาการ สมาคมนักการตลาดแห่งประเทศไทย
5. คุณปรีชา	ยิ่งวัฒนากุล	ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด บริษัท ทาเคดา (ประเทศไทย) จำกัด



## 3. ผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์หลักสูตร

- |                       |                |  |
|-----------------------|----------------|--|
| 1. ผศ.ร.อ.นพ.ดร.สุมาส | วงศ์สุนพรัตน์  | ผู้ทรงคุณวุฒิ  |
| 2. รศ.ดร. สุรเสกข์    | พงษ์หาญยุทธ    | มหาวิทยาลัยรามคำแหง  |
| 3. ดร.ณัฐยา           | ประดิษฐสุวรรณ  | มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ   |
| 4. คุณปฤณศร           | ปัญจวัฒน์กุล   | ผู้เชี่ยวชาญอาวุโสบริหารการตลาด<br>เพื่อสร้างความผูกพันกับกลุ่มลูกค้า<br>ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) |
| 5. คุณสุรศักดิ์       | เหลือองอุษากุล | ผู้จัดการกลยุทธ์การตลาด<br>บริษัท แบรินด์เบอเกอร์ จำกัด  |



คำสั่งคณะกรรมการธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

ที่ ๐๕๓ / ๒๕๕๗

เรื่อง โครงการพัฒนาหลักสูตรตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ (TQF)  
กิจกรรมย่อยที่ ๑ การยกย่องและพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

เพื่อให้การดำเนินงานการจัดโครงการพัฒนาหลักสูตรตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ (TQF) (ผลผลิต : ผู้สำเร็จการศึกษาด้านสังคมศาสตร์) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาหลักสูตรระดมความคิดในการปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตร ของคณะกรรมการธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นไปตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ (TQF) ระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๒ และจัดทำรายละเอียดของหลักสูตรรายละเอียดของรายวิชา ลงรายละเอียดของประสบการณ์ภาคสนาม อันจะส่งผลต่อการพัฒนาการด้านต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นการพัฒนาไปสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและบรรลุวัตถุประสงค์ จึงแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินการดังกล่าว ดังมีรายชื่อต่อไปนี้

#### คณะกรรมการอำนวยการ

- |   |                            |
|---|----------------------------|
| ๑. คณบดีคณะกรรมการธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ    | ประธาน                     |
| ๒. รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัยคณะกรรมการธุรกิจฯ | กรรมการ                    |
| ๓. รองคณบดีฝ่ายกิจการนักศึกษาฯ คณะบริหารธุรกิจฯ | กรรมการ                    |
| ๔. รองคณบดีฝ่ายบริหารและแผนคณะกรรมการธุรกิจฯ    | กรรมการและเลขานุการ        |
| ๕. หัวหน้าสำนักงานคณบดี คณะบริหารธุรกิจฯ        | กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ |

หน้าที่ อำนวยความสะดวกเพื่อให้การปฏิบัติงานของทุกฝ่ายดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย

#### คณะกรรมการยกย่องหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

- |                                 |              |               |
|---------------------------------|--------------|---------------|
| ๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นภวรรณ | คณานุรักษ์   | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒. คุณอินทอร                    | สวัสดิ์อติคม | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๓. อาจารย์มานิต                 | รัตนสุวรรณ   | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๔. คุณอรุณี                     | กิ่งแก้ว     | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๕. คุณปรีชา                     | ยิ่งวัฒนากุล | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๖. อาจารย์ประวิทย์              | พุ่มพา       | ประธาน        |
| ๗. อาจารย์อัศวิน                | สื่อประสาร   | รองประธาน     |
| ๘. อาจารย์ภรภัสสรณ์             | ไตรพรชนิตว์  | กรรมการ       |
| ๙. อาจารย์ขจรจิตร               | ธนะสาร       | กรรมการ       |

๑๐. อาจารย์ณัฐกรณ์	กานคาน	กรรมการ
๑๑. อาจารย์วัชรภรณ์	ชยาม	กรรมการ
๑๒. อาจารย์ธนสร	ภิรัมย์	กรรมการและเลขานุการ
๑๓. คุณจารุกิตต์	ขวัญมงคลพงศ์	ผู้ช่วยกรรมการและเลขานุการ
๑๔. คุณวราวุธ	สาเพิ่มทรัพย์	ผู้ช่วยกรรมการและเลขานุการ

หน้าที่ จัดดำเนินการยกร่างและพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตให้สอดคล้องกับมาตรฐาน  
คุณวุฒิระดับปริญญาตรีสาขาวิชาการตลาด

สั่ง ณ วันที่ ๑๗ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๕๗



(รองศาสตราจารย์ ดร.พัชรี ชยากรไศภิต)  
คณบดีคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ



คำสั่งคณะกรรมการธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

ที่ ๐๕๕ / ๒๕๕๗

เรื่อง โครงการพัฒนาหลักสูตรตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ (TQF)  
กิจกรรมย่อยที่ ๒ การวิพากษ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

เพื่อให้การดำเนินงานการจัดโครงการพัฒนาหลักสูตรตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ (TQF) (ผลิต : ผู้สำเร็จการศึกษาด้านสังคมศาสตร์) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาหลักสูตรระดมความคิดในการปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตร ของคณะกรรมการธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นไปตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ (TQF) ระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๒ และจัดทำรายละเอียดของหลักสูตรรายละเอียดของรายวิชา ลงรายละเอียดของประสบการณ์ภาคสนาม อันจะส่งผลต่อการพัฒนาการด้านต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นการพัฒนาไปสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและบรรลุวัตถุประสงค์ จึงแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินการดังกล่าว ดังมีรายชื่อต่อไปนี้

คณะกรรมการอำนวยการ

- |   |                            |
|---|----------------------------|
| ๑. คณบดีคณะกรรมการธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ    | ประธาน                     |
| ๒. รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัยคณะกรรมการธุรกิจฯ | กรรมการ                    |
| ๓. รองคณบดีฝ่ายกิจการนักศึกษาฯ คณะบริหารธุรกิจฯ | กรรมการ                    |
| ๔. รองคณบดีฝ่ายบริหารและแผนคณะกรรมการธุรกิจฯ    | กรรมการและเลขานุการ        |
| ๕. หัวหน้าสำนักงานคณบดี คณะบริหารธุรกิจฯ        | กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ |

หน้าที่ อำนวยความสะดวกเพื่อให้การปฏิบัติงานของทุกฝ่ายดำเนินการไปด้วยความเรียบร้อย

คณะกรรมการร่างหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

- |                         |                |               |
|-------------------------|----------------|---------------|
| ๑. ผศ. รอ. นพ. ดร.สุมาส | วงศ์สุนพรัตน์  | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒. คุณสุรเสกข์          | พงษ์หาญยุทธ    | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๓. คุณสุรศักดิ์         | เหลืองอุษากุล  | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๔. คุณณัฐยา             | ประดิษฐ์สุวรรณ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๕. คุณปณศร              | ปัญจวัฒน์กุล   | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๖. อาจารย์ประวิทย์      | พุ่มพา         | ประธาน        |
| ๗. อาจารย์อัศวิน        | สื่อประสาร     | รองประธาน     |
| ๘. อาจารย์ภรณ์สรณ์      | ไตรพรชนิตว์    | กรรมการ       |
| ๙. อาจารย์ขจรจิตร       | ณะสาร          | กรรมการ       |

/นายณัฐกรณ์...

๑๐. อาจารย์ณัฐกรณ์	กานคาน	กรรมการ
๑๑. อาจารย์วัชรภรณ์	ชಾಯม	กรรมการ
๑๒. อาจารย์จันสร	ภิรัมย์	กรรมการและเลขานุการ
๑๓. คุณจารุกิตต์	ขวัญมงคลพงศ์	ผู้ช่วยกรรมการและเลขานุการ
๑๔. คุณวรายุทธ	สาเพิ่มทรัพย์	ผู้ช่วยกรรมการและเลขานุการ

หน้าที่ จัดดำเนินการยกร่างและพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตให้สอดคล้องกับมาตรฐาน  
คุณวุฒิระดับปริญญาตรีสาขาวิชาการตลาด

สั่ง ณ วันที่ ๒๕ เมษายน พ.ศ. ๒๕๕๗



(รองศาสตราจารย์ ดร.พัชรี ชยากรโสภิต)  
คณบดีคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ

### สรุปผลการสำรวจความคิดเห็นของบัณฑิต ผู้ใช้บัณฑิต และผู้ทรงคุณวุฒิ

#### 1. ความคิดเห็นของบัณฑิต

1. บัณฑิตเสนอให้มีรายวิชาที่เน้นกิจกรรมการปฏิบัติมากขึ้น
2. ผู้สอนควรเน้นให้นักศึกษามีการนำเสนองานหน้าชั้นเรียนให้มากขึ้น เนื่องจากเป็นทักษะที่จำเป็นในการปฏิบัติงานในสถานประกอบการจริง
3. ควรจัดการเรียนการสอนที่เน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ทางภาษาต่างประเทศเพื่อการสื่อสารควบคู่กับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ
4. ควรเน้นให้ผู้เรียนมีภาวะผู้นำ กล้าแสดงความคิดเห็น มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ กล้าตัดสินใจมากขึ้น และมีการคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ
5. ควรเน้นให้ผู้เรียนคำนึงถึงคุณธรรม จริยธรรม กฎระเบียบขององค์กรและสังคม

#### 2. ความคิดเห็นของผู้ใช้บัณฑิต

1. นักการตลาดจะต้องเรียนรู้ภาษาให้หลากหลาย สภาพการตลาดจะเป็น Global Marketing ทุกประเทศในโลกที่จะเชื่อมโยงทางการค้าและการลงทุน
2. ควรเพิ่มรายวิชาที่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดในปัจจุบัน โดยเสนอศาสตร์วิชาที่เกี่ยวข้องกับ Digital Marketing
3. นักศึกษาควรมีทักษะด้านภาษาเพื่อพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยเสนอให้มีการเพิ่มรายวิชาที่เกี่ยวกับภาษาต่างประเทศให้หลากหลายมากขึ้น
4. ควรเพิ่มทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น โปรแกรมสำเร็จรูปในงานธุรกิจ ให้มีความพร้อมก่อนเข้าสู่ตลาดแรงงาน
5. ควรเน้นให้นักศึกษาตระหนักถึงความสำคัญในด้านจริยธรรม การทำงานร่วมกับผู้อื่น และการปรับตัวกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป

### 3. ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ

#### 3.1 ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิในการยกร่างหลักสูตร

1. ควรมีการเปลี่ยนรายวิชาการจัดการตลาด (Market Management) เป็นวิชาการวางแผนการตลาด (Marketing Planning)
2. ในรายวิชาการบริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ควรเปลี่ยนเป็นชื่อวิชาการตลาด สำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จะได้ไม่ซ้ำซ้อนกับสาขาการจัดการ โดยเจาะลึกลงในการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ
3. เนื้อหาในแต่ละรายวิชาควรสอดแทรกคุณธรรม จริยธรรม เพื่อปลูกฝังเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิต
4. ถ้ามีการเปิดรายวิชาการจัดการอุตสาหกรรมไมซ์ ในภาคการศึกษาใด ควรมีการร่วมมือกับเอกชนที่มีประสบการณ์ในการมาร่วมกันจัดการเรียนการสอน

#### 3.2 ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิในการวิพากษ์หลักสูตร

1. ถ้าตามอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเน้นบัณฑิตนักปฏิบัติ ควรเน้นให้นักศึกษารู้จักเครื่องมือทางการตลาดและใช้ให้เป็น ในสภาพความเป็นจริงตลาดแรงงานต้องการคนที่จบปริญญาตรี เพราะมีต้นทุนต่ำและสามารถปฏิบัติงานได้จริง
2. ควรเน้นให้ผู้เรียนมีทักษะด้านการนำเสนอผลงาน
3. รายวิชาที่กำหนดในหลักสูตรสามารถทำให้ผู้ที่สนใจเข้ามาสมัครเรียน เข้าใจได้ว่าเมื่อจบการศึกษาจะสามารถนำไปปฏิบัติงานใด หรือประกอบอาชีพใดได้บ้าง

#### สมรรถนะหลัก (Core Competency) ของบัณฑิตสาขาการตลาด

1. มีบุคลิกภาพที่ดี
2. มีความรับผิดชอบ
3. มีความขยันอดทน
4. มีภาวะความเป็นผู้นำ
5. มีความสามารถในการทำงานเป็นทีม
6. มีจริยธรรม ซื่อสัตย์ และจรรยาบรรณด้านวิชาชีพ

ตารางแสดงการกระจายสมรรถนะหลัก (Core Competency) ของบัณฑิตสาขาวิชาการตลาดสู่รายวิชาและ  
การจัดการเรียนการสอน

สมรรถนะหลัก (Core Competency)	ความสอดคล้องในรายวิชา	แนวปฏิบัติในการจัดการเรียนการสอน
มีบุคลิกภาพที่ดี มี ความรับผิดชอบสูง และมีความขยัน อดทน	1.การพัฒนาบุคลิกภาพ 2.การเจรจาต่อรองทางการตลาดระหว่าง ประเทศ	มีการสอนในรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการ พัฒนาบุคลิกภาพ และการวางตัวใน สังคม มีมนุษยสัมพันธ์ สัมมาคารวะ อ่อนน้อมถ่อมตน เข้ากับสังคมได้ทุก ระดับ
มีภาวะความเป็นผู้นำ สูงและมี ความสามารถในการ ทำงานทีม	1.สัมมนาปัญหาทางการตลาด 2.การศึกษาความเป็นไปเพื่อโครงการ การตลาด 3.การตลาดสำหรับธุรกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม	1. กำหนดให้มีรายวิชาที่มีการทำงาน เป็นกลุ่ม เพื่อจัดสรรหน้าที่ ความ รับผิดชอบ 2. มีกิจกรรมที่จัดให้นักศึกษาสร้างและ เสนอโครงการที่มีประชนโครงการ และมอบหมายงานให้แก่ผู้มีส่วน รับผิดชอบ เพื่อเป็นการฝึกให้นักศึกษา มีความเป็นผู้นำและกล้าเสนอ แนวความคิด 3. สร้างวินัยด้วยการเข้าชั้นเรียน และ ส่งงานที่ได้รับมอบหมาย ให้ตรงเวลา 4. กล้าคิด กล้าทำ กล้าตัดสินใจ
มีจริยธรรม ซื่อสัตย์ และจรรยาบรรณด้าน วิชาชีพ	1.จริยธรรมธุรกิจ 2.หลักการตลาด 3. การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	สอดแทรกจริยธรรม และจรรยาบรรณ วิชาชีพทุกรายวิชา ให้มี ขยัน ซื่อสัตย์ อดทนต่อความอุปสรรค จิต สาธารณะ มีน้ำใจ และความตระหนักรู้ ผิดรู้ชอบ



สมรรถนะหลัก (Core Competency)	ความสอดคล้องในรายวิชา	แนวปฏิบัติในการจัดการเรียนการสอน
มีทักษะการเรียนรู้ ด้วยตนเอง และ เรียนรู้ได้เร็ว	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.สหกิจศึกษา</li> <li>2.การฝึกงาน</li> <li>3.การประชาสัมพันธ์</li> <li>4.ดิจิทัลและนวัตกรรมทางการตลาด</li> </ol>	มีการสอนที่ผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง จัด วิชาให้มีการค้นคว้า เพื่อทำงานวิจัย วางแผนการตลาด สืบค้นข้อมูลเพื่อ บูรณาการความรู้ทั้งหมดที่เรียนมา โดย เน้นการเรียนรู้ สามารถคิด วิเคราะห์ แก้ไขปัญหาได้ด้วยตนเอง
มีแนวคิดริเริ่ม สร้างสรรค์และทำสิ่ง ที่แตกต่างทาง การตลาดและ วางแผนอย่างเป็น ระบบ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.ผลิตภัณฑ์และราคา</li> <li>2.กลยุทธ์การตลาด</li> <li>3.การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ</li> <li>4.การวิจัยตลาด</li> <li>5.การวางแผนการตลาด</li> </ol>	มีรายวิชาเอกบังคับทางการตลาดที่เน้น ให้นักศึกษาเข้าร่วมและทำกิจกรรม ทางการตลาดของหน่วยงานภายใน และภายนอก ที่เน้นการปฏิบัติจริง นำเทคโนโลยีสารสนเทศมา ประยุกต์ใช้อย่างสร้างสรรค์

## เอกสารแนบหมายเลข 4

## รายละเอียดเพิ่มเติม – สำหรับหลักสูตรที่ขอปรับปรุง

## เหตุผลที่ขอปรับปรุง

1. เนื่องจากหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต การตลาด ได้มีการใช้มาตั้งแต่ปี 2553 ได้ผลิตบัณฑิตออกสู่ตลาดแรงงาน มาเป็นเวลา 5 ปี จำเป็นที่จะต้องปรับปรุงให้เหมาะสมและกับสภาพความเป็นจริง สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน

2. สภาพแวดล้อมทางการตลาดได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ทำให้วิธีการตลาดใหม่ ๆ เกิดขึ้นอยู่เสมอทางคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศจึงเห็นว่าควรจะมีการปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรวิชาชีพ การตลาดให้สอดคล้องกับสภาพธุรกิจปัจจุบัน

## ปีการศึกษาที่เริ่มใช้หลักสูตรเดิมและหลักสูตรปรับปรุง

หลักสูตรปรับปรุง	เริ่มใช้ในปีการศึกษา	2548
หลักสูตรปรับปรุง	เริ่มใช้ในปีการศึกษา	2553
หลักสูตรปรับปรุง	เริ่มใช้ในปีการศึกษา	2558

ข้อแตกต่างระหว่างหลักสูตรเดิมและหลักสูตรปรับปรุง

หัวข้อ	หลักสูตรเดิม พ.ศ.2553	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2558
1. ชื่อหลักสูตร	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
2. ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด) บธ.บ. (การตลาด) Bachelor of Business Administration (Marketing) B.B.A. (Marketing)	บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด) บธ.บ. (การตลาด) Bachelor of Business Administration (Marketing) B.B.A. (Marketing)
3. จำนวนหน่วยกิต ตลอดหลักสูตร	1.หลักสูตร 4 ปี มีจำนวน หน่วยกิตรวมตลอด หลักสูตร 132 หน่วยกิต	1.หลักสูตร 4 ปี มีจำนวน หน่วยกิตรวมตลอด หลักสูตร 133 หน่วยกิต
4. โครงสร้าง หลักสูตร	จำนวนหน่วยกิตรวมตลอด หลักสูตร 132 หน่วยกิต 1.หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 30 หน่วยกิต 1.1 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ 6 หน่วยกิต 1.2 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ 6 หน่วยกิต 1.3 กลุ่มภาษา 12 หน่วยกิต 1.4 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์ กับคณิตศาสตร์ 6 หน่วยกิต 2.หมวดวิชาเฉพาะ 96 หน่วยกิต 2.1 กลุ่มวิชาแกน 42 หน่วยกิต 2.2 กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน 39 หน่วยกิต 2.3 กลุ่มวิชาเลือก 15 หน่วยกิต 3.หมวดวิชาเลือกเสรี 6 หน่วยกิต รวม 132 หน่วยกิต	จำนวนหน่วยกิตรวมตลอด หลักสูตร 133 หน่วยกิต 1.หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 30 หน่วยกิต 1.1 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ 3 หน่วยกิต 1.2 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ 3 หน่วยกิต 1.3 กลุ่มภาษา 12 หน่วยกิต 1.4 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์ กับคณิตศาสตร์ 6 หน่วยกิต 1.5 กลุ่มวิชาหมวดวิชาศึกษา ทั่วไปเลือก 6 หน่วยกิต 2.หมวดวิชาเฉพาะ 97 หน่วยกิต 2.1 กลุ่มวิชาแกน 39 หน่วยกิต 2.2 กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน 36 หน่วยกิต 2.3 กลุ่มวิชาเลือก 22 หน่วยกิต 3.หมวดวิชาเลือกเสรี 6 หน่วยกิต รวม 133 หน่วยกิต

หัวข้อ	หลักสูตรเดิม พ.ศ.2553	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2558
<p>5. รายวิชาศึกษาทั่วไป</p>	<p>หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 30 หน่วยกิต</p> <p>กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ 3 หน่วยกิต ให้ศึกษาจากรายวิชา</p> <p>00-10-001 การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม</p> <p>กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ 3 หน่วยกิต ให้ศึกษารายวิชา</p> <p>00-20-001 การพัฒนาบุคลิกภาพ</p> <p>กลุ่มรายวิชาภาษาไทย 3 หน่วยกิต ให้ศึกษารายวิชา</p> <p>00-31-001 การใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร</p> <p>กลุ่มรายวิชาภาษาอังกฤษ 9 หน่วยกิต ให้ศึกษารายวิชาต่อไปนี้</p> <p>00-32-003 การอ่านภาษาอังกฤษ</p> <p>00-32-004 สนทนาภาษาอังกฤษ</p> <p>00-32-005 การเขียนภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน</p> <p>กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์กับคณิตศาสตร์ 6 หน่วยกิต ให้ศึกษารายวิชาต่อไปนี้</p> <p>00-41-001 คณิตศาสตร์และคอมพิวเตอร์ในชีวิตประจำวัน</p> <p>00-42-001 วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อมกับชีวิต</p> <p>กลุ่มวิชาหมวดศึกษาทั่วไป เลือก 6 หน่วยกิต</p> <p>กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์</p> <p>00-10-002 การเมืองและการปกครองของไทย</p>	<p>หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 30 หน่วยกิต</p> <p>กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ 3 หน่วยกิต ให้ศึกษาจากรายวิชา</p> <p>00-10-001 การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม</p> <p>กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ 3 หน่วยกิต ให้ศึกษารายวิชา</p> <p>00-20-001 การพัฒนาบุคลิกภาพ</p> <p>กลุ่มรายวิชาภาษาไทย 3 หน่วยกิต ให้ศึกษารายวิชา</p> <p>00-31-001 การใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร</p> <p>กลุ่มรายวิชาภาษาอังกฤษ 9 หน่วยกิต ให้เลือกศึกษารายวิชาต่อไปนี้</p> <p>00-32-001 ภาษาอังกฤษเพื่อทักษะการเรียนรู้</p> <p>00-32-002 ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน</p> <p>00-32-003 การอ่านภาษาอังกฤษ</p> <p>00-32-004 สนทนาภาษาอังกฤษ</p> <p>00-32-005 การเขียนภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน</p> <p>00-32-006 ทักษะสัมพันธ์ทางภาษาอังกฤษ</p> <p>กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์กับคณิตศาสตร์ 6 หน่วยกิต ให้ศึกษารายวิชาต่อไปนี้</p> <p>00-41-001 คณิตศาสตร์และคอมพิวเตอร์ในชีวิตประจำวัน</p> <p>และเลือกจากกลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์กับคณิตศาสตร์ 3 หน่วยกิต</p> <p>กลุ่มวิชาหมวดศึกษาทั่วไป เลือก 6 หน่วยกิตจาก</p>

หัวข้อ	หลักสูตรเดิม พ.ศ.2553	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2558
	00-10-003 สังคมกับเศรษฐกิจ 00-10-004 สังคมกับกฎหมาย 00-10-005 ชุมชน สังคม วัฒนธรรมและ สิ่งแวดล้อม กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ 00-20-002 สารสนเทศเพื่อการศึกษาค้นคว้า 00-20-003 จิตวิทยาทั่วไป 00-20-004 ไทยศึกษา 00-20-005 ศาสนาเพื่อสันติสุข 00-20-006 การจัดการความรู้ 00-20-007 นันทนาการในชีวิตประจำวัน	กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ กลุ่มวิชาภาษา กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์กับคณิตศาสตร์
6. รายวิชากลุ่ม วิชาชีพพื้นฐาน วิชาชีพ	กลุ่มวิชาแกน 42 หน่วยกิต 04-01-101 กฎหมายธุรกิจ 04-01-104 หลักการจัดการ 04-01-106 จริยธรรมทางธุรกิจ 04-01-202 สถิติทางธุรกิจ 04-01-203 การภาษีอากร 04-01-207 ความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจ ระหว่างประเทศ 04-01-305 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร ธุรกิจ 04-02-101 หลักการตลาด 04-03-101 การบัญชีเบื้องต้น 04-03-286 การเงินธุรกิจ 04-04-201 การจัดการโลจิสติกส์และ ห่วงโซ่อุปทาน 04-05-202 ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ 04-99-104 หลักเศรษฐศาสตร์ 06-11-309 แคลคูลัสสำหรับธุรกิจ	กลุ่มวิชาแกน 39 หน่วยกิต 02-10-101 หลักเศรษฐศาสตร์ 04-01-101 หลักการจัดการ 04-01-102 กฎหมายธุรกิจ 04-01-103 จริยธรรมทางธุรกิจ 04-01-104 ความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจ ระหว่างประเทศ 04-01-105 สถิติทางธุรกิจ 04-01-310 การภาษีอากร 04-01-311 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารธุรกิจ ธุรกิจ 04-02-101 หลักการตลาด 04-03-101 การบัญชีขั้นต้น 04-03-103 การเงินธุรกิจ 04-04-201 การจัดการ โลจิสติกส์และ ห่วงโซ่อุปทาน 04-05-103 ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ

หัวข้อ	หลักสูตรเดิม พ.ศ.2553	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2558
<p>7. รายวิชากลุ่ม วิชาชีพบังคับ</p>	<p>39 หน่วยกิต ให้เลือกศึกษาตามกลุ่มวิชา</p> <p>4.1 บังคับทุกกลุ่มวิชาชีพ จำนวน 24 หน่วยกิต ดังต่อไปนี้</p> <p>04-02-202 พุทธกรรมผู้บริ โภค</p> <p>04-02-303 นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา</p> <p>04-02-304 นโยบายการจัดจำหน่าย</p> <p>04-02-305 การตลาดระหว่างประเทศ</p> <p>04-02-306 การจัดการการตลาด</p> <p>04-02-407 การส่งเสริมการตลาด</p> <p>04-02-408 การวิจัยการตลาด</p> <p>04-02-409 กลยุทธ์การตลาด</p> <p>4.2 รายวิชาบังคับ เฉพาะกลุ่มวิชาชีพ จำนวน 15 หน่วยกิต ดังต่อไปนี้</p> <p><u>วิชาเอกการบริหารการตลาด</u></p> <p>04-02-210 การบริหารการค้าปลีก</p> <p>04-02-311 ระบบข้อมูลข่าวสารการตลาด</p> <p>04-02-312 การจัดการขาย</p> <p>04-02-413 การศึกษาความเป็นไปได้เพื่อ โครงการการตลาด</p> <p>04-02-414 สัมมนาปัญหาการตลาด</p> <p><u>วิชาเอกการตลาดระหว่างประเทศ</u></p> <p>04-02-215 การค้ากับกลุ่มเศรษฐกิจต่างๆ</p> <p>04-02-316 กฎระเบียบและการเจรจาการค้า</p> <p>04-02-418 การบริหารการตลาดส่งออก</p> <p>04-02-419 สัมมนาปัญหาการตลาด ระหว่างประเทศ</p> <p>04-02-440 ภาษาอังกฤษเพื่อธุรกิจและ การค้าระหว่างประเทศ</p>	<p>กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน 36 หน่วยกิต</p> <p>04-02-102 พุทธกรรมผู้บริ โภค</p> <p>04-02-203 การตลาดระหว่างประเทศ</p> <p>04-02-304 ผลิตภัณฑ์และราคา</p> <p>04-02-305 นโยบายการจัดจำหน่าย</p> <p>04-02-306 การวางแผนการตลาด</p> <p>04-02-307 การสื่อสารการตลาดเชิง บูรณาการ</p> <p>04-02-308 การวิจัยการตลาด</p> <p>04-02-309 การบริหารตราสินค้า</p> <p>04-02-310 การตลาดสำหรับธุรกิจขนาด กลางและขนาดย่อม</p> <p>04-02-411 กลยุทธ์การตลาด</p> <p>04-02-412 สัมมนากลยุทธ์การตลาด เชิงบูรณาการ</p> <p>04-02-413 การศึกษาความเป็นไปได้ เพื่อโครงการการตลาด</p> <p>รายการปรับปรุง เนื่องจาก หลักสูตรปรับปรุง 2558 ไม่มีกลุ่มวิชาเอก จึงดำเนินการ ปรับปรุงชื่อวิชา และคำอธิบายรายวิชาให้มี ความทันสมัย และเพิ่มรายวิชาใหม่ คือ การ บริหารตราสินค้า และการตลาดสำหรับธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม</p>

หัวข้อ	หลักสูตรเดิม พ.ศ.2553	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2558
	<p><u>วิชาเอกการสื่อสารการตลาด</u></p> <p>04-02-220 หลักการโฆษณา</p> <p>04-02-321 หลักการสื่อสารการตลาด</p> <p>04-02-322 เทคนิคการผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารการตลาด</p> <p>04-02-423 การวางแผนการประชาสัมพันธ์และการรณรงค์</p> <p>04-02-424 สัมมนาปัญหาการสื่อสารการตลาด</p> <p><u>วิชาเอกการตลาดบริการ</u></p> <p>04-02-225 การตลาดบริการ</p> <p>04-02-326 การตลาดลูกค้าสัมพันธ์</p> <p>04-02-327 การตลาดธุรกิจบริการเฉพาะอย่าง</p> <p>04-02-428 การจัดการบริการ</p> <p>04-02-429 สัมมนาปัญหาการตลาดบริการ</p>	<p><u>กลุ่มวิชาเลือก 22 หน่วยกิต ประกอบด้วย</u></p> <p>กลุ่มวิชาฝึกงานหรือกลุ่มวิชาสหกิจศึกษา 7 หน่วยกิต และกลุ่มวิชาเลือกทั่วไปอีก 15 หน่วยกิต</p> <p>กลุ่มวิชาฝึกงาน</p> <p>04-02-330 การเตรียมความพร้อมสำหรับการฝึกงาน</p> <p>04-02-331 การฝึกงาน</p> <p>04-02-429 ปัญหาพิเศษ</p> <p>หรือ</p> <p>กลุ่มวิชาสหกิจศึกษา</p> <p>04-02-432 การเตรียมความพร้อมสำหรับสหกิจศึกษา</p> <p>04-02-433 สหกิจศึกษา</p> <p>กลุ่มวิชาเลือกทั่วไป 15 หน่วยกิต</p> <p>04-02-114 การค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ</p> <p>04-02-215 ดิจิทัลและนวัตกรรมทางการตลาด</p>
		<p>04-02-216 การบริหารการขายและศิลปะการขาย</p> <p>04-02-217 การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ</p> <p>04-02-218 การจัดการตลาดข้ามวัฒนธรรม</p> <p>04-02-219 การจัดการธุรกิจนำเข้าและส่งออก</p> <p>04-02-220 การวิเคราะห์การตลาดเชิงปริมาณ</p> <p>04-02-221 การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม</p>





หัวข้อ	หลักสูตรเดิม พ.ศ.2553	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2558
9. เพิ่มรายวิชาใหม่		<p>มีการปรับปรุงคำอธิบายรายวิชาในกลุ่มวิชาการ ตลาดให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของวิชาชีพและรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน อีกทั้งจากการประชาพิจารณา ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้ประกอบวิชาชีพ การตลาด จากภาครัฐบาลและเอกชน จึงเพิ่มรายวิชาใหม่ดังนี้</p> <p>04-02-309 การบริหารตราสินค้า</p> <p>04-02-310 การตลาดสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม</p> <p>04-02-215 ดิจิทัลและนวัตกรรมทางการตลาด</p> <p>04-02-218 การจัดการตลาดข้ามวัฒนธรรม</p> <p>04-02-219 การจัดการธุรกิจนำเข้าและส่งออก</p> <p>04-02-322 การตลาดอาเซียน</p> <p>04-02-323 การตลาดเชิงกีฬา</p> <p>04-02-426 การเจรจาต่อรองทางการตลาดระหว่างประเทศ</p> <p>04-02-427 การตลาดชุมชน</p> <p>04-02-428 การจัดการอุตสาหกรรมไมซ์</p>
10. ปรับลดรายวิชา		<p>รายการปรับปรุง เนื่องจาก หลักสูตรปรับปรุง 2558 ไม่มีกลุ่มวิชาเอก จึงดำเนินการปรับลดรายวิชาในแต่ละกลุ่มวิชาเอกออกไป</p>



ข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก  
ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี  
พ.ศ. ๒๕๕๓

โดยที่เป็นการสมควรให้วางหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีให้เป็นไปอย่างมีคุณภาพได้มาตรฐาน สอดคล้องกับประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๔๘ และประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง แนวทางการบริหารเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับอุดมศึกษา พ.ศ. ๒๕๔๘

อาศัยอำนาจตามความนัยมาตรา ๑๗ (๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พ.ศ. ๒๕๔๘ และ โดยมติสภามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก ในการประชุมครั้งที่ ๕/๒๕๕๓ เมื่อวันที่ ๒๐ เมษายน พ.ศ. ๒๕๕๓ จึงออกข้อบังคับไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ข้อบังคับนี้เรียกว่า “ข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๕๓”

ข้อ ๒ ข้อบังคับนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันประกาศในราชกิจจานุเบกษา เป็นต้นไป

ข้อ ๓ ในข้อบังคับนี้

“สภามหาวิทยาลัย” หมายความว่า สภามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

“มหาวิทยาลัย” หมายความว่า มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

“อธิการบดี” หมายความว่า อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

“คณะ” หมายความว่า คณะในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก และให้หมายความรวมถึงส่วนราชการอื่น หรือส่วนงานภายในที่มีฐานะเทียบเท่าคณะ ซึ่งทำหน้าที่จัดการเรียนการสอนในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

“คณบดี” หมายความว่า คณบดีของคณะในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก และให้หมายความรวมถึงหัวหน้าส่วนราชการอื่น หรือหัวหน้าส่วนงานภายในที่มีฐานะเทียบเท่าคณะ ซึ่งทำหน้าที่จัดการเรียนการสอนในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

“นักศึกษา” หมายความว่า ผู้ที่เข้ารับการศึกษาระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัย

“สาขาวิชา” หมายความว่า สาขาวิชาที่จัดสอนในคณะ

“หัวหน้าสาขาวิชา” หมายความว่า หัวหน้าสาขาวิชาที่จัดสอนในคณะ

“แผนการเรียน” หมายความว่า แผนการจัดการเรียนในแต่ละภาคการศึกษาของแต่ละหลักสูตร

“อาจารย์ที่ปรึกษา” หมายความว่า อาจารย์ประจำในคณะ ซึ่งคณะแต่งตั้งและมอบหมายให้ทำหน้าที่แนะนำ ปรัชญาการศึกษา ดัดเตือน และดูแลความประพฤติตลอดจนรับผิดชอบในการลงทะเบียนเรียนรายวิชา และติดตามผลการศึกษานักศึกษา

“อาจารย์ประจำวิชา” หมายความว่า อาจารย์ประจำหรืออาจารย์พิเศษที่รับผิดชอบสอนรายวิชาในระดับปริญญาตรี

ข้อ ๔ ให้อธิการบดีรักษาการตามข้อบังคับนี้ และให้มีอำนาจวินิจฉัยชี้ขาด หรือตีความตลอดจนออกประกาศเพื่อปฏิบัติให้เป็นไปตามข้อบังคับนี้ ทั้งนี้ คำวินิจฉัยให้ถือเป็นที่สุด

#### หมวด ๑

##### การรับเข้าศึกษา

ข้อ ๕ ผู้ที่จะเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

(๑) เป็นผู้ที่มีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

(ก) มีคุณสมบัติอย่างหนึ่งอย่างใดเป็นการเฉพาะตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตร

(ข) มีคุณสมบัติตามที่มหาวิทยาลัยกำหนดเป็นกรณีพิเศษ

(๒) ลักษณะต้องห้าม

(ก) เป็นคนวิกลจริต โรคติดต่อร้ายแรง โรคที่สังกรรมรังเกียจ หรือโรคที่เป็นอุปสรรคต่อการศึกษา.

(ข) เป็นผู้ที่มีความประพฤติเสื่อมเสียอย่างร้ายแรง

ข้อ ๖ การขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษา ผู้ที่ผ่านการคัดเลือกเข้าศึกษาต้องดำเนินการขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาด้วยตนเอง ตามวัน เวลา และสถานที่ที่มหาวิทยาลัยกำหนด พร้อมทั้งชำระค่าธรรมเนียมตามประกาศของมหาวิทยาลัย หากผู้ที่ผ่านการคัดเลือกเข้าศึกษาไม่ขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาก็จะหมดสิทธิเข้าศึกษา เว้นแต่จะได้รับอนุมัติจากอธิการบดีหรือผู้ที่อธิการบดีมอบหมาย

#### หมวด ๒

##### ระบบการศึกษา

ข้อ ๗ ปีการศึกษาให้เริ่มตั้งแต่วันที่ ๑ มิถุนายนของทุกปี และสิ้นสุดลงในวันที่ ๓๑ พฤษภาคม ของปีถัดไป

ข้อ ๘ ระบบการศึกษา

(๑) มหาวิทยาลัยจัดการศึกษาโดยการประสานงานด้านวิชาการระหว่างคณะหรือสาขาวิชาใดซึ่งมีหน้าที่เกี่ยวกับวิชาการด้านนั้นแก่นักศึกษา

(๒) มหาวิทยาลัยใช้ระบบทวิภาค โดย ๑ ปีการศึกษา แบ่งออกเป็น ๒ ภาคการศึกษาปกติ ซึ่งเป็นภาคการศึกษาบังคับ คือ ภาคการศึกษาที่หนึ่ง และภาคการศึกษาที่สอง ภาคการศึกษาหนึ่งๆ มีระยะเวลาศึกษาไม่น้อยกว่า ๑๕ สัปดาห์ ทั้งนี้ ไม่รวมเวลาสำหรับการสอบ

มหาวิทยาลัยอาจเปิดการศึกษาภาคฤดูร้อน ซึ่งเป็นภาคการศึกษาไม่บังคับ ให้กำหนด ระยะเวลาและจำนวนหน่วยกิต โดยมีสัดส่วนเทียบเคียงกันได้กับภาคศึกษาปกติ

(๓) การกำหนดปริมาณการศึกษาของรายวิชาให้กำหนดเป็นหน่วยกิต ตามลักษณะการจัดการเรียน การสอนดังนี้

(ก) รายวิชาภาคทฤษฎีที่ใช้เวลาบรรยายหรืออภิปรายปัญหา ไม่น้อยกว่า ๑๕ ชั่วโมงต่อ ภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ ๑ หน่วยกิต

(ข) รายวิชาภาคปฏิบัติที่ใช้เวลาฝึกหรือทดลอง ไม่น้อยกว่า ๓๐ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ ๑ หน่วยกิต

(ค) การฝึกงานหรือฝึกภาคสนามที่ใช้เวลาฝึก ไม่น้อยกว่า ๔๕ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่า เท่ากับ ๑ หน่วยกิต

(ง) การทำโครงการหรือกิจกรรมการเรียนอื่นตามที่ได้รับมอบหมายที่ใช้เวลาทำโครงการ หรือกิจกรรมนั้นๆ ไม่น้อยกว่า ๔๕ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ ๑ หน่วยกิต

(จ) การศึกษาบางรายวิชาที่มีลักษณะเฉพาะ มหาวิทยาลัยอาจกำหนดหน่วยกิต โดยใช้ หลักเกณฑ์อื่น ได้ตามความเหมาะสม

(๔) นักศึกษาต้องมีเวลาศึกษาในแต่ละรายวิชาไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ ของเวลาศึกษาตลอดภาค การศึกษาจึงจะมีสิทธิ์สอบในรายวิชานั้น กรณีที่เวลาศึกษาไม่ถึงร้อยละ ๘๐ อันเนื่องจากเหตุสุดวิสัยต้อง ได้รับ อนุญาตจากคณบดีที่รับผิดชอบรายวิชาที่เปิดสอน

### หมวด ๓

#### การลงทะเบียนเรียน

##### ข้อ ๙ การลงทะเบียนรายวิชา

(๑) นักศึกษาต้องลงทะเบียนเรียนในรายวิชาที่กำหนดในแต่ละภาคการศึกษาให้เสร็จก่อน วันเปิดภาคการศึกษานั้น ตามระยะเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด

(๒) ในกรณีที่มีเหตุอันควร คณะอาจประกาศปิดการเรียนการสอนรายวิชาใด หรือจำกัดจำนวน นักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนในรายวิชาใดก็ได้

(๓) การเปิดรายวิชาเพิ่มหรือปิดรายวิชาใดต้องกระทำภายในสองสัปดาห์แรกนับจากวันเปิด ภาคการศึกษาปกติหรือภายในสัปดาห์แรกนับจากวันเปิดภาคการศึกษาฤดูร้อน

##### ข้อ ๑๐ การลงทะเบียนเรียน ให้กระทำตามหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

(๑) การลงทะเบียนเรียนในแต่ละภาคการศึกษาปกติ นักศึกษาต้องลงทะเบียนเรียนไม่น้อยกว่า ๕ หน่วยกิตและไม่เกิน ๒๒ หน่วยกิต ส่วนภาคการศึกษาฤดูร้อนนักศึกษาจะลงทะเบียนเรียนได้ไม่เกิน ๕ หน่วยกิต

สำหรับภาคการศึกษาแรกที่เข้าศึกษาในมหาวิทยาลัย นักศึกษาต้องลงทะเบียนเรียนรายวิชา ไม่น้อยกว่า ๕ หน่วยกิต มิฉะนั้นจะถือว่าพ้นสภาพการเป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัย

(๒) การลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษาปกติที่มีจำนวนหน่วยกิตมากกว่า ๒๒ หน่วยกิต แต่ไม่เกิน ๒๕ หน่วยกิต หรือน้อยกว่า ๘ หน่วยกิต ต้องขออนุมัติจากคณบดี และได้เพียงหนึ่งภาคการศึกษา ยกเว้นภาคการศึกษาสุดท้ายที่นักศึกษาจะสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร และมีหน่วยกิตที่เหลืออยู่ไม่เกิน ๒๕ หน่วยกิต หรือน้อยกว่า ๘ หน่วยกิต อาจขออนุมัติคณบดีเป็นการเฉพาะรายได้อีกหนึ่งภาคการศึกษาปกติ

การกำหนดจำนวนหน่วยกิตชั้นสูงในการลงทะเบียนเรียนดังกล่าวข้างต้น ไม่รวมถึงรายวิชาเสริมหลักสูตรที่ไม่นับหน่วยกิตซึ่งมีระดับคะแนน ม.น. หรือ AU

การลงทะเบียนเรียนต่ำกว่าที่กำหนดไว้ในภาคการศึกษาปกติจะกระทำได้เฉพาะกรณีเจ็บป่วย หรือมีเหตุอื่นๆ ที่จะเป็นอุปสรรคต่อการศึกษา และได้รับอนุญาตจากมหาวิทยาลัย เว้นแต่เป็นภาคการศึกษาที่มีการฝึกงาน หรือการฝึกประสบการณ์ภาคสนาม หรือภาคการศึกษาสุดท้ายที่สำเร็จการศึกษา

(๓) นักศึกษาจะต้องรับผิดชอบต่อการลงทะเบียนเรียนรายวิชาต่างๆ ตามวัน เวลา และสถานที่ที่มหาวิทยาลัยกำหนด พร้อมทั้งชำระหนี้สิน และเงินค่าธรรมเนียมตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

(๔) นักศึกษาที่ได้รับระดับคะแนน ม.ส. หรือ I ในภาคการศึกษาใด ไม่จำเป็นต้องลงทะเบียนเรียนเพื่อขอเปลี่ยนระดับคะแนน ม.ส. หรือ I ในภาคการศึกษาต่อไป เว้นแต่นักศึกษา ที่ได้รับระดับคะแนน ม.ส. หรือ I ในภาคการศึกษาสุดท้าย นักศึกษาต้องขอรักษาสภาพการเป็นนักศึกษา และชำระค่าธรรมเนียมตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

(๕) การลงทะเบียนเรียนรายวิชาต้องได้รับอนุญาตจากอาจารย์ที่ปรึกษา

(๖) ในภาคการศึกษาปกติ นักศึกษาผู้ใดลงทะเบียนเรียนหลังวันที่มหาวิทยาลัยกำหนดไว้ จะต้องชำระเงินค่าลงทะเบียนสูงกว่ากำหนด ตามอัตราที่มหาวิทยาลัยกำหนด ทั้งนี้ไม่นับรวมวันหยุดราชการ

(๗) สำหรับภาคการศึกษาฤดูร้อน นักศึกษาจะต้องลงทะเบียนเรียนให้เสร็จสิ้นตามวันที่มหาวิทยาลัยกำหนด มิฉะนั้น จะต้องชำระเงินค่าลงทะเบียนสูงกว่ากำหนด ตามอัตราที่มหาวิทยาลัยกำหนด ทั้งนี้ไม่นับรวมวันหยุดราชการ

(๘) ในภาคการศึกษาปกติ หากนักศึกษาผู้ใดไม่ลงทะเบียนเรียนด้วยเหตุผลใดๆ จะต้องทำหนังสือขออนุญาตลาพักการศึกษาต่อคณบดี และจะต้องชำระเงินค่าธรรมเนียมเพื่อรักษาสถานภาพการเป็นนักศึกษาภายใน ๓๐ วันนับจากวันเปิดภาคการศึกษา หากไม่ปฏิบัติตามดังกล่าว มหาวิทยาลัยจะถอนชื่อนักศึกษาผู้นั้นออกจากทะเบียนนักศึกษาของมหาวิทยาลัย

(๙) ให้อธิการบดีมีอำนาจอนุมัติให้นักศึกษาผู้ใดที่ถูกถอนชื่อออกจากทะเบียนนักศึกษาของมหาวิทยาลัยตามข้อ ๑๐ (๘) กลับเข้าเป็นนักศึกษาใหม่ได้เป็นกรณีพิเศษ เมื่อมีเหตุผลอันสมควร โดยให้ดีอระยะเวลาที่ถูกถอนชื่อออกจากทะเบียนนักศึกษาเป็นระยะเวลาพักการศึกษา ทั้งนี้ต้องไม่พ้นกำหนดระยะเวลา ๑ ปี นับจากวันที่นักศึกษาผู้นั้นถูกถอนชื่อออกจากทะเบียนนักศึกษา ในกรณีเช่นนั้น นักศึกษาจะต้องชำระเงินค่าธรรมเนียมเสมือนเป็นผู้ลาพักการศึกษารวมทั้งค่าธรรมเนียมอื่นๆ ที่ค้างชำระตามอัตราที่มหาวิทยาลัยกำหนด

(๑๐) การถอนคืนค่าธรรมเนียมการลงทะเบียนเรียนรายวิชาให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

(๑๑) นักศึกษาที่ได้ลงทะเบียนเรียนก่อนวันเปิดภาคการศึกษาแล้ว แต่มีประกาศภายหลังว่าพื้นสภาพเนื่องจากผลการเรียนในภาคการศึกษาก่อน ให้ถือว่าผลการเรียนในภาคการศึกษาต่อมาเป็น โหมดะไม่มีผลผูกพันกับมหาวิทยาลัย และนักศึกษามีสิทธิขอคืนค่าบำรุงการศึกษา ค่าลงทะเบียน ค่าธรรมเนียมการศึกษาซึ่งได้ชำระในภาคการศึกษาที่เป็นโหมดะ

ข้อ ๑๑ การลงทะเบียนเรียนรายวิชาที่มีรายวิชาบังคับก่อน มีหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขดังต่อไปนี้

(๑) นักศึกษาต้องสอบผ่านในรายวิชาบังคับก่อน แล้วจึงมีสิทธิลงทะเบียนเรียนในรายวิชาต่อเนื่องได้ มิฉะนั้นการลงทะเบียนเรียนถือเป็นโหมดะ

(๒) นักศึกษาลงทะเบียนเรียนรายวิชาต่อเนื่องควบคู่กับรายวิชาบังคับก่อนได้ โดยนักศึกษาต้องเคยลงทะเบียนเรียนวิชาบังคับก่อนมาแล้ว แต่ผลการสอบไม่ผ่าน ทั้งนี้ต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา โดยผลการเรียนวิชาต่อเนื่องนั้นจะไม่เป็นโหมดะ ถึงแม้ว่ารายวิชาบังคับก่อนจะสอบไม่ผ่าน เว้นแต่ในรายวิชาที่หลักสูตรกำหนดเป็นอย่างอื่น ให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตรนั้น

(๓) นักศึกษาลงทะเบียนเรียนรายวิชาต่อเนื่องควบคู่กับรายวิชาบังคับก่อนถ้าถอนรายวิชาบังคับก่อนให้ถอนรายวิชาต่อเนื่องในคราวเดียวกันด้วย หากไม่ถอนให้ถือว่าลงทะเบียนเรียนรายวิชาต่อเนื่องนั้นเป็นโหมดะ

(๔) สำหรับนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาในภาคการศึกษาใด ให้ลงทะเบียนเรียนรายวิชาต่อเนื่องควบคู่กับรายวิชาบังคับก่อนในภาคการศึกษานั้นได้ ทั้งนี้ต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและได้รับอนุมัติจากคณบดี เว้นแต่ในรายวิชาที่หลักสูตรกำหนดไว้เป็นอย่างอื่น ให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตรนั้น

ข้อ ๑๒ การขอเพิ่มและขอลอนรายวิชา ให้ดำเนินการดังนี้

(๑) การขอเพิ่มรายวิชาต้องกระทำภายใน ๒ สัปดาห์แรกของภาคการศึกษาปกติ หรือภายในสัปดาห์แรกของภาคการศึกษาฤดูร้อน

(๒) การขอลอนรายวิชา ให้มีผลดังนี้

(ก) ในกรณีที่ขอลอนรายวิชาภายใน ๒ สัปดาห์แรกของภาคการศึกษาปกติ หรือภายในสัปดาห์แรกของภาคการศึกษาฤดูร้อน รายวิชาที่ขอลอนจะไม่ปรากฏในใบแสดงผลการศึกษา

(ข) ในกรณีที่ขอลอนรายวิชาหลังจาก ๒ สัปดาห์แรก แต่ยังคงอยู่ภายในระยะเวลา ๑๒ สัปดาห์นับจากวันเปิดภาคการศึกษาปกติ หรือหลังจากสัปดาห์แรก แต่ยังคงอยู่ภายในระยะเวลา ๖ สัปดาห์นับจากวันเปิดภาคการศึกษาฤดูร้อน ทั้งนี้โดยได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ประจำวิชาให้บันทึกคะแนน ค หรือ W ในรายวิชาที่ขอลอน และจะไม่ได้รับเงินค่าลงทะเบียนคืน

(ค) ในกรณีที่ขอลอนรายวิชาเมื่อพ้นระยะเวลา ๑๒ สัปดาห์แรกของภาคการศึกษาปกติ หรือเมื่อพ้นกำหนด ๖ สัปดาห์แรกของภาคการศึกษาฤดูร้อน ให้บันทึกคะแนนระดับ ต หรือ F หรือ ม.จ. หรือ U ในรายวิชาที่ขอลอน และจะไม่ได้รับเงินค่าลงทะเบียนคืน

(๓) การขอเพิ่มหรือลอนรายวิชา ต้องไม่ขัดต่อการลงทะเบียนเรียนใน ข้อ ๑๐(๑) และข้อ ๑๐(๒)

ข้อ ๑๓ การศึกษาโดยไม่นับหน่วยกิต

(๑) การศึกษาโดยไม่นับหน่วยกิต เมื่อนักศึกษาได้มีเวลาศึกษาครบร้อยละ ๘๐ ของเวลาศึกษา ประกอบกับอาจารย์ประจำวิชา วินิจฉัยว่าได้ศึกษาด้วยความตั้งใจ ให้บันทึกระดับคะแนน ม.น. หรือ AU ไว้ในใบแสดงผลการศึกษา หากนักศึกษามีเวลาศึกษาไม่ครบร้อยละ ๘๐ ของเวลาศึกษาให้อาจารย์ประจำวิชาให้ระดับคะแนน ๓ หรือ W ในรายวิชานั้น

(๒) หน่วยกิตของรายวิชาที่ศึกษาโดยไม่นับหน่วยกิต จะไม่นับรวมเข้าเป็นหน่วยกิตสะสม และหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร

(๓) นักศึกษาผู้ใดลงทะเบียนเรียนในรายวิชาโดยไม่นับหน่วยกิตแล้วนักศึกษานั้นจะลงทะเบียนเรียนในรายวิชานั้นซ้ำอีก เพื่อเป็นการนับหน่วยกิตในภายหลังก็ได้

(๔) มหาวิทยาลัยอนุมติให้บุคคลภายนอก ที่ไม่ใช่นักศึกษาของมหาวิทยาลัยเข้าศึกษาบางรายวิชาเป็นกรณีพิเศษโดยไม่นับหน่วยกิตได้ แต่บุคคลนั้นจะต้องมีคุณสมบัติ และพินความรู้ทางการศึกษาตามที่มหาวิทยาลัยเห็นสมควร และจะต้องปฏิบัติตามข้อบังคับ ระเบียบ หรือประกาศมหาวิทยาลัย ว่าด้วย การนั้นๆ เช่นเดียวกับนักศึกษาของมหาวิทยาลัย และจะต้องชำระเงินค่าธรรมเนียมในการจัดการศึกษาตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

ข้อ ๑๔ การเทียบโอนรายวิชา ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในระเบียบมหาวิทยาลัย ว่าด้วยการเทียบโอนผลการเรียน

ข้อ ๑๕ มหาวิทยาลัยกำหนดหลักเกณฑ์การลงทะเบียนเรียนข้ามสถาบันการศึกษา ดังนี้

(๑) นักศึกษาสามารถลงทะเบียนเรียนข้ามสถาบันการศึกษาได้ในแต่ละภาคการศึกษา หากเป็นการลงทะเบียนเรียนเพิ่มพูนความรู้ประเภทไม่นับหน่วยกิต

(๒) นักศึกษาที่ประสงค์ลงทะเบียนเรียนข้ามสถาบันการศึกษาเพื่อนับหน่วยกิตในหลักสูตร จะต้องเป็นไปตามเงื่อนไขดังนี้

(ก) รายวิชาที่ต้องการเรียนเป็นรายวิชาที่ไม่เปิดสอนในภาคการศึกษานั้น หรืออยู่ในดุลยพินิจของสาขาวิชา และขณะที่นักศึกษาสังกัด

(ข) รายวิชาที่ลงทะเบียนเรียนในสถาบันการศึกษาอื่น จะต้องเทียบได้กับรายวิชาตามหลักสูตรของมหาวิทยาลัย การเทียบให้อยู่ในดุลยพินิจของคณะกรรมการเทียบโอน ตามระเบียบมหาวิทยาลัย ว่าด้วย การเทียบโอนผลการเรียน โดยถือเกณฑ์เนื้อหา และจำนวนหน่วยกิตเป็นหลัก ส่วนการอนุมติให้ลงทะเบียนเรียนข้ามสถาบันการศึกษาให้เป็นอำนาจของคณบดีที่นักศึกษาสังกัดอยู่

(๓) การเรียนข้ามสถาบันการศึกษาให้นักศึกษายื่นคำร้องขอเรียนข้ามสถาบันการศึกษาต่อคณบดีเพื่อพิจารณาและนักศึกษาระงับเงินตามประกาศที่มหาวิทยาลัยกำหนดไว้ให้เรียบร้อย หลังจากนั้นจึงไปดำเนินการ ณ สถาบันการศึกษาที่นักศึกษาต้องการลงทะเบียนเรียนข้ามสถาบันการศึกษา

(๔) กรณีนักศึกษาจากสถาบันการศึกษาอื่นมีความประสงค์จะเรียนข้ามสถาบันการศึกษา ให้ปฏิบัติตามประกาศของมหาวิทยาลัย

หมวด ๔  
การลาของนักศึกษา

ข้อ ๑๖ นักศึกษามีสิทธิลาพักการศึกษาในระหว่างการศึกษาดังนี้

(๑) การลาพักการศึกษาเป็นการลาพักทั้งภาคการศึกษา และถ้าได้ลงทะเบียนไปแล้วให้ยกเลิกการลงทะเบียนเรียน โดยรายวิชาที่ได้ลงทะเบียนเรียนทั้งหมดในภาคการศึกษานั้นจะไม่ปรากฏในใบแสดงผลการศึกษา แต่หากเป็นการลาพักการศึกษาหลังจากสัปดาห์ที่สิบสองในระหว่างภาคการศึกษาปกติ หรือสัปดาห์ที่หกในภาคการศึกษาฤดูร้อน ให้บันทึกระดับคะแนน G หรือ W

(๒) การขอลาพักการศึกษาให้นักศึกษายื่นคำร้องต่อคณบดี เพื่อขออนุญาตลาพักการศึกษาได้ไม่เกินสองภาคการศึกษาปกติติดต่อกัน ดังกรณีต่อไปนี้

(ก) ถูกเกณฑ์ หรือระดมเข้ารับราชการทหารกองประจำการ

(ข) ได้รับทุนแลกเปลี่ยนนักศึกษาระหว่างประเทศ หรือทุนอื่นใดซึ่งมหาวิทยาลัยเห็นชอบ

(ค) ประสบอุบัติเหตุ ยับตราขหรือเจ็บป่วย จนต้องพักรักษาตัวตามคำสั่งแพทย์เป็นเวลานานเกินกว่าร้อยละ ๒๐ ของเวลาศึกษาทั้งหมดโดยมีใบรับรองแพทย์

(ง) มีความจำเป็นส่วนตัว โดยนักศึกษาผู้นั้นได้ศึกษาในมหาวิทยาลัยมาแล้วไม่น้อยกว่าหนึ่งภาคการศึกษา

(๓) ในภาคการศึกษาแรกที่ขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัย นักศึกษาจะลาพักการศึกษาไม่ได้ เว้นแต่จะได้รับอนุมัติจากอธิการบดี

(๔) ในการลาพักการศึกษา นักศึกษาจะลาพักการศึกษาเกินกว่า ๒ ภาคการศึกษาปกติติดต่อกันไม่ได้ เว้นแต่จะได้รับอนุมัติจากอธิการบดี

(๕) นักศึกษาต้องชำระค่ารักษาสถานภาพการเป็นนักศึกษาตามประกาศของมหาวิทยาลัย ทุกภาคการศึกษาที่ได้รับอนุมัติให้ลาพักการศึกษา หากไม่ปฏิบัติจะถูกถอนชื่อออกจากทะเบียนนักศึกษา ยกเว้นภาคการศึกษาที่นักศึกษาได้ชำระเงินค่าบำรุงการศึกษา ค่าลงทะเบียน ค่าธรรมเนียมการศึกษา และค่าอื่นใดตามที่มหาวิทยาลัยประกาศ โดยมหาวิทยาลัยจะไม่คืนเงินดังกล่าวให้ แต่นักศึกษาไม่ต้องชำระเงินค่ารักษาสถานภาพการเป็นนักศึกษา

(๖) การลาพักการศึกษาไม่ว่าด้วยเหตุใดหรือการกลับเข้าศึกษาใหม่หรือการให้ถูกพักการศึกษาแล้วแต่กรณี ไม่เป็นเหตุให้ขยายระยะเวลาการศึกษาออกไปเกินกว่าสองเท่าของแผนการเรียนตามหลักสูตรนับแต่วันขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัย ยกเว้นภาคการศึกษาฤดูร้อน

ข้อ ๑๗ นักศึกษาที่ป่วยหรือมีเหตุสุดวิสัยทำให้ไม่สามารถเข้าสอบกลางภาคหรือปลายภาคได้ นักศึกษาต้องขอผ่อนผันการสอบต่ออาจารย์ผู้สอนรายวิชานั้นภายในวันถัดไปหลังจากที่มีการสอบกลางภาคหรือปลายภาครายวิชานั้น เว้นแต่จะมีเหตุผลอันสมควร คณบดีเป็นผู้พิจารณาการผ่อนผันดังกล่าว โดยอาจอนุมัติให้ระดับคะแนน น.ส. หรือ I หรือให้ยกเลิกการลงทะเบียนรายวิชานั้นเป็นกรณีพิเศษ โดยให้ระดับคะแนน G หรือ W หรือไม่อนุมัติการผ่อนผัน โดยถือว่าขาดสอบได้



ข้อ ๑๘ นักศึกษาที่ประสงค์จะลาออกจากการเป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัย ให้ยื่นคำร้องขอลาออกต่อคณบดี ทั้งนี้ต้องไม่มีหนี้สินหรือภาระผูกพันใดๆ กับมหาวิทยาลัย การลาออกจะมีผลสมบูรณ์เมื่อนักศึกษาได้รับอนุมัติให้ลาออกได้

#### หมวด ๕

##### การย้ายคณะ และการเปลี่ยนสาขาวิชา

ข้อ ๑๙ นักศึกษาอาจย้ายคณะ หรือเปลี่ยนสาขาวิชาได้ตามหลักเกณฑ์ดังนี้

(๑) นักศึกษาที่ประสงค์จะย้ายคณะต้องได้รับอนุมัติจากคณบดีของคณะที่นักศึกษาสังกัด และคณบดีของคณะที่นักศึกษาประสงค์จะย้ายเข้าศึกษา

(๒) นักศึกษาที่ประสงค์จะเปลี่ยนสาขาวิชาจะทำได้ต่อเมื่อได้รับความเห็นชอบจากคณบดีของคณะที่นักศึกษาสังกัด

(๓) การย้ายคณะหรือการเปลี่ยนสาขาวิชาจะทำได้ต่อเมื่อได้ศึกษามาแล้วไม่น้อยกว่า ๑ ภาคการศึกษา ปกติ เว้นแต่จะได้รับอนุมัติจากอธิการบดี

#### หมวด ๖

##### การวัดและการประเมินผล

ข้อ ๒๐ ให้มหาวิทยาลัยจัดทำประกาศกำหนดหลักเกณฑ์การวัดและประเมินผลการศึกษาเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการจัดการวัดและประเมินผลการศึกษาสำหรับรายวิชาที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียนในแต่ละภาคการศึกษา โดยการประเมินผลการศึกษาในแต่ละรายวิชา ให้กำหนดเป็นระดับคะแนน (Grade) ค่าระดับคะแนนต่อหน่วยกิต และผลการศึกษา ดังต่อไปนี้

ระดับคะแนน (GRADE)	ค่าระดับคะแนนต่อหน่วยกิต	ผลการศึกษา
ก หรือ A	๔.๐	ดีเยี่ยม (Excellent)
ข <sup>+</sup> หรือ B <sup>+</sup>	๓.๕	ดีมาก (Very Good)
ข หรือ B	๓.๐	ดี (Good)
ค <sup>+</sup> หรือ C <sup>+</sup>	๒.๕	ดีพอใช้ (Fairly Good)
ค หรือ C	๒.๐	พอใช้ (Fair)
ง <sup>+</sup> หรือ D <sup>+</sup>	๑.๕	อ่อน (Poor)
ง หรือ D	๑.๐	อ่อนมาก (Very Poor)
ด หรือ F	๐	ตก (Fail)
ถ หรือ W	-	ถอนรายวิชา (Withdrawn)
ม.ส. หรือ I	-	ไม่สมบูรณ์ (Incomplete)
พ.จ. หรือ S	-	พอใจ (Satisfactory)
ม.จ. หรือ U	-	ไม่พอใจ (Unsatisfactory)
ม.น. หรือ AU	-	ไม่นับหน่วยกิต (Audit)



(จ) นักศึกษาลงทะเบียนเรียนมีหน่วยกิตสะสมตั้งแต่ ๑๙๖ หน่วยกิต ถึง ๒๑๕ หน่วยกิตให้ถือว่ามียุทธศาสตร์เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ ๕

(ฉ) นักศึกษาลงทะเบียนเรียนมีหน่วยกิตสะสมตั้งแต่ ๒๑๖ หน่วยกิตขึ้นไป ให้ถือว่ามียุทธศาสตร์เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ ๖

ข้อ ๒๒ นักศึกษาจะพ้นสถานภาพการเป็นนักศึกษาเมื่อ

- (๑) ตาย
- (๒) ลาออก
- (๓) ทำผิดวินัยนักศึกษาและถูกลงโทษให้ออกหรือตัดชื่อออก
- (๔) ถูกถอนชื่อการเป็นนักศึกษาดำข้อ ๑๐ (๑) วรรค ๒ และข้อ ๑๐ (๘)
- (๕) ไม่ผ่านเกณฑ์การวัดและประเมินผลตามประกาศมหาวิทยาลัย

(๖) ใช้ระยะเวลาศึกษาเกินกว่าสองเท่าของแผนการเรียนตามหลักสูตรนับแต่วันขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัย ยกเว้นภาคการศึกษาฤดูร้อน ทั้งนี้สำหรับนักศึกษาที่ขอย้ายคณะหรือสาขาวิชาและนำผลการเรียนมาเทียบโอน ให้นับเวลาที่เคยศึกษาในคณะหรือสาขาเดิมรวมเข้าด้วย

- (๗) ได้ศึกษาสำเร็จครบหลักสูตรตามที่มหาวิทยาลัยกำหนดและได้รับการอนุมัติปริญญา

#### หมวด ๘

##### การขอสำเร็จการศึกษาและการขอรับปริญญา

ข้อ ๒๓ นักศึกษาที่จะมีสิทธิขอสำเร็จการศึกษาต้องมีคุณสมบัติดังนี้

- (๑) ต้องศึกษารายวิชาให้ครบตามหลักสูตรและข้อกำหนดของสาขาวิชานั้น
- (๒) มีหน่วยกิตสะสม ไม่ต่ำกว่าที่หลักสูตรกำหนดไว้และได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม

ไม่ต่ำกว่า ๒.๐๐

- (๓) เป็นผู้ที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับการเป็นบัณฑิต

- (๔) ไม่มีหนี้สินผูกพันกับมหาวิทยาลัย

ข้อ ๒๔ นักศึกษาที่คาดว่าจะสำเร็จการศึกษาให้ปฏิบัติดังนี้

(๑) ทำการยื่นคำร้องขอสำเร็จการศึกษาต่องานทะเบียนนักศึกษาทุกภาคการศึกษารวมทั้งภาคการศึกษาฤดูร้อนภายใน ๓๐ วัน นับจากวันเปิดภาคการศึกษา

(๒) นักศึกษาที่ไม่ดำเนินการตาม (๑) จะไม่ได้รับการพิจารณาเสนอชื่อเพื่อรับปริญญาในภาคการศึกษานั้นและจะต้องชำระค่าธรรมเนียมการเป็นนักศึกษาทุกภาคการศึกษาจนถึงภาคการศึกษาที่นักศึกษาขึ้นคำร้องขอสำเร็จการศึกษา

ข้อ ๒๕ นักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาต้องขอขึ้นทะเบียนบัณฑิตโดยยื่นคำร้องขอขึ้นทะเบียนบัณฑิตต่องานทะเบียนพร้อมชำระเงินค่าขึ้นทะเบียนบัณฑิต ทั้งนี้จะต้องดำเนินการตามขั้นตอนของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๒๖ การเสนอชื่อเพื่อรับปริญญาและอนุมัติให้ปริญญาให้มหาวิทยาลัยนำเสนอต่อสภาวิชาการให้ความเห็นชอบแล้วนำเสนอต่อสภามหาวิทยาลัยเพื่ออนุมัติ

สภามหาวิทยาลัยจะอนุมัติปริญญาปีการศึกษาละ ๓ ครั้ง คือ เมื่อสิ้นภาคการศึกษาที่หนึ่ง ภาคการศึกษาที่สอง และภาคการศึกษาฤดูร้อน

#### หมวด ๘

#### ปริญญาเกียรตินิยมและเหรียญเกียรตินิยม

ข้อ ๒๗ นักศึกษาที่ได้รับการเสนอชื่อเพื่อรับปริญญาเกียรตินิยม ต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ดังนี้

(๑) ลงทะเบียนรายวิชาในมหาวิทยาลัยไม่ต่ำกว่า ๑๒ หน่วยกิตสำหรับกรณีเทียบโอนผลการเรียนหรือไม่ต่ำกว่า ๑๒๐ หน่วยกิตสำหรับหลักสูตร ๔ ปีการศึกษา หรือไม่ต่ำกว่า ๑๕๐ หน่วยกิตสำหรับหลักสูตร ๕ ปีการศึกษา หรือไม่ต่ำกว่า ๑๘๐ หน่วยกิตสำหรับหลักสูตร ๖ ปีการศึกษา

(๒) สำเร็จการศึกษาภายในระยะเวลาที่หลักสูตรกำหนด ทั้งนี้ไม่นับระยะเวลาที่นักศึกษาขอลาพักการศึกษาตามข้อบังคับนี้

(๓) ต้องไม่มีผลการศึกษาที่อยู่ในเกณฑ์ข้มไม่พอใจ หรือ ม.จ. หรือ U หรือระดับคะแนนขั้นตก หรือ ต หรือ F ในรายวิชาใดวิชาหนึ่ง

(๔) นักศึกษาผู้สำเร็จการศึกษา ที่มีค่าระดับคะแนนเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า ๓.๕๐ จะได้รับการเสนอชื่อเพื่อรับปริญญาเกียรตินิยมอันดับ ๑

(๕) นักศึกษาผู้สำเร็จการศึกษา ที่มีค่าระดับคะแนนเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า ๓.๒๕ จะได้รับการเสนอชื่อเพื่อรับปริญญาเกียรตินิยมอันดับ ๒

(๖) การเสนอชื่อเพื่อรับปริญญาเกียรตินิยม ให้มหาวิทยาลัยนำเสนอต่อสภามหาวิทยาลัยในคราวเดียวกันกับที่เสนอขออนุมัติปริญญาประจำภาคการศึกษานั้นๆ

ข้อ ๒๘ การให้เหรียญเกียรตินิยมเหรียญทอง หรือเหรียญเงิน

(๑) มหาวิทยาลัยให้เหรียญเกียรตินิยมแก่ผู้สำเร็จการศึกษาที่มีผลการศึกษาคดีเด่น โดยแยกเป็นสาขาวิชาในแต่ละคณะ

(๒) เหรียญทอง ให้แก่ผู้สำเร็จการศึกษาที่ได้ปริญญาเกียรตินิยมอันดับ ๑ ที่ได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมสูงสุดในแต่ละสาขาวิชาของทุกคณะ

(๓) เหรียญเงิน ให้แก่ผู้สำเร็จการศึกษาที่ได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยเป็นอันดับ ๒ ทั้งนี้จะต้องได้ปริญญาเกียรตินิยมอันดับ ๑ หรือเกียรตินิยมอันดับ ๒ ในแต่ละสาขาวิชาของทุกคณะ

กรณีที่สาขาวิชาใดไม่มีผู้สำเร็จการศึกษาที่ได้เกียรตินิยมอันดับ ๑ ให้ผู้สำเร็จการศึกษาที่ได้เกียรตินิยมอันดับ ๒ ที่ได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยเป็นอันดับ ๑ ได้เหรียญเกียรตินิยมเหรียญเงินในแต่ละสาขาวิชาของทุกคณะ

การเสนอชื่อเพื่อรับเหรียญเกียรตินิยม ให้สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนดำเนินการปีการศึกษาละหนึ่งครั้ง และให้มหาวิทยาลัยนำเสนอต่อสภามหาวิทยาลัยเพื่อพิจารณาอนุมัติในคราวเดียวกันกับที่เสนอขออนุมัติปริญญาประจำภาคการศึกษาสุดท้ายของปีการศึกษา

## บทเฉพาะกาล

ข้อ ๒๘ นักศึกษาที่เข้าศึกษาก่อนปีการศึกษา ๒๕๕๓ ให้ใช้ข้อบังคับสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญา พ.ศ.๒๕๓๗ ข้อบังคับสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญา แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ ๒) พ.ศ.๒๕๔๑ (ฉบับที่ ๓) พ.ศ.๒๕๔๓ (ฉบับที่ ๔) พ.ศ.๒๕๔๔ (ฉบับที่ ๕) พ.ศ.๒๕๔๕ (ฉบับที่ ๖) พ.ศ.๒๕๔๕ (ฉบับที่ ๗) พ.ศ.๒๕๔๗ และข้อบังคับสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ว่าด้วยปริญญาเกียรตินิยมและเหรียญเกียรตินิยม พ.ศ. ๒๕๔๗ จนกว่าจะสำเร็จการศึกษาโดยอนุโลม

ประกาศ ณ วันที่ ๒๓ เมษายน พ.ศ. ๒๕๕๓

ร้อยตำรวจตรี



(เกรียงศักดิ์ โลหะชาละ)

นายกสภามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก