

รายละเอียดของหลักสูตร
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2555

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
วิทยาเขต/คณะ คณะบริหารธุรกิจ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อหลักสูตร

ภาษาไทย	บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
ภาษาอังกฤษ	Bachelor of Business Administration Program in Marketing
2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

ชื่อเต็ม (ไทย):	บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)
ชื่อย่อ (ไทย):	บธ.บ. (การตลาด)
ชื่อเต็ม (อังกฤษ):	Bachelor of Business Administration (Marketing)
ชื่อย่อ (อังกฤษ):	B.B.A. (Marketing)
3. วิชาเอก (ถ้ามี)

-
4. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร
129 หน่วยกิต
5. รูปแบบของหลักสูตร
 - 5.1 รูปแบบ
หลักสูตรระดับปริญญาตรี 4 ปี
 - 5.2 ภาษาที่ใช้
การจัดการเรียนการสอนเป็น ภาษาไทย
 - 5.3 การรับเข้าศึกษา
รับนักศึกษาไทย และนักศึกษาต่างชาติที่สามารถใช้ภาษาไทยได้เป็นอย่างดี
 - 5.4 ความร่วมมือกับสถาบันอื่น
ไม่มี
 - 5.5 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา
ให้ปริญญาเพียงสาขาวิชาเดียว

6. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2555

สภาวิชาการ เห็นชอบในการนำเสนอหลักสูตรต่อสภาวิชาการ ในการประชุมครั้งที่ 5/2555
วันที่ 16 พฤษภาคม 2555

สภามหาวิทยาลัย อนุมัติหลักสูตร ในการประชุมครั้งที่ 5/2555 วันที่ 30 พฤษภาคม 2555
เปิดสอน ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2555

7. ความพร้อมในการเผยแพร่หลักสูตรคุณภาพและมาตรฐาน

หลักสูตรมีความพร้อมเผยแพร่คุณภาพและมาตรฐานตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญา
บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ในปีการศึกษา 2557

8. อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

- (1) ผู้จัดการ รองผู้จัดการ ผู้ช่วยผู้จัดการ ฝ่ายการตลาด/ฝ่ายขาย
- (2) ผู้จัดการร้านค้าปลีก
- (3) ผู้จัดการ รองผู้จัดการ ผู้ช่วยผู้จัดการ ฝ่ายสื่อสารการตลาด/ประชาสัมพันธ์
- (4) ผู้จัดการ ผู้ช่วยผู้จัดการ ฝ่ายจัดซื้อ
- (5) นักการตลาด นักขาย นักสื่อสารการตลาด
- (6) ผู้บริหารงาน ฝ่ายวิจัยการตลาด/ธุรกิจ

**9. ชื่อ เลขประจำตัวบัตรประชาชน ตำแหน่ง และคุณวุฒิการศึกษาของอาจารย์ผู้รับผิดชอบ
หลักสูตร**

1. นางขวัญฤทัย วงศ์กำแหงหาญ ตำแหน่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ บธ.ม.(การตลาด), 2546
เลขประจำตัวประชาชน x-xxxx-xxxxx-xx-x
2. นายสุริยา นิตย์มี ตำแหน่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ), 2544
เลขประจำตัวประชาชน x-xxxx-xxxxx-xx-x
3. นางจารุณี กมลขันดิฐ ตำแหน่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ), 2545
เลขประจำตัวประชาชน x-xxxx-xxxxx-xx-x
4. นางชมพูนุท โภคณิตถานนท์ ตำแหน่ง อาจารย์ บธ.ม.(การตลาด), 2543
เลขประจำตัวประชาชน x-xxxx-xxxxx-xx-x
5. นางสุสสดี วัฒนเมธา ตำแหน่ง อาจารย์ บธ.ม. (การตลาด), 2546
เลขประจำตัวประชาชน x-xxxx-xxxxx-xx-x

10. สถานที่จัดการเรียนการสอน

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร กรุงเทพมหานคร

11. สถานการณ์ภายนอกหรือการพัฒนาที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนหลักสูตร

11.1 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางเศรษฐกิจ

ในปัจจุบันประเทศไทยมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจ และการพัฒนา ตลอดจนมีการลงทุนจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงประเทศหนึ่งในภูมิภาคอาเซียนรัฐบาลได้สนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นประเทศทางการค้า การส่งออก ภายใต้กระแสทุนนิยมโลกาภิวัตน์ สามารถแข่งขันกับนานาอารยประเทศ ส่งผลให้เกิดการกินคืออยู่ดีแก่ประชาชนเห็นได้จาก นโยบายแผนพัฒนาเศรษฐกิจ การกระจายรายได้ และความเจริญสู่ชนบทในภูมิภาคต่างๆ ของประเทศ อย่างพอเพียง ต่อเนื่องและยั่งยืน

11.2 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางสังคมและวัฒนธรรม

การเตรียมบุคลากรทางการตลาด ที่พร้อมแข่งขันกับต่างประเทศ และสามารถปฏิบัติงานในต่างประเทศได้โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN) โดยเน้นการสร้างความรู้ความเข้าใจด้านวัฒนธรรม ประเพณี การพัฒนาทักษะทางภาษา ความสามารถในการเจรจาต่อรอง ความรอบรู้เชิงวิชาการ การประยุกต์ทฤษฎีไปสู่การปฏิบัติ การปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลง รวมถึงคุณธรรมจริยธรรมในวิชาชีพการตลาดถือว่าเป็นสิ่งสำคัญในการเพิ่มศักยภาพในเชิงการแข่งขันในระดับประเทศ โดยอยู่บนรากฐานของความเป็นไทย

12. ผลกระทบจาก ข้อ 11 ต่อการพัฒนาหลักสูตรและความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของมหาวิทยาลัย

12.1 การพัฒนาหลักสูตร

ผลกระทบจากสถานการณ์ภายนอก ในการพัฒนาหลักสูตรจึงจำเป็นต้องพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อผลิตบุคลากรที่มีความพร้อม ในด้านการตลาด เน้นการประยุกต์ภาคทฤษฎีไปสู่ภาคปฏิบัติ พัฒนาศักยภาพของนักการตลาด ให้รู้จักการวิเคราะห์ปัญหาทางธุรกิจต่างๆ สามารถปรับตัวต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง ให้สอดคล้องกับสังคม พลวัตทางเศรษฐกิจ ระดับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป อันสอดคล้องกับนโยบายและวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

12.2 ความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของมหาวิทยาลัย

ด้วยพันธกิจของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร คือ (1)จัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา มุ่งเน้นวิชาชีพบนพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่มีคุณภาพและมีความสามารถพร้อมเข้าสู่อาชีพ (2) สร้างงานวิจัยสิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรมบนพื้นฐานของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสู่การผลิตและการบริการที่สามารถถ่ายทอดและสร้างมูลค่าเพิ่ม

ให้แก่ประเทศ (3) ให้บริการงานวิชาการและการศึกษาที่มีแนวคิดเชิงสร้างสรรค์ เพื่อการมีอาชีพ อิสระและพัฒนาอาชีพสู่การแข่งขัน (4) ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม และรักษาสีงแวดล้อม การจัดทำ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2555) จึงเน้นการผลิต บุคลากรที่สามารถปฏิบัติงาน ได้ทันที เป็นบัณฑิตพร้อมใช้หรือที่เรียกว่าบัณฑิตนักปฏิบัติ (Hands-on) มีประสิทธิภาพในเชิงปฏิบัติ มีจิตสำนึกด้านคุณธรรมจริยธรรม รับผิดชอบต่อสังคม สีงแวดล้อม มีความเชี่ยวชาญวิชาชีพ (Professional Oriented) และใช้เทคโนโลยีเป็นฐาน (Technology-Based Learning) เพื่อการพัฒนางานให้เป็นที่พึงพอใจของผู้รับบริการ ผู้ใช้บัณฑิต สามารถปรับตัวให้ดำรงอยู่ได้ภายใต้สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

13. ความสัมพันธ์กับหลักสูตรอื่นที่เปิดสอนในคณะ/สาขาวิชาอื่นในมหาวิทยาลัย

13.1 กลุ่มวิชา/รายวิชาในหลักสูตรนี้ที่เปิดสอนโดยคณะ/สาขาวิชา/หลักสูตรอื่น

หมวดวิชาศึกษาทั่วไปใช้ร่วมกับทุกหลักสูตรของมหาวิทยาลัย กลุ่มวิชาแกนธุรกิจใช้ เรียนร่วมกันทุกหลักสูตร ทุกสาขาวิชาของคณะบริหารธุรกิจ

13.2 กลุ่มวิชา/รายวิชาในหลักสูตรนี้ที่เปิดสอนให้สาขาวิชา/หลักสูตรอื่นต้องมาเรียน

กลุ่มวิชาแกนธุรกิจ ได้แก่ วิชา 03-211-101 หลักการตลาด (Principles of Marketing) ทุกสาขาวิชาในคณะบริหารธุรกิจต้องเรียน

13.3 การบริหารจัดการ

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรประสานงานกับอาจารย์ผู้แทนจากคณะอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ด้านเนื้อหาสาระ การเทียบโอนรายวิชา การจัดตารางเรียนและสอบ รวมทั้งความสอดคล้องกับ มาตรฐานผลการเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรีบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชา การตลาด

หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร

1. ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1.1 ปรัชญา

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เป็นหลักสูตรที่มุ่งเน้นเพื่อผลิตบัณฑิต ให้มีความรู้ความสามารถในเชิงทฤษฎีและปฏิบัติด้านการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการ ของตลาดแรงงาน ตลอดจนสามารถนำเทคโนโลยีทางด้านการบริหารจัดการระบบ สารสนเทศ ไปประยุกต์กับวิชาชีพการตลาด สามารถปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงตามความก้าวหน้า ทางวิชาชีพอย่างมีคุณธรรมจริยธรรมและสำนึกผู้รับผิดชอบต่อสังคม

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อให้ผู้สำเร็จการศึกษา มีความรู้ความสามารถเชิงวิชาการในงานบริหารธุรกิจทั่วไป เกี่ยวกับการติดต่อประสานงาน การตัดสินใจ การวางแผน การควบคุมและการให้คำแนะนำแก่บุคลากรผู้ปฏิบัติงาน การรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ การติดตามและประเมินผลงานเพื่อเสนอผู้บริหารระดับสูง

1.2.2 เพื่อให้ผู้สำเร็จการศึกษามีความสามารถเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ และสามารถปฏิบัติงานในหน้าที่ผู้บริหารด้านการตลาด การจัดซื้อและการพัสดุ การพยากรณ์ธุรกิจ การบุคลากร และสามารถปฏิบัติงานตามสาขาวิชาที่ได้ศึกษาโดยตรง

1.2.3 เพื่อฝึกอบรมให้มีความคิดริเริ่ม ทัศนคติในการค้นคว้าปรับปรุงตนเองให้ก้าวหน้าอยู่เสมอ สามารถแก้ปัญหาและตัดสินใจด้วยหลักการและเหตุผล อำนวยการและปฏิบัติการด้วยหลักวิชาที่มีการวางแผน การปฏิบัติงาน การแนะนำงานและการควบคุมงานอย่างมีประสิทธิภาพ อันจะก่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมายอย่างประหยัด รวดเร็ว ตรงต่อเวลาและมีคุณภาพ ซึ่งสามารถวัดผลงานนั้นได้ทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ

1.2.4 เพื่อปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม ความมีระเบียบวินัย ความซื่อสัตย์สุจริต ความขยันหมั่นเพียร ความสำนึกในจรรยาบรรณทางวิชาชีพการตลาด ความรับผิดชอบต่อหน้าที่และสังคม ตลอดจนธำรงไว้ซึ่งขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปวัฒนธรรมอันดีงามของไทย

2. แผนพัฒนาปรับปรุง

แผนพัฒนา/เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
▪ ปรับปรุงหลักสูตรให้มีมาตรฐานตามที่ สกอ. กำหนด	<ul style="list-style-type: none"> ▪ พัฒนาหลักสูตรตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิที่กำหนด ▪ ติดตามประเมินผลหลักสูตรอย่างสม่ำเสมอ 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ เอกสารปรับปรุงหลักสูตร ▪ รายงานผลการประเมินหลักสูตร
▪ ปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการของอุตสาหกรรมและการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ติดตามการเปลี่ยนแปลงความต้องการของผู้ประกอบการ 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ รายงานผลการประเมินความพึงพอใจในการใช้บัณฑิตของสถานประกอบการ ▪ ความพึงพอใจในทักษะความรู้ความสามารถในการทำงานของบัณฑิต

<ul style="list-style-type: none"> ▪ พัฒนาบุคลากรด้านการเรียนการสอนและบริการวิชาการให้สามารถนำความรู้เชิงทฤษฎีไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานจริง 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ สนับสนุนบุคลากรด้านการเรียนการสอนให้ทำงานบริการวิชาการแก่องค์กรภายนอก 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ปริมาณงานบริการวิชาการต่ออาจารย์ในหลักสูตร ▪ การศึกษาต่อ ▪ การฝึกอบรม – ดูงาน
---	---	---

หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการและโครงสร้างของหลักสูตร

1. ระบบการจัดการศึกษา

1.1 ระบบ

การจัดการศึกษาเป็นแบบทวิภาค ข้อกำหนดต่าง ๆ ให้เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2550 และฉบับที่ 2 พ.ศ.2552 (ภาคผนวก ก)

1.2 การจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน

มีการจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน มีเวลาศึกษา 8 สัปดาห์ ทั้งนี้โดยขึ้นอยู่กับพิจารณาของคณะกรรมการประจำหลักสูตร

1.3 การเทียบเคียงหน่วยกิตในระบบทวิภาค

ไม่มี

2. การดำเนินการหลักสูตร

2.1 วัน-เวลาในการดำเนินการเรียนการสอน

ภาคการศึกษาที่ 1 เดือนมิถุนายน - กันยายน

ภาคการศึกษาที่ 2 เดือนพฤศจิกายน - กุมภาพันธ์

ภาคการศึกษาฤดูร้อน เดือนมีนาคม - พฤษภาคม

2.2 คุณสมบัติผู้เข้าศึกษา

(1) สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย(ม.6)หรือสำเร็จการศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ด้านบริหารธุรกิจทุกสาขา หรือเทียบเท่า

(2) สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) วิชาเอกบริหารธุรกิจทุกสาขาวิชา ศึกษาโดยการเทียบโอนผลการเรียน

การคัดเลือกผู้เข้าศึกษา

(1) เข้าศึกษาโดยระบบคัดเลือกของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) หรือ

- (2) เข้าศึกษาโดยวิธีการสอบคัดเลือก ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์/ระเบียบการคัดเลือกบุคคลเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

2.3 ปัญหาของนักศึกษาแรกเข้า

- 2.3.1 ปัญหาการปรับตัวจากการเรียนในระดับมัธยมศึกษามาเป็นระดับอุดมศึกษา
 2.3.2 นักศึกษามีพื้นฐานความรู้ ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษ และคณิตศาสตร์อยู่ในเกณฑ์ พอใช้ ซึ่งต้องได้รับการพัฒนาให้มีคุณภาพอยู่ในเกณฑ์ดี

2.4 กลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา/ข้อจำกัดของนักศึกษาในข้อ 2.3

- 2.4.1 มีอาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ผู้สอนดูแลเอาใจใส่ ให้คำแนะนำต่าง ๆ และให้คำปรึกษาอย่างสม่ำเสมอ
 2.4.2 มหาวิทยาลัยฯ จัด โครงการปรับพื้นฐานความรู้ของนักศึกษาแรกเข้าในรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับภาษาอังกฤษ และคณิตศาสตร์
 2.4.3 อาจารย์ผู้สอนพัฒนาการสอน โดยใช้เอกสารประกอบการเรียนการสอนเป็นภาษาอังกฤษ หรือมอบหมายงานให้นักศึกษาค้นคว้าเอกสารที่เป็นภาษาอังกฤษ

2.5 แผนการรับนักศึกษาและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี

- (1) ระดับปริญญาตรี 4 ปี จำนวนนักศึกษาที่จะรับเข้าศึกษาในแต่ละปีการศึกษา

จำนวนนักศึกษา	จำนวนนักศึกษาแต่ละปีการศึกษา				
	2555	2556	2557	2558	2559
ชั้นปีที่ 1	105	105	105	105	105
ชั้นปีที่ 2	-	105	105	105	105
ชั้นปีที่ 3	-	-	105	105	105
ชั้นปีที่ 4	-	-	-	105	105
รวม	105	210	315	420	420
คาดว่าจะจบการศึกษา	-	-	-	105	105

- (2) ระดับปริญญาตรี 4 ปี ศึกษาโดยการเทียบโอนผลการเรียน

จำนวนนักศึกษา	จำนวนนักศึกษาแต่ละปีการศึกษา				
	2555	2556	2557	2558	2559
ชั้นปีที่ 3	105	105	105	105	105
ชั้นปีที่ 4	-	105	105	105	105
รวม	105	210	210	210	210
คาดว่าจะจบการศึกษา	-	105	105	105	105

2.6 งบประมาณตามแผน

2.6.1 งบประมาณรายรับ (หน่วย : บาท)

รายละเอียดรายรับ	ปีงบประมาณ				
	2555	2556	2557	2558	2559
ค่าบำรุงการศึกษา	4,680,000	4,960,800	5,258,448	5,573,954	5,908,391
ค่าลงทะเบียน	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000
เงินงบประมาณแผ่นดิน	700,000	750,000	800,000	850,000	900,000
รวมรายรับ	5,430,000	5,760,800	6,108,448	6,473,954	6,858,391

2.6.2 งบประมาณรายจ่าย (หน่วย : บาท)

หมวดเงิน	ปีงบประมาณ				
	2555	2556	2557	2558	2559
ก. งบดำเนินการ					
1. ค่าใช้จ่ายบุคลากร	5,095,649	5,350,432	24,928	26,174	27,483
2. ค่าใช้จ่าย ดำเนินงาน (ไม่รวม 3)	3,811,184	4,001,744	18,644	19,577	20,555
3. ทุนการศึกษา	0	0	0	0	0
4. รายจ่ายระดับ มหาวิทยาลัย	162,008	170,108	793	832	874
รวม (ก)	9,068,841	9,522,284	44,365	46,583	48,912
ข. งบลงทุน	478,038	501,939	2,339	2,455	2,578
ค่าครุภัณฑ์	1,707,277	1,792,641	8,352	8,770	9,208
รวม (ข)	2,185,315	2,294,580	10,691	11,225	11,786
รวม (ก) + (ข)	11,254,156	11,816,864	55,056	57,808	60,698
จำนวนนักศึกษา	210	420	525	630	630

2.7 ระบบการศึกษา

ระบบการศึกษาเป็นแบบชั้นเรียน และเป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2550 และฉบับที่ 2 พ.ศ. 2552 (ภาคผนวก ก)

2.8 การเทียบโอนหน่วยกิตรายวิชาและการลงทะเบียนเรียนข้ามสถาบันอุดมศึกษา เป็นไปตามประกาศ สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาและระเบียบของมหาวิทยาลัย

3. หลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน

3.1 หลักสูตร

3.1.1 จำนวนหน่วยกิต รวมตลอดหลักสูตร 129 หน่วยกิต

3.1.2 โครงสร้างหลักสูตร

โครงสร้างหลักสูตร แบ่งเป็นหมวดวิชาที่สอดคล้องกับที่กำหนดไว้ในมาตรฐานหลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการ ดังนี้

ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	32	หน่วยกิต
ก.1 กลุ่มวิชาภาษาไทย	3	หน่วยกิต
ก.2 กลุ่มวิชาภาษาต่างประเทศ	12	หน่วยกิต
ก.3 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์	9	หน่วยกิต
ก.4 กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์	6	หน่วยกิต
ก.5 กลุ่มวิชาพลศึกษาและนันทนาการ	2	หน่วยกิต
ข. หมวดวิชาเฉพาะ	91	หน่วยกิต
ข.1 กลุ่มวิชาแกน	37	หน่วยกิต
ข.2 กลุ่มวิชาชีพบังคับ	36	หน่วยกิต
ข.3 กลุ่มวิชาชีพเลือก	18	หน่วยกิต
ค. หมวดวิชาเลือกเสรี	6	หน่วยกิต

3.1.3 รายวิชา

- รหัสวิชา

รหัสวิชาประกอบด้วยตัวเลข 8 หลัก XX-XXX-XXX มีความหมายดังนี้

หลักที่ 1 และ 2 เป็นรหัสคณะ (03 = คณะบริหารธุรกิจ)

หลักที่ 3 เป็นรหัสสาขาวิชา (0 = ไม่ระบุสาขาวิชา 2 = สาขาวิชาการตลาด)

หลักที่ 4 เป็นรหัสหมวดวิชา (0 = หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 1 = หมวดวิชาเฉพาะ)

หลักที่ 5 เป็นรหัสกลุ่มวิชา

- หมวดวิชาศึกษาทั่วไปที่เป็นศิลปศาสตร์ (1 = ภาษาไทย 2 = ภาษาต่างประเทศ
3 = สังคมศาสตร์ 4 = มนุษยศาสตร์ 5 = พลศึกษา 6 = นันทนาการ)

- หมวดวิชาศึกษาทั่วไปที่เป็นวิทยาศาสตร์ (1 = คณิตศาสตร์ 2 = วิทยาศาสตร์)

- หมวดวิชาเฉพาะ (1 = วิชาแกน 2 = วิชาชีพบังคับ 3-9 = วิชาชีพเลือก)

หลักที่ 6 เป็นปีที่ควรศึกษา

หลักที่ 7 และ 8 เป็นลำดับรายวิชา

- รายวิชา

● หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 32 หน่วยกิต ประกอบด้วย

- กลุ่มวิชาภาษาไทย 3 หน่วยกิต ให้เลือกศึกษาจากรายวิชาต่อไปนี้หรือรายวิชาที่มหาวิทยาลัยกำหนด

01-001-103	ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร (Thai for Communication)	3(3-0-6)
01-001-104	ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารธุรกิจ (Thai for Business Communication)	3(3-0-6)
01-001-107	ภาษาไทยเพื่อการนำเสนอ (Thai for Presentation)	3(3-0-6)
01-001-109	วรรณคดีไทย (Thai Literature)	3(3-0-6)
01-001-110	การเขียนเชิงวิชาชีพ (Thai Writing for Profession)	3(3-0-6)

- กลุ่มวิชาภาษาต่างประเทศ 12 หน่วยกิต ประกอบด้วย

01-002-101	ภาษาอังกฤษ 1 (English 1)	3(3-0-6)
01-002-102	ภาษาอังกฤษ 2 (English 2)	3(3-0-6)
และให้เลือกศึกษาอีก 6 หน่วยกิต จากรายวิชาต่อไปนี้หรือรายวิชาที่มหาวิทยาลัยกำหนด		
01-002-205	ภาษาอังกฤษเทคนิค (Technical English)	3(3-0-6)
01-002-206	ภาษาอังกฤษเพื่ออาชีพ (English for Career)	3(3-0-6)
01-002-211	การอ่านภาษาอังกฤษ 1 (English Reading 1)	3(3-0-6)

01-002-216	การฟังภาษาอังกฤษ (English Listening)	3(3-0-6)
01-002-217	ภาษาอังกฤษอุตสาหกรรม (Industrial English)	3(3-0-6)
01-002-218	การสนทนาภาษาอังกฤษ (English Conversation)	3(3-0-6)
01-002-219	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน (English for Communication in Daily Life)	3(3-0-6)
01-002-220	ภาษาจีนเบื้องต้น (Fundamental of Chinese)	3(3-0-6)
01-002-221	ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร 1 (Chinese for Communication 1)	3(3-0-6)
01-002-222	การแปลภาษาจีนเป็นไทย 1 (Chinese to Thai Translation 1)	3(3-0-6)
01-002-223	การแปลภาษาจีนเป็นไทย 2 (Chinese to Thai Translation 2)	3(3-0-6)

- กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ 9 หน่วยกิต ให้เลือกศึกษารายวิชาต่อไปนี้
หรือรายวิชาที่มหาวิทยาลัยกำหนด

01-003-101	มนุษย์กับสังคม (Man and Society)	3(3-0-6)
01-003-102	มนุษยสัมพันธ์ (Human Relations)	3(3-0-6)
01-003-103	ระเบียบวิธีวิจัย (Research Methodology)	3(3-0-6)
01-003-104	การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม (Life and Social Skills)	3(3-0-6)
01-003-105	สังคมกับเศรษฐกิจ (Society and Economy)	3(3-0-6)
01-003-106	สังคมกับการปกครอง (Society and Government)	3(3-0-6)
01-003-107	สังคมกับสิ่งแวดล้อม (Society and Environment)	3(3-0-6)
01-003-108	ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy Philosophy)	3(3-0-6)
01-003-109	กฎหมายและจริยธรรมในวิชาชีพ (Law and Professional Ethics)	3(3-0-6)
01-003-112	อาเซียนศึกษา (ASEAN Studies)	3(3-0-6)
01-003-113	สันติศึกษา (Peace Studies)	3(3-0-6)
01-004-101	สารสนเทศและการศึกษาค้นคว้า (Information and Study Skills)	3(3-0-6)
01-004-103	จิตวิทยาทั่วไป (General Psychology)	3(3-0-6)
01-004-106	ไทยศึกษา (Thai Studies)	3(3-0-6)
01-004-108	การพัฒนาบุคลิกภาพ (Personality Development)	3(3-0-6)
01-004-109	พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน (Human Behavior and Self Development)	3(3-0-6)

- กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์ 6 หน่วยกิต ให้เลือกศึกษารายวิชาต่อไปนี้หรือรายวิชาที่มหาวิทยาลัยกำหนด

02-001-101	คณิตศาสตร์พื้นฐาน (Fundamental Mathematics)	3(3-0-6)
02-001-103	สถิติเบื้องต้น (Introduction to Statistics)	3(3-0-6)
02-001-104	คณิตศาสตร์ในชีวิตประจำวัน (Mathematics in Daily Life)	3(3-0-6)
02-002-101	วิทยาศาสตร์ในชีวิตประจำวัน (Science in Daily Life)	3(3-0-6)
02-002-104	สิ่งแวดล้อมและการจัดการทรัพยากร (Environment and Resource Management)	3(3-0-6)

- กลุ่มวิชาพลศึกษาและนันทนาการ 2 หน่วยกิต ให้เลือกศึกษารายวิชาต่อไปนี้หรือรายวิชาที่มหาวิทยาลัยกำหนด

01-005-101	พลศึกษา (Physical Education)	1(0-2-1)
01-005-116	ลีลาศ (Social Dance)	1(0-2-1)
01-005-124	กีฬาประเภททีม (Team Sports)	1(0-2-1)
01-005-125	กีฬาประเภทบุคคล (Individual Sports)	1(0-2-1)
01-006-101	นันทนาการ (Recreation)	1(0-2-1)
01-006-105	นันทนาการเพื่อการฝึกอบรม (Recreation for Training Courses)	1(0-2-1)

- หมวดวิชาเฉพาะ 91 หน่วยกิต ประกอบด้วย

- กลุ่มวิชาแกน 37 หน่วยกิต ประกอบด้วย

03-111-101	หลักการบัญชี (Principles of Accounting)	3(2-2-5)
03-114-101	การบัญชีเพื่อการจัดการ (Management Accounting)	3(3-0-6)
03-211-101	หลักการตลาด (Principles of Marketing)	3(3-0-6)
03-311-101	การภาษีอากร (Taxation)	3(3-0-6)
03-311-102	กฎหมายธุรกิจ (Business Law)	3(3-0-6)
03-311-103	หลักการจัดการ (Principles of Management)	3(3-0-6)
03-311-104	การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ (Quantitative Analysis for Business)	3(3-0-6)
03-411-101	การเงินธุรกิจ (Business Finance)	3(3-0-6)
03-411-102	เศรษฐศาสตร์จุลภาค (Microeconomics)	3(3-0-6)

03-411-103	เศรษฐศาสตร์มหภาค (Macroeconomics)	3(3-0-6)
03-511-101	ระบบสารสนเทศและการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานธุรกิจ (Information Systems and Computer Usage in Business)	3(2-2-5)
03-611-101	ภาษาอังกฤษเพื่อการโต้ตอบทางธุรกิจ 1 (English for Business Correspondence 1)	3(3-0-6)
03-011-301	การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา (Preparation for Co-operative Education)	1(0-2-1)

■ กลุ่มวิชาชีพบังคับ 36 หน่วยกิต ประกอบด้วย

03-212-201	การจัดการธุรกิจสำหรับนักการตลาด (Business Management for Marketer)	3(3-0-6)
03-212-202	การวิเคราะห์และการเข้าถึงผู้บริโภค (Consumer Analysis and Consumer Insight)	3(2-2-5)
03-212-203	การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา (Product and Price Management)	3(3-0-6)
03-212-204	การจัดการการค้าปลีก (Retailing Management)	3(2-2-5)
03-212-301	โลจิสติกส์และการจัดการการจัดจำหน่าย (Logistics and Distribution Management)	3(3-0-6)
03-212-302	หลักการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Principles of Integrated Marketing Communication)	3(3-0-6)
03-212-303	ระบบสารสนเทศทางการตลาด (Marketing Information Systems)	3(2-2-5)
03-212-304	การขายและการบริหารงานขาย (Selling and Sales Management)	3(2-2-5)
03-212-401	การตลาดระหว่างประเทศ (International Marketing)	3(3-0-6)
03-212-402	การวิจัยการตลาด (Marketing Research)	3(2-2-5)
03-212-403	กลยุทธ์และการวางแผนการตลาด (Marketing Strategies and Planning)	3(3-0-6)
03-212-404	การจัดการการตลาด (Marketing Management)	3(3-0-6)

● กลุ่มวิชาชีพเลือก 18 หน่วยกิต กำหนดให้ศึกษาดังนี้

03-213-308	สหกิจศึกษาทางการตลาด (Co-operative Education in Marketing)	6(0-40-0)
<p>ในกรณีไม่สามารถลงทะเบียนวิชาสหกิจศึกษาทางการตลาด ซึ่งเป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ว่าด้วยการจัดสหกิจศึกษาและการฝึกงานวิชาชีพ พ.ศ. 2553 หรือมติของคณะกรรมการประจำหลักสูตร ให้เลือกลงทะเบียนวิชาการฝึกงานทางการตลาด</p>		
03-213-309	การฝึกงานทางการตลาด (Practice in Marketing)	3(0-40-0)
<p>และเลือกศึกษาให้ครบ 18 หน่วยกิต จากรายวิชาต่อไปนี้</p> <p>แขนงวิชาการบริหารการตลาด</p>		
03-213-301	การบรรจุภัณฑ์(Packaging)	3(3-0-6)
03-213-302	การจัดการการจัดซื้อ(Purchasing Management)	3(3-0-6)
03-213-303	การตลาดทางตรง (Direct Marketing)	3(2-2-5)
03-213-304	การตลาดธุรกิจกับธุรกิจ (Business to Business Marketing)	3(3-0-6)
03-213-305	การตลาดสินค้าเกษตรกรรม (Agricultural Product Marketing)	3(3-0-6)
03-213-306	การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Social and Environmental Marketing)	3(3-0-6)
03-213-307	การศึกษาความเป็นไปได้เพื่อโครงการการตลาด (Feasibility Study in Marketing Project)	3(2-2-5)
03-213-310	สัมมนาปัญหาการตลาด(Seminar in Marketing Problems)	3(2-2-5)
03-213-311	การสร้างตราและการจัดการตราสินค้า (Brand Building and Brand Management)	3(2-2-5)
03-213-312	การจัดการลูกค้าสัมพันธ์(Customer Relationship Management)	3(3-0-6)
03-213-313	การตลาดภูมิภาคอาเซียน(ASEAN Community Marketing)	3(3-0-6)

แขนงวิชาการสื่อสารการตลาด

03-214-301	การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ทางการตลาด (Advertising and Public Relations in Marketing)	3(3-0-6)
03-214-302	การคิดทางการตลาดเชิงสร้างสรรค์ (Critical Creative Thinking in Marketing)	3(2-2-5)

03-214-303	การจัดการการส่งเสริมการตลาด (Promotion Management)	3(3-0-6)
03-214-304	การตลาดกิจกรรม (Event Marketing)	3(2-2-5)
03-214-305	การสร้างความโดดเด่นและการสื่อสารตราสินค้า (Brand Identity and Brand Communication)	3(2-2-5)
03-214-306	เทคนิคการนำเสนอทางการตลาด (Presentation Techniques in Marketing)	3(2-2-5)
03-214-307	การรณรงค์การตลาดสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Marketing Campaign)	3(2-2-5)
03-214-308	การสื่อสารองค์กร (Corporate Communication)	3(3-0-6)
03-214-309	การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจทางการตลาด (Persuasive Communication in Marketing)	3(3-0-6)
03-214-310	กลยุทธ์การเลือกสื่อแบบบูรณาการ (Integrated Media Using Strategies)	3(3-0-6)
03-214-311	สัมมนาปัญหาการสื่อสารการตลาด (Seminar in Marketing Communication Problems)	3(2-2-5)
03-214-312	เทคนิคการผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารการตลาด (Production Techniques for Marketing Communication Media)	3(2-2-5)
03-214-313	การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)	3(2-2-5)

แผนวิชาการบริหารธุรกิจค้าปลีก

03-215-301	การบริหารสินค้าในธุรกิจค้าปลีก (Retail Merchandising)	3(3-0-6)
03-215-302	การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจค้าปลีก (Human Resource Management in Retailing)	3(3-0-6)
03-215-303	การตลาดบริการ (Service Marketing)	3(3-0-6)
03-215-304	กฎหมายและจริยธรรมทางการตลาด (Law and Ethical Issues in Marketing)	3(3-0-6)
03-215-305	การส่งเสริมการตลาดในรูปแบบธุรกิจค้าปลีก (Retail Promotion)	3(3-0-6)
03-215-306	ธุรกิจค้าปลีกที่ไม่มีร้านค้า (Non-store Retailing)	3(3-0-6)
03-215-307	การบริหารสินค้าแฟชั่น (Fashion Merchandising)	3(3-0-6)
03-215-308	สัมมนาปัญหาการตลาดค้าปลีก (Seminar in Retail Marketing problems)	3(2-2-5)

- หมวดวิชาเลือกเสรี 6 หน่วยกิต

ให้เลือกศึกษาจากรายวิชาที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ระดับปริญญาตรี

3.1.4 แสดงแผนการศึกษา

แผนการเรียนปกติ

ปีที่ 1 /ภาคการศึกษาที่ 1		หน่วยกิต	ทฤษฎี	ปฏิบัติ	ศึกษาด้วย ตนเอง
01-001-xxx	วิชากลุ่มภาษาไทย	3	3	0	6
01-002-101	ภาษาอังกฤษ 1	3	3	0	6
01-xxx-xxx	วิชากลุ่มสังคมศาสตร์และ มนุษยศาสตร์	3	3	0	6
02-xxx-xxx	วิชากลุ่มคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์	3	3	0	6
01-xxx-xxx	วิชากลุ่มพลศึกษาและนันทนาการ	1	0	2	1
03-211-101	หลักการตลาด	3	3	0	6
03-411-102	เศรษฐศาสตร์จุลภาค	3	3	0	6
รวม		19	18	2	37

ชั่วโมง / สัปดาห์ = 20

ปีที่ 1 /ภาคการศึกษาที่ 2		หน่วยกิต	ทฤษฎี	ปฏิบัติ	ศึกษาด้วย ตนเอง
01-002-102	ภาษาอังกฤษ 2	3	3	0	6
01-xxx-xxx	วิชากลุ่มสังคมศาสตร์และ มนุษยศาสตร์	3	3	0	6
02-xxx-xxx	วิชากลุ่มคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์	3	3	0	6
01-xxx-xxx	วิชากลุ่มพลศึกษาและนันทนาการ	1	0	2	1
03-311-101	การภาษีอากร	3	3	0	6
03-311-103	หลักการจัดการ	3	3	0	6
03-411-103	เศรษฐศาสตร์มหภาค	3	3	0	6
รวม		19	18	2	37

ชั่วโมง / สัปดาห์ = 20

ปีที่ 2 /ภาคการศึกษาที่ 1		หน่วยกิต	ทฤษฎี	ปฏิบัติ	ศึกษาด้วยตนเอง
01-002-xxx	วิชากลุ่มภาษาต่างประเทศ	3	3	0	6
01-xxx-xxx	วิชากลุ่มสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์	3	3	0	6
03-311-104	การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ	3	3	0	6
03-111-101	หลักการบัญชี	3	2	2	5
03-212-201	การจัดการธุรกิจสำหรับนักการตลาด	3	3	0	6
03-212-202	การวิเคราะห์และการเข้าถึงผู้บริโภค	3	2	2	5
รวม		18	16	4	34

ชั่วโมง / สัปดาห์ = 20

ปีที่ 2 /ภาคการศึกษาที่ 2		หน่วยกิต	ทฤษฎี	ปฏิบัติ	ศึกษาด้วยตนเอง
01-002-xxx	วิชากลุ่มภาษาต่างประเทศ	3	3	0	6
03-511-101	ระบบสารสนเทศและการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานธุรกิจ	3	2	2	5
03-114-102	การบัญชีเพื่อการจัดการ	3	3	0	6
03-212-203	การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา	3	3	0	6
03-212-204	การจัดการการค้าปลีก	3	2	2	5
03-311-102	กฎหมายธุรกิจ	3	3	0	6
รวม		18	16	4	34

ชั่วโมง / สัปดาห์ = 20

ปีที่ 3 /ภาคการศึกษาที่ 1		หน่วยกิต	ทฤษฎี	ปฏิบัติ	ศึกษาด้วยตนเอง
03-212-301	โลจิสติกส์และการจัดการการจัดจำหน่าย	3	3	0	6
03-212-302	หลักการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	3	3	0	6
03-212-303	ระบบสารสนเทศทางการตลาด	3	2	2	5
03-611-101	ภาษาอังกฤษเพื่อการโต้ตอบทางธุรกิจ 1	3	3	0	6
03-21x-xxx	วิชาชีพเลือก 1	3	x	x	x
03-21x-xxx	วิชาชีพเลือก 2	3	x	x	x
รวม		18	x	x	x

ชั่วโมง / สัปดาห์ = xx

ปีที่ 3 /ภาคการศึกษาที่ 2		หน่วยกิต	ทฤษฎี	ปฏิบัติ	ศึกษาด้วยตนเอง
03-411-101	การเงินธุรกิจ	3	3	0	6
03-212-304	การขายและการบริหารงานขาย	3	2	2	5
03-21x-xxx	วิชาชีพเลือก 3	3	x	x	x
03-21x-xxx	วิชาชีพเลือก 4	3	x	x	x
xx-xxx-xxx	วิชาเลือกเสรี 1	3	x	x	x
xx-xxx-xxx	วิชาเลือกเสรี 2	3	x	x	x
03-011-301	การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา	1	0	2	1
รวม		19	x	x	x

ชั่วโมง / สัปดาห์ = xx

ปีที่ 4 /ภาคการศึกษาที่ 1		หน่วยกิต	ทฤษฎี	ปฏิบัติ	ศึกษาด้วยตนเอง
03-213-308	สหกิจศึกษาทางการตลาด	6	0	40	0
รวม		6	0	40	0

ชั่วโมง / สัปดาห์ = 40

ปีที่ 4 /ภาคการศึกษาที่ 2		หน่วยกิต	ทฤษฎี	ปฏิบัติ	ศึกษาด้วยตนเอง
03-212-401	การตลาดระหว่างประเทศ	3	3	0	6
03-212-402	การวิจัยการตลาด	3	2	2	5
03-212-403	กลยุทธ์การตลาดและการวางแผนการตลาด	3	3	0	6
03-212-404	การจัดการการตลาด	3	3	0	6
รวม		12	11	2	23

ชั่วโมง / สัปดาห์ = 13

คำอธิบายรายวิชา

1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

1.1 กลุ่มวิชาภาษาไทย

01-001-103 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6)

Thai for Communication

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -

ความรู้พื้นฐานในการใช้ภาษาไทย ภาษากับการสื่อสาร ทักษะการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียนประเภทต่าง ๆ

Basic Thai language usage; language and communication; language skills, listening, speaking, reading and writing

01-001-104 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารธุรกิจ 3(3-0-6)

Thai for Business Communication

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการสื่อสารทางธุรกิจ แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางธุรกิจ หลักการเขียนจดหมายทางธุรกิจ จดหมายธุรกิจประเภทต่างๆ รายงานธุรกิจ และโครงการทางธุรกิจ

General knowledge and concepts of business communication; principles of business letter writing; types of business letters; business-related reports and projects

- 01-001-107 ภาษาไทยเพื่อการนำเสนอ 3(3-0-6)**
Thai for Presentation
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับภาษาไทย ความรู้ทั่วไปในการนำเสนอ องค์ประกอบ การนำเสนอ ประเภทการนำเสนอ หลักและวิธีการนำเสนอ การเตรียมการนำเสนอ และการเลือก สื่อ โสตทัศนูปกรณ์
- Basic Thai language; general knowledge of Thai for presentation; factors of presentation; types of presentation; principles of presentation; presentation and audio-visual aids selection
- 01-001-109 วรรณคดีไทย 3(3-0-6)**
Thai Literature
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 ความรู้พื้นฐานของวรรณคดีไทย ความหมายและประเภทของวรรณคดีมรดก ความสำคัญและคุณค่าวรรณคดีมรดก วิเคราะห์และประเมินค่าวรรณคดีมรดก
- Basic Thai literature; definitions and types of heritage literature; importance and value of heritage literature; analysis and evaluation of heritage literature
- 01-001-110 การเขียนเชิงวิชาชีพ 3(3-0-6)**
Thai Writing for Profession
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการเขียน การเขียนหนังสือราชการ การเขียนรายงาน การประชุม การเขียนสาส์นและคำกล่าวในโอกาสต่างๆ การเขียนโครงการ การเขียนบทความ การเขียนคำขวัญและโฆษณา
- Basic Thai writing; writing official letters; minutes; messages; speeches; projects; articles; slogan and advertisements

1.2 กลุ่มวิชาภาษาต่างประเทศ

01-002-101	ภาษาอังกฤษ 1	3(3-0-6)
	<p>English 1</p> <p>รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน :-</p> <p>รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ :-</p> <p>การใช้สำนวนและโครงสร้างภาษาระดับพื้นฐาน การทักทาย การแนะนำตัว การบรรยายบุคคล การบรรยายสิ่งของ ความสนใจและงานอดิเรก การบรรยายสถานที่ การบรรยายเหตุการณ์ในอดีต และการบรรยายแผนการและการพยากรณ์ในอนาคต</p> <p>Basic English language usage of expressions and structures; greetings and introductions; describing people; describing things, interest and hobbies; describing places; describing past events; describing future plans and predictions</p>	
01-002-102	ภาษาอังกฤษ 2	3(3-0-6)
	<p>English 2</p> <p>รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01-002-101 ภาษาอังกฤษ 1</p> <p>รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ :-</p> <p>การใช้ภาษาระดับสูงขึ้นไปเพื่อใช้ภาษาให้ถูกต้องตามสถานการณ์ต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม ได้แก่ การเปรียบเทียบ ขั้นตอนการปฏิบัติในชีวิตประจำวันและการเตือนการกำหนดเงื่อนไข ข่าวหนังสือพิมพ์ การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การสมัครงานและการศึกษาต่อ</p> <p>Upper level of English language usage for different situations: comparison; instructions and warning; conditions; newspaper news; exchanging opinions; job application and study application</p>	
01-002-205	ภาษาอังกฤษเทคนิค	3(3-0-6)
	<p>Technical English</p> <p>รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน :-</p> <p>รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ :-</p> <p>การใช้ภาษาอังกฤษที่เกี่ยวเนื่องกับวิชาชีพ ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับคำศัพท์ และสำนวนเกี่ยวกับวิชาชีพ ใจความสำคัญและรายละเอียดจากเนื้อเรื่อง การให้นิยามและการจำแนกประเภท การเปรียบเทียบ ขั้นตอนการปฏิบัติ ป้าย ประกาศและฉลาก การบรรยายกระบวนการและบทคัดย่อ</p>	

English language usage for careers in technical fields: technical terms and work-related expressions; main ideas and supporting details; definitions and classification; comparison; instructions; notice and labels; process description and abstracts

01-002-206 ภาษาอังกฤษเพื่ออาชีพ 3(3-0-6)

English for Career

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01-002-102 ภาษาอังกฤษ 2

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -

ทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อนำไปใช้ในอาชีพต่างๆ การพบปะผู้คน การใช้โทรศัพท์ การนัดหมาย การนำเสนองาน การบอกคุณสมบัติของสินค้าและบริการ การพูดถึงเป้าหมายและการตัดสินใจทำธุรกิจ การต่อว่าและการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ การตรวจสอบความก้าวหน้าของการดำเนินงาน ความเข้าใจภาษาและวัฒนธรรม

English language communication skills for various careers; meeting people; telephoning; making an appointment; giving presentation; describing products and services; identifying goals and business decision making; making and dealing with complaints; checking progress on work; understanding language and culture

01-002-211 การอ่านภาษาอังกฤษ 1 3(3-0-6)

English Reading 1

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -

การใช้พจนานุกรม การเดาความหมายของคำศัพท์จากบริบท องค์ประกอบ และโครงสร้างของประโยค องค์ประกอบที่ช่วยในการอ่าน ทักษะการอ่านจับใจความ และเทคนิคการอ่าน

Using a dictionary; guessing the meanings of words from context; components and sentence structures; components of reading comprehension; reading skills of finding main ideas and reading techniques

- 01-002-216 การฟังภาษาอังกฤษ 3(3-0-6)**
English Listening
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 ทักษะการฟังภาษาอังกฤษเบื้องต้นในสถานการณ์ต่างๆ ในชีวิตประจำวัน การฟังระดับประโยค การฟังบทสนทนา การฟังระดับย่อหน้า การฟังบทความและตอบคำถาม ทักษะการฟังเพื่อจับใจความและเทคนิคการฟัง
 Introduction to English listening skills in various situations in daily lives; listening simple sentences, short dialogues, short paragraphs, short articles and answering the questions; listening comprehension skills of finding main ideas and listening techniques
- 01-002-217 ภาษาอังกฤษอุตสาหกรรม 3(3-0-6)**
Industrial English
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 ทักษะการใช้ภาษาอังกฤษที่ใช้ในงานอุตสาหกรรมเบื้องต้น การบรรยายเครื่องมือและวิธีการใช้ การเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ การอ่านป้ายประกาศและสัญลักษณ์ การกรอกแบบฟอร์ม การซ่อมและบำรุงรักษาเครื่องมือและอุปกรณ์ การแสดงความคิดเห็นในงานอาชีพ การบันทึก รายงาน
 Introduction to English language skills in industrial fields; describing tools and tool using; comparing products; reading signs and symbols; filling in repairing and maintenance forms; expressing opinions in industrial areas; writing down the reports
- 01-002-218 การสนทนาภาษาอังกฤษ 3(3-0-6)**
English Conversation
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 การสนทนาในสถานการณ์ต่างๆในชีวิตประจำวันให้ถูกต้องตามวัฒนธรรมของเจ้าของภาษา ได้แก่ การทักทายและแนะนำตัว คำแนะนำ การสนทนาทางโทรศัพท์ การบอกที่ตั้งและทิศทาง การขอร้องและการเสนอให้ การขอบคุณและการขอโทษ

Conversation in various situations in daily lives in accordance with native culture: greetings and introductions; advice; telephoning; locations and directions; requests and offers; thanking and apologizing

01-002-219 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน 3(3-0-6)

English for Communication in Daily Life

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -

ทักษะการใช้ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวันเพื่อติดต่อสื่อสารในสถานการณ์ต่างๆ การจองตั๋วและการจองห้องพัก การสั่งอาหาร การโทรศัพท์ การบันทึกสาระสำคัญ การนำเสนอข้อมูล การนัดหมาย

English skills in daily lives to communicate in various situations: reserving tickets and reserving accommodation; ordering foods; telephoning; writing important information; presenting information; and making an appointment

01-002-220 ภาษาจีนเบื้องต้น 3(3-0-6)

Fundamental of Chinese

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -

ทักษะภาษาจีนเบื้องต้น ได้แก่ การฟัง พูด อ่าน และเขียน ประโยคและไวยากรณ์ ภาษาจีนขั้นพื้นฐาน ฝึกการสนทนาและอ่านข้อความภาษาจีนสั้นๆ การสรุปเนื้อหาและตอบคำถาม เป็นภาษาจีนอย่างพอเข้าใจได้

Introduction to Chinese language skills: listening, speaking, reading and writing; basic sentence patterns and grammar; practice of short conversations and reading short messages; making a summary and answering questions understandably

01-002-221 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร 1 3(3-0-6)

Chinese for Communication 1

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01-002-220 ภาษาจีนเบื้องต้น

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -

คำศัพท์และสำนวนที่นิยมใช้กันอย่างกว้างขวางในชีวิตประจำวัน ความสามารถในการสื่อสารกับบุคคลทั่วไปได้อย่างเหมาะสม

Widely-used vocabulary and expressions used in daily lives; ability to communicate with other people appropriately

- 01-002-222 การแปลภาษาจีนเป็นไทย 1 3(3-0-6)**
Chinese to Thai Translation 1
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01-002-220 ภาษาจีนเบื้องต้น
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 หลักวิชาการแปลพื้นฐานและฝึกการแปลข้อความจากภาษาจีนเป็นภาษาไทย
 รวมทั้งเรียนรู้วิธีการแปลปากเปล่า
 Basic translation rules and practice of translating messages from Chinese into Thai and learning how to translate orally

- 01-002-223 การแปลภาษาจีนเป็นไทย 2 3(3-0-6)**
Chinese to Thai Translation 2
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01-002-222 การแปลภาษาจีนเป็นไทย 1
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 หลักวิชาการแปลขั้นสูง ได้แก่ การแปลจดหมายทางราชการ การแปล
 เศรษฐกิจ วิธีการแปลปากเปล่า
 Advanced translation rules: translating official letters; translating business issues;
 how to translate orally

1.3 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์

- 01-003-101 มนุษย์กับสังคม 3(3-0-6)**
Man and Society
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 ความรู้เบื้องต้นทางสังคมศาสตร์ สังคมกับวัฒนธรรม พฤติกรรมของมนุษย์
 ในสังคม การจัดระเบียบทางสังคม การขัดเกลาทางสังคม สถาบันทางสังคม การเปลี่ยนแปลง
 ทางสังคมและวัฒนธรรม ปัญหาสังคม
 Introduction to social sciences; society and culture; human behavior in society;
 social organization; socialization; social institutions; social and cultural changes; social problems

- 01-003-102 มนุษยสัมพันธ์ 3(3-0-6)**
Human Relations
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับมนุษยสัมพันธ์ พฤติกรรมและธรรมชาติของมนุษย์ แรงจูงใจกับมนุษยสัมพันธ์ในหน่วยงาน มนุษยสัมพันธ์ในองค์กร การสื่อสารกับมนุษยสัมพันธ์ มนุษยสัมพันธ์ในวัฒนธรรมไทย หลักธรรมทางศาสนากับมนุษยสัมพันธ์
 Introduction to human relationship; human behavior and nature; motivation and human relationship in workplace; human relationship in organizations; communication and human relationship; human relationship in Thai culture; religious principles and human relationship
- 01-003-103 ระเบียบวิธีวิจัย 3(3-0-6)**
Research Methodology
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 02-001-103 สถิติเบื้องต้น
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการวิจัย วัตถุประสงค์และประเภทของการวิจัย ขั้นตอนสำคัญของการวิจัย และการออกแบบวิจัย กำหนดตัวแปรและสมมติฐานในการวิจัย วิธีการสุ่มตัวอย่างและการเก็บรวบรวมข้อมูล วิธีการทางข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการวิจัย การตีความข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล การเขียนเค้าโครงการวิจัย และรายงานการวิจัย
 Introduction to research; objectives and types of research; research process and research design; variables and research hypothesis; sampling and data collecting; data process and research analysis; data interpretation and presentation; proposal and report writing
- 01-003-104 การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม 3(3-0-6)**
Life and Social Skills
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 การสร้างแนวคิดและเจตคติของตนเอง ภาระหน้าที่และความรับผิดชอบ ของบุคคล กลยุทธ์การบริหารตนเอง เทคนิคการครองใจคน การสร้างผลผลิตและการปฏิบัติงาน อย่างมีประสิทธิภาพ คุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ

Forming self-worldviews and attitudes; individual's duties and responsibilities; self-managing strategies; techniques in handling people; efficient work performance; morality and professional ethics

- 01-003-105 สังคมกับเศรษฐกิจ 3(3-0-6)**
- Society and Economy**
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 ความรู้ทั่วไปด้านสังคมเศรษฐกิจ วิทยาการของระบบเศรษฐกิจ และกลไกราคา
 สถาบันทางเศรษฐกิจ การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ความร่วมมือทางเศรษฐกิจในระดับต่างๆ
 General knowledge of economic society; the development of economic system
 and pricing, economic institution; social and economic development; economic cooperation at
 various levels
- 01-003-106 สังคมกับการปกครอง 3(3-0-6)**
- Society and Government**
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสังคม รัฐและอุดมการณ์ทางการเมือง รูปแบบการปกครอง
 ของไทยสถาบันการเมืองการปกครอง การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน
 General knowledge of society, state and political ideology; types of Thai
 government and politics institution; political participation
- 01-003-107 สังคมกับสิ่งแวดล้อม 3(3-0-6)**
- Society and Environment**
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 ความสำคัญของสังคมกับสิ่งแวดล้อม แนวความคิดพื้นฐานทางนิเวศวิทยา
 การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม มลพิษสิ่งแวดล้อม การจัดการสิ่งแวดล้อม
 Importance of society and environment; fundamental concept of ecology; natural
 resources and environmental conservation; environmental pollutions; environmental management

- 01-003-108** **ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง** **3(3-0-6)**
Sufficiency Economy Philosophy
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เศรษฐกิจพอเพียงกับการพัฒนาเศรษฐกิจ เศรษฐกิจพอเพียงกับสังคมและชุมชน ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับการบริหารจัดการที่ดี การสร้างภูมิคุ้มกันทางเศรษฐกิจและการประยุกต์ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
 Introduction to philosophy of sufficiency economy; sufficiency economy and economic development; sufficiency economy in society and community; sufficiency economy philosophy and good governance management; self-immunity protection from socioeconomic, application of sufficiency economy philosophy
- 01-003-109** **กฎหมายและจริยธรรมในวิชาชีพ** **3(3-0-6)**
Law and Professional Ethics
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมาย ความเป็นมาของกฎหมาย ระเบียบปฏิบัติและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบวิชาชีพของสาขาวิชา จรรยาบรรณในวิชาชีพ ความรับผิดชอบของผู้ประกอบวิชาชีพต่อการก้าวล่วงในสิทธิส่วนบุคคล แนวคิดทั่วไปเกี่ยวกับจริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคม กรณีศึกษาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตระหนักเรื่องจรรยาบรรณวิชาชีพ
 Introduction to law; background of law; rules and regulations dealing with professions; professional ethics; human-right; general concepts of ethics and social responsibility; case study related to realization on professional ethics
- 01-003-112** **อาเซียนศึกษา** **3(3-0-6)**
ASEAN Studies
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 กำเนิดสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (อาเซียน) แนวคิดการรวมกลุ่มประเทศอาเซียน บทบาทและปฏิญญาอาเซียน ข้อกำหนดที่ประชุมสุดยอดอาเซียน และกฎบัตรอาเซียน เป้าหมายและความร่วมมือในการพัฒนาด้านการเมืองและความมั่นคง การพัฒนาด้านเศรษฐกิจและด้านสังคม-วัฒนธรรมของภูมิภาคอาเซียน

Establishment of Association of Southeast Asian Nations (ASEAN); concepts of ASEAN integration; ASEAN roles and declaration; ASEAN summits' regulation and ASEAN charter; goals and cooperation in political and security, economic and socio-cultural development in the ASEAN region

- 01-003-113 สันติศึกษา 3(3-0-6)**
- Peace Studies**
- รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 ความหมายและแนวคิดหลักเกี่ยวกับสันติภาพ และสันติศึกษา ปัญหาความขัดแย้งและความรุนแรงระดับครอบครัว ชุมชน ชาติ และระหว่างประเทศ การจัดการความขัดแย้งโดยสันติวิธี
- Definitions and key concepts of peace and peace studies; problems, conflict and violence in family, community, nation and international level; non-violence management for conflict resolution
- 01-004-101 สารสนเทศและการศึกษาค้นคว้า 3(3-0-6)**
- Information and Study Skills**
- รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสารสนเทศ ทรัพยากรสารสนเทศ ระบบการจัดเก็บทรัพยากรสารสนเทศในห้องสมุด การสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศและการใช้เครื่องมือช่วยค้น การศึกษาค้นคว้า การอ้างอิง และบรรณานุกรม
- General knowledge of information; information resources; storage systems for information resources in libraries; information resources retrieving and usage of retrieving tools; study skills; citation and bibliography

- 01-004-103 จิตวิทยาทั่วไป 3(3-0-6)**
General Psychology
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 ความรู้พื้นฐานทางจิตวิทยา พันธุกรรม สิ่งแวดล้อมและพัฒนาการของมนุษย์ สรีรวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ การรับรู้ การเรียนรู้ และการจูงใจ เซาวนปัญญา และความฉลาดทางอารมณ์ บุคลิกภาพ การปรับตัวและสุขภาพจิต พฤติกรรมทางสังคม
 Basic psychology; genetics; environment and human development; influence of physiology on human behaviors; perception, learning, and motivation; intelligence and emotional quotient; personality, adjustment and mental health; social behavior
- 01-004-106 ไทยศึกษา 3(3-0-6)**
Thai Studies
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 ความเป็นมาของชนชาติไทย ลักษณะสังคม เศรษฐกิจ การปกครองของไทย ลักษณะความเชื่อ ศาสนา ประเพณี วัฒนธรรมข้าว ภูมิปัญญาไทยด้านต่าง ๆ
 Background of Thai nationality; characteristics of society; economics; Thai administration; belief; religion; tradition; rice culture; various aspects of Thai wisdom
- 01-004-108 การพัฒนาบุคลิกภาพ 3(3-0-6)**
Personality Development
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับบุคลิกภาพ ทฤษฎีบุคลิกภาพ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อบุคลิกภาพ การปรับปรุงบุคลิกภาพ การรับรู้เกี่ยวกับตนเอง สุขภาพจิตและการปรับตัว มนุษย์สัมพันธ์กับบุคลิกภาพ และการพัฒนาบุคลิกภาพที่สมบูรณ์
 Basic knowledge of personality; theory of personality; factors affecting personality; personality improvement; self-perception, mental health and self-adjustment; human relationship and personality; perfect personality development

01-004-109	พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน Human Behavior and Self Development รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : - รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : - พฤติกรรมมนุษย์ องค์ประกอบพฤติกรรมมนุษย์ การพัฒนาตน การพัฒนางาน และพฤติกรรมการทำงาน บุคลิกภาพ การปรับตัวและสุขภาพจิต มนุษย์สัมพันธ์และสื่อสาร เพื่อสร้างมนุษย์สัมพันธ์ การเสริมสร้างชีวิตให้เป็นสุข	3(3-0-6)
	Human behavior; elements of human behaviors; self-development; work development and working behaviors; personality, self-adjustment and mental health; human relationship and communication for building human relationship; happy life enhancement	

1.4 กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์

02-001-101	คณิตศาสตร์พื้นฐาน Fundamental Mathematics รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : - รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : - ตรรกศาสตร์เบื้องต้น เมตริกซ์และตัวกำหนด กฎการนับ การเรียงสับเปลี่ยน และการจัดหมู่ ความน่าจะเป็นเบื้องต้น ทฤษฎีบททวินาม ลำดับและอนุกรม	3(3-0-6)
	Introduction to logic; matrices and determinants; counting rules; permutation and combination; introduction to probability; binomial theorem ; sequences and series	
02-001-103	สถิติเบื้องต้น Introduction to Statistics รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : - รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : - ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสถิติ ความน่าจะเป็น ตัวแปรสุ่ม และการแจกแจง ตัวแปรสุ่ม การสุ่มตัวอย่าง การแจกแจงความน่าจะเป็นของฟังก์ชันของตัวอย่างสุ่ม การประมาณค่า และการทดสอบสมมติฐาน	3(3-0-6)
	Introduction to statistics; probability; random variable distribution of random variable; sampling; distribution of functions of random variable; estimation, hypothesis testing	

- 02-001-104 คณิตศาสตร์ในชีวิตประจำวัน 3(3-0-6)**
Mathematics in Daily Life
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน :-
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ :-
 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับมาตราชั่ง ตวง วัด อัตราส่วน สัดส่วน ร้อยละ และการประยุกต์ พื้นที่และปริมาตร ค่าสาธารณูปโภค ดอกเบี้ยและเงินผ่อนชำระ ภาษีมูลค่าเพิ่ม และภาษีเงินได้ เลขดัชนี ตรรกศาสตร์เบื้องต้นและการให้เหตุผล และความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสถิติ
 Introduction to weights and measures; ratio, proportion, percentage and application; area and volume; infrastructure expenses; interest and installment; value added tax and income tax; index; introduction to logic and reasoning; introduction to statistics
- 02-002-101 วิทยาศาสตร์ในชีวิตประจำวัน 3(3-0-6)**
Science in Daily Life
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน :-
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ :-
 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี วิทยาศาสตร์กับปรากฏการณ์ธรรมชาติ พลังงาน ไฟฟ้าและการสื่อสาร โทรคมนาคม รังสีและกัมมันตภาพรังสี สารเคมีในชีวิตประจำวัน วิวัฒนาการและพันธุกรรมของมนุษย์
 Introduction to science and technology; science and natural phenomenon; energy; electric and telecommunication; radiation and radioactivity; chemical in everyday life; evolution and human genome
- 02-002-104 สิ่งแวดล้อมและการจัดการทรัพยากร 3(3-0-6)**
Environment and Resource Management
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน :-
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ :-
 ความรู้พื้นฐานทางสิ่งแวดล้อมและการจัดการทรัพยากร หลักนิเวศวิทยา และสมดุลธรรมชาติ ทรัพยากรธรรมชาติ มลพิษสิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมและการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม
 Basic knowledge of environment and resource management; ecological principles and natural balance; natural resources; environmental pollution; conservation of natural resources and environment; environmental impact assessment and environment management

1.5 กลุ่มวิชาพลศึกษาและนันทนาการ

01-005-101	พลศึกษา	1(0-2-1)
	Physical Education	
	รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -	
	รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -	
	ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับ วิทยาศาสตร์การกีฬา การทดสอบสมรรถภาพทางกาย	
	ดัชนีมวลกาย รูปแบบของการจัดการแข่งขัน และประเภทของกีฬา การบาดเจ็บจากการเล่นกีฬา	
	และการปฐมพยาบาล และการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ	
	General knowledge of sports science; physical fitness testing; body mass index;	
	forms of sports competition and types of sports; injury and first aid; forms of exercises for health	
01-005-116	ลีลาศ	1(0-2-1)
	Social Dance	
	รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -	
	รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -	
	ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับลีลาศ กฎ ระเบียบ และมารยาทของลีลาศ รูปแบบของลีลาศ	
	ฝึกทักษะพื้นฐานของการลีลาศในจังหวัดต่างๆ	
	General knowledge of social dance; etiquettes of social dance; types of social	
	dance; practice of social dance	
01-005-124	กีฬาประเภททีม	1(0-2-1)
	Team Sports	
	รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -	
	รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -	
	ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกีฬาประเภททีม ฝึกทักษะการเล่นกีฬาประเภททีม	
	การสร้างเสริมสมรรถภาพทางกาย กฎ ระเบียบ กติกาการแข่งขันกีฬาประเภททีม การแข่งขันกีฬา	
	และการจัดการแข่งขันกีฬาประเภททีม การบาดเจ็บจากการเล่นกีฬาและการปฐมพยาบาล	
	General knowledge of team sports; training team sports; building physical	
	fitness; rules, regulations and etiquettes of team sports; competition and competition management	
	of team sports; sports injuries and first aid	

- 01-005-125 กีฬาประเภทบุคคล 1(0-2-1)**
Individual Sports
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกีฬาประเภทบุคคล ฝึกทักษะการเล่นกีฬาประเภทบุคคล การสร้างเสริมสมรรถภาพทางกาย กฎ ระเบียบ กติกาการแข่งขันกีฬาประเภทบุคคล การแข่งขันกีฬาและการจัดการแข่งขันกีฬาประเภทบุคคล การบาดเจ็บจากการเล่นกีฬาและการปฐมพยาบาล
 General knowledge of individual sports; training individual sports; building physical fitness; rules, regulations and etiquettes of individual sports; competition and competition management of individual sports; sports injuries and first aid
- 01-006-101 นันทนาการ 1(0-2-1)**
Recreation
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับนันทนาการ ความหมายและความสำคัญ ประเภทของนันทนาการ กิจกรรมนันทนาการ ฝึกปฏิบัติการเป็นผู้นำนันทนาการ การจัดกิจกรรมนันทนาการเพื่อการฝึกอบรม เกมสื่อนันทนาการ การอยู่ค่ายพักแรม กับการเลือกกิจกรรมนันทนาการตามความเหมาะสม
 General knowledge of recreation; meaning and importance of recreation; types of recreation; recreational activities; training in recreational leadership; recreational activities for training courses; recreational games; camping and appropriate recreational activities
- 01-006-105 นันทนาการเพื่อการฝึกอบรม 1(0-2-1)**
Recreation for Training Courses
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับ ความหมายและความสำคัญของนันทนาการ การเป็นผู้นำนันทนาการในการฝึกอบรม ฝึกปฏิบัติการนำกิจกรรมนันทนาการไปใช้ในการฝึกอบรมและการเลือกใช้กิจกรรมนันทนาการให้เหมาะสมกับการอบรมต่างๆ

General knowledge of recreation; meaning and importance of recreation; recreational leadership for training courses; practice of recreational activities for training courses; appropriate recreational activities for training courses

2. หมวดวิชาชีพเฉพาะ

2.1 กลุ่มวิชาแกนธุรกิจ

03-111-101 หลักการบัญชี 3(2-2-5)

Principles of Accounting

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -

ความหมาย วัตถุประสงค์และประโยชน์ของข้อมูลทางการบัญชี แม่บทการบัญชี หลักการและวิธีการบันทึกบัญชีตามหลักการบัญชีคู่ การบันทึกบัญชีตามวงจรบัญชี งบการเงิน สำหรับกิจการให้บริการและกิจการซื้อขายสินค้า การบัญชีเงินสด และระบบใบสำคัญ

Meanings, objectives and usefulness of accounting information; accounting framework; principles and process of recording journal by double entries; recording of accounting cycle; financial statements for merchandising and service firms; accounting for cash; and voucher systems

03-114-101 การบัญชีเพื่อการจัดการ 3(3-0-6)

Management Accounting

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : - 03-111-101 หลักการบัญชี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -

ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการบัญชีเพื่อการจัดการ ความสำคัญของการบัญชีเพื่อการจัดการ งบการเงิน การวิเคราะห์งบการเงิน ระบบการบัญชีต้นทุน การจัดทำงบประมาณ การจัดทำรายงานเสนอฝ่ายบริหาร ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุน ปริมาณ กำไร การใช้ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อการตัดสินใจ และการวิเคราะห์การลงทุน

Basic management accounting; importance of accounting for management; financial statements; financial statement analysis; cost accounting system; budgeting; management report preparation; relationship among costs; volume and profit; accounting information use for decision making; and investment analysis

03-211-101 หลักการตลาด 3(3-0-6)

Principles of Marketing

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -

บทบาทและความสำคัญของการตลาดและเศรษฐกิจ พัฒนาการของแนวความคิดทางการตลาด กิจกรรมและหน้าที่ทางการตลาด การแบ่งตลาด ลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคแต่ละตลาด ส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยซึ่งมีอิทธิพลต่อการกำหนดส่วนประสมทางการตลาด กลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมสำหรับแต่ละส่วนประสม ระบบข้อมูลทางการตลาด การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ การตลาดทางตรง การตลาดระหว่างประเทศ การประยุกต์เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในกิจกรรมการตลาด จริยธรรมการตลาดและความรับผิดชอบต่อสังคม

Roles and importance of marketing and economy; developing marketing concepts, activities and functions of marketing; market segmentation; characteristics of buying behavior; marketing mix; influence factors to marketing mix decisions; appropriate marketing strategies for each marketing mix; marketing information systems; services marketing; direct marketing; international marketing; application of new technology to marketing activities; ethical and social responsibilities

03-311-101 การภาษีอากร 3(3-0-6)

Taxation

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีอากร หลักเกณฑ์ วิธีการประเมิน และการจัดเก็บภาษีอากร ตามประมวลรัษฎากร ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ อากรแสตมป์ ภาษีศุลกากร ภาษีสรรพสามิต และภาษีท้องถิ่น

Introduction to taxation; criteria, procedures for tax assessment, and collection in accordance to the Revenue Code; personal income tax; corporate income tax; value-added tax; specific business tax; stamp duty, custom duty; excise tax; and local tax

- 03-311-102 กฎหมายธุรกิจ 3(3-0-6)**
Business Law
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมายทั่วไป บุคคล ทรัพย์สิน นิติกรรม สัญญา ละเมิด
 ซื้อขาย เช่าทรัพย์สิน เช่าซื้อ จ้างแรงงาน จ้างทำของ ยืม ค้ำประกัน จำนอง จำน่า ตัวแทน นายหน้า
 และทรัพย์สินทางปัญญา
 Introduction to general law; things; juristic acts; contracts; violation; sale; hire
 of property; hire purchase; hire of service; hire of work; loans; suretyship; mortgage; agency;
 brokerage; and intellectual property
- 03-311-103 หลักการจัดการ 3(3-0-6)**
Principles of Management
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 พื้นฐานการประกอบธุรกิจ แนวคิด ทฤษฎี และวิวัฒนาการทางการจัดการ
 สภาพแวดล้อมองค์กร การวางแผน การจัดองค์การ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การชี้แนะ
 การควบคุม เทคนิคการจัดการสมัยใหม่
 Basic of elements in doing business; concepts, theories and development in the
 management; organizational environment; planning; organizing; human resources
 management; leading; controlling; modern management techniques
- 03-311-104 การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ 3(3-0-6)**
Quantitative Analysis for Business
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 02-001-103 สถิติเบื้องต้น
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ การวิเคราะห์โดยวิธี
 การตัดสินใจเชิงวิทยาศาสตร์ การตัดสินใจภายใต้สถานะแน่นอนและไม่แน่นอน การควบคุมสินค้า
 คงคลัง การโปรแกรมเชิงเส้น เทคนิคการควบคุมและประเมินผลโครงการ ทฤษฎีเกมส์ แบบจำลอง
 แฉกคอย และการจำลองสถานการณ์

Introduction to business quantitative analysis; analysis by the scientific decision-making methods; decision making under certainty and uncertainty; inventory control; linear programming; project management techniques; games theory; queuing model; and simulation

03-411-101 การเงินธุรกิจ 3(3-0-6)

Business Finance

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่: -

ความหมายและความสำคัญของการเงิน ขอบเขต บทบาท และหน้าที่ของฝ่ายการเงิน รูปแบบของธุรกิจ การวิเคราะห์ การพยากรณ์ และการวางแผนทางการเงิน หลักการบริหารเงินทุนหมุนเวียนและงบลงทุน มูลค่าของเงิน โครงสร้างทางการเงินและการจัดหาเงินทุนของธุรกิจ

Meanings, and the importance of business finance, scope, roles and functions of financial department; patterns of business; financial analysis, forecasting and planning; principle of working capital management and capital budgeting; value of money; financial structure and financing business funds

03-411-102 เศรษฐศาสตร์จุลภาค 3(3-0-6)

Microeconomics

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่: -

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์จุลภาค อุปสงค์ อุปทาน และการกำหนดราคา ความยืดหยุ่นของอุปสงค์และอุปทาน ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ทฤษฎีการผลิต ต้นทุน รายรับและกำไรจากการผลิต การกำหนดราคาและปริมาณผลผลิตในตลาดแข่งขันสมบูรณ์และตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ รวมทั้งตลาดปัจจัยการผลิต

General knowledge of microeconomics; demand, supply and pricing; elasticity of demand and supply; theory of consumer behavior; production theory; cost; income and profit from production; pricing and quantity of output in perfect competitive market and imperfect competitive markets including factors of production

03-411-103 เศรษฐศาสตร์มหภาค 3(3-0-6)

Macroeconomics

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่: -

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์มหภาค ความหมายและการคำนวณรายได้ประชาชาติ องค์ประกอบของรายได้ประชาชาติ การคำนวณรายได้ประชาชาติดุลยภาพ การเงิน การธนาคารและนโยบายการเงิน การคลังและนโยบายการคลัง การจ้างงาน เงินเฟ้อและเงินฝืดกับการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจมหภาค เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ และการพัฒนาเศรษฐกิจ

General knowledge of macroeconomics; meanings and computation of national income, components of national income; computing of national income equilibrium; Money and banking; public finance; employment , inflation and deflation along with macroeconomics problems; international economics; and economic development

03-511-101 ระบบสารสนเทศและการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานธุรกิจ 3(2-2-5)

Information Systems and Computer Usage in Business

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่: -

ความหมายและบทบาทของระบบสารสนเทศต่อการจัดการธุรกิจ ชนิดของระบบสารสนเทศที่ใช้ในกิจการ การประยุกต์คอมพิวเตอร์ในงานธุรกิจ เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในปัจจุบัน การใช้ระบบเครือข่ายและบริการบนอินเทอร์เน็ต การใช้ระบบปฏิบัติการและการใช้โปรแกรมประยุกต์ในปัจจุบัน

Meanings and roles of information systems on business management; types of information systems used in organizations; application of computer in business; current computer technology; usage of network system and the Internet services; usage of operation systems and current application software

03-611-101	ภาษาอังกฤษเพื่อการโต้ตอบทางธุรกิจ 1 English for Business Correspondence 1 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: - รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่: - การอ่านและการเขียนจดหมายธุรกิจ จดหมายสอบถาม จดหมายตอบสอบถาม จดหมายสั่งซื้อ จดหมายตอบสั่งซื้อ จดหมายร้องเรียน จดหมายตอบการร้องเรียน จดหมายทวงหนี้ จดหมายสมัครงาน การเขียนประวัติส่วนตัวและไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ Reading and writing English business letters: letters of enquiry, enquiry reply letters, purchase order letters, purchase order reply letters, complaint letters, replies to complaint letters, collection letters, and application letters, writing resumes and electronic-mails	3 (3-0-6)
-------------------	--	------------------

03-011-301	การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา Preparation for Co-operative Education รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: - รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่: - ความหมาย ความสำคัญ ความเป็นมาและพัฒนาการสหกิจศึกษา การเตรียม ความพร้อมก่อนการออกสหกิจศึกษา เทคนิคการปฏิบัติงานในสถานประกอบการ วิธีการเขียน รายงานและการนำเสนอรายงานสหกิจศึกษา Meanings, importance, background and development of co-operative education; preparation for co-operative education; operation techniques in workplace; report writing and presentation	1(0-2-1)
-------------------	---	-----------------

2.2 กลุ่มวิชาชีพบังคับ

03-212-201	การจัดการธุรกิจสำหรับนักการตลาด Business Management for Marketer รายวิชาที่ต้องเรียนก่อน : - รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่: - ความหมาย ความสำคัญ ประเภทและการประกอบธุรกิจ การบริหารจัดการ ทรัพยากรทางธุรกิจ ทรัพยากรทางการตลาด การบริหารการเงินและงบประมาณ การบริหาร สินเชื่อ สิ่งแวดล้อมทางธุรกิจ การวิเคราะห์ธุรกิจ และการจัดทำแผนธุรกิจ	3(3-0-6)
-------------------	--	-----------------

Meanings, importance, classification and entrepreneurship; business resource management; marketing resources; financial and budget management; credit management; business environment; business analysis; business plan

03-212-202 การวิเคราะห์และการเข้าถึงผู้บริโภค 3(2-2-5)

Consumer Analysis and Consumer Insight

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่: -

วิเคราะห์การตัดสินใจของผู้บริโภคและการเข้าถึงผู้บริโภค กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค การพัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อเข้าถึงผู้บริโภค และพฤติกรรมของผู้บริโภค ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ การอธิบายถึงการเข้าถึงผู้บริโภค และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

Consumer decision analysis and consumer insight; consumer buying decision process; marketing strategy development for consumer behavior and consumer insight; factors influencing consumers buying decision making; discussion the consumer behavior and consumer insight on marketing strategy

03-212-203 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา 3(3-0-6)

Product and Price Management

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่: -

ความหมาย บทบาท ความสำคัญของผลิตภัณฑ์และราคาในการจัดการการตลาด การจัดการผลิตภัณฑ์ การพัฒนาตลาดเป้าหมาย การตัดสินใจเกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ การพัฒนากลยุทธ์วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การพัฒนาและการจัดการผลิตภัณฑ์ใหม่ การจัดการราคา การกำหนดราคาในสถานการณ์ต่าง ๆ การเลือกใช้กลยุทธ์และเทคนิคด้านราคาที่มีประสิทธิภาพต่อการพัฒนาส่วนแบ่งทางการตลาดและจริยธรรมในการกำหนดราคา

Meanings, roles and importance of product and price management in the market place; product management; development targeting; decisions about product mix; development of product life cycle; new product development and management; cost management; pricing in different situations; choosing strategies and techniques by which cost effectively develop market share and ethical pricing

03-212-204 การจัดการการค้าปลีก 3(2-2-5)

Retailing Management

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -

การดำเนินงานการค้าปลีก ประเภทธุรกิจการค้าปลีก ส่วนผสมการค้าปลีก กลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขันในธุรกิจการค้าปลีก การควบคุมและวางแผนคลังสินค้า การจัดการร้าน การเลือกทำเลที่ตั้ง การวางผังร้าน นโยบายสินค้า โลจิสติกส์สำหรับการค้าปลีก การนำเทคโนโลยีมาใช้ในธุรกิจการค้าปลีก จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ ปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการร้านค้าปลีกและการฝึกปฏิบัติทำแผนธุรกิจค้าปลีก

Retail business operation; types of retail businesses; retailing marketing mix; marketing strategies for retailing competition; inventory planning and controlling; store management; retail site selection; store layout; merchandising policies; logistics for retailing; retailing technology; ethical issues in retail businesses; problems of retailing management; practicing in retail business plan

03-212-301 โลจิสติกส์และการจัดการการจัดจำหน่าย 3(3-0-6)

Logistics and Distribution Management

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -

ความหมาย หลักการ ความสำคัญของโลจิสติกส์และการจัดการจัดจำหน่าย ผลกระทบของการจัดจำหน่ายและโลจิสติกส์ต่อธุรกิจ การวางแผน การปฏิบัติ การควบคุม การเคลื่อนย้ายและการเก็บรักษาจากผู้ผลิตจนถึงลูกค้า แนวคิดเกี่ยวกับโลจิสติกส์และการจัดจำหน่าย การกำหนดนโยบายและการวางแผนการจัดจำหน่าย ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ในการกำหนดนโยบายจัดจำหน่าย เทคนิคและเครื่องมือ การนำเทคโนโลยีมาใช้ในระบบ โลจิสติกส์และการจัดการการจัดจำหน่ายอย่างมีประสิทธิภาพ และกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง

Meanings, principles and importance of logistics and distribution management; impact of distribution and logistics on business; planning, implementing, controlling of merchandise movement and storing from producer to final customer; logistics concept and distribution; concept planning and distribution policies; factors affecting on decision making in distribution policy determination; techniques and tools; technology for logistics and distribution management effectively and case studies

03-212-302 หลักการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ 3(3-0-6)

Principles of Integrated Marketing Communication

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -

หลักการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การจัดองค์การสำหรับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด การวางแผนการสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมสำหรับการตัดสินใจเข้าสู่ตลาดใหม่ สิ่งแวดล้อมของการสื่อสารการตลาด เครื่องมือการสื่อสารการตลาด สื่อต่าง ๆ ที่ใช้สำหรับการสื่อสารการตลาด การวัดและประเมินผลการสื่อสารการตลาด การวางแผนการรณรงค์สื่อสารการตลาด และกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง

Principles of IMC (Integrated Marketing Communication); organizing for IMC; marketing communication strategy; marketing communication planning appropriate with decision making in the new marketplace; IMC environment; IMC tools; IMC media; measuring IMC; performance campaign planning and case studies

03-212-303 ระบบสารสนเทศทางการตลาด 3(2-2-5)

Marketing Information Systems

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -

ข้อมูลการตลาด แนวคิด บทบาทและหน้าที่ของระบบสารสนเทศทางการตลาด กระบวนการพัฒนาระบบสารสนเทศทางการตลาด การใช้ระบบสารสนเทศในงานการตลาด โปรแกรมสำเร็จรูปที่ใช้ในงานการตลาด โปรแกรมที่ช่วยจัดการสายงานของธุรกิจให้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและถูกต้องแม่นยำ และ โปรแกรมการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า การวิเคราะห์และนำข้อมูลทางการตลาดไปใช้ในการตัดสินใจของผู้บริหาร

Marketing information, concepts; roles and functions of marketing information system; development process of marketing information system; using information system in marketing; marketing software package; SAP program (Systems, Applications and Products in Data Processing) CRM program (Customer Relationship Management); analyzing and using marketing data for executive decision making

03-212-304 การขายและการบริหารงานขาย 3(2-2-5)

Selling and Sales Management

รายวิชาที่เรียนมาก่อน : -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -

ทฤษฎีการขาย หลักการขาย เทคนิคการขาย การขายอย่างมืออาชีพ การวางแผนการขาย เทคนิคการฝึกปฏิบัติขาย กลยุทธ์ในการขายและการบริหารงานขาย สิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการซื้อและกระบวนการขายในแผนการขาย การจัดองค์กรการขาย การพยากรณ์การขาย การกำหนดเขตขาย การกำหนดโปรแกรมการขาย การประเมินผลและการควบคุมโปรแกรมการขาย

Selling theories; principles and selling techniques; professional selling; sales planning; practicing selling techniques; sales strategy and management; environment influencing on the buying and selling process for sales planning; sales organizing; sales forecast; sales territories; implementation of sales program; evaluating and controlling the sales program

03-212-401 การตลาดระหว่างประเทศ 3(3-0-6)

International Marketing

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -

โลกทัศน์การตลาดระหว่างประเทศ สิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมทางสังคม วัฒนธรรมองค์กร การเมือง กฎหมาย โอกาสทางการตลาด การรวมกลุ่มการค้าระหว่างประเทศ การรวมกลุ่มเศรษฐกิจ การพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดระหว่างประเทศ และกลยุทธ์ในการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ และกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง

Perspective on international marketing; cultural and social environment of international markets business customs in international marketing political environment law environment market opportunities; emerging markets multinational market and market group; developing international marketing strategies implementing international marketing strategies and case studies

03-212-402 การวิจัยการตลาด 3(2-2-5)

Marketing Research

รายวิชาที่เรียนมาก่อน : 03-211-101 หลักการตลาด

02-311-104 การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -

บทบาทและความสำคัญของการวิจัยการตลาดในการตัดสินใจทางธุรกิจ กระบวนการวิจัยการตลาด การกำหนดข้อเสนอโครงการวิจัย การกำหนดงบประมาณ และการบริหารโครงการวิจัย ระเบียบวิธีวิจัยและการเลือกใช้เทคนิคการวิจัยที่ถูกต้องเหมาะสม วิธีการสุ่มตัวอย่าง การเก็บข้อมูล การประมวลผลข้อมูลด้วยเทคนิคทางสถิติโดยโปรแกรมสำเร็จรูป การแปลความหมายข้อมูล การเขียนรายงานการวิจัย และการปฏิบัติงานวิจัยภาคสนาม

Roles and importance of marketing research in business operation; marketing research process; research proposal; research management and budgeting; research methodology and techniques; sampling; data collecting; analyzing by using statistic techniques software; research report; field survey practices

03-212-403 กลยุทธ์และการวางแผนการตลาด 3(3-0-6)

Marketing Strategies and Planning

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -

กลยุทธ์การตลาด การวางแผนการตลาด การวิเคราะห์สถานการณ์ต่างๆ การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ปัญหา โอกาสและอุปสรรค การกำหนดส่วนแบ่งตลาด กำหนดตลาดเป้าหมาย กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ราคา กลยุทธ์การจัดจำหน่าย การจัดการห่วงโซ่อุปทาน กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การใช้ข้อมูลเพื่อการวางแผนและตัดสินใจ การควบคุมและการปฏิบัติตามแผนที่กำหนดไว้ และกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง

Marketing strategies and planning; situation analysis; SWOT analysis; segmentation; targeting; positioning; product strategy; price strategy; distribution strategy; supply chain management; IMC strategy; utilization of information for planning and decision making; marketing implementation controllability and case studies

03-212-404 การจัดการการตลาด 3(3-0-6)

Marketing Management

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่: -

บทบาทของการตลาดในการดำเนินธุรกิจ แนวความคิดการจัดการการตลาด การวิเคราะห์ปัญหา โอกาสทางการตลาด การกำหนดและการพัฒนาตลาดเป้าหมาย การกำหนด ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การใช้ประโยชน์จากข้อมูลการตลาดในการวางแผนและควบคุมประเมินผล การพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด การใช้เทคโนโลยีในการจัดการการตลาด การเลือกกิจกรรมทางการตลาดโดยคำนึงถึงจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม การแก้ปัญหา ด้วยการใช้กรณีศึกษาทางการตลาด

Roles of marketing in business operation; marketing management concepts; problem analysis and searching for marketing opportunities targeting and positioning; usage in the information of market planning and evaluating analyzing topic such as developing marketing mix strategies; using technology for marketing management selecting market activities in terms of ethical and social responsibility decision making; solving the marketing problems by case studies

2.3 กลุ่มวิชาชีพเลือก

03-213-308 สหกิจศึกษาทางการตลาด 6(0-40-0)

Co-operative Education in Marketing

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: 03-011-301 การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่: -

การปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่ตรงตามสายวิชาชีพและความเชี่ยวชาญตามข้อกำหนดและกระบวนการสหกิจศึกษา ระยะเวลา 16 สัปดาห์ พร้อมจัดทำ และนำเสนอ รายงานสหกิจศึกษา

Working in a job position focusing on each student's area of concentration under cooperative education guidelines and regulation; 16-week duration of co-operative education including completion of co-operative education report process

03-213-309 การฝึกงานทางการตลาด 3(0-40-0)

Practice in Marketing

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: 03-011-301 การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่: -

การฝึกงานในองค์กรต่าง ๆ หรือสถานประกอบการในลักษณะงานที่เกี่ยวข้องกับสาขาวิชา โดยมีจำนวนชั่วโมงไม่น้อยกว่า 8 สัปดาห์ และนักศึกษาต้องจัดทำรายงานสรุปผลการฝึกงานเมื่อสิ้นสุดการฝึกงาน

Apprenticeship in organization or companies relating of marketing for not less than eight weeks with students' summary report after training

2.3.1 แขนงวิชาการบริหารการตลาด

03-213-301 การบรรจุภัณฑ์ 3(3-0-6)

Packaging

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่: -

แนวความคิดและหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ ส่วนประกอบต่างๆ ของบรรจุภัณฑ์ ความสัมพันธ์ของบรรจุภัณฑ์ต่อกิจกรรมทางการตลาด ชนิด และประเภทของบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์สำหรับการตลาดและการส่งออก วัสดุที่ใช้ในการทำบรรจุภัณฑ์ การออกแบบ และการผลิตบรรจุภัณฑ์ กฎหมายและสิ่งแวดล้อม

Concepts and functions of packaging; components of packaging; the relationship between packaging and other marketing activities; classification of packaging; packaging for marketing and exporting; packaging materials; package design and production; regulation and environment

03-213-302 การจัดการการจัดซื้อ 3(3-0-6)

Purchasing Management

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่: -

ความรู้พื้นฐาน หลักการและการบริหารงานเกี่ยวกับการจัดซื้อทั้งภาครัฐและเอกชน การจัดองค์กรหน่วยงานจัดซื้อ นโยบายการจัดซื้อ การกำหนดจำนวนที่จะซื้อ การพิจารณาจังหวะและช่วงเวลาในการซื้อ การควบคุมและการตรวจสอบคุณภาพ การเลือกหาแหล่งขาย วิธีการจัดซื้อแบบต่างๆ การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมหรือโปรแกรมสำเร็จรูปมาใช้การจัดซื้อ นโยบายการผลิตหรือซื้อ การจัดหาเงินทุนในการซื้อ และกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง

Basic knowledge and principles of purchasing management in private sector and state enterprises; organizing a purchasing department; purchasing policy at the right place and at the right time with the right quality and quantity inspecting and controlling quality; selecting suppliers choosing supply sources purchasing techniques; using technology, innovation or software for purchasing; production and purchasing policies; budgeting of purchasing; case studies

03-213-303 การตลาดทางตรง 3(2-2-5)

Direct Marketing

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่: -

ความหมายและความสำคัญของการตลาดทางตรง ลักษณะของการตลาดทางตรง การจัดทำบัญชีรายชื่อลูกค้า ฐานข้อมูลของลูกค้า ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค การวางแผนกลยุทธ์การตลาดทางตรง การกำหนดภาพลักษณ์ การพัฒนาและจัดการขายแบบไม่ต้องอาศัยหน้าร้าน การเสริมบุคลิกของการนำเสนอในรูปแบบการตลาดทางตรง การขายทางไปรษณีย์ การใช้แค็ตตาล็อก การใช้เครื่องจักร การขายผ่านระบบออนไลน์ การขายตรงแบบหลายชั้น

Meanings and importance of direct marketing; characteristics of direct marketing; customer account; customer database; consumer behavior; direct marketing strategy planning; image setting; development and operating in non-store retailing; door to door retailing mail-order selling; catalog marketing; vending machines; online marketing; multi-level marketing (MLM)

03-213-304 การตลาดธุรกิจกับธุรกิจ 3(3-0-6)

Business to Business Marketing

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่: -

แนวความคิดทั่วไปของตลาดธุรกิจกับธุรกิจ ลักษณะและความสำคัญของการตลาดธุรกิจ ผู้ซื้อในตลาดธุรกิจ พฤติกรรมการซื้อในตลาดธุรกิจ การแบ่งส่วนตลาดและการกำหนดตลาดเป้าหมายของตลาดธุรกิจกับธุรกิจ การวางแผน และกำหนดกลยุทธ์ของส่วนประสมทางการตลาด บทบาทของภาครัฐที่มีต่อการตลาดธุรกิจและแนวโน้มการตลาดธุรกิจกับธุรกิจ

General concept of B2B (business to business) marketing; characteristics and importance of B2B marketing; buyers in the B2B market; buying behavior; market segmentation and market targeting; planning and setting marketing mix strategy; roles of government on B2B and trend of B2B marketing

03-213-305 การตลาดสินค้าเกษตรกรรม 3(3-0-6)

Agricultural Product Marketing

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่: -

ระบบของการตลาดสินค้าเกษตร ลักษณะและประเภทของสินค้าเกษตรกรรม ปัญหาของสินค้าเกษตรกรรมในตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อส่วนประสมทางการตลาด กลยุทธ์การตลาดของสินค้าเกษตร สถาบัน องค์กรหรือภาครัฐที่มีบทบาทในการแก้ปัญหาการตลาดสินค้าเกษตรกรรม

Systems and characteristics of agricultural products; problems of agricultural products in local and international markets; factors influencing the marketing mix; marketing strategies for agricultural products; roles of institutional and government sectors in solving agricultural product problems

03-213-306 การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 3(3-0-6)

Social and Environmental Marketing

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่: -

บทบาท ความสำคัญและแนวความคิดทางการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การปรับส่วนประสมทางการตลาดให้สอดคล้องกับการตื่นตัวของผู้บริโภคที่มีต่อสิ่งแวดล้อม ปัญหาต่างๆที่เกิดจากสภาพแวดล้อมที่เป็นพิษทางน้ำ ทางอากาศ ทางดินอันเกิดจากกิจกรรมทางธุรกิจ การออกแบบเครื่องมือทางการตลาดเพื่อแก้ไขปัญหาและกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง

Roles, importance and concepts of social and environmental marketing; adjustment of marketing mix which is related consumer environment; problems of water pollution; air pollution and soil pollution; marketing tools design to solve the problems; case studies

03-213-307 การศึกษาความเป็นไปได้เพื่อโครงการการตลาด 3(2-2-5)

Feasibility Study in Marketing Project

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่:-

บทบาทและความสำคัญของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการการตลาด วิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน และภายนอกองค์กรที่มีผลต่อความเป็นไปได้ของโครงการในระดับจุลภาค และมหภาค การริเริ่มโครงการ การวางแผน จัดทำและปฏิบัติตามแผนของโครงการ การประยุกต์เครื่องมือทางการเงินในการศึกษาความเป็นไปได้เพื่อโครงการการตลาด

Roles and importance of feasibility study in marketing project; analyzing the relationship between internal and external factors in terms of micro and macro levels; project initiation, planning, and implementation; applying of financial tools for feasibility study in marketing project

03-213-310 สัมมนาปัญหาการตลาด 3(2-2-5)

Seminar in Marketing Problems

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: 03-211-111 หลักการตลาด

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่: -

อภิปรายเกี่ยวกับปัญหาต่างๆ ด้านการตลาดเน้นการประยุกต์ความรู้ที่นักศึกษาเรียนรู้จากวิชาต่างๆ และจากการค้นคว้าเพิ่มเติมนำไปใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์ วิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจอย่างมีระบบ เสริมสร้างความคิดริเริ่ม ความกระตือรือร้นในการแสดงความคิดเห็นที่มีระเบียบหลักเกณฑ์ ด้วยการนำเทคนิคต่างๆ ในการสัมมนาปัญหาทางการตลาดมาใช้เพื่อให้นักศึกษาได้ประสบการณ์เสมือนหนึ่งการดำเนินงานธุรกิจจริง

Debate of marketing problems emphasizing on applying the knowledge students acquired from various subjects and further research in circumstance; analysis of environment and information for systematic decision making; systematic analysis to support students creative thinking enthusiasm to present ideas marketing techniques to discuss; solve problems like doing a real business in the real marketplace

03-213-311 การสร้างตรา และการจัดการตราสินค้า 3 (2-2-5)

Brand Building and Brand Management

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่: -

บทบาทและความสำคัญของตราสินค้า องค์ประกอบของตราสินค้า กระบวนการสร้างตราสินค้า เอกลักษณะของตราสินค้า ความคิดเกี่ยวกับตราสินค้า การสร้างคุณค่าของตราสินค้า การจัดการส่วนประสมทางการตลาดเพื่อสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก การกำหนดกลยุทธ์และการวางแผนตราสินค้า กรณีศึกษาเพื่อให้นักศึกษาได้นำเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างตราสินค้าและการจัดการตราสินค้า

Roles and importance of strong brand building; process of brand building, creating brand equity, brand elements, brand identity; brand idea; managing marketing mix for brand awareness in competitive dynamics; brand planning; brand strategies and case studies for brand building and brand management

- 03-213-312 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ 3(3-0-6)**
Customer Relationship Management
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่: -
 บทบาทและความสำคัญของการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ กลยุทธ์การสร้าง
 ความสัมพันธ์ต่อลูกค้า การสร้างความภักดี การวิเคราะห์ผลกำไรจากลูกค้าแต่ละรายเพื่อจัดสรร
 ทรัพยากรที่เหมาะสม การนำระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริง
 อย่างมีประสิทธิภาพ และกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง
 Roles and importance of customer relationship management; customer
 relationship strategies; customer loyalty; customer profitability analysis; adaptability of CRM
 system in the real business situation; case studies
- 03-213-313 การตลาดภูมิภาคอาเซียน 3(3-0-6)**
ASEAN Community Marketing
 รายวิชาที่เรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 บทบาทและความสำคัญของตลาดภูมิภาคอาเซียนที่มีต่อประเทศไทย
 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับประเทศสมาชิกกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ปัจจัยที่เป็นข้อได้เปรียบ
 เิงการแข่งขันของอาเซียน การวิเคราะห์ภูมิภาคอาเซียนในด้านศักยภาพทางการตลาด
 และการรวมกลุ่มเศรษฐกิจ การนำเข้าและส่งออกในภูมิภาคอาเซียน โอกาสและนโยบายทางการค้า
 ของตลาดภูมิภาคอาเซียนต่อประเทศไทย กรณีศึกษาที่เกิดขึ้นจริงของการตลาดในภูมิภาคอาเซียน
 Roles and importance of ASEAN community market to Thailand; general
 knowledge of AEC (ASEAN Economic Community); ASEAN's competitive advantages;
 analysis of ASEAN market potential and economic; import and export in ASEAN; opportunities
 and trade policies of ASEAN community marketing that impact on Thailand; real cases related to
 ASEAN community marketing

2.3.1 แผนงวิชาการสื่อสารการตลาด

03-214-301 การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ทางการตลาด 3(3-0-6)

Advertising and Public Relations in Marketing

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่: -

ทฤษฎี หลักการโฆษณา หลักการประชาสัมพันธ์ และแนวคิดในการติดต่อสื่อสาร การวางแผนรณรงค์โฆษณา การวางแผนการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ การวิเคราะห์ผู้บริโภคในฐานะเป็นผู้รับสาร กระบวนการทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ การเลือกสื่อโฆษณาและสื่อประชาสัมพันธ์ การกำหนดงบประมาณ การประเมินผลกฎหมายและจรรยาบรรณที่เกี่ยวกับการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

Theories and principles of advertising, public relations and concepts of mass communication; advertising campaigns; and public relations campaigns; analyzing customer as a receiver; marketing process affecting on advertising and public relations; selecting advertising and public relations; budgeting evaluating law and ethics about advertising and public relations

03-214-302 การคิดทางการตลาดเชิงสร้างสรรค์ 3(2-2-5)

Critical Creative Thinking in Marketing

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่: -

การพัฒนาทักษะการคิดสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ การวิเคราะห์อย่างเป็นระบบในเชิงการตลาด การพัฒนาการคิดสร้างสรรค์สำหรับงานโฆษณาและงานสื่อสารการตลาด การบูรณาการระบบความคิดสร้างสรรค์ทางการตลาดให้เข้ากับตัวนักศึกษา สังคม เศรษฐกิจ ธุรกิจ การคิดนอกกรอบอันเป็นการพัฒนาตนเองนำไปสู่การพัฒนางานทางด้านการตลาด อย่างเป็นรูปธรรมและปฏิบัติได้

Development for systematic creative thinking; systematic analysis in marketing; creativity development for advertising and marketing communication; integration of creative thinking in marketing for students, society, economy, business; lateral thinking to develop careers in the real marketplace in a practical way

03-214-303 การจัดการการส่งเสริมการตลาด 3(3-0-6)

Promotion Management

รายวิชาที่ต้องเรียนก่อน :-

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ :-

ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด การกำหนดกิจกรรมทางการตลาดที่เหมาะสมต่อการจัดการการตลาด การกำหนดการรณรงค์การส่งเสริมการตลาด การวางแผน การจัดการ การเลือกสื่อและเครื่องมือส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสม การประเมินผลและการควบคุมโปรแกรมการส่งเสริมการตลาดให้ประสบผลสำเร็จตามที่ต้องการ และกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง

Promotion mix; specific activities involved in managing marketing; promotional management campaign; promotional planning; promotional management; evaluating and controlling of promotional program successfully; case studies

03-214-304 การตลาดกิจกรรม 3(2-2-5)

Event Marketing

รายวิชาที่ต้องเรียนก่อน :-

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ :-

บทบาทและความสำคัญของการตลาดกิจกรรม ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการตลาดกิจกรรม การกำหนดกลยุทธ์และยุทธวิธีของการตลาดกิจกรรม การวางแผนการดำเนินงานรณรงค์กิจกรรมทางการตลาด การจัดกิจกรรมเกี่ยวกับองค์กร ผลิตภัณฑ์และบริการ การตลาดกิจกรรมในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต

Roles and importance of event marketing; general knowledge of event marketing; strategies and tactics of event marketing; planning for event marketing campaign; organizing corporate events; product and service events; contemporary and trendy; trend of event marketing

03-214-305 การสร้างความโดดเด่นและการสื่อสารตราสินค้า 3(2-2-5)

Brand Identity and Brand Communication

รายวิชาที่ต้องเรียนก่อน :-

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ :-

การสร้างตราสินค้า การสร้างตราสินค้าให้มีอัตลักษณ์ที่โดดเด่น และมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากคู่แข่งชั้นในตลาด ความสำคัญของการสื่อสารตราสินค้า แนวคิดเรื่องการสื่อสารการตลาดแบบใหม่ การเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารตราสินค้าหรือการเลือกใช้สื่อ เช่น การใช้สื่อสิ่งพิมพ์ ป้ายโฆษณา สื่ออิเล็กทรอนิกส์ พาณิชนัยอิเล็กทรอนิกส์ การใช้กิจกรรมพิเศษทางการตลาด สื่อเคลื่อนที่ สื่อดิจิทัล สื่อสังคมออนไลน์

Building brand identity and brand communication techniques; the process of crafting brand identity and differentiation brand; importance of brand communication concepts of new marketing communication; selecting brand communication channels such as printed media, billboard, electronic media, e-commerce, event marketing, mobile media, digital media, social media

03-214-306 เทคนิคการนำเสนอทางการตลาด 3(2-2-5)

Presentation Techniques in Marketing

รายวิชาที่ต้องเรียนก่อน :-

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ :-

บทบาทและความสำคัญของการนำเสนอ ขั้นตอนในการนำเสนอ เทคนิคการสื่อสารเพื่อการนำเสนอ สื่อและประสิทธิภาพของสื่อแต่ละชนิดต่อการรับรู้ เทคนิคการใช้อุปกรณ์นำเสนอ การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการนำเสนอ การเตรียมตัวผู้นำเสนอ การใช้ภาษาอย่างเหมาะสมในการนำเสนอและการโต้ตอบ และการประเมินผลการนำเสนอ

Roles and importance of presentation techniques; processes of presentation communication techniques for presentation; perception of media and equipment techniques for presentation; target group analysis; using software for presentation; preparation for presentation; using the right language for presentation and correspondences; evaluating of presentation

03-214-307 การรณรงค์การตลาดสื่อสังคมออนไลน์ 3(2-2-5)

Social Media Marketing Campaign

รายวิชาที่ต้องเรียนก่อน :-

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ :-

ความเป็นมาของเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ ทฤษฎี เทคโนโลยี การสื่อสาร ผลกระทบของชุมชนสังคมออนไลน์เพื่อสร้างมูลค่าทางการตลาด อาทิ ทวิตเตอร์ เฟซบุ๊ก ไลน์ บีบีเอ็ม บล็อกกิ้ง เป็นต้น พัฒนาความสามารถของนักศึกษาในการสร้างสรรค์ คิดและออกแบบสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการรณรงค์ทางการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล การสร้างทักษะในการสร้างสรรค์ ประยุกต์ และบูรณาการเครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์ให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ทางการตลาด

History of social media, theories and technology; impact of social media creating value-added marketing such as Twitter, Facebook, Line, BBM, Blogging and etc; developing the students' ability to effectively and successfully create a social media marketing campaign; skill building to create, apply and integrate the appropriate social media tools to achieve the marketing objectives

03-214-308 การสื่อสารองค์กร 3(3-0-6)

Corporate Communication

รายวิชาที่ต้องเรียนก่อน :-

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ :-

หลักและวิธีการสื่อสารองค์กร การเผชิญปัญหาขององค์กรในปัจจุบัน การสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กรทั้งต่อผู้บริโภค สิ่งแวดล้อม และโลกาภิวัตน์ บทบาทของนักประชาสัมพันธ์ในการช่วยลดปัญหาและอุปสรรคขององค์กรในด้านสิ่งแวดล้อม การวางแผนรณรงค์สื่อสารองค์กร การปฏิบัติตามแผน การประเมินผล และการทบทวนแผนงานการสื่อสารองค์กร และกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง

Principles and techniques of corporate communication; understanding of contemporary issues facing corporations internal and external corporate communication including consumer, environment, and global; roles of public relations in reducing organizational problems and difficulties in its environment; planning for corporate communication campaigns implementing the program; evaluating of corporate communication plan; case studies

- 03-214-309** **การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจทางการตลาด** **3(3-0-6)**
Persuasive Communication in Marketing
 รายวิชาที่ต้องเรียนก่อน :-
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ :-
 การสื่อสารทางการตลาด จิตวิทยา พฤติกรรมมนุษย์ สังคมวิทยา ปัจจัย
 ที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิด การวิเคราะห์ผู้บริโภคเพื่อการโน้มน้าวใจ การกำหนดเครื่องมือ
 สื่อสารการตลาดให้สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด
 Marketing communication; psychology; human behavior; sociology influences
 of customer's senses; customer analysis for persuasive communication; selection of specific
 marketing communication tools effectively corresponding to target audiences
- 03-214-310** **กลยุทธ์การเลือกสื่อแบบบูรณาการ** **3(3-0-6)**
Integrated Media Using Strategies
 รายวิชาที่ต้องเรียนก่อน :-
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ :-
 ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อ องค์กรธุรกิจและมวลชน ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กร
 กับสาธารณชน ปฏิสัมพันธ์ระหว่างสื่อโฆษณา การออกแบบสื่อ การซื้อสื่อ การเลือกใช้เครื่องมือ
 ส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ สื่อเคลื่อนที่ สื่อดิจิทัล สื่อสังคมออนไลน์ กลยุทธ์การเลือก
 สื่อเชิงบูรณาการ การวางแผนสื่อ การกำหนดกลยุทธ์สื่อสารการตลาดให้สอดคล้องกับงบประมาณ
 และเป้าหมายที่กำหนดไว้ และกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง
 Relationships between media, business enterprises and public; relationship
 between corporation and public; interaction in advertising media; media design, buying media;
 selecting sale promotion tools; public relation; mobile media; digital media; social media;
 selecting integrated media strategies; media planning; selecting specific marketing
 communication strategies which is suitable for the objective and budget; case studies

03-214-311 **สัมมนาปัญหาการสื่อสารการตลาด** 3(2-2-5)

Seminar in Marketing Communication Problems

รายวิชาที่ต้องเรียนก่อน :-

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ :-

อภิปรายเกี่ยวกับปัญหาต่าง ๆ ด้านการสื่อสารการตลาด การประยุกต์ความรู้ที่เรียนรู้จากวิชาต่างๆ และจากการค้นคว้าเพิ่มเติม นำมาใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์ วิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจอย่างมีระบบ เสริมสร้างความคิดริเริ่ม มีความกระตือรือร้นในการแสดงความคิดเห็นที่มีระเบียบหลักเกณฑ์ การนำเทคนิคต่างๆ ในการสัมมนา มาใช้เพื่อให้นักศึกษาได้ประสบการณ์เสมือนหนึ่งการดำเนินธุรกิจจริง

Discussion about Integrated Marketing Communication problems; application of knowledge from different subjects and further researches for situation analysis; information analysis for systematic decision making; enhancement of creative thinking; enthusiastically expressing ideas; using various creativity techniques to experience as the real business activities

03-214-312 **เทคนิคการผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารการตลาด** 3(2-2-5)

Production Techniques for Marketing Communication Media

รายวิชาที่ต้องเรียนก่อน :-

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ :-

การวางรูปแบบและกระบวนการผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารการตลาด สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อแพร่ภาพกระจายเสียงหรือสื่อที่มีต้นทุนสูง และสื่อต้นทุนต่ำ การวางแผนและการผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารการตลาดที่สอดคล้องกับงบประมาณที่มีอยู่ ศึกษากรณีศึกษาเพื่อให้นักศึกษาได้นำเสนอความคิด เทคนิคการผลิตต่าง ๆ ในรูปของสื่อเพื่อการสื่อสารการตลาด

Model and processes of communication media; above the line media; below the line media; planning and producing process in line with existing budget; practicing with case studies to express students ideas; production techniques in various medias for marketing communication

03-214-313 การตลาดดิจิทัล 3(2-2-5)

Digital Marketing

รายวิชาที่ต้องเรียนก่อน: -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่: -

การส่งเสริมการตลาดและสื่อสารตราสินค้า โดยการใช้นวัตกรรมเครื่องมือสื่อสารดิจิทัลเป็นช่องทางในการเข้าถึงผู้บริโภค เครื่องมือสื่อสารดิจิทัล โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต สื่อเคลื่อนที่ สื่อสังคมออนไลน์ หรือรูปแบบสื่อดิจิทัลอื่นๆ เทคนิควิธีการใช้สื่อดิจิทัลเป็นเครื่องมือสื่อสารการตลาด และการฝึกปฏิบัติงานใช้สื่อดิจิทัลให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

Promotion and brand communication by using forms of digital advertising channels to reach consumer; television, radio, internet, mobiles, social media and any other form of digital media; techniques which are marketing communication tools; practices of digital media to reach target audiences

2.3.2 แขนงวิชาบริหารธุรกิจค้าปลีก

03-215-301 การบริหารสินค้าในธุรกิจค้าปลีก 3(3-0-6)

Retail Merchandising

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่: -

การจัดการผลิตภัณฑ์ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในธุรกิจค้าปลีก กิจกรรมในการจัดซื้อ การหาแหล่งผลิตภัณฑ์ การเจรจาต่อรอง ขั้นตอนการจัดซื้อจากในและต่างประเทศ กลยุทธ์และวิธีดำเนินการสำหรับผู้จัดซื้อ การวางแผนสินค้าที่เหมาะสมกับลักษณะร้านค้าปลีก การวิเคราะห์กำไร การบริหารสินค้าคงคลัง ความสัมพันธ์ในระบบการไหลเวียนสินค้าของฝ่ายจัดซื้อและฝ่ายอื่นๆ

Merchandising a consumer demand in various retail businesses; purchasing activities source product negotiating purchasing process both domestic and foreign countries; managing strategies for the purchasing officer product planning which suits retail shop; analyzing profit inventory management relationship of physical flow between purchasing department and other departments

03-215-302 การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจค้าปลีก 3(3-0-6)

Human Resource Management in Retailing

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่: -

ความสำคัญและหลักการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจค้าปลีก เพื่อความได้เปรียบในการแข่งขัน การออกแบบหน้าที่งาน การกำหนดจำนวนบุคลากร การจัดจ้าง การพัฒนาความสามารถ โครงสร้างผลตอบแทน ข้อกฎหมายในการว่าจ้าง การสื่อสารภายในองค์กร การจัดการความขัดแย้ง การตรวจสอบและประเมินผลการทำงาน

Importance and principles of human resource management in retail business for competitive advantage; designing job description; determining the number of employees; hiring; developing ability; compensation structure; employment laws; communication in organizations; managing conflicts ; checking and evaluating employee

03-215-303 การตลาดบริการ 3(3-0-6)

Service Marketing

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่: -

ลักษณะของการตลาดบริการ การเข้าถึงพฤติกรรมผู้บริโภค ความแตกต่างระหว่างตลาดสินค้าและบริการ การใช้ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริการเพื่อให้บรรลุคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า กลยุทธ์การตลาดบริการ ความพึงพอใจ และความภักดีที่มีต่อการให้บริการขององค์กร แนวคิดต่าง ๆ ทางด้านการตลาดบริการที่สำคัญต่อการสร้างความพึงพอใจของลูกค้า การสร้างสรรค์บริการที่มีประสิทธิภาพ และกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง

Characteristics of service marketing; consumer insight; differentiation between products and service; using marketing mix for service marketing to achieve quality; service strategies for service marketing; customer satisfaction and loyalty in service; important concepts of service marketing to reach the customer satisfaction; productivity of service; case studies

- 03-215-304 กฎหมายและจริยธรรมทางการตลาด 3(3-0-6)**
- Law and Ethical Issues in Marketing**
- รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: -
รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่: -
- กฎหมาย คุณธรรมและจริยธรรมทางการตลาด การพัฒนาแนวความคิดที่ตระหนักถึงคุณธรรมและจริยธรรม เพื่อใช้ตัดสินใจกำหนดแผนการตลาด กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการตลาด และกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา การวิเคราะห์กรณีที่เกิดขึ้นจริงในประเด็นของกฎหมายทางการตลาดและกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา คุณธรรมจริยธรรมรวมถึงความรับผิดชอบต่อสังคม และกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง
- Law and ethical issues in marketing; concept development of ethical framework for making marketing decisions; marketing laws and intellectual property law; real case analysis concerning marketing laws and intellectual property law; ethical and social responsibilities; case studies
- 03-215-305 การส่งเสริมการตลาดในรูปธุรกิจค้าปลีก 3(3-0-6)**
- Retail Promotion**
- รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: -
รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่:-
- ความสำคัญของการส่งเสริมการตลาดในธุรกิจค้าปลีก วิธีการส่งเสริมการตลาดที่มีประสิทธิภาพผ่านการจัดการด้านโฆษณา การส่งเสริมการขาย การใช้พนักงานขาย การประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง และเครื่องมือการส่งเสริมการตลาดสมัยใหม่
- Importance of promotion in retail business; promotional methods by advertising management, sale promotion, personal selling; public relations; direct marketing; and new promotional media equipment

- 03-215-306 ธุรกิจค้าปลีกที่ไม่มีร้านค้า 3(3-0-6)**
- Non-store Retailing**
- รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: -
- รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่: -
- การดำเนินธุรกิจค้าปลีกที่ไม่มีร้านค้า การขายปลีกโดยแค็ตตาล็อก การขายปลีกทางโทรศัพท์ การขายปลีกทางโทรทัศน์หรือเคเบิลทีวี การขายปลีกทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับวิธีการขาย การจัดหาและจัดเก็บผลิตภัณฑ์ การกระจายสินค้าไปถึงมือผู้บริโภค วิธีการขายและการตลาดที่เหมาะสม
- Non-retail business operation; retail by catalog, telephone, television, cable television, internet and etc.; selecting product suitable for selling method; sourcing and storage; distributing product to reach consumers; selling and marketing method
-
- 03-215-307 การบริหารสินค้าแฟชั่น 3(3-0-6)**
- Fashion Merchandising**
- รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: -
- รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่: -
- การติดตามความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าแฟชั่น การติดตามการคิดค้นพัฒนาสินค้าใหม่และแนวโน้มของแฟชั่นใหม่ ๆ การบริหารสินค้าและการจัดแสดงสินค้าแฟชั่น การจัดตกแต่ง การพัฒนาพนักงานเพื่อการขายและการให้บริการลูกค้า
- Consumer demand toward fashion; creating the new product and fashion trends; fashion merchandising and fashion show; fashion display; personnel training for selling and customer services

03-215-308 **สัมมนาปัญหาการตลาดค้าปลีก**

3(2-2-5)

Seminar in Retail Marketing problems

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: 03-211-101 หลักการตลาด

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่:-

อภิปรายเกี่ยวกับปัญหาต่าง ๆ ด้านการตลาดค้าปลีก เน้นการประยุกต์ความรู้ที่นักศึกษาเรียนรู้จากวิชาต่าง ๆ และจากการค้นคว้าเพิ่มเติมนำไปใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์ วิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจอย่างมีระบบ เสริมสร้างความคิดริเริ่ม ความกระตือรือร้นในการแสดงความคิดเห็นที่มีระเบียบหลักเกณฑ์ ด้วยการนำเทคนิคต่างๆ ในการสัมมนาปัญหาทางการตลาดมาใช้เพื่อให้นักศึกษาได้ประสบการณ์เสมือนหนึ่ง การดำเนินงานธุรกิจจริง

Debate of Retail marketing problems emphasizing on applying the knowledge students acquired from various subjects and further research in circumstance; analysis of environment and information for systematic decision making; systematic analysis to support students creative thinking enthusiasm to present ideas marketing techniques to discuss; solve problems like doing a real business in the real marketplace

3.2 ชื่อ สกุล เลขประจำตัวประชาชน ตำแหน่งและคุณวุฒิของอาจารย์**3.2.1 อาจารย์ประจำหลักสูตร**

ลำดับ ที่	ชื่อ-นามสกุล เลขประจำตัว ประชาชน	ตำแหน่ง วิชาการ	คุณวุฒิ	สาขาวิชา/ วิชาเอก	จากสถาบัน การศึกษา พ.ศ.	ภาระการสอนต่อสัปดาห์ แต่ละปีการศึกษา			
						2555	2556	2557	2558
1	นางขวัญฤทัย วงศ์กำแหงหาญ xxxxxxxxxxxx	ผศ.	บธ.ม. บธ.บ.	การตลาด การตลาด	มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒประสาน มิตร, 2546 มหาวิทยาลัยพายัพ, 2534	12	12	12	12
2	นายสุริยา นิตยัมมี xxxxxxxxxxxx	ผศ.	บธ.ม. น.บ. บธ.บ.	บริหารธุรกิจ นิติศาสตร์ การตลาด	มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2544 มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์, 2548 มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2536	12	12	12	12
3	นางจารุณี กมลขันดิธร xxxxxxxxxxxx	ผศ.	บธ.ม. บธ.บ.	บริหารธุรกิจ การตลาด	มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2545 มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2534	12	12	12	12

ลำดับ ที่	ชื่อ-นามสกุล เลขประจำตัว ประชาชน	ตำแหน่ง วิชาการ	คุณวุฒิ	สาขาวิชา/ วิชาเอก	จากสถาบัน การศึกษา พ.ศ.	ภาระการสอนต่อสัปดาห์ แต่ละปีการศึกษา			
						2555	2556	2557	2558
4	นางชมพูนุท โกคณิตถานนท์ xxxxxxxxxxxxx	อาจารย์	บธ.ม. บธ.ป.	การตลาด การตลาด	มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2543 มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2540	12	12	12	12
5	นางศุสสดี วัฒนเมธา xxxxxxxxxxxxx	อาจารย์	บธ.ม. ศศ.บ.	การตลาด ภาษาอังกฤษ	มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2546 มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2539	12	12	12	12

3.2.2 อาจารย์ประจำ

ลำดับ ที่	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง วิชาการ	คุณวุฒิ	สาขาวิชา/ วิชาเอก	จากสถาบันการศึกษา พ.ศ.	ภาระการสอนต่อสัปดาห์ แต่ละปีการศึกษา			
						2555	2556	2557	2558
1	นายไพโรจน์ ทิพมาตร์ xxxxxxxxxxxxx	ศศ.	M.B.A. บธ.ป. บธ.ป.	Marketing การโฆษณา และการ ประชาสัมพันธ์ การตลาด	SNHU,U.S.A. , 2542 มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2536 สถาบันเทคโนโลยี ราชมงคล, 2527	12	12	12	12
2	นางอารยา บูรณะกุล xxxxxxxxxxxxx	ศศ.	บธ.ม. บธ.ป.	การตลาด การจัดการ ทั่วไป	มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2545 มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมราชราช, 2533	12	12	12	12
3	นางสาวศิริกุล บุญญาลัย xxxxxxxxxxxxx	ศศ.	บธ.ม. บธ.ป.	การตลาด การตลาด	มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์, 2537 สถาบันเทคโนโลยี ราชมงคล, 2529	12	12	12	12
4	นางวรารินทร์ มุ่งวิชา xxxxxxxxxxxxx	ศศ.	M.B.A. วท.ป.	Business Administra- tion การตลาด	State University of New York, USA., 2530 มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์, 2527	3	3	3	3
5	นางมันทนา รังษีกุล xxxxxxxxxxxxx	อาจารย์	บธ.ม. บธ.ป.	การตลาด การเงิน	มหาวิทยาลัย ศรีปทุม, 2541 มหาวิทยาลัย ธุรกิจบัณฑิต, 2538	10	10	10	10

ลำดับ ที่	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง วิชาการ	คุณวุฒิ	สาขาวิชา/ วิชาเอก	จากสถาบันการศึกษา พ.ศ.	ภาระการสอนต่อสัปดาห์ แต่ละปีการศึกษา			
						2555	2556	2557	2558
6	นางอรุณี พึงวัฒนาคุณ	ผศ.	บธ.ม. คอ.ม. บธ.ป.	บริหารธุรกิจ การบริหาร อาชีพและ เทคนิคศึกษา ธุรกิจศึกษา- การตลาด	มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2545 สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้า พระนครเหนือ, 2538 สถาบันเทคโนโลยี ราชมงคล, 2525	12	12	12	12
7	นางสาวจวีร์รัตน์ หล่อวิรัชสุธี	ผศ.	พบ.ม. บธ.ป.	การจัดการ พัฒนาสังคม การตลาด	สถาบันบัณฑิตพัฒนา บริหารศาสตร์, 2538 มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2526	12	12	12	12
8	นายธานี คงเพ็ชร	ผศ.	บธ.ม. คอ.ม. กศ.ป.	บริหารธุรกิจ การบริหาร อาชีพและ เทคนิคศึกษา ธุรกิจศึกษา- การตลาด	มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2545 สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้า พระนครเหนือ, 2537 มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2521	3	3	3	3
9	นายสารสิทธิ์ บุพพานนท์ x-xxxx-xxxx-xx-x	อาจารย์	Ph.D. M.I.B. B.A.	Business Administration International Business Travel Industry Management	มหาวิทยาลัย รามคำแหง, 2554 University of Sydney, Australia, 2005 มหาวิทยาลัย มหิดล, 2546	9	9	9	9
10	นายกำพร สุวรรณฉิม x-xxxx-xxxx-xx-x	อาจารย์	M.Sc. B.B.A.	Management International Business Management	มหาวิทยาลัยอีสต์สัมชัญ, 2549 มหาวิทยาลัยอีสต์สัมชัญ, 2548	9	9	9	9
11	นางลลิตา จุมโสดา	อาจารย์	บธ.ป.	การจัดการ	มหาวิทยาลัย สยาม, 2545	3	3	3	3
12	นางสาวกมลวรรณ พิมพ์แพทย์	ผศ.	บธ.ม. บธ.ป.	บริหารธุรกิจ การเงินและ การธนาคาร	ม.เกษตรศาสตร์, พ.ศ. 2545 ม.รามคำแหง, พ.ศ. 2534	6	6	6	6

ลำดับ ที่	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง วิชาการ	คุณวุฒิ	สาขาวิชา/ วิชาเอก	จากสถาบันการศึกษา พ.ศ.	ภาระการสอนต่อสัปดาห์ แต่ละปีการศึกษา			
						2555	2556	2557	2558
13	นางสาวขวัญฤทัย บุญยะเสนา xxxxxxxxxxxxx	อาจารย์	ศ.ม. ศ.บ. บธ.บ.	เศรษฐศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ บริหารธุรกิจ	ม.เชียงใหม่, พ.ศ. 2544 ม.สุโขทัยธรรมมาธิราช, พ.ศ. 2543 ม.เชียงใหม่, พ.ศ. 2539	-	9	9	9

3.2.3 อาจารย์พิเศษ

ลำดับ ที่	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง วิชาการ	คุณวุฒิ	สาขาวิชา/ วิชาเอก	จากสถาบัน การศึกษา พ.ศ.	ภาระการสอนต่อสัปดาห์ แต่ละปีการศึกษา			
						2555	2556	2557	2558
1	นายธีรเดช วงษ์เพ็ง xxxxxxxxxxxxx	-	วศ.บ.	วารสาร- ศาสตร์	มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์, 2535	4	4	4	4
2	นายชนดิษฐ์ ไพโรหกุล xxxxxxxxxxxxx	-	นศ.ม. บธ.บ.	นิเทศศาสตร์ การตลาด- โฆษณา	มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมมาธิราช, 2549 วิทยาลัยเทคโนโลยีและ อาชีวศึกษา, 2520	4	4	4	4
3	นายยุทธพล อุลิศ xxxxxxxxxxxxx	-	นศ.บ	นิเทศศาสตร์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532	4	4	4	4
4	นายฉัตรเมือง เผ่ามานะเจริญ xxxxxxxxxxxxx	อาจารย์	M.B.A บธ.บ. บธ.บ.	Information Systems การตลาด การจัดการ ทั่วไป	Victoria University, Australia, 2545 มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2541 มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมมาธิราช, 2543	4	4	4	4

4. องค์ประกอบเกี่ยวกับประสบการณ์ภาคสนาม (การฝึกงานหรือสหกิจศึกษา)

การฝึกงานทางการตลาด/สหกิจศึกษาทางการตลาด

4.1 มาตรฐานผลการเรียนรู้ของประสบการณ์ภาคสนาม

ความคาดหวังในผลการเรียนรู้ประสบการณ์ภาคสนามของนักศึกษา มีดังนี้

- (1) เปิดโอกาสให้นักศึกษาได้รับประสบการณ์ตรงเกี่ยวกับการทำงานจริง
ในสถานประกอบการ
- (2) ศึกษาเรียนรู้เรื่องการจัดการและบริหารงานในสถานประกอบการอย่างละเอียด
- (3) สามารถบูรณาการความรู้สู่การปฏิบัติจริง

- (4) เผยแพร่ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ต่อหน่วยงาน และบุคคลภายนอก

4.2 ช่วงเวลา

- (1) แผนสหกิจศึกษาทางการตลาด ภาคการศึกษาที่ 1 ของปีที่ 4
(2) การฝึกงานทางการตลาด ภาคฤดูร้อน ของปีที่ 3

4.3 การจัดเวลาและตารางสอน

จัดเต็มเวลาในภาคการศึกษาปกติ

5. ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงการหรืองานวิจัย

งานวิจัยเป็นการเรียนการสอนในรายวิชา 03-212-402 การวิจัยการตลาด (Marketing Research)

5.1 คำอธิบายโดยย่อ

การวิจัยการตลาดเป็นรายวิชาที่ศึกษาบทบาทและความสำคัญของการวิจัยการตลาดในการตัดสินใจทางธุรกิจ กระบวนการวิจัยการตลาด การกำหนดข้อเสนอโครงการวิจัย การกำหนดงบประมาณและการบริหารโครงการวิจัย การเลือกใช้เทคนิคการวิจัยที่ถูกต้องเหมาะสม วิธีการสุ่มตัวอย่าง การเก็บข้อมูลประมวลผลข้อมูลด้วยเทคนิคทางสถิติโดยโปรแกรมสำเร็จรูป การแปลความหมายข้อมูล การเขียนรายงานการวิจัย และการปฏิบัติงานวิจัยภาคสนาม

5.2 มาตรฐานผลการเรียนรู้

นักศึกษาสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ และใช้คณิตศาสตร์ สถิติ ในการวิเคราะห์ข้อมูล รวมถึงการใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม มีความรู้ ความสามารถในการดำเนินการวิจัยทางการตลาด และมีทักษะในการนำเสนองานวิจัย

5.3 ช่วงเวลา

ภาคเรียนที่ 2 ของปีการศึกษาที่ 4

5.4 จำนวนหน่วยกิต

3 หน่วยกิต

5.5 การเตรียมการ

ผ่านการศึกษา

- (1) วิชา 03-211-101 หลักการตลาด
(2) วิชา 03-311-104 การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ

5.6 กระบวนการประเมินผล

การจัดทำรูปเล่ม การดำเนินการตามขั้นตอนการวิจัยอย่างสมบูรณ์ครบถ้วน การวิเคราะห์การใช้ค่าสถิติอย่างถูกต้อง และนำเสนอต่ออาจารย์ผู้สอนประจำวิชาการวิจัยการตลาด

หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล

1. การพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา

คุณลักษณะพิเศษ	กลยุทธ์หรือกิจกรรมของนักศึกษา
คุณธรรม จริยธรรม ความรับผิดชอบต่อน้ำที่และต่อสังคม	มีการให้ความรู้ และให้นักศึกษาตระหนักถึงคุณธรรม จริยธรรมของนักการตลาดที่มีต่อสังคม
ด้านการสื่อสาร และการทำงานเป็นทีม	กำหนดให้มีรายวิชาที่นักศึกษาต้องทำงานเป็นทีม/กลุ่ม และมีการกำหนดให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการนำเสนอผลงาน เพื่อเป็นการฝึกการกล้าแสดงออก การรู้จักทำงานร่วมกับผู้อื่นได้
ด้านภาวะผู้นำ และความสามารถในการบูรณาการความรู้ไปประยุกต์กับการดำรงชีพ	กำหนดให้มีรายวิชาที่ต้องนำความรู้ที่ได้รับไปปรับให้เข้ากับสถานการณ์ ทำการแก้ปัญหาที่กำหนดขึ้นโดยมอบหมายให้แต่ละกลุ่มร่วมกัน แก้ไขปัญหาทางการตลาด โดยมีผู้นำที่สมาชิกในกลุ่มเป็นผู้คัดเลือก

2. การพัฒนาผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน

2.1 คุณธรรม จริยธรรม

2.1.1 ผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

- (1) เคารพสิทธิเสรีภาพของบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ตามหลักประชาธิปไตย
- (2) ปฏิบัติตามกฎหมาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ และกฎเกณฑ์ของสังคม
- (3) มีวินัย ซื่อสัตย์สุจริตและมีจิตสาธารณะ
- (4) มีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ รับผิดชอบต่อตนเองและสังคม
- (5) ตระหนักในคุณค่าของคุณธรรม จริยธรรม

ข. หมวดวิชาเฉพาะ

- (1) มีคุณธรรม จริยธรรม เสียสละ และซื่อสัตย์สุจริต
- (2) มีวินัย ตรงต่อเวลา รับผิดชอบต่อตนเองและสังคม
- (3) เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรและสังคม

- (4) สามารถใช้การวินิจฉัยทางด้านคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพในการจัดการกับข้อโต้แย้งและปัญหาต่างๆ ที่มีผลกระทบทั้งต่อตนเอง และองค์กร
- (5) มีภาวะผู้นำและผู้ตามในการส่งเสริมให้มีการประพฤติปฏิบัติตามหลักคุณธรรม จริยธรรม ในสภาพแวดล้อมของการทำงานและในสังคม

2.1.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

กำหนดให้มีวัฒนธรรมองค์กร เพื่อเป็นการปลูกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียนให้ตรงเวลาตลอดจนการแต่งกายที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย นักศึกษาต้องมีความรับผิดชอบโดยการทำงานกลุ่มนั้นต้องฝึกให้รู้หน้าที่ของการเป็นผู้นำกลุ่มนั้น ต้องฝึกให้รู้หน้าที่ของการเป็นผู้นำกลุ่มและการเป็นสมาชิกกลุ่ม มีความซื่อสัตย์โดยต้องไม่ทุจริตในการสอบหรือลอกการบ้านของผู้อื่น เป็นต้น นอกจากนี้อาจารย์ผู้สอนทุกคนต้องสอดแทรกเรื่องคุณธรรม จริยธรรมในการสอนทุกรายวิชา รวมทั้งการจัดกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม เช่น การยกย่องนักศึกษาที่ทำดี ทำประโยชน์แก่ส่วนรวม เสียสละ ด้านการประกอบวิชาชีพ เน้นเรื่องจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพเป็นสำคัญ รวมทั้งมุ่งเน้นการใช้ประโยชน์จากองค์ความรู้ทางการศึกษาทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ ในการป้องกัน และการแก้ไขปัญหาสังคมทั้งระดับชาติ ท้องถิ่น ชุมชน

2.1.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดเวลาที่มอบหมายและการเข้าร่วมกิจกรรม
- ประเมินจากการมีวินัยความพร้อมเพรียงของนักศึกษาในการเข้าร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตร
- ปริมาณการกระทำทุจริตในการสอบ
- ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย
- ประเมินจากความรับผิดชอบการปฏิบัติงานเป็นทีม การทำงานวิจัย หรือการเข้าร่วมกิจกรรมในการใช้องค์ความรู้ทางการศึกษาเพื่อทำประโยชน์ต่อสังคม
- ประเมินจากความซื่อสัตย์ จรรยาบรรณในการทำงาน

2.2 ความรู้

2.2.1 ผลการเรียนรู้ด้านความรู้

ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

- (1) เข้าใจองค์ความรู้ในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปอย่างกว้างขวางและเป็นระบบ
- (2) สามารถติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการและเทคโนโลยีของวิชาศึกษาทั่วไป

(3) สามารถนำผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการแก้ปัญหาด้านวิชาการและวิชาชีพ

(4) สามารถบูรณาการความรู้ในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปเพื่อต่อยอดองค์ความรู้

ข. หมวดวิชาเฉพาะ

(1) มีความรู้และความเข้าใจอย่างถ่องแท้ ในเนื้อหาสาระตามหลักการ ทฤษฎีและภาคปฏิบัติและสามารถนำมาประยุกต์ในการศึกษาค้นคว้าทางวิชาการหรือการปฏิบัติทางวิชาชีพ

(2) มีความรู้ความสามารถในการประเมินการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ เข้าใจผลกระทบที่เกิดขึ้นกับธุรกิจสามารถวิเคราะห์ปัญหา ประยุกต์ความรู้ ทักษะและวิธีการแก้ไขปัญหาที่เหมาะสมกับสถานการณ์

(3) สามารถติดตามความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีทางธุรกิจ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(4) มีการพัฒนาความรู้ทางการตลาดตลอดเวลาอย่างต่อเนื่อง

2.2.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้

ใช้การเรียนการสอนในหลากหลายรูปแบบ โดยเน้นหลักการทางทฤษฎี และประยุกต์ทางปฏิบัติในสภาพแวดล้อมจริง โดยทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ทั้งนี้ให้เป็นไปตามลักษณะของรายวิชา ตลอดจนเนื้อหาสาระของรายวิชานั้น ๆ นอกจากนี้ควรจัดให้มีการเรียนรู้จากสถานการณ์จริงโดยการศึกษาดูงานหรือเชิญผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ตรงมาเป็นวิทยากรพิเศษเฉพาะเรื่อง ตลอดจนการฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการ

2.2.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านความรู้

ประเมินจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและการปฏิบัติของนักศึกษา ในด้านต่างๆ คือ

(1) การทดสอบย่อย และการสอบปลายภาคเรียน

(2) ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาจัดทำ

(3) ประเมินจากแผนธุรกิจหรือโครงการที่นำเสนอ

(4) ประเมินจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน

(5) ประเมินจากรายวิชาสหกิจศึกษา

2.3 ทักษะทางปัญญา

2.3.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

(1) คิดอย่างมีระบบบนพื้นฐานของข้อมูลและข้อเท็จจริง

- (2) สามารถสืบค้น ตีความ และประเมินข้อมูลแนวคิด และหลักฐาน เพื่อการวิเคราะห์ปัญหา
- (3) สามารถบูรณาการความรู้เพื่อการศึกษาปัญหาที่ซับซ้อนและเสนอแนะแนวทางแก้ไข

ข. หมวดวิชาเฉพาะ

- (1) คิดอย่างมีวิจารณญาณอย่างเป็นระบบ
- (2) สามารถสืบค้น ตีความ และประเมินสถานการณ์ เพื่อใช้ในการแก้ไข ปัญหาอย่างสร้างสรรค์
- (3) สามารถรวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ และ สรุปประเด็นปัญหาสามารถ ประยุกต์ความรู้และทักษะกับการแก้ไขปัญหาทางการจัดการธุรกิจ ได้อย่างเหมาะสม

2.3.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ทักษะทางปัญญา

- (1) สอนที่เน้นให้ผู้เรียนได้ฝึกทักษะการคิดและการแก้ไขปัญหา
- (2) ให้นักศึกษามีโอกาสปฏิบัติจริง สามารถคิด วิเคราะห์ปัญหาอย่างเป็นระบบ
- (3) ประยุกต์ใช้ศาสตร์ด้านต่าง ๆ กับสถานการณ์จริง โดยใช้ปัญหาเป็น ตัวกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ การอภิปรายกลุ่ม
- (4) กลยุทธ์ในการตั้ง โจทย์ให้นักศึกษาค้นคว้าหาคำตอบที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา ของรายวิชาให้นักศึกษามีโอกาสปฏิบัติจริง

2.3.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

ประเมินตามสภาพจริงจากผลงาน และการปฏิบัติของนักศึกษา เช่นการประเมิน จากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน การทดสอบ โดยใช้แบบทดสอบหรือสัมภาษณ์ จากการแสดงออกทางกระบวนการคิดและการแก้ไขปัญหา ผลการปฏิบัติงาน ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ การเขียนบทความวิชาการ การอธิบาย การตอบคำถาม และการโต้ตอบสื่อสาร กับผู้อื่น

2.4 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

2.4.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

- (1) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
- (2) สามารถนำเสนอแนวความคิดอย่างสร้างสรรค์
- (3) แสดงภาวะผู้นำและผู้ตามได้อย่างเหมาะสม
- (4) มีความรับผิดชอบต่อผลของการกระทำและการนำเสนอ

ข. หมวดวิชาเฉพาะ

- (1) มีระเบียบวินัย มีความรับผิดชอบในการดำเนินงานของตนเอง ต่อดังกล่าว และสังคม
- (2) สามารถตัดสินใจในการดำเนินงานด้วยตนเอง ประเมินตนเอง รวมทั้งการวางแผนปรับปรุงตนเองและองค์การ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- (3) สามารถทำงานเป็นทีม เคารพสิทธิ รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น สามารถปรับตัวได้ดี มีปฏิสัมพันธ์อย่างสร้างสรรค์กับผู้ร่วมงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- (4) แสดงภาวะเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถบริหารทีมงานได้อย่างเหมาะสมตามโอกาส สถานการณ์ เพื่อเพิ่มพูนประสิทธิภาพในการทำงานของกลุ่ม ตลอดจนสามารถแก้ไขข้อขัดแย้งตามลำดับความสำคัญ

2.4.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ

ใช้การสอนที่มีการกำหนดกิจกรรมให้มีการทำงานเป็นกลุ่ม การทำงานที่ต้องประสานกับผู้อื่นข้ามหลักสูตร หรือต้องค้นคว้าหาข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคลอื่น หรือผู้มีประสบการณ์ โดยมีความคาดหวังในผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ

2.4.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ

ประเมินจากพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาในการนำเสนอรายงาน และสังเกตจากพฤติกรรมที่แสดงออกในการร่วมกิจกรรมต่างๆ และความครบถ้วนชัดเจนตรงประเด็นของข้อมูล

2.5 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

2.5.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

- (1) เข้าใจหลักเบื้องต้นทางคณิตศาสตร์และสถิติ
- (2) ประยุกต์ใช้วิธีการทางคณิตศาสตร์และสถิติในการศึกษาปัญหาและการนำเสนอรายงาน
- (3) เลือกสื่อ และเครื่องมือในการสืบค้น เก็บรวบรวมข้อมูล ประมวลผลและแปลความหมาย รวมถึงการนำเสนอข้อมูลสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม
- (4) สามารถใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษในการสื่อสารได้อย่างมี

ประสิทธิภาพ

ข. หมวดวิชาเฉพาะ

- (1) สามารถคัดกรองข้อมูลและใช้หลักทางคณิตศาสตร์และสถิติ ในการศึกษา ค้นคว้าปัญหา เชื่อมโยงประเด็นปัญหา และเสนอแนะแนวทางการแก้ไข ปัญหาในด้านต่างๆ ของธุรกิจได้เป็นอย่างดี
- (2) สามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ที่ทันสมัยได้อย่างเหมาะสม และมีประสิทธิภาพ
- (3) สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งการพูด ฟัง อ่าน เขียน กับกลุ่ม บุคคลต่าง ๆ ทั้งในวงการศึกษาและวิชาชีพได้อย่างเหมาะสม
- (4) สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการทำโครงการ/ โครงการงาน ศึกษา ค้นคว้าองค์ความรู้ทางวิชาการและวิชาชีพได้อย่างเหมาะสม

2.5.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

จัดกิจกรรมการเรียนรู้ในรายวิชาต่างๆ ให้นักศึกษาได้วิเคราะห์สถานการณ์จำลอง และสถานการณ์เสมือนจริง และนำเสนอการแก้ปัญหาที่เหมาะสม เรียนรู้เทคนิคการประยุกต์ เทคโนโลยีสารสนเทศในหลากหลายสถานการณ์

2.5.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- (1) ประเมินจากเทคนิคการนำเสนอ โดยใช้ทฤษฎี การเลือกใช้เครื่องมือ ทางเทคโนโลยีสารสนเทศหรือคณิตศาสตร์และสถิติ ที่เกี่ยวข้อง
- (2) ประเมินจากความสามารถจากการอธิบาย ถึงข้อจำกัด เหตุผลในการเลือกใช้ เครื่องมือต่าง ๆ การอภิปราย กรณีศึกษาต่าง ๆ ที่มีการนำเสนอต่อชั้นเรียน

3. แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา

(Curriculum Mapping)

แสดงให้เห็นว่าแต่ละรายวิชาในหลักสูตรรับผิดชอบต่อผลการเรียนรู้ใดบ้าง (ตามที่ระบุในหมวดที่ 4 ข้อ 2) โดยระบุว่าเป็นความรับผิดชอบหลักหรือความรับผิดชอบรอง ซึ่งบางรายวิชาอาจไม่นำสู่ผลการเรียนรู้บางเรื่องก็ได้ ผลการเรียนรู้ในตารางมีความหมายดังนี้

3.1 หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

คุณธรรม จริยธรรม

- (1) เคารพสิทธิเสรีภาพของบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ตามหลักประชาธิปไตย
- (2) ปฏิบัติตามกฎหมาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ และกฎเกณฑ์ของสังคม
- (3) มีวินัย ซื่อสัตย์สุจริตและมีจิตสาธารณะ

- (4) มีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ รับผิดชอบต่อตนเองและสังคม
- (5) ตระหนักในคุณค่าของคุณธรรม จริยธรรม

ความรู้

- (1) เข้าใจองค์ความรู้ในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปอย่างกว้างขวางและเป็นระบบ
- (2) สามารถติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการและเทคโนโลยีของวิชาศึกษาทั่วไป
- (3) สามารถนำผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการแก้ปัญหาด้านวิชาการและวิชาชีพ
- (4) สามารถบูรณาการความรู้ในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปเพื่อต่อยอดองค์ความรู้

ทักษะทางปัญญา

- (1) คิดอย่างมีระบบบนพื้นฐานของข้อมูลและข้อเท็จจริง
- (2) สามารถสืบค้น ตีความ และประเมินข้อมูลแนวคิดและหลักฐานเพื่อการวิเคราะห์ปัญหา
- (3) สามารถบูรณาการความรู้เพื่อการศึกษาปัญหาที่ซับซ้อนและเสนอแนะแนวทางการแก้ปัญหา

ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- (1) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
- (2) สามารถนำเสนอแนวความคิดอย่างสร้างสรรค์
- (3) แสดงภาวะผู้นำและผู้ตามได้อย่างเหมาะสม
- (4) มีความรับผิดชอบต่อผลของการกระทำและการนำเสนอ

ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- (1) เข้าใจหลักเบื้องต้นทางคณิตศาสตร์และสถิติ
- (2) ประยุกต์ใช้วิธีการทางคณิตศาสตร์และสถิติในการศึกษาปัญหาและการนำเสนอรายงาน
- (3) เลือกสื่อ และเครื่องมือในการสืบค้น เก็บรวบรวมข้อมูล ประมวลผล และแปลความหมายรวมถึงการนำเสนอข้อมูลสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม
- (4) สามารถใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษในการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม					ความรู้				ทักษะทาง ปัญญา			ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ				ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสาร และ การใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4
01-001-103 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	●	○	○	○	●	●	○	○	●	●	●	●	●	●	○	○	○	○	●	●
01-001-104 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารธุรกิจ	○	○	●	●	○	●	○	○	●	●	●	●	●	○	○	●	○	○	●	●
01-001-107 ภาษาไทยเพื่อการนำเสนอ	●	○	○	●	○	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	○	○	●	●
01-001-109 วรรณคดีไทย	●	○	○	○	●	●	○	●	●	●	●	●	○	●	○	○	○	○	○	●
01-001-110 การเขียนเชิงวิชาชีพ	●	○	○	●	●	●	○	●	●	●	●	●	○	●	○	●	○	○	●	●
01-002-101 ภาษาอังกฤษ 1	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	○	●	●	●	○	○	○	○	●
01-002-102 ภาษาอังกฤษ 2	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	○	●	●	●	○	○	○	○	●
01-002-205 ภาษาอังกฤษเทคนิค	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	○	○	○	○	●
01-002-206 ภาษาอังกฤษเพื่ออาชีพ	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	○	○	○	○	●

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม					ความรู้				ทักษะทาง ปัญญา			ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ				ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสาร และ การใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4
01-002-211 การอ่านภาษาอังกฤษ 1	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	○	●	●	●	○	○	○	○	●
01-002-216 การฟังภาษาอังกฤษ	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	○	●	●	●	○	○	○	○	●
01-002-217 ภาษาอังกฤษอุตสาหกรรม	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	○	○	○	○	●
01-002-218 การสนทนาภาษาอังกฤษ	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	○	●	●	●	○	○	○	○	●
01-002-219 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	○	○	○	○	●
01-002-220 ภาษาจีนเบื้องต้น	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	○	●	●	●	○	○	○	○	●
01-002-221 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร 1	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	○	●	●	●	○	○	○	○	●
01-002-222 การแปลภาษาจีนเป็นไทย 1	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	○	●	●	●	○	○	○	○	●
01-002-223 การแปลภาษาจีนเป็นไทย 2	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	○	●	●	●	○	○	○	○	●

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม					ความรู้				ทักษะทาง ปัญญา			ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ				ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสาร และ การใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4
01-003-101 มนุษย์กับสังคม	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	○	●	○	○	●	○
01-003-102 มนุษย์สัมพันธ์	●	●	●	○	●	●	○	○	●	●	○	●	●	●	●	●	○	○	●	●
01-003-103 ระเบียบวิธีวิจัย	●	●	●	○	○	●	●	○	○	○	○	●	●	○	●	○	●	●	●	○
01-003-104 การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม	●	●	●	●	●	○	●	●	○	●	○	○	○	●	○	●	○	○	●	○
01-003-105 สังคมกับเศรษฐกิจ	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	○	●	○	●	○	○	●	○
01-003-106 สังคมกับการปกครอง	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	○	●	○	●	○	○	●	○
01-003-107 สังคมกับสิ่งแวดล้อม	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	○	●	○	●	○	○	●	○
01-003-108 ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	○	●	○	○	●	○
01-003-109 กฎหมายและจริยธรรมในวิชาชีพ	●	●	●	●	●	○	○	●	●	●	○	●	●	●	●	●	○	○	○	○

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

● ความรับผิดชอบหลัก

○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม					ความรู้				ทักษะทาง ปัญญา			ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ				ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสาร และ การใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4
01-003-112 อาเซียนศึกษา	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	○	●	○	●	○	●	○	○	●	○
01-003-113 สันติศึกษา	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	○	●	○	○	●	○
01-004-101 สารสนเทศและการศึกษาค้นคว้า	○	●	●	●	●	○	●	○	●	●	●	○	○	●	○	●	○	○	●	○
01-004-103 จิตวิทยาทั่วไป	○	●	●	○	○	●	●	○	○	○	●	○	●	●	○	●	○	○	●	●
01-004-106 ไทยศึกษา	●	●	●	●	●	●	○	○	●	●	●	●	●	●	○	●	○	○	●	●
01-004-108 การพัฒนาบุคลิกภาพ	●	●	●	●	●	●	○	○	●	●	●	●	●	●	●	●	○	○	●	○
01-004-109 พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน	○	○	●	○	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●	○	●	○	○	●	●
02-001-101 คณิตศาสตร์พื้นฐาน	●	●	●	○	●	○	○	●	●	●	●	○	●	○	○	●	●	○	●	●
02-001-103 สถิติเบื้องต้น	●	●	●	○	●	○	○	●	●	●	●	○	●	○	○	●	●	○	●	●

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม					ความรู้				ทักษะทาง ปัญญา			ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ				ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสาร และ การใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4
02-001-104 คณิตศาสตร์ในชีวิตประจำวัน	●	●	●	○	●	○	○	●	●	●	●	○	●	○	○	●	●	○	●	●
02-002-101 วิทยาศาสตร์ในชีวิตประจำวัน	○	●	○	○	●	●	●	○	○	●	●	○	●	○	●	●	○	●	●	○
02-002-104 สิ่งแวดล้อมและการจัดการทรัพยากร	○	●	○	○	●	●	●	○	○	●	●	○	●	○	●	●	○	●	●	○
01-005-101 พลศึกษา	○	●	●	●	●	●	○	○	○	○	○	●	●	○	●	○	○	○	●	○
01-005-116 ลีลาศ	○	●	●	●	●	●	○	○	○	○	○	●	●	○	●	○	○	○	●	○
01-005-124 กีฬาประเภททีม	○	●	●	●	●	●	○	○	○	○	○	●	●	○	●	○	○	○	●	○
01-005-125 กีฬาประเภทบุคคล	○	●	●	●	●	●	○	○	○	○	○	●	●	○	●	○	○	○	●	○
01-006-101 นันทนาการ	○	●	●	●	●	●	○	○	○	○	○	●	●	○	●	○	○	○	●	○
01-006-105 นันทนาการเพื่อการฝึกอบรม	○	●	●	●	●	●	○	○	○	○	○	●	●	○	●	○	○	○	●	○

3.2 หมวดวิชาเฉพาะ

คุณธรรม จริยธรรม

- (1) มีคุณธรรม จริยธรรม เสียสละ และซื่อสัตย์สุจริต
- (2) มีวินัย ตรงต่อเวลา รับผิดชอบตนเองและสังคม
- (3) เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ขององค์กรและสังคม
- (4) สามารถใช้การวินิจฉัยทางด้านคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพ ในการจัดการกับข้อโต้แย้งและปัญหาต่างๆ ที่มีผลกระทบทั้งต่อตนเองและองค์กร
- (5) มีภาวะผู้นำและผู้ตามในการส่งเสริมให้มีการประพฤติปฏิบัติตามหลักคุณธรรม จริยธรรมในสภาพแวดล้อมของการทำงานและในสังคม

ความรู้

- (1) มีความรู้และความเข้าใจอย่างถ่องแท้ ในเนื้อหาสาระตามหลักการภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติและสามารถนำมาประยุกต์ในการศึกษาค้นคว้าทางวิชาการหรือการปฏิบัติทางวิชาชีพ
- (2) มีความรู้ความสามารถในการประเมินการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ เข้าใจผลกระทบที่เกิดขึ้นกับธุรกิจสามารถวิเคราะห์ปัญหา ประยุกต์ความรู้ทักษะ และวิธีการแก้ไขปัญหาที่เหมาะสมกับสถานการณ์
- (3) สามารถติดตามความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีทางธุรกิจ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- (4) มีการพัฒนาความรู้ทางการตลาดตลอดเวลาอย่างต่อเนื่อง

ทักษะทางปัญญา

- (1) คิดอย่างมีวิจารณญาณอย่างเป็นระบบ
- (2) สามารถสืบค้น ตีความ และประเมินสถานการณ์ เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์
- (3) สามารถรวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ และสรุปประเด็นปัญหาสามารถประยุกต์ความรู้ และทักษะกับการแก้ไขปัญหาทางการจัดการธุรกิจได้อย่างเหมาะสม

ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- (1) มีระเบียบวินัย มีความรับผิดชอบในการดำเนินงานของตนเอง ต่อองค์กรและ สังคม
- (2) สามารถตัดสินใจในการดำเนินงานด้วยตนเอง ประเมินตนเอง รวมทั้งการวางแผน ปรับปรุงตนเองและองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- (3) สามารถทำงานเป็นทีม เคารพสิทธิ รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น สามารถปรับตัวได้ดี มีปฏิสัมพันธ์อย่างสร้างสรรค์กับผู้ร่วมงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

- (4) แสดงภาวะเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถบริหารทีมงานได้อย่างเหมาะสมตามโอกาส สถานการณ์ เพื่อเพิ่มพูนประสิทธิภาพในการทำงานของกลุ่ม ตลอดจนสามารถแก้ไข ข้อขัดแย้งตามลำดับความสำคัญ

ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- (1) สามารถคัดกรองข้อมูลและใช้หลักทางคณิตศาสตร์และสถิติ ในการศึกษาค้นคว้า ปัญหาเชื่อมโยงประเด็นปัญหา และเสนอแนะแนวทางการแก้ไขปัญหาในด้านต่างๆ ของธุรกิจได้เป็นอย่างดี
- (2) สามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ที่ทันสมัยได้อย่างเหมาะสมและมี ประสิทธิภาพ
- (3) สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งการพูด ฟัง อ่าน เขียน กับกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ทั้งในวงการวิชาการและวิชาชีพได้อย่างเหมาะสม
- (4) สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการทำโครงการ/ โครงการงาน ศึกษาค้นคว้าองค์ ความรู้ทางวิชาการและวิชาชีพได้อย่างเหมาะสม

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

หมวดวิชาเฉพาะ

● ความรับผิดชอบหลัก

○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม					ความรู้				ทักษะทางปัญญา			ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ				ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4
03-111-101 หลักการบัญชี	●	●	●	○	○	●	○	○	●	●	○	○	●	○	●	○	●	●	●	●
03-114-101 การบัญชีเพื่อการจัดการ	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	○	●	●	○	●	●	○	○	●	●
03-211-101 หลักการตลาด	●	●	●	●	○	●	●	○	●	●	●	○	●	●	○	○	●	○	●	○
03-311-101 การภาษีอากร	●	●	●	●	●	●	○	○	●	●	●	●	●	●	●	○	●	○	●	○
03-311-102 กฎหมายธุรกิจ	●	●	●	●	○	●	●	○	○	●	●	●	●	●	○	●	○	●	●	○
03-311-103 หลักการจัดการ	●	●	●	●	○	●	●	○	●	●	●	○	●	●	●	○	○	●	●	○
03-311-104 การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ	●	●	●	○	○	●	●	○	○	●	●	○	●	●	●	○	●	●	○	○
03-411-101 การเงินธุรกิจ	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	○	●	●
03-411-102 เศรษฐศาสตร์จุลภาค	●	○	●	●	●	●	○	●	○	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●
03-411-103 เศรษฐศาสตร์มหภาค	○	○	●	●	●	●	○	●	○	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

หมวดวิชาเฉพาะ

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม					ความรู้				ทักษะทาง ปัญญา			ทักษะความ สัมพันธ์ระหว่าง บุคคลและ ความรับผิดชอบ				ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสาร และ การใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4
03-511-101 ระบบสารสนเทศและการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานธุรกิจ	●	●	●	○	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	○	●	●	●	●
03-611-101 ภาษาอังกฤษเพื่อการได้ตอบทางธุรกิจ 1	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	○	○	●	●
03-011-301 การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	○	○	●	●

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

หมวดวิชาเฉพาะ

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม					ความรู้				ทักษะทางปัญญา			ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ				ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลขการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4
03-212-201 การจัดการธุรกิจสำหรับนักการตลาด	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	○	●	○
03-212-202 การวิเคราะห์และการเข้าถึงผู้บริโภค	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	○
03-212-203 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	○	●	○
03-212-204 การจัดการการค้าปลีก	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	○
03-212-301 โลจิสติกส์และการจัดการการจัดจำหน่าย	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●
03-212-302 หลักการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	○	●	○
03-212-303 ระบบสารสนเทศทางการตลาด	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●
03-212-304 การขายและการบริหารการขาย	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	○
03-212-401 การตลาดระหว่างประเทศ	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	○	●	○	●	○

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

หมวดวิชาเฉพาะ

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม					ความรู้				ทักษะทาง ปัญญา			ทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ				ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลขการ สื่อสาร และการใช้ เทคโนโลยี สารสนเทศ			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4
03-212-402 การวิจัยการตลาด	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	○
03-212-403 กลยุทธ์และการวางแผนการตลาด	●	●	●	●	○	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	○	●	○	●	○
03-212-404 การจัดการการตลาด	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	○	●	○	●	○
03-213-301 การบรรจุภัณฑ์	●	●	●	●	○	●	●	○	●	●	●	○	●	●	●	○	●	○	●	○
03-213-302 การจัดการการจัดซื้อ	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	○
03-213-303 การตลาดทางตรง	●	●	●	●	○	●	●	○	●	●	●	○	●	●	●	○	●	○	●	○
03-213-304 การตลาดธุรกิจกับธุรกิจ	●	●	●	●	○	●	●	○	●	●	●	○	●	●	●	○	●	○	●	○
03-213-305 การตลาดสินค้าเกษตรกรรม	●	●	●	●	○	●	●	○	●	●	●	○	●	●	●	○	●	○	●	○
03-213-306 การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	○

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

หมวดวิชาเฉพาะ

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม					ความรู้				ทักษะทาง ปัญญา			ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ				ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลขการ สื่อสาร และการใช้ เทคโนโลยี สารสนเทศ			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4
03-213-307 การศึกษาความเป็นไปได้เพื่อโครงการการตลาด	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	○
03-213-308 สหกิจศึกษาทางการตลาด	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○
03-213-309 การฝึกงานทางการตลาด	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	○
03-213-310 สัมมนาปัญหาทางการตลาด	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	○	●	○
03-213-311 การสร้างตราและการจัดการตราสินค้า	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	○	○	○	●
03-213-312 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	○
03-213-313 การตลาดภูมิภาคอาเซียน	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	○
03-214-301 การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ทางการตลาด	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	○	○	●

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

หมวดวิชาเฉพาะ

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม					ความรู้				ทักษะทาง ปัญญา			ทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ				ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลขการสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4
03-214-302 การคิดทางการตลาดเชิงสร้างสรรค์	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	○	○	●
03-214-303 การจัดการการส่งเสริมการตลาด	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	○	○	●
03-214-304 การตลาดกิจกรรม	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	○	○	●
03-214-305 การสร้างความโดดเด่นและ การสื่อสารตราสินค้า	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	○	●	●
03-214-306 เทคนิคการนำเสนอทางการตลาด	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	○	●	●
03-214-307 การรณรงค์การตลาดสื่อสังคมออนไลน์	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	○	●	●
03-214-308 การสื่อสารองค์กร	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	○	●	●
03-214-309 การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจทางการตลาด	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	○	●	●

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

หมวดวิชาเฉพาะ

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม					ความรู้				ทักษะทาง ปัญญา			ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ				ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลขการสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4
03-214-310 กลยุทธ์การเลือกสื่อแบบบูรณาการ	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	○	●	●
03-214-311 สัมมนาปัญหาการสื่อสารการตลาด	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	○	●	○
03-214-312 เทคนิคการผลิตสื่อเพื่อการสื่อสาร การตลาด	○	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	○	○	○	●
03-214-313 การตลาดดิจิทัล	○	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	○	○	●	●
03-215-301 การบริหารสินค้าในธุรกิจค้าปลีก	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	○	●	○	●	○
03-215-302 การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ในธุรกิจค้าปลีก	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	○

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

หมวดวิชาเฉพาะ

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม					ความรู้				ทักษะทาง ปัญญา			ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ				ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลขการสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4
03-215-303 การตลาดบริการ	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	○	●	○
03-215-304 กฎหมายและจริยธรรมทางการตลาด	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	○	●	○
03-215-305 การส่งเสริมการตลาดในรูปแบบธุรกิจค้าปลีก	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	○	●	○
03-215-306 ธุรกิจค้าปลีกที่ไม่มีร้านค้า	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	○	●	○
03-215-307 การบริหารสินค้าแฟชั่น	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	○	●	○
03-215-308 สัมมนาปัญหาการตลาดค้าปลีก	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	○	●	○

หมวดที่ 5 หลักเกณฑ์ในการประเมินผลนักศึกษา

1. กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน (เกรด)

การวัดผลและการสำเร็จการศึกษาเป็นไปตามระเบียบมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2550 และฉบับที่ 2 พ.ศ.2552 (ภาคผนวก ก)

2. กระบวนการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา

2.1 การทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ขณะนักศึกษายังไม่สำเร็จการศึกษา

ให้กำหนดกระบวนการทวนสอบผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนักศึกษาเป็นส่วนหนึ่งของระบบการประกันคุณภาพภายในของสถาบันอุดมศึกษาที่จะต้องทำความเข้าใจตรงกันทั้งสถาบัน และนำไปดำเนินการจนบรรลุผลสัมฤทธิ์ ซึ่งผู้ประเมินภายนอกจะต้องสามารถตรวจสอบได้ การทวนสอบในระดับรายวิชาควรให้นักศึกษาประเมินการสอนในระดับรายวิชา มีการพิจารณาความเหมาะสมของข้อสอบให้ เป็นไปตามแผนการสอนการทวนสอบในระดับหลักสูตรสามารถทำได้โดยมีแบบประกันคุณภาพภายใน สถาบันการศึกษาดำเนินการทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้

2.2 การทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้หลังจากนักศึกษสำเร็จการศึกษา

การกำหนดกลวิธีการทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ของนักศึกษา ควรเน้นการตรวจสอบผลสัมฤทธิ์ของการประกอบอาชีพของบัณฑิต ภาวะการมีงานทำของบัณฑิต เพื่อนำผลย้อนกลับมาปรับปรุงกระบวนการเรียนการสอน และหลักสูตร

3. เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

นักศึกษาที่จะสำเร็จการศึกษาต้องเรียนครบหน่วยกิต และรายวิชาตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตร และเป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2550 และฉบับที่ 2 พ.ศ.2552 (ภาคผนวก ก)

หมวดที่ 6 การพัฒนาคณาจารย์

1. การเตรียมการสำหรับอาจารย์ใหม่

(1) มีการปฐมนิเทศแนะนำแนวการเป็นครูแก่อาจารย์ใหม่ ให้มีความรู้และเข้าใจนโยบายของมหาวิทยาลัย/คณะบริหารธุรกิจ/สาขาวิชาการตลาด ตลอดจนหลักสูตรที่สอน

(2) ส่งเสริมอาจารย์ให้มีการเพิ่มพูนความรู้ สร้างเสริมประสบการณ์เพื่อส่งเสริมการสอนและการวิจัยอย่างต่อเนื่อง โดยผ่านการทำวิจัยสายตรงในสาขาวิชาการตลาดเป็นอันดับแรก การสนับสนุนด้านการศึกษาต่อ ฝึกอบรม ศึกษาดูงานทางวิชาการและวิชาชีพในองค์กรต่างๆ การประชุมทางวิชาการทั้งในประเทศและ/หรือต่างประเทศ หรือการลาศึกษาเพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์

2. การพัฒนาความรู้และทักษะให้แก่อาจารย์

2.1 การพัฒนาทักษะการจัดการเรียนการสอน การวัดและการประเมินผล

- (1) ส่งเสริมอาจารย์ให้มีการเพิ่มพูนความรู้ สร้างเสริมประสบการณ์เพื่อส่งเสริมการสอน และการวิจัยอย่างต่อเนื่อง สนับสนุนการศึกษาต่อ การฝึกอบรม ศึกษาดูงาน และประชุมทางวิชาการทั้งในและต่างประเทศ
- (2) การเพิ่มพูนทักษะการจัดการเรียนการสอนและการประเมินผลให้ทันสมัย
- (3) ให้การสนับสนุนให้อาจารย์ในสาขาวิชาการตลาดพัฒนาการเรียนการสอนโดยใช้ตำราภาษาอังกฤษ สอนเป็นภาษาอังกฤษหากสามารถทำได้

2.2 การพัฒนาวิชาการและวิชาชีพด้านอื่น ๆ

- (1) การมีส่วนร่วมในกิจกรรม และการบริการทางวิชาการแก่ชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความรู้และคุณธรรม
- (2) มีการกระตุ้นอาจารย์ให้ทำผลงานทางวิชาการ
- (3) ส่งเสริมการทำวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่
- (4) จัดสรรงบประมาณสำหรับการทำวิจัย
- (5) จัดให้อาจารย์เข้าร่วมกิจกรรมบริการทางวิชาการต่าง ๆ

หมวดที่ 7 การประกันคุณภาพหลักสูตร

1. การบริหารหลักสูตร

ในการบริหารหลักสูตร ให้มีคณะกรรมการประจำหลักสูตร ประกอบด้วยรองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัยเป็นประธานกรรมการ หัวหน้าสาขาวิชา และอาจารย์ประจำหลักสูตรเป็นกรรมการทำหน้าที่

1. จัดให้มีการทำรายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3และ มคอ.4) ทุกรายวิชา
2. จัดทำทำเนียบผู้สอนทั้งอาจารย์ประจำและอาจารย์พิเศษ
3. กำกับและติดตามการจัดการเรียนการสอนและการประเมินผลการเรียนการสอน
4. จัดให้มีการทำรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา (มคอ.5 และ มคอ.6) และรายงานผลการดำเนินการของหลักสูตร (มคอ.7)
5. กำกับและติดตามการนำผลการประเมินมาพัฒนาการเรียนการสอน
6. พิจารณาแก้ปัญหาต่างๆ ในการบริหารหลักสูตรเสนอต่อคณบดี

เป้าหมาย	การดำเนินการ	การประเมินผล
<p>1.พัฒนาหลักสูตรให้ทันสมัยโดยอาจารย์และนักศึกษาสามารถก้าวทันหรือเป็นผู้นำในการสร้างองค์ความรู้ใหม่ๆทางด้านการตลาด</p> <p>2.ตรวจสอบและปรับปรุงหลักสูตรให้มีคุณภาพมาตรฐาน</p> <p>3.มีการประเมินมาตรฐานหลักสูตรอย่างสม่ำเสมอ</p>	<p>1.จัดให้หลักสูตรสอดคล้องกับมาตรฐานการศึกษา ระหว่างประเทศ</p> <p>2.ปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัยโดยมีการพิจารณาปรับปรุงหลักสูตรทุกๆ 4 ปี</p> <p>3.กำหนดให้อาจารย์ผู้สอนมีคุณวุฒิสายตรงไม่ต่ำกว่าปริญญาโทหรือเป็นผู้มีประสบการณ์หลายปี มีจำนวนคณาจารย์ประจำ ไม่น้อยกว่าเกณฑ์มาตรฐาน</p> <p>4.ส่งเสริมอาจารย์ประจำหลักสูตรให้ไปปฏิบัติงานในหลักสูตรหรือวิชาการที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ</p> <p>5.มีการประเมินหลักสูตรโดยผู้ทรงคุณวุฒิทุก 5 ปี</p>	<p>1.หลักสูตรที่มีความทันสมัย มีการปรับปรุงสม่ำเสมอ</p> <p>2.จำนวนอาจารย์ประจำ ภาควิชา อาจารย์ด้านคุณวุฒิ ประสบการณ์และการพัฒนาอบรมของอาจารย์</p> <p>3.ผลการประเมินการเรียนการสอนของอาจารย์</p> <p>4.ประเมินผลหลักสูตรโดยคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิทุก 5 ปี</p>

2. การบริหารทรัพยากรการเรียนการสอน

2.1 การบริหารงบประมาณ

มหาวิทยาลัยฯ จัดสรรงบประมาณประจำปี ทั้งงบประมาณแผ่นดิน และงบประมาณเงินผลประโยชน์เพื่อจัดซื้อตำรา สื่อการเรียนการสอน โสตทัศนูปกรณ์ วัสดุ ครุภัณฑ์ อย่างเพียงพอ เพื่อสนับสนุนการเรียนการสอน และสร้างสภาพแวดล้อมให้เหมาะสมกับการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษา

2.2 การจัดหาทรัพยากรการเรียนการสอนที่มีอยู่เดิม

มหาวิทยาลัย ฯ มีความพร้อมด้านหนังสือ ตำรา และการสืบค้นผ่านฐานข้อมูล และมีอุปกรณ์ที่ใช้สนับสนุนการจัดการศึกษาอย่างพอเพียง

2.3 การจัดหาทรัพยากรการเรียนการสอนเพิ่มเติม

ประสานงานกับสำนักวิทยบริการ ในการจัดซื้อตำราที่เกี่ยวข้อง อาจารย์ผู้สอนมีส่วนในการเสนอรายชื่อหนังสือ ตลอดจนสื่ออื่น ๆ ที่จำเป็น

2.4 การประเมินความเพียงพอของทรัพยากร

เป้าหมาย	การดำเนินการ	การประเมินผล
จัดให้มีห้องเรียนที่มีอุปกรณ์สื่อและเครื่องมือสนับสนุนการเรียนที่เพียงพอเพื่อสนับสนุนทั้งการศึกษาในห้องเรียน นอกห้องเรียนและเพื่อการเรียนรู้ได้ด้วยตนเองอย่างเพียงพอ มีประสิทธิภาพ	1.จัดให้มีห้องเรียนที่มีเครื่องมือโสต ฯ ที่ทันสมัย 2.จัดให้มีศูนย์เรียนรู้ด้วยตนเองเพื่อให้นักศึกษาได้หาความรู้เพิ่มเติมได้ด้วยตนเองอย่างมีประสิทธิภาพ 3.มีห้องสมุดให้บริการ หนังสือ ตำราสื่อดิจิทัล ฯลฯ เพื่อการเรียนรู้	1.สถิติจำนวนหนังสือ ตำรา และสื่อดิจิทัลที่มีให้บริการ และสถิติการใช้งาน 2.ผลสำรวจความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการให้บริการทรัพยากรการเรียนรู้ 3.จำนวนเครื่องมืออุปกรณ์ต่อนักศึกษา ชั่วโมงการใช้งานศูนย์เรียนรู้ด้วยตนเองห้องเรียนคอมพิวเตอร์

3. การบริหารคณาจารย์

3.1 การรับอาจารย์ใหม่

มีการคัดเลือกอาจารย์ใหม่ตามระเบียบและหลักเกณฑ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยอาจารย์ใหม่จะต้องมีคุณวุฒิระดับปริญญาตรี-การตลาด และปริญญาโท-การตลาด

3.2 การมีส่วนร่วมของคณาจารย์ในการวางแผน การติดตามและทบทวนหลักสูตร

หัวหน้างานหลักสูตร ฯ อาจารย์ประจำหลักสูตร หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด และผู้สอนมีส่วนร่วมในการวางแผนจัดการเรียนการสอนประเมินผลและให้ความเห็นชอบการประเมินผล เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อเตรียมสำหรับการปรับปรุงหลักสูตร ตลอดจนปรึกษาหารือแนวทางที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายตามหลักสูตร และได้บันทึกเป็นไปตามคุณลักษณะบัณฑิตพร้อมใช้ที่พึงประสงค์

3.3 การแต่งตั้งอาจารย์พิเศษ

สำหรับอาจารย์พิเศษถือว่ามีความสำคัญ เนื่องจากเป็นผู้ถ่ายทอดประสบการณ์ตรงจากการทำงานจริงให้กับนักศึกษา เช่นวิชา 03-214-302 การคิดทางการตลาดเชิงสร้างสรรค์ 03-214-307 การรณรงค์การตลาดสื่อสังคมออนไลน์ 03-214-311 สัมมนาปัญหาการสื่อสารการตลาด 03-214-312 เทคนิคการผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารการตลาด และวิชา 03-214-313 การตลาดดิจิทัล เป็นต้น สาขาวิชาการตลาดได้เชิญอาจารย์พิเศษจากหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนผู้มีประสบการณ์ และความรู้ตรง มาเป็นอาจารย์พิเศษให้กับนักศึกษา

4. การบริหารบุคลากรสนับสนุนการเรียนการสอน

4.1 การกำหนดคุณสมบัติเฉพาะสำหรับตำแหน่ง

บุคลากรสายสนับสนุนควรมีวุฒิปริญญาตรีที่เกี่ยวข้องกับงานที่รับผิดชอบ

4.2 การเพิ่มพูนทักษะความรู้เพื่อการปฏิบัติงาน

บุคลากรต้องเข้าใจ โครงสร้างและธรรมชาติของหลักสูตร และสามารถให้บริการอาจารย์ในการใช้สื่อการเรียนการสอนได้อย่างสะดวก รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ จึงจำเป็นต้องมีการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง

5. การสนับสนุนและการให้คำแนะนำนักศึกษา

5.1 การให้คำปรึกษาด้านวิชาการและอื่น ๆ แก่นักศึกษา

คณะบริหารธุรกิจมีการแต่งตั้งอาจารย์ที่ปรึกษาให้แก่ นักศึกษา โดยนักศึกษาที่มีปัญหาทางการเรียนสามารถปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาได้ตามชั่วโมงให้คำปรึกษา (Office hours)

5.2 การอุทธรณ์ของนักศึกษา

กรณีที่นักศึกษามีความสงสัยเกี่ยวกับผลการประเมินในรายวิชาใด ๆ สามารถที่จะยื่นคำร้องขออุทธรณ์คำตอบ ตลอดจนคะแนนและวิธีการประเมินผลการเรียนของอาจารย์ในแต่ละรายวิชานั้นได้

6. ความต้องการของตลาดแรงงาน สังคม และหรือความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต

ความต้องการกำลังคนสาขาวิชาการตลาดนั้น คาดว่ามีความต้องการในระดับสูง เนื่องจากสถานการณ์ปัจจุบัน บริษัท ห้างร้าน สถานประกอบการต่าง ๆ ตระหนักถึงความสำคัญของการขายและตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารการตลาดที่มีความสำคัญในการผลักดันให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ มีผลกำไร และการขยายตลาดสู่ตลาดระหว่างประเทศก็นับวันจะมีความสำคัญมากยิ่งขึ้น รวมถึงได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในการผลักดันให้ธุรกิจส่งออกมากยิ่งขึ้น มหาวิทยาลัยจัดการสำรวจความต้องการแรงงานและความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต เพื่อนำข้อมูลมาใช้ประกอบการปรับปรุงหลักสูตร รวมทั้งศึกษาข้อมูลจากการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประมาณการความต้องการของตลาดแรงงาน เพื่อมาใช้ในการวางแผนการรับนักศึกษา

7. ตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators)

(ทำเครื่องหมาย X ลงในช่องที่มีการดำเนินกิจกรรม)

ตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน	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 ที่สอดคล้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิแห่งชาติ หรือ มาตรฐานคุณวุฒิสถา/สาขาวิชา (ถ้ามี)	x	x	x	x	x
3. มีรายละเอียดของรายวิชา และรายละเอียดของประสบการณ์ภาคสนาม (ถ้ามี) ตามแบบ มคอ.3 และ มคอ.4 อย่างน้อยก่อนการเปิดสอนในแต่ละภาคการศึกษาให้ครบทุกรายวิชา	x	x	x	x	x
4. จัดทำรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา และรายงานผลการดำเนินการของประสบการณ์ภาคสนาม (ถ้ามี) ตามแบบ มคอ.5 และ มคอ.6 ภายใน 30 วัน หลังสิ้นสุดภาคการศึกษาที่เปิดสอนให้ครบทุกรายวิชา	x	x	x	x	x
5. จัดทำรายงานผลการดำเนินการของหลักสูตร ตามแบบ มคอ.7 ภายใน 60 วัน หลังสิ้นสุดปีการศึกษา	x	x	x	x	x
6. มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ ที่กำหนดใน มคอ.3 และมคอ.4 (ถ้ามี) อย่างน้อยร้อยละ 25 ของรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละปีการศึกษา	x	x	x	x	x
7. มีการพัฒนา/ปรับปรุงการจัดการเรียนการสอน กลยุทธ์การสอนหรือ การประเมินผลการเรียนรู้ จากผลการประเมินการดำเนินงานที่รายงานใน มคอ.7 ปีที่แล้ว	-	x	x	x	x
8. อาจารย์ใหม่ (ถ้ามี) ทุกคน ได้รับการปฐมนิเทศหรือคำแนะนำด้านการจัดการเรียนการสอน	x	x	x	x	x
9. อาจารย์ประจำทุกคนได้รับการพัฒนาทางวิชาการ และ/หรือวิชาชีพ อย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง	x	x	x	x	x
10. จำนวนบุคลากรสนับสนุนการเรียนการสอน (ถ้ามี) ได้รับการพัฒนาวิชาการ และ/หรือวิชาชีพ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ต่อปี	x	x	x	x	x
11. ระดับความพึงพอใจของนักศึกษาปีสุดท้าย/บัณฑิตใหม่ที่มีต่อคุณภาพหลักสูตร เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.5 จากคะแนนเต็ม 5.0	-	-	-	x	x
12. ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อบัณฑิตใหม่ เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.5 จากคะแนนเต็ม 5.0	-	-	-	-	x

หมายเหตุ : x มีการดำเนินกิจกรรม และ - ไม่มีการดำเนินกิจกรรม

หมวดที่ 8 การประเมิน และปรับปรุงการดำเนินการของหลักสูตร

1. การประเมินผลการสอน

1.1 การประเมินกลยุทธ์การสอน

กระบวนการที่ใช้ในการประเมินและปรับปรุงยุทธศาสตร์ที่วางแผนเพื่อพัฒนาการสอน พิจารณาจากผู้เรียน โดยอาจารย์ผู้สอนต้องประเมินผู้เรียนว่ามีความเข้าใจหรือไม่ โดยประเมินจากการทดสอบย่อย การสังเกตพฤติกรรม การอภิปราย การตอบคำถามของนักศึกษาในชั้นเรียน เมื่อรวบรวมข้อมูลจากที่กล่าวข้างต้นแล้ว จะสามารถประเมินเบื้องต้นได้ว่า ผู้เรียนมีความเข้าใจหรือไม่ หากวิธีการที่ใช้ไม่สามารถทำให้ผู้เรียนเข้าใจได้ จะต้องมีการปรับวิธีการสอนต่อไป

การเรียนการสอนในสาขาวิชาการตลาด มุ่งเน้นการคิด วิเคราะห์ และสร้างความเข้าใจกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ดังนั้นการประเมินผลการสอนจึงให้ความสำคัญต่อผลงานของนักศึกษาที่มาจากความคิด การวิเคราะห์ การนำเสนอและสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง

การสอบกลางภาค และปลายภาค สามารถชี้ได้ว่าผู้เรียนมีความเข้าใจหรือไม่ในเนื้อหาที่สอนไป หากพบปัญหาจะดำเนินการพัฒนาการเรียนการสอนในโอกาสต่อไป

1.2 การประเมินทักษะของอาจารย์ในการใช้แผนกลยุทธ์การสอน

ให้นักศึกษามีการประเมินผลการสอนของอาจารย์ในทุกด้าน

2. การประเมินหลักสูตรในภาพรวม

2.1 ประเมินจากนักศึกษาและศิษย์เก่า

การประเมินหลักสูตรในภาพรวมกระทำ เมื่อนักศึกษาเรียนอยู่ในชั้นปีสุดท้ายของหลักสูตร อาจประเมินจากการออกฝึกงานของนักศึกษาในช่วงภาคฤดูร้อน หรืองานสหกิจศึกษาในปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 1 ว่านักศึกษาสามารถปฏิบัติงานได้จริง มีความรับผิดชอบ และยังต้องปรับปรุงด้านใด สำหรับศิษย์เก่า นั้นจะประเมินโดยใช้แบบสอบถามหรือจัดประชุมศิษย์เก่าตามโอกาสที่เหมาะสม และดำเนินการรวบรวมข้อมูลเพื่อปรับปรุงหลักสูตร พัฒนาหลักสูตร ตลอดจนกระบวนการเรียนการสอนในภาพรวมต่อไป

2.2 ประเมินจากนายจ้างหรือสถานประกอบการ

ดำเนินการโดยสัมภาษณ์สถานประกอบการที่นักศึกษาไปฝึกงาน/สหกิจศึกษาทางการตลาด หรือใช้การส่งแบบสอบถามไปยังผู้ใช้บัณฑิต

2.3 ประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิหรือที่ปรึกษา

ดำเนินการโดยเชิญผู้ทรงคุณวุฒิทางการตลาดมาให้ความรู้ ความคิดเห็นหรือจากข้อมูล ในรายงานผลการดำเนินงานหลักสูตร หรือจากรายงานของการประเมินผลการประกันคุณภาพภายใน

3. การประเมินผลการดำเนินงานตามรายละเอียดหลักสูตร

การประเมินคุณภาพการศึกษาประจำปี ตามดัชนีบ่งชี้ผลการดำเนินงานที่ระบุในหมวดที่ 7 ข้อ 7 โดยมีคณะกรรมการประเมิน ที่ได้รับการแต่งตั้งจากมหาวิทยาลัย

4. การทบทวนผลการประเมินและวางแผนปรับปรุงหลักสูตรและแผนกลยุทธ์การสอน

จากการรวบรวมข้อมูล จะทำให้ทราบปัญหาของการบริหารหลักสูตรทั้งในภาพรวม และในแต่ละรายวิชา กรณีที่พบปัญหาของรายวิชา ให้ดำเนินการปรับปรุงรายวิชานั้น ๆ ได้ทันที ซึ่งเป็นการปรับปรุงย่อยสำหรับการปรับปรุงหลักสูตรทั้งฉบับนั้น หากเห็นว่าเพื่อให้หลักสูตรมีความทันสมัยและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิตสามารถดำเนินการได้ทันที

เอกสารแนบ

ภาคผนวก ก	ข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ว่าด้วยการศึกษา ระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2550 และฉบับที่ 2 พ.ศ.2552
ภาคผนวก ข	ตารางสรุปการปรับปรุงหลักสูตร
ภาคผนวก ค	ประวัติและผลงานของอาจารย์ประจำหลักสูตร
ภาคผนวก ง	คณะกรรมการจัดทำหลักสูตร

หมายเหตุ : ดูรายละเอียดในภาคผนวก