



หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560)

คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
กระทรวงศึกษาธิการ

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560)

คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
กระทรวงศึกษาธิการ

คำนำ

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ฉบับปรับปรุง ปีพุทธศักราช 2560 เป็นฉบับปรับปรุงเพื่อใช้ในการเรียนการสอนในระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการตลาด โดยมุ่งเน้นพัฒนาการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพ มีความสอดคล้องกับสถานการณ์ทางการตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงไป โดยยึดแนวทางตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา แห่งชาติ (Thai Qualification Framework for Higher Education, TQF : HEd) พ.ศ. 2558 ในการปรับปรุงหลักสูตร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้หลักสูตรมีคุณภาพและประสิทธิภาพ และสามารถที่จะผลิตบัณฑิตให้เป็นนักการตลาดมืออาชีพ เป็นคนดี มีคุณธรรม มีความรอบรู้ และสามารถปฏิบัติหน้าที่ในตลาดแรงงานได้อย่างมีคุณภาพ มีสมรรถนะและสามารถปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีและการแข่งขันทางการตลาดที่เพิ่มสูงขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทั้งนี้ในการดำเนินการปรับปรุงหลักสูตรได้พิจารณาให้มีความสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายและหลักการของหลักสูตร วิสัยทัศน์ พันธกิจ ของคณะบริหารธุรกิจและ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้เรียนต่อมหาวิทยาลัยและประเทศชาติ

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
สารบัญ	ข
หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป	1
หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร	6
หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร	8
หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล	61
หมวดที่ 5 หลักเกณฑ์ในการประเมินผลนักศึกษา	77
หมวดที่ 6 การพัฒนาคณาจารย์	77
หมวดที่ 7 การประกันคุณภาพหลักสูตร	78
หมวดที่ 8 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของหลักสูตร	81
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก ข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี	83
ภาคผนวก ข ข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ว่าด้วยการเทียบโอนผลการเรียน	101
ภาคผนวก ค ตารางสรุปการปรับปรุงหลักสูตร	109
ภาคผนวก ง ประวัติและผลงานของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร	131
ภาคผนวก จ บันทึกข้อตกลงความร่วมมือ	139
ภาคผนวก ฉ คณะกรรมการจัดทำหลักสูตร	151

รายละเอียดของหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

วิทยาเขต/คณะ

คณะบริหารธุรกิจ ศูนย์พัฒนศึกษาพระนคร

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อหลักสูตร

รหัสหลักสูตร 25511941103804

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

127 หน่วยกิต

5. รูปแบบของหลักสูตร

5.1 รูปแบบ

หลักสูตรระดับปริญญาตรี 4 ปี

5.2 ประเภทของหลักสูตร

หลักสูตรปริญญาตรีประเภทหลักสูตรทางวิชาการ

5.3 ภาษาที่ใช้

การจัดการเรียนการสอนเป็นภาษาไทยและ/หรือภาษาอังกฤษ

5.4 การรับเข้าศึกษา

รับนักศึกษาไทย และนักศึกษาต่างชาติ

5.5 ความร่วมมือกับสถาบันอื่น

- บริษัทเซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด
- มูลนิธิเพื่อสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สพว.)
- บริษัทยูนิโปร แมนูแฟคเจอร์ริง จำกัด

5.6 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา

ให้ปริญญาเพียงสาขาวิชาเดียว

6. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร



หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560

สภาวิชาการ ให้ความเห็นชอบหลักสูตร ในการประชุมครั้งที่ 6/2560

วันที่ 9 เดือน พฤษภาคม พ.ศ.2560

สภามหาวิทยาลัย ให้ความเห็นชอบหลักสูตร ในการประชุมครั้งที่ 5/2560

วันที่ 31 เดือน พฤษภาคม พ.ศ.2560

เปิดสอน ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2560

7. ความพร้อมในการเผยแพร่หลักสูตรคุณภาพและมาตรฐาน

หลักสูตรมีความพร้อมเผยแพร่คุณภาพและมาตรฐานตามมาตรฐาน คุณวุฒิระดับปริญญา บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ในปีการศึกษา 2562

8. อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

8.1 พนักงานขาย

8.2 พนักงานฝ่ายจัดซื้อ

8.3 พนักงานฝ่ายการตลาด

8.4 พนักงานวิจัยการตลาด

8.5 พนักงานควบคุมสินค้าคงคลัง

8.6 เจ้าหน้าที่การสื่อสารทางการตลาด/ดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง

8.7 ผู้จัดการฝ่ายขาย

8.8 ผู้จัดการร้านค้า

8.9 ผู้ประกอบอาชีพอิสระ

9. ชื่อ เลขประจำตัวประชาชน ตำแหน่ง และคุณวุฒิการศึกษาของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลำดับ ที่	ชื่อ-นามสกุล เลขประจำตัว ประชาชน	ตำแหน่ง วิชาการ	คุณวุฒิ	สาขาวิชา/ วิชาเอก	จากสถาบันการศึกษา พ.ศ.
1	นางอารยา บุรณะกุล xxxxxxxxxxxx	ผศ.	บธ.ม. บธ.บ.	การตลาด การจัดการ ทั่วไป	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2545 มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมมาธิราช, 2534
2	นายไพโรจน์ ทิพมาตร xxxxxxxxxxxx	ผศ.	M.B.A. บธ.บ. บธ.บ.	Marketing การโฆษณา และการ ประชาสัมพันธ์ ธุรกิจศึกษา- การตลาด	Southern New Hampshire University, U.S.A., 1999 มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2536 สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล, 2527
3	นางขวัญฤทัย วงศ์กำแหงหาญ xxxxxxxxxxxx	ผศ.	บธ.ม. บธ.บ.	การตลาด การตลาด	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2546 มหาวิทยาลัยพายัพ, 2534
4	นายณัฐพัชร์ วรพงศ์พัชร์ xxxxxxxxxxxx	อาจารย์	บธ.ด. บธ.ม. บธ.บ.	การจัดการ การตลาด บริหารธุรกิจ การจัดการ อุตสาหกรรม	มหาวิทยาลัยภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ, 2554 มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2544 มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2541
5	นางสาววิรัชพัชร์ อัสมิงพงษ์ xxxxxxxxxxxx	อาจารย์	M.Sc. B.B.A.	Marketing Marketing	University of East Anglia Norwich,UK, 2001 Central Queensland University Melbourne, Australia, 1999

10. สถานที่จัดการเรียนการสอน

คณะบริหารธุรกิจ ศูนย์พัฒนาระบบบริหาร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร กรุงเทพมหานคร

11. สถานการณ์ภายนอกหรือการพัฒนาที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนหลักสูตร

11.1 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางเศรษฐกิจ

แนวทางการพัฒนาแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) ที่นำเอาปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและระบบเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานการพัฒนาเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศ ที่กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีอย่างก้าวกระโดด ซึ่งรวมถึงความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีสารสนเทศทางด้านข้อมูลข่าวสารและกรอบยุทธศาสตร์ของชาติระยะ 20 ปี (2560-2579) มุ่งสู่การพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ บนพื้นฐานของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เน้นการสร้างระบบเศรษฐกิจดิจิทัลด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อสร้างศักยภาพในการแข่งขันทั้งระดับภูมิภาคอาเซียนและระดับโลกที่มีการแข่งขันทั้งในทางการเงิน การลงทุนและเทคโนโลยี ด้วยการรวมตัวกันเป็นกลุ่มเศรษฐกิจ การจัดทำข้อตกลงทางด้านเศรษฐกิจเพื่อส่งเสริมการค้าและการลงทุนในรูปแบบเขตการค้าเสรี ในปัจจุบันประเทศไทยมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจ และการพัฒนา ตลอดจนมีการลงทุนจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงประเทศหนึ่งในภูมิภาคอาเซียน รัฐบาลได้สนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นประเทศทางการค้า การส่งออก ภายใต้กระแสทุนนิยมโลกาภิวัตน์และการเปลี่ยนแปลงตามแนวทางการตลาด 4.0 เป็นการนำเทคโนโลยีหรือโลกออนไลน์เข้ามาใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาดมากขึ้น เพื่อส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันกับนานาชาติประเทศ ส่งผลให้เกิดการกินดีอยู่ดีแก่ประชาชน เห็นได้จาก นโยบายแผนพัฒนาเศรษฐกิจ การกระจายรายได้ และความเจริญสู่ชนบทในภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ อย่างพอเพียงต่อเนื่องและยั่งยืน

11.2 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางสังคมและวัฒนธรรม

สถานการณ์ทางสังคมและวัฒนธรรมทั้งในระดับโลกและประเทศ อันเนื่องมาจากความแตกต่างทางการเมือง การปกครอง ความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคม ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเฉพาะการใช้เครื่องมือสื่อสารทางสังคมในภาคธุรกิจและประชากร การขนส่งและกระแสการรวมตัวกันของประเทศต่างๆ เพื่อปกป้องผลประโยชน์ของกลุ่ม ส่งผลให้การประกอบธุรกิจทั้งในและระหว่างประเทศ อุตสาหกรรม การศึกษา การทำงาน มีการสื่อสารระหว่างกันมากขึ้น ประกอบกับการเปิดเสรีทางด้านแรงงาน ของกลุ่มประชาคมอาเซียนทำให้การเคลื่อนย้ายแรงงานระหว่างประเทศในกลุ่มเป็นไปได้อย่างเสรีมากขึ้น การเตรียมบุคลากรทางการตลาด มีความพร้อมในการแข่งขันกับต่างประเทศ และสามารถปฏิบัติงานในต่างประเทศได้โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN) โดยเน้นการสร้างความรู้ความเข้าใจด้านวัฒนธรรม ประเพณี การพัฒนาทักษะทางภาษา ความสามารถในการเจรจาต่อรอง ความรอบรู้เชิงวิชาการ การประยุกต์ทฤษฎีไปสู่การปฏิบัติ การปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลง การสร้างระบบและกลไกในสังคมด้วยการให้บริการทางวิชาการแบบมีส่วนร่วมของชุมชนและสังคมเพื่อพัฒนามนุษย์ การส่งเสริมและพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรม เพื่อการบูรณาการกับการเรียนการสอน รวมถึงคุณธรรมจริยธรรมในวิชาชีพการตลาดซึ่งถือว่าเป็นสิ่งสำคัญในการเพิ่มศักยภาพในเชิงการแข่งขันในระดับประเทศอย่างยั่งยืนโดยใช้การตลาด 4.0 เป็นแนวทางในการพัฒนา โดยอยู่บนรากฐานของความเป็นไทยอย่างยั่งยืนและมั่นคง

12. ผลกระทบจาก ข้อ 11 ต่อการพัฒนาหลักสูตรและความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของมหาวิทยาลัย

12.1 การพัฒนาหลักสูตร

ผลกระทบจากสถานการณ์ภายนอก ในการพัฒนาหลักสูตรจึงจำเป็นต้องพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและสังคมทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อผลิตบุคลากรที่มีความพร้อมในด้านการตลาด เน้นการประยุกต์ภาคทฤษฎีไปสู่ภาคปฏิบัติ พัฒนาศักยภาพของนักการตลาด ให้รู้จักการวิเคราะห์ปัญหาทางธุรกิจต่างๆ สามารถปรับตัวต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงให้สอดคล้องกับสังคม พลวัตทางเศรษฐกิจ ระดับเทคโนโลยีสารสนเทศและข้อมูลข่าวสารที่เปลี่ยนแปลงไป มีการร่วมมือกับภาคการผลิต สถาบันการศึกษา องค์กรภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อสอดคล้องกับนโยบายและวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

12.2 ความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของมหาวิทยาลัย

ด้วยพันธกิจของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร คือ (1) จัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา มุ่งเน้นวิชาชีพบนพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่มีคุณภาพและมีความสามารถพร้อมเข้าสู่อาชีพ (2) สร้างงานวิจัยสิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรมบนพื้นฐานของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสู่การผลิตและบริการที่สามารถถ่ายทอดและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ประเทศ (3) ให้บริการงานวิชาการและการศึกษาที่มีแนวคิดเชิงสร้างสรรค์ เพื่อการมีอาชีพอิสระและพัฒนาอาชีพสู่การแข่งขัน (4) ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม และรักษาสิ่งแวดล้อม การจัดทำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560) จึงเน้นการสร้างบุคลากรทางการตลาดที่สามารถปฏิบัติงานได้ทันที เป็นบัณฑิตพร้อมใช้หรือที่เรียกว่าบัณฑิตนักปฏิบัติ (Hands-on) มีประสิทธิภาพในเชิงปฏิบัติ มีจิตสำนึกด้านคุณธรรมจริยธรรม รับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม มีความเชี่ยวชาญวิชาชีพ (Professional Oriented) และใช้เทคโนโลยีเป็นฐานในการเรียนรู้ (Technology-Based Learning) เพื่อการพัฒนาบัณฑิตให้เป็นที่พึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ใช้บัณฑิต สามารถปรับตัวให้ดำรงอยู่ได้ภายใต้สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

13. ความสัมพันธ์กับหลักสูตรอื่นที่เปิดสอนในคณะ/สาขาวิชาอื่นในมหาวิทยาลัย

13.1 กลุ่มวิชา/รายวิชาในหลักสูตรนี้ที่เปิดสอนโดยคณะ/สาขาวิชา/หลักสูตรอื่น

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ใช้ร่วมกับทุกหลักสูตรของมหาวิทยาลัย และกลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพใช้เรียนร่วมกันทุกหลักสูตรของคณะบริหารธุรกิจ

13.2 กลุ่มวิชา/รายวิชาในหลักสูตรนี้ที่เปิดสอนให้สาขาวิชา/หลักสูตรอื่นต้องมาเรียน

กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ ได้แก่ วิชา BA2021101 หลักการตลาด (Principles of Marketing) ทุกสาขาวิชาในคณะบริหารธุรกิจต้องเรียน

13.3 การบริหารจัดการ

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรต้องประสานกับอาจารย์ผู้แทนจากคณะอื่นที่เกี่ยวข้อง ด้านเนื้อหาการเรียนการสอน การจัดทำตารางเรียนและสอบประเมินผลหลังจบภาคการศึกษาร่วมกันระหว่างผู้สอน มีการติดตามสำรวจคุณภาพบัณฑิตสาขาวิชาการตลาดจากสถานประกอบการต่าง ๆ รวมทั้งความสอดคล้องกับมาตรฐานผลการเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรี

หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร

1. ปรัชญา และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1.1 ปรัชญา

ผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพ มีคุณธรรม เป็นนักการตลาดมืออาชีพ สู่ตลาดแรงงานอย่างสร้างสรรค์

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ความสามารถเชิงวิชาการทางการตลาด งานบริหารธุรกิจทั่วไป เกี่ยวกับการติดต่อประสานงาน การตัดสินใจ การวางแผน การควบคุมและการให้คำแนะนำแก่บุคลากร ผู้ปฏิบัติงาน การรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ การติดตามและประเมินผลงานเพื่อเสนอผู้บริหาร ระดับสูง

1.2.2 เพื่อผลิตบัณฑิตที่สามารถเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ และสามารถปฏิบัติงานในหน้าที่ ผู้บริหารด้านการตลาด การจัดซื้อและการพัสดุ การพยากรณ์ธุรกิจ การบุคลากร และสามารถ ปฏิบัติงานตามสาขาวิชาที่ได้ศึกษาได้อย่างมีคุณภาพ

1.2.3 เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีกิจนิสัยในการค้นคว้าปรับปรุงตนเองให้ ก้าวหน้าอยู่เสมอ สามารถแก้ปัญหาและตัดสินใจด้วยหลักการและเหตุผล อำนวยการและปฏิบัติการ ด้วยหลักวิชาที่มีแบบแผน มีการปฏิบัติงาน การแนะนำงานและการควบคุมงานอย่างมีประสิทธิภาพอัน จะก่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมายอย่างประหยัด รวดเร็ว ตรงต่อเวลาและมีคุณภาพซึ่งสามารถวัดผล งานนั้นได้ทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ

1.2.4 เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความเป็นผู้นำ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีมนุษยสัมพันธ์ มีความ รับผิดชอบต่อตนเองและบุคคลที่เกี่ยวข้อง สามารถทำงานเป็นที่ร่วมกับผู้อื่น มีการพัฒนาและปรับตัว ให้เข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี

1.2.5 เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีคุณธรรม จริยธรรม มีระเบียบวินัย ซื่อสัตย์สุจริต อดทนและอดกลั้น ขยันหมั่นเพียร มีสำนึกในจรรยาบรรณทางวิชาชีพการตลาด ความรับผิดชอบต่อหน้าที่และสังคม ตลอดจนจรรยาวั้ซึ่งขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปวัฒนธรรมอันดีงามของไทย

2. แผนพัฒนาปรับปรุง

แผนพัฒนา/เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
<ul style="list-style-type: none"> ▪ ปรับปรุงหลักสูตรให้มีมาตรฐาน ตามที่ สกอ.กำหนด 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ พัฒนาหลักสูตรตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิที่กำหนด ▪ ติดตามประเมินผลหลักสูตรอย่างสม่ำเสมอ ▪ มีผู้เชี่ยวชาญจากภาคธุรกิจ รัฐบาลและผู้ใช้บัณฑิตเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาหลักสูตร 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ เอกสารปรับปรุงหลักสูตร ▪ รายงานผลการประเมินหลักสูตร
<ul style="list-style-type: none"> ▪ ปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรมและการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ติดตามการเปลี่ยนแปลงและความต้องการผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมการผลิต การตลาดในยุค 4.0 เน้นการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารออนไลน์และดิจิทัล 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ รายงานผลการประเมินผลความพึงพอใจในการใช้บัณฑิตของสถานประกอบการ ▪ ประเมินความพึงพอใจในทักษะ ความรู้ความสามารถในการทำงานของบัณฑิตจากภาวะการมีงานทำ
<ul style="list-style-type: none"> ▪ พัฒนาบุคลากรด้านการเรียนการสอนและบริการวิชาการ ให้มีประสบการณ์จากการนำความรู้ มาปฏิบัติงานจริง 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ สนับสนุนบุคลากรด้านการเรียนการสอนให้ทำงานบริการวิชาการแก่องค์กรภายนอก ▪ ส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรด้านวิชาชีพและงานวิจัยอย่างต่อเนื่อง ▪ ส่งเสริมการทำวิจัยหรืองานวิจัยในชั้นเรียนและการเผยแพร่ผลงานวิจัย ▪ สนับสนุนด้านการอบรมสัมมนาแก่บุคลากร 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ปริมาณงานบริการวิชาการต่ออาจารย์ในหลักสูตร ▪ การศึกษาต่อ ▪ การฝึกอบรม – ดูงาน ▪ งานวิจัย ▪ ปริมาณตำแหน่งทางวิชาการ

หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการและโครงสร้างของหลักสูตร

1. ระบบการจัดการศึกษา

1.1 ระบบ

การจัดการศึกษาเป็นแบบทวิภาค ข้อกำหนดต่าง ๆ ให้เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ว่าด้วยการศึกษาในระดับปริญญาตรี (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2557 ข้อ 4 (ภาคผนวก ก)

1.2 การจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน

เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

1.3 การเทียบเคียงหน่วยกิตในระบบทวิภาค

ไม่มี

2. การดำเนินการหลักสูตร

2.1 วัน-เวลาในการดำเนินการเรียนการสอน

ภาคการศึกษาที่ 1 เดือนมิถุนายน - ตุลาคม

ภาคการศึกษาที่ 2 เดือนพฤศจิกายน - มีนาคม

ภาคการศึกษาฤดูร้อน เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

2.2 คุณสมบัติผู้เข้าศึกษา

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

(2) สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ประเภทวิชาพาณิชยกรรมทุกสาขาวิชา หรือเทียบเท่า (ศึกษาโดยการเทียบโอนผลการเรียน)

การคัดเลือกผู้เข้าศึกษา

(1) เข้าศึกษาโดยระบบคัดเลือกของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

(2) เข้าศึกษาโดยระบบคัดเลือกของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.)

2.3 ปัญหาของนักศึกษาแรกเข้า

2.3.1 ปัญหาการปรับตัวจากการเรียนในระดับมัธยมศึกษามาเป็นระดับอุดมศึกษา

2.3.2 นักศึกษามีพื้นฐานความรู้ ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษ และคณิตศาสตร์อยู่ในเกณฑ์พอใช้ ซึ่งต้องได้รับการพัฒนาให้มีคุณภาพอยู่ในเกณฑ์ดี รวมทั้งพัฒนาความรู้ด้านสายวิชาชีพให้มีคุณภาพ

2.4 กลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา/ข้อจำกัดของนักศึกษาในข้อ 2.3

2.4.1 มีอาจารย์ที่ปรึกษาอาจารย์ผู้สอนดูแลเอาใจใส่ ให้คำแนะนำต่าง ๆ และให้คำปรึกษาอย่างสม่ำเสมอ

2.4.2 มหาวิทยาลัยจัดโครงการปรับพื้นฐานความรู้ของนักศึกษาแรกเข้าในรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับภาษาอังกฤษ คณิตศาสตร์ และวิชาชีพทางการตลาด

2.4.3 อาจารย์ผู้สอนพัฒนาการสอนโดยใช้เอกสารประกอบการเรียนการสอนเป็นภาษาอังกฤษหรือมอบหมายงานให้นักศึกษาค้นคว้าเอกสารที่เป็นภาษาอังกฤษ

2.5 แผนการรับนักศึกษาและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี

หลักสูตร 4 ปี (ภาคปกติ)

จำนวนนักศึกษา	จำนวนนักศึกษาแต่ละปีการศึกษา				
	2560	2561	2562	2563	2564
ชั้นปีที่ 1	140	140	140	140	140
ชั้นปีที่ 2	-	140	140	140	140
ชั้นปีที่ 3	-	-	140	140	140
ชั้นปีที่ 4	-	-	-	140	140
รวม	140	320	480	640	640
คาดว่าจะจบการศึกษา	-	-	-	140	140

หลักสูตร 4 ปี (ภาคพิเศษ)

จำนวนนักศึกษา	จำนวนนักศึกษาแต่ละปีการศึกษา				
	2560	2561	2562	2563	2564
ชั้นปีที่ 1	20	20	20	20	20
ชั้นปีที่ 2	-	20	20	20	20
ชั้นปีที่ 3	-	-	20	20	20
ชั้นปีที่ 4	-	-	-	20	20
รวม	20	40	60	80	80
คาดว่าจะจบการศึกษา	-	-	-	20	20

หลักสูตร 4 ปี (เทียบโอนภาคปกติ)

จำนวนนักศึกษา	จำนวนนักศึกษาแต่ละปีการศึกษา				
	2560	2561	2562	2563	2564
ชั้นปีที่ 3	70	70	70	70	70
ชั้นปีที่ 4	-	70	70	70	70
รวม	70	140	140	140	140
คาดว่าจะจบการศึกษา	-	70	70	70	70

2.6 งบประมาณตามแผน

2.6.1 งบประมาณรายรับ (หน่วย : บาท)

รายละเอียดรายรับ	ปีงบประมาณ				
	2560	2561	2562	2563	2564
ค่าบำรุงการศึกษา ค่าลงทะเบียน และค่า สนับสนุนการจัดการ เรียน การศึกษาแบบ เหมาจ่าย	9,090,000	9,248,000	9,198,000	9,174,000	9,174,000
เงินงบประมาณแผ่นดิน	8,722,170	9,158,280	9,616,190	10,097,000	10,601,850
รวมรายรับ	17,812,170	18,406,280	18,814,190	19,271,000	19,775,850

2.6.2 งบประมาณรายจ่าย (หน่วย : บาท)

-	ปีงบประมาณ				
	2560	2561	2562	2563	2564
ก. งบดำเนินการ					
1. ค่าใช้จ่ายบุคลากร	5,589,170	5,924,520	6,279,990	6,359,570	6,038,240
2. ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน (ไม่รวมข้อ 3 และข้อ 4)	2,241,100	2,250,700	2,248,300	2,167,700	2,088,700
3. ทุนการศึกษา	-	-	-	-	-
4. รายจ่ายระดับ มหาวิทยาลัย	6,274,450	6,374,000	6,350,950	6,333,950	6,333,950
รวม (ก)	14,104,720	14,549,220	14,879,240	14,861,220	14,460,890
ข. งบลงทุน					
ค่าครุภัณฑ์	-	300,000	150,000	150,000	150,000
รวม (ข)	-	300,000	150,000	150,000	150,000
รวม (ก) + (ข)	14,104,720	14,849,220	15,029,240	15,011,220	14,610,890
จำนวนนักศึกษา	210	460	620	780	780

2.6.3 งบประมาณรายรับ (ภาคพิเศษ) (หน่วย : บาท)

รายละเอียดรายรับ	ปีงบประมาณ				
	2560	2561	2562	2563	2564
ค่าบำรุงการศึกษา ค่าลงทะเบียน และค่า สนับสนุนการจัดการ เรียน การศึกษาแบบ เหมาจ่าย	560,000	1,120,000	1,680,000	2,240,000	2,240,000
เงินงบประมาณแผ่นดิน	32,000	64,000	96,000	128,000	128,000
รวมรายรับ	592,000	1,184,000	1,776,000	2,368,000	2,368,000

2.6.4 งบประมาณรายจ่าย (ภาคพิเศษ) (หน่วย : บาท)

-	ปีงบประมาณ				
	2560	2561	2562	2563	2564
ก. งบดำเนินการ					
1. ค่าใช้จ่ายบุคลากร	-	-	-	-	-
2. ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน (ไม่รวมข้อ 3 และข้อ 4)	378,000	663,000	978,000	1,135,500	1,135,500
3. ทุนการศึกษา	-	-	-	-	-
4. รายจ่ายระดับ มหาวิทยาลัย	-	-	-	-	-
รวม (ก)	378,000	663,000	978,000	1,135,500	1,135,500
ข. งบลงทุน					
ค่าครุภัณฑ์	-	-	-	-	-
รวม (ข)	-	-	-	-	-
รวม (ก) + (ข)	378,000	663,000	978,000	1,135,500	1,135,500
จำนวนนักศึกษา	20	40	60	80	80

2.7 ระบบการศึกษา

ระบบการศึกษาเป็นแบบชั้นเรียน และเป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2550 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ภาคผนวก ก)

2.8 การเทียบโอนหน่วยกิตรายวิชาและการลงทะเบียนเรียนข้ามมหาวิทยาลัย

เป็นไปตามประกาศข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ว่าด้วยการเทียบโอนผลการเรียน พ.ศ. 2559 (ภาคผนวก ข)

3. หลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน

3.1 หลักสูตร

3.1.1 จำนวนหน่วยกิต รวมตลอดหลักสูตร 127 หน่วยกิต

3.1.2 โครงสร้างหลักสูตร

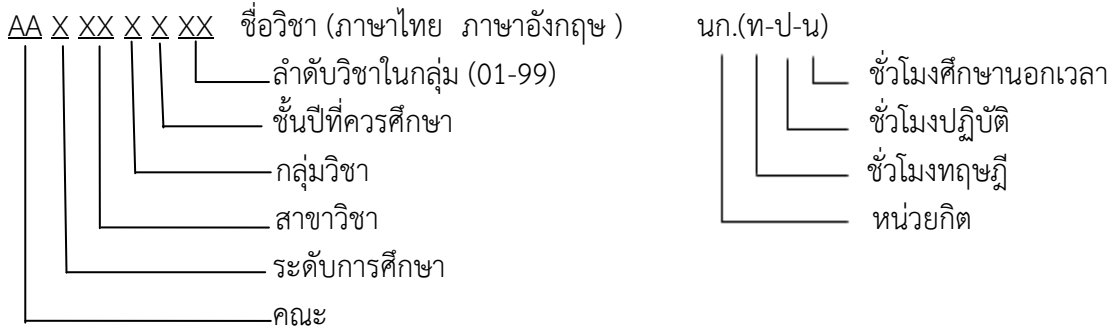
โครงสร้างหลักสูตร แบ่งเป็นหมวดวิชาที่สอดคล้องกับที่กำหนดไว้ในมาตรฐานหลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการ ดังนี้

ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	30	หน่วยกิต
ก.1 กลุ่มวิชาภาษาไทย	3	หน่วยกิต
ก.2 กลุ่มวิชาภาษาต่างประเทศ	12	หน่วยกิต
ก.3 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์	6	หน่วยกิต
ก.4 กลุ่มวิชาพลศึกษาและนันทนาการ	2	หน่วยกิต
ก.5 กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์	3	หน่วยกิต
ก.6 กลุ่มวิชาบูรณาการ	4	หน่วยกิต
ข. หมวดวิชาเฉพาะ	91	หน่วยกิต
ข.1 กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	34	หน่วยกิต
ข.2 กลุ่มวิชาชีพบังคับ	39	หน่วยกิต
ข.3 กลุ่มวิชาชีพเลือก	18	หน่วยกิต
ค. หมวดวิชาเลือกเสรี	6	หน่วยกิต

3.1.3 รายวิชา

- รหัสวิชา

รหัสวิชา ประกอบด้วยตัวอักษรภาษาอังกฤษและตัวเลขรวมกันจำนวน 9 ตัว ดังนี้



เช่น LA2011101 ST2012201 BA2013204 EN2052207

รหัสคณะ

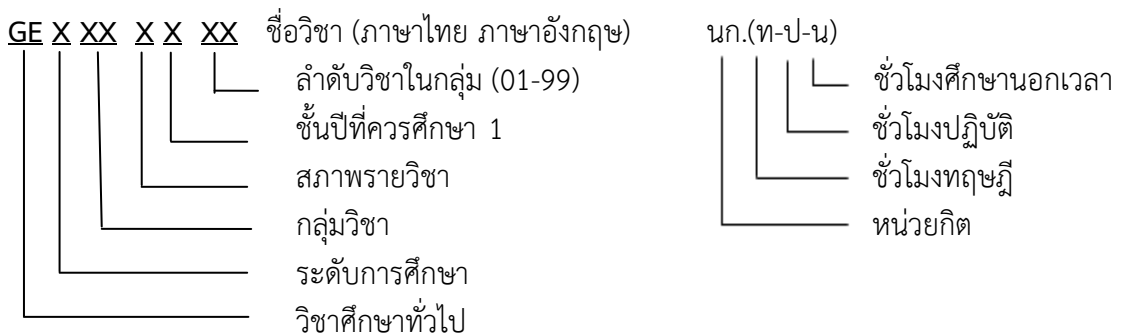
BA คณะบริหารธุรกิจ (Faculty of Business Administration)

ระดับการศึกษา	1 อนุปริญญา	2 ปริญญาตรี
	3 ประกาศนียบัตรบัณฑิต	4 ปริญญาโท
	5 ประกาศนียบัตรบัณฑิตชั้นสูง	6 ปริญญาเอก

รหัสสาขาวิชา

02 สาขาวิชาการตลาด

กลุ่มวิชา	1 กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	2 กลุ่มวิชาชีพบังคับ
	3-9 กลุ่มวิชาชีพลูกเลือก	

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กำหนดรหัสวิชาดังนี้

กลุ่มวิชา	10 กลุ่มวิชาภาษาไทย	20 กลุ่มวิชาภาษาต่างประเทศ
	30 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์	40 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์
	50 กลุ่มวิชาพลศึกษาและนันทนาการ	60 กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์
	70 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์	80 กลุ่มวิชาบูรณาการ
	81 กลุ่มวิชาบูรณาการด้านสังคมศาสตร์	82 กลุ่มวิชาบูรณาการด้านวิทยาศาสตร์

สภาพรายวิชา	0 วิชาไม่บังคับ	1 วิชาบังคับ
ระดับการศึกษา	1 อนุปริญญา	2 ปริญญาตรี

เช่น GE2100101 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร (Thai for Communication) 3(3-0-6)

- รายวิชา

- **หมวดวิชาศึกษาทั่วไป** 30 หน่วยกิต ประกอบด้วย
 - **กลุ่มวิชาภาษาไทย** 3 หน่วยกิต ให้เลือกศึกษาจากรายวิชาต่อไปนี้

หรือรายวิชาที่มหาวิทยาลัยกำหนด

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
GE2100101	ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร (Thai for Communication)	3(3-0-6)
GE2100102	ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารธุรกิจ (Thai for Business Communication)	3(3-0-6)
GE2100103	ภาษาไทยเพื่อการนำเสนอ (Thai for Presentation)	3(3-0-6)
GE2100104	วรรณคดีไทย (Thai Literature)	3(3-0-6)
GE2100105	การเขียนภาษาไทยเพื่ออาชีพ (Thai Writing for Careers)	3(3-0-6)

- **กลุ่มวิชาภาษาต่างประเทศ** 12 หน่วยกิต ประกอบด้วย

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
GE2201101	ภาษาอังกฤษ 1 (English 1)	3(3-0-6)
GE2201102	ภาษาอังกฤษ 2 (English 2)	3(3-0-6)
GE2200101	ภาษาอังกฤษเทคนิค (Technical English)	3(3-0-6)
GE2200102	ภาษาอังกฤษเพื่ออาชีพ (English for Careers)	3(3-0-6)
GE2200103	การอ่านภาษาอังกฤษ (English Reading)	3(3-0-6)
GE2200104	การฟังภาษาอังกฤษ (English Listening)	3(3-0-6)
GE2200105	การสนทนาภาษาอังกฤษ (English Conversation)	3(3-0-6)
GE2200106	ภาษาจีนพื้นฐาน (Fundamental Chinese)	3(3-0-6)
GE2200107	ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร (Chinese for Communication)	3(3-0-6)

- กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ 6 หน่วยกิต ให้เลือกศึกษารายวิชาต่อไปนี้
หรือรายวิชาที่มหาวิทยาลัยกำหนด

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
GE2300101	พลวัตทางสังคมและความทันสมัย (Social Dynamics and Modernity)	3(3-0-6)
GE2300102	มนุษยสัมพันธ์ (Human Relations)	3(3-0-6)
GE2300103	ระเบียบวิธีวิจัย (Research Methodology)	3(3-0-6)
GE2300104	การพัฒนาคุณภาพชีวิตและทักษะสังคม (Quality of Life and Social Skill Development)	3(3-0-6)
GE2300105	สังคมกับเศรษฐกิจ (Society and Economy)	3(3-0-6)
GE2300106	ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy Philosophy)	3(3-0-6)
GE2300107	กฎหมายและจริยธรรมในวิชาชีพ (Law and Professional Ethics)	3(3-0-6)
GE2300108	อาเซียนศึกษา (ASEAN Studies)	3(3-0-6)
GE2300109	สันติศึกษา (Peace Studies)	3(3-0-6)
GE2400101	การรู้สารสนเทศและการศึกษาค้นคว้า (Information Literacy and Study Skills)	3(3-0-6)
GE2400102	จิตวิทยาทั่วไป (General Psychology)	3(3-0-6)
GE2400103	ไทยศึกษาและภูมิปัญญาท้องถิ่น (Thai Studies and Local Wisdom)	3(3-0-6)
GE2400104	การพัฒนาคูคลิกภาพ (Personality Development)	3(3-0-6)
GE2400105	พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน (Human Behavior and Self Development)	3(3-0-6)
GE2400106	การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)	3(3-0-6)
GE2400107	การพัฒนาและประเมินโครงการ (Program Development and Evaluation)	3(3-0-6)
GE2400108	การพัฒนาจิตเพื่อคุณภาพชีวิต (Mind Development for Quality of Life)	3(2-2-5)

- กลุ่มวิชาพลศึกษาและนันทนาการ 2 หน่วยกิต ให้เลือกศึกษารายวิชาต่อไปนี้
หรือรายวิชาที่มหาวิทยาลัยกำหนด

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
GE2500101	พลศึกษา (Physical Education)	1(0-2-1)
GE2500102	ลีลาศ (Social Dance)	1(0-2-1)
GE2500103	กีฬาประเภททีม (Team Sports)	1(0-2-1)
GE2500104	กีฬาประเภทบุคคล (Individual Sports)	1(0-2-1)
GE2500105	นันทนาการ (Recreation)	1(0-2-1)

- กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์ 3 หน่วยกิต ให้เลือกศึกษารายวิชาต่อไปนี้
หรือรายวิชาที่มหาวิทยาลัยกำหนด

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
GE2600101	คณิตศาสตร์พื้นฐาน (Fundamental Mathematics)	3(3-0-6)
GE2600102	สถิติเบื้องต้น (Introduction to Statistics)	3(3-0-6)
GE2600103	คณิตศาสตร์ในชีวิตประจำวัน (Mathematics in Daily Life)	3(3-0-6)
GE2700101	วิทยาศาสตร์ในชีวิตประจำวัน (Science in Daily Life)	3(3-0-6)
GE2700102	สิ่งแวดล้อมและการจัดการทรัพยากร (Environment and Resource Management)	3(3-0-6)

- กลุ่มวิชาบูรณาการ 4 หน่วยกิต ให้เลือกศึกษารายวิชาต่อไปนี้หรือรายวิชาที่มหาวิทยาลัยกำหนด

กลุ่มวิชาบูรณาการด้านสังคมศาสตร์

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
GE2810101	โลกในศตวรรษที่ 21 (World in 21 st Century)	2(2-0-4)
GE2810102	การพัฒนาตนเองเพื่ออาชีพ (Self Development for Careers)	2(2-0-4)
GE2810103	ชีวิตและการคิดเชิงบวก (Life and Positive Thinking)	2(2-0-4)
GE2810104	การออกกำลังกายและกีฬาเพื่อสุขภาพ (Exercise and Sports for Health)	2(2-0-4)
GE2810105	กิจกรรมเพื่อสุขภาพ (Activities for Health)	2(2-0-4)

กลุ่มวิชาบูรณาการด้านวิทยาศาสตร์

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
GE2820101	ปกิณกคณิตศาสตร์ (Miscellaneous Mathematics)	2(2-0-4)
GE2820102	วิทยาศาสตร์กับการดำรงชีวิต (Science for Living)	2(2-0-4)
GE2820103	วัสดุและการประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน (Material and Application in Daily Life)	2(2-0-4)

- **หมวดวิชาเฉพาะ** 91 หน่วยกิต ประกอบด้วย
 - **กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ** 34 หน่วยกิต ประกอบด้วย

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
BA2001101	การบัญชีสำหรับผู้มีใช้นักบัญชี (Accounting for Non-Accountants)	3(2-2-5)
BA2021101	หลักการตลาด (Principles of Marketing)	3(3-0-6)
BA2031101	หลักการจัดการ (Principles of Management)	3(3-0-6)
BA2031202	การภาษีอากร (Taxation)	3(3-0-6)
BA2031203	กฎหมายธุรกิจ (Business Law)	3(3-0-6)
BA2031304	การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ (Quantitative Analysis for Business)	3(3-0-6)
BA2031305	ธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise)	3(2-2-5)
BA2041101	หลักเศรษฐศาสตร์ (Principles of Economics)	3(3-0-6)
BA2041102	การเงินธุรกิจ (Business Finance)	3(3-0-6)
BA2051101	ระบบสารสนเทศเพื่องานธุรกิจ (Information Systems for Business)	3(2-2-5)
BA2061101	ภาษาอังกฤษเพื่อการโต้ตอบทางธุรกิจ 1 (English for Business Correspondence 1)	3(3-0-6)
BA2001401	การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา (Preparation for Cooperative Education)	1(0-2-1)

- **กลุ่มวิชาชีพบังคับ** 39 หน่วยกิต ประกอบด้วย

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
BA2022201	การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา (Product and Price Management)	3(3-0-6)
BA2022202	การขายและการบริหารงานขาย (Selling and Sales Management)	3(2-2-5)
BA2022203	การจัดการการค้าปลีก (Retailing Management)	3(2-2-5)
BA2022204	การวิเคราะห์และการเข้าถึงผู้บริโภค (Consumer Analysis and Consumer Insight)	3(2-2-5)
BA2022305	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communications)	3(2-2-5)
BA2022306	การตลาดระหว่างประเทศ (International Marketing)	3(3-0-6)
BA2022307	การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)	3(2-2-5)

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
BA2022308	โลจิสติกส์และการจัดการการจัดจำหน่าย (Logistics and Distribution Management)	3(3-0-6)
BA2022309	การจัดการตราสินค้า (Brand Management)	3(2-2-5)
BA2022310	การตลาดกิจกรรม (Event Marketing)	3(2-2-5)
BA2022411	การวิจัยการตลาด (Marketing Research)	3(2-2-5)
BA2022412	กลยุทธ์และการวางแผนการตลาด (Marketing Strategies and Planning)	3(2-2-5)
BA2022413	สัมมนาปัญหาการตลาด (Seminar in Marketing Problems)	3(2-2-5)

■ กลุ่มวิชาชีพเลือก 18 หน่วยกิต กำหนดให้ศึกษาดังนี้

BA2020401	สหกิจศึกษาทางการตลาด (Cooperative Education for Marketing)	6(0-40-0)
<p>ในกรณีไม่สามารถลงทะเบียนวิชาสหกิจศึกษาทางการตลาด ซึ่งเป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ว่าด้วยการจัดสหกิจศึกษาและการฝึกงานวิชาชีพ พ.ศ. 2553 หรือมติของคณะกรรมการประจำหลักสูตร ให้เลือกลงทะเบียนวิชาการฝึกงานทางการตลาด</p>		
BA2020402	การฝึกงานทางการตลาด (Work Practice in Marketing)	3(0-40-0)

และเลือกศึกษาให้ครบ 18 หน่วยกิต จากรายวิชาต่อไปนี้

กลุ่มวิชาการบริหารการตลาด

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
BA2023301	การบรรจุภัณฑ์ (Packaging)	3(3-0-6)
BA2023302	การจัดการการจัดซื้อ (Purchasing Management)	3(3-0-6)
BA2023303	การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Social and Environmental Marketing)	3(3-0-6)
BA2023304	การศึกษาความเป็นไปได้เพื่อโครงการการตลาด (Feasibility Study in Marketing Project)	3(2-2-5)
BA2023305	การจัดการการตลาด (Marketing Management)	3(3-0-6)
BA2023306	ระบบสารสนเทศทางการตลาด (Marketing Information Systems)	3(2-2-5)
BA2023307	การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management)	3(3-0-6)
BA2023308	การตลาดภูมิภาคอาเซียน (ASEAN Community Marketing)	3(3-0-6)

กลุ่มวิชาการสื่อสารการตลาด

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
BA2024301	การคิดทางการตลาดเชิงสร้างสรรค์ (Critical Creative Thinking in Marketing)	3(2-2-5)
BA2024302	เทคนิคการนำเสนอทางการตลาด (Presentation Techniques in Marketing)	3(2-2-5)
BA2024303	การรณรงค์การตลาดสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Marketing Campaign)	3(2-2-5)
BA2024304	การสื่อสารองค์กร (Corporate Communication)	3(3-0-6)
BA2024305	การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจทางการตลาด (Persuasive Communication in Marketing)	3(3-0-6)
BA2024306	กลยุทธ์การเลือกสื่อแบบบูรณาการ (Integrated Media Selection Strategies)	3(3-0-6)
BA2024307	การตลาดทางตรง (Direct Marketing)	3(2-2-5)
BA2024308	เทคนิคการผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารการตลาด (Production Techniques for Marketing Communication Media)	3(2-2-5)

กลุ่มวิชาการบริหารธุรกิจค้าปลีก

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
BA2025301	การบริหารสินค้าในธุรกิจค้าปลีก (Retail Management)	3(3-0-6)
BA2025302	การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจค้าปลีก (Human Resource Management in Retailing)	3(3-0-6)
BA2025303	การตลาดบริการ (Service Marketing)	3(3-0-6)
BA2025304	การส่งเสริมการตลาดในรูปธุรกิจค้าปลีก (Retail Promotion)	3(3-0-6)
BA2025305	ธุรกิจค้าปลีกที่ไม่มีร้านค้า (Non-Store Retailing)	3(3-0-6)
BA2025306	การบริหารสินค้าแฟชั่น (Fashion Management)	3(2-2-5)
BA2025307	การบริหารหมวดหมู่สินค้า (Product Category Management)	3(2-2-5)
BA2025308	การจัดแสดงสินค้าและการตกแต่งร้าน (Visual Merchandising)	3(2-2-5)

- หมวดวิชาเลือกเสรี 6 หน่วยกิต

ให้เลือกศึกษาจากรายวิชาที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ระดับปริญญาตรี

3.1.4 แสดงแผนการศึกษา

แผนการเรียนปกติ

ปีที่ 1 /ภาคการศึกษาที่ 1		หน่วยกิต	ทฤษฎี	ปฏิบัติ	ศึกษาด้วยตนเอง
GE2xxxxxx	วิชากลุ่มภาษาไทย	3	3	0	6
GE2201101	ภาษาอังกฤษ 1	3	3	0	6
GE2xxxxxx	วิชากลุ่มสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์	3	3	0	6
GE2xxxxxx	วิชากลุ่มคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์	3	3	0	6
GE2xxxxxx	วิชากลุ่มพลศึกษาและนันทนาการ	1	0	2	1
BA2021101	หลักการตลาด	3	3	0	6
BA2041101	หลักเศรษฐศาสตร์	3	3	0	6
รวม		19	18	2	37

ชั่วโมง / สัปดาห์ = 20

ปีที่ 1 /ภาคการศึกษาที่ 2		หน่วยกิต	ทฤษฎี	ปฏิบัติ	ศึกษาด้วยตนเอง
GE2201102	ภาษาอังกฤษ 2	3	3	0	6
GE2xxxxxx	วิชากลุ่มสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์	3	3	0	6
GE2xxxxxx	วิชากลุ่มพลศึกษาและนันทนาการ	1	0	2	1
BA2001101	การบัญชีสำหรับผู้มีใบนักบัญชี	3	2	2	5
BA2031101	หลักการจัดการ	3	3	0	6
BA2031203	กฎหมายธุรกิจ	3	3	0	6
BA2031305	ธุรกิจเพื่อสังคม	3	2	2	5
รวม		19	16	6	35

ชั่วโมง / สัปดาห์ = 22

ปีที่ 2 /ภาคการศึกษาที่ 1		หน่วยกิต	ทฤษฎี	ปฏิบัติ	ศึกษาด้วย ตนเอง
GE2xxxxxx	วิชากลุ่มภาษาต่างประเทศ	3	3	0	6
GE2xxxxxx	วิชากลุ่มบูรณาการ	2	2	0	4
BA2022201	การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา	3	3	0	6
BA2022202	การขายและการบริหารงานขาย	3	2	2	5
BA2031202	การภาษีอากร	3	3	0	6
BA2031304	การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ	3	3	0	6
รวม		17	16	2	33

ชั่วโมง / สัปดาห์ = 18

ปีที่ 2 /ภาคการศึกษาที่ 2		หน่วยกิต	ทฤษฎี	ปฏิบัติ	ศึกษาด้วย ตนเอง
GE2xxxxxx	วิชากลุ่มภาษาต่างประเทศ	3	3	0	6
GE2xxxxxx	วิชากลุ่มบูรณาการ	2	2	0	4
BA2022203	การจัดการการค้าปลีก	3	2	2	5
BA2022204	การวิเคราะห์และการเข้าถึงผู้บริโภค	3	2	2	5
BA2041102	การเงินธุรกิจ	3	3	0	6
BA2051101	ระบบสารสนเทศเพื่องานธุรกิจ	3	2	2	5
รวม		17	14	6	31

ชั่วโมง / สัปดาห์ = 20

ปีที่ 3 /ภาคการศึกษาที่ 1		หน่วย กิต	ทฤษฎี	ปฏิบัติ	ศึกษาด้วย ตนเอง
BA2022305	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	3	3	0	6
BA2022306	การตลาดระหว่างประเทศ	3	3	0	6
BA2022307	การตลาดดิจิทัล	3	2	2	5
BA2061101	ภาษาอังกฤษเพื่อการติดต่อทางธุรกิจ 1	3	2	2	5
BA202xxxx	วิชาซีฟเลือก 1	3	x	x	x
BA202xxxx	วิชาซีฟเลือก 2	3	x	x	x
รวม		18	x	x	x

ชั่วโมง / สัปดาห์ = xx

ปีที่ 3 /ภาคการศึกษาที่ 2		หน่วยกิต	ทฤษฎี	ปฏิบัติ	ศึกษาด้วย ตนเอง
BA2001401	การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา	1	0	2	1
BA2022308	โลจิสติกส์และการจัดการการจัด จำหน่าย	3	3	0	6
BA2022309	การจัดการตราสินค้า	3	2	2	5
BA2022310	การตลาดกิจกรรม	3	2	2	5
BA202xxxx	วิชาชีพเลือก 3	3	x	x	x
BA202xxxx	วิชาชีพเลือก 4	3	x	x	x
xxxxxxxxx	วิชาเลือกเสรี 1	3	x	x	x
รวม		19	x	x	x

ชั่วโมง / สัปดาห์ = xx

ปีที่ 4 /ภาคการศึกษาที่ 1		หน่วยกิต	ทฤษฎี	ปฏิบัติ	ศึกษาด้วย ตนเอง
BA2022411	การวิจัยการตลาด	3	2	2	5
BA2022412	กลยุทธ์การตลาดและการวางแผน การตลาด	3	2	2	5
BA2022413	สัมมนาปัญหาการตลาด	3	2	2	5
xxxxxxxxx	วิชาชีพเลือกเสรี 2	3	x	x	x
รวม		12	x	x	x

ชั่วโมง / สัปดาห์ = xx

ปีที่ 4 /ภาคการศึกษาที่ 2		หน่วยกิต	ทฤษฎี	ปฏิบัติ	ศึกษาด้วย ตนเอง
BA2020401	สหกิจศึกษาทางการตลาด	6	0	40	0
รวม		6	0	40	0

ชั่วโมง / สัปดาห์ = 40

3.1.5 คำอธิบายรายวิชา

กลุ่มวิชาภาษาไทย

- | | |
|---|------------------------|
| <p>GE2100101 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร
 Thai for Communication
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 ความรู้พื้นฐานในการใช้ภาษาไทย ภาษากับการสื่อสาร ทักษะการฟัง การพูด
 การอ่านและการเขียนประเภทต่าง ๆ
 Basic Thai language usage; language and communication; language skills,
 listening, speaking, reading and writing</p> | <p>3(3-0-6)</p> |
| <p>GE2100102 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารธุรกิจ
 Thai for Business Communication
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการสื่อสารทางธุรกิจ แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางธุรกิจ
 หลักการเขียนจดหมายทางธุรกิจ จดหมายธุรกิจประเภทต่าง ๆ รายงานธุรกิจ และโครงการทางธุรกิจ
 General knowledge and concepts of business communication; principles of
 business letter writing; types of business letters; business-related reports and projects</p> | <p>3(3-0-6)</p> |
| <p>GE2100103 ภาษาไทยเพื่อการนำเสนอ
 Thai for Presentation
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการนำเสนอ ทักษะการรับและการส่งสาร การพูดเพื่อการ
 นำเสนอ การอ่านและการนำเสนอข้อมูลทางสถิติ และการเขียนเพื่อการนำเสนอ
 Basic knowledge of presentation; skills for receiving and sending
 messages; reading and presenting statistical data; writing for presentation</p> | <p>3(3-0-6)</p> |
| <p>GE2100104 วรรณคดีไทย
 Thai Literature
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 วรรณคดีไทย ความหมายและความสำคัญประเภทของวรรณคดี การวิเคราะห์และการ
 ประเมินค่าวรรณคดี ความสัมพันธ์ระหว่างวรรณคดีกับวิถีไทย
 Thai literature; definitions and importance; types of literature; literature
 analysis and evaluation; the relationship between literature and Thai way of life</p> | <p>3(3-0-6)</p> |

- GE2100105 การเขียนภาษาไทยเพื่ออาชีพ 3(3-0-6)**
Thai Writing for Careers
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการเขียน การเขียนหนังสือราชการ การเขียนรายงาน การประชุม การเขียนสารและคำกล่าวในโอกาสต่าง ๆ การเขียนโครงการ การเขียนสารคดี การเขียนโฆษณาและประชาสัมพันธ์
 Basic Thai writing; writing official letters; minutes; messages; speeches; projects; documentary, advertisements and public relations
- กลุ่มวิชาภาษาต่างประเทศ**
- GE2201101 ภาษาอังกฤษ 1 3(3-0-6)**
English 1
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 การใช้สำนวนและโครงสร้างภาษาในระดับพื้นฐาน การทักทาย การแนะนำตัว การบรรยายบุคคล การบรรยายสิ่งของ ความสนใจและงานอดิเรก การบรรยายสถานที่ การบรรยายเหตุการณ์ในอดีต และการบรรยายแผนการและการพยากรณ์ในอนาคต
 Basic English 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
- GE2201102 ภาษาอังกฤษ 2 3(3-0-6)**
English 2
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : GE2201101 ภาษาอังกฤษ 1
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 การใช้ภาษาในระดับสูงขึ้น เพื่อใช้ภาษาให้ถูกต้องตามสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม การเปรียบเทียบ ขั้นตอนการปฏิบัติในชีวิตประจำวันและการเตือน การกำหนดเงื่อนไข ข่าวสารข้อมูล การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การสมัครงาน
 Upper level of English usage in various situations: comparison; instructions and warning; conditions; news; exchanging opinions; job application
- GE2200101 ภาษาอังกฤษเทคนิค 3(3-0-6)**
Technical English
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : GE2201102 ภาษาอังกฤษ 2
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 การใช้ภาษาอังกฤษที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพ ความรู้เกี่ยวกับคำศัพท์และสำนวนเกี่ยวกับวิชาชีพ ใจความสำคัญและรายละเอียดจากเนื้อเรื่อง การให้นิยาม การจำแนกประเภท ขั้นตอนการปฏิบัติ

ป้ายประกาศและฉลาก การบรรยายกระบวนการ

English usage for careers in technical fields: technical terms and work-related expressions; definitions and classification; main ideas and supporting details; instructions and process description; cause and effect

GE2200102 ภาษาอังกฤษเพื่ออาชีพ 3(3-0-6)

English for Careers

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : GE2201102 ภาษาอังกฤษ 2

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -

การสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อนำไปใช้ในอาชีพต่าง ๆ การพบปะผู้คนในสถานประกอบการ การใช้โทรศัพท์เพื่อติดต่อกิจการ การนัดหมายเจรจาธุรกิจ การนำเสนอผลประกอบการ การบอกคุณสมบัติของสินค้าและบริการ การระบุเป้าหมายและการตัดสินใจทำธุรกิจ การต่อว่าและการแก้ปัญหาข้อร้องทุกข์ การตรวจสอบความก้าวหน้าของการดำเนินงาน ความเข้าใจวัฒนธรรมในอาชีพต่างๆ

English communication in various careers: meeting people in workplace; telephoning in business; making an appointment in business; giving presentation about company performance; describing products and services; identifying goals and making business decision; making and dealing with complaints; checking progress on work; understanding culture in careers culture

GE2200103 การอ่านภาษาอังกฤษ 3(3-0-6)

English Reading

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : GE2201102 ภาษาอังกฤษ 2

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -

การใช้พจนานุกรม การเดาความหมายของคำศัพท์จากบริบท องค์ประกอบและโครงสร้างของประโยค องค์ประกอบที่ช่วยในการอ่าน ทักษะการอ่านจับใจความ และเทคนิคการอ่าน

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

GE2200104 การฟังภาษาอังกฤษ 3(3-0-6)

English Listening

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : GE2201102 ภาษาอังกฤษ 2

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -

การฟังภาษาอังกฤษในสถานการณ์ต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน การฟังบทสนทนา การฟังระดับย่อหน้า การฟังบทความและตอบคำถาม ทักษะการฟังเพื่อจับใจความและเทคนิคการฟัง

English listening skills in various situations in daily lives; listening to dialogues, paragraphs, articles and answering; listening comprehension for main ideas and listening techniques

- GE2200105 การสนทนาภาษาอังกฤษ 3(3-0-6)**
English Conversation
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : GE2201102 ภาษาอังกฤษ 2
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 การสนทนาภาษาอังกฤษตามสถานการณ์ต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันให้ถูกต้องตามวัฒนธรรมของเจ้าของภาษา การทักทายและแนะนำตัว การให้คำแนะนำ การสนทนาทางโทรศัพท์ การบอกที่ตั้งและทิศทาง การขอร้องและการเสนอให้ การขอบคุณและการขอโทษ
 Conversation in various situations in daily lives in accordance with native culture: greetings and introductions; giving advice; telephoning; locations and directions; requests and offers; thanking and apologizing
- GE2200106 ภาษาจีนพื้นฐาน 3(3-0-6)**
Fundamental Chinese
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 ทักษะภาษาจีนเบื้องต้น ระบบพินอิน ประโยคและไวยากรณ์ การสนทนาและการอ่านข้อความภาษาจีนสั้น ๆ การสรุปเนื้อหาและการตอบคำถามเป็นภาษาจีน
 Introduction to Chinese language skills; Pinyin system; sentence patterns and grammar; short conversations and reading short messages; making a summary and answering questions
- GE2200107 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6)**
Chinese for Communication
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : GE2200106 ภาษาจีนพื้นฐาน
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 คำศัพท์และสำนวนภาษาจีนที่ใช้ในชีวิตประจำวัน การสนทนาโต้ตอบ การเขียนจดหมายโต้ตอบ การเขียนจดหมายอิเล็กทรอนิกส์
 Chinese vocabulary and expressions used in daily life; writing correspondence; writing electronic mails
- กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์**
- GE2300101 พลวัตทางสังคมและความทันสมัย 3(3-0-6)**
Social Dynamics and Modernity
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 แนวคิดและทฤษฎีทางสังคมสมัยใหม่ โครงสร้างสังคมและสถาบัน ความทันสมัยและกระแสโลกาภิวัตน์ ความหลากหลายทางวัฒนธรรม พัฒนาการทางการเมือง หน้าที่พลเมือง ประชาธิปไตย และการมีส่วนร่วมทางการเมือง ปัญหาสังคมและการแก้ไข

Modern sociological concepts and theories; social structure and institutions; modernity and globalization trends; cultural diversity; political development; civics; democracy and participation in politics; social problems and solutions

GE2300102 มนุษยสัมพันธ์ 3(3-0-6)

Human Relations

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับมนุษยสัมพันธ์ พฤติกรรมและธรรมชาติของมนุษย์ แรงจูงใจกับมนุษยสัมพันธ์ในองค์การ การสื่อสารกับมนุษยสัมพันธ์ มนุษยสัมพันธ์ในวัฒนธรรมไทย หลักธรรมทางศาสนา กับมนุษยสัมพันธ์

Introduction to human relations; human behavior and nature; motivation and human relations in organizations; communication and human relations; human relations in Thai culture; religious principles and human relations

GE2300103 ระเบียบวิธีวิจัย 3(3-0-6)

Research Methodology

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการวิจัย วัตถุประสงค์และประเภทของการวิจัย ขั้นตอนและการออกแบบวิจัย วิธีการสุ่มตัวอย่างและการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย การตีความและการนำเสนอข้อมูลการวิจัย และการเขียนรายงานการวิจัย

Introduction to research; objectives and types of research; research process and design; sampling and data collection; data analysis; data interpretation and presentation; research report writing

GE2300104 การพัฒนาคุณภาพชีวิตและทักษะสังคม 3(3-0-6)

Quality of Life and Social Skill Development

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -

การสร้างแนวคิดและเจตคติของตนเอง ภาระหน้าที่และความรับผิดชอบของบุคคล กลยุทธ์การบริหารตนเอง เทคนิค การครองใจคน การสร้างผลผลิตและการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ คุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพ

Formation of self-world views and attitudes; individual's duties and responsibilities; self-managing strategies; techniques in handling people; efficient work performance; morality and professional ethics

- GE2300105 สังคมกับเศรษฐกิจ 3(3-0-6)**
Society and Economy
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 ความรู้ทั่วไปด้านสังคมเศรษฐกิจ วิวัฒนาการของระบบเศรษฐกิจและกลไกราคา
 สถาบันทางเศรษฐกิจ การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ความร่วมมือทางเศรษฐกิจในระดับประเทศต่าง ๆ
 General knowledge of economic society; development of economic
 system and pricing, economic institution; social and economic development; economic
 cooperation at various levels
- GE2300106 ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง 3(3-0-6)**
Sufficiency Economy Philosophy
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 หลักการและแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง การพัฒนาทางเศรษฐกิจ การบริหาร
 จัดการที่ดีและความเสี่ยงสำหรับองค์กรสมัยใหม่ ปัญหา ผลกระทบและวิกฤติการพัฒนาในสังคมไทย
 และสังคมโลก เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน สังคมสีเขียวและนิเวศวิทยา การประยุกต์
 หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและโครงการพระราชดำริ
 Philosophy and concepts of sufficiency economy; economic development;
 good governance and risk management for modern organization; problems, impact, and
 crises of development in Thai and global societies; technology and innovation for
 sustainable development; green society and ecology; application of sufficiency
 economy philosophy and the Royal projects
- GE2300107 กฎหมายและจริยธรรมในวิชาชีพ 3(3-0-6)**
Law and Professional Ethics
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมาย และระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการประกอบวิชาชีพ
 การคุ้มครองแรงงาน แรงงานสัมพันธ์ จรรยาบรรณวิชาชีพ สิทธิมนุษยชน จริยธรรมและ
 ความรับผิดชอบต่อสังคม
 Introduction to law; rules and regulations concerning professions; Labour
 Protection; relationlabour professional ethics; human-right; ethics and social
 responsibility

- GE2300108 อาเซียนศึกษา 3(3-0-6)**
ASEAN Studies
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับอาเซียนและรัฐสมาชิก อัตลักษณ์และความหลากหลาย แนวคิด การก่อตั้ง ปฏิญญา กฎบัตรและที่ประชุมสุดยอดอาเซียน ความร่วมมือในการพัฒนาและเสาหลัก อาเซียน ความสำคัญของการอยู่ร่วมกันในภูมิภาค การบูรณาการทำงานร่วมกันเพื่ออนาคตที่ยั่งยืน
 Basic knowledge of ASEAN and its state members; identity and diversity establishment concept; declarations; ASEAN charter and summit; ASEAN development cooperation and pillars; importance of coexistence; work-together integration for a sustainable future
- GE2300109 สันติศึกษา 3(3-0-6)**
Peace Studies
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 ความหมายและแนวคิดหลักเกี่ยวกับสันติภาพและสันติศึกษา ปัญหาความขัดแย้งและความรุนแรงระดับครอบครัว ชุมชน ชาติ และระหว่างประเทศ การจัดการความขัดแย้งโดยสันติวิธี
 Definitions and key concepts of peace and peace studies; problems, conflict and violence in family, community, nation and among countries; non-violence conflict resolution
- GE2400101 การรู้สารสนเทศและการศึกษาค้นคว้า 3(3-0-6)**
Information Literacy and Study Skills
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 แนวคิดและทฤษฎีการรู้สารสนเทศ ทรัพยากรสารสนเทศ การประเมินและการคัดเลือกสารสนเทศ ระบบการจัดเก็บทรัพยากรสารสนเทศในห้องสมุด การสืบค้นและการใช้เครื่องมือ ทักษะการค้นคว้า การอ้างอิงและบรรณานุกรม จริยธรรมและการลอกเลียนผลงานวิชาการ
 Information literacy concepts and theories; information evaluation and selection; library's information-resources storage systems; information resources searching and tool usage; searching skills; citation and bibliography ethics and plagiarism

- GE2400102 จิตวิทยาทั่วไป 3(3-0-6)**
General Psychology
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 ความรู้พื้นฐานทางจิตวิทยา พันธุกรรม สิ่งแวดล้อมและพัฒนาการของมนุษย์
 สรีรวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ การรับรู้ การเรียนรู้และการจูงใจ เซาว์นปัญญาและความ
 ฉลาดทางอารมณ์ บุคลิกภาพ การปรับตัวและสุขภาพจิต พฤติกรรมทางสังคม
 Basic psychology; heredity; 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
- GE2400103 ไทยศึกษาและภูมิปัญญาท้องถิ่น 3(3-0-6)**
Thai Studies and Local Wisdom
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 ความเป็นมาของชนชาติไทย ลักษณะสังคม เศรษฐกิจ การปกครองของไทย ความเชื่อ
 ศาสนา ประเพณี วัฒนธรรมข้าว ภูมิปัญญาไทยและท้องถิ่น
 Background of native Thai; Thai social, economic, and government;
 beliefs; religion; tradition; rice culture; Thai and its local wisdom
- GE2400104 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 relation and personality; perfect personality development
- GE2400105 พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน 3(3-0-6)**
Human Behavior and Self Development
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 แนวคิดและองค์ประกอบพฤติกรรมมนุษย์ การพัฒนาตน ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง
 การเรียนรู้ การพัฒนาการทำงาน การปรับตัว มนุษย์สัมพันธ์และการสื่อสารในองค์กรสมัยใหม่
 สุขภาพจิตและการเสริมสร้างชีวิตให้เป็นสุข

Human behavior concepts; elements of human behaviors; self-development; transformational leadership; learning; work development; self-adjustment; human relations in modern organization and communication; mental health and happy life enhancement

GE2400106 การวิจัยเชิงคุณภาพ 3(3-0-6)

Qualitative Research

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -

หลักการและกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ จรรยาบรรณการวิจัย การออกแบบการวิจัย กระบวนการศึกษาและการรวบรวมข้อมูล การตีความและการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากภาคสนาม และการเขียนรายงานวิจัย

Principle and process of qualitative research; types of qualitative research; research ethics; research design; study procedures and data collection field data interpretation and analysis; and report writing

GE2400107 การพัฒนาและประเมินโครงการ 3(3-0-6)

Program Development and Evaluation

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -

แนวคิดและทฤษฎีการพัฒนา การวางแผน การกำหนดวัตถุประสงค์ การออกแบบโครงการพัฒนา การสร้างบรรยากาศการมีส่วนร่วมและการเรียนรู้ การบริหารโครงการ

Development concepts and theories; planning; objectives formulation development project design; creation of participatory and learning atmosphere; project administration

GE2400108 การพัฒนาจิตเพื่อคุณภาพชีวิต 3 (2 -2 -5)

Mind Development for Quality of Life

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับจิตของมนุษย์ ศาสตร์ว่าด้วยการพัฒนาสมาธิ สมาธิกับการพัฒนาสมาธิ จิตกับการเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรม การประยุกต์ใช้สมาธิในชีวิตประจำวัน

General knowledge of human; science of mind development; meditation and mind development; mind and inappropriate behavior change; meditation in daily life

กลุ่มวิชาพลศึกษาและนันทนาการ

- GE2500101 พลศึกษา 1(0-2-1)**
Physical Education
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับ วิทยาศาสตร์การกีฬา การทดสอบสมรรถภาพทางกาย ดัชนีมวลกาย รูปแบบของการจัดการแข่งขัน และประเภทของกีฬา การบาดเจ็บจากการเล่นกีฬาและการปฐมพยาบาล 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
- GE2500102 ลีลาศ 1(0-2-1)**
Social Dance
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับลีลาศ กฎ ระเบียบ และมารยาทของลีลาศ รูปแบบของลีลาศ ฝึกทักษะพื้นฐานการลีลาศในจังหวะต่าง ๆ
 General knowledge of social dance; etiquettes of social dance; types of social dance; practice of social dance
- GE2500103 กีฬาประเภททีม 1(0-2-1)**
Team Sports
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกีฬาประเภททีม ฝึกทักษะการเล่นกีฬาประเภททีม การสร้างเสริมสมรรถภาพทางกาย กฎ ระเบียบ กติกาการแข่งขันกีฬาประเภททีม การแข่งขันกีฬาและการจัดการแข่งขันกีฬาประเภททีม การบาดเจ็บจากการเล่นกีฬาและการปฐมพยาบาล
 General knowledge of team sports; training team sports; building physical fitness; rules; regulations and etiquettes of team sports; competition management of team sports; sports injuries and first aid
- GE2500104 กีฬาประเภทบุคคล 1(0-2-1)**
Individual Sports
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกีฬาประเภทบุคคล ฝึกทักษะการเล่นกีฬาประเภทบุคคล การสร้างเสริมสมรรถภาพทางกาย กฎ ระเบียบ กติกาการแข่งขันกีฬาประเภทบุคคล การแข่งขันกีฬาและการจัดการแข่งขันกีฬาประเภทบุคคล การบาดเจ็บจากการเล่นกีฬาและการปฐมพยาบาล

- GE2600103 คณิตศาสตร์ในชีวิตประจำวัน 3(3-0-6)**
Mathematics in Daily Life
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับมาตราชั่ง ตวง วัด อัตราส่วน สัดส่วน ร้อยละและการประยุกต์
 พื้นที่และปริมาตร ดอกเบี้ยและเงินผ่อนชำระ ภาษีมูลค่าเพิ่มและภาษีเงินได้ เลขดัชนี ตรรกศาสตร์
 เบื้องต้นและการให้เหตุผล และความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสถิติ
 Introduction to weights and measurement; ratio, proportion, percentage and
 applications; area and volume; interest and installment payment; value added tax and
 income tax; index; introduction to logic and reasoning; introduction to statistics
- กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์**
- GE2700101 วิทยาศาสตร์ในชีวิตประจำวัน 3(3-0-6)**
Science in Daily Life
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี วิทยาศาสตร์กับปรากฏการณ์
 ธรรมชาติ พลังงาน ไฟฟ้าและการสื่อสารโทรคมนาคม รังสีและกัมมันตภาพรังสี สารเคมีใน
 ชีวิตประจำวัน วิวัฒนาการและพันธุกรรมของมนุษย์
 Introduction to science and technology; science and natural phenomenon;
 energy; electricity and telecommunication; radiation and radioactivity; chemical
 substances in everyday life; evolution and human genome
- GE2700102 สิ่งแวดล้อมและการจัดการทรัพยากร 3(3-0-6)**
Environment and Resource Management
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 ความรู้พื้นฐานทางสิ่งแวดล้อมและการจัดการทรัพยากร หลักนิเวศวิทยาและสมดุล
 ธรรมชาติ ทรัพยากรธรรมชาติและ การอนุรักษ์ มลพิษสิ่งแวดล้อม การประเมินผลกระทบ
 สิ่งแวดล้อมและการจัดการสิ่งแวดล้อม
 Basic knowledge of environment and resource management; ecological
 principles and natural balance; natural resources and conservation; environmental
 pollution; environmental impact assessment and environment management

กลุ่มวิชาบูรณาการด้านสังคมศาสตร์

- GE2810101 โลกในศตวรรษที่ 21** **2(2-0-4)**
World in 21st Century
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 โลกาภิวัตน์และความทันสมัย เศรษฐกิจและการเมืองในสังคมโลก วิกฤตการพัฒนา
 ความเป็นพลเมืองโลก สังคมสร้างสรรค์ การพัฒนาที่ยั่งยืน สังคมแห่งการเรียนรู้และทักษะแห่งศตวรรษ
 ที่ 21
 Globalization and modernity; world economics and political; crises in
 development; global citizenship; creative society, sustainable development; learning
 society and 21st century skills
- GE2810102 การพัฒนาตนเองเพื่ออาชีพ** **2(2-0-4)**
Self Development for Careers
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 หลักและพื้นฐานการพัฒนาตนเองเพื่อการเป็นบัณฑิตนักปฏิบัติ ทักษะและคุณลักษณะ
 ที่จำเป็นสำหรับการทำงาน ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง บุคลิกภาพ การทำงานเป็นทีม การเป็น
 ผู้ประกอบการและความคิดสร้างสรรค์สำหรับการเข้าสู่อาชีพ
 Principles and foundations in self-development to be hands-on
 graduates; necessary skills and characteristics to work; transformational leadership;
 personality; teamwork; entrepreneurship and creative thinking to careers
- GE2810103 ชีวิตและการคิดเชิงบวก** **2(2-0-4)**
Life and Positive Thinking
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 การพัฒนาทักษะชีวิต การเรียนรู้เพื่อการเปลี่ยนแปลงตนเอง การคิดเชิงบวก การ
 ไคร์ครวญด้วยวิจารณญาณ การพัฒนาสติ การเรียนรู้ตลอดชีวิต ชีวิตและการแก้ปัญหา
 Life skill development; transformative learning; positive thinking; critical
 reflection; consciousness development; life-long learning; life and problem solving

GE2810104 การออกกำลังกายและกีฬาเพื่อสุขภาพ 2(2-0-4)

Exercise and Sports for Health

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -

หลักการของวิทยาศาสตร์การกีฬาและการออกกำลังกาย ความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมทางกาย การเสริมสร้างสมรรถภาพทางกายที่เกี่ยวกับสุขภาพ การทดสอบสมรรถภาพทางกายด้วยตนเอง การบริโภคอาหาร การควบคุมน้ำหนัก การพักผ่อนด้วยกิจกรรมนันทนาการ การประยุกต์วิทยาศาสตร์การกีฬากับ การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ

The principles of sports science and fitness; knowledge of physical activities; enhancing physical fitness for health; self-physical fitness tests; food consumption; weight control; leisure and recreation activities; the application of sports science and exercise for health

GE2810105 กิจกรรมเพื่อสุขภาพ 2(2-0-4)

Activities for Health

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -

ความหมายและความสำคัญของสุขภาพและสุขปฏิบัติ การดูแลตนเองให้มีสุขปฏิบัติที่ดี กิจกรรมเพื่อสร้างเสริมสุขภาพ อาหารและโภชนาการ การส่งเสริมสุขภาพจิต

The meaning and importance of health and health care practitioners; self-care for good health practitioners; activities for enhancing good health; food and nutrition; the promotion of mental health

กลุ่มวิชาบูรณาการด้านวิทยาศาสตร์

GE2820101 ปกิณกคณิตศาสตร์ 2(2-0-4)

Miscellaneous Mathematics

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -

เทคนิคและแนวคิดทางคณิตศาสตร์ คณิตคิดเร็ว คณิตศิลป์ คณิตพยากรณ์ คณิตกับการลงทุน คณิตกับสุขภาพ

Technique and mathematical concepts; mathematical tricks; mathematical art; mathematics for forecasting; mathematics and investment; mathematics and health

- GE2820102 วิทยาศาสตร์กับการดำรงชีวิต 2(2-0-4)
Science for Living
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 อาหาร ยา สมุนไพรและเครื่องสำอาง ไฟฟ้าและความปลอดภัย เทคโนโลยี สุขภาพ
 และความงาม
 Foods; drugs herbs and cosmetics; electricity and safety; technologies;
 health and beauty
- GE2820103 วัสดุและการประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน 2(2-0-4)
Material and Application in Daily Life
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวัสดุ วัสดุงานบรรจุภัณฑ์อาหาร วัสดุยานยนต์ วัสดุทาง
 การแพทย์ วัสดุสำหรับเครื่องนุ่งห่ม วัสดุในงานก่อสร้าง วัสดุสำหรับเครื่องใช้ไฟฟ้า
 Fundamental of materials; food packaging materials; automotive
 materials; medical materials; materials for clothing; construction materials; material for
 electric appliance

กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ 34 หน่วยกิต

BA2001101 การบัญชีสำหรับผู้มิใช่นักบัญชี

3(2-2-5)

Accounting for Non-Accountants

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -

สภาพทั่วไปทางการบัญชี ความรู้พื้นฐานทางการบัญชี กระบวนการจัดทำบัญชีของธุรกิจบริการ ธุรกิจพาณิชย์กรรม ธุรกิจอุตสาหกรรม การวิเคราะห์รายงานทางการเงิน การประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศทางการบัญชี

General environment for accounting; Basic knowledge for accounting; pre-prepare with accounting processes for service firms, commercial business, Manufacturing firms; financial reporting analysis; apply in accounting information system

BA2021101 หลักการตลาด

3(3-0-6)

Principles of Marketing

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -

บทบาทและความสำคัญของการตลาดและหน้าที่ทางการตลาด การแบ่งตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนประสมทางการตลาดและการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ระบบข้อมูลทางการตลาดและการตลาดธุรกิจบริการ การตลาดทางตรงและการตลาดระหว่างประเทศ การประยุกต์เทคโนโลยีสมัยใหม่ในกิจกรรมทางการตลาด จริยธรรมทางการตลาดและกรณีศึกษา

Roles and importance of marketing and marketing function; market segmentation; buying behavior; marketing mix and defining marketing mix strategy; marketing information systems; services marketing; direct marketing; international marketing; application of new technology to marketing activities; ethical and case studies

BA2031101 หลักการจัดการ

3(3-0-6)

Principles of Management

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -

ทฤษฎีและวิวัฒนาการทางการจัดการ สภาพแวดล้อมองค์การ การวางแผน การจัดองค์การ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การชี้้นำ การควบคุม

Theories and development in the management; organizational environment; planning; organizing; human resources management; leading; controlling;

- BA2031202 การภาษีอากร 3(3-0-6)**
Taxation
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 โครงสร้างภาษีอากร หลักเกณฑ์ วิธีการประเมินและการจัดเก็บภาษีอากรตามประมวลรัษฎากร ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ อากรแสตมป์ ภาษีศุลกากร ภาษีสรรพสามิตและภาษีท้องถิ่น
 Tax structure; 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
- BA2031203 กฎหมายธุรกิจ 3(3-0-6)**
Business Law
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 บทเบ็ดเสร็จทั่วไป บุคคล ทรัพย์ นิติกรรม สัญญา ละเมิด ซื้อขาย เช่าทรัพย์ เช่าซื้อ จ้างแรงงาน จ้างทำของ ยืม ค้ำประกัน จำนอง จำนำ ตัวแทน นายหน้า และทรัพย์สินทางปัญญา
 General provision; persons; things; juristic acts; contracts; violation; sales; hire of property; hire purchase; hire of service; hire of work; loans; suretyship; mortgage; agency; brokerage; and intellectual property
- BA2031304 การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ 3(3-0-6)**
Quantitative Analysis for Business
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : GE2600102 สถิติเบื้องต้น
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 การวิเคราะห์โดยวิธีการตัดสินใจเชิงวิทยาศาสตร์ การตัดสินใจภายใต้สภาวะแน่นอนและไม่แน่นอน การควบคุมสินค้าคงคลัง การโปรแกรมเชิงเส้น เทคนิคการควบคุมและประเมินผลโครงการ แบบจำลองแถวคอย และการจำลองสถานการณ์
 Analysis by the scientific decision-making methods; decision-making under certainty and uncertainty; inventory control; linear programming; project management techniques; queuing model; simulation

- BA2031305 ธุรกิจเพื่อสังคม** **3(2-2-5)**
Social Enterprise
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ : -
 รูปแบบ วิธีการดำเนินธุรกิจของกิจการเพื่อสังคม การประยุกต์หลักการบริหารธุรกิจที่นำไปใช้ในกิจการเพื่อสังคม การวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรคโดยเน้นการใช้นวัตกรรม ในการแก้ไขปัญหา เพื่อสร้างความยั่งยืนของกิจการเพื่อสังคม ฝึกวิเคราะห์และเขียนแผนธุรกิจของกิจการเพื่อสังคม รวมถึง การศึกษากรณีศึกษาจากกิจกรรมเพื่อสังคมทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ
 Format, business approach of social enterprise; application of management principles that apply to the social enterprise; diagnosing problems and obstruction by using innovative solutions for establishing a sustainable social enterprise; training analysis and business plan of the social enterprise including cases studies of social enterprise in domestic and foreign
- BA2041101 หลักเศรษฐศาสตร์** **3(3-0-6)**
Principles of Economics
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่: -
 ข้อมูลทางเศรษฐศาสตร์ อุปสงค์ อุปทาน การกำหนดราคา ทฤษฎีการผลิตตลาด แข่งขันสมบูรณ์ ตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ รายได้ประชาชาติ การเงินและการธนาคาร นโยบายการเงิน นโยบายการคลัง เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ การพัฒนาเศรษฐกิจ
 Economics information; demand, supply and pricing; theory of production; perfect competitive market; imperfect competitive market; national income; finance and banking; monetary policy; fiscal policy; international economics; economic development
- BA2041102 การเงินธุรกิจ** **3(3-0-6)**
Business Finance
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่: -
 ข้อมูลทางการเงิน การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน การพยากรณ์และวางแผนทางการเงิน การบริหารเงินทุนหมุนเวียน งบจ่ายลงทุน โครงสร้างทางการเงินและการจัดหาเงินทุน มูลค่าของเงินตามเวลา การเงินระหว่างประเทศ
 Financial information; financial ratio analysis; financial forecasting and planning; working capital management; capital budgeting; financial structure and financing; time value of money; international finance

BA2051101 ระบบสารสนเทศเพื่องานธุรกิจ 3(2-2-5)

Information Systems for Business

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่: -

แนวคิด บทบาทของระบบสารสนเทศในงานธุรกิจ การประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศในงานธุรกิจทั้งในระดับบุคคลและระดับองค์กร ประเภทของการใช้ระบบสารสนเทศในองค์กร เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในปัจจุบัน การใช้งานระบบปฏิบัติการ การใช้งานระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต การประยุกต์ใช้ซอฟต์แวร์ในสำนักงานด้านงานเอกสาร งานนำเสนอ และงานตารางคำนวณ การจัดทำจดหมายเวียน การใช้ซอฟต์แวร์ตารางคำนวณเพื่อวิเคราะห์ยอดขาย

Concepts and roles of information systems; applying information systems for business in personal and organization levels; type of information systems used in organizations; current computer technology; use of current operating systems; use of computer network and internet; applying office software for documentation; presentation and spread sheet; mail merge; sale analysis by spread sheet software

BA2061101 ภาษาอังกฤษเพื่อการโต้ตอบทางธุรกิจ 1 3(3-0-6)

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; application letters, writing resumes and electronic-mails

- BA2001401 การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา** **1(0-2-1)**
Preparation for Cooperative Education
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่:-
 กระบวนการสหกิจศึกษา การเลือกสถานประกอบการและการสมัครงาน การสัมภาษณ์
 งานอาชีพ การพัฒนาบุคลิกภาพ กฎหมายแรงงานและจรรยาบรรณวิชาชีพ ระบบคุณภาพและความ
 ปลอดภัย การเขียนรายงานและการนำเสนองาน
 Cooperative education process; selecting establishments and job
 applications; job Interviews; personality development; labor law and professional
 ethics; quality system and safety; report writing and presentation delivery
- กลุ่มวิชาชีพบังคับ**
- BA2022201 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา** **3(3-0-6)**
Product and Price Management
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่:-
 แนวคิดผลิตภัณฑ์และราคา การจัดการผลิตภัณฑ์และการพัฒนาตลาดเป้าหมายกล
 ยุทธ์การกำหนดตลาดเป้าหมาย การตัดสินใจเกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์และตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การ
 พัฒนากลยุทธ์วงจรชีวิตและการจัดการผลิตภัณฑ์ใหม่ การจัดการราคาและการบริหารต้นทุน การ
 กำหนดราคาในสถานการณ์ต่างๆและการเลือกใช้กลยุทธ์ด้านราคา
 Product and pricing concept; product management and development
 targeting; strategies in defining target market; decisions about product mix and product
 positioning; development of product life cycle and new product management; pricing
 and cost management; pricing in different situations; choosing pricing strategies
- BA2022202 การขายและการบริหารงานขาย** **3(2-2-5)**
Selling and Sales Management
 รายวิชาที่เรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่:-
 ทฤษฎีการขาย หลักการขาย เทคนิคการขาย การขายอย่างมืออาชีพ การวางแผน
 การขาย เทคนิคการฝึกปฏิบัติขาย กลยุทธ์ในการขายและการบริหารงานขาย สิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพล
 ต่อกระบวนการซื้อและกระบวนการขายในแผนการขาย 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

BA2022203 การจัดการการค้าปลีก**3(2-2-5)****Retailing Management**

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่:-

การดำเนินงานการค้าปลีกและส่วนประสมการค้าปลีก กลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขันในธุรกิจการค้าปลีก การควบคุมและวางแผนคลังสินค้า นโยบายสินค้าและโลจิสติกส์สำหรับการค้าปลีก การจัดการเทคโนโลยีในธุรกิจการค้าปลีก ปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการร้านค้าปลีก การฝึกปฏิบัติทำแผนธุรกิจค้าปลีกและกรณีศึกษา

Retail business operation and retailing marketing mix; marketing strategies for retailing competition; inventory controlling and planning; merchandising policies and logistics for retail business; technological management for retail businesses; problems of retailing management; practicing in retail business plan and case studies

BA2022204 การวิเคราะห์และการเข้าถึงผู้บริโภค**3(2-2-5)****Consumer Analysis and Consumer Insight**

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่:-

แนวคิดเกี่ยวกับผู้บริโภคและพฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์ปัจจัยภายในของผู้บริโภค การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกของผู้บริโภค กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค การวิจัยผู้บริโภค เพื่อเข้าถึงผู้บริโภค กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเข้าถึงผู้บริโภค การแก้ปัญหาด้วยการใช้กรณีศึกษาทางการตลาด

The concepts of consumer behavior; Internal factors analysis; external factors analysis; consumer buying decision process; consumer analysis for consumer insight; marketing strategies for consumer insight; solving the marketing problems by case studies

BA2022305 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ**3(3-0-6)****Integrated Marketing Communications**

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่:-

หลักการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การจัดองค์การสำหรับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด การวางแผนการสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมสำหรับการตัดสินใจเข้าสู่ตลาดใหม่ สิ่งแวดล้อมของการสื่อสารการตลาด เครื่องมือการสื่อสารการตลาด สื่อต่าง ๆ ที่ใช้สำหรับการสื่อสารการตลาด การวัดและประเมินผลการสื่อสารการตลาด การวางแผนการรณรงค์สื่อสารการตลาด จริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาด 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; related ethics of IMC and related case studies

BA2022306 การตลาดระหว่างประเทศ 3(3-0-6)

International Marketing

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่:-

โลกทัศน์การตลาดระหว่างประเทศ สภาพแวดล้อมการตลาดระหว่างประเทศ โอกาสทางการตลาด กลยุทธ์ในการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ การตัดสินใจเลือกตลาดเป้าหมาย ระหว่างประเทศ การพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดระหว่างประเทศ รวมถึงศึกษากฎศีกษาที่เกี่ยวข้อง

Perspective on international marketing; international market environment; market opportunities; decision on target market selection; international market entry modes; developing international marketing mix strategies and case studies

BA2022307 การตลาดดิจิทัล 3(2-2-5)

Digital Marketing

รายวิชาที่ต้องเรียนก่อน: -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่:-

การส่งเสริมการตลาดและสื่อสารตราสินค้า การใช้นวัตกรรมเครื่องมือสื่อสารดิจิทัลเป็นช่องทางในการเข้าถึงผู้บริโภค เครื่องมือสื่อดิจิทัล โทรศัพท์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต สื่อเคลื่อนที่ สื่อสังคมออนไลน์ และรูปแบบสื่อดิจิทัลอื่นๆ เทคนิควิธีการใช้สื่อดิจิทัลเป็นเครื่องมือสื่อสารการตลาด และการฝึกปฏิบัติงานใช้สื่อดิจิทัลให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

Promotion and brand communication, using forms of digital advertising channels to reach consumers; 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

BA2022308 โลจิสติกส์และการจัดการการจัดจำหน่าย 3(3-0-6)

Logistics and Distribution Management

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่:-

หลักการของโลจิสติกส์และการจัดจำหน่าย ผลกระทบของการจัดจำหน่ายและโลจิสติกส์ต่อธุรกิจ การควบคุมและการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ ห่วงโซ่อุปทานและการวางแผนการจัดจำหน่าย

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจการควบคุมและการประเมินผลกระบวนการโลจิสติกส์และกรณีศึกษา

Logistics and distribution concepts; impact of distribution and logistics on business; materials handling and warehousing; distribution planning; supply chain management; control and evaluation of the logistics process case studies

BA2022309 การจัดการตราสินค้า 3 (2-2-5)

Brand Management

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่:-

องค์ประกอบของตราสินค้า กระบวนการสร้างตราสินค้า เอกลักษณ์ตราสินค้า การสร้างคุณค่าตราสินค้า การกำหนดกลยุทธ์และการวางแผนตราสินค้า การวัดมูลค่าของคุณค่าตราสินค้า กรณีศึกษาเกี่ยวกับการสร้างตราสินค้าและการจัดการตราสินค้า

Components of brand; process of brand building, brand identity; creating brand equity; brand planning and brand strategies; measurement of brand equity; case studies for brand building and brand management

BA2022310 การตลาดกิจกรรม 3(2-2-5)

Event Marketing

รายวิชาที่ต้องเรียนก่อน : -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่:-

แนวคิดการจัดการตลาดกิจกรรม การกำหนดกลยุทธ์และยุทธวิธีของการตลาดกิจกรรม การวางแผนการดำเนินงานรณรงค์กิจกรรมทางการตลาด การจัดการกิจกรรมเกี่ยวกับองค์กร การกำหนดเครื่องมือที่ใช้ในตลาดกิจกรรม การตลาดกิจกรรมในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต

Event marketing concept; strategies and tactics of event marketing; planning for event marketing campaign; organizing corporate events; setting marketing tools for events marketing; current and future trends of event marketing

BA2022411 การวิจัยการตลาด 3(2-2-5)

Marketing Research

รายวิชาที่เรียนมาก่อน : GE2600102 สถิติเบื้องต้น

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่:-

การจัดการวิจัยทางการตลาดและการตัดสินใจทางธุรกิจ กระบวนการวิจัยตลาดและการกำหนดขอเสนอโครงการวิจัย การบริหารโครงการวิจัยและเทคนิคการวิจัย วิธีการสุ่มตัวอย่างและการออกแบบเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล การประมวลผลทางสถิติโดยโปรแกรมสำเร็จรูป การแปลความหมายของข้อมูลและการเขียนรายงานการวิจัย

Marketing research management and business decisions; marketing research process; research proposal; research management and techniques; sampling and designing tools; data collection; analyzing by using statistics software; interpreting

data and research report writing

BA2022412 กลยุทธ์และการวางแผนการตลาด 3(2-2-5)

Marketing Strategies and Planning

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่:-

กระบวนการวางแผนกลยุทธ์การตลาด สภาพแวดล้อมเพื่อความสะดวกในการแข่งขันการตลาด กลยุทธ์สำหรับการแข่งขันทางการตลาด ตลาดเป้าหมาย กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด การประเมินและควบคุมตามแผนการตลาดที่กำหนดไว้ กลยุทธ์การตลาดยุคใหม่ในปัจจุบัน ภายใต้จริยธรรมทางการตลาด รวมถึงกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง

Strategic marketing planning process; environment for competitive advantage; marketing competition strategy; market targeting; marketing mix strategies; marketing implementation controllability, modern marketing strategies on marketing ethics and case studies

BA2022413 สัมมนาปัญหาการตลาด 3(2-2-5)

Seminar in Marketing Problems

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: BA2021101 หลักการตลาด

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่:-

อภิปรายเกี่ยวสถานการณ์ทางการตลาดกับปัญหาต่างๆ ด้านการตลาดการวิเคราะห์สถานการณ์และวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจอย่างมีระบบ การเสริมสร้างความคิดริเริ่มในการแสดงความคิดเห็นที่มีระเบียบหลักเกณฑ์ การนำเทคนิคต่างๆ ในการสัมมนาทางการตลาดมาใช้เพื่อให้ให้นักศึกษาได้ประสบการณ์เสมือนหนึ่งการดำเนินงานธุรกิจจริง

Debate of marketing situation and problems; analysis of environment and information for systematic decision making; systematic analysis to support students creative thinking marketing techniques to discuss; solve problems like doing a real business in the real marketplace

กลุ่มวิชาชีพเลือก

BA2020401 สหกิจศึกษาทางการตลาด 6(0-40-0)

Cooperative Education for Marketing

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: BA2001401 การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่:-

ปฏิบัติงานจริงด้านการตลาดเสมือนพนักงานของหน่วยงานตามลักษณะงานในตำแหน่งงานที่ได้รับการคัดเลือกเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 16 สัปดาห์ จัดทำรายงานการปฏิบัติงานหรือรายงานการทำโครงการภายใต้การดูแลของพนักงานพี่เลี้ยงและอาจารย์นิเทศ

Practice working in marketing as an actual employee according to the position being appointed for not less than 16 weeks; accomplishing the work report or project report under the supervision of the supervisor and teacher

BA2020402 การฝึกงานทางการตลาด 3(0-40-0)

Work practice in Marketing

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: BA2001401 การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่:-

การฝึกงานในองค์กรต่าง ๆ หรือสถานประกอบการในลักษณะงานที่เกี่ยวข้องกับสาขาวิชา โดยมีจำนวนระยะเวลาไม่น้อยกว่า 8 สัปดาห์ และนักศึกษาต้องจัดทำรายงานสรุปผลการฝึกงานเมื่อสิ้นสุดการฝึกงาน

Apprenticeship in organizations or companies related to marketing for not less than eight weeks with students' summary report after training

กลุ่มวิชาการบริหารการตลาด

BA2023301 การบรรจุภัณฑ์ 3(3-0-6)

Packaging

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่:-

แนวความคิดและหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ ส่วนประกอบต่างๆ ของบรรจุภัณฑ์ ความสัมพันธ์ของบรรจุภัณฑ์ต่อกิจกรรมทางการตลาด ชนิดและประเภทของบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์สำหรับการตลาดและการส่งออก วัสดุที่ใช้ในการทำบรรจุภัณฑ์ การออกแบบและการผลิตบรรจุภัณฑ์ 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

BA2023302 การจัดการการจัดซื้อ 3(3-0-6)

Purchasing Management

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่:-

หลักการบริหารงานเกี่ยวกับการจัดซื้อ ระบบการจัดซื้อ การดำเนินการจัดซื้อ การควบคุมการสั่งซื้อและการบริหารสินค้าคงเหลือ การรายงานและการประเมินผลการจัดซื้อ การจัดซื้อการจัดจ้างของระบบราชการ กรณีศึกษา

Principles of purchasing management; purchasing system; purchasing execution; purchasing control and inventory management; purchasing evaluation and reporting; purchasing and outsourcing for bureaucracy; case studies

- BA2023303 การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 3(3-0-6)**
Social and Environmental Marketing
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่:-
 แนวความคิดทางการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การปรับส่วนประสมทางการตลาดกับการตื่นตัวของผู้บริโภคที่มีต่อสิ่งแวดล้อม ปัญหามลพิษของสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากกิจกรรมทางธุรกิจ การออกแบบเครื่องมือทางการตลาดเพื่อแก้ไขปัญหา แนวทางการแก้ไขและกรณีศึกษา
 Social and environmental marketing concept; marketing mix adjustment related to consumer environment; environment pollution problems from business activities; design marketing tools to solve the problems; solutions and case studies
- BA2023304 การศึกษาความเป็นไปได้เพื่อโครงการการตลาด 3(2-2-5)**
Feasibility Study in Marketing Project
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่:-
 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน และภายนอกองค์กรที่มีผลต่อความเป็นไปได้ของโครงการในระดับจุลภาคและมหภาค การริเริ่มโครงการ การวางแผน การหาแหล่งเงินทุน จัดทำและปฏิบัติตามแผนของโครงการ การประยุกต์เครื่องมือทางการเงินในการศึกษาความเป็นไปได้เพื่อโครงการการตลาด การประเมินโครงการตลาด
 Analyzing the relationship between internal and external factors in terms of micro and macro levels; project initiation, planning, finding financial resources, applying of financial tools, implementation, and evaluation of marketing project
- BA2023305 การจัดการการตลาด 3(3-0-6)**
Marketing Management
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่:-
 แนวความคิดการจัดการการตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง การวางแผนทางการตลาด การจัดการกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด การใช้เทคโนโลยีเพื่อการจัดการการตลาด การปฏิบัติงานทางการตลาดและการควบคุมทางการตลาด การแก้ปัญหาด้วยการใช้กรณีศึกษาทางการตลาด
 Marketing management concepts; marketing environment analysis; competitive analysis; marketing planning and developing marketing mix strategies; using technology for marketing management; marketing implementation and controlling; solving the marketing problems by case studies

BA2023306 ระบบสารสนเทศทางการตลาด**3(2-2-5)****Marketing Information Systems**

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่:-

ข้อมูลการตลาด หน้าที่ของระบบสารสนเทศทางการตลาด กระบวนการพัฒนาระบบสารสนเทศทางการตลาด เทคโนโลยีสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระบบสารสนเทศทางการตลาด การพัฒนาสารสนเทศ โปรแกรมการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า การวิเคราะห์และนำข้อมูลการตลาดไปใช้ในการตัดสินใจและกรณีศึกษา

Marketing information functions and marketing information system concepts; development process of marketing information system; using information technology for developing marketing information system; developing information customer relationship management programe ; analyzing and using marketing for decision making and case studies

BA2023307 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์**3(3-0-6)****Customer Relationship Management**

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่:-

แนวคิดของการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ต่อลูกค้า และการสร้างความภักดี การวิเคราะห์ผลกำไรจากลูกค้าและการจัดสรรทรัพยากรเพื่อการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ การประยุกต์การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ในสถานการณ์จริง จริยธรรมที่เกี่ยวกับลูกค้าสัมพันธ์ และกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง

Concept of customer relationship management; customer relationship strategies and loyalty creation; customer profitability analysis and organising resources for customer relationship management; adaptability of customer relationship management into practical situation; ethics of customer relationship management and case studies

BA2023308 การตลาดภูมิภาคอาเซียน**3(3-0-6)****ASEAN Community Marketing**

รายวิชาที่เรียนมาก่อน : -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่:-

การพัฒนาอย่างยั่งยืนของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ความเป็นมาของอาเซียน กลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน ภาพรวมประชาคมอาเซียน โอกาสและผลกระทบการค้าการลงทุน การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ การเปิดอาเซียนและผลกระทบทางเศรษฐกิจ กลยุทธ์การแข่งขันสู่ AEC

Sustainable development for AEC, ASEAN member countries, ASEAN community overview, opportunities & impacts on trade and investment, economics union, ASEAN economic liberation and its impacts, AEC competitive strategies

กลุ่มวิชาการสื่อสารการตลาด

BA2024301 การคิดทางการตลาดเชิงสร้างสรรค์ 3(2-2-5)

Critical Creative Thinking in Marketing

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่:-

การพัฒนาทักษะการคิดสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ การวิเคราะห์อย่างเป็นระบบในเชิงการตลาด การพัฒนาการคิดสร้างสรรค์สำหรับงานโฆษณาและงานสื่อสารการตลาด การศึกษาการเปลี่ยนแปลงการตลาด 1.0 ถึง การตลาด 4.0 การบูรณาการระบบความคิดสร้างสรรค์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับงานทางด้านการตลาดอย่างเป็นรูปธรรมและปฏิบัติได้

Development for systematic creative thinking; systematic analysis in marketing; creativity development for advertising and marketing communication; study the change in marketing era from marketing 1.0 to marketing 4.0; integration of creative marketing ideas in a practical way

BA2024302 เทคนิคการนำเสนอทางการตลาด 3(2-2-5)

Presentation Techniques in Marketing

รายวิชาที่ต้องเรียนก่อน : -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่:-

หลักการและแนวคิดของการนำเสนอ ขั้นตอนในการนำเสนอและเทคนิคการสื่อสารเพื่อการนำเสนอ ประเภทของสื่อและประสิทธิภาพของสื่อต่อการรับรู้ เทคนิคการใช้อุปกรณ์ในการนำเสนอและการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการนำเสนอ การเตรียมตัวผู้นำเสนอและวิธีการนำเสนอ การประเมินผลการนำเสนอทางด้านการตลาด

Presentation principles and concepts; presentation process communication techniques for presentation; types of media and media performance; equipment techniques for presentation and target group analysis; using software for presentation; preparation for presentation; evaluating of presentation

BA2024303 การรณรงค์การตลาดสื่อสังคมออนไลน์ 3(2-2-5)

Social Media Marketing Campaign

รายวิชาที่ต้องเรียนก่อน : -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่:-

พื้นฐานความเป็นมาของเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ การสร้างมูลค่าทางการตลาดด้วยสื่อสังคมออนไลน์ การพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ การคิดและออกแบบสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการรณรงค์ทางการตลาด การประยุกต์และการบูรณาการสื่อสังคมออนไลน์เพื่องานทางการตลาด

Basic history of social media; value-added marketing creation by social media; development of creative social media; thinking concept and design of social media for marketing campaign; apply and integrate social media for marketing

- BA2024304 การสื่อสารองค์กร 3(3-0-6)**
Corporate Communication
 รายวิชาที่ต้องเรียนก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่:-
 หลักและวิธีการสื่อสารองค์กร การเผชิญปัญหาและการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร บทบาทของนักประชาสัมพันธ์ การวางแผนรณรงค์สื่อสารองค์กรและการปฏิบัติตามแผน การประเมินผลและการทบทวนแผนงานการสื่อสารองค์กรและกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง
 Principles and techniques of corporate communication; contemporary issues and corporate communication internally and externally; roles of public relations; corporate communication plan and implementing plan; evaluating of corporate communication plan and case studies
- BA2024305 การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจทางการตลาด 3(3-0-6)**
Persuasive Communication in Marketing
 รายวิชาที่ต้องเรียนก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่:-
 การสื่อสารทางการตลาด จิตวิทยา สังคมวิทยา พฤติกรรมมนุษย์ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิด การวิเคราะห์ผู้บริโภคเพื่อการโน้มน้าวใจ การกำหนดเครื่องมือสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ
 Marketing communication; psychology human behavior and sociology; impact factors of customer's senses; customer analysis for persuasive communication; selection of marketing communication tools persuasive communication
- BA2024306 กลยุทธ์การเลือกสื่อแบบบูรณาการ 3(3-0-6)**
Integrated Media Using Strategies
 รายวิชาที่ต้องเรียนก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่:-
 ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับองค์กรธุรกิจและมวลชน ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับสาธารณชน ปฏิสัมพันธ์ระหว่างสื่อโฆษณาและการออกแบบสื่อ การซื้อสื่อและการเลือกใช้เครื่องมือส่งเสริมการขาย กลยุทธ์การเลือกสื่อแบบบูรณาการและการวางแผนสื่อ การกำหนดกลยุทธ์สื่อสารการตลาดให้สอดคล้องกับตลาดเป้าหมาย
 Relationships between media and business enterprises and public; relationship between corporation and public; interaction between corporation and public ;interaction between advertising media and media design; buying media; selecting sale promotion tools; selecting integrated media strategies; media planning; selecting marketing communication strategies that suitable with target marketing

BA2024307 การตลาดทางตรง 3(2-2-5)

Direct Marketing

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่:-

ลักษณะของการตลาดทางตรง พฤติกรรมของผู้บริโภค การวางแผนกลยุทธ์การตลาดทางตรง การกำหนดภาพลักษณ์ การพัฒนาและจัดการขายแบบไม่ต้องอาศัยหน้าร้าน การเสริมบุคลิกของการนำเสนอในรูปแบบการตลาดทางตรง การขายผ่านสื่อทางอินเทอร์เน็ต อีเมล และโซเชียลมีเดีย และการขายตรงแบบหลายชั้น

characteristics of direct marketing, consumer behavior; direct marketing strategy planning; image setting; development and operating in non-store retailing; promoting individual characteristics of the presentation; direct selling via internet, email and social media; multi-level marketing (MLM)

BA2024308 เทคนิคการผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารการตลาด 3(2-2-5)

Production Techniques for Marketing Communication Media

รายวิชาที่ต้องเรียนก่อน: -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่:-

การวางรูปแบบเพื่อการสื่อสารการตลาด ประเภทของสื่อและต้นทุนของสื่อ การวางแผนและการผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารการตลาด เทคนิคการผลิตสื่อในรูปแบบต่างๆ กรณีศึกษาเพื่อนำเสนอแนวคิดสร้างสรรค์

Model of communication media; types and cost for media; planning and producing process of communication media; production techniques in various medias for marketing communication; case studies for creative concept thinking

กลุ่มวิชาบริหารธุรกิจค้าปลีก

BA2025301 การบริหารสินค้าในธุรกิจค้าปลีก 3(3-0-6)

Retail Management

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่:-

การจัดหาผลิตภัณฑ์ในธุรกิจค้าปลีก กิจกรรมในการจัดซื้อและขั้นตอนการจัดซื้อ กลยุทธ์และวิธีดำเนินงานสำหรับผู้จัดซื้อ การวางแผนสินค้า การวิเคราะห์กำไรและการบริหารสินค้าคงคลัง ความสัมพันธ์ในระบบการไหลเวียนสินค้า

Product sourcing in retail businesses; purchasing activities and purchasing procedures; strategies for the purchaser operations; product planning; profit analyzing and inventory management; relationship of inventory flow system

- BA2025302 การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจค้าปลีก** **3(3-0-6)**
Human Resource Management in Retailing
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่:-
 หลักการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจค้าปลีกเพื่อการแข่งขัน การออกแบบหน้าที่งาน การออกแบบหน้าที่งานและการกำหนดบุคลากร การบริหารค่าตอบแทน คัดเลือกและฝึกอบรม การสื่อสารภายในองค์กรและการจัดการความขัดแย้ง การตรวจสอบและประเมินผลการทำงาน
 Principles of human resource management in retail business for competitive advantage; designing job description and determining employees; compensation management structure; employment selection and training; internal organizations communication and conflicts management; checking and evaluating employee performance
- BA2025303 การตลาดบริการ** **3(3-0-6)**
Service Marketing
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : -
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่:-
 ลักษณะของการตลาดบริการและการเข้าถึงพฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนผสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริการ กลยุทธ์การตลาดบริการ การสร้างความภักดีในตลาดบริการ การสร้างสรรค์งานบริการ กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง
 Characteristics of service marketing and consumer insight; marketing mix for service marketing; strategies for service marketing; loyalty building for service marketing; service creativity; case studies
- BA2025304 การส่งเสริมการตลาดในรูปธุรกิจค้าปลีก** **3(3-0-6)**
Retail Promotion
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน :-
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่ :-
 ลักษณะของการส่งเสริมการตลาดในธุรกิจค้าปลีก วิธีการส่งเสริมการตลาดผ่านด้านโฆษณา การใช้พนักงานขายในธุรกิจค้าปลีก การตลาดทางตรงในธุรกิจค้าปลีก เครื่องมือการส่งเสริมการตลาดสมัยใหม่และกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง
 Characteristics of promotion in retail business; promotion through advertising; personal selling in retail business; direct marketing in retail business; promotional tools in modern market and case studies

BA2025308 การจัดแสดงสินค้าและการตกแต่งร้าน

3(2-2-5)

Visual Merchandising

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: -

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่:-

หลักการและเทคนิคการออกแบบการจัดแสดงสินค้าและการตกแต่งร้าน เทคนิคการจัดแสดงสินค้านอกสถานที่ องค์ประกอบศิลป์ในการจัดแสดงสินค้าและตกแต่งร้าน การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้ การจัดแสดงสินค้าและตกแต่งร้านเพื่อสร้างภาพพจน์ของร้าน

Principles and designing techniques for visual merchandising and store display; techniques for offsite merchandising display; art composition for visual merchandising and store decoration; application of modern technology; visual merchandising and decoration and store image

3.2 ชื่อ สกุล เลขประจำตัวประชาชน ตำแหน่งและคุณวุฒิการศึกษาของอาจารย์

3.2.1 อาจารย์ประจำหลักสูตร

ลำดับที่	ชื่อ-นามสกุล เลขประจำตัว ประชาชน	ตำแหน่ง วิชาการ	คุณวุฒิ	สาขาวิชา/ วิชาเอก	จากสถาบัน การศึกษา พ.ศ.	ภาระการสอนต่อสัปดาห์ แต่ละปี การศึกษา			
						2560	2561	2562	2563
1	นางอารยา บุรณะกุล xxxxxxxxxxxx	ผศ.	บธ.ม. บธ.บ.	การตลาด การจัดการทั่วไป	มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2545 มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมาราช, 2534	12	12	12	12
2	นายไพโรจน์ ทิพมาตร์ xxxxxxxxxxxx	ผศ.	M.B.A. บธ.บ. บธ.บ.	Marketing การโฆษณาและ การประชาสัมพันธ์ ธุรกิจศึกษา- การตลาด	Southern New Hempshire University,U.S.A, 1999 มหาวิทยาลัย รามคำแหง, 2536 สถาบันเทคโนโลยี ราชมงคล, 2527	12	12	12	12
3	นางขวัญฤทัย วงศ์กำแหงหาญ xxxxxxxxxxxx	ผศ.	บธ.ม. บธ.บ.	การตลาด การตลาด	มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2546 มหาวิทยาลัยพายัพ, 2534	12	12	12	12
4	นายณัฐพัชร์ วรพงศ์พัชร์ xxxxxxxxxxxx	อาจารย์	บธ.ด. บธ.ม. บธ.บ.	การจัดการ การตลาด บริหารธุรกิจ การจัดการ อุตสาหกรรม	มหาวิทยาลัยภาค ตะวันออกเฉีง เหนือ, 2554 มหาวิทยาลัย ขอนแก่น, 2544 มหาวิทยาลัย ศรีปทุม, 2541	12	12	12	12
5	นางสาววิรัชพัชร อสัมภินพงศ์ xxxxxxxxxxxx	อาจารย์	M.Sc. B.B.A.	Marketing Marketing	University of East Anglia Norwich, UK, 2001 Central Queensland University Melbourne, Australia, 1999	12	12	12	12

3.2.2 อาจารย์ประจำ

ลำดับที่	ชื่อ-นามสกุล เลขประจำตัว ประชาชน	ตำแหน่ง วิชาการ	คุณวุฒิ	สาขาวิชา/วิชาเอก	จากสถาบัน การศึกษา พ.ศ.	ภาระการสอนต่อสัปดาห์ แต่ละปี การศึกษา			
						2560	2561	2562	2563
1	นางสาวศิริกุล บุญญาติ xxxxxxxxxxx	ผศ.	บธ.ม. บธ.บ.	การตลาด การตลาด	มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์, 2537 สถาบันเทคโนโลยี ราชมงคล, 2529	12	12	12	12
2	นางศศพร มุ่งวิชา xxxxxxxxxxx	ผศ.	M.B.A. วท.บ.	Business Administration การตลาด	State University of New York, USA., 1987 มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์, 2527	12	12	12	12
3	นางมันทนา รังษีกุล xxxxxxxxxxx	อาจารย์	บธ.ม. บธ.บ.	การตลาด การเงิน	มหาวิทยาลัย ศรีปทุม, 2541 มหาวิทยาลัย ธุรกิจบัณฑิต, 2538	12	12	12	12
4	นางผุสดี วัฒนเมธา xxxxxxxxxxx	อาจารย์	บธ.ม. ศศ.บ.	การตลาด ภาษาอังกฤษ	มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2546 มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2539	12	12	12	12
5	นางชมพูนุท โภคิตตานนท์ xxxxxxxxxxx	อาจารย์	บธ.ม. บธ.บ.	การตลาด การตลาด	มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2543 มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2540	12	12	12	12
6	นางสาวณัฐชา ธำรงโชติ xxxxxxxxxxx	อาจารย์	บธ.ด. ศศ.ม. บธ.บ.	การตลาด การบริหารองค์การ การตลาด-การ โฆษณา	มหาวิทยาลัยอีสเทิร์น เอเชีย, 2553 มหาวิทยาลัยเกริก, 2545 สถาบันเทคโนโลยี ราชมงคล วิทยาเขต พณิชยการพระนคร, 2542	12	12	12	12
7	นายธนากร รัชตกุลพัฒน์ xxxxxxxxxxx	อาจารย์	D.B.A. M.B.A. B.B.A	Business Administration Business Administration International Business International Business	Southern Cross University (Gold Coast, Australia), 2006 Auckland Institute of studies (Auckland, New Zealand), 2000 Auckland Institute of studies (Auckland, New Zealand), 1998	12	12	12	12

3.2.3 อาจารย์พิเศษ

ลำดับที่	ชื่อ-นามสกุล เลขประจำตัว ประชาชน	ตำแหน่ง วิชาการ	คุณวุฒิ	สาขาวิชา/ วิชาเอก	จากสถาบัน การศึกษา พ.ศ.	ภาระการสอนต่อสัปดาห์ แต่ละปี การศึกษา			
						2560	2561	2562	2563
1	นายธนดิษฐ์ ไพโรทกุล xxxxxxxxxxxx	-	นศ.ม. บธ.บ.	นิเทศศาสตร์ การตลาด- โฆษณา	มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมาธิราช, 2549 วิทยาลัยเทคโนโลยี และอาชีวศึกษา, 2520	4	4	4	4
2	นายยุทธพล อุลิศ xxxxxxxxxxxx	-	นศ.บ	นิเทศศาสตร์	จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, 2532	4	4	4	4
3	นายฉัตรเมือง เผ่ามานะเจริญ xxxxxxxxxxxx	อาจารย์	M.B.A บธ.บ. บธ.บ.	Information Systems การจัดการทั่วไป การตลาด	Victoria University, Australia, 2002 มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมาธิราช, 2543 มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2541	4	4	4	4

4. องค์ประกอบเกี่ยวกับประสบการณ์ภาคสนาม (สหกิจศึกษาหรือการฝึกงาน)

จากความต้องการให้บัณฑิตมีประสบการณ์ในงานอาชีพจริงก่อนจบการศึกษา จึงกำหนดให้
นักศึกษาเลือกเรียนวิชาสหกิจศึกษา

4.1 มาตรฐานผลการเรียนรู้ของประสบการณ์สหกิจศึกษา

ความคาดหวังในผลการเรียนรู้ประสบการณ์สหกิจศึกษาของนักศึกษา มีดังนี้

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

บุคคลภายนอก

(ให้พิจารณาจากแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตร
สู่รายวิชาของวิชาสหกิจศึกษา)

4.2 ช่วงเวลา

ภาคการศึกษาที่ 2 ของปีการศึกษาที่ 4

4.3 การจัดเวลาและตารางสอน

จัดเต็มเวลา 1 ภาคการศึกษา

5. ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงการหรืองานวิจัย

การทำโครงการหรืองานวิจัยของนักศึกษา ต้องเป็นการบูรณาการความรู้วิชาชีพเพื่อการแก้ปัญหาหรือประยุกต์ใช้ความรู้ให้เกิดประโยชน์เป็นรูปธรรม ภายใต้คำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ กำหนดให้มีการศึกษา ทดลอง/เก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลและทำรายงานตามแบบที่มหาวิทยาลัยกำหนด ส่งรายงานและหรือผลงานตามเวลาที่กำหนด

5.1 คำอธิบายโดยย่อ

การวิจัยการตลาดเป็นรายวิชาที่ศึกษาบทบาทและความสำคัญของการวิจัยการตลาดในการตัดสินใจทางธุรกิจ กระบวนการวิจัยการตลาด การกำหนดข้อเสนอโครงการวิจัย การกำหนดงบประมาณและการบริหารโครงการวิจัย การเลือกใช้เทคนิคการวิจัยที่ถูกต้องเหมาะสม วิธีการสุ่มตัวอย่าง การเก็บข้อมูลประมวลผลข้อมูลด้วยเทคนิคทางสถิติโดยโปรแกรมสำเร็จรูป การแปลความหมายข้อมูล การเขียนรายงานการวิจัย และการปฏิบัติงานวิจัยภาคสนาม

5.2 มาตรฐานผลการเรียนรู้

นักศึกษาสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ และใช้คณิตศาสตร์ สถิติ ในการวิเคราะห์ข้อมูลรวมถึงการใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม มีความรู้ ความสามารถในการดำเนินการวิจัยทางการตลาด และมีทักษะในการนำเสนองานวิจัย

5.3 ช่วงเวลา

ภาคการศึกษาที่ 1 ของปีการศึกษาที่ 4

5.4 จำนวนหน่วยกิต

3 หน่วยกิต

5.5 การเตรียมการ

นักศึกษาต้องผ่านวิชาสถิติเบื้องต้น จัดทำเค้าโครงเสนออาจารย์ที่ปรึกษา ดำเนินการตามแผนในเค้าโครงที่ได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ และจัดรายงานตามแบบที่มหาวิทยาลัยกำหนด

5.6 กระบวนการประเมินผล

นักศึกษาต้องนำเสนอผลการดำเนินการโครงการต่ออาจารย์ที่ปรึกษาหรือคณะกรรมการประเมินโครงการที่คณะแต่งตั้ง รูปแบบและเกณฑ์การประเมินเป็นตามที่คณะกรรมการกำหนดตามหลักการวัดและประเมินผลการศึกษา

หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล

1. การพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา

คุณลักษณะพิเศษ	กลยุทธ์หรือกิจกรรมของนักศึกษา
คุณธรรม จริยธรรม ความรับผิดชอบต่อหน้าที่และต่อสังคม	มีการให้ความรู้ และให้นักศึกษาตระหนักถึงคุณธรรม จริยธรรม ของนักการตลาดที่มีต่อสังคม
ด้านบุคลิกภาพ ด้านการสื่อสาร และการทำงานเป็นทีม	มีการแนะนำเรื่องการแต่งกาย การเข้าสังคม การมีมนุษยสัมพันธ์ เทคนิคการเจรจาสื่อสาร กำหนดให้มีรายวิชาที่นักศึกษาต้องทำงานเป็นทีม/กลุ่ม และมีการกำหนดให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการนำเสนอผลงาน เพื่อเป็นการฝึกการกล้าแสดงออก การรู้จักทำงานร่วมกับผู้อื่นได้
ด้านภาวะผู้นำ และความสามารถในการบูรณาการความรู้ไปประยุกต์กับการดำรงชีพ	กำหนดให้มีรายวิชาที่ต้องนำความรู้ที่ได้รับไปบูรณาการให้เข้ากับสถานการณ์ ทำการแก้ปัญหาที่กำหนดขึ้น โดยมอบหมายให้แต่ละกลุ่มร่วมกัน 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) ปฏิบัติตามกฎหมาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ และกฎเกณฑ์ของสังคม
- (2) มีวินัย ซื่อสัตย์ สุจริต และมีจิตสาธารณะ
- (3) มีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ รับผิดชอบต่อตนเองและสังคม

2.1.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

กำหนดให้มีวัฒนธรรมองค์กร เพื่อเป็นการปลูกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียนให้ตรงเวลา ตลอดจนการแต่งกายที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย นักศึกษาต้องมีความรับผิดชอบต่อการทำงานกลุ่มนั้นต้องฝึกให้รู้หน้าที่ของการเป็นผู้นำกลุ่ม และการเป็นสมาชิกกลุ่ม มีความซื่อสัตย์โดยต้องไม่ทุจริตในการสอบหรือลอกการบ้านของผู้อื่น เป็นต้น นอกจากนี้อาจารย์ผู้สอนทุกคนต้องสอดแทรกเรื่องคุณธรรม จริยธรรมในการสอนทุกรายวิชา รวมทั้งการจัดกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรมเช่น การยกย่องนักศึกษาที่ทำดี ทำประโยชน์แก่ส่วนรวม เสียสละ

2.1.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดเวลาที่มอบหมายและการเข้าร่วมกิจกรรม
- ประเมินจากการมีวินัยความพร้อมเพรียงของนักศึกษาในการเข้าร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตร
- ประเมินจากการกระทำทุจริตในการสอบ
- ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย

2.2 ความรู้

2.2.1 ผลการเรียนรู้ด้านความรู้

ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

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

ข. หมวดวิชาเฉพาะ

- (1) เข้าใจองค์ความรู้ในสาขาวิชาการตลาดอย่างกว้างขวางและเป็นระบบ
- (2) สามารถติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการและเทคโนโลยีของสาขาวิชาการตลาด
- (3) สามารถนำผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการแก้ปัญหาด้านวิชาการและวิชาชีพ

2.2.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้

ใช้การเรียนการสอนในหลากหลายรูปแบบ โดยเน้นหลักการทางทฤษฎี และประยุกต์ทางปฏิบัติในสภาพแวดล้อมจริง โดยทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ทั้งนี้ให้เป็นไปตามลักษณะของรายวิชา ตลอดจนเนื้อหาสาระของรายวิชานั้นๆ 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 และประเมินข้อมูลแนวคิดและหลักฐานเพื่อการวิเคราะห์ปัญหา
- (3) สามารถบูรณาการความรู้เพื่อการศึกษาปัญหาที่ซับซ้อนและเสนอแนะแนวทางการแก้ปัญหา

ข. หมวดวิชาเฉพาะ

- (1) คิดอย่างมีระบบบนพื้นฐานของข้อมูลและข้อเท็จจริง
- (2) สามารถสืบค้น ตีความ และประเมินข้อมูล แนวคิด และหลักฐานเพื่อวิเคราะห์ปัญหา
- (3) สามารถบูรณาการความรู้เพื่อการศึกษาปัญหาที่ซับซ้อน และเสนอแนะแนวทางแก้ปัญหา

2.3.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ทักษะทางปัญญา

- (1) กรณีศึกษาทางการประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศ
(เช่น ถ้าเป็น หลักสูตรเทคโนโลยีสารสนเทศ)
- (2) การอภิปรายกลุ่ม
- (3) ให้นักศึกษามีโอกาสปฏิบัติจริง

2.3.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

ประเมินตามสภาพจริงจากผลงาน และการปฏิบัติของนักศึกษา เช่นการประเมินจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน การทดสอบโดยใช้แบบทดสอบหรือสัมภาษณ์ เป็นต้น

2.4 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

2.4.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

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

ข. หมวดวิชาเฉพาะ

- (1) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และยอมรับความแตกต่างระหว่างบุคคล
- (2) แสดงภาวะผู้นำและผู้ตามได้อย่างเหมาะสม
- (3) มีความรับผิดชอบต่อผลการกระทำและการนำเสนอ

2.4.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ใช้การสอนที่มีการกำหนดกิจกรรมให้มีการทำงานเป็นกลุ่ม การทำงานที่ต้องประสานกับผู้อื่นข้ามหลักสูตร หรือต้องค้นคว้าหาข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคลอื่น หรือผู้มีประสบการณ์ โดยมีความคาดหวังในผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความสามารถในการรับผิดชอบ

2.4.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบประเมินจากพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาในการนำเสนอรายงาน และสังเกตจากพฤติกรรมที่แสดงออกในการร่วมกิจกรรมต่างๆ และความครบถ้วนชัดเจนตรงประเด็นของข้อมูล

2.5 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

2.5.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

- (1) เข้าใจหลักเบื้องต้นทางคณิตศาสตร์และสถิติ
- (2) สามารถประยุกต์ใช้วิธีการทางคณิตศาสตร์และสถิติในการศึกษาปัญหาและการนำเสนอ

รายงาน

(3) สามารถเลือกสื่อ และเครื่องมือในการสืบค้น เก็บรวบรวมข้อมูล ประมวลผล และแปลความหมาย รวมถึงการนำเสนอข้อมูลสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม

- (4) สามารถใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษในการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข. หมวดวิชาเฉพาะ

- (1) เข้าใจหลักเบื้องต้นทางคณิตศาสตร์และสถิติ
- (2) สามารถประยุกต์ใช้วิธีการทางคณิตศาสตร์และสถิติในการศึกษาปัญหาและ การ

นำเสนอรายงาน

(3) สามารถเลือกสื่อ และเครื่องมือในการสืบค้น เก็บรวบรวมข้อมูล ประมวลผล และแปลความหมาย รวมถึงการนำเสนอข้อมูลสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม

- (4) สามารถใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษในการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.5.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในรายวิชาต่างๆ ให้นักศึกษาได้วิเคราะห์สถานการณ์จำลอง และสถานการณ์เสมือนจริง และนำเสนอการแก้ปัญหาที่เหมาะสม เรียนรู้เทคนิคการประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศในหลากหลายสถานการณ์

2.5.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

(1) ประเมินจากเทคนิคการนำเสนอโดยใช้ทฤษฎี การเลือกใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีสารสนเทศหรือคณิตศาสตร์และสถิติ ที่เกี่ยวข้อง

(2) ประเมินจากความสามารถจากการอธิบายถึงข้อจำกัด เหตุผลในการเลือกใช้เครื่องมือต่างๆ การอภิปราย กรณีศึกษาต่างๆที่มีการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

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) เลือกสื่อและเครื่องมือในการสืบค้น เก็บรวบรวมข้อมูล ประมวลผล และแปลความหมายรวมถึงการนำเสนอข้อมูลสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม
- (4) สามารถใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษในการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

● 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	
GE2100101 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	●	○	○	○	●	●	○	○	●	●	●	●	●	●	○	○	○	○	○	●	●
GE2100102 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารธุรกิจ	○	○	●	●	○	●	○	○	●	●	●	●	●	○	○	●	○	○	●	●	
GE2100103 ภาษาไทยเพื่อการนำเสนอ	●	○	○	●	○	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	○	○	●	●	
GE2100104 วรรณคดีไทย	●	○	○	○	●	●	○	●	●	●	●	●	○	●	○	○	○	○	○	○	●
GE2100105 การเขียนภาษาไทยเพื่ออาชีพ	●	○	○	●	●	●	○	●	●	●	●	●	○	●	○	●	○	○	●	●	
GE2201101 ภาษาอังกฤษ 1	○	●	●			●	○			●			●							●	
GE2201102 ภาษาอังกฤษ 2	○	●	●			●	●			●	○		●	○						●	
GE2200101 ภาษาอังกฤษเทคนิค	○	○	○	●		●	●	○		○	●	○	●	○	○	○			○	●	
GE2200102 ภาษาอังกฤษเพื่ออาชีพ	○	●	●	○		●	●			●	○		●	○	○	○			○	●	
GE2200103 การอ่านภาษาอังกฤษ	○	●	○			●	○			●	○		●	○					○	●	

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)
 หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม					ความรู้				ทักษะทาง ปัญหา			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
GE2200104 การฟังภาษาอังกฤษ	○	●	○			●	○			●			●							●
GE2200105 การสนทนาภาษาอังกฤษ	○	●	○			●	○			●	○		●	○						●
GE2200106 ภาษาจีนพื้นฐาน	○	●	○			●	○			●			●							●
GE2200107 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร	○	●	○			●	○			●	○		●	○						●
GE2300101 พลวัตทางสังคมและความทันสมัย	●	●	○			●	●			●	●	○	○	●					●	
GE2300102 มนุษย์สัมพันธ์	●	●	●	○	●	●	○	○	●	●	●	●	●	●	●	●			●	○
GE2300103 ระเบียบวิธีวิจัย	●	○	●	●	○	●	●	●	○	●	●	○	○	●	○	●	●	●	○	○
GE2300104 การพัฒนาคุณภาพชีวิตและทักษะสังคม	○	○	●	●	●	●	○	○	●	●	○	●	●	○	●	●			●	○
GE2300105 สังคมกับเศรษฐกิจ	○	●	○	○	●	●	○	○	●	●	○	●	●	○	●	○	○	○	●	○

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)
 หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม					ความรู้				ทักษะทาง ปัญหา			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
GE2300106 ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	○	●	●	●	○	●	●	○	○	●	●	○	○	●	○	○			●	○
GE2300107 กฎหมายและจริยธรรมในวิชาชีพ	○	●	●	●	○	●	○	○	○	●	●	○	○	●	○	○			●	○
GE2300108 อาเซียนศึกษา	●	●	●			●	●		●	●	●		●	●					●	
GE2300109 สันติศึกษา	●	●	●		○	●			○	●	●	○	●	●	●	●			●	○
GE2400101 การรู้สารสนเทศและการศึกษาค้นคว้า		●	●		○	●				●	●					●			●	○
GE2400102 จิตวิทยาทั่วไป	○	●	●	●	●	●	○	○	●	●	●	●	○	●	○	●			●	○
GE2400103 ไทยศึกษาและภูมิปัญญาท้องถิ่น	●	●	●	○	○	●	●	○	○	●	●	○	●						●	○
GE2400104 การพัฒนาบุคลิกภาพ	○	●	●	●	●	●	○	○	●	●	●	●	●	●	●	●			●	○
GE2400105 พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน	●	●	●	○	●	●	○	○	○	●	●	●	●	●	●	●			●	○
GE2400106 การวิจัยเชิงคุณภาพ	●	○	●	●	●	●	●	●	○	●	●	○	●	●	●	○	○	○	●	○
GE2400107 การพัฒนาและประเมินโครงการ	●	●	●	○	○	●	●	●	○	●	●	○	●	●	●	○	○	○	●	○

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
GE2400108 การพัฒนาจิตเพื่อคุณภาพชีวิต	●	●	●	●	●	●	○	○	○	●	●	●	●	●	●	●			●	○
GE2500101 พลศึกษา	○	●	●	○	●	●	○	○	○	○	○	●	●	○	●	○	○	○	●	○
GE2810102 ลีลาศ	○	●	●	○	●	●	○	○	○	○	○	●	●	○	●	○	○	○	●	○
GE2500103 กีฬาประเภททีม	○	●	●	○	●	●	○	○	○	○	○	●	●	○	●	○	○	○	●	○
GE2500104 กีฬาประเภทบุคคล	○	●	●	○	●	●	○	○	○	○	○	●	●	○	●	○	○	○	●	○
GE2500105 นันทนาการ	○	●	●	○	●	●	○	○	○	○	○	●	●	○	●	○	○	○	●	○
GE2600101 คณิตศาสตร์พื้นฐาน	○	●	○	○	○	●	○	○	○	●	○	○	○	○	○	●	●	○	○	○
GE2600102 สถิติเบื้องต้น	○	●	○	○	○	●	○	○	○	●	○	○	○	○	○	●	●	○	○	○
GE2600103 คณิตศาสตร์ในชีวิตประจำวัน	○	●	○	○	○	●	○	○	○	●	○	○	○	○	○	●	●	○	○	○
GE2700101 วิทยาศาสตร์ในชีวิตประจำวัน	○	○	●	○	○	●	○	○	○	●	○	○	●	○	●	○	○	○	●	○
GE2700102 สิ่งแวดล้อมและการจัดการทรัพยากร	○	○	○	●	○	●	○	○	○	●	○	○	○	○	○	●		○	○	

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
GE2810101 โลกในศตวรรษที่ 21	○	○	●	●	●	●	●	○	○	○	○	●	●	○	●	○	○	○	●	○
GE2810102 การพัฒนาตนเองเพื่ออาชีพ	○	●	●	●	●	●	○	○	●	●	●	●	●	●	●	●			●	○
GE2810103 ชีวิตและการคิดเชิงบวก	○	○	●	●	●	●	○	○	●	●	○	●	●	○	●	●			●	○
GE2810104 การออกกำลังกายและกีฬาเพื่อสุขภาพ	○	●	●	○	●	●	○	○	○	○	○	●	●	○	●	○	○	○	●	○
GE2810105 กิจกรรมเพื่อสุขภาพ	○	●	●	○	●	●	○	○	○	○	○	●	●	○	●	○	○	○	●	○
GE2820101 ปกิณกคณิตศาสตร์	○	●	○	○	○	●	○	○	○	●	○	○	○	○	○	●	●	○	○	○
GE2820102 วิทยาศาสตร์กับการดำรงชีวิต	○	○	●	○	○	●	○	○	○	●	○	○	●	○	●	○	○	○	●	○
GE2820103 วัสดุและการประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน	●	●	○			●	●			●	●		●	●	○	○			●	○

3.2 หมวดวิชาเฉพาะ

คุณธรรม จริยธรรม

- (1) ปฏิบัติตามกฎหมาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ และกฎเกณฑ์ของสังคม
- (2) มีวินัย ซื่อสัตย์ สุจริต และมีจิตสาธารณะ
- (3) มีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ รับผิดชอบต่อตนเองและสังคม

ความรู้

- (1) เข้าใจองค์ความรู้ในสาขาวิชาการตลาดอย่างกว้างขวางและเป็นระบบ
- (2) สามารถติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการและเทคโนโลยีของสาขาวิชาการตลาด
- (3) สามารถนำผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการแก้ปัญหาด้านวิชาการและวิชาชีพ

ทักษะทางปัญญา

- (1) คิดอย่างมีระบบบนพื้นฐานของข้อมูลและข้อเท็จจริง
- (2) สามารถสืบค้น ตีความ และประเมินข้อมูล แนวคิด และหลักฐาน เพื่อการวิเคราะห์ปัญหา
- (3) สามารถบูรณาการความรู้เพื่อการศึกษาปัญหาที่ซับซ้อน และเสนอแนะแนวทางแก้ปัญหา

ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- (1) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และยอมรับความแตกต่างระหว่างบุคคล
- (2) แสดงภาวะผู้นำและผู้ตามได้อย่างเหมาะสม
- (3) มีความรับผิดชอบต่อผลการกระทำและการนำเสนอ

ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- (1) เข้าใจหลักเบื้องต้นทางคณิตศาสตร์และสถิติ
- (2) สามารถประยุกต์ใช้วิธีการทางคณิตศาสตร์และสถิติในการศึกษาปัญหาและ การนำเสนอรายงาน
- (3) สามารถเลือกสื่อ และเครื่องมือในการสืบค้น เก็บรวบรวมข้อมูล ประมวลผล และแปลความหมาย รวมถึงการนำเสนอข้อมูลสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม
- (4) สามารถใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษในการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

หมวดวิชาเฉพาะ

● ความรับผิดชอบหลัก

○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม			ความรู้			ทักษะทาง ปัญญา			ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ			ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสาร และ การใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ			
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4
BA2001101 การบัญชีสำหรับผู้มีใบนักบัญชี	●	○	●	●	○	○	●	○	○	○	○	●	●	○	○	○
BA2021101 หลักการตลาด	●	○	●	●	●	○	●	●	○	●	●	○	○	○	●	○
BA2031101 หลักการจัดการ	●	○	○	●	●	○	●	○	○	●	○	○	○	○	○	○
BA2031202 การภาษีอากร	●	○	●	●	○	○	○	●	○	○	○	●	●	●	○	●
BA2031203 กฎหมายธุรกิจ	●	○	●	●	○	○	○	●	○	○	○	●	●	●	○	○
BA2031304 การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ	○	●	○	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	○	○
BA2031305 ธุรกิจเพื่อสังคม	●	●	●	●	●	○	●	●	○	●	○	●	●	○	●	○
BA2041101 หลักเศรษฐศาสตร์	●			●			●					○	○			
BA2041102 การเงินธุรกิจ	●			●			●					○	●			
BA2051101 ระบบสารสนเทศเพื่องานธุรกิจ	○	●	○	●	○	○	●	○	○	○	○	●	○	○	●	○
BA2061101 ภาษาอังกฤษเพื่อการโต้ตอบทางธุรกิจ 1	●	●	○	●	○	●	●	○	○	●	●	○	○	○	●	○
BA2001401 การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	○	●	●

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

หมวดวิชาเฉพาะ

● ความรับผิดชอบหลัก

○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม			ความรู้			ทักษะทาง ปัญญา			ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ			ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสาร และ การใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ			
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4
BA2022201 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา	●	○	○	●	○	○	●	○	○	○	○	●	○	○	●	○
BA2022202 การขายและการบริหารการขาย	○	○	●	○	●	○	○	●	○	●	○	○	○	○	●	○
BA2022203 การจัดการการค้าปลีก	○	●	○	●			●	○	○	●	○			●	○	○
BA2022204 การวิเคราะห์และการเข้าถึงผู้บริโภค	●	○			○	●	●		○	○	●			●	●	○
BA2022305 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	●	○		●	○	○	○	●	○	○	○	●	○	○	●	○
BA2022306 การตลาดระหว่างประเทศ	○	○	●	○	●	○	○	○	●	○	○	●	○	○	○	●
BA2022307 การตลาดดิจิทัล	○	○	●	○	●	○	●	○		○	○	●			●	○
BA2022308 โลจิสติกส์และการจัดการการจัดจำหน่าย	●	○	○	○	○	●	●	○	○	○	○	●	○	○	●	○
BA2022309 การจัดการตราสินค้า	●	○	○	●	○	○	○	●	○	●	○	○	○	○	●	○
BA2022310 การตลาดกิจกรรม	●	○	○	●		○	○		●	○	●				●	○
BA2022411 การวิจัยการตลาด	●	○	○	○	●	○	○	●	○	○	○	●	○	●	○	○
BA2022412 กลยุทธ์และการวางแผนการตลาด	○	○	●	○	●	○	○	●	○	●	○	○	○	○	●	○
BA2022413 สัมมนาปัญหาการตลาด	●	○	○	●	○		○	●	○	○	●	○		○	●	○

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

หมวดวิชาเฉพาะ

● ความรับผิดชอบหลัก

○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม			ความรู้			ทักษะทาง ปัญญา			ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ			ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสาร และ การใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ			
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4
BA2020401 สหกิจศึกษาทางการตลาด	●	●	○	●	●	○	●	●	○	●	○	●	○	○	●	○
BA2020402 การฝึกงานทางการตลาด	●	●	○	●	●	○	●	●	○	●	○	●	○	○	●	○
BA2023301 การบรรจุภัณฑ์	●	○	○	●	○	○	○	●	○	○	●	○	○	○	●	○
BA2023302 การจัดการการจัดซื้อ	○	●	○	●	○	○	●	○	○	●	○	○	●	○	○	○
BA2023303 การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	○	○	●	○	○	●	○	○	●	●	○	○	○	○	●	○
BA2023304 การศึกษาความเป็นไปได้เพื่อโครงการการตลาด	○	●	○	○	●	○	○	○	●	○	●	○	○	○	●	○
BA2023305 การจัดการการตลาด	●	○	○	●	○	○	○	○	●	○	●	○	○	○	●	○
BA2023306 ระบบสารสนเทศทางการตลาด	○	○	●	○	●	○	○	○	●	○	○	●	○	●	○	○
BA2023307 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์	○	○	●	●	○	○	●	○	○	●	○	○	○	○	○	●
BA2023308 การตลาดภูมิภาคอาเซียน	○	●	○	●	○	○	○	●	○	○	○	●	○	●	○	○

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

หมวดวิชาเฉพาะ

● ความรับผิดชอบหลัก

○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม			ความรู้			ทักษะทาง ปัญญา			ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ			ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสาร และ การใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ			
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4
BA2024301 การคิดทางการตลาดเชิงสร้างสรรค์	●	○	○	○	●	○	○	●	○	●	○	●		○	●	○
BA2024302 เทคนิคการนำเสนอทางการตลาด	○	●	○	●	○	○	○	●	○	●	○	○	○	○	●	○
BA2024303 การรณรงค์การตลาดสื่อสังคมออนไลน์	●	○	○	○	●		●	○	○	○	○	●	○	○	●	○
BA2024304 การสื่อสารองค์กร	●	○	○	●	○	○	○	●	○	●	○	○	○	○	●	●
BA2024305 การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจทางการตลาด	○	○	●	●	○		○	●	○	●	○	●	○	○	○	●
BA2024306 กลยุทธ์การเลือกสื่อแบบบูรณาการ	●	○	○	○	●	○	○	●	○	○	○	●	○	○	●	○
BA2024307 การตลาดทางตรง	●	○	○	●	○	●	○	○	●	●	○	○			●	○
BA2024308 เทคนิคการผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารการตลาด	○	○	●	○	●		○	●		○	○	●			●	○

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

หมวดวิชาเฉพาะ

- ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม			ความรู้			ทักษะทาง ปัญญา			ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ			ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสาร และ การใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ			
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4
BA2025301 การบริหารสินค้าในธุรกิจค้าปลีก	●	○		●	○		●	○	○	●	○				●	○
BA2025302 การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจค้าปลีก	●	●	○	●	○		●	○		●	○				●	○
BA2025303 การตลาดบริการ	●	○	○	●	○	○	○	●	○	●	○	○		○	○	●
BA2025304 การส่งเสริมการตลาดในรูปธุรกิจค้าปลีก	●	○	●	●	○	○	●	○	●	●	●	○	○	○	●	○
BA2025305 ธุรกิจค้าปลีกที่ไม่มีร้านค้า	●	○	●	○	●		●	●		●	●	○		○	●	○
BA2025306 การบริหารสินค้าแฟชั่น	○	○	●	●	○		●	○		●	○	●		○	●	○
BA2025307 การบริหารหมวดหมู่สินค้า	○	●	○	●	○	○	●	●	○	○	●	○	○	●	●	○
BA2025308 การจัดแสดงสินค้าและการตกแต่งร้าน	●	●	○	●	○		●	●		●	●	○		○	●	○

หมวดที่ 5 หลักเกณฑ์ในการประเมินผลนักศึกษา

1. กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน (เกรด)

การวัดผลและการสำเร็จการศึกษาเป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2552 ข้อ 3 (ภาคผนวก ก)

2. กระบวนการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา

2.1 การทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้แต่ละวิชา ดำเนินการโดยอาจารย์ผู้สอนแต่ละรายวิชา โดยมีกระบวนการทวนสอบตามที่ระบุไว้ใน มคอ. 3 หมวด 7 ข้อที่ 4 และ มคอ. 4 (ถ้ามี) และเมื่อสิ้นสุดการเรียนการสอน อาจารย์ผู้สอนแต่ละวิชาจัดทำรายงานประเมินผลการทวนสอบรายวิชาที่ตนรับผิดชอบ พร้อมระบุปัญหา/อุปสรรค และข้อเสนอแนะใน มคอ. 5 หมวด 3 ข้อที่ 7 และ มคอ. 6 (ถ้ามี)

2.2 การทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ในระดับหลักสูตร ดำเนินการโดยอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร จัดทำการทวนสอบอย่างน้อย 25 % ของรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละปีการศึกษา จัดทำรายงานการประชุมการทวนสอบและสรุปผลใน มคอ. 7

2.3 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร จัดประชุมวางแผน ติดตามและทบทวนหลักสูตรก่อนเปิดภาคการศึกษา และจัดประชุมหลังปิดภาคการศึกษา เพื่อติดตามและทบทวนผลการดำเนินงานของหลักสูตร

3. เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

นักศึกษาที่จะสำเร็จการศึกษาต้องเรียนครบหน่วยกิต และรายวิชาตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตร และเป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2557 ข้อ 5 (ภาคผนวก ก)

หมวดที่ 6 การพัฒนาอาจารย์

1. การเตรียมการสำหรับอาจารย์ใหม่

1.1 มีการปฐมนิเทศแนะนำแนวการเป็นครูให้กับอาจารย์ใหม่ ให้มีความรู้และเข้าใจนโยบายของมหาวิทยาลัย/คณะ ตลอดจนในหลักสูตรที่สอน

1.2 ส่งเสริมอาจารย์ให้มีการเพิ่มพูนความรู้ สร้างเสริมประสบการณ์เพื่อส่งเสริมการสอนและการวิจัยอย่างต่อเนื่อง โดยผ่านการทำวิจัยสายตรงในสาขาวิชาเป็นอันดับแรก การสนับสนุนด้านการศึกษาต่อ ฝึกอบรม ศึกษาดูงานทางวิชาการและวิชาชีพ ในองค์กรต่าง ๆ การประชุมทางวิชาการทั้งในประเทศและ/หรือต่างประเทศ หรือการลาเพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์

2. การพัฒนาความรู้และทักษะให้แก่อาจารย์

2.1 การพัฒนาทักษะการจัดการเรียนการสอน การวัดและการประเมินผล

(1) ส่งเสริมอาจารย์ให้มีการเพิ่มพูนความรู้ สร้างเสริมประสบการณ์เพื่อส่งเสริมการสอนและการวิจัยอย่างต่อเนื่อง สนับสนุนการศึกษาต่อ การฝึกอบรม ศึกษาดูงาน และประชุมทางวิชาการทั้งในและต่างประเทศ

(2) การเพิ่มพูนทักษะการจัดการเรียนการสอนและมีการประเมินผล

2.2 การพัฒนาวิชาการและวิชาชีพด้านอื่น ๆ

(1) การมีส่วนร่วมในกิจกรรมบริการวิชาการแก่ชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความรู้และคุณธรรม

(2) มีการกระตุ้นอาจารย์ให้ทำผลงานทางวิชาการ

(3) ส่งเสริมการทำวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่

(4) จัดสรรงบประมาณสำหรับการทำวิจัย

(5) จัดให้อาจารย์เข้าร่วมกิจกรรมบริการทางวิชาการต่าง ๆ

หมวดที่ 7 การประกันคุณภาพหลักสูตร

1. การกำกับมาตรฐาน

คณะบริหารธุรกิจ กำหนดการกำกับคุณภาพการศึกษาตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร พ.ศ. 2558 และกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552 ให้สอดคล้องกับกฎกระทรวงว่าด้วยระบบ หลักเกณฑ์ และวิธีการประกันคุณภาพการศึกษา พ.ศ. 2553 เพื่อให้การจัดการศึกษามีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ในการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการศึกษาของมหาวิทยาลัย อย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับบริบทและวิสัยทัศน์มหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยมอบหมายให้สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน ทำหน้าที่กำกับดูแลการบริหารจัดการหลักสูตรในภาพรวมของมหาวิทยาลัย และคนบัตินำหน้าที่กำกับดูแลการบริหารหลักสูตรในระดับคณะ โดยในระดับหลักสูตรมีการแต่งตั้งอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรทำหน้าที่บริหารหลักสูตร ให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร รวมทั้งมีการติดตาม ประเมินผลการดำเนินงานเป็นประจำทุกปี และพิจารณาปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงานหรือพัฒนาหลักสูตร

2. บัณฑิต

หลักสูตรมีการติดตามคุณภาพของบัณฑิตตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ อย่างน้อย 5 ด้าน คือ 1) คุณธรรม จริยธรรม 2) ความรู้ 3) ทักษะทางปัญญา 4) ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ 5) ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ โดยพิจารณาจากข้อมูลป้อนกลับจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของหลายด้าน ประกอบด้วย สถานประกอบการ ผู้ใช้บัณฑิต ศิษย์เก่า

นอกจากนี้มหาวิทยาลัยได้ทำการสำรวจความพึงพอใจและความคาดหวังของผู้ใช้บัณฑิตเป็นประจำทุกปี และแจ้งผลการสำรวจให้กับคณะได้รับทราบเพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการปรับปรุงพัฒนาหลักสูตร และการจัดการเรียนการสอน

3. นักศึกษา

หลักสูตรให้ความสำคัญกับการรับหรือคัดเลือกนักศึกษาเข้าศึกษา และมีความพร้อมในการเรียนในหลักสูตรจนสำเร็จการศึกษา โดยการส่งเสริมพัฒนาศึกษาให้มีความพร้อมทางการเรียน และมีกิจกรรมการพัฒนานักศึกษาในรูปแบบต่าง ๆ ในการดำเนินงานคำนึงถึงผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนักศึกษา ได้แก่ อัตราการคงอยู่ของนักศึกษา อัตราการสำเร็จการศึกษา ความพึงพอใจต่อหลักสูตร

4. อาจารย์

หลักสูตรให้ความสำคัญกับคุณภาพของอาจารย์ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการผลิตบัณฑิตจึงมีการกำหนดระบบ กลไก เกี่ยวกับการรับสมัครอาจารย์เพื่อให้มีคุณสมบัติตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรที่กำหนด โดยคณะกรรมการการอุดมศึกษา หรือตามมาตรฐานวิชาชีพที่กำหนด นอกจากนี้ยังจัดทำระบบการบริหารอาจารย์ ส่งเสริมและพัฒนาอาจารย์ ตามบริบทของหลักสูตร โดยให้คณาจารย์เข้ามามีส่วนร่วม

5. หลักสูตร การเรียนการสอน การประเมินผู้เรียน

มหาวิทยาลัยให้ความสำคัญกับกระบวนการออกแบบหลักสูตร เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และกำหนดเป็นมาตรฐานผลการเรียนรู้ซึ่งสอดคล้องกับวิสัยทัศน์และพันธกิจของมหาวิทยาลัยและคณะ มีกระบวนการกำหนดสาระสำคัญของหลักสูตรให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัย และบริบทที่เปลี่ยนแปลงของสังคม มีกระบวนการทบทวนและปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัยเมื่อครบวงจรของการศึกษาหลักสูตรให้ความสำคัญกับอาจารย์ผู้สอนในรายวิชา โดยคำนึงถึงความรู้ความสามารถและประสบการณ์ในวิชาที่สอน ความสามารถในการออกแบบการสอนที่ส่งเสริมให้เกิดทักษะการเรียนรู้

หลักสูตรกำหนดให้มีการประเมินผู้เรียนที่แสดงมาตรฐานผลการเรียนรู้ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และใช้ในการปรับปรุงการเรียนการสอน

6. สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มีการบริหารทรัพยากรการเรียนการสอน โดยมีห้องเรียน ห้องปฏิบัติการ เครื่องมือและอุปกรณ์การเรียนการสอน ห้องสมุดและสื่อสารสนเทศที่มีความเพียงพอสำหรับการจัดการเรียนการสอนทุกหลักสูตร รวมทั้งมีการประเมินความพึงพอใจต่อสิ่งสนับสนุน การเรียนรู้ของผู้ใช้บริการ

7. ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators)

ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน	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 มาตรฐานคุณวุฒิสาขา/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. มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ที่กำหนดใน มคอ.3 และมคอ.4 (ถ้ามี) อย่างน้อยร้อยละ 25 ของรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละปีการศึกษา	X	X	X	X	X
7. มีการพัฒนา/ปรับปรุงการจัดการเรียนการสอน กลยุทธ์การสอน หรือ การประเมินผลการเรียนรู้ จากผลการประเมินการดำเนินงานที่รายงานใน มคอ.7 ปีที่ผ่านมา	-	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
- ไม่มีการดำเนินกิจกรรม

หมวดที่ 8 การประเมินผล และปรับปรุงการดำเนินการของหลักสูตร

1. การประเมินประสิทธิภาพของการสอน

1.1 การประเมินกลยุทธ์การสอน

1) การประชุมร่วมของอาจารย์ในสาขาวิชา เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และขอคำแนะนำรวมทั้งข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่มีความรู้ในการใช้กลยุทธ์การสอน

2) การสอบถามจากนักศึกษาถึงประสิทธิผลของการเรียนรู้ จากวิธีการที่ใช้โดยใช้แบบสอบถาม หรือ การสนทนากับกลุ่มนักศึกษาระหว่างภาคการศึกษาโดยอาจารย์ผู้สอน และประเมินจากการเรียนรู้ของนักศึกษาจากพฤติกรรมการแสดงออก การทำกิจกรรมและผลการสอบ

1.2 การประเมินทักษะของอาจารย์ในการใช้แผนกลยุทธ์การสอน

การประเมินการสอนโดยนักศึกษาทุกภาคการศึกษา

2. การประเมินหลักสูตรในภาพรวม

2.1 ประเมินจากนักศึกษา โดยระบบประเมินการเรียนการสอนออนไลน์ และบัณฑิตที่จบตามหลักสูตร ระบบภาวะการมีงานทำของบัณฑิต และโครงการติดตามและประเมินผลผู้สำเร็จการศึกษา

2.2 ประเมินจากผู้ใช้บัณฑิตหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยประเมินความพึงพอใจต่อคุณภาพของบัณฑิต

2.3 ประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก และรายงานผลการดำเนินการหลักสูตรและการเยี่ยมชม

3. การประเมินผลการดำเนินงานตามรายละเอียดหลักสูตร

การประเมินคุณภาพการศึกษาประจำปี ตามดัชนีบ่งชี้ผลการดำเนินงานที่ระบุในหมวดที่ 7 ข้อ 7 โดยคณะกรรมการประเมินที่ได้รับการแต่งตั้งจากคณะ

4. การทบทวนผลการประเมินและวางแผนปรับปรุงหลักสูตรและแผนกลยุทธ์การสอน

4.1 รวบรวมข้อเสนอแนะ/ข้อมูลจากการประเมินของนักศึกษา คณาจารย์ ผู้ใช้บัณฑิต และผู้ทรงคุณวุฒิ

4.2 วิเคราะห์ทบทวนข้อมูลข้างต้น โดยอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร/คณะกรรมการจัดทำหลักสูตร

4.3 เสนอการปรับปรุงหลักสูตรและแผนกลยุทธ์ (ถ้ามี)

เอกสารแนบ

ภาคผนวก ก ข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี

ภาคผนวก ข ข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ว่าด้วยการเทียบโอนผลการเรียน

ภาคผนวก ค ตารางสรุปการปรับปรุงหลักสูตร

ภาคผนวก ง ประวัติและผลงานของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร

ภาคผนวก จ บันทึกข้อตกลงความร่วมมือ

ภาคผนวก ฉ คณะกรรมการจัดทำหลักสูตร

หมายเหตุ : ดูรายละเอียดในภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี



ข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี
พ.ศ. 2550

โดยที่เห็นสมควรวางหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีให้เป็นไปอย่างมีคุณภาพ ได้มาตรฐาน สอดคล้องกับประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2548

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 17 (2) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พ.ศ. 2548 สภามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ในการประชุมครั้งที่ 4/2550 เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2550 จึงออกข้อบังคับไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ข้อบังคับนี้เรียกว่า “ข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2550”

ข้อ 2 ข้อบังคับนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่ปีการศึกษา 2550 เป็นต้นไป

ข้อ 3 ในข้อบังคับนี้

“สภามหาวิทยาลัย” หมายความว่า สภามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

“มหาวิทยาลัย” หมายความว่า มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

“อธิการบดี” หมายความว่า อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

“คณะ” หมายความว่า คณะในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

“คณบดี” หมายความว่า ผู้อำนวยการวิทยาลัย

“นักศึกษา” หมายความว่า ผู้ที่เข้ารับการศึกษาระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

“กรรมการคณะ” หมายความว่า คณะกรรมการประจำคณะ หรือคณะกรรมการประจำวิทยาลัยในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

“สาขาวิชา” หมายความว่า สาขาวิชาต่างๆ ที่จัดสอนในคณะหรือวิทยาลัย

“หัวหน้าสาขาวิชา” หมายความว่า หัวหน้าสาขาวิชา หัวหน้าภาควิชาที่รับผิดชอบงานของสาขาวิชาหรือภาควิชาในคณะหรือวิทยาลัย

“แผนการเรียน” หมายความว่า แผนการจัดการเรียนในแต่ละภาคการศึกษาของแต่ละหลักสูตร ซึ่งได้รับความเห็นชอบจากมหาวิทยาลัยตามระยะเวลาและรายวิชาที่กำหนด การจัดแผนการเรียนจะต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการประจำคณะ

“อาจารย์ที่ปรึกษา” หมายความว่า อาจารย์ประจำในคณะหรือวิทยาลัย ซึ่งคณบดีหรือผู้อำนวยการวิทยาลัยแต่งตั้งและมอบหมายให้ทำหน้าที่แนะนำ ปรึกษาการศึกษา ดักเตือน และดูแลความประพฤติ ตลอดจนรับผิดชอบในการลงทะเบียนเรียนรายวิชา และติดตามผลการเรียนของนักศึกษา

“อาจารย์ผู้สอน” หมายความว่า อาจารย์ประจำหรืออาจารย์พิเศษที่รับผิดชอบสอนรายวิชาในระดับปริญญาตรี

ข้อ 4 ให้อธิการบดีรักษาการตามข้อบังคับนี้ และให้มีอำนาจวินิจฉัยชี้ขาด หรือตีความ ตลอดจนออกประกาศ เพื่อปฏิบัติให้เป็นไปตามข้อบังคับนี้ ทั้งนี้ คำวินิจฉัยให้ถือเป็นที่สุด

หมวด 1

ระบบการศึกษา

ข้อ 5 ปีการศึกษา ให้เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายนของทุกปี และสิ้นสุดลงในวันที่ 31 พฤษภาคมของปีถัดไป

ข้อ 6 ระบบการศึกษา

(1) มหาวิทยาลัย จัดการศึกษาโดยการประสานงานด้านวิชาการระหว่างคณะหรือสาขาวิชาต่าง ๆ คณะใดหรือสาขาวิชาใดซึ่งมีหน้าที่เกี่ยวกับวิชาการด้านใดให้จัดการศึกษาในวิชาการด้านนั้นแก่นักศึกษาทุกคนทั้งมหาวิทยาลัย

(2) การศึกษาในมหาวิทยาลัย ใช้ระบบทวิภาค (Semester Basis) โดยแบ่งเวลาศึกษาในปีการศึกษาหนึ่ง ๆ ออกเป็น 2 ภาคการศึกษาปกติ ซึ่งเป็นภาคการศึกษาบังคับ คือ

(ก) ภาคการศึกษาที่หนึ่ง (First Semester) ตั้งแต่วันจันทร์แรกของเดือนมิถุนายนเป็นต้นไปเป็นเวลา 16 สัปดาห์รวมทั้งเวลาสำหรับการสอบด้วย

(ข) ภาคการศึกษาที่สอง (Second Semester) ตั้งแต่วันจันทร์แรกของเดือนพฤศจิกายนเป็นต้นไป เป็นเวลา 16 สัปดาห์รวมทั้งเวลาสำหรับการสอบด้วย

ทั้งนี้ เว้นแต่มหาวิทยาลัยจะกำหนดเป็นอย่างอื่น และมหาวิทยาลัยอาจเปิดภาคการศึกษาฤดูร้อน (Summer Session) ซึ่งเป็นภาคการศึกษาที่ไม่บังคับ ใช้เวลาศึกษา 8 สัปดาห์ รวมทั้งเวลาสำหรับการสอบด้วย โดยให้เพิ่มชั่วโมงการศึกษาในแต่ละรายวิชา ให้เท่ากับภาคการศึกษาปกติ

(3) สาขาวิชาต่าง ๆ จัดสอนรายวิชาที่อยู่ในความรับผิดชอบตามข้อกำหนดของหลักสูตรรายวิชาหนึ่ง ๆ กำหนดปริมาณการศึกษาเป็นจำนวนหน่วยกิต และสอนรายวิชานั้น ๆ ในเวลาหนึ่งภาคการศึกษา

(4) หน่วยกิต หมายถึง หน่วยที่ใช้แสดงปริมาณการศึกษา ในแต่ละรายวิชาจะมีจำนวนหน่วยกิตกำหนดไว้ ตามหลักเกณฑ์ดังนี้

(ก) รายวิชาทฤษฎีที่ใช้เวลาบรรยาย หรืออภิปรายปัญหา ไม่น้อยกว่า 15 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ 1 หน่วยกิต

(ข) รายวิชาภาคปฏิบัติที่ใช้เวลาฝึกหรือทดลอง ไม่น้อยกว่า 30 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ 1 หน่วยกิต

(ค) การฝึกงานหรือการฝึกภาคสนามที่ใช้เวลาฝึกไม่น้อยกว่า 45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ 1 หน่วยกิต

(ง) การทำโครงการหรือกิจกรรมการเรียนรู้อื่นใดตามที่ได้รับมอบหมายที่ใช้เวลาทำโครงการหรือกิจกรรมนั้น ๆ ไม่น้อยกว่า 45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ 1 หน่วยกิต

(5) รายวิชาหนึ่ง ๆ ประกอบด้วย รหัสประจำรายวิชา ชื่อเต็มของรายวิชาจำนวนหน่วยกิต และคำอธิบายรายวิชาที่จะสอนในรายวิชานั้น ๆ

(6) ในแต่ละรายวิชา ถ้านักศึกษามีเวลาศึกษาไม่ถึงร้อยละ 80 ของเวลาศึกษา จะไม่มีสิทธิ์สอบในรายวิชานั้น เว้นแต่เหตุผลวิสัย และจะได้รับอนุญาตจากคณบดีเป็นกรณีพิเศษ

(7) รายละเอียดของจำนวนหน่วยกิตรวมและระยะเวลาการศึกษาซึ่งนับจากวันที่เปิดภาคการศึกษาแรกที่รับเข้าศึกษาในหลักสูตรนั้น ๆ มีดังนี้

(ก) หลักสูตรปริญญาตรี (4 ปี) มีจำนวนหน่วยกิตรวมไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิต ใช้เวลาศึกษาไม่เกิน 8 ปีการศึกษา สำหรับการลงทะเบียนเรียนเต็มเวลา และไม่เกิน 12 ปีการศึกษา สำหรับการลงทะเบียนเรียนไม่เต็มเวลา (ภาคสมทบ)

(ข) หลักสูตรปริญญาตรี (5 ปี) ให้มีจำนวนหน่วยกิตรวมไม่น้อยกว่า 150 หน่วยกิต เวลาศึกษาไม่เกิน 10 ปีการศึกษา สำหรับการลงทะเบียนเรียนเต็มเวลา และไม่เกิน 15 ปีการศึกษา สำหรับการลงทะเบียนเรียนไม่เต็มเวลา (ภาคสมทบ)

(ค) หลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) ให้มีจำนวนหน่วยกิตรวมไม่น้อยกว่า 72 หน่วยกิต เวลาศึกษาไม่เกิน 4 ปีการศึกษา สำหรับการลงทะเบียนเรียนเต็มเวลา และไม่เกิน 6 ปีการศึกษา สำหรับการลงทะเบียนเรียนไม่เต็มเวลา

หมวด 2

การรับเข้าศึกษา

ข้อ 7 ลักษณะและคุณสมบัติของผู้สมัครเข้าเป็นนักศึกษา ผู้สมัครเข้าเป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัย จะต้องมึลักษณะและคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

- (1) เป็นผู้ไม่มีโรคติดต่อร้ายแรง โรคที่สังคมรังเกียจ หรือโรคที่จะเป็นอุปสรรคต่อการศึกษา
- (2) ไม่เป็นผู้มีความประพฤติเสื่อมเสียอย่างร้ายแรง
- (3) เป็นผู้ที่มีคุณวุฒิการศึกษาตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตร

ข้อ 8 การคัดเลือกผู้สมัครเข้าเป็นนักศึกษา ให้เป็นไปตามข้อประกาศการคัดเลือกเพื่อเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ซึ่งมหาวิทยาลัยจะได้ประกาศให้ทราบเป็นคราว ๆ ไป

หมวด 3

การขึ้นทะเบียน และการลงทะเบียนเรียน

ข้อ 9 การขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษา

(1) ผู้ได้รับการคัดเลือกจะมีสภาพเป็นนักศึกษา ต่อเมื่อได้ขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัย

ในการขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษา ผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้องนำหลักฐานต่าง ๆ ที่มหาวิทยาลัยกำหนด ไปรายงานตัวต่อมหาวิทยาลัย

(2) ผู้ได้รับการคัดเลือกต้องขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาด้วยตนเอง พร้อมทั้งชำระเงินค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ตามวัน เวลาและสถานที่ ที่มหาวิทยาลัยกำหนด

สำหรับภาคการศึกษาแรกที่เข้าศึกษาในมหาวิทยาลัย นักศึกษาต้องลงทะเบียนเรียนรายวิชาต่าง ๆ ไม่น้อยกว่า 9 หน่วยกิต มิฉะนั้น จะถือว่าพ้นสภาพการเป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัย

(3) นักศึกษาต้องมีบัตรประจำตัวนักศึกษามหาวิทยาลัย ซึ่งออกให้โดยสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน

(4) นักศึกษาแต่ละคนมีอาจารย์ที่ปรึกษา ตามที่คณะแต่งตั้ง

ข้อ 10 การลงทะเบียนเรียนรายวิชา

(1) มหาวิทยาลัยจะจัดให้มีการลงทะเบียนเรียนในรายวิชาต่าง ๆ ในแต่ละภาคการศึกษา ให้เสร็จก่อนวันเปิดภาคการศึกษานั้น ๆ

(2) ในกรณีที่มีเหตุอันควร คณะอาจประกาศงดการเรียนการสอนรายวิชาใด หรือจำกัดจำนวนนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนในรายวิชาใดก็ได้

(3) การงดการเรียนการสอนรายวิชาที่มีนักศึกษาลงทะเบียนเรียน ไปบ้างแล้วจะต้องกระทำภายใน 2 สัปดาห์แรกนับจากวันเปิดภาคการศึกษาปกติ หรือภายในสัปดาห์แรก นับจากวันเปิดภาคการศึกษาฤดูร้อน

ข้อ 11 การลงทะเบียนเรียน ให้กระทำตามหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

(1) ในแต่ละภาคการศึกษาปกติ นักศึกษาต้องลงทะเบียนเรียน ไม่น้อยกว่า 9 หน่วยกิต และไม่เกิน 22 หน่วยกิต สำหรับภาคการศึกษาฤดูร้อน นักศึกษาจะลงทะเบียนเรียนได้ไม่เกิน 9 หน่วยกิต

(2) การลงทะเบียนเรียนเกินกว่าที่กำหนดไว้ในข้อ 11(1) จะกระทำได้ต่อเมื่อได้รับอนุญาตจากคณบดี แต่ต้องไม่เกิน 25 หน่วยกิต ในภาคการศึกษาใดภาคการศึกษาหนึ่งเพียงภาคการศึกษาเดียว

การกำหนดจำนวนหน่วยกิตขั้นสูงในการลงทะเบียนเรียนดังกล่าวข้างต้น ไม่รวมถึงรายวิชาเสริมหลักสูตรซึ่งไม่นับหน่วยกิต ม.น. (AU)

การลงทะเบียนเรียนต่ำกว่าที่กำหนดไว้ในภาคการศึกษาปกติ (9 หน่วยกิต) จะกระทำได้เฉพาะกรณีเจ็บป่วย หรือมีเหตุอื่น ๆ ที่จะเป็นอุปสรรคต่อการศึกษา และได้รับอนุญาตจากมหาวิทยาลัย เว้นแต่เป็นภาคการศึกษาที่มีการฝึกงานหรือการฝึกภาคสนาม หรือภาคการศึกษาสุดท้ายที่จะสำเร็จการศึกษา

(3) นักศึกษาต้องรับผิดชอบต่อการลงทะเบียนเรียนรายวิชาต่าง ๆ ตามวัน เวลา และสถานที่ที่มหาวิทยาลัยกำหนด พร้อมทั้งชำระหนี้สินต่าง ๆ และชำระเงินค่าธรรมเนียมตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

(4) นักศึกษาที่ได้รับคะแนน ม.ศ.(1) ในภาคการศึกษาใด ไม่จำเป็นต้องลงทะเบียนเรียนเพื่อขอเปลี่ยนระดับคะแนน ม.ศ. (1) ในภาคการศึกษาต่อไป แต่การขอเปลี่ยนระดับคะแนน ม.ศ. (1) ในภาคการศึกษาสุดท้ายของนักศึกษา นักศึกษาต้องขอรักษาสภาพการเป็นนักศึกษา และชำระเงินค่าธรรมเนียมตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

(5) การลงทะเบียนเรียนรายวิชาต่าง ๆ ต้องได้รับอนุญาตจากอาจารย์ที่ปรึกษา และหัวหน้าสาขาวิชาที่นักศึกษาสังกัด

(6) สำหรับภาคการศึกษาปกติ นักศึกษาผู้ใดลงทะเบียนหลังวันที่มหาวิทยาลัยกำหนดไว้ จะต้องชำระเงินค่าธรรมเนียมเพิ่มเติม (ค่าปรับ) ตามอัตราที่มหาวิทยาลัยกำหนด ทั้งนี้ ไม่นับรวมวันหยุดราชการ มหาวิทยาลัยจะไม่อนุญาตให้นักศึกษาลงทะเบียนเรียนเมื่อพ้นกำหนดระยะเวลา 9 วันทำการนับจากวันที่มหาวิทยาลัยกำหนดให้นักศึกษาชำระเงินลงทะเบียนไม่ว่ากรณีใด ๆ

(7) ในภาคการศึกษาปกติ หากนักศึกษาผู้ใดไม่ลงทะเบียนเรียนด้วยเหตุใด ๆ จะต้องทำหนังสือขออนุญาตลาพักการศึกษาต่อคณบดี และจะต้องชำระเงินค่าธรรมเนียมเพื่อรักษาสภาพการเป็นนักศึกษาภายใน 30 วันนับจากวันเปิดภาคการศึกษา หากไม่ปฏิบัติตามดังกล่าว มหาวิทยาลัยจะถอนชื่อนักศึกษาผู้นั้นออกจากทะเบียนนักศึกษามหาวิทยาลัย

(8) สำหรับภาคการศึกษาฤดูร้อน นักศึกษาจะต้องลงทะเบียนเรียนให้เสร็จสิ้นตามวันที่มหาวิทยาลัยกำหนด มิฉะนั้น จะต้องชำระเงินค่าธรรมเนียมเพิ่มเติม (ค่าปรับ) ตามอัตราที่มหาวิทยาลัยกำหนด ทั้งนี้ ไม่นับรวมวันหยุดราชการ

ไม่ว่ากรณีใด ๆ นักศึกษาที่ไม่ลงทะเบียนเรียนภายในระยะเวลา 7 วันทำการนับจากวันที่มหาวิทยาลัยกำหนดให้นักศึกษาชำระเงินลงทะเบียนเรียนสำหรับภาคการศึกษาฤดูร้อน เป็นอันหมดสิทธิ์เข้าศึกษาในภาคการศึกษาฤดูร้อนนั้น

อธิการบดีมีอำนาจออกประกาศเพิ่มเติมสำหรับภาคการศึกษาภาคฤดูร้อนได้

(9) ให้อธิการบดีมีอำนาจอนุมัติให้นักศึกษาผู้ใดที่ถูกถอนชื่อออกจากทะเบียนนักศึกษาของมหาวิทยาลัยตามข้อ 11(7) กลับเข้าเป็นนักศึกษาใหม่ได้เป็นกรณีพิเศษ เมื่อมีเหตุผลอันสมควร โดยให้ถือระยะเวลาที่ถูกถอนชื่อออกจากทะเบียนนักศึกษาเป็นระยะเวลาพักการศึกษา ทั้งนี้ ต้องไม่พ้นกำหนดระยะเวลา 1 ปี นับจากวันที่นักศึกษาผู้นั้นถูกถอนชื่อออกจากทะเบียนนักศึกษา ในกรณีเช่นนี้นักศึกษาจะต้องชำระเงินค่าธรรมเนียมเสมือนเป็นผู้ลาพักการศึกษารวมทั้งค่าธรรมเนียมอื่น ๆ ที่ค้างชำระตามอัตราที่มหาวิทยาลัยกำหนด

(10) การขอลอนคืนเงินค่าธรรมเนียมการลงทะเบียนเรียนรายวิชาให้เป็นไปตามระเบียบที่มหาวิทยาลัยกำหนด

ข้อ 12 การขอเพิ่มและถอนรายวิชา ให้ดำเนินการดังนี้

(1) การขอเพิ่มรายวิชา ต้องกระทำภายใน 2 สัปดาห์แรกของภาคการศึกษาปกติ หรือภายในสัปดาห์แรกของภาคการศึกษาฤดูร้อน

(2) การขอถอนรายวิชา ให้มีผลดังนี้

(ก) ในกรณีที่ขอถอนรายวิชาภายใน 2 สัปดาห์นับจากวันเปิดภาคการศึกษาปกติ หรือภายในสัปดาห์แรกนับจากวันเปิดภาคการศึกษาฤดูร้อน รายวิชาที่ขอถอนจะไม่ปรากฏในระเบียบ

(ข) ในกรณีที่ขอถอนรายวิชาหลังจาก 2 สัปดาห์แรก แต่ยังคงอยู่ภายในระยะเวลา 12 สัปดาห์นับจากวันเปิดภาคการศึกษาปกติ หรือหลังจากสัปดาห์แรก แต่ยังคงอยู่ภายในระยะเวลา 6 สัปดาห์นับจากวันเปิดภาคการศึกษาฤดูร้อน ให้บันทึกระดับคะแนน W ในรายวิชาที่ขอถอน และจะไม่ได้รับเงินค่าลงทะเบียนคืน

(ค) ในกรณีที่ขอถอนรายวิชาเมื่อพ้นระยะเวลา 12 สัปดาห์นับจากวันเปิดภาคการศึกษาปกติ หรือเมื่อพ้นระยะเวลา 6 สัปดาห์นับจากวันเปิดภาคการศึกษาฤดูร้อน ให้บันทึกระดับคะแนน D (F) หรือ ม.จ.(U) ในรายวิชาที่ขอถอน และจะไม่ได้รับเงินค่าลงทะเบียนคืน

(3) การขอเพิ่มหรือถอนรายวิชา ต้องไม่ขัดต่อการลงทะเบียนเรียนในข้อ 11 (1) และข้อ 11 (2)

ข้อ 13 การศึกษาโดยไม่นับหน่วยกิต ม.น. (AU)

(1) การศึกษาโดยไม่นับหน่วยกิต ม.น. (AU) นี้ เมื่อนักศึกษาได้มีเวลาศึกษาครบร้อยละ 80 ของเวลาศึกษา ประกอบกับอาจารย์ผู้สอนรายวิชานั้น ๆ วินิจฉัยว่าได้ศึกษาด้วยความตั้งใจ ให้บันทึกระดับคะแนน ม.น. (AU) ไว้ในระเบียบ หากนักศึกษามีเวลาศึกษาไม่ครบร้อยละ 80 ของเวลาศึกษา โดยให้อาจารย์ผู้สอนให้ระดับคะแนน D (W) ในรายวิชานั้น

(2) หน่วยกิตของรายวิชาที่ศึกษาโดยไม่นับหน่วยกิต ม.น. (AU) จะไม่นับรวมเข้าเป็นหน่วยกิตสะสมและหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร

(3) นักศึกษาผู้ใดได้ลงทะเบียนเรียนในรายวิชาใดโดยไม่นับหน่วยกิตแล้ว นักศึกษาผู้นั้นจะลงทะเบียนเรียนในรายวิชานั้นซ้ำอีก เพื่อเป็นการนับหน่วยกิตในภายหลังก็ได้

(4) มหาวิทยาลัยอนุมัติให้บุคคลภายนอก ที่ไม่ใช่นักศึกษาของมหาวิทยาลัยเข้าศึกษาบางรายวิชาเป็นกรณีพิเศษ โดยไม่นับหน่วยกิตได้ แต่บุคคลนั้นจะต้องมีคุณสมบัติและพื้นฐานความรู้ทางการศึกษาตามที่มหาวิทยาลัยเห็นสมควร และจะต้องปฏิบัติตามข้อบังคับ หรือระเบียบ หรือประกาศมหาวิทยาลัย ว่าด้วยกรณีนั้น ๆ เช่นเดียวกับนักศึกษาของมหาวิทยาลัย และจะต้องชำระเงินค่าธรรมเนียมในการจัดการศึกษาตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

ข้อ 14 การเทียบโอนรายวิชา ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในระเบียบมหาวิทยาลัย ว่าด้วยการเทียบโอนผลการเรียน

หมวด 4
การลาของนักศึกษา

ข้อ 15 การลาพักการศึกษา

(1) นักศึกษาอาจยื่นคำร้องต่อคณบดี เพื่อขออนุญาตลาพักการศึกษาได้ไม่เกิน 2 ภาคการศึกษาปกติ ดังกรณีต่อไปนี้

- (ก) ถูกเกณฑ์หรือระดมเข้ารับราชการทหารกองประจำการ
- (ข) ได้รับทุนแลกเปลี่ยนนักศึกษาระหว่างประเทศหรือทุนอื่นใดซึ่งมหาวิทยาลัยเห็นสมควรสนับสนุน
- (ค) ป่วยจนต้องพักรักษาตัวตามคำสั่งแพทย์เป็นเวลานานเกินกว่าร้อยละ 20 ของเวลาศึกษาในภาคการศึกษาหนึ่ง ๆ โดยมีใบรับรองแพทย์
- (ง) มีความจำเป็นส่วนตัว โดยนักศึกษาผู้นั้นได้ศึกษาในมหาวิทยาลัยมาแล้วไม่น้อยกว่า 1 ภาคการศึกษา

(2) เมื่อนักศึกษามีเหตุสุดวิสัยจำต้องลาพักการศึกษา ให้ยื่นคำร้องต่อคณบดีโดยเร็วที่สุด

(3) ในการลาพักการศึกษา นักศึกษาจะลาพักการศึกษาเกินกว่า 2 ภาคการศึกษาปกติติดต่อกัน หรือในภาคการศึกษาแรกที่ได้ขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยไม่ได้ เว้นแต่จะได้รับอนุมัติจากอธิการบดีเป็นกรณีพิเศษ

(4) นักศึกษาที่ได้รับอนุญาตให้ลาพักการศึกษาแล้ว เมื่อจะกลับเข้าศึกษาจะต้องยื่นคำร้องขอกลับเข้าศึกษาต่อคณบดี ก่อนกำหนดวันลงทะเบียนเรียนของมหาวิทยาลัยไม่น้อยกว่า 1 สัปดาห์

(5) การลาพักการศึกษาในระหว่างภาคการศึกษา จะมีผลดังต่อไปนี้

(ก) ถ้าวันที่ขอลาพักการศึกษาอยู่ในระหว่าง 2 สัปดาห์แรกนับจากวันเปิดภาคการศึกษาปกติ หรือสัปดาห์แรกนับจากวันเปิดภาคการศึกษาฤดูร้อน รายวิชาที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียนทั้งหมดจะไม่ปรากฏในทะเบียน

(ข) ถ้าวันที่ขอลาพักการศึกษาพ้นกำหนด 2 สัปดาห์แรก แต่ยังคงอยู่ใน 12 สัปดาห์แรกนับจากวันเปิดภาคการศึกษาปกติ หรือเมื่อพ้นกำหนดสัปดาห์แรก แต่ยังคงอยู่ใน 6 สัปดาห์แรกนับจากวันเปิดภาคการศึกษาฤดูร้อน ให้บันทึกระดับคะแนน G (W) ไว้ในทะเบียนสำหรับทุกรายวิชาที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษานั้น ๆ

(ค) ถ้าวันที่ขอลาพักการศึกษาพ้นกำหนด 12 สัปดาห์แรกนับจากวันเปิดภาคการศึกษาปกติหรือ 6 สัปดาห์แรกนับจากวันเปิดภาคการศึกษาฤดูร้อนแล้ว ให้บันทึกระดับคะแนน D (F) หรือ ม.จ. (U) ไว้ในทะเบียนสำหรับทุกรายวิชาที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษานั้น ๆ เว้นแต่กรณีที่นักศึกษาเจ็บป่วยหรือมีเหตุสุดวิสัยโดยมีหลักฐานเชื่อถือได้ เมื่อนักศึกษาได้รับอนุญาตให้ลาพักการศึกษา ให้บันทึกระดับคะแนน G (W) สำหรับทุกรายวิชาที่ลงทะเบียนในภาคการศึกษานั้น ๆ

(6) ในกรณีที่นักศึกษาได้รับอนุญาตให้ลาพักการศึกษา หรือมีคำสั่งมหาวิทยาลัยให้พักการศึกษา เนื่องจากถูกลงโทษด้วยกรณีใด ๆ ตามข้อบังคับหรือระเบียบหรือประกาศมหาวิทยาลัยว่าด้วย

การนั้นภายหลังการลงทะเบียนเรียน ในภาคการศึกษาใด ให้ถือว่าการลงทะเบียนเรียนทั้งหมดในภาค การศึกษานั้นเป็นโมฆะ และมหาวิทยาลัยจะไม่คืนเงินค่าบำรุงการศึกษา ค่าลงทะเบียนและค่าธรรมเนียมให้แก่นักศึกษาไม่ต้องชำระค่าธรรมเนียมเพื่อรักษาสภาพการเป็นนักศึกษาตามประกาศที่มหาวิทยาลัยกำหนด

(7) นักศึกษาที่ได้รับอนุญาตให้ลาพักการศึกษา หรือมีคำสั่งมหาวิทยาลัยให้พักการศึกษา เนื่องจากถูกลงโทษด้วยกรณีใด ๆ ตามข้อบังคับหรือระเบียบหรือประกาศมหาวิทยาลัยว่าด้วยการนั้นก่อน การลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษาใด จะต้องชำระค่าธรรมเนียมเพื่อรักษาสภาพการเป็นนักศึกษาตาม ประกาศที่มหาวิทยาลัยกำหนดทุกภาคการศึกษา มิฉะนั้น จะถูกถอนชื่อออกจากทะเบียนของมหาวิทยาลัย

(8) การลาพักการศึกษามิว่าด้วยเหตุใด ๆ หรือการกลับเข้าศึกษาใหม่หรือการถูกให้ พักการศึกษแล้วแต่กรณี ไม่เป็นเหตุให้สภาพการเป็นนักศึกษายาวเวลาออกไปเกินกว่าสองเท่าของ แผนการเรียนตามหลักสูตรนับแต่วันขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัย ยกเว้นภาคการศึกษาฤดู ร้อน

ข้อ 16 การลาป่วย

(1) การลาป่วยแยกออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

(ก) การลาป่วยก่อนสอบ หมายถึง นักศึกษาป่วยก่อนภาคการศึกษานั้น ๆ จะสิ้นสุดลง และยังป่วยอยู่จนกระทั่งถึงวันสอบ ซึ่งทำให้ไม่สามารถเข้าสอบในบางรายวิชาหรือทั้งหมดได้

(ข) การลาป่วยระหว่างสอบ หมายถึง นักศึกษาได้ศึกษามาจนสิ้นภาคการศึกษาแล้ว แต่เกิดป่วยจนไม่สามารถเข้าสอบในบางรายวิชาหรือทั้งหมดได้

(2) การลาป่วยตามข้อ 16 (1) นั้น นักศึกษาต้องยื่นคำร้องขอต่อคณบดีภายใน 1 สัปดาห์ นับจากวันที่นักศึกษาเริ่มป่วย พร้อมด้วยใบรับรองแพทย์

หมวด 5

การวัดและประเมินผลการศึกษา

ข้อ 17 ให้มหาวิทยาลัยจัดทำประกาศกำหนดหลักเกณฑ์การวัดและประเมินผลการศึกษา เพื่อคณะใช้เป็นเกณฑ์ในการจัดการวัดผลและประเมินผลการศึกษาสำหรับรายวิชาที่นักศึกษาลงทะเบียน เรียนในแต่ละภาคการศึกษา โดยการประเมินผลการศึกษาในแต่ละรายวิชา ให้กำหนดเป็นระดับคะแนน (Grade) ค่าระดับคะแนนต่อหน่วยกิต และผลการศึกษา

หมวด 6

การฟื้นฟูสภาพการเป็นนักศึกษา

ข้อ 18 การฟื้นฟูสภาพการเป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยเนื่องจากผลการศึกษา

(1) นักศึกษาจะฟื้นฟูสภาพการเป็นนักศึกษา เมื่อมีค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมตามจำนวน หน่วยกิต ดังนี้

(ก) มีค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า 1.20 เมื่อลงทะเบียนเรียนมีหน่วยกิตสะสมระหว่าง 1 ถึง 20 หน่วยกิต

(ข) มีค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า 1.50 เมื่อลงทะเบียนเรียนมีหน่วยกิตสะสมระหว่าง 21 ถึง 60 หน่วยกิต

(ค) มีค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า 1.75 เมื่อลงทะเบียนเรียนมีหน่วยกิตสะสมตั้งแต่ 61 หน่วยกิตขึ้นไป

(2) กรณีที่นักศึกษาได้ศึกษารายวิชาต่าง ๆ ครบจำนวนหน่วยกิตสะสม ตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตร และได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ 1.90 ขึ้นไป แต่ไม่ถึง 2.00 ซึ่งผลการศึกษาไม่เพียงพอที่จะรับการเสนอชื่อเพื่อรับปริญญา ให้นักศึกษาของลงทะเบียนวิชาในรายวิชาที่ได้ระดับคะแนนต่ำกว่า ก (A) เพื่อปรับค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมให้ถึง 2.00 ภายในกำหนดระยะเวลา 3 ภาคการศึกษา รวมภาคการศึกษาฤดูร้อน แต่ไม่เกินระยะเวลาสองเท่าของแผนการเรียนตามหลักสูตร

(3) นักศึกษาผู้ใดที่พ้นสภาพการเป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัย เนื่องจากผลการศึกษาในภาคการศึกษาใด ๆ ให้ถือว่าลงทะเบียนเรียนและผลการศึกษาในภาคการศึกษาต่อไปเป็นโมฆะ และไม่มีผลใด ๆ

หมวด 7

การขอรับปริญญาและการอนุมัติปริญญา

ข้อ 19 ผู้มีสิทธิขอรับปริญญา ต้องมีคุณสมบัติครบถ้วน ดังต่อไปนี้

(1) เป็นนักศึกษาภาคการศึกษาสุดท้ายที่ลงทะเบียนเรียนครบตามหลักสูตร รวมทั้งรายวิชาที่ได้ระดับคะแนน ค (C) หรือ ม.ศ. (I) หรือ อ (W) แต่ต้องไม่เกิน 25 หน่วยกิต เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากคณบดีตามข้อ 11 (2)

(2) เป็นนักศึกษาที่ได้ศึกษาครบตามหลักสูตรแล้ว แต่ยังมีได้ดำเนินการขอรับปริญญา

(3) มีระยะเวลาการศึกษาไม่น้อยกว่า 2 ภาคการศึกษาปกติ สำหรับหลักสูตร 2-3 ปีการศึกษา หรือไม่น้อยกว่า 4 ภาคการศึกษาปกติ สำหรับหลักสูตร 4-5 ปีการศึกษา

ข้อ 20 การขอรับปริญญา

นักศึกษาผู้มีคุณสมบัติครบถ้วนตามที่ระบุไว้ในข้อ 19(1) จะต้องทำหนังสือตามแบบที่มหาวิทยาลัยกำหนดยื่นต่อคณะก่อนการลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษาที่คาดว่าจะสำเร็จการศึกษา ทั้งนี้จะต้องกระทำภายในกำหนดระยะเวลา 30 วันนับจากวันเปิดภาคการศึกษาปกติหรือภายในกำหนดระยะเวลา 15 วันนับจากวันเปิดภาคการศึกษาฤดูร้อน เพื่อให้มหาวิทยาลัยเสนอชื่อเพื่อขอรับอนุมัติปริญญาต่อสภามหาวิทยาลัย

การทำหนังสือตามวรรคก่อน จะต้องกระทำทุกภาคการศึกษาจนกว่านักศึกษาจะสำเร็จการศึกษาตามประกาศสภามหาวิทยาลัยในภาคการศึกษาที่ขอรับปริญญานั้น ๆ

นักศึกษาผู้ใดมิได้ยื่นหนังสือดังกล่าว จะไม่ได้รับการพิจารณาเสนอชื่อเพื่อรับปริญญาในภาคการศึกษานั้น ๆ

นักศึกษาตามข้อ 19(2) ที่มีค่าน้ำหนักเรียนสูงกว่า จะไม่ได้รับการพิจารณาเสนอชื่อเพื่อขอรับปริญญา ในภาคการศึกษานั้น ๆ และจะต้องชำระเงินค่ารักษาสภาพการเป็นนักศึกษาตามอัตราที่มหาวิทยาลัยกำหนดทุกภาคการศึกษาจนถึงภาคการศึกษาที่นักศึกษาทำหนังสือขึ้น เพื่อขอรับปริญญา

ข้อ 21 การเสนอชื่อเพื่อรับปริญญา

(1) เมื่อสิ้นภาคการศึกษาหนึ่ง ๆ มหาวิทยาลัยจะเสนอรายชื่อนักศึกษาที่มีสิทธิได้รับปริญญาตามหลักสูตรและข้อกำหนดของสาขาวิชาต่าง ๆ เพื่อขออนุมัติปริญญาต่อสภามหาวิทยาลัย

(2) กรรมการคณะเป็นผู้พิจารณานักศึกษาซึ่งมีคุณสมบัติครบถ้วนและมีความประพฤติดีสมควรได้รับปริญญา โดยเสนอชื่อต่อมหาวิทยาลัยนำเสนอต่อสภามหาวิทยาลัยเพื่อขออนุมัติปริญญา เมื่อสอบได้จำนวนหน่วยกิตสะสมครบตามหลักสูตรและข้อกำหนดของสาขาวิชาต่าง ๆ และได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า 2.00

(3) นักศึกษาต้องศึกษารายวิชาต่าง ๆ ให้ครบตามหลักสูตรและข้อกำหนดของสาขาวิชานั้น กับมีหน่วยกิตสะสมไม่ต่ำกว่าที่หลักสูตรกำหนดไว้ โดยได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า 2.00 และได้ขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัย โดยมีระยะเวลาการศึกษาตามข้อ 19 (3) จึงจะได้รับการเสนอชื่อเพื่อรับปริญญาในสาขาวิชานั้น ๆ

(4) นักศึกษาที่จะได้รับการเสนอชื่อเพื่อรับปริญญา ต้องชำระหนี้สินที่มีทั้งหมดต่อมหาวิทยาลัย และชำระเงินค่าขึ้นทะเบียนบัณฑิตของมหาวิทยาลัยเมื่อสำเร็จการศึกษาตามประกาศมหาวิทยาลัย

ข้อ 22 การเสนอชื่อเพื่อรับปริญญาประจำภาคการศึกษา ให้มหาวิทยาลัยนำเสนอต่อสภามหาวิทยาลัยอนุมัติในวันเดียวกันกับที่เสนอขออนุมัติปริญญาเกียรตินิยมและเหรียญเกียรตินิยม

ข้อ 23 การอนุมัติให้ปริญญา

สภามหาวิทยาลัยจะพิจารณาอนุมัติปริญญาปีการศึกษาละ 3 ครั้ง คือ เมื่อสิ้นภาคการศึกษาที่หนึ่ง ภาคการศึกษาที่สอง และภาคการศึกษาฤดูร้อน

หมวด 8

ปริญญาเกียรตินิยมและเหรียญเกียรตินิยม

ข้อ 24 นักศึกษาที่จะได้รับการเสนอชื่อเพื่อรับปริญญาเกียรตินิยม ต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ดังนี้

(1) ลงทะเบียนรายวิชาในมหาวิทยาลัยไม่ต่ำกว่า 72 หน่วยกิตสำหรับหลักสูตร 2-3 ปีการศึกษา หรือไม่ต่ำกว่า 120 หน่วยกิตสำหรับหลักสูตร 4 ปีการศึกษา หรือไม่ต่ำกว่า 150 หน่วยกิตสำหรับหลักสูตร 5 ปีการศึกษา

(2) สำเร็จการศึกษาภายในระยะเวลาที่หลักสูตรกำหนด ทั้งนี้ไม่นับระยะเวลาที่นักศึกษาขอลาพักการศึกษาตามข้อบังคับนี้

(3) ต้องไม่มีผลการศึกษาที่อยู่ในเกณฑ์ชั้นไม่พอใจ หรือ ม.จ. หรือต่ำกว่าระดับคะแนนขั้นต่ำ หรือ ค (C) ในรายวิชาใดวิชาหนึ่ง

(4) นักศึกษาผู้สำเร็จการศึกษาที่มีคุณสมบัติครบถ้วนตาม 24 (1) (2) และ(3) ที่มีค่าระดับคะแนนเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 3.75 จะได้รับการเสนอชื่อเพื่อรับปริญญาเกียรตินิยมอันดับ 1

(5) นักศึกษาผู้สำเร็จการศึกษาที่มีคุณสมบัติครบถ้วนตาม 24(1) (2) และ(3) ที่มีค่าระดับคะแนนเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 3.50 จะได้รับการเสนอชื่อเพื่อรับปริญญาเกียรตินิยมอันดับ 2

(6) การเสนอชื่อเพื่อรับปริญญาเกียรตินิยม ให้มหาวิทยาลัยนำเสนอต่อสภามหาวิทยาลัยในคราวเดียวกันกับที่เสนอขออนุมัติปริญญาประจำภาคการศึกษานั้น

ข้อ 25 การให้เกียรตินิยมเหรียญทองหรือเกียรตินิยมเหรียญเงิน

(1) ให้มหาวิทยาลัยจัดให้มีเหรียญเกียรตินิยมแก่ผู้สำเร็จการศึกษาที่มีผลการศึกษาคดีเด่น โดยแยกเป็นคณะ

(2) เกียรตินิยมเหรียญทองให้แก่ผู้สำเร็จการศึกษาที่ได้ปริญญาเกียรตินิยมอันดับ 1 ที่ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมสูงสุดในแต่ละคณะ


(3) เกียรตินิยมเหรียญเงินให้แก่ผู้สำเร็จการศึกษาที่ได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมเป็นที่สอง และจะต้องได้ปริญญาเกียรตินิยมอันดับ 1 หรือ 2 ในแต่ละคณะ กรณีผู้สำเร็จการศึกษาได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมสูงสุด แต่ได้ปริญญาเกียรตินิยมอันดับ 2 ในแต่ละคณะ ให้เกียรตินิยมเหรียญเงิน

การเสนอชื่อเพื่อรับเหรียญเกียรตินิยม ให้สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนดำเนินการปีการศึกษาละหนึ่งครั้ง และให้อธิการบดีนำเสนอต่อสภามหาวิทยาลัยเพื่อพิจารณาอนุมัติในคราวเดียวกันกับที่เสนอขออนุมัติปริญญาประจำภาคการศึกษาสุดท้ายของปีการศึกษา

บทเฉพาะกาล

ข้อ 26 ให้นำข้อบังคับสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล พ.ศ. 2537 และที่แก้ไขเพิ่มเติม มาใช้บังคับกับนักศึกษาที่เข้าศึกษาก่อนปีการศึกษา 2550 โดยอนุโลม

ประกาศ ณ วันที่ 8 มีนาคม พ.ศ. 2550



(นางจรรยาพร ชรินทร์ทวี)

ปลัดกระทรวงศึกษาธิการ

นายกสภามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



ข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี
(ฉบับที่ ๒)
พ.ศ. ๒๕๕๒

.....

ด้วยเห็นสมควรปรับปรุงแก้ไขหลักเกณฑ์การวัดผลและประเมินผลการศึกษาในการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีให้เหมาะสมยิ่งขึ้น

ฉะนั้น อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๑๗ (๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พ.ศ. ๒๕๔๘ สภามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครในการประชุมครั้งที่ ๑๒/๒๕๕๒ เมื่อวันที่ ๒๕ พฤศจิกายน ๒๕๕๒ จึงออกข้อบังคับไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ข้อบังคับนี้เรียกว่า “ข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๕๒”

ข้อ ๒ ข้อบังคับนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศเป็นต้นไป

ข้อ ๓ ให้ยกเลิกความในข้อ ๑๗ แห่งข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๕๐ และใช้ความต่อไปนี้แทน

“ข้อ ๑๗ การวัดและประเมินผลการศึกษาและการสำเร็จการศึกษา

(๑) ให้มหาวิทยาลัยจัดทำประกาศกำหนดหลักเกณฑ์การวัดและประเมินผลการศึกษา เพื่อให้คณะใช้เป็นเกณฑ์ในการจัดการวัดผลและประเมินผลการศึกษาสำหรับรายวิชาที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียนในแต่ละภาคการศึกษา โดยการประเมินผลการศึกษาในแต่ละรายวิชา ให้กำหนดเป็นระดับคะแนน (Grade) ค่าระดับคะแนนต่อหน่วยกิต และผลการศึกษา

(๒) การสำเร็จการศึกษา นักศึกษาต้องลงทะเบียนเรียนครบทุกรายวิชาในทุกหมวดวิชา และมีผลการเรียนผ่านตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในหลักสูตร ในกรณีนักศึกษาลงทะเบียนเรียนวิชาโครงการ หรือวิชาที่เรียกชื่ออย่างอื่นซึ่งมีลักษณะเป็นการศึกษาค้นคว้าหรือทดลอง มีการประยุกต์ใช้วิชาชีพประกอบการทำรายงานในลักษณะภาคินพนธ์ตามคู่มือที่มหาวิทยาลัยกำหนด เมื่อผ่านการประเมินผลการเรียนแล้ว นักศึกษาต้องส่งรายงานฉบับสมบูรณ์จำนวนห้าเล่ม พร้อมแผ่นบันทึกข้อมูลต่อสาขาวิชา จึงจะสำเร็จการศึกษา”

ประกาศ ณ วันที่ ๑๕ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๕๒

(ศาสตราจารย์ไชยยศ เหมะรัชตะ)

นายกสภามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



**ข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี (ฉบับที่ ๓)
พ.ศ. ๒๕๕๗**

โดยที่เห็นสมควรปรับปรุงกำหนดปีการศึกษาและระบบการศึกษาของมหาวิทยาลัยให้เหมาะสมและสอดคล้องกับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๑๗(๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พ.ศ. ๒๕๔๘ สภามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ในการประชุมครั้งที่ ๙/๒๕๕๗ เมื่อวันที่ ๒๙ กรกฎาคม ๒๕๕๗ จึงออกข้อบังคับไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ข้อบังคับนี้เรียกว่า “ข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี (ฉบับที่ ๓) พ.ศ.๒๕๕๗”

ข้อ ๒ ข้อบังคับนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่ปีการศึกษา ๒๕๕๗ เป็นต้นไป

ข้อ ๓ ให้ยกเลิกความในข้อ ๕ แห่งข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๕๐ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

“ข้อ ๕ ปีการศึกษา ให้เริ่มตั้งแต่วันที่ ๑ สิงหาคมของทุกปี และสิ้นสุดลงในวันที่ ๓๑ กรกฎาคมของปีถัดไป”

ข้อ ๔ ให้ยกเลิกความในข้อ ๖ (๒) แห่งข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๕๐ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

“(๒) การศึกษาในมหาวิทยาลัย ใช้ระบบทวิภาค (Semester Basis) โดยแบ่งเวลาศึกษาในปีการศึกษาหนึ่ง ๆ ออกเป็น ๒ ภาคการศึกษาปกติ ซึ่งเป็นภาคการศึกษาบังคับ คือ

(ก) ภาคการศึกษาที่หนึ่ง (First Semester) ตั้งแต่วันจันทร์ที่สองของเดือนสิงหาคม เป็นต้นไป เป็นเวลา ๑๖ สัปดาห์รวมทั้งเวลาสำหรับการสอบด้วย

(ข) ภาคการศึกษาที่สอง (Second Semester) ตั้งแต่วันจันทร์ที่สองของเดือนมกราคม เป็นต้นไป เป็นเวลา ๑๖ สัปดาห์รวมทั้งเวลาสำหรับการสอบด้วย

ทั้งนี้ เว้นแต่มหาวิทยาลัยจะกำหนดเป็นอย่างอื่น และมหาวิทยาลัยอาจเปิดภาคการศึกษาฤดูร้อน (Summer Session) ซึ่งเป็นภาคการศึกษาที่ไม่บังคับสำหรับการเรียนซ่อมรายวิชาที่นักศึกษาตก หรือนักศึกษาที่จะสำเร็จการศึกษา ให้คณะเสนอขอเปิดการเรียนการสอน ใช้เวลาศึกษา ๘ สัปดาห์ รวมทั้งเวลาสำหรับการสอบด้วย โดยให้เพิ่มชั่วโมงการศึกษาในแต่ละรายวิชา ให้เท่ากับภาคการศึกษาปกติ”

ข้อ ๕ ให้ยกเลิกความในข้อ ๑๗(๒) แห่งข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๕๐ ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๕๒ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

๒

“(๒)การสำเร็จการศึกษา นักศึกษาต้องลงทะเบียนเรียนครบทุกรายวิชาในทุกหมวดวิชาที่กำหนดไว้ในหลักสูตรและมีผลการเรียนผ่านตามเกณฑ์การประเมินผลการศึกษาได้คะแนนเฉลี่ยสะสมไม่น้อยกว่า ๒.๐๐ และผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตรตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด ในกรณีที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียนวิชา โครงการหรือรายวิชาที่เรียกชื่ออย่างอื่นที่มีลักษณะเป็นการศึกษาค้นคว้าหรือทดลอง มีการประยุกต์ใช้วิชาชีพ ประกอบการทำรายงานในลักษณะภาคินิพนธ์ตามคู่มือที่มหาวิทยาลัยกำหนด เมื่อผ่านการประเมินผลการเรียน แล้วนักศึกษาต้องส่งรายงานฉบับสมบูรณ์จำนวนห้าเล่มพร้อมแผ่นบันทึกข้อมูลต่อสาขาวิชาจึงจะสำเร็จการศึกษา”

ประกาศ ณ วันที่ ๑๕ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๕๗



(ศาสตราจารย์ไชยยศ เหมะรัชตะ)

นายกสภามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



ข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี (ฉบับที่ ๔)
พ.ศ. ๒๕๕๘

โดยที่เห็นสมควรแก้ไขข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๕๐ เพื่อให้การบริหารจัดการงานทะเบียนนักศึกษาเป็นไปด้วยความเรียบร้อยยิ่งขึ้น

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๑๗ (๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พ.ศ. ๒๕๔๘ สภามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ในการประชุม ครั้งที่ ๑๐/๒๕๕๘ เมื่อวันที่ ๒๖ สิงหาคม ๒๕๕๘ จึงออกข้อบังคับไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ข้อบังคับนี้เรียกว่า “ข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี (ฉบับที่ ๔) พ.ศ. ๒๕๕๘”

ข้อ ๒ ข้อบังคับนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่ปีการศึกษา ๒๕๕๘ เป็นต้นไป

ข้อ ๓ ให้ยกเลิกความในข้อ ๑๘ แห่งข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครว่าด้วยการศึกษาปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๕๐ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

“ข้อ ๑๘ การพ้นสภาพการเป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัย มีดังต่อไปนี้

- (๑) ตาย
- (๒) ลาออก
- (๓) ขาดคุณสมบัติตามข้อ ๗
- (๔) ได้รับอนุมัติให้สำเร็จการศึกษา
- (๕) ถูกลงโทษให้ออกจากมหาวิทยาลัยเพราะกระทำผิดวินัยอย่างร้ายแรง
- (๖) มหาวิทยาลัยประกาศถอนชื่อออกจากทะเบียนนักศึกษา เนื่องจาก
 - (ก) มีเวลาศึกษาน้อยกว่าร้อยละ ๘๐ ของเวลาการศึกษาในภาคการศึกษาแรกที่เข้าศึกษาในมหาวิทยาลัย

(ข) ไม่ลงทะเบียนเรียน และหรือไม่ชำระค่าบำรุงการศึกษา ค่าลงทะเบียน หรือค่าธรรมเนียมการศึกษาในเวลาที่กำหนดตามข้อ ๑๑ (๗)

(๗) พ้นสภาพเนื่องจากผลการศึกษา ตามหลักเกณฑ์ดังนี้

(ก) มีค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า ๑.๒๐ เมื่อลงทะเบียนเรียนมีหน่วยกิตสะสมระหว่าง ๑ ถึง ๒๒ หน่วยกิต

(ข) มีค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า ๑.๕๐ เมื่อลงทะเบียนเรียนมีหน่วยกิตสะสมระหว่าง ๒๓ ถึง ๖๐ หน่วยกิต

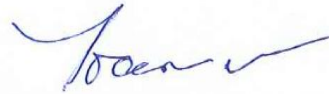
(ค) มีค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า ๑.๗๕ เมื่อลงทะเบียนเรียนมีหน่วยกิตสะสมตั้งแต่ ๖๑ หน่วยกิต ขึ้นไป

นักศึกษาได้ศึกษาและผ่านการประเมินผลทุกรายวิชาตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตร และได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ ๑.๙๐ ขึ้นไป แต่ไม่ถึง ๒.๐๐ ซึ่งผลการศึกษาไม่เพียงพอที่จะรับการเสนอชื่อเพื่อรับปริญญา ให้นักศึกษาขอลงทะเบียนเรียนซ้ำในรายวิชาที่ได้คะแนนต่ำกว่า ก (A) เพื่อปรับค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมให้ถึง ๒.๐๐ ภายในกำหนดระยะเวลา ๓ ภาคการศึกษา รวมภาคการศึกษาฤดูร้อน แต่ไม่เกินระยะเวลาการศึกษาตามข้อ ๖ (๗)

นักศึกษาผู้ใดที่พ้นสภาพการเป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัย เนื่องจากผลการศึกษาในภาคการศึกษาใด ให้ถือว่าการลงทะเบียนเรียนและผลการศึกษาในภาคการศึกษาต่อไปเป็นโมฆะ และไม่มีผลใด ๆ

(๘) ไม่สามารถสำเร็จการศึกษาตามระยะเวลาการศึกษาตามข้อ ๖ (๗)”

ประกาศ ณ วันที่ ๓๑ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๕๘



(ศาสตราจารย์ไชยยศ เหมะรัชตะ)

นายกสภามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ภาคผนวก ข

ข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ว่าด้วยการเทียบโอนผลการเรียน



ข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ว่าด้วยการเทียบโอนผลการเรียน
พ.ศ. ๒๕๕๙

โดยที่เห็นสมควรกำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการเทียบโอนผลการเรียน เพื่อให้การจัดการศึกษาในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครคงไว้ซึ่งคุณภาพและมาตรฐานการศึกษา และเป็นไปตามความในมาตรา ๑๕ แห่งพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๔๒ ซึ่งกำหนดให้มีการเทียบโอนผลการเรียนจากการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๑๗ (๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พ.ศ. ๒๕๔๘ สภามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ในการประชุมครั้งที่ ๓/๒๕๕๙ เมื่อวันที่ ๓๐ มีนาคม ๒๕๕๙ จึงออกข้อบังคับไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ข้อบังคับนี้เรียกว่า “ข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครว่าด้วยการเทียบโอนผลการเรียน พ.ศ. ๒๕๕๙”

ข้อ ๒ ข้อบังคับนี้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศเป็นต้นไป

ข้อ ๓ ให้ยกเลิกระเบียบมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ว่าด้วยการเทียบโอนผลการเรียน พ.ศ. ๒๕๕๐

บรรดาระเบียบ ข้อบังคับ หรือคำสั่งอื่นใดซึ่งขัดหรือแย้งกับข้อบังคับนี้ ให้ใช้ข้อบังคับนี้แทน

ข้อ ๔ ในข้อบังคับนี้

“มหาวิทยาลัย” หมายความว่า มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

“อธิการบดี” หมายความว่า อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

“คณะ” หมายความว่า คณะ วิทยาลัย หรือส่วนราชการที่เรียกชื่ออย่างอื่นที่มีฐานะเทียบเท่าคณะที่มีหน้าที่จัดการศึกษาในสังกัดมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

“คณบดี” หมายความว่า คณบดี ผู้อำนวยการวิทยาลัย หรือหัวหน้าส่วนราชการในส่วนราชการที่เรียกชื่ออย่างอื่นที่มีฐานะเทียบเท่าคณะที่จัดการศึกษาในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

“การเทียบโอนผลการเรียน” หมายความว่า การนำผลการเรียนรู้อื่น ซึ่งเป็นความรู้ ทักษะและประสบการณ์ของผู้เรียนที่เกิดจากการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ การศึกษาตามอัธยาศัย การฝึกอาชีพหรือจากประสบการณ์การทำงานมาประเมินเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๕ ให้อธิการบดี รักษาการตามข้อบังคับนี้ ให้มีอำนาจออกประกาศเพื่อปฏิบัติให้เป็นไปตามข้อบังคับนี้

กรณีมีปัญหาเกี่ยวกับการปฏิบัติตามข้อบังคับนี้ ให้อธิการบดีเป็นผู้วินิจฉัยชี้ขาด

๒

หมวด ๑
บททั่วไป

ข้อ ๖ ข้อบังคับนี้ให้ใช้บังคับกับนักศึกษาระดับปริญญาตรีและระดับบัณฑิตศึกษา

ข้อ ๗ ให้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการเทียบโอนผลการเรียน เพื่อดำเนินการเทียบโอนผลการเรียน ดังนี้

(๑) การเทียบโอนผลการเรียนในระบบ ให้คณบดีแต่งตั้งบุคคลซึ่งมีคุณสมบัติสอดคล้องกับระดับการศึกษาและสาขาวิชาที่ขอเทียบโอนจำนวนไม่น้อยกว่าสามคนเป็นคณะกรรมการ

(๒) การเทียบโอนผลการเรียนจากการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยเข้าสู่วิทยาลัย การศึกษาในระบบ ให้อธิการบดีแต่งตั้งคณบดีเป็นประธานกรรมการ ผู้แทนสถานประกอบการ หรือผู้แทนองค์กรวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง และอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรเป็นกรรมการ

ข้อ ๘ คณะกรรมการเทียบโอนผลการเรียน มีหน้าที่ดำเนินการเทียบโอนผลการเรียนรู้และประเมินความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ตามหลักเกณฑ์และวิธีการประเมินผลที่มหาวิทยาลัยประกาศกำหนด

ข้อ ๙ ผู้ขอเทียบโอนผลการเรียน ต้องขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัย และศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยอย่างน้อยหนึ่งปีการศึกษา

ข้อ ๑๐ ค่าธรรมเนียมการเทียบโอนผลการเรียนและหน่วยกิตให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๑๑ การเทียบโอนผลการเรียน ให้อยู่ในอำนาจของคณบดีเป็นผู้พิจารณาอนุมัติ

หมวด ๒

การเทียบโอนผลการเรียนในระบบ

ส่วนที่ ๑

การเทียบโอนระดับปริญญาตรี

ข้อ ๑๒ หลักเกณฑ์การเทียบโอนผลการเรียนโดยการเทียบวิชาเรียนและโอนหน่วยกิต ระหว่างการศึกษาในระบบ ระดับปริญญาตรี มีดังนี้

(๑) เป็นรายวิชาหรือกลุ่มวิชาในหลักสูตรระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่าที่สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาหรือหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจตามกฎหมายรับรอง

(๒) รายวิชาที่ขอเทียบโอน ต้องมีเนื้อหาสาระการเรียนรู้และจุดประสงค์ครอบคลุมไม่น้อยกว่าสามในสี่ของรายวิชาที่ขอเทียบโอน และมีจำนวนหน่วยกิตเทียบเท่าหรือมากกว่าตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตรของมหาวิทยาลัย

(๓) รายวิชาหรือกลุ่มวิชาที่จะนำมาเทียบโอนหน่วยกิตต้องมีระดับคะแนนไม่ต่ำกว่า ค หรือ C (ผลการศึกษาพอใช้) หรือค่าระดับคะแนน ๒.๐ หรือเทียบเท่า

(๔) รายวิชาที่เทียบโอนหน่วยกิตให้ เมื่อรวมกันแล้วต้องมีจำนวนหน่วยกิตไม่เกินสามในสี่ของจำนวนหน่วยกิตตลอดหลักสูตร

(๕) รายวิชาที่ได้รับการเทียบโอนหน่วยกิต ให้แสดงชื่อรายวิชา จำนวนหน่วยกิต และระดับคะแนนใบแสดงผลการศึกษา โดยไม่นำมาคิดค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม

(๖) นักศึกษาจะต้องใช้เวลาศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยอย่างน้อยหนึ่งปีการศึกษา

๓

ข้อ ๑๓ ให้ผู้ขอเทียบโอนผลการเรียนยื่นคำร้องขอเทียบโอนพร้อมหลักฐานภายในสิบห้าวัน นับจากวันที่ผู้ขอเทียบโอนขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษา มิฉะนั้นให้ถือว่าสละสิทธิ์และไม่ประสงค์จะขอเทียบโอน ผลการเรียน และให้คณะกรรมการเทียบโอนผลการเรียน ดำเนินการเทียบโอนภายในภาคการศึกษาแรกที่ขึ้น ทะเบียนเป็นนักศึกษา

กรณีมีเหตุผลความจำเป็นไม่สามารถดำเนินการเทียบโอนผลการเรียนภายในกำหนดเวลา ตามวรรคหนึ่ง ให้อยู่ในดุลพินิจของคณบดีเป็นผู้พิจารณาการให้เทียบโอน แต่ต้องไม่เกินภาคการศึกษาที่ ๒ ในปีการศึกษานั้น

ข้อ ๑๔ ให้มีการบันทึกผลการเทียบโอน และการประเมินผลดังนี้

(๑) รายวิชาหรือกลุ่มวิชาที่เทียบโอนให้ จะไม่นำมาคิดค่าระดับคะแนนเฉลี่ยประจำภาคและ ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม โดยให้บันทึกอักษร "TC" (Transfer Credits) ไว้ส่วนบนของรายวิชาที่เทียบโอน ให้ในใบแสดงผลการศึกษา

(๒) รายวิชาหรือกลุ่มวิชาที่เทียบโอนให้ หากเป็นหลักสูตรที่มีองค์วิชาชีพควบคุมและต้องใช้ ผลการเรียนประกอบวิชาชีพ ให้กำหนดระดับคะแนนในรายวิชาหรือกลุ่มวิชาที่เทียบโอน เพื่อนำมาคิดค่า ระดับคะแนนเฉลี่ยประจำภาค และค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม โดยให้บันทึกอักษร "TC" (Transfer Credits) ไว้ส่วนท้ายรายวิชาหรือกลุ่มวิชาที่เทียบโอนให้ในใบแสดงผลการศึกษา

ส่วนที่ ๒

การเทียบโอนระดับบัณฑิตศึกษา

ข้อ ๑๕ หลักเกณฑ์การเทียบโอนผลการเรียนโดยการเทียบวิชาเรียนและโอนหน่วยกิต ระหว่างการศึกษาในระบบ ระดับบัณฑิตศึกษา มีดังนี้

(๑) เป็นรายวิชาหรือกลุ่มวิชาในหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา หรือเทียบเท่าที่สำนักงาน คณะกรรมการการอุดมศึกษาหรือหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจตามกฎหมายรับรอง

(๒) รายวิชาที่ขอเทียบโอน ต้องมีเนื้อหาสาระการเรียนรู้และจุดประสงค์ครอบคลุมไม่น้อย กว่าสามในสี่ของรายวิชาที่ขอเทียบโอน และมีจำนวนหน่วยกิตเทียบเท่าหรือมากกว่าตามที่กำหนดไว้ใน หลักสูตรของมหาวิทยาลัย

(๓) รายวิชาหรือกลุ่มวิชาที่จะนำมาเทียบโอนหน่วยกิตต้องมีระดับคะแนนไม่ต่ำกว่า ข หรือ B (ผลการศึกษาคดี) หรือค่าระดับคะแนน ๓.๐ หรือเทียบเท่า หรือได้รับระดับคะแนน S (สอบผ่าน/เป็นที่พอใจ)

(๔) รายวิชาที่เทียบโอนหน่วยกิตให้ เมื่อรวมกันแล้วต้องมีจำนวนหน่วยกิตไม่เกินร้อยละสี่สิบ ของจำนวนหน่วยกิตตลอดหลักสูตร ทั้งนี้ไม่นับรวมหน่วยกิตของวิทยานิพนธ์และการค้นคว้าอิสระ

(๕) รายวิชาที่ได้รับการเทียบโอนหน่วยกิต ให้แสดงชื่อรายวิชา จำนวนหน่วยกิต และระดับ คะแนนในใบแสดงผลการศึกษา โดยไม่นำมาคิดค่าระดับคะแนนเฉลี่ย

(๖) นักศึกษาจะต้องใช้เวลาศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยอย่างน้อยหนึ่งปีการศึกษาและ ลงทะเบียนเรียนรายวิชา และวิชาวิทยานิพนธ์ หรือวิชาการค้นคว้าอิสระ ตามหลักสูตรที่เข้าศึกษาไม่น้อยกว่า ๑๒ หน่วยกิต

ข้อ ๑๖ ให้ผู้ขอเทียบโอนผลการเรียนยื่นคำร้องขอเทียบโอนพร้อมหลักฐานภายในสิบห้าวัน นับจากวันที่ผู้ขอเทียบโอนขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษา มิฉะนั้นให้ถือว่าสละสิทธิ์และไม่ประสงค์จะขอเทียบโอน ผลการเรียน และให้คณะกรรมการเทียบโอนผลการเรียนดำเนินการเทียบโอนภายในภาคการศึกษาแรกที่ขึ้น ทะเบียนเป็นนักศึกษา

ข้อ ๑๗ การบันทึกผลการเทียบโอน และการประเมินผลในรายวิชาหรือกลุ่มวิชาที่เทียบโอนให้ จะไม่นำมาคิดค่าระดับคะแนนเฉลี่ยประจำภาคและค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม โดยให้บันทึกอักษร "TC" (Transfer Credits) ไว้ส่วนบนของรายวิชาที่เทียบโอนให้ในใบแสดงผลการศึกษา

๔

หมวด ๓

การเทียบโอนผลการเรียนจากการศึกษานอกระบบ
และการศึกษาตามอัธยาศัย เข้าสู่การศึกษาในระบบ

ส่วนที่ ๑

การเทียบโอนระดับปริญญาตรี

ข้อ ๑๘ หลักเกณฑ์การเทียบโอนผลการเรียน โดยการเทียบโอนความรู้และให้หน่วยกิตจากการศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย เข้าสู่ระบบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีดังนี้

(๑) วิธีการประเมินเพื่อการเทียบโอนความรู้จะกระทำได้โดยการทดสอบมาตรฐานการทดสอบที่ไม่ใช่การทดสอบมาตรฐาน การประเมินการจัดการศึกษา/อบรมที่จัดโดยหน่วยงานต่างๆ และการประเมินแฟ้มสะสมงาน

(๒) การเทียบโอนความรู้เป็นรายวิชาหรือกลุ่มวิชาตามหลักสูตรที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยโดยรายวิชาหรือกลุ่มวิชาที่เทียบโอนให้เมื่อรวมกันแล้วต้องมีจำนวนหน่วยกิตไม่เกินสามในสี่ของจำนวนหน่วยกิตตลอดหลักสูตร

(๓) การขอเทียบโอนความรู้เป็นรายวิชาหรือกลุ่มวิชาของสาขาวิชาใด ให้สาขาวิชานั้นเป็นผู้กำหนดวิธีการและการดำเนินการเทียบโอน โดยการเทียบโอนความรู้นั้นต้องรับผลการประเมินเทียบได้ไม่ต่ำกว่าระดับคะแนน ค หรือ C (ผลการศึกษาพอใช้) หรือค่าระดับคะแนน ๒.๐ จึงจะให้นับจำนวนหน่วยกิตรายวิชาหรือกลุ่มวิชานั้น

(๔) รายวิชาที่เทียบโอนให้ จะไม่นำมาคิดค่าระดับคะแนนเฉลี่ยประจำภาค และค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม โดยบันทึกไว้ส่วนบนของรายวิชาที่เทียบโอนให้ในใบแสดงผลการศึกษา เว้นแต่หลักสูตรที่มีองค์ความรู้ซ้ำพบบท ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และข้อกำหนดขององค์ความรู้วิชานั้น

ข้อ ๑๙ การบันทึกผลการเทียบโอน ให้บันทึกผลตามวิธีการประเมิน ดังนี้

(๑) หน่วยกิตที่ได้จากการทดสอบมาตรฐานให้บันทึกอักษร “CS” (Credits from Standardized Tests)

(๒) หน่วยกิตที่ได้จากการทดสอบที่ไม่ใช่การทดสอบมาตรฐาน ให้บันทึกอักษร “CE”

(Credits from Examination)

(๓) หน่วยกิตที่ได้จากการประเมินการจัดการศึกษา/อบรมที่จัดโดยหน่วยงานต่างๆ

ให้บันทึกอักษร “CT” (Credits from Training)

(๔) หน่วยกิตที่ได้จากการประเมินแฟ้มสะสมงาน ให้บันทึกอักษร “CP” (Credits from Portfolio)

การบันทึกผลการเทียบโอนตามวิธีการประเมินในวรรคแรก ให้บันทึกไว้ส่วนท้ายของรายวิชาหรือกลุ่มวิชาที่เทียบโอนให้ เว้นแต่หลักสูตรที่มีองค์ความรู้ซ้ำพบบท และต้องใช้ผลการเรียนประกอบการขอใบอนุญาตประกอบวิชาชีพ ให้กำหนดระดับคะแนนในรายวิชา หรือกลุ่มวิชาเพื่อนำมาคิดค่าระดับคะแนนเฉลี่ยประจำภาค และค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม โดยบันทึกอักษร “PL” (Prior Learning) ไว้ส่วนท้ายรายวิชาที่เทียบโอนให้ในใบแสดงผลการศึกษา

ส่วนที่ ๒

การเทียบโอนระดับบัณฑิตศึกษา

ข้อ ๒๐ หลักเกณฑ์การเทียบโอนผลการเรียน โดยการเทียบโอนความรู้และให้หน่วยกิตจากการศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย เข้าสู่ระบบการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา มีดังนี้

(๑) วิธีการประเมินเพื่อการเทียบโอนความรู้จะกระทำได้โดยวิธีการใดวิธีการหนึ่งหรือหลายวิธี ประกอบด้วย การทดสอบมาตรฐาน การทดสอบที่ไม่ใช่การทดสอบมาตรฐาน การสอบข้อเขียน การสอบสัมภาษณ์ การประเมินการจัดการการศึกษา หรือ ฝึกอบรมที่จัดโดยหน่วยงานต่างๆ การประเมินแฟ้มสะสมงาน

๕

การแสดงผลงานอันเป็นที่ประจักษ์ ทั้งนี้ คณะกรรมการบริหารหลักสูตรอาจกำหนดวิธีการประเมินในรูปแบบอื่นก็ได้ที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับปรัชญาของแต่ละหลักสูตร

(๒) การเทียบโอนความรู้เป็นรายวิชาที่มีหน่วยกิตให้ เมื่อรวมกันแล้วต้องไม่เกินร้อยละสี่สิบของจำนวนหน่วยกิตของรายวิชาทั้งหมดในหลักสูตรของมหาวิทยาลัย ทั้งนี้ไม่นับรวมหน่วยกิตของวิทยานิพนธ์และการค้นคว้าอิสระ

(๓) การเทียบโอนความรู้ ต้องได้รับผลการประเมินเทียบได้ไม่ต่ำกว่าระดับคะแนน B (ผลการศึกษาคดี) หรือค่าระดับคะแนน ๓.๐ ขึ้นไป จึงจะสามารถนับจำนวนหน่วยกิตที่ขอเทียบโอนได้

(๔) รายวิชาที่เทียบโอนให้ จะไม่นำมาคิดค่าระดับคะแนนเฉลี่ยประจำภาคและค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม

ข้อ ๒๑ ให้คณะกรรมการเทียบโอนผลการเรียน ดำเนินการเทียบโอนภายในภาคการศึกษาแรกที่ขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษา ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ขอเทียบโอนได้ทราบจำนวนรายวิชาที่เทียบโอนได้และรายวิชาที่ต้องศึกษาเพิ่มเติมตามหลักสูตร

ข้อ ๒๒ การบันทึกผลการเทียบโอน ให้บันทึกผลตามวิธีการประเมิน ดังนี้

(๑) หน่วยกิตที่ได้จากการทดสอบมาตรฐาน ให้บันทึกอักษร "CS" (Credits from Standardized Tests)

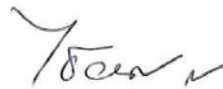
(๒) หน่วยกิตที่ได้จากการทดสอบที่ไม่ใช่การทดสอบมาตรฐาน ให้บันทึกอักษร "CE" (Credits from Examination)

(๓) หน่วยกิตที่ได้จากการประเมินการจัดการศึกษาหรืออบรมที่จัดโดยหน่วยงานต่างๆ ให้บันทึกอักษร "CT" (Credits from Training)

(๔) หน่วยกิตที่ได้จากการประเมินแฟ้มสะสมงาน ให้บันทึกอักษร "CP" (Credits from Portfolio)

การบันทึกผลการเทียบโอนตามวิธีการประเมินในวรรคก่อน ให้บันทึกไว้ส่วนบนของรายวิชาที่เทียบโอนให้ในใบแสดงผลการศึกษา

ประกาศ ณ วันที่ ๑๗ เมษายน พ.ศ. ๒๕๕๙



(ศาสตราจารย์ไชยยศ เหมะรัชตะ)

นายกสภามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ภาคผนวก ค

ตารางสรุปการปรับปรุงหลักสูตร

ตารางสรุปการปรับปรุงหลักสูตร

รายการ	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2555	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560
<p>1. วัตถุประสงค์ หลักสูตร</p>	<p>1. เพื่อให้ผู้สำเร็จการศึกษา มีความรู้ความสามารถเชิงวิชาการในงานบริหารธุรกิจทั่วไป เกี่ยวกับการติดต่อประสานงาน การตัดสินใจ การวางแผน การควบคุมและการให้คำแนะนำแก่บุคลากรผู้ปฏิบัติงาน การรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ การติดตามและประเมินผลงานเพื่อเสนอผู้บริหารระดับสูง</p> <p>2. เพื่อให้ผู้สำเร็จการศึกษาสามารถเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ และสามารถปฏิบัติงานในหน้าที่ผู้บริหารด้านการตลาด การจัดซื้อและการพัสดุ การพยากรณ์ธุรกิจ การบุคลากร และสามารถปฏิบัติงานตามสาขาวิชาที่ได้ศึกษาโดยตรง</p> <p>3. เพื่อฝึกอบรมให้มีความคิดริเริ่ม กิจนิสัยในการค้นคว้าปรับปรุงตนเองให้ก้าวหน้าอยู่เสมอ สามารถแก้ปัญหาและตัดสินใจด้วยหลักการและเหตุผล อำนวยการและปฏิบัติการด้วยหลักวิชาที่มีการวางแผน การปฏิบัติงาน การแนะนำงานและการควบคุมงานอย่างมีประสิทธิภาพอันจะก่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมายอย่างประหยัด รวดเร็ว ตรงต่อเวลา และมีคุณภาพซึ่งสามารถวัดผลงานนั้นได้ทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ</p> <p>4. เพื่อปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม ความมีระเบียบวินัย ความซื่อสัตย์สุจริตความขยันหมั่นเพียร ความสำนึกในจรรยาบรรณทางวิชาชีพการตลาด ความรับผิดชอบต่อหน้าที่และสังคม ตลอดจนจรรยาบรรณวิชาชีพของชนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปวัฒนธรรมอันดีงามของไทย</p>	<p>1. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ความสามารถเชิงวิชาการทางการตลาด งานบริหารธุรกิจทั่วไป เกี่ยวกับการติดต่อประสานงาน การตัดสินใจ การวางแผน การควบคุมและการให้คำแนะนำแก่บุคลากรผู้ปฏิบัติงาน การรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ การติดตามและประเมินผลงานเพื่อเสนอผู้บริหารระดับสูง</p> <p>2. เพื่อผลิตบัณฑิตที่สามารถเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ และสามารถปฏิบัติงานในหน้าที่ผู้บริหารด้านการตลาด การจัดซื้อและการพัสดุ การพยากรณ์ธุรกิจ การบุคลากร และสามารถปฏิบัติงานตามสาขาวิชาที่ได้ศึกษาได้อย่างมีคุณภาพ</p> <p>3. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีกิจนิสัยในการค้นคว้าปรับปรุงตนเองให้ก้าวหน้าอยู่เสมอ สามารถแก้ปัญหาและตัดสินใจด้วยหลักการและเหตุผล อำนวยการและปฏิบัติการด้วยหลักวิชาที่มีแบบแผน มีการปฏิบัติงาน การแนะนำงานและการควบคุมงานอย่างมีประสิทธิภาพอันจะก่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมายอย่างประหยัด รวดเร็ว ตรงต่อเวลาและมีคุณภาพซึ่งสามารถวัดผลงานนั้นได้ทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ</p> <p>4. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความเป็นผู้นำ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีมนุษยสัมพันธ์ มีความรับผิดชอบต่อนตนเองและบุคคลที่เกี่ยวข้องสามารถทำงานเป็นทีมร่วมกับผู้อื่น มีการพัฒนาและปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี</p> <p>5. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีคุณธรรม จริยธรรม มีระเบียบวินัย ซื่อสัตย์สุจริต อดทนและอดกลั้น ขยันหมั่นเพียร มีสำนึกในจรรยาบรรณทางวิชาชีพการตลาด ความรับผิดชอบต่อหน้าที่และสังคม ตลอดจนจรรยาบรรณวิชาชีพของชนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปวัฒนธรรมอันดีงามของไทย</p>

รายการ	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2555	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560
2. โครงสร้าง หลักสูตร	หน่วยกิตรวม 129 หน่วยกิต หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 32 หน่วยกิต หมวดวิชาเฉพาะ 91 หน่วยกิต หมวดวิชาเลือกเสรี 6 หน่วยกิต	หน่วยกิตรวม 127 หน่วยกิต หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 30 หน่วยกิต หมวดวิชาเฉพาะ 91 หน่วยกิต หมวดวิชาเลือกเสรี 6 หน่วยกิต
3. รายวิชาที่มีการ ปรับปรุง	กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ 37 หน่วยกิต	กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ 34 หน่วยกิต
	03-211-101 หลักการตลาด (Principles of Marketing) 3(3-0-6) บทบาทและความสำคัญของการตลาด และเศรษฐกิจ พัฒนาการของแนวความคิดทาง การตลาด กิจกรรมและหน้าที่ทางการตลาด การ แบ่งตลาด ลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคแต่ละตลาด ส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยซึ่งมีอิทธิพลต่อ การกำหนดส่วนประสมทางการตลาด กลยุทธ์ทาง การตลาดที่เหมาะสมสำหรับแต่ละส่วนประสม ระบบข้อมูลทางการตลาด การตลาดสำหรับธุรกิจ บริการ การตลาดทางตรง การตลาดระหว่าง ประเทศ การประยุกต์เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ ในกิจกรรมการตลาด จริยธรรมการตลาดและ ความรับผิดชอบต่อสังคม	BA2021101 หลักการตลาด (Principles of Marketing) 3(3-0-6) แนวคิดทางการตลาดและหน้าที่ทางการ ตลาด การแบ่งตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค ส่วน ประสมทางการตลาดและการกำหนดกลยุทธ์ส่วน ประสมทางการตลาด ระบบข้อมูลทางการตลาด และการตลาดธุรกิจบริการ การตลาดทางตรงและ การตลาดระหว่างประเทศ การประยุกต์ เทคโนโลยีสมัยใหม่ในกิจกรรมทางการตลาด และ กรณีศึกษา
	03-311-103 หลักการจัดการ (Principles of Management) 3(3-0-6) พื้นฐานการประกอบธุรกิจ แนวคิด ทฤษฎี และวิวัฒนาการทางการจัดการสภาพแวดล้อมและ องค์กร การวางแผน การจัดองค์การ การบริหาร ทรัพยากรมนุษย์ การขึ้นนำ การควบคุม เทคนิคการ จัดการสมัยใหม่	BA2031101 หลักการจัดการ (Principles of Management) 3(3-0-6) ทฤษฎีและวิวัฒนาการทางการจัดการ สภาพแวดล้อมองค์กร การวางแผน การจัด องค์การ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การขึ้นนำ การ ควบคุม
	03-311-101 การภาษีอากร (Taxation) 3(3-0-6) ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีอากร หลักเกณฑ์ วิธีการประเมิน และการจัดเก็บภาษี อากร ตามประมวลรัษฎากร ภาษีเงินได้บุคคล ธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ อากรแสตมป์ ภาษีศุลกากร ภาษีสรรพสามิต และภาษีท้องถิ่น	BA2031202 การภาษีอากร (Taxation) 3(3-0-6) โครงสร้างภาษีอากร หลักเกณฑ์ วิธีการประเมินและ การจัดเก็บภาษีอากรตามประมวลรัษฎากร ภาษีเงินได้ บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ อากรแสตมป์ ภาษีศุลกากร ภาษี สรรพสามิตและภาษีท้องถิ่น

รายการ	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2555	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560
	<p>03-311-102 กฎหมายธุรกิจ (Business Law) 3(3-0-6)</p> <p>ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมายทั่วไป บุคคล ทรัพย์ นิติกรรม สัญญา ละเมิด ข้อขาย เช่าทรัพย์ เช่าซื้อ จ้างแรงงาน จ้างทำของ ยืม ค่าประกัน จำนอง จำนำ ตั๋วแทน นายหน้า และทรัพย์สินทางปัญญา</p>	<p>BA2031203 กฎหมายธุรกิจ (Business Law) 3(3-0-6)</p> <p>บทเบ็ดเสร็จทั่วไป บุคคล ทรัพย์ นิติกรรม สัญญา ละเมิด ข้อขาย เช่าทรัพย์ เช่าซื้อ จ้างแรงงาน จ้างทำของ ยืม ค่าประกัน จำนอง จำนำ ตั๋วแทน นายหน้า และทรัพย์สินทางปัญญา</p>
	<p>03-331-104 การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ (Quantitative Analysis for Business) 3(3-0-6)</p> <p>ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ การวิเคราะห์โดยวิธีการตัดสินใจเชิงวิทยาศาสตร์ การตัดสินใจภายใต้สภาวะแน่นอนและไม่แน่นอน การควบคุมสินค้าคงคลัง การโปรแกรมเชิงเส้น เทคนิคการควบคุมและประเมินผลโครงการ ทฤษฎีเกมส์ แบบจำลอง แกวคอย และการจำลองสถานการณ์</p>	<p>BA2031304 การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ (Quantitative Analysis for Business) 3(3-0-6)</p> <p>การวิเคราะห์โดยวิธีการตัดสินใจเชิงวิทยาศาสตร์ การตัดสินใจภายใต้สภาวะแน่นอนและไม่แน่นอน การควบคุมสินค้าคงคลัง การโปรแกรมเชิงเส้น เทคนิคการควบคุมและประเมินผลโครงการ แบบจำลองแกวคอย และการจำลองสถานการณ์</p>
	<p>03-411-101 การเงินธุรกิจ (Business Finance) 3(3-0-6)</p> <p>ความหมายและความสำคัญของการเงิน ขอบเขต บทบาท และหน้าที่ของฝ่ายการเงิน รูปแบบของธุรกิจ การวิเคราะห์ การพยากรณ์ และการวางแผนทางการเงินหลักการบริหารเงินทุนหมุนเวียน และงบลงทุน มูลค่าของเงิน โครงสร้างทางการเงิน และการจัดหาเงินทุนของธุรกิจ</p>	<p>BA2041102 การเงินธุรกิจ (Business Finance) 3(3-0-6)</p> <p>ข้อมูลทางการเงิน การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน การพยากรณ์และวางแผนทางการเงิน การบริหารเงินทุนหมุนเวียน งบจ่ายลงทุน โครงสร้างทางการเงินและการจัดหาเงินทุน มูลค่าของเงินตามเวลา การเงินระหว่างประเทศ</p>
	<p>03-511-101 ระบบสารสนเทศและการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานธุรกิจ (Information Systems in Business) 3(2-2-5)</p> <p>ความหมายและบทบาทของระบบสารสนเทศต่อการจัดการธุรกิจ ชนิดของระบบสารสนเทศที่ใช้ในกิจการ การประยุกต์คอมพิวเตอร์ในงานธุรกิจ เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในปัจจุบัน การใช้ระบบเครือข่ายและบริการบนอินเทอร์เน็ต การใช้ระบบปฏิบัติการและการใช้โปรแกรมประยุกต์ในปัจจุบัน</p>	<p>BA2051101 ระบบสารสนเทศเพื่องานธุรกิจ (Information Systems in Business) 3(2-2-5)</p> <p>แนวคิด บทบาทของระบบสารสนเทศในงานธุรกิจ การประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศในงานธุรกิจทั้งในระดับบุคคลและระดับองค์กร ประเภทของการใช้ระบบสารสนเทศในองค์กร เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในปัจจุบัน การใช้งานระบบปฏิบัติการ การใช้งานระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต การประยุกต์ใช้ซอฟต์แวร์ในสำนักงาน ด้านงานเอกสาร งานนำเสนอ และงานตารางคำนวณ การจัดทำจดหมายเวียน การใช้ซอฟต์แวร์ตารางคำนวณเพื่อวิเคราะห์ยอดขาย</p>

รายการ	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2555	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560
	<p>03-011-301 การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา (Preparation for Co-Operative Education) 1(0-2-1)</p> <p>ความหมาย ความสำคัญ ความเป็นมา และพัฒนาการสหกิจศึกษา การเตรียมความพร้อมก่อนการออกสหกิจศึกษา เทคนิคการปฏิบัติงานในสถานประกอบการ วิธีการเขียนรายงานและการนำเสนอรายงานสหกิจศึกษา</p>	<p>BA2001401 การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา (Preparation for Cooperative Education) 1(0-2-1)</p> <p>กระบวนการสหกิจศึกษา การเลือกสถานประกอบการและการสมัครงาน การสัมภาษณ์งาน อาชีพ การพัฒนาบุคลิกภาพ กฎหมายแรงงานและจรรยาบรรณวิชาชีพ ระบบคุณภาพและความปลอดภัย การเขียนรายงานและการนำเสนองาน</p>
	กลุ่มวิชาชีพบังคับ 36 หน่วยกิต	กลุ่มวิชาชีพบังคับ 39 หน่วยกิต
	<p>03-212-203 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา (Product and Price Management) 3(3-0-6)</p> <p>ความหมาย บทบาท ความสำคัญของผลิตภัณฑ์และราคาในการจัดการการตลาด การจัดการผลิตภัณฑ์ การพัฒนาตลาดเป้าหมาย การตัดสินใจเกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ การพัฒนากลยุทธ์วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การพัฒนาและการจัดการผลิตภัณฑ์ใหม่ การจัดการราคา การกำหนดราคาในสถานการณ์ต่าง ๆ การเลือกใช้กลยุทธ์และเทคนิคด้านราคาที่มีประสิทธิภาพต่อการพัฒนาส่วนแบ่งทางการตลาดและจริยธรรมในการกำหนดราคา</p>	<p>BA2022201 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา (Product and Price Management) 3(3-0-6)</p> <p>แนวคิดผลิตภัณฑ์และราคา การจัดการผลิตภัณฑ์และการพัฒนาตลาดเป้าหมายกลยุทธ์การกำหนดตลาดเป้าหมาย การตัดสินใจเกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์และตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การพัฒนากลยุทธ์วงจรชีวิตและการจัดการผลิตภัณฑ์ใหม่ การจัดการราคาและการบริหารต้นทุน การกำหนดราคาในสถานการณ์ต่างๆและการเลือกใช้กลยุทธ์ด้านราคา</p>
	<p>03-212-204 การจัดการการค้าปลีก (Retailing Management) 3(2-2-5)</p> <p>การดำเนินงานการค้าปลีก ประเภทธุรกิจการค้าปลีก ส่วนประสมการค้าปลีก กลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขันในธุรกิจการค้าปลีก การควบคุมและวางแผนคลังสินค้า การจัดการร้าน การเลือกทำเลที่ตั้ง การวางผังร้าน นโยบายสินค้า โลจิสติกส์สำหรับการค้าปลีก การนำเทคโนโลยีมาใช้ในธุรกิจการค้าปลีก จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ ปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการร้านค้าปลีกและการฝึกปฏิบัติทำแผนธุรกิจค้าปลีก</p>	<p>BA2022203 การจัดการการค้าปลีก (Retailing Management) 3(2-2-5)</p> <p>การดำเนินงานการค้าปลีกและส่วนประสมการค้าปลีก กลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขันในธุรกิจการค้าปลีก การควบคุมและวางแผนคลังสินค้า นโยบายสินค้าและโลจิสติกส์สำหรับการค้าปลีก การจัดการเทคโนโลยีในธุรกิจการค้าปลีก ปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการร้านค้าปลีก การฝึกปฏิบัติทำแผนธุรกิจค้าปลีกและกรณีศึกษา</p>

รายการ	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2555	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560
	<p>03-212-202 การวิเคราะห์และการเข้าถึงผู้บริโภค (Consumer Analysis and Consumer Insight) 3(2-2-5)</p> <p>วิเคราะห์การตัดสินใจของผู้บริโภคและการเข้าถึงผู้บริโภค กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค การพัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อเข้าถึงผู้บริโภค และพฤติกรรมของผู้บริโภค ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ การอธิบายถึงการเข้าถึงผู้บริโภค และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด</p>	<p>BA2022204 การวิเคราะห์และการเข้าถึงผู้บริโภค (Consumer Analysis and Consumer Insight) 3(2-2-5)</p> <p>แนวคิดเกี่ยวกับผู้บริโภคและพฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์ปัจจัยภายในของผู้บริโภค การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกของผู้บริโภค กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค การวิจัยผู้บริโภคเพื่อเข้าถึงผู้บริโภค กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเข้าถึงผู้บริโภค การแก้ปัญหาด้วยการใช้กรณีศึกษาทางการตลาด</p>
	<p>03-212-302 หลักการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Principles of Integrated Marketing Communication) 3(3-0-6)</p> <p>หลักการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การจัดองค์ประกอบสำหรับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด การวางแผนการสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมสำหรับการตัดสินใจเข้าสู่ตลาดใหม่ สิ่งแวดล้อมของการสื่อสารการตลาด เครื่องมือการสื่อสารการตลาด สื่อต่าง ๆ ที่ใช้สำหรับการสื่อสารการตลาด การวัดและประเมินผลการสื่อสารการตลาด การวางแผนการรณรงค์สื่อสารการตลาด และกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง</p>	<p>BA2022305 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communications) 3(3-0-6)</p> <p>หลักการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การจัดองค์ประกอบสำหรับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด การวางแผนการสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมสำหรับการตัดสินใจเข้าสู่ตลาดใหม่ สิ่งแวดล้อมของการสื่อสารการตลาด เครื่องมือการสื่อสารการตลาด สื่อต่าง ๆ ที่ใช้สำหรับการสื่อสารการตลาด การวัดและประเมินผลการสื่อสารการตลาด การวางแผนการรณรงค์สื่อสารการตลาด จริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาด และกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง</p>

รายการ	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2555	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560
	<p>03-212-401 การตลาดระหว่างประเทศ (International Marketing) 3(3-0-6)</p> <p>โลกทัศน์การตลาดระหว่างประเทศ สิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมทางสังคม วัฒนธรรมองค์กร การเมือง กฎหมาย โอกาสทางการตลาด การรวมกลุ่มการค้า ระหว่างประเทศการรวมกลุ่มเศรษฐกิจ การพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดระหว่างประเทศและกลยุทธ์ในการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศและกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง</p>	<p>BA2022306 การตลาดระหว่างประเทศ (International Marketing) 3(3-0-6)</p> <p>โลกทัศน์การตลาดระหว่างประเทศ สภาพแวดล้อมการตลาดระหว่างประเทศ โอกาสทางการตลาด กลยุทธ์ในการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ การตัดสินใจเลือกตลาดเป้าหมายระหว่างประเทศ การพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดระหว่างประเทศ รวมถึงศึกษกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง</p>
	<p>03-214-313 การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) 3(2-2-5)</p> <p>การส่งเสริมการตลาดและสื่อสารตราสินค้า โดยการใช้นวัตกรรมเครื่องมือสื่อสารดิจิทัลเป็นช่องทางในการเข้าถึงผู้บริโภค เครื่องมือสื่อดิจิทัล โทรศัพท์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต สื่อเคลื่อนที่ สื่อสังคมออนไลน์ หรือรูปแบบสื่อดิจิทัลอื่นๆ เทคนิควิธีการใช้ เป็นเครื่องมือสื่อสารการตลาด และการฝึกปฏิบัติงาน ใช้สื่อดิจิทัลให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย</p>	<p>BA2022307 การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) 3(2-2-5)</p> <p>การส่งเสริมการตลาดและสื่อสารตราสินค้า การใช้นวัตกรรมเครื่องมือสื่อสารดิจิทัลเป็นช่องทางในการเข้าถึงผู้บริโภค เครื่องมือสื่อดิจิทัล โทรศัพท์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต สื่อเคลื่อนที่ สื่อสังคมออนไลน์ และรูปแบบสื่อดิจิทัลอื่นๆ เทคนิควิธีการใช้สื่อดิจิทัลเป็นเครื่องมือสื่อสารการตลาด และการฝึกปฏิบัติงานใช้สื่อดิจิทัลให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย</p>
	<p>03-212-301 โลจิสติกส์และการจัดการการจัดจำหน่าย (Logistics and Distribution Management) 3(3-0-6)</p> <p>ความหมาย หลักการ ความสำคัญของโลจิสติกส์ และการจัดการจัดจำหน่าย ผลกระทบของการจัดจำหน่ายและโลจิสติกส์ต่อธุรกิจ การวางแผน การปฏิบัติ การควบคุม การเคลื่อนย้ายและการเก็บรักษาจากผู้ผลิตจนถึงลูกค้า แนวคิดเกี่ยวกับโลจิสติกส์และการจัดจำหน่าย การกำหนดนโยบายและการวางแผนการจัดจำหน่าย ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการกำหนดนโยบายจัดจำหน่าย เทคนิคและเครื่องมือ การนำเทคโนโลยีมาใช้ในระบบโลจิสติกส์และการจัดการการจัดจำหน่ายอย่างมีประสิทธิภาพ และกรณีศึกษาที่</p>	<p>BA2022308 โลจิสติกส์และการจัดการการจัดจำหน่าย (Logistics and Distribution Management) 3(3-0-6)</p> <p>หลักการของโลจิสติกส์และการจัดการจัดจำหน่าย ผลกระทบของการจัดจำหน่ายและโลจิสติกส์ต่อธุรกิจ การควบคุมและการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ห่วงโซ่อุปทานและการวางแผนการจัดจำหน่าย ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจการควบคุมและการประเมินผลกระบวนการโลจิสติกส์และกรณีศึกษา</p>

	เกี่ยวข้อง	
รายการ	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2555	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560
	<p>03-213-311 การสร้างตราและการจัดการตราสินค้า (Brand Building and Brand Management) 3 (2-2-5)</p> <p>บทบาทและความสำคัญของตราสินค้า กระบวนการสร้างตราสินค้า เอกลักษณ์ของตราสินค้า ความคิดเห็นกับตราสินค้า การสร้างคุณค่าของตราสินค้า การจัดการส่วนประสมทางการตลาดเพื่อสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก การกำหนดกลยุทธ์และการวางแผนตราสินค้า กรณีศึกษาเพื่อให้เห็นภาพ นำเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างตราสินค้าและการจัดการตราสินค้า</p>	<p>BA2022309 การจัดการตราสินค้า (Brand Management) 3 (2-2-5)</p> <p>องค์ประกอบของตราสินค้า กระบวนการสร้างตราสินค้า เอกลักษณ์ตราสินค้าการสร้างคุณค่าตราสินค้า การกำหนดกลยุทธ์และการวางแผนตราสินค้า การวัดมูลค่าของคุณค่าตราสินค้า กรณีศึกษาเกี่ยวกับการสร้างตราสินค้าและการจัดการตราสินค้า</p>
	<p>03-214-304 การตลาดกิจกรรม (Event Marketing) 3(2-2-5)</p> <p>บทบาทและความสำคัญของการตลาดกิจกรรม ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการตลาดกิจกรรม การกำหนดกลยุทธ์และยุทธวิธีของการตลาดกิจกรรม การวางแผนการดำเนินงานรณรงค์กิจกรรมทางการตลาด การจัดการกิจกรรมเกี่ยวกับองค์กร ผลิตภัณฑ์และบริการ การตลาดกิจกรรมในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต</p>	<p>BA2022310 การตลาดกิจกรรม (Event Marketing) 3(2-2-5)</p> <p>แนวคิดการจัดการตลาดกิจกรรม การกำหนดกลยุทธ์และยุทธวิธีของการตลาดกิจกรรม การวางแผนการดำเนินงานรณรงค์กิจกรรมทางการตลาด การจัดการกิจกรรมเกี่ยวกับองค์กร การกำหนดเครื่องมือที่ใช้ในตลาดกิจกรรม การตลาดกิจกรรมในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต</p>

--	--	--

รายการ	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2555	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560
	<p>03-212-402 การวิจัยการตลาด (Marketing Research) 3(2-2-5)</p> <p>บทบาทและความสำคัญของการวิจัยการตลาดในการตัดสินใจทางธุรกิจ กระบวนการวิจัยการตลาด การกำหนดข้อเสนอโครงการวิจัย การกำหนดงบประมาณและการบริหารโครงการวิจัย ระเบียบวิธีวิจัยและการเลือกใช้เทคนิคการวิจัยที่ถูกต้องเหมาะสม วิธีการสุ่มตัวอย่าง การเก็บข้อมูล การประมวลผลข้อมูลด้วยเทคนิคทางสถิติโดยโปรแกรมสำเร็จรูป การแปลความหมายข้อมูล การเขียนรายงานการวิจัย และการปฏิบัติงานวิจัยภาคสนาม</p>	<p>BA2022411 การวิจัยการตลาด (Marketing Research) 3(2-2-5)</p> <p>การจัดการวิจัยทางการตลาดและการตัดสินใจทางธุรกิจ กระบวนการวิจัยตลาดและการกำหนดข้อเสนอโครงการวิจัย การบริหารโครงการวิจัย และเทคนิคการวิจัย วิธีการสุ่มตัวอย่างและการออกแบบเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล การประมวลผลทางสถิติโดยโปรแกรมสำเร็จรูป การแปลความหมายของข้อมูลและการเขียนรายงานการวิจัย</p>

	<p>03-212-401 กลยุทธ์และการวางแผนการตลาด (Marketing Strategies and Planning) 3(3-0-6)</p> <p>กลยุทธ์การตลาด การวางแผนการตลาด การวิเคราะห์สถานการณ์ต่างๆ การวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็ง ปัญหา โอกาสและอุปสรรค การกำหนดส่วนแบ่งตลาด กำหนดตลาดเป้าหมาย กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การจัดจำหน่าย การจัดการห่วงโซ่อุปทาน กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การใช้ข้อมูลเพื่อการวางแผนและตัดสินใจ การควบคุมและการปฏิบัติตามแผนที่กำหนดไว้ รวมถึงกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง</p>	<p>BA2022412 กลยุทธ์และการวางแผนการตลาด (Marketing Strategies and Planning) 3(2-2-5)</p> <p>กระบวนการวางแผนกลยุทธ์การตลาด สภาพแวดล้อมเพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขันการตลาด กลยุทธ์สำหรับการแข่งขันทางการตลาด ตลาดเป้าหมาย กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด การประเมินและควบคุมตามแผนการตลาดที่กำหนดไว้ กลยุทธ์การตลาดยุคใหม่ในปัจจุบันภายใต้จริยธรรมทางการตลาด รวมถึงกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง</p>
รายการ	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2555	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560

	<p>03-213-310 สัมมนาปัญหาการตลาด (Seminar in Marketing Problems) 3(2-2-5)</p> <p>อภิปรายเกี่ยวกับปัญหาต่างๆ ด้านการตลาดเน้นการประยุกต์ความรู้ที่นักศึกษาเรียนรู้จากวิชาต่างๆ และจากการค้นคว้าเพิ่มเติมนำไปใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์ วิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจอย่างมีระบบ เสริมสร้างความคิดริเริ่ม ความสะดวกหรือร้อนในการแสดงความคิดเห็นที่มีระเบียบหลักเกณฑ์ ด้วยการนำเทคนิคต่างๆ ในการสัมมนาปัญหาทางการตลาดมาใช้เพื่อให้ นักศึกษาได้ประสบการณ์เสมือนหนึ่งการดำเนินงานธุรกิจจริง</p>	<p>BA2022413 สัมมนาปัญหาการตลาด (Seminar in Marketing Problems) 3(2-2-5)</p> <p>อภิปรายเกี่ยวสถานการณ์ทางการตลาดกับปัญหาต่างๆ ด้านการตลาดการวิเคราะห์สถานการณ์และวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจอย่างมีระบบ การเสริมสร้างความคิดริเริ่มในการแสดงความคิดเห็นที่มีระเบียบหลักเกณฑ์ การนำเทคนิคต่างๆ ในการสัมมนาทางการตลาดมาใช้เพื่อให้ นักศึกษาได้ประสบการณ์เสมือนหนึ่งการดำเนินงานธุรกิจจริง</p>
	<p>กลุ่มวิชาซีพีเลือก 18 หน่วยกิต มี 3 แขนงวิชา</p> <p>(1) การบริหารการตลาด (2) การสื่อสารการตลาด (3) การบริหารธุรกิจการค้าปลีก</p> <p>ให้เลือก 1 วิชา จากรายวิชาต่อไปนี้</p>	<p>กลุ่มวิชาซีพีเลือก 18 หน่วยกิต มี 3 กลุ่มวิชา</p> <p>(1) การบริหารการตลาด (2) การสื่อสารการตลาด (3) การบริหารธุรกิจการค้าปลีก</p> <p>ให้เลือก 1 วิชา จากรายวิชาต่อไปนี้</p>
	<p>03-213-308 สหกิจศึกษาทางการตลาด (Co-Operative Education in Marketing) 6(0-40-0)</p> <p>การปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่ตรงตามสายวิชาชีพและความเชี่ยวชาญตามข้อกำหนดและกระบวนการสหกิจศึกษา ระยะเวลา 16 สัปดาห์ พร้อมจัดทำและนำเสนอ รายงานสหกิจศึกษา</p>	<p>BA2020401 สหกิจศึกษาทางการตลาด (Cooperative Education in Marketing) 6(0-40-0)</p> <p>ปฏิบัติงานจริงด้านการตลาดเสมือนพนักงานของหน่วยงานตามลักษณะงานในตำแหน่งงานที่ได้รับการคัดเลือกเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 16 สัปดาห์ จัดทำรายงานการปฏิบัติงานหรือรายงานการทำโครงการภายใต้การดูแลของพนักงานพี่เลี้ยงและอาจารย์นิเทศ</p>
<p>รายการ</p>	<p>หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2555</p>	<p>หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560</p>

	<p>03-213-309 การฝึกงานทางการตลาด (Practice in Marketing) 3(0-40-0) การฝึกงานในองค์กรต่างๆ หรือสถานประกอบการในลักษณะงานที่เกี่ยวข้องกับสาขาวิชา โดยมีจำนวนชั่วโมงไม่น้อยกว่า 8 สัปดาห์ และนักศึกษาต้องจัดทำรายงานสรุปผลการฝึกงานเมื่อสิ้นสุดการฝึกงาน</p>	<p>BA2020402 การฝึกงานทางการตลาด (Work practice in Marketing) 3(0-40-0) การฝึกงานในองค์กรต่าง ๆ หรือสถานประกอบการในลักษณะงานที่เกี่ยวข้องกับสาขาวิชา โดยมีจำนวนชั่วโมงไม่น้อยกว่า 8 สัปดาห์ และนักศึกษาต้องจัดทำรายงานสรุปผลการฝึกงานเมื่อสิ้นสุดการฝึกงาน</p>
	<p>แขนงวิชาการบริหารการตลาด</p>	<p>กลุ่มวิชาการบริหารการตลาด</p>
	<p>03-213-301 การบรรจุภัณฑ์ (Packaging) 3(3-0-6) แนวความคิดและหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ ส่วนประกอบต่างๆ ของบรรจุภัณฑ์ ความสัมพันธ์ของบรรจุภัณฑ์ต่อกิจกรรมทางการตลาด ชนิด และประเภทของบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์สำหรับการตลาดและการส่งออก วัสดุที่ใช้ในการทำบรรจุภัณฑ์ การออกแบบ และการผลิตบรรจุภัณฑ์ กฎหมายและสิ่งแวดล้อม</p>	<p>BA2023301 การบรรจุภัณฑ์ (Packaging) 3(3-0-6) แนวความคิดและหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ ส่วนประกอบต่างๆ ของบรรจุภัณฑ์ ความสัมพันธ์ของบรรจุภัณฑ์ต่อกิจกรรมทางการตลาด ชนิดและประเภทของบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์สำหรับการตลาดและการส่งออก วัสดุที่ใช้ในการทำบรรจุภัณฑ์ การออกแบบและการผลิตบรรจุภัณฑ์ กฎหมายและสิ่งแวดล้อม</p>
	<p>03-213-302 การจัดการการจัดซื้อ (Purchasing Management) 3(3-0-6) ความรู้พื้นฐาน หลักการและการบริหารงานเกี่ยวกับการจัดซื้อทั้งภาครัฐ และเอกชน การจัดองค์กรหน่วยงานจัดซื้อ นโยบายการจัดซื้อ การกำหนดจำนวนที่จะซื้อ การพิจารณาจังหวะและช่วงเวลาในการซื้อ การควบคุมและการตรวจสอบคุณภาพ การเลือกหาแหล่งขาย วิธีการจัดซื้อแบบต่างๆ การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมหรือโปรแกรมสำเร็จรูปมาใช้ในการจัดซื้อ นโยบายการผลิตหรือซื้อ การจัดหาเงินทุนในการซื้อ และกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง</p>	<p>BA2023302 การจัดการการจัดซื้อ (Purchasing Management) 3(3-0-6) หลักการบริหารงานเกี่ยวกับการจัดซื้อ ระบบการจัดซื้อ การดำเนินการจัดซื้อ การควบคุมการสั่งซื้อและการบริหารสินค้าคงเหลือ การรายงานและการประเมินผลการจัดซื้อ การจัดซื้อการจัดจ้างของระบบราชการ กรณีศึกษา</p>

<p>รายการ</p>	<p>หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2555</p>	<p>หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560</p>
---------------	----------------------------------	-----------------------------------

	<p>03-213-306 การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Social and Environmental Marketing) 3(3-0-6)</p> <p>บทบาท ความสำคัญและแนวความคิดทางการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วมประสมทางการตลาดให้สอดคล้องกับการตื่นตัวของผู้บริโภคที่มีต่อสิ่งแวดล้อม ปัญหาต่างๆที่เกิดจากสภาพแวดล้อมที่เป็นพิษทางน้ำ ทางอากาศ ทางดินอันเกิดจากกิจกรรมทางธุรกิจ การออกแบบเครื่องมือทางการตลาดเพื่อแก้ไขปัญหา และกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง</p>	<p>BA2023303 การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Social and Environmental Marketing) 3(3-0-6)</p> <p>แนวความคิดทางการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วมประสมทางการตลาดกับการตื่นตัวของผู้บริโภคที่มีต่อสิ่งแวดล้อม ปัญหามลพิษของสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากกิจกรรมทางธุรกิจ การออกแบบเครื่องมือทางการตลาดเพื่อแก้ไขปัญหา แนวทางการแก้ไขและกรณีศึกษา</p>
	<p>03-213-307 การศึกษาความเป็นไปได้เพื่อโครงการการตลาด (Feasibility Study in Marketing Project) 3(2-2-5)</p> <p>บทบาทและความสำคัญของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการการตลาด วิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน และภายนอกองค์กรที่มีผลต่อความเป็นไปได้ของโครงการในระดับจุลภาคและมหภาค การริเริ่มโครงการ การวางแผน จัดทำและปฏิบัติตามแผนของโครงการ การประยุกต์เครื่องมือทางการเงินในการศึกษาความเป็นไปได้เพื่อโครงการการตลาด</p>	<p>BA2023304 การศึกษาความเป็นไปได้เพื่อโครงการการตลาด (Feasibility Study in Marketing Project) 3(2-2-5)</p> <p>การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน และภายนอกองค์กรที่มีผลต่อความเป็นไปได้ของโครงการในระดับจุลภาคและมหภาค การริเริ่มโครงการ การวางแผนการหาแหล่งเงินทุน จัดทำและปฏิบัติตามแผนของโครงการ การประยุกต์เครื่องมือทางการเงินในการศึกษาความเป็นไปได้เพื่อโครงการการตลาด การประเมินโครงการการตลาด</p>
	<p>03-212-404 การจัดการการตลาด (Marketing Management) 3(3-0-6)</p> <p>บทบาทของการตลาดในการดำเนินธุรกิจ แนวความคิด การจัดการการตลาด การวิเคราะห์ปัญหา โอกาสทางการตลาด การกำหนดและการพัฒนาตลาดเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การใช้ประโยชน์จากข้อมูลการตลาดในการวางแผนและควบคุมประเมินผล การพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด การใช้เทคโนโลยีในการจัดการการตลาด การเลือกกิจกรรมทางการตลาดโดยคำนึงถึงจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม การแก้ปัญหาด้วยการใช้กรณีศึกษาทางการตลาด</p>	<p>BA2023305 การจัดการการตลาด (Marketing Management) 3(3-0-6)</p> <p>แนวความคิดการจัดการการตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง การวางแผนทางการตลาด การจัดการกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด การใช้เทคโนโลยีเพื่อการจัดการการตลาด การปฏิบัติงานทางการตลาดและการควบคุมทางการตลาด การแก้ปัญหาด้วยการใช้กรณีศึกษาทางการตลาด</p>
<p>รายการ</p>	<p>หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2555</p>	<p>หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560</p>

	<p>03-212-303 ระบบสารสนเทศทางการตลาด (Marketing Information Systems) 3(2-2-5)</p> <p>ข้อมูลการตลาด แนวคิด บทบาทและหน้าที่ของระบบสารสนเทศทางการตลาด กระบวนการพัฒนาระบบสารสนเทศทางการตลาด การใช้ระบบสารสนเทศในงานการตลาด โปรแกรมสำเร็จรูปที่ใช้ในงานการตลาด โปรแกรมที่ช่วยจัดการสายงานของธุรกิจให้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว และถูกต้องแม่นยำ และโปรแกรมการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า การวิเคราะห์และนำข้อมูลทางการตลาดไปใช้ในการตัดสินใจของผู้บริหาร</p>	<p>BA2023306 ระบบสารสนเทศทางการตลาด (Marketing Information Systems) 3(2-2-5)</p> <p>ข้อมูลการตลาด หน้าที่ของระบบสารสนเทศทางการตลาด กระบวนการพัฒนาระบบสารสนเทศทางการตลาด เทคโนโลยีสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระบบสารสนเทศทางการตลาด การพัฒนาสารสนเทศ โปรแกรมการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า การวิเคราะห์และนำข้อมูลการตลาดไปใช้ในการตัดสินใจและกรณีศึกษา</p>
	<p>03-213-312 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) 3(3-0-6)</p> <p>บทบาทและความสำคัญของการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ต่อลูกค้า การสร้างความภักดี การวิเคราะห์ผลกำไรจากลูกค้าแต่ละรายเพื่อจัดสรรทรัพยากรที่เหมาะสม การนำระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริงอย่างมีประสิทธิภาพ และกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง</p>	<p>BA2023307 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) 3(3-0-6)</p> <p>แนวคิดของการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ต่อลูกค้า และการสร้างความภักดี การวิเคราะห์ผลกำไรจากลูกค้าและการจัดสรรทรัพยากรเพื่อการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ การประยุกต์การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ในสถานการณ์จริง จริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าสัมพันธ์ และกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง</p>
	<p>แขนงวิชาการสื่อสารการตลาด</p>	<p>กลุ่มวิชาการสื่อสารการตลาด</p>
	<p>03-214-302 การคิดทางการตลาดเชิงสร้างสรรค์ (Critical Creative Thinking in Marketing) 3(2-2-5)</p> <p>การพัฒนาทักษะการคิดสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ การวิเคราะห์อย่างเป็นระบบในเชิงการตลาด การพัฒนาการคิดสร้างสรรค์สำหรับงานโฆษณาและงานสื่อสารการตลาด การบูรณาการระบบความคิดสร้างสรรค์ทางการตลาดให้เข้ากับตัวนักศึกษา สังคม เศรษฐกิจ ธุรกิจ การคิดนอกกรอบอันเป็นการพัฒนาตนเองนำไปสู่การพัฒนาทางด้านการตลาด</p>	<p>BA2024301 การคิดทางการตลาดเชิงสร้างสรรค์ (Critical Creative Thinking in Marketing) 3(2-2-5)</p> <p>การพัฒนาทักษะการคิดสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ การวิเคราะห์อย่างเป็นระบบในเชิงการตลาด การพัฒนาการคิดสร้างสรรค์สำหรับงานโฆษณาและงานสื่อสารการตลาด การศึกษาการเปลี่ยนแปลงการตลาด 1.0 ถึง การตลาด 4.0 การบูรณาการระบบความคิดสร้างสรรค์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับงานทางด้านการตลาดอย่างเป็นรูปธรรมและปฏิบัติได้</p>
<p>รายการ</p>	<p>หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2555</p>	<p>หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560</p>

	<p>03-214-306 เทคนิคการนำเสนอทางการตลาด (Presentation Techniques in Marketing) 3(2-2-5)</p> <p>บทบาทและความสำคัญของการนำเสนอ ขั้นตอนในการนำเสนอ เทคนิคการสื่อสารเพื่อการนำเสนอ สื่อและประสิทธิภาพของสื่อแต่ละชนิดต่อการรับรู้ เทคนิคการใช้อุปกรณ์นำเสนอ การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการนำเสนอ การเตรียมตัวผู้นำเสนอ การใช้ภาษาอย่างเหมาะสมในการนำเสนอและการโต้ตอบ และการประเมินผลการนำเสนอ</p>	<p>BA2024302 เทคนิคการนำเสนอทางการตลาด (Presentation Techniques in Marketing) 3(2-2-5)</p> <p>หลักการและแนวคิดของการนำเสนอ ขั้นตอนในการนำเสนอและเทคนิคการสื่อสารเพื่อการนำเสนอ ประเภทของสื่อและประสิทธิภาพของสื่อต่อการรับรู้ เทคนิคการใช้อุปกรณ์ในการนำเสนอและการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการนำเสนอ การเตรียมตัวผู้นำเสนอและวิธีการนำเสนอ การประเมินผลการนำเสนอทางการตลาด</p>
	<p>03-214-307 การรณรงค์การตลาดสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Marketing Campaign) 3(2-2-5)</p> <p>ความเป็นมาของเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ ทฤษฎี เทคโนโลยี การสื่อสารผลกระทบของชุมชนสังคมออนไลน์เพื่อสร้างมูลค่าทางการตลาด อาทิ ทวิตเตอร์ เฟซบุ๊ก ไลน์ บีบีเอ็ม บล็อกกิ้ง เป็นต้น พัฒนาความสามารถของนักศึกษาในการสร้างสรรค์คิดและออกแบบสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการรณรงค์ทางการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล การสร้างทักษะในการสร้างสรรค์ ประยุกต์ และบูรณาการเครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์ให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ทางการตลาด</p>	<p>BA2024303 การรณรงค์การตลาดสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Marketing Campaign) 3(2-2-5)</p> <p>พื้นฐานความเป็นมาของเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ การสร้างมูลค่าทางการตลาดด้วยสื่อสังคมออนไลน์ การพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ การคิดและออกแบบสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการรณรงค์ทางการตลาด การประยุกต์และการบูรณาการสื่อสังคมออนไลน์เพื่องานทางการตลาด</p>

รายการ	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2555	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560
	<p>03-214-308 การสื่อสารองค์กร (Corporate Communication) 3(3-0-6)</p> <p>หลักและวิธีการสื่อสารองค์กร การเผชิญปัญหาขององค์กรในปัจจุบัน การสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กรทั้งต่อผู้บริโภค สิ่งแวดล้อม และโลกาภิวัตน์ บทบาทของนักประชาสัมพันธ์ในการช่วยลดปัญหาและอุปสรรคขององค์กรในด้านสิ่งแวดล้อม การวางแผนรณรงค์สื่อสารองค์กร การปฏิบัติตามแผน การประเมินผลและการทบทวนแผนงาน การสื่อสารองค์กร และกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง</p>	<p>BA2024304 การสื่อสารองค์กร (Corporate Communication) 3(3-0-6)</p> <p>หลักและวิธีการสื่อสารองค์กร การเผชิญปัญหาและการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร บทบาทของนักประชาสัมพันธ์ การวางแผนรณรงค์สื่อสารองค์กรและการปฏิบัติตามแผน การประเมินผลและการทบทวนแผนงาน การสื่อสารองค์กรและกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง</p>
	<p>03-214-309 การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจทางการตลาด (Persuasive Communication in Marketing) 3(3-0-6)</p> <p>การสื่อสารทางการตลาด จิตวิทยา พฤติกรรมมนุษย์ สังคมวิทยา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิด การวิเคราะห์ผู้บริโภคเพื่อการโน้มน้าวใจ การกำหนดเครื่องมือสื่อสารการตลาดให้สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด</p>	<p>BA2024305 การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจทางการตลาด (Persuasive Communication in Marketing) 3(3-0-6)</p> <p>การสื่อสารทางการตลาด จิตวิทยา สังคมวิทยา พฤติกรรมมนุษย์ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิด การวิเคราะห์ผู้บริโภคเพื่อการโน้มน้าวใจ การกำหนดเครื่องมือสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ</p>
	<p>03-214-310 กลยุทธ์การเลือกสื่อแบบบูรณาการ (Integrated Media Using Strategies) 3(3-0-6)</p> <p>ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อ องค์กรธุรกิจ และมวลชน ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับสาธารณชน ปฏิสัมพันธ์ระหว่างสื่อโฆษณา การออกแบบสื่อ การซื้อสื่อ การเลือกใช้เครื่องมือส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ สื่อเคลื่อนที่ สื่อดิจิทัล สื่อสังคมออนไลน์ กลยุทธ์การเลือกสื่อเชิงบูรณาการ การวางแผนสื่อ การกำหนดกลยุทธ์สื่อสารการตลาดให้สอดคล้องกับงบประมาณและเป้าหมายที่กำหนดไว้ และกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง</p>	<p>BA2024306 กลยุทธ์การเลือกสื่อแบบบูรณาการ (Integrated Media Using Strategies) 3(3-0-6)</p> <p>ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับองค์กรธุรกิจและมวลชน ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับสาธารณชน ปฏิสัมพันธ์ระหว่างสื่อโฆษณาและการออกแบบสื่อ การซื้อสื่อและการเลือกใช้เครื่องมือส่งเสริมการขาย กลยุทธ์การเลือกสื่อแบบบูรณาการและการวางแผนสื่อ การกำหนดกลยุทธ์สื่อสารการตลาดให้สอดคล้องกับตลาดเป้าหมาย</p>

รายการ	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2555	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560
	<p>03-213-303 การตลาดทางตรง (Direct Marketing) 3(2-2-5)</p> <p>ความหมายและความสำคัญของการตลาดทางตรง ลักษณะของการตลาดทางตรง การจัดทำบัญชีรายชื่อลูกค้าฐานข้อมูลของลูกค้า ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค การวางแผนกลยุทธ์การตลาดทางตรง การกำหนดภาพลักษณ์ การพัฒนาและจัดการขายแบบไม่ต้องอาศัยหน้าร้าน การเสริมบุคลิกของการนำเสนอในรูปแบบการตลาดทางตรง การขายทางไปรษณีย์ การใช้แค็ตตาล็อก การใช้เครื่องจักร การขายผ่านระบบออนไลน์ การขายตรงแบบหลายชั้น</p>	<p>BA2024307 การตลาดทางตรง (Direct Marketing) 3(2-2-5)</p> <p>ลักษณะของการตลาดทางตรง พฤติกรรมของผู้บริโภค การวางแผนกลยุทธ์การตลาดทางตรง การกำหนดภาพลักษณ์ การพัฒนาและจัดการขายแบบไม่ต้องอาศัยหน้าร้าน การเสริมบุคลิกของการนำเสนอในรูปแบบการตลาดทางตรง การขายผ่านสื่อทางอินเทอร์เน็ต อีเมล และโซเชียลมีเดีย และการขายตรงแบบหลายชั้น</p>
	<p>03-214-312 เทคนิคการผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารการตลาด (Production Techniques for Marketing Communication Media) 3(2-2-5)</p> <p>การวางรูปแบบและกระบวนการผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารการตลาด สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อแพร่ภาพกระจายเสียงหรือสื่อที่มีต้นทุนสูง และสื่อต้นทุนต่ำ การวางแผนและการผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารการตลาดที่สอดคล้องกับงบประมาณที่มีอยู่ ศึกษากรณีศึกษาเพื่อให้นักศึกษาได้นำเสนอความคิด เทคนิคการผลิตต่าง ๆ ในรูปของสื่อเพื่อการสื่อสารการตลาด</p>	<p>BA2024308 เทคนิคการผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารการตลาด (Production Techniques for Marketing Communication Media) 3(2-2-5)</p> <p>การวางรูปแบบเพื่อการสื่อสารการตลาด ประเภทของสื่อและต้นทุนของสื่อ การวางแผนและการผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารการตลาด เทคนิคการผลิตสื่อในรูปแบบต่างๆ กรณีศึกษาเพื่อนำเสนอแนวคิดสร้างสรรค์</p>

รายการ	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2555	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560
	แขนงวิชาการบริหารธุรกิจค้าปลีก	กลุ่มวิชาการบริหารธุรกิจค้าปลีก
	<p>03-215-301 การบริหารสินค้าในธุรกิจค้าปลีก (Retail Merchandising) 3(3-0-6)</p> <p>การจัดหาผลิตภัณฑ์ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในธุรกิจค้าปลีก กิจกรรมในการจัดซื้อ การหาแหล่งผลิตภัณฑ์ การเจรจาต่อรอง ขั้นตอนการจัดซื้อจากในและต่างประเทศ กลยุทธ์และวิธีดำเนินการสำหรับผู้จัดซื้อ การวางแผนสินค้าที่เหมาะสมกับลักษณะร้านค้าปลีก การวิเคราะห์กำไร การบริหารสินค้าคงคลัง ความสัมพันธ์ในระบบ การไหลเวียนสินค้าของฝ่ายจัดซื้อและฝ่ายอื่นๆ</p>	<p>BA2025301 การบริหารสินค้าในธุรกิจค้าปลีก (Retail Management) 3(3-0-6)</p> <p>การจัดหาผลิตภัณฑ์ในธุรกิจค้าปลีก กิจกรรมในการจัดซื้อและขั้นตอนการจัดซื้อ กลยุทธ์และวิธีดำเนินงานสำหรับผู้จัดซื้อ การวางแผนสินค้า การวิเคราะห์กำไรและการบริหารสินค้าคงคลัง ความสัมพันธ์ในระบบการไหลเวียนสินค้า</p>
	<p>03-215-302 การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจค้าปลีก (Human Resource Management in Retailing) 3(3-0-6)</p> <p>ความสำคัญและหลักการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจค้าปลีกเพื่อความสามารถได้เปรียบในการแข่งขัน การออกแบบหน้าที่งาน การกำหนดจำนวนบุคลากร การจัดจ้าง การพัฒนาความสามารถ โครงสร้างผลตอบแทน ข้อกฎหมายในการว่าจ้าง การสื่อสารภายในองค์กร การจัดการความขัดแย้ง การตรวจสอบและประเมินผลการทำงาน</p>	<p>BA2025302 การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจค้าปลีก (Human Resource Management in Retailing) 3(3-0-6)</p> <p>หลักการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจค้าปลีกเพื่อการแข่งขัน การออกแบบหน้าที่งาน การออกแบบหน้าที่งานและการกำหนดบุคลากร การบริหารค่าตอบแทน คัดเลือกและฝึกอบรม การสื่อสารภายในองค์กรและการจัดการความขัดแย้ง การตรวจสอบและประเมินผลการทำงาน</p>

รายการ	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2555	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560
	<p>03-215-303 การตลาดบริการ (Service Marketing) 3(3-0-6)</p> <p>ลักษณะของการตลาดบริการ การเข้าถึงพฤติกรรมผู้บริโภค ความแตกต่างระหว่างตลาดสินค้าและบริการ การใช้ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริการ เพื่อให้บรรลุคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า กลยุทธ์การตลาดบริการ ความพึงพอใจ และความภักดีที่มีต่อการให้บริการขององค์กร แนวคิดต่าง ๆ ทางด้านการตลาดบริการที่สำคัญต่อการสร้างความพึงพอใจของลูกค้า การสร้างสรรค์บริการที่มีประสิทธิภาพ และกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง</p>	<p>BA2025303 การตลาดบริการ (Service Marketing) 3(3-0-6)</p> <p>ลักษณะของการตลาดบริการและการเข้าถึงพฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริการ กลยุทธ์การตลาดบริการ การสร้างความภักดีในตลาดบริการ การสร้างสรรค์งานบริการ กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง</p>
	<p>03-215-305 การส่งเสริมการตลาดในรูปธุรกิจค้าปลีก (Retail Promotion) 3(3-0-6)</p> <p>ความสำคัญของการส่งเสริมการตลาดในธุรกิจค้าปลีก วิธีการส่งเสริมการตลาดที่มีประสิทธิภาพผ่านการจัดการด้านโฆษณา การส่งเสริมการขาย การใช้พนักงานขาย การประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง และเครื่องมือการส่งเสริมการตลาดสมัยใหม่</p>	<p>BA2025304 การส่งเสริมการตลาดในรูปธุรกิจค้าปลีก (Retail Promotion) 3(3-0-6)</p> <p>ลักษณะของการส่งเสริมการตลาดในธุรกิจค้าปลีก วิธีการส่งเสริมการตลาดผ่านด้านโฆษณา การใช้พนักงานขายในธุรกิจค้าปลีก การตลาดทางตรงในธุรกิจค้าปลีก เครื่องมือการส่งเสริมการตลาดสมัยใหม่และกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง</p>
	<p>03-215-306 ธุรกิจค้าปลีกที่ไม่มีร้านค้า (Non-store Retailing) 3(3-0-6)</p> <p>การดำเนินธุรกิจค้าปลีกที่ไม่มีร้านค้า การขายปลีกโดยแค็ตตาล็อก การขายปลีกทางโทรศัพท์ การขายปลีกทางโทรทัศน์หรือเคเบิลทีวี การขายปลีกทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับวิธีการขาย การจัดหาและจัดเก็บผลิตภัณฑ์ การกระจายสินค้าไปถึงมือผู้บริโภค วิธีการขายและการตลาดที่เหมาะสม</p>	<p>BA2025305 ธุรกิจค้าปลีกที่ไม่มีร้านค้า (Non-Store Retailing) 3(3-0-6)</p> <p>รูปแบบการดำเนินธุรกิจค้าปลีกที่ไม่มีร้านค้า ประเภทของเครื่องมือในการขายปลีกที่ไม่มีร้านค้า การคัดเลือกผลิตภัณฑ์และการจัดเก็บผลิตภัณฑ์ การกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภค วิธีการขายและการตลาดที่เหมาะสม</p>

รายการ	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2555	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560
	<p>03-215-307 การบริหารสินค้าแฟชั่น (Fashion Merchandising) 3(3-0-6) การติดตามความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าแฟชั่น การติดตามการคิดค้นพัฒนาสินค้าใหม่และแนวโน้มของแฟชั่นใหม่ ๆ การบริหารสินค้าและการจัดแสดงสินค้าแฟชั่น การจัดตกแต่ง การพัฒนาพนักงานเพื่อการขายและการให้บริการลูกค้า</p>	<p>BA2025306 การบริหารสินค้าแฟชั่น (Fashion Management) 3(2-2-5) การติดตามความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าแฟชั่น การติดตามการคิดค้นพัฒนาสินค้าใหม่และแนวโน้มของแฟชั่นใหม่ ๆ การบริหารสินค้าและการจัดแสดงสินค้าแฟชั่น การจัดตกแต่งร้านค้า การพัฒนาพนักงานเพื่อการขายและการให้บริการลูกค้า</p>
4.รายวิชาใหม่		กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ
		<p>BA2001101 การบัญชีสำหรับผู้มีใบนักบัญชี (Accounting for Accountants) 3(2-2-5) สภาพทั่วไปทางการบัญชี ความรู้พื้นฐานทางการบัญชี กระบวนการจัดทำบัญชีของธุรกิจ บริการ ธุรกิจพาณิชย์กรรม ธุรกิจอุตสาหกรรม การวิเคราะห์รายงานทางการเงิน กระทบยุคที่ใช้ระบบสารสนเทศทางการบัญชี</p>
		<p>BA2031305 ธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) 3(2-2-5) แนวคิดพื้นฐาน รูปแบบ วิธีการดำเนินธุรกิจของกิจการเพื่อสังคม การประยุกต์หลักการบริหารธุรกิจที่นำไปใช้ในกิจการเพื่อสังคม การวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค โดยเน้นการใช้นวัตกรรมในการแก้ไขปัญหา เพื่อสร้างความยั่งยืนของกิจการเพื่อสังคม ฝึกวิเคราะห์และเขียนแผนธุรกิจของกิจการเพื่อสังคม รวมถึงการศึกษากรณีศึกษาจากกิจการเพื่อสังคม ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ</p>

รายการ	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2555	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560
		<p>BA2041101 หลักเศรษฐศาสตร์ (Principles of Economics) 3(3-0-6) ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์ อุปสงค์ อุปทาน การกำหนดราคา ทฤษฎีการผลิตตลาด แข่งขันสมบูรณ์ ตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ รายได้ ประชาชาติ การเงินและการธนาคาร นโยบายการเงิน นโยบายการคลัง เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ การพัฒนาเศรษฐกิจ</p>
		<p>กลุ่มวิชาชีพเลือก</p>
		<p>BA2025307 การบริหารหมวดหมู่สินค้า (Product Category Management) 3(2-2-5) แนวคิดของการบริหารหมวดหมู่สินค้า การจัดประเภทหมวดหมู่สินค้า การแบ่งส่วนตลาด กระบวนการคัดสรรสินค้า กลยุทธ์การจัดแบ่งสินค้า การจัดสรรพื้นที่ การบริหารพื้นที่ การพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้าปลีก และผู้บ่อนปัจจัยการผลิต ตัวแบบ การตอบสนองลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารหมวดหมู่สินค้า การประเมินผลการบริหารหมวดหมู่สินค้าในร้านค้าปลีก</p>
		<p>BA2025308 การจัดแสดงสินค้าและการตกแต่งร้าน (Visual Merchandising) 3(2-2-5) หลักการและเทคนิคการออกแบบการจัดแสดงสินค้าและการตกแต่งร้าน การวางผังร้าน ทั้งภายในและภายนอกร้าน รวมถึงการจัดแสดงสินค้านอกสถานที่ ตามหลัก Visual Merchandise รวมถึงการนำอุปกรณ์ต่างๆ และการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้ในการจัดแสดงสินค้าในระดับท้องถิ่น ระดับชาติและระดับนานาชาติ เพื่อส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคทั้งทางกายภาพและจิตใจ และต่อยอดขายและภาพพจน์ของร้าน</p>

ภาคผนวก ง

ประวัติและผลงานของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร

ประวัติและผลงานของผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร

ชื่อ นามสกุล	นางอารยา บุรณะกุล
ตำแหน่งทางวิชาการ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์
การศึกษา	ปริญญาโท : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร, 2545 ปริญญาตรี : บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการทั่วไป) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2534
การฝึกอบรม	- โครงการพัฒนาบุคลากรสู่โลกธุรกิจในศตวรรษที่ 21 - โครงการอบรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เรื่องการทบทวนแผนยุทธศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ - โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาผลงานทางวิชาการ สาขาวิชาการตลาด
สังกัดหน่วยงาน	สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ตำแหน่งปัจจุบัน	ข้าราชการ-สายวิชาการ สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2551-ปัจจุบัน ดำรงตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พ.ศ. 2547-2549 ดำรงตำแหน่งอาจารย์ 2 ระดับ 7 สาขาวิชาการตลาด สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตพณิชยการพระนคร พ.ศ. 2539 ดำรงตำแหน่งอาจารย์ 1 ระดับ 3 และหัวหน้าแผนกการเงิน สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตพณิชยการพระนคร พ.ศ. 2534 ตำแหน่งพนักงานการเงิน สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตพณิชยการพระนคร
ผลงานทางวิชาการ	
บทความทางวิชาการ	อารยา บุรณะกุล. การรณรงค์ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเพื่อการตัดสินใจซื้อ วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2557 หน้า 1-19 ดุสิต วัฒนเมธา, ขวัญฤทัย วงศ์กำแหงหาญ, อารยา บุรณะกุล และวิรัชพัชร อสัมภินพงศ์. การพัฒนาขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชนนาโพธิ์ ด้านการตลาด และการจัดการเพื่อพัฒนาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) สู่ สากล (AEC). รายงานสืบเนื่องประชุมวิชาการด้านบริหารธุรกิจราชมงคลพระนคร. ครั้งที่ 2 “การจัดการธุรกิจและเทคโนโลยีดิจิทัล” 17 เดือน มีนาคม 2560 หน้า 312-320

ประวัติและผลงานของผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร

ชื่อ นามสกุล	นายไพโรจน์ ทิพมาตร์
ตำแหน่งทางวิชาการ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์
การศึกษา	ปริญญาโท : Master of Business Administration (Marketing) Southern New Hampshire University, U.S.A.,1999 ปริญญาตรี : บริหารธุรกิจบัณฑิต (การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2536 บริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาการตลาด) สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล, 2527
การฝึกอบรม	- โครงการพัฒนาบุคลากรสู่โลกธุรกิจในศตวรรษที่ 21 - โครงการอบรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เรื่องการทบทวนแผนยุทธศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ - โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาผลงานทางวิชาการ สาขาวิชาการตลาด
สังกัดหน่วยงาน	สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ตำแหน่งปัจจุบัน	ข้าราชการ-สายวิชาการ สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ประวัติการทำงาน	พ.ศ.2552-2555 หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พ.ศ.2550-2552 หัวหน้างานวิเทศสัมพันธ์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พ.ศ.2546-2548 หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ ปริญญาตรี ฝ่ายวิชาการ วิทยาเขตพณิชยการพระนคร สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล พ.ศ. 2544-2542 หัวหน้าแผนกวิชาการขาย (ปวช.) คณะบริหารธุรกิจ ฝ่ายวิชาการ วิทยาเขตพณิชยการพระนคร สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล พ.ศ. 2535-2531 หัวหน้าแผนกประชาสัมพันธ์ ฝ่ายบริการการศึกษา วิทยาเขตตาก สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล พ.ศ. 2530-2531 อาจารย์ 1 ระดับ 3 วิทยาเขตตาก สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล
ผลงานทางวิชาการ	
บทความทางวิชาการ	ไพโรจน์ ทิพมาตร์. พฤติกรรมการใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการซื้อสินค้า และบริการของผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. การประชุม วิชาการระดับชาติ ด้านบริหารธุรกิจราชมงคลพระนคร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. ครั้งที่ 1 วันที่ 16-17 ธันวาคม 2559

ประวัติและผลงานของอาจารย์ประจำหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร

ชื่อ นามสกุล	นางขวัญฤทัย วงศ์กำแหงหาญ
ตำแหน่งทางวิชาการ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์
การศึกษา	ปริญญาโท : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร, 2546 ปริญญาตรี : บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด) มหาวิทยาลัยพายัพ, 2534
การฝึกอบรม	- โครงการพัฒนาบุคลากรสู่โลกธุรกิจในศตวรรษที่ 21 - โครงการอบรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เรื่องการทบทวนแผนยุทธศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ - โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาผลงานทางวิชาการ สาขาวิชาการตลาด - หัวข้อการฝึกอบรม “Marketing Research : Tools & Analysis” - หัวข้อการฝึกอบรม “Competitive Sales & Marketing Strategy”
สังกัดหน่วยงาน ตำแหน่งปัจจุบัน	สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ข้าราชการ-สายวิชาการ สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2555-ปัจจุบัน ประธานหลักสูตรสาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พ.ศ. 2550-ปัจจุบัน อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พ.ศ. 2542-2549 หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล พ.ศ. 2539-2541 หัวหน้าแผนกวิชาการขาย (ปวช.) คณะบริหารธุรกิจ วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล พ.ศ. 2536-2538 อาจารย์ประจำแผนกวิชาการขาย วิทยาลัยอาชีวศึกษาเชียงใหม่ พ.ศ. 2534-2535 Receptionist & Front office Cashier โรงแรมเชียงใหม่พลาซ่า
ผลงานทางวิชาการ บทความทางวิชาการ	ผู้สสดี วัฒนธนา, ขวัญฤทัย วงศ์กำแหงหาญ , อารยา บุรณะกุล และวิรัชพัชร อสัมภินพงศ์. การพัฒนาขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชนนาโพธิ์ ด้านการตลาด และการจัดการเพื่อพัฒนาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) สู่ สากล (AEC). รายงานสืบเนื่องประชุมวิชาการด้านบริหารธุรกิจราชมงคล พระนคร. ครั้งที่ 2 “การจัดการธุรกิจและเทคโนโลยีดิจิทัล” 17 เดือน มีนาคม 2560 หน้า 312-320

ประวัติและผลงานของผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร

ชื่อ นามสกุล	นายณัฐพัชร์ วรพงศ์พัชร์
ตำแหน่งทางวิชาการ	อาจารย์
การศึกษา	ปริญญาเอก : บริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต (การจัดการการตลาด) มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 2554 ปริญญาโท : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2544 ปริญญาตรี : บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการอุตสาหกรรม) มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2541
การฝึกอบรม	<ul style="list-style-type: none"> - โครงการอบรมปฐมนิเทศอาจารย์ใหม่ - โครงการอบรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการการพัฒนาเอกสารประกอบการสอน - โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อการพัฒนาผลงานทางวิชาการสาขาวิชาการตลาด - โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อการวิจัยและพัฒนาชุมชน - โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการเขียนข้อเสนอองบแผ่นดิน - โครงการอบรมหลักสูตรยุทธศาสตร์นักการตลาด จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย - โครงการอบรมหลักสูตรการตลาดออนไลน์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ - โครงการอบรมหลักสูตรการตลาด IMC ICM จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
สังกัดหน่วยงาน	สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
ตำแหน่งปัจจุบัน	พนักงานมหาวิทยาลัยของรัฐ-สายวิชาการ สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ประวัติการทำงาน	<p>พ.ศ. 2557-ปัจจุบัน อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร</p> <p>พ.ศ. 2555-2556</p> <ul style="list-style-type: none"> - บริษัท เอฟเวอร์เฮลต์ (ประเทศไทย) จำกัด ตำแหน่งที่ปรึกษา ประธานบริษัทฯ - บริษัท เดอะเบส อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด ตำแหน่งที่ปรึกษา ประธานฝ่ายการตลาดและสมาชิก - Beauty home mart (Asada innovation cosmetics) CO.,LTD. ตำแหน่งที่ปรึกษาฝ่ายการตลาด <p>พ.ศ. 2554-2557 อาจารย์และนักวิจัย สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี</p> <p>พ.ศ. 2550-2556 จอย แอนด์ คอยด์ คอปอเรชั่น จำกัด ตำแหน่ง เลขานุการ ประธานฯ กรรมการบริหารฝ่ายการตลาด นักเขียน - คอลัมน์นิส ข้อมูลทางวิชาการด้านการตลาด หนังสือพิมพ์สยามธุรกิจ</p>

ผลงานทางวิชาการ
บทความทางวิชาการ

ณัฐพัชร์ วรพงศ์พัชร์, วนิตา วาดีเจริญ, ณรงค์ฤทธิ์ ชีระเวช และสมบัติ ทิฆมทรัพย์. การพัฒนากลยุทธ์การตลาดในระดับบัณฑิตศึกษาของ มหาวิทยาลัยเอกชนในสังกัดสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย. การประชุมวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ตะวันออก. ครั้งที่ 8 เดือนกันยายน 2558 หน้า 136-143

ณัฐพัชร์ วรพงศ์พัชร์, วนิตา วาดีเจริญ, มาเรียม นะมิ และสมบัติ ทิฆมทรัพย์. แนวทางการจัดการด้านการผลิตที่ส่งผลความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจขายตรงกลุ่มอาหารเสริมสมุนไพร. การประชุมวิชาการระดับชาติ TECHCON 2015 ครั้งที่ 1 วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม เดือน กรกฎาคม 2558 หน้า 103-104

Ratthanan Pongwirithon, Pakphum Pakvipak and **Ntapat Worapongpat**. Tourists Behaviors and Marketing mix Towards Discover Thainess for Tourism Development Guidelines in the Northern Region of Thailand International Journal of Business and Management Studies. CD.Rom. Issn 2158-149::05(01) (2016) Page 419-428

ตำรา

ณัฐพัชร์ วรพงศ์พัชร์ และคณะที่ปรึกษา (2559) การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา. กรุงเทพฯ: โอเอสพริ้นติ้ง เฮ้าส์ ISBN 978-616-423-222-8

ณัฐพัชร์ วรพงศ์พัชร์ (2558) การจัดการธุรกิจสำหรับนักการตลาด. กรุงเทพฯ: โอเอสพริ้นติ้ง เฮ้าส์ ISBN 978-616-429-151-5

ประวัติและผลงานของผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร

ชื่อ นามสกุล	นางสาววิรัชพัชร อสัมภินพงศ์	
ตำแหน่งวิชาการ	อาจารย์	
การศึกษา	ปริญญาโท :	Master of Science in Marketing (Marketing) University of East Anglia Norwich, UK, 2001
	ปริญญาตรี :	Bachelor of Business (Marketing) Central Queensland University Melbourne, Australia, 1999
การฝึกอบรม	-	โครงการพัฒนาบุคลากรสายอาจารย์สู่โลกธุรกิจในศตวรรษที่ 21
	-	โครงการอบรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เรื่องการทบทวนแผนยุทธศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ
	-	โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาผลงานทางวิชาการ สาขาวิชาการตลาด สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
สังกัดหน่วยงาน	สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.	
ตำแหน่งปัจจุบัน	พนักงานมหาวิทยาลัยของรัฐ-สายวิชาการ สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2557-2559	- Planning lessons and preparing teaching materials for all levels. - Teaching Communication English to adults. Teaching English, Math and Science to primary and secondary students. - Teaching English to Young learners.
	พ.ศ. 2551-2555	ผู้ช่วยฝ่ายการตลาด
	พ.ศ. 2550-2555	ผู้จัดการโครงการแผนกวิจัยเชิงคุณภาพ
	พ.ศ. 2549-2556	นักวิจัยเชิงคุณภาพ (ไมเดอเรเตอร์)
	ผลงานทางวิชาการ	ผุสสดี วัฒนมธธา, ขวัญฤทัย วงศ์กำแหงหาญ, อารยา บุรณะกุล และ วิรัชพัชร อสัมภินพงศ์. การพัฒนาขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชนนาโพธิ์ ด้านการตลาด และการจัดการเพื่อพัฒนาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) สู่ สากล (AEC). รายงานสืบเนื่องประชุมวิชาการด้านบริหารธุรกิจราชชมงคล พระนคร. ครั้งที่ 2 “การจัดการธุรกิจและเทคโนโลยีดิจิทัล” 17 เดือน มีนาคม 2560 หน้า 312-320
บทความทางวิชาการ		

ภาคผนวก จ
บันทึกข้อตกลงความร่วมมือ



CENTRALRETAIL

บันทึกข้อตกลงว่าด้วยความร่วมมือทางวิชาการ
โครงการจัดการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชา การตลาด
ระหว่าง
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร และ บริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด

.....

ข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการฉบับนี้ทำขึ้นเมื่อ วันที่ 23 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2555 ระหว่าง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดย รองศาสตราจารย์ ดวงสุดา เตโชติรส ตำแหน่ง อธิการบดี สำนักงานตั้งอยู่เลขที่ 399 ถนนสามเสน แขวงวชิรพยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300 ซึ่งต่อไปนี้ ในบันทึกข้อตกลงฉบับนี้จะเรียกว่า “มหาวิทยาลัย” ฝ่ายหนึ่งกับ บริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด โดย นายเรืองเวช วิทวัสการเวช ตำแหน่ง ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ ฝ่ายทรัพยากรบุคคล สำนักงานแห่งใหญ่ตั้งอยู่ เลขที่ 22 ซอยสมคิด ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ ซึ่งต่อไปนี้ในบันทึกข้อตกลงฉบับนี้จะเรียกว่า “บริษัท” อีกฝ่ายหนึ่ง

บริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด กับ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ได้ตระหนักถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมค้าปลีก ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย การเพิ่มขึ้นของธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย ทำให้สถานประกอบการซึ่งเป็นผู้ให้บริการค้าปลีก มีความต้องการกำลังคนที่มีความรู้ ทักษะเฉพาะด้านหรือผู้ชำนาญการด้านวิชาชีพค้าปลีกจำนวนมากขึ้น ดังนั้นทั้งสองฝ่ายจึงได้จัดทำบันทึกข้อตกลงความเข้าใจในฉบับนี้ขึ้น เพื่อยืนยันความร่วมมือในการดำเนินโครงการความร่วมมือทางวิชาการ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ขอบข่ายความร่วมมือ

การดำเนินงานตามความร่วมมืออยู่บนพื้นฐานของการยอมรับของทั้งสองฝ่าย โดยยึดหลักคุณภาพ ประสิทธิภาพ และมาตรฐานการจัดการศึกษาของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ทั้งสองฝ่าย จึงได้ตกลงกันดังต่อไปนี้

1. บริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด ให้การสนับสนุนต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- ข้อ 1.1 บริษัทยินดีร่วมมือด้านการจัดการศึกษา ในระดับอุดมศึกษาที่สอดคล้องกับความต้องการตาม ข้อตกลง
- ข้อ 1.2 ให้การสนับสนุนในด้านการฝึกประสบการณ์วิชาชีพให้กับนักศึกษาเพื่อเสริมสร้างคุณภาพ มาตรฐานให้กับบัณฑิต
- ข้อ 1.3 ให้การสนับสนุนในการจัดส่งผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อเป็นวิทยากรหรืออาจารย์พิเศษหรือ คณะกรรมการที่ปรึกษาวิชาการของสาขาเพื่อให้การจัดการศึกษามีคุณภาพและสอดคล้องกับ นโยบายของหลักสูตรอุดมศึกษา
- ข้อ 1.4 สนับสนุนกิจกรรมทางการศึกษา และร่วมดำเนินการตามโอกาสแก่นักศึกษาเพื่อสร้าง คุณลักษณะของบัณฑิตที่พึงประสงค์และตรงกับความต้องการของสถานประกอบการและ ตลาดแรงงาน
- ข้อ 1.5 ร่วมมือในการปฏิบัติงานร่วมกัน เช่น การทำโครงการ งานวิจัย การฝึกอบรมและจัดกิจกรรม ให้บริการทางวิชาการและวิชาชีพ

2. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร รับผิดชอบการจัดการศึกษา ดังนี้

- ข้อ 2.1 จัดการศึกษาในระดับอุดมศึกษาตามหลักสูตรของทางมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พระนคร สอดคล้องกับความต้องการตามข้อตกลง
- ข้อ 2.2 จัดการฝึกอบรมในหลักสูตรระยะสั้นพร้อมประกาศนียบัตรที่สอดคล้องกับความต้องการพัฒนา
- ข้อ 2.3 พัฒนาหลักสูตรที่เกี่ยวข้องตามข้อตกลงที่ทั้งสองฝ่ายเห็นสมควร

3. กรรมสิทธิ์ในงาน

สิทธิและผลประโยชน์ทั้งหลายที่เกิดจากการทำโครงการ งานวิจัย การฝึกอบรม และการจัดกิจกรรม ให้บริการทางวิชาการอันเกิดขึ้นในงานความร่วมมือนี้ ให้ตกเป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด และ/หรือมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่ร่วมโครงการ โดยแต่ละฝ่ายตกลงกัน ทั้งนี้หากมีข้อขัดแย้งเกิดขึ้นให้ทั้งสองฝ่ายตกลงกันให้เรียบร้อยก่อนดำเนินโครงการ

4. สิทธิและหน้าที่ของทั้งสองฝ่าย

ตามบันทึกข้อตกลงการประสานความร่วมมือนี้ ทั้งสองฝ่ายตกลงและขอรับรองว่า

- ข้อ 4.1 ไม่ใช่เครื่องหมายการค้า/ บริการ ข้อมูลความลับของทั้งสองฝ่ายเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ นอกเหนือจากที่ระบุไว้ในข้อตกลง หรือนำเครื่องหมายการค้า/ บริการ ข้อมูลความลับของอีก ฝ่ายไปใช้ในกิจกรรมใดๆ ที่อาจส่งผลเสียหายแก่คุณภาพ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของอีกฝ่าย

- ข้อ 4.2 ไม่ดำเนินการโฆษณา ประชาสัมพันธ์กิจกรรมทางการตลาดตามข้อตกลงฉบับนี้ ในลักษณะที่อาจส่งผลเสียหายโดยตรงแก่อีกฝ่าย
- ข้อ 4.3 บรรดาเนื้อหา รูปแบบ ประเภทสื่อในการประชาสัมพันธ์ใดๆ ที่เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ร่วมกันของทั้งสองฝ่าย จะต้องผ่านการพิจารณาและได้รับความยินยอมร่วมกันจากมหาวิทยาลัยและบริษัทก่อนทุกครั้ง
- ข้อ 4.4 การกระทำที่ล่วงเกินที่เกี่ยวกับการปฏิบัติตามข้อตกลงนี้ จะต้องไม่เป็นการละเมิดสิทธิทางทรัพย์สินทางปัญญา ลิขสิทธิ์ เครื่องหมายการค้า/ บริการ และข้อมูลอันเป็นความลับของบุคคลใดๆ

5. ผู้ทำการแทน

บริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด ร่วมกับ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร แต่งตั้งผู้แทนหรือคณะกรรมการ เพื่อร่วมกันกำหนดกิจกรรมพร้อมทั้งจัดทำแผนการดำเนินงานภายใต้ขอบเขตความร่วมมือการสนับสนุนข้างต้น

6. สถานที่ในการดำเนินงาน

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร และ/หรือ บริษัทในเครือ เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด

7. การมีผลบังคับใช้ข้อตกลง

- ข้อ 7.1. บันทึกข้อตกลงนี้จะมีผลบังคับใช้เป็นเวลา 6 (หก) ปี นับจากวันที่ลงนามและบันทึกข้อตกลงนี้จะมีผลบังคับใช้ต่อไปอีกเมื่อได้รับความเห็นชอบร่วมกันทั้งสองฝ่ายและลงนามในบันทึกข้อตกลงใหม่
- ข้อ 7.2. ทั้งสองฝ่ายจะจัดให้มีการทบทวนบันทึกข้อตกลงนี้ทุกปี และจัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานประจำปี เสนอต่อบริษัทและมหาวิทยาลัยเพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องและสังคมได้รับทราบ
- ข้อ 7.3. ทั้งสองฝ่ายอาจเพิ่มเติมและ/หรือยกเลิกข้อความใดในบันทึกข้อตกลงภายหลังจากลงนามแล้วได้และจะมีผลเมื่อทั้งสองฝ่ายให้ความเห็นชอบและลงนามในบันทึกแก้ไขเพิ่มเติมหรือยกเลิกข้อความแล้วให้ถือเป็นส่วนหนึ่งของข้อตกลงนี้
- ข้อ 7.4. บันทึกข้อตกลงฉบับนี้สามารถยกเลิกได้เมื่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมีหนังสือแจ้งล่วงหน้าไปยังฝ่ายหนึ่งเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 120 (หนึ่งร้อยยี่สิบ) วัน

บันทึกข้อตกลงนี้จัดทำขึ้นเป็นสองฉบับมีข้อความถูกต้องตรงกัน ทั้งสองฝ่ายได้อ่านและเข้าใจข้อความโดยละเอียดแล้วเห็นว่าถูกต้องตามเจตนารมณ์ทุกประการ จึงลงลายมือชื่อไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยานและเก็บไว้ฝ่ายละหนึ่งฉบับ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

บริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด

ลงชื่อ.....

(รองศาสตราจารย์ดวงสุดา เตโชติรส)

อธิการบดี

ลงชื่อ.....

(นายเรืองเวช วิทวัสการเวช)


ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ ฝ่ายทรัพยากรบุคคล

ลงชื่อ.....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์วราพันธ์ มุ่งวิชา)

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

พยาน

ลงชื่อ.....

(นางณัชชา ลาซโรจน์)

ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคล

พยาน

วันที่ 23 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2555



บันทึกข้อตกลงความร่วมมือว่าด้วย
“แนวทางการส่งเสริมการนำผลงานการวิจัยและพัฒนาทางด้านวิชาการ
มาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาผู้ประกอบการในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม”
ระหว่าง
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
กับ
มูลนิธิเพื่อสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สพว.)

เขียนที่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
 วันที่ ๒๗ พฤษภาคม ๒๕๕๙

บันทึกข้อตกลงฉบับนี้ทำขึ้น ระหว่าง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตั้งอยู่เลขที่ ๓๙๙ ถนนสามเสน แขวงวชิรพยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ๑๐๓๐๐ โดย รองศาสตราจารย์สุภัทรา โกไศยกานนท์ อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ผู้มีอำนาจลงนามผูกพัน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ซึ่งต่อไปในบันทึกข้อตกลงนี้เรียกว่า “มหาวิทยาลัย” ฝ่ายหนึ่ง กับ มูลนิธิเพื่อสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตั้งอยู่เลขที่ ๙๙ หมู่ ๑๘ ถนนป้วย อิงภาคณ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ๑๒๑๒๐ โดย นายสุวรรณชัย โลหะวัฒนกุล ผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้รับมอบอำนาจ ช่วงจาก นายอาทิตย์ วุฒิคะโรประธานกรรมการสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตามหนังสือมอบอำนาจ ฉบับลงวันที่ ๒๘ กันยายน ๒๕๕๘ หนังสือมอบอำนาจช่วง ฉบับลงวันที่ ๒๘ กันยายน ๒๕๕๘ และตามคำสั่งคณะกรรมการสถาบันที่ ๒/๒๕๕๖ ฉบับลงวันที่ ๒๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๖ ซึ่งต่อไปในบันทึกข้อตกลงฉบับนี้จะเรียกว่า “สพว.” อีกฝ่ายหนึ่ง ทั้งสองฝ่ายได้ทำบันทึกข้อตกลงกันดังรายละเอียดต่อไปนี้

๑. วัตถุประสงค์

๑.๑ เพื่อเสริมสร้างความร่วมมืออย่างบูรณาการระหว่าง “มหาวิทยาลัย” และ “สพว.” ในการสร้างเครือข่ายและสร้างความร่วมมือเพื่อส่งเสริมให้สามารถนำผลงานวิจัยและพัฒนาทางวิชาการด้านการบริหารธุรกิจไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาผู้ประกอบการในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งจะเป็นการสร้างโอกาสให้กับผู้ประกอบการในการสร้างงาน สร้างอาชีพ และมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการของไทย

๑.๒ เพื่อเสริมสร้างความร่วมมืออย่างบูรณาการระหว่าง “มหาวิทยาลัย” และ “สพว.” ตามยุทธศาสตร์ชาติและนโยบายรัฐบาลในการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับภาคเอกชน ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจการค้าสามารถนำผลงานวิจัยและพัฒนาทางด้านการบริหารธุรกิจไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาผู้ประกอบการในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อเพิ่มมูลค่าและขีดความสามารถในการแข่งขันยกระดับมาตรฐานคุณภาพของสินค้าและบริการของไทยให้เป็นสากล และเป็นที่ยอมรับมากยิ่งขึ้นของประเทศคู่ค้าและผู้บริโภคในตลาดในประเทศและต่างประเทศ

๒. ขอบเขตความร่วมมือ

๒.๑ ร่วมมือในการส่งเสริมการยกระดับมาตรฐานคุณภาพของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยใช้งานวิจัยและพัฒนาการทางด้านวิชาการ ส่งเสริมสินค้าและบริการให้เป็นที่ยอมรับของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ

๒.๒ ร่วมกันส่งเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ให้สามารถนำผลงานการวิจัยและพัฒนาทางวิชาการด้านการบริหารธุรกิจ และใช้ประโยชน์จากงานบริการด้านการค้าตลอดจนงานบริการอื่นๆ ที่แต่ละหน่วยงานดำเนินการอยู่ให้มากยิ่งขึ้น

๒.๓ ให้ความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการ และกิจกรรมของ “มหาวิทยาลัย” และ “สพว.” ที่เป็นประโยชน์แก่นักศึกษา ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผ่านสื่อต่างๆ ของทั้งสองหน่วยงาน

๒.๔ ส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างองค์กรในการกำหนดแนวทางการพัฒนา งานวิจัยของแต่ละกลุ่มสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการและตลาด ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

๒.๕ ให้ความร่วมมือในการเชิญบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญของ “มหาวิทยาลัย” และ “สพว.” ร่วมเป็นวิทยากร หรือให้บริการคำปรึกษาแนะนำในการจัดงานต่างๆ ที่จัดขึ้นจากทั้งสองหน่วยงาน

ทั้งนี้ ความร่วมมือตามบันทึกข้อตกลงข้อ ๒.๑ ถึงข้อ ๒.๕ หน่วยงานฝ่ายที่เกี่ยวข้องจะจัดทำเป็นข้อตกลงโครงการย่อยเป็นหนังสือภายใต้บันทึกข้อตกลงนี้ โดยหน่วยงานฝ่ายที่เกี่ยวข้องจะตกลงรายละเอียดเกี่ยวกับสิทธิหน้าที่ งบประมาณ การรักษาความลับ สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา การประชาสัมพันธ์ ตลอดจนรายละเอียดและเงื่อนไขอื่นใดที่เกี่ยวข้องในข้อตกลงโครงการย่อยเป็นรายการแนบไป

๓. ระยะเวลาของข้อตกลงความร่วมมือ

บันทึกข้อตกลงนี้มีผลบังคับใช้นับแต่วันที่มีการลงนามร่วมกันเป็นต้นไป โดยจะมีกำหนดระยะเวลา ๒ ปี นับตั้งแต่วันที่ทำข้อตกลงนี้ทั้งนี้ทั้งสองฝ่ายต้องลงนามใหม่ในข้อตกลงที่ขยายออกไปทุกระยะให้แล้วเสร็จภายใน ๑ เดือนก่อนสิ้นระยะเวลา อนึ่ง หากหน่วยงานใดประสงค์จะบอกเลิกบันทึกข้อตกลงนี้ ให้หน่วยงานนั้นมีหนังสือบอกกล่าวล่วงหน้าเป็นเวลาไม่น้อยกว่า ๙๐ วัน ไปยังอีกฝ่ายและการบอกเลิกบันทึกข้อตกลงฯ ไม่มีผลให้ต้องยกเลิกกิจกรรมความร่วมมือที่ได้ดำเนินการไปเรียบร้อยแล้ว หรืออยู่ระหว่างการดำเนินการภายใต้บันทึกข้อตกลงนี้ เว้นแต่ทั้งสองหน่วยงานจะตกลงกันเป็นหนังสือเป็นอย่างอื่น

๔. สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา

สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา หรือสิทธิอื่นใดของผลงาน สิ่งประดิษฐ์ คู่มือ เอกสาร โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ข้อมูล หรือสิ่งอื่นใดที่เป็นของหน่วยงานใด และหน่วยงานนั้นได้นำมาใช้ในการดำเนินงานภายใต้บันทึกข้อตกลงนี้ย่อมเป็นของหน่วยงานนั้น

สำหรับสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา หรือสิทธิอื่นใดของผลงาน สิ่งประดิษฐ์ คู่มือ เอกสาร โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ข้อมูล หรือสิ่งอื่นใดที่ได้สร้างสรรค์ขึ้นจากการดำเนินงานโครงการย่อยภายใต้บันทึกข้อตกลงนี้ รวมถึงการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาดังกล่าว ให้เป็นไปตามข้อตกลงของหน่วยงานฝ่ายที่เกี่ยวข้องในแต่ละโครงการย่อยภายใต้บันทึกข้อตกลงนี้เป็นรายการแนบไป

๕. สารสำคัญอื่นๆ

ข้อตกลงความร่วมมือฉบับนี้ เป็นข้อตกลงความร่วมมือทั่วไปในการดำเนินงานร่วมกันที่ใช้ในขณะนี้ สำหรับข้อตกลงที่จะตกลงกันในภายหน้าระหว่าง “มหาวิทยาลัย” และ “สพว.” จะได้ร่วมกันกำหนดรายละเอียดข้อตกลงเฉพาะเรื่องที่มีความสนใจร่วมกัน โดยให้อยู่ภายใต้ขอบเขตของหลักการในข้อตกลงความร่วมมือฉบับนี้ และสอดคล้องกับระเบียบและข้อบังคับของแต่ละฝ่าย ข้อตกลงฉบับนี้อาจมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง หรือเพิ่มเติมความเหมาะสม โดยได้รับความเห็นชอบจากทั้งสองฝ่าย ในกรณีดังกล่าวให้ทั้งสองฝ่ายร่วมกันจัดทำข้อตกลงเพิ่มเติมเป็นลายลักษณ์อักษรต่อไป

บันทึกข้อตกลงความร่วมมือนี้ จัดทำขึ้นจำนวนสองฉบับ มีข้อความถูกต้องตรงกัน ทั้งสองฝ่ายได้อ่านและเข้าใจข้อความโดยตลอดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยานและเก็บไว้ฝ่ายละหนึ่งฉบับ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



[Signature]

(รองศาสตราจารย์สุภัทรา โกไศยกานนท์)

อธิการบดี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

[Signature]

(นายปริญญา มากลิ่น)

พยาน

มูลนิธิเพื่อสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



(นายสุวรรณชัย โลหะวัฒนกุล)

ผู้อำนวยการ

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

[Signature]

(นางสาวอาภาพรรณ ชนนียม)

พยาน

[Signature]



บันทึกข้อตกลงความร่วมมือ
ระหว่าง
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
กับ
บริษัท ยูนิโปร แมนูแฟคเจอร์ริง จำกัด



บันทึกข้อตกลงความร่วมมือฉบับนี้ทำขึ้น ณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เมื่อวันที่ 13 มีนาคม พ.ศ.2558 ระหว่าง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตั้งอยู่ที่ 399 ถนนสามเสน แขวงวิเศษยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300 โดย รองศาสตราจารย์สุภัทรา โกไศยกานนท์ อธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ซึ่งต่อไปในบันทึกข้อตกลงความร่วมมือฉบับนี้เรียกว่า “มทร.พระนคร” กับ บริษัท ยูนิโปรแมนูแฟคเจอร์ริง จำกัด สำนักงานตั้งอยู่ที่ 300/2 - 3 ถนนนวมินทร์ แขวงนวมินทร์ เขตบึงกุ่ม กรุงเทพฯ 10240 โดย นางสาวกนกพร ทรรษคุณาชัย ตำแหน่ง ประธานบริหาร ซึ่งต่อไปในบันทึกข้อตกลงความร่วมมือฉบับนี้เรียกว่า “บริษัท” อีกฝ่ายหนึ่ง

ทั้งสองฝ่ายตกลงทำ “บันทึกข้อตกลงความร่วมมือ” โดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1 เงื่อนไขและข้อตกลง

1.1 ทั้งสองฝ่ายตกลงร่วมมือกันตลอดระยะเวลาตามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือฉบับนี้ เพื่อดำเนินงานร่วมมือกิจกรรมที่สนับสนุน มทร.พระนคร และ บริษัทให้ประสบความสำเร็จและบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

1.2 ทั้งสองฝ่ายตกลงแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่าง มทร.พระนคร และบริษัทและนำความรู้เหล่านี้ไปในการบริการวิชาการสู่สังคม

1.3 ทั้งสองฝ่ายตกลงร่วมมือกันสนับสนุนให้ระบบการศึกษามีคุณภาพมากขึ้นด้วยการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้เพื่อสื่อสารให้เกิดการเรียนรู้ที่ประยุกต์ใช้ได้จริงในยุคปัจจุบัน

1.4 ทั้งสองฝ่ายยินดีให้การสนับสนุนด้านบุคลากร การบริหารจัดการ โครงสร้างพื้นฐานงบประมาณ เพื่อให้การดำเนินงานโครงการสำเร็จได้สมบูรณ์

ข้อ 2 วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อเป็นการเผยแพร่นวัตกรรมที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมและกระตุ้นให้เกิดการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

2.2 เพื่อเป็นการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม และพนักงานบุคลากรภายในองค์กรของ มทร.พระนคร และบริษัทซึ่งได้รับผลกระทบจากสิ่งแวดล้อม

2.3 เพื่อเป็นการร่วมมือให้เกิดการพัฒนาในส่วนของ มทร.พระนคร โดยเน้นการศึกษาที่เป็นจริงและพัฒนาในส่วนผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ข้อ 3 กรอบแนวทางของความร่วมมือ

“บริษัท” กับ “มทร.พระนคร” จะร่วมมือกันในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

3.1 “มทร.พระนคร” และบริษัทจะร่วมมือกันพัฒนาองค์ความรู้ งานวิจัยและแนวคิดเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน

3.2 “มทร.พระนคร” และบริษัทจะร่วมกันเผยแพร่ผลงานและองค์ความรู้ ให้เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย

3.3 “บริษัท” นำเสนอเผยแพร่กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรมไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมและกระตุ้นให้เกิดการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมกับ “มทร.พระนคร” และเครือข่าย

3.4 “บริษัท” ร่วมสนับสนุนระบบการศึกษาที่มุ่งเน้นให้นักศึกษาของ “มทร.พระนคร” และเครือข่าย ได้มีโอกาสในการฝึกฝนและเรียนรู้ในการปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการของ “บริษัท” อย่างเป็นระบบก่อนที่จะสำเร็จการศึกษา ร่วมโครงการสหกิจศึกษาโดยรับนักศึกษาเข้าปฏิบัติงาน หรือมีโควตารองรับการจ้างงานหลังจบการศึกษา

3.5 บูรณาการความรู้ ให้คำปรึกษาและแลกเปลี่ยนข้อมูลเชิงวิชาการจากการบรรยาย สัมมนา และการพัฒนางานวิจัยระหว่าง “บริษัท” กับ “มทร.พระนคร” และเครือข่าย

ข้อ 4 ระยะเวลาของความร่วมมือ

บันทึกข้อตกลงความร่วมมือฉบับนี้มีผลบังคับใช้นับแต่วันที่มีการลงนามในบันทึกข้อตกลงความร่วมมือเป็นต้นไป โดยมีระยะเวลาความร่วมมือ 3 ปี ทั้งนี้ “มทร.พระนคร” กับ “บริษัท” อาจตกลงเป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อขยายระยะเวลาในการดำเนินงานภายใต้บันทึกข้อตกลงความร่วมมือฉบับนี้ออกไปได้ตามความเหมาะสม โดยมีเหตุผลอันสมควร และหากฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดประสงค์จะยุติความร่วมมือตามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือฉบับนี้ สามารถกระทำได้โดยแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรให้อีกฝ่ายหนึ่งทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วัน

ข้อ 5 การแก้ไขบันทึกข้อตกลง

การแก้ไขเพิ่มเติมบันทึกข้อตกลงความร่วมมือฉบับนี้ ทำได้โดยความเห็นชอบของทั้งสองฝ่ายร่วมกัน โดยทำเป็นบันทึกข้อตกลงความร่วมมือเพิ่มเติมแนบท้าย และถือเป็นส่วนหนึ่งของบันทึกข้อตกลงความร่วมมือฉบับนี้

ข้อ 6 การบอกกล่าว

บรรดาคำบอกกล่าวหรือการให้ความยินยอมหรือความเห็นชอบใด ๆ ตามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือฉบับนี้ให้ทำเป็นหนังสือ และจะถือว่าได้ส่งไปโดยชอบแล้ว หากได้ส่งมอบแก่ผู้แทนที่ได้รับมอบหมายของแต่ละฝ่ายหรือจัดส่งโดยจดหมายไปรษณีย์ลงทะเบียนตามที่อยู่ของฝ่ายผู้รับคำบอกกล่าวนั้นตามที่ปรากฏในบันทึกข้อตกลงความร่วมมือฉบับนี้

ข้อ 7 การบอกเลิกข้อตกลง

ทั้งสองฝ่ายสามารถบอกเลิกบันทึกข้อตกลงความร่วมมือได้ หากมีเหตุอันควรแก่การบอกเลิก โดยส่งคำบอกกล่าวเป็นลายลักษณ์อักษรระบุรายละเอียดและสาเหตุการบอกเลิกให้อีกฝ่ายหนึ่งทราบล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า 30 วัน ซึ่งทั้งสองฝ่าย ไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานโครงการนับตั้งแต่วันที่ บันทึกข้อตกลงนี้สิ้นสุดลง และไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าเสียหายใด ๆ ต่อกัน

บันทึกข้อตกลงความร่วมมือฉบับนี้ทำขึ้นสองฉบับ โดยมีข้อความถูกต้องตรงกันทุกประการ ทั้งสองฝ่ายได้อ่านและเข้าใจข้อความโดยละเอียดตลอดแล้ว เห็นว่าถูกต้องตรงตามเจตนารมณ์ทุกประการ เพื่อเป็นหลักฐานจึงได้ลงลายมือชื่อ พร้อมทั้งประทับตราสำคัญ (ถ้ามี) ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และถือไว้ฝ่ายละ 1 ฉบับ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



(รองศาสตราจารย์สุภัทรา โกไศยกานนท์)

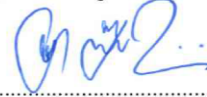
อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



(รองศาสตราจารย์พงษ์ฟ้า เมฆเกรียงไกร)

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย

บริษัท ยูนิโปร แมนูแฟคเจอร์ส จำกัด



(นางสาวกนกพร ทรราชคุณามย์)

ประธานบริหาร



(นางสาวรัชชียา ด่านธนาวัฒน์วงศ์)

กรรมการบริหาร

ภาคผนวก ฉ

คณะกรรมการจัดทำหลักสูตร

คณะกรรมการจัดทำหลักสูตร

กรรมการที่ปรึกษา

- | | |
|--|------------------|
| 1. อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
รองศาสตราจารย์สุภัทรา โกไศยกานนท์ | ประธานกรรมการ |
| 2. รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพ็ญฟ้า เมฆเกรียงไกร | รองประธานกรรมการ |
| 3. ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน
นายมนตรี รัตนวิจิตร | กรรมการ |
| 4. คณบดีคณะบริหารธุรกิจ
นายปริญญา มากลีน | กรรมการ |

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

- | | |
|-------------------------------|---|
| 1. นายชลิต ลิปนนะเวช | อุปนายกสมาคมฝ่ายวิชาการ
สมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย |
| 2. ดร.กฤศ ฉายแสงเดื่อน | Executive Advisor
บริษัท ไนซ์ทูลส์ กรุ๊ป จำกัด (สำนักงานใหญ่) |
| 3. ผศ.พิมพา หิรัญกิตติ | ประธานหลักสูตรสาขาวิชาการตลาด
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี |
| 4. นายสินธุ์ไชย วัฒนศาสตร์สาร | นายกสมาคมนักธุรกิจและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา
และ สมาชิกสภาเมืองพัทยา |
| 5. นางสาวสุธีรา ธีธำรงค์ชัย | ผู้จัดการฝ่ายบุคคลและบริหารสำนักงาน
บริษัท แผลมทอง กรุ๊ป จำกัด |

กรรมการดำเนินงาน

- | | |
|--|---------------------|
| 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พัชรินทร์พร ภู่อภิสิตี | ประธานกรรมการ |
| 2. นายธนากร รัชตกุลพัฒน์ | รองประธานกรรมการ |
| 3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์อารยา บุรณะกุล | กรรมการ |
| 4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศิริกุล บุญญาลัย | กรรมการ |
| 5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไพโรจน์ ทิพมาตร์ | กรรมการ |
| 6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศศพร มุ่งวิชา | กรรมการ |
| 7. นางมันทนา รังษีกุล | กรรมการ |
| 8. นางผุสสดี วัฒนเมธา | กรรมการ |
| 9. นางชมพูนุท โภคณิตถานนท์ | กรรมการ |
| 10. นางสาวณัฐชา อ่างงโชติ | กรรมการ |
| 11. นายณัฐพัชร์ วรพงศ์พัชร์ | กรรมการ |
| 12. นางสาววิรัชพัชร อสัมภินพงศ์ | กรรมการ |
| 13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ขวัญฤทัย วงศ์กำแหงหาญ | กรรมการและเลขานุการ |