



หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565)
ฉบับ สป.อว.รับทราบ
ลงวันที่ 17 กันยายน 2565

คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยพายัพ

สารบัญ

		หน้า
หมวดที่ 1	ข้อมูลทั่วไป	1
หมวดที่ 2	ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร	9
หมวดที่ 3	ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร	12
หมวดที่ 4	ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล	29
หมวดที่ 5	หลักเกณฑ์ในการประเมินผลนักศึกษา	44
หมวดที่ 6	การพัฒนาคณาจารย์	46
หมวดที่ 7	การประกันคุณภาพหลักสูตร	47
หมวดที่ 8	การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของหลักสูตร	53
	รายละเอียดการปรับปรุงแก้ไขหลักสูตร ตารางเปรียบเทียบหลักสูตรเดิมและหลักสูตรปรับปรุง))	55
ภาคผนวก		98
ภาคผนวก ก	ประกาศมหาวิทยาลัยพายัพ เรื่อง หลักเกณฑ์การเทียบโอนผลการเรียนระดับปริญญาตรี พุทธศักราช 2557 และที่แก้ไขเพิ่มเติม	99
ภาคผนวก ข	คำอธิบายรายวิชา	104
ภาคผนวก ค	ผลงานทางวิชาการ การค้นคว้า วิจัย หรือการแต่งตำรา รวมทั้งภาระการสอน อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาวิชาการตลาดดิจิทัล	125
ภาคผนวก ง	ระเบียบมหาวิทยาลัยพายัพ ว่าด้วยกระบวนการพิจารณาความประพฤติและวินัยนักศึกษาเกี่ยวกับการสอบ พ.ศ. 2547 และที่แก้ไขเพิ่มเติม	128
ภาคผนวก จ	รายชื่อฐานข้อมูล รายชื่อหนังสือ วารสาร หนังสือพิมพ์ และสื่อทัศนวัสดุของห้องสมุดกลางมีให้บริการ	134
ภาคผนวก ฉ	คำสั่งมหาวิทยาลัยพายัพ ที่ 222/2564 เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตร หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด	139
ภาคผนวก ช	รายงานการประชุมคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตร หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด	141
ภาคผนวก ฌ	สำเนาสัญญาจ้างอาจารย์ชาวต่างประเทศ กรณีที่เป็นอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	145

รายละเอียดของหลักสูตร
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565)

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยพายัพ
สาขาวิชา/ วิทยาลัย/ คณะ สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อหลักสูตร

รหัสหลักสูตร 25490531105853
ภาษาไทย: หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล
ภาษาอังกฤษ: BACHELOR OF BUSINESS ADMINISTRATION PROGRAM
IN DIGITAL MARKETING

2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

ชื่อเต็ม (ไทย) : บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาดดิจิทัล)
ชื่อย่อ (ไทย) : บธ.บ. (การตลาดดิจิทัล)
ชื่อเต็ม (อังกฤษ) : Bachelor of Business Administration (Digital Marketing)
ชื่อย่อ (อังกฤษ) : B.B.A. (Digital Marketing)

3. วิชาเอกหรือความเชี่ยวชาญเฉพาะของหลักสูตร

ไม่มี
 มี โปรดระบุ

4. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร

จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 129 หน่วยกิต

5. รูปแบบของหลักสูตร

5.1 รูปแบบ

หลักสูตรปริญญาตรี (4 ปี)
 หลักสูตรปริญญาตรี (5 ปี)
 หลักสูตรปริญญาตรี (6 ปี)
 อื่นๆ (ระบุ)

5.2 ประเภทของหลักสูตร

- หลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาการ
- ปริญญาตรีทางวิชาการ
 - ปริญญาตรีแบบก้าวนำทางวิชาการ
 - ตามมาตรฐานคุณวุฒิ (มคอ.1) ระดับปริญญา.... (ระบุดตรี/โท/เอก/
ประกาศนียบัตร)สาขา/สาขาวิชาที่เกี่ยวข้องคือ
..... (ระบุชื่อสาขาตาม มคอ. เช่น สาขาวิชานิติศาสตร์ เป็นต้น)
- หลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาชีพ
- ปริญญาตรีทางวิชาชีพ
 - ปริญญาตรีแบบก้าวนำทางวิชาชีพ
 - ตามมาตรฐานคุณวุฒิ (มคอ.1) ระดับปริญญา.... (ระบุดตรี/โท/เอก/
ประกาศนียบัตร)สาขา/สาขาวิชาที่เกี่ยวข้องคือ
.....(ระบุชื่อสาขาตาม มคอ. เช่น สาขาวิชาการบัญชี เป็นต้น)
- หลักสูตรปริญญาตรีทางปฏิบัติการ
- ปริญญาตรีทางปฏิบัติการ
 - ปริญญาตรีแบบก้าวนำทางปฏิบัติการ

5.3 ภาษาที่ใช้

- หลักสูตรจัดการศึกษาเป็นภาษาไทย
- หลักสูตรจัดการศึกษาเป็นภาษาต่างประเทศ (ระบุภาษา)
- หลักสูตรจัดการศึกษาเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

5.4 การรับเข้าศึกษา

- รับเฉพาะนักศึกษาไทย
- รับเฉพาะนักศึกษาต่างชาติ
- รับนักศึกษาไทยและหรือนักศึกษาต่างชาติ
- อื่นๆ

5.5 ความร่วมมือกับสถาบันอื่น

- เป็นหลักสูตรของสถาบันโดยเฉพาะ
- เป็นหลักสูตรที่ได้รับความร่วมมือสนับสนุนจากสถาบันอื่น
- ชื่อสถาบัน
 - รูปแบบของความร่วมมือสนับสนุน
- เป็นหลักสูตรร่วมกับสถาบันอื่น
- ชื่อสถาบัน ประเทศ
 - รูปแบบของการร่วม
 - ร่วมมือกัน โดยสถาบันฯ เป็นผู้ให้ปริญญา

- ร่วมมือกัน โดยสถาบันอื่น เป็นผู้ให้ปริญญา
- ร่วมมือกัน โดยผู้ศึกษาอาจได้รับปริญญาจากสองสถาบัน (หรือมากกว่า 2 สถาบัน)

5.6 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา

- ให้ปริญญาเพียงสาขาวิชาเดียว
- ให้ปริญญามากกว่า 1 สาขาวิชา (เช่น ทวิปริญญา) (ระบุ)
- อื่นๆ (ระบุ)

6. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

6.1 สถานภาพหลักสูตร

- หลักสูตรใหม่ พ.ศ.
- กำหนดเปิดสอน ระบบทวิภาค ภาคการศึกษาที่ 1
- ระบบตรีภาค ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา.....
- ภาคการศึกษาที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 2
- ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา.....
- หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565
- กำหนดเปิดสอน ระบบทวิภาค ภาคการศึกษาที่ 1
- ระบบตรีภาค ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2565
- ภาคการศึกษาที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 2
- ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา.....
- ปรับปรุงจากหลักสูตร ชื่อ บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
- เริ่มใช้มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549
- ปรับปรุงครั้งสุดท้าย เมื่อปีการศึกษา 2560

6.2 การพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

- ได้รับการเห็นชอบจากคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตร หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เมื่อวันที่ 17 เดือน กันยายน พ.ศ 2564
- ได้พิจารณาถ่วงถ่วงโดยคณะกรรมการวิชาการ ในคราวประชุม ครั้งที่ 10/ 2564 เมื่อวันที่ 14 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2564
- ได้รับการพิจารณาจากคณะกรรมการวิชาการสภามหาวิทยาลัยพายัพ ในคราวประชุม ครั้งที่ 5/2564เมื่อวันที่ 26 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2564
- ได้รับอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตรจากสภามหาวิทยาลัยพายัพ ในคราวประชุม สมัยสามัญ ครั้งที่ 4/2564 เมื่อวันที่ 13 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ.2564

7. ความพร้อมในการเผยแพร่หลักสูตรที่มีคุณภาพและมาตรฐาน

หลักสูตรมีความพร้อมในการเผยแพร่หลักสูตรที่มีคุณภาพและมาตรฐานตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552 ในปีการศึกษา 2567

8. อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

1. ผู้ประกอบการ/เจ้าของธุรกิจ
2. ผู้บริหาร/เจ้าหน้าที่ด้านการตลาดดิจิทัล
3. ผู้บริหาร/เจ้าหน้าที่สร้างสรรค์คอนเทนต์ทางการตลาด
4. ผู้บริหาร/เจ้าหน้าที่วางแผนและบริหารกลยุทธ์การตลาดออนไลน์/ออฟไลน์
5. ผู้บริหาร/เจ้าหน้าที่ฝ่ายขาย
6. ผู้บริหาร/เจ้าหน้าที่การตลาดองค์กรในภาครัฐและเอกชน
7. ผู้บริหาร/เจ้าหน้าที่บริหารลูกค้าสัมพันธ์
8. ผู้บริหารตราสินค้า/ผลิตภัณฑ์
9. ที่ปรึกษาทางธุรกิจ/นักวิชาการ/นักวิจัยการตลาด

9. ชื่อ เลขประจำตัวบัตรประชาชน ตำแหน่ง และคุณวุฒิการศึกษาของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลำดับ	ชื่อ - สกุล	เลขประจำตัวบัตรประชาชน /Passport ID	ตำแหน่งทางวิชาการ	คุณวุฒิ ที่สำเร็จ	สาขาวิชา	สถาบัน ที่สำเร็จการศึกษา	ปี พ.ศ
1	นายฉัตรชัย สุพรรณบรรจง	3-5099-0119X-XX-X	อาจารย์	บธ.ม.	บริหารธุรกิจ	มหาวิทยาลัยพายัพ	2545
				บธ.บ	การตลาด	มหาวิทยาลัยพายัพ	2542
2	นางสายสุนีย์ เกษม	3-5404-0041X-XX-X	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	บธ.ม.	บริหารธุรกิจ	มหาวิทยาลัยพายัพ	2540
				บธ.บ.	การบริหารงานบุคคล	มหาวิทยาลัยพายัพ	2533
3	นายเช่าหิ พิง	352558XXX	อาจารย์	บธ.ม	บริหารธุรกิจ	มหาวิทยาลัยพายัพ	2562
				นศ.บ	นิเทศศาสตร์	มหาวิทยาลัยพายัพ	2559
4	นางณัฐมาน สุพล	3-5005-0050X-XX-X	อาจารย์	วท.ม.	เทคโนโลยีสารสนเทศและการจัดการ	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	2546
				ค.บ.	คอมพิวเตอร์ศึกษา	วิทยาลัยครูเชียงใหม่	2535
5	นางทรงชนก รักษ์เจริญ	3-5401-0029X-XX-X	อาจารย์	วท.ม.	เทคโนโลยีสารสนเทศและการจัดการ	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	2549
				วท.บ.	วิทยาการคอมพิวเตอร์	มหาวิทยาลัยพายัพ	2541

10. สถานที่จัดการเรียนการสอน

มหาวิทยาลัยพายัพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

11. สถานการณ์ภายนอก หรือการพัฒนาที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนหลักสูตร

11.1 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางเศรษฐกิจ

การพัฒนาอย่างก้าวกระโดดของ เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (การปฏิวัติดิจิทัล) ส่งผลให้ประเทศต่าง ๆ ในโลกต้องเผชิญกับระบบเศรษฐกิจ โลกที่มีการแข่งขันอย่างเสรีและไร้พรมแดนอย่างไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ ความท้าทายใหม่ในกระแส โลกาภิวัตน์รอบใหม่ของโลกคือการก้าวเข้าสู่ยุคอินเทอร์เน็ตในทุกสิ่ง (Internet of Things) มีโปรแกรมใช้ร่วมกับคอมพิวเตอร์ รวมถึงโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งมนุษย์สามารถพกพาติดตัวไปด้วยตลอดเวลา ปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีเป็นสิ่งที่นักการตลาดต้องใส่ใจ เพราะปัจจุบันในยุคการตลาด 5.0 (Marketing 5.0 โดย Philip Kotler) มนุษย์จะมีเทคโนโลยีที่ล้ำสมัยที่จะได้รับการออกแบบจากองค์กรมากมาย เพื่อสนับสนุนให้ชีวิตมนุษย์นั้นสะดวกสบายหรือเติมเต็มความเป็นมนุษย์มากยิ่งขึ้น โดยต้องพิจารณาถึงข้อมูลที่จะขับเคลื่อนธุรกิจ (Data Driven) ซึ่งจะเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลของลูกค้าในระดับบุคคลเพื่อให้ลงลึกถึงพฤติกรรมที่แท้จริงของลูกค้า การนำข้อมูลมาวิเคราะห์จุดสัมผัสทุกจุดที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ นักการตลาดต้องสามารถคาดการณ์แนวโน้มจากข้อมูลที่มีได้ (Predictive Marketing) โดยการนำข้อมูลที่ได้รับมาทำนายสิ่งที่กำลังจะเกิดขึ้น ทั้งข้อมูลของคู่แข่ง ลูกค้าและเป้าหมายในอนาคต เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ การให้บริการ และกระบวนการทางการตลาดเพื่อสร้าง Customer Life Time Value ซึ่งจะนำไปสู่การเข้าใจถึงบริบทในส่วนลึกของลูกค้า (Contextual Marketing) ในระดับบุคคล (Personalized) โดยการใช้เทคโนโลยีต่างๆ ผ่าน IoT ประสานงานร่วมกับระบบ AI (Artificial Intelligence) ที่สามารถติดตามข้อมูลของผู้บริโภคจำนวนมหาศาลได้พร้อมๆ กัน ส่งผลให้วางแผนทำการตลาดได้อย่างชัดเจนและสร้างสรรค์มากขึ้น การตลาดในยุคใหม่นี้จะต้องผสมผสานเทคโนโลยีเข้ากับสิ่งที่เคยทำมาแบบเดิม (Augment Marketing) สามารถใช้เทคโนโลยี MarTech (Marketing Technology) เพื่อลดการทำงานที่ซ้ำซ้อน เพิ่มคุณค่าให้บุคลากรสามารถสร้างคุณค่าและประสบการณ์ที่ดียิ่งขึ้นให้กับลูกค้า การใช้โปรแกรม แอปพลิเคชัน หรือระบบ AI ช่วยตอบคำถามลูกค้า โดยการตลาดในยุค 5.0 นี้จะต้องเน้นความรวดเร็ว ฉับไว และต้องปรับปรุงตนเองอยู่ตลอดเวลา (Agile Marketing) สามารถรับมือกับความเปลี่ยนแปลงของการตลาดในปัจจุบันที่มีการแข่งขันสูงและคู่แข่งที่เกิดขึ้นได้อย่างต่อเนื่องตลอดเวลา ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่ายในองค์กร

รูปแบบการค้ำมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงไปสู่การค้าผ่าน ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่ผู้ซื้อและผู้ขายไม่จำเป็นต้องพบกัน ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารที่ผสมผสานกับความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการผลิต ส่งผลให้ พฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการของประชาชนเปลี่ยนไป ผู้ผลิตสินค้าและบริการ จึงจำเป็นต้องปรับตัวสู่การพัฒนาบนฐานความรู้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม การปรับโครงสร้างประเทศไทยไปสู่ประเทศไทย 4.0 ซึ่งมีภารกิจสำคัญในการปฏิรูปเศรษฐกิจของประเทศให้ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Value -Based Economy) โดยองค์ประกอบหนึ่งที่ต้องปฏิรูป คือทักษะแรงงาน นั่นคือการสร้างพื้นฐานความรู้ ความเชี่ยวชาญ และทักษะให้แก่แรงงาน โดยมุ่งพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์เพื่อสามารถรับมือกับการเปลี่ยนที่รวดเร็ว

จากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 และการปรับโครงสร้างประเทศไทยไปสู่ประเทศไทย 4.0 จึงส่งผลให้การพัฒนาหลักสูตร

บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ต้องปรับระบบการศึกษาเพื่อผลิตบัณฑิตสู่ตลาดแรงงานอย่างเท่าทันการเปลี่ยนแปลง โดยมีใช้เพียงแต่ให้ความรู้ อย่างเดียว จำเป็นต้องเป็นความรู้ในเชิงประยุกต์ มีความคิดเชิงวิเคราะห์ และการพัฒนาให้มีความสามารถในเชิงริเริ่มสร้างสรรค์ มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการทำธุรกิจ สามารถบูรณาการองค์ความรู้ทางการตลาดดิจิทัลและนำไปประยุกต์ได้อย่างมืออาชีพ

11.2 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางสังคมและวัฒนธรรม

สถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็วและเชื่อมโยงกันใกล้ชิดมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงทางสังคม วัฒนธรรม และเทคโนโลยีในระดับชาติและระดับสากล มีอิทธิพลต่อกลไกทางธุรกิจที่มีความซับซ้อน ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญเพื่อพัฒนาคนในทุกมิติและในทุกช่วงวัยให้เป็นคนดี เก่ง และมีคุณภาพ โดยคนไทยมีความพร้อมทั้งกาย ใจ สติปัญญา มีพัฒนาการที่ครอบคลุมและมีสุขภาพที่ดีในทุกช่วงวัย มีจิตสาธารณะ รับผิดชอบต่อสังคมและผู้อื่น มัธยัสถ์ อดออม โอบอ้อมอารี มีวินัย และเป็นพลเมืองดีของชาติ มีหลักคิดที่ถูกต้อง มีทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 มีทักษะการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม ทักษะการคิดวิเคราะห์และแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ มีนิสัยรักการเรียนรู้และการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต สู่การเป็นคนไทยที่มีทักษะสูง เป็นนวัตกรรม นักคิด ผู้ประกอบการ โดยมีสัมมาชีพตามความถนัดของตนเอง นอกจากนี้ แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579 กำหนดวิสัยทัศน์ “คนไทยทุกคนได้รับ การศึกษาและเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างมีคุณภาพ ดำรงชีวิต อย่างเป็นสุข สอดคล้องกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และ การเปลี่ยนแปลงของโลกศตวรรษที่ 21” เน้นการผลิตและพัฒนากำลังคน การวิจัย และนวัตกรรม เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ วิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างองค์ความรู้ และนวัตกรรมที่สร้างผลผลิตและมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ โดยได้กำหนดแนวทางการพัฒนา คือ ผลิตและพัฒนากำลังคนให้มีสมรรถนะในสาขา ที่ตรงตามความต้องการของตลาดงานและการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ส่งเสริม การผลิตและพัฒนากำลังคนที่มีความเชี่ยวชาญและเป็นเลิศเฉพาะด้าน ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา เพื่อสร้างองค์ความรู้และนวัตกรรมที่สร้างผลผลิตและมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ

ดังนั้นองค์กรธุรกิจจึงจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนให้ม้องค์ความรู้ทางด้านการตลาดและเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจให้สามารถตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและเท่าทันการพลิกผันของโลกในศตวรรษที่ 21

12. ผลกระทบจาก ข้อ 11 ต่อการพัฒนาหลักสูตรและความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

12.1 การพัฒนาหลักสูตร

การเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ส่งผลกระทบต่อให้หลักสูตรบริการธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องปรับหลักสูตร ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปโดยมุ่งเน้น การพัฒนาบัณฑิต ให้มีคุณลักษณะอันพึงประสงค์ ตรงตามความต้องการของสังคม สถาบันการศึกษา ซึ่งมีหน้าที่หลักในการผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ด้านวิชาการและวิชาชีพ รวมถึงคุณสมบัติที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตในสังคม ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในการจัดการ การศึกษาจึงจำเป็นต้องปรับปรุงกลุ่มวิชาเอกบังคับและเอกเลือก ที่มุ่งเน้นให้นักศึกษามีความรู้ และทักษะด้านการตลาดดิจิทัล เพื่อให้สามารถวิเคราะห์ และแก้ไขปัญหาได้อย่างเหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ โดยการผลิตบุคลากรทางด้านการตลาดดิจิทัลที่พร้อมจะปฏิบัติงานในองค์กร

ทางธุรกิจ มีความเข้าใจและสามารถปรับตัวในสถานการณ์ สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี สามารถนำทักษะและความรู้ด้านบริหารธุรกิจไปใช้ในการทำงานอย่างมืออาชีพ

12.2 ความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

การปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล มุ่งผลิตบัณฑิตให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของบัณฑิตที่พึงประสงค์ของมหาวิทยาลัยพายัพ คือ “คุณธรรมนำใจ รับผิดชอบต่อสังคม วิชาการก้าวหน้า พัฒนาสู่สากล” นอกจากนี้ยังสนองต่อการผลิตบัณฑิตที่สอดคล้องกับคุณสมบัติบัณฑิตที่พึงประสงค์ของคณะบริหารธุรกิจ คือ สามารถวิเคราะห์และแก้ไขปัญหาด้านบริหารธุรกิจอย่างสร้างสรรค์ โดยใช้ความรู้พื้นฐานในศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง มีพื้นฐานเทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในการแสวงหาความรู้ และประยุกต์ในการทำงานได้ พร้อมทั้งสามารถปรับตัวในสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงได้

13. ความสัมพันธ์กับหลักสูตรอื่นที่เปิดสอนในคณะ/ภาควิชาอื่นของสถาบัน

- ไม่มีความสัมพันธ์
 มีความสัมพันธ์ ดังนี้

13.1 รายวิชาในหลักสูตร ที่เปิดสอนโดยคณะ/สาขาวิชา/หลักสูตรอื่น

ก) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป จัดการเรียนการสอนโดยสำนักศึกษาทั่วไป

ข) กลุ่มวิชาแกนธุรกิจ

กลุ่มวิชาแกนธุรกิจ ที่บริหารจัดการโดยคณะวิชาอื่น

ลำดับ	ชื่อรายวิชา	คณะ/สาขาวิชา/กลุ่มวิชา/หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
1	กม. 102 กฎหมายธุรกิจ	คณะนิติศาสตร์
2	บช. 111 การบัญชีสำหรับธุรกิจ	คณะบัญชี และธุรกิจดิจิทัล
3	บช. 319 การบัญชีเพื่อการจัดการ	คณะบัญชี และธุรกิจดิจิทัล

กลุ่มวิชาแกนธุรกิจ ที่บริหารจัดการโดยคณะบริหารธุรกิจ

ลำดับ	ชื่อรายวิชา	คณะ/สาขาวิชา/กลุ่มวิชา/หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
1	บธ. 101 องค์การและการจัดการ	คณะบริหารธุรกิจ
2	บธ. 102 หลักการตลาดและการตลาดดิจิทัล	คณะบริหารธุรกิจ
3	บธ. 201 การจัดการการผลิตและการดำเนินงาน	คณะบริหารธุรกิจ
4	บธ. 202 การประชาสัมพันธ์ธุรกิจ	คณะบริหารธุรกิจ
5	บธ. 203 เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ	คณะบริหารธุรกิจ
6	บธ. 204 พฤติกรรมองค์การและการบริหารทรัพยากรมนุษย์	คณะบริหารธุรกิจ
7	บธ. 205 เทคโนโลยีสำหรับธุรกิจ	คณะบริหารธุรกิจ
8	บธ. 209 การเงินธุรกิจ	คณะบริหารธุรกิจ
9	บธ. 401 การจัดการเชิงกลยุทธ์	คณะบริหารธุรกิจ

ค) กลุ่มวิชาเอกบังคับ

ไม่มี

ง) กลุ่มวิชาเอกเลือก

ลำดับ	ชื่อรายวิชา	คณะ/สาขาวิชา/กลุ่มวิชา/ หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
1	กจ. 222 ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์และการบริหารทีมงาน	สาขาวิชาการจัดการ
2	กจ. 324 โลจิสติกส์และการจัดการโซ่อุปทาน	สาขาวิชาการจัดการ
3	กจ. 342 กลยุทธ์การสื่อสาร และการเจรจาต่อรอง	สาขาวิชาการจัดการ

13.2 กลุ่มวิชา/รายวิชาในหลักสูตรที่เปิดสอนให้สาขาวิชา/หลักสูตรอื่นต้องมาเรียน

ก) กลุ่มวิชาแกนธุรกิจ

ไม่มี

ข) กลุ่มวิชาเอกบังคับ

ลำดับ	ชื่อรายวิชา	คณะ/สาขาวิชา/กลุ่มวิชา/หน่วยงาน ที่มาเรียน
1	กต. 327 การสร้างแบรนด์	สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมธุรกิจ อาหาร

13.3 การบริหารจัดการ

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรติดต่อกับผู้ประสานงานและ/หรืออาจารย์ผู้สอนในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชาแกนธุรกิจ กลุ่มวิชาเอกบังคับ และกลุ่มวิชาเอกเลือก เพื่อวางแผนและจัดแผนการศึกษา ร่วมกัน ทั้งนี้เพื่อให้แผนการศึกษามีความเหมาะสมกับกลุ่มผู้เรียน และมีการจัดเรียงลำดับของรายวิชาที่เรียนอย่างเหมาะสม โดยก่อนเปิดภาคการศึกษาอาจารย์ผู้สอนในรายวิชาต่าง ๆ ต้องรับผิดชอบจัดทำรายละเอียดของรายวิชา (มคอ. 3 / มคอ. 4) โดยเลือกใช้กลยุทธ์การสอน วิธีการวัดและการประเมินที่สอดคล้องกับผลการเรียนรู้ของรายวิชา และเมื่อสิ้นสุดภาคการศึกษาและต้องจัดทำรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา (มคอ. 5 / มคอ. 6) ให้แก่สาขาวิชาต้นสังกัดของนักศึกษาได้รับทราบข้อมูล

หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร

1. ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1.1 ปรัชญา

มีองค์ความรู้ในศาสตร์ทางด้านการตลาดดิจิทัล มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อใช้บูรณาการความรู้ในวิชาชีพด้านการตลาดสู่การปฏิบัติ

1.2 ความสำคัญของหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล มุ่งผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ความเข้าใจในศาสตร์ทางด้านการตลาด และการตลาดดิจิทัล สามารถใช้ความรู้ในแสวงหาข้อมูล เพื่อใช้วิเคราะห์และแก้ไขปัญหาทางการตลาด มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ กำหนดกลยุทธ์การตลาด และสามารถบูรณาการความรู้ทางการตลาด เพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันทางธุรกิจ รวมทั้งการแสดงความรับผิดชอบต่อธุรกิจที่มีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม สามารถเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ตลอดจนสามารถปรับตัวและทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ในความหลากหลายทางวัฒนธรรม

1.3 วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

- สัมพันธ์สอดคล้องกับแผนพัฒนาการอุดมศึกษาของชาติ
- สอดคล้องกับปรัชญาการอุดมศึกษา
- สอดคล้องกับปรัชญาของมหาวิทยาลัยพายัพ
- สอดคล้องกับมาตรฐานวิชาการ สาขาวิชาการตลาด
- สอดคล้องกับมาตรฐานวิชาชีพ
- เน้นการผลิตบัณฑิตให้มีคุณลักษณะ ดังนี้

1. มีความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพด้านการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค และสามารถประยุกต์บูรณาการศาสตร์ทางด้านวิชาการตลาดให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง สังคม และประเทศชาติ ตลอดจนประชาคมโลก ให้สมกับเป็นนักการตลาด ที่มีความคิดสร้างสรรค์ก้าวทันโลกยุคดิจิทัล และมีความพร้อมในการทำงาน
2. มีความรู้ ความสามารถในการวิจัย การคิดในเชิงวิเคราะห์ และแก้ไขปัญหาทางด้านบริหารธุรกิจ และการตลาด อย่างสร้างสรรค์ และมีเหตุผลภายใต้สภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง
3. มีความสามารถด้านการจัดการ และการสื่อสารแบรนด์ การตลาดดิจิทัล ตลอดจนใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่น
4. มีความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับความหลากหลายทางวัฒนธรรมและปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางการตลาดของธุรกิจ
5. มีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม มีคุณธรรม จริยธรรม พร้อมด้วย จรรยาบรรณในวิชาชีพของนักการตลาด

2. ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcome : PLOs)

- PLO 1: มีความรู้และทักษะทางด้านการตลาด ทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต และเป็นนักการตลาดที่ก้าวทันโลกยุคดิจิทัล
- PLO 2: มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์หรือวิจัย การใช้เครื่องมือทางการตลาด เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางด้านการบริหารการตลาดและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ
- PLO 3: มีความสามารถในการสื่อสารทางการตลาด การตลาดดิจิทัล สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความคิดสร้างสรรค์ บูรณาการความรู้ และสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่น
- PLO 4: มีความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับความหลากหลายทางวัฒนธรรมและปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางการตลาดของธุรกิจ
- PLO 5: มีความสามารถในการนำความรู้มาใช้ก่อให้เกิดประโยชน์แก่สังคม มีความรับผิดชอบต่อตนเอง มีคุณธรรม จริยธรรม พร้อมด้วยจรรยาบรรณในวิชาชีพของนักการตลาด และยึดมั่นในสัจจะบริการ

3. แผนพัฒนาปรับปรุง

แผนการพัฒนา/เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
ด้านมาตรฐานหลักสูตร	<ul style="list-style-type: none"> - ทบทวนเนื้อหาหลักสูตร การเรียนการสอน ศึกษาสถานการณ์และปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร เพื่อนำมาปรับปรุงหลักสูตรและการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพ - ติดตามผลการนำหลักสูตรไปใช้ - การทบทวนและปรับปรุงหลักสูตรเป็นระยะ ๆ ทุก 5 ปี - เชิญผู้ทรงคุณวุฒิจากภายนอกและ/หรือผู้ทรงคุณวุฒิภายในเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาหลักสูตร 	<ul style="list-style-type: none"> - รายงานผลการดำเนินการของหลักสูตร (มคอ.7) - รายงานการประชุมคณะกรรมการบริหารประจำหลักสูตร - รายงานการประชุมคณะกรรมการกำกับมาตรฐานวิชาการ - ความพึงพอใจของบัณฑิตที่มีต่อการเรียนการสอนในหลักสูตร - ความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต - รายงานการประชุมคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตร
ด้านการเรียนการสอน	<ul style="list-style-type: none"> - ทบทวนเนื้อหาของรายวิชา วิธีการสอนและการประเมินผลเพื่อนำมาปรับปรุงการสอนให้มีประสิทธิภาพ - จัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อพัฒนาการเรียนการสอน 	<ul style="list-style-type: none"> - รายงานผลการดำเนินการของรายวิชา (มคอ.5 / มคอ.6) - ผลการประเมินผลการเรียนการสอนและกิจกรรมที่จัดให้นักศึกษา
ด้านการวิจัย	<ul style="list-style-type: none"> - กำหนดให้มีการพัฒนางานวิจัยที่สอดคล้องกับหลักสูตร - มีการบูรณาการงานวิจัยกับการเรียนการสอน - มีการนำผลการวิจัยมาประกอบการปรับปรุง เนื้อหารายวิชาในหลักสูตร 	<ul style="list-style-type: none"> - มีผลงานวิจัยที่สอดคล้องกับหลักสูตรอย่างน้อย 1 เรื่อง ต่อปีการศึกษา - มีการวิจัยกับการเรียนการสอนในหลักสูตรอย่างน้อย 1 รายวิชา ต่อปีการศึกษา

แผนการพัฒนา/เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
ด้านการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม	<ul style="list-style-type: none"> - กำหนดให้มีการจัดกิจกรรมเพื่อการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น - จัดกิจกรรมส่งเสริมให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม 	<ul style="list-style-type: none"> - จัดโครงการ/กิจกรรมส่งเสริมให้นักศึกษาเข้าร่วมกิจกรรมด้านทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างน้อย 1 โครงการ/ปีการศึกษา - มีการบูรณาการด้านทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นกับการเรียนการสอนในหลักสูตรอย่างน้อย 1 รายวิชาต่อปีการศึกษา
ด้านการบริการวิชาการสู่สังคม	<ul style="list-style-type: none"> - กำหนดกิจกรรมการบริการวิชาการสู่องค์กร ชุมชน หรือท้องถิ่น พัฒนาแก้ไขปัญหาร่วมกับชุมชน 	<ul style="list-style-type: none"> - จำนวนกิจกรรมการบริการวิชาการสู่องค์กร ชุมชน หรือท้องถิ่น อย่างน้อย 1 โครงการ/กิจกรรม/ปีการศึกษา - มีการบูรณาการด้านบริการวิชาการสู่สังคมกับการเรียนการสอนในหลักสูตรอย่างน้อย 1 รายวิชาต่อปีการศึกษา
ด้านการพัฒนาบุคลากร	<ul style="list-style-type: none"> - อาจารย์ทุกคนต้องเข้าสัมมนา/อบรมเกี่ยวกับเทคนิคการสอนรูปแบบต่าง ๆ และ/หรือความรู้ทางด้านวิชาชีพ - พัฒนาทักษะอาจารย์ในการจัดการเรียนรู้และการประเมินผลการเรียนรู้ 	<ul style="list-style-type: none"> - คณาจารย์เข้าร่วมการสัมมนา/อบรมต่อคนตามเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนด - คณาจารย์ทุกคนมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเพิ่มพูน การจัดการเรียนรู้และการประเมินผลการเรียนรู้
ด้านกิจกรรมนักศึกษา	<ul style="list-style-type: none"> - กำหนดให้จัดกิจกรรมพัฒนาองค์ความรู้ทักษะการเรียนรู้ทางวิชาการใหม่ ๆ ให้นักศึกษา - กำหนดให้จัดกิจกรรมจิตอาสาเพื่อพัฒนาชุมชน รักษาสิ่งแวดล้อม กิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ กิจกรรมเสริมสร้างคุณธรรมและจริยธรรม ตลอดจนพัฒนาทักษะ ชีวิตความเป็นผู้นำ และการทำงานเป็นทีม 	<ul style="list-style-type: none"> - จำนวนกิจกรรมเพื่อพัฒนาองค์ความรู้และทักษะใหม่ ๆ อย่างน้อย 1 กิจกรรม/ปีการศึกษา - จำนวนกิจกรรมจิตอาสาเพื่อพัฒนาชุมชน และ/หรือรักษาสิ่งแวดล้อม อย่างน้อย 1 กิจกรรม/ปีการศึกษา - จำนวนกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ กิจกรรมเสริมสร้างคุณธรรมและจริยธรรม ตลอดจนพัฒนาทักษะ ชีวิตความเป็นผู้นำอย่างน้อย 1 กิจกรรม/ปีการศึกษา

หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร

1. ระบบการจัดการศึกษา

1.1 ระบบ

มหาวิทยาลัยพายัพจัดการศึกษาในระบบการศึกษา เป็นระบบการศึกษาแบบทวิภาค โดยหนึ่งปี การศึกษามีภาคการศึกษาบังคับ 2 ภาค คือ ภาคการศึกษาที่ 1 และภาคการศึกษาที่ 2 หนึ่งภาค การศึกษามีระยะเวลาการศึกษาไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์

1.2 การจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน

ภาคฤดูร้อนซึ่งเป็นภาคการศึกษาไม่บังคับ มีระยะเวลาศึกษาไม่น้อยกว่า 5 สัปดาห์ แต่เพิ่ม ชั่วโมงให้เท่ากับภาคการศึกษาปกติ

- มีภาคฤดูร้อน จำนวน 1 ภาค
 ไม่มีภาคฤดูร้อน แต่อาจจัดให้มีการเรียนการสอนตามความจำเป็น
 ไม่มีภาคฤดูร้อน

1.3 การเทียบเคียงหน่วยกิตในระบบทวิภาค

ไม่มีการจัดการศึกษาระบบอื่น นอกเหนือจากระบบทวิภาค

2. การดำเนินการหลักสูตร

2.1 วัน - เวลาในการดำเนินการเรียนการสอน

2.1.1 ระยะเวลาการศึกษา

ภาคการศึกษา	ระยะเวลาตามปฏิทิน (โดยประมาณ)	เวลาสัปดาห์
ภาคการศึกษา 1	มิถุนายน - ตุลาคม	15
ภาคการศึกษา 2	พฤศจิกายน - มีนาคม	15
ภาคฤดูร้อน	เมษายน - มิถุนายน	8

2.1.2 วัน-เวลา

- วัน - เวลาราชการปกติ
 นอกวัน - เวลาราชการ (ไปรตระบุ)

2.2 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

2.2.1 คุณสมบัติของผู้สมัครเข้าศึกษา แบ่งออกเป็น

ก. คุณสมบัติทั่วไป

- ตามเกณฑ์มาตรฐาน คือ เป็นผู้สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า
 ตามเกณฑ์มาตรฐาน คือ เป็นผู้สำเร็จการศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง หรือเทียบเท่า หรืออนุปริญญา
 เป็นผู้มีความประพฤติดี
 เป็นผู้มีความสุขภาพสมบูรณ์ ไม่มีโรคประจำตัวอันเป็นอุปสรรคต่อการเรียน

ข. คุณสมบัติเฉพาะทาง

- มีเกณฑ์คุณสมบัติเพิ่มเติม (โปรดระบุ)
- มีเกณฑ์คุณสมบัติเฉพาะ (เช่น เฉพาะนักบริหาร เฉพาะข้าราชการ) (โปรดระบุ)

ค. คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษากรณีหลักสูตรแบบก้าวนำทางวิชาการ

- ตามเกณฑ์คุณสมบัติทั่วไป ข้อ ก. และ
- มีคะแนนเฉลี่ยสะสมจากการสำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า หรือ จากการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงหรือเทียบเท่า หรืออนุปริญญา ไม่น้อยกว่า 3.50 จาก ระบบ 4 ระดับคะแนนหรือเทียบเท่า และ
- มีผลการเรียนในหลักสูตรปริญญาตรีแบบก้าวนำไม่น้อยกว่า 3.50 ทุกภาค การศึกษาหากภาคการศึกษาใดมีผลการเรียนต่ำกว่า 3.50 จะถือว่าขาดคุณสมบัติในการศึกษาในหลักสูตรแบบก้าวนำ

2.2.2 การคัดเลือกผู้เข้าศึกษา

- คัดเลือกตามเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.)
- คัดเลือกตามระบบและเกณฑ์ของมหาวิทยาลัยพายัพ เป็นผู้ดำเนินการคัดเลือกเอง
- คัดเลือกโดยผ่านการสอบคัดเลือกนักเรียนในเขตพัฒนาภาคต่างๆ
- อื่นๆ (โปรดระบุ)

2.3 ปัญหาของนักศึกษาแรกเข้า

- 1) ด้านการปรับตัว เนื่องจากนักศึกษาต้องเผชิญกับสภาพแวดล้อมใหม่และไม่คุ้นเคย ทั้งในเรื่องของกฎระเบียบ วัฒนธรรมองค์กร รูปแบบการเรียนการสอนและกิจกรรม ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ตลอดจนการใช้ชีวิตในรั้วมหาวิทยาลัย นักศึกษา จึงจำเป็นต้องเรียนรู้และอาศัยระยะเวลาในการปรับตัว นอกจากนี้ยังมีนักศึกษา บางส่วนที่ไม่ตระหนักถึงความสำคัญของการเรียน ขาดเป้าหมายในชีวิต นำไปสู่การมี พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม
- 2) ด้านวิชาการ นักศึกษามีความรู้พื้นฐานด้านบริหารธุรกิจ และทักษะด้านการสื่อสาร ด้วยเทคโนโลยีที่แตกต่างกัน ซึ่งส่งผลต่อการเรียนในหลักสูตร

2.4 กลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา / ข้อจำกัดของนักศึกษาในข้อ 2.3

- 1) จัดปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่ เพื่อให้ได้ทราบระเบียบข้อบังคับ หลักสูตร ระบบการเรียน การสอน แนวทางการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของมหาวิทยาลัย
- 2) จัดระบบอาจารย์ที่ปรึกษา โดยมอบหมายให้อาจารย์ที่ปรึกษาทำหน้าที่ให้คำปรึกษาแนะนำ นักศึกษาในเรื่องของการเรียน การจัดทำ/เข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ และการปรับตัว ตลอดจน ชี้แจงกฎระเบียบต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย
- 3) จัดกิจกรรมเสริมหลักสูตรเพื่อปรับพื้นฐานทางด้านบริหารธุรกิจ และกิจกรรมนอกหลักสูตร เพื่อเสริมสร้างทักษะด้านการสื่อสารให้กับนักศึกษา เพื่อให้มีความพร้อมในการศึกษา

2.5 แผนการรับนักศึกษาและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี

จำนวนนักศึกษา	จำนวนนักศึกษาแต่ละปีการศึกษา				
	2565	2566	2567	2568	2569
ชั้นปีที่ 1	90	90	90	90	90
ชั้นปีที่ 2	-	90	90	90	90
ชั้นปีที่ 3	-	-	90	90	90
ชั้นปีที่ 4	-	-	-	90	90
รวม	90	180	270	360	360
คาดว่าจะสำเร็จการศึกษา	-	-	-	90	90

2.6 งบประมาณตามแผน

2.6.1. งบประมาณรายรับ (หน่วย บาท)

รายละเอียดรายรับ	ปีงบประมาณ				
	2565	2566	2567	2568	2569
ค่าเล่าเรียน	5,184,000	10,368,000	15,552,000	20,736,000	20,736,000
ค่าบำรุงการศึกษา	1,080,000	2,160,000	3,240,000	4,320,000	4,320,000
ค่าธรรมเนียม	198,000	378,000	558,000	738,000	738,000
ค่าเบ็ดเตล็ด	382,500	391,500	400,500	409,500	409,500
รวมรายรับ	6,844,500	13,297,500	19,750,500	26,203,500	26,203,500

2.6.2. งบประมาณรายจ่าย (หน่วย บาท)

หมวด	ปีงบประมาณ				
	2565	2566	2567	2568	2569
ก. งบดำเนินการ					
1. ค่าเงินเดือน	1,904,200.00	1,904,200.00	1,904,200.00	1,904,200.00	1,904,200.00
2. ค่าเงินประจำตำแหน่ง	48,000.00	48,000.00	48,000.00	48,000.00	48,000.00
3. ค่าตอบแทน	27,000.00	27,000.00	27,000.00	27,000.00	27,000.00
4. ค่างานบริหารทั่วไป	132,000.00	132,000.00	132,000.00	132,000.00	132,000.00
5. ค่าสวัสดิการ (ค่ารักษาพยาบาล)	31,480.00	31,480.00	31,480.00	31,480.00	31,480.00
6. ค่าวิชาการ (งบสัมมนา)	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00
7. ค่าการบริการนักศึกษา (งบกิจกรรม)	197,640.00	395,280.00	592,920.00	790,560.00	790,560.00
8. ทุนการศึกษา					
รวม (ก)	2,348,320.00	2,545,960.00	2,743,600.00	2,941,240.00	2,941,240.00
ข. งบลงทุน					
1. ค่าวัสดุสำนักงานและ ค่าบำรุงรักษา	32,773.45	32,773.45	32,773.45	32,773.45	32,773.45
2. ค่าทรัพย์สินต่าง ๆ	35,654.00	35,654.00	35,654.00	35,654.00	35,654.00

รวม (ข)	68,427.45	68,427.45	68,427.45	68,427.45	68,427.45
รวม (ก) + (ข)	2,416,747.45	2,614,387.45	2,812,027.45	3,009,667.45	3,009,667.45
จำนวนนักศึกษา*	90	180	270	360	360
ค่าใช้จ่ายต่อหัวนักศึกษา	26,852.75	14,524.37	10,414.92	8,360.19	8,360.19

* หมายเหตุ จำนวนนักศึกษารวมหลักสูตรเก่าและหลักสูตรปรับปรุง

2.7 ระบบการศึกษา

- แบบชั้นเรียนและ/หรือแบบผสมผสาน (ออนไลน์และออฟไลน์)
- แบบทางไกลผ่านสื่อสิ่งพิมพ์เป็นหลัก
- แบบทางไกลผ่านสื่อแพรภาพและเสียงเป็นหลัก
- แบบทางไกลทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นสื่อหลัก (E-Learning)
- แบบทางไกลทางอินเทอร์เน็ต
- อื่นๆ (โปรดระบุ)

2.8 การเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชา

มหาวิทยาลัยพายัพรับโอนนักศึกษาจากสถาบันอื่น เพื่อเข้าศึกษาในหลักสูตรต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยโดยปฏิบัติตามประกาศมหาวิทยาลัยพายัพ เรื่อง หลักเกณฑ์การเทียบโอนผลการเรียน ระดับปริญญาตรี พุทธศักราช 2557 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (เอกสาร ภาคผนวก ก)

3. หลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน

3.1 หลักสูตร

3.1.1 จำนวนหน่วยกิต รวมตลอดหลักสูตร

ไม่น้อยกว่า 129 หน่วยกิต

ระยะเวลาการศึกษา 4 ปี

3.1.2 โครงสร้างหลักสูตร

- | | | |
|---|-------------|-------------|
| 1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป | จำนวน | 30 หน่วยกิต |
| 1.1 กลุ่มสาระการบ่มเพาะคุณธรรม จริยธรรม | จำนวน | 6 หน่วยกิต |
| 1.2 กลุ่มสาระการเรียนรู้ตลอดชีวิต | จำนวน | 6 หน่วยกิต |
| 1.3 กลุ่มสาระก้าวทันโลก | จำนวน | 6 หน่วยกิต |
| 1.4 กลุ่มสาระภาษาเพื่อการสื่อสาร | จำนวน | 12 หน่วยกิต |
| 2. หมวดวิชาเฉพาะ | ไม่น้อยกว่า | 93 หน่วยกิต |
| 2.1 กลุ่มวิชาแกนธุรกิจ | จำนวน | 36 หน่วยกิต |
| 2.2 กลุ่มวิชาเอกบังคับ | จำนวน | 45 หน่วยกิต |
| 2.3 กลุ่มวิชาเอกเลือก | ไม่น้อยกว่า | 12 หน่วยกิต |
| 3. หมวดวิชาเลือกเสรี | ไม่น้อยกว่า | 6 หน่วยกิต |

3.1.3 รายวิชา

3.1.3.1 ความหมายของรหัสประจำรายวิชา

ความหมายของรหัสประจำรายวิชา ของสาขาวิชาการตลาดดิจิทัล รหัสวิชา ประกอบด้วยตัวอักษรแบ่งกลุ่มวิชาตามด้วยตัวเลข 3 หลักดังนี้
ตัวอักษรมีความหมายดังนี้

กต.	หมายถึง	การตลาด
MK	หมายถึง	Marketing
ตัวเลข 3 หลัก	มีความหมายดังนี้	
หลักร้อย	หมายถึง	ชั้นปีที่เรียน
หลักสิบ	หมายถึง	กลุ่มวิชา
	0	กลุ่มวิชาเกี่ยวกับแกนธุรกิจ
	1, 4	กลุ่มวิชาเกี่ยวกับหลักการตลาด
	2, 5	กลุ่มวิชาเกี่ยวกับความรู้ทางการตลาดเฉพาะด้าน
	3	กลุ่มวิชาเกี่ยวกับการประยุกต์ความรู้ทางด้านการตลาด
	9	กลุ่มวิชาเกี่ยวกับการศึกษาค้นคว้าอิสระ การวิจัย โครงการ การสัมมนา การฝึกปฏิบัติ และสหกิจศึกษา
หลักหน่วย	หมายถึง	ลำดับวิชา

3.1.3.2 รายวิชาบังคับก่อน

วิชาบังคับก่อน หมายความว่า นักศึกษาที่จะลงทะเบียนวิชาที่มีวิชาบังคับก่อน จะต้องผ่านการเรียนในรายวิชาที่ระบุไว้ก่อนเพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในรายวิชานั้น โดยนักศึกษาจะผ่านการเรียนและการประเมินผลวิชาบังคับก่อน โดยได้อักษรระดับคะแนน A, B+, B, C+, C, D+, D หรืออักษร P, CE, CS, CT และ CP

3.1.3.3 รายวิชาในโครงสร้างหลักสูตร

1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป จำนวน 30 หน่วยกิต

โครงสร้างหมวดวิชาศึกษาทั่วไป

1. กลุ่มสาระการบ่มเพาะคุณธรรม จริยธรรม

1.1 รายวิชาบังคับ จำนวน 3 หน่วยกิต

ศท.181 สัจจะและบริการ 3 (3-0-6)
(GE 181 Truth and Service)

1.2 รายวิชาเลือก จำนวน 3 หน่วยกิต เลือกจากรายวิชาต่อไปนี้

ศท.182 พลเมือง ธรรมาภิบาล กับสันติภาพ 3 (3-0-6)
(GE 182 Citizenship Good Governance and Peace)

ศท.1801 คริสต์จริยธรรมเกี่ยวกับเพศ 3 (3-0-6)
(GE 1801 Christian Sexual Ethics)

(ยกเว้น นักศึกษาวิทยาลัยพระคริสต์ธรรมแมคกิลวารี)

ศท.1802 กฎหมายในชีวิตประจำวัน 3 (3-0-6)
(GE 1802 Laws in Everyday Life)

(ยกเว้น นักศึกษาคณะนิติศาสตร์)

2. กลุ่มสาระการเรียนรู้ตลอดชีวิต

2.1 นักศึกษากลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

2.1.1 รายวิชาบังคับ จำนวน 3 หน่วยกิต

ศท.191 สุขภาพดี นิวนอร์มัล 3 (3-0-6)
(GE 191 New Normal Healthiness)

2.1.2 รายวิชาเลือก จำนวน 3 หน่วยกิต เลือกจากรายวิชาต่อไปนี้

ศท.192 การคิดแบบองค์รวม 3 (3-0-6)
(GE 192 Holistic Thinking)

ศท.193 การวิเคราะห์และตัดสินใจ 3 (3-0-6)
(GE 193 Analysis and Decision Making)

ศท.1901 จิตวิทยากับชีวิตประจำวัน 3 (3-0-6)
(GE 1901 Psychology for Daily Life)

(ยกเว้น นักศึกษาสาขาวิชาจิตวิทยา)

ศท.1902 อาหารเพื่อสุขภาพและความงาม 3 (3-0-6)
(GE 1902 Food for Health and Beauty)

2.2 นักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์สุขภาพ

2.2.1 รายวิชาบังคับ จำนวน 3 หน่วยกิต

ศท.192 การคิดแบบองค์รวม 3 (3-0-6)
(GE 192 Holistic Thinking)

2.2.2 รายวิชาเลือก จำนวน 3 หน่วยกิต เลือกจากรายวิชาต่อไปนี้

ศท.191 สุขภาพดี นิวนอร์มัล	3 (3-0-6)
(GE 191 New Normal Healthiness)	
ศท.193 การวิเคราะห์และตัดสินใจ	3 (3-0-6)
(GE 193 Analysis and Decision Making)	
ศท.1901 จิตวิทยากับชีวิตประจำวัน	3 (3-0-6)
(GE 1901 Psychology for Daily Life)	
(ยกเว้น นักศึกษาศาสาวิชาจิตวิทยา)	
ศท.1902 อาหารเพื่อสุขภาพและความงาม	3 (3-0-6)
(GE 1902 Food for Health and Beauty)	

3. กลุ่มสาระก้าวหน้าทั่วโลก

3.1 รายวิชาบังคับ จำนวน 3 หน่วยกิต

ศท.144 เทคโนโลยีสีเขียว	3 (3-0-6)
(GE 144 Green Technology)	

3.2 รายวิชาเลือก จำนวน 3 หน่วยกิต เลือกจากรายวิชาต่อไปนี้

ศท.1401 การเป็นผู้ประกอบการในศตวรรษที่ 21	3 (3-0-6)
(GE 1401 Entrepreneurship in 21 st Century)	
ศท.1402 ปัญญาประดิษฐ์ในชีวิตประจำวัน	3 (3-0-6)
(GE 1402 Artificial Intelligence in Daily Life)	
(ยกเว้น สาขาวิชาวิศวกรรมซอฟต์แวร์)	
ศท.1403 รู้ทันเทคโนโลยีดิจิทัล	3 (3-0-6)
(GE 1403 Digital Technology Literacy)	
(ยกเว้น สาขาวิชาวิศวกรรมซอฟต์แวร์)	
ศท.1404 การบริหารความมั่งคั่งโดยหุ้นและสินทรัพย์ดิจิทัล	3 (3-0-6)
(GE 1404 Wealth management by Stock and Digital Assets)	
ศท.1405 เทคโนโลยีดนตรีสำหรับบุคคลทั่วไป	3 (3-0-6)
(GE 1405 Music Technology for Non-musicians)	
(ยกเว้น นักศึกษาวิทยาศาสตร์ศิลป์)	
ศท.1406 ความเป็นพลเมืองดิจิทัล	3 (3-0-6)
(GE 1406 Digital Citizenship)	

4. กลุ่มสาระภาษาเพื่อการสื่อสาร

4.1 รายวิชาบังคับ จำนวน 3 หน่วยกิต

ศท.138 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในสังคมพหุวัฒนธรรม	3 (3-0-6)
(GE 138 English for Communication in Multicultural Societies)	

4.2 รายวิชาเลือก จำนวน 9 หน่วยกิต เลือกจากรายวิชาต่อไปนี้

ศท.127 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารในยุคดิจิทัล (GE 127 Thai for Communication in the Digital Age)	3 (3-0-6)
ศท.137 ภาษาอังกฤษเพื่อการเขียนและการนำเสนอเชิงวิชาการ (GE 137 Academic Writing and Presentation Skills)	3 (3-0-6)
ศท.139 การฟังและการพูดภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร (GE 139 Listening and Speaking English for Communication)	3 (3-0-6)
ศท.231 ภาษาอังกฤษเพื่ออาชีพ (GE 231 English for Career)	3 (3-0-6)
ศท.173 ภาษาเกาหลีเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน (GE 173 Korean for Daily Communication)	3 (3-0-6)
ศท.1501 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน (GE 1501 Chinese for Daily Communication)	3 (3-0-6)
(ยกเว้น นักศึกษาศาสาวิชาภาษาและวัฒนธรรมจีน)	
ศท.1601 ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน (GE 1601 Japanese for Daily Communication)	3 (3-0-6)
(ยกเว้น นักศึกษาศาสาวิชาภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น)	

2. หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า 93 หน่วยกิต

นักศึกษาจะต้องศึกษารายวิชาในหมวดวิชาเฉพาะให้ได้แต้มเฉลี่ยสะสมไม่น้อยกว่า 2.00 โดยศึกษารายวิชาในกลุ่มวิชาต่อไปนี้

2.1 กลุ่มวิชาแกนธุรกิจ	จำนวน 36 หน่วยกิต
นักศึกษาจะต้องศึกษารายวิชาต่อไปนี้ จำนวน 36 หน่วยกิต	
กม. 102 กฎหมายธุรกิจ (LA 102 BUSINESS LAW)	3 (3-0-6) หน่วยกิต
บช. 111 การบัญชีสำหรับธุรกิจ (AC 111 ACCOUNTING FOR BUSINESS)	3 (3-0-6) หน่วยกิต
บช. 319 การบัญชีเพื่อการจัดการ (AC 319 MANAGERIAL ACCOUNTING)	3 (3-0-6) หน่วยกิต
(วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 101 และ บช. 111)	
บธ. 101 องค์กรและการจัดการ (BA 101 ORGANIZATION AND MANAGEMENT)	3 (3-0-6) หน่วยกิต
บธ. 102 หลักการตลาดและการตลาดดิจิทัล (BA 102 PRINCIPLES OF MARKETING AND DIGITAL MARKETING)	3 (3-0-6) หน่วยกิต
บธ. 201 การจัดการการผลิตและการดำเนินงาน (BA 201 PRODUCTION AND OPERATION MANAGEMENT)	3 (3-0-6) หน่วยกิต
(วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 101)	

บธ. 202 การภาษีอากรธุรกิจ (BA 202 BUSINESS TAXATION)	3 (3-0-6) หน่วยกิต
บธ. 203 เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ (BA 203 BUSINESS ECONOMICS)	3 (3-0-6) หน่วยกิต
บธ. 204 พฤติกรรมองค์การและการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (BA 204 ORGANIZATIONAL BEHAVIOR AND HUMAN RESOURCE MANAGEMENT)	3 (3-0-6) หน่วยกิต
บธ. 205 เทคโนโลยีสำหรับธุรกิจ (BA 205 TECHNOLOGIES IN BUSINESS)	3 (3-0-6) หน่วยกิต
บธ. 209 การเงินธุรกิจ (BA 209 BUSINESS FINANCE) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บช. 111)	3 (3-0-6) หน่วยกิต
บธ. 401 การจัดการเชิงกลยุทธ์ (BA 401 STRATEGIC MANAGEMENT) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 101 บธ. 102)	3 (3-0-6) หน่วยกิต

2.2 กลุ่มวิชาเอกบังคับ จำนวน 45 หน่วยกิต

นักศึกษาจะต้องศึกษารายวิชาต่อไปนี้ จำนวน 45 หน่วยกิต

กต. 211 การวิเคราะห์และออกแบบพฤติกรรมผู้บริโภค (MK 211 CONSUMER BEHAVIOR ANALYSIS AND DESIGN) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)	3 (3-0-6) หน่วยกิต
กต. 214 ช่องทางการตลาดดิจิทัล (MK 214 DIGITAL MARKETING CHANNEL) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)	3 (3-0-6) หน่วยกิต
กต. 215 ความคิดสร้างสรรค์และการสื่อสารในวิชาชีพการตลาด (MK 215 CREATIVITY AND COMMUNICATION IN MARKETING PROFESSION)	3 (2-2-5) หน่วยกิต
กต. 216 การจัดการผลิตภัณฑ์ (MK 216 PRODUCT MANAGEMENT)	3 (3-0-6) หน่วยกิต
กต. 314 การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (MK 314 INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)	3 (2-2-5) หน่วยกิต
กต. 316 การจัดการราคาและความสามารถในการทำกำไร (MK 316 PRICING AND MARKETING PROFITABILITY) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)	3 (3-0-6) หน่วยกิต
กต. 326 การตลาดดิจิทัลเชิงสร้างสรรค์ (MK 326 CREATIVE DIGITAL MARKETING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)	3 (2-2-5) หน่วยกิต

กต. 327 การสร้างแบรนด์ (MK 327 BRANDING)	3 (2-2-5) หน่วยกิต
กต. 328 การตลาดโลก (MK 328 GLOBAL MARKETING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)	3 (3-0-6) หน่วยกิต
กต. 332 การจัดการการขายและเทคนิคการขาย (MK 332 SALES MANAGEMENT AND SALES TECHNIQUE)	3 (3-0-6) หน่วยกิต
กต. 335 การบริหารจัดการข้อมูลการตลาดดิจิทัล (MK 335 DATA MANAGEMENT IN DIGITAL MARKETING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)	3 (2-2-5) หน่วยกิต
กต. 391 การวิจัยการตลาด (MK 391 MARKETING RESEARCH) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)	3 (2-2-5) หน่วยกิต
กต. 437 การจัดการการตลาด (MK 437 MARKETING MANAGEMENT) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)	3 (3-0-6) หน่วยกิต
กต. 492 สัมมนาการตลาดดิจิทัล (MK 492 SEMINAR IN DIGITAL MARKETING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา กต. 437)	3 (3-0-6) หน่วยกิต
กต. 498 การฝึกปฏิบัติเชิงธุรกิจ (MK 498 BUSINESS WORKSHOP PRACTICE) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา กต. 437)	3 (1-4-4) หน่วยกิต

2.3 กลุ่มวิชาเอกเลือก และ/หรือ วิชาโท ไม่น้อยกว่า 12 หน่วยกิต

นักศึกษาจะต้องเลือกศึกษารายวิชาเอกเลือกต่อไปนี้ และ/หรือ วิชาโทในสาขาวิชาอื่น
ที่เปิดสอนในสถาบัน รวมแล้วไม่น้อยกว่า 12 หน่วยกิต

กลุ่มวิชาเอกเลือก สังกัดสาขาวิชาการตลาด

กต. 315 ระบบสารสนเทศทางการตลาดและเทคโนโลยีทางการตลาด (MK 315 MARKETING INFORMATION SYSTEM AND MARKETING TECHNOLOGY) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)	3 (2-2-5) หน่วยกิต
กต. 321 การตลาดเพื่อสังคม (MK 321 CAUSE-RELATED MARKETING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)	3 (3-0-6) หน่วยกิต
กต. 322 การตลาดบริการ (MK 322 SERVICE MARKETING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)	3 (3-0-6) หน่วยกิต

กต. 323 การตลาดเกษตร (MK 323 AGRICULTURAL MARKETING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)	3 (3-0-6) หน่วยกิต
กต. 324 การตลาดหัตถกรรม (MK 324 HANDICRAFT MARKETING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)	3 (3-0-6) หน่วยกิต
กต. 325 การตลาดทางตรง (MK 325 DIRECT MARKETING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)	3 (3-0-6) หน่วยกิต
กต. 331 การออกแบบเนื้อหาบนการตลาดดิจิทัล (MK 331 DIGITAL MARKETING CONTENT AND DESIGN) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)	3 (2-2-5) หน่วยกิต
กต. 333 นวัตกรรมสร้างสรรค์บนสื่อดิจิทัล (MK 333 CREATIVE DIGITAL INNOVATION)	3 (2-2-5) หน่วยกิต
กต. 334 การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ (MK 334 ENTREPRENEURIAL MARKETING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)	3 (3-0-6) หน่วยกิต
กต. 434 การตลาดเชิงสัมพันธ์ (MK 434 RELATIONSHIP MARKETING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)	3 (3-0-6) หน่วยกิต
กต. 436 การตลาดค้าปลีก (MK 436 RETAIL MARKETING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)	3 (3-0-6) หน่วยกิต
กต. 438 การตลาดลักซ์ชัวรี่ (MK 438 LUXURY MARKETING)	3 (3-0-6) หน่วยกิต
กต. 491 การศึกษาเอกเทศทางการตลาด (MK 491 INDEPENDENT STUDY IN MARKETING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)	3 (1-4-4) หน่วยกิต
กต. 493 หัวข้อคัดสรรทางการตลาด (MK 493 SELECTED TOPICS IN MARKETING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)	3 (3-0-6) หน่วยกิต
กต. 495 การฝึกปฏิบัติทางการตลาด (MK495 PRACTICUM IN MARKETING)	3 (0-18-9) หน่วยกิต
กต. 496 สหกิจศึกษา (MK 496 CO-OPERATIVE EDUCATION)	9 (0-40-20) หน่วยกิต

กลุ่มวิชาเอกเลือก สังกัดสาขาวิชาการจัดการ

กจ. 222 ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์และการบริหารทีมงาน 3 (3-0-6) หน่วยกิต
(MG 222 STRATEGIC LEADERSHIP AND TEAM MANAGEMENT)

กจ. 324 โลจิสติกส์และการจัดการโซ่อุปทาน 3 (3-0-6) หน่วยกิต
(MG 324 LOGISTICS AND SUPPLY CHAIN MANAGEMENT)

(วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 101)

กจ. 342 กลยุทธ์การสื่อสารและการเจรจาต่อรอง 3 (2-2-5) หน่วยกิต
(MG 342 STRATEGIC COMMUNICATION AND NEGOTIATION)

3. หมวดวิชาเลือกเสรี**ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต**

นักศึกษาจะต้องศึกษารายวิชาไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต ที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยพายัพ ซึ่งเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อวิชาชีพ หรืออยู่ในความสนใจ

หลักสูตรวิชาโท บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล**เงื่อนไขในการเรียนวิชาโท บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล**

นักศึกษาที่จะจบหลักสูตร โดยมีวิชาโทจะต้องมีแต้มคะแนนเฉลี่ยสะสมของวิชาโท ไม่น้อยกว่า 2.00

โครงสร้างของหลักสูตร

นักศึกษาที่เลือกศึกษาหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดดิจิทัลเป็นวิชาโท จะต้องศึกษารายวิชาต่อไปนี้ ไม่น้อยกว่า 18 หน่วยกิต

1. รายวิชาบังคับในวิชาโท

นักศึกษาจะต้องศึกษารายวิชาต่อไปนี้ จำนวน 12 หน่วยกิต

กต. 211 การวิเคราะห์และออกแบบพฤติกรรมผู้บริโภค 3 (3-0-6) หน่วยกิต
(MK 211 CONSUMER BEHAVIOR ANALYSIS AND DESIGN)

(วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)

กต. 326 การตลาดดิจิทัลเชิงสร้างสรรค์ 3 (2-2-5) หน่วยกิต
(MK 326 CREATIVE DIGITAL MARKETING)

(วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)

กต. 332 การจัดการการขายและเทคนิคการขาย 3 (3-0-6) หน่วยกิต
(MK 332 SALES MANAGEMENT AND SALES TECHNIQUE)

กต. 437 การจัดการการตลาด 3 (3-0-6) หน่วยกิต
(MK 437 MARKETING MANAGEMENT)

(วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)

2. รายวิชาเลือก

นักศึกษาจะต้องเลือกศึกษารายวิชาที่หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ดิจิทัลเปิดสอนในกลุ่มวิชาเอกเลือกหรือในวิชาเอกบังคับไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

3. สำหรับนักศึกษาคณะอื่น ๆ ที่สนใจเลือกหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล เป็นวิชาโท

ในกรณีที่ยังไม่ได้เรียนวิชาบังคับก่อน ให้ลงทะเบียนรายวิชาดังนี้ จำนวน 3 หน่วยกิต

บธ. 102 หลักการตลาดและการตลาดดิจิทัล 3 (3-0-6) หน่วยกิต

(BA 102 PRINCIPLES OF MARKETING AND DIGITAL MARKETING)

3.1.4 แสดงแผนการศึกษา

3.1.4.1 สำหรับนักศึกษาที่ไม่ได้ลงทะเบียนเรียนรายวิชาสหกิจศึกษา

ชั้นปีที่	ภาคการศึกษาที่ 1		ภาคการศึกษาที่ 2			
1	ศท. 138	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร ในสังคมพหุวัฒนธรรม	3 (3-0-6)	ศท.191	สุขภาพดี นวัตกรรม	3 (3-0-6)
	ศท. 144	เทคโนโลยีสีเขียว	3 (3-0-6)	ศท. XXX	รายวิชาเลือกกลุ่มสาระ การเรียนรู้ตลอดชีวิต	3 (3-0-6)
	ศท. 181	สังคมและบริการ	3 (3-0-6)	ศท. XXX	รายวิชาเลือกกลุ่มสาระ ภาษาเพื่อการสื่อสาร-1	3 (3-0-6)
	ศท. XXX	รายวิชาเลือกกลุ่มสาระ ก้าวหน้าทั่วโลก	3 (3-0-6)	ศท. XXX	รายวิชาเลือกกลุ่มสาระ ภาษาเพื่อการสื่อสาร-2	3 (3-0-6)
	ศท. XXX	รายวิชาเลือกกลุ่มสาระ การบำเพ็ญคุณธรรม จริยธรรม	3 (3-0-6)	บข. 111	การบัญชีสำหรับธุรกิจ	3 (3-0-6)
	กม. 102	กฎหมายธุรกิจ	3 (3-0-6)	บธ. 102	หลักการตลาด และการตลาดดิจิทัล	3 (3-0-6)
	บธ. 101	องค์การและการจัดการ	3 (3-0-6)			
		รวม	21 หน่วยกิต	รวม	18 หน่วยกิต	
2	บธ. 203	เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ	3 (3-0-6)	บธ. 209	การเงินธุรกิจ	3 (3-0-6)
	บธ. 201	การจัดการการผลิตและ การดำเนินงาน	3 (3-0-6)	บธ. 202	การภาษีอากรธุรกิจ	3 (3-0-6)
	บธ. 205	เทคโนโลยีสำหรับธุรกิจ	3 (3-0-6)	บธ. 204	พฤติกรรมองค์กรและ การบริหารทรัพยากรมนุษย์	3 (3-0-6)
	กต. 211	การวิเคราะห์และออกแบบ พฤติกรรมผู้บริโภค	3 (3-0-6)	กต. 214	ช่องทางการตลาดดิจิทัล	3 (3-0-6)
	ศท. XXX	รายวิชาเลือกกลุ่มสาระ ภาษาเพื่อการสื่อสาร-3 เลือกเสรี	3 (3-0-6) 3 (X-X-X)	กต. 215	ความคิดสร้างสรรค์และ การสื่อสารในวิชาชีพการตลาด	3 (2-2-5)
		รวม	18 หน่วยกิต	รวม	18 หน่วยกิต	
3	บข. 319	การบัญชีเพื่อการจัดการ	3 (3-0-6)	กต. 328	การตลาดโลก	3 (3-0-6)
	กต. 314	การสื่อสารทางการตลาด แบบบูรณาการ	3 (2-2-5)	กต. 332	การจัดการการขายและเทคนิค การขาย	3 (2-2-5)
	กต. 316	การจัดการราคาและ ความสามารถในการทำกำไร	3 (3-0-6)	กต. 335	การบริหารจัดการข้อมูล การตลาดดิจิทัล	3 (2-2-5)
	กต. 326	การตลาดดิจิทัล เชิงสร้างสรรค์	3 (2-2-5)	กต. 391	การวิจัยการตลาด เอกเลือก	3 (2-2-5) 3 (X-X-X)
	กต. 327	การสร้างแบรนด์ เลือกเสรี	3 (2-2-5) 3 (X-X-X)		เอกเลือก	3 (X-X-X)
		รวม	18 หน่วยกิต	รวม	18 หน่วยกิต	
4	บธ. 401	การจัดการเชิงกลยุทธ์	3 (3-0-6)	กต. 492	สัมมนาการตลาดดิจิทัล	3 (3-0-6)
	กต. 437	การจัดการการตลาด เอกเลือก	3 (3-0-6) 3 (X-X-X)	กต. 498	การฝึกปฏิบัติเชิงธุรกิจ	3 (1-4-4)
		เอกเลือก	3 (X-X-X)			
		รวม	12 หน่วยกิต	รวม	6 หน่วยกิต	

หมายเหตุ : ตัวเลขแสดงจำนวนหน่วยกิต หมายถึง จำนวนหน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)

3.1.4.2 สำหรับนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาสหกิจศึกษา

ชั้นปีที่	ภาคการศึกษาที่ 1		ภาคการศึกษาที่ 2			
1	ศท. 138	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร ในสังคมพหุวัฒนธรรม	3 (3-0-6)	ศท.191	สุขภาพดี นวัตกรรม	3 (3-0-6)
	ศท. 144	เทคโนโลยีสีเขียว	3 (3-0-6)	ศท. XXX	รายวิชาเลือกกลุ่มสาระ การเรียนรู้ตลอดชีวิต	3 (3-0-6)
	ศท. 181	สังคมและบริการ	3 (3-0-6)	ศท. XXX	รายวิชาเลือกกลุ่มสาระ ภาษาเพื่อการสื่อสาร-1	3 (3-0-6)
	ศท. XXX	รายวิชาเลือกกลุ่มสาระ ก้าวหน้าโลก	3 (3-0-6)	ศท. XXX	รายวิชาเลือกกลุ่มสาระ ภาษาเพื่อการสื่อสาร-2	3 (3-0-6)
	ศท. XXX	รายวิชาเลือกกลุ่มสาระ การบำเพ็ญคุณธรรม จริยธรรม	3 (3-0-6)	บข. 111	การบัญชีสำหรับธุรกิจ	3 (3-0-6)
	กม. 102	กฎหมายธุรกิจ	3 (3-0-6)	บธ. 102	หลักการตลาด	3 (3-0-6)
	บธ. 101	องค์การและการจัดการ	3 (3-0-6)		และการตลาดดิจิทัล	
		รวม	21 หน่วยกิต	รวม	18 หน่วยกิต	
2	บธ. 203	เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ	3 (3-0-6)	บธ. 209	การเงินธุรกิจ	3 (3-0-6)
	บธ. 201	การจัดการการผลิตและ การดำเนินงาน	3 (3-0-6)	บธ. 202	การภาษีอากรธุรกิจ	3 (3-0-6)
	บธ. 205	เทคโนโลยีสำหรับธุรกิจ	3 (3-0-6)	บธ. 204	พฤติกรรมองค์การและ การบริหารทรัพยากรมนุษย์	3 (3-0-6)
	กต. 211	การวิเคราะห์และออกแบบ พฤติกรรมผู้บริโภค	3 (3-0-6)	กต. 214	ช่องทางการตลาดดิจิทัล	3 (3-0-6)
	ศท. XXX	รายวิชาเลือกกลุ่มสาระ ภาษาเพื่อการสื่อสาร-3	3 (3-0-6)	กต. 215	ความคิดสร้างสรรค์และ การสื่อสารในวิชาชีพการตลาด	3 (2-2-5)
		เลือกเสรี	3 (X-X-X)	กต. 216	การจัดการผลิตภัณฑ์	3 (3-0-6)
	รวม	18 หน่วยกิต	รวม	18 หน่วยกิต		
3	บข. 319	การบัญชีเพื่อการจัดการ	3 (3-0-6)	กต. 328	การตลาดโลก	3 (3-0-6)
	บธ. 401	การจัดการเชิงกลยุทธ์	3 (3-0-6)	กต. 332	การจัดการการขาย และเทคนิคการขาย	3 (3-0-6)
	กต. 314	การสื่อสารทางการตลาด แบบบูรณาการ	3 (2-2-5)	กต. 335	การบริหารจัดการข้อมูล การตลาดดิจิทัล	3 (2-2-5)
	กต. 316	การจัดการราคาและ ความสามารถในการทำกำไร	3 (3-0-6)	กต. 391	การวิจัยการตลาด เอกเลือก	3 (2-2-5)
	กต. 326	การตลาดดิจิทัลเชิงสร้างสรรค์	3 (2-2-5)		เลือกเสรี	3 (X-X-X)
	กต. 327	การสร้างแบรนด์	3 (2-2-5)			3 (X-X-X)
	กต. 437	การจัดการการตลาด	3 (3-0-6)			
		รวม	21 หน่วยกิต	รวม	18 หน่วยกิต	
4	กต. 496	สหกิจศึกษา	9 (0-40-20)	กต. 492	สัมมนาการตลาดดิจิทัล	3 (3-0-6)
				กต. 498	การฝึกปฏิบัติเชิงธุรกิจ	3 (1-4-4)
	รวม	9 หน่วยกิต	รวม	6 หน่วยกิต		

หมายเหตุ : ตัวเลขแสดงจำนวนหน่วยกิต หมายถึง จำนวนหน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)

3.1.5 คำอธิบายรายวิชา

คำอธิบายรายวิชา (เอกสาร ภาคผนวก ข)

3.2 ชื่อ ตำแหน่งและคุณวุฒิของอาจารย์

3.2.1 อาจารย์ประจำหลักสูตร

ลำดับ	ชื่อ - สกุล	เลขประจำตัวบัตรประชาชน /Passport ID	ตำแหน่งทางวิชาการ	คุณวุฒิ ที่สำเร็จ	สาขาวิชา	สถาบันที่สำเร็จการศึกษา	ปี พ.ศ
1	นายฉัตรชัย สุพรรณบรรจง	3-5099-0119X-XX-X	อาจารย์	บธ.ม.	บริหารธุรกิจ	มหาวิทยาลัยพายัพ	2545
				บธ.บ	การตลาด	มหาวิทยาลัยพายัพ	2542
2	นางสายสุนีย์ เกษม	3-5404-0041X-XX-X	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	บธ.ม.	บริหารธุรกิจ	มหาวิทยาลัยพายัพ	2540
				บธ.บ.	การบริหารงานบุคคล	มหาวิทยาลัยพายัพ	2533
3	นายเช่าหทัย พิง	352558XXX	อาจารย์	บธ.ม	บริหารธุรกิจ	มหาวิทยาลัยพายัพ	2562
				นศ.บ	นิเทศศาสตร์	มหาวิทยาลัยพายัพ	2559
4	นางณัฐมาน สุพล	3-5005-0050X-XX-X	อาจารย์	วท.ม.	เทคโนโลยีสารสนเทศและการจัดการ	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	2546
				ค.บ.	คอมพิวเตอร์ศึกษา	วิทยาลัยครูเชียงใหม่	2535
5	นางทรงชนก รักษ์เจริญ	3-5401-0029X-XX-X	อาจารย์	วท.ม.	เทคโนโลยีสารสนเทศและการจัดการ	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	2549
				วท.บ.	วิทยาการคอมพิวเตอร์	มหาวิทยาลัยพายัพ	2541

หมายเหตุ หมายถึง อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรผลงานทางวิชาการ การค้นคว้า วิจัย หรือการแต่งตำรา รวมทั้งภาระการสอนอาจารย์ประจำหลักสูตร (เอกสาร ภาคผนวก ค)

3.2.2 อาจารย์ประจำ

ไม่มี

3.2.3 อาจารย์พิเศษ

ไม่มี

4. องค์ประกอบเกี่ยวกับประสบการณ์ภาคสนาม

ในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล มีรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ภาคสนาม คือ รายวิชา กต. 495 การฝึกปฏิบัติทางการตลาด และ กต. 496 สหกิจศึกษา

4.1. มาตรฐานผลการเรียนรู้ของประสบการณ์ภาคสนาม

หลักสูตรได้กำหนดรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ภาคสนาม กต. 495 การฝึกปฏิบัติทางการตลาด และ กต. 496 สหกิจศึกษา ซึ่งอยู่ในกลุ่มวิชาเอกเลือก สำหรับนักศึกษาสาขาวิชาการตลาด ดิจิทัล โดยนักศึกษาจะต้องเข้าไปปฏิบัติงานในองค์กรอย่างเป็นระบบ เสมือนเป็นพนักงานจริง ภายใต้การดูแลของอาจารย์นิเทศและหัวหน้างาน

ความคาดหวังในผลการเรียนรู้ประสบการณ์ภาคสนามของนักศึกษา มีดังนี้

- 1) เคารพต่อกฎ ระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรและสังคม
- 2) สามารถนำเอาความรู้ไปใช้ได้อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์
- 3) สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาการตลาดและประสบการณ์เพื่อให้เกิดแนวคิดและ/หรือวิธีการทำงานที่สอดคล้องกับสถานการณ์จริง
- 4) สามารถประสานงาน มีมนุษยสัมพันธ์ และสร้างสัมพันธภาพอันดีกับผู้อื่น
- 5) สามารถสื่อสาร และใช้ภาษา เพื่ออธิบายและสร้างความเข้าใจอย่างถูกต้อง ทั้งในรูปแบบการเขียนรายงาน และการนำเสนอด้วยวาจา

4.2 ช่วงเวลา

กต. 495 การฝึกปฏิบัติทางการตลาด : ในภาคการศึกษาที่ 2

กต. 496 สหกิจศึกษา : ในภาคการศึกษาที่ 1

4.3 การจัดเวลาและตารางสอน

กต. 495 การฝึกปฏิบัติทางการตลาด : จัดเต็มเวลาใน 1 ภาคการศึกษา

กต. 496 สหกิจศึกษา : จัดเต็มเวลาใน 1 ภาคการศึกษา

5. ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงการหรืองานวิจัย (ถ้ามี)

5.1 คำอธิบายโดยย่อ

ไม่มี

5.2 มาตรฐานผลการเรียนรู้

ไม่มี

5.3 ช่วงเวลา

ไม่มี

5.4 จำนวนหน่วยกิต

ไม่มี

5.5 การเตรียมการ

ไม่มี

5.6 กระบวนการประเมินผล

ไม่มี

หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล

1. การพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา

คุณลักษณะพิเศษ	กลยุทธ์หรือกิจกรรมของนักศึกษา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs)
เป็นนักการตลาดดิจิทัลที่สามารถเขียนแผนการตลาด และสามารถประยุกต์ใช้เครื่องมือการตลาดดิจิทัล มีความพร้อมในการทำงาน สามารถแก้ไขปัญหาและสถานการณ์เฉพาะหน้าได้	สอน และ/หรือ จัดกิจกรรม ดังต่อไปนี้ 1. การฝึกอบรมเขียนแผนการตลาด 2. การศึกษาดูงาน 3. ฝึกปฏิบัติจริง 4. พบผู้ประกอบการ 5. การแก้ไขปัญหาจากกรณีศึกษา 6. การเตรียมความพร้อมเข้าสู่ตลาดแรงงาน (ปัจฉิมนิเทศ) 7. โครงการการตลาดเพื่อสังคม/ชุมชน	PLO 1, PLO 2, PLO 3, PLO 4 และ PLO 5

2. ความสอดคล้องสัมพันธ์วิสัยทัศน์และพันธกิจของมหาวิทยาลัยและคณะ

	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5
วิสัยทัศน์					
แหล่งเรียนรู้สากล พัฒนาคมนวัตกรรมสู่พลเมืองโลก	✓	✓	✓	✓	✓
พันธกิจ					
1. การผลิตบัณฑิตให้สอดคล้องตามมาตรฐานอุดมศึกษาและอัตลักษณ์	✓	✓	✓	✓	✓
2. การบูรณาการพันธกิจการศึกษา			✓	✓	
3. ส่งเสริมสังคม-บริการตามปณิธานมหาวิทยาลัย					✓
4. ส่งเสริมเอกลักษณ์ความเป็นนานาชาติ				✓	
5. บริหารจัดการให้เกิดความคุ้มค่า			✓		
วิสัยทัศน์ระดับคณะ					
แหล่งผลิตบัณฑิต ด้านบริหารธุรกิจ และเทคโนโลยี สู่วิทยาลัยชั้นนำ มุ่งพัฒนาคณาจารย์ที่มีศักยภาพ	✓	✓	✓	✓	✓
พันธกิจระดับคณะ					
คณะบริหารธุรกิจ เป็นแหล่งผลิตบัณฑิตและพัฒนาบุคลากรด้านบริหารธุรกิจ และเทคโนโลยีที่มีคุณภาพระดับสากล โดยพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอน การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมและการวิจัย มีการบูรณาการงานวิจัยสู่การเรียนการสอนอย่างต่อเนื่อง เพื่อเรียนรู้พัฒนาศาสตร์สู่การนำไปปฏิบัติ โดยมีอุปกรณ์สนับสนุนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพอย่างเพียงพอ และบูรณาการองค์ความรู้กับการบริการวิชาการสู่สังคม โดยยึดหลักการบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาล	✓	✓	✓	✓	✓

3. ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs) ที่สอดคล้องกับมาตรฐานด้านผลลัพธ์ของผู้เรียนตาม มาตรฐานการอุดมศึกษา พ.ศ. 2561

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs)	ทักษะทั่วไป (Generic Skill)	ทักษะเฉพาะ (Specific Skill)	มาตรฐานด้านผลลัพธ์ผู้เรียนตาม มาตรฐานการอุดมศึกษา พ.ศ. 2561		
			ผู้เรียน (Learner)	ผู้ร่วมสร้างสรรค์ (Co-creator)	พลเมืองที่เข้มแข็ง (Active citizen)
PLO 1: มีความรู้และทักษะทางด้านการตลาด ทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต และเป็นนักการตลาดที่ก้าวทันโลกยุคดิจิทัล	✓		✓		
PLO 2: มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์หรือวิจัย การใช้เครื่องมือทางการตลาด เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการบริหารการตลาดและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ	✓			✓	
PLO 3: มีความสามารถในการสื่อสารทางการตลาด การตลาดดิจิทัล สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความคิดสร้างสรรค์ บุรณาการความรู้ และสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่น	✓			✓	
PLO 4: มีความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับความหลากหลายทางวัฒนธรรมและปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางการตลาดของธุรกิจ		✓			✓
PLO 5: มีความสามารถในการนำความรู้มาใช้ก่อให้เกิดประโยชน์แก่สังคม มีความรับผิดชอบต่อตนเอง มีคุณธรรม จริยธรรม พร้อมด้วยจรรยาบรรณในวิชาชีพของนักการตลาด และยึดมั่นในสัจจะบริการ	✓				✓

4. การพัฒนาผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน

1. คุณธรรม จริยธรรม		
คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา	กลยุทธ์การสอน	วิธีการวัดและการประเมินผล
1.1 แสดงออกซึ่งพฤติกรรมทางด้านคุณธรรมและจริยธรรม มีความซื่อสัตย์สุจริต ปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพ และมีความรับผิดชอบ ต่องาน สังคมและสิ่งแวดล้อมโดยรวม 1.2 มีแนวคิดและความเข้าใจถึงหลักการในการดำเนินชีวิตอยู่ในสังคมอย่างยั่งยืน 1.3 มีวินัย เคารพและปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรและสังคม 1.4 สามารถเสนอแนวทาง และ/หรือ จัดการปัญหาทางด้านคุณธรรมและจริยธรรม	1. การบรรยาย 2. การอภิปราย 3. การระดมพลังสมอง 4. กรณีศึกษา 5. ฝึกปฏิบัติ/ปฏิบัติการ 6. การมอบหมายงานให้ศึกษาค้นคว้า 7. การสอนแบบ Problem - based Learning 8. การจัดกิจกรรม	1. สอบ 2. รายงาน/การนำเสนอ 3. งานที่มอบหมาย/ แบบฝึกหัด/ แฟ้มสะสมงาน/ การเขียนบันทึก 4. โครงการกลุ่ม 5. ฝึกปฏิบัติ/ปฏิบัติการ 6. การจัดกิจกรรม 7. อภิปราย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น 8. สังเกตพฤติกรรมของนักศึกษา
2. ความรู้		
ผลการเรียนรู้ด้านความรู้	กลยุทธ์การสอน	วิธีการวัดและการประเมินผล
2.1 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ด้านการตลาด และ/หรือ บริหารธุรกิจ 2.2 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญเกี่ยวกับศาสตร์ด้านการตลาด และ/หรือ บริหารธุรกิจ และนำไปใช้ได้อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ทางธุรกิจ 2.3 มีความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพด้านการตลาด และ/หรือ บริหารธุรกิจ รวมทั้งมีความเข้าใจในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและผลกระทบอย่างเท่าทัน	1. การบรรยาย 2. การอภิปราย 3. การระดมพลังสมอง 4. กรณีศึกษา 5. ฝึกปฏิบัติ/ปฏิบัติการ 6. การมอบหมายงานให้ศึกษาค้นคว้า 7. การสอนแบบ Problem - based Learning 8. การจัดกิจกรรม	1. สอบ 2. รายงาน/การนำเสนอ 3. งานที่มอบหมาย/ แบบฝึกหัด/ แฟ้มสะสมงาน/ การเขียนบันทึก 4. โครงการกลุ่ม 5. ฝึกปฏิบัติ/ปฏิบัติการ 6. การจัดกิจกรรม 7. อภิปราย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น 8. สังเกตพฤติกรรมของนักศึกษา
3. ทักษะทางปัญญา		
ผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา	กลยุทธ์การสอน	วิธีการวัดและการประเมินผล
3.1 สามารถสืบค้น จำแนก ทำความเข้าใจ ประเมินข้อมูล แล้วนำข้อมูลมาใช้ตามสถานการณ์แวดล้อมทางธุรกิจ 3.2 สามารถวิเคราะห์ปัญหาที่ซับซ้อน และเสนอแนวทางแก้ไขที่สร้างสรรค์ 3.3 สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชา การตลาด เพื่อนำไปใช้ในการแก้ปัญหาทาง การตลาด ที่สอดคล้องกับสถานการณ์ทาง ธุรกิจได้อย่างเหมาะสม	1. การบรรยาย 2. การอภิปราย 3. การระดมพลังสมอง 4. กรณีศึกษา 5. ฝึกปฏิบัติ/ปฏิบัติการ 6. การมอบหมายงานให้ศึกษาค้นคว้า 7. การสอนแบบ Problem - based Learning 9. การจัดกิจกรรม	1. สอบ 2. รายงาน/การนำเสนอ 3. งานที่มอบหมาย/ แบบฝึกหัด/ แฟ้มสะสมงาน/ การเขียนบันทึก 4. โครงการกลุ่ม 5. ฝึกปฏิบัติ/ปฏิบัติการ 6. การจัดกิจกรรม 7. อภิปราย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น 8. สังเกตพฤติกรรมของนักศึกษา

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ		
ผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความสามารถในการรับผิดชอบ	กลยุทธ์การสอน	วิธีการวัดและการประเมินผล
<p>4.1 สามารถประสานงาน มีมนุษยสัมพันธ์ และสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีกับผู้อื่น</p> <p>4.2 สามารถทำงานร่วมกันเป็นทีมในฐานะเป็นสมาชิกกลุ่ม มีความรับผิดชอบ มีภาวะผู้นำ และผู้ตามอย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ต่าง ๆ</p> <p>4.3 สามารถพัฒนาศักยภาพของตนเองทางด้านวิชาชีพการตลาด และ/หรือ บริหารธุรกิจ และเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยาย 2. การอภิปราย 3. การระดมพลังสมอง 4. กรณีศึกษา 5. ฝึกปฏิบัติ/ปฏิบัติการ 6. การมอบหมายงานให้ศึกษาค้นคว้า 7. การสอนแบบ Problem - based Learning 8. การจัดกิจกรรม 	<ol style="list-style-type: none"> 1. สอบ 2. รายงาน/การนำเสนอ 3. งานที่มอบหมาย/ แบบฝึกหัด/ แฟ้มสะสมงาน/ การเขียนบันทึก 4. โครงการกลุ่ม 5. ฝึกปฏิบัติ/ปฏิบัติการ 6. การจัดกิจกรรม 7. อภิปราย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น 8. สังเกตพฤติกรรมของนักศึกษา
5. ทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ		
ผลการเรียนรู้ด้านทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	กลยุทธ์การสอน	วิธีการวัดและการประเมินผล
<p>5.1 สามารถประยุกต์ใช้หลักคณิตศาสตร์ สถิติ และการวิเคราะห์เชิงปริมาณมาใช้ในการวิเคราะห์ และตัดสินใจทางการตลาด และ/หรือบริหารธุรกิจ</p> <p>5.2 สามารถสื่อสาร และใช้ภาษา เพื่ออธิบายและสร้างความเข้าใจอย่างถูกต้อง ทั้งในรูปแบบการเขียนรายงาน และการนำเสนอด้วยวาจา</p> <p>5.3 สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมในการสืบค้น เก็บรวบรวมข้อมูล แปลความหมายและใช้ข้อมูลเพื่อสื่อสารได้อย่างถูกต้อง</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยาย 2. การอภิปราย 3. การระดมพลังสมอง 4. กรณีศึกษา 5. ฝึกปฏิบัติ/ปฏิบัติการ 6. การมอบหมายงานให้ศึกษาค้นคว้า 7. การสอนแบบ Problem - based Learning 8. การจัดกิจกรรม 	<ol style="list-style-type: none"> 1. สอบ 2. รายงาน/การนำเสนอ 3. งานที่มอบหมาย/ แบบฝึกหัด/ แฟ้มสะสมงาน/ การเขียนบันทึก 4. โครงการกลุ่ม 5. ฝึกปฏิบัติ/ปฏิบัติการ 6. การจัดกิจกรรม 7. อภิปราย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น 8. สังเกตพฤติกรรมของนักศึกษา

5. แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

5.1 หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

5.1.1 แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum mapping) ของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป

● ความรับผิดชอบหลัก	○ ความรับผิดชอบรอง	- ไม่เน้น
---------------------	--------------------	-----------

กลุ่มสาระ/ รหัส/ ชื่อวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม		2. ความรู้		3. ทักษะทางปัญญา			4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ		5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ								
	1. มีคุณธรรม จริยธรรมในการดำเนินชีวิตบนพื้นฐานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	2. ตระหนักและสำนึกในความเป็นไทยและวัฒนธรรมสากล	3. มีความรอบรู้ มีโลกทัศน์ที่กว้างไกล และมีความรู้ความเข้าใจในสาระและศาสตร์แห่งความรู้		4. มีทักษะการแสวงหาความรู้ตลอดชีวิต เพื่อพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง	5. มีทักษะการคิดแบบองค์รวม			6. มีจิตอาสาและสำนึกสาธารณะ เป็นพลเมืองที่มีคุณค่าของสังคมไทยและสังคมโลก		7. ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างรู้เท่าทัน			8. ใช้ภาษาในการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ				
	1.1	1.2	2.1	2.2	3.1	3.2	4.1	4.2	5.1	5.2	5.3	6.1	6.2	7.1	7.2	7.3	8.1	8.2
การบ่มเพาะคุณธรรม จริยธรรม (6 หน่วยกิต)																		
1. ศท.181 สัจจะและบริการ	●	●	●	○	●	●	○	●		○		●	●				●	
2. ศท.182 พลเมือง ธรรมภิบาลกับสันติภาพ		●	●	●	●	●	○			○	●		●					○
3. ศท.1801 คริสต์จริยธรรมเรื่องเพศ	●	●	●	○	●	●	●		○	●	○		●		○	●		○
4. ศท.1802 กฎหมายในชีวิตประจำวัน		●	●	●	●	●	○			○	●		●					○

กลุ่มสาระ/ รหัส/ ชื่อวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม		2. ความรู้		3. ทักษะทางปัญญา			4. ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและ ความรับผิดชอบ		5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การ สื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ								
	1. มีคุณธรรม จริยธรรมใน การดำเนินชีวิต บนพื้นฐาน ปรัชญา เศรษฐกิจ พอเพียง	2. ตระหนัก และสำนึกใน ความเป็นไทย และวัฒนธรรม สากล	3. มีความรอบรู้ มีโลกทัศน์ที่ กว้างไกล และมีความรู้ ความเข้าใจใน สาระและ ศาสตร์แห่ง ความรู้		4. มีทักษะการ แสวงหาความรู้ ตลอดชีวิต เพื่อ พัฒนาตนเอง อย่างต่อเนื่อง		5. มีทักษะการคิดแบบ อิงศรัทธา			6. มีจิตอาสา และสำนึก สาธารณะ เป็น พลเมืองที่มี คุณค่าของ สังคมไทยและ สังคมโลก		7. ใช้เทคโนโลยี สารสนเทศอย่างรู้เท่าทัน			8. ใช้ภาษาใน การสื่อสาร อย่างมี ประสิทธิภาพ			
			1.1	1.2	2.1	2.2	3.1	3.2	4.1	4.2	5.1	5.2	5.3	6.1	6.2	7.1	7.2	7.3
การเรียนรู้ตลอดชีวิต (6 หน่วยกิต)																		
5	ศท.191	สุขภาพดี นวัตกรรม			●	●	●	●	●	●	●				○	○	○	
6.	ศท.192	การคิดแบบองค์รวม		○	●	●	●	●	●	●	●			○	○	○	○	
7.	ศท.193	การวิเคราะห์และตัดสินใจ		○	●	●	●	●	●	●	●					●	○	
8.	ศท.1901	จิตวิทยากับชีวิตประจำวัน		●	●	●	●	●	●	●	●			●	●			
9.	ศท.1902	อาหารเพื่อสุขภาพและความงาม		○	●	●	●	●	●	●	●		○			●		
ก้าวทันโลก (6 หน่วยกิต)																		
10.	ศท.144	เทคโนโลยีสีเขียว		●	●	●	●	●	●	●	●		●	●	●	●		○
11.	ศท.1401	การเป็นผู้ประกอบการใน ศตวรรษที่ 21		●	○	●	●	●	○	○	●	○	○	●	●	●	○	
12.	ศท.1402	ปัญญาประดิษฐ์ในชีวิตประจำวัน		●		●	●	●	○	○	○			●	●	●		
13.	ศท.1403	รู้ทันเทคโนโลยีดิจิทัล		●		●	●	●	●	●	●		●	●	●	●		
14.	ศท.1404	การบริหารความมั่งคั่งโดยหุ้น และสินทรัพย์ดิจิทัล		●		●	●	●	●	●	●			●	●	●		
15.	ศท.1405	เทคโนโลยีดนตรีสำหรับบุคคล ทั่วไป		●		●	●	●	●	●	○			●	●	●		
16.	ศท.1406	ความเป็นพลเมืองดิจิทัล		●		●	●	●	●	●	●		○	●	●	●	○	

กลุ่มสาระ/ รหัส/ ชื่อวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม				2. ความรู้		3. ทักษะทางปัญญา					4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ		5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ					
	1. มีคุณธรรม จริยธรรมในการดำเนินชีวิตบนพื้นฐานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง		2. ตระหนักและสำนึกในความเป็นไทยและวัฒนธรรมสากล		3. มีความรอบรู้ มีโลกทัศน์ที่กว้างไกล และมีความรู้ความเข้าใจในสาระและศาสตร์แห่งความรู้		4. มีทักษะการแสวงหาความรู้ตลอดชีวิต เพื่อพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง		5. มีทักษะการคิดแบบองค์รวม			6. มีจิตอาสาและสำนึกสาธารณะ เป็นพลเมืองที่มีคุณค่าของสังคมไทยและสังคมโลก		7. ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างรู้เท่าทัน			8. ใช้ภาษาในการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ		
	1.1	1.2	2.1	2.2	3.1	3.2	4.1	4.2	5.1	5.2	5.3	6.1	6.2	7.1	7.2	7.3	8.1	8.2	
ภาษาเพื่อการสื่อสาร (12 หน่วยกิต)																			
17.	ศท.127	ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารในยุคดิจิทัล		●	○	●	●	○	○	●	○	●				○	●	●	●
18.	ศท.137	ภาษาอังกฤษเพื่อการเขียนและการนำเสนอเชิงวิชาการ		●		●	●	○	○	●		●		●	○	●	●	●	●
19.	ศท.138	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในสังคมพหุวัฒนธรรม		●		●	●	●	○			●		●	○	●	●	●	●
20.	ศท.139	การฟังและการพูดภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร		●		●	●	●	○			●		●	○	●	●	●	●
21.	ศท.231	ภาษาอังกฤษเพื่ออาชีพ		●	○	●	●	●	○	●		●		○	●	○	●	●	●
22.	ศท.1501	ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน		●		●	○	●	○			●		○	○		●	●	●
23.	ศท.1601	ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน		●		●	○	●	○			●		○	○		●	●	●
24.	ศท.173	ภาษาเกาหลีเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน		●		●	○	●	○			●		○	○		●	●	●

5.1.2 ผลการเรียนรู้หมวดวิชาศึกษาทั่วไปมีความหมายดังนี้

ผลการเรียนรู้หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

1. มีคุณธรรมจริยธรรมในการดำเนินชีวิตบนพื้นฐานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
 - 1.1 น้อมนำเอาปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำเนินชีวิต
 - 1.2 มีระเบียบวินัย ความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์สุจริต เสียสละและแสดงออกอย่างเหมาะสมตามกาลเทศะ
2. ตระหนักและสำนึกในความเป็นไทยและวัฒนธรรมสากล
 - 2.1 เห็นคุณค่าและความสำคัญของความเป็นไทย
 - 2.2 ตระหนักและเคารพในความหลากหลายทางวัฒนธรรม
3. มีความรอบรู้ มีโลกทัศน์ที่กว้างไกลและมีความรู้ ความเข้าใจในสาระและศาสตร์แห่งความรู้
 - 3.1 มีความรู้ ความเข้าใจในสาระและศาสตร์แห่งความรู้
 - 3.2 สามารถบูรณาการความรู้เพื่อใช้ในการดำเนินชีวิต
4. มีทักษะการแสวงหาความรู้ตลอดชีวิต เพื่อพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง
 - 4.1 มีทักษะการแสวงหาความรู้เพื่อนำไปสู่การเรียนรู้ตลอดชีวิต
 - 4.2 สามารถวางแผน รวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการดำเนินชีวิต
5. มีทักษะการคิดแบบองค์รวม
 - 5.1 สามารถจำแนกและวิเคราะห์ข้อมูล
 - 5.2 สามารถแก้ปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์
 - 5.3 มีทักษะการคิดอย่างเป็นระบบ การคิดเชิงเหตุผล และสามารถมองภาพรวมได้
6. มีจิตอาสาและสำนึกสาธารณะ เป็นพลเมืองที่มีคุณค่าของสังคมไทยและสังคมโลก
 - 6.1 แสดงออกซึ่งพฤติกรรมการณ์มีจิตอาสาและสำนึกสาธารณะ
 - 6.2 รู้สิทธิและหน้าที่ในความเป็นพลเมืองไทย พลเมืองโลก
7. ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างรู้เท่าทัน
 - 7.1 มีความรู้ ความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ
 - 7.2 สามารถรู้เท่าทันสื่อและเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม
 - 7.3 สามารถอ่าน วิเคราะห์ นำเสนอข้อมูล โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ
8. ใช้ภาษาในการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ
 - 8.1 สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ
 - 8.2 สามารถเลือกใช้ภาษาได้สอดคล้องและเหมาะสมกับบริบท

5.2 หมวดวิชาเฉพาะ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล

5.2.1 แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบต่อผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

● ความรับผิดชอบหลัก	○ ความรับผิดชอบรอง	- ไม่เน้น
---------------------	--------------------	-----------

หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาแกนธุรกิจ

รายวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม				2. ความรู้			3. ทักษะทาง ปัญญา			4. ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ			5. ทักษะการ วิเคราะห์เชิง ตัวเลข การ สื่อสาร และ เทคโนโลยี สารสนเทศ		
	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
กม. 102 กฎหมายธุรกิจ	●	○	●	○	○	●	○	○	●	○	●	○	○	○	○	●
บช. 111 การบัญชีสำหรับธุรกิจ	○	○	●	○	○	●	○	●	○	○	●	○	○	○	○	●
บช. 319 การบัญชีเพื่อการจัดการ	○	○	●	○	○	●	○	●	○	○	●	○	○	○	○	●
บธ. 101 องค์การและการจัดการ	○	●	●	○	○	●	○	●	●	○	●	○	○	○	○	●
บธ. 102 หลักการตลาดและ การตลาดดิจิทัล	○	○	●	●	●	○	○	○	●	○	○	●	●	●	○	●
บธ. 201 การจัดการการผลิตและ การดำเนินงาน	○	○	●	○	○	○	●	○	○	●	○	●	○	●	○	●
บธ. 202 การภาษีอากรธุรกิจ	○	○	●	○	○	●	●	○	●	●	●	●	○	●	○	●
บธ. 203 เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ	○	○	●	○	●	○	○	○	●	○	○	○	○	●	○	○
บธ. 204 พฤติกรรมองค์การและ การบริหารทรัพยากรมนุษย์	○	●	○	●	○	●	○	●	○	○	○	●	●	○	●	○
บธ. 205 เทคโนโลยีสำหรับธุรกิจ	○	○	●	●	●	●	○	○	●	○	●	○	○	○	●	●
บธ. 209 การเงินธุรกิจ	●	○	○	○	●	○	○	●	○	○	●	○	○	●	○	●
บธ. 401 การจัดการเชิงกลยุทธ์	○	○	●	○	○	●	●	○	●	●	○	●	●	○	●	○

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบต่อผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา(Curriculum Mapping)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเอกเลือก หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล

● ความรับผิดชอบหลัก				○ ความรับผิดชอบรอง									- ไม่เน้น			
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเอกเลือก																
รายวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม				2. ความรู้			3. ทักษะทางปัญญา			4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ			5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ		
	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
กลุ่มวิชาเอกเลือก สังกัดสาขาวิชาการตลาด																
กต. 315 ระบบสารสนเทศทางการตลาดและเทคโนโลยีทางการตลาด	○	○	●	○	○	●	○	○	●	○	○	●	○	○	●	○
กต. 321 การตลาดเพื่อสังคม	○	●	○	○	●	●	○	○	●	○	●	●	○	○	●	○
กต. 322 การตลาดบริการ	○	○	●	○	○	○	●	○	○	●	○	●	○	○	●	○
กต. 323 การตลาดเกษตร	○	●	○	○	○	○	●	●	○	○	○	●	○	●	○	○
กต. 324 การตลาดหัตถกรรม	●	○	○	○	○	●	○	○	●	○	○	○	●	○	●	○
กต. 325 การตลาดทางตรง	●	○	○	○	○	○	●	○	●	○	○	●	○	○	○	●
กต. 331 การออกแบบเนื้อหาบนการตลาดดิจิทัล	○	○	●	○	○	●	●	●	○	○	○	●	○	○	○	●
กต. 333 นวัตกรรมสร้างสรรค์บนสื่อดิจิทัล	○	○	●	○	○	●	○	○	○	●	○	●	○	○	○	●
กต. 334 การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ	○	●	○	○	●	○	○	○	○	●	●	○	○	●	○	○
กต. 434 การตลาดเชิงสัมพันธ์	○	○	○	●	○	●	○	○	○	●	○	○	●	○	●	○
กต. 436 การตลาดค้าปลีก	○	○	○	●	○	○	●	○	○	●	○	○	●	○	●	○
กต. 438 การตลาดลึกลับ	○	○	○	●	○	○	●	○	○	●	○	○	●	○	●	○
กต. 491 การศึกษาเอกเทศทางการตลาด	○	○	●	○	○	○	●	●	○	●	○	○	●	○	●	○
กต. 493 หัวข้อคัดสรรทางการตลาด	○	○	●	○	○	○	●	●	○	●	○	○	●	○	●	○
กต. 495 การฝึกปฏิบัติทางการตลาด	○	○	●	○	○	●	○	●	○	●	●	○	○	○	●	○
กต. 496 สหกิจศึกษา	○	○	●	○	●	●	●	●	●	●	●	○	●	○	●	○
กลุ่มวิชาเอกเลือก สังกัดสาขาวิชาการจัดการ																
กจ. 222 ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์และการบริหารทีมงาน	●	○	●	○	●	○	○	○	●	○	●	●	○	○	●	○
กจ. 324 โลจิสติกส์และการจัดการโซ่อุปทาน	○	○	●	○	●	●	○	●	○	○	●	●	○	○	●	○
กจ. 342 กลยุทธ์การสื่อสารและการเจรจาต่อรอง	○	○	●	○	●	●	○	○	●	●	●	●	○	○	●	○

5.2.2 ผลการเรียนรู้ของสาขาวิชาการตลาดดิจิทัล

1. คุณธรรม จริยธรรม

- 1.1 แสดงออกซึ่งพฤติกรรมทางด้านคุณธรรมและจริยธรรม มีความซื่อสัตย์สุจริต ปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพ และมีความรับผิดชอบต่องาน สังคมและสิ่งแวดล้อมโดยรวม
- 1.2 มีแนวคิดและความเข้าใจถึงหลักการในการดำเนินชีวิตอยู่ในสังคมอย่างยั่งยืน
- 1.3 มีวินัย เคารพและปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรและสังคม
- 1.4 สามารถเสนอแนวทาง และ/หรือ จัดการปัญหาทางด้านคุณธรรมและจริยธรรม

2. ความรู้

- 2.1 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ด้านการตลาดดิจิทัล และ/หรือ บริหารธุรกิจ
- 2.2 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญเกี่ยวกับศาสตร์ด้านการตลาดดิจิทัล และ/หรือ บริหารธุรกิจ และนำไปใช้ได้อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ทางธุรกิจ
- 2.3 มีความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพด้านการตลาดดิจิทัล และ/หรือบริหารธุรกิจ รวมทั้งมีความเข้าใจในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและผลกระทบอย่างเท่าทัน

3. ทักษะทางปัญญา

- 3.1 สามารถสืบค้น จำแนก ทำความเข้าใจ ประเมินข้อมูล แล้วนำข้อมูลมาใช้ตามสถานการณ์แวดล้อมทางธุรกิจ
- 3.2 สามารถวิเคราะห์ปัญหาที่ซับซ้อน และเสนอแนวทางแก้ไขที่สร้างสรรค์
- 3.3 สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาการตลาด เพื่อนำไปใช้ในการแก้ปัญหาทางการตลาดที่สอดคล้องกับสถานการณ์ทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสม

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- 4.1 สามารถประสานงาน มีมนุษยสัมพันธ์ และสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีกับผู้อื่น
- 4.2 สามารถทำงานร่วมกันเป็นทีมในฐานะเป็นสมาชิกกลุ่ม มีความรับผิดชอบ มีภาวะผู้นำและผู้ตามอย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ต่าง ๆ
- 4.3 สามารถพัฒนาศักยภาพของตนเองทางด้านวิชาชีพการตลาด และ/หรือ บริหารธุรกิจ และเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- 5.1 สามารถประยุกต์ใช้หลักคณิตศาสตร์ สถิติและการวิเคราะห์เชิงปริมาณมาใช้ในการวิเคราะห์และตัดสินใจทางการตลาด และ/หรือ บริหารธุรกิจ
- 5.2 สามารถสื่อสาร และใช้ภาษา เพื่ออธิบายและสร้างความเข้าใจอย่างถูกต้อง ทั้งในรูปแบบการเขียนรายงาน และการนำเสนอด้วยวาจา
- 5.3 สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมในการสืบค้น เก็บรวบรวมข้อมูล แปลความหมาย และใช้ข้อมูลเพื่อสื่อสารได้อย่างถูกต้อง

5.2.3 ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes : PLOs)

หลักสูตรได้กำหนดวัตถุประสงค์ของหลักสูตร เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีคุณลักษณะ ดังนี้

1. มีความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพด้านการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค และสามารถประยุกต์ บูรณาการศาสตร์ทางด้านวิชาการตลาดให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง สังคม และประเทศชาติ ตลอดจนประชาคมโลก ให้สมกับเป็นนักการตลาด ที่มีความคิดสร้างสรรค์ก้าวทันโลกยุคดิจิทัล และมีความพร้อมในการทำงาน
2. มีความรู้ ความสามารถในการวิจัย การคิดวิเคราะห์เชิงวิเคราะห์ และแก้ไขปัญหาทางด้านบริหารธุรกิจ และการตลาด อย่างสร้างสรรค์ และมีเหตุผลภายใต้สภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง
3. มีความสามารถด้านการจัดการ และการสื่อสารแบรนด์ การตลาดดิจิทัล ตลอดจนใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่น
4. มีความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับความหลากหลายทางวัฒนธรรมและปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางการตลาดของธุรกิจ
5. มีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม มีคุณธรรม จริยธรรม พร้อมด้วย จรรยาบรรณในวิชาชีพของนักการตลาด

PLO 1: มีความรู้และทักษะทางการตลาด ทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต และเป็นนักการตลาดที่ก้าวทันโลกยุคดิจิทัล

PLO 2: มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์หรือวิจัย การใช้เครื่องมือทางการตลาด เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการบริหารการตลาดและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ

PLO 3: มีความสามารถในการสื่อสารทางการตลาด การตลาดดิจิทัล สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความคิดสร้างสรรค์ บูรณาการความรู้ และสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่น

PLO 4: มีความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับความหลากหลายทางวัฒนธรรมและปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางการตลาดของธุรกิจ

PLO 5: มีความสามารถในการนำความรู้มาใช้ก่อให้เกิดประโยชน์แก่สังคม มีความรับผิดชอบต่อตนเอง มีคุณธรรม จริยธรรม พร้อมด้วยจรรยาบรรณในวิชาชีพของนักการตลาด และยึดมั่นในสัจจะบริการ

ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างผลการเรียนรู้และผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร

PLO 1: มีความรู้และทักษะทางการตลาด ทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต และเป็นนักการตลาดที่ก้าวทันโลกยุคดิจิทัล	
ข้อ	ผลการเรียนรู้ของหลักสูตร
2.1	มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ด้านการตลาดดิจิทัล และ/หรือ บริหารธุรกิจ
2.2	มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญเกี่ยวกับศาสตร์ด้านการตลาดดิจิทัล และ/หรือ บริหารธุรกิจและนำไปใช้ได้อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ทางธุรกิจ
5.3	สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมในการสืบค้น เก็บรวบรวมข้อมูล แปลความหมาย และใช้ข้อมูลเพื่อสื่อสารได้อย่างถูกต้อง

ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างผลการเรียนรู้และผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (ต่อ)

PLO 2: มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์หรือวิจัย การใช้เครื่องมือทางการตลาด เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการบริหารการตลาดและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ	
ข้อ	ผลการเรียนรู้ของหลักสูตร
3.2	สามารถวิเคราะห์ปัญหาที่ซับซ้อน และเสนอแนวทางแก้ไขที่สร้างสรรค์
3.3	สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาการตลาด เพื่อนำไปใช้ในการแก้ปัญหาทางการตลาด ที่สอดคล้องกับสถานการณ์ทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสม
5.1	สามารถประยุกต์ใช้หลักคณิตศาสตร์ สถิติและการวิเคราะห์เชิงปริมาณมาใช้ในการวิเคราะห์ และตัดสินใจทางการตลาด และ/หรือ บริหารธุรกิจ
PLO 3: มีความสามารถในการสื่อสารทางการตลาด การตลาดดิจิทัล สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความคิดสร้างสรรค์ บูรณาการความรู้ และสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่น	
ข้อ	ผลการเรียนรู้ของหลักสูตร
3.1	สามารถสืบค้น จำแนก ทำความเข้าใจ ประเมินข้อมูล แล้วนำข้อมูลมาใช้ตามสถานการณ์แวดล้อมทางธุรกิจ
4.1	สามารถประสานงาน มีมนุษยสัมพันธ์ และสร้างสัมพันธภาพอันดีกับผู้อื่น
4.2	สามารถทำงานร่วมกันเป็นทีมในฐานะเป็นสมาชิกกลุ่ม มีความรับผิดชอบ มีภาวะผู้นำและผู้ตามอย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ต่าง ๆ
5.2	สามารถสื่อสาร และใช้ภาษา เพื่ออธิบายและสร้างความเข้าใจอย่างถูกต้อง ทั้งในรูปแบบ การเขียนรายงาน และการนำเสนอด้วยวาจา
PLO 4: มีความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับความหลากหลายทางวัฒนธรรมและปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางการตลาดของธุรกิจ	
ข้อ	ผลการเรียนรู้ของหลักสูตร
1.2	มีแนวคิดและความเข้าใจถึงหลักการในการดำเนินชีวิตอยู่ในสังคมอย่างยั่งยืน
2.3	มีความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพด้านการตลาดดิจิทัล และ/หรือ บริหารธุรกิจ รวมทั้งมีความเข้าใจในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและผลกระทบอย่างเท่าทัน
4.3	สามารถพัฒนาศักยภาพของตนเองทางด้านวิชาชีพการตลาด และ/หรือ บริหารธุรกิจ และเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง
PLO 5: มีความสามารถในการนำความรู้มาใช้ก่อให้เกิดประโยชน์แก่สังคม มีความรับผิดชอบต่อตนเอง มีคุณธรรมจริยธรรม พร้อมด้วยจรรยาบรรณในวิชาชีพของนักการตลาด และยึดมั่นในสัจจะบริการ	
ข้อ	ผลการเรียนรู้ของหลักสูตร
1.1	แสดงออกซึ่งพฤติกรรมทางด้านคุณธรรมและจริยธรรม มีความซื่อสัตย์สุจริต ปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพ และมีความรับผิดชอบต่องาน สังคมและสิ่งแวดล้อมโดยรวม
1.3	มีวินัย เคารพและปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรและสังคม
1.4	สามารถเสนอแนวทาง และ/หรือ จัดการปัญหาทางด้านคุณธรรมและจริยธรรม

5.2.4 ความคาดหวังของผลลัพธ์การเรียนรู้เมื่อสิ้นปีการศึกษา (Year Learning Outcomes : YLOs)

ชั้นปีที่	ความคาดหวังของผลลัพธ์การเรียนรู้เมื่อสิ้นปีการศึกษา
1	นักศึกษามีความรู้ด้านหลักการตลาดและการตลาดดิจิทัลเบื้องต้น มีทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต และ ยึดมั่นในสัจจะบริการ
2	นักศึกษาสามารถสื่อสารทางการตลาดได้อย่างสร้างสรรค์ โดยการใช้สื่อดิจิทัล และเทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์
3	นักศึกษาสามารถคิดวิเคราะห์ หรือวิจัย เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการบริหารการตลาดและการแก้ไขปัญหาทางการตลาดแก่ธุรกิจ และทำงานร่วมกับผู้อื่น
4	นักศึกษาสามารถนำความรู้ไปบูรณาการด้านการตลาดในยุคดิจิทัล สามารถเขียนแผนการตลาด มีความพร้อมในการทำงานให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางการตลาดของธุรกิจ และมีจรรยาบรรณในวิชาชีพของนักการตลาด

6. แผนที่กระจายความรับผิดชอบผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs) สู่วิชา (Curriculum Mapping)

● ความรับผิดชอบหลัก

รายวิชา	จำนวน หน่วย กิต	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs)						
		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป								
1.การบ่มเพาะคุณธรรม จริยธรรม								
ศท.181	สัจจะและบริการ	3(3-0-6)	●				●	
ศท.182	พลเมือง ธรรมาภิบาลกับสันติภาพ	3(3-0-6)	●				●	
ศท.1801	คริสต์จริยธรรมเรื่องเพศ	3(3-0-6)	●			●		
ศท.1802	กฎหมายในชีวิตประจำวัน	3(3-0-6)	●			●		
2.กลุ่มสาระการเรียนรู้ตลอดชีวิต								
ศท.191	สุขภาพดี นวัตกรรม	3(3-0-6)	●			●		
ศท.192	การคิดแบบองค์รวม	3(3-0-6)	●	●				
ศท.193	การวิเคราะห์และตัดสินใจ	3(3-0-6)		●		●		
ศท.1901	จิตวิทยากับชีวิตประจำวัน	3(3-0-6)	●				●	
ศท.1902	อาหารเพื่อสุขภาพและความงาม	3(3-0-6)	●			●		
3.กลุ่มสาระก้าวหน้าทันโลก								
ศท.144	เทคโนโลยีสีเขียว	3(3-0-6)	●				●	
ศท.1401	การเป็นผู้ประกอบการในศตวรรษที่ 21	3(3-0-6)	●	●				
ศท.1402	ปัญญาประดิษฐ์ในชีวิตประจำวัน	3(3-0-6)	●		●			
ศท.1403	รู้ทันเทคโนโลยีดิจิทัล	3(3-0-6)	●		●			
ศท.1404	การบริหารความมั่งคั่งโดยหุ้นและสินทรัพย์ดิจิทัล	3(3-0-6)	●			●		
ศท.1405	เทคโนโลยีดนตรีสำหรับบุคคลทั่วไป	3(3-0-6)	●		●			
ศท.1406	ความเป็นพลเมืองดิจิทัล	3(3-0-6)	●				●	

รายวิชา	จำนวน หน่วย กิต	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs)						
		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7
4.กลุ่มสาระภาษาเพื่อการสื่อสาร								
ศท.127 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารในยุคดิจิทัล	3(3-0-6)	●		●				
ศท.137 ภาษาอังกฤษเพื่อการเขียนและการนำเสนอเชิงวิชาการ	3(3-0-6)	●			●			
ศท.138 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในสังคมพหุวัฒนธรรม	3(3-0-6)	●		●				
ศท.139 การฟังและการพูดภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร	3(3-0-6)	●		●				
ศท.231 ภาษาอังกฤษเพื่ออาชีพ	3(3-0-6)	●		●				
ศท.1501 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน	3(3-0-6)	●			●			
ศท.1601 ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน	3(3-0-6)	●			●			
ศท.173 ภาษาเกาหลีเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน	3(3-0-6)	●			●			

กลุ่มแกนธุรกิจ								
กม. 102 กฎหมายธุรกิจ	3 (3-0-6)	●				●		
บช. 111 การบัญชีสำหรับธุรกิจ	3 (3-0-6)	●				●		
บช. 319 การบัญชีเพื่อการจัดการ	3 (3-0-6)	●				●		
บธ. 101 องค์กรและการจัดการ	3 (3-0-6)	●	●					
บธ. 102 หลักการตลาดและการตลาดดิจิทัล	3 (3-0-6)	●	●	●				
บธ. 201 การจัดการการผลิตและการดำเนินงาน	3 (3-0-6)	●	●	●				
บธ. 202 การภาษีอากรธุรกิจ	3 (3-0-6)	●				●		
บธ. 203 เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ	3 (3-0-6)	●				●		
บธ. 204 พฤติกรรมองค์กรและการบริหารทรัพยากรมนุษย์	3 (3-0-6)	●	●		●	●		
บธ. 205 เทคโนโลยีสำหรับธุรกิจ	3 (3-0-6)	●	●					
บธ. 209 การเงินธุรกิจ	3 (3-0-6)	●				●		
บธ. 401 การจัดการเชิงกลยุทธ์	3 (3-0-6)		●	●	●			
กลุ่มเอกบังคับ								
กต. 211 การวิเคราะห์และออกแบบพฤติกรรมผู้บริโภค	3 (3-0-6)	●	●		●	●		
กต. 214 ช่องทางการตลาดดิจิทัล	3 (3-0-6)	●	●	●				
กต. 215 ความคิดสร้างสรรค์และการสื่อสารในวิชาชีพการตลาด	3 (2-2-5)	●	●	●				
กต. 216 การจัดการผลิตภัณฑ์	3 (3-0-6)	●	●			●		
กต. 314 การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ	3 (2-2-5)	●	●	●		●		
กต. 316 การจัดการราคาและความสามารถในการทำกำไร	3 (3-0-6)	●	●					
กต. 326 การตลาดดิจิทัลเชิงสร้างสรรค์	3 (2-2-5)	●	●	●		●		
กต. 327 การสร้างแบรนด์	3 (2-2-5)	●	●	●	●			
กต. 328 การตลาดโลก	3 (3-0-6)	●			●			

รายวิชา	จำนวน หน่วย กิต	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs)						
		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7
กต. 332 การจัดการการขายและเทคนิคการขาย	3 (3-0-6)	●		●	●	●		
กต. 335 การบริหารจัดการข้อมูลการตลาดดิจิทัล	3 (3-0-6)	●	●	●				
กต. 391 การวิจัยการตลาด	3 (3-0-6)		●		●	●		
กต. 437 การจัดการการตลาด	3 (3-0-6)		●	●	●			
กต. 492 สัมมนาการตลาดดิจิทัล	3 (3-0-6)	●	●	●	●	●		
กต. 498 การฝึกปฏิบัติเชิงธุรกิจ	3 (1-4-4)		●		●	●		
กลุ่มเอกเลือก								
กต. 315 ระบบสารสนเทศทางการตลาดและเทคโนโลยีทางการตลาด	3 (3-0-6)	●	●	●				
กต. 321 การตลาดเพื่อสังคม	3 (3-0-6)			●		●		
กต. 322 การตลาดบริการ	3 (3-0-6)	●		●	●	●		
กต. 323 การตลาดเกษตร	3 (3-0-6)	●	●		●			
กต. 324 การตลาดหัตถกรรม	3 (3-0-6)		●					
กต. 325 การตลาดทางตรง	3 (3-0-6)	●	●	●				
กต. 331 การออกแบบเนื้อหาบนการตลาดดิจิทัล	3 (3-0-6)	●	●	●				
กต. 333 นวัตกรรมสร้างสรรค์บนสื่อดิจิทัล	3 (3-0-6)	●	●	●				
กต. 334 การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ	3 (3-0-6)	●	●		●	●		
กต. 434 การตลาดเชิงสัมพันธ์	3 (3-0-6)			●	●	●		
กต. 436 การตลาดค้าปลีก	3 (3-0-6)	●	●	●				
กต. 438 การตลาดลึกลับ	3 (3-0-6)	●		●	●			
กต. 491 การศึกษาเอกเทศทางการตลาด	3 (1-4-4)	●	●	●	●	●		
กต. 493 หัวข้อคัดสรรทางการตลาด	3 (3-0-6)	●	●	●	●			
กต. 495 การฝึกปฏิบัติทางการตลาด	3 (0-18-9)			●	●	●		
กต 496 สหกิจศึกษา	9 (0-40-20)			●	●	●		
กลุ่มวิชาเอกเลือก สังกัดสาขาวิชาการจัดการ								
กจ. 222 ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์และการบริหารทีมงาน	3 (3-0-6)	●			●			
กจ. 324 โลจิสติกส์และการจัดการโซ่อุปทาน	3 (3-0-6)	●			●			
กจ. 342 กลยุทธ์การสื่อสารและการเจรจาต่อรอง	3 (3-0-6)	●			●			

หมวดที่ 5 หลักเกณฑ์ในการประเมินผลนักศึกษา

1. กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ ในการให้ระดับคะแนน (เกรด)

ใช้หลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน ตามระเบียบการศึกษามหาวิทยาลัยพายัพ โดยกำหนดความหมาย ดังนี้

อักษรระดับคะแนน	แต้มระดับคะแนน	ระดับการเรียน
A	4.0	ดีเลิศ
B+	3.5	ดีมาก
B	3.0	ดี
C+	2.5	ดีพอใช้
C	2.0	พอใช้
D+	1.5	อ่อน
D	1.0	อ่อนมาก
F	0	ไม่ผ่าน

นอกจากอักษรระดับคะแนนข้างต้นแล้ว ผู้สอนอาจใช้อักษรอื่นเพื่อเป็นสัญลักษณ์แสดงผลการศึกษา โดยมีความหมายดังนี้

อักษร	ความหมาย
I	การวัดผลไม่สมบูรณ์ (Incomplete)
W	การบอกเลิกรายวิชา (Withdrawn)
U	การไม่ขอรับหน่วยกิต (Audit)
P	การวัดผลผ่าน (Pass)
NP	การวัดผลไม่ผ่าน (No Pass)
IP	กำลังอยู่ระหว่างการวัดผล (Grading in Progress)
CE	การวัดผลโดยการสอบเทียบโอน (Credits from Examination)
CS	การวัดผลโดยการสอบข้อสอบมาตรฐาน (Credits from Standard Test)
CT	ได้หน่วยกิตจากการประเมินการศึกษาบรมที่จัดโดยหน่วยงานอื่นที่ไม่ใช่สถาบันอุดมศึกษา (Credits for Training)
CP	ได้หน่วยกิตจากการเสนอเพิ่มสะสมงาน (Credits from Portfolio)

2. กระบวนการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา

2.1 การทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ขณะนักศึกษายังไม่สำเร็จการศึกษา

การทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ของนักศึกษา โดย

- 1) คณะกรรมการบริหารประจำหลักสูตร และอาจารย์ผู้สอน ประเมินรายละเอียดของรายวิชา (มคอ. 3 และ/หรือ มคอ. 4) ว่าผลการเรียนรู้ที่กำหนดสอดคล้องกับความรับผิดชอบในหลักสูตร
- 2) ประเมินข้อสอบของแต่ละรายวิชาว่าครอบคลุมผลการเรียนรู้ตามที่กำหนดไว้ในรายละเอียดวิชา โดยผ่านการประชุมคณะกรรมการกำกับมาตรฐานวิชาการ สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล
- 3) ประเมินผลสอบของแต่ละรายวิชาโดยผ่านการประชุมการประชุมคณะกรรมการกำกับมาตรฐานวิชาการ สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล
- 4) พิจารณาจากการประเมินผลในรายวิชาการฝึกภาคปฏิบัติ หรือรายวิชาสหกิจศึกษา ซึ่งสถานประกอบการจะเป็นผู้ประเมินและรายงานผลการปฏิบัติงานของนักศึกษา
- 5) ดำเนินการทวนสอบโดยคณะกรรมการทวนสอบของหลักสูตร ตามคู่มือการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา

2.2 การทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้หลังจากนักศึกษาสำเร็จการศึกษา

- 1) สสำรวจภาวะการมีงานทำของบัณฑิต โดยประเมินจากบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาในแต่ละปีการศึกษา
- 2) การประเมินความพร้อมในการทำงานของบัณฑิต
- 3) การประเมินจากจำนวนศิษย์เก่าที่ได้รับรางวัลทางสังคมและ/หรือทางวิชาชีพ
- 4) การประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต

3. เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

นักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาในสาขาวิชาต่าง ๆ และได้รับการเสนอชื่อให้รับปริญญา อนุปริญญา หรือประกาศนียบัตร จะต้องมีความสมบูรณ์ดังนี้

1) ศึกษารายวิชาต่าง ๆ ครบตามกฎเกณฑ์และเงื่อนไขของหลักสูตรนั้น ๆ โดยไม่มีรายวิชาใด ๆ ในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปและหมวดวิชาเฉพาะที่ได้อักษรระดับคะแนน F, I หรือ NP เหลืออยู่ (ยกเว้น หมวดวิชาเลือกเสรี ซึ่งนักศึกษาสามารถลงทะเบียนเรียนรายวิชาอื่นแทนรายวิชาที่ได้อักษรระดับคะแนน F ได้โดยจะต้องสอบผ่านรายวิชาที่ลงทะเบียนเรียนใหม่นั้น และรายวิชาที่ได้อักษรระดับคะแนน F นั้น จะต้องนำมาคิดคะแนนเฉลี่ยสะสมด้วยการเรียนรายวิชาแทนกันนี้กระทำได้รายวิชาละ 1 ครั้งเท่านั้น)

2) ใช้เวลาศึกษาไม่เกินเวลาขั้นสูงสุดที่กำหนดไว้ในเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร

กรณีนักศึกษาในระบบคลังหน่วยกิต จะสำเร็จการศึกษาได้เมื่อเรียนและสะสมหน่วยกิตได้ครบจำนวนหน่วยกิตที่กำหนดไว้ในหลักสูตร

3) ผู้สำเร็จการศึกษาที่จะได้รับปริญญาตรีมีแต่มีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมของรายวิชาทั้งหมดรวมไม่น้อยกว่า 2.00 และมีแต่มีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมของกลุ่มวิชาแกน หรือวิชาชีพ และรายวิชาเอกรวมกันแล้วไม่น้อยกว่า 2.00

4) มีแต่มีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมตามที่ปรากฏในข้อ 3 ไม่ถึง 2.00 และไม่ต่ำกว่า 1.75 จะได้รับ
อนุปริญญา

5) ผ่านเกณฑ์ก่อนสำเร็จการศึกษาตามที่มหาวิทยาลัยพำพายกำหนด

6) มีความประพฤติดีสมแก่ศักดิ์ศรีแห่งปริญญา อนุปริญญา หรือประกาศนียบัตรนั้น

ให้มหาวิทยาลัยออกหนังสือรับรองการจบหลักสูตรและใบแสดงผลการศึกษา (transcript) ตามคำร้องขอ
จบการศึกษาที่มหาวิทยาลัยกำหนด

การอนุมัติปริญญา นักศึกษาต้องไม่มีพันธะหรือหนี้สินใด ๆ ผูกพันกับมหาวิทยาลัย เว้นแต่มหาวิทยาลัย
ได้ยินยอมเป็นหนังสือตามแบบที่กำหนด

หมวดที่ 6 การพัฒนาคณาจารย์

1. การเตรียมการสำหรับอาจารย์ใหม่

- มีการปฐมนิเทศ และอบรมพัฒนาวิชาชีพครูให้แก่อาจารย์ใหม่ ให้มีความรู้และเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่
ความรับผิดชอบ และนโยบายของมหาวิทยาลัย คณะ ตลอดจนหลักสูตรที่สอน
- จัดนิเทศอาจารย์ใหม่ในระดับสาขาวิชา
- ให้อาจารย์ใหม่สังเกตการณ์การสอนของอาจารย์ผู้มีประสบการณ์
- จัดระบบพี่เลี้ยงแก่อาจารย์ใหม่
- จัดเตรียมคู่มืออาจารย์และ/หรือเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานให้อาจารย์ใหม่

2. การพัฒนาความรู้และทักษะให้แก่คณาจารย์

2.1 การพัฒนาทักษะการจัดการเรียนการสอน การวัดและการประเมินผล

- ส่งเสริมอาจารย์ให้มีการเพิ่มพูนความรู้ สร้างเสริมประสบการณ์เพื่อพัฒนาการเรียนการสอนและ
การวิจัย
- การสนับสนุนด้านการศึกษาต่อ ฝึกอบรม ดูงานทางวิชาการและวิชาชีพในองค์กรต่าง ๆ การประชุม
ทางวิชาการทั้งในประเทศและ/หรือต่างประเทศ หรือการลาเพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์
- การเพิ่มพูนทักษะ/ เทคนิคการจัดการเรียนการสอนและการประเมินผลให้ทันสมัย

2.2 การพัฒนาวิชาการและวิชาชีพด้านอื่น ๆ

- มีส่วนร่วมในกิจกรรมบริการวิชาการแก่ชุมชน
- มีการส่งเสริมอาจารย์ผลิตผลงานทางวิชาการด้านการตลาดและ/หรือการบริหารธุรกิจ
- ส่งเสริมการทำวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ เพื่อพัฒนาการเรียนการสอนและมีความเชี่ยวชาญใน
สาขาวิชาชีพ
- จัดสรรงบประมาณสำหรับการทำวิจัย
- จัดให้อาจารย์ทุกคนเข้าร่วมกลุ่มวิจัยต่าง ๆ ของสาขาวิชา/ วิทยาลัย/คณะวิชา
- จัดให้อาจารย์เข้าร่วมกิจกรรมบริการวิชาการต่าง ๆ ของสาขาวิชา/ วิทยาลัย/คณะวิชา

หมวดที่ 7 การประกันคุณภาพหลักสูตร

1. การกำกับมาตรฐานหลักสูตร

หลักสูตรมีการบริหารหลักสูตรตามระบบและกลไกในการบริหารหลักสูตรของมหาวิทยาลัย โดยมีคณะกรรมการบริหารประจำหลักสูตร ทำหน้าที่จัดการเรียนการสอนและบริหารจัดการหลักสูตรให้เป็นไปตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2552 และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

แนวทางในการการบริหารหลักสูตร มีดังนี้

เป้าหมาย	การดำเนินการ	การประเมินผล
1.1 มีอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	กำหนดอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรจำนวน 5 คน	ตรวจสอบคุณสมบัติของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร
1.2 มีแผนการพัฒนาหลักสูตร	วางแผนและกำหนดแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตร	ประเมินผลการดำเนินงานตามแผน
1.3 การเผยแพร่แผนการพัฒนาหลักสูตรแก่บุคลากรที่เกี่ยวข้อง	ประชุมเพื่อชี้แจงแผนการพัฒนาหลักสูตรแก่บุคลากรที่เกี่ยวข้อง	รายงานการประชุมและการลงนามรับทราบแผนการพัฒนาหลักสูตร
1.4 การประเมินผลการบริหารจัดการหลักสูตร	ประเมินผลการบริหารจัดการหลักสูตร	ประเมินผลการบริหารจัดการหลักสูตรว่าเป็นไปตามแนวทางระเบียบ และขั้นตอนหรือไม่

2. บัณฑิต

กำหนดคุณสมบัติของบัณฑิตจะต้องครอบคลุมผลการเรียนรู้ 5 ด้าน ได้แก่ 1) คุณธรรม จริยธรรม 2) ด้านความรู้ 3) ทักษะด้านปัญญา 4) ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ และ 5) ด้านทักษะวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ โดยบัณฑิตจะต้องมีงานทำหรือประกอบอาชีพอิสระภายใน 1 ปี

3. นักศึกษา

มีการกำหนดแผนการรับนักศึกษา และกำหนดคุณสมบัติของผู้เข้ารับการศึกษาตามเกณฑ์มาตรฐานผู้สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า เกณฑ์มาตรฐานผู้สำเร็จการศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงหรือเทียบเท่าหรืออนุปริญญาและเป็นผู้มีความประพฤติดี การคัดเลือกผู้เข้าศึกษาคัดเลือกตามเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา หรือตามระบบและเกณฑ์ของมหาวิทยาลัยรวมทั้งคัดเลือกโดยผ่านการสอบคัดเลือกนักเรียนในเขตพัฒนาภาคต่างๆ

การเตรียมความพร้อมก่อนเข้าศึกษาโดยการจัดปฐมนิเทศน์นักศึกษาใหม่ จัดระบบที่ปรึกษาในการดูแลให้คำปรึกษาแนะนำแก่นักศึกษา และดำเนินการเสริมทักษะทางภาษาอังกฤษ และคณิตศาสตร์ให้แก่นักศึกษา

มีการจัดระบบการดูแลนักศึกษาโดยอาจารย์ที่ปรึกษา มีการควบคุมกำกับให้จำนวนนักศึกษาต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด และมีการประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการเรียนการสอน และการประเมินผลการเรียนรู้ในรายวิชา รวมทั้งมีระบบการจัดการข้อร้องเรียนของนักศึกษา

4. อาจารย์

การบริหารอาจารย์และพัฒนาอาจารย์

- 1) สาขาวิชาสำรวจจำนวนอาจารย์ในสาขาวิชา อาจารย์ที่ลาออก และอาจารย์ที่เกษียณ
- 2) สาขาวิชาสำรวจรายวิชาที่เปิดในหลักสูตรและจำนวนนักศึกษาที่เรียนในหลักสูตร
- 3) กรณีที่มีตำแหน่งว่าง หรืออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรไม่ครบตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร หรือ สัดส่วนอาจารย์และนักศึกษาไม่เหมาะสมจำเป็นต้องรับบุคลากรเพิ่ม ให้หัวหน้าสาขาวิชาทำเรื่องขอบุคลากรเพิ่มเพื่อขออนุมัติจากอธิการบดี
- 4) กรณีสาขาวิชาได้รับอนุมัติให้รับบุคลากรเพิ่ม ให้หัวหน้าสาขาวิชาประสานงานกับหน่วยงานทรัพยากรบุคคล เพื่อดำเนินการประชาสัมพันธ์ รับสมัคร คัดเลือก ทดสอบ และ/หรือสัมภาษณ์เพื่อหาบุคลากรที่มีคุณสมบัติเหมาะสมตามระเบียบมหาวิทยาลัย และเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรต่อไป
- 5) ส่งบุคลากรใหม่เข้ารับการอบรม และปฐมนิเทศ
- 6) ทุกสาขาวิชาจัดระบบพี่เลี้ยงเพื่อให้คำแนะนำ และดูแลบุคลากรใหม่ในทุกมิติที่เกี่ยวกับการทำงานจนกว่าบุคลากรใหม่จะผ่านช่วงเวลาการทดลองงาน

5. หลักสูตร การเรียนการสอน การประเมินผู้เรียน

5.1 หลักสูตรมีระบบและกลไกในการออกแบบหลักสูตรดังต่อไปนี้

คณะกรรมการบริหารประจำหลักสูตร ได้ดำเนินการประชุมร่วมกันเพื่อพิจารณาประเด็นต่างๆ ในการกำหนดสาระของรายวิชาในหลักสูตร ดังนี้

- 1) การออกแบบหลักสูตร เช่น ปรัชญาและความสำคัญ เป้าหมายของหลักสูตร โครงสร้างของหลักสูตร คณะกรรมการบริหารประจำหลักสูตร ได้ข้อมูลสำคัญในการปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตร ดังต่อไปนี้
 - ศึกษาหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานหลักสูตร
 - การวิเคราะห์สถานการณ์ภายนอก เช่น สภาวะเศรษฐกิจ ความต้องการของตลาดแรงงาน จากความต้องการของสถานประกอบการ/ผู้ใช้บัณฑิต รวมถึงคุณสมบัติของบัณฑิต ในศตวรรษที่ 21
 - พิจารณาจากวัตถุประสงค์ของหลักสูตรตลอดจนค่านึงถึงนโยบายหรือยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย
 - 2) ทบทวนหลักสูตรเดิมเพื่อใช้พิจารณาในการปรับปรุงหลักสูตรใหม่
 - 3) ปรับปรุงโครงสร้างหลักสูตร และเนื้อหารายวิชาในหลักสูตร ให้ทันสมัย เป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน ผู้ใช้บัณฑิต
- การประเมินกระบวนการออกแบบหลักสูตร
- มีการพิจารณาจากความต้องการของผู้เรียน ว่าควรให้หลักสูตรมีการเพิ่มเติมเนื้อหาในเรื่องใด การปรับปรุงและพัฒนากระบวนการ
 - ให้นักศึกษาชั้นปีที่ 4 ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับหลักสูตร เพื่อนำมาใช้ในการออกแบบหลักสูตร ให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้เรียนด้วยเช่นกัน
- ผลการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการ
- นำข้อมูลจากที่นักศึกษาปัจจุบันตอบแบบสอบถาม มาใช้ประกอบในการออกแบบหลักสูตรและสาระรายวิชาในหลักสูตร

5.2 หลักการวางระบบผู้สอนและกระบวนการจัดการเรียนการสอน

การกำหนดผู้สอนในสาขาวิชาการตลาดดิจิทัล มีการวางระบบผู้สอนเพื่อให้การดำเนินงานด้านการเรียนการสอนของหลักสูตร โดยก่อนเปิดภาคการศึกษาคณะกรรมการบริหารประจำหลักสูตรจะพิจารณาแผนการศึกษาของนักศึกษาแต่ละกลุ่มแต่ละชั้นปีเพื่อวางแผนกำหนดรายวิชาที่จะเปิดสอนเวลาเรียน เวลาสอบ และผู้สอน นอกจากรายวิชาที่เปิดสอนสำหรับนักศึกษาในหลักสูตรแล้ว ยังมีรายวิชาที่หลักสูตรสาขาวิชาการตลาดดิจิทัลต้องจัดให้นักศึกษาสาขาวิชาอื่น ๆ

หลังจากรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับรายวิชาที่จะเปิดสอนแล้ว คณะกรรมการบริหารประจำหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอนจะประชุมร่วมกันเพื่อกำหนดผู้สอนในแต่ละรายวิชา โดยการจัดผู้สอนในแต่ละภาคการศึกษานั้นได้พิจารณาทั้งจากความรู้ ความสามารถในเนื้อหาวิชาและประสบการณ์ในการสอน ซึ่งถือว่ามีความสำคัญเป็นอันดับต้น ๆ รวมถึงพิจารณาเรื่องเวลาเรียน เวลาสอบที่ไม่ซ้ำซ้อนกับวิชาในสาขาอื่น ๆ ที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียนในฐานะวิชาโทหรือวิชาเลือกเสรี ตารางเวลาที่เหมาะสมทั้งกับผู้เรียนและผู้สอน

5.3 การกำกับ ติดตาม และตรวจสอบการจัดทำแผนการเรียนรู้ (มคอ. 3 และ มคอ. 4)

และการจัดการ

การกำกับ ติดตาม และตรวจสอบการจัดทำ มคอ. 3 และมคอ. 4 เมื่อหลักสูตรสาขาวิชาการตลาดดิจิทัล สามารถกำหนดรายวิชาที่จะเปิดสอนและผู้สอนได้แล้ว ก่อนการเปิดภาคการศึกษา หลักสูตรสาขาวิชาการตลาดดิจิทัลจะมีกระบวนการกำกับ ติดตามและตรวจสอบ มคอ. 3 โดยหัวหน้าสาขาวิชาจะกำหนดให้อาจารย์ผู้สอนแต่ละรายวิชาจัดทำ มคอ. 3 โดยใช้ มคอ. 5 รวมทั้งผลประเมินการจัดการเรียนการสอนของภาคการศึกษาหรือปีการศึกษาที่ผ่านมาเป็นข้อมูลประกอบในการปรับปรุง มีการแต่งตั้งคณะกรรมการพิจารณา มคอ. 3 ประกอบด้วยคณบดี กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิประจำหลักสูตรจากภายนอก กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายใน และหรือผู้แทนจากฝ่ายวิชาการ หัวหน้าสาขาวิชา และอาจารย์ประจำหลักสูตร ร่วมกันพิจารณาความถูกต้อง เหมาะสม ของรายละเอียดต่างๆ ใน มคอ. 3 โดยคณะกรรมการจะอภิปราย ซักถาม ผู้สอนในประเด็นต่าง ๆ โดยเฉพาะรายละเอียดเนื้อหาวิชา กิจกรรมการเรียนการสอน การวัดและประเมินผล ว่า จะส่งผลกระทบต่อการเรียนรู้ของผู้เรียนอย่างไร ผลการเรียนรู้จะเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ มคอ. 3 ที่ผ่านการพิจารณาแล้วจะถูกนำขึ้นระบบจัดเก็บข้อมูล ภายในสัปดาห์ที่สองของแต่ละภาคการศึกษาที่เปิดสอน

5.4 การกำกับกระบวนการเรียนการสอน

หลักสูตรสาขาวิชาการตลาดดิจิทัลมีระบบกำกับดูแลการเรียนการสอนเริ่มตั้งแต่การจัดทำ มคอ. 3 จนถึง การวัดและประเมินผลการเรียนรู้ของนักศึกษา รวมทั้งการประเมินผลการเรียนการสอนแต่ละรายวิชาโดยผู้เกี่ยวข้อง กล่าวคือ หลักสูตรสาขาวิชาการตลาดดิจิทัลมีคณะกรรมการกำกับมาตรฐานวิชาการเป็นผู้กำกับดูแลกระบวนการเรียนการสอน โดยเริ่มตั้งแต่การพิจารณา มคอ. 3 ก่อนเปิดสอนในแต่ละภาคการศึกษา มคอ. 3 ของแต่ละรายวิชา ต้องมีการทำแผนการสอนที่ชัดเจน มีการกำหนดรายละเอียดเนื้อหาวิชาแต่ละประเด็น จำนวน ชั่วโมงที่ใช้ กิจกรรมการเรียนการสอน วิธีการวัดและประเมินผล รวมทั้งเกณฑ์การประเมินผล ในรายวิชาที่แบ่งเป็นหลายตอนและมีผู้สอนหลายคน ผู้สอนจะวางแผนทำ มคอ. 3 ร่วมกัน เนื้อหาวิชา กิจกรรมการเรียนการสอน วิธีและเกณฑ์การวัดและประเมินผลการเรียนรู้ของนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนทุกตอนจึงไม่แตกต่างกัน

สำหรับการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ของนักศึกษา นอกจากการพิจารณาวิธีการวัดและประเมินผลแล้ว คณะกรรมการฯ ยังได้พิจารณาข้อสอบของแต่ละรายวิชาด้วยว่ามีความเที่ยงตรงเหมาะสมและครอบคลุมเนื้อหาวิชาหรือไม่ ง่ายหรือยากเกินระดับความรู้ความสามารถของผู้เรียนหรือไม่ แนวทางการตอบเป็นอย่างไร และร่วมพิจารณาผลการเรียนรู้ของนักศึกษาเมื่อสิ้นสุดกระบวนการเรียนการสอนด้วย

นอกจากนี้ยังมีการประเมินผลการเรียนการสอนโดยนักศึกษาและอาจารย์ผู้ได้รับมอบหมายซึ่งประเด็นที่ประเมินจะครอบคลุมทั้งเนื้อหาวิชา ความรู้ความสามารถ พฤติกรรมและจรรยาบรรณของผู้สอน และสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ต่างๆ โดยจะประเมินทุกรายวิชาที่เปิดสอน ผลการประเมินจะนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาปรับปรุงการเรียนการสอนของแต่ละวิชาต่อไป

6. สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

6.1 การบริหารทรัพยากรการเรียนการสอน ทางด้านการบริหารงบประมาณ

มหาวิทยาลัยและคณะวิชาได้จัดสรรงบประมาณประจำปี เพื่อจัดซื้อการเรียนการสอน วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ อย่างเพียงพอ เพื่อสนับสนุนการเรียนการสอนและสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมสำหรับนักศึกษาที่จะศึกษาเรียนรู้ด้วยตนเอง

6.2 ทรัพยากรการเรียนการสอนที่มีอยู่เดิม

	การดำเนินการ	การประเมินผล
6.2.1 ห้องเรียนและห้องปฏิบัติการ	<ul style="list-style-type: none"> - ดำเนินการภายใต้การดูแลของสำนักทะเบียนและการรับนักศึกษา และคณะวิชา - มีการใช้ห้องเรียนและห้องปฏิบัติการร่วมกับคณะวิชาและสาขาวิชาอื่น ๆ 	<ul style="list-style-type: none"> - ประเมินความพอเพียง และปัญหาในการใช้ห้องเรียนและห้องปฏิบัติการ
6.2.2 วัสดุอุปกรณ์ในการจัดการเรียนการสอน	<ul style="list-style-type: none"> - ดำเนินการภายใต้การดูแลของสำนักเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมการศึกษา และคณะวิชา - มีการใช้วัสดุอุปกรณ์ในการจัดการเรียนการสอนร่วมกับคณะวิชาและสาขาวิชาอื่น ๆ 	<ul style="list-style-type: none"> - ประเมินความพอเพียง และปัญหาในการใช้วัสดุอุปกรณ์ในการจัดการเรียนการสอน
6.2.3 ระบบการบริหารจัดการห้องเรียนและห้องปฏิบัติการ	<ul style="list-style-type: none"> - ดำเนินการภายใต้การดูแลของสำนักทะเบียนและการรับนักศึกษา และคณะวิชา ตามนโยบายการใช้ทรัพยากรร่วมกัน 	<ul style="list-style-type: none"> - ประเมินระบบการบริหารจัดการห้องเรียนและห้องปฏิบัติการ
6.2.4 ผู้รับผิดชอบดูแลการให้บริการและบำรุงรักษาสื่อการสอนและวัสดุอุปกรณ์	<ul style="list-style-type: none"> - ดำเนินการภายใต้การดูแลของสำนักเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมการศึกษา สำนักจัดการอาคารสถานที่ คณะวิชาและสาขาวิชา 	<ul style="list-style-type: none"> - ประเมินผลการให้บริการและบำรุงรักษาสื่อการสอนและวัสดุอุปกรณ์ของผู้รับผิดชอบ

6.3 การจัดหาทรัพยากรการเรียนการสอนเพิ่มเติม

	การดำเนินการ	การประเมินผล
6.3.1 ห้องเรียนและห้องปฏิบัติการ	- ประสานงานกับสำนักทะเบียนและการรับนักศึกษา และคณะวิชา เพื่อวางแผนการจัดการห้องเรียนและห้องปฏิบัติการ	- ประเมินผลความพึงพอใจของอาจารย์ผู้สอนและนักศึกษาต่อห้องเรียนและห้องปฏิบัติการ
6.3.2 วัสดุอุปกรณ์ในการจัดการเรียนการสอน	- ประสานงานกับสำนักเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมการศึกษา เพื่อจัดหาวัสดุอุปกรณ์ในการจัดการเรียนการสอน	- ประเมินผลความพึงพอใจของอาจารย์ผู้สอนและนักศึกษาต่อวัสดุอุปกรณ์ในการจัดการเรียนการสอน
6.3.3 ระบบการบริหารจัดการห้องเรียนและห้องปฏิบัติการ	- ประชุมรวมหัวหน้าสาขาวิชาเพื่อจัดสรรห้องเรียนและห้องปฏิบัติการให้เหมาะสมกับจำนวนผู้เรียน และลักษณะของรายวิชา	- ประเมินผลความพึงพอใจของอาจารย์ผู้สอนต่อระบบการบริหารจัดการห้องเรียนและห้องปฏิบัติการ
6.3.4 ผู้รับผิดชอบดูแลการให้บริการและบำรุงรักษาสื่อการสอนและวัสดุอุปกรณ์	- ประสานงานกับสำนักเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมการศึกษา และ/หรือสำนักจัดการอาคารสถานที่ เพื่อดูแลและซ่อมบำรุง	- ประเมินผลความพึงพอใจของอาจารย์ผู้สอนต่อการให้บริการซ่อมบำรุง

6.4 การประเมินความเพียงพอของทรัพยากร

เป้าหมาย	การดำเนินการ	การติดตามและประเมินผล
6.4.1 ห้องเรียนและห้องปฏิบัติการ	- ตรวจสอบความพอเพียงของห้องเรียนและห้องปฏิบัติการ และแจ้งผู้ที่เกี่ยวข้อง	- ปลายภาคการศึกษาที่ 1 และ 2 ประเมินผลโดยอาจารย์ผู้สอนและนักศึกษา
6.4.2 วัสดุอุปกรณ์การเรียนการสอน	- ตรวจสอบความพอเพียงของวัสดุอุปกรณ์ในการจัดการเรียนการสอน และแจ้งผู้ที่เกี่ยวข้อง	- ปลายภาคการศึกษาที่ 1 และ 2 ประเมินผลโดยอาจารย์ผู้สอนและนักศึกษา
6.4.3 การบริหารจัดการห้องเรียนและห้องปฏิบัติการ	- ประเมินประสิทธิภาพการบริหารจัดการห้องเรียนและห้องปฏิบัติการ	- ปลายภาคการศึกษาที่ 1 และ 2 ประเมินผลโดยอาจารย์ผู้สอน
6.4.4 ผู้รับผิดชอบดูแลการให้บริการและบำรุงรักษาสื่อการสอนและวัสดุอุปกรณ์	- ประเมินประสิทธิภาพของการดูแลการให้บริการและบำรุงรักษาสื่อการสอนและวัสดุอุปกรณ์	- ปลายภาคการศึกษาที่ 1 และ 2 ประเมินผลโดยอาจารย์ผู้สอน

7. ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators)

ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators) ของหลักสูตร

ดัชนีบ่งชี้ผลการดำเนินงาน	ปีการศึกษา				
	2565	2566	2567	2568	2569
1. อาจารย์ประจำหลักสูตรอย่างน้อยร้อยละ 80 มีส่วนร่วมในการประชุมเพื่อวางแผน ติดตาม และทบทวนการดำเนินงานหลักสูตร	✓	✓	✓	✓	✓
2. รายละเอียดของหลักสูตร ตามแบบ มคอ. 2 ที่สอดคล้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิแห่งชาติ หรือมาตรฐานคุณวุฒิสาขา/สาขาวิชา (ถ้ามี)	✓	✓	✓	✓	✓
3. มีรายละเอียดของรายวิชาและรายละเอียดของประสบการณ์ภาคสนาม (ถ้ามี) ตามแบบ มคอ. 3 และ มคอ. 4 อย่างน้อยก่อนการเปิดสอนในแต่ละภาคการศึกษาให้ครบทุกรายวิชา	✓	✓	✓	✓	✓
4. จัดทำรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา และรายงานผลการดำเนินการของประสบการณ์ภาคสนาม (ถ้ามี) ตามแบบ มคอ. 5 และ มคอ.6 ภายใน 30 วัน หลังสิ้นสุดภาคการศึกษาที่เปิดสอนให้ครบทุกรายวิชา	✓	✓	✓	✓	✓
5. จัดทำรายงานผลการดำเนินการของหลักสูตร ตามแบบ มคอ. 7 ภายใน 60 วัน หลังสิ้นสุดปีการศึกษา	✓	✓	✓	✓	✓
6. มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ ที่กำหนดใน มคอ. 3 และ มคอ. 4 (ถ้ามี) (อย่างน้อยร้อยละ 25 ของรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละปีการศึกษา	✓	✓	✓	✓	✓
7. มีการพัฒนา/ปรับปรุงการจัดการเรียนการสอน กลยุทธ์การสอน หรือ การประเมินผลการเรียนรู้ จากผลการประเมินการดำเนินงานที่รายงานใน มคอ .7 ปีที่แล้ว	✓	✓	✓	✓	✓
8. อาจารย์ใหม่ (ถ้ามี) ทุกคน ได้รับการปฐมนิเทศหรือคำแนะนำด้านการจัดการเรียนการสอน	✓	✓	✓	✓	✓
9. อาจารย์ประจำทุกคนได้รับการพัฒนาทางวิชาการและ/หรือวิชาชีพอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง	✓	✓	✓	✓	✓
10. จำนวนบุคลากรสนับสนุนการเรียนการสอน (ถ้ามี) ได้รับการพัฒนาวิชาการ และ/หรือวิชาชีพ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ต่อปี	✓	✓	✓	✓	✓
11. ระดับความพึงพอใจของนักศึกษาปีสุดท้าย/บัณฑิตใหม่ที่มีต่อคุณภาพหลักสูตร เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.5 จากคะแนนเต็ม 5.0				✓	✓
12. ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อบัณฑิตใหม่ เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.5 จากคะแนนเต็ม 5.0					✓
13. นักศึกษาอย่างน้อยร้อยละ 80 มีส่วนร่วมในการเขียนแผนการตลาด เพื่อเตรียมความพร้อมสู่การเป็นนักการตลาดดิจิทัล	✓	✓	✓	✓	✓

หมวดที่ 8 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของหลักสูตร

1. การประเมินประสิทธิผลของการสอน

1.1 การประเมินกลยุทธ์การสอน

- 1) สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล จัดให้มีการประเมินกลยุทธ์การสอนของแต่ละรายวิชา โดยคณะกรรมการบริหารหลักสูตรจะพิจารณาตามกลยุทธ์ที่เสนอไว้ในรายละเอียดหลักสูตร (มคอ. 3)
- 2) คณะกรรมการบริหารหลักสูตร จัดให้มีการประเมินกลยุทธ์การสอนแบบมีส่วนร่วม โดยคณะกรรมการบริหารหลักสูตร อาจารย์ผู้สอน และอาจารย์ประจำหลักสูตร ประชุมร่วมกันเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การสอน
- 3) อาจารย์ผู้สอนสอบถามจากนักศึกษาถึงประสิทธิภาพของการเรียนรู้จากวิธีการสอนที่ใช้ โดยใช้แบบสอบถาม และ/หรือการสนทนากับกลุ่มนักศึกษาระหว่างภาคการศึกษา
- 4) ประเมินจากการผลทดสอบย่อย การทดสอบกลางภาคการศึกษา และการสอบปลายภาคการศึกษา
- 5) ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมของนักศึกษา การอภิปรายโต้ตอบจากนักศึกษา และการตอบคำถามของนักศึกษาในชั้น
- 6) นำผลที่ได้จากการประเมินกลยุทธ์การสอนของแต่ละรายวิชา มาใช้เป็นข้อมูลในการพิจารณาปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การสอนให้เหมาะสม

1.2 การประเมินทักษะของอาจารย์ในการใช้แผนกลยุทธ์การสอน

- การประเมินของนักศึกษาในแต่ละรายวิชา (ปรส. 1)
- การประเมินตนเองของอาจารย์ผู้สอน (ปรส. 2)
- คณะกรรมการบริหารหลักสูตรจัดให้มีการสังเกตการณ์การสอน เพื่อประเมินทักษะของอาจารย์ในการใช้กลยุทธ์การสอน
- นำผลที่ได้จากการประเมินทักษะของอาจารย์ ในการใช้กลยุทธ์การสอนของแต่ละรายวิชา มาใช้เป็นข้อมูลสำหรับอาจารย์ผู้สอน ในการพัฒนาทักษะการสอนของตนเอง และสำหรับหลักสูตรในการส่งเสริมทักษะการสอนของอาจารย์

2. การประเมินหลักสูตรในภาพรวม

- 2.1 ประเมินหลักสูตรในภาพรวมนั้นจะกระทำเมื่อนักศึกษาศึกษาในชั้นปีที่ 4 ก่อนจบการศึกษาในรูปแบบแบบสอบถาม หรือการประชุมตัวแทนนักศึกษากับตัวแทนอาจารย์
- 2.2 ประชุมทบทวนหลักสูตรโดยผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้สอน ผู้ปกครอง ศิษย์เก่า ผู้ใช้บัณฑิต และบัณฑิตใหม่
- 2.3 ประเมินรายงานผลการดำเนินงานหลักสูตรโดยผู้ทรงคุณวุฒิและ/หรือจากผู้ประเมิน
- 2.4 สรุปผลการประเมินหลักสูตรเป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบในการปรับปรุงหลักสูตรทุก 5 ปีการศึกษา

3. การประเมินผลการดำเนินงานตามรายละเอียดหลักสูตร

การประเมินคุณภาพการศึกษาประจำปีตามดัชนีบ่งชี้ผลการดำเนินงานที่ระบุในหมวดที่ 7 ข้อ 7 โดยคณะกรรมการประเมิน ประกอบด้วยคณะกรรมการประเมินคุณภาพภายใน จำนวนอย่างน้อย 3 คน โดยมีคุณสมบัติดังนี้

- เกินกว่ากึ่งหนึ่งเป็นคณาจารย์ภายนอกคณะวิชา/วิทยาลัย/สถาบัน และอย่างน้อยหนึ่งคนต้องมีคุณวุฒิตรงกับสาขาวิชาที่ขอรับการประเมิน
- ประธานคณะกรรมการประเมินคุณภาพภายใน เป็นคณาจารย์จากภายนอกคณะวิชา/วิทยาลัย/สถาบัน
- คณะกรรมการประเมินคุณภาพภายใน ทุกคนต้องเป็นผู้ที่ขึ้นทะเบียนผู้ประเมินคุณภาพภายในระดับหลักสูตรของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา หรือ ผู้ที่ผ่านการฝึกอบรมหลักสูตรผู้ประเมินคุณภาพภายในระดับหลักสูตรที่มหาวิทยาลัย/หรือหน่วยงานภายนอกจัดขึ้น
- คณะวิชา/วิทยาลัย จัดให้มีเลขานุการคณะกรรมการประเมินคุณภาพภายใน ที่มาจากคณาจารย์ภายในมหาวิทยาลัยจำนวน 1 คน ที่ผ่านการฝึกอบรมหลักสูตรผู้ประเมินคุณภาพภายในระดับหลักสูตรที่มหาวิทยาลัย/หรือหน่วยงานภายนอกจัดขึ้น และไม่เป็นอาจารย์ประจำหลักสูตรที่ได้รับการประเมิน

4. การทบทวนผลการประเมินและวางแผนปรับปรุง

- 4.1 อาจารย์ผู้สอนรายวิชาทบทวนผลการประเมินประสิทธิภาพของการสอนในรายวิชาที่รับผิดชอบ ในระหว่างภาคการศึกษา ปรับปรุงกลยุทธ์การสอนทันทีจากข้อมูลที่ได้รับ เมื่อสิ้นภาคการศึกษาอาจารย์ผู้สอนทำรายงานรายวิชา (มคอ. 5/มคอ. 6) เสนอหัวหน้าสาขาวิชา
- 4.2 อาจารย์ที่รับผิดชอบหลักสูตรติดตามผลการดำเนินงานตามดัชนีบ่งชี้หมวดที่ 7 ข้อ 7 จากการประเมินคุณภาพภายในสาขาวิชา
- 4.3 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรสรุปผลการดำเนินงานหลักสูตรประจำปี จัดทำร่างรายงานผลการดำเนินงานหลักสูตรประจำปีเสนอต่อหัวหน้าสาขาวิชา
- 4.4 ประชุมอาจารย์ประจำหลักสูตร พิจารณาทบทวนผลการดำเนินหลักสูตรจากร่างรายงานผลการดำเนินงานหลักสูตรและความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ ระดมความคิดเห็นจากอาจารย์เพื่อวางแผนปรับปรุงการดำเนินงานเพื่อใช้ในรอบปีการศึกษาต่อไป จัดทำรายงานผลการดำเนินงานหลักสูตรเสนอต่อคณบดี
- 4.5 การปรับปรุงหลักสูตรทั้งฉบับนั้นจะกระทำทุก 5 ปีการศึกษา ทั้งนี้เพื่อให้หลักสูตรมีความทันสมัยและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต

รายละเอียดการปรับปรุงแก้ไขหลักสูตร
ตารางเปรียบเทียบหลักสูตรเดิมและหลักสูตรปรับปรุง
สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยพายัพ

1. สาระในการปรับปรุงแก้ไข

1.1 วัตถุประสงค์ของหลักสูตร เน้นผลิตบัณฑิตที่มีคุณลักษณะ ดังนี้

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลในการปรับปรุง
ชื่อหลักสูตร ภาษาไทย: หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ภาษาอังกฤษ: BACHELOR OF BUSINESS ADMINISTRATION PROGRAM IN MARKETING	ชื่อหลักสูตร ภาษาไทย: หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล ภาษาอังกฤษ: BACHELOR OF BUSINESS ADMINISTRATION PROGRAM IN DIGITAL MARKETING	ปรับให้สอดคล้องกับ สถานการณ์ แนวคิด ปรัชญา วัตถุประสงค์ และผลลัพธ์การเรียนรู้ ในการปรับปรุง หลักสูตรครั้งนี้
1. มีความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพการตลาด และสามารถประยุกต์ บูรณาการศาสตร์ ทางด้านวิชาการตลาดให้เกิดประโยชน์ ต่อตนเอง สังคม และประเทศชาติ ตลอดจน ประชาคมโลก ให้สมกับการเป็นนักการ ตลาดมืออาชีพ และมีความพร้อมในการ ทำงาน	1. มีความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพด้านการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค และสามารถประยุกต์ บูรณา การศาสตร์ทางด้านวิชาการตลาดให้เกิด ประโยชน์ต่อตนเอง สังคม และประเทศชาติ ตลอดจนประชาคมโลก ให้สมกับเป็นนักการ ตลาด ที่มีความคิดสร้างสรรค์ก้าวทันโลกยุค ดิจิทัล และมีความพร้อมในการทำงาน	<u>ปรับปรุง</u> เพื่อแสดงให้เห็นถึงการมีความคิด สร้างสรรค์ และทันต่อ ต่อการเปลี่ยนแปลง ด้านเทคโนโลยี
2. มีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม มีคุณธรรม จริยธรรม พร้อมด้วยจรรยาบรรณ ในวิชาชีพของนักการตลาด	-	<u>ย้ายไปเป็นข้อ 5</u>
3. มีความรู้ ความสามารถในการวิจัย การคิดเชิงวิเคราะห์ และแก้ไขปัญหา ทางด้านบริหารธุรกิจและการตลาด อย่างสร้างสรรค์ และมีเหตุผล ภายใต้ สภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง	2. มีความรู้ ความสามารถในการวิจัย การคิดใน เชิงวิเคราะห์ และแก้ไขปัญหาทางด้าน บริหารธุรกิจ และการตลาด อย่างสร้างสรรค์ และมีเหตุผลภายใต้สภาวะแวดล้อมที่ เปลี่ยนแปลง	<u>ย้ายมาจากข้อ 3</u>
4. มีความสามารถในการสื่อสาร และสืบค้น ข้อมูลเพื่อเป็นเครื่องมือในการแสวงหาความรู้ ด้วยตนเอง	3. มีความสามารถด้านการจัดการ และการ สื่อสารแบรนด์ การตลาดดิจิทัล ตลอดจนใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่น	<u>ย้ายมาจากข้อ 4</u> <u>ปรับปรุง</u> เพื่อให้ ครอบคลุมชัดเจน และ ความทันสมัย
5. มีความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับ ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและปรับตัว เข้าสู่สังคมในฐานะเป็นพลเมืองโลก	4. มีความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับ ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและปรับตัวให้ทันต่อ การเปลี่ยนแปลงทางการตลาดของธุรกิจ	<u>ย้ายมาจากข้อ 5</u> <u>ปรับปรุง</u> เพื่อให้ สอดคล้องกับการ เปลี่ยนแปลงทาง การตลาด
	5. มีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม มี คุณธรรม จริยธรรม พร้อมด้วย จรรยาบรรณใน วิชาชีพของนักการตลาด	<u>ย้ายมาจากข้อ 2</u>

1.1 หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

รายละเอียดการปรับปรุงหมวดวิชาศึกษาทั่วไป
ตารางเปรียบเทียบรายวิชาหมวดวิชาศึกษาทั่วไป มหาวิทยาลัยพายัพ พ.ศ. 2565

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559)	หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2565)	เหตุผลประกอบ
1. กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ นักศึกษาต้องศึกษารายวิชาในกลุ่มวิชา สังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ จำนวน 9 หน่วยกิต		ยกเลิกกลุ่มวิชา ปรับ เป็นกลุ่มสาระ
	1. กลุ่มสาระการบ่มเพาะคุณธรรม จริยธรรม นักศึกษาต้องศึกษารายวิชาในกลุ่มสาระ การบ่มเพาะคุณธรรม จริยธรรม จำนวน 6 หน่วยกิต เป็นรายวิชาบังคับ จำนวน 3 หน่วยกิต และรายวิชาเลือก 3 หน่วยกิต	กลุ่มสาระวิชาใหม่ ที่ สอดคล้องกับมาตรฐาน ผลการเรียนรู้
	1.1 รายวิชาบังคับ จำนวน 3 หน่วยกิต	เพิ่มเงื่อนไขรายวิชาบังคับ
ศท. 111 สัจจะและบริการ 3 (3-0-6) (GE 111 Truth and Service) ประวัติความเป็นมาของมหาวิทยาลัย พายัพ การแสวงหาความจริงเกี่ยวกับการดำเนิน ชีวิตของตนเอง การพัฒนาบุคลิกนิสัยให้มีจิต สาธารณะ ตระหนักในการรับใช้ผู้อื่น ชุมชนและ สังคม ตามหลักจริยธรรม คุณธรรม การมีทักษะ ชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อ นำมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน History of Payap University. Truth pursuit on one's inner self for truthfulness. Exercising character development for service consciousness. Being conscious to morally and ethically serve other people, your country and society. Practicing life skills based on a sufficiency economy and apply them to daily life.	ศท. 181 สัจจะและบริการ 3 (3-0-6) (GE 181 Truth and Service) ประวัติความเป็นมาของมหาวิทยาลัย พายัพ การแสวงหาความจริงเกี่ยวกับการดำเนิน ชีวิตของตนเอง การพัฒนาบุคลิกนิสัยให้มีจิต สาธารณะ ตระหนักในการรับใช้ผู้อื่น ชุมชนและ สังคม ตามหลักจริยธรรม คุณธรรม การมีทักษะ ชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อ นำมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน History of Payap University; pursuit of truth on one's ways of life; personality development of public consciousness in serving other people, community and society morally and ethically; having life skills in accordance with the philosophy of sufficiency economy and applying them in daily life	-ปรับรหัสรายวิชาให้ สอดคล้องกับกลุ่มสาระ

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559)	หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2565)	เหตุผลประกอบ
<p>ศท. 114 พลเมือง ธรรมาภิบาลกับสันติภาพ 3 (3-0-6)</p> <p>(GE 114 Citizenship Good Governance and Peace)</p> <p>การปลูกฝังจิตสำนึก บทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบของการเป็นพลเมืองที่มีคุณค่าของสังคมไทยและสังคมโลก สิทธิขั้นพื้นฐานของมนุษย์และการเคารพคุณค่าความเป็นมนุษย์ การเรียนรู้ประเด็นการทุจริตและคอร์รัปชันในสังคมไทย แนวทางและกลไกในการป้องกันและแก้ไขปัญหาการทุจริต การนำหลักธรรมาภิบาลไปใช้ในการดำเนินชีวิต รวมถึงการอยู่ร่วมกันอย่างสันติวิธี</p> <p>Creating awareness of responsibility for being a valued citizen for Thai as well as global community. Exploring human rights with respect to human value. Learning about dishonesty and corruption in Thai community. Learning about measurements and mechanisms for preventing and solving corruption problems. Employing good governance in life, coupled with living together in harmony.</p>	<p>1.2 รายวิชาเลือก จำนวน 3 หน่วยกิต</p> <p>ศท. 182 พลเมือง ธรรมาภิบาลกับสันติภาพ 3 (3-0-6)</p> <p>(GE 182 Citizenship Good Governance and Peace)</p> <p>บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของการเป็นพลเมืองที่มีคุณค่าของสังคมไทย สังคมโลก และสังคมดิจิทัล (การเป็นพลเมืองดิจิทัล) การต่อต้านการทุจริต และการนำหลักธรรมาภิบาลไปใช้ในการดำเนินชีวิต เพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ</p> <p>Roles and duties of being a responsibly virtuous Thai citizen, global citizen and digital citizen; resisting corruptions; exercising good governance for peaceful cohabitation</p>	<p>เพิ่มเงื่อนไขรายวิชาเลือก</p> <p>-ปรับรหัสรายวิชาให้สอดคล้องกับกลุ่มสาระ</p> <p>-ปรับคำอธิบายรายวิชาให้ครอบคลุมและชัดเจน</p>
	<p>ศท. 1801 คริสต์จริยธรรมเกี่ยวกับเพศ 3 (3-0-6) (GE 1801 Christian Sexual Ethics)</p> <p>ยกเว้น นักศึกษาวิทยาลัยพระคริสตธรรมแมคคิลวารี</p> <p>หลักคริสตจริยธรรมเรื่องเพศ การวางตัวกับเพื่อนต่างเพศ การคบเพื่อนต่างเพศ และเพศสัมพันธ์ พร้อมทั้งกรณีศึกษาที่อยู่บนพื้นฐานหลักคำสอนของพระคริสตธรรมคัมภีร์ และเหมาะสมกับบริบทสังคมไทยในปัจจุบัน</p> <p>Christian ethics of sexuality; opposite sex friendship; courtship; and sexual relationship, along with case studies that are in accordance with biblical teachings and relevant to the Thai context</p>	<p>-รายวิชาใหม่ เพื่อให้ นักศึกษาได้มีโอกาสเลือกเรียนในรายวิชาที่สนใจ</p>

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559)	หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2565)	เหตุผลประกอบ
	<p>ศท. 1802 กฎหมายในชีวิตประจำวัน 3 (3-0-6) (GE 1802 Laws in Everyday Life)</p> <p>ยกเว้น นักศึกษาคณะนิติศาสตร์</p> <p>สิทธิ หน้าที่ และเสรีภาพขั้นพื้นฐานของบุคคล ตามกฎหมาย ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับบุคคล ทรัพย์สิน ครอบครัว มรดก และสัญญาที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน กระบวนการยุติธรรมของไทย รวมถึง กฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน</p> <p>Rights and duties; fundamental freedom of legal persons; basic knowledge of people, property, family, inheritance and contracts in everyday life related to daily life; Thai judicial process including other laws related to daily life</p>	<p>-รายวิชาใหม่ เพื่อให้ นักศึกษาได้มีโอกาส เลือกเรียนในรายวิชาที่ สนใจ</p>
<p>ศท. 113 วิธีทางสร้างปัญญา 3 (2-2-5) (GE 113 A Path to Wisdom)</p> <p>วิธีการเรียนรู้และการแสวงหาความรู้ด้วยตนเองอย่างมีคุณธรรมและความรับผิดชอบจากแหล่งความรู้หรือสารสนเทศที่หลากหลาย การมีทักษะการคิดแบบองค์รวมเกี่ยวกับประเด็นทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม คุณธรรม จริยธรรม และสิ่งแวดล้อม ทั้งของไทย ภูมิภาค อาเซียน และประชาคมโลก</p> <p>Methods of learning and acquiring knowledge morally and responsibly by oneself from a variety of sources or information technology. Having holistic thinking skills pertaining to social, economic, political, culture, ethical, moral, and environmental issues of Thai, ASEAN, and global communities.</p>		<p>ยกเลิกรายวิชา บูรณาการใหม่ เป็น รายวิชา ศท.192</p>

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559)	หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2565)	เหตุผลประกอบ
<p>2. กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี</p> <p>นักศึกษาต้องศึกษารายวิชาในกลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวน 9 หน่วยกิต</p>		ยกเลิกกลุ่มวิชา ปรับเป็นกลุ่มสาระ
	<p>2. กลุ่มสาระการเรียนรู้ตลอดชีวิต</p> <p>นักศึกษาต้องศึกษารายวิชาในกลุ่มสาระการเรียนรู้ตลอดชีวิต จำนวน 6 หน่วยกิต เป็นรายวิชาบังคับ จำนวน 3 หน่วยกิต และรายวิชาเลือก 3 หน่วยกิต</p>	กลุ่มสาระวิชาใหม่ ที่สอดคล้องกับมาตรฐานผลการเรียนรู้
	2.1 นักศึกษากลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	
	2.1.1 รายวิชาบังคับ จำนวน 3 หน่วยกิต	เพิ่มเงื่อนไขรายวิชาบังคับ
<p>ศท. 142 เล่าเรื่องสุขภาพ 3 (3-0-6) (GE 142 Health Myths)</p> <p>ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการมีสุขภาพดี การส่งเสริมสุขภาพในชีวิตประจำวัน การบริโภคอาหาร การออกกำลังกาย การบริหารอารมณ์ การป้องกันและแก้ไขปัญหาสุขภาพที่พบบ่อย และการปฐมพยาบาล</p> <p>General knowledge of wellness, health promotion in everyday life, food consumption, physical exercise, emotional management, prevention and treatment of common health problems and First Aid.</p>	<p>ศท. 191 สุขภาพดี นิวนอร์มัล 3 (3-0-6) (GE 191 New Normal Healthiness)</p> <p>แนวคิดความรอบรู้ด้านสุขภาพเพื่อป้องกันโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง โรคอุบัติใหม่ การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศด้านสุขภาพ การตัดสินใจเลือกปฏิบัติพฤติกรรมสุขภาพที่ถูกต้อง โภชนาการที่ดี การออกกำลังกาย การบริหารอารมณ์ การปฐมพยาบาลและการกู้ชีพขั้นพื้นฐาน</p> <p>Health literacy concepts to prevent chronic non-communicable diseases, emerging disease; media literacy and health informatics; making healthy behavioral decisions; good nutrition; exercise; emotional management; First Aid and basic resuscitation</p>	<p>-ย้ายมาจากกลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อให้สอดคล้องกับค่านิยมของกลุ่มสาระ</p> <p>-ปรับรหัสรายวิชาให้สอดคล้องกับกลุ่มสาระ</p> <p>-ปรับชื่อวิชาให้ชัดเจน</p> <p>-ปรับคำอธิบายรายวิชาให้ครอบคลุมและชัดเจน</p>
	2.1.2 รายวิชาเลือก จำนวน 3 หน่วยกิต	เพิ่มเงื่อนไขรายวิชาเลือก
	<p>ศท. 192 การคิดแบบองค์รวม 3 (3-0-6) (GE 192 Holistic Thinking)</p> <p>แนวคิดการคิดแบบองค์รวม วิธีการเรียนรู้และการแสวงหาความรู้ด้วยตนเองอย่างมีคุณธรรมและมีความรับผิดชอบจากแหล่งความรู้หรือสารสนเทศที่หลากหลาย การคิดวิเคราะห์ การคิดแก้ไขปัญหา การคิดอย่างมีวิจารณญาณ การคิดสร้างสรรค์ การออกแบบความคิดสำหรับนวัตกรรม การคิดแบบองค์รวมเกี่ยวกับประเด็นทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม คุณธรรม จริยธรรม สิ่งแวดล้อม และการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงที่เชื่อมโยงกัน</p> <p>Holistic thinking concept; an ethical and responsible way of self-learning and</p>	รายวิชาใหม่ บูรณาการมาจากรายวิชา ศท. 113

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559)	หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2565)	เหตุผลประกอบ
	acquiring knowledge from a variety of sources of knowledge or information; analytical thinking; problem solving; critical thinking; creative thinking; design ideas for innovation; holistic thinking on social, economic, political, cultural, moral, ethical, and environmental issues and learning from real experience in combination, related experiences	
ศท. 141 คณิตศาสตร์ในชีวิตประจำวัน 3 (3-0-6) (GE 141 Mathematics for Daily Life) คณิตศาสตร์พื้นฐานและคณิตศาสตร์ เพื่อชีวิตประจำวัน ความน่าจะเป็น การ วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานทางคณิตศาสตร์และสถิติ Fundamental mathematics and mathematics for everyday life, probability, analysis of fundamental mathematical and statistical data.		ยกเลิกรายวิชา บูรณา การใหม่ เป็นรายวิชา ศท. 193
	ศท. 193 การวิเคราะห์และตัดสินใจ 3 (3-0-6) (GE 193 Analysis and Decision Making) ข้อมูลกับการตัดสินใจ การวิเคราะห์ข้อมูล ทางสถิติเพื่อการตัดสินใจ การวิเคราะห์ข้อมูลโดย ใช้หลักตรรกะ การวิเคราะห์การตัดสินใจ และ การประยุกต์ใช้เพื่อแก้ปัญหาในชีวิตประจำวัน Information and decision making; statistical analysis for decision making; logical data analysis; decision analysis; and application to solve everyday problems	รายวิชาใหม่ บูรณาการ มาจากรายวิชา ศท. 141
	ศท. 1901 จิตวิทยากับชีวิตประจำวัน 3 (3-0-6) (GE 1901 Psychology for Daily Life) ยกเว้น นักศึกษาสาขาวิชาจิตวิทยา ความรู้เบื้องต้นทางจิตวิทยา การเห็นคุณค่า ในตนเอง ความแตกต่างระหว่างบุคคล การเข้าใจ ตนเองและผู้อื่น กรอบความคิดแบบเติบโต ความ ฉลาดทางด้านอารมณ์ ความฉลาดในการแก้ไข ปัญหา การวิเคราะห์ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การจัดการความเครียด การจัดการความขัดแย้ง การปรับตัวทางสังคม	-รายวิชาใหม่ เพื่อให้ นักศึกษาได้มีโอกาส เลือกเรียนในรายวิชาที่ สนใจ

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559)	หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2565)	เหตุผลประกอบ
	An introduction to psychology; self-esteem; individual differences; self-realization and empathy; growth mindset; emotional intelligence; problem solving intelligence; interpersonal interaction analysis; stress management; conflict management; social adaptation	
	<p>ศท. 1902 อาหารเพื่อสุขภาพและความงาม 3 (3-0-6) (GE 1902 Food for Health and Beauty) ความสำคัญของอาหารเพื่อสุขภาพและความงาม ประเภทของอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพและความงาม อาหารสุขภาพในชีวิตประจำวัน ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่เหมาะสมสำหรับแต่ละช่วงวัยและแต่ละเพศ กฎหมายที่เกี่ยวข้องและการพิจารณาสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม แนวโน้มอาหารเพื่อสุขภาพและความงาม</p> <p>The importance of food for health and beauty; types of food and beverage for health and beauty; healthy food in daily life; dietary supplements for specific life-stage and gender group; legislations related to health and beauty products and considerations for health and beauty product advertisements; trends of food for health and beauty</p>	-รายวิชาใหม่ เพื่อให้ นักศึกษาได้มีโอกาส เลือกเรียนในรายวิชาที่ สนใจ
<p>ศท. 143 วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อคุณภาพชีวิต 3 (3-0-6) (GE 143 Science and Information Technology for the Quality of Life) กระบวนการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสารสนเทศในชีวิตประจำวัน ความปลอดภัยและจริยธรรมทางเทคโนโลยีสารสนเทศ วิจัยญาณในการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างรู้เท่าทัน ผลกระทบของเทคโนโลยีต่อมนุษย์และสังคม</p> <p>Learning scientific processes and information technology for daily life. Safety and ethics in information technology, judgment in using</p>		ยกเลิกรายวิชา บูรณาการใหม่ เป็นรายวิชา ศท. 144

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559)	หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2565)	เหตุผลประกอบ
information technology, Technology impacts on humans and society.		
	<p>2.2 นักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์สุขภาพ</p> <p>2.2.1 รายวิชาบังคับ จำนวน 3 หน่วยกิต</p> <p>ศท. 192 การคิดแบบองค์รวม 3 (3-0-6) (GE 192 Holistic Thinking)</p> <p>แนวคิดการคิดแบบองค์รวม วิธีการเรียนรู้ และการแสวงหาความรู้ด้วยตนเองอย่างมีคุณธรรมและมีความรับผิดชอบจากแหล่งความรู้หรือสารสนเทศที่หลากหลาย การคิดวิเคราะห์ การคิดแก้ไขปัญหา การคิดอย่างมีวิจารณญาณ การคิดสร้างสรรค์ การออกแบบความคิดสำหรับนวัตกรรม การคิดแบบองค์รวมเกี่ยวกับประเด็นทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม คุณธรรม จริยธรรม สิ่งแวดล้อม และการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงที่เชื่อมโยงกัน</p> <p>Holistic thinking concept; an ethical and responsible way of self-learning and acquiring knowledge from a variety of sources of knowledge or information; analytical thinking; problem solving; critical thinking; creative thinking; design ideas for innovation; holistic thinking on social, economic, political, cultural, moral, ethical, and environmental issues and learning from real experience in combination, related experiences</p>	<p>เพิ่มเงื่อนไขรายวิชาบังคับ</p> <p>รายวิชาใหม่ บูรณาการมาจากรายวิชา ศท. 113</p>
<p>ศท. 142 เล่าเรื่องสุขภาพ 3 (3-0-6) (GE 142 Health Myths)</p> <p>ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการมีสุขภาพดี การส่งเสริมสุขภาพในชีวิตประจำวัน การบริโภคอาหาร การออกกำลังกาย การบริหารอารมณ์ การป้องกันและแก้ไขปัญหาสุขภาพที่พบบ่อย และการปฐมพยาบาล</p> <p>General knowledge of wellness, health promotion in everyday life, food consumption, physical exercise, emotional management, prevention and treatment of common health problems and First Aid.</p>	<p>2.2.2 รายวิชาเลือก จำนวน 3 หน่วยกิต</p> <p>ศท. 191 สุขภาพดี นิวนอร์มัล 3 (3-0-6) (GE 191 New Normal Healthiness)</p> <p>แนวคิดความรู้ด้านสุขภาพเพื่อป้องกันโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง โรคอุบัติใหม่ การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศด้านสุขภาพ การตัดสินใจเลือกปฏิบัติพฤติกรรมสุขภาพที่ถูกต้อง โภชนาการที่ดี การออกกำลังกาย การบริหารอารมณ์ การปฐมพยาบาลและการกู้ชีพขั้นพื้นฐาน</p> <p>Health literacy concepts to prevent chronic non-communicable diseases, emerging disease; media literacy and health informatics; making healthy behavioral decisions; good nutrition;</p>	<p>เพิ่มเงื่อนไขรายวิชาเลือก</p> <p>-ย้ายมาจากกลุ่มวิชาคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อให้สอดคล้องกับค่านิยมของกลุ่มสาระ</p> <p>-ปรับรหัสรายวิชาให้สอดคล้องกับกลุ่มสาระ</p> <p>-ปรับชื่อวิชาให้ชัดเจน</p> <p>-ปรับคำอธิบายรายวิชาให้ครอบคลุมและชัดเจน</p>

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559)	หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2565)	เหตุผลประกอบ
	exercise; emotional management; First Aid and basic resuscitation	
ศท. 141 คณิตศาสตร์ในชีวิตประจำวัน 3 (3-0-6) (GE 141 Mathematics for Daily Life) คณิตศาสตร์พื้นฐานและคณิตศาสตร์ เพื่อชีวิตประจำวัน ความน่าจะเป็น การ วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานทางคณิตศาสตร์และสถิติ Fundamental mathematics and mathematics for everyday life, probability, analysis of fundamental mathematical and statistical data.		ยกเลิกรายวิชา บูรณาการใหม่ เป็น รายวิชา ศท. 193
	ศท. 193 การวิเคราะห์และตัดสินใจ 3 (3-0-6) (GE 193 Analysis and Decision Making) ข้อมูลกับการตัดสินใจ การวิเคราะห์ข้อมูล ทางสถิติเพื่อการตัดสินใจ การวิเคราะห์ข้อมูลโดย ใช้หลักตรรกะ การวิเคราะห์การตัดสินใจ และ การประยุกต์ใช้เพื่อแก้ปัญหาในชีวิตประจำวัน Information and decision making, statistical analysis for decision making, logical data analysis, decision analysis, and application to solve everyday problems.	รายวิชาใหม่ บูรณาการ มาจากรายวิชา ศท. 141
	ศท. 1901 จิตวิทยากับชีวิตประจำวัน 3 (3-0-6) (GE 1901 Psychology for Daily Life) ยกเว้น นักศึกษาสาขาวิชาจิตวิทยา ความรู้เบื้องต้นทางจิตวิทยา การเห็นคุณค่า ในตนเอง ความแตกต่างระหว่างบุคคล การเข้าใจ ตนเองและผู้อื่น กรอบความคิดแบบเติบโต ความ ฉลาดทางด้านอารมณ์ ความฉลาดในการแก้ไข ปัญหา การวิเคราะห์ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การจัดการความเครียด การจัดการความขัดแย้ง การปรับตัวทางสังคม An introduction to psychology; self- esteem; individual differences; self- realization and empathy; growth mindset; emotional intelligence; problem solving intelligence; interpersonal interaction analysis; stress management; conflict management; social adaptation	-รายวิชาใหม่ เพื่อให้ นักศึกษาได้มีโอกาส เลือกเรียนในรายวิชาที่ สนใจ

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559)	หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2565)	เหตุผลประกอบ
	<p>ศท. 1902 อาหารเพื่อสุขภาพและความงาม 3 (3-0-6) (GE 1902 Food for Health and Beauty) ความสำคัญของอาหารเพื่อสุขภาพและความงาม ประเภทของอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพและความงาม อาหารสุขภาพในชีวิตประจำวัน ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่เหมาะสมสำหรับแต่ละช่วงวัยและแต่ละเพศ กฎหมายที่เกี่ยวข้องและการพิจารณาสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม แนวโน้มอาหารเพื่อสุขภาพและความงาม</p> <p>The importance of food for health and beauty; types of food and beverage for health and beauty; healthy food in daily life; dietary supplements for specific life-stage and gender group; legislations related to health and beauty products and considerations for health and beauty product advertisements; trends of food for health and beauty</p>	-รายวิชาใหม่ เพื่อให้ นักศึกษาได้มีโอกาส เลือกเรียนในรายวิชาที่ สนใจ
	<p>3. กลุ่มสาระก้าวหน้าทันโลก นักศึกษาต้องศึกษารายวิชาในกลุ่มสาระก้าวหน้าทันโลก จำนวน 6 หน่วยกิต เป็นรายวิชาบังคับจำนวน 3 หน่วยกิต และรายวิชาเลือก 3 หน่วยกิต</p>	กลุ่มสาระวิชาใหม่ ที่ สอดคล้องกับมาตรฐาน ผลการเรียนรู้
	<p>3.1 รายวิชาบังคับ จำนวน 3 หน่วยกิต</p>	เพิ่มเงื่อนไขรายวิชาบังคับ
	<p>ศท. 144 เทคโนโลยีสีเขียว 3 (3-0-6) (GE 144 Green Technology) แนวคิด หลักการ และวิธีการของเทคโนโลยีสีเขียว การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสีเขียว พลังงานสีเขียวและเทคโนโลยีพลังงานจากของเสีย การพัฒนาอย่างยั่งยืนด้วยเทคโนโลยีสีเขียว ผลิตภาพสีเขียวคาร์บอนเครดิตและรอยเท้าคาร์บอน ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน มาตรฐานการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและการจัดการสำนักงานสีเขียว</p> <p>Concepts, principles and methods of green technology; green technology application; green energy and waste energy technology; sustainable development with green technology; green productivity; green carbon credits and carbon footprints; sustainable environmental management system;</p>	รายวิชาใหม่ บูรณาการ มาจาก ศท. 143

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559)	หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2565)	เหตุผลประกอบ
	environmental management and green office management standards	
	<p>3.2 รายวิชาเลือก จำนวน 3 หน่วยกิต</p> <p>ศท. 1401 การเป็นผู้ประกอบการในศตวรรษที่ 21 3 (3-0-6) (GE1401 Entrepreneurship in 21st Century)</p> <p>พื้นฐานของธุรกิจประเภทต่าง ๆ การวิเคราะห์โอกาสและการพัฒนาแนวคิดธุรกิจ โมเดลทางธุรกิจ การตลาด การบริหารทรัพยากรมนุษย์ และกฎระเบียบการค้าระหว่างประเทศ การเงินและความสามารถในการทำกำไรของผู้ประกอบการ และการเป็นผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ หลักการและแนวคิดเกี่ยวกับการค้าออนไลน์ ตลาดออนไลน์ ภาษีที่เกี่ยวข้องกับการค้าออนไลน์ จริยธรรมและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง</p> <p>Fundamentals of different types of business; opportunity analysis and business idea development; business model; marketing; human resource management and international trade regulations; finance and profitability of entrepreneurs and being an online store operator; principles and concepts of online commerce, online markets, taxes related to online commerce; ethics and related laws</p>	<p>เพิ่มเงื่อนไขรายวิชาเลือก</p> <p>-รายวิชาใหม่ เพื่อให้ นักศึกษาได้มีโอกาส เลือกเรียนในรายวิชาที่ สนใจ</p>
	<p>ศท. 1402 ปัญญาประดิษฐ์ในชีวิตประจำวัน 3 (3-0-6) (GE 1402 Artificial Intelligence in Daily Life)</p> <p>ยกเว้น นักศึกษาสาขาวิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ และสาขาวิชาวิศวกรรมซอฟต์แวร์</p> <p>หลักการพื้นฐานของปัญญาประดิษฐ์ ศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับปัญญาประดิษฐ์ การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ในชีวิตประจำวัน วิเคราะห์การทำงานของ AI ในชีวิตประจำวัน อนาคตของปัญญาประดิษฐ์</p> <p>Basic principles of Artificial Intelligence (A.I.); A.I. approaches; A.I. application in daily life; A.I. application process analysis; A.I. development tools; the future of A.I.</p>	<p>-รายวิชาใหม่ เพื่อให้ นักศึกษาได้มีโอกาส เลือกเรียนในรายวิชาที่ สนใจ</p>

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559)	หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2565)	เหตุผลประกอบ
	<p>ศท. 1403 รู้ทันเทคโนโลยีดิจิทัล 3 (3-0-6) (GE 1403 Digital Technology Literacy)</p> <p>ยกเว้น นักศึกษาสาขาวิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ และสาขาวิชาวิศวกรรมซอฟต์แวร์</p> <p>การใช้ การเข้าใจ การสร้างและการเข้าถึง เทคโนโลยีดิจิทัล ดิจิทัลทรานส์ฟอร์มเมชันกับการปรับตัวยุคดิจิทัล การเข้าใจปัญญาประดิษฐ์ ข้อมูลขนาดใหญ่ บล็อกเชน การประยุกต์ใช้เครื่องมือ เพื่อนำเสนอสารสนเทศในรูปแบบอินโฟกราฟิก การทำงานร่วมกันผ่านระบบออนไลน์ และระบบคลาวด์ การรักษาความปลอดภัยของข้อมูล การสำรองข้อมูล และจริยธรรมการใช้คอมพิวเตอร์</p> <p>Using, understanding, creating and accessing digital technology; digital transformation and adaptation in the digital age; understanding artificial intelligence; big data; blockchain; application of tools to present information in infographics; online collaboration and cloud; data security backup; and computer ethics</p>	<p>-รายวิชาใหม่ เพื่อให้ นักศึกษาได้มีโอกาส เลือกเรียนในรายวิชาที่ สนใจ</p>
	<p>ศท. 1404 การบริหารความมั่งคั่งโดยหุ้นและสินทรัพย์ดิจิทัล 3 (3-0-6) (GE 1404 Wealth management by Stock and Digital Assets)</p> <p>ประวัติความเป็นมา ความหมาย และประเภทของหุ้น สินทรัพย์ดิจิทัล การประยุกต์ใช้สินทรัพย์ดิจิทัลในปัจจุบัน การลงทุนและความเสี่ยง การซื้อขายและลงทุนในหุ้น และสินทรัพย์ดิจิทัลอย่างง่าย จริยธรรมในการลงทุน</p> <p>History; meaning and type of stock and digital assets; application of digital assets; investment and risk; simple trade and investment in bond market and digital assets; investment ethics</p>	<p>-รายวิชาใหม่ เพื่อให้ นักศึกษาได้มีโอกาส เลือกเรียนในรายวิชาที่ สนใจ</p>

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559)	หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2565)	เหตุผลประกอบ
	ศท. 1405 เทคโนโลยีดนตรีสำหรับบุคคลทั่วไป 3 (3-0-6) (GE 1405 Music Technology for Non-Musicians)	-รายวิชาใหม่ เพื่อให้ นักศึกษาได้มีโอกาส เลือกเรียนในรายวิชาที่ สนใจ
	ยกเว้น นักศึกษาวิทยาลัยดุริยางคศิลป์ การใช้แอปพลิเคชันที่นิยมในสมัยปัจจุบัน ผลิตผลงานทางดนตรีอย่างง่าย และสามารถ นำเสนอผลงานต่อสาธารณชนได้อย่างสร้างสรรค์ Using today's popular applications to produce simple music productions and be able to present the works to the public creatively	
	ศท. 1406 ความเป็นพลเมืองดิจิทัล 3 (3-0-6) (GE 1406 Digital Citizenship) พลเมืองดิจิทัล การรู้เท่าทันสื่อในยุคดิจิทัล ความรับผิดชอบต่อตนเอง และสังคมในการใช้ เทคโนโลยี ความรู้เกี่ยวกับสื่อและสารสนเทศ จริยธรรม และการมีส่วนร่วมทางสังคมและ การเมืองอย่างเหมาะสม Digital citizenship that knows how to use media in the digital age knowingly with personal and social responsibility; media and information knowledge; ethics and morals; and proper participation in politics and society	-รายวิชาใหม่ เพื่อให้ นักศึกษาได้มีโอกาส เลือกเรียนในรายวิชาที่ สนใจ
3. กลุ่มวิชาภาษาเพื่อการสื่อสาร	4. กลุ่มสาระภาษาเพื่อการสื่อสาร	-ปรับกลุ่มวิชา เป็นกลุ่ม สาระ เพื่อให้สอดคล้อง กับมาตรฐานผลการ เรียนรู้
3.1 หลักสูตรไทย	4.1 หลักสูตรไทย	
นักศึกษาต้องศึกษารายวิชาในกลุ่มวิชา ภาษาเพื่อการสื่อสาร จำนวน 12 หน่วยกิต เป็น รายวิชาภาษาไทย จำนวน 3 หน่วยกิต และ รายวิชาภาษาอังกฤษ จำนวน 9 หน่วยกิต ดังต่อไปนี้	นักศึกษาต้องศึกษารายวิชาในกลุ่มสาระ ภาษาเพื่อการสื่อสาร จำนวน 12 หน่วยกิต เป็น รายวิชาบังคับ จำนวน 3 หน่วยกิต และรายวิชา เลือก 9 หน่วยกิต	

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559)	หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2565)	เหตุผลประกอบ
ศท. 130 ภาษาอังกฤษสำหรับชีวิตประจำวัน 0 (3-0-6) (GE 130 English for Daily Life) การฟัง พูด อ่าน เขียน ภาษาอังกฤษ เบื้องต้น เพื่อการสื่อสารตามสถานการณ์ต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน Basic skills of listening, speaking, reading, and writing English for communication in various situations in everyday life.	4.1.1 รายวิชาบังคับ จำนวน 3 หน่วยกิต	เพิ่มเงื่อนไขรายวิชาบังคับ ยกเลิกรายวิชา บูรณา การใหม่ เป็นรายวิชา ศท. 138
ศท. 135 ภาษาอังกฤษสำหรับการสื่อสารข้าม วัฒนธรรม 3 (3-0-6) (GE 135 English for Cross-Cultural Communication) การอ่านความเรียงเพื่อความเข้าใจ วัฒนธรรมร่วม และการแสดงความคิดเห็น การ นำเสนอ เพื่อการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมได้อย่าง เหมาะสม Select readings for multicultural comprehension, expressing opinions and presenting ideas for proper cross-cultural communication.		ยกเลิกรายวิชา บูรณา การใหม่ เป็นรายวิชา ศท. 138
ศท. 136 ภาษาอังกฤษจากสื่อเพื่อการเรียนรู้ ตลอดชีวิต 3 (3-0-6) (GE 136 English Through Media for Lifelong Learning) การฟังและการอ่าน จากสื่อสิ่งพิมพ์และ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อการเรียนรู้และทำความเข้าใจ สามารถโต้ตอบและนำเสนอในรูปแบบของ การแสดงความคิดเห็นผ่านการเขียน การพูด และการส่งข้อมูลโดยสื่อต่าง ๆ Listening and reading from printed materials and electronic media to learn and understand information, being able to respond and express opinions through writing, speaking, and text messages via various channels.		ยกเลิกรายวิชา บูรณา การใหม่ เป็นรายวิชา ศท. 138

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559)	หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2565)	เหตุผลประกอบ
	ศท. 138 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในสังคม พหุวัฒนธรรม 3 (3-0-6) (GE 138 English for Communication in Multicultural Societies) การฝึกและพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อ สื่อสาร และเข้าใจความหลากหลายทางวัฒนธรรม ในสังคม The practice and development of English language skills for communicating and understanding various cultures in societies.	-รายวิชาใหม่ บูรณาการ มาจากรายวิชา ศท. 135 และ ศท. 136
	4.1.2 รายวิชาเลือก จำนวน 9 หน่วยกิต	เพิ่มเติมเนื้อหาวิชาเลือก
ศท. 127 ภาษาไทยเพื่อการเรียนรู้ 3 (3-0-6) (GE127 Thai Learning) ทักษะการใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ด้านการฟัง การพูด การอ่านและการเขียน โดย เน้นการจับใจความสำคัญและการวิเคราะห์เพื่อ ใช้ในชีวิตประจำวัน Communication skills in listening, speaking, reading and writing, with an emphasis on main ideas and analysis for everyday use.	ศท. 127 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารในยุคดิจิทัล 3 (3-0-6) (GE 127 Thai for Communication in the Digital Age) การพัฒนาทักษะการใช้ภาษาไทยเพื่อการ สื่อสาร ด้านการฟัง การพูดเสนอผลงาน การอ่าน การเขียน โดยเน้นการจับใจความสำคัญและการ วิเคราะห์เพื่อใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างถูกต้อง และเหมาะสมในยุคดิจิทัล Development of language skills in Thai for Communication comprising listening, oral presentation, reading, and writing emphasizing main ideas and analysis to perform accurately in daily life and appropriately in the digital age.	-ปรับชื่อวิชาให้ทันสมัย -ปรับคำอธิบายรายวิชา เพื่อให้เนื้อหาครอบคลุม และสามารถนำไป ประยุกต์ใช้ได้จริง
	ศท. 137 ภาษาอังกฤษเพื่อการเขียนและการ นำเสนอเชิงวิชาการ 3 (3-0-6) (GE 137 English Academic Writing and Presentation Skills) การใช้คำศัพท์ รูปแบบและสำนวนภาษา สำหรับการเขียนเชิงวิชาการ หรือการเขียน รายงาน และการฝึกการนำเสนอที่เป็นทางการ และไม่เป็นทางการ Vocabulary and language style and rhetoric use for academic writing or papers and practice of formal and informal presentation.	-รายวิชาใหม่ ปรับจากรายวิชาในหลักสูตรนานาชาติ

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559)	หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2565)	เหตุผลประกอบ
	ศท. 139 การฟังและการพูดภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 3 (3-0-6) (GE 139 Listening and Speaking English for Communication) การฝึกทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษในสถานการณ์ต่างๆ การอภิปราย การตีความและวิเคราะห์ข้อความจากการสนทนา การนำเสนอ ข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ Listening and speaking English practice in various situations, discussion, interpretations and analyzing conversations, presentation of the information from various sources	-รายวิชาใหม่ โดยปรับปรุงเนื้อหาบางส่วนมาจากรายวิชา ศท. 130 เพื่อเตรียมความพร้อมและเพิ่มศักยภาพด้านทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษให้นักศึกษา
ศท. 431 ภาษาอังกฤษเพื่อการทำงาน 3 (3-0-6) (GE 431 English in the Work Place) การใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสมัครงาน ภาษาอังกฤษในที่ทำงาน การอ่าน การเขียนและการสนทนาในบริบทของงานประเภทต่าง ๆ English language for job applications and in the work place. Reading, writing and conversation in different working situations.	ศท. 231 ภาษาอังกฤษเพื่ออาชีพ 3 (3-0-6) (GE 231 English for Career) การใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสมัครงาน ภาษาอังกฤษในที่ทำงาน การอ่าน การเขียนและการสนทนาในบริบทของงานประเภทต่าง ๆ English language for job applications and in the work place. Reading, writing and conversation in different working situations.	-ปรับรหัสรายวิชาให้สอดคล้องกับกลุ่มสาระ -ปรับชื่อวิชาให้ชัดเจน
	ศท. 1501 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน 3 (3-0-6) (GE 1501 Chinese for Daily Communication) ยกเว้น นักศึกษาสาขาวิชาภาษาและวัฒนธรรมจีน การสนทนาภาษาจีนระดับเบื้องต้นในชีวิตประจำวันด้านชีวิตความเป็นอยู่ ครอบครัว สังคม และวัฒนธรรมของประเทศจีน Basic Chinese conversation in daily life in aspects of life, family, society and culture of China.	-รายวิชาใหม่ เพื่อให้ นักศึกษาได้มีโอกาสเลือกเรียนในรายวิชาที่สนใจ

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559)	หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2565)	เหตุผลประกอบ
	ศท. 1601 ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน 3 (3-0-6) (GE 1601 Japanese for Daily Communication) ยกเว้น นักศึกษาสาขาวิชาภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น ไวยากรณ์ภาษาญี่ปุ่น ทักษะการฟัง ทักษะการพูด การสื่อสารภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้น สำหรับการในชีวิตประจำวัน และสังคมวัฒนธรรม ญี่ปุ่น Japanese grammar, listening skills, speaking skills, basic Japanese communication for daily life and Japanese cultural society	-รายวิชาใหม่ เพื่อให้ นักศึกษาได้มีโอกาส เลือกเรียนในรายวิชาที่ สนใจ
	ศท. 173 ภาษาเกาหลีเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน 3 (3-0-6) (GE 173 Korean for Daily Communication) ยกเว้น นักศึกษาที่เรียนวิชาโทภาษาเกาหลี ไวยากรณ์ภาษาเกาหลี ทักษะการฟัง ทักษะ การพูด การสื่อสารภาษาเกาหลีเบื้องต้นสำหรับ การในชีวิตประจำวัน และสังคมวัฒนธรรมเกาหลี	-รายวิชาใหม่ เพื่อให้ นักศึกษาได้มีโอกาส เลือกเรียนในรายวิชาที่ สนใจ
	Korean grammar, listening skills, speaking skills, basic Korean communication for daily life and Korean cultural society	

1.3 หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า 93 หน่วยกิต

นักศึกษาจะต้องศึกษารายวิชาในหมวดวิชาเฉพาะให้ได้แต้มเฉลี่ยสะสมไม่น้อยกว่า 2.00 โดยศึกษารายวิชาในกลุ่มวิชาต่อไปนี้

1.3.1 กลุ่มวิชาแกนธุรกิจ

หลักสูตร พ.ศ. 2560	หลักสูตรปรับปรุง 2565	เหตุผลประกอบ
กลุ่มวิชาแกนธุรกิจ จำนวน 36 หน่วยกิต นักศึกษาจะต้องศึกษารายวิชาต่อไปนี้ จำนวน 36 หน่วยกิต	กลุ่มวิชาแกนธุรกิจ จำนวน 36 หน่วยกิต นักศึกษาจะต้องศึกษารายวิชาต่อไปนี้ จำนวน 36 หน่วยกิต	<u>หน่วยกิตคงเดิม</u> ปรับเปลี่ยนรายวิชา เพื่อให้สอดคล้องกับ วัตถุประสงค์
กม. 102 กฎหมายธุรกิจ 3 (3-0-6) หน่วยกิต (LA 102 BUSINESS LAW) กฎหมายเกี่ยวกับการจัดองค์กรธุรกิจ และกฎหมายเกี่ยวกับการประกอบกิจกรรมทาง ธุรกิจ หลักกฎหมายซื้อขาย เช่าทรัพย์สิน เช่าซื้อ กู้ยืม ค่าประกัน จำนอง จำนำ กฎหมายเกี่ยวกับตราสารทางการเงิน ตราสารทุนและตราสารหนี้ กฎหมายที่เกี่ยวข้อง กับอิเล็กทรอนิกส์	กม. 102 กฎหมายธุรกิจ 3 (3-0-6) หน่วยกิต (LA 102 BUSINESS LAW) กฎหมายเกี่ยวกับการจัดองค์กรธุรกิจ และกฎหมายเกี่ยวกับการประกอบกิจกรรมทาง ธุรกิจ หลักกฎหมายซื้อขาย เช่าทรัพย์สิน เช่าซื้อ กู้ยืม ค่าประกัน จำนอง จำนำ กฎหมายเกี่ยวกับตราสารทางการเงิน ตราสารทุนและตราสารหนี้ กฎหมายที่ เกี่ยวข้องกัอิเล็กทรอนิกส์	<u>คงเดิม</u>
บช. 111 การบัญชีสำหรับธุรกิจ 3 (3-0-6) หน่วยกิต (AC 111 ACCOUNTING FOR BUSINESS) ความหมาย วัตถุประสงค์ ความสำคัญ และจรรยาบรรณทางด้านบัญชี การใช้ประโยชน์ ของข้อมูลทางการบัญชี กรอบแนวคิดในการ จัดทำบัญชี ความรู้เกี่ยวกับหลักการ และวิธีการ บัญชีตามหลักการบัญชี การรายงานทางการเงิน วิธีการบัญชีเกี่ยวกับภาษีมูลค่าเพิ่ม	บช. 111 การบัญชีสำหรับธุรกิจ 3 (3-0-6) หน่วยกิต (AC 111 ACCOUNTING FOR BUSINESS) ความหมาย วัตถุประสงค์ ความสำคัญ และจรรยาบรรณทางด้านบัญชี การใช้ประโยชน์ ของข้อมูลทางการบัญชี กรอบแนวคิดในการ จัดทำบัญชีตามหลักบัญชีมาตรฐานสากล ความรู้เกี่ยวกับหลักการ และวิธีการบัญชีตาม หลักการบัญชี การจัดทำรายงานทางการเงิน วิธีการบัญชีเกี่ยวกับภาษีมูลค่าเพิ่ม การประยุกต์ ใช้เทคโนโลยีทางการบัญชีและนวัตกรรม ทางการบัญชี	<u>ปรับคำอธิบายรายวิชา</u> เพื่อให้เนื้อหาครอบคลุม และมีความทันสมัยยิ่งขึ้น

หลักสูตร พ.ศ. 2560	หลักสูตรปรับปรุง 2565	เหตุผลประกอบ
<p>กง. 209 การเงินธุรกิจ 3 (3-0-6) หน่วยกิต (FN 209 BUSINESS FINANCE) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บช. 111) เป้าหมายและหน้าที่ทางการเงิน การวิเคราะห์งบการเงิน การวางแผนและพยากรณ์ทางการเงิน การบริหารเงินทุนหมุนเวียน งบประมาณ เงินทุน แหล่งเงินทุนและต้นทุนเงินทุน นโยบายการจ่ายเงินปันผล</p>	<p>บธ. 209 การเงินธุรกิจ 3 (3-0-6) หน่วยกิต (BA 209 BUSINESS FINANCE) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บช. 111) เป้าหมายและหน้าที่ของการจัดการทางการเงิน มูลค่าเงินตามเวลา การวิเคราะห์การเงินขั้นพื้นฐาน การพยากรณ์และวางแผนทางการเงิน การจัดการสินทรัพย์ การจัดหาเงินทุน โครงสร้างของเงินทุน การประเมินโครงการลงทุน นโยบายการจ่ายเงินปันผล สินทรัพย์ดิจิทัล การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางการเงิน และนวัตกรรมทางการเงิน</p>	<p>1.เปลี่ยนรหัสวิชา ตามการบริหารจัดการ ของคณะบริหารธุรกิจ 2.ปรับคำอธิบายรายวิชา เพื่อให้เนื้อหาครอบคลุม และมีความทันสมัยยิ่งขึ้น</p>
<p>บช. 319 การบัญชีเพื่อการจัดการ 3 (3-0-6) หน่วยกิต (AC 319 MANAGERIAL ACCOUNTING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 101 และ บช. 111) วัตถุประสงค์ และขอบเขตของ การบัญชีต้นทุนและการบัญชีเพื่อการจัดการ การวิเคราะห์พฤติกรรมต้นทุนและเทคนิค ในการประมาณต้นทุน วิธีการต้นทุนผันแปรและ ต้นทุนรวม การใช้ข้อมูลต้นทุน เพื่อการตัดสินใจ และการนำเสนอสารสนเทศทางการ บัญชีเพื่อการจัดการไปใช้ในกระบวนการบริหาร</p>	<p>บช. 319 การบัญชีเพื่อการจัดการ 3 (3-0-6) หน่วยกิต (AC 319 MANAGERIAL ACCOUNTING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 101 และ บช. 111) การวิเคราะห์ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อนำไปใช้ ในกระบวนการบริหาร โดยศึกษาเกี่ยวกับการ บัญชีต้นทุนรวม การบัญชีต้นทุนผันแปร การ วิเคราะห์ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อการตัดสินใจ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปริมาณ ต้นทุน และกำไร รวมทั้งการบัญชีบริหารร่วม สมัยสำหรับการวางแผน การควบคุมและการ ตัดสินใจ</p>	<p>ปรับคำอธิบายรายวิชา เพื่อให้เนื้อหาชัดเจน ยิ่งขึ้น</p>
<p>ศศ. 203 เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ 3 (3-0-6) หน่วยกิต (EC 203 BUSINESS ECONOMICS) ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับแนวคิดทาง เศรษฐศาสตร์ ระบบเศรษฐกิจ อุปสงค์ อุปทาน และดุลยภาพ ความยืดหยุ่นของอุปสงค์และ อุปทาน ทฤษฎีผู้บริโภค ทฤษฎีผู้ผลิต รายรับ และต้นทุนการผลิต การกำหนดราคาสินค้า และปัจจัยการผลิตในตลาดแข่งขันสมบูรณ์และ ไม่สมบูรณ์ เงินเฟ้อ เงินฝืด นโยบายการเงิน และนโยบายการคลัง การค้าและการเงิน ระหว่างประเทศ</p>	<p>บธ. 203 เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ 3 (3-0-6) หน่วยกิต (BA 203 BUSINESS ECONOMICS) ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับแนวคิดทาง เศรษฐศาสตร์ ระบบเศรษฐกิจ อุปสงค์ อุปทาน และดุลยภาพ ความยืดหยุ่นของอุปสงค์และ อุปทาน ทฤษฎีผู้บริโภค ทฤษฎีผู้ผลิต รายรับ และต้นทุนการผลิต การกำหนดราคาสินค้า และปัจจัยการผลิตในตลาดแข่งขันสมบูรณ์และ ไม่สมบูรณ์ เงินเฟ้อ เงินฝืด นโยบายการเงิน และนโยบายการคลัง การค้าและการเงิน ระหว่างประเทศ</p>	<p>1.เปลี่ยนรหัสวิชา ตามการบริหารจัดการ ของคณะบริหารธุรกิจ</p>

หลักสูตร พ.ศ. 2560	หลักสูตรปรับปรุง 2565	เหตุผลประกอบ
<p>บธ. 101 องค์กรและการจัดการ 3 (3-0-6) หน่วยกิต (BA 101 ORGANIZATION AND MANAGEMENT) แนวคิดพื้นฐานทางธุรกิจและธุรกิจระหว่างประเทศ หน้าที่งานทางธุรกิจ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ วิวัฒนาการทางการจัดการ ลักษณะขององค์กร หลักการจัดการ หน้าที่ทางการจัดการ จริยธรรมในองค์กร</p>	<p>บธ. 101 องค์กรและการจัดการ 3 (3-0-6) หน่วยกิต (BA 101 ORGANIZATION AND MANAGEMENT) แนวคิดพื้นฐานทางธุรกิจ รูปแบบการจัดตั้งองค์กรธุรกิจ หน้าที่งานทางธุรกิจ และการจัดการในบริบทที่เปลี่ยนแปลง สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และธุรกิจระหว่างประเทศ วิวัฒนาการทางการจัดการ ลักษณะขององค์กร หลักการจัดการ หน้าที่ทางการจัดการ และจริยธรรมในองค์กร</p>	<p><u>ปรับคำอธิบายรายวิชา</u> เพื่อให้เนื้อหาครอบคลุม และมีความทันสมัยยิ่งขึ้น</p>
<p>บธ. 102 หลักการตลาด 3 (3-0-6) หน่วยกิต (BA 102 PRINCIPLES OF MARKETING) แนวคิดทางการตลาด การตลาดเพื่อสังคม และจรรยาบรรณของนักการตลาด สภาพแวดล้อม ระบบสารสนเทศทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การบริหารผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด</p>	<p>บธ. 102 หลักการตลาดและการตลาดดิจิทัล (3-0-6) หน่วยกิต (BA 102 PRINCIPLES OF MARKETING AND DIGITAL MARKETING) แนวคิดทางการตลาด บทบาทการตลาดที่มีต่อเศรษฐกิจในยุคดิจิทัล จรรยาบรรณของนักการตลาด สภาพแวดล้อมทางการตลาด การบริหารการตลาด ระบบข้อมูลทางการตลาด การวิจัยตลาด การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ส่วนประสมทางการตลาด การตลาดดิจิทัล และการตลาดเชิงเนื้อหา ตลอดจนกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค</p>	<p>1. <u>ปรับชื่อรายวิชา</u> เพื่อให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น 2. <u>ปรับคำอธิบายรายวิชา</u> เพื่อให้เนื้อหาครอบคลุม และมีความทันสมัยยิ่งขึ้น</p>
<p>บธ. 200 สถิติธุรกิจ 3 (3-0-6) หน่วยกิต (BA 200 BUSINESS STATISTICS) สถิติกับการตัดสินใจทางธุรกิจ ความน่าจะเป็น และการนำไปประยุกต์ทางธุรกิจ การประมาณค่า การทดสอบสมมติฐานทางสถิติที่ใช้พารามิเตอร์ การวิเคราะห์ความแปรปรวน การวิเคราะห์การถดถอยและสหสัมพันธ์อย่างง่าย การทดสอบสมมติฐานทางสถิติที่ไม่ใช้พารามิเตอร์ และการวิเคราะห์ข้อมูลที่อยู่ในรูปความถี่</p>	<p>---</p>	<p><u>ยกเลิก</u> เนื่องจากสามารถนำไปบูรณาการร่วมกับวิชาวิจัยในแต่ละหลักสูตร</p>

หลักสูตร พ.ศ. 2560	หลักสูตรปรับปรุง 2565	เหตุผลประกอบ
<p>บธ. 201 การจัดการการผลิตและการดำเนินงาน 3 (3-0-6) หน่วยกิต (BA 201 PRODUCTION AND OPERATIONS MANAGEMENT)</p> <p>(วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 101)</p> <p>การวางแผน การดำเนินงาน และการควบคุมการผลิตสินค้าและบริการ การออกแบบผลิตภัณฑ์และกระบวนการดำเนินงาน เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานและการผลิต การจัดการคุณภาพ การบริหารโครงการ การพยากรณ์ การจัดการสินค้าคงคลัง การวางแผนกำลังการผลิตและความต้องการทรัพยากร การจัดการห่วงโซ่อุปทาน</p>	<p>บธ. 201 การจัดการการผลิตและการดำเนินงาน 3 (3-0-6) หน่วยกิต (BA 201 PRODUCTION AND OPERATIONS MANAGEMENT)</p> <p>(วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 101)</p> <p>การจัดการการผลิต การพยากรณ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์และกระบวนการดำเนินงาน การเพิ่มผลผลิตในองค์การ การจัดการสินค้าคงเหลือ การบริหารเวลาโครงการ การจัดการคุณภาพ การจัดการโซ่อุปทาน และการใช้เทคโนโลยีเพื่อการตัดสินใจเชิงปริมาณ</p>	<p><u>ปรับคำอธิบายรายวิชา</u> เพื่อให้เนื้อหาครอบคลุมและมีความทันสมัยยิ่งขึ้น</p>
<p>บธ. 202 การภาษีอากรธุรกิจ 3 (3-0-6) หน่วยกิต (BA 202 BUSINESS TAXATION)</p> <p>หลักเกณฑ์ ข้อกำหนดประมวลรัษฎากร ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่าย ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีสรรพสามิต และภาษีสศุลกากร ภาษีธุรกิจเฉพาะ ออกรแสตมป์ ภาษีโรงเรือนและที่ดิน และภาษีป้าย การวางแผนภาษีอากรสำหรับธุรกิจ</p>	<p>บธ. 202 การภาษีอากรธุรกิจ 3 (3-0-6) หน่วยกิต (BA 202 BUSINESS TAXATION)</p> <p>การจัดการด้านภาษีของกิจการ โดยใช้หลักเกณฑ์และวิธีการจัดเก็บภาษีอากรต่างๆ ตามประมวลรัษฎากรที่ใช้อยู่ในปัจจุบันและภาษีอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ได้แก่ ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีหัก ณ ที่จ่าย ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ ออกรแสตมป์ ภาษีการรับมรดก ภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ภาษีป้าย ภาษีสรรพสามิต ภาษีสศุลกากร รวมทั้งภาษีที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์</p>	<p><u>ปรับคำอธิบายรายวิชา</u> เพื่อให้เนื้อหาครอบคลุมและมีความทันสมัยยิ่งขึ้น</p>
<p>บธ. 301 จริยธรรมธุรกิจและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน 3 (3-0-6) หน่วยกิต (BA 301 BUSINESS ETHICS AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT)</p> <p>ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับจริยธรรมธุรกิจ บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของธุรกิจที่มีต่อสังคม ผลกระทบของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีต่อการบริหารงาน แนวคิดเกี่ยวกับกิจการเพื่อสังคม ความรับผิดชอบต่อธุรกิจที่มีต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ ในสังคม หลักการการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน ความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการกับการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน</p>	<p>.....</p>	<p><u>ยกเลิก</u> เนื่องจากสามารถนำไปบูรณาการร่วมกับวิชาในแต่ละหลักสูตร</p>

หลักสูตร พ.ศ. 2560	หลักสูตรปรับปรุง 2565	เหตุผลประกอบ
<p>บธ. 401 การจัดการเชิงกลยุทธ์ 3 (3-0-6) หน่วยกิต (BA 401 STRATEGIC MANAGEMENT) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102 บธ. 201 และ กง. 209) แนวคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์ กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ การวิเคราะห์ สภาพแวดล้อม การวิเคราะห์การแข่งขัน ในอุตสาหกรรม และการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อนของธุรกิจ การวางแผนกลยุทธ์ ในระดับต่าง ๆ</p>	<p>บธ. 401 การจัดการเชิงกลยุทธ์ 3 (3-0-6) หน่วยกิต (BA 401 STRATEGIC MANAGEMENT) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชาบธ. 101และ บธ. 102) แนวคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์ กระบวนการ จัดการเชิงกลยุทธ์และการใช้เครื่องมือทางการ บริหารเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน และภายนอก การวิเคราะห์การแข่งขันใน อุตสาหกรรม จริยธรรมความรับผิดชอบต่อ สังคม และความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อมกับการ วางแผนกลยุทธ์ การกำหนดกลยุทธ์ในระดับ ต่างๆ การดำเนินกลยุทธ์ และการประเมินกล ยุทธ์</p>	<p>1. <u>ปรับรายวิชาบังคับก่อน</u> เนื่องจากเนื้อหาในรายวิชา บธ. 101 และ บธ. 102 เพียงพอต่อการศึกษาใน รายวิชานี้</p> <p>2. <u>ปรับคำอธิบายรายวิชา</u> เพื่อให้เนื้อหาครอบคลุม ยิ่งขึ้น</p>
	<p>บธ. 204 พฤติกรรมองค์การและการบริหาร ทรัพยากรมนุษย์ (3-0-6) หน่วยกิต (BA 204 ORGANIZATIONAL BEHAVIOR AND HUMAN RESOURCE MANAGEMENT) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 101) แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการจัดการ พฤติกรรมของมนุษย์ในองค์การ การจัดการใน ระดับปัจเจกบุคคล ระดับกลุ่มและระดับ องค์การ การประยุกต์ใช้แนวคิดการบริหาร ทรัพยากรมนุษย์เพื่อเพิ่มประสิทธิผลของ องค์การ หน้าที่ของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ และปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของมนุษย์และ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในองค์การ</p>	<p><u>รายวิชาใหม่</u> เพื่อให้ผู้เรียนมี คุณลักษณะตาม วัตถุประสงค์ของกลุ่มวิชา แกนธุรกิจ</p>
	<p>บธ. 205 เทคโนโลยีสำหรับธุรกิจ 3 (3-0-6) หน่วยกิต (BA 205 TECHNOLOGIES IN BUSINESS) บทบาทของเทคโนโลยีดิจิทัล ความรู้ความ เข้าใจเกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence หรือ AI) ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) บล็อกเชน (Blockchain) โดรน (Drones) อินเทอร์เน็ตเพื่อทุกสิ่ง (Internet of Things : IoT) หุ่นยนต์ (Robots) โลกเสมือน จริง (Virtual Reality หรือ VR) และเทคโนโลยี แห่งอนาคตเพื่อการประยุกต์ใช้กับงานด้าน บริหารธุรกิจ</p>	<p><u>รายวิชาใหม่</u> เพื่อให้ผู้เรียนมี คุณลักษณะตาม วัตถุประสงค์ของกลุ่มวิชา แกนธุรกิจ</p>

1.3.2 กลุ่มวิชาเอกบังคับ

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลประกอบ
กลุ่มวิชาเอกบังคับ จำนวน 43 หน่วยกิต นักศึกษาจะต้องศึกษารายวิชาต่อไปนี้ จำนวน 43 หน่วยกิต	กลุ่มวิชาเอกบังคับ จำนวน 45 หน่วยกิต นักศึกษาจะต้องศึกษารายวิชาต่อไปนี้ จำนวน 45 หน่วยกิต	เพิ่มหน่วยกิต จำนวน 2 หน่วยกิต เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ของหลักสูตร และคุณลักษณะของ บัณฑิตที่พึงประสงค์ ตามการปรับปรุง หลักสูตร
กต. 211 พฤติกรรมผู้บริโภค 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MK 211 CONSUMER BEHAVIOR) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับพฤติกรรม ผู้บริโภค การตอบสนองความต้องการที่ แตกต่างของผู้บริโภคในแต่ละวัฒนธรรม ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมและกระบวนการ ตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค พฤติกรรมการซื้อ ขององค์กร พฤติกรรมผู้บริโภคกับส่วนประสม ทางการตลาด และการคุ้มครองผู้บริโภค	กต. 211 การวิเคราะห์และออกแบบ พฤติกรรมผู้บริโภค 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MK 211 CONSUMER BEHAVIOR ANALYSIS AND DESIGN) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับพฤติกรรม ผู้บริโภค ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม ผู้บริโภค แบบจำลองกระบวนการในการ ตัดสินใจซื้อ ส่วนประสมทางการตลาดกับ พฤติกรรมผู้บริโภค เศรษฐศาสตร์เชิง พฤติกรรม ความพึงพอใจและความภักดี การ วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ความเข้าใจ ผู้บริโภคในเชิงลึก และการคุ้มครองผู้บริโภค	1. <u>ปรับชื่อรายวิชา</u> เพื่อให้มีความทันสมัย มากยิ่งขึ้น 2. <u>ปรับคำอธิบายรายวิชา</u> เพื่อให้เนื้อหาครอบคลุมและทันสมัย มากยิ่งขึ้น
กต. 212 การจัดการผลิตภัณฑ์และตราสินค้า 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MK 212 PRODUCT AND BRAND MANAGEMENT) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) แนวความคิดเกี่ยวกับการจัดการ ผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ วงจรชีวิต ผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และ บรรจุภัณฑ์ ความหมายของตราสินค้า กระบวนการสร้างตราสินค้า กลยุทธ์ตรา สินค้า และการสร้างตราสินค้าให้สามารถ แข่งขันได้ในตลาดโลก การมีจริยธรรมในการ จัดการผลิตภัณฑ์และตราสินค้า	---	ยกเลิกรายวิชา โดยบูรณาการเป็นรายวิชา กต.216 การจัดการผลิตภัณฑ์ และ กต. 327 การสร้างแบรนด์

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลประกอบ
<p>กต. 214 การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MK 214 MARKETING CHANNEL MANAGEMENT) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) บทบาท หน้าที่ของช่องทางการจัดจำหน่ายแต่ละรูปแบบ โครงสร้างและวิธีการดำเนินงานของสถาบันคนกลางทางการตลาด ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการช่องทางการตลาด ข้อขัดแย้งและความร่วมมือของสถาบันคนกลาง การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ การควบคุมสมาชิกในช่องทางการตลาด การกระจายสินค้าทั้งในและต่างประเทศ และการประเมินผลสมาชิกในช่องทางการตลาด</p>	<p>กต. 214 ช่องทางการตลาดดิจิทัล 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MK 214 DIGITAL MARKETING CHANNEL) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการบริหารช่องทางการตลาด ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการช่องทางการตลาด สมาชิกในช่องทางการตลาดและสถาบันคนกลาง พฤติกรรมภายในช่องทางการตลาด การวางแผน การประเมินในการปฏิบัติงาน และการควบคุมความสัมพันธ์ระหว่างช่องทางการตลาดและส่วนประสมทางการตลาด ช่องทางการตลาดดิจิทัลประเภทต่างๆ เช่น คำปลุกออนไลน์ (E-tailer) ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Market Place) และการค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Commerce) การเลือกแพลตฟอร์มที่เหมาะสม การตลาดทางตรง การตลาดแบบไร้รอยต่อ (Omni Channel) การบริหารห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ ตลอดจนการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อช่วยในการกระจายสินค้า และช่องทางการตลาดระหว่างประเทศ</p>	<p>1. <u>ปรับชื่อรายวิชา</u> เพื่อให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น 2. <u>ปรับคำอธิบายรายวิชา</u> เพื่อให้เนื้อหาวิชาให้มีความชัดเจน และทันสมัยมากยิ่งขึ้น</p>
<p>กต. 215 ความคิดสร้างสรรค์และการสื่อสารในวิชาชีพการตลาด 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MK 215 CREATIVITY AND COMMUNICATION IN MARKETING PROFESSION) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) หลักการ ความหมาย ความสำคัญ องค์ประกอบของความคิดสร้างสรรค์ และกระบวนการในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ ด้านส่วนประสมทางการตลาด กลยุทธ์การสื่อสาร ทักษะในการสื่อสารเพื่อความสำเร็จในวิชาชีพการตลาด การนำเสนอ และการโน้มน้าว การสร้างการยอมรับให้กับกลุ่มเป้าหมายในรูปแบบต่าง ๆ</p>	<p>กต. 215 ความคิดสร้างสรรค์และการสื่อสารในวิชาชีพการตลาด 3 (2-2-5) หน่วยกิต (MK 215 CREATIVITY AND COMMUNICATION IN MARKETING PROFESSION) หลักการ ความหมาย ความสำคัญ องค์ประกอบของความคิดสร้างสรรค์ และกระบวนการในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ เพื่อประยุกต์ใช้ร่วมกับส่วนประสมทางการตลาด กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด ทักษะในการสื่อสารเพื่อความสำเร็จในวิชาชีพการตลาด การนำเสนอ และการโน้มน้าว การสร้างการยอมรับให้กับกลุ่มเป้าหมาย</p>	<p>1. <u>ปรับชั่วโมงการบรรยาย การฝึกปฏิบัติและการศึกษาด้วยตนเอง</u> เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะการเรียนการสอน 2. <u>ยกเลิกรายวิชาบังคับก่อน</u> 3. <u>ปรับคำอธิบายรายวิชา</u> เพื่อให้เนื้อหาวิชาให้มีความกระชับ ชัดเจน และครอบคลุมมากยิ่งขึ้น</p>

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลประกอบ
<p>กต. 314 การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MK 314 INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) บทบาท ความสำคัญและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ วิธีการใช้เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาด การเขียนแผนการสื่อสารการตลาด และจรรยาบรรณในการใช้สื่อ</p>	<p>กต. 314 การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ 3 (2-2-5) หน่วยกิต (MK 314 INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) บทบาท ความสำคัญและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ วิธีการใช้เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ โดยผ่านแพลตฟอร์มการสื่อสารทางการตลาด การเขียนแผนการสื่อสารการตลาด การจัดสรรงบประมาณ การวัดประสิทธิผลของการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการและจรรยาบรรณในการสื่อสาร</p>	<p>1. <u>ปรับชั่วโมงการบรรยาย การฝึกปฏิบัติและการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง</u> เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะการเรียนการสอน 2. <u>ปรับคำอธิบายรายวิชา</u> เพื่อให้เนื้อหาวิชาให้มีความกระชับ ชัดเจน และครอบคลุมมากยิ่งขึ้น</p>
<p>กต. 316 การจัดการราคา 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MK 316 PRICING MANAGEMENT) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) แนวคิดและหลักการเกี่ยวกับนโยบายราคา การกำหนดราคา การเปลี่ยนแปลงราคา การใช้ราคาเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการตลาด การกำหนดราคาให้สอดคล้องกับส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลกระทบต่อการทำกำไรของกิจการ และการประยุกต์ใช้เทคนิคการวิเคราะห์เชิงปริมาณในการตัดสินใจทางการตลาด เพื่อเพิ่มความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจ</p>	<p>กต. 316 การจัดการราคาและความสามารถในการทำกำไร 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MK 316 PRICING AND MARKETING PROFITABILITY) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) แนวคิดและหลักการเกี่ยวกับนโยบายราคา การกำหนดราคา การเปลี่ยนแปลงราคา การใช้ราคาเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการตลาด การกำหนดราคาให้สอดคล้องกับส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลกระทบต่อการทำกำไรของกิจการ และใช้เทคนิคการวิเคราะห์เชิงปริมาณในการตัดสินใจทางการตลาด เพื่อเพิ่มความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจ และการใช้งบประมาณทางการเงินเพื่อช่วยในการเพิ่มความสามารถในการทำกำไร</p>	<p><u>ปรับคำอธิบายรายวิชา</u> เพื่อให้เนื้อหาวิชาให้มีความชัดเจน และครอบคลุมมากยิ่งขึ้น</p>

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลประกอบ
<p>กต. 317 เทคนิคการขายแบบมืออาชีพ 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MK 317 PROFESSIONAL SALES TECHNIQUE) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) แนวคิด บทบาท หน้าที่ ความ รับผิดชอบ จริยธรรม และกระบวนการขาย สินค้าของพนักงานขาย ให้ตอบสนองในตลาด ผู้บริโภค และอุตสาหกรรม ทฤษฎีและเทคนิค การขายแบบมืออาชีพ การสร้างคุณลักษณะ คุณสมบัติที่ดีของพนักงานขาย และรูปแบบ การขายสมัยใหม่</p>	<p>---</p>	<p>1. ยกเลิกรายวิชา 2. นำสาระวิชาไปบูรณาการเป็น รายวิชาใหม่ กต.332 การจัดการการ ขายและเทคนิคการขาย</p>
<p>กต. 326 การตลาดดิจิทัล 3 (2-2-5) หน่วยกิต (MK 326 DIGITAL MARKETING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) บทบาทความสำคัญของการตลาดดิจิทัล การวางแผนและกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ของตลาด ดิจิทัล และเครื่องมือที่ใช้ในการทำการตลาด ดิจิทัล</p>	<p>กต. 326 การตลาดดิจิทัลเชิงสร้างสรรค์ 3 (2-2-5) หน่วยกิต (MK 326 CREATIVE DIGITAL MARKETING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) บทบาทความสำคัญของการตลาด ดิจิทัล รูปแบบของตลาดดิจิทัล ปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อการตลาดดิจิทัล ช่องทางการตลาด ดิจิทัล กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล การตลาดเชิง เนื้อหา ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) การวัดประสิทธิภาพการตลาดดิจิทัล การขาย สินค้าออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ การใช้ ประโยชน์จากข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) และอินเทอร์เน็ตทุกสรรพสิ่ง (Internet of Things: IoT) กฎหมายและจริยธรรมของ ธุรกิจดิจิทัล</p>	<p>1. <u>ปรับชื่อรายวิชา</u> เพื่อให้มีความทันสมัยและสอดคล้อง กับเนื้อหามากยิ่งขึ้น 2. <u>ปรับคำอธิบายรายวิชา</u> เพื่อให้เนื้อหาวิชาให้มีความชัดเจน และทันต่อเหตุการณ์มากยิ่งขึ้น</p>
<p>กต. 328 การตลาดโลก 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MK 328 GLOBAL MARKETING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) แนวคิด ความสำคัญของการ ตลาดโลก สิ่งแวดล้อมทางการตลาด การวิจัย การตลาดโลก พฤติกรรมผู้บริโภค การตลาด ข้ามวัฒนธรรม การค้าเสรีอาเซียนและการค้า โลก ความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่าง ประเทศที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ทาง การตลาดระดับโลก</p>	<p>กต. 328 การตลาดโลก 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MK 328 GLOBAL MARKETING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) แนวความคิดพื้นฐานการตลาดโลก บทบาทและอิทธิพลการตลาดโลกในยุคดิจิทัล กระบวนการเข้าสู่ตลาดโลก การวิจัย ตลาดโลก กลยุทธ์การตลาดโลก การตลาด ข้ามวัฒนธรรม นโยบายผลิตภัณฑ์และบริการ ระดับโลก กฎหมายระหว่างประเทศ ข้อตกลง การค้าระหว่างประเทศ การค้าเสรีและการค้า โลก</p>	<p>1. ย้ายมาจากกลุ่มวิชาเอกบังคับ 2. ปรับคำอธิบายรายวิชา เพื่อให้เนื้อหาวิชาให้มีความ ชัดเจน และครอบคลุมมากยิ่งขึ้น</p>

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลประกอบ
กต. 391 การวิจัยการตลาด 3 (2-2-5) หน่วยกิต (MK 391 MARKETING RESEARCH) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) บทบาทและความสำคัญของการวิจัย การตลาด ระเบียบวิธีและกระบวนการในการ วิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ การวางแผน การออกแบบ การเก็บรวบรวม ข้อมูล การประมวลผล การวิเคราะห์ การ เขียนรายงานการวิจัย และจริยธรรมการ ดำเนินการทางการวิจัย	กต. 391 การวิจัยการตลาด 3 (2-2-5) หน่วยกิต (MK 391 MARKETING RESEARCH) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) การกำหนดประเด็นปัญหาและ วัตถุประสงค์ในการวิจัย การทบทวน วรรณกรรม ระเบียบวิธีและกระบวนการใน การวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บ รวบรวมข้อมูลแบบออฟไลน์และออนไลน์ การสรุปและอภิปรายผล การเขียนรายงาน การวิจัย จรรยาบรรณของนักวิจัย การศึกษา ผู้บริโภคในรูปแบบออนไลน์	<u>ปรับคำอธิบายรายวิชา</u> เพื่อให้เนื้อหาวิชาให้มีความ ชัดเจน และครอบคลุมมากยิ่งขึ้น
กต. 433 การจัดการการขาย 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MK 433 SALES MANAGEMENT) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) แนวคิด หลักการการจัดการการขาย บทบาทและความรับผิดชอบของ ผู้บริหารงานขายและทีมงานขาย การจัด องค์กรฝ่ายขาย การวางแผนการขาย การ คัดเลือกและฝึกอบรมพนักงานขาย การ พยายามการขาย โควตาการขาย อาณาเขต การขาย การควบคุมและประเมินผลงาน พนักงานขาย	---	1. ยกเลิกรายวิชา 2. นำสาระวิชาไปบูรณาการเป็น <u>รายวิชาใหม่ กต.332 การจัดการการ</u> <u>ขายและเทคนิคการขาย</u>
กต. 437 การจัดการการตลาดเชิงกลยุทธ์ 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MK 437 STRATEGIC MARKETING MANAGEMENT) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) ความสำคัญและบทบาทของผู้บริหาร การตลาด การวิเคราะห์สถานการณ์ พฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์คู่แข่ง กระบวนการวางแผนทางการตลาด การเขียน แผนการตลาด การกำหนดกลยุทธ์ทาง การตลาดอย่างสร้างสรรค์ การนำแผนกลยุทธ์ ไปปฏิบัติ การติดตามและการประเมินผล	กต. 437 การจัดการการตลาด 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MK 437 MARKETING MANAGEMENT) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) ความสำคัญและบทบาทของผู้บริหาร การตลาด การวิเคราะห์สถานการณ์ พฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์คู่แข่ง กระบวนการวางแผนทางการตลาด การเขียน แผนการตลาด การกำหนดกลยุทธ์ทาง การตลาด การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อ สนับสนุนกลยุทธ์การตลาด การนำแผน กลยุทธ์ไปปฏิบัติ การติดตามและการ ประเมินผล	1. <u>ปรับชื่อรายวิชา</u> เพื่อให้มีความกระชับมากยิ่งขึ้น 2. <u>ปรับคำอธิบายรายวิชา</u> เพื่อให้เนื้อหาวิชาให้มีความชัดเจน และทันต่อเหตุการณ์มากยิ่งขึ้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลประกอบ
<p>กต. 492 สัมมนาทางการตลาด 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MK 492 SEMINAR IN MARKETING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา กต. 211 และ กต. 437) หัวข้อและประเด็นทางการตลาดในปัจจุบัน โดยเน้นการวิเคราะห์กรณีศึกษา การนำเสนอผลการศึกษาค้นคว้า โดยวิธีการอภิปราย และการเขียนรายงาน</p>	<p>กต. 492 สัมมนาการตลาดดิจิทัล 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MK 492 SEMINAR IN DIGITAL MARKETING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา กต. 437) ศึกษาการดำเนินงานทางด้านการตลาดแบบดิจิทัลขององค์กรธุรกิจจริง และ/หรือ กรณีศึกษา ธุรกิจ Startup และ แพลตฟอร์มต่างๆ ทั้งองค์กรในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้ทราบถึงความสำเร็จและความล้มเหลว ตลอดจนปัญหาต่าง ๆ และ แนวทางการแก้ไขขององค์กร นอกจากนี้ยัง เรียนรู้และฝึกฝน โดยการนำเอาความรู้ที่เรียน มาประยุกต์ใช้ เพื่อปรับปรุงแก้ไข โดยใช้ วิธีการระดมสมองและการอภิปรายกลุ่ม เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมก่อนการปฏิบัติงาน กับองค์กรภายนอกในอนาคต</p>	<p>1. <u>ปรับชื่อรายวิชา</u> เพื่อให้มีความทันสมัยและสอดคล้องกับเนื้อหามากยิ่งขึ้น 2. <u>ปรับรายวิชาบังคับก่อน</u> เนื่องจาก เนื้อหารายวิชา กต.437 เพียงพอต่อการศึกษาในรายวิชานี้ 2. <u>ปรับคำอธิบายรายวิชา</u> เพื่อให้เนื้อหาวิชาให้มีความชัดเจน และทันต่อเหตุการณ์มากยิ่งขึ้น</p>
<p>กต. 498 การฝึกปฏิบัติเชิงธุรกิจ 4 (1-6-5) หน่วยกิต (MK 498 BUSINESS WORKSHOP PRACTICE) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา กต. 211 และ กต. 437) การเขียนแผนการตลาด การฝึกปฏิบัติเชิงธุรกิจ โดยการจัดตั้งบริษัทจำลอง เพื่อให้ นักศึกษาได้นำความรู้ทางด้านบริหารธุรกิจ และการตลาดมาใช้ การนำแผนมาปฏิบัติ ภายใต้อสถานการณ์จริง และการประเมินผล</p>	<p>กต. 498 การฝึกปฏิบัติเชิงธุรกิจ 3 (1-4-4) หน่วยกิต (MK 498 BUSINESS WORKSHOP PRACTICE) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา กต. 437) การเขียนแผนการตลาดเพื่อรองรับ การตลาดออฟไลน์และออนไลน์ การฝึกปฏิบัติเชิงธุรกิจ โดยการจัดตั้งบริษัทจำลอง เพื่อให้ให้นักศึกษาได้นำความรู้ทางด้าน บริหารธุรกิจและการตลาดมาใช้ การนำแผน มาปฏิบัติภายใต้สถานการณ์จริง และการ ประเมินผล</p>	<p>1. <u>ลดจำนวนหน่วยกิต ปรับชั่วโมงการ บรรยาย การฝึกปฏิบัติและการศึกษา ด้วยตนเอง</u> เพื่อให้สอดคล้องกับ ลักษณะการเรียนการสอน 2. <u>ปรับรายวิชาบังคับก่อน</u> เนื่องจาก เนื้อหารายวิชา กต.437 เพียงพอต่อการ ศึกษาในรายวิชานี้ 2. <u>ปรับคำอธิบายรายวิชา</u> เพื่อให้เนื้อหาวิชาให้มีความ กระชับ ชัดเจน และครอบคลุมมากยิ่งขึ้น</p>
<p>---</p>	<p>กต 216 การจัดการผลิตภัณฑ์ (MK 216 PRODUCT MANAGEMENT) 3 (3-0-6) หน่วยกิต แนวคิดความหมาย ทฤษฎีการตลาด ผลิตภัณฑ์ ประเภทผลิตภัณฑ์ ส่วนประสม ผลิตภัณฑ์ วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ การวาง ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ความรับผิดชอบ ทางการตลาดผลิตภัณฑ์</p>	<p>รายวิชาใหม่ เพื่อมุ่งเน้นให้นักศึกษามี ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการ ผลิตภัณฑ์ให้มากยิ่งขึ้น</p>

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลประกอบ
---	กต. 327 การสร้างแบรนด์ 3 (2-2-5) หน่วยกิต (MK 327 BRANDING) ความหมายของแบรนด์ การตั้งค่าการ ออกแบบและวัฒนธรรมสากล กระบวนการ สร้างแบรนด์ หลักทฤษฎีการออกแบบแบรนด์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การเล่าเรื่องราวของ แบรนด์ (Storytelling) กลยุทธ์การสร้างแบ รนด์ การสร้างมูลค่าของแบรนด์ การวัดมูลค่า แบรนด์ จรรยาบรรณในการสร้าง แบรนด์	รายวิชาใหม่ เพื่อมุ่งเน้นให้นักศึกษามี ความเข้าใจเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์ ให้มากยิ่งขึ้น
---	กต. 332 การจัดการการขายและ เทคนิคการขาย 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MK 332 SALES MANAGEMENT AND SALES TECHNIQUE) แนวคิด หลักการจัดการการขาย บทบาทและความรับผิดชอบของผู้บริหารงาน ขาย การจัดการฝ่ายขาย การวางแผน กลยุทธ์การขาย การคัดเลือกและฝึกอบรม พนักงานขาย การกำหนดอาณาเขตการขาย และโควตาการขาย การบริหารเวลา การ ควบคุมและประเมินผลงานพนักงานขาย บทบาทหน้าที่และจริยธรรมของพนักงานขาย กระบวนการขาย การเข้าพบลูกค้าและการ เสนอขาย การเจรจาต่อรอง การปิดการขาย และบริการหลังการขาย	<u>รายวิชาใหม่</u> เพื่อให้ นักศึกษามีความพร้อมใน วิชาชีพทางการตลาด และสอดคล้อง กับสาระความรู้ที่จำเป็นสำหรับวิชาชีพ และวัตถุประสงค์ของการปรับปรุง หลักสูตร
---	กต. 335 การบริหารจัดการข้อมูลการตลาด ดิจิทัล 3 (2-2-5) หน่วยกิต (MK 335 DATA MANAGEMENT IN DIGITAL MARKETING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) ศึกษากระบวนการบริหารจัดการข้อมูล ในการทำการตลาดบนช่องทางและสื่อดิจิทัล การออกแบบวิธีการเก็บข้อมูล การจำแนก ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลและการประยุกต์ใช้ เครื่องมือและข้อมูลต่างๆ ที่หลากหลายได้ ภายในแพลตฟอร์มเดียวกัน รวมถึง การ ประเมินคุณภาพของข้อมูลที่มีอยู่ ระดับความ น่าเชื่อถือและความสอดคล้องเพื่อนำไป สร้างกลยุทธ์ หรือแผนการตลาดและการ ตัดสินใจทางการตลาดดิจิทัลได้อย่างมี ประสิทธิภาพ	<u>รายวิชาใหม่</u> เพื่อให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น และ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลักสูตร

กลุ่มวิชาเอกเลือก และ/หรือ วิชาโท

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลประกอบ
<p>กลุ่มวิชาเอกเลือก และ/หรือ วิชาโท จำนวนไม่น้อยกว่า 21 หน่วยกิต</p> <p>นักศึกษาจะต้องเลือกศึกษารายวิชาเอก เลือกต่อไปนี้ และหรือ วิชาโทในสาขาวิชา/ อื่นที่เปิดสอนในสถาบัน รวมแล้วไม่น้อยกว่า 21 หน่วยกิต</p>	<p>กลุ่มวิชาเอกเลือก และ/หรือ วิชาโท จำนวนไม่น้อยกว่า 12 หน่วยกิต</p> <p>นักศึกษาจะต้องเลือกศึกษารายวิชาเอก เลือกต่อไปนี้ และหรือ วิชาโทในสาขาวิชา/ อื่นที่เปิดสอนในสถาบัน รวมแล้วไม่น้อยกว่า 12 หน่วยกิต</p>	<p><u>ลดหน่วยกิต จำนวน 9 หน่วยกิต</u> เพื่อให้สอดคล้องวัตถุประสงค์ ของหลักสูตร และคุณลักษณะของ บัณฑิตที่พึงประสงค์ ตามการปรับปรุง หลักสูตร</p>
<p>กต. 315 ระบบสารสนเทศทางการตลาด 3 (2-2-5) หน่วยกิต (MK 315 MARKETING INFORMATION SYSTEMS) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) แนวคิด บทบาทและหน้าที่ของ ระบบสารสนเทศทางการตลาด กระบวนการ พัฒนา และการจัดการระบบสารสนเทศ ทางการตลาด การประยุกต์เทคโนโลยี สารสนเทศ เพื่อการจัดการส่วนประสม ทางการตลาด</p>	<p>กต. 315 ระบบสารสนเทศทางการตลาด และเทคโนโลยีทางการตลาด 3 (2-2-5) หน่วยกิต (MK 315 MARKETING INFORMATION SYSTEM AND MARKETING TECHNOLOGY) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) แนวคิด บทบาทและหน้าที่ของ ระบบสารสนเทศทางการตลาด กระบวนการพัฒนาและการจัดการระบบ สารสนเทศทางการตลาด การประยุกต์ใช้ ระบบสารสนเทศทางการตลาดเพื่อการ ตัดสินใจทางการตลาด การตลาดสมัยใหม่ และการเชื่อมโยงทางการตลาด เทคโนโลยี ด้านการโฆษณาและการทำโปรโมชัน เทคโนโลยีด้านการสร้างเนื้อหาและสร้าง ประสบการณ์ให้ลูกค้า เทคโนโลยีด้านสื่อ สังคมออนไลน์และการสร้างความสัมพันธ์ ลูกค้า เทคโนโลยีด้านการขาย และเทคโนโลยี ด้านบริหารจัดการและการวิเคราะห์ข้อมูล</p>	<p><u>ปรับคำอธิบายรายวิชา</u> เพื่อให้มีความครอบคลุม ชัดเจนและ ทันสมัยมากยิ่งขึ้น</p>
<p>กต. 322 การตลาดบริการ 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MK 322 SERVICE MARKETING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) ทฤษฎีและแนวความคิดของการตลาด การบริการ ลักษณะเฉพาะของการบริการ การจำแนกประเภทของบริการ การกำหนด กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พฤติกรรมของ ผู้ใช้บริการ การพัฒนานโยบายการตลาด ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ คุณภาพการบริการ การจัดการกับคำ ร้องเรียน การรับประกัน การบริการ บทบาทของบุคลากรเพื่อการบริการและ แนวโน้มการตลาดบริการ</p>	<p>กต. 322 การตลาดบริการ 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MK 322 SERVICE MARKETING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) ทฤษฎีและแนวความคิดของการตลาด การบริการ ลักษณะเฉพาะของการบริการ การจำแนกประเภทของบริการ การกำหนด กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พฤติกรรมของ ผู้ใช้บริการ การพัฒนานโยบายการตลาด ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ คุณภาพการบริการ การจัดการกับคำ ร้องเรียน บทบาทของบุคลากรเพื่อการบริการ และแนวโน้มการตลาดบริการ</p>	<p><u>ปรับคำอธิบายรายวิชา</u> เพื่อให้เนื้อหาวิชาให้มีความกระชับ และชัดเจนมากยิ่งขึ้น</p>

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลประกอบ
<p>กต. 323 การตลาดเกษตร 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MK 323 AGRICULTURAL MARKETING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) ความหมาย บทบาท และความสำคัญ ของตลาดเกษตร การกำหนดส่วนประสมทาง การตลาด การพัฒนาสินค้าเกษตรเพื่อการ ส่งออก บทบาทและนโยบายของภาครัฐที่มี ต่อตลาดเกษตร การวางแผนการตลาดสินค้า เกษตร</p>	<p>กต. 323 การตลาดเกษตร 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MK 323 AGRICULTURAL MARKETING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) ความหมาย บทบาท และความสำคัญ ของตลาดเกษตร การกำหนดส่วนประสมทาง การตลาด การพัฒนาสินค้าเกษตรเพื่อการ ส่งออก บทบาทและนโยบายของภาครัฐที่มี ต่อตลาดเกษตร การวางแผนการตลาดสินค้า เกษตร การประยุกต์ใช้กลยุทธ์การตลาด สินค้าเกษตร การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อ กระจายสินค้าการเกษตร</p>	<p><u>ปรับคำอธิบายรายวิชา</u> เพื่อให้เนื้อหาวิชาให้มีความ ชัดเจน และครอบคลุมมากยิ่งขึ้น</p>
<p>กต. 324 การตลาดหัตถกรรม 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MK 324 HANDICRAFT MARKETING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) ความหมาย บทบาท และความสำคัญ ของตลาดหัตถกรรม การวางแผนการตลาด สินค้าหัตถกรรม พฤติกรรมผู้บริโภค การ กำหนดส่วนประสมทางการตลาด การพัฒนา สินค้าหัตถกรรมเพื่อการส่งออก บทบาทและ นโยบายของภาครัฐที่มีต่อตลาดหัตถกรรม แนวโน้มในการทำตลาดสินค้าหัตถกรรมใน อนาคต</p>	<p>กต. 324 การตลาดหัตถกรรม 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MK 324 HANDICRAFT MARKETING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) ความหมาย บทบาท และความสำคัญ ของตลาดหัตถกรรม การวางแผนการตลาด สินค้าหัตถกรรม พฤติกรรมผู้บริโภค การ กำหนดส่วนประสมทางการตลาด การพัฒนา สินค้าหัตถกรรมเพื่อการส่งออก การใช้ ช่องทางการตลาดดิจิทัลเพื่อกระจายสินค้า หัตถกรรม การสร้างเรื่องราวสินค้า บทบาท และนโยบายของภาครัฐที่มีต่อตลาด หัตถกรรม แนวโน้มในการทำตลาดสินค้า หัตถกรรมในอนาคต</p>	<p><u>ปรับคำอธิบายรายวิชา</u> เพื่อให้เนื้อหาวิชาให้มีความ ชัดเจน และครอบคลุมมากยิ่งขึ้น</p>
<p>กต. 325 การตลาดทางตรง 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MK 325 DIRECT MARKETING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) หลักการของการตลาดทางตรง การวางแผนการตลาดทางตรง ความแตกต่าง ระหว่างตลาดทางตรงกับตลาดแบบดั้งเดิม เทคนิคการทำการตลาดทางตรง โดยใช้ เทคโนโลยีที่สามารถเพิ่มมูลค่าทางการตลาด</p>	<p>กต. 325 การตลาดทางตรง 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MK 325 DIRECT MARKETING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) หลักการของการตลาดทางตรง การวางแผนการตลาดทางตรง ความแตกต่าง ระหว่างตลาดทางตรงกับตลาดแบบดั้งเดิม เทคนิคการทำการตลาดทางตรง การทำ การตลาดทางตรงผ่านช่องทางดิจิทัลโดยใช้ เทคโนโลยีที่สามารถเพิ่มมูลค่าทางการตลาด</p>	<p><u>ปรับคำอธิบายรายวิชา</u> เพื่อให้เนื้อหาวิชาให้มีความ ชัดเจน และครอบคลุมมากยิ่งขึ้น</p>

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลประกอบ
<p>กต. 334 การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MK 334 ENTREPRENEURIAL MARKETING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) ลักษณะและปัญหาเฉพาะด้าน การตลาดของผู้ประกอบการ วิธีการบริหาร และดำเนินงานด้านการตลาดที่จำเป็นต่อ การพัฒนาธุรกิจให้หยุดรอด และเติบโตอย่าง ยั่งยืน ภายใต้หลักจริยธรรมวิชาชีพ</p>	<p>กต. 334 การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MK 334 ENTREPRENEURIAL MARKETING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) ลักษณะและปัญหาเฉพาะด้าน การตลาดของผู้ประกอบการ ตลาดผู้บริโภค (B2C) และตลาดธุรกิจ (B2B) วิธีการบริหาร และดำเนินงานด้านการตลาดที่จำเป็นต่อการ พัฒนาธุรกิจให้หยุดรอด ในยุคดิจิทัล และ เติบโตอย่างยั่งยืน ภายใต้จรรยาบรรณนักการ ตลาด</p>	<p><u>ปรับคำอธิบายรายวิชา</u> เพื่อให้เนื้อหาวิชาให้มีความชัดเจน และครอบคลุมมากยิ่งขึ้น</p>
<p>กต. 339 การตลาดไมซ์ 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MK 339 MICE MARKETING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) แนวความคิด ความหมายและความสำคัญ ของธุรกิจไมซ์ การวิเคราะห์สถานการณ์ การ สนับสนุนของหน่วยงานของภาครัฐที่มีต่อ ธุรกิจไมซ์ ความต้องการทางการตลาดไมซ์ การวางแผนการตลาดธุรกิจไมซ์ กลยุทธ์ทาง การตลาดสำหรับธุรกิจไมซ์</p>	---	<p><u>ยกเลิกรายวิชา</u></p>
<p>กต. 434 การบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MK 434 CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) ความหมาย และแนวคิด ของ การบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า พฤติกรรม ผู้บริโภค วัตถุประสงค์ และเครื่องมือในการ บริหารความสัมพันธ์ลูกค้า โดยมุ่งเน้นความ พึงพอใจสูงสุดของลูกค้า กิจกรรมการตลาด เพื่อสร้างความสัมพันธ์และการดูแลลูกค้า ในระยะยาว</p>	<p>กต. 434 การตลาดเชิงสัมพันธ์ 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MK 434 RELATIONSHIP MARKETING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) แนวคิดการตลาดเชิงสัมพันธ์ แนวคิด การตลาดเชิงสัมพันธ์ออฟไลน์และออนไลน์ แบบจำลองการตลาดเชิงสัมพันธ์ การตลาด เชิงสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ การตลาด เชิงสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับลูกค้า กลยุทธ์ การตลาดเชิงสัมพันธ์ การมีส่วนร่วมของลูกค้า การสร้างความภักดีของผู้บริโภค</p>	<p>1. <u>ปรับชื่อรายวิชา</u> เพื่อให้มีความทันสมัยและสอดคล้อง กับเนื้อหามากยิ่งขึ้น 2. <u>ปรับคำอธิบายรายวิชา</u> เพื่อให้เนื้อหาวิชาให้มีความ ชัดเจน และครอบคลุมมากยิ่งขึ้น</p>

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลประกอบ
กต. 436 การตลาดค้าปลีก 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MK 436 RETAIL MARKETING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) บทบาท หน้าที่และความสำคัญ ของธุรกิจค้าปลีกยุคใหม่ที่มีต่อเศรษฐกิจ และ สังคม หลักการและทฤษฎีการจัดการธุรกิจค้า ปลีก รูปแบบธุรกิจ ค้าปลีก การเลือกทำเล ที่ตั้งร้านค้า ส่วนผสมทางการตลาด การ จัดการหมวดหมู่สินค้า การตกแต่ง การแสดง สินค้า แนวโน้มการค้าปลีกในอนาคต	กต. 436 การตลาดค้าปลีก 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MK 436 RETAIL MARKETING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) บทบาท หน้าที่และความสำคัญ ของธุรกิจค้าปลีกยุคใหม่ที่มีต่อเศรษฐกิจ และ สังคม หลักการและทฤษฎีการจัดการธุรกิจค้า ปลีก รูปแบบธุรกิจ ค้าปลีก การเลือกทำเล ที่ตั้งร้านค้า ส่วนผสมทางการตลาดค้าปลีก การจัดการหมวดหมู่สินค้า การตกแต่ง การ แสดงสินค้า แนวโน้มการค้าปลีกในอนาคต	ปรับคำอธิบายรายวิชา เพื่อให้เนื้อหาวิชาให้มีความ ชัดเจนยิ่งขึ้น
กต. 438 การตลาดธุรกิจ 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MK 438 BUSINESS MARKETING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) หลักการและแนวทางในการดำเนิน ธุรกิจ ซึ่งแตกต่างจากการตลาดสินค้าอุปโภค บริโภค การจัดซื้อสินค้า พฤติกรรมของผู้ซื้อ ในตลาดธุรกิจ โอกาสทางการตลาด กลยุทธ์ การตลาด การพัฒนาและบริหารผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่ายในการตลาดธุรกิจ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ การส่งเสริม การตลาดแบบผสมผสาน การขายและการ บริหารการขาย การตั้งราคาสินค้าและการ เจรจาเพื่อเพิ่มคุณค่า การประเมินผลความ พยายามทางการตลาด การสร้างความพึง พอใจให้ลูกค้า และวิสัยทัศน์ของการตลาด ธุรกิจ	---	<u>ยกเลิกรายวิชา</u>
กต. 491 การศึกษาเอกเทศทางการตลาด 3 (1-4-4) หน่วยกิต (MK 491 INDEPENDENT STUDY IN MARKETING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) นักศึกษาเป็นผู้กำหนดหัวข้อที่มี ความสนใจศึกษาเป็นพิเศษทางการตลาด โดยทำการศึกษาในเชิงลึก และมีอาจารย์ ในสาขาวิชาเป็นผู้ให้คำปรึกษา	กต. 491 การศึกษาเอกเทศทางการตลาด 3 (1-4-4) หน่วยกิต (MK 491 INDEPENDENT STUDY IN MARKETING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) นักศึกษาเป็นผู้กำหนดหัวข้อที่มี ความสนใจศึกษาเป็นพิเศษทางการตลาด โดยทำการศึกษาในเชิงลึก และมีอาจารย์ ในสาขาวิชาเป็นผู้ให้คำปรึกษา	<u>คงเดิม</u>

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลประกอบ
กต. 493 หัวข้อคัดสรรทางการตลาด 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MK 493 SELECTED TOPICS IN MARKETING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) เลือกศึกษาหัวข้อที่เกี่ยวข้องทางการตลาด เนื้อหาวิชาอาจแปรเปลี่ยนไปทุกปี รายวิชานี้มีไว้ติดตามและเรียนรู้วิวัฒนาการที่ น่าสนใจในสาขาวิชาการตลาด	กต. 493 หัวข้อคัดสรรทางการตลาด 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MK 493 SELECTED TOPICS IN MARKETING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) เลือกศึกษาหัวข้อที่เกี่ยวข้องทางการตลาด เนื้อหาวิชาอาจแปรเปลี่ยนไปทุกปี รายวิชานี้มีไว้ติดตามและเรียนรู้วิวัฒนาการที่ น่าสนใจในสาขาวิชาการตลาด	<u>คงเดิม</u>
กต. 495 การฝึกปฏิบัติทางการตลาด 3 (0-18-9) หน่วยกิต ฝึกปฏิบัติในสถานประกอบการ เพื่อให้นักศึกษาได้นำความรู้ที่ได้เรียนไป ประยุกต์ในสถานการณ์จริง เพื่อหา ประสบการณ์จากการปฏิบัติจริง และการ ปรับตัวในการทำงานในองค์กร	กต. 495 การฝึกปฏิบัติทางการตลาด 3 (0-18-9) หน่วยกิต ฝึกปฏิบัติในสถานประกอบการ เพื่อให้นักศึกษาได้นำความรู้ที่ได้เรียนไป ประยุกต์ในสถานการณ์จริง เพื่อหา ประสบการณ์จากการปฏิบัติจริง และการ ปรับตัวในการทำงานในองค์กร	<u>คงเดิม</u>
กต. 496 สหกิจศึกษา 9 (0-40-20) หน่วยกิต (MK 496 CO-OPERATIVE EDUCATION) การฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการ อย่างมีระบบ โดยมีการเตรียมความพร้อม ของนักศึกษา ก่อนไปปฏิบัติงาน ให้นักศึกษา ปฏิบัติงานจริงในฐานะพนักงานที่สถาน ประกอบการ องค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ วิชาชีพทางการตลาด เพื่อเรียนรู้ ประสบการณ์จริงจากการปฏิบัติงาน	กต. 496 สหกิจศึกษา 9 (0-40-20) หน่วยกิต (MK 496 CO-OPERATIVE EDUCATION) การฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการ อย่างมีระบบ โดยมีการเตรียมความพร้อม ของนักศึกษา ก่อนไปปฏิบัติงาน ให้นักศึกษา ปฏิบัติงานจริงในฐานะพนักงานที่สถาน ประกอบการ องค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ วิชาชีพทางการตลาด เพื่อเรียนรู้ ประสบการณ์จริงจากการปฏิบัติงาน	<u>คงเดิม</u>
---	กต. 321 การตลาดเพื่อสังคม 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MK 321 CAUSE-RELATED MARKETING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) แนวความคิดและกระบวนการพัฒนา การตลาดเพื่อสังคม การเปลี่ยนแปลงทาง สังคม การศึกษากลุ่มผู้บริโภค การตลาด สิ่งแวดล้อม การจัดกิจกรรมจิตอาสา การพัฒนาและผสมผสานเรื่อง CSR กับ การตลาดสำหรับองค์กรธุรกิจ และ จรรยาบรรณทางการตลาด	<u>รายวิชาใหม่</u> เพื่อสร้างให้นักศึกษามีความพร้อม และความรับผิดชอบต่อองค์กรและ สิ่งแวดล้อม ตลอดจนผู้ที่มีส่วนได้ส่วน เสีย

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลประกอบ
---	กต. 331 การออกแบบเนื้อหาบนการตลาดดิจิทัล 3 (2-2-5) หน่วยกิต (MK 331 DIGITAL MARKETING CONTENT DESIGN) ศึกษาความเป็นมาของการตลาดเชิงเนื้อหา วัตถุประสงค์ในการสร้างการตลาดเชิงเนื้อหา ประโยชน์ของการทำการตลาดเชิงเนื้อหา รูปแบบในการทำการตลาดเชิงเนื้อหา เครื่องมือการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ การออกแบบเนื้อหาบนตลาดดิจิทัล การฟังเสียงของสังคม (Social Listening) การประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์กับการตลาดเชิงเนื้อหา	<u>รายวิชาใหม่</u> เพื่อให้มีความทันสมัย และสอดคล้องกับชื่อหลักสูตรมากยิ่งขึ้น
---	กต. 333 นวัตกรรมสร้างสรรค์บนสื่อดิจิทัล 3 (2-2-5) หน่วยกิต (MK 333 CREATIVE DIGITAL INNOVATION) ศึกษาบทบาทการทำงานสร้างสรรค์บนสื่อดิจิทัล เพื่อใช้ในการวางแผนสื่อดิจิทัล ร่วมกับสื่อโฆษณาแบบผสมผสานอื่นๆ เรียนรู้ทักษะที่จำเป็นเพื่อผลิตงานสร้างสรรค์บนสื่อดิจิทัล เรียนรู้บทบาทความคิดสร้างสรรค์ที่ใช้ในการผลิตงานโฆษณาบนสื่อดิจิทัล และนำเทคโนโลยีที่รองรับมาใช้งานเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของแคมเปญดิจิทัล	<u>รายวิชาใหม่</u> เพื่อให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลักสูตร
---	กต.438 การตลาดลักซ์ชวรี่ (MK 438 LUXURY MARKETING) 3 (3-0-6) หน่วยกิต แนวคิดความหมายการตลาดลักซ์ชวรี่ หลักการแบ่งส่วนตลาด กลยุทธ์การสร้างลักซ์ชวรี่แบรนด์ วัฒนธรรมของกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดแก่นแท้ของแบรนด์ (Luxury Brand DNA) การสร้างคุณค่าลักซ์ชวรี่แบรนด์ บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ การสื่อสารของลักซ์ชวรี่แบรนด์ ความเต็มใจในการซื้อ แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีต่อการตลาดลักซ์ชวรี่	<u>รายวิชาใหม่</u> เพื่อให้ครอบคลุมการตลาดสำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้สูง

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลประกอบ
กลุ่มวิชาเอกเลือก สังกัดสาขาวิชาการจัดการ		
กจ. 203 การบริหารทรัพยากรมนุษย์ 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MG 203 HUMAN RESOURCE MANAGEMENT) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 101) แนวคิดและหลักการพื้นฐาน ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารองค์การและ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ หน้าที่ของการ บริหารองค์การและการบริหารทรัพยากร มนุษย์ นโยบาย และการวางแผนทรัพยากร มนุษย์ การสรรหา การคัดเลือก ความสามารถเชิงสมรรถนะ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การประเมินผล การปฏิบัติงาน การบริหารค่าตอบแทน พนักงานสัมพันธ์ ทิศทางแนวโน้มของ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในอนาคต และ จรรยาบรรณของนักบริหารทรัพยากรมนุษย์	---	<u>ยกเลิกรายวิชา</u> ย้ายไปเป็นรายวิชาในกลุ่มแกนธุรกิจ
กจ. 311 ภาวะผู้นำ 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MG 311 LEADERSHIP) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 101) ทฤษฎีผู้นำและการประยุกต์ คุณสมบัติของผู้นำที่ดี บทบาทหน้าที่ ของผู้นำ แหล่งที่มาของอำนาจ การเสริมสร้าง ภาวะผู้นำ การพัฒนาด้านบุคลิกภาพ วิสัยทัศน์ และจริยธรรมของผู้นำ	---	<u>ยกเลิกรายวิชา</u> นำสาระของ รายวิชา กจ. 311 ไปเป็นส่วนหนึ่งของ รายวิชา กจ. 222 ภาวะผู้นำเชิงกล ยุทธ์และการบริหารทีมงาน

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลประกอบ
<p>กจ. 324 โลจิสติกส์และการจัดการโซ่อุปทาน 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MG 324 LOGISTICS AND SUPPLY CHAIN MANAGEMENT) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 101) ขอบเขตของโลจิสติกส์และการจัดการโซ่อุปทาน ขั้นตอนการจัดการวัตถุดิบ สินค้าสำเร็จรูป การบริหารจัดการ การให้บริการ การสั่งซื้อ การจัดการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการ</p>	<p>กจ. 324 โลจิสติกส์และการจัดการโซ่อุปทาน 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MG 324 LOGISTICS AND SUPPLY CHAIN MANAGEMENT) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 101) ขอบเขตและกระบวนการของโลจิสติกส์และการจัดการโซ่อุปทาน ขั้นตอนการจัดการวัตถุดิบ สินค้าสำเร็จรูป การสั่งซื้อ ควบคุมสินค้าคงคลัง การขนส่ง การจัดการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการ การจัดการข้อมูลและการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ การบูรณาการกระบวนการทางธุรกิจกับแหล่งวัสดุ การผลิตและการแปรรูปจนถึงลูกค้าขั้นสุดท้าย เทคโนโลยีที่ใช้ในการจัดการโซ่อุปทาน และการบริหารความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทาน</p>	<p><u>ปรับคำอธิบายรายวิชา</u> เพื่อให้เนื้อหาครอบคลุมมากยิ่งขึ้น</p>
<p>กจ. 432 กลยุทธ์ในการเจรจาต่อรอง 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MG 432 NEGOTIATION STRATEGY) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 101) แนวคิดและวิธีการวิเคราะห์ปัญหา การเจรจาต่อรอง เทคนิคในการเจรจาต่อรอง การใช้กลยุทธ์ในการเจรจาต่อรองให้บรรลุเป้าหมาย การหาทางออกสำหรับความขัดแย้งที่มีประสิทธิผล</p>	<p>---</p>	<p><u>ยกเลิกรายวิชา</u></p>
<p>บม. 318 มนุษยสัมพันธ์และการบริหาร ทีมงาน 3 (3-0-6) หน่วยกิต (HM 318 HUMAN RELATIONS AND TEAM MANAGEMENT) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 101) แนวคิด หลักการที่เกี่ยวกับมนุษยสัมพันธ์ ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับธรรมชาติ ของมนุษย์ การศึกษาตนเองและผู้อื่น การติดต่อสื่อสาร บทบาทของสมาชิกในทีมงาน เทคนิคการสร้างมนุษยสัมพันธ์กับการบริหารทีมงาน</p>	<p>---</p>	<p><u>ยกเลิกรายวิชา</u> นำสาระของรายวิชา บม.318 ไปเป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา กจ. 222 ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์และการบริหารทีมงาน</p>

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลประกอบ
<p>บม. 341 คุณภาพชีวิตในการทำงาน 3 (3-0-6) หน่วยกิต (HM 341 QUALITY OF WORK LIFE) แนวคิด หลักการ และการกำหนด นโยบายในการพัฒนาคุณภาพชีวิต การจัด สภาพแวดล้อมที่ดีในการทำงาน มาตรฐาน ที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพชีวิตในการทำงานของ บุคลากร การจัดการความปลอดภัยและอาชี วอนามัย แนวทางการสร้างองค์กร สุขภาวะ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ตาม แนวคิดองค์กรสุขภาวะ</p>	<p>---</p>	<p><u>ยกเลิก</u></p>
<p>---</p>	<p>กจ. 222 ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์และการ บริหารทีมงาน 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MG 222 STRATEGIC LEADERSHIP AND TEAM MANAGEMENT) แนวคิดทฤษฎีผู้นำและการบริหาร ทีมงาน การประยุกต์ทฤษฎีภาวะผู้นำกับการ บริหารงานในองค์กร บทบาทหน้าที่และ ทักษะของผู้นำ การพัฒนาภาวะผู้นำ และ จริยธรรมของผู้นำ การพัฒนาทีมงานที่มาจาก ความหลากหลาย การบริหารทีม การบริหาร ความขัดแย้งในการทำงานเป็นทีม และความ ท้าทายของการพัฒนาทีมในอนาคต</p>	<p><u>รายวิชาใหม่</u> เพื่อให้สอดคล้องกับสาระความรู้ที่ จำเป็นและวัตถุประสงค์ของการ ปรับปรุงหลักสูตร</p>
<p>---</p>	<p>กจ 342 กลยุทธ์การสื่อสารและการเจรจา ต่อรอง 3 (2-2-5) หน่วยกิต (MG 342 STRATEGIC COMMUNICATION AND NEGOTIATION) ทฤษฎีการสื่อสารและหลักการ พื้นฐานของการเจรจาต่อรอง กระบวนการ การสื่อสารและการเจรจาต่อรอง กลยุทธ์และ จริยธรรมในการสื่อสารและการเจรจาต่อรอง การพัฒนาทักษะการเจรจาต่อรองและการ สื่อสาร การนำเสนองาน การสื่อสารในที่ สาธารณะ การใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการสื่อสาร องค์กร</p>	<p><u>รายวิชาใหม่</u> เพื่อให้สอดคล้องกับสาระความรู้ ที่จำเป็นและวัตถุประสงค์ของ การปรับปรุงหลักสูตร</p>

กลุ่มวิชาเอกเลือก สังกัดสาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว		
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลประกอบ
รท. 212 จิตวิทยาบริการและการพัฒนาบุคลิกภาพ 3 (3-0-6) หน่วยกิต (HT 212 SERVICE PSYCHOLOGY AND PERSONALITY DEVELOPMENT) หลักจิตวิทยาบริการ มนุษย์สัมพันธ์ในการบริการ บุคลิกภาพผู้ให้บริการ เทคนิคการนำเสนอในงานอุตสาหกรรมโรงแรมและการท่องเที่ยว	---	ยกเลิกรายวิชา
กลุ่มวิชาเอกเลือก สังกัดคณะนิเทศศาสตร์		
นท. 346 การสื่อสารแบรนด์ 3 (3-0-6) หน่วยกิต (CA 346 BRAND COMMUNICATIONS) บทบาท ความสำคัญ ความหมาย ประเภท การสร้างคุณค่า กระบวนการสร้างตราสินค้า และภาพลักษณ์องค์กร การส่งเสริมและแก้ไขภาพลักษณ์ตราสินค้าและองค์กรในภาวะวิกฤต	---	ยกเลิกรายวิชา
นท. 354 การรณรงค์การสื่อสาร 3 (3-0-6) หน่วยกิต (CA 354 COMMUNICATION CAMPAIGNS) การวางแผน การกำหนดกลยุทธ์ การสร้างสรรค์ประเด็นรณรงค์ การออกแบบสื่อและกิจกรรมรูปแบบต่าง ๆ ทั้งสื่อแบบดั้งเดิมและสื่อสมัยใหม่ ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและวัตถุประสงค์	---	ยกเลิกรายวิชา

หมวดวิชาเลือกเสรี

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลประกอบ
นักศึกษาจะต้องศึกษารายวิชาไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต ที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยพายัพ ซึ่งเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อวิชาชีพหรืออยู่ในความสนใจ	นักศึกษาจะต้องศึกษารายวิชาไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต ที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยพายัพ ซึ่งเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อวิชาชีพหรืออยู่ในความสนใจ	คงเดิม

หลักสูตรวิชาโท สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลประกอบ
<p>เงื่อนไขในการเรียนวิชาโท สาขาวิชาการตลาด</p> <p>นักศึกษาที่จะจบหลักสูตร โดยมีวิชาโทจะต้องมีแต้มคะแนนเฉลี่ยสะสมของวิชาโทไม่น้อยกว่า 2.00</p>	<p>เงื่อนไขในการเรียนวิชาโท สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล</p> <p>นักศึกษาที่จะจบหลักสูตร โดยมีวิชาโทจะต้องมีแต้มคะแนนเฉลี่ยสะสมของวิชาโทไม่น้อยกว่า 2.00</p>	คงเดิม
<p>โครงสร้างของหลักสูตร</p> <p>นักศึกษาที่เลือกศึกษาสาขาวิชาการตลาดเป็นวิชาโท จะต้องศึกษารายวิชาต่อไปนี้ไม่น้อยกว่า 18 หน่วยกิต</p>	<p>โครงสร้างของหลักสูตร</p> <p>นักศึกษาที่เลือกศึกษาสาขาวิชาการตลาดดิจิทัลเป็นวิชาโท จะต้องศึกษารายวิชาต่อไปนี้ไม่น้อยกว่า 18 หน่วยกิต</p>	คงเดิม
<p>1. รายวิชาบังคับในวิชาโท</p> <p>นักศึกษาจะต้องศึกษารายวิชาต่อไปนี้จำนวน 12 หน่วยกิต</p>	<p>1. รายวิชาบังคับในวิชาโท</p> <p>นักศึกษาจะต้องศึกษารายวิชาต่อไปนี้จำนวน 12 หน่วยกิต</p>	คงเดิม
<p>กต. 211 พฤติกรรมผู้บริโภค 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MK 211 CONSUMER BEHAVIOR) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค การตอบสนองของความต้องการที่แตกต่างของผู้บริโภคในแต่ละวัฒนธรรม ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมและกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค พฤติกรรมการซื้อขององค์กร พฤติกรรมผู้บริโภคกับส่วนประสมทางการตลาด และการคุ้มครองผู้บริโภค</p>	<p>กต. 211 การวิเคราะห์และออกแบบ พฤติกรรมผู้บริโภค 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MK 211 CONSUMER BEHAVIOR ANALYSIS AND DESIGN) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค แบบจำลองกระบวนการในการตัดสินใจซื้อ ส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมผู้บริโภค เศรษฐศาสตร์เชิงพฤติกรรม ความพึงพอใจและความภักดี การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ความเข้าใจผู้บริโภคในเชิงลึก และการคุ้มครองผู้บริโภค</p>	ปรับคำอธิบายรายวิชา เพื่อให้เนื้อหาครอบคลุมและทันสมัยมากยิ่งขึ้น
<p>กต. 314 การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MK 314 INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) บทบาท ความสำคัญและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ วิธีการใช้เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาด การเขียนแผนการสื่อสารการตลาด และจรรยาบรรณในการใช้สื่อ</p>	---	ยกเลิก เพื่อให้สอดคล้องกับชื่อหลักสูตร และวัตถุประสงค์หลักสูตร

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลประกอบ
<p>กต. 317 เทคนิคการขายแบบมืออาชีพ 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MK 317 PROFESSIONAL SALES TECHNIQUE) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) แนวคิด บทบาท หน้าที่ ความ รับผิดชอบ จริยธรรม และกระบวนการขาย สินค้าของพนักงานขาย ให้ตอบสนองในตลาด ผู้บริโภค และอุตสาหกรรม ทฤษฎีและเทคนิค การขายแบบมืออาชีพ การสร้างคุณลักษณะ และคุณสมบัติที่ดีของพนักงานขาย ตลอดจน รูปแบบการขายสมัยใหม่</p>	<p>---</p>	<p>1. ยกเลิกรายวิชา 2. นำสาระวิชาไปบูรณาการเป็น รายวิชาใหม่ กต.332 การจัดการการ ขายและเทคนิคการขาย</p>
<p>กต. 326 การตลาดดิจิทัล 3 (2-2-5) หน่วยกิต (MK 326 DIGITAL MARKETING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) บทบาทความสำคัญของการตลาดดิจิทัล การวางแผนและกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ของตลาด ดิจิทัล และเครื่องมือที่ใช้ในการทำการตลาด ดิจิทัล</p>	<p>กต. 326 การตลาดดิจิทัลเชิงสร้างสรรค์ 3 (2-2-5) หน่วยกิต (MK 326 CREATIVE DIGITAL MARKETING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) บทบาทความสำคัญของการตลาด ดิจิทัล รูปแบบของตลาดดิจิทัล ปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อการตลาดดิจิทัล ช่องทางการตลาด ดิจิทัล กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล การตลาดเชิง เนื้อหา ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) การวัดประสิทธิภาพการตลาดดิจิทัล การขาย สินค้าออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ การใช้ ประโยชน์จากข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) และอินเทอร์เน็ตทุกสรรพสิ่ง (Internet of Things: IoT) กฎหมายและจริยธรรมของ ธุรกิจดิจิทัล</p>	<p>1. <u>ปรับชื่อรายวิชา</u> เพื่อให้มีความทันสมัยและสอดคล้อง กับเนื้อหามากยิ่งขึ้น 2. <u>ปรับคำอธิบายรายวิชา</u> เพื่อให้เนื้อหาวิชาให้มีความชัดเจน และทันต่อเหตุการณ์มากยิ่งขึ้น</p>

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลประกอบ
กต. 437 การจัดการการตลาดเชิงกลยุทธ์ 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MK 437 STRATEGIC MARKETING MANAGEMENT) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) ความสำคัญและบทบาทของผู้บริหาร การตลาด การวิเคราะห์สถานการณ์ พฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์คู่แข่ง กระบวนการวางแผนทางการตลาด การเขียน แผนการตลาด การกำหนดกลยุทธ์ทาง การตลาดอย่างสร้างสรรค์ การนำแผนกลยุทธ์ ไปปฏิบัติ การติดตามและการประเมินผล	กต. 437 การจัดการการตลาด 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MK 437 MARKETING MANAGEMENT) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102) ความสำคัญและบทบาทของผู้บริหาร การตลาด การวิเคราะห์สถานการณ์ พฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์คู่แข่ง กระบวนการวางแผนทางการตลาด การเขียน แผนการตลาด การกำหนดกลยุทธ์ทาง การตลาด การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อ สนับสนุนกลยุทธ์การตลาด การนำแผน กลยุทธ์ไปปฏิบัติ การติดตามและการ ประเมินผล	1. <u>ปรับชื่อรายวิชา</u> เพื่อให้มีความกระชับมากยิ่งขึ้น 2. <u>ปรับคำอธิบายรายวิชา</u> เพื่อให้เนื้อหาวิชาให้มีความชัดเจน และทันต่อเหตุการณ์มากยิ่งขึ้น
---	กต. 332 การจัดการการขายและ เทคนิคการขาย 3 (3-0-6) หน่วยกิต (MK 332 SALES MANAGEMENT AND SALES TECHNIQUE) แนวคิด หลักการจัดการการขาย บทบาทและความรับผิดชอบของผู้บริหารงาน ขาย การจัดการการค้าขาย การวางแผน กลยุทธ์การขาย การคัดเลือกและฝึกอบรม พนักงานขาย การกำหนดอาณาเขตการขาย และโควตาการขาย การบริหารเวลา การ ควบคุมและประเมินผลงานพนักงานขาย บทบาทหน้าที่และจริยธรรมของพนักงานขาย กระบวนการขาย การเข้าพบลูกค้าและการ เสนอขาย การเจรจาต่อรอง การปิดการขาย และบริการหลังการขาย	<u>รายวิชาใหม่</u> เพื่อให้ให้นักศึกษามีความพร้อมใน วิชาชีพอางการตลาด และสอดคล้อง กับสาระความรู้ที่จำเป็นสำหรับวิชาชีพ และวัตถุประสงค์ของการปรับปรุง หลักสูตร
2. รายวิชาเลือก นักศึกษาจะต้องเลือกศึกษารายวิชาที่ สาขาวิชาการตลาดเปิดสอนในกลุ่มวิชา เอกเลือกหรือกลุ่มวิชาเอกบังคับ ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต	2. รายวิชาเลือก นักศึกษาจะต้องเลือกศึกษารายวิชาที่ สาขาวิชาการตลาดดิจิทัลเปิดสอนในกลุ่มวิชา เอกเลือกหรือกลุ่มวิชาเอกบังคับ ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต	<u>คงเดิม</u>

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลประกอบ
3. สำหรับนักศึกษาคนอื่น ๆ ที่สนใจเลือก สาขาวิชาการตลาดเป็นวิชาโท ในกรณีที่ยังไม่ได้เรียนวิชาบังคับก่อน ให้ ลงทะเบียนรายวิชาดังนี้ จำนวน 3 หน่วยกิต	3. สำหรับนักศึกษาคนอื่น ๆ ที่สนใจเลือก สาขาวิชาการตลาดดิจิทัลเป็นวิชาโท ในกรณีที่ยังไม่ได้เรียนวิชาบังคับก่อน ให้ ลงทะเบียนรายวิชาดังนี้ จำนวน 3 หน่วยกิต	<u>คงเดิม</u>

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลประกอบ
บธ. 102 หลักการตลาด 3 (3-0-6) หน่วยกิต (BA 102 PRINCIPLES OF MARKETING) แนวคิดทางการตลาด การตลาด เพื่อสังคม และจรรยาบรรณของนักการตลาด สภาพแวดล้อม ระบบสารสนเทศทาง การตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วน ตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่ง ผลิตภัณฑ์ การบริหารผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริม การตลาด	บธ. 102 หลักการตลาดและการตลาดดิจิทัล (3-0-6) หน่วยกิต (BA 102 PRINCIPLES OF MARKETING AND DIGITAL MARKETING) แนวคิดทางการตลาด บทบาท การตลาดที่มีต่อเศรษฐกิจในยุคดิจิทัล จรรยาบรรณของนักการตลาด สภาพแวดล้อม ทางการตลาด การบริหารการตลาด ระบบ ข้อมูลทางการตลาด การวิจัยตลาด การแบ่ง ส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย การ วางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ พฤติกรรมผู้บริโภคใน ยุคดิจิทัล ส่วนประสมทางการตลาด การตลาดดิจิทัล และการตลาดเชิงเนื้อหา ตลอดจนกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครอง ผู้บริโภค	1. <u>ปรับชื่อรายวิชา</u> เพื่อให้มีความทันสมัย มากยิ่งขึ้น 2. <u>ปรับคำอธิบายรายวิชา</u> เพื่อให้เนื้อหาครอบคลุมและมีความ ทันสมัยยิ่งขึ้น

โครงสร้างของหลักสูตรภายหลังปรับปรุงแก้ไข เมื่อเปรียบเทียบกับโครงสร้างเดิม และเกณฑ์
 มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2558 ของกระทรวงศึกษาธิการ ปรากฏดังนี้

หมวดวิชา	เกณฑ์กระทรวงศึกษาธิการ	โครงสร้างเดิม	โครงสร้างใหม่
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต	1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป จำนวน 30 หน่วยกิต	1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป จำนวน 30 หน่วยกิต
หมวดวิชาเฉพาะ	ไม่น้อยกว่า 72 หน่วยกิต	2. หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า 100 หน่วยกิต 2.1 กลุ่มวิชาแกนธุรกิจ จำนวน 36 หน่วยกิต 2.2 กลุ่มวิชาเอกบังคับ จำนวน 43 หน่วยกิต 2.3 กลุ่มวิชาเอกเลือกและ/ หรือ วิชาโทไม่น้อยกว่า 21 หน่วยกิต	2. หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า 93 หน่วยกิต 2.1 กลุ่มวิชาแกนธุรกิจ จำนวน 36 หน่วยกิต 2.2 กลุ่มวิชาเอกบังคับ จำนวน 45 หน่วยกิต 2.3 กลุ่มวิชาเอกเลือกและ/ หรือ วิชาโทไม่น้อยกว่า 12 หน่วยกิต
หมวดวิชาเลือกเสรี	ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต	3. หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต	3. หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต
รวมทั้งหลักสูตร	ไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 136 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 129 หน่วยกิต

รับรองความถูกต้องของข้อมูล

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นงนภัส พันธุ์พลกฤต)

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย

ปฏิบัติหน้าที่แทน รักษาการอธิการบดี

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ประกาศมหาวิทยาลัยพายัพ เรื่องหลักเกณฑ์การเทียบโอนผลการเรียนระดับปริญญาตรี
พุทธศักราช 2557 และที่แก้ไขเพิ่มเติม
ประกาศมหาวิทยาลัยพายัพ

เรื่อง หลักเกณฑ์การเทียบโอนผลการเรียนระดับปริญญาตรี พุทธศักราช 2557

เพื่อให้การเทียบโอนผลการเรียนระดับปริญญาตรีเป็นไปโดยถูกต้องและเรียบร้อย ตามประกาศ
ทบวงมหาวิทยาลัย เรื่อง หลักเกณฑ์การเทียบโอนผลการเรียนระดับปริญญาเข้าสู่การศึกษาในระบบ พ.ศ. 2545
ประกาศ ณ วันที่ 29 กันยายน พ.ศ. 2545 และประกาศทบวงมหาวิทยาลัย ช้อนแนะนำเกี่ยวกับแนวปฏิบัติที่ดีใน
การเทียบโอนผลการเรียนระดับปริญญา ประกาศ ณ วันที่ 29 กันยายน พ.ศ. 2545

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 43 (1) (2) และ (13) แห่งพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน
พ.ศ. 2546 และมติสภามหาวิทยาลัยพายัพที่ 21/2557 ในคราวประชุมสมัยสามัญ ครั้งที่ 1/2557 เมื่อวันที่ 15
กุมภาพันธ์ 2557 จึงให้ยกเลิกประกาศมหาวิทยาลัยพายัพ เรื่อง หลักเกณฑ์การเทียบโอนผลการเรียนระดับ
ปริญญาตรี พุทธศักราช 2553 และให้ใช้ประกาศมหาวิทยาลัยพายัพ เรื่อง หลักเกณฑ์การเทียบโอนผลการเรียน
ระดับปริญญาตรี พุทธศักราช 2557 แทน ดังความต่อไปนี้

- ข้อ 1 ประกาศนี้เรียกว่า "ประกาศมหาวิทยาลัยพายัพ เรื่อง หลักเกณฑ์การเทียบโอนผลการเรียน
ระดับปริญญาตรี พุทธศักราช 2557"
- ข้อ 2 ประกาศนี้ให้บังคับใช้นับแต่วันถัดจากวันที่ประกาศเป็นต้นไป
- ข้อ 3 ให้ยกเลิกบรรดาหลักเกณฑ์ ประกาศ คำสั่ง หรือแนวปฏิบัติอื่นใด ซึ่งขัดหรือแย้งกับประกาศนี้
หรือที่ประกาศนี้กำหนดไว้แล้ว และให้ใช้ประกาศนี้แทน
- ข้อ 4 ในประกาศนี้
- | | | |
|---------------|---------|---|
| "มหาวิทยาลัย" | หมายถึง | มหาวิทยาลัยพายัพ |
| "อธิการบดี" | หมายถึง | อธิการบดีมหาวิทยาลัยพายัพ |
| "นักศึกษา" | หมายถึง | นักศึกษามหาวิทยาลัยพายัพ ระดับปริญญาตรี |
| "การเทียบโอน" | หมายถึง | การเทียบโอนผลการเรียนที่เกิดจากการศึกษาในระบบ
หรือการเทียบโอนความรู้จากการศึกษานอกระบบ
และการศึกษาตามอัธยาศัย |
| "ระบบ" | หมายถึง | ระบบการศึกษา |

- ข้อ 5 ขั้นตอนวิธีการขอเทียบโอนผลการเรียน หรือการประเมินความรู้ ให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย
- ข้อ 6 อธิการบดีเป็นผู้รักษาการให้เป็นไปตามประกาศนี้ และมีอำนาจวินิจฉัยตีความปัญหาอันเกี่ยวกับการปฏิบัติตามประกาศนี้ และถือเป็นยุติ

หมวดที่ 1

การเทียบรายวิชาและโอนหน่วยกิตจากการศึกษาในระบบ

ส่วนที่ 1

คุณสมบัติ

- ข้อ 7 ผู้มีสิทธิ์ขอเทียบโอนผลการเรียนต้องเป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่าขึ้นไป
- ข้อ 8 ผู้ขอเทียบโอนผลการเรียนต้องเป็น หรือเคยเป็นนักศึกษาของสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา หรือเทียบเท่า ในหลักสูตรที่กระทรวงศึกษาธิการ หรือหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจตามกฎหมาย
- ข้อ 9 ผู้ขอเทียบโอนผลการเรียนจะต้องผ่านการคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัยได้ในวิทยาลัย/คณะวิชา ที่ต้องการขอเทียบโอน ทั้งนี้ ตามวิธีที่มหาวิทยาลัย หรือวิทยาลัย/ คณะวิชากำหนด

ส่วนที่ 2

หลักเกณฑ์การเทียบโอนผลการเรียนจากการศึกษาในระบบ

- ข้อ 10 เป็นรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาในหลักสูตรระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า ที่สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา หรือหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจตามกฎหมายรับรอง โดยมีเนื้อหาสาระครอบคลุมไม่น้อยกว่าสามในสี่ของรายวิชา หรือกลุ่มรายวิชาที่ขอเทียบ และได้รับแต้มคะแนนไม่ต่ำกว่าอักษรระดับคะแนน C หรือแต้มระดับคะแนน 2.00 หรือเทียบเท่า
- ข้อ 11 การเทียบโอนรายวิชาในหลักสูตรระดับปริญญาตรี หลักสูตรนานาชาติ ต้องเป็นการเทียบโอนจากหลักสูตรนานาชาติ หรือเทียบเท่า ที่สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา หรือหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจตามกฎหมายรับรอง
- ข้อ 12 การเทียบรายวิชาและโอนหน่วยกิต สามารถทำได้ไม่เกินสามในสี่ของจำนวนหน่วยกิตรวมของหลักสูตรที่รับโอน

- ข้อ 13 รายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาที่เทียบโอนจากต่างสถาบัน จะไม่นำมาคำนวณแต้มระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม
- ข้อ 14 เมื่อได้เทียบรายวิชาและโอนหน่วยกิตแล้ว นักศึกษาจะต้องใช้เวลาศึกษาในมหาวิทยาลัย ไม่น้อยกว่าหนึ่งปีการศึกษา จึงจะสามารถสำเร็จหลักสูตรได้
- ข้อ 15 ในกรณีที่มหาวิทยาลัยเปิดสอนหลักสูตรใหม่ จะไม่รับเทียบโอนผลการเรียนของนักศึกษาเกินกว่า ชั้นปีและภาคการศึกษาที่ได้รับอนุญาตให้มีนักศึกษาเรียนอยู่ตามหลักสูตรที่ได้รับความเห็นชอบแล้ว

หมวดที่ 2

การเทียบโอนความรู้และการให้หน่วยกิตจากภายนอกจากระบบ และ/หรือ การศึกษาตามอัธยาศัย
เข้าสู่การศึกษาในระบบ

ส่วนที่ 1

คุณสมบัติ

- ข้อ 16 ผู้มีสิทธิ์ขอเทียบโอนความรู้ต้องเป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่าขึ้นไป
- ข้อ 17 ผู้มีสิทธิ์ขอเทียบโอนความรู้จะต้องผ่านการคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัยได้ในวิทยาลัย/คณะวิชาที่ต้องการเทียบโอน ทั้งนี้ ตามวิธีที่มหาวิทยาลัย หรือวิทยาลัย/คณะวิชา กำหนด

ส่วนที่ 2

หลักเกณฑ์การเทียบโอนความรู้จากภายนอกจากระบบ และ/หรือ การศึกษาตามอัธยาศัย

- ข้อ 18 การเทียบความรู้จะเทียบเป็นรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาตามหลักสูตรและระดับการศึกษาที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัย
- ข้อ 19 ผลการประเมินจะต้องเทียบได้ไม่ต่ำกว่าระดับคะแนนตัวอักษร C หรือแต้มระดับคะแนน 2.00 หรือเทียบเท่า โดยบันทึกผลการเรียนตามวิธีการประเมินที่ได้กำหนดไว้ในข้อ 20 และไม่นำมาคำนวณแต้มระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม
- ข้อ 20 ให้บันทึกผลการเรียนตามวิธีการประเมิน ดังนี้
- (1) กรณีได้หน่วยกิตจากจากการทดสอบโดยใช้ข้อสอบของมหาวิทยาลัยให้บันทึก "CE"
(credits from examination)

- (2) กรณีได้หน่วยกิตจากการใช้แบบทดสอบมาตรฐานให้บันทึก "CS" (credits from standardized test)
- (3) กรณีได้หน่วยกิตจากการประเมินการศึกษา/อบรม ที่จัดโดยหน่วยงานอื่นที่ไม่ใช่สถาบันอุดมศึกษา (evaluation of non -sponsored training) ให้บันทึก "CT" (credits from training)
- (4) กรณีได้หน่วยกิตจากการเสนอแฟ้มสะสมงาน (portfolio) ให้บันทึก "CP" (credits from portfolio)
- ข้อ 21 ในกรณีที่สามารเทียบโอนความรู้ หรือสอบผ่านรายวิชาที่มีรายวิชาบังคับก่อน ให้ถือว่าผู้ขอเทียบโอนสอบผ่านรายวิชาบังคับก่อนด้วย โดยผู้ขอเทียบโอนต้องชำระค่าธรรมเนียมในการเทียบโอนรายวิชาบังคับก่อนทุกรายวิชาตามอัตราที่มหาวิทยาลัยกำหนด
- ข้อ 22 การเทียบรายวิชาและให้หน่วยกิตสามารถทำได้ไม่เกินสามในสี่ของจำนวนหน่วยกิตรวมของหลักสูตรที่รับโอน
- ข้อ 23 เมื่อได้เทียบรายวิชาและโอนหน่วยกิตแล้ว นักศึกษาจะต้องใช้เวลาศึกษาในมหาวิทยาลัยไม่น้อยกว่าหนึ่งปีการศึกษา จึงจะสามารถสำเร็จหลักสูตรได้

หมวดที่ 3

ค่าธรรมเนียม

- ข้อ 24 ค่าธรรมเนียมการขอเทียบโอนหน่วยกิต ครั้งละ 500.00 บาท
- ข้อ 25 ค่าสมัครเพื่อขอเทียบความรู้ไม่ว่าจะด้วยวิธีการประเมินแบบใด รายวิชาละ 1,500.00 บาท
- ข้อ 26 ค่าธรรมเนียมการเทียบโอนรายวิชาบังคับก่อน รายวิชาละ 1,000.00 บาท

ทั้งนี้ตั้งแต่ปีการศึกษา 2557 เป็นต้นไป จนกว่าจะมีประกาศเปลี่ยนแปลงเป็นอย่างอื่น

ประกาศ ณ วันที่ 1 เมษายน 2557

(รองศาสตราจารย์ ดร.ณิฏพัทธ์ ฤทธิภาคนานนท์)



สำนักงานฝ่ายวิชาการ

พด/สว/สร/ปก/สม

ประกาศมหาวิทยาลัยพายัพ
เรื่อง เปลี่ยนแปลงหลักเกณฑ์การเทียบโอนผลการเรียนระดับปริญญาตรี พุทธศักราช 2557

อนุสนธิจากมติสภามหาวิทยาลัยพายัพ ที่ 62/2559 “อนุมัติให้แก้ไขเพิ่มเติมข้อกำหนดมหาวิทยาลัยพายัพ พ.ศ. 2548 แก้ไขเพิ่มเติม ครั้งที่ 1 พ.ศ. 2549 หมวด 11 อัตราค่าเล่าเรียน ค่าบำรุง และค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ข้อ 11.1 ระดับปริญญาตรี (ข้อ 11.1.3 หมวดค่าธรรมเนียม (7) ค่าธรรมเนียมการขอสอบเทียบ)”

เพื่อให้การดำเนินการเกี่ยวกับค่าธรรมเนียมการขอเทียบความรู้ ตามหลักเกณฑ์การเทียบโอน ผลการเรียนระดับปริญญาตรี เป็นไปด้วยความเรียบร้อย อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 43 (1) (2) และ (13) แห่งพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ. 2546 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2550 จึงให้เปลี่ยนแปลง หลักเกณฑ์การเทียบโอนผลการเรียนระดับปริญญาตรี พุทธศักราช 2557 ดังนี้

หมวดที่ 3
ค่าธรรมเนียม

จาก ข้อ 25 ค่าสมัครเพื่อขอเทียบความรู้ ไม่ว่าจะด้วยวิธีการประเมินแบบใด รายวิชาละ 1,500 บาท
เป็น ข้อ 25 ค่าสมัครเพื่อขอเทียบความรู้ ไม่ว่าจะด้วยวิธีการประเมินแบบใด รายวิชาละ 2,500 บาท

จึงประกาศเพื่อทราบและให้ถือปฏิบัติต่อไป

ประกาศ ณ วันที่ 6 ตุลาคม พ.ศ. 2559



สำนักงานอธิการบดี
สว/พก/ธน/อน/ศก

ภาคผนวก ข

คำอธิบายรายวิชา

คำอธิบายรายวิชา

หมวดวิชา/กลุ่มวิชา

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

คำอธิบายรายวิชาหมวดวิชาศึกษาทั่วไป

1. กลุ่มสาระการบ่มเพาะคุณธรรม จริยธรรม

ศท. 181	สัจจะและบริการ	3 (3-0-6)
GE 181	Truth and Service ประวัติความเป็นมาของมหาวิทยาลัยพายัพ การแสวงหาความจริงเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตของตนเอง การพัฒนาบุคลิกนิสัยให้มีจิตสาธารณะ ตระหนักในการรับผิดชอบต่อผู้อื่น ชุมชนและสังคม ตามหลักจริยธรรม คุณธรรม การมีทักษะชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน History of Payap University; pursuit of truth on one's ways of life; personality development of public consciousness in serving other people, community and society morally and ethically; having life skills in accordance with the philosophy of sufficiency economy and applying them in daily life	
ศท. 182	พลเมือง ธรรมาภิบาล กับสันติภาพ	3 (3-0-6)
GE 182	Citizenship Good Governance and Peace บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของการเป็นพลเมืองที่มีคุณค่าของสังคมไทย สังคมโลก และสังคมดิจิทัล (การเป็นพลเมืองดิจิทัล) การต่อต้านการทุจริต และการนำหลักธรรมาภิบาลไปใช้ในการดำเนินชีวิต เพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ Roles and duties of being a responsibly virtuous Thai citizen, global citizen and digital citizen; resisting corruptions; exercising good governance for peaceful cohabitation	
ศท. 1801	คริสต์จริยธรรมเกี่ยวกับเพศ	3 (3-0-6)
GE 1801	Christian Sexual Ethics ยกเว้น นักศึกษาวิทยาลัยพระคริสต์ธรรมแมคกิลวารี หลักคริสต์จริยธรรมเรื่องเพศ การวางตัวกับเพื่อนต่างเพศ การคบเพื่อนต่างเพศ และเพศสัมพันธ์ พร้อมทั้งกรณีศึกษาที่อยู่บนพื้นฐานหลักคำสอนของพระคริสต์ธรรมคัมภีร์ และเหมาะสมกับบริบทสังคมไทยในปัจจุบัน Christian ethics of sexuality; opposite sex friendship; courtship; and sexual relationship, along with case studies that are in accordance with biblical teachings and relevant to the Thai context	

ศท. 1802	กฎหมายในชีวิตประจำวัน	3 (3-0-6)
GE 1802	Laws in Everyday Life ยกเว้น นักศึกษาคณะนิติศาสตร์ สิทธิ หน้าที่ และเสรีภาพขั้นพื้นฐานของบุคคลตามกฎหมาย ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับบุคคล ทรัพย์สิน ครอบครัว มรดก และสัญญาที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน กระบวนการยุติธรรมของไทย รวมถึง กฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน Rights and duties; fundamental freedom of legal persons; basic knowledge of people, property, family, inheritance and contracts in everyday life related to daily life; Thai judicial process including other laws related to daily life	

2. กลุ่มสาระการเรียนรู้ตลอดชีวิต

ศท. 191	สุขภาพดี นวัตกรรม	3 (3-0-6)
GE 191	New Normal Healthiness แนวคิดความรอบรู้ด้านสุขภาพเพื่อป้องกันโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง โรคอุบัติใหม่ การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศด้านสุขภาพ การตัดสินใจเลือกปฏิบัติพฤติกรรมสุขภาพที่ถูกต้อง โภชนาการที่ดี การออกกำลังกาย การบริหารอารมณ์ การปฐมพยาบาลและการกู้ชีพขั้นพื้นฐาน Health literacy concepts to prevent chronic non-communicable diseases, emerging disease; media literacy and health informatics; making healthy behavioral decisions; good nutrition; exercise; emotional management; First Aid and basic resuscitation	
ศท. 192	การคิดแบบองค์รวม	3 (3-0-6)
GE 192	Holistic Thinking แนวคิดการคิดแบบองค์รวม วิธีการเรียนรู้และการแสวงหาความรู้ด้วยตนเองอย่างมีคุณธรรมและมีความรับผิดชอบจากแหล่งความรู้หรือสารสนเทศที่หลากหลาย การคิดวิเคราะห์ การคิดแก้ไขปัญหา การคิดอย่างมีวิจารณญาณ การคิดสร้างสรรค์ การออกแบบความคิดสำหรับนวัตกรรม การคิดแบบองค์รวมเกี่ยวกับประเด็น ทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม คุณธรรม จริยธรรม สิ่งแวดล้อม และการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงที่เชื่อมโยงกัน Holistic thinking concept; an ethical and responsible way of self-learning and acquiring knowledge from a variety of sources of knowledge or information; analytical thinking; problem solving;	

critical thinking; creative thinking; design ideas for innovation; holistic thinking on social, economic, political, cultural, moral, ethical, and environmental issues and learning from real experience in combination, related experiences

ศท. 193 การวิเคราะห์และตัดสินใจ 3 (3-0-6)

GE 193 Analysis and Decision Making)

ข้อมูลกับการตัดสินใจ การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อการตัดสินใจ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้หลักตรรกะ การวิเคราะห์การตัดสินใจ และการประยุกต์ใช้เพื่อแก้ปัญหาในชีวิตประจำวัน

Information and decision making; statistical analysis for decision making; logical data analysis; decision analysis; and application to solve everyday problems

ศท. 1901 จิตวิทยากับชีวิตประจำวัน 3 (3-0-6)

GE 1901 Psychology for Daily Life

ยกเว้น นักศึกษาศาสาวิชาจิตวิทยา

ความรู้เบื้องต้นทางจิตวิทยา การเห็นคุณค่าในตนเอง ความแตกต่างระหว่างบุคคล การเข้าใจตนเองและผู้อื่น กรอบความคิดแบบเติบโต ความฉลาดทางด้านอารมณ์ ความฉลาดในการแก้ไขปัญหา การวิเคราะห์ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การจัดการความเครียด การจัดการความขัดแย้ง การปรับตัวทางสังคม

An introduction to psychology; self-esteem; individual differences; self-realization and empathy; growth mindset; emotional intelligence; problem solving intelligence; interpersonal interaction analysis; stress management; conflict management; social adaptation

ศท. 1902 อาหารเพื่อสุขภาพและความงาม 3 (3-0-6)

GE 1902 Food for Health and Beauty

ความสำคัญของอาหารเพื่อสุขภาพและความงาม ประเภทของอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพและความงาม อาหารสุขภาพในชีวิตประจำวัน ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่เหมาะสมสำหรับแต่ละช่วงวัยและแต่ละเพศ กฎหมายที่เกี่ยวข้องและการพิจารณาสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม แนวโน้มอาหารเพื่อสุขภาพและความงาม

The importance of food for health and beauty; types of food and beverage for health and beauty; healthy food in daily life; dietary supplements for specific life-stage and gender group; legislations

related to health and beauty products and considerations for health and beauty product advertisements; trends of food for health and beauty

3. กลุ่มสาระก้าวหน้าทั่วโลก

ศท. 144	เทคโนโลยีสีเขียว	3 (3-0-6)
GE 144	Green Technology แนวคิด หลักการ และวิธีการของเทคโนโลยีสีเขียว การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสีเขียว พลังงานสีเขียวและเทคโนโลยีพลังงานจากของเสีย การพัฒนาอย่างยั่งยืนด้วยเทคโนโลยีสีเขียว ผลิตภาพสีเขียวคาร์บอนเครดิตและรอยเท้าคาร์บอน ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน มาตรฐานการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม และการจัดการสำนักงานสีเขียว Concepts, principles and methods of green technology; green technology application; green energy and waste energy technology; sustainable development with green technology; green productivity; green carbon credits and carbon footprints; sustainable environmental management system; environmental management and green office management standards	
ศท. 1401	การเป็นผู้ประกอบการในศตวรรษที่ 21	3 (3-0-6)
GE 1401	Entrepreneurship in 21 st Century พื้นฐานของธุรกิจประเภทต่าง ๆ การวิเคราะห์โอกาสและการพัฒนาแนวคิด ธุรกิจ โมเดลทางธุรกิจ การตลาด การบริหารทรัพยากรมนุษย์ และกฎระเบียบ การค้าระหว่างประเทศ การเงินและความสามารถในการทำกำไรของผู้ประกอบการ และการเป็นผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ หลักการและแนวคิดเกี่ยวกับการค้าออนไลน์ ตลาดออนไลน์ ภาษีที่เกี่ยวข้องกับการค้าออนไลน์ จริยธรรมและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง Fundamentals of different types of business; opportunity analysis and business idea development; business model; marketing; human resource management and international trade regulations; finance and profitability of entrepreneurs and being an online store operator; principles and concepts of online commerce, online markets, taxes related to online commerce; ethics and related laws	

ศท. 1402	ปัญญาประดิษฐ์ในชีวิตประจำวัน	3 (3-0-6)
GE 1402	<p>Artificial Intelligence in Daily life</p> <p>ยกเว้น นักศึกษาสาขาวิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ และ สาขาวิชาวิศวกรรมซอฟต์แวร์</p> <p>หลักการพื้นฐานของปัญญาประดิษฐ์ ศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับปัญญาประดิษฐ์ การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ในชีวิตประจำวัน วิเคราะห์การทำงานของ AI ในชีวิตประจำวัน อนาคตของปัญญาประดิษฐ์</p> <p>Basic principles of Artificial Intelligence (A.I.); A.I. approaches; A.I. application in daily life; A.I. application process analysis; A.I. development tools; the future of A.I.</p>	
ศท. 1403	รู้ทันเทคโนโลยีดิจิทัล	3 (3-0-6)
GE 1403	<p>Digital Technology Literacy</p> <p>ยกเว้น นักศึกษาสาขาวิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ และ สาขาวิชาวิศวกรรมซอฟต์แวร์</p> <p>การใช้ การเข้าใจ การสร้างและการเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัล ดิจิทัลทรานส์ฟอร์มเมชันกับการปรับตัวยุคดิจิทัล การเข้าใจปัญญาประดิษฐ์ ข้อมูลขนาดใหญ่ บล็อกเชน การประยุกต์ใช้เครื่องมือเพื่อนำเสนอสารสนเทศในรูปแบบอินโฟกราฟิก การทำงานร่วมกันผ่านระบบออนไลน์ และระบบคลาวด์ การรักษาความปลอดภัยของข้อมูล การสำรองข้อมูล และจริยธรรมการใช้คอมพิวเตอร์</p> <p>Using, understanding, creating and accessing digital technology; digital transformation and adaptation in the digital age; understanding artificial intelligence; big data; block chain; application of tools to present information in infographics; online collaboration and cloud; data security backup; and computer ethics</p>	
ศท. 1404	การบริหารความมั่งคั่งโดยหุ้นและสินทรัพย์ดิจิทัล	3 (3-0-6)
GE 1404	<p>Wealth management by Stock and Digital Assets</p> <p>ประวัติความเป็นมา ความหมาย และ ประเภทของหุ้น สินทรัพย์ดิจิทัล การประยุกต์ใช้สินทรัพย์ดิจิทัลในปัจจุบัน การลงทุนและความเสี่ยง การซื้อขายและลงทุนในหุ้น และสินทรัพย์ดิจิทัลอย่างง่าย จริยธรรมในการลงทุน</p> <p>History; meaning and type of stock and digital assets; application of digital assets; investment and risk; simple trade and investment in bond market and digital assets; investment ethics</p>	

ศท. 1405	เทคโนโลยีดนตรีสำหรับบุคคลทั่วไป	3 (3-0-6)
GE 1405	Music Technology for Non-musicians ยกเว้น นักศึกษาวิทยาลัยดุริยางคศิลป์ การใช้แอปพลิเคชันที่นิยมในสมัยปัจจุบันผลิตผลงานทางดนตรีอย่างง่าย และสามารถนำเสนอผลงานต่อสาธารณชนได้อย่างสร้างสรรค์ Using today's popular applications to produce simple music productions and be able to present the works to the public creatively	
ศท. 1406	ความเป็นพลเมืองดิจิทัล	3 (3-0-6)
GE 1406	Digital Citizenship พลเมืองดิจิทัล การรู้เท่าทันสื่อในยุคดิจิทัล ความรับผิดชอบต่อตนเอง และสังคม ในการใช้เทคโนโลยี ความรู้เกี่ยวกับสื่อและสารสนเทศ จริยธรรม และการมีส่วนร่วมทางสังคมและการเมืองอย่างเหมาะสม Digital citizenship that knows how to use media in the digital age knowingly with personal and social responsibility; media and information knowledge; ethics and morals; and proper participation in politics and society	

4. กลุ่มสาระภาษาเพื่อการสื่อสาร

ศท. 127	ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารในยุคดิจิทัล	3 (3-0-6)
GE 127	Thai for Communication in the Digital Age การพัฒนาทักษะการใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ด้านการฟัง การพูดเสนอผลงาน การอ่าน การเขียน โดยเน้นการจับใจความสำคัญและการวิเคราะห์เพื่อใช้ในการชีวิตประจำวันได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมในยุคดิจิทัล Development of language skills in Thai for Communication comprising listening, oral presentation, reading, and writing emphasizing main ideas and analysis to perform accurately in daily life and appropriately in the digital age	
ศท. 137	ภาษาอังกฤษเพื่อการเขียนและการนำเสนอเชิงวิชาการ	3 (3-0-6)
GE 137	Academic Writing and Presentation Skills การใช้คำศัพท์ รูปแบบและสำนวนภาษาสำหรับการเขียนเชิงวิชาการ หรือการเขียนรายงาน และการฝึกการนำเสนอที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ Vocabulary and language style and rhetoric use for academic writing or papers and practice of formal and informal presentation	

ศท. 138	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในสังคมพหุวัฒนธรรม	3 (3-0-6)
GE 138	English for Communication in Multicultural Societies การฝึกและพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อสื่อสาร และเข้าใจความหลากหลายทางวัฒนธรรมในสังคม The practice and development of English language skills for communicating and understanding various cultures in societies	
ศท. 139	การฟังและการพูดภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร	3 (3-0-6)
GE 139	Listening and Speaking English for Communication การฝึกทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษในสถานการณ์ต่างๆ การอภิปราย การตีความและวิเคราะห์ข้อความจากการสนทนา การนำเสนอข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ Listening and speaking English practice in various situations, discussion, interpretations and analyzing conversations, presentation of the information from various sources	
ศท. 231	ภาษาอังกฤษเพื่ออาชีพ	3 (3-0-6)
GE 231	English for Career การใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสมัครงาน ภาษาอังกฤษในที่ทำงาน การอ่าน การเขียนและการสนทนาในบริบทของงานประเภทต่าง ๆ English language for job applications and in the work place; reading, writing and conversation in different working situations	
ศท. 1501	ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน	3 (3-0-6)
GE 1501	Chinese for Daily Communication ยกเว้น นักศึกษาศาखाวิชาภาษาและวัฒนธรรมจีน การสนทนาภาษาจีนระดับเบื้องต้นในชีวิตประจำวันด้านชีวิตความเป็นอยู่ ครอบครัว สังคม และวัฒนธรรมของประเทศจีน Basic Chinese conversation in daily life in aspects of life, family, society and culture of China	
ศท. 1601	ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน	3 (3-0-6)
GE 1601	Japanese for Daily Communication ยกเว้น นักศึกษาศาखाวิชาภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น ไวยากรณ์ภาษาญี่ปุ่น ทักษะการฟัง ทักษะการพูด การสื่อสารภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้นสำหรับการใช้ชีวิตประจำวัน และสังคมวัฒนธรรมญี่ปุ่น Japanese grammar, listening skills, speaking skills, basic Japanese communication for daily life and Japanese cultural society	

ศท. 173	ภาษาเกาหลีเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน	3 (3-0-6)
GE 173	Korean for Daily Communication ยกเว้น นักศึกษาที่เรียนวิชาโทภาษาเกาหลี ไวยากรณ์ภาษาเกาหลี ทักษะการฟัง ทักษะการพูด การสื่อสารภาษาเกาหลี เบื้องต้นสำหรับการใช้ชีวิตประจำวัน และสังคมวัฒนธรรมเกาหลี Korean grammar, listening skills, speaking skills, basic Korean communication for daily life and Korean cultural society	

หมวดวิชาเฉพาะ

ไม่น้อยกว่า 93 หน่วยกิต

นักศึกษาจะต้องศึกษารายวิชาในหมวดวิชาเฉพาะให้ได้แต้มเฉลี่ยสะสมไม่น้อยกว่า 2.00 โดยศึกษารายวิชาในกลุ่มวิชาต่อไปนี้

กลุ่มวิชาแกนธุรกิจ

นักศึกษาจะต้องศึกษารายวิชาต่อไปนี้ จำนวน 36 หน่วยกิต

กม. 102 กฎหมายธุรกิจ (LA 102 BUSINESS LAW)	3 (3-0-6) หน่วยกิต
---	--------------------

กฎหมายเกี่ยวกับการจัดตั้งธุรกิจ และกฎหมายเกี่ยวกับการประกอบกิจกรรมทางธุรกิจ หลักกฎหมายซื้อขาย เช่าทรัพย์ เช่าซื้อ กู้ยืม ค้ำประกัน จำนอง จำนำ กฎหมายเกี่ยวกับตราสารทางการเงิน ตราสารทุนและตราสารหนี้ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอิเล็กทรอนิกส์

บช. 111 การบัญชีสำหรับธุรกิจ (AC 111 ACCOUNTING FOR BUSINESS)	3 (3-0-6) หน่วยกิต
--	--------------------

ความหมาย วัตถุประสงค์ ความสำคัญ และจรรยาบรรณทางด้านบัญชี การใช้ประโยชน์ของข้อมูลทางการบัญชี กรอบแนวคิดในการจัดทำบัญชีตามหลักบัญชีมาตรฐานสากล ความรู้เกี่ยวกับหลักการ และวิธีการบัญชีตามหลักการบัญชี การจัดทำรายงานทางการเงิน วิธีการบัญชีเกี่ยวกับภาษีมูลค่าเพิ่ม การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางการบัญชีและนวัตกรรมทางการบัญชี

บช. 319 การบัญชีเพื่อการจัดการ (AC 319 MANAGERIAL ACCOUNTING) (วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 101 และ บช. 111)	3 (3-0-6) หน่วยกิต
---	--------------------

การวิเคราะห์ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อนำไปใช้ในกระบวนการบริหาร โดยศึกษาเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนรวม การบัญชีต้นทุนผันแปร การวิเคราะห์ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อการตัดสินใจ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณ ต้นทุน และกำไร รวมทั้งการบัญชีบริหารร่วมสมัยสำหรับการวางแผน การควบคุมและการตัดสินใจ

บธ. 101 องค์การและการจัดการ 3 (3-0-6) หน่วยกิต
(BA 101 ORGANIZATION AND MANAGEMENT)

แนวคิดพื้นฐานทางธุรกิจ รูปแบบการจัดตั้งองค์กรธุรกิจ หน้าที่งานทางธุรกิจ และการจัดการในบริษัทที่เปลี่ยนแปลง สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และธุรกิจระหว่างประเทศ วิวัฒนาการทางการจัดการ ลักษณะขององค์การ หลักการจัดการ หน้าที่ทางการจัดการ และจริยธรรมในองค์การ

บธ. 102 หลักการตลาดและการตลาดดิจิทัล 3 (3-0-6) หน่วยกิต
(BA 102 PRINCIPLES OF MARKETING AND DIGITAL MARKETING)

แนวคิดทางการตลาด บทบาทการตลาดที่มีต่อเศรษฐกิจในยุคดิจิทัล จรรยาบรรณของนักการตลาด สภาพแวดล้อมทางการตลาด การบริหารการตลาด ระบบข้อมูลทางการตลาด การวิจัยตลาด การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ส่วนประสมทางการตลาด การตลาดดิจิทัล และการตลาดเชิงเนื้อหา ตลอดจนกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

บธ. 201 การจัดการการผลิตและการดำเนินงาน 3 (3-0-6) หน่วยกิต
(BA 201 PRODUCTION AND OPERATION MANAGEMENT)

(วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 101)

การจัดการการผลิต การพยากรณ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์และกระบวนการดำเนินงาน การเพิ่มผลผลิตในองค์การ การจัดการสินค้าคงเหลือ การบริหารเวลาโครงการ การจัดการคุณภาพ การจัดการโซ่อุปทาน และการใช้เทคโนโลยีเพื่อการตัดสินใจเชิงปริมาณ

บธ. 202 การภาษีอากรธุรกิจ 3 (3-0-6) หน่วยกิต
(BA 202 BUSINESS TAXATION)

การจัดการด้านภาษีของกิจการ โดยใช้หลักเกณฑ์และวิธีการจัดเก็บภาษีอากรต่างๆ ตามประมวลรัษฎากรที่ใช้อยู่ในปัจจุบันและภาษีอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ได้แก่ ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีหัก ณ ที่จ่าย ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ อากรแสตมป์ ภาษีการรับมรดก ภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ภาษีป้าย ภาษีสรรพสามิต ภาษีศุลกากร รวมทั้งภาษีที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

บธ. 203 เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ 3 (3-0-6) หน่วยกิต
(BA 203 BUSINESS ECONOMICS)

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์ ระบบเศรษฐกิจ อุปสงค์ อุปทานและดุลยภาพ ความยืดหยุ่นของอุปสงค์และอุปทาน ทฤษฎีผู้บริโภค ทฤษฎีผู้ผลิต รายรับและต้นทุนการผลิต การกำหนดราคาสินค้า และปัจจัยการผลิตในตลาดแข่งขันสมบูรณ์และไม่สมบูรณ์ เงินเฟ้อ เงินฝืด นโยบายการเงิน และนโยบายการคลัง การค้าและการเงินระหว่างประเทศ

บธ. 204 พฤติกรรมองค์การและการบริหารทรัพยากรมนุษย์ 3 (3-0-6) หน่วยกิต
(BA 204 ORGANIZATIONAL BEHAVIOR AND HUMAN RESOURCE MANAGEMENT)
(วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 101)

แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการจัดการพฤติกรรมของมนุษย์ในองค์การ การจัดการในระดับปัจเจกบุคคล ระดับกลุ่มและระดับองค์การ การประยุกต์ใช้แนวคิดการบริหารทรัพยากรมนุษย์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพขององค์การ หน้าที่ของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ และปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของมนุษย์และการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในองค์การ

บธ. 205 เทคโนโลยีสำหรับธุรกิจ 3 (3-0-6) หน่วยกิต
(BA 205 TECHNOLOGIES IN BUSINESS)

บทบาทของเทคโนโลยีดิจิทัล ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence หรือ AI) ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) บล็อกเชน (Blockchain) โดรน (Drones) อินเทอร์เน็ตเพื่อทุกสิ่ง (Internet of Things : IoT) หุ่นยนต์ (Robots) โลกเสมือนจริง (Virtual Reality หรือ VR) และเทคโนโลยีแห่งอนาคตเพื่อการประยุกต์ใช้กับงานด้านบริหารธุรกิจ

บธ. 209 การเงินธุรกิจ 3 (3-0-6) หน่วยกิต
(BA 209 BUSINESS FINANCE)
(วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 111)

เป้าหมายและหน้าที่ของการจัดการทางการเงิน มูลค่าเงินตามเวลา การวิเคราะห์การเงินขั้นพื้นฐาน การพยากรณ์และวางแผนทางการเงิน การจัดการสินทรัพย์ การจัดหาเงินทุน โครงสร้างของเงินทุน การประเมินโครงการลงทุน นโยบายการจ่ายเงินปันผล สินทรัพย์ดิจิทัล การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางการเงินและนวัตกรรมทางการเงิน

บธ. 401 การจัดการเชิงกลยุทธ์ 3 (3-0-6) หน่วยกิต
(BA 401 STRATEGIC MANAGEMENT)
(วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชาบธ. 101 และบธ. 102)

แนวคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์ กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์และการใช้เครื่องมือทางการบริหารเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก การวิเคราะห์การแข่งขันในอุตสาหกรรม จริยธรรมความรับผิดชอบต่อสังคม และความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อมกับการวางแผนกลยุทธ์ การกำหนดกลยุทธ์ในระดับต่างๆ การดำเนินกลยุทธ์ และการประเมินกลยุทธ์

กลุ่มวิชาเอกบังคับ**จำนวน 45 หน่วยกิต**

นักศึกษาจะต้องศึกษารายวิชาต่อไปนี้ จำนวน 45 หน่วยกิต

กต. 211 การวิเคราะห์และออกแบบพฤติกรรมผู้บริโภค

3 (3-0-6) หน่วยกิต

(MK 211 CONSUMER BEHAVIOR ANALYSIS AND DESIGN)

(วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)

แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค แบบจำลองกระบวนการในการตัดสินใจซื้อ ส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมผู้บริโภค เศรษฐศาสตร์เชิงพฤติกรรม ความพึงพอใจและความภักดี การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ความเข้าใจผู้บริโภคในเชิงลึก และการคุ้มครองผู้บริโภค

กต. 214 ช่องทางการตลาดดิจิทัล

3 (3-0-6) หน่วยกิต

(MK 214 DIGITAL MARKETING CHANNEL)

(วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการบริหารช่องทางการตลาด ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการช่องทางการตลาด สมาชิกในช่องทางการตลาดและสถาบันคนกลาง พฤติกรรมภายในช่องทางการตลาด การวางแผน การประเมินในการปฏิบัติงาน และการควบคุมความสัมพันธ์ระหว่างช่องทางการตลาดและส่วนประสมทางการตลาด ช่องทางการตลาดดิจิทัลประเภทต่างๆ เช่น ค้าปลีกออนไลน์ (E-tailer) ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Market Place) และการค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Commerce) การเลือกแพลตฟอร์มที่เหมาะสม การตลาดทางตรง การตลาดแบบไร้รอยต่อ (Omni Channel) การบริหารห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ ตลอดจนการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อช่วยในการกระจายสินค้า และช่องทางการตลาดระหว่างประเทศ

กต. 215 ความคิดสร้างสรรค์และการสื่อสารในวิชาชีพการตลาด

3 (2-2-5) หน่วยกิต

(MK 215 CREATIVITY AND COMMUNICATION IN MARKETING PROFESSION)

หลักการ ความหมาย ความสำคัญ องค์ประกอบของความคิดสร้างสรรค์ และกระบวนการในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์เพื่อประยุกต์ใช้ร่วมกับส่วนประสมทางการตลาด กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด ทักษะในการสื่อสารเพื่อความสำเร็จในวิชาชีพการตลาด การนำเสนอ และการโน้มน้าวการสร้างการยอมรับให้กับกลุ่มเป้าหมาย

กต 216 การจัดการผลิตภัณฑ์

3 (3-0-6) หน่วยกิต

(MK 216 PRODUCT MANAGEMENT)

แนวคิดความหมาย ทฤษฎีการตลาดผลิตภัณฑ์ ประเภทผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ความรับผิดชอบทางการตลาดผลิตภัณฑ์

กต. 314 การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ 3 (2-2-5) หน่วยกิต
(MK 314 INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS)
(วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)

บทบาท ความสำคัญและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ วิธีการใช้เครื่องมือ การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ โดยผ่านแพลตฟอร์มการสื่อสารทางการตลาด การเขียนแผนการสื่อสาร การตลาด การจัดสรรงบประมาณ การวัดประสิทธิผลของการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการและ จรรยาบรรณในการใช้สื่อ

กต. 316 การจัดการราคาและความสามารถในการทำกำไร 3 (3-0-6) หน่วยกิต
(MK 316 PRICING AND MARKETING PROFITABILITY)
(วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)

แนวคิดและหลักการเกี่ยวกับนโยบายราคา การกำหนดราคา การเปลี่ยนแปลงราคา การใช้ราคาเป็น เครื่องมือในการส่งเสริมการตลาด การกำหนดราคาให้สอดคล้องกับส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยทางการตลาด ที่มีผลกระทบต่อการทำกำไรของกิจการ และใช้เทคนิคการวิเคราะห์เชิงปริมาณในการตัดสินใจทางการตลาด เพื่อ เพิ่มความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจ และการใช้งบประมาณทางการเงินเพื่อช่วยในการเพิ่มความสามารถใน การทำกำไร

กต. 326 การตลาดดิจิทัลเชิงสร้างสรรค์ 3 (2-2-5) หน่วยกิต
(MK 326 CREATIVE DIGITAL MARKETING)
(วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)

บทบาทความสำคัญของการตลาดดิจิทัล รูปแบบของตลาดดิจิทัล ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตลาดดิจิทัล ช่องทางการตลาดดิจิทัล กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล การตลาดเชิงเนื้อหา ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) การวัดประสิทธิผลการตลาดดิจิทัล การขายสินค้าออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ การใช้ประโยชน์จากข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) และอินเทอร์เน็ตทุกสรรพสิ่ง (Internet of Things: IoT) กฎหมายและจริยธรรมของธุรกิจดิจิทัล

กต. 327 การสร้างแบรนด์ 3 (2-2-5) หน่วยกิต
(MK 327 BRANDING)

ความหมายของแบรนด์ การตั้งค่าการออกแบบและวัฒนธรรมสากล กระบวนการสร้างแบรนด์ หลักทฤษฎี การออกแบบแบรนด์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การเล่าเรื่องราวของแบรนด์ (Storytelling) กลยุทธ์การสร้าง แบรนด์ การสร้างมูลค่าของแบรนด์ การวัดมูลค่าแบรนด์ จรรยาบรรณในการสร้างแบรนด์

กต. 328 การตลาดโลก 3 (3-0-6) หน่วยกิต
(MK 328 GLOBAL MARKETING)
(วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)

แนวความคิดพื้นฐานการตลาดโลก บทบาทและอิทธิพลการตลาดโลกในยุคดิจิทัล กระบวนการเข้าสู่ ตลาดโลก การวิจัยตลาดโลก กลยุทธ์การตลาดโลก การตลาดข้ามวัฒนธรรม นโยบายผลิตภัณฑ์และบริการระดับโลก กฎหมายระหว่างประเทศ ข้อตกลงการค้าระหว่างประเทศ การค้าเสรีและการค้าโลก

กต. 332 การจัดการการขายและเทคนิคการขาย 3 (3-0-6) หน่วยกิต
(MK 332 SALES MANAGEMENT AND SALES TECHNIQUE)

แนวคิด หลักการจัดการการขาย บทบาทและความรับผิดชอบของผู้บริหารงานขาย การจัดการฝ่ายขาย การวางแผนกลยุทธ์การขาย การคัดเลือกและฝึกอบรมพนักงานขาย การกำหนดอาณาเขตการขายและโควตาการขาย การบริหารเวลา การควบคุมและประเมินผลงานพนักงานขาย บทบาทหน้าที่และจริยธรรมของพนักงานขาย กระบวนการขาย การเข้าพบลูกค้าและการเสนอขาย การเจรจาต่อรอง การปิดการขายและบริการหลังการขาย

กต. 335 การบริหารจัดการข้อมูลการตลาดดิจิทัล 3 (2-2-5) หน่วยกิต
(MK 335 DATA MANAGEMENT IN DIGITAL MARKETING)

(วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)

ศึกษากระบวนการบริหารจัดการข้อมูลในการทำตลาดบนช่องทางและสื่อดิจิทัล การออกแบบวิธีการเก็บข้อมูล การจำแนกข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลและการประยุกต์ใช้เครื่องมือและข้อมูลต่างๆ ที่หลากหลายได้ภายในแพลตฟอร์มเดียวกัน รวมถึง การประเมินคุณภาพของข้อมูลที่มีอยู่ ระดับความน่าเชื่อถือและความสอดคล้องเพื่อนำไปสร้างกลยุทธ์ หรือแผนการตลาดและการตัดสินใจทางการตลาดดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กต. 391 การวิจัยการตลาด 3 (2-2-5) หน่วยกิต
(MK 391 MARKETING RESEARCH)

(วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)

การกำหนดประเด็นปัญหาและวัตถุประสงค์ในการวิจัย การทบทวนวรรณกรรม ระเบียบวิธีและกระบวนการในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบออฟไลน์และออนไลน์ การสรุปและอภิปรายผล การเขียนรายงานการวิจัย จรรยาบรรณของนักวิจัย การศึกษาผู้บริโภคในรูปแบบออนไลน์

กต. 437 การจัดการการตลาด 3 (3-0-6) หน่วยกิต
(MK 437 MARKETING MANAGEMENT)

(วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)

ความสำคัญและบทบาทของผู้บริหารการตลาด การวิเคราะห์สถานการณ์ พฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์คู่แข่ง กระบวนการวางแผนทางการตลาด การเขียนแผนการตลาด การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อสนับสนุนกลยุทธ์การตลาด การนำแผนกลยุทธ์ไปปฏิบัติ การติดตามและการประเมินผล

กต. 492 สัมมนาการตลาดดิจิทัล 3 (3-0-6) หน่วยกิต
(MK 492 SEMINAR IN DIGITAL MARKETING)
(วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา กต. 437)

ศึกษาการดำเนินงานทางด้านการตลาดแบบดิจิทัลขององค์กรธุรกิจจริง และ/หรือ กรณีศึกษา ธุรกิจ Startup และแพลตฟอร์มต่างๆ ทั้งองค์กรในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้ทราบถึงความสำเร็จและความล้มเหลว ตลอดจนปัญหาต่าง ๆ และแนวทางการแก้ไขขององค์กร นอกจากนี้ยังเรียนรู้และฝึกฝน โดยการนำเอาความรู้ที่เรียนมาประยุกต์ใช้ เพื่อปรับปรุงแก้ไข โดยใช้วิธีการระดมสมองและการอภิปรายกลุ่ม เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมก่อนการปฏิบัติงานกับองค์กรภายนอกในอนาคต

กต. 498 การฝึกปฏิบัติเชิงธุรกิจ 3 (1-4-4) หน่วยกิต
(MK 498 BUSINESS WORKSHOP PRACTICE)
(วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา กต. 437)

การเขียนแผนการตลาดเพื่อรองรับการตลาดออฟไลน์และออนไลน์ การฝึกปฏิบัติเชิงธุรกิจ โดยการจัดตั้งบริษัทจำลอง เพื่อให้นักศึกษาได้นำความรู้ทางด้านบริหารธุรกิจและการตลาดมาใช้ การนำแผนมาปฏิบัติภายใต้สถานการณ์จริง และการประเมินผล

กลุ่มวิชาเอกเลือก และ/หรือ วิชาโท ไม่น้อยกว่า 12 หน่วยกิต

นักศึกษาจะต้องเลือกศึกษารายวิชาเอกเลือกต่อไปนี้ และ/หรือ วิชาโทในสาขาวิชาอื่นที่เปิดสอนในสถาบัน รวมแล้วไม่น้อยกว่า 12 หน่วยกิต

กลุ่มวิชาเอกเลือก สังกัดสาขาวิชาการตลาดดิจิทัล

กต. 315 ระบบสารสนเทศทางการตลาดและเทคโนโลยีทางการตลาด 3 (2-2-5) หน่วยกิต
(MK 315 MARKETING INFORMATION SYSTEMS AND MARKETING TECHNOLOGY)
(วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)

แนวคิด บทบาทและหน้าที่ของระบบสารสนเทศทางการตลาด กระบวนการพัฒนาและการจัดการระบบสารสนเทศทางการตลาด การประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศทางการตลาดเพื่อการตัดสินใจทางการตลาด การตลาดสมัยใหม่และการเชื่อมโยงทางการตลาด เทคโนโลยีด้านการโฆษณาและการทำโปรโมชัน เทคโนโลยีด้านการสร้างเนื้อหาและสร้างประสบการณ์ให้ลูกค้า เทคโนโลยีด้านสื่อสังคมออนไลน์และการสร้างความสัมพันธ์ลูกค้า เทคโนโลยีด้านการขาย และเทคโนโลยีด้านการบริหารจัดการและการวิเคราะห์ข้อมูล

กต. 321 การตลาดเพื่อสังคม 3 (3-0-6) หน่วยกิต
(MK 321 CAUSE-RELATED MARKETING)
(วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)

แนวความคิดและกระบวนการพัฒนาการตลาดเพื่อสังคม การเปลี่ยนแปลงทางสังคม การศึกษากลุ่มผู้บริโภค การตลาดสิ่งแวดล้อม การจัดกิจกรรมจิตอาสาการพัฒนาและผสมผสานเรื่อง CSR กับการตลาดสำหรับองค์กรธุรกิจ และจรรยาบรรณทางการตลาด

กต. 322 การตลาดบริการ 3 (3-0-6) หน่วยกิต
(MK 322 SERVICE MARKETING)
(วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)

ทฤษฎีและแนวความคิดของการตลาดการบริการ ลักษณะเฉพาะของการบริการ การจำแนกประเภทของบริการ การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ การพัฒนานโยบายการตลาด ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ คุณภาพการบริการ การจัดการกับคำร้องเรียน บทบาทของบุคลากรเพื่อให้บริการ และแนวโน้มการตลาดบริการ

กต. 323 การตลาดเกษตร 3 (3-0-6) หน่วยกิต
(MK 323 AGRICULTURAL MARKETING)
(วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)

ความหมาย บทบาท และความสำคัญของตลาดเกษตร การกำหนดส่วนประสมทางการตลาด การพัฒนาสินค้าเกษตรเพื่อการส่งออก บทบาทและนโยบายของภาครัฐที่มีต่อตลาดเกษตร การวางแผนการตลาดสินค้าเกษตร การประยุกต์ใช้กลยุทธ์การตลาดสินค้าเกษตร การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อกระจายสินค้าการเกษตร

กต. 324 การตลาดหัตถกรรม 3 (3-0-6) หน่วยกิต
(MK 324 HANDICRAFT MARKETING)
(วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)

ความหมาย บทบาท และความสำคัญของตลาดหัตถกรรม การวางแผนการตลาดสินค้าหัตถกรรม พฤติกรรมผู้บริโภค การกำหนดส่วนประสมทางการตลาด การพัฒนาสินค้าหัตถกรรมเพื่อการส่งออก การใช้ช่องทางการตลาดดิจิทัลเพื่อกระจายสินค้าหัตถกรรม การสร้างเรื่องราวสินค้า บทบาทและนโยบายของภาครัฐที่มีต่อตลาดหัตถกรรม แนวโน้มในการทำตลาดสินค้าหัตถกรรมในอนาคต

กต. 325 การตลาดทางตรง 3 (3-0-6) หน่วยกิต
(MK 325 DIRECT MARKETING)
(วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)

หลักการของการตลาดทางตรง การวางแผนการตลาดทางตรง ความแตกต่างระหว่างตลาดทางตรงกับตลาดแบบดั้งเดิม เทคนิคการทำการตลาดทางตรง การทำการตลาดทางตรงผ่านช่องทางดิจิทัลโดยใช้เทคโนโลยีที่สามารถเพิ่มมูลค่าทางการตลาด

กต. 331 การออกแบบเนื้อหาบนการตลาดดิจิทัล 3 (2-2-5) หน่วยกิต
(MK 331 DIGITAL MARKETING CONTENT AND DESIGN)
(วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)

ศึกษาการสร้างแผนกลยุทธ์การตลาดด้วยเนื้อหาดิจิทัล (Digital Content) และการวัดผลความสำเร็จ พัฒนาและรวบรวมเนื้อหาชิ้นงานเพื่อให้เกิดการส่งต่อเนื้อหา (Viral Content) ใช้ประโยชน์จากการทำโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้เกิดการกระจายเผยแพร่ไปยังช่องทางสื่อสังคมและเว็บไซต์ วิธีสร้างสรรค์แคมเปญขยายกลุ่มเป้าหมายบนสื่อสังคมเพื่อเพิ่มยอดขายและการรับรู้ในตัวแบรนด์สินค้าด้วยเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์

กต. 333 นวัตกรรมสร้างสรรค์บนสื่อดิจิทัล

3 (2-2-5) หน่วยกิต

(MK 333 CREATIVE DIGITAL INNOVATION)

ศึกษาบทบาทการทำงานสร้างสรรค์บนสื่อดิจิทัล เพื่อใช้ในการวางแผนสื่อดิจิทัลร่วมกับสื่อโฆษณาแบบผสมผสานอื่นๆ เรียนรู้ทักษะที่จำเป็นเพื่อผลิตงานสร้างสรรค์บนสื่อดิจิทัล เรียนรู้บทบาทความคิดสร้างสรรค์ที่ใช้ในการผลิตงานโฆษณาบนสื่อดิจิทัล และนำเทคโนโลยีที่รองรับมาใช้งานเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของแคมเปญดิจิทัล

กต. 334 การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ

3 (3-0-6) หน่วยกิต

(MK 334 ENTREPRENEURIAL MARKETING)

(วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)

ลักษณะและปัญหาเฉพาะด้านการตลาดของผู้ประกอบการ ตลาดผู้บริโภค (B2C) และตลาดธุรกิจ (B2B) วิธีการบริหารและดำเนินงานด้านการตลาดที่จำเป็นต่อการพัฒนาธุรกิจให้อยู่รอด ในยุคดิจิทัล และเติบโตอย่างยั่งยืน ภายใต้จรรยาบรรณนักการตลาด

กต. 434 การตลาดเชิงสัมพันธ์

3 (3-0-6) หน่วยกิต

(MK 434 RELATIONSHIP MARKETING)

(วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)

แนวคิดการตลาดเชิงสัมพันธ์ แนวคิดการตลาดเชิงสัมพันธ์ออฟไลน์และออนไลน์ แบบจำลองการตลาดเชิงสัมพันธ์ การตลาดเชิงสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ การตลาดเชิงสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับลูกค้า กลยุทธ์การตลาดเชิงสัมพันธ์ การมีส่วนร่วมของลูกค้า การสร้างความภักดีของผู้บริโภค

กต. 436 การตลาดค้าปลีก

3 (3-0-6) หน่วยกิต

(MK 436 RETAIL MARKETING)

(วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)

บทบาท หน้าที่และความสำคัญของธุรกิจค้าปลีกยุคใหม่ที่มีต่อเศรษฐกิจ และสังคม หลักการและทฤษฎีการจัดการธุรกิจค้าปลีก รูปแบบธุรกิจ ค้าปลีก การเลือกทำเลที่ตั้งร้านค้า ส่วนประสมทางการตลาดค้าปลีก การจัดการหมวดหมู่สินค้า การตกแต่ง การแสดงสินค้า แนวโน้มการค้าปลีกในอนาคต

กต.438 การตลาดลักซ์ชวรี

3 (3-0-6) หน่วยกิต

(MK 438 LUXURY MARKETING)

แนวคิดความหมายการตลาดลักซ์ชวรี หลักการแบ่งส่วนตลาด กลยุทธ์การสร้างลักซ์ชวรีแบรนด์ วัฒนธรรมของกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดแก่นแท้ของแบรนด์ (Luxury Brand DNA) การสร้างคุณค่าลักซ์ชวรีแบรนด์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ การสื่อสารของลักซ์ชวรีแบรนด์ ความเต็มใจในการซื้อ แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีต่อการตลาดลักซ์ชวรี

กต. 491 การศึกษาเอกเทศทางการตลาด

3 (1-4-4) หน่วยกิต

(MK 491 INDEPENDENT STUDY IN MARKETING)

(วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)

นักศึกษาเป็นผู้กำหนดหัวข้อที่มีความสนใจศึกษาเป็นพิเศษทางการตลาด โดยทำการศึกษาในเชิงลึก และมีอาจารย์ในสาขาวิชาเป็นผู้ให้คำปรึกษา

กต. 493 หัวข้อคัดสรรทางการตลาด

3 (3-0-6) หน่วยกิต

(MK 493 SELECTED TOPICS IN MARKETING)

(วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)

เลือกศึกษาหัวข้อที่เกี่ยวข้องทางการตลาด เนื้อหาวิชาอาจแปรเปลี่ยนไปทุกปี รายวิชานี้มีไว้ติดตามและเรียนรู้วิวัฒนาการที่น่าสนใจในสาขาวิชาการตลาด

กต. 495 การฝึกปฏิบัติทางการตลาด

3 (0-18-9) หน่วยกิต

(MK495 PRACTICUM IN MARKETING)

ฝึกปฏิบัติในสถานประกอบการ เพื่อให้นักศึกษาได้นำความรู้ที่ได้เรียนไปประยุกต์ในสถานการณ์จริง เพื่อหาประสบการณ์จากการปฏิบัติจริง และการปรับตัวในการทำงานในองค์กร

กต. 496 สหกิจศึกษา

9 (0-40-20) หน่วยกิต

(MK 496 CO-OPERATIVE EDUCATION)

การฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการอย่างมีระบบ โดยมีการเตรียมความพร้อมของนักศึกษาก่อนไปปฏิบัติงาน ให้นักศึกษาปฏิบัติงานจริงในสถานะพนักงานที่สถานประกอบการ องค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพทางการตลาด เพื่อเรียนรู้ประสบการณ์จริงจากการปฏิบัติงาน

กลุ่มวิชาเอกเลือก สังกัดสาขาวิชาการจัดการ

กจ. 222 ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์และการบริหารทีมงาน

3 (3-0-6) หน่วยกิต

(MG 222 STRATEGIC LEADERSHIP AND TEAM MANAGEMENT)

แนวคิดทฤษฎีผู้นำและการบริหารทีมงาน การประยุกต์ทฤษฎีภาวะผู้นำกับการบริหารงานในองค์กร บทบาทหน้าที่และทักษะของผู้นำ การพัฒนาภาวะผู้นำ และจริยธรรมของผู้นำ การพัฒนาทีมงานที่มาจากความหลากหลาย การบริหารทีม การบริหารความขัดแย้งในการทำงานเป็นทีม และความท้าทายของการพัฒนาทีมในอนาคต

กจ. 324 โลจิสติกส์และการจัดการโซ่อุปทาน

3 (3-0-6) หน่วยกิต

(MG 324 LOGISTICS AND SUPPLY CHAIN MANAGEMENT)

(วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 101)

ขอบเขตและกระบวนการของโลจิสติกส์และการจัดการโซ่อุปทาน ขั้นตอนการจัดการวัตถุดิบ สินค้าสำเร็จรูป การสั่งซื้อ ควบคุมสินค้าคงคลัง การขนส่ง การจัดการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการ การจัดการข้อมูลและการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ การบูรณาการกระบวนการทางธุรกิจกับแหล่งวัสดุ การผลิตและการแปรรูปจนถึงลูกค้าขั้นสุดท้าย เทคโนโลยีที่ใช้ในการจัดการโซ่อุปทาน และการบริหารความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทาน

กจ. 342 กลยุทธ์การสื่อสารและการเจรจาต่อรอง

3 (2-2-5) หน่วยกิต

(MG 342 STRATEGIC COMMUNICATION AND NEGOTIATION)

ทฤษฎีการสื่อสารและหลักการพื้นฐานของการเจรจาต่อรอง กระบวนการการสื่อสารและการเจรจาต่อรอง กลยุทธ์และจริยธรรมในการสื่อสารและการเจรจาต่อรอง การพัฒนาทักษะการเจรจาต่อรองและการสื่อสาร การนำเสนองาน การสื่อสารในที่สาธารณะ การใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการสื่อสารองค์การ

หมวดวิชาเลือกเสรี

ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

นักศึกษาจะต้องศึกษารายวิชาไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต ที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยพายัพ ซึ่งเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อวิชาชีพ หรืออยู่ในความสนใจ

หลักสูตรวิชาโท สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล

เงื่อนไขในการเรียนวิชาโท สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล

นักศึกษาที่จะจบหลักสูตร โดยมีวิชาโทจะต้องมีแต้มคะแนนเฉลี่ยสะสมของวิชาโทไม่น้อยกว่า 2.00

โครงสร้างของหลักสูตร

นักศึกษาที่เลือกศึกษาวิชาการตลาดดิจิทัลเป็นวิชาโท จะต้องศึกษารายวิชาต่อไปนี้ ไม่น้อยกว่า 18 หน่วยกิต ประกอบด้วยรายวิชาดังนี้

รายวิชาบังคับในวิชาโท

นักศึกษาจะต้องศึกษารายวิชาต่อไปนี้จำนวน 12 หน่วยกิต ประกอบด้วย

กต. 211 การวิเคราะห์และออกแบบพฤติกรรมผู้บริโภค 3 (3-0-6) หน่วยกิต

(MK 211 CONSUMER BEHAVIOR ANALYSIS AND DESIGN)

(วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)

แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค แบบจำลองกระบวนการในการตัดสินใจซื้อ ส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมผู้บริโภค เศรษฐศาสตร์เชิงพฤติกรรม ความพึงพอใจและความภักดี การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ความเข้าใจผู้บริโภคในเชิงลึก และการคุ้มครองผู้บริโภค

กต. 326 การตลาดดิจิทัลเชิงสร้างสรรค์ 3 (2-2-5) หน่วยกิต

(MK 326 CREATIVE DIGITAL MARKETING)

(วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)

บทบาทความสำคัญของการตลาดดิจิทัล รูปแบบของตลาดดิจิทัล ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตลาดดิจิทัล ช่องทางการตลาดดิจิทัล กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล การตลาดเชิงเนื้อหา ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) การวัดประสิทธิภาพการตลาดดิจิทัล การขายสินค้าออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ การใช้ประโยชน์จากข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) และอินเทอร์เน็ตทุกสรรพสิ่ง (Internet of Things: IoT) กฎหมายและจริยธรรมของธุรกิจดิจิทัล

กต. 332 การจัดการการขายและเทคนิคการขาย 3 (3-0-6) หน่วยกิต

(MK 332 SALES MANAGEMENT AND SALES TECHNIQUE)

แนวคิด หลักการจัดการจัดการการขาย บทบาทและความรับผิดชอบของผู้บริหารงานขาย การจัดการด้านการฝ่ายขาย การวางแผนกลยุทธ์การขาย การคัดเลือกและฝึกอบรมพนักงานขาย การกำหนดอาณาเขตการขายและโควตาการขาย การบริหารเวลา การควบคุมและประเมินผลงานพนักงานขาย บทบาทหน้าที่และจริยธรรมของพนักงานขาย กระบวนการขาย การเข้าพบลูกค้าและการเสนอขาย การเจรจาต่อรอง การปิดการขายและบริการหลังการขาย

กต. 437 การจัดการการตลาด

3 (3-0-6) หน่วยกิต

(MK 437 MARKETING MANAGEMENT)

(วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา บธ. 102)

ความสำคัญและบทบาทของผู้บริหารการตลาด การวิเคราะห์สถานการณ์ พฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์คู่แข่งชั้น กระบวนการวางแผนทางการตลาด การเขียนแผนการตลาด การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อสนับสนุนกลยุทธ์การตลาด การนำแผนกลยุทธ์ไปปฏิบัติ การติดตามและการประเมินผล

รายวิชาเลือก

นักศึกษาจะต้องเลือกศึกษารายวิชาที่สาขาวิชาการตลาดดิจิทัลเปิดสอนในกลุ่มวิชาเอกเลือกหรือกลุ่มวิชาเอกบังคับ ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

สำหรับนักศึกษาคณะอื่น ๆ ที่สนใจเลือกสาขาวิชาการตลาดดิจิทัลเป็นวิชาโท

ในกรณีที่ยังไม่ได้เรียนวิชาบังคับก่อน ให้ลงเรียนรายวิชาดังนี้ จำนวน 3 หน่วยกิต

บธ. 102 หลักการตลาดและการตลาดดิจิทัล

3 (3-0-6) หน่วยกิต

(BA 102 PRINCIPLES OF MARKETING AND DIGITAL MARKETING)

แนวคิดทางการตลาด บทบาทการตลาดที่มีต่อเศรษฐกิจในยุคดิจิทัล จรรยาบรรณของนักการตลาด สภาพแวดล้อมทางการตลาด การบริหารการตลาด ระบบข้อมูลทางการตลาด การวิจัยตลาด การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ส่วนประสมทางการตลาด การตลาดดิจิทัล และการตลาดเชิงเนื้อหา ตลอดจนกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

ภาคผนวก ค

ผลงานทางวิชาการ การค้นคว้า วิจัย หรือการแต่งตำรา รวมทั้งภาระการสอนอาจารย์
ประจำหลักสูตร

ผลงานทางวิชาการ การค้นคว้า วิจัย หรือการแต่งตำรา รวมทั้งภาระการสอนอาจารย์ประจำหลักสูตร

ลำดับที่	ชื่อ-นามสกุล	ภาระการสอน	ผลงานทางวิชาการ
1.	นายฉัตรชัย สุพรรณบรรจง	1. บธ. 102 หลักการตลาด 2. บธ. 201 การจัดการการผลิต และการดำเนินงาน 3. กต. 214 การจัดการช่องทาง การจัดจำหน่าย 4. กต. 215 ความคิดสร้างสรรค์ และการสื่อสารในวิชาชีพการตลาด 5. กต. 314 การสื่อสารทางการตลาด แบบบูรณาการ 6. กต. 316 การจัดการราคา 7. กต. 326 การตลาดดิจิทัล 8. กต. 328 การตลาดโลก 9. กต. 437 การจัดการการตลาดเชิงกลยุทธ์ 10. กต. 492 สัมมนาทางการตลาด 11. กต. 497 การฝึกปฏิบัติเชิงธุรกิจ	การเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ 1. ทศวรรษรัตน์ บุญมี ฉัตรชัย สุพรรณบรรจง ศุภณศร์ เต็มสงวนวงศ์ สิริกาญจน์ กิตติจิตต์ ปองทอง สุรรัตน์ ฉัตรศิริกุล และศรีสุตา แซ่ลี. (2563). การพัฒนาแนวทางการตลาดในการ สร้างตราสินค้า (Branding) ผลิตภัณฑ์สมุนไพร จากพื้นที่สูง. รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการ เสนอผลงานวิจัย มหาวิทยาลัยพายัพ วันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2563 (Payap University Research Symposium 2020), (น.511-520).
2	นางสายสุนีย์ เกษม	1. บม. 318 มนุษย์สัมพันธ์และ การบริหารทีมงาน 2. บม. 325 พนักงานสัมพันธ์ 3. บม. 326 การบริหารค่าตอบแทน 4. บม. 328 กฎหมายที่เกี่ยวกับการบริหาร ทรัพยากรมนุษย์ 5. บม. 341 คุณภาพชีวิตในการทำงาน 6. บม. 492 สัมมนาทางการบริหารองค์การ และทรัพยากรมนุษย์ 7. กจ 202 พฤติกรรมองค์การ 8. กจ.203 การบริหารทรัพยากรมนุษย์	รายงานวิจัย สายสุนีย์ เกษม บุญยัง วิษณุหิมาชัย ชัชชัย สุวรรณรัตน์ (2562). <i>ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพัน ต่อองค์การ : กรณีศึกษาพนักงานโรงแรม เครือข่ายภายในประเทศ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่</i> . เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยพายัพ. การเผยแพร่บทความวิจัย สายสุนีย์ เกษม บุญยัง วิษณุหิมาชัย ชัชชัย สุวรรณรัตน์ (2563). <i>ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพัน ต่อองค์การ : กรณีศึกษาพนักงานโรงแรม เครือข่ายภายในประเทศ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่</i> . <i>วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ</i> . 30(1) (มกราคม - มิถุนายน 2563). 110-12 การเผยแพร่บทความวิชาการ 1. ปัทมาวรรณ จินดารักษ์ และ สายสุนีย์ เกษม. (2562). สมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานกับ ความหลากหลายของกลุ่มวัย. <i>วารสารนักบริหาร มหาวิทยาลัยกรุงเทพ</i> , 39(1), 3-11. 2. ชัชชัย สุวรรณรัตน์ สายสุนีย์ เกษม รมย์ชลิ ชูไทย (2564). การบริหารทรัพยากรมนุษย์เพื่อ การพัฒนาความผูกพันต่อองค์การของกลุ่มเจเนอ เรชั่นวาย. <i>วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีส เทอร์น</i> . 15(1) (มกราคม 2564 – เมษายน 2564). 10-28.

ลำดับที่	ชื่อ-นามสกุล	ภาระการสอน	ผลงานทางวิชาการ
3	นายเช่าหทัย พัง	กต.212 การจัดการผลิตภัณฑ์และตราสินค้า บธ.717 พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (BA717 E-commerce)	การเผยแพร่บทความวิชาการ 1. นครกาญ ไชยเมือง เช่าหทัย แซ่พัง และ สุตาภัทร คงเกิด. (2563). การตลาดเชิงสัมพันธ์ เพื่อสร้างความภักดีของลูกค้าในยุคดิจิทัล. <i>วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัย ราชภัฏอุบลราชธานี</i> ,7(1), 151-164.
4	นางณัฐมาน สุพล	กพ. 212 การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กพ. 223 การประยุกต์คอมพิวเตอร์ใน งานธุรกิจขั้นสูง กพ. 312 การพัฒนาระบบพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ กพ. 321 ระบบฐานข้อมูลทางธุรกิจ กพ. 322 การตลาดดิจิทัลสำหรับการ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กพ. 441 ระบบความมั่นคงสำหรับพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ กพ. 497 โครงการพัฒนาธุรกิจพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ บธ. 201 การผลิตและการดำเนินงาน กจ. 221 โปรแกรมสำเร็จรูปทางธุรกิจ กจ. 302 การวิจัยธุรกิจ	รายงานวิจัย ณัฐมาน สุพล รัตนกมล ปาวรรรณน และ รุจพร พุ่มงค. (2563). การพัฒนาระบบ สารสนเทศเพื่อการจัดการข้อมูลสุขภาพผู้สูงอายุ เทศบาลตำบลบ้านธิ อำเภอบ้านธิ จังหวัดลำพูน. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยพายัพ. การเผยแพร่บทความวิชาการ ณัฐมาน สุพล รัตนกมล ปาวรรรณน และ รุจพร พุ่มงค. (2563). การพัฒนาระบบ สารสนเทศเพื่อการจัดการข้อมูลสุขภาพผู้สูงอายุ เทศบาลตำบลบ้านธิ อำเภอบ้านธิ จังหวัดลำพูน. รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการเสนอ ผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยพายัพ ครั้งที่ 11 วันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2564 . (1049-1065). การเผยแพร่บทความวิชาการ 1. ณัฐมาน สุพล รัตนกมล ปาวรรรณน และ รุจพร พุ่มงค. (2562). การเลือกตลาดกลาง พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ. <i>วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ</i> , 29(2), 21-33.
5	นางทรงชนก รักษะเจริญ	บธ. 201 การจัดการการผลิตและการ ดำเนินงาน บธ. 202 การภาษีอากรธุรกิจ กจ. 201 สารสนเทศประยุกต์สำหรับธุรกิจ ใหม่ กพ. 213 เครือข่ายและการสื่อสารข้อมูล สำหรับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กพ. 325 การตลาดด้วยโปรแกรมค้นหา กพ. 331 การออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ ทางธุรกิจ กพ. 495 การฝึกภาคปฏิบัติทางการจัดการ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กพ. 496 สหกิจศึกษา กพ. 497 โครงการพัฒนาธุรกิจพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์	การเผยแพร่บทความทางวิชาการ สุตาภัทร คงเกิด ทศพล บุญศิริ และ ทรงชนก รักษาเจริญ. (2562). Inbound Marketing คืออะไร. <i>วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ</i> , 29(1), 55-66.

ภาคผนวก ง

ระเบียบมหาวิทยาลัยพายัพ
ว่าด้วยกระบวนการพิจารณาความประพฤติและวินัยนักศึกษาเกี่ยวกับการสอบ
พ.ศ. 2547 และที่แก้ไขเพิ่มเติม

ระเบียบมหาวิทยาลัยพายัพ
ว่าด้วยกระบวนการพิจารณาความประพฤติและวินัยนักศึกษาเกี่ยวกับการสอบ
พ.ศ. 2547

เพื่อให้กระบวนการพิจารณาความประพฤติและวินัยนักศึกษาเกี่ยวกับการสอบมีความเหมาะสมและเป็นธรรม

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 34 (2) แห่งพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ. 2546 สภามหาวิทยาลัยพายัพในคราวประชุมสมัยสามัญ ครั้งที่ 2/2547 เมื่อวันที่ 8 พฤษภาคม 2547 จึงวางระเบียบไว้ดังต่อไปนี้

- ข้อ 1 ระเบียบนี้เรียกว่า "ระเบียบมหาวิทยาลัยพายัพว่าด้วยกระบวนการพิจารณาความประพฤติและวินัยนักศึกษาเกี่ยวกับการสอบ พ.ศ. 2547"
- ข้อ 2 ระเบียบนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศใช้เป็นต้นไป
- ข้อ 3 ให้ยกเลิกบรรดา ระเบียบ หลักเกณฑ์ คำสั่ง แนวปฏิบัติ หรือมติ ซึ่งขัดหรือแย้งกับ ระเบียบนี้ หรือที่ระเบียบนี้กำหนดไว้แล้ว และให้ใช้ระเบียบนี้แทน
- ข้อ 4 ในระเบียบนี้
- "มหาวิทยาลัย" หมายถึง มหาวิทยาลัยพายัพ
- "อธิการบดี" หมายถึง อธิการบดีมหาวิทยาลัยพายัพ
- "รองอธิการบดี" หมายถึง รองอธิการบดีมหาวิทยาลัยพายัพ
- "นักศึกษา" หมายถึง นักศึกษามหาวิทยาลัยพายัพ
- "ผู้คุมสอบ" หมายถึง บุคคลหรือคณะบุคคลที่มหาวิทยาลัยมอบหมาย และ/หรือ กำหนดให้เป็นผู้คุมสอบและ/หรือ มีหน้าที่ควบคุมการสอบ ตามหลักเกณฑ์ และวิธีการที่มหาวิทยาลัยกำหนด
- "คณะกรรมการพิจารณาวินัยจรรยา" หมายถึง คณะบุคคลซึ่งแต่งตั้งขึ้นตามระเบียบนี้
- "คณะกรรมการพิจารณาอุทธรณ์" หมายถึง คณะบุคคลซึ่งแต่งตั้งขึ้นตามระเบียบนี้
- "คณาจารย์" หมายถึง คณาจารย์ประจำของมหาวิทยาลัยพายัพ
- "การสอบ" หมายถึง การสอบกลางภาคการศึกษา การสอบไล่ประจำภาคการศึกษาหรือ การสอบอื่นใดที่มหาวิทยาลัยจัดขึ้นเพื่อวัดผลการศึกษา เว้นแต่ การสอบย่อยที่คณาจารย์จัดสอบขึ้นเอง

หมวดที่ 1

ผู้คุมสอบและคณะกรรมการพิจารณาวินิจฉัย

- ข้อ 5 ให้ผู้คุมสอบตามระเบียบนี้มีหน้าที่ตรวจตรา จับ ยึด หรือดำเนินการตามความจำเป็น และสมควรด้วยประการใดๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งเครื่องมือ อุปกรณ์ เอกสาร หรือสิ่งอื่นใดที่เกี่ยวข้องหรือมีเหตุอันควรเชื่อได้ว่าเกี่ยวข้องกับเหตุอันทำการทุจริตในการสอบ ตามข้อ 7 แล้วบันทึกไว้เป็นหลักฐานทันที โดยมีผู้คุมสอบไม่น้อยกว่าสองคน ลงชื่อรับรอง ภายหลังจากนั้นให้รายงานการกระทำความผิดตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และขั้นตอนที่มหาวิทยาลัยกำหนด
- ข้อ 6 เมื่อมีนักศึกษาถูกกล่าวหาว่ากระทำการทุจริตในการสอบ ให้มหาวิทยาลัยมีคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการพิจารณาวินิจฉัยชั้นชุดหนึ่งภายในเจ็ดวัน ประกอบด้วยคณาจารย์ จำนวนห้าคน โดยมีประธานกรรมการคนหนึ่ง และอีกคนหนึ่งเป็นกรรมการและเลขานุการ เพื่อดำเนินกระบวนการสอบสวนหาข้อเท็จจริง ตลอดจนพิจารณาความผิดและโทษ ตามระเบียบนี้แก่นักศึกษาที่ถูกกล่าวหาว่ากระทำการทุจริตในการสอบ ทั้งนี้ ให้การดำเนินกระบวนการสอบสวนดังกล่าว มีขึ้นภายหลังจากการสอบทุกรายวิชาของนักศึกษาที่ถูกกล่าวหาแล้วเสร็จสิ้นลงแล้ว

หมวดที่ 2

การพิจารณาความผิดและโทษ

- ข้อ 7 การกระทำการทุจริตในการสอบ หมายความว่า การกระทำใด ๆ เพื่อให้ได้มาหรือได้ใช้ซึ่งข้อมูลสำหรับการตอบคำถามโดยวิธีการอันมิชอบด้วยระเบียบ กฎเกณฑ์ และวิธีการตอบข้อสอบโดยสุจริตตามปกติวิสัย (ในระหว่างเวลาที่ใช้ในการสอบ) เช่น การถาม การลอบดูผู้อื่น การจดบันทึกข้อความ การรับส่งข้อความหรือเอกสารระหว่างผู้เข้าสอบด้วยกันหรือผู้อื่น ไม่ว่าโดยวิธีการใดๆ หรืออาศัยเครื่องมืออุปกรณ์ใดๆ ตลอดจนการนำเอกสาร เครื่องมืออุปกรณ์เทคโนโลยีหรือเครื่องมืออุปกรณ์พิเศษใดๆ เข้าห้องสอบ ทั้งนี้ โดยมีพฤติการณ์อันเชื่อได้ว่าได้รับหรือได้ใช้ประโยชน์ หรือเพื่อจะรับหรือได้ใช้ประโยชน์จากกรณีนั้น กับให้หมายรวมถึงการเข้าสอบแทนกัน การทำหรือส่งสัญญาณใดๆ โดยวิธีการใดๆ ซึ่งส่งไปในทางทุจริต รวมถึงการกระทำที่เข้าลักษณะการเตรียมการทุจริตด้วย

การกระทำการทุจริตในการสอบเป็นความผิดและมีโทษตามระเบียบนี้

- ข้อ 8 เมื่อปรากฏเป็นที่ประจักษ์ว่ามีการทุจริตในการสอบแล้ว ให้คณะกรรมการตามข้อ 6 พิจารณาวินิจฉัยความผิดแก่ผู้กระทำการทุจริตในการสอบ ผู้ร่วมกระทำการทุจริตในการสอบ และผู้สนับสนุนการกระทำการทุจริตในการสอบนั้น แล้วเสนอให้มหาวิทยาลัยวินิจฉัยลงโทษตามระดับโทษอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังต่อไปนี้
- 8.1 ให้ได้รับอักษรระดับคะแนน F สำหรับรายวิชาที่ทุจริตนั้น
 - 8.2 ให้ได้รับอักษรระดับคะแนน F สำหรับรายวิชาที่ทุจริตนั้น และได้อักษร W ในรายวิชาอื่นที่ได้ลงทะเบียนเรียนไว้ในภาคการศึกษานั้นทุกรายวิชา
 - 8.3 ให้ได้รับอักษรระดับคะแนน F สำหรับรายวิชาที่ทุจริตนั้น และพักการเรียนหนึ่งภาคการศึกษา
 - 8.4 ให้ได้รับอักษรระดับคะแนน F สำหรับรายวิชาที่ทุจริตนั้น และได้อักษร W ในรายวิชาอื่นที่ได้ลงทะเบียนเรียนไว้ในภาคการศึกษานั้นทุกรายวิชา และพักการเรียนหนึ่งภาคการศึกษา
 - 8.5 ให้ได้รับอักษรระดับคะแนน F ในทุกรายวิชาที่ลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษานั้น
 - 8.6 ให้ได้รับอักษรระดับคะแนน F ในทุกรายวิชาที่ลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษานั้น และพักการเรียนหนึ่งภาคการศึกษา
 - 8.7 ให้พ้นสภาพนักศึกษา
- ข้อ 9 ในกรณีสอบแทนกัน ให้ผู้สอบแทนและผู้ถูกสอบแทนพ้นสภาพนักศึกษา ถ้าผู้สอบแทนเป็นบุคคลภายนอกให้ดำเนินคดีความตามกฎหมายจนถึงที่สุด
- ข้อ 10 การได้รับการลงโทษด้วยการพักการเรียนหนึ่งภาคการศึกษา ตามข้อ 8.3, 8.4 และ 8.6 หมายความว่า ให้เริ่มพักการเรียนตั้งแต่ภาคการศึกษาถัดไปตามที่หลักสูตรของคณะวิชานักศึกษานั้นสังกัดบังคับไว้ให้ต้องเรียน
- กรณีที่นักศึกษาได้กระทำความผิดในภาคการศึกษาที่สอง นักศึกษานักศึกษาศูนย์ปริญญาตรีภาคปกติจะไม่มีสิทธิลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษาดูเรียนของปีการศึกษานั้น และให้ได้รับโทษพักการเรียนตั้งแต่ภาคการศึกษาที่หนึ่งของปีการศึกษานั้นถัดไป สำหรับนักศึกษานักศึกษาศูนย์ปริญญาตรีภาคพิเศษและหลักสูตรปริญญาตรีต่อเนื่อง ให้ได้รับโทษพักการเรียนตั้งแต่ภาคการศึกษาดูเรียนของปีการศึกษานั้น
- ข้อ 11 การลงโทษผู้กระทำความผิดตามระเบียบนี้ในระดับโทษใด ให้พิจารณาจากลักษณะของการกระทำ เจตนา ร่องรอยหลักฐานบุคคลพยาน วัตถุพยาน รวมทั้งพฤติการณ์แวดล้อมเป็นสำคัญ

- ข้อ 12 ให้คณะกรรมการพิจารณาวินิจฉัย รายงานผลการสอบสวน ตลอดจนเสนอความผิดและโทษต่ออธิการบดีภายในเจ็ดวัน นับตั้งแต่การดำเนินกระบวนการสอบสวนและการพิจารณาความผิดและโทษเป็นที่สิ้นสุด
- ข้อ 13 เมื่ออธิการบดีได้รับรายงานตามข้อ 12 แล้ว ให้มีคำสั่งลงโทษผู้กระทำความผิดตามระเบียบนี้ภายในสิบห้าวันนับตั้งแต่ได้รับรายงานนั้น โดยให้แจ้งให้ผู้กระทำความผิดและผู้ปกครองทราบถึงความผิดและโทษดังกล่าวด้วย

หมวดที่ 3

คณะกรรมการพิจารณาอุทธรณ์และการพิจารณาอุทธรณ์

- ข้อ 14 หากนักศึกษาผู้กระทำการทุจริตเห็นว่าการวินิจฉัยความผิดและโทษที่ได้รับไม่เป็นธรรม ให้ยื่นหนังสืออุทธรณ์ความผิดและโทษดังกล่าวต่ออธิการบดีได้โดยตรง หรือยื่นหนังสืออุทธรณ์ทางไปรษณีย์ลงทะเบียน โดยถือวันที่ประทับรับต้นทางเป็นสำคัญ ภายในสิบห้าวัน นับแต่ทราบความตามข้อ 13 แล้ว
- ข้อ 15 ให้อธิการบดีแต่งตั้งคณะกรรมการพิจารณาอุทธรณ์ ซึ่งประกอบด้วย รองอธิการบดี คนหนึ่งเป็นประธาน คณาจารย์จำนวนสี่คนเป็นกรรมการ ซึ่งอย่างน้อยหนึ่งคนต้องเป็นผู้สำเร็จการศึกษาวชิราวุธวิทย และอย่างน้อยอีกหนึ่งคนต้องเป็นผู้มีประสบการณ์ในการบริหารการศึกษา โดยมีกรรมการคนหนึ่งเป็นกรรมการและเลขานุการ ทั้งนี้ บุคคลในคณะกรรมการพิจารณาอุทธรณ์ต้องไม่เป็นบุคคลในคณะกรรมการพิจารณาวินิจฉัย อื่นๆ คณะกรรมการพิจารณาอุทธรณ์มีอายุไม่เกินกว่าสองปีนับแต่ได้รับการแต่งตั้ง
- ข้อ 16 คณะกรรมการพิจารณาอุทธรณ์มีอำนาจในการพิจารณาความผิดและโทษ ให้เป็นอื่นจากที่คณะกรรมการพิจารณาวินิจฉัยได้พิจารณาไว้ได้ ทั้งนี้โดยมติเสียงข้างมาก
- ข้อ 17 ให้คณะกรรมการพิจารณาอุทธรณ์ พิจารณาอุทธรณ์โดยอาศัยเอกสารหลักฐานและรายงานผลการสอบสวนของคณะกรรมการพิจารณาวินิจฉัยเป็นหลัก และให้มีอำนาจสั่งการให้คณะกรรมการพิจารณาวินิจฉัย สอบข้อเท็จจริงหรือแสวงหาหลักฐานเพิ่มเติมได้ อื่นๆ ในกรณีที่มีความจำเป็นให้คณะกรรมการอุทธรณ์มีอำนาจเรียกบุคคลพยาน และวัตถุพยานอื่น เพื่อประโยชน์แห่งความยุติธรรมได้ด้วย
- ข้อ 18 ให้คณะกรรมการพิจารณาอุทธรณ์ พิจารณาอุทธรณ์ให้เสร็จสิ้นภายในสามสิบวัน นับตั้งแต่ได้รับหนังสืออุทธรณ์ ในกรณีที่ไม้อาจพิจารณาให้เสร็จสิ้นในระยะเวลาดังกล่าวได้ให้ขออนุมัติขยายระยะเวลาได้อีกครั้งละไม่เกินกว่าสามสิบวัน แต่ไม่เกินสองครั้ง

- ข้อ 19 ให้คณะกรรมการพิจารณาอุทธรณ์เสนอผลการพิจารณาต่ออธิการบดี ภายในเจ็ดวัน นับแต่การพิจารณาอุทธรณ์เป็นที่สิ้นสุด
- ข้อ 20 เมื่ออธิการบดีได้รับรายงานผลการพิจารณา ตามข้อ 20 แล้ว ให้มีคำสั่งภายในสิบห้าวัน นับตั้งแต่ได้รับรายงานนั้น โดยให้แจ้งให้ผู้อุทธรณ์และผู้ปกครองทราบผลการพิจารณาอุทธรณ์ดังกล่าวด้วย

หมวดที่ 4

การดำเนินกระบวนการพิจารณาใหม่

- ข้อ 21 กรณีที่ปรากฏข้อเท็จจริงเป็นที่ยุติว่าการดำเนินกระบวนการพิจารณาความผิดและโทษใดไม่เป็นไปตามระเบียบนี้ในขั้นตอนใดๆ และเป็นผลให้เกิดความไม่เป็นธรรม ให้อธิการบดีมีคำสั่งให้การดำเนินกระบวนการพิจารณาความผิดและโทษดังกล่าวนั้น ตกไปในขั้นตอนนั้นหรือทั้งหมด และให้อธิการบดีสั่งการให้มีการดำเนินกระบวนการพิจารณาใหม่ในขั้นตอนนั้นหรือทั้งหมดได้
- ข้อ 22 การดำเนินกระบวนการพิจารณาใหม่ไม่กระทบถึงการกระทำหน้าที่ของบุคคลหรือ คณะบุคคลในกระบวนการพิจารณาเดิม และให้บุคคลและคณะบุคคลในกระบวนการพิจารณาใหม่ ไม่เป็นบุคคลและคณะบุคคลในกระบวนการพิจารณาเดิม อนึ่ง รายงานผลการดำเนินกระบวนการพิจารณาใหม่ให้เสนอต่ออธิการบดี เพื่อวินิจฉัยและถือเป็นที่สิ้นสุด
- ข้อ 23 ให้อธิการบดีเป็นผู้รักษาการให้เป็นไปตามระเบียบนี้ และให้มีอำนาจใช้ ติความ และ วินิจฉัยปัญหาอันเกี่ยวกับการปฏิบัติตามระเบียบนี้ และถือเป็นที่สิ้นสุด
- ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ 8 เดือนพฤษภาคม พ.ศ.2547



ภาคผนวก จ

รายชื่อฐานข้อมูล รายชื่อหนังสือ วารสาร หนังสือพิมพ์ และโสตทัศนวัสดุของ
สำนักหอสมุดที่มีให้บริการ

รายชื่อฐานข้อมูล รายชื่อหนังสือ วารสาร หนังสือพิมพ์ และสื่อทัศนวัสดุของห้องสมุดกลางมีให้บริการ

1.1. รายชื่อฐานข้อมูลรายชื่อหนังสือ วารสาร หนังสือพิมพ์ สื่อทัศนวัสดุของสำนักหอสมุดมีให้บริการ

สถิติจำนวนทรัพยากรสารสนเทศ									
ชื่อห้องสมุด	จำนวนหนังสือปัจจุบัน(เล่ม)		จำนวนวารสาร(ชื่อเรื่อง)		จำนวนวารสารเย็บเล่ม (เล่ม)		จำนวนหนังสือพิมพ์(ชื่อเรื่อง)		จำนวนสื่อทัศนวัสดุ(ชื่อเรื่อง) CD, DVD
	ไทย	อังกฤษ	ไทย	อังกฤษ	ไทย	อังกฤษ	ไทย	อังกฤษ	
สำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยพายัพ	197,964	80,118	287	132	5,137	3,074	8	3	1,565
รวม	197,964	80,118	287	132	5,137	3,074	8	3	1,565

ข้อมูล ณ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2558

1.2 รายชื่อฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ของสำนักหอสมุดมีให้บริการ

ลำดับที่	ชื่อฐานข้อมูล	ขอบเขตของเนื้อหา
1	Academic Search Complete	ฐานข้อมูลฉบับเต็มทางวิชาการแบบสหสาขาวิชาที่มีคุณค่าและครอบคลุม โดยมีสิ่งพิมพ์วารสารฉบับเต็มกว่า 7,100 รายการ ซึ่งรวมถึงวารสารที่ผ่านการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิมากกว่า 6,100 รายการ นอกจากข้อมูลฉบับเต็มแล้ว ฐานข้อมูลนี้ยังให้บริการดัชนีและสาระสังเขปของวารสารกว่า 11,200 รายการและสิ่งพิมพ์มากกว่า 11,700 รายการซึ่งรวมถึงบทความเฉพาะเรื่อง รายงาน เอกสารการประชุม ฯลฯ ฐานข้อมูลนี้มีเนื้อหาแบบ PDF ที่ย้อนกลับไปจนถึงปี ค.ศ. 1887 โดยส่วนใหญ่เป็นชื่อเรื่องฉบับเต็มในรูปแบบเอกสาร PDF (ที่สามารถสืบค้นได้) มีการให้บริการเอกสารอ้างอิงที่สืบค้นได้สำหรับวารสารมากกว่า 1,300 รายการด้วย
2	CINAHL Plus with Full Text	เป็นแหล่งข้อมูลฉบับเต็มของวารสารการพยาบาล & สาขาวิทยาศาสตร์ที่ครอบคลุมเนื้อหา มีฉบับเต็มของวารสารมากกว่า 750 รายการ เป็นเครื่องมือการวิจัยที่น่าเชื่อถือสำหรับงานเขียนด้านการพยาบาลและสหเวชศาสตร์ทุกสาขา

ลำดับ ที่	ชื่อฐานข้อมูล	ขอบเขตของเนื้อหา
3	<u>Computers & Applied Sciences Complete</u>	ครอบคลุมขอบเขตการวิจัยและการพัฒนาในสาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์และวิทยาศาสตร์ประยุกต์ CASC มีการจัดดัชนีและสาระสังเขปของวารสารเชิงวิชาการ สิ่งพิมพ์โดยมีอาชีฟและแหล่งอ้างอิงอื่นๆ จากรายการทรัพยากรที่หลากหลายมากกว่า 2,000 รายการ นอกจากนี้ ยังให้บริการข้อมูลฉบับเต็มของวารสารมากกว่า 950 ฉบับ
4	<u>Education Research Complete</u>	เป็นแหล่งทรัพยากรออนไลน์ที่นำเชื่อถือสำหรับงานวิจัยด้านการศึกษา โดยครอบคลุมหัวข้อเกี่ยวกับการศึกษาในทุกระดับตั้งแต่ปฐมวัยไปจนถึงการศึกษาระดับอุดมศึกษา และความชำนาญพิเศษทางการศึกษาทั้งหมด เช่น การศึกษาแบบพหุภาษา สุขศึกษา และการทดสอบ <i>Education Research Complete</i> ให้บริการดัชนีและสาระสังเขปของวารสารกว่า 2,100 รายการ ตลอดจนวารสารฉบับเต็มกว่า 1,200 รายการ และรวมไปถึงหนังสือและบทความเฉพาะเรื่องมากกว่า 500 รายการ
5	ScienceDirect	ฐานข้อมูลบรรณานุกรมและเอกสารฉบับเต็ม (Full-text) จากวารสารของสำนักพิมพ์ในเครือ Elsevier ประกอบด้วยวารสารด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิทยาศาสตร์การแพทย์ มนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ สามารถดูข้อมูลย้อนหลังตั้งแต่ปี ค.ศ.1995 – ปัจจุบัน โดยสำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยพายัพ บอกรับเฉพาะวารสารในกลุ่มวิชา Health Science
6	<u>Business Source Complete</u>	ฐานข้อมูลธุรกิจเชิงวิชาการที่เชื่อถือได้ ซึ่งให้สารสนเทศด้านบรรณานุกรมและข้อมูลฉบับเต็มที่สมบูรณ์แบบ และมีการรวมดัชนีและสาระสังเขปของวารสารวิชาการเชิงธุรกิจที่สำคัญที่สุดตั้งแต่ปีค.ศ. 1886 นอกจากนี้ ยังมีข้อมูลอ้างอิงที่สามารถสืบค้นได้จากวารสารกว่า 1,300 ฉบับ
7	Communication & Mass Media Complete	ฐานข้อมูลวิชาการด้านนิเทศศาสตร์และสื่อสารมวลชน ให้สารสนเทศข้อมูลฉบับเต็มที่สมบูรณ์แบบ และมีการรวมดัชนีและสาระสังเขปวารสารด้านด้านนิเทศศาสตร์และสื่อสารมวลชนกว่า 570 รายการ

ลำดับ ที่	ชื่อฐานข้อมูล	ขอบเขตของเนื้อหา
8	MEDLINE Complete	เป็นแหล่งวารสารทางการแพทย์ฉบับเต็มที่ครอบคลุมที่สุดใน โลก โดยให้บริการวารสารฉบับเต็มมากกว่า 1,450 ฉบับซึ่ง จัดทำดัชนีไว้ใน MEDLINE ในจำนวนนี้เป็นวารสารฉบับเต็ม ตั้งแต่ต้นจนจบมากกว่า 1,430 รายการซึ่งจัดทำดัชนีไว้ใน MEDLINE และเป็นวารสารที่ไม่ใช่ฉบับเต็มอีก 553 ฉบับใน รูปแบบใดๆ จาก Academic Search Health Source หรือ Biomedical Reference Collection
9	Hospitality & Tourism	ฐานข้อมูลที่ครอบคลุมวารสารวิชาการ และข่าวที่เกี่ยวข้องใน สาขาการจัดการและการโรงแรม ซึ่งมีทรัพยากรมากมายถึง 828,000 รายการ ย้อนกลับไปจนถึงปี ค.ศ. 1965 มีเอกสาร ฉบับเต็มจากสำนักพิมพ์กว่า 490 แห่ง ที่มีทั้งวารสาร รายงาน จากบริษัทจากประเทศต่างๆ และหนังสือ
10	Regional Business News	ฐานข้อมูลนี้ให้บริการสารสนเทศฉบับเต็มที่ครอบคลุมสิ่งพิมพ์ ธุรกิจประจำภูมิภาค Regional Business News กว่า 80 ชื่อ ที่ตีพิมพ์ในสหรัฐอเมริกา
11	PubMed	เป็นฐานข้อมูลที่ให้บริการสืบค้นได้ฟรี พัฒนาขึ้นโดย the National Center for Biotechnology Information (NCBI), ที่ the U.S. National Library of Medicine (NLM) ภายใต้ the National Institutes of Health (NIH). ที่ให้ข้อมูลทาง บรรณานุกรม บทคัดย่อและเอกสารตัวเต็มของบทความใน วารสารจากทั่วโลก มากกว่า 22 ล้านบทความ มีเนื้อหา ครอบคลุมทางด้าน แพทย์ พยาบาล ทันตแพทย์ สัตวแพทย์ ระบบการดูแลสุขภาพ และวิทยาศาสตร์การแพทย์ ที่รวม ข้อมูลจากฐานข้อมูล Medline (ทางการแพทย์โดยเฉพาะ) และ บทความทางด้าน วิทยาศาสตร์สิ่งมีชีวิตที่นอกเหนือจาก Medline นอกจากนี้ ยังให้บริการ website และ link ไปยัง แหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องอื่นๆด้วย
12	Matichonelibrary	ฐานข้อมูลข่าว บทสัมภาษณ์ บทความ บทวิเคราะห์-วิจารณ์ รายงาน หรือข้อเขียนอื่นๆ เกี่ยวข้องกับองค์กร ภาครัฐ และ เอกชน รวมทั้งบุคคลสำคัญที่ เกี่ยวข้องกับธุรกิจทุกประเภท จากหนังสือพิมพ์ จากหนังสือพิมพ์รายวัน และ รายสัปดาห์ กว่า 20 ชื่อเรื่อง
13	Questia	ฐานข้อมูลหนังสือและวารสารฉบับเต็ม ซึ่งรวบรวมข้อมูล หลากหลายในสาขาวิชา เช่น ศิลปกรรม ดนตรี พยาบาล

ลำดับ ที่	ชื่อฐานข้อมูล	ขอบเขตของเนื้อหา
14	Evernote.com	ฐานข้อมูลทางด้านดนตรีตะวันตก ที่เสนอข้อมูลในรูปของ Port สำหรับนักดนตรี วง Orchestra
15	Thai Farmers Research Center	เป็นฐานข้อมูลที่บริการที่รวบรวมรายงานวิเคราะห์วิจัย ทั้งในภาคเศรษฐกิจระดับจุลภาค มหภาค ภาคการเงิน และภาคเศรษฐกิจต่างประเทศ โดยเน้นกระแสของข่าวสาร ในขณะนั้น นอกจากนี้ ยังประกอบด้วยดัชนีเศรษฐกิจ รายงานภาวะตลาดเงินและตลาดทุน ตลอดจนภาวะเงินตราต่างประเทศ
16	ThaiLIS Digital Collection	TDC หรือ ThaiLIS Digital Collection ให้บริการสืบค้นฐานข้อมูลเอกสารฉบับเต็ม วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัยของอาจารย์ นักศึกษา โดยรวบรวมจากสถาบันอุดมศึกษาต่าง ๆ ทั่วประเทศ
17	Journal Link	เป็นฐานข้อมูลชี้แหล่งวารสารในประเทศไทย ผู้ใช้สามารถเข้าถึงแหล่งจัดเก็บวารสาร ทั้งวารสารภาษาไทย และวารสารภาษาต่างประเทศ อย่างสะดวก ทันสมัย และรวดเร็ว
18	ฐานข้อมูลระบบสืบค้นคำพิพากษา และคำสั่งคำร้องศาลฎีกา	จัดทำโดย ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ศาลฎีกา สำหรับสืบค้นคำพิพากษา คำสั่งร้อง คดีความ สามารถค้นหาได้จากชื่อคดีความ หมายเลขคำพิพากษา ช่วงเวลา โดยค้นได้ทั้งฉบับย่อและฉบับเต็ม
19	ฐานข้อมูลราชกิจจานุเบกษา	ฐานข้อมูลสำหรับค้นหาประกาศราชกิจจานุเบกษา เกี่ยวกับกฎหมาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ประกาศของกระทรวง ทบวง กรม รวมถึงประกาศพระราชทานเครื่องราชอิสริยาภรณ์ ยศ และการจดทะเบียนห้างหุ้นส่วน บริษัท เป็นต้น

ภาคผนวก ฉ

คำสั่งมหาวิทยาลัยพายัพ ที่ 222/2534
เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด

คำสั่งมหาวิทยาลัยพายัพ

ที่ 222/2564

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตร หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

เพื่อให้การดำเนินการปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด สำหรับใช้ในปีการศึกษา 2565 ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ตลอดจนสอดคล้องกับประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552 และประกาศคณะกรรมการการอุดมศึกษา เรื่อง แนวทางการปฏิบัติตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552 และ (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2558

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 43 (1) (5) และ (13) แห่งพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ. 2546 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2550 (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2562 จึงแต่งตั้งให้บุคคลดังมีรายชื่อต่อไปนี้เป็นคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตร หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คือ

- | | |
|--|---------------------|
| 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เอกก์ ภทรธนกุล | ประธานกรรมการ |
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วรวิทย์ วินิจ | กรรมการ |
| 3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สายสุนีย์ เกษม | กรรมการ |
| 4. อาจารย์ฉัตรชัย สุพรรณบรรจง | กรรมการ |
| 5. อาจารย์ทรงชนก รัชชเจริญ | กรรมการ |
| 6. อาจารย์ ดร. สุตาภัทร คงเกิด | กรรมการและเลขานุการ |

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ 30 กรกฎาคม 2564

(อาจารย์อ. ชัย ใจดวงวิมล)
รักษาการอธิการบดี
มหาวิทยาลัยพายัพ



ภาคผนวก ข

รายงานการประชุมคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด

รายงานการประชุมคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตร หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
ครั้งที่ 1/2564

วันศุกร์ที่ 17 กันยายน 2564 เวลา 9.00-11.00 น.

ณ ห้อง TR115 อาคารทรินิตี้ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ จ.เชียงใหม่

รายนามคณะกรรมการผู้เข้าร่วมประชุม

- | | |
|---|---------------------|
| 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เอกก์ ภัทรธนกุล | ประธานกรรมการ |
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรัท วิณีจ | กรรมการ |
| 3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สายสุนีย์ เกษม | กรรมการ |
| 4. อาจารย์ฉัตรชัย สุพรรณบรรจง | กรรมการ |
| 5. อาจารย์ทรงชนก รักษ์เจริญ | กรรมการ |
| 6. อาจารย์ ดร.สุตาภัทร คงเกิด | กรรมการและเลขานุการ |

เริ่มประชุมเวลา 13.00 น.

วาระที่ 1 เรื่องแจ้งให้ทราบ

กรรมการและเลขานุการ กล่าวต้อนรับ และแนะนำคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตรฯตามคำสั่งมหาวิทยาลัยพายัพที่ 222/2564 หลังจากนั้นเข้าสู่การประชุม

วาระที่ 2 เรื่องพิจารณาและปรึกษาหารือ

ที่ประชุมร่วมกันพิจารณา มคอ. 2 (ฉบับร่าง) หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565) โดยมีข้อเสนอแนะ จากคณะกรรมการ และแนวทางในการดำเนินงานตามข้อเสนอแนะ ดังนี้

ประเด็นที่ 1 ภาพรวม

1. หลักสูตรต้องคำนึงถึง ลูกค้ำกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค จุดเริ่มต้นจะเป็นเกี่ยวกับลูกค้ำ ควรเข้าใจลูกค้ำที่เปลี่ยนแปลงไป เรื่องของ Data ให้ชัดจะเป็นประโยชน์มากขึ้น
2. ประเด็นเรื่องของแบรนด์ ไม่ควรสอน Product กับ Brand รวมกัน ควรแยกเป็น 2 วิชา แนวทางในการดำเนินงาน เปิดโอกาสให้นักศึกษาสามารถต่อยอด เป็นที่ปรึกษาได้ ขอใช้คำว่าแบรนด์มากกว่าตราสินค้าจะได้เฉพาะเจาะจง
3. การเขียนหลักการและเหตุผลประเด็น 5.0 ไม่ได้ผูกกับ 5G Marketing 5.0 ของ Kotler น่าจะดูทันสมัยขึ้น และน่าเชื่อถือ
4. การเขียนหลักการและเหตุผลในหน้า 5 พูดเรื่องมหภาค แต่ยังไม่ลงเจาะลึก อยากให้ลงเจาะในเรื่องของจุลภาค เจาะลงเรื่องผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น เพื่อโยงไปยังจุดประสงค์ของรายวิชา

ประเด็นที่ 2 โครงสร้างหลักสูตร

1. โครงสร้างหลักสูตร การรับเข้านักศึกษา หน้าที่ 2 ในส่วนรับนักศึกษาทั้งไทยและต่างชาติ มันเข้าช่วยเราสอนแบบนานาชาติ แต่การคัดเลือกนักศึกษารับเข้า จะต้องมีโอกาสภาษาที่ชัดเจน และการเรียนการสอนที่มีภาษาอังกฤษเข้ามาใช้
2. PLO หน้า 10 มีการระบุความคิดสร้างสรรค์ แต่ผลการเรียนรู้หลักสูตรไม่ลงลึกถึงความคิดสร้างสรรค์ PLO 1 ย้ายไป PLO ที่ 3 ความคาดหวังจะขาดเรื่อง คุณธรรมจริยธรรม ขาดการระบุชั้นปีไหน
3. โครงสร้างหลักสูตรรายวิชาต่าง ๆ ควรเพิ่มประเด็นเรื่องของ Data มากขึ้น Marketing Research Data Analytic มันจะตรงกับ Digital Marketing มากขึ้น ซึ่ง Data สามารถประสานเข้ากับวิชาอื่น ๆ ได้มาก ในส่วนของสถิติน่าจะเป็นประโยชน์มากยิ่งขึ้น
4. Consumer Behavior analysis and design ควรนำมาเชื่อมโยงกัน เรียนรู้เรื่องของพฤติกรรมผู้บริโภค โยงความรู้ใหม่ๆ ใส่เข้ามา เพื่อมีองค์ความรู้ใหม่ๆ ที่น่าสนใจ ผนวกกับองค์ความรู้เก่า
5. วิชาการจัดการราคา ควรเพิ่มการจัดการราคาและกำไร Yield เข้าสู่ระบบการคิดคำนวณ โดยใช้ระบบสารสนเทศ เช่น แอร์เอเชีย คนไม่ได้ตั้งราคา ระบบสามารถตั้งราคาให้ได้ น่าจะเป็นประโยชน์กับสาขา และนักศึกษาให้มากยิ่งขึ้น
6. มีรายวิชาที่ไม่ปรากฏ คือ Digital Marketing Control (การควบคุมทางการตลาด) ทุกวันนี้มีการตลาดเก่งแต่วัดไม่ได้ และเป็นการวัดเก่าๆ CTR, INTERACTION ต้องมีการวัดผลที่ชัดเจน
7. Marketing 5.0 ควรเป็นวิชาที่เปิดให้เรียน เพื่อความทันสมัย และจะเป็นประโยชน์ต่อนักศึกษาที่มีความชัดเจนสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ หรือการตลาดเพื่อสังคม เพราะมันคือการตลาดเพื่อความยั่งยืน

ประเด็นที่ 3 เนื้อหารายวิชา

1. BA102 หลักการตลาดและการตลาดดิจิทัล ประเด็นจริยธรรมทางการตลาด ใส่ประเด็นเชิงกฎหมาย เป็น การปูพื้นฐาน กฎหมายบางตัว เช่น Privacy ของลูกค้า เพื่อที่นักการตลาดจะไม่ทำสิ่งที่ขัดต่อหลักกฎหมาย
2. MK 211 พฤติกรรมผู้บริโภค ควรใส่เรื่อง Analysis and Design เศรษฐศาสตร์เชิงพฤติกรรมลงไปด้วย ควรใส่ เพื่อความทันสมัย
3. MK 212 การจัดการผลิตภัณฑ์และแบรนด์ ในมุมมองของแบรนด์ ควรลงลึกเข้าไปนอกจากการสร้างแบรนด์คือเรื่อง การวัดมูลค่าแบรนด์ มีองค์ความรู้การใช้สูตรคำนวณว่าแบรนด์แต่ละแบรนด์มีความเข้มแข็งมากแค่ไหน และเพิ่มหัวข้อการจัดการดิจิทัลและผลิตภัณฑ์
4. MK 214 ช่องทางการตลาดดิจิทัล ควรเพิ่ม 3 อย่าง 1) E-tailer 20% 2) Digital Market Place เช่น Shopee Lazada 40% 3) Social commerce 40%
5. MK 314 การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ ควรเพิ่มจรรยาบรรณการสื่อสาร ต้องแทรกการสื่อสารออนไลน์ ออฟไลน์ เพื่อเชื่อมโยงไปในรายวิชา Digital Marketing เพื่อให้ นศ. มีพื้นฐาน ช่องทางการตลาดดิจิทัล
6. MK 315 วิชาการระบบสารสนเทศทางการตลาดและเทคโนโลยีทางการตลาด ต้องนำเข้าสู่เทคโนโลยีให้แตกต่างจาก IS

7. MK 316 การจัดการราคา ควรเพิ่มให้มีการใช้ระบบการจัดการกำไร เพิ่มเติมในกรณีการเรียนรู้ Yield Management
8. MK326 การตลาดดิจิทัลเชิงสร้างสรรค์อาจโยงเรื่อง Market Chanel ในส่วนนี้ นศ.จะขาดเนื้อหาประเด็นเรื่อง P-Place
9. MK 331 การออกแบบเนื้อหาบนการตลาดดิจิทัล ก่อนจะมี Content ควรมีการ Design เพื่อสามารถออกแบบและนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ให้เป็นประโยชน์มากยิ่งขึ้น Social Listening
10. MK 332 การจัดการขายและเทคนิคการขาย ในนี้เป็นเรื่องการพื้นฐาน ควรเพิ่มเรื่องการไลฟ์ การขาย ให้ปรากฏในรายวิชา เพิ่มในประเด็นเทคนิคการขายในโลกออนไลน์จะมีประโยชน์มาก เรื่องของเครื่องมือ เช่น การดูคน CF อัตโนมัติ
11. MK 328 การตลาดโลก ควรเพิ่มประเด็นบทบาท ดิจิทัลกับการตลาดโลกเพิ่มเข้ามา ว่าก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างไร
12. MK 391 การวิจัยการตลาด ควรศึกษาเพิ่มเรื่องการศึกษาผู้บริโภคในรูปแบบออนไลน์ การเก็บข้อมูลออนไลน์ เพื่อเชื่อมโยงการทำวิจัยทั้งออฟไลน์ และออนไลน์ พร้อมทั้งใช้เครื่องมือดิจิทัลในการทำวิจัยทางการตลาด
13. MK 492 วิชาสัมมนาการตลาดดิจิทัล Platform Marketing ไม่มีควรระบุให้ชัดเจน เพิ่มรูปแบบของการเป็น Start up
14. แนะนำเพิ่มวิชา Luxury Marketing ซึ่งในต่างประเทศจะมีการสอนในเรื่องนี้

เลิกประชุมเวลา 11.00 น.

อาจารย์ ดร. สุตาภัทร คงเกิด
กรรมการและเลขานุการ

ภาคผนวก ณ

สำเนาสัญญาจ้างอาจารย์ชาวต่างประเทศ กรณีที่เป็นอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

PAYAP UNIVERSITY
FOUNDATION OF THE CHURCH OF CHRIST IN THAILAND
Contract for full-time instructors (stipulated duration)

Contract number ...**025./2021**..... Written at.....**Payap University**.....

Date.....**24**.....Month.....**August**.....Year.....**2021**.....

This contract for a full-time instructor is between Payap University, 272 Moo 2, Tumbon Sanpranate, Amphur Sansai, Chiang Mai by**Mr. Apicha Insuwan**....., Position.....**Interim President**....., who shall hereafter be called "university" as the first party and Mr./Mrs./Miss.....**Shaw Yu Fang**.....Age...**27**.....years with permanent residence at.....**99**.....Moo...**6**.....Tambon.....**Mae Sa**..... District (Amphur)**Mae Rim**.....Province (City)**Chiang Mai 50180**..... who shall hereafter be called "instructor" as the second party.

Both parties agree to the following contract:

Article 1 "University" agrees to employ the "instructor" at Payap University in the department of.....**Marketing**.....faculty.....**Business Administration and Science**..... for.....**1**..... year (s)**7**.....month (s) starting from (date)**November 1, 2021**..... to**October 31, 2022**..... including a probation period of.....**7**.....semester, until (date)**7**.....

The renewal of the contract under paragraph 1 shall be accordance with the regulations and conditions prescribed by the University. Working period of Instructor shall starts from the date of commencement of employment and counting of consecutive periods continuously when the contract is renewed or changed. Counting the working period will be used for obtain any rights and benefits is possible.

Instructor has responsibilities as indicated in the Appendix 1 which is an addendum to this contract, and is considered part of this contract as well as any regulations, orders or announced directives that are in effect as of the date of this contract or that may be announced in the future.

Article 2 "University" agrees to pay "instructor" a monthly sum of**8,075.-**..... Baht (.....**Eight thousand and seventy five Baht**.....) every month as long as "instructor" remains employed by "university" and will pay no later than the 3rd day of the following month.

Other compensation (if any) shall be in accordance with Appendix 2, which is considered part of this contract.

Article 3 "Instructor" agrees to follow all regulations, duties, professional ethics, principles, or directives of the university, as well as policies and practices which the university may specify, as may be in effect at the time this contract is signed or afterward as the university may initiate changes as appropriate, which shall be considered as part of this contractual agreement.

Signed..........Interim President

Signed..........Instructor

Article 4 "Instructor" agrees to carry out assigned jobs with honesty and to the best of his/her ability. "Instructor" also agrees to search for additional knowledge or to undertake other endeavors which enhance the progressive operation of the university; and the instructor agrees to do nothing in practice or in conflict with the university's best interests.

Article 5 Pursuant to carrying out this employment contract the university has the right to assign or require the instructor to perform duties in addition to those covered in Article 1 paragraph 2, or to undertake duties in whatever unit the university may deem appropriate.

If the instructor is promoted by the university into an administrative title, the instructor agrees to relinquish that title and its benefits as the university may see fit.

Article 6. The university guarantees to oversee the instructor fairly in accordance with accepted good traditions and as stipulated in the regulations, directives and announcements of the university. In the event that disciplinary action is taken by the university against the instructor, the university shall follow the procedural regulations concerning personnel administration and regulations related to investigation of personnel.

Article 7. Leaves/vacations shall be in accordance with the university's present or future personnel administrative regulations.

Article 8. During the time of employment covered by this contract the instructor acknowledges and agrees to the following two provisions:

- 8.1 a probationary period as per the first paragraph of article 1
- 8.2 an annual performance evaluation as per university regulations or announcements

In the event that the instructor does not pass the initial evaluation [at the end of the probationary period], the instructor agrees that the university shall discontinue the employment or further consideration of extending the contract, depending on circumstances, and the instructor will not seek recompense or benefits of any kind.


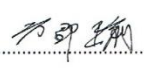
Article 9. If the instructor fails to perform or performs contrary to any provision in this contract the university has the right to immediately end the contract. And, during the employment should the instructor perform or fail to perform responsibilities or do anything causing loss to the university in any respect, the instructor agrees to reimburse the university at the time the university requests and agrees to have the university deduct from salary or other funds that the instructor has the right to receive from the university as replacement of the university's losses, except when the losses were caused unintentionally.

Article 10. For the duration of this contract if, in the course of carrying out duties, the instructor should produce a new invention or creative output, the knowledge derived from the invention or creative output shall be patented by the university, with the exception of copyrighted work which shall be held by the instructor, but the university has the right to utilize the work to publicize as is the purpose of this employment contract.

Financial benefit that might accrue from action as described in the above paragraph shall be allocated in accordance with procedures directed and announced by the university.

Article 11. Additional remuneration and benefits of the instructor shall be according to [Thai] law, regulations, rules, procedures, directives and announcements of the university.

For the duration of this employment contract, the annual instructor's performance evaluation principle will not be considered to increase one's salary.

Signed..........Interim President Signed..........Instructor

Article 12. For the duration of this employment contract, if the instructor should wish to terminate the contract before it expires, the instructor must state that intent in writing to the university no less than 60 days in advance, and the termination date must not come during an academic semester when the university is open.

If the instructor does not comply with the paragraph above, the instructor agrees to have the university deduct an amount not to exceed twice the final month's salary as well as a supplementary amount to reimburse the university for any losses sustained.

Article 13. For the duration of this employment contract the university has the right to terminate the contract for any of the following reasons:

- 13.1 for having been disciplined with suspension or termination as a result of a [disciplinary] investigation
- 13.2 for not passing a performance evaluation as per article 8
- 13.3 for not reporting after completing continuing education, workshop training, a field trip, conducting research, writing a textbook or other such, as assigned by the university
- 13.4 for intentional corruption or insubordination to the university
- 13.5 for intending to cause loss to the university
- 13.6 for careless neglect that causes severe loss to the university
- 13.7 for failing to heed or follow the university's legal and fair rules, regulations, procedures, announcements, codes of ethics or directives
- 13.8 for neglect of financial responsibilities in excess of three days without due cause
- 13.9 [in cases in which the university] ceases a job title or dissolves a unit
- 13.10 the university has its charter withdrawn, requests to cease operation, or transfers its activities to another entity
- 13.11 terms of this contract are broken as per article 9
- 13.12 [the instructor] lacks qualifications or has characteristics forbidden by the Private Higher Education Act in force at the time
- 13.13 for being uncooperative, obstructive, or refusing to follow the rightful orders of one's supervisor or those performing legally delegated duties
- 13.14 in cases in which a licensed physician or a physician chosen by the university examines the instructor and determines that the instructor's health prevents further work

Article 14. This contract shall end as follows:

- 14.1 on its expiration date
- 14.2 at death [of the instructor]
- 14.3 as the contract is terminated as per article 12
- 14.4 as the instructor is granted permission to resign
- 14.5 as the instructor is suspended or terminated as the result of a [disciplinary] investigation

Article 15. Whenever this contract ends for whatever reason, the instructor must transfer the work as well as resources for which he/she was responsible and accountable in their entirety to the university.

Article 16. Documents attached to this contract are considered part of the contract:

- 16.1 Appendix 1 a document designating job duties [i.e. a job description] including conditions, consisting of ...1.... page(s)

Signed..........Interim President

Signed..........Instructor

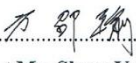
16.2 Appendix 2 a document designating additional compensation, consisting of ...1... page(s)

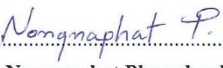
Two copies of this contract, containing accurate details identical in every respect, are provided for the two parties, and the signers attest with their signatures that they have read and understood the provisions of the contract and promise to comply.


NOTE: in case of dispute or litigation in a Thai court of law, the Thai version of this contract shall be the official version. This English translation is provided and signed in good faith, and shall be considered in effect in all other circumstances.

Signed  In behalf of the university
 (...Mr. Apicha Insuwan...)
 Interim President



Signed  Instructor
 (.Mr. Shaw-Yu Fang.)

Signed  Witness
 (...Mrs. Nongnaphat Phanphonlakrit...)
 Assistant to the President
 for Academic Affairs and Research

Signed  Witness
 (.Mrs. Saisunee Kasem.)
 Acting Dean
 Faculty of Business Administration and Science

Signed  Witness
 (...Miss Sirirat Pongsanguan...)
 Head, Office of Human Resources

Signed  Typed and inspected
 (...Miss Tharnjai Na Chiengmai...)
 Officer, Office of Human Resources

Appendix 1 (Addendum to Contract)Date...24...Month...August... Year ..2021.....

As per contract hiring full time instructor dated ...24...month....August.....
 year2021..... between Payap University located at 272 Moo 2, Tambon Sanpranate,
 Amphur Sansai, Chiang Mai by.....Mr. Apicha Insuwan..... Position ..Interim President.....
 and Mr. / Mrs. / MissShaw-Yu Fang..... Age27.....year with
 permanent residence at99..... Moo.6..... Tambon.....Mae Sa
 District (Amphur)Mae Rim.....Province (City)Chiang Mai 50180.....
 with contract number ..025.../...2021.....

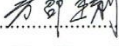
Both parties agree on the addendum to the contract as follows:


Instructor has the following responsibilities per semester:


1. Responsible for teaching at least two courses.
2. Responsible as the course responsible person.
3. Attend activities of the university, faculty, and department (as far as possible).
4. Other tasks assigned by the university, faculty, and department.

Both parties have read and acknowledged the entire contract and hereby agreed to follow all commitments stated in the addendum to this contract.

Signed..... In behalf of the university
 (...Mr. Apicha Insuwan...
 Interim President

Signed..... Instructor
 (...Mr. Shaw-Yu Fang...)

Signed..... Witness
 (...Mrs. Nongnaphat Phanphollakrit...)
 Assistant to the President
 for Academic Affairs and Research

Signed..... Witness
 (...Mrs. Saisunee Kasem...)
 Acting Dean
 Faculty of Business Administration and Science

Signed..... Witness
 (...Miss. Sirirat Pongsanguan...)
 Head, Office of Human Resources

Signed..... Typed and inspected
 (...Miss. Tharnjai Na Chiengmai...)
 Officer, Office of Human Resources