

มคอ.2
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

วิทยาเขต ตรีัง

คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ

สาขาวิชาการตลาด

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อหลักสูตร

ภาษาไทย: บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

ภาษาอังกฤษ: Bachelor of Business Administration Program in Marketing

2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

ชื่อเต็ม (ไทย): บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)

ชื่อย่อ (ไทย): บธ.บ. (การตลาด)

ชื่อเต็ม (อังกฤษ): Bachelor of Business Administration (Marketing)

ชื่อย่อ (อังกฤษ): B.B.A. (Marketing)

3. วิชาเอก

-

4. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร: 131 หน่วยกิต

5. รูปแบบของหลักสูตร

5.1 รูปแบบ

5.1.1 หลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาการ

หลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาการ หลักสูตร 4 ปี

หลักสูตรปริญญาตรีแบบก้าวนำทางวิชาการ หลักสูตร ปี

5.1.2 หลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาชีพหรือปฏิบัติ

หลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาชีพ

หลักสูตรปริญญาตรีทางปฏิบัติการ

- หลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาชีพ (ต่อเนื่อง)
- หลักสูตรปริญญาตรีทางปฏิบัติการ (ต่อเนื่อง)
- หลักสูตรปริญญาตรีแบบก้าวน้ำทางวิชาชีพ
- หลักสูตรปริญญาตรีแบบก้าวน้ำทางปฏิบัติการ

5.2 ภาษาที่ใช้

ใช้ภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ

5.3 การรับนักศึกษา

รับนักศึกษาไทยและนักศึกษาต่างชาติ

5.4 ความร่วมมือกับสถาบันอื่น

5.4.1 ความร่วมมือกับหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัย

หลักสูตรนี้มีความร่วมมือระหว่างคณะต่าง ๆ ในมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ในการแลกเปลี่ยนอาจารย์ผู้สอน และวิทยากรพิเศษ ที่มีความเชี่ยวชาญในบางหัวข้อ หรือบางรายวิชาเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการจัดการเรียนการสอน

5.4.2 ความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกมหาวิทยาลัย

หลักสูตรนี้เป็นหลักสูตรที่มีความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกมหาวิทยาลัย โดยการเชิญผู้ทรงคุณวุฒิในด้านต่าง ๆ อาทิ คณาจารย์ทางด้านการตลาดในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ผู้บริหารระดับสูงในสายงานการตลาดของทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ

5.5 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา

ให้ปริญญาเพียงสาขาวิชาเดียว

6. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

- หลักสูตรใหม่ พ.ศ.
- หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559 ปรับปรุงมาจากหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2554
- ได้รับความเห็นชอบจากสภาวิทยาเขตตรัง
ในคราวประชุมครั้งที่ 14 (5/2559) เมื่อวันที่ 7 พฤศจิกายน 2559
- ได้รับความเห็นชอบและอนุมัติจากสภามหาวิทยาลัย
ในคราวประชุมครั้งที่ 380 (10/2559) เมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2559
(กรณีได้รับการรับรองจากองค์กรวิชาชีพหรือองค์กรอื่นให้ระบุงค์ที่รับรองและวันที่ที่ได้รับรองด้วย)
เปิดสอนภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2560

7. ความพร้อมในการเผยแพร่หลักสูตรคุณภาพและมาตรฐาน

ในปีการศึกษา 2562

8. อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

บัณฑิตที่จบสาขาวิชาการตลาด สามารถประกอบอาชีพได้หลากหลายทั้งในหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน ดังนี้

- (1) ฝ่ายการตลาด
- (2) ฝ่ายดูแลสายผลิตภัณฑ์
- (3) ฝ่ายตราสินค้า
- (4) ฝ่ายขาย
- (5) ฝ่ายวิจัยและพัฒนา
- (6) ฝ่ายการคลังสินค้า
- (7) ฝ่ายจัดซื้อ
- (8) ผู้ประกอบการธุรกิจ
- (9) นักวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ใหม่
- (10) นักวิเคราะห์การตลาด
- (11) นักวิจัยตลาด
- (12) พนักงานจัดซื้อ
- (13) เจ้าหน้าที่บริหารงานขายและการตลาด
- (14) เจ้าหน้าที่ในหน่วยงานอื่น ๆ ในภาครัฐและเอกชนและแสวงหากำไรและไม่แสวงหากำไร
ที่ต้องใช้บุคคลที่มีทักษะความสามารถในด้านการตลาด

9. ชื่อ เลขประจำตัวประชาชนตำแหน่ง และคุณวุฒิการศึกษาของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลำดับที่	เลขประจำตัวประชาชน	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่อ - สกุล	คุณวุฒิระดับอุดมศึกษา	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษาจาก	
						สถาบัน	ปี พ.ศ.
1	3 9098 00931 99 2	อาจารย์	นายวิญญู วัฒนชนต์กิจ	บธ.ม.	การตลาด	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	2548
				บธ.ป.	การตลาด	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	2543
2	5 9499 90000 83 6	อาจารย์	นางสาวปิยะนุช ปรีชานนท์	Ph.D	Marketing	Nottingham Trent University, UK	2552
				M.B.A.	Marketing	Keller Graduate School of Management, U.S.A.	2542
				บธ.ป.	การตลาด	มหาวิทยาลัยรังสิต	2538
3	3 9698 00007 78 1	อาจารย์	นางสาวธิดากาญจน์ ศิษฏีโกวิท	บธ.ม.	บริหารธุรกิจ	มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ	2545
				บธ.ป.	การตลาด	มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ	2543
4	3 8001 01707 61 1	อาจารย์	นางสาวรวงคณา ดันตสันตีสกุล	D.B.A.	Business Administration	Universiti Utara Malaysia, Malaysia	2558
				บธ.ม.	บริหารธุรกิจ	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2547
				บธ.ป.	การตลาด	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	2543
5	Passport No. 02010788	อาจารย์	Mr. Tao Lu	Ph.D.	Entrepreneurship and International Business	Nottingham Trent University, UK	2553
				Postgraduate Diploma	International Commercial Law	The University of Nottingham, UK	2545
				BA.	(Hons) Economic Law	North China University of Technology, China	2541

10. สถานที่จัดการเรียนการสอน

คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

11. สถานการณ์ภายนอกหรือการพัฒนาที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนหลักสูตร

11.1 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางเศรษฐกิจ

ปัจจุบันระบบเศรษฐกิจอยู่ในภาวะการแข่งขันรุนแรง ทุกประเทศมีความต้องการระบบเศรษฐกิจที่มีเสถียรภาพ และมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และการตลาดก็เป็นกลไกหรือเครื่องมือหนึ่งที่จะทำให้ระบบเศรษฐกิจเกิดสภาวะการแข่งขันได้ นอกจากนี้การตลาดยังเป็นเครื่องมือทางการบริหารและจัดการที่จะขาดเสียมิได้ สำหรับการดำเนินงานขององค์กรประเภทต่าง ๆ ทั้งในส่วนที่มีการนำการตลาดมาใช้เพื่อการดำเนินงานขององค์กรอย่างเข้มข้น และการเลือกใช้เพียงบางส่วน เพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้สำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนด ดังนั้นในทุกภาคส่วนจึงต้องการบุคคลที่มีความรู้เฉพาะทางด้านด้านการตลาดอย่างมากทั้งในปัจจุบันและอนาคต

11.2 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางสังคมและวัฒนธรรม

ความเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจจากระบบทุนนิยมมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม โดยเฉพาะความต้องการด้านความได้เปรียบทางเศรษฐกิจโดยมิได้คำนึงถึงการทำธุรกิจอย่างมีจริยธรรม ดังนั้น จึงมีความจำเป็นต้องผลิตบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถทางด้านการตลาดมาช่วยชี้แนะและขับเคลื่อนให้การเปลี่ยนแปลงนี้เป็นไปในรูปแบบที่เหมาะสม มีการทำธุรกิจที่ประสบความสำเร็จบนพื้นฐานของจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม

12. ผลกระทบจาก ข้อ 11 ต่อการพัฒนาหลักสูตรและความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

12.1 การพัฒนาหลักสูตร

ผลกระทบจากสถานการณ์ภายนอกในการพัฒนาหลักสูตรจึงจำเป็นต้องพัฒนาหลักสูตรในเชิงรุกที่มีศักยภาพและสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามวิวัฒนาการของเศรษฐกิจ และรองรับการแข่งขันทางธุรกิจ ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ โดยการผลิตบุคลากรทางด้านการตลาดจำเป็นต้องมีความพร้อมที่จะปฏิบัติงานได้ทันทีทั้งเชิงกลยุทธ์และการทำงานภาคสนาม และมีศักยภาพสูงในการพัฒนาตนเองให้เข้ากับลักษณะงานทั้งด้านวิชาการและวิชาชีพ รวมถึงความเข้าใจในผลกระทบต่อสังคม โดยต้องปฏิบัติตนอย่างมีอาชีพ มีคุณธรรม จริยธรรม มีความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งเป็นไปตามนโยบายและวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัยด้านการผลิตบัณฑิตที่เก่งและดี

12.2 ความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

พันธกิจของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มีดังนี้

พันธกิจ 1 พัฒนามหาวิทยาลัยให้เป็นสังคมฐานความรู้บนพื้นฐานพหุวัฒนธรรมและหลักเศรษฐกิจพอเพียง โดยให้ผู้ใฝ่รู้ได้มีโอกาสเข้าถึงความรู้ในหลากหลายรูปแบบ

พันธกิจ 2 สร้างความเป็นผู้นำทางวิชาการในสาขาที่สอดคล้องกับศักยภาพพื้นฐานของภาคใต้ และเชื่อมโยงสู่เครือข่ายสากล

พันธกิจ 3 ผสมผสานและประยุกต์ความรู้บนพื้นฐานประสบการณ์การปฏิบัติสู่การสอนเพื่อสร้างปัญญา คุณธรรม สมรรถนะและโลกทัศน์สากลให้แก่บัณฑิต

วิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง คือ

มุ่งมั่นพัฒนาคุณภาพบัณฑิต งานวิจัยที่มีคุณภาพ และเสริมสร้างการเติบโตทางปัญญาแก่เพื่อนมนุษย์

พันธกิจของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง มีดังนี้

พันธกิจ 1 จัดการเรียนการสอนเพื่อสร้างบัณฑิตให้มีความเชี่ยวชาญด้านวิชาการและวิชาชีพ มีสมรรถนะสากล

พันธกิจ 2 พัฒนาผลงานวิจัย หรืองานสร้างสรรค์ทางวิชาการเพื่อขับเคลื่อนคณะฯ ให้เป็นผู้นำทางวิชาการ

พันธกิจ 3 เน้นการบริการวิชาการที่ยกระดับความเข้มแข็งของชุมชนและสังคม

พันธกิจ 4 ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมโดยปลูกฝังจิตสำนึกและร่วมกิจกรรมกับชุมชน โดยถือประโยชน์ของเพื่อนมนุษย์เป็นกิจที่หนึ่ง

ผลกระทบจากสถานการณ์หรือการพัฒนาทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีต่อพันธกิจมหาวิทยาลัยที่มีปณิธานในการสร้างบัณฑิตที่เก่งและดี หลักสูตรจึงได้สร้างโอกาสการเรียนรู้ที่จะส่งเสริม การพัฒนาศักยภาพของนักศึกษาและทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ให้ได้มาตรฐานสากล อันประกอบด้วย ทักษะชีวิตและอาชีพ ทักษะสารสนเทศ การสื่อสารเทคโนโลยี ความร่วมมือในการทำงานเป็นทีม การคิดวิพากษ์ในปัญหาที่ซับซ้อน การนำเสนอด้วยวาจาและการเขียน ความเป็นพลเมืองดี การฝึกปฏิบัติอาชีพ และการวิจัย การพัฒนาหลักสูตรจึงต้องเน้นและส่งเสริมศาสตร์ทางการตลาดที่คำนึงถึงคุณธรรม จริยธรรมในอาชีพ โดยใส่ใจถึงผลกระทบต่อผู้บริโภคและสังคม

13. ความสัมพันธ์กับหลักสูตรอื่นที่เปิดสอนในคณะ/ภาควิชาอื่นของสถาบัน

13.1 กลุ่มวิชา/รายวิชาในหลักสูตรนี้ที่เปิดสอนโดยคณะ/ภาควิชา/หลักสูตรอื่น

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มีรายวิชาในกลุ่มศึกษาทั่วไป และวิชาแกนบางรายวิชา เช่น การสื่อสารและการเผยแพร่สารสนเทศ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การบัญชีการเงิน ฯลฯ ซึ่งเรียนร่วมกับนักศึกษาคณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ ดังนั้นนักศึกษาในหลักสูตรนี้จึงมีความรู้ทั้งด้านการตลาดและการจัดการธุรกิจ บนพื้นฐานของเทคโนโลยีสารสนเทศ

13.2 กลุ่มวิชา/รายวิชาในหลักสูตรที่เปิดสอนให้ภาควิชา/หลักสูตรอื่นต้องมาเรียน

หลักสูตรได้มีการเปิดสอน หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาแกน หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาชีพ และ วิชาเลือกเสรีให้แก่หลักสูตรต่าง ๆ ในคณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ

13.3 การบริหารจัดการ

- 1) แต่งตั้งผู้ประสานงานรายวิชาทุกรายวิชา เพื่อทำหน้าที่ประสานงานกับสาขาวิชา อาจารย์ผู้สอนและนักศึกษาในการพิจารณารายวิชา การจัดการเรียนการสอน และการประเมินผล
- 2) มอบหมายคณะกรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ดำเนินการเกี่ยวกับกระบวนการจัดการเรียนการสอน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายรายวิชา
- 3) อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรประสานงานกับอาจารย์ผู้สอน ด้านเนื้อหาสาระให้สอดคล้องกับมาตรฐานผลการเรียนรู้

หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร

1. ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1.1 ปรัชญา

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ด้านหลักการ และโครงสร้างของศาสตร์ทางธุรกิจ มีความรู้ความเข้าใจในศาสตร์ทางการตลาด รวมถึงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ทั้งทางด้านทฤษฎีและทางด้านปฏิบัติควบคู่กันได้อย่างเหมาะสมกับสภาพปัจจุบัน และมีทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ให้ได้มาตรฐานสากล พร้อมทั้งนำความสามารถทางด้านภาษาต่างประเทศไปใช้เพื่อการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ มีจริยธรรมและคุณธรรมที่ดีงาม พร้อมนำความรู้ออกไปรับใช้สังคมอย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 ความสำคัญ

หลักสูตรนี้สามารถตอบสนองต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม รวมถึงผลิตบุคลากรที่มีความสามารถเชิงการตลาด ที่มีจริยธรรมในอาชีพและมีความตระหนักรับผิดชอบต่อสังคม

1.3 วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อผลิตบัณฑิตในสาขาวิชาการตลาด ที่มีความรู้ในศาสตร์ด้านการตลาด มีความสามารถในการคิด วิเคราะห์ และแก้ไขปัญหาในสถานการณ์ปัจจุบัน มีความสามารถในการค้นคว้าวิจัย เพื่อประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพในอนาคต
- 2) เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ให้ได้มาตรฐานสากล ทักษะทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงทักษะทางด้านภาษาต่างประเทศ โดยนำทักษะเหล่านี้ไปใช้ในการประกอบอาชีพ
- 3) เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีศักยภาพในการคิดเชิงบูรณาการ เรียนรู้ได้ด้วยตนเอง ปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในโลกธุรกิจ
- 4) เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีจริยธรรม คุณธรรมในการประกอบวิชาชีพและเป็นพลเมืองดี อันเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณค่าต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

2. แผนพัฒนาปรับปรุง

แผนการพัฒนา/เปลี่ยนแปลง กลยุทธ์ หลักฐาน/ตัวบ่งชี้

แผนการพัฒนา/เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
(1) ปรับปรุงหลักสูตรให้มีมาตรฐาน ไม่ต่ำกว่าที่ สกอ. และมาตรฐาน วิชาชีพกำหนด	<ol style="list-style-type: none"> 1) ติดตามการปรับปรุงหลักสูตร อย่างสม่ำเสมอ 2) ประชุม/สัมมนาผู้รับผิดชอบ หลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตร 3) ติดตามความก้าวหน้าขององค์ ความรู้ในวิชาชีพ 4) ติดตามความคาดหวังของสังคม ต่อผู้ประกอบการวิชาชีพ 	<ol style="list-style-type: none"> 1) รายงานผลการประเมินหลักสูตร 2) เอกสารปรับปรุงหลักสูตร 3) ผลสรุปและผลการประเมินการ ประชุมสัมมนา 4) รายวิชาในหลักสูตรที่สอดคล้อง กับ การเปลี่ยนแปลงของวิชาชีพ 5) ประเมินทิศทางความต้องการของ สังคมที่มีต่อนักการตลาด
(2) ส่งเสริมการจัดการเรียนการสอน ให้เป็นแบบActive Learning	<ol style="list-style-type: none"> 1) เพิ่มพูนทักษะอาจารย์ในการ จัดการเรียนการสอนให้เป็นแบบ Active Learning และกรณีศึกษา 2) แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้สอน ในรายวิชาต่าง ๆ 3) ประเมินประสิทธิภาพการเรียน การสอนแบบ Active Learning 	<ol style="list-style-type: none"> 1) จำนวนโครงการเพิ่มพูนทักษะ อาจารย์ 2) จำนวนอาจารย์ที่ร่วมกิจกรรมการ เพิ่มพูนทักษะการจัดการเรียนการ สอนแบบ Active Learning 3) ผลการประเมินประสิทธิภาพการ เรียนการสอนแบบ Active Learning 4) ความพึงพอใจของผู้เรียนต่อ รายงานผลการประเมินความพึง พอใจในการจัดการเรียนการสอน แบบ Active Learning
(3) ปรับปรุงวิธีการวัดและการ ประเมินผล	<ol style="list-style-type: none"> 1) เพิ่มพูนทักษะอาจารย์เกี่ยวกับ วิธีการวัดและประเมินผล 2) กำหนดให้มีคณะกรรมการ วิเคราะห์ข้อสอบในแต่ละรายวิชา 3) กำหนดเกณฑ์การวัดและ ประเมินผลในแต่ละรายวิชา 	<ol style="list-style-type: none"> 1) จำนวนโครงการเพิ่มพูนทักษะ อาจารย์ 2) จำนวนอาจารย์ที่ร่วมกิจกรรมการ เพิ่มพูนทักษะวิธีการวัดและการ ประเมินผล 3) รายงานการวิเคราะห์ข้อสอบ 4) ผลการวิเคราะห์ข้อสอบ 5) เกณฑ์การวัดและประเมินผล 6) จำนวนรายวิชาที่ใช้วิธีการวัดและ ประเมินผลตามเกณฑ์ที่กำหนด

แผนการพัฒนา/เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
		7) ความพึงพอใจของผู้เรียน ต่อระบบการวัดและประเมินผล
(4) ส่งเสริมการจัดการเรียนรู้ เพื่อให้บรรลุมาตรฐานผลการเรียนรู้ทุกด้าน	<p>1) พัฒนาทักษะอาจารย์ในการจัดการเรียนรู้และประเมินผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม ด้านความรู้ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ รวมทั้งทักษะการปฏิบัติทางวิชาชีพ</p> <p>2) ติดตามประเมินทักษะอาจารย์ในการจัดการเรียนรู้ และการประเมินผลการเรียนรู้ ของนักศึกษาตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน</p>	<p>1) จำนวนโครงการเพิ่มพูนทักษะอาจารย์</p> <p>2) จำนวนอาจารย์ที่ร่วมกิจกรรมการเพิ่มพูนทักษะการเรียนรู้ตามมาตรฐานผลการเรียนรู้</p> <p>3) ผลการประเมินประสิทธิภาพ การจัดการเรียนรู้ตามมาตรฐานผลการเรียนรู้แต่ละด้าน</p> <p>4) ความพึงพอใจของผู้เรียนต่อการจัดการเรียนรู้ของอาจารย์</p> <p>5) ผลการประเมินนักศึกษาในแต่ละมาตรฐานผลการเรียนรู้</p>

หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร

1. ระบบการจัดการศึกษา

1.1 ระบบ

การจัดการศึกษาเป็นระบบทวิภาค ข้อกำหนดต่าง ๆ ให้เป็นไปตามระเบียบมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี (ภาคผนวก 5)

1.2 การจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน

มีการจัดการเรียนการสอนภาคฤดูร้อน ในปีที่ 3 หรือตามการพิจารณาของคณะกรรมการประจำคณะ

1.3 การเทียบเคียงหน่วยกิตในระบบทวิภาค

ไม่มี

2. การดำเนินการหลักสูตร

2.1 วัน-เวลาในการดำเนินการเรียนการสอน

ภาคการศึกษาที่ 1 เดือนสิงหาคม – เดือนธันวาคม

ภาคการศึกษาที่ 2 เดือนมกราคม – เดือนพฤษภาคม

ภาคฤดูร้อน เดือนมิถุนายน – เดือนกรกฎาคม

2.2 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

- 1) ต้องสำเร็จการศึกษาไม่ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า และ
- 2) ผ่านการคัดเลือกตามเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาและ/หรือ เป็นไปตามระเบียบข้อบังคับการคัดเลือกของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

การคัดเลือกผู้เข้าศึกษา

- 1) นักเรียนที่เข้าศึกษาโดยระบบคัดเลือกของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.)
- 2) นักเรียนที่มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เป็นผู้ดำเนินการคัดเลือกเอง
- 3) การคัดเลือกโดยคณะกรรมการบริหารหลักสูตร ด้วยวิธีการสอบข้อเขียน และ/หรือการสอบสัมภาษณ์ รวมทั้งพิจารณาจากผลการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และคะแนนสอบโดยระบบคัดเลือกของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.)

2.3 ปัญหาของนักศึกษาแรกเข้า

- 1) ความรู้และทักษะพื้นฐานด้านภาษาอังกฤษค่อนข้างอ่อน
- 2) ความรู้พื้นฐานด้านคณิตศาสตร์ไม่เพียงพอที่จะเรียนในสาขาวิชาชีพ

2.4 กลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา / ข้อจำกัดของนักศึกษาในข้อ 2.3

- 1) จัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมให้แก่นักศึกษาที่มีความรู้พื้นฐานด้านภาษาอังกฤษและคณิตศาสตร์อ่อน
- 2) จัดการสอนเสริมให้แก่นักศึกษาที่มีปัญหาในการเรียนภาษาอังกฤษ และคณิตศาสตร์ โดยมีกระบวนการดังนี้ จัดการประเมินความรู้พื้นฐานเพื่อวัดระดับของนักศึกษา เพื่อที่จะสามารถจัดการเรียนการสอนให้เหมาะสมกับระดับความรู้และสามารถจัดการสอนเสริมให้ตรงกับความต้องการของนักศึกษาในแต่ละกลุ่ม
- 3) ส่งเสริมทักษะทางภาษาอังกฤษการเรียนรู้จากโปรแกรมทางการเรียนรู้ภาษาอังกฤษที่มหาวิทยาลัยจัดขึ้น (Tell me more) ในระหว่างที่ศึกษาอยู่

2.5 แผนการรับนักศึกษาและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี

ปีการศึกษา					
	2560	2561	2562	2563	2564
ชั้นปีที่ 1	150	150	150	150	150
ชั้นปีที่ 2	-	150	150	150	150
ชั้นปีที่ 3	-	-	150	150	150
ชั้นปีที่ 4	-	-	-	150	150
รวม	150	300	450	600	600
คาดว่าจะสำเร็จการศึกษา	-	-	-	150	150

2.6 งบประมาณตามแผน (หน่วย บาท)

รายการ	ปีการศึกษา				
	2560	2561	2562	2563	2564
รวมงบดำเนินการ	6,520,360	7,299,068	8,182,621	9,186,028	10,326,507
- งบบุคลากร	2,214,960	2,347,858	2,488,729	2,638,053	2,796,336
- งบดำเนินงาน	2,645,400	3,042,210	3,498,542	4,023,323	4,626,821
- งบเงินอุดหนุน	1,660,000	1,909,000	2,195,350	2,524,653	2,903,350
- งบรายจ่ายอื่น	-	-	-	-	-
รวมงบลงทุน	500,000	600,000	650,000	700,000	750,000
- ค่าครุภัณฑ์					
- ค่าที่ดินสิ่งก่อสร้าง	500,000	600,000	650,000	700,000	750,000
รวมทั้งสิ้น	7,020,360	7,899,068	8,832,621	9,886,028	11,076,507
จำนวนนักศึกษา (คน)	150	300	450	600	750
ค่าใช้จ่ายต่อหัวนักศึกษา					
- เฉพาะงบดำเนินการ	43,469	24,330	18,184	15,310	13,769
- รวมทุกประเภท	46,802	26,330	19,628	16,477	14,769
รายจ่าย					

2.7 ระบบการศึกษา

ระบบการศึกษาเป็นแบบชั้นเรียนเป็นหลัก

2.8 การเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชาและการลงทะเบียนเรียนข้ามมหาวิทยาลัย

ตามระเบียบมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี

2.9 การจัดการเรียนการสอน

หลักสูตรมีการจัดการเรียนการสอนที่เน้น Active Learning ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของรายวิชาในหลักสูตร

3. หลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน

3.1. หลักสูตร

3.1.1. จำนวนหน่วยกิต รวมตลอดหลักสูตร **131 หน่วยกิต**

3.1.2. โครงสร้างหลักสูตร

โครงสร้างหลักสูตร

ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป **35 หน่วยกิต**

- | | |
|---------------------------------------|-------------|
| 1) กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ | 11 หน่วยกิต |
| 2) กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ | 9 หน่วยกิต |
| 3) กลุ่มวิชาภาษา | 15 หน่วยกิต |

ข. หมวดวิชาเฉพาะ **90 หน่วยกิต**

- | | |
|-----------------|-------------|
| 1) กลุ่มวิชาแกน | 42 หน่วยกิต |
| 2) กลุ่มวิชาชีพ | 48 หน่วยกิต |

แผน ก. (สหกิจศึกษา)

- | | |
|------------------|-------------|
| - วิชาชีพบังคับ | 36 หน่วยกิต |
| - วิชาสหกิจศึกษา | 6 หน่วยกิต |
| - วิชาชีพเลือก | 6 หน่วยกิต |

แผน ข. (ฝึกงาน)

- | | |
|-----------------|-------------|
| - วิชาชีพบังคับ | 36 หน่วยกิต |
| - วิชาการฝึกงาน | - หน่วยกิต |
| - วิชาชีพเลือก | 12 หน่วยกิต |

ค. หมวดวิชาเลือกเสรี **6 หน่วยกิต**

หมายเหตุ

1. หมวดวิชาฝึกงาน นักศึกษาต้องฝึกงานไม่น้อยกว่า 230 ชั่วโมง
2. การเลือก แผน ก. (สหกิจศึกษา) หรือแผน ข. (ฝึกงาน) ให้ขึ้นอยู่กับศักยภาพของนักศึกษา โดยจะต้องผ่านกระบวนการคัดเลือกจากคณะกรรมการบริหารหลักสูตรฯ หรือหน่วยงานที่เปิดสอนร่วมกับสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษา ก่อนที่จะลงทะเบียนเรียนในรายวิชาดังกล่าว

3.1.3 รายวิชา

ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

35 หน่วยกิต

1) กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ กำหนดให้เรียนรายวิชาในกลุ่มวิชาสังคมศาสตร์มนุษยศาสตร์และพลศึกษา จำนวน 11 หน่วยกิต ดังนี้

รายวิชาบังคับ จำนวน 5 หน่วยกิต ดังนี้

942-100	กิจกรรมเสริมหลักสูตร 1 Co-Curricular Activities I	1 (0-0-3)
xxx -xxx	กีฬา พลศึกษา และนันทนาการ	1 (x-y-z)
942-207	จิตวิทยาและภูมิปัญญาในการดำเนินชีวิต Psychology and Wisdom of Living	3 (3-0-6)

และให้นักศึกษาเลือกเรียนรายวิชาเลือก 6 หน่วยกิต โดยเลือกจากรายวิชาต่อไปนี้

001-101	อาเซียนศึกษา ASEAN Studies	3 (2-2-5)
874-194	กฎหมายเพื่อการประกอบอาชีพและการดำเนินชีวิตประจำวัน Law Relating to Occupations and Everyday Life	3 (3-0-6)
942-112	สุนทรียภาพของการดำเนินชีวิต Aesthetics for Life	3 (3-0-6)
942-113	ทักษะการรู้สารสนเทศ Information Literacy Skills	3 (3-0-6)
942-208	ความเป็นพลเมือง Citizenship	3 (3-0-6)
942-300	การบริหารความมั่งคั่งส่วนบุคคล Personal Wealth Management	3 (3-0-6)
942-301	การตัดสินใจและการวางแผนในชีวิตประจำวัน Decision Making and Planning in Daily Life	3 (3-0-6)
942-302	การจัดการความเสี่ยงในชีวิตประจำวัน Risk Management in Daily Life	3 (3-0-6)
996-110	ตรังศึกษา Trang Study	3 (3-0-6)

996-120	การรับรู้สุนทรียศาสตร์ Art Appreciation	3 (3-0-6)
996-121	ความซาบซึ้งทางดนตรี Music Appreciation	3 (3-0-6)

2) กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ กำหนดให้เรียนรายวิชาในกลุ่มวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ จำนวน 9 หน่วยกิต ดังนี้

รายวิชาบังคับ จำนวน 6 หน่วยกิต ดังนี้		
946-140	เทคโนโลยีสารสนเทศ Information Technology	3 (3-0-6)
947-117	คณิตศาสตร์ทั่วไป General Mathematics	3 (3-0-6)

และให้นักศึกษาเลือกเรียนรายวิชาในกลุ่มวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ จำนวน 3 หน่วยกิต จากรายวิชาต่อไปนี้

947-101	วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และสังคม Science, Technology, and Society	3 (3-0-6)
996-130	สิ่งแวดล้อมภาคใต้ Environment in the South	3 (3-0-6)
996-131	การรับรู้ธรรมชาติ Perception of Nature	3 (2-2-5)

คณะหรือหลักสูตร อาจกำหนดรายวิชาเลือกในกลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ ที่พิจารณาแล้วมีประโยชน์ต่อนักศึกษาให้เป็นวิชาเลือกเพิ่มเติมได้ตามความเหมาะสม

3) กลุ่มวิชาภาษา กำหนดให้เรียนรายวิชาในกลุ่มภาษา จำนวน 15 หน่วยกิต

<u>รายวิชาบังคับ</u> เรียนรายวิชาในกลุ่มภาษา จำนวน 9 หน่วยกิต ดังนี้		
941-100	ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร Thai for Communication	3 (3-0-6)
941-112	การฟังและพูดภาษาอังกฤษพื้นฐาน Fundamental English Listening and Speaking	3 (2-2-5)
941-113	การอ่านและเขียนภาษาอังกฤษพื้นฐาน Fundamental English Reading and Writing	3 (3-0-6)

และให้นักศึกษาเลือกเรียนวิชาภาษาอังกฤษหรือภาษาต่างประเทศอื่น ที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ที่มีเนื้อหาไม่ซ้ำซ้อนอีกจำนวนไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต โดยมีรายวิชาดังต่อไปนี้

กลุ่มวิชาภาษาอังกฤษ

941-114	เสริมทักษะการฟังภาษาอังกฤษ Consolidating Listening Skills in English	3 (3-0-6)
941-115	การอ่านภาษาอังกฤษเชิงธุรกิจ English Reading in Business Contexts	3 (3-0-6)
941-210	การเขียนภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ English Writing for Business Communication	3 (3-0-6)
941-216	การสนทนาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน English Conversation for Daily Communication	3 (3-0-6)
941-217	การพัฒนาการอ่าน Reading Development	3 (3-0-6)
941-218	ภาษาอังกฤษสำหรับธุรกิจ English for Business	3 (3-0-6)
941-290	การอ่านเรื่องสั้นและนวนิยายภาษาอังกฤษ Reading English Short Stories and Novels	3 (3-0-6)
941-291	ภาษาอังกฤษผ่านสื่อทันสมัย English through Modern Media	3 (3-0-6)
941-292	สัทศาสตร์ภาษาอังกฤษเบื้องต้น Basic English Phonetics	3 (3-0-6)

กลุ่มวิชาภาษา ต่างประเทศอื่น

941-224	ภาษาจีนพื้นฐาน Fundamental Chinese	3 (3-0-6)
941-236	ภาษาญี่ปุ่นพื้นฐาน Fundamental Japanese	3 (2-2-5)
941-245	ภาษาฝรั่งเศสพื้นฐาน Fundamental French	3 (3-0-6)
941-252	ภาษาเยอรมันพื้นฐาน Fundamental German	3 (3-0-6)
941-274	ภาษามลายูพื้นฐาน Fundamental Malay	3 (3-0-6)

941-283	ภาษาเกาหลีพื้นฐาน Fundamental Korean	3 (2-2-5)
---------	---	-----------

คณะหรือหลักสูตรอาจกำหนดรายวิชาเลือกในกลุ่มวิชาภาษา ที่พิจารณาแล้วมีประโยชน์ต่อนักศึกษาให้เป็นวิชาเลือกเพิ่มเติมได้ตามความเหมาะสม

ข. หมวดวิชาเฉพาะ จำนวน 90 หน่วยกิต ประกอบด้วยกลุ่มวิชาดังต่อไปนี้

1) กลุ่มวิชาแกน	จำนวน	42	หน่วยกิต
942-230	การภาษีอากร Taxation		3 (3-0-6)
944-204	กฎหมายธุรกิจ Business Law		3 (3-0-6)
944-120	เศรษฐศาสตร์จุลภาค Microeconomics		3 (3-0-6)
944-121	เศรษฐศาสตร์มหภาค Macroeconomics		3 (3-0-6)
946-100	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจ Introduction to Business		3 (3-0-6)
946-113	การบัญชีการเงิน Financial Accounting		3 (3-0-6)
946-160	หลักการตลาด Principles of Marketing		3 (3-0-6)
946-209	หลักการจัดการ Principles of Management		3 (3-0-6)
946-213	การบัญชีบริหาร Managerial Accounting		3 (3-0-6)
946-290	การเงินธุรกิจ Business Finance		3 (3-0-6)
946-300	การจัดการทรัพยากรมนุษย์ Human Resource Management		3 (3-0-6)
946-400	การจัดการเชิงกลยุทธ์ Strategic Management		3 (3-0-6)
947-118	สถิติธุรกิจ 1 Business Statistics I		3 (3-0-6)

947-211	การวิเคราะห์เชิงปริมาณ Quantitative Analysis	3 (3-0-6)
2) กลุ่มวิชาชีพ		จำนวน 48 หน่วยกิต
แผน ก. (สหกิจศึกษา)		
- วิชาชีพบังคับ		จำนวน 36 หน่วยกิต
946-260	พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer Behavior	3 (3-0-6)
946-262	การจัดการการตลาด Marketing Management	3 (3-0-6)
946-362	การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ Integrated Marketing Communication	3 (3-0-6)
946-363	การวิจัยตลาด Marketing Research	3 (2-2-5)
946-366	การตลาดบริการ Service Marketing	3 (3-0-6)
946-460	การจัดการผลิตภัณฑ์และการตั้งราคา Product Management and Pricing	3 (3-0-6)
946-461	การจัดการช่องทางการกระจายสินค้า Distribution Channel Management	3 (3-0-6)
946-462	สัมมนาทางการตลาด Seminar in Marketing	3 (1-4-4)
946-463	การศึกษาค้นคว้าอิสระทางการตลาด Independent Study in Marketing	3 (0-9-0)
946-468	การตลาดเชิงสัมพันธ์ภาพ Relationship Marketing	3 (3-0-6)
948-263	การวิเคราะห์ทางธุรกิจ Business Analytics	3 (3-0-6)
948-366	การตลาดดิจิทัล Digital Marketing	3 (3-0-6)
- วิชาสหกิจศึกษา		
948-460	สหกิจศึกษา Cooperative Education	6 (0-36-0)

- วิชาซีพีเลือก

จำนวน 6 หน่วยกิต

เลือกเรียนจำนวน 6 หน่วยกิต จากกลุ่มวิชาดังต่อไปนี้

กลุ่ม 1 การตลาดสำหรับอุตสาหกรรมบริการและท่องเที่ยว

946-265	ประเด็นสำคัญทางการตลาด Current Issues in Marketing	3 (x-y-z)
948-367	การตลาดสำหรับธุรกิจโรงแรม Marketing for Hotel Business	3 (3-0-6)
948-368	การตลาดสำหรับธุรกิจทัวร์นำเที่ยว Marketing for Tour Company	3 (3-0-6)
948-369	การตลาดสำหรับธุรกิจไมซ์ Marketing for MICE	3 (3-0-6)
948-468	การตลาดแหล่งท่องเที่ยว Destination Marketing	3 (3-0-6)

กลุ่ม 2 การเป็นผู้ประกอบการ

946-201	การจัดการธุรกิจขนาดย่อม Small Business Management	3 (3-0-6)
946-265	ประเด็นสำคัญทางการตลาด Current Issues in Marketing	3 (x-y-z)
948-461	การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ Marketing for Entrepreneurs	3 (3-0-6)
948-462	การเป็นผู้ประกอบการและการสร้างธุรกิจใหม่ Entrepreneurship and New Venture Creation	3 (3-0-6)
948-466	การจัดการการเจริญเติบโตของกิจการ Managing a Growing Business	3 (3-0-6)

กลุ่ม 3 การตลาดระหว่างประเทศ

946-265	ประเด็นสำคัญทางการตลาด Current Issues in Marketing	3 (x-y-z)
946-361	การตลาดโลก Global Marketing	3 (3-0-6)
948-261	การตลาดระหว่างประเทศ International Marketing	3 (3-0-6)

948-362	การตลาดเอเชีย Marketing for Asian Countries	3 (3-0-6)
948-469	การตลาดอาเซียน Marketing for ASEAN Countries	3 (3-0-6)
กลุ่ม 4 การตลาดสำหรับธุรกิจค้าปลีก		
946-263	การจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ Supply Chain and Logistic Management	3 (3-0-6)
946-265	ประเด็นสำคัญทางการตลาด Current Issues in Marketing	3 (x-y-z)
946-360	การจัดการการขาย Sales Management	3 (3-0-6)
946-367	การตลาดเพื่อธุรกิจค้าปลีก Retail Marketing	3 (3-0-6)
948-467	การจัดการธุรกิจแฟรนไชส์ Franchise Management	3 (3-0-6)
กลุ่ม 5 การจัดการผลิตภัณฑ์		
946-265	ประเด็นสำคัญทางการตลาด Current Issues in Marketing	3 (x-y-z)
946-467	การจัดการผลิตภัณฑ์ใหม่ New Product Management	3 (3-0-6)
948-260	ความคิดสร้างสรรค์และการสื่อสารในวิชาชีพการตลาด Creativity and Communication in Marketing Professional	3 (3-0-6)
948-361	การจัดการตราสินค้า Brand Management	3 (3-0-6)
948-364	ความคิดสร้างสรรค์และการออกแบบทางการตลาด Creativity and Design in Marketing	3 (3-0-6)
กลุ่ม 6 การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม		
946-265	ประเด็นสำคัญทางการตลาด Current Issues in Marketing	3 (x-y-z)
946-268	การตลาดชุมชนเพื่อเศรษฐกิจพอเพียง Community Marketing for Sustainable Economy	3 (3-0-6)

946-269	การตลาดในองค์กรที่ไม่หวังผลกำไร Marketing for the Non-Profit Organizations	3 (3-0-6)
946-369	การตลาดสีเขียว Green Marketing	3 (3-0-6)
946-469	การตลาดเพื่อสังคม Social Marketing	3 (3-0-6)
แผน ข.(ฝึกงาน)		
- วิชาชีพบังคับ		จำนวน 36 หน่วยกิต
946-260	พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer Behavior	3 (3-0-6)
946-262	การจัดการการตลาด Marketing Management	3 (3-0-6)
946-362	การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ Integrated Marketing Communication	3 (3-0-6)
946-363	การวิจัยตลาด Marketing Research	3 (2-2-5)
946-366	การตลาดบริการ Service Marketing	3 (3-0-6)
946-460	การจัดการผลิตภัณฑ์และการตั้งราคา Product Management and Pricing	3 (3-0-6)
946-461	การจัดการช่องทางการกระจายสินค้า Distribution Channel Management	3 (3-0-6)
946-462	สัมมนาทางการตลาด Seminar in Marketing	3 (1-4-4)
946-463	การศึกษาค้นคว้าอิสระทางการตลาด Independent Study in Marketing	3 (0-9-0)
946-468	การตลาดเชิงสัมพันธ์ภาพ Relationship Marketing	3 (3-0-6)
948-263	การวิเคราะห์ทางธุรกิจ Business Analytics	3 (3-0-6)
948-366	การตลาดดิจิทัล Digital Marketing	3 (3-0-6)

- วิชาฝึกงาน

946-364	การฝึกงานทางการตลาด Job Training in Marketing	ไม่น้อยกว่า 230 ชั่วโมง
---------	--	-------------------------

- วิชาชีพเลือก

เลือกเรียนจำนวน 12 หน่วยกิต จากกลุ่มวิชาดังต่อไปนี้

จำนวน 12 หน่วยกิต

กลุ่ม 1 การตลาดสำหรับอุตสาหกรรมบริการและท่องเที่ยว

946-265	ประเด็นสำคัญทางการตลาด Current Issues in Marketing	3 (x-y-z)
948-367	การตลาดสำหรับธุรกิจโรงแรม Marketing for Hotel Business	3 (3-0-6)
948-368	การตลาดสำหรับธุรกิจทัวร์นำเที่ยว Marketing for Tour Company	3 (3-0-6)
948-369	การตลาดสำหรับธุรกิจไมซ์ Marketing for MICE	3 (3-0-6)
948-468	การตลาดแหล่งท่องเที่ยว Destination Marketing	3 (3-0-6)

กลุ่ม 2 การเป็นผู้ประกอบการ

946-201	การจัดการธุรกิจขนาดย่อม Small Business Management	3 (3-0-6)
946-265	ประเด็นสำคัญทางการตลาด Current Issues in Marketing	3 (x-y-z)
948-461	การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ Marketing for Entrepreneurs	3 (3-0-6)
948-462	การเป็นผู้ประกอบการและการสร้างธุรกิจใหม่ Entrepreneurship and New Venture Creation	3 (3-0-6)
948-466	การจัดการการเจริญเติบโตของกิจการ Managing a Growing Business	3 (3-0-6)

กลุ่ม 3 การตลาดระหว่างประเทศ

946-265	ประเด็นสำคัญทางการตลาด Current Issues in Marketing	3 (x-y-z)
946-361	การตลาดโลก Global Marketing	3 (3-0-6)
948-261	การตลาดระหว่างประเทศ International Marketing	3 (3-0-6)
948-362	การตลาดเอเชีย Marketing for Asian Countries	3 (3-0-6)
948-469	การตลาดอาเซียน Marketing for ASEAN Countries	3 (3-0-6)

กลุ่ม 4 การตลาดสำหรับธุรกิจค้าปลีก

946-263	การจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ Supply Chain and Logistic Management	3 (3-0-6)
946-265	ประเด็นสำคัญทางการตลาด Current Issues in Marketing	3 (x-y-z)
946-360	การจัดการการขาย Sales Management	3 (3-0-6)
946-367	การตลาดเพื่อธุรกิจค้าปลีก Retail Marketing	3 (3-0-6)
948-467	การจัดการธุรกิจแฟรนไชส์ Franchise Management	3 (3-0-6)

กลุ่ม 5 การจัดการผลิตภัณฑ์

946-265	ประเด็นสำคัญทางการตลาด Current Issues in Marketing	3 (x-y-z)
946-467	การจัดการผลิตภัณฑ์ใหม่ New Product Management	3 (3-0-6)
948-260	ความคิดสร้างสรรค์และการสื่อสารในวิชาชีพการตลาด Creativity and Communication in Marketing Professional	3 (3-0-6)
948-361	การจัดการตราสินค้า Brand Management	3 (3-0-6)

948-364	ความคิดสร้างสรรค์และการออกแบบทางการตลาด Creativity and Design in Marketing	3 (3-0-6)
---------	---	-----------

กลุ่ม 6 การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

946-265	ประเด็นสำคัญทางการตลาด Current Issues in Marketing	3 (x-y-z)
946-268	การตลาดชุมชนเพื่อเศรษฐกิจพอเพียง Community Marketing for Sustainable Economy	3 (3-0-6)
946-269	การตลาดในองค์กรที่ไม่หวังผลกำไร Marketing for the Non-Profit Organizations	3 (3-0-6)
946-369	การตลาดสีเขียว Green Marketing	3 (3-0-6)
946-469	การตลาดเพื่อสังคม Social Marketing	3 (3-0-6)

อนึ่งเพื่อให้การพัฒนาหลักสูตรเป็นไปอย่างต่อเนื่องและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง อาจกำหนดรายวิชาอื่น ๆ ที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ซึ่งได้พิจารณาแล้วว่า มีประโยชน์ต่อสาขาวิชาการตลาด ให้เป็นวิชาเลือกในหมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาชีพ เพิ่มเติมได้ตามความเหมาะสม

ค. หมวดวิชาเลือกเสรี

จำนวน 6 หน่วยกิต

เลือกเรียนจากรายวิชาที่มีเนื้อหาไม่ซ้ำซ้อน หรือใกล้เคียงกับเนื้อหาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป หรือหมวดวิชาเฉพาะซึ่งเปิดสอนในมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ หรือเปิดสอนในมหาวิทยาลัยอื่นๆ ที่มีความร่วมมือทางด้านวิชาการกับมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ โดยเป็นไปตามระเบียบการศึกษาระดับปริญญาตรี

แผนการศึกษา

ปีที่ 1

ภาคการศึกษาที่ 1

จำนวนหน่วยกิต (ทฤษฎี – ปฏิบัติ – ศึกษาด้วยตนเอง)		
xxx-xxx	เรียน 1 วิชา จากรายวิชาต่อไปนี้	3 (x-y-z)
	941-112* การฟังและพูดภาษาอังกฤษพื้นฐาน	3 (2-2-5)
	หรือ	
	941-113* การอ่านและเขียนภาษาอังกฤษพื้นฐาน	3 (3-0-6)
942-207	จิตวิทยาและภูมิปัญญาในการดำเนินชีวิต	3 (3-0-6)
946-100	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจ	3 (3-0-6)
946-140	เทคโนโลยีสารสนเทศ	3 (3-0-6)
947-117	คณิตศาสตร์ทั่วไป	3 (3-0-6)
xxx-xxx	วิชาเลือกกลุ่มสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ 1	3 (x-y-z)
xxx-xxx	วิชาเลือกกลุ่มวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ 1	3 (3-0-6)
รวม		21 (x-y-z)

ภาคการศึกษาที่ 2

จำนวนหน่วยกิต (ทฤษฎี – ปฏิบัติ – ศึกษาด้วยตนเอง)		
xxx-xxx	เรียน 1 วิชา จากรายวิชาต่อไปนี้	3 (x-y-z)
	941-112* การฟังและพูดภาษาอังกฤษพื้นฐาน	3 (2-2-5)
	หรือ	
	941-113* การอ่านและเขียนภาษาอังกฤษพื้นฐาน	3 (3-0-6)
941-100	ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	3 (3-0-6)
942-100	กิจกรรมเสริมหลักสูตร 1	1 (0-0-3)
946-113	การบัญชีการเงิน	3 (3-0-6)
946-160	หลักการตลาด	3 (3-0-6)
946-209	หลักการจัดการ	3 (3-0-6)
947-118	สถิติธุรกิจ 1	3 (3-0-6)
xxx-xxx	วิชากีฬา พลศึกษาและนันทนาการ	1 (0-2-1)
รวม		20 (x-y-z)

หมายเหตุ รายวิชา 941-112* และ 941-113* คณะฯ จะพิจารณาความเหมาะสมว่าจะให้แต่ละหลักสูตรลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษาใด ทั้งนี้โดยพิจารณาจากจำนวนผู้เรียนเป็นสำคัญ

ปีที่ 2

ภาคการศึกษาที่ 1

จำนวนหน่วยกิต (ทฤษฎี – ปฏิบัติ – ศึกษาด้วยตนเอง)

942-230	การภาษีอากร	3 (3-0-6)
944-120	เศรษฐศาสตร์จุลภาค	3 (3-0-6)
946-213	การบัญชีบริหาร	3 (3-0-6)
946-260	พฤติกรรมผู้บริโภค	3 (3-0-6)
948-263	การวิเคราะห์ทางธุรกิจ	3 (3-0-6)
946-300	การจัดการทรัพยากรมนุษย์	3 (3-0-6)
	รวม	18 (18-0-36)

ภาคการศึกษาที่ 2

จำนวนหน่วยกิต (ทฤษฎี – ปฏิบัติ – ศึกษาด้วยตนเอง)

944-121	เศรษฐศาสตร์มหภาค	3 (3-0-6)
944-204	กฎหมายธุรกิจ	3 (3-0-6)
946-262	การจัดการการตลาด	3 (3-0-6)
946-290	การเงินธุรกิจ	3 (3-0-6)
947-211	การวิเคราะห์เชิงปริมาณ	3 (3-0-6)
948-366	การตลาดดิจิทัล	3 (3-0-6)
	รวม	18 (x-y-z)

แผน ก. (สหกิจศึกษา)

ปีที่ 3

ภาคการศึกษาที่ 1

จำนวนหน่วยกิต (ทฤษฎี – ปฏิบัติ – ศึกษาด้วยตนเอง)

941-xxx	วิชาเลือกภาษาต่างประเทศ 1	3 (x-y-z)
946-366	การตลาดบริการ	3 (3-0-6)
946-363	การวิจัยตลาด	3 (2-2-5)
946-461	การจัดการช่องทางการกระจายสินค้า	3 (3-0-6)
xxx-xxx	วิชาเลือกกลุ่มสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ 2	3 (3-0-6)
xxx-xxx	วิชาเลือกเสรี 1	3 (x-y-z)
	รวม	18 (x-y-z)

ภาคการศึกษาที่ 2

จำนวนหน่วยกิต (ทฤษฎี – ปฏิบัติ – ศึกษาด้วยตนเอง)

941-xxx	วิชาเลือกภาษาต่างประเทศ 2	3 (x-y-z)
946-362	การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ	3 (3-0-6)
946-460	การจัดการผลิตภัณฑ์และการตั้งราคา	3 (3-0-6)
946-468	การตลาดเชิงสัมพันธ์ภาพ	3 (3-0-6)
xxx-xxx	วิชาเลือกเสรี 2	3 (x-y-z)
xxx-xxx	วิชาชีพเลือก 1	3 (x-y-z)
xxx-xxx	วิชาชีพเลือก 2	3 (x-y-z)
	รวม	21 (x-y-z)

แผน ข. (ฝึกงาน)

ปีที่ 3

ภาคการศึกษาที่ 1

จำนวนหน่วยกิต (ทฤษฎี – ปฏิบัติ – ศึกษาด้วยตนเอง)

941-xxx	วิชาเลือกภาษาต่างประเทศ 1	3 (3-0-6)
946-366	การตลาดบริการ	3 (3-0-6)
946-363	การวิจัยตลาด	3 (2-2-5)
946-461	การจัดการช่องทางการกระจายสินค้า	3 (3-0-6)
xxx-xxx	วิชาเลือกกลุ่มสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ 2	3 (3-0-6)
xxx-xxx	วิชาเลือกเสรี 1	3 (x-y-z)
xxx-xxx	วิชาชีพเลือก 1	3 (x-y-z)
	รวม	21 (x-y-z)

ภาคการศึกษาที่ 2

จำนวนหน่วยกิต (ทฤษฎี – ปฏิบัติ – ศึกษาด้วยตนเอง)

941-xxx	วิชาเลือกภาษาต่างประเทศ 2	3 (x-y-x)
946-362	การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ	3 (3-0-6)
946-460	การจัดการผลิตภัณฑ์และการตั้งราคา	3 (3-0-6)
946-468	การตลาดเชิงสัมพันธ์ภาพ	3 (3-0-6)
xxx-xxx	วิชาชีพเลือก 2	3 (x-y-z)
xxx-xxx	วิชาชีพเลือก 3	3 (x-y-z)
xxx-xxx	วิชาเลือกเสรี 2	3 (x-y-z)
	รวม	21 (x-y-z)

แผน ก. (สหกิจศึกษา)

ปีที่ 4

ภาคการศึกษาที่ 1

		จำนวนหน่วยกิต (ทฤษฎี – ปฏิบัติ – ศึกษาด้วยตนเอง)
946-400	การจัดการเชิงกลยุทธ์	3 (3-0-0)
946-462	สัมมนาทางการตลาด	3 (1-4-4)
946-463	การศึกษาค้นคว้าอิสระทางการตลาด	3 (0-9-0)
รวม		9 (4-13-10)

ภาคการศึกษาที่ 2

		จำนวนหน่วยกิต (ทฤษฎี – ปฏิบัติ – ศึกษาด้วยตนเอง)
948-460	สหกิจศึกษา	6 (0-36-0)
รวม		6 (0-36-0)

แผน ข. (ฝึกงาน)

ปีที่ 4

ภาคการศึกษาที่ 1

จำนวนหน่วยกิต (ทฤษฎี – ปฏิบัติ – ศึกษาด้วยตนเอง)		
946-400	การจัดการเชิงกลยุทธ์	3 (3-0-6)
946-462	สัมมนาทางการตลาด	3 (1-4-4)
946-463	การศึกษาค้นคว้าอิสระทางการตลาด	3 (0-9-0)
xxx-xxx	วิชาชีพเลือก 4	3 (x-y-z)
รวม		12 (x-y-z)

ภาคการศึกษาที่ 2

จำนวนหน่วยกิต (ทฤษฎี – ปฏิบัติ – ศึกษาด้วยตนเอง)		
946-364	การฝึกงานทางการตลาด	ไม่น้อยกว่า 230 ชั่วโมง
รวม		0

หมายเหตุ

* แผนการศึกษาสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม โดยความเห็นชอบของ
คณะกรรมการบริหารหลักสูตร

ความหมายของรหัสประจำรายวิชาและคำจำกัดความ

ความหมายของเลขรหัสประจำรายวิชาที่ใช้ในหลักสูตร

รหัสประจำวิชาประกอบด้วยตัวเลขหลัก ซึ่งแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มละ 3 หลัก โดยมีเครื่องหมายขีดคั่น (-) อยู่ระหว่างตัวเลขทั้ง 2 กลุ่ม มีรายละเอียดของรหัสประจำวิชาเขตดังนี้

ตัวเลขรหัสหลักที่ 1-3 หมายถึง กลุ่มวิชา หรือ หมวดวิชา (รายละเอียด แสดงในตารางด้านล่าง)

ตัวเลขรหัสหลักที่ 4 หมายถึง ชั้นปีที่เรียนวิชานั้น ตามแผนการศึกษา

ตัวเลขรหัสหลักที่ 5 หมายถึง ประเภทวิชา (รายละเอียด แสดงในตารางด้านล่าง)

ตัวเลขรหัสหลักที่ 6 หมายถึง ลำดับที่ของรายวิชาในกลุ่มวิชานั้น ๆ

รหัสหลักที่ 1-3	กลุ่มวิชา หมวดวิชา	ตัวเลขหลักที่ 5	ประเภทวิชา
941	กลุ่มวิชาด้านภาษา	0	ภาษาไทย
		1,6	ภาษาอังกฤษ
		2	ภาษาจีน
		3	ภาษาญี่ปุ่น
		4	ภาษาฝรั่งเศส
		5	ภาษาเยอรมัน
942	กลุ่มวิชาด้านสังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ และพล ศึกษา	0	สังคมศาสตร์
		1	มนุษยศาสตร์
		2	กีฬา พลศึกษา และนันทนาการ
943	หมวดวิชาเฉพาะด้าน	1,2,3,4,5,6,7,8	ศิลปะการแสดงและการจัดการ
944	หมวดวิชาเลือกเสรี ของคณะพาณิชยศาสตร์ และการจัดการ	0	กฎหมาย
		1	การเมือง การปกครอง และการจัดการรัฐกิจ
		2	เศรษฐศาสตร์
		0	การจัดการ
946 , 948		1	การบัญชี
		2	ระบบสารสนเทศทางการบัญชี
		3	การประกันภัยและการจัดการความเสี่ยง
		4	การจัดการสารสนเทศและคอมพิวเตอร์
		5	การจัดการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
		6	การตลาด
		7	การจัดการการท่องเที่ยว
		9	การเงิน
		947	กลุ่มวิชาด้านวิทยาศาสตร์
และคณิตศาสตร์	1		คณิตศาสตร์และสถิติ

ตัวอย่าง เช่น 946-160 หลักการตลาด

หมายถึง รายวิชานี้เป็นรายวิชาในหมวดวิชาเฉพาะด้านของคณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ เปิดสอนสำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 1 อยู่ในประเภทวิชาทางการตลาดและอยู่เป็นลำดับที่ 1

ความหมายของจำนวนหน่วยกิต

ความหมายของจำนวนหน่วยกิต มีความหมายของตัวเลขดังนี้

ตัวเลขตัวที่ 1	หมายถึง	จำนวนหน่วยกิตรวม
ตัวเลขตัวที่ 2	หมายถึง	จำนวนคาบบรรยายต่อสัปดาห์
ตัวเลขตัวที่ 3	หมายถึง	จำนวนคาบปฏิบัติการต่อสัปดาห์
ตัวเลขตัวที่ 4	หมายถึง	จำนวนคาบที่ศึกษาด้วยตนเองต่อสัปดาห์

ตัวอย่างเช่น 3 (2-2-5) หมายถึง วิชานี้มี 3 หน่วยกิต เป็นวิชาที่มีจำนวนชั่วโมงบรรยาย 2 คาบต่อสัปดาห์ จำนวนชั่วโมงที่ฝึกปฏิบัติการ 2 คาบต่อสัปดาห์ และ นักศึกษาต้องศึกษาด้วยตนเอง 5 คาบต่อสัปดาห์

ในคำอธิบายรายวิชาอาจมีคำต่าง ๆ ปรากฏอยู่ใต้ชื่อของรายวิชา ซึ่งมีความหมายเฉพาะที่ควรทราบ ดังนี้

1. รายวิชาบังคับเรียนก่อน (Prerequisite)

หมายถึง รายวิชาซึ่งผู้ลงทะเบียนเรียนรายวิชาหนึ่ง ๆ จะต้องลงทะเบียนและผ่านการประเมินผลการเรียนมาแล้ว ก่อนหน้าที่จะมาลงทะเบียนเรียนรายวิชานั้น และในการประเมินผลนั้นจะได้ระดับชั้นใด ๆ ก็ได้

2. รายวิชาบังคับเรียนร่วม (Corequisite)

หมายถึง รายวิชาที่ผู้ลงทะเบียนเรียนรายวิชาหนึ่ง ๆ จะต้องลงทะเบียนเรียนพร้อมกันไป หรือลงทะเบียนเรียนและผ่านการประเมินผลมาก่อนแล้วก็ได้ และในการประเมินผลนั้นจะได้ระดับชั้นใด ๆ ก็ได้ อนึ่งการที่รายวิชา B เป็นรายวิชาบังคับเรียนร่วมของรายวิชา A มิได้หมายความว่ารายวิชา A จะต้องเป็นรายวิชาบังคับเรียนร่วมของรายวิชา B ด้วย

3.1.5 คำอธิบายรายวิชา อยู่ในภาคผนวก 1

3.2 ชื่อ สกุล เลขประจำตัวประชาชน ตำแหน่ง และ คุณวุฒิของอาจารย์

3.2.1 อาจารย์ประจำหลักสูตร

ลำดับที่	เลขประจำตัวประชาชน	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่อ - สกุล	คุณวุฒิระดับอุดมศึกษา	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษาจาก		ภาระการสอนช.ม./ปีการศึกษา			
						สถาบัน	ปี พ.ศ.	2560	2561	2562	2562
1	3 9098 00931 99 2	อาจารย์	นายวิญญู วัฒนชนต์กิจ	บธ.ม.	การตลาด	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	2548	270	270	270	270
				บธ.บ.	การตลาด	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	2543				
2	5 9499 90000 83 6	อาจารย์	นางสาวปิยะนุช ปรีชานนท์	Ph.D.	Marketing	Nottingham Trent University, UK	2552	270	270	270	270
				M.B.A.	Marketing	Keller Graduate School of Management, U.S.A.	2542				
				บธ.บ.	การตลาด	มหาวิทยาลัยรังสิต	2538				
3	3 9698 00007 78 1	อาจารย์	นางสาวธิดากาญจน์ ศิษฏิกโกวิท	บธ.ม.	บริหารธุรกิจ	มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ	2545	270	270	270	270
				บธ.บ.	การตลาด	มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ	2543				

ลำดับ ที่	เลขประจำตัว ประชาชน	ตำแหน่งทาง วิชาการ	ชื่อ – สกุล	คุณวุฒิ ระดับอุดมศึกษา	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษาจาก		ภาระการสอนช.ม./ปีการศึกษา			
						สถาบัน	ปี พ.ศ.	2560	2561	2562	2562
4	3 8001 01707 61 1	อาจารย์	นางสาวรวงคณา ตันตสันติสกุล	D.B.A.	Business Administration	Universiti Utara Malaysia, Malaysia	2558	270	270	270	270
				บธ.ม.	บริหารธุรกิจ	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2547				
				บธ.ป.	การตลาด	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	2543				
5	Passport No. 02010788	อาจารย์	Mr. Tao Lu	Ph.D.	Entrepreneurship and International Business	Nottingham Trent University, UK	2553	270	270	270	270
				Postgraduate Diploma	International Commercial Law	The University of Nottingham, UK	2545				
				BA.	(Hons) Economic Law	North China University of Technology, China	2541				

3.2.2 อาจารย์ประจำ

ลำดับ ที่	เลขประจำตัว ประชาชน	ตำแหน่ง ทางวิชาการ	ชื่อ – สกุล	คุณวุฒิ ระดับอุดมศึกษา	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษาจาก		ภาระการสอนข.ม./ปีการศึกษา			
						สถาบัน	ปี พ.ศ.	2560	2561	2562	2562
1	Passport No. 02010788	อาจารย์	Mr. Tao Lu	Ph.D.	Entrepreneurship and International Business	Nottingham Trent University, UK	2553	270	270	270	270
				Postgraduate Diploma	International Commercial Law	The University of Nottingham, UK	2545				
				BA.	(Hons) Economic Law	North China University of Technology, China	2541				
2	3 9599 00398 92 7	อาจารย์	นางกฤติยา ดวงมณี	Doctor of Applied Economics (Ph.D.)	Economics and Applied Economics (Mathematics, Statistics and Actuarial Sciences)	Universiteit Antwerpen (University of Antwerp), Belgium	2558	270	270	270	270
				วท.ม.	สถิติประยุกต์ สาขาวิชาเอก วิทยาการประกันภัย	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหาร ศาสตร์	2547				
				วท.บ.	คณิตศาสตร์	มหาวิทยาลัยมหิดล	2543				

ลำดับ ที่	เลขประจำตัว ประชาชน	ตำแหน่ง ทางวิชาการ	ชื่อ – สกุล	คุณวุฒิ ระดับอุดมศึกษา	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษาจาก		ผลการสอนช.ม./ปีการศึกษา			
						สถาบัน	ปี พ.ศ.	2560	2561	2562	2562
3	3 9096 00929 31 3	อาจารย์	นางทิพวรรณ จันทมณีโชติ	D.B.A.	Business Administration	Universiti Sains Malaysia, Malaysia	2558	270	270	270	270
				M.B.A.	International Business	University of Technology, Sydney, Australia	2541				
				บช.บ.	การสอบบัญชี	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	2537				
4	3100900914576	อาจารย์	นายนฤบาล ยมะคุปต์	D.B.A.	Business Administration	Universiti Utara Malaysia, Malaysia	2557	270	270	270	270
				กจ.ม.	การจัดการ	มหาวิทยาลัยมหิดล	2546				
				รป.บ.	นโยบายสาธารณะ	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	2545				
5	3 9698 00007 78 1	อาจารย์	นางสาวธิดากาญจน์ ศิษฏ์โกวิท	บธ.ม.	บริหารธุรกิจ	มหาวิทยาลัยอีสต์แฮมป์ชัวร์	2545	270	270	270	270
				บช.บ.	การตลาด	มหาวิทยาลัยอีสต์แฮมป์ชัวร์	2543				
6	3 9301 00362 90 3	อาจารย์	นางสาวปิยะกาญจน์ สุพรรณชนะบุรี*	M.A.	Business Management	Kingston University, UK	2549	-	270	270	270
				ศ.บ.	การเงินการธนาคาร	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2547				

ลำดับที่	เลขประจำตัวประชาชน	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่อ - สกุล	คุณวุฒิระดับอุดมศึกษา	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษาจาก		ภาระการสอนช.ม./ปีการศึกษา			
						สถาบัน	ปี พ.ศ.	2560	2561	2562	2562
7	5 9499 90000 83 6	อาจารย์	นางสาวปิยะนุช ปรีชานนท์	Ph.D.	Marketing	Nottingham Trent University, UK	2552	270	270	270	270
				M.B.A.	Marketing	Keller Graduate School of Management, U.S.A.	2542				
				บธ.บ.	การตลาด	มหาวิทยาลัยรังสิต	2538				
8	3 9201 00768 61 6	อาจารย์	นายพงศกร พิษคนย์*	กจ.ม.	การตลาด	มหาวิทยาลัยมหิดล	2549	-	270	270	270
				สส.บ.	สารสนเทศศึกษา	มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	2546				
9	3 9599 00398 92 7	อาจารย์	นายพงษ์พิช เพชรสกุลวงศ์	Ph.D.	Risk Management and Insurance	Feng Chia University, Taiwan	2554	270	270	270	270
				วท.ม.	สถิติประยุกต์ (สาขาวิชาเอกวิทยาการประกันภัย)	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์	2544				
				ศ.บ.	เศรษฐศาสตร์ (เกียรตินิยมอันดับสอง)	มหาวิทยาลัยแม่โจ้	2542				
10	3 8006 00244 01 3	อาจารย์	นางสาวมะลิวัลย์ ทัพย์เกิด*	ศศ.ม.	การจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว	มหาวิทยาลัยนเรศวร ศูนย์วิทยบริการ กรุงเทพมหานคร	2554	270	270	270	270
				ศศ.บ.	พัฒนาการท่องเที่ยว	มหาวิทยาลัยแม่โจ้	2546				

ลำดับที่	เลขประจำตัวประชาชน	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่อ - สกุล	คุณวุฒิระดับอุดมศึกษา	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษาจาก		ภาระการสอนช.ม./ปีการศึกษา			
						สถาบัน	ปี พ.ศ.	2560	2561	2562	2562
11	3 8201 00144 46 0	อาจารย์	นางสาวเมธาวี ว่องกิจ	Doctor of Hotel and Tourism Management	Hotel and Tourism Management	The Hong Kong Polytechnic University	2555	270	270	270	270
				Master of International Tourism and Hospitality Management	International Tourism and Hospitality Management	Griffith University, Australia	2549				
				บธ.บ.	การจัดการการโรงแรม (เกียรตินิยมอันดับหนึ่ง)	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	2547				
12	3 8001 01707 61 1	อาจารย์	นางสาวรวงคณาตันหสันติสกุล	D.B.A.	Business Administration	Universiti Utara Malaysia, Malaysia	2558	270	270	270	270
				บธ.ม.	บริหารธุรกิจ	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2547				
				บธ.บ.	การตลาด	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	2544				

ลำดับ ที่	เลขประจำตัว ประชาชน	ตำแหน่ง ทางวิชาการ	ชื่อ - สกุล	คุณวุฒิ ระดับอุดมศึกษา	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษาจาก		ภาระการสอนช.ม./ปีการศึกษา			
						สถาบัน	ปี พ.ศ.	2560	2561	2562	2562
13	1 9299 00004 62 1	อาจารย์	นางสาววิภาดา เถาธรรม พิทักษ์*	บธ.ม.	การจัดการบริการ และการท่องเที่ยว	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	2551	-	270	270	270
				บธ.บ.	การจัดการ	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	2549				
14	1 8099 00002 47 5	อาจารย์	นายวิสุทธิ์ เหมหมั่น	วท.ม.	(สถิติประยุกต์และ เทคโนโลยีสารสนเทศ) สาขาวิชาเอก วิทยาการประกันภัย และการบริหารความ เสี่ยง	สถาบันบัณฑิตพัฒนาบริหาร ศาสตร์	2554	270	270	270	270
				บธ.บ.	การประกันภัย	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	2550				
15	3 9098 00931 99 2	อาจารย์	นายวิญญู วัฒนขนต์กิจ	บธ.ม.	การตลาด	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	2548	270	270	270	270
				บธ.บ.	การตลาด	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	2543				

ลำดับที่	เลขประจำตัวประชาชน	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่อ - สกุล	คุณวุฒิระดับอุดมศึกษา	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษาจาก		ภาระการสอนช.ม./ปีการศึกษา			
						สถาบัน	ปี พ.ศ.	2560	2561	2562	2562
16	1 8097 00084 85 1	อาจารย์	นายสิปวิชญ์ วงศ์สุวรรณ*	วท.ม.	(สถิติประยุกต์และเทคโนโลยีสารสนเทศ) สาขาวิชาเอก วิทยาการประกันภัย และการบริหารความเสี่ยง	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์	2555	-	-	270	270
				บธ.บ.	การประกันภัย	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	2551				
17	3 9201 00770 46 7	อาจารย์	นางสาวสุธิภรณ์ ตรีภตรง	บธ.ม.	บริหารทรัพยากรมนุษย์และองค์การ	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	2550	270	270	270	270
				ศต.บ.	ประกันภัย	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2546				
18	1 9099 00107 76 4	อาจารย์	นางสาวอภิสร่า ดันตสุทธิกุล	บธ.ม.	การจัดการการท่องเที่ยว	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	2556	270	270	270	270
				บธ.บ.	การจัดการการท่องเที่ยว (เกียรตินิยมอันดับหนึ่ง)	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	2552				

ลำดับ ที่	เลขประจำตัว ประชาชน	ตำแหน่ง ทางวิชาการ	ชื่อ – สกุล	คุณวุฒิ ระดับอุดมศึกษา	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษาจาก		ภาระการสอนช.ม./ปีการศึกษา			
						สถาบัน	ปี พ.ศ.	2560	2561	2562	2562
19	3 9001 00435 81 1	อาจารย์	นายอัมมาน โสดาหวัน	บธ.ม.	การจัดการการ ท่องเที่ยว	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	2554	270	270	270	270
				บธ.บ.	การเงินและการ ธนาคาร	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2541				
20	1 9299 00272 41 2	อาจารย์	นายธนโชค กาญจนันท์ทวงศ์	วท.ม.	สถิติประยุกต์และ เทคโนโลยีสารสนเทศ (สาขาวิชาเอกวิชาการ ประกันภัยและการ บริหารความเสี่ยง)	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหาร ศาสตร์	2558	270	270	270	270
				วท.บ.	คณิตศาสตร์ประยุกต์ (ศึกษานิพนธ์อันดับสอง)	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง	2555				
21	1 9305 000 90 025	อาจารย์	นางสาวนิตยา พริ้วาราม	บธ.ม	การจัดการการ ท่องเที่ยว	มหาลัยสงขลานครินทร์	2558	270	270	270	270
				ศศ.บ.	การโรงแรม	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา	2552				

* ลาศึกษาต่อ

4. องค์ประกอบเกี่ยวกับประสบการณ์ภาคสนาม (การฝึกงาน หรือสหกิจศึกษา)

จากผลการประเมินความพึงพอใจจากผู้บัณฑิต มีความต้องการให้บัณฑิตมีประสบการณ์ในวิชาชีพ ก่อนเข้าสู่การทำงานจริง ดังนั้น ในหลักสูตรจึงมีแผนการเรียน 2 แผน ได้แก่

แผน ก สหกิจศึกษา ซึ่งจะจัดอยู่ในกลุ่มวิชาชีพบังคับ ให้นักศึกษาได้ปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการ โดยมีการนำความรู้ที่ได้มาบูรณาการกับงานที่ได้รับมอบหมาย

แผน ข ฝึกงาน ฝึกปฏิบัติงานในแหล่งฝึกงาน ตรงตามสาขาวิชา เพื่อให้เรียนรู้สภาพการปฏิบัติงานจริง

4.1 มาตรฐานผลการเรียนรู้ของประสบการณ์ภาคสนาม

ความคาดหวังในผลการเรียนรู้ประสบการณ์ภาคสนามของนักศึกษา มีดังนี้

- 1) ทักษะในการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ ตลอดจนมีความเข้าใจในหลักการ ความจำเป็นในการเรียนรู้ทฤษฎีมากยิ่งขึ้น
- 2) บูรณาการความรู้ที่เรียนมาเพื่อนำไปแก้ปัญหาทางการตลาด โดยใช้หลักธรรมาภิบาลได้อย่างเหมาะสม
- 3) มีมนุษยสัมพันธ์และสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี
- 4) มีระเบียบวินัย ตรงเวลา และเข้าใจวัฒนธรรมขององค์กร ตลอดจนสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานประกอบการได้
- 5) มีจิตสาธารณะ ความกล้าในการแสดงออก และนำความคิดสร้างสรรค์รวมถึงภาวะผู้นำ ไปใช้ประโยชน์ในงานได้

4.2 ช่วงเวลา

แผน ก สหกิจศึกษา ภาคการศึกษาที่ 2 ของปีการศึกษาที่ 4

แผน ข ฝึกงาน ภาคฤดูร้อน ของปีการศึกษาที่ 3

4.3 การจัดเวลาและตารางสอน

จัดเต็มเวลาใน 1 ภาคการศึกษา

- 1) การฝึกปฏิบัติงานในภาคเรียนที่ 3 จัดในเดือนมิถุนายนถึงเดือนกรกฎาคม จัดเต็มเวลา เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 230 ชั่วโมงต่อเนื่องกัน
- 2) การฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษา จัดในเดือนมกราคม ถึง เดือนพฤษภาคม รวมเวลา 16 สัปดาห์ จัดเต็มเวลาใน 1 ภาคการศึกษา

5. ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงการหรืองานวิจัย

ไม่มี

หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล

1. การพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา

คุณลักษณะพิเศษ	กลยุทธ์หรือกิจกรรมของนักศึกษา
<p>(1) บัณฑิตมีจิตสาธารณะที่ถูกต้องและดีงาม มีจิตสาธารณะที่ถูกต้องและดีงามและถือประโยชน์ของเพื่อนมนุษย์เป็นกิจที่หนึ่ง มีความซื่อสัตย์สุจริต คุณธรรมจริยธรรม และมีจรรยาบรรณวิชาชีพการตลาด ดำเนินชีวิตบนพื้นฐานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง</p>	<ul style="list-style-type: none"> - อาจารย์ผู้สอนสอดแทรกคุณธรรม จริยธรรม ให้นักศึกษาดูตระหนักและเห็นคุณค่าความเป็นไทยและความแตกต่างทางวัฒนธรรม ทั้งในระดับท้องถิ่นและนานาชาติ และดำเนินชีวิตบนพื้นฐานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง - มอบหมายงานเป็นรายกลุ่มในรายวิชาต่าง ๆ เพื่อให้ นักศึกษาความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคมมีจิตสาธารณะที่ถูกต้องและดีงาม และถือประโยชน์ของเพื่อนมนุษย์เป็นกิจที่หนึ่ง - จัดการเรียนการสอนที่เน้นการเรียนรู้จากสถานการณ์จริง กรณีศึกษา และการทัศนศึกษาเกี่ยวกับคุณธรรม จริยธรรมทางการตลาด
<p>(2) บัณฑิตเป็นผู้มีความรอบรู้ในศาสตร์ด้านการตลาดโดยการบูรณาการองค์ความรู้ เนื้อหาด้านการตลาดกับศาสตร์ต่าง ๆ ให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมในศตวรรษที่ 21</p>	<ul style="list-style-type: none"> - เน้นการเรียนการสอนที่ส่งเสริมให้นักศึกษาเข้าใจความรู้พื้นฐานของศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิต - เน้นการเรียนการสอนแบบ Active Learning เพื่อให้ นักศึกษามีความรอบรู้ในศาสตร์ต่าง ๆ ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคม วัฒนธรรม ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม - จัดให้มีการเรียนรู้จากสถานการณ์จริงโดยการศึกษาดูงาน หรือเชิญผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ตรงมาเป็นวิทยากรพิเศษเฉพาะเรื่อง - จัดให้มีรายวิชาการฝึกงาน หรือสหกิจศึกษา
<p>(3) บัณฑิตเป็นผู้ที่มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์ รู้เท่าทันสถานการณ์และแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ตนเองและส่วนรวม</p>	<ul style="list-style-type: none"> - เน้นการเรียนการสอนที่ส่งเสริมให้นักศึกษาเข้าใจความรู้พื้นฐานของศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิต - เน้นการเรียนการสอนแบบ Active Learning เพื่อให้ นักศึกษามีความรอบรู้ในศาสตร์ต่าง ๆ ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคม วัฒนธรรม ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม - จัดให้มีการเรียนรู้จากสถานการณ์จริงโดยการศึกษาดูงาน หรือเชิญผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ตรงมาเป็นวิทยากรพิเศษเฉพาะเรื่อง

คุณลักษณะพิเศษ	กลยุทธ์หรือกิจกรรมของนักศึกษา
<p>(4) บัณฑิตเป็นผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถปรับตัวและทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ในฐานะพลเมืองไทยและพลเมืองโลก มีความคิดริเริ่มสามารถวางแผนและแก้ไขปัญหาได้อย่างเหมาะสม</p>	<ul style="list-style-type: none"> - จัดให้มีรายวิชาการฝึกงาน หรือสหกิจศึกษา - จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นการทำงานเป็นกลุ่ม และงานที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเพื่อให้นักศึกษามีความสามารถในการปรับตัวรับฟัง ยอมรับความคิดเห็นทำงานกับผู้อื่นได้ทั้งในฐานะผู้นำและผู้ตาม - จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นให้นักศึกษาความรับผิดชอบต่อหน้าที่ในฐานะพลเมืองไทยและพลเมืองโลก - จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นให้นักศึกษามีความคิดริเริ่ม สามารถวางแผน และตัดสินใจแก้ปัญหาได้อย่างเหมาะสม - สอดแทรกเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม การมีมนุษยสัมพันธ์ การเข้าใจและปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมขององค์กร ฯลฯ ในรายวิชาต่าง ๆ
<p>(5) บัณฑิตเป็นผู้มีความสามารถในการใช้ภาษาเพื่อใช้ในการสื่อสารในชีวิตประจำวันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ก้าวทันเทคโนโลยีปัจจุบันและสามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมกับสถานการณ์เพื่อสืบค้นนำเสนอ และสื่อสาร</p>	<ul style="list-style-type: none"> - จัดกระบวนการเรียนการสอนที่เน้นให้นักศึกษาเข้าใจปัญหาหรือสถานการณ์ สามารถวิเคราะห์และเลือกใช้กระบวนการทางคณิตศาสตร์และสถิติที่เหมาะสมในการแก้ปัญหา - จัดให้มีกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นให้นักศึกษาสามารถใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งการฟัง พูด อ่านและเขียน - จัดให้มีกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นให้นักศึกษาค้นคว้ากรณีศึกษา บทความ งานวิจัย ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ

2. มาตรฐานผลการเรียนรู้ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

(Learning outcome standards of the undergraduate curriculum of business administration in Marketing)

2.1 การพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม (Moral and ethical development)

2.1.1 ผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

(Learning outcomes on morality and ethics)

- 1) มีวินัย ซื่อสัตย์ สุจริต สำนึกและรับผิดชอบต่อหน้าที่ของตนเองและผู้อื่น เคารพในสิทธิและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์
(Have self-principle and honesty; have personal and social responsibility; respect human right and dignity of others)
- 2) ตระหนักและเห็นคุณค่าความเป็นไทยและความแตกต่างทางวัฒนธรรมทั้งในระดับท้องถิ่นและนานาชาติ และ ดำเนินชีวิตบนพื้นฐานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
(Recognize the value and the beauty of being Thai and of cultural difference that exist in both local and multinational levels; lead a life based on self-sufficiency philosophy)
- 3) มีจิตสาธารณะที่ถูกต้องและดีงามและถือประโยชน์ของเพื่อนมนุษย์เป็นกิจที่หนึ่ง มีความซื่อสัตย์สุจริต คุณธรรมจริยธรรมและมีจรรยาบรรณวิชาชีพการตลาด
(Have public mind and hold the benefit of mankind as a living principle)
- 4) มีวินัย ตรงต่อเวลา และมีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม
(Be disciplined and punctual; demonstrate self-responsibility and social responsibility.)
- 5) มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขข้อขัดแย้งและลำดับความสำคัญ
(Possess characteristics of a good leader and a good follower; be able to work in a team and prioritize goals and tasks.)

2.1.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

(Teaching strategies for moral and ethical learning development)

- 1) สอดแทรกคุณธรรม จริยธรรม ให้นักศึกษาตระหนักและเห็นคุณค่าความเป็นไทยและความแตกต่างทางวัฒนธรรม ทั้งในระดับท้องถิ่นและนานาชาติ และ ดำเนินชีวิตบนพื้นฐานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
(Give implicit guidance about morality and ethics, value of being Thai, cultural differences at local and international levels, and the philosophy of sufficiency economy.)

- 2) มอบหมายงานเป็นรายกลุ่มในรายวิชาต่าง ๆ เพื่อให้นักศึกษาความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคมมีจิตสาธารณะที่ถูกต้องและดีงาม และถือประโยชน์ของเพื่อนมนุษย์เป็นกิจที่หนึ่ง

(Give group assignments relating to self-responsibility, righteous and virtuous public-mindedness, and the prime mission to serve the benefit of mankind.)

- 3) จัดการเรียนรู้ที่เน้นการเรียนรู้จากสถานการณ์จริง กรณีศึกษา และการทัศนศึกษาเกี่ยวกับคุณธรรม จริยธรรมทางการตลาด

(Organize learning activities concerning the reality of working situations, case studies, and study-visits which can develop students' understanding about morality and ethics in marketing.)

2.1.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

(Strategies for evaluation of moral and ethical learning outcomes)

- 1) ประเมินจากแบบประเมินการเรียนการสอนโดยนักศึกษา
(Evaluation from students' feedback)
- 2) ประเมินโดยนักศึกษารวมกลุ่มทำงานด้วยกัน
(Evaluation from the qualities of group tasks and processes of working in a group)
- 3) ประเมินจากสถานการณ์จริง กรณีศึกษา และการทัศนศึกษา
(Evaluation from real situations of students' learning and working activities, case studies, and study-visits)

2.2 ความรู้ (Knowledge)

2.2.1 ผลการเรียนรู้ด้านความรู้ (Learning outcomes on knowledge)

- 1) เข้าใจความรู้พื้นฐานของศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิต
(Understand the basics of sciences relevant to living)
- 2) มีความรอบรู้โดยการผสมผสานเนื้อหาในศาสตร์ต่าง ๆ ทันทต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคม วัฒนธรรม ชุมชนชาติและสิ่งแวดล้อม
(Have multiple knowledges by combining multiple sciences; catch up with changes in communities, cultures, nature and environment)
- 3) แสวงหาความรู้จากงานวิจัยและแหล่งเรียนรู้อื่นอย่างต่อเนื่อง
(Keep exploring new knowledge from research and learning sources)
- 4) มีความรู้และเข้าใจหลักการและทฤษฎีในด้านการตลาด และสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้

(Possess knowledge and comprehend marketing principles and theories; be able to put the knowledge into practice.)

- 5) มีความรู้ในกระบวนกรติดตามความเปลี่ยนแปลงทางวิชาการ และสถานการณ์ การเปลี่ยนแปลงอื่น ๆ เพื่อนำมาแก้ไขปัญหาและต่อยอดองค์ความรู้ในงานอาชีพ ได้อย่างสร้างสรรค์

(Follow academic trends and the changing global environment which enhance the capabilities of problem-solving and extending professional knowledge in creative ways.)

2.2.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้

(Teaching strategies for knowledge learning development)

- 1) เน้นการเรียนการสอนที่ส่งเสริมให้นักศึกษาเข้าใจความรู้พื้นฐานของศาสตร์ที่ เกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิต

(Provide instruction and lessons which comprise fundamental knowledge about effective ways of living.)

- 2) เน้นการเรียนการสอนแบบ Active Learning เพื่อให้ นักศึกษามีความรอบรู้ในศาสตร์ ต่าง ๆ ท้นต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคม วัฒนธรรม ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

(Apply active-learning approaches which encourage students to seek information about interdisciplinary knowledge and changes of social, cultural, and natural environments.)

- 3) จัดให้มีการเรียนรู้จากสถานการณ์จริง โดยการศึกษาดูงานหรือเชิญผู้เชี่ยวชาญที่มี ประสบการณ์ตรงมาเป็นวิทยากรพิเศษเฉพาะเรื่อง

(Organize learning activities which give learners exposure to the reality of situations and study-visit experience; invite professionals with working experience to give lectures.)

- 4) จัดให้มีรายวิชาการฝึกงาน หรือสหกิจศึกษา

(Organize internship and cooperative education programs in cooperation with external organizations.)

2.2.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านความรู้

(Strategies for evaluation of knowledge learning outcomes)

ประเมินจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและการปฏิบัติของนักศึกษา ในด้านต่างๆ

(Evaluate students' achievements and performances through the following methods)

- 1) การทดสอบย่อย

(Quizzes)

- 2) การสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน
(Midterm and final examinations)
- 3) รายงานที่นักศึกษาจัดทำ
(Students' reports)
- 4) ประเมินจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน
(Classroom presentations)
- 5) ประเมินจากการปฏิบัติจริงของนักศึกษา
(Students' work practice)
- 6) แบบประเมินผลโครงการ
(Project evaluation)
- 7) รายงานของผู้ประกอบการที่รับนักศึกษาไปฝึกงานหรือทำสหกิจศึกษา
(Evaluation reports from the heads of external organizations who supervise and mentor student trainees during the period of internship / cooperative educational program)

2.3 ทักษะทางปัญญา (Intellectual Skills)

2.3.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา (Learning outcomes on intellectual skills)

- 1) สามารถบูรณาการความรู้ในศาสตร์ต่างๆ ให้เกิดประโยชน์แก่ตนเองและส่วนรวม
(Be able to integrate the basics of sciences, which lead to personal and public benefits)
- 2) สามารถสืบค้นและประเมินข้อมูลจากแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลาย
(Be able to search and evaluation data from multiple learning sources)
- 3) สามารถคิดวิเคราะห์ รู้เท่าทันสถานการณ์และแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์
(Think critically, catch up with new events, and employ creative approaches to problem solving)
- 4) สามารถนำความรู้ไปเชื่อมโยงกับภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อทำความเข้าใจและสร้างสรรค์สังคม
(Be able to connect personal knowledge with local wisdom, for personal and public benefits)
- 5) สามารถคิดอย่างมีวิจารณญาณ เป็นระบบทั้งเชิงกว้างและเชิงลึก เพื่อนำมาสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน และสามารถวิเคราะห์ สังเคราะห์ และประยุกต์ใช้ความรู้ทักษะทางด้านการตลาดในการดำเนินการทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสม

(Gain critical thinking competence broadly and deeply for building competitive advantage; be able to analyze and use marketing knowledge as well as marketing skills for business development properly.)

2.3.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

(Teaching strategies for intellectual skills learning development)

- 1) จัดให้มีการเรียนการสอนที่บูรณาการความรู้ในศาสตร์ต่าง ๆ ให้เกิดประโยชน์แก่ตนเองและส่วนรวม พร้อมทั้งฝึกให้นักศึกษามีทักษะการคิด ผ่านการอภิปรายกลุ่ม กรณีศึกษา การสัมมนา

(Provide instruction and lessons with interdisciplinary approaches which enable students to produce cross-disciplinary tasks/ideas to serve personal and public benefits effectively; train thinking and analytical skills through group discussions, case studies, and seminars.)

- 2) จัดให้มีกระบวนการเรียนการสอนที่เน้นการสืบค้นและประเมินข้อมูลจากแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลาย

(Assign students to search and evaluate information from various learning sources.)

- 3) จัดให้มีกระบวนการเรียนการสอนที่เน้นให้นักศึกษาคิดวิเคราะห์ รู้เท่าทันสถานการณ์ และแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ สามารถนำความรู้ไปเชื่อมโยงกับภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อทำความเข้าใจและสร้างสรรค์สังคม

(Set learning processes to increase students' competence in analyzing and judging situations, seeking solutions in creative ways, establishing a connection between academic knowledge and local wisdom to gain insights about Thai communities and to enhance student's capacity for social development.)

- 4) การฝึกทักษะผ่านการแข่งขันทั้งทางด้านวิชาการและวิชาชีพ ศึกษาค้นคว้าและฝึกกระบวนการคิดผ่านการศึกษาคิรระทางการตลาด

(Organize academic and professional competitions; supervise independent studies which support the development of students' professional skills and thinking process in marketing.)

2.3.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

(Strategies for evaluation of intellectual skills learning outcomes)

ประเมินจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและการปฏิบัติของนักศึกษา ในด้านต่างๆ (Evaluation from students' learning achievement and work practice/assignments)

- 1) การทดสอบย่อย

(Quizzes)

- 2) การสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน
(Midterm and final examinations)
- 3) รายงานที่นักศึกษาจัดทำ
(Students' reports)
- 4) ประเมินจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน
(Classroom presentations)
- 5) ประเมินจากการปฏิบัติจริงของนักศึกษา
(Students' work practice)
- 6) แบบประเมินผลโครงการ
(Project evaluation)
- 7) รายงานของผู้ประกอบการที่รับนักศึกษาไปฝึกงานหรือทำสหกิจศึกษา
(Evaluation reports from the heads of external organizations who supervise and mentor student trainees during the period of internship / cooperative educational program.)

2.4 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

(Interpersonal relationship skills and responsibility)

2.4.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความสามารถในการรับผิดชอบ

(Learning outcomes on interpersonal relationship skills and responsibility)

- 1) มีความสามารถในการปรับตัว รับฟัง ยอมรับความคิดเห็น ทำงานกับผู้อื่นได้ทั้งในฐานะผู้นำและผู้ตาม
(Be flexible, listen and respect other people's opinions; work in team with others, either as the leader or team members)
- 2) มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ในฐานะพลเมืองไทยและพลเมืองโลก
(Be a responsible person, as a Thai and global citizen)
- 3) มีความคิดริเริ่ม สามารถวางแผน และตัดสินใจแก้ปัญหาได้อย่างเหมาะสม
(Think creatively, be able to plan and adopt proper approaches to solve a problem)
- 4) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมงานและบุคคลทั่วไป
(Have good relationship with team and other people.)

2.4.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

(Teaching strategies for interpersonal relationship skills and responsibility learning development)

- 1) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นการทำงานเป็นกลุ่ม และงานที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเพื่อให้นักศึกษามีความสามารถในการปรับตัวรับฟัง ยอมรับความคิดเห็น ทำงานกับผู้อื่น ได้ทั้งในฐานะผู้นำและผู้ตาม
(Organize learning activities with an emphasis on teamwork and social interaction to encourage students' practice roles of a listener, a leader, and a follower)
- 2) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นให้นักศึกษาความรับผิดชอบต่อหน้าที่ในฐานะพลเมืองไทยและพลเมืองโลก
(Conduct learning activities concerning roles and responsibilities as a good Thai citizen and a global citizen)
- 3) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นให้นักศึกษามีความคิดริเริ่ม สามารถวางแผน และตัดสินใจแก้ปัญหาได้อย่างเหมาะสม
(Organize learning activities which enhance students' creativity and encourage students' initiative, planning, decision-making, and problem-solving in a proper way.)
- 4) สอดแทรกเรื่องทักษะสังคม อาทิ ความรับผิดชอบ การมีมนุษยสัมพันธ์ การเข้าใจและปรับตัวเพื่อความสำเร็จสำหรับชีวิตการเรียนและการทำงาน
(Give guidance about social skills, such as responsibility, relationship building, and interpersonal communication for successful working and study life.)

2.4.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

(Strategies for evaluation of interpersonal relationship skills and responsibility learning outcomes)

ประเมินจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและการปฏิบัติของนักศึกษา ในด้านต่างๆ

(Evaluation from students' learning achievement and work practice/assignments)

- 1) ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาจัดทำ
(Students' Reports)
- 2) ประเมินจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน
(Evaluate classroom presentations of student groups)
- 3) ประเมินจากการปฏิบัติจริงของนักศึกษา
(Students' work practice / tasks)

- 4) ประเมินจากแบบประเมินผลโครงการ
(Project evaluation)
- 5) ประเมินจากรายงานของผู้ประกอบการที่รับนักศึกษาไปฝึกงานหรือทำสหกิจศึกษา
(Reports made by corporations at which students undertake an internship or co-operative education program)

2.5 ทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

(Numerical analytical skills, communication skills and information technology usage)

2.5.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

(Learning outcomes concerning numerical analytical skills, communication skills and information technology usage)

- 1) เข้าใจปัญหาหรือสถานการณ์ สามารถวิเคราะห์และเลือกใช้กระบวนการทางคณิตศาสตร์และสถิติที่เหมาะสมในการแก้ปัญหา
(Understand problems or phenomena and be able to analyze and adopt proper mathematic and statistic procedures to solve problems)
- 2) สามารถใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งการฟัง พูด อ่านและเขียน
(Be able to use language to efficiently communicate in everyday life with all listening, speaking, reading and writing skills)
- 3) ก้าวทันเทคโนโลยีปัจจุบันและสามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมกับสถานการณ์ เพื่อการสืบค้น ศึกษาด้วยตนเอง นำเสนอ และสื่อสาร
(Catch up with current technology and be able to choose proper technological channels for search, self-study, presentation and communication)
- 4) มีทักษะในการนำเสนอ งานด้านการตลาด ได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ
(Possess marketing presentation skills and be able to apply those skills properly and effectively)
- 5) สามารถใช้ภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ ในการจูงใจ โน้มน้าว และเจรจาต่อรองทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
(Be able to use Thai and foreign language(s) to motivate, persuade, and negotiate business issues with target people effectively.)

2.5.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

(Teaching strategies for numerical analytical skills, communication skills and information technology usage learning development)

- 1) จัดกระบวนการเรียนการสอนที่เน้นให้นักศึกษาเข้าใจปัญหาหรือสถานการณ์ สามารถวิเคราะห์และเลือกใช้กระบวนการทางคณิตศาสตร์และสถิติที่เหมาะสมในการแก้ปัญหา

(Set teaching processes which increase students' capability to comprehend various problems or phenomena, and also guide them to analyze and select proper mathematical and statistical procedures to solve those problems.)

- 2) จัดให้มีกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นให้นักศึกษาสามารถใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งการฟัง พูด อ่านและเขียน

(Organize learning activities which can develop students' four skills of communication— listening, speaking, reading, and writing— to increase language proficiency.)

- 3) จัดให้มีกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นให้นักศึกษาค้นคว้ากรณีศึกษา บทความงานวิจัย ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ

(Organize learning activities involving the use of IT for searching relevant case studies, articles, and research.)

2.5.3 กลยุทธ์การประเมินการเรียนรู้ด้านทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

(Strategies for evaluation of numerical analytical skills, communication skills and information technology usage learning outcomes)

ประเมินจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและการปฏิบัติของนักศึกษา ในด้านต่างๆ

(Evaluation from students' learning achievement and work practice/assignments)

- 1) ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาจัดทำ
(Students' reports)
- 2) ประเมินจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน
(Classroom presentations)
- 3) ประเมินจากการปฏิบัติจริงของนักศึกษา
(Students' work practice / tasks)
- 4) ประเมินจากแบบประเมินผลโครงการ

(Project evaluation)

5) ประเมินจากรายงานของผู้ประกอบการที่รับนักศึกษาไปฝึกงานหรือทำสหกิจศึกษา

(Reports made by corporations at which students undertake an internship or

co-operative education program)