มคอ.2

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชาการตลาด

Bachelor of Business Administration

Program in Marketing

(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2560)

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

สารบัญ

		หน้า
หมวดที่ 1	**ข้อมูลทั่วไป**	
	1. รหัสและชื่อหลักสูตร	1
	2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา	1
	3. วิชาเอก	1
	4. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร	1
	5. รูปแบบของหลักสูตร	1
	6. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร	2
	7. ความพร้อมในการเผยแพร่หลักสูตรที่มีคุณภาพและมาตรฐาน	3
	8. อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา	3
	9. ชื่อ นามสกุล เลขประจำตัวประชาชน ตำแหน่ง และคุณวุฒิการศึกษาของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรสาขาวิชาการตลาด	3
	10. สถานที่จัดการเรียนการสอน	5
	11. สถานการณ์ภายนอกหรือการพัฒนาที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนหลักสูตร	5
	12. ผลกระทบจากข้อ 11.1 และ 11.2 ต่อการพัฒนาหลักสูตรและความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน	6
	13. ความสัมพันธ์กับหลักสูตรอื่นที่เปิดสอนในคณะ/ภาควิชาอื่นของสถาบัน	6
หมวดที่ 2	**ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร**	
	1. ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร	8
	2. แผนพัฒนาปรับปรุง	9
หมวดที่ 3	**ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร**	
	1. ระบบการจัดการศึกษา	10
	2. การดำเนินการหลักสูตร	10
	3. หลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน	13
	4. องค์ประกอบเกี่ยวกับประสบการณ์ภาคสนาม	56
	5. ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงงานหรืองานวิจัย	57

สารบัญ(ต่อ)

		หน้า
หมวดที่ 4	**ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล**	
	1. การพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของนิสิตนักศึกษา	58
	2. การพัฒนาผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน	58
	3. มาตรฐานผลการเรียนรู้และแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา	68
หมวดที่ 5	**หลักเกณฑ์ในการประเมินผลนิสิตนักศึกษา**	
	1. กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน (เกรด)	76
	2. กระบวนการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนิสิตนักศึกษา	76
	3. เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร	77
หมวดที่ 6	**การพัฒนาคณาจารย์**	
	1. การเตรียมการสำหรับอาจารย์ใหม่	78
	2. การพัฒนาความรู้และทักษะให้แก่คณาจารย์	78
หมวดที่ 7	**การประกันคุณภาพหลักสูตร**	
	1. การกำกับมาตรฐาน	79
	2. บัณฑิต	81
	3. นักศึกษา	81
	4. อาจารย์	83
	5. หลักสูตรการเรียนรู้ การประเมินผู้เรียน	84
	6. สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้	86
	7. ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators)	88
หมวดที่ 8	**การประเมินประสิทธิผลและปรับปรุงหลักสูตร**	
	1. การประเมินประสิทธิผลของการสอน	89
	2. การประเมินหลักสูตรในภาพรวม	89
	3. การประเมินผลการดำเนินงานตามรายละเอียดหลักสูตร	89
	4. การทบทวนผลการประเมินและวางแผนปรับปรุงหลักสูตร	90
ภาคผนวก		91
	ภาคผนวก ก ประวัติและผลงานทางวิชาการของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และอาจารย์ประจำหลักสูตร	92 103
	ภาคผนวก ข คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตร	117

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

ภาคผนวก ค	เอกสารสรุปการปรับปรุงแก้ไขหลักสูตร และตารางเปรียบเทียบเนื้อหาสาระการปรับปรุงหลักสูตร(หลักสูตรปรับปรุง)	119
ภาคผนวก ง	ระเบียบ ข้อบังคับ และประกาศของมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา	130

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชาการตลาด

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

คณะ วิทยาการจัดการ

สาขาวิชา การตลาด

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อหลักสูตร

รหัสหลักสูตร	255217411033977
ชื่อหลักสูตรภาษาไทย	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
ชื่อหลักสูตรภาษาอังกฤษ	Bachelor of Business Administration Program in Marketing

2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

ชื่อเต็ม ภาษาไทย	บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)
ชื่อย่อ ภาษาไทย	บธ.บ. (การตลาด)
ชื่อเต็ม ภาษาอังกฤษ	Bachelor of Business Administration (Marketing)
ชื่อย่อ ภาษาอังกฤษ	B.B.A. (Marketing)

3. วิชาเอก

ไม่มี

4. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร

จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 134 หน่วยกิต

5. รูปแบบของหลักสูตร

5.1 รูปแบบ

☑ หลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาการ

☑ หลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาการ

☐ หลักสูตรปริญญาตรีแบบก้าวหน้าทางวิชาการ

☐ หลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาชีพ

☐ หลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาชีพ

☐ หลักสูตรปริญญาตรีแบบก้าวหน้าทางวิชาชีพ

☐ หลักสูตรปริญญาตรีปฏิบัติการ

☐ หลักสูตรปริญญาตรีปฏิบัติการ

☐ หลักสูตรปริญญาตรีแบบก้าวหน้าปฏิบัติการ

5.2 ภาษาที่ใช้

ภาษาไทยเป็นหลัก

5.3 การรับเข้าศึกษา

รับทั้งนักศึกษาไทย และนักศึกษาต่างชาติที่สามารถใช้ภาษาไทยได้ดี

5.4 ความร่วมมือกับสถาบันอื่น

เป็นหลักสูตรเฉพาะของมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

5.5 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา

ผู้สำเร็จการศึกษาตามหลักสูตรจะได้รับปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เพียงสาขาวิชาเดียว

6. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

6.1 สถานภาพของหลักสูตร

☐ หลักสูตรใหม่

☑ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560 ปรับปรุงจากหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2555)

6.2 การพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

กำหนดเปิดสอนภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2560

สภาวิชาการเห็นชอบหลักสูตรในการนำเสนอหลักสูตรต่อสภามหาวิทยาลัยในการประชุมครั้งที่ 2/2560 วันที่ 2 เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2560

สภามหาวิทยาลัยอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร ในการประชุม ครั้งที่ 2/2560 วันที่ 24 เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2560

7. ความพร้อมในการเผยแพร่หลักสูตรที่มีคุณภาพและมาตรฐาน

หลักสูตรมีความพร้อมในการเผยแพร่หลักสูตรที่มีคุณภาพและมาตรฐานตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552 ในปีการศึกษา 2562

8. อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

8.1 นักการตลาด

8.2 พนักงานหรือเจ้าหน้าที่ในสังกัดรัฐวิสาหกิจ

8.3 พนักงานหรือเจ้าหน้าที่ในสังกัดหน่วยงานราชการ

8.4 พนักงานหรือเจ้าหน้าที่ในสังกัดหน่วยงานภาคเอกชน

8.5 ประกอบธุรกิจส่วนตัว

9. ชื่อ นามสกุล เลขประจำตัวประชาชน ตำแหน่ง และคุณวุฒิการศึกษาของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ที่	ชื่อ-นามสกุล เลขประจำตัวประชาชน	ตำแหน่ง ทางวิชาการ	คุณวุฒิ(สาขาวิชา)	สถาบัน และปีพ.ศ.ที่ สำเร็จการศึกษา
1.	นางสุพรรณี จองวิวัฒสกุล 4-1599-xxxxx-xx-x	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์ (การตลาด)	บธ.ม. (การบริหาร ทรัพยากรมนุษย์และ องค์การ) บธ.ม. (การบริหาร การตลาด) บธ.บ. (การตลาด)	มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์, 2548 มหาวิทยาลัยธุรกิจ บัณฑิตย์, 2535 มหาวิทยาลัย รามคำแหง, 2527

ที่	ชื่อ-นามสกุล เลขประจำตัวประชาชน	ตำแหน่ง ทางวิชาการ	คุณวุฒิ(สาขาวิชา)	สถาบัน และปีพ.ศ.ที่ สำเร็จการศึกษา
2.	นางสาวเสาวณี เรืองไชยศรี 3-1021-xxxxx-xx-x	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์ (การตลาด)	D.M.S. (Management Science) บธ.ม. (การบริหาร การตลาด) ศ.บ. (เศรษฐศาสตร์ การคลัง)	Technological University of Philippiness, 2546 มหาวิทยาลัยสยาม, 2535 มหาวิทยาลัย รามคำแหง, 2527
3.	นางสาวสุภาพร ปริญญา เศรษฐกุล 3-1002-xxxxx-xx-x	อาจารย์	บธ.ม. (การตลาด) บธ.บ. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2542 มหาวิทยาลัยธุรกิจ บัณฑิตย์, 2537
4.	นางสาวเดือนเด่น วสุนันต์ 3-1022-xxxxx-xx-x	อาจารย์	บธ.ม. (การบริหาร การตลาด) ศศ.บ. (การโรงแรม และการท่องเที่ยว)	มหาวิทยาลัยสยาม, 2540 มหาวิทยาลัยสยาม, 2537
5.	นายพิศิษฐ์ ชำนาญนา 1-1020-xxxxx-xx-x	อาจารย์	ศษ.ม. (การจัดการ อาชีวศึกษา) บธ.ม. (การตลาด) บธ.ม. (การจัดการ ทั่วไป) ศศ.บ. (สื่อสารมวลชน) บธ.บ. (การตลาด) ศษ.บ. (ธุรกิจศึกษา)	มหาวิทยาลัย รามคำแหง, 2558 มหาวิทยาลัย รามคำแหง, 2554 มหาวิทยาลัยราชภัฏ บ้านสมเด็จเจ้าพระยา, 2551 มหาวิทยาลัย รามคำแหง, 2559 มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมธิราช, 2557 มหาวิทยาลัย รามคำแหง, 2548

หมายเหตุ ประวัติ ผลงานทางวิชาการ และภาระงานสอนดูที่ภาคผนวก ก

10. สถานที่จัดการเรียนการสอน

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

11. สถานการณ์ภายนอกหรือการพัฒนาที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนหลักสูตร

11.1 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางเศรษฐกิจ

การเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจและสังคมอันเกิดจากการพัฒนาความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างรวดเร็วทำให้มีผลกระทบต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบัน ได้มีการวางแผนด้านการศึกษาสำหรับผู้เรียนในยุคเศรษฐกิจดิจิตอลที่มีความเร่งรีบ กระทรวงศึกษาธิการจึงมีการพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับบริบทในยุคปัจจุบัน จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (2560 - 2564) ในส่วนของบริบทการสืบสานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่อยู่ในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8-11 ได้ถูกนำมาใช้ในแผนฯ ฉบับที่ 12 นี้ด้วยเช่นกัน ซึ่งทุกภาคส่วนทั้งรัฐและเอกชนร่วมกันน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นปรัชญาชี้นำแนวทางในการพัฒนาประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยให้ความสำคัญกับการสร้างภูมิคุ้มกันและเน้นการบริหารความเสี่ยงอย่างเหมาะสมเพื่อพัฒนาประเทศไปสู่ความสมดุลและยั่งยืน นอกจากนี้ เนื่องจากในปัจจุบัน ธุรกิจของไทยต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จึงทำให้ภาคธุรกิจไทยต้องผลักดันตนเองให้มีความเป็นมาตรฐานสากล เพื่อให้ตนสามารถปรับตัวให้อยู่รอดและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้แก่ธุรกิจของตนได้หลังเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ประเทศไทยถือเป็นประเทศที่เป็นศูนย์กลางธุรกิจและการค้าของภูมิภาคอาเซียน ด้วยเหตุนี้ ประเทศไทยจึงต้องให้ความสำคัญกับการผลักดันการเติบโตของเศรษฐกิจยุคใหม่ที่อาศัยการผสมผสานเทคโนโลยีต่างๆเข้ากับความคิดสร้างสรรค์และองค์ความรู้สมัยใหม่ๆที่เหมาะสมเพื่อให้ได้มาซึ่งผลผลิตที่เป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจ มุ่งพัฒนาสังคมไทยให้เกิดความเข้มแข็ง การผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพพร้อมตระหนักความรู้ ความสามารถเชิงเศรษฐกิจวิเคราะห์และมีศักยภาพในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสม จึงเป็นความต้องการเร่งด่วนในการผลิตบัณฑิตเพื่อตลาดแรงงานและสังคม ถือเป็นหน้าที่หลักของสถาบันอุดมศึกษา

11.2 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางสังคมและวัฒนธรรม

การขยายขอบเขตของสังคมสู่การเป็นโลกาภิวัตน์ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านจิตสำนึกและทัศนคติในทุกมิติของสังคมและวัฒนธรรมทั้งระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และระดับโลก การเชื่อมโยงด้วยระบบข่าวสาร และการสื่อสารรูปแบบต่างๆ เป็นกลไกสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงความรู้ ความคิดและบูรณาการกระบวนทัศน์ทางวัฒนธรรมของสังคม ตลาดแรงงานและสังคม จึงมีความมุ่งหวังบุคลากรทางการตลาดและทางธุรกิจที่มีคุณลักษณะและคุณสมบัติเชิงจริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ เพื่อการพัฒนาสังคมอย่างเหมาะสม

12. ผลกระทบจากข้อ 11.1 และ 11.2 ต่อการพัฒนาหลักสูตรและความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

12.1 การพัฒนาหลักสูตร

12.1.1 ตอบสนองความต้องการของประเทศทางด้านกำลังคนและความรู้ความเชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการตลาด

12.1.2 ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเมือง และสังคมที่นำมาสู่การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

12.1.3 พัฒนาผู้เรียนมีความสามารถในการค้นคว้า ทำวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศและสังคม

12.1.4 พัฒนาผู้เรียนมีจรรยาบรรณในวิชาชีพ มีความรู้ที่เป็นมาตรฐาน แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ และดำรงชีวิตร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้

12.2 ความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

12.2.1 ส่งเสริมให้นักศึกษาไทยที่สนใจด้านการตลาดให้มีโอกาสได้ศึกษามากขึ้น

12.2.2 มหาวิทยาลัยต้องผลิตบัณฑิตที่มีบุคลิกภาพและมาตรฐานเป็นที่ต้องการของสังคมในประเทศ

12.2.3 มหาวิทยาลัยต้องรับผิดชอบในการระดมสรรพกำลังเชิงวิชาการเพื่อสนับสนุนให้ผู้เรียนมีความพร้อมในการเรียนทุกด้าน

12.2.4 มหาวิทยาลัยต้องเป็นหน่วยงานที่เป็นผู้นำเชิงวิชาการและการวิจัยเพื่อการพัฒนาสังคม โดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมหรือชุมชน

12.2.5 มหาวิทยาลัยต้องพัฒนาให้มีการแลกเปลี่ยนเชิงวิชาการในระหว่างคณาจารย์และผู้เรียนระหว่างสถาบันเพื่อปรับระดับมาตรฐานการศึกษาและแลกเปลี่ยนแรงงานกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

13. ความสัมพันธ์กับหลักสูตรอื่นที่เปิดสอนในคณะ/ภาควิชาอื่นของสถาบัน

13.1 กลุ่มวิชา/รายวิชาในหลักสูตรนี้ที่เปิดสอนโดยคณะ/ภาควิชา/หลักสูตรอื่น

☑ หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ได้แก่ กลุ่มวิชาภาษา กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ กลุ่มวิชาพลศึกษา

☑ หมวดวิชาเฉพาะ ได้แก่ วิชาพื้นฐานวิชาชีพ วิชาเลือก

☑ หมวดวิชาเลือกเสรี

13.2 กลุ่มวิชา/รายวิชาในหลักสูตรนี้ที่เปิดสอนให้ภาควิชา/หลักสูตรอื่นต้องมาเรียน

☑ หมวดวิชาเฉพาะ ได้แก่ วิชาพื้นฐานวิชาชีพ และวิชาเฉพาะด้านที่เปิดเป็นวิชาเลือกเสรี

13.3 การบริหารจัดการ

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ประกอบด้วย ประธานสาขาวิชาการตลาด และอาจารย์ประจำหลักสูตร มีหน้าที่สำคัญในการจัดการเรียนการสอน และบริหารและดำเนินงานด้านวิชาการให้เป็นไปตามแผนงาน รวมทั้งการประสานงานกับคณะหรือสาขาวิชาอื่นที่ให้บริการสอน และคณะหรือสาขาวิชาอื่นที่รับบริการสอนจากสาขาวิชาการตลาดในส่วนของตารางสอน เนื้อหาสาระรายวิชา การวัดและประเมินผล เพื่อให้ได้คุณภาพตามมาตรฐานคุณวุฒิ ข้อบังคับ ระเบียบ คำสั่ง และประกาศของมหาวิทยาลัย

หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร

1. ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1.1 ปรัชญา

ผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ทางการตลาดอย่างมืออาชีพ คู่คุณธรรม ก้าวทันเทคโนโลยีทางการตลาด

1.2 ความสำคัญ

การตลาดเป็นองค์ความรู้ที่สำคัญประการหนึ่งซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจสามารถเติบโตและมีความเข้มแข็งที่ยั่งยืน ดังนั้นหลักสูตรจึงผลิตบัณฑิตที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญทางการตลาดเพื่อเพิ่มศักยภาพในการเป็นบุคลากรทางด้านการตลาดที่มีบทบาทและเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันภายใต้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนไป

1.3 วัตถุประสงค์

1) เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความรู้และทักษะทางด้านการตลาด ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ มีความเข้าใจในหลักการและแนวคิดทางด้านการตลาดสมัยใหม่ สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการประกอบวิชาชีพได้

2) เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีเจตคติที่ดี มีคุณธรรมจริยธรรม มีจรรยาบรรณทางวิชาชีพการตลาด และมีจิตสำนึกในความรับผิดชอบต่อท้องถิ่นและสังคม

3) เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ โดยใช้แนวคิดทางด้านการบริหารธุรกิจอย่างบูรณาการ และสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์

4) เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่น มีภาวะผู้นำ และมีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

5) เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีทักษะในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงตัวเลขเพื่อการตัดสินใจ รวมทั้งสามารถสื่อสาร และใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. แผนพัฒนาปรับปรุง

แผนพัฒนา/เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
1. การปรับปรุงหลักสูตรให้มีมาตรฐานตามเกณฑ์ที่สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษากำหนดและสอดคล้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2552	1. สำรวจความต้องการ ความรู้ทักษะของนักศึกษาจากผู้ประกอบการเพื่อพัฒนาหลักสูตร 2. เชิญผู้เชี่ยวชาญทั้งภาครัฐและเอกชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาหลักสูตร	1. ผลสำรวจความต้องการโครงการวิพากย์หลักสูตรของสาขาวิชาการตลาด 2. รายงานผลการประเมินหลักสูตร
2. พัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจ หรือตลาดแรงงาน และการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจ	1. ติดตามความเปลี่ยนแปลงในความต้องการของตลาดแรงงานและผู้ประกอบการด้านการตลาด 2. เชิญผู้เชี่ยวชาญทั้งภาครัฐและภาคเอกชนมามีส่วนร่วมในการพัฒนาหลักสูตร	1. รายงานผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตของผู้ประกอบการ 2. รายงานผลการประชุมของผู้เชี่ยวชาญ
3. พัฒนาคณาจารย์ในด้านการเรียนการสอน การวิจัย และการบริการวิชาการได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1. ส่งเสริม สนับสนุนคณาจารย์ในการเพิ่มพูนความรู้ด้านวิชาการและประสบการณ์ 2. สนับสนุนบุคลากรด้านการเรียนการสอนให้ทำงานบริการวิชาการแก่สังคม 3. บูรณาการงานวิจัยและการพัฒนาองค์ความรู้กับการจัดการเรียนการสอน	1. ปริมาณงานด้านอบรมสัมมนา งานวิจัยและการบริการวิชาการแก่สังคม 2. รายงานการวิจัยในชั้นเรียน 3. รายงานการประกันคุณภาพ
4. ปรับปรุงส่งเสริมการสนับสนุนการเรียนการสอน	1. จัดทำงบประมาณเพื่อปรับปรุงส่งเสริมการสนับสนุนการเรียนการสอน ด้านวัสดุ ครุภัณฑ์ โสตทัศนูปกรณ์ อาคารและห้องปฏิบัติการ	1. รายงานครุภัณฑ์ของสาขาวิชาการตลาด

หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร

1. ระบบการจัดการศึกษา

1.1 ระบบ

ระบบการจัดการศึกษา ใช้ระบบทวิภาค โดย 1 ปีการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ภาคการศึกษาปกติ 1 ภาคการศึกษาปกติ มีระยะเวลาไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์

1.2 การจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน

มีการจัดการเรียนการสอนภาคฤดูร้อน จำนวน 8 สัปดาห์ หรือไม่เกิน 9 สัปดาห์ ต่อภาคการศึกษา

1.3 การเทียบเคียงหน่วยกิตในระบบทวิภาค

ทั้งนี้ให้เป็นตามประกาศทางมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

2. การดำเนินการหลักสูตร

2.1 วัน-เวลาในการดำเนินการเรียนการสอน

การจัดการเรียนการสอน

ภาคเรียนที่ 1 เดือนสิงหาคม – เดือนพฤศจิกายน

ภาคเรียนที่ 2 เดือนมกราคม – เดือนเมษายน

ภาคเรียนที่ 3 เดือนพฤษภาคม - มิถุนายน

2.2 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

1) เป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือสำเร็จการศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)หรือเทียบเท่า

2) เป็นตามระเบียบมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

2.3 ปัญหาของนักศึกษาแรกเข้า

1) ปัญหาการปรับตัวจากการเรียนในระดับมัธยมศึกษามาเป็นระดับอุดมศึกษา

2) ปัญหาด้านทักษะภาษาอังกฤษ ซึ่งจำเป็นต้องใช้ในการเรียนกลุ่มวิชาแกน และกลุ่มวิชาเฉพาะด้านในสาขาวิชาการตลาด

3) ปัญหาด้านทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์ซึ่งจำเป็นต้องใช้ในการเรียนกลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ และกลุ่มวิชาเฉพาะด้านในสาขาวิชาการตลาด

2.4 กลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา/ข้อจำกัดของนักศึกษา

1) จัดปฐมนิเทศให้กับนักศึกษา การปรับตัวการเข้าศึกษาในระดับมหาวิทยาลัยและมีอาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ผู้สอน ดูแลเอาใจใส่ให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษากับนักศึกษา อย่างสม่ำเสมอในมหาวิทยาลัย

2) มีการเรียนปรับพื้นฐานวิชาภาษาอังกฤษ ในระดับมหาวิทยาลัย

3) มีการจัดการเรียนเพิ่มเติมให้กับนักศึกษาที่มีความบกพร่องทางการคิดเชิงวิเคราะห์

2.5 แผนการรับนักศึกษาและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี

ปีการศึกษา	จำนวนนักศึกษา					จำนวนบัณฑิตที่คาดว่าจะสำเร็จการศึกษา
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	รวม	
2560	100	-	-	-	100	คาดว่าจะมีผู้จบการศึกษาตลอดหลักสูตร ปีละ 100 คน เริ่มสำเร็จการศึกษาปี พ.ศ. 2562
2561	100	100	-	-	200	
2562	100	100	100	-	300	
2563	100	100	100	100	400	
2564	100	100	100	100	400	

หมายเหตุ : การเปลี่ยนแปลงจำนวนนักศึกษาที่รับเข้าขึ้นอยู่กับศักยภาพของคณาจารย์ในสาขาวิชา การตลาด นโยบายของคณะวิทยาการจัดการ นโยบายของมหาวิทยาลัย

2.6 งบประมาณตามแผน

2.6.1 งบประมาณรายรับ (หน่วย: บาท)

รายละเอียดรายรับ	ปีงบประมาณ				
	2560	2561	2562	2563	2564
งบดำเนินการ	80,000	160,000	240,000	320,000	320,000
งบลงทุน					
- ค่าครุภัณฑ์	270,000	300,000	330,000	350,000	380,000
- เงินบำรุงการศึกษา	1,980,000	3,960,000	5,940,000	7,920,000	7,920,000
รวมรายรับ	**2,330,000**	**4,420,000**	**6,510,000**	**8,590,000**	**8,620,000**

2.6.2 งบประมาณรายจ่าย (หน่วย:บาท)

หมวดเงิน	ปีงบประมาณ				
	2560	**2561**	**2562**	**2563**	**2564**
1. งบบุคลากร	630,000	1,335,600	2,123,604	3,001,392	3,181,488
2. งบดำเนินการ					
- ค่าตอบแทน	380,000	760,000	1,140,000	1,520,000	1,520,000
- ค่าใช้สอย	760,000	1,520,000	2,280,000	3,040,000	3,040,000
- ค่าวัสดุ	380,000	760,000	1,140,000	1,520,000	1,520,000
- ค่าดำเนินการระดับมหา-วิทยาลัย	380,000	760,000	1,140,000	1,520,000	1,520,000
3. งบลงทุน					
- ค่าครุภัณฑ์	270,000	300,000	330,000	350,000	380,000
รวมรายจ่าย	**2,800,000**	**5,435,600**	**8,153,604**	**10,951,392**	**11,161,488**
จำนวนนักศึกษา	100	200	300	400	500
ค่าใช้จ่ายต่อหัวนักศึกษา	28,000	27,178	27,178.68	27,378.48	27,903.72

2.7 ระบบการศึกษา

☑ แบบชั้นเรียน

☐ แบบอื่น ๆ (ระบุ)

2.8 การเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชาและการลงทะเบียนเรียนข้ามสถาบันอุดมศึกษา

การยกเว้นหรือเทียบโอนหน่วยกิตได้ตามระเบียบมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาว่าด้วย การโอนหรือเทียบโอนผลการเรียน และการยกเว้นการเรียนรายวิชา พ.ศ.2549 และประกาศมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา เรื่อง หลักเกณฑ์การเทียบโอนความรู้และประสบการณ์เข้าสู่ระบบ พ.ศ.2554

3. หลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน

3.1 หลักสูตร

3.1.1 จำนวนหน่วยกิต

จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 134 หน่วยกิต

3.1.2 โครงสร้างหลักสูตร

โครงสร้างหลักสูตรแบ่งเป็นหมวดวิชาที่สอดคล้องกับที่กำหนดไว้ในเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการ ดังนี้

1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	ไม่น้อยกว่า	32	หน่วยกิต
1.1) วิชาศึกษาทั่วไปบังคับ		23	หน่วยกิต
(1) กลุ่มวิชาภาษา		9	หน่วยกิต
(2) กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์		7	หน่วยกิต
(3) กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์		6	หน่วยกิต
(4) กลุ่มวิชาพลศึกษา		1	หน่วยกิต
1.2) วิชาศึกษาทั่วไปเลือก	ไม่น้อยกว่า	9	หน่วยกิต
(1) กลุ่มวิชาภาษา	ไม่น้อยกว่า	3	หน่วยกิต
(2) กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	ไม่น้อยกว่า	3	หน่วยกิต
(3) กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์	ไม่น้อยกว่า	3	หน่วยกิต
2) หมวดวิชาเฉพาะ	ไม่น้อยกว่า	96	หน่วยกิต
2.1) กลุ่มวิชาแกน		33	หน่วยกิต
2.2) กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน	ไม่น้อยกว่า	57	หน่วยกิต
2.2.1) วิชาบังคับ		45	หน่วยกิต
2.2.2) วิชาเลือก	ไม่น้อยกว่า	12	หน่วยกิต
2.3) กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพและวิชาชีพ		6	หน่วยกิต
3) หมวดวิชาเลือกเสรี	ไม่น้อยกว่า	6	หน่วยกิต

3.1.3 รายวิชา

1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	**ไม่น้อยกว่า**	**32**	**หน่วยกิต**
1.1) วิชาศึกษาทั่วไปบังคับ		**23**	**หน่วยกิต**
(1) กลุ่มวิชาภาษา		**9**	**หน่วยกิต**
9111101 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร Thai for Communication		3(2-2-5)	
9111102 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร		3(2-2-5)	

English for Communication

9111103 ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน 3(2-2-5)

English in Everyday Use

(2) กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 7 หน่วยกิต

9121101 ทักษะชีวิต 3(3-0-6)

Life Skills

9121102 สังคมไทยและสังคมโลกในศตวรรษที่ 21 3(3-0-6)

Thai and Global Society in 21st Century

9121103 ความเป็นพลเมือง 1(1-0-2)

Active Citizenship

(3) กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ 6 หน่วยกิต

9131101 วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในชีวิตประจำวัน 3(2-2-5)

Science and Technology in Everyday Use

9131102 ทักษะการเรียนรู้และแก้ปัญหาเชิงคณิตศาสตร์ 3(2-2-5)

Learning and Problem Solving Skills in Mathematics

(4) กลุ่มวิชาพลศึกษา 1 หน่วยกิต

9141101 กิจกรรมทางกายเพื่อชีวิต 1(0-2-1)

Physical Activities for Life

1.2) วิชาศึกษาทั่วไปเลือก ไม่น้อยกว่า 9 หน่วยกิต

(1) กลุ่มวิชาภาษา ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต

9112101 ภาษาและวัฒนธรรมลาว 3(2-2-5)

Lao Language and Culture

9112102 ภาษาและวัฒนธรรมพม่า 3(2-2-5)

Burmese Language and Culture

9112103 ภาษาและวัฒนธรรมเวียดนาม 3(2-2-5)

Vietnamese Language and Culture

9112104 ภาษาและวัฒนธรรมเขมร 3(2-2-5)

Cambodian Language and Culture

9112105 ภาษาและวัฒนธรรมมลายู 3(2-2-5)

Malay Language and Culture

9112106 ภาษาและวัฒนธรรมจีน 3(2-2-5)

Chinese Language and Culture

9112107	ภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น Japanese Language and Culture	3(2-2-5)
9112108	ภาษาและวัฒนธรรมเกาหลี Korean Language and Culture	3(2-2-5)

(2) กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต

9122201	การจัดการสมัยใหม่และภาวะผู้นำ Modern Management and Leadership	3(3-0-6)
9122202	การสื่อสารในชีวิตประจำวัน Communications in Everyday Use	3(3-0-6)
9122203	สุนทรียะทางศิลปกรรม Aesthetics of Fine and Applied Arts	3(3-0-6)
9122204	ความสุขแห่งชีวิต Happiness of Life	3(3-0-6)

(3) กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต

9132201	เทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสังคมออนไลน์ Information Technology and Social Media	3(2-2-5)
9132202	เทคโนโลยีสื่อดิจิทัลในชีวิตประจำวัน Digital Media Technology in Everyday Use	3(2-2-5)
9132203	เทคโนโลยีเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน Technology for Sustainable Development	3(3-0-6)
9132204	สุขภาพและความงาม Health and Aesthetics	3(3-0-6)

2) หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า 96 หน่วยกิต

2.1) วิชาแกน ไม่น้อยกว่า 33 หน่วยกิต

3101100	หลักการตลาด Principles of Marketing	3(3-0-6)
3102100	องค์การและการจัดการสมัยใหม่ Organizations and Modern Management	3(3-0-6)
3103200	สถิติธุรกิจ Business Statistics	3(3-0-6)

3104203	การจัดการการผลิตและปฏิบัติการ Production and Operations Management	3(3-0-6)
3105100	การประยุกต์ใช้ซอฟต์แวร์ในงานธุรกิจ Application Software in Business	3(2-2-5)
3106201	ภาษาอังกฤษธุรกิจ Business English	3(2-2-5)
3131101	เศรษฐศาสตร์จุลภาค 1 Microeconomics 1	3(3-0-6)
3131102	เศรษฐศาสตร์มหภาค 1 Macroeconomics 1	3(3-0-6)
3141100	หลักการบัญชีเบื้องต้น Inroduction to Accounting Princicles	3(2-2-5)
3141201	การเงินธุรกิจ Business Finance	3(3-0-6)
3141202	กฎหมายเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจและการภาษีอากร Business Laws and Taxation	3(2-2-5)
2.2) กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน	**ไม่น้อยกว่า** 57	**หน่วยกิต**
(1) กลุ่มวิชาบังคับ	**45**	**หน่วยกิต**
3101201	พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer Behaviors	3(3-0-6)
3101202	การจัดการผลิตภัณฑ์ Product Management	3(3-0-6)
3101203	การจัดการราคา Pricing Management	3(3-0-6)
3101204	การจัดการช่องทางการตลาดและโลจิสติกส์ Marketing Channels Management and Logistics	3(3-0-6)
3101205	การสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการ Integrated Marketing Communications	3(3-0-6)
3101206	จริยธรรมทางการตลาด	3(3-0-6)

	Marketing Ethics	
3101207	การตลาดบริการ	3(3-0-6)
	Service Marketing	
3101301	การวิเคราะห์และการตัดสินใจทางการตลาด	3(3-0-6)
	Marketing Analysis and Decision Making	
3101302	กลยุทธ์การตลาด	3(3-0-6)
	Marketing Strategies	
3101303	การตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	3(2-2-5)
	Electronic Commerce Marketing	
3101304	ภาษาอังกฤษเพื่อการตลาด	3(2-2-5)
	English for Marketing	
3101305	การตลาดระดับโลก	3(3-0-6)
	Global Marketing	
3101401	การวางแผนทางการตลาด	3(2-2-5)
	Marketing Planning	
3101402	การวิจัยทางการตลาด	3(2-2-5)
	Marketing Research	
3101403	สัมมนาทางการตลาด	3(2-2-5)
	Marketing Seminar	
(2) กลุ่มวิชาเลือก	**ไม่น้อยกว่า** 12	**หน่วยกิต**
3101208	การโฆษณาทางการตลาด	3(3-0-6)
	Advertising for Marketing	
3101209	การขายโดยบุคคลและศิลปะการขาย	3(3-0-6)
	Personal Selling and Salesmanship	
3101210	การจัดการส่งเสริมการขาย	3(3-0-6)
	Sales Promotion Management	
3101211	การจัดกิจกรรมการตลาด	3(3-0-6)
	และการประชาสัมพันธ์	
	Event Marketing and Public Relations	
3101306	การจัดการตราสินค้าและการบรรจุภัณฑ์	3(3-0-6)
	Brand Management and Packaging	
3101307	การจัดการการค้าปลีก	3(3-0-6)

	Retail Management	
3101308	การจัดการการขาย	3(3-0-6)
	Sales Management	
3101309	การตลาดทางตรง	3(3-0-6)
	Direct Marketing	
3101310	การจัดการลูกค้าสัมพันธ์	3(3-0-6)
	Customer Relationship Management	
3101311	ระบบสารสนเทศทางการตลาด	3(2-2-5)
	Marketing Information System	
3101404	ปัญหาพิเศษทางการตลาด	3(3-0-6)
	Special Problems in Marketing	
3101405	การตลาดกีฬาและบันเทิง	3(3-0-6)
	Sport and Entertainment Marketing	
3101406	การจัดการการตลาด	3(3-0-6)
	Marketing Management	

2.3) กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพและวิชาชีพ 6 **หน่วยกิต**

3101431	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด	3(2-2-5)
	Pre-Internship in Marketing	
3101432	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด	3(0-300-0)
	Internship in Marketing	

3) หมวดวิชาเลือกเสรี **ไม่น้อยกว่า** 6 **หน่วยกิต**

ให้เลือกเรียนวิชาใดๆ ในหลักสูตรมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาโดยไม่ซ้ำกับรายวิชาที่เคยเรียนมาแล้ว และต้องไม่เป็นรายวิชาที่กำหนดให้เรียนโดยไม่นับหน่วยกิตรวมในเกณฑ์การสำเร็จหลักสูตรของสาขาวิชานี้

หมวดวิชาโท

2) สำหรับนิสิต นักศึกษา นอกสาขาวิชาการตลาด

นิสิต นักศึกษา ที่เรียนในสาขาวิชาอื่นๆ ที่มีความประสงค์จะเลือกสาขาวิชาการตลาดเป็นวิชาโท ต้องเลือกเรียนรายวิชาต่างๆ ตามที่กำหนดไว้รวม 21 หน่วยกิต ดังต่อไปนี้

3101100	หลักการตลาด	3 (3-0-6)
	Principles of Marketing	

3101201	พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer Behaviors	3(3-0-6)
3101202	การจัดการผลิตภัณฑ์ Product Management	3(3-0-6)
3101203	การจัดการราคา Pricing Management	3(3-0-6)
3101204	การจัดการช่องทางการตลาดและโลจิสติกส์ Marketing Channels Management and Logistics	3(3-0-6)
3101205	การสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการ Integrated Marketing Communications	3(3-0-6)
3101401	การวางแผนทางการตลาด Marketing Planning	3(2-2-5)

สำหรับนิสิต นักศึกษาที่เรียนในหลักสูตรที่มีการกำหนดรายวิชา 3101100 หลักการตลาด เป็นวิชาพื้นฐานวิชาชีพหรือวิชาบังคับเรียนในหลักสูตร มีความประสงค์จะเลือกสาขาวิชาการตลาดเป็นวิชาโท ให้เลือกเรียนรายวิชาที่เหลือตามที่กำหนดไว้ 6 รายวิชา รวม 18 หน่วยกิต

3.1.4 แผนการศึกษา

สาขาวิชาการตลาด จัดแผนการเรียนรายภาค ดังนี้

ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 1		
รหัสวิชา	**ชื่อวิชา**	**หน่วยกิต**
91XXXXX	วิชาศึกษาทั่วไปบังคับ	11 หน่วยกิต
3101100	หลักการตลาด	3(3-0-6)
3141100	หลักการบัญชีขั้นต้น	3(2-2-5)
3131101	เศรษฐศาสตร์จุลภาค 1	3(3-0-6)
รวม		20 หน่วยกิต

ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 2		
รหัสวิชา	**ชื่อวิชา**	**หน่วยกิต**
91XXXXX	วิชาศึกษาทั่วไปบังคับ	12 หน่วยกิต
3102100	องค์การและการจัดการสมัยใหม่	3(3-0-6)
3131102	เศรษฐศาสตร์มหภาค 1	3(3-0-6)

รวม		18 หน่วยกิต
ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 1		
รหัสวิชา	**ชื่อวิชา**	**หน่วยกิต**
91XXXXX	วิชาศึกษาทั่วไปเลือก(กลุ่มภาษา)	3 หน่วยกิต
3141201	การเงินธุรกิจ	3(3-0-6)
3105100	การประยุกต์ใช้ซอฟแวร์ในงานธุรกิจ	3(2-2-5)
3101201	พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0-6)
3101202	การจัดการผลิตภัณฑ์	3(3-0-6)
3101203	การจัดการราคา	3(3-0-6)
3101204	การจัดการช่องทางการตลาดและโลจิสติกส์	3(3-0-6)
รวม		21 หน่วยกิต

ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2		
รหัสวิชา	**ชื่อวิชา**	**หน่วยกิต**
91XXXXX	วิชาศึกษาทั่วไปเลือก(กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)	3 หน่วยกิต
91XXXXX	วิชาศึกษาทั่วไปเลือก(กลุ่มวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์)	3 หน่วยกิต
3141202	กฎหมายเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจและการภาษีอากร	3(2-2-5)
3106201	ภาษาอังกฤษธุรกิจ	3(2-2-5)
3101205	การสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการ	3(3-0-6)
3101206	จริยธรรมทางการตลาด	3(3-0-6)
3101207	การตลาดบริการ	3(3-0-6)
รวม		21 หน่วยกิต

ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1		
รหัสวิชา	**ชื่อวิชา**	**หน่วยกิต**
3103200	สถิติธุรกิจ	3(3-0-6)
3104203	การจัดการการผลิตและปฏิบัติการ	3(3-0-6)
3101301	การวิเคราะห์และการตัดสินใจทางการตลาด	3(3-0-6)
3101302	กลยุทธ์การตลาด	3(3-0-6)
3101303	การตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	3(2-2-5)
310xxxx	วิชาเลือก	6 หน่วยกิต
รวม		21 หน่วยกิต

ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2		
รหัสวิชา	**ชื่อวิชา**	**หน่วยกิต**
3101304	ภาษาอังกฤษเพื่อการตลาด	3(2-2-5)
3101305	การตลาดระดับโลก	3(3-0-6)
310xxxx	วิชาเลือก	6 หน่วยกิต
xxxxxx	วิชาเลือกเสรี	3 หน่วยกิต
รวม		15 หน่วยกิต

ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 1		
รหัสวิชา	**ชื่อวิชา**	**หน่วยกิต**
3101401	การวางแผนทางการตลาด	3(2-2-5)
3101402	การวิจัยทางการตลาด	3(2-2-5)
3101403	สัมมนาทางการตลาด	3(2-2-5)
3101431	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด	3(2-2-5)
xxxxxxx	วิชาเลือกเสรี	3 หน่วยกิต
รวม		15 หน่วยกิต

ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 2		
รหัสวิชา	**ชื่อวิชา**	**หน่วยกิต**
3101432	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด	3(0-300-0)
รวม		3 หน่วยกิต

3.1.5 คำอธิบายรายวิชา

(1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

9111101 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร 3(2-2-5)

Thai for Communication

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสาร การฝึกทักษะการรับสารและส่งสารอย่างสร้างสรรค์ การบูรณาการทักษะการส่งสาร และรับสารเพื่อใช้ในชีวิตประจำวัน การตีความ การรู้เท่าทันสาร การใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารในสังคมปัจจุบัน

An introductory of language for communication; practicing language skills for creative receiving and sending message; integrating language skills for communication in

everyday use; message interpretation and literacy; language usage for communication in current society

9111102 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 3(2-2-5)

English for Communication

โครงสร้างไวยากรณ์ภาษาอังกฤษที่ปรากฏในงานเขียนภาษาอังกฤษรูปแบบต่างๆ ในชีวิตประจำวัน การฝึกใช้โครงสร้างไวยากรณ์ภาษาอังกฤษในการพูด ฟัง อ่านและเขียนเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน ทั้งในเหตุการณ์ที่เป็นอดีต ปัจจุบันและอนาคต

English structures in various forms of English writing in everyday use; practice using English structures for communication in listening, speaking, reading, and writing skills in everyday use in the past, present, and future situations

9111103 ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน 3(2-2-5)

English in Everyday Use

ทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน การใช้คำศัพท์ในชีวิตประจำวัน การฟัง การพูด การอ่าน การเขียน ในสถานการณ์ต่างๆ การทักทายและการพูดถึงกิจวัตรประจำวัน งานอดิเรก การเดินทางท่องเที่ยวและโรงแรม การซื้อสินค้า การสั่งอาหารและเครื่องดื่ม การบอกเวลา วัน เดือน ปี การสมัครงาน การนำเสนอในที่ทำงาน

Communication skills in everyday use; everyday vocabularies usage; listening, speaking, reading, and writing in various situations; greeting and routine conversations; hobby; travelling and hotels; shopping; food and beverage ordering; time and date telling; job applications; presentation in working places

9112101 ภาษาและวัฒนธรรมลาว 3(2-2-5)

Lao Language and Culture

ลักษณะและความเป็นมาของภาษาลาว ทักษะการฟัง พูด อ่าน และเขียนในชีวิตประจำวัน ศิลปะ วัฒนธรรม และประเพณีลาวในบริบทของประชาคมอาเซียน

Background and characteristics of Lao language; listening, speaking, reading, and writing skills in everyday use; arts, culture, and traditions of Laos as one of the ASEAN context

9112102 ภาษาและวัฒนธรรมพม่า 3(2-2-5)

Burmese Language and Culture

ลักษณะและความเป็นมาของภาษาพม่า ทักษะการฟัง พูด อ่าน และเขียนในชีวิตประจำวัน ศิลปะ วัฒนธรรม และประเพณีพม่าในบริบทของประชาคมอาเซียน

Background and characteristics of Burmese language; listening, speaking, reading, and writing skills in everyday use; arts, culture, and traditions of Myanmar as one of the ASEAN context

9112103 ภาษาและวัฒนธรรมเวียดนาม 3(2-2-5)

Vietnamese Language and Culture

ลักษณะและความเป็นมาของภาษาเวียดนาม ทักษะการฟัง พูด อ่าน และเขียนในชีวิตประจำวัน ศิลปะ วัฒนธรรม และประเพณีเวียดนามในบริบทของประชาคมอาเซียน

Background and characteristics of Vietnamese language; listening, speaking, reading, and writing skills in everyday use; arts, culture, and traditions of Vietnam as one of the ASEAN context

9112104 ภาษาและวัฒนธรรมเขมร 3(2-2-5)

Cambodian Language and Culture

ลักษณะและความเป็นมาของภาษาเขมร ทักษะการฟัง พูด อ่าน และเขียนในชีวิตประจำวัน ศิลปะ วัฒนธรรม และประเพณีเขมรในบริบทของประชาคมอาเซียน

Background and characteristics of Cambodian language; listening, speaking, reading, and writing skills in everyday use; arts, culture, and traditions of Cambodia as one of the ASEAN context

9112105 ภาษาและวัฒนธรรมมลายู 3(2-2-5)

Malay Language and Culture

ลักษณะและความเป็นมาของภาษามลายู ทักษะการฟัง พูด อ่าน และเขียนในชีวิตประจำวัน ศิลปะ วัฒนธรรม และประเพณีมลายูในบริบทของประชาคมอาเซียน

Background and characteristics of Malay language; listening, speaking, reading, and writing skills in everyday use; arts, culture, and traditions of Malaysia as one of the ASEAN context

9112106 ภาษาและวัฒนธรรมจีน 3(2-2-5)

Chinese Language and Culture

ลักษณะและความเป็นมาของภาษาจีน ทักษะการฟัง พูด อ่าน และเขียนในชีวิตประจำวัน ศิลปะ วัฒนธรรม และประเพณีจีนในบริบทของประชาคมอาเซียนและเอเชียตะวันออก

Background and characteristics of Chinese language; listening, speaking, reading, and writing skills in everyday use; arts, culture, and traditions of China as one of the ASEAN and East Asian context

9112107 ภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น 3(2-2-5)

Japanese Language and Culture

ลักษณะและความเป็นมาของภาษาญี่ปุ่น ทักษะการฟัง พูด อ่าน และเขียนในชีวิตประจำวัน ศิลปะ วัฒนธรรม และประเพณีญี่ปุ่นในบริบทของประชาคมอาเซียนและเอเชียตะวันออก

Background and characteristics of Japanese language; listening, speaking, reading, and writing skills in everyday use; arts, culture, and traditions of Japan as one of the ASEAN and East Asian context

9112108 ภาษาและวัฒนธรรมเกาหลี 3(2-2-5)

Korean Language and Culture

ลักษณะและความเป็นมาของภาษาเกาหลี ทักษะการฟัง พูด อ่าน และเขียนในชีวิตประจำวัน ศิลปะ วัฒนธรรม และประเพณีเกาหลีในบริบทของประชาคมอาเซียนและเอเชียตะวันออก

Background and characteristics of Korean language; listening, speaking, reading, and writing skills in everyday use; arts, culture, and traditions of Korea as one of the ASEAN and East Asian context

9121101 ทักษะชีวิต 3(3-0-6)

Life Skills

ทักษะที่จำเป็นสำหรับการดำรงชีวิตประจำวัน ทักษะเฉพาะบุคคล ทักษะการติดต่อสื่อสาร ทักษะสังคมและทักษะการประกอบอาชีพ การพัฒนาตน ความฉลาดทางอารมณ์ สุขภาพจิตและการปรับตัว คุณธรรมจริยธรรมและค่านิยมที่พึงประสงค์ การคิดวิเคราะห์ ตัดสินใจและแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ การทำงานเป็นทีม การดำรงชีวิตอย่างพอเพียง

Necessary skills for everyday use; intrapersonal skills; communication skills; social and occupational skills; self-development; emotional quotient; mental health and adjustment; virtue, ethics, and values; critical thinking, decision making, and problem solving; team working; living a self-sufficient life

9121102 สังคมไทยและสังคมโลกในศตวรรษที่ 21 3(3-0-6)

Thai and Global Society in 21st Century

สังคมไทยในบริบทโลกในมิติประวัติศาสตร์และอารยธรรมไทย ประชากร วัฒนธรรมไทย บทบาทและความเคลื่อนไหวของศาสนา เศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน โครงการพระราชดำริในพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ปราชญ์ท้องถิ่น สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (อาเซียน) บริบทของของกลุ่มประเทศสมาชิก และคุณูปการของสมเด็จเจ้าพระยาบรมมหาศรีสุริยวงศ์ (ช่วง บุนนาค) ต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาและประเทศชาติ

Thai society in the global society in the dimension of history, Thai civilization, population, Thai culture as well as the movement of religion; self-sufficiency economy for the sustainable development; the royal projects of His Majesty King Bhumibol Adulyadej (King Rama IX); the local scholars; the context of ASEAN community and ASEAN nations; the contributions of Somdej Chaopraya Borommaha Srisuriyawongse(Chaung Bunnag) to Bansomdejchaopraya Rajabhat University and Thailand

9121103 ความเป็นพลเมือง 1(1-0-2)

Active Citizenship

หลักการพื้นฐานของการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข ความหมาย สิทธิและหน้าที่ของพลเมือง จิตสำนึกสาธารณะ ทัศนคติ และค่านิยมในความซื่อสัตย์สุจริต ผลกระทบจากการทุจริตที่ส่งผลเสียหายต่อสังคมและประเทศชาติ

Fundamental principles of constitutional monarchy; definition of rights and responsibilities of active citizens; civic-mindedness, attitudes, and values in integrity among the students as well as awareness of the disastrous effects of corruption on the society and country

9122201 การจัดการสมัยใหม่และภาวะผู้นำ 3(3-0-6)

Modern Management and Leadership

แนวคิด ทฤษฎีการจัดการ การจัดการองค์ประกอบการและหน้าที่ต่างๆ ในองค์กร การใช้เทคโนโลยีเพื่อการจัดการองค์กร แนวคิด ทฤษฎีภาวะผู้นำและการทำงานเป็นทีม จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม

Concepts and theories of management, the component management, and various functions in organizations; implementation of technology for organizational management; concepts and theories of leadership and team work; ethics and social responsibilities

9122202 การสื่อสารในชีวิตประจำวัน 3(3-0-6)

Communications in Everyday Use

ความหมายของการสื่อสาร สื่อประเภทต่างๆ การรู้เท่าทันสื่ออย่างมีวิจารณญาณ ความน่าเชื่อถือและคุณค่าเนื้อหาสาร ผลกระทบของสื่อ การบริโภคสื่ออย่างเข้าใจในชีวิตประจำวัน การใช้สื่ออย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมไม่ละเมิดสิทธิ์ส่วนบุคคล จริยธรรม จรรยาบรรณ กฎหมายที่เกี่ยวข้อง

Definitions of communication; types of media; media literacy on the basis of consideration; creditability and content values; media impact; media consumption with understanding in everyday use; using media with social responsibility and without violating personal rights; morality, ethics, and related laws

9122203 สุนทรียะทางศิลปกรรม 3(3-0-6)

Aesthetics of Fine and Applied Arts

ความหมายและทฤษฎีทางสุนทรียะ กระบวนการเรียนรู้ ประสบการณ์ และการประเมินคุณค่าทางความงามของศิลปกรรม ด้านดนตรี ด้านนาฏศิลป์ และด้านทัศนศิลป์

Definitions and theories of aesthetics; learning process, experience, and appreciation of fine and applied arts; music, performing arts, and visual arts

9122204 ความสุขแห่งชีวิต 3(3-0-6)

Happiness of Life

ความหมาย ความสำคัญและปัจจัยที่ทำให้เกิดความสุข แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความสุข ศิลปะการดำเนินชีวิตที่มีความสุข สันติสุข การคิดเชิงบวก ความสุขกับการทำงาน งานอดิเรกกับการสร้างความสุข จิตสาธารณะเพื่อความสุขของผู้อื่น

Definitions, importance, and factors creating happiness; concepts and theories concerning happiness; art of living a happy life; peace; positive thinking; happiness at work; hobbies and creation of happiness; public mind for others' happiness

9131101 วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในชีวิตประจำวัน 3(2-2-5)

Science and Technology in Everyday Use

การแสวงหาความรู้จากโลกธรรมชาติทั้งทางด้านชีวภาพและกายภาพ ความสำคัญของกระบวนการคิดทางวิทยาศาสตร์ การใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวัน สารเคมีเป็นพิษและอันตรายจากสารเคมี ภาวะโลกร้อน และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และความสำคัญของการดำรงชีวิตแบบสมดุล

Knowledge inquiry from natural world both in biological and physical fields; importance of scientific thinking process; technology in everyday use; toxic chemicals and chemical hazards; global warming and climate change; importance of balanced living

9131102 ทักษะการเรียนรู้และแก้ปัญหาเชิงคณิตศาสตร์ 3(2-2-5)

Learning and Problem Solving Skills in Mathematics

การพัฒนาทักษะการคิดแบบองค์รวมเชิงตรรกศาสตร์และคณิตศาสตร์ หลักการแก้ปัญหาและวิธีการใช้เหตุผล ข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น แบบจำลองทางคณิตศาสตร์เบื้องต้น ทักษะการคำนวณเพื่อการเรียนรู้และแก้ปัญหา

Logical and mathematical holistic thinking skills development; problem-solving principles and reasoning methods; data and basic data analysis; fundamental mathematical model; calculation skills for learning and problem solving

9132201 เทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสังคมออนไลน์ 3(2-2-5)

Information Technology and Social Media

ความหมาย องค์ประกอบ ความสำคัญ และประโยชน์ของเทคโนโลยีสารสนเทศ ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ อุปกรณ์การสื่อสารสมัยใหม่ การสื่อสารข้อมูลและอินเทอร์เน็ต พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สื่อสังคมออนไลน์ ภัยคุกคามและความปลอดภัยในเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสังคมออนไลน์ กฎหมายและจริยธรรมในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวันอย่างสร้างสรรค์

Definitions, components, importance, and benefits of information technology; hardware; software; modern communication equipment; data communication and Internet; e-commerce; social media; threats and security in information technology and social media; laws and ethics in using everyday information technology and social media creatively

9132202 เทคโนโลยีสื่อดิจิทัลในชีวิตประจำวัน 3(2-2-5)

Digital Media Technology in Everyday Use

หลักการของสื่อดิจิทัล กระบวนการผลิตสื่อดิจิทัล การใช้เทคโนโลยีในการค้นคว้าข้อมูลเพื่อผลิตสื่อดิจิทัล เทคนิคการนำเสนอสารสนเทศด้วยสื่อดิจิทัล การเผยแพร่สื่อดิจิทัลในที่สาธารณะ จรรยาบรรณในการนำเสนอสื่อดิจิทัล กฎหมายเกี่ยวกับลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางปัญญา

Principles of digital media; digital media production; data presentation planning; information presentation techniques using digital media; public presentation and digital media publishment; ethics in digital media presentation; laws concerning copyright and intellectual property

9132203 เทคโนโลยีเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน 3(3-0-6)

Technology for Sustainable Development

ความหมายและความสำคัญของเทคโนโลยี ประเภทของเทคโนโลยี กระบวนการพัฒนาทางเทคโนโลยี เทคโนโลยีที่เหมาะสม การใช้เทคโนโลยีเพื่อแก้ปัญหาที่เกิดจากการเพิ่มประชากร การใช้เทคโนโลยีเพื่อการสร้างสรรค์สังคม กระบวนการดำเนินการด้านเทคโนโลยีเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

Definitions and importance of technology; types of technology; development process of technology; appropriate technology; use of technology to solve problems caused by increased population; using technology wisely to develop a society; technological process for sustainable development

9132204 สุขภาพและความงาม 3(3-0-6)

Health and Aesthetics

ระบบและหน้าที่ของร่างกายมนุษย์ ปัญหาสุขภาพที่พบบ่อยในแต่ละช่วงวัย การดูแลป้องกัน การสร้างเสริมสุขภาพ ศาสตร์การชะลอวัยและฟื้นฟูสุขภาพ อาหาร ยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อความงามในชีวิตประจำวัน วิทยาการด้านสุขภาพและความงาม และเพศศึกษาน่ารู้ในวัยรุ่น

Human body systems and functions; common health problems in various age groups and prevention; health enhancement; anti-aging and regenerative science; food, drugs, and health products for aesthetic in every use; health and aesthetic science; sex education in adolescence

9141101 กิจกรรมทางกายเพื่อชีวิต 1(0-2-1)

Physical Activities for Life

ความหมาย ความรู้ ความเข้าใจ และความสำคัญในพื้นฐานของกิจกรรมทางกาย ขั้นตอนในการปฏิบัติกิจกรรมทางกายทั้งในชีวิตประจำวันและยามว่าง เพื่อการมีสุขภาพอนามัยที่ดีโดยผ่านการปฏิบัติ กิจกรรมการเคลื่อนไหว การป้องกันและดูแลสุขภาพ การเสริมสร้างสมรรถภาพทางกาย กิจกรรมกีฬาไทย กีฬาสากล กิจกรรมการออกกำลังกาย กิจกรรมนันทนาการ และกิจกรรมการเคลื่อนไหวทางกายอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

Definitions, knowledge, understanding, and importance of physical activity foundations; steps in physical activity performance both in everyday and leisure time in order to possess good health and sanitation by practicing physical activities, protecting and taking care of health, strengthening physical fitness, and playing Thai and international sports including physical exercise, recreation, and other relevant physical activities

(2) หมวดวิชาเฉพาะ

3101100 หลักการตลาด 3(3-0-6)

Principles of Marketing

ความหมาย ความสำคัญของการตลาด แนวความคิดทางการตลาด ระบบการตลาด สิ่งแวดล้อมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมการตลาด ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด จริยธรรมทางการตลาด

Marketing definition, marketing significance, marketing concept, marketing systems, marketing environments, consumer behaviors, market segmentation, market targeting, product positioning, marketing mix; product, price, place and promotion, marketing ethics

3102100 องค์การและการจัดการสมัยใหม่ 3(3-0-6)

Organizations and Modern Management

แนวคิดและทฤษฎีในการจัดการ หน้าที่ทางการจัดการ คือ การวางแผน การจัดองค์การ การนำ และการควบคุม สภาพแวดล้อมทางการจัดการ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ในองค์การ จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม

Concepts and theories of organization and management; management functions, planning, organizing, leading, and controlling; organization environment; human resource management in organization; ethics, and cooperate social responsibilities

3101201 พฤติกรรมผู้บริโภค 3(3-0-6)

Consumer Behaviors

ลักษณะทั่วไปของผู้บริโภค แนวความคิด ทฤษฎี การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค กระบวนการตัดสินใจซื้อ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคและอิทธิพลของส่วนประสมการตลาดต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

General types of customers, concepts and theories of consumer behavior analysis; simulation models of consumer behavior; process of purchasing decision making; factors influencing the consumer behavior and influence of market share on consumer behaviors

3101202 การจัดการผลิตภัณฑ์ 3(3-0-6)

Product Management

รายวิชาที่ต้องลงทะเบียนมาก่อน : 3101100 วิชา หลักการตลาด

บทบาท หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้จัดการผลิตภัณฑ์ ระดับชั้นและประเภทของผลิตภัณฑ์ การจัดการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมผลิตภัณฑ์และสายผลิตภัณฑ์ กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การวางตำแหน่งและการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ การวางแผนและการตัดสินใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

Prerequisite: 3101100 Principles of Marketing

Roles, duties and responsibilities of product manager, product levels and classifications, product management, product mix, product line, new product development process, product life cycle, product positioning and differentiation, planning and decision marking of the product management

3101203 การจัดการราคา 3(3-0-6)

Pricing Management

รายวิชาที่ต้องลงทะเบียนมาก่อน : 3101100 วิชา หลักการตลาด

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับราคา การกำหนดนโยบายราคา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคา กลยุทธ์การกำหนดราคา การวางแผนและการตัดสินใจเกี่ยวกับการกำหนดและการเปลี่ยนแปลงราคา

การพิจารณาใช้ราคาเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการตลาดและการบริหารราคาให้สอดคล้องกับส่วนประสมการตลาดอื่น ๆ การวางแผนกำไรจากการกำหนดราคาโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เชิงปริมาณเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาดของธุรกิจ

Prerequisite: 3101100 Principles of Marketing

Concepts and theories of pricing management; pricing management; factors affecting price management; strategies of price management; planning and decision making of pricing management and pricing flexibility; application of pricing management related to marketing promotion and marketing mix; profits planning by quantitative analysis technique to increase business marketing efficiency

3101204 การจัดการช่องทางการตลาดและโลจิสติกส์ 3(3-0-6)

Marketing Channels Management and Logistics

รายวิชาที่ต้องลงทะเบียนมาก่อน : 3101100 วิชา หลักการตลาด

ความหมายและความสำคัญของช่องทางการตลาด ประเภทของคนกลาง สมาชิกช่องทางการตลาด สถาบันที่เกี่ยวข้องในช่องทางการตลาด สภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการจัดการช่องทางการตลาด รูปแบบของช่องทางการตลาดสำหรับสินค้าผู้บริโภคและสินค้าอุตสาหกรรม การออกแบบช่องทางการตลาด ความขัดแย้ง การคัดเลือก และการจูงใจคนกลาง นโยบายและกลยุทธ์การตลาดที่มีต่อการจัดการช่องทางการตลาด การจัดการโลจิสติกส์ การจัดการขนส่งสินค้า การคลังสินค้าและการเคลื่อนย้ายวัสดุ กลยุทธ์การจัดการสินค้าคงคลัง ช่องทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์

Prerequisite: 3101100 Principles of Marketing

Definitions and significance, structure and types of marketing channels, channel members and institutes of marketing channel; factors and environment that affect marketing channel; marketing channel for consumer goods and industrial goods; marketing channels design; conflict, selection and motivation of channel members; policies and strategies relating to marketing channel, logistics and supply chain, marketing logistics and supply chain, management processes; customer service, demand forecasting, procurement, inventory management, order processing, transportation, warehouse management, and physical distribution, electronics marketing channel

3101205 การสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการ 3(3-0-6)

Integrated Marketing Communications

รายวิชาที่ต้องลงทะเบียนมาก่อน : 3101100 วิชา หลักการตลาด

แนวคิด ลักษณะทั่วไป ความสำคัญของการสื่อสาร กระบวนการสื่อสารทางการตลาด ปัจจัยที่ต้องพิจารณาในการวางแผนการสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการ การวางแผน การกำหนดกลยุทธ์และยุทธวิธีการส่งเสริมการตลาดทั้งการโฆษณา การส่งเสริมการขาย การขายโดยบุคคล การประชาสัมพันธ์และการตลาดทางตรง

Prerequisite: 3101100 Principles of Marketing

Concepts, general features, importance of communication, processes of marketing communication, considerated factors in planning communication of integrated marketing, planning, strategies allocation and strategies in marketing promotion in terms of adventisement, sales promotion, direct sales, public relations as well as direct marketing

3101206 จริยธรรมทางการตลาด 3(3-0-6)

Marketing Ethics

แนวคิด ที่มาของจริยธรรมและเหตุผลที่ธุรกิจต้องมีจริยธรรม การสร้างจริยธรรมในองค์การธุรกิจ การดำเนินกิจกรรมทางการตลาด จริยธรรมของผู้บริหาร จริยธรรมของพนักงาน และบุคลากรทางการตลาด แนวคิดของธุรกิจภายใต้หลักจริยธรรม การกำกับที่ดีควบคู่ไปกับการใส่ใจดูแลรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม

Concepts of ethics and reasons for business ethics, building ethics in business corporate emphasizing on ethics for administrators, staff, and marketing personnel; principles of good governance in business management, case studies of virtues and ethics; development of public accountability, communal accountability as well as social accountability

3101207 การตลาดบริการ 3(3-0-6)

Service Marketing

ความหมาย ความสำคัญของตลาดบริการ ประเภทของตลาดบริการ การวิเคราะห์สถานการณ์และสภาพแวดล้อมของตลาดบริการประเภทต่างๆ การวางแผนและการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับตลาดบริการ การศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาทางการตลาดของธุรกิจบริการ

Definitions and significance of service marketing, types of service marketing, scenario analysis, types of service marketing environment, planning and formulating

marketing strategies of service marketing , study and analysis of marketing challenges in the business services to analyze problems in service marketing

3101208 การโฆษณาทางการตลาด 3(3-0-6)

Advertising for Marketing

ความหมาย ความสำคัญ วัตถุประสงค์ นโยบาย และประเภทของการโฆษณา พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดแผนงาน กระบวนการ กลยุทธ์และยุทธวิธีการโฆษณาทางการตลาด การรณรงค์สร้างสรรค์และเทคนิคการนำเสนองานโฆษณา การวางแผนสื่อโฆษณา การตัดสินใจด้านงบประมาณ และการประเมินผลการโฆษณา ภายใต้จรรยาบรรณวิชาชีพและความรับผิดชอบต่อสังคม

Definitions, significance, objectives, policies and types of advertising including; behaviors of target group, plan allocation of plan, process, strategies and artifices of marketing advertisement, campaign and planning in advertising, planning in advertising media, decision on the budget and advertising results evaluation under professional ethics and social responsibilities

3101209 การขายโดยบุคคลและศิลปะการขาย 3(3-0-6)

Personal Selling and Salesmanship

ระบบการขายโดยใช้บุคคลในฐานะเป็นส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด กระบวนการขาย การใช้ศิลปะการขาย พฤติกรรมของลูกค้า และเทคนิคในการแก้ปัญหาต่างๆ เกี่ยวกับลูกค้า การใช้จิตวิทยาและมนุษยสัมพันธ์ในการประกอบอาชีพขาย การปรับปรุงตนเองให้มีคุณสมบัติของนักขายที่ดี การพัฒนาบุคลิกภาพนักขาย จรรยาบรรณและเจตคติที่ดีของนักขาย

Sales system having person as promotional mix to selling process, use of salemanship, customers behavior, and problem solving techniques about customers, use of psychology and human relations in sales career, self-improvement to gain good salesperson quality, personality development and ethic and good attitudes of saleperson

3101210 การจัดการส่งเสริมการขาย 3(3-0-6)

Sales Promotion Management

ความหมาย ความสำคัญ วัตถุประสงค์ นโยบาย และประเภทของการส่งเสริมการขาย ศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายและสิ่งแวดล้อมทางการตลาด กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย เครื่องมือการส่งเสริมการขาย การเลือกสื่อ การตัดสินใจด้านงบประมาณและการประเมินผลการส่งเสริมการขาย โดยมุ่งใช้หลักจริยธรรมทางการตลาดและความรับผิดชอบต่อสังคม

Definitions, significance, objectives, policies, and types of sales promotion, study and analyze behavior of target group and marketing environment; sales promotion strategies ,sales promotion tools, media selection, budget decision and sales promotion results evaluation with emphasis on marketing morality and social responsibilities

3101211 การจัดกิจกรรมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ 3(3-0-6)

Event Marketing and Public Relations

หลักการเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมทางการตลาด และการประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ ชื่อเสียง ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับสาธารณะ กลยุทธ์การตลาดกับการจัดกิจกรรมทางการตลาด และการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพทางการตลาดแบบครบวงจร

Principles of event marketing and public relations images, fame; relationship between organizations and public; exploration for the ways to integrate tools and public relations actives for adaptation to business world efficiently and evaluation under professional ethics marketing strategies and events in marketing and public relations increase cyclical marketing process in full

3101301 การวิเคราะห์และการตัดสินใจทางการตลาด 3(3-0-6)

Marketing Analysis and Decision Making

รายวิชาที่ต้องลงทะเบียนมาก่อน : 3101100 วิชา หลักการตลาด

ขอบเขต ลักษณะตลอดจนกระบวนการตัดสินใจที่สำคัญๆ ในการบริหารตลาด ภายใต้ภาวะการแข่งขันและความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การนำเอาวิธีการสร้างรูปแบบทางคณิตศาสตร์และสถิติมาใช้ประกอบการแก้ปัญหาทางการตลาด เช่น การตัดสินใจทางการตลาด การวิเคราะห์ความคุ้มทุน ปัญหาการขนส่ง รูปแบบสินค้าคงคลัง ระบบแถวคอย การวิเคราะห์มาคอฟ การพยากรณ์ และทฤษฎีเกม เป็นต้น

Prerequisite: 3101100 Principles of Marketing

Scopes, characteristics, and process of important marketing decisions in competitive and uncertain business environments; application of mathematical and statistical concept and tools to solve marketing problem, break even point analysis, trans problem, inventory control, queuing ling preduction and game theory

3101302 กลยุทธ์การตลาด 3(3-0-6)

Marketing Strategies

รายวิชาที่ต้องลงทะเบียนมาก่อน : 3101100 วิชา หลักการตลาด

หลักการและการวางแผนกลยุทธ์การตลาด การใช้กลยุทธ์สำหรับส่วนตลาดแบบต่างๆ กลยุทธ์เพื่อแสวงหาโอกาสทางการตลาด กลยุทธ์การแข่งขันทางการตลาด กลยุทธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด การจัดทำกลยุทธ์การตลาด ปฏิบัติ การประเมินผล และการควบคุมกลยุทธ์

Prerequisite: 3101100 Principles of Marketing

Marketing principles and strategic planning; customized strategies for the varied market segment , strategies for seeking opportunity; strategies for competitive marketing; strategies for a wide range of product, price, distribution, formulating market strategies, implementation, evaluating and controlling strategies

3101303 การตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3(2-2-5)

Electronic Commerce Marketing

การวางแผนและกลยุทธ์การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ กลยุทธ์การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนการตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด การจัดการผลิตภัณฑ์ ราคาและการจัดจำหน่ายผ่านอินเตอร์เน็ต การสื่อสารการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ และการจัดการลูกค้าสัมพันธ์

Planning and strategies for electronic marketing. The strategy of analysis of environment, consumer behavior, market segmentation, market targeting and market positioning, managing product, price and distribution on internet, electronic marketing communication and customer relationship management

3101304 ภาษาอังกฤษเพื่อการตลาด 3(2-2-5)

English for Marketing

คำศัพท์ และสำนวนภาษาอังกฤษทางด้านการตลาด การใช้ภาษาอังกฤษในการสนทนากับลูกค้าและบุคลากรในองค์กร การอ่านบทความทางการตลาด การใช้ภาษาอังกฤษนำเสนองานทางการตลาดแก่ลูกค้า ผู้บริหารและทีมงาน เอกสารภาษาอังกฤษที่ใช้ในการดำเนินงานทางการตลาด

English vocabulary and pharases used in marketing; the use of English in conversations with customers and personnel in the organization; marketing article reading or English for marketing presentation to customer, executives and staffs. English documents used in marketing operation

3101305 การตลาดระดับโลก 3(3-0-6)

Global Marketing

รายวิชาที่ต้องลงทะเบียนมาก่อน : 3101100 วิชา หลักการตลาด

หลักการและแนวคิดการตลาดระดับโลก สภาพแวดล้อมทางการตลาด พฤติกรรมของผู้บริโภคในตลาดระดับโลก กลยุทธ์และแนวทางการเข้าสู่ตลาดระดับโลก การลงทุนระหว่างประเทศ กลยุทธ์การตลาดระดับโลก และการวิเคราะห์ปัญหาการตลาดระดับโลก

Prerequisite: 3101100 Principles of Marketing

Principles and concepts of the global marketing, marketing environment, consumer behavior of the global market, strategy and how to be competitive in global marketing, international investment, strategies of global marketing and analytical problem of the global marketing.

3101306 การจัดการตราสินค้าและการบรรจุภัณฑ์ 3(3-0-6)

Brand Management and Packaging

ความหมาย ประเภทและองค์ประกอบของตราสินค้า คุณลักษณะของตราสินค้า ทฤษฎีการสร้างตราสินค้า การวางแผนตราสินค้า การสื่อสารตราสินค้า กระบวนการจัดการตราสินค้า ความสำคัญ แนวคิด หลักการด้านการบรรจุภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ในฐานะเครื่องมือทางการตลาด

Definitions, types and components of brand, brand identity, brand building theory and brand planning ;brand communications strategy; process of brand management, importance of the concept and principles of packaging, packing material, packaging technology, packaging design and packaging as marketing tool

3101307 การจัดการการค้าปลีก 3(3-0-6)

Retail Management

การบริหารงานเกี่ยวกับการค้าปลีก และการค้าปลีกสมัยใหม่ ศึกษาถึงความเป็นไปได้ของการค้าปลีก รูปแบบของการค้าปลีก การเลือกแหล่งและทำเลที่ตั้งร้านค้าปลีกประเภทต่าง ๆ การจัดแสดงสินค้า การบริหารงานบุคคล การควบคุมสินค้าคงคลัง การจัดซื้อ การตั้งราคา และการส่งเสริมการตลาดในธุรกิจค้าปลีก

Retail management possibilities of retailing and modern retailing patterns, site selection, designing and decoration, organizing and human resources management, inventory management, purchasing, pricing, marketing promotion in retailing

3101308 การจัดการการขาย 3(3-0-6)

Sales Management

บทบาทความรับผิดชอบ ขอบเขตงานของผู้บริหารหน่วยงานขาย การจัดรูปแบบและความสำคัญขององค์การฝ่ายขาย การบริหารบุคคลในส่วนที่เกี่ยวกับการขาย การจูงใจ และการควบคุมนักขาย การวางแผนเกี่ยวกับการขาย การพยากรณ์การขาย การกำหนดโควตา และงบประมาณการขาย อาณาเขตการขาย การประเมินผลงานนักขาย รวมทั้งการบริหารงานขายยุคใหม่ จรรยาบรรณวิชาชีพ

Roles and responsibilities, scope of sales executive, formulating patterns and the importance of sale department, personnel management in sales, motivation and control sales representatives, sales planning, sale forecasting, quota setting, sales budget, sales territory, evaluating sales representative, including sales management in the new era regarding professional ethics

3101309 การตลาดทางตรง 3(3-0-6)

Direct Marketing

หลักการ แนวคิดและประเภทของการตลาดทางตรง กระบวนการบริหารการตลาดทางตรง การกำหนดกลยุทธ์และยุทธวิธีการดำเนินการตลาดทางตรง ตลอดจนวิเคราะห์ปัญหาและกำหนดแนวทางแก้ไข โดยคำนึงถึงหลักจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม

Principles, concepts, and types of direct marketing, direct marketing management process, specifying direct marketing operation strategies and artifices including analyzing problems and deciding on resolutions based on morality and social responsibilities

3101310 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ 3(3-0-6)

Customer Relationship Management

ความหมาย ขอบเขต แนวความคิด และความสำคัญของการบริหารความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับลูกค้า คนกลาง ผู้จัดหาวัตถุดิบและหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานทางการตลาด โดยศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องทั้งปัจจัยภายในและภายนอกองค์การ การนำกลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์ไปใช้ให้เกิดผลดีต่อองค์การ การเลือกใช้เทคนิคและเครื่องมือสำคัญที่ใช้ในการวิเคราะห์และการวางกลยุทธ์ รวมถึงการประเมินผล

Definitions, scope, ideas, and significance of relationship management between the organization and customers, middlemen, raw materials provider and other enterprises concerning marketing operation by studying related factors both inside and outside the organization, implementation of relationship management strategies to enhance the

organization, selection of techniques and significant tools used for analyzing and strategy planning including evaluation

3101311 ระบบสารสนเทศทางการตลาด 3(3-0-6)

Marketing Information System

แนวคิด หลักการ และการประยุกต์เทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในกระบวนการพัฒนาระบบสารสนเทศทางการตลาด วิเคราะห์เพื่อออกแบบระบบสารสนเทศทางการตลาด โดยครอบคลุมแนวคิดและเครื่องมือที่เป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์ และนำเสนอเพื่อการตัดสินใจของผู้บริหาร

Concepts, principles, and applications of modern technology to marketing information system development process, analyze to design marketing information system which covers the concepts and useful tools for analysis and decision support presentation for executives

3101401 การวางแผนทางการตลาด 3(2-2-5)

Marketing Planning

รายวิชาที่ต้องลงทะเบียนมาก่อน : 3101100 วิชา หลักการตลาด

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการวางแผนทางการตลาดโดยทำการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทางการตลาดทั้งภายในและภายนอก การกำหนดกลยุทธ์และยุทธวิธีทางการตลาด เพื่อการจัดทำแผนการตลาดโดยการใช้กรณีศึกษา

Prerequisite: 3101100 Principles of Marketing

Concepts and theories of marketing planning; analyzing the internal and external environment factors affecting the marketing planning; setting up the marketing strategies and planning based on the marketing case study

3101402 การวิจัยทางการตลาด 3(2-2-5)

Marketing Research

รายวิชาที่ต้องลงทะเบียนมาก่อน : 3101100 วิชา หลักการตลาด และ
3103200 วิชา สถิติธุรกิจ

แนวคิด หลักการ และความสำคัญของการวิจัยตลาด การกำหนดปัญหาการวิจัย การทบทวนวรรณกรรม การออกแบบ การกำหนดประชากร การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ และการแปลผล การเขียนรายงาน การนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

Prerequisite: 3101100 Principles of Marketing and
3103200 Business Statistics

Concepts, principle and significance of marketing research, determine the research problem, review the literature work, research design, identify the population, and samples, collection of data analysis interpretation of data writing the research report, and take the result from the research for decision marketing

3101403 สัมมนาทางการตลาด 3(2-2-5)

Seminar in Marketing

รายวิชาที่ต้องลงทะเบียนมาก่อน : 3101100 วิชา หลักการตลาด

ความหมาย ความสำคัญ แนวความคิดสัมมนาทางการตลาด รูปแบบสัมมนาทางการตลาด กระบวนการจัดสัมมนาทางการตลาด แนวคิดการดำเนินงานทางด้านการตลาดขององค์กรธุรกิจที่ประสบความสำเร็จและความล้มเหลว แนวทางการแก้ไขปัญหาธุรกิจโดยการเรียนรู้และการนำกลยุทธ์การตลาดมาประยุกต์ใช้ด้วยวิธีการระดมสมองและการอภิปรายกลุ่ม โดยยึดหลักคุณธรรมและจริยธรรม

Prerequisite: 3101100 Principles of Marketing

Concepts and significance of seminar in marketing, patterns of seminar in marketing, process in organization seminar in marketing, marketing operative concepts of successful organization and failure organization; guidelines for business problem solving by learning and application of marketing strategies by brainstorming and group discussion with moral and ethical principles

3101404 ปัญหาพิเศษทางการตลาด 3(3-0-6)

Special Problems in Marketing

การวิเคราะห์และศึกษากรณีตัวอย่างทางการตลาดของธุรกิจประเภทต่างๆ วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด ส่วนประสมทางการตลาด โอกาสทางการตลาด และปัญหาเพื่อกำหนดแนวทางการแก้ไข

Analysis and study of marketing study in different kinds of businesses, analyze surrounding, marketing mix, marketing opportunity and problems to specify solution

3101405 การตลาดกีฬาและบันเทิง 3(3-0-6)

Sport and Entertainment Markering

แนวคิดทางด้านการตลาดและการประยุกต์ใช้ทฤษฎีทางด้านการกีฬาและบันเทิง กิจกรรมการกีฬาและบันเทิง ศึกษารวมถึงพื้นฐานทางการตลาด การแบ่งส่วนตลาด การตลาดเป้าหมาย การเป็นผู้สนับสนุน กิจกรรมพิเศษ การส่งเสริมการตลาด และการวางแผนการตลาดกีฬาและบันเทิง รวมทั้งศึกษาถึงการประเมินผลกิจกรรมและการจัดการเทคนิคต่าง ๆ การใช้การตลาดฐานข้อมูลในการเข้าถึงลูกค้าด้านกีฬาและบันเทิง ศึกษาภาพรวมส่วนประสมทางการตลาดและการพัฒนารูปแบบการเป็นผู้สนับสนุน

The marketing concept developed for sport and entertainment business and activities. The course includes basic marketing, target marketing and segmentation, sponsorship marketing, event marketing, promotions, and implementation of sports marketing plans. Course also in cover the event evaluation and management techniques, the utilization of data base marketing in reaching the sport consumer, the overview of the marketing mix, and the development of sponsorship packages

3101406 การจัดการการตลาด 3(3-0-6)

Marketing Management

ความสำคัญของการจัดการตลาด บทบาทหน้าที่ของผู้บริหารการตลาด การจัดองค์กรการตลาด การวิเคราะห์โอกาสของการตลาด โครงสร้างตลาด และพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค การวัดและการพยากรณ์ตลาด การแบ่งส่วนตลาด การวางแผนกลยุทธ์และยุทธวิธีทางการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด การประเมินผลและการควบคุมทางการตลาด

Significance of marketing management, roles and responsibility of marketing manager, marketing organization management, analysis of marketing opportunity, marketing structure and consumer behavior, marketing forecast and measurement, market segmentation, strategic planning and marketing practices related to the product, price, distribution, and promotion; and marketing evaluation and marketing control

3101431 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด 3(2-2-5)

Pre-Internship in Marketing

การประยุกต์หลักการและทฤษฎีทางการตลาด การศึกษาแนวโน้มสภาพการเปลี่ยนแปลงในหน่วยงานทางธุรกิจ โดยการใช้กรณีศึกษา สถานการณ์จำลอง การเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการใช้ทักษะภาษา การใช้คอมพิวเตอร์ การใช้เทคโนโลยี การพัฒนาบุคลิกภาพ และการปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อม สามารถทำงานเป็นทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพ การเสริมสร้างจรรยาบรรณในวิชาชีพ เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนออกฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

Application of the concept and theory in marketing; study on the trend of current business operation based on the case study and stimulated situation; preparation of communicative language skill, computer literacy, technology, personality, adaptability to work environment, team work, as well as the professional ethics prior to internship

3101432 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด 3(3-300-0)

Internship in Marketing

รายวิชาที่ต้องลงทะเบียนมาก่อน : 3101431 วิชา การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด

การฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านการตลาดในหน่วยงานภายใต้การควบคุมดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษา โดยนำความรู้ทั้งทางภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติที่ได้จากการศึกษาไปใช้สถานการณ์จริง จัดให้มีการปฐมนิเทศเกี่ยวกับรายละเอียดของการฝึกประสบการณ์ และจัดให้มีการปัจฉิมนิเทศเพื่ออภิปรายปัญหาการฝึกประสบการณ์ที่เกิดขึ้น และเสนอแนะแนวทางการแก้ไขปัญหา กำหนดให้จัดทำโครงการพิเศษหรือภาคนิพนธ์หรือบัณฑิตนิพนธ์ ภายใต้การควบคุมของอาจารย์ที่ปรึกษา

Prerequisite: 3101431 Pre-Internship in Marketing

Professional experience in marketing in the organization supervised by the internship advisor; application of theory and practical marketing to work assignment in the workplace; professional experience orientation; seminar and final orientation for professional experience discussion on the problems and solution; special project or professional experience and the thematic paper

3105100 การประยุกต์ใช้ซอฟต์แวร์ในงานธุรกิจ 3(2-2-5)

Application Software in Business

การประยุกต์ใช้ระบบปฏิบัติการและการใช้ซอฟต์แวร์ทางธุรกิจ; โปรแกรมประมวลผลคำ โปรแกรมตารางคำนวณ โปรแกรมการนำเสนองาน โปรแกรมการออกแบบสิ่งพิมพ์ และการใช้อินเทอร์เน็ต

ในงานธุรกิจ

Applying use of operating system and business application software; word processing, spread sheet software, presentation software and publishing software including internet usage for business

3106201 ภาษาอังกฤษธุรกิจ 3(2-2-5)

Business English

การใช้ภาษาอังกฤษในการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน ศัพท์สำนวนในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจจากเอกสารและบทความทางธุรกิจในสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์

Usages of English listening, speaking, reading, and writing; vocabularies, idioms, and phrases in business communications from business documents and articles in ordinary publications and e-publications

3131101 เศรษฐศาสตร์จุลภาค 1 3(3-0-6)

Microeconomics 1

ความรู้เบื้องต้นในการศึกษาเศรษฐศาสตร์ อุปสงค์ อุปทานและดุลยภาพตลาด ความยืดหยุ่นของอุปสงค์และความยืดหยุ่นของอุปทาน การแทรกแซงของภาครัฐ การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคทฤษฎีการผลิตต้นทุน การผลิตรายรับและกำไร การกำหนดราคาสินค้าและราคา ปัจจัยการผลิตในตลาดสินค้าและตลาดปัจจัย การผลิตดุลยภาพคลุมทุกส่วนและเศรษฐศาสตร์สวัสดิการเบื้องต้น

Introduction of economics; demand, supply, and market equilibrium; demand and supply elasticity; government intervention, consumer behavior analysis, production theory, production cost, revenue and profit; goods price and input price determination in goods and input market; general equilibrium, fundamental welfare economics

3131102 เศรษฐศาสตร์มหภาค 1 3(3-0-6)

Macroeconomics 1

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับทฤษฎีเศรษฐศาสตร์มหภาค การกำหนดขึ้นเป็นรายได้และผลิตภัณฑ์ประชาชาติ ฟังก์ชั่นการบริโภคและการออม ฟังก์ชั่นการลงทุน ฟังก์ชั่นการใช้จ่ายรัฐบาลฟังก์ชั่นการส่งออกและการนำเข้า บทบาทของนโยบายการเงินและนโยบายการคลังต่อระบบเศรษฐกิจ บทบาทภาครัฐและการก่อหนี้สาธารณะ เงินสถาบันการเงินและการสร้างปริมาณการเงิน,การค้าระหว่างประเทศ การจ้างงานและการว่างงาน

อัตราดอกเบี้ย ภาวะเงินเฟ้อ ภาวะเงินฝืด วัฏจักรธุรกิจ

Theoretical foundations of macroeconomics; the determination of the level of national income, consumption and saving function, investment function, government function, import and export function; monetary and fiscal policies, monetary theory, public debt, and international economic issues; employment and unemployment, inflation, macroeconomic models; real business cycle models and Keynesian business cycle models in closed and open economies

3141100 หลักการบัญชีเบื้องต้น 3(2-2-5)

Introduction to Accounting Principles

หลักบัญชีบัญชีคู่ การวิเคราะห์รายการค้า การบันทึกรายการในสมุดรายวันขั้นต้น สมุดบัญชีแยกประเภท กระดาษทำการ จัดทำงบทดลอง การปรับปรุงและปิดบัญชี การทำงบการเงินของกิจการให้บริการกิจการซื้อมาขายไปและกิจการอุตสาหกรรมขนาดย่อม หลักคุณธรรมในการทำบัญชี

Introduction to double entry accounting; business transaction analysis, books of original entry, ledgers, work sheets, trial balances; adjusting and closing entries; financial statements for service, small manufacturing, and trade businesses; moral principles in accounting

3141201 การเงินธุรกิจ 3(3-0-6)

Business Finance

รายวิชาที่ต้องลงทะเบียนมาก่อน : 3141100 หลักการบัญชีเบื้องต้น

หลักการเงินธุรกิจที่ผู้จัดการทางการเงินต้องรับผิดชอบ เป้าหมายของการสร้างมูลค่าเพิ่มของกิจการ สภาพแวดล้อมทางการเงิน การวางแผนทางการเงิน การวิเคราะห์ความเสี่ยงและผลตอบแทน การวิเคราะห์ค่าของเงินตามเวลา การจัดหาเงินทุนทั้งระยะสั้นและระยะยาว โครงสร้างของเงินทุนและต้นทุนของเงินทุน โครงสร้างหนี้สิน การบริหารสินทรัพย์หมุนเวียนและสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน และการตัดสินใจลงทุน

Prerequisite : Introduction to Accounting Principles

The basic principles of financial management for business; the responsibilities of financial managers; maximization of enterprise value, financial analysis, cash flow analysis, financial planning and control, fundamental analysis on risk and return, time value of money, short-term and long-term financing, the costs of capital, current asset management, non-current-assets, investment techniques and capital budgeting

3141202 กฎหมายเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจและภาษีอากร 3(2-2-5)

Business Laws and Taxation

หลักกฎหมายทั่วไปเกี่ยวกับการจัดองค์กรธุรกิจ รูปแบบองค์กรธุรกิจตามกฎหมายไทย ลักษณะกฎหมาย และการชำระบัญชี กฎหมายเกี่ยวกับ การประกอบกิจกรรมทางธุรกิจ หลักกฎหมายซื้อขาย เช่าทรัพย์ เช่าซื้อ กู้ยืม ค้ำประกัน จำนอง จำนำ ตั๋วเงิน รวมทั้งศึกษาเกี่ยวกับตราสารทางการเงิน ทั้งตราสารทุน และตราสารหนี้หลักการจัดเก็บภาษีอากรตามประมวลรัษฎากร ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ อากรแสตมป์ ภาษีโรงเรือน ภาษีบำรุงท้องที่และภาษีป้าย ความรับผิดชอบ และคุณธรรมของบุคคล และองค์กรธุรกิจในการเสียภาษี

General principle of law for organizing organization; types of business organization complied with Thai's law; feature of law, tax payment, law relating to business transaction; purchase, rent, leasing, loan, indorsement, mortgage, bill of exchange, and financial instruments; stock and bond, tax collection, personal tax, corporate tax, value added tax, specific business taxes, revenue stamps, property taxes, local maintenance taxes, and signboard taxes; responsibility, and ethics of person and business for tax payment

3.2 ชื่อ นามสกุล เลขบัตรประจำตัวประชาชน ตำแหน่ง และคุณวุฒิการศึกษาของอาจารย์ประจำหลักสูตร อาจารย์ประจำ และอาจารย์พิเศษสาขาวิชาการตลาด

3.2.1 อาจารย์ประจำหลักสูตร

ที่	ชื่อ-นามสกุล เลขประจำตัวประชาชน	ตำแหน่งทางวิชาการ	คุณวุฒิ(สาขาวิชา)	สถาบัน และปีพ.ศ.ที่สำเร็จการศึกษา
1.	นางสุพรรณี จองวิวัฒสกุล 4-1599-xxxxx-xx-x	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (การตลาด)	บธ.ม. (การบริหารทรัพยากรมนุษย์และองค์การ) บธ.ม. (การบริหารการตลาด) บธ.บ. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548 มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 2535 มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2527
2.	นางสาวเสาวณี เรืองไชยศรี 3-1021-xxxxx-xx-x	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (การตลาด)	D.M.S. (Management Science) บธ.ม. (การบริหารการตลาด) ศ.บ. (เศรษฐศาสตร์การคลัง)	Technological University of Philippiness, 2546 มหาวิทยาลัยสยาม, 2535 มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2527
3.	นางสาวสุภาพร ปริญญาเศรษฐกุล 3-1002-xxxxx-xx-x	อาจารย์	บธ.ม. (การตลาด) บธ.บ. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2542 มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 2537
4.	นางสาวเดือนเด่น วสุนันต์ 3-1022-xxxxx-xx-x	อาจารย์	บธ.ม. (การบริหารการตลาด) ศศ.บ. (การโรงแรมและการท่องเที่ยว)	มหาวิทยาลัยสยาม, 2540 มหาวิทยาลัยสยาม, 2537

ที่	ชื่อ-นามสกุล เลขประจำตัวประชาชน	ตำแหน่ง ทางวิชาการ	คุณวุฒิ(สาขาวิชา)	สถาบัน และปีพ.ศ.ที่ สำเร็จการศึกษา
5.	นายพิศิษฐ์ ชำนาญูนา 1-1020-xxxxx-xx-x	อาจารย์	ศษ.ม. (การจัดการอาชีวศึกษา) บธ.ม. (การตลาด) บธ.ม. (การจัดการทั่วไป) ศศ.บ. (สื่อสารมวลชน) บธ.บ. (การตลาด) ศษ.บ. (ธุรกิจศึกษา)	มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2558 มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2554 มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา, 2551 มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2559 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช, 2557 มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2548
6.	นายธัชพงศ์ เศรษฐบุตร 3-1012- XXXXX- XX-X	รองศาสตราจารย์ (การบริหารทรัพยากรมนุษย์)	บธ.ด. (การพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมและทรัพยากรมนุษย์) บธ.ม. (การบริหารทรัพยากรมนุษย์และองค์การ) อส.บ. (เทคโนโลยีไฟฟ้าอุตสาหกรรม) เกียรตินิยม	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, 2557 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, 2542

ที่	ชื่อ-นามสกุล เลขประจำตัวประชาชน	ตำแหน่งทางวิชาการ	คุณวุฒิ(สาขาวิชา)	สถาบัน และปีพ.ศ.ที่สำเร็จการศึกษา
7.	นางวรางคนางค์ สกุลวงศ์ ลีหยาน 3-9009- XXXXX- XX-X	อาจารย์	บธ.ม.(การบัญชี) บช.บ. (การบัญชี)	มหาวิทยาลัยเกษตร-ศาสตร์, 2549 มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 2544
8.	นางเกษรา โพธิ์เย็น 3-1014- XXXXX- XX-X	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (การบริหารทรัพยากรมนุษย์)	บธ.ม. (การบริหารธุรกิจ) ศศ.บ. (การจัดการทั่วไป)	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2550 วิทยาลัยครูสวนดุสิต, 2537
9.	นางสาวนภัสพร นิยะวานนท์ 3-6699- XXXXX- XX-X	อาจารย์	บธ.ม. (การประกอบการ) ศศ.บ. (สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา)	มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2553 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2546
10.	นายอุกฤต คูหพันธ์ 3-7701- XXXXX -XX-X	อาจารย์	บธ.ม. (การบริหารทรัพยากรมนุษย์และองค์การ) บช.บ. (การบัญชี)	ม.ธรรมศาสตร์, 2548 ม.ธรรมศาสตร์, 2544
11.	นางสาวรัชนก ปัญญาสุพัฒน์ 3-7109-xxxxx-xx-x	อาจารย์	บธ.ม. (การประกอบการ) ค.บ. (เทคโนโลยีและนวัตกรรมการศึกษา)	มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2554 มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา, 2548

ที่	ชื่อ-นามสกุล เลขประจำตัวประชาชน	ตำแหน่งทางวิชาการ	คุณวุฒิ(สาขาวิชา)	สถาบัน และปีพ.ศ.ที่สำเร็จการศึกษา
12.	นายชัยวิชญ์ ม่วงหมี 5-6606-xxxxx-xx-x	อาจารย์	บธ.ด. (การตลาด) บธ.ม. (การตลาด) ศศ.บ. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย, 2555 มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์, 2546 สถาบันราชภัฏธนบุรี, 2541
13.	นายขวัญชัย ช้างเกิด 1-1205- XXXXX- XX-X	อาจารย์	บธ.ม. (การจัดการโลจิสติกส์ บธ.บ. (คอมพิวเตอร์ธุรกิจ)	มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2556 มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา, 2552

หมายเหตุ ประวัติ ผลงานทางวิชาการ และภาระงานสอน ดูที่ภาคผนวก ก

3.2.2 อาจารย์ประจำ

ที่	ชื่อ-นามสกุล เลขประจำตัวประชาชน	ตำแหน่ง ทางวิชาการ	คุณวุฒิ(สาขาวิชา)	สถาบัน และปีพ.ศ.ที่ สำเร็จการศึกษา
1.	นางสุนันทา เลาหนันทน์ 3-8001-XXXXX- XX-X	รองศาสตราจารย์ (การจัดการ)	Ph.D. (Management and Planning) M.S in Ed. (Educational Management) กศ.ม. (ภาษาและวรรณคดีอังกฤษ) ค.บ. (เกียรตินิยม) Cert. (Concept Towards Modernization),	The University of Alabama U.S.A, 2526 Southern Illinois University, U.S.A., 2522 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร, 2521 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2516 IATSS Forum, Japan, 2532
2.	นางปรียานุช กิจรุ่งโรจน์เจริญ 3-1898- XXXXX- XX-X	รองศาสตราจารย์ (การบัญชี)	บช.ม. (บัญชีต้นทุน) บช.บ. (บัญชีการเงิน)	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2528 มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2524
3.	นายกัมพล เชื้อแถว 3-1022- XXXXX- XX-X	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์ (เศรษฐศาสตร์)	Ph.D. (Economics) ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์) ศ.บ. (เศรษฐศาสตร์) ศษ.บ. (โสตทัศนศึกษา)	University Utara Malaysia, 2551 สถาบันเทคโนโลยีสังคม (เกริก), 2536 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2541 มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2526
4.	นางสาวณุศณี มีแก้วกุญชร 3-1011- XXXXX- XX-X	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์ (การเงิน)	Ph.D. (Business Administration) (Finance) พบ.ม. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) เกียรตินิยม บธ.บ. (บริหารธุรกิจ)	The University of Texas at Arlington, USA, 2545 สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2538 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์,

ที่	ชื่อ-นามสกุล เลขประจำตัวประชาชน	ตำแหน่ง ทางวิชาการ	คุณวุฒิ(สาขาวิชา)	สถาบัน และปีพ.ศ.ที่ สำเร็จการศึกษา
			เกียรตินิยม	2535
5.	นางระวีพันธ์ สะอาดเอี่ยม 3-1014- XXXXX- XX-X	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์ (การบัญชี)	บธ.ม. (การเงิน) บช.บ. (การบัญชี)	มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2543 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2523
6.	นางสิริรักษ์ ศรีเสวก 3-1020- XXXXX- XX-X	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์ (การบัญชี)	บธ.ม. (การบัญชี) บช.บ. (การบัญชี)	มหาวิทยาลัยสยาม, 2539 มหาวิทยาลัยสยาม, 2525
7.	นายธัชพงศ์ เศรษฐบุตร 3-1012- XXXXX- XX-X	รองศาสตราจารย์ (การบริหาร ทรัพยากรมนุษย์)	บธ.ด. (การพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมและทรัพยากรมนุษย์) บธ.ม. (การบริหารทรัพยากรมนุษย์และองค์การ) อส.บ. (เทคโนโลยีไฟฟ้าอุตสาหกรรม) เกียรตินิยม	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, 2557 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, 2542
8.	นางนงนุช อุณอนันต์ 3-1021- XXXXX- XX-X	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์ (การบริหาร ทรัพยากรมนุษย์)	บธ.ม. (การจัดการทั่วไป) บธ.บ. (การจัดการทั่วไป)	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2546 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช, 2539
9.	นางเกษรา โพธิ์เย็น 3-1014- XXXXX- XX-X	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์ (การบริหาร ทรัพยากรมนุษย์)	บธ.ม. (การบริหารธุรกิจ) ศศ.บ. (การจัดการทั่วไป)	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2550 วิทยาลัยครูสวนดุสิต, 2537

ที่	ชื่อ-นามสกุล เลขประจำตัวประชาชน	ตำแหน่ง ทางวิชาการ	คุณวุฒิ(สาขาวิชา)	สถาบัน และปีพ.ศ.ที่ สำเร็จการศึกษา
10.	นางสาวภัทิรา มาศมาลัย 3-1022- XXXXX- XX-X	อาจารย์	M.B.A. (Finance & International Business) วท.บ. (สถิติ)	University of St. Thomas USA., 2540 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ บางเขน, 2537
11.	นายพิทักษ์พงษ์ คมพุดซา 3-1021- XXXXX- XX-X	อาจารย์	วท.ม. (เทคโนโลยีสารสนเทศ) วท.บ. (วิทยาการคอมพิวเตอร์)	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, 2551 สถาบันราชภัฏนครราชสีมา, 2538
12.	นางวรางคนางค์ สกุลวงศ์ ลีหยาน 3-9009- XXXXX- XX-X	อาจารย์	บธ.ม.(การบัญชี) บช.บ. (การบัญชี)	มหาวิทยาลัยเกษตร-ศาสตร์, 2549 มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 2544
13.	นายนเรศ นิภากรพันธ์ 3-1021- XXXXX- XX-X	อาจารย์	ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) วท.ม. (เศรษฐศาสตร์) วท.บ. (เศรษฐศาสตร์เกษตร)	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2553 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2544 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2540
14.	นายอดิเรก วัชรพัฒนกุล 5-1009- XXXXX- XX-X	อาจารย์	M.B.A. (General Management) M.M. (Entrepreneurship Management) ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) ศ.บ. (เศรษฐศาสตร์) บธ.บ. (การบริหารทรัพยากรมนุษย์)	International Program, Ramkhamhaeng University, 2547 International Program, Mahidol University, 2545 สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2544 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2552 สถาบันราชภัฏจันทรเกษม, 2541

ที่	ชื่อ-นามสกุล เลขประจำตัวประชาชน	ตำแหน่ง ทางวิชาการ	คุณวุฒิ(สาขาวิชา)	สถาบัน และปีพ.ศ.ที่ สำเร็จการศึกษา
15.	นางสาวนภัสพร นิยะวานนท์ 3-6699- XXXXX- XX-X	อาจารย์	บธ.ม. (การประกอบการ) ศศ.บ. (สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา)	มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2553 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2546
16.	นางสาวรัชนก ปัญญาสุพัฒน์ 3-7109- XXXXX- XX-X	อาจารย์	บธ.ม. (การประกอบการ) ค.บ. (เทคโนโลยีและนวัตกรรมการศึกษา)	มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2554 มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา, 2548
17.	นางสาวกรกช วนกรกุล 5-1005- XXXXX- XX-X	อาจารย์	M.I.B. (Master of International Business Management บธ.บ. (การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ)	University Of Wollongong Australia, 2548 มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2544
18.	นางสาวสมาพร ปัญญาวรายุทธ 3-1020- XXXXX- XX-X	อาจารย์	บช.ม. (การบัญชี) บช.บ. (การบัญชี)	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550 มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2544
19.	นายอรรถวิทย์ เฉลียวเกรียงไกร 3-1021- XXXXX- XX-X	อาจารย์	ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) ศ.บ. (ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์)	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2546 มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2540
20.	นายอุกฤต คูหพันธ์ 3-7701- XXXXX- XX-X	อาจารย์	บธ.ม. (การบริหารทรัพยากรมนุษย์และองค์การ) บช.บ. (การบัญชี)	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544

ที่	ชื่อ-นามสกุล เลขประจำตัวประชาชน	ตำแหน่ง ทางวิชาการ	คุณวุฒิ(สาขาวิชา)	สถาบัน และปีพ.ศ.ที่ สำเร็จการศึกษา
21.	นายเดชา พนาวกุล 3-1007- XXXXX- XX-X	อาจารย์	วท.ม. (การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์การ), เกียรตินิยม น.ม. (กฎหมายเอกชนและธุรกิจ น.บ. (นิติศาสตร์)	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2555 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545
22.	นายธีรวีร์ เอี่ยมสุวรรณ 3-1101- XXXXX- XX-X	อาจารย์	ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม) ศ.บ. (เศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม)	มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2546 มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2538
23.	นางนิตยา มณีวงศ์ 3-1020- XXXXX- XX-X	อาจารย์	M. Bus. (Logistics Management) กศ.บ. (ภาษาอังกฤษ)	Royal Melbourne Institute Of Technology, Australia, 2541 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒปทุมวัน, 2532
24.	นางสาวธีร์วรา บวชชัยภูมิ 3-3601- XXXXX- XX-X	อาจารย์	บธ.ม. (การจัดการโลจิสติกส์) บธ.บ. (อุตสาหกรรมการบริการ) ศศ.บ. (การบริหารธุรกิจ)	มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2552 มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2553 สถาบันราชภัฏราชนครินทร์ฉะเชิงเทรา, 2543

ที่	ชื่อ-นามสกุล เลขประจำตัวประชาชน	ตำแหน่ง ทางวิชาการ	คุณวุฒิ(สาขาวิชา)	สถาบัน และปีพ.ศ.ที่ สำเร็จการศึกษา
25.	นายขวัญชัย ช้างเกิด 1-1205- XXXXX- XX-X	อาจารย์	บธ.ม. (การจัดการโล จิสติกส์ บธ.บ. (คอมพิวเตอร์ธุรกิจ)	มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2556 มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา, 2552
26.	นางสาวกรองทอง หีบโคกสูง 1-3099- XXXXX- XX-X	อาจารย์	วศ.ม. วิศวกรรมโยธา (ขนส่ง) วศ.บ. วิศวกรรมขนส่ง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, 2555 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี-สุรนารี, 2552
27.	นางสุพรรณี จองวิวัฒสกุล 4-1599-xxxxx-xx-x	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (การตลาด)	บธ.ม. (การบริหารทรัพยากรมนุษย์และองค์การ) บธ.ม. (การบริหารการตลาด) บธ.บ. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548 มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 2535 มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2527
28.	นางสาวเสาวณี เรืองไชยศรี 3-1021-xxxxx-xx-x	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (การตลาด)	D.M.S. (Management Science) บธ.ม. (การบริหารการตลาด) ศ.บ. (เศรษฐศาสตร์การคลัง)	Technological University of Philippiness, 2546 มหาวิทยาลัยสยาม, 2535 มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2527
29.	นางสาวสุภาพร ปริญญาเศรษฐกุล 3-1002-xxxxx-xx-x	อาจารย์	บธ.ม. (การตลาด) บธ.บ. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2542 มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 2537

ที่	ชื่อ-นามสกุล เลขประจำตัวประชาชน	ตำแหน่ง ทางวิชาการ	คุณวุฒิ(สาขาวิชา)	สถาบัน และปีพ.ศ.ที่ สำเร็จการศึกษา
30.	นางสาวเดือนเด่น วสุนันต์ 3-1022-xxxxx-xx-x	อาจารย์	บธ.ม. (การบริหารการตลาด) ศศ.บ. (การโรงแรมและการท่องเที่ยว)	มหาวิทยาลัยสยาม, 2540 มหาวิทยาลัยสยาม, 2537
31.	นายพิศิษฐ์ ชำนาญนา 1-1020-xxxxx-xx-x	อาจารย์	ศษ.ม. (การจัดการอาชีวศึกษา) บธ.ม. (การตลาด) บธ.ม. (การจัดการทั่วไป) ศศ.บ. (สื่อสารมวลชน) บธ.บ. (การตลาด) ศษ.บ. (ธุรกิจศึกษา)	มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2558 มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2554 มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา, 2551 มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2559 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช, 2557 มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2548

3.2.3 อาจารย์พิเศษ

ที่	ชื่อ-นามสกุล เลขประจำตัวประชาชน	ตำแหน่ง ทางวิชาการ	คุณวุฒิ(สาขาวิชา)	สถาบัน และปีพ.ศ.ที่ สำเร็จการศึกษา
1.	นางสาวสิริพร เดชปัญญาวัฒน์ 1-1008-xxxxx-xx-x	อาจารย์	วท.ม. (วิศวกรรมซอฟต์แวร์) วท.บ. (วิทยาการ คอมพิวเตอร์)	มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2522 มหาวิทยาลัยราชภัฏ สวนดุสิต, 2548
2.	นายวันชัย ปริญญาเศรษฐกุล 3-1002-xxxxx-xx-x	อาจารย์	บธ.ม. (การตลาด) บธ.บ. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2552 มหาวิทยาลัยธุรกิจ บัณฑิตย์, 2538

4. องค์ประกอบเกี่ยวกับประสบการณ์ภาคสนาม

หลักสูตรมีความต้องการให้บัณฑิตมีประสบการณ์ในวิชาชีพก่อนเข้าสู่การทำงานจริง ดังนั้นในหลักสูตรจึงมีรายวิชาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มวิชาประสบการณ์วิชาชีพ

4.1 มาตรฐานผลการเรียนรู้ของประสบการณ์ภาคสนาม

1) ทักษะในการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ ตลอดจนมีความเข้าใจหลักการ ความจำเป็นในการเรียนรู้ทฤษฎีมากยิ่งขึ้น

2) บูรณาการความรู้ที่เรียนมาเพื่อนำไปแก้ปัญหาในการทำงานจริงได้อย่างเหมาะสม

3) มีมนุษยสัมพันธ์และสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี

4) มีระเบียบวินัย ตรงเวลา และเข้าใจวัฒนธรรมองค์กร ตลอดจนสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานประกอบการได้

5) มีความกล้าในการแสดงออก และนำความคิดสร้างสรรค์ไปใช้ประโยชน์ในงานได้

4.2 ช่วงเวลา

รายวิชาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด กำหนดให้นักศึกษาต้องลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษาที่ 2 ของปีการศึกษาที่ 4 และได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา โดยนักศึกษาต้องฝึกงานที่ตรงหรือสอดคล้องกับหลักสูตรให้ครบอย่างน้อย 300 ชั่วโมง

4.3 การจัดเวลาและตารางสอน

รายวิชาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด จัดเต็มเวลา 1 ภาคการศึกษาปกติสำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 4 ภาคเรียนที่ 2

5. ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงงานหรืองานวิจัย

ในการทำโครงงานหรือวิจัย ในหลักสูตรนี้มีอยู่ในรายวิชาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด ซึ่งเป็นหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับการประยุกต์ใช้ความรู้และทักษะทางทฤษฎีทางบริหารธุรกิจและการตลาดในระดับบุคคลและมีรายงานที่ต้องนำส่งตามรูปแบบและระยะเวลาที่หลักสูตรกำหนด อย่างเคร่งครัด

5.1 รายวิชาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด

5.1.1 คำอธิบายโดยย่อ

การวิจัยรายบุคคลและ/หรือโครงงานพิเศษทางการตลาดที่มุ่งเน้นความรู้และการแสดงให้เห็นถึงความเข้าใจและความสามารถในการประยุกต์ใช้ความรู้ทางบริหารธุรกิจและทางการตลาด

5.1.2 มาตรฐานผลการเรียนรู้

มีความคิดเป็นระบบ สามารถนำองค์ความรู้จากการทำโครงงานไปประยุกต์ใช้ในการแก้ปัญหาต่างๆ ในอนาคตได้

5.1.3 ช่วงเวลา

ภาคการศึกษาที่ 2 ของชั้นปีที่ 4

5.1.4 จำนวนหน่วยกิต

3 หน่วยกิต

5.1.5 การเตรียมการ

จัดเตรียมเอกสาร พร้อมแก้ไขข้อมูลในคู่มือประกอบการไปฝึกประสบการณ์วิชาชีพเพื่อให้ข้อมูลทันสมัยอยู่เสมอ แจ้งรายชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา พร้อมขอบเขตหัวข้อโครงงานตามความสนใจของอาจารย์ที่ปรึกษาแต่ละท่านให้นักศึกษาทราบ หรือให้คำปรึกษากับนักศึกษาที่มีหัวข้อโครงงานของตนเองและต้องการจะพัฒนากำหนดชั่วโมงในการให้คำปรึกษา

5.1.6 กระบวนการประเมินผล

(1) จัดคณะกรรมการสอบโครงงานพิเศษ

(2) กำหนดเกณฑ์การประเมินผลโครงงานพิเศษ

(3) กำหนดระยะเวลาในการประเมินผลโครงงาน

(4) กำหนดสัดส่วนคะแนนในการประเมินผลโครงงานแต่ละรายการ

(5) คณะกรรมการสอบโครงงานพิเศษนำผลการประเมินโครงงานพิเศษเสนอคณะกรรมการหลักสูตรและคณะกรรมการวิชาการคณะ

หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล

1. การพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของนิสิตนักศึกษา

คุณลักษณะพิเศษ	กลยุทธ์หรือกิจกรรมของนิสิตนักศึกษา
ทักษะการขาย การเจรจาต่อรอง และการนำเสนอ สามารถตอบสนองความต้องการงานวิชาชีพด้านการตลาดและพัฒนาสู่การเป็นผู้ประกอบการ	จัดการอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการเขียนแผนการตลาด การขายและการเจรจาต่อรอง โดยเน้นการพัฒนาเรื่องความเป็นผู้นำ ทักษะการขาย และการนำเสนอจากผู้ประกอบการ ที่ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด
มีคุณธรรมและจริยธรรมทางการตลาด	การจัดโครงการที่เกี่ยวกับคุณธรรมและจริยธรรมที่สร้างจิตสำนึกต่อชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

2. การพัฒนาผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน

2.1 หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

1) ด้านคุณธรรม จริยธรรม

ผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	วิธีการวัดและประเมินผล
1. มีคุณธรรมจริยธรรมในการดำเนินชีวิต 2. มีความซื่อสัตย์สุจริต 3. มีความฉลาดทางอารมณ์ 4. มีจิตสำนึกสาธารณะ	1. การบรรยาย 2. การสาธิต 3. การอภิปราย 4. การสอนที่สอดแทรกคุณธรรม จริยธรรม โดยใช้เอกสารและสื่อต่างๆ 5. การสอนโดยใช้การเรียนรู้จากกรณีศึกษา บทบาทสมมุติ สถานการณ์จำลอง เกม 6. การเรียนรู้ในกิจกรรมที่ให้ผู้เรียนได้ปฏิบัติในสถานการณ์จริง 7. การกำหนดพฤติกรรม ข้อปฏิบัติเพื่อให้ผู้เรียนปฏิบัติตาม 8. การจัดกิจกรรมการเรียน การสอนและมอบหมายงาน	1. ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรม ปฏิสัมพันธ์ในชั้นเรียน การอภิปรายในชั้นเรียน หรือ การเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ 2. ประเมินจากการปฏิบัติงานหรือผลงาน 3. ประเมินจากการวิเคราะห์ใบงาน รายงาน ผลงาน หรือผลผลิตของผู้เรียน

2) ด้านความรู้

ผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	วิธีการวัดและประเมินผล
1. มีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาวิชา 2. มีความรู้ความเข้าใจในความเป็นไทย ภาษาและวัฒนธรรมอาเซียน 3. มีความสามารถนำความรู้ไปพัฒนาตนเอง	1. การบรรยาย 2. การสาธิต 3. การอภิปราย 4. การฝึกปฏิบัติการ 5. การทำโครงการโครงงาน 6. การสอนทักษะการสืบค้น ทักษะการเรียนรู้ต่างๆ เพื่อนำไปใช้ในการเรียนรู้ผ่านการแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง 7. การสอนโดยใช้การเรียนรู้จากกรณีศึกษา สถานการณ์จำลอง เกม หรือสถานการณ์จริง 8. การศึกษาดูงานหรือเชิญวิทยากรผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ตรงมาเป็นวิทยากรเฉพาะเรื่อง	1. การทดสอบย่อย แบบฝึกหัด 2. การสอบปลายภาค และ/หรือการสอบกลางภาค 3. ประเมินจากใบงาน รายงาน ผลงาน หรือผลผลิตของผู้เรียน 4. ประเมินจากการนำเสนอรายงาน หรือผลงานของผู้เรียน 5. ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรม ปฏิสัมพันธ์ในชั้นเรียน การอภิปรายในชั้นเรียน หรือการมีส่วนร่วมในการตอบคำถาม

3) ด้านทักษะทางปัญญา

ผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	วิธีการวัดและประเมินผล
1. มีทักษะการแสวงหาความรู้ติดตามการเปลี่ยนแปลงของบริบททางสังคมเพื่อพัฒนาตนเอง 2. มีทักษะการคิดวิเคราะห์ คิดสังเคราะห์ คิดอย่างมีเหตุผล คิดอย่างมีวิจารณญาณ และคิดแบบองค์รวม 3. มีความสามารถแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์	1. การบรรยาย 2. การสาธิต 3. การอภิปราย 4. การฝึกปฏิบัติการ 5. การทำโครงการ โครงงาน 6. การวิเคราะห์สังเคราะห์ข้อมูลจากการสืบค้น การบรรยาย เอกสารและสื่อต่างๆ เพื่อนำไปสู่การอภิปราย การนำเสนอในชั้นเรียน 7. การศึกษาดูงาน เรียนรู้นอก	1. การทดสอบย่อย แบบฝึกหัด 2. การสอบปลายภาค และ/หรือการสอบกลางภาค 3. ประเมินจากกิจกรรม ใบงาน รายงาน ผลงาน ผลผลิต หรือการนำเสนอของผู้เรียน 4. ประเมินจากการอภิปรายหรือการแสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน การมีส่วนร่วมในการตอบคำถาม

ผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	วิธีการวัดและประเมินผล
	สถานที่ เรียนรู้จากประสบการณ์ เรียนรู้จากชุมชน เรียนรู้จากสภาพจริง 5. การสอนโดยใช้การเรียนรู้จากกรณีศึกษา สถานการณ์จำลอง เกม เพื่อนำไปสู่การสังเคราะห์ วิเคราะห์ และวิพากษ์ 6. การสอนทักษะการสืบค้น ทักษะการเรียนรู้ต่างๆ เพื่อนำไปใช้ในการเรียนรู้ผ่านการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง	

4) ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

ผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	วิธีการวัดและประเมินผล
1. มีความเข้าใจความต่างด้านวัฒนธรรม และความต่างด้านกระบวนทัศน์ 2. มีความรับผิดชอบต่อสังคมประเทศชาติ พร้อมเป็นสมาชิกประชาคมอาเซียนและประชาคมโลก 3. มีภาวะผู้นำ และความสามารถในการทำงานร่วมกัน	1. การสอนโดยเน้นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนกับผู้เรียน ผู้เรียนกับผู้สอน ผู้เรียนกับบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้อง 2. การสอนโดยการจัดกิจกรรมกลุ่ม เพื่อส่งเสริมการปฏิบัติงานในฐานะผู้นำ ผู้ตามที่ดี โดยผ่านกิจกรรมการทำรายงาน โครงการ โครงงาน เพื่อการนำเสนอ 3. การสอนโดยใช้การเรียนรู้จากบทบาทสมมุติ กรณีศึกษา หรือสถานการณ์จำลอง เพื่อเรียนรู้การปรับตัว บทบาท ความรับผิดชอบ และบทบาทความเป็นผู้นำและผู้ตาม 4. การศึกษาดูงาน เรียนรู้นอก	1. ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรม ปฏิสัมพันธ์ในชั้นเรียนความรับผิดชอบ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ที่ได้รับมอบหมาย 2. ประเมินจากทักษะการแสดงออกในภาวะผู้นำ ผู้ตามจากสถานการณ์การเรียนการสอนที่กำหนด 3. ประเมินจากความสามารถในการทำงาน การปฏิบัติงานร่วมกัน 4. ประเมินจากการนำเสนอใบงาน รายงาน ผลงาน หรือผลผลิตของผู้เรียน

ผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	วิธีการวัดและประเมินผล
	สถานที่เรียนรู้จากประสบการณ์ เรียนรู้จากชุมชน เรียนรู้จากสภาพจริง	

5) ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

ผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	วิธีการวัดและประเมินผล
1. มีทักษะการสื่อสาร 2. มีทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข 3. มีทักษะและสามารถใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์และรู้เท่าทัน	1. การบรรยาย 2. การสาธิต 3. การสอนโดยส่งเสริมการเรียนรู้ที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารได้หลากหลายรูปแบบ 4. การสอนโดยมอบหมายให้ผู้เรียนได้ใช้การสื่อสารทั้งการพูด การฟัง การอ่าน การเขียนระหว่างผู้เรียนกับผู้เรียน ผู้เรียนกับผู้สอน และบุคคลอื่นๆ 5. การสอนโดยใช้การเรียนรู้จากกรณีศึกษา บทบาทสมมุติ สถานการณ์จำลอง	1. ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรม การสื่อสาร การมีส่วนร่วม หรือการติดต่อผู้สอนผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ การเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ 2. ประเมินจากความสามารถในการอธิบาย อภิปราย หรือการนำเสนอ 3. ประเมินจากใบงาน รายงาน ผลงาน หรือผลผลิตของผู้เรียน ทั้งในด้านการสืบค้นข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การประมวลผล และการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อการนำเสนอในรูปแบบที่เหมาะสม

2.2 หมวดวิชาเฉพาะ

1) ด้านคุณธรรม จริยธรรม

ผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	วิธีการวัดและประเมินผล
1. มีคุณธรรมจริยธรรมปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพ 2. มีความซื่อสัตย์สุจริต 3. มีระเบียบวินัย	1. การเรียนแบบ Learning by doing ที่กำหนดให้ทุกรายวิชาสอดแทรกเรื่องคุณธรรม จริยธรรม อาทิ การไม่ลอกผลงาน การเข้าชั้น	1. จากการสังเกตพฤติกรรมตนเองของนักศึกษาในชั้นเรียน 2. การตรวจสอบการเข้าชั้นเรียน

ผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	วิธีการวัดและประเมินผล
4. มีจิตสำนึกสาธารณะ	เรียนตรงเวลา การส่งงานครบถ้วนตามกำหนดเวลา การเป็นแบบอย่างที่ดีในเรื่องการเคารพด้วยการกราบไหว้ การแสดงการทักทาย ฯลฯ 2. การสร้างวัฒนธรรมที่ปลูกฝังในเรื่องของความซื่อสัตย์สุจริตของงานที่ได้รับมอบหมายและการ ความมีระเบียบวินัยของการเข้าชั้นเรียน 3. การจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมการพัฒนาจิตสาธารณะให้กับนักศึกษาและการทำประโยชน์ให้กับชุมชน	อย่างสม่ำเสมอ การส่งงานตามกำหนดประเมินจากการปฏิบัติงานหรือผลงาน โดยการใช้แบบประเมินที่กำหนดขึ้นของสาขาฯ 3. ประเมินจากการตัวชี้วัดของกิจกรรมที่ส่งเสริมด้านการพัฒนาจิตสาธารณะและการเข้าร่วมกิจกรรม

2) ด้านความรู้

ผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	วิธีการวัดและประเมินผล
1. มีความรู้ความเข้าใจในหลักการ ทฤษฎีของเนื้อหาวิชา 2. มีความสามารถในการสืบค้น แสวงหาความรู้ในศาสตร์ 3. มีความสามารถในการประมวลความรู้และประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน	1. การใช้วิธีการสอนได้หลากหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อมของนักศึกษา ตามทฤษฎีและการปฏิบัติตามพลวัตของธุรกิจในปัจจุบัน 2. การสอนแบบบรรยายและบรรยายกึ่งอภิปราย การเรียนแบบใช้ปัญหาเป็นพื้นฐาน การปฏิบัติการ 3. การศึกษาดูงานหรือการเชิญผู้ส่งคุณวุฒิและผู้มีประสบการณ์โดยตรงมาบรรยาย 4. จัดการเรียนการสอนแบบสัมมนาให้นักศึกษาได้มีโอกาสค้นคว้าหาความรู้และประสบการณ์จากการแลกเปลี่ยนความรู้จากผู้สอนและจากเพื่อนนักศึกษาที่ทำงานร่วมกับการเรียน	1. จากการทดสอบย่อยแบบฝึกหัดการสอบกลางภาคและปลายภาค เมื่อสิ้นภาคการศึกษา 2. ประเมินจากใบงาน รายงานผลงาน หรือผลผลิตของผู้เรียนนำเสนอในชั้นเรียนทั้งเป็นกลุ่มและรายบุคคลอย่างสร้างสรรค์ 3. ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรม ปฏิสัมพันธ์ในชั้นเรียน การอภิปรายในชั้นเรียนหรือการมีส่วนร่วมในการตอบคำถาม 4. การประเมินจากการตัวชี้วัดของกิจกรรมที่ส่งเสริมด้านการพัฒนาความรู้

ผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	วิธีการวัดและประเมินผล
		ประสบการณ์และการเข้าร่วมกิจกรรมที่สาขาฯจัดให้กับนักศึกษา 5. การประเมินการสังเกตการร่วมกิจกรรมสัมมนาในห้องเรียนและการฝึกปฏิบัติงาน 6. การตรวจสอบงานการศึกษาค้นคว้าที่มีเนื้อหาครบถ้วนถูกต้องแต่ละวิชาและการประเมินผลจากวิชาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด

3) ด้านทักษะทางปัญญา

ผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	วิธีการวัดและประเมินผล
1. มีทักษะการแสวงหาความรู้ 2. มีทักษะการคิดวิเคราะห์ คิดสังเคราะห์ คิดอย่างมีเหตุผล 3. มีทักษะการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์	1. การเรียนการสอน ต้องฝึกกระบวนการคิดอย่างสร้างสรรค์ตั้งแต่เริ่มเข้าศึกษาโดยเริ่มต้นจากปัญหาที่ง่าย และเพิ่มระดับความยากขึ้นเรื่อยๆ ทั้งนี้ต้องจัดให้เหมาะสมและสอดคล้องกับรายวิชา 2. การทำโครงการ โครงงาน 3. การวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลจากการสืบค้น การบรรยาย เอกสาร และสื่อต่างๆ เพื่อนำไปสู่การอภิปราย การนำเสนอในชั้นเรียน 4. การศึกษาดูงาน เรียนรู้นอกสถานที่ เรียนรู้จากประสบการณ์เรียนรู้จากสภาพจริง	1. การทดสอบย่อย แบบฝึกหัด 2. การสอบปลายภาค และ/หรือ การสอบกลางภาค 3. การประเมินจากกิจกรรม ใบงาน รายงาน ผลงาน ผลผลิต หรือการนำเสนอ 4. ประเมินจากการอภิปราย หรือ การแสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน การมีส่วนร่วมในการตอบคำถาม

ผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	วิธีการวัดและประเมินผล
	5. การสอนโดยใช้การเรียนรู้จากกรณีศึกษา สถานการณ์จำลอง เกม เพื่อนำไปสู่การสังเคราะห์ วิเคราะห์ และวิพากษ์ 6. การสอนทักษะการสืบค้น ทักษะการเรียนรู้ต่างๆ เพื่อนำไปใช้ในการเรียนรู้ผ่านการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง	

4) ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

ผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	วิธีการวัดและประเมินผล
1. มีความเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี 2. มีความรับผิดชอบต่อตนเองและส่วนรวม 3. มีความไวในการรับรู้ความรู้สึกของผู้อื่น	1. การสอนโดยเน้นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนกับผู้เรียน ผู้เรียนกับผู้สอน ผู้เรียนกับบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้อง 2. การสอนโดยการจัดกิจกรรมกลุ่ม เพื่อส่งเสริมการปฏิบัติการในฐานะผู้นำ ผู้ตามที่ดี โดยผ่านกิจกรรมการทำรายงาน โครงการ โครงงาน เพื่อการนำเสนอ 3. การสอนโดยใช้การเรียนรู้จากบทบาทสมมติ กรณีศึกษา หรือสถานการณ์จำลอง เพื่อเรียนรู้ปรับตัว บทบาทความรับผิดชอบ และบทบาทความเป็นผู้นำและผู้ตาม	1. ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรม ปฏิสัมพันธ์ในชั้นเรียน ความรับผิดชอบ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ที่ได้รับมอบหมาย 2. ประเมินจากทักษะการแสดงออกในภาวะผู้นำ ผู้ตามจากสถานการณ์การเรียนการสอนที่กำหนด 3. ประเมินผลจากความสามารถในการทำงาน การปฏิบัติงานร่วมกัน 4. ประเมินจากการนำเสนอใบงาน รายงาน ผลงาน หรือผลผลิตของผู้เรียน

ผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	วิธีการวัดและประเมินผล
	4. การศึกษาดูงาน เรียนรู้นอกสถานที่ เรียนรู้จากประสบการณ์ เรียนรู้จากชุมชน เรียนรู้จากสภาพจริง	

5) ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

ผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	วิธีการวัดและประเมินผล
1. มีทักษะการสื่อสาร 2. มีทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข 3. มีทักษะการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์	1. การบรรยาย และการสาธิต 2. การสอนโดยส่งเสริมการเรียนรู้ที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารได้หลากหลายรูปแบบ 3. การสอนโดยมอบหมายให้ผู้เรียนได้ใช้การสื่อสารทั้งการพูด การฟัง การอ่าน การเขียน ระหว่างผู้เรียนกับผู้เรียน ผู้เรียนกับผู้สอน และบุคคลอื่นๆ 4. การสอนโดยใช้การเรียนรู้จากกรณีศึกษา บทบาทสมมุติ สถานการณ์จำลอง	1. ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมการสื่อสาร การมีส่วนร่วม หรือติดต่อผู้สอนผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ การเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ 2. ประเมินจากความสามารถในการอธิบาย อภิปราย หรือการนำเสนอ 3. ประเมินจากใบงาน รายงาน ผลงาน หรือผลผลิตของผู้เรียนทั้งในด้านการสืบค้นข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การประมวลผล และการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี เพื่อการนำเสนอในรูปแบบที่เหมาะสม

3.มาตรฐานผลการเรียนรู้และแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบต่อผลการเรียนรู้

มาตรฐานผลการเรียนรู้จำแนกเป็น 2 ส่วน คือ มาตรฐานผลการเรียนรู้หมวดวิชาศึกษาทั่วไป และมาตรฐานผลการเรียนรู้หมวดวิชาเฉพาะ สรุปได้ดังนี้

3.1 มาตรฐานผลการเรียนรู้หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

1) ด้านคุณธรรมจริยธรรม

1.1) มีคุณธรรมจริยธรรมในการดำเนินชีวิต

1.2) มีความซื่อสัตย์สุจริต

1.3) มีความฉลาดทางอารมณ์

1.4) มีจิตสำนึกสาธารณะ

2) ด้านความรู้

2.1) มีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาวิชา

2.2) มีความรู้ความเข้าใจในความเป็นไทย ภาษาและวัฒนธรรมอาเซียน

2.3) มีความสามารถนำความรู้ไปพัฒนาตนเอง

3) ด้านทักษะทางปัญญา

3.1) มีทักษะการแสวงหาความรู้ ติดตามการเปลี่ยนแปลงของบริบททางสังคมเพื่อพัฒนาตนเอง

3.2) มีทักษะการคิดวิเคราะห์ คิดสังเคราะห์ คิดอย่างมีเหตุผล คิดอย่างมีวิจารณญาณ และคิดแบบองค์รวม

3.3) มีความสามารถแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์

4) ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ

4.1) มีความเข้าใจความต่างด้านวัฒนธรรม และความต่างด้านกระบวนทัศน์

4.2) มีความรับผิดชอบต่อสังคม ประเทศชาติ พร้อมเป็นสมาชิกประชาคมอาเซียน และประชาคมโลก

4.3) มีภาวะผู้นำ และความสามารถในการทำงานร่วมกัน

5) ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1) มีทักษะการสื่อสาร

5.2) มีทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข

5.3) มีทักษะและสามารถใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์และรู้เท่าทัน

3.2 มาตรฐานผลการเรียนรู้หมวดวิชาเฉพาะ

1) ด้านคุณธรรม จริยธรรม

1.1) มีคุณธรรมจริยธรรมปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพและบริบททางวิชาการ

1.2) ประพฤติตนอย่างมีวินัยและรับผิดต่อตนเองและสังคม

1.3) มีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม

1.4) สามารถแก้ไขปัญหาและตัดสินใจเกี่ยวกับจิตสำนึกในวิชาชีพ

2) ด้านความรู้

2.1) มีความรู้ความเข้าใจในหลักการ ทฤษฎีของเนื้อหาวิชา

2.2) มีความสามารถในการสืบค้น แสวงหาความรู้ในศาสตร์

2.3) มีความสามารถในการประมวลความรู้และประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานมีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาวิชา

3) ด้านทักษะทางปัญญา

3.1) มีทักษะการแสวงหาความรู้ ติดตามการเปลี่ยนแปลงของ บริบททางสังคมเพื่อพัฒนาการเรียนรู้

3.2) มีทักษะการคิดวิเคราะห์ คิดสังเคราะห์ คิดอย่างมีเหตุผล เป็นระบบและคิดแบบองค์รวม

3.3) นำความรู้ไปประยุกต์ใช้กับสถานการณ์ต่างๆได้อย่างเหมาะสมและมีความ สามารถแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์

4) ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1) มีความเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี

4.2) มีความรับผิดชอบต่อตนเองและส่วนรวม

4.3) มีความไวในการรับรู้ความรู้สึกของผู้อื่น

5) ด้านทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1) มีทักษะการสื่อสาร

5.2) มีทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข

5.3) มีทักษะการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum mapping)

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

● ความรับผิดชอบหลักของรายวิชา ○ ความรับผิดชอบรองของรายวิชา

รายวิชา	1.ด้านคุณธรรมจริยธรรม				2.ด้านความรู้			3. ด้านทักษะปัญญา			4.ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ			5.ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ		
	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
วิชาศึกษาทั่วไปบังคับ																
9111101 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	●				●			●					●	●		
9111102 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร		●		●	●		●	●			●	●	●	●		
9111103 ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน		●			●		●	●		●		●	●	●		●
9121101 ทักษะชีวิต			●		●		●			●			●	●		
9121102 สังคมไทยและสังคมโลกในศตวรรษที่ 21	●			●	●	●		●			●	○		●		
9121103 ความเป็นพลเมือง	●	●	○	●	●	●	●	●		○	○	○		○	○	○
9131101 วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในชีวิตประจำวัน	○	●		●	●		○	○	●	●			●	○		●
9131102 ทักษะการเรียนรู้และแก้ปัญหาเชิงคณิตศาสตร์	●	○	○		●		○		●	○		○	●		●	○

รายวิชา	1.ด้านคุณธรรมจริยธรรม				2.ด้านความรู้			3. ด้านทักษะปัญญา			4.ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ			5.ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ		
	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
9141101 กิจกรรมทางกายเพื่อชีวิต		●	●	●	●	○	○	●			○		●	○	●	
วิชาศึกษาทั่วไปเลือก																
9112101 ภาษาและวัฒนธรรมลาว		●			●	●			●		●	●		●		
9112102 ภาษาและวัฒนธรรมพม่า		●			●	●			●		●	●		●		
9112103 ภาษาและวัฒนธรรมเวียดนาม		●			●	●			●		●	●		●		
9112104 ภาษาและวัฒนธรรมเขมร		●			●	●			●		●	●		●		
9112105 ภาษาและวัฒนธรรมมลายู		●			●	●			●		●	●		●		
9112106 ภาษาและวัฒนธรรมจีน		●			●	○			●		●	●		●		
9112107 ภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น		●			●	○			●		●	●		●		
9112108 ภาษาและวัฒนธรรมเกาหลี		●			●	○			●		●	●		●		
9122201 การจัดการสมัยใหม่และภาวะผู้นำ	●			●	●			●					●	●		○
9122202 การสื่อสารในชีวิตประจำวัน		○		●	●		○	●	○			●	○	○		●
9122203 สุนทรียะทางศิลปกรรม	●		○		●	○	○	●		○	●	○			○	●
9122204 ความสุขแห่งชีวิต			●		●			●					●	●		

รายวิชา	1.ด้านคุณธรรมจริยธรรม				2.ด้านความรู้			3. ด้านทักษะปัญญา			4.ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ			5.ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ		
	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
9132201 เทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสังคมออนไลน์	○	●		●	●			●					●			●
9132202 เทคโนโลยีสื่อดิจิทัลในชีวิตประจำวัน	●				●		●	●				●		○		●
9132203 เทคโนโลยีเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน	●		○		●		○	●		○		●		○		●
9132204 สุขภาพและความงาม	○	●	○	○	●	○	○	●	○	○	○	○	●	○	○	●

หมวดวิชาเฉพาะ

รายวิชา	1.ด้านคุณธรรมจริยธรรม				2.ด้านความรู้			3. ด้านทักษะปัญญา			4.ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ			5.ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ		
	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
หมวดวิชาเฉพาะ																
วิชาแกน																
3101100 หลักการตลาด	○	●	○		●			●	○		●		○	●		●
3102100 องค์การและการจัดการสมัยใหม่	●				●			●			●		●	●		
3103200 สถิติธุรกิจ	●	○	○		●	○		●	○				●		●	
3104203 การจัดการการผลิตและปฏิบัติการ	●			●	●	●			●			●		●		
3105100 การประยุกต์ใช้ซอฟต์แวร์ในงานธุรกิจ			●		●	●		●				●		●		●
3106201 ภาษาอังกฤษธุรกิจ	●			●	●	●	●	○		●	●	●	○			○
3131101 เศรษฐศาสตร์จุลภาค 1	●				●				●			●			●	
3131102 เศรษฐศาสตร์มหภาค 1		●			●	●			●			●			●	

รายวิชา	1.ด้านคุณธรรมจริยธรรม				2.ด้านความรู้			3. ด้านทักษะปัญญา			4.ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ			5.ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ		
	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
3141100 หลักการบัญชีเบื้องต้น	●				●			●			●		●	●	●	
3141201 การเงินธุรกิจ	●				●			●			●		●	●	●	
3141202 กฎหมายเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจและภาษีอากร	●			●	●			●			●		●	●	●	
กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน																
กลุ่มวิชาบังคับ																
3101201 พฤติกรรมผู้บริโภค	○	●		○	●		○	●		○		○	●	●		
3101202 การจัดการผลิตภัณฑ์	●	○		○	●		○	●		○	●		●	●		○
3101203 การจัดการราคา	●	○			●		○	●		○		○	●	○	●	
3101204 ช่องทางการตลาดและโลจิสติกส์	●		○		●	●	○		●			●		●		○
3101205 การสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการ	●	●			●	○	○	●	○	○	○		●	●		○
3101206 จริยธรรมทางการตลาด	○			●	●			●			○		●	●		

รายวิชา		1.ด้านคุณธรรมจริยธรรม				2.ด้านความรู้			3. ด้านทักษะปัญญา			4.ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ			5.ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ		
		1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
3101207	การตลาดบริการ	○	●	○	●	●	○		●	○		○	○	●	●		
3101301	การวิเคราะห์และการตัดสินใจทางการตลาด	●	○	○		●	○		●	○	○			●		●	○
3101302	กลยุทธ์การตลาด		●			●	○		●			○	○	●	●		
3101303	การตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์		○	●		●	●	○	●		○		●		●		●
3101304	ภาษาอังกฤษเพื่อการตลาด	●	●	●	○	●	○	○	○	○	●	○	○	●	○	○	●
3101305	การตลาดระดับโลก	○	●			●	○	○	●	●		○	○	●	●		○
3101401	การวางแผนทางการตลาด	○	●			●	○		●	○		○	○	●	●		
3101402	การวิจัยทางการตลาด	●	●	●		●	●	○	●	●	○	●	○	●	○	●	●
3101403	สัมมนาทางการตลาด	○	●		●	●	○		●	●		●	●	○	●		○
กลุ่มวิชาเลือก																	
3101208	การโฆษณาทางการตลาด	○	●			●	○		●	○		○	○	●	●		
3101209	การขายโดยบุคคลและศิลปะการขาย	●	●			●	○		●	○		○	●	●	●		

รายวิชา	1.ด้านคุณธรรมจริยธรรม				2.ด้านความรู้			3. ด้านทักษะปัญญา			4.ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ			5.ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ		
	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
3101210 การจัดการส่งเสริมการขาย		●			●				●			○	●			
3101211 การจัดกิจกรรมการตลาดและการประชาสัมพันธ์	○	●		○	●	○		●	○		○	○	●	●		
3101306 การจัดการตราสินค้าและการบรรจุภัณฑ์	○	●		○	●	○		○			○	○	●	●		
3101307 การจัดการการค้าปลีก	●	●	○	○	●	○	●	●	○	●	○	○	●	○	○	●
3101308 การจัดการการขาย	○	●			●	○		●	○		○	○	●	●	○	
3101309 การตลาดทางตรง	●	●	●	○	●	○	○	○	○	●	○	○	●	○	○	●
3101310 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์	○	●			●	○		●			○	○	●	●		
3101311 ระบบสารสนเทศทางการตลาด			●		●	●		●						●		●
3101404 ปัญหาพิเศษทางการตลาด		●			●	●		●	○		○		●	●		
3101405 การตลาดกีฬาและบันเทิง	●	○			●			●			●		●	●	●	●
3101406 การจัดการการตลาด	●			○	●			●			●		●	●		

รายวิชา	1.ด้านคุณธรรมจริยธรรม				2.ด้านความรู้			3. ด้านทักษะปัญญา			4.ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ			5.ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ		
	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพและวิชาชีพ																
3101431 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด		●		○	●		○	●		○	●			●		
3101432 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด	●	○	●	○	○	○	●	○	○	●	●	○	○	●		●

หมวดที่ 5 หลักเกณฑ์ในการประเมินผลนิสิตนักศึกษา

1. กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน (เกรด)

การประเมินผลการเรียนให้เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาว่าด้วยการประเมินผลการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ.2550

2. กระบวนการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนิสิตนักศึกษา

2.1 การทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ระดับรายวิชา ขณะนิสิตนักศึกษายังไม่สำเร็จการศึกษา

กำหนดระบบการทวนสอบผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนิสิตนักศึกษาเป็นส่วนหนึ่งของระบบการประกันคุณภาพภายในของสถาบันอุดมศึกษาที่จะต้องทำความเข้าใจตรงกันทั้งมหาวิทยาลัยและนำไปดำเนินการจนบรรลุผลสัมฤทธิ์ ซึ่งผู้ประเมินภายนอกจะต้องสามารถตรวจสอบได้

ทวนสอบในระดับรายวิชา ควรให้นิสิตนักศึกษาประเมินการเรียนการสอนในระดับรายวิชา โดยกำหนดจำนวนรายวิชาทวนสอบ 25 เปอร์เซ็นต์ของภาคการศึกษาที่เปิดการเรียนการสอนและมีคณะกรรมการพิจารณาความเหมาะสมของข้อสอบให้เป็นไปตามแผนการสอน มีการประเมินข้อสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

ทวนสอบในระดับหลักสูตร สามารถทำได้โดยมีระบบประกันคุณภาพภายในสถาบันอุดมศึกษาดำเนินการทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้และรายงานผล

2.2 การทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ระดับหลักสูตร หลังจากนิสิตนักศึกษาสำเร็จการศึกษา

การกำหนดกลวิธีการทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ของนิสิตนักศึกษา ควรเน้นการทำวิจัยสัมฤทธิผลของการประกอบอาชีพของบัณฑิต ที่ทำอย่างต่อเนื่องและนำผลวิจัยที่ได้ย้อนกลับมาปรับปรุงกระบวนการเรียนการสอนและหลักสูตรแบบครบวงจร รวมทั้งการประเมินคุณภาพของหลักสูตรและหน่วยงานโดยองค์กรระดับสากล โดยการวิจัยอาจจะดำเนินการดังตัวอย่างต่อไปนี้

1) การมีงานทำของบัณฑิต ประเมินจากบัณฑิตแต่ละรุ่นที่จบการศึกษาในด้านของระยะเวลาในการหางานทำ ความเห็นต่อความรู้ ความสามารถ ความมั่นใจของบัณฑิตในการประกอบการงานอาชีพ

2) ตรวจสอบจากผู้ใช้บัณฑิต โดยการขอเข้าสัมภาษณ์หรือการส่งแบบสอบถาม เพื่อประเมินความพึงพอใจในบัณฑิตที่จบการศึกษาและเข้าทำงานในสถานประกอบการนั้น ๆ ในช่วงระยะเวลาต่าง ๆ เช่น ปีที่ 1 ปีที่ 5 เป็นต้น

3) ประเมินตำแหน่งและหรือความก้าวหน้าในสายงานของบัณฑิต

4) ประเมินจากสถานศึกษาอื่น โดยการส่งแบบสอบถามหรือสอบถามเมื่อมีโอกาสในระดับความพึงพอใจในด้านความรู้ ความพร้อม และสมบัติด้านอื่น ๆ ของบัณฑิตจะจบการศึกษาและเข้าศึกษาเพื่อปริญญาที่สูงขึ้นในสถานศึกษานั้น ๆ

5) ประเมินจากนิสิตนักศึกษาเก่าที่ไปประกอบอาชีพในแง่ของความพร้อมและความรู้จากสาขาวิชาที่เรียนรวมทั้งสาขาอื่น ๆ ที่กำหนดในหลักสูตรที่เกี่ยวเนื่องกับการประกอบอาชีพของบัณฑิต รวมทั้งเปิดโอกาสให้เสนอข้อคิดเห็นในการปรับหลักสูตรให้ดียิ่งขึ้นด้วย

3. เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

1. เป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรม วัฒนธรรม ความประพฤติดีอันเป็นเกียรติและศักดิ์ของนักศึกษา และไม่เคยได้รับโทษทางจริยธรรมที่ไม่ให้สำเร็จการศึกษาตามข้อบังคับของมหาวิทยาลัย
2. สอบได้รายวิชาต่าง ๆ และปฏิบัติตามเงื่อนไขครบตามหลักสูตร
3. ได้ระดับค่าคะแนนเฉลี่ยสะสมตลอดหลักสูตร ไม่ต่ำกว่า 2.00
4. มีระยะเวลาเรียน และสภาพการเป็นนักศึกษาตามข้อ 35 ของข้อบังคับมหาวิทยาลัย ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี 2560
5. ไม่ค้างค่าธรรมเนียมการศึกษาหรือเงินอื่น ๆ ตามที่มหาวิทยาลัยเรียกเก็บ
6. ต้องผ่านการทดสอบความรู้ภาษาอังกฤษตามแบบทดสอบมาตรฐานระดับอุดมศึกษาที่มหาวิทยาลัยกำหนดหรือผ่านการทดสอบวัดสมิทธิภาพทางภาษาอังกฤษ (English Proficiency) หรือมาตรฐานอื่นที่มหาวิทยาลัยรับรอง

หมวดที่ 6 การพัฒนาคณาจารย์

1. การเตรียมการสำหรับอาจารย์ใหม่

1.1 จัดปฐมนิเทศแนะแนวความเป็นครูแก่อาจารย์ใหม่ ให้มีความรู้และเข้าใจนโยบายของมหาวิทยาลัย/ คณะ ตลอดจนในหลักสูตรที่สอนและการจัดทำกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ

1.2 จัดให้อาจารย์ใหม่สังเกตการณ์การสอนของอาจารย์ผู้มีประสบการณ์

1.3 จัดเตรียมคู่มืออาจารย์และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานให้อาจารย์ใหม่

1.4 กำหนดแนวทางให้มีการเพิ่มพูนความรู้ สร้างเสริมประสบการณ์เพื่อส่งเสริมการสอนและการวิจัยอย่างต่อเนื่อง การสนับสนุนด้านการศึกษาต่อ ฝึกอบรม ดูงานทางวิชาการและวิชาชีพในองค์กรต่าง ๆ การประชุมทางวิชาการทั้งในประเทศและ/หรือต่างประเทศหรือการลาเพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์

2. การพัฒนาความรู้และทักษะให้แก่คณาจารย์

2.1 การพัฒนาทักษะการจัดการเรียนการสอน การวัดและการประเมินผล

2.1.1 จัดอบรมเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการเรียนการสอน วิธีการสอน กลยุทธ์ในการสอนและการวัดและการประเมินผลในรายวิชา

2.1.2 สนับสนุนให้ผู้สอนร่วมสัมมนาเชิงวิชาการในด้านการเรียนการสอน เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้สอนอื่นหรือผู้ชำนาญการ

2.2 การพัฒนาวิชาการและวิชาชีพด้านอื่น ๆ

2.2.1 สนับสนุนให้ผู้สอนทำงานวิจัยที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน

2.2.2 พัฒนาให้ผู้สอนได้ศึกษาต่อเมื่อทำงานได้ระยะหนึ่งและมีผลงานดีเด่น

2.2.3 ให้ผู้สอนมีส่วนร่วมในการจัดทำหลักสูตร ปรับปรุงรายวิชาหรือพัฒนาหลักสูตรใหม่

2.2.4 สนับสนุนให้ผู้สอนได้รับประสบการณ์จริง โดยส่งไปฝึกงานในสถานประกอบการ และจัดสวัสดิการในการฝึกงานให้ตามสมควร

2.2.5 สนับสนุนให้ผู้สอนไปให้บริการทางวิชาการที่ตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน และสังคมเพื่อให้สามารถนำประสบการณ์มาพัฒนาการเรียนการสอน

2.5.6 จัดสรรงบประมาณสำหรับการทำวิจัย

หมวดที่ 7 การประกันคุณภาพหลักสูตร

1. การกำกับมาตรฐาน

1.1 จำนวนอาจารย์ประจำหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดมีอาจารย์ประจำหลักสูตร ปรากฏตามรายละเอียดในภาคผนวก ข โดยมีหน้าที่สอนและค้นคว้าวิจัยในสาขาวิชา

1.2 คุณสมบัติของอาจารย์ประจำหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด กำหนดคุณสมบัติของอาจารย์ประจำหลักสูตรดังนี้

1) มีคุณวุฒิขั้นต่ำปริญญาโทหรือเทียบเท่าหรือมีตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์

2) มีผลงานทางวิชาการที่ไม่ใช่ส่วนหนึ่งของการศึกษาเพื่อรับปริญญาและเป็นผลงานทางวิชาการที่ได้รับการเผยแพร่ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในการพิจารณาแต่งตั้งให้บุคคลดำรงตำแหน่งทางวิชาการอย่างน้อย 1 รายการในรอบ 5 ปีย้อนหลัง

3) สำหรับกรณีร่วมผลิตหลักสูตรกับหน่วยงานอื่นที่ไม่ใช่สถาบันอุดมศึกษาหากจำเป็นบุคลากรที่มาจากหน่วยงานนั้นอาจได้รับการยกเว้นคุณวุฒิปริญญาโทและผลงานทางวิชาการแต่ต้องมีคุณวุฒิขั้นต่ำปริญญาตรีหรือเทียบเท่าและมีประสบการณ์การทำงานในหน่วยงานแห่งนั้นมาแล้วไม่น้อยกว่า 6 ปี

1.3 คุณสมบัติของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดกำหนดคุณสมบัติอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรดังนี้

1) มีคุณวุฒิขั้นต่ำปริญญาโทหรือเทียบเท่าหรือมีตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์

2) มีผลงานทางวิชาการที่ไม่ใช่ส่วนหนึ่งของการศึกษาเพื่อรับปริญญาและเป็นผลงานทางวิชาการที่ได้รับการเผยแพร่ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในการพิจารณาแต่งตั้งให้บุคคลดำรงตำแหน่งทางวิชาการอย่างน้อย 1 รายการในรอบ 5 ปีย้อนหลัง

รูปแบบของหลักสูตรปริญญาตรีปฏิบัติการที่เน้นทักษะด้านการปฏิบัติเชิงเทคนิคในศาสตร์สาขาวิชา อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรอย่างน้อย 2 ใน 5 คน ต้องมีประสบการณ์ในด้านปฏิบัติการ โดยอาจเป็นอาจารย์ประจำของสถาบันอุดมศึกษาหรือเป็นบุคลากรของหน่วยงานที่ไม่ใช่สถาบันอุดมศึกษาที่มีข้อตกลงในการผลิตบัณฑิตของหลักสูตรร่วมกันไม่เกิน 2 คน

ภาระหน้าที่ของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร บริหารและพัฒนาหลักสูตรและการเรียนการสอนตั้งแต่การวางแผน การควบคุมคุณภาพ การติดตามประเมินผลและการพัฒนาหลักสูตร

1.4 คุณสมบัติของอาจารย์ผู้สอน

เป็นอาจารย์ประจำหรืออาจารย์พิเศษ โดยมีคุณวุฒิขั้นต่ำปริญญาโทหรือเทียบเท่าหรือมีตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ในสาขาวิชาการตลาดหรือสาขาวิชาที่สัมพันธ์กัน

ในกรณีที่มีอาจารย์ประจำที่มีคุณวุฒิปริญญาตรีหรือเทียบเท่าและทำหน้าที่อาจารย์ผู้สอนก่อนที่เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2558 จะประกาศใช้ ให้สามารถทำหน้าที่อาจารย์ผู้สอนต่อไปได้

สำหรับกรณีร่วมผลิตหลักสูตรกับหน่วยงานอื่นที่ไม่ใช่สถาบันอุดมศึกษาหากจำเป็น บุคลากรที่มาจากหน่วยงานนั้นอาจได้รับการยกเว้นคุณวุฒิปริญญาโทและผลงานทางวิชาการแต่ต้องมีคุณวุฒิขั้นต่ำปริญญาตรีหรือเทียบเท่าและมีประสบการณ์การทำงานในหน่วยงานแห่งนั้นมาแล้วไม่น้อยกว่า 6 ปี

ในกรณีของอาจารย์พิเศษอาจได้รับการยกเว้นคุณวุฒิปริญญาโทแต่ทั้งนี้ต้องมีคุณวุฒิขั้นต่ำปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และมีประสบการณ์การทำงานที่เกี่ยวข้องกับวิชาที่สอนมาแล้วไม่น้อยกว่า 6 ปี ทั้งนี้อาจารย์พิเศษต้องมีชั่วโมงสอนไม่เกินร้อยละ 50 ของรายวิชาโดยมีอาจารย์ประจำเป็นผู้รับผิดชอบรายวิชานั้น

1.5 การปรับปรุงหลักสูตรตามรอบระยะเวลาที่กำหนด

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2560) ปรับปรุงมาจากหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2555) เพื่อให้เป็นไปตามกรอบมาตรฐาน TQF

1.6 การดำเนินงานให้เป็นไปตามตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงานเพื่อการประกันคุณภาพหลักสูตรและการเรียนการสอนตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ

1) อาจารย์ประจำหลักสูตรอย่างน้อยร้อยละ 80 มีส่วนร่วมในการประชุมเพื่อวางแผน ติดตาม และทบทวนการดำเนินงานหลักสูตร

2) มีรายละเอียดของหลักสูตรตามแบบ มคอ.2 ที่สอดคล้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ

3) มีรายละเอียดของรายวิชาและรายละเอียดของประสบการณ์ภาคสนาม ตามแบบ มคอ.3 และ มคอ.4 อย่างน้อยก่อนการเปิดสอนในแต่ละภาคการศึกษาให้ครบทุกรายวิชา

4) จัดทำรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา และรายงานผลการดำเนินการของประสบการณ์ภาคสนามตามแบบ มคอ.5 และ มคอ.6 ภายใน 30 วัน หลังสิ้นสุดภาคการศึกษาที่เปิดสอนให้ครบทุกรายวิชา

5) จัดทำรายงานผลการดำเนินการของหลักสูตรตามแบบ มคอ.7 ภายใน 60 วัน หลังปีการศึกษา

6) มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ที่กำหนดในมคอ.3 และ มคอ. 4 อย่างน้อยร้อยละ 25 ของรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละปีการศึกษา

7) มีการพัฒนา/ปรับปรุงการจัดการเรียนการสอน กลยุทธ์การสอนหรือ การประเมินผลการเรียนรู้จากผลการประเมินการดำเนินงานที่รายงานในมคอ.7 ปีที่แล้ว

8) อาจารย์ใหม่ทุกคนได้รับการปฐมนิเทศหรือคำแนะนำด้านการจัดการเรียน การสอน

9) อาจารย์ประจำทุกคนได้รับการพัฒนาทางวิชาการและ/หรือวิชาชีพอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง

10) จำนวนบุคลากรสนับสนุนการเรียนการสอน(ถ้ามี)ได้รับการพัฒนาทางวิชาการและ/หรือวิชาชีพไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ต่อปี

11) ระดับความพึงพอใจของนักศึกษาปีสุดท้าย/บัณฑิตใหม่ที่มีต่อคุณภาพหลักสูตร เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.5 จากคะแนนเต็ม 5.0

12) ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อบัณฑิตใหม่ เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.5 จากคะแนนเต็ม 5.0

2. บัณฑิต

2.1 ผลที่เกิดกับนิสิตนักศึกษา

จากการสำรวจความพึงพอใจของนิสิตนักศึกษาต่ออาจารย์ทีปรึกษาทางวิชาการของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

2.2 คุณภาพบัณฑิตตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา

จากการสำรวจข้อมูลของบัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

2.3 ร้อยละของบัณฑิตปริญญาตรีที่ได้งานทำหรือประกอบอาชีพอิสระภายใน 1 ปี

จากการสำรวจภาวะการมีงานทำของบัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

3. นักศึกษา

3.1 การรับนิสิตนักศึกษา

1) หลักสูตรฯ ทำการประชุมสรุปแจ้งยอดจำนวนที่จะรับนิสิตนักศึกษาเข้าศึกษาต่อไปยังคณะฯ เพื่อพิจารณา

2) คณะฯ สรุปยอดจำนวนรับนิสิตนักศึกษาแต่ละสาขาวิชาผ่านไปยังสภาวิชาการมหาวิทยาลัยฯ และแจ้งผลการพิจารณามาที่หลักสูตรฯ

3) หลักสูตรฯ คณะวิทยาการจัดการและมหาวิทยาลัยฯ ทำการประชาสัมพันธ์ ประกาศรับสมัคร ผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งเว็บไซต์ สื่อออนไลน์จัดส่งเอกสารไปยังฝ่ายแนะแนวโรงเรียนต่าง ๆ

4) รับสมัครตามรอบการเปิดรับ

5) ประกาศรายชื่อผู้มีสิทธิ์สอบ

6) สอบคัดเลือกทั้งข้อเขียนและสอบสัมภาษณ์ เพื่อคัดเลือกนิสิตนักศึกษาที่มีความเหมาะสมและพร้อมที่จะเข้ามาศึกษาต่อ โดยสาขาวิชาฯ จัดส่งรายชื่ออาจารย์เพื่อแต่งตั้งเป็นคณะกรรมการสอบสัมภาษณ์ฯ

7) ประกาศผลสอบ

8) ผู้สอบผ่านเข้ารายงานตัวเข้าเป็นนิสิตนักศึกษา

3.2 การเตรียมความพร้อมก่อนเข้าศึกษา

1) อาจารย์ประจำหลักสูตรประชุมสรุปสิ่งจำเป็นที่นิสิตนักศึกษาใหม่ต้องทราบ หรือเรียนรู้ก่อนการเข้าเรียนในหลักสูตรฯ โดยอาศัยข้อมูลจากสิ่งที่พบจากการสอนนิสิตนักศึกษาแต่ละรุ่นที่ผ่านมา

2) กำหนดกิจกรรมหรือโครงการเพื่อสร้างการเรียนรู้และเตรียมความพร้อมให้กับนิสิตนักศึกษาใหม่

3) ดำเนินการขออนุมัติโครงการฯ

4) ประชาสัมพันธ์ให้นิสิตนักศึกษาทราบ เพื่อเข้าร่วมโครงการฯ ในวันและเวลาที่กำหนด

5) ดำเนินการจัดโครงการฯ

6) สรุปผลการดำเนินงาน

3.3 การส่งเสริมและพัฒนานิสิตนักศึกษา

การควบคุมการดูแลการให้คำปรึกษาวิชาการและแนะแนวแก่นิสิตนักศึกษาในระดับปริญญาตรี และการพัฒนาศักยภาพนิสิตนักศึกษาและการเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 หลักสูตรฯ สนับสนุนและการให้คำแนะนำนิสิตนักศึกษาด้านวิชาการและด้านอื่นๆ โดยมีกระบวนการดังนี้

1) ให้คณาจารย์ทุกคนทำหน้าที่เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาทางวิชาการ และกิจกรรมแก่นิสิตนักศึกษาและต้องจัดตารางเวลา (Office hour) ให้นิสิตนักศึกษาเข้าพบหรือขอคำปรึกษา

2) จัดระบบการสอนเสริมให้แก่นิสิตนักศึกษาที่อ่อนด้อยในบางรายวิชา

3) จัดระบบแนะแนวเกี่ยวกับการเรียนการเลือกและวางแผนสำหรับอาชีพให้นิสิตนักศึกษา

4) การอุทธรณ์ของนิสิตนักศึกษา นิสิตนักศึกษาสามารถใช้ระบบบริการการศึกษาของมหาวิทยาลัยผ่านเว็บไซต์ http://mis.bsru.ac.th เพื่อสอบถามและแสดงความคิดเห็น

4. อาจารย์

4.1 การบริหารและพัฒนาอาจารย์

4.1.1 การรับและแต่งตั้งอาจารย์ประจำหลักสูตร

1) หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มีการประชุมเพื่อวางแผนกรอบอัตรากำลังโดยคำนึงถึงสัดส่วนอาจารย์ต่อนิสิตนักศึกษา คุณวุฒิ และคุณสมบัติของอาจารย์ ตามเกณฑ์มาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญตรี พ.ศ. 2558 ตามเกณฑ์มหาวิทยาลัยและส่งให้กองบริหารงานบุคคลของมหาวิทยาลัยประกาศรับสมัครต่อไป

2) หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ใช้กระบวนการประกาศรับสมัครอาจารย์ตามระเบียบมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

3) หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด แต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินการสอบคัดเลือกอาจารย์ประจำหลักสูตรฯ โดยใช้กระบวนการตามประกาศรับสมัครของมหาวิทยาลัยภาค ก เป็นความรู้ทั่วไปและภาค ข เป็นข้อสอบวัดความรู้ความสามารถเฉพาะตำแหน่งของอาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

4) หลักสูตรฯ ส่งผลผู้ที่ผ่านการคัดเลือกไปยังกองบริหารงานบุคคลของมหาวิทยาลัย เพื่อประกาศผลการสอบคัดเลือก โดยมหาวิทยาลัยประกาศรายชื่อผู้ที่ผ่านการคัดเลือก และกำหนดวันรายงานตัว

4.1.2 การแต่งตั้งอาจารย์ประจำหลักสูตร

1) หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มีการประชุมถึงกรอบอัตรากำลังโดยคำนึงถึงสัดส่วนอาจารย์ต่อนิสิตนักศึกษา คุณวุฒิและคุณสมบัติของอาจารย์ตามเกณฑ์มาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญตรี พ.ศ. 2558

2) หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ดำเนินการสรรหาอาจารย์ประจำหลักสูตรตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร

3) หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรฯ พิจารณาเสนอรายชื่ออาจารย์ประจำหลักสูตรฯ ที่มีคุณวุฒิและคุณสมบัติของอาจารย์ ตามเกณฑ์มาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรี พ.ศ.2558 กับหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดที่เหมาะสม จึงนำเสนออนุมัติและแต่งตั้งอาจารย์ประจำหลักสูตร โดยผ่านสภามหาวิทยาลัยอนุมัติ

4) มหาวิทยาลัยฯ แจ้งการเปลี่ยนแปลงไปยัง สกอ. เพื่อขออนุมัติตามลำดับต่อไป

4.2 การบริหารอาจารย์

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มีกระบวนการการบริหารอาจารย์ ดังนี้

1) การพิจารณาระบบและกลไกบริหารอัตรากำลังของมหาวิทยาลัยที่ครอบคลุมการดำเนินการด้าน การสรรหา การแต่งตั้ง การมอบหมายงาน การพัฒนา การประเมินผลงานและการพิจารณาความดีความชอบหลังจากนั้น

2) หลักสูตรฯ ได้นำแผนอัตรากำลังระยะ 5 ปีของคณะวิทยาการจัดการมาพิจารณาเพื่อวางแผนการสรรหาและพัฒนาอาจารย์ให้มีจำนวนและคุณสมบัติตามที่กำหนด เมื่อได้แนวทางการดำเนินงานตามกรอบของมหาวิทยาลัยและของคณะ

3) หลักสูตรฯ จึงได้พิจารณาจำนวน คุณภาพ และบทบาทหน้าที่ของอาจารย์ประจำหลักสูตร

4) กำหนดกิจกรรมหรือโครงการเพื่อการพัฒนาอาจารย์และกำหนดบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของอาจารย์ประจำหลักสูตร เช่น งานสอน งานวิจัย การผลิตผลงานทางวิชาการตามนโยบายของมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา เมื่อได้กิจกรรม โครงการ และบทบาทหน้าที่ที่เหมาะสม

5) หลักสูตรจึงทำการประชุมเพื่อแจ้งกิจกรรม โครงการและมอบหมายงานให้เหมาะสมกับคุณวุฒิ ความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ของอาจารย์ประจำหลักสูตร

6) หลักสูตรฯ ทำการประเมินความพึงพอใจในการบริหารอาจารย์

4.3 การส่งเสริมและพัฒนาอาจารย์

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ส่งเสริมให้อาจารย์ประจำหลักสูตรพัฒนาศักยภาพด้านการวิจัย ด้านการเรียนการสอน และการส่งเสริมและสนับสนุนให้เรียนต่อระดับดุษฎีบัณฑิต โดยมีกระบวนการดังนี้

1) จัดทำแผนพัฒนาอาจารย์ระยะยาวรายบุคคล
2) จัดทำงบประมาณในการพัฒนาอาจารย์ตามแผนพัฒนาระยะยาว
3) ดำเนินการตามแผนงบประมาณและแผนพัฒนาระยะยาว
4) ควบคุมกำกับติดตามการดำเนินงานตามแผน
5) รายงานผลการดำเนินงาน
6) ประเมินผลการดำเนินงาน

5. หลักสูตร การเรียนการสอน การประเมินผู้เรียน

5.1 การบริหารหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด กำหนดเป้าหมายการบริหารหลักสูตร ดังนี้

1) พัฒนาหลักสูตรให้ได้มาตรฐานไม่ต่ำกว่ามาตรฐานสากล และตรงกับความต้องการในการพัฒนาประเทศ

2) หลักสูตรมีการดำเนินการได้คุณภาพและมาตรฐาน ตามผลการตรวจสอบจากสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ได้บันทึกในฐานข้อมูลหลักสูตรเพื่อการเผยแพร่ภายใน ปีการศึกษา 2562

3) หลักสูตรจะต้องได้รับการปรับปรุงทุก 5 ปี

5.2 ระบบและกลไกการบริหารหลักสูตร

1) มีคณะกรรมการบริหารหลักสูตร ประกอบด้วยอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ตัวแทนอาจารย์ประจำหลักสูตร ตัวแทนจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจากคณะ/มหาวิทยาลัย/คณะกรรมการพัฒนาหลักสูตร ทำหน้าที่กำกับดูแลการดำเนินการของแต่ละหลักสูตรทั้งทางด้านวิชาการและการพัฒนานิสิตนักศึกษา ให้เป็นไปตามมาตรฐานคุณวุฒิ ระดับปริญญาตรี

2) มีการประชุมเตรียมความพร้อมก่อนเปิดการเรียนการสอนในแต่ละภาคการศึกษา

3) มีการมอบหมายหน้าที่ในการจัดทำรายละเอียดวิชา การรายงานผลรายวิชาและหลักสูตร การพัฒนาและประเมินหลักสูตร ตามกำหนดเวลา

4) มีการประชุมสรุปผลการดำเนินงาน ระบุผลการดำเนินงาน ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไขปัญหา ในการบริหารหลักสูตร อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง

5.3 การประเมินผลการบริหารหลักสูตร

1) หลักสูตรมีมาตรฐานตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี กระทรวงศึกษาธิการ และ สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (ก.พ.) ให้การรับรอง

2) การเตรียมความพร้อมก่อนการเปิดการเรียนการสอน หลักสูตร/ผู้รับผิดชอบรายวิชามอบหมายผู้สอนให้เตรียมความพร้อมในเรื่องอุปกรณ์การเรียนการสอน สื่อการสอน เอกสารประกอบการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ รวมทั้งการติดตามผลการเรียนการสอนและการจัดทำรายงาน

3) การติดตามการจัดการเรียนการสอน หลักสูตร/ผู้รับผิดชอบรายวิชาจัดทำระบบสังเกตการณ์จัดการเรียนการสอน เพื่อให้ทราบปัญหา อุปสรรค และขีดความสามารถของผู้สอน

4) เมื่อสิ้นสุดการเรียนการสอน หลักสูตร/ผู้รับผิดชอบรายวิชาจัดทำระบบการประเมินผลผู้สอนโดยผู้เรียน ผู้สอนประเมินการสอนของตนเองและประเมินผลรายวิชา

5) เมื่อสิ้นสุดภาคการศึกษา สาขาวิชา/ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ติดตามผลการประเมินคุณภาพการสอนการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนิสิตนักศึกษา

6) เมื่อสิ้นสุดการเรียนการสอนในแต่ละปี ผู้รับผิดชอบหลักสูตรจัดทำรายงานผลการดำเนินงานหลักสูตรประจำปี ซึ่งประกอบด้วยผลการประเมินคุณภาพการสอน รายงานรายวิชา ผลการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนิสิตนักศึกษาเสนอต่อคณบดี

7) ประธานสาขาวิชาร่วมกับอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรจัดประชุมอาจารย์ประจำหลักสูตรวิเคราะห์ผลการดำเนินงานหลักสูตรประจำปี และใช้ข้อมูลเพื่อการปรับปรุงกลยุทธ์การสอนทักษะของอาจารย์ผู้สอนในการใช้กลยุทธ์การสอนและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพของหลักสูตรและจัดทำรายงานผลการดำเนินงานหลักสูตรเสนอคณบดี

5.4 การวางระบบผู้สอนและกระบวนการจัดการเรียนการสอน

1) หลักสูตรฯ พิจารณาแผนการสอนและรายวิชาที่เปิดสอนของนักศึกษาประจำภาคการศึกษาตั้งแต่ชั้นปีที่ 1 เพื่อจัดส่งไปยังฝ่ายวิชาการของคณะวิทยาการจัดการ

2) หลักสูตรฯ พิจารณาคุณวุฒิของอาจารย์ประจำเพื่อกำหนดอาจารย์ผู้สอนใน แต่ละรายวิชา โดยคำนึงถึงความรู้ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ ในส่วนของอาจารย์พิเศษที่จะนำมาเป็นผู้สอนจะต้องผ่านความเห็นชอบของสภาวิชาการของมหาวิทยาลัยฯ

3) หลักสูตรฯ กำกับให้อาจารย์ทุกคนต้องมีการทำแผนการสอนรายวิชา (มคอ.3 และ มคอ.4) ตามผลรับการเรียนรู้ (Curriculum Mapping) มาจาก มคอ.2 ก่อนเปิดภาคเรียน 30 วัน และแจกให้นิสิตในสัปดาห์แรกที่สอน

4) หลักสูตรประชุมหลังจบปีการศึกษาเพื่อทบทวนผลการดำเนินงานการกำหนดผู้สอน

5.5 การประเมินผู้เรียน

1) คณะกรรมการมีนโยบายให้ผู้สอนกำหนดเครื่องมือเพื่อการประเมินผลการเรียนรู้ให้มีความเหมาะสมกับรายวิชาและผลลัพธ์การเรียนรู้ให้เป็นไปตาม มคอ.2 และ มคอ.3

2) การตรวจสอบเครื่องมือ/พัฒนาเครื่องมือการประเมินโดยให้ผู้สอนมีอิสระในการกำหนดเกณฑ์การประเมินผลการเรียนรู้ รูปแบบการสอน รวมทั้งการจัดกิจกรรมการสอน มคอ.3 และผู้สอนดำเนินการออกแบบชุดประเมินผลการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับจุดเน้นของรายวิชา ใช้การประเมินตามสภาพจริงมีความหลากหลาย เช่น มีข้อสอบปรนัย อัตนัย อีกทั้งยังมีการสังเกตพฤติกรรมนักศึกษา การวัดทักษะการปฏิบัติการเรียนรู้ การบ้าน และรายงานที่มอบหมาย เป็นต้น รวมถึงการสอบปลายภาค

3) ผู้สอนดำเนินการวัดผลการเรียนรู้ปลายภาคด้วยเครื่องมือที่ผู้สอนออกแบบตามกำหนดปฏิทินการดำเนินงานทางวิชาการของคณะ

4) การกำกับติดตามการจัดทำ มคอ. 5 และ มคอ. 7 ให้เสร็จตามเวลาที่กำหนดภายใต้ข้อกำหนดของปฏิทินวิชาการของคณะ

5) หลักสูตรจะดำเนินการวิเคราะห์ผลการประเมินเพื่อนำมาปรับปรุงในต่อถัดไป หลักสูตรจะดำเนินการประเมินแบบผลการเรียนรู้ในแต่ละรายวิชาให้เป็นไปตาม มคอ.2

6. สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

หลักสูตรฯ มีระบบการดำเนินการที่มีส่วนร่วมกับคณะวิทยาการจัดการ เพื่อให้มีสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1) การเตรียมความพร้อมทางกายภาพ ได้แก่ ห้องเรียน ห้องปฏิบัติการ สภาพแวดล้อมด้านการเรียนรู้

2) การจัดสิ่งอำนวยความสะดวก และสิ่งสนับสนุนทางการศึกษา ได้แก่ ห้องสมุด ฐานข้อมูลทรัพยากรการเรียนรู้ วารสารวิชาการเพื่อการสืบค้น

3) การจัดพื้นที่ สถานที่สำหรับนักศึกษาและอาจารย์ได้พบปะสังสรรค์แลกเปลี่ยนสนทนาหรือทำงานร่วมกัน

4) การจัดสรรงบประมาณสำหรับสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้โดยคณะจัดสรรงบประมาณประจำปี ทั้งงบประมาณแผ่นดิน งบบำรุงการศึกษา ให้หลักสูตร เพื่อเป็นงบดำเนินการ (ค่าตอบแทน ค่าใช้สอย ค่าวัสดุ และค่าสาธารณูปโภค) และงบลงทุน (ปรับปรุงต่อเติมและครุภัณฑ์) อย่างเพียงพอในการสนับสนุนการเรียนการสอนให้มีคุณภาพ

6.1 ทรัพยากรการเรียนการสอนที่มีอยู่เดิม

มหาวิทยาลัยมีความพร้อมด้านหนังสือ ตำรา และการสืบค้นผ่านฐานข้อมูลโดยมีสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศให้บริการหนังสือด้านการประกอบการธุรกิจ การบริหารธุรกิจและฐานข้อมูลที่จำเป็นในการสืบค้น นอกจากนี้คณะวิทยาการจัดการมีอุปกรณ์อื่น ๆ ที่ใช้สนับสนุนการจัดการเรียนการสอนและการศึกษาด้วยตนเอง

6.2 การจัดหาทรัพยากรการเรียนการสอนเพิ่มเติม

หลักสูตรฯ ได้ประสานงานกับสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดซื้อหนังสือและตำราที่เกี่ยวข้องเพื่อบริการให้อาจารย์และนิสิตนักศึกษาได้ค้นคว้า ใช้ประกอบการเรียนการสอน ในการประสานการจัดซื้อหนังสือนั้น อาจารย์ผู้สอนแต่ละรายวิชาจะมีส่วนร่วมในการเสนอแนะรายชื่อหนังสือตลอดจนสื่ออื่น ๆ ที่จำเป็น นอกจากนี้อาจารย์พิเศษที่เชิญมาสอนบางรายวิชาและบางหัวข้อก็มีส่วนในการเสนอแนะรายชื่อหนังสือสำหรับให้สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศจัดซื้อหนังสือ

หลักสูตรจัดห้องปฏิบัติการตลาด ให้กับนิสิตนักศึกษาได้ค้นคว้าหาข้อมูลด้านธุรกิจนอกห้องเรียนเพิ่มเติมและใช้ประกอบการเรียนการสอนในชั้นเรียน

6.3 การประเมินความเพียงพอของทรัพยากร

หลักสูตรจะทำหน้าที่ประเมินความพอเพียงของหนังสือ ตำรา และวารสารเฉพาะทางด้านบริหารธุรกิจและการตลาด ประสานงานกับเจ้าหน้าที่ประจำสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศของมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา เพื่อทำการจัดซื้อหนังสือ นอกจากนี้มีเจ้าหน้าที่ ด้านโสตทัศนูปกรณ์ ซึ่งจะอำนวยความสะดวกในการใช้สื่อของอาจารย์และประเมินความพอเพียงและความต้องการใช้สื่อของอาจารย์

7. ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators)

ดัชนีบ่งชี้ผลการดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
1. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรอย่างน้อยร้อยละ 80 มีส่วนร่วมในการประชุมเพื่อวางแผน ติดตาม และทบทวนการดำเนินงานหลักสูตร	✓	✓	✓	✓	✓
2. มีรายละเอียดของหลักสูตรตามแบบ มคอ. 2 ที่สอดคล้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิแห่งชาติ หรือมาตรฐานคุณวุฒิสาขา / วิชา (ถ้ามี)	✓	✓	✓	✓	✓
3. มีรายละเอียดของรายวิชาและรายละเอียดของประสบการณ์ภาคสนาม (ถ้ามี) ตามแบบ มคอ. 3 และ มคอ. 4 อย่างน้อยก่อนการเปิดการสอนในแต่ละภาคการศึกษาให้ครบทุกรายวิชา	✓	✓	✓	✓	✓
4. จัดทำรายงานผลการดำเนินการของรายวิชาและรายงานผลการดำเนินการของประสบการณ์ภาคสนาม (ถ้ามี) ตามแบบ มคอ. 5 และมคอ. 6 ภายใน 30 วัน หลังสิ้นสุดภาคการศึกษาที่เปิดสอนให้ครบทุกรายวิชา	✓	✓	✓	✓	✓
5. จัดทำรายงานผลการดำเนินการของหลักสูตรตามแบบ มคอ. 7 ภายใน 60 วัน หลังสิ้นสุดปีการศึกษา	✓	✓	✓	✓	✓
6. มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนิสิตนักศึกษาตามแบบมาตรฐานผลการเรียนรู้ที่กำหนดใน มคอ. 3 และ มคอ.4 (ถ้ามี) อย่างน้อยร้อยละ 25 ของรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละปีการศึกษา	✓	✓	✓	✓	✓
7. มีการพัฒนา/ปรับปรุง การจัดการเรียนการสอน กลยุทธ์การสอนหรือการประเมินผลการเรียนรู้จากผลการประเมินการดำเนินงานที่รายงานในปีก่อนหน้า	✓	✓	✓	✓	✓
8. อาจารย์ใหม่ (ถ้ามี) ทุกคนได้รับการปฐมนิเทศหรือคำแนะนำด้านการจัดการเรียนการสอน (เฉพาะปีที่มีการรับอาจารย์ใหม่)	✓	✓	✓	✓	✓
9. อาจารย์ประจำหลักสูตรทุกคนได้รับการพัฒนาทางวิชาการและ/หรือวิชาชีพอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	✓	✓	✓	✓	✓
10. จำนวนบุคลากรสนับสนุนการเรียนการสอน(ถ้ามี)ได้รับการพัฒนาทางวิชาการและ/หรือวิชาชีพไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ต่อปี	✓	✓	✓	✓	✓
11. ระดับความพึงพอใจของนิสิตนักศึกษาปีสุดท้าย/บัณฑิตใหม่ที่มีต่อคุณภาพหลักสูตรเฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.51 จากคะแนนเต็ม 5.0				✓	✓
12. ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อบัณฑิตใหม่เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.51 จากคะแนนเต็ม 5.0					✓

หมวดที่ 8 การประเมินประสิทธิผลและปรับปรุงหลักสูตร

1. การประเมินประสิทธิผลของการสอน

1.1 การประเมินกลยุทธ์การสอน

1.1.1 ประเมินรายวิชาโดยนิสิตนักศึกษา

1.1.2 ประเมินกลยุทธ์การสอนโดยทีมผู้สอนหรือระดับสาขาวิชา

1.1.3 ประเมินจากผลการเรียนของนิสิตนักศึกษา

1.1.4 ประเมินจากพฤติกรรมของนิสิตนักศึกษาในการอภิปราย การซักถามและการตอบคำถามในชั้นเรียน

1.1.5 ดำเนินการวิจัยเพื่อการพัฒนากลยุทธ์การสอน

1.1.6 ประธานหลักสูตรและผู้สอนจะนำผลการประเมินโดยรวบรวมปัญหา ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปปรับปรุงและรายงานผลต่อไป

1.2 การประเมินทักษะของอาจารย์ในการใช้แผนกลยุทธ์การสอน

1.2.1 นิสิตนักศึกษาประเมินคณาจารย์ผู้สอนในแต่ละรายวิชา

1.2.2 สังเกตการณ์โดยผู้รับผิดชอบหลักสูตร/ประธานหลักสูตร/ทีมผู้สอน

1.2.3 รายงานผลการประเมินทักษะคณาจารย์ให้แก่อาจารย์ผู้สอนและผู้รับผิดชอบหลักสูตรเพื่อใช้ในการปรับปรุงกลยุทธ์การสอนของอาจารย์ต่อไป

1.2.4 คณะรวบรวมผลการประเมินทักษะของคณาจารย์ในการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาปรับปรุงทักษะและกลยุทธ์การสอน

2. การประเมินหลักสูตรในภาพรวม

การประเมินหลักสูตรในภาพรวม สาขาวิชาจะดำเนินการสำรวจข้อมูลจากนิสิตนักศึกษาปีสุดท้าย ผู้ใช้บัณฑิตและผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

3. การประเมินผลการดำเนินงานตามรายละเอียดหลักสูตร

การประเมินผลการดำเนินงานของหลักสูตรต้องผ่านระบบการประกันคุณภาพระดับหลักสูตรของคณะกรรมการอุดมศึกษาและการจัดการเรียนการสอนตามกรอบมาตรฐานระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ

4. การทบทวนผลการประเมินและวางแผนปรับปรุงหลักสูตร

4.1 ผู้รับผิดชอบหลักสูตรจัดทำรายงานการประเมินผลหลักสูตร

4.2 ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและผู้สอนจัดประชุมเพื่อนำผลการประเมินหลักสูตรมาวางแผนปรับปรุงหลักสูตร และกลยุทธ์การสอน

4.3 เชิญผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาและให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงหลักสูตรและกลยุทธ์การสอน

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
ประวัติและผลงานทางวิชาการของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร
และ
อาจารย์ประจำหลักสูตร

ชื่อ-นามสกุล นางสุพรรณี จองวิวัฒสกุล
ตำแหน่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์
สังกัด สาขาวิชาการตลาด
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2548 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การบริหารทรัพยากรมนุษย์และองค์การ)
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
พ.ศ. 2535 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การบริหารการตลาด)
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
พ.ศ. 2527 บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)
มหาวิทยาลัยรามคำแหง

สาขาที่เชี่ยวชาญ การตลาด

ผลงานทางวิชาการ

บทความวิจัย

สุพรรณี จองวิวัฒสกุล, พิศิษฐ์ ชำนาญนา, สุภาพร ปริญญาเศรษฐกุล, เสาวณี เรืองไชยศรี, เดือนเด่น วสุนันต์ะ (2559). การประเมินหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (ปรับปรุง 2555) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา. **การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ "ราชภัฏวิจัย ครั้งที่ 4"**, วันที่ 22-24 พฤศจิกายน 2559, ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.(403-411).

ประสบการณ์สอนในระดับปริญญาตรี

1) วิชาหลักการตลาด
2) วิชาการบริหารการส่งเสริมการตลาด
3) วิชาการสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการ
4) วิชาพฤติกรรมผู้บริโภค
5) วิชากลยุทธ์การตลาด
6) วิชาการวางแผนทางการตลาด
7) วิชาจริยธรรมทางการตลาดและความรับผิดชอบของธุรกิจต่อสังคม
8) วิชาปัญหาพิเศษทางการตลาด

9) วิชาสถานการณ์ปัจจุบันทางการตลาด

10) วิชาการจัดการการส่งเสริมการขาย

11) วิชาการเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด

12) วิชาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด

ภาระงานสอนในหลักสูตรนี้

1) วิชาการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ

2) วิชาพฤติกรรมผู้บริโภค

3) วิชากลยุทธ์การตลาด

4) วิชาการวางแผนทางการตลาด

5) วิชาจริยธรรมทางการตลาด

6) วิชาปัญหาพิเศษ

7) วิชาการจัดการการส่งเสริมการขาย

8) วิชาการเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด

9) วิชาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด

ชื่อ-นามสกุล นางสาวเสาวณี เรืองไชยศรี
ตำแหน่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์
สังกัด สาขาวิชาการตลาด
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2546 D.M.S. (Management Science) Technological University of Philippiness
พ.ศ. 2535 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การบริหารการตลาด)
มหาวิทยาลัยสยาม
พ.ศ. 2527 เศรษฐศาสตรบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์การคลัง)
มหาวิทยาลัยรามคำแหง

สาขาที่เชี่ยวชาญ การตลาด บริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์

ผลงานทางวิชาการ

บทความวิจัย

เสาวณี เรืองไชยศรี, สุพรรณี จองวิวัฒสกุล, พิศิษฐ์ ชำนาญนา, สุภาพร ปริญญาเศรษฐกุล, เดือนเด่น วสุนันต์ะ (2559). การประเมินหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (ปรับปรุง 2555) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา. **การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ "ราชภัฏวิจัย ครั้งที่ 4"**, วันที่ 22-24 พฤศจิกายน 2559, ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.(403-411).

ประสบการณ์สอนในระดับปริญญาตรี

1) วิชาหลักการตลาด
2) วิชาการจัดการการตลาด
3) วิชาการจัดการผลิตภัณฑ์และตราสินค้า
4) วิชาการจัดการราคา
5) วิชาการตลาดบริการ
6) วิชาการตลาดทางตรง
7) วิชาการจัดการการค้าปลีก
8) วิชาการตลาดเกษตรและสหกรณ์
9) วิชาการเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด

10) วิชาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด

ภาระงานสอนในหลักสูตรนี้

1) วิชาหลักการตลาด

2) วิชาการจัดการการตลาด

3) วิชาการจัดการผลิตภัณฑ์

4) วิชาการจัดการราคา

5) วิชาการจัดการช่องทางการตลาดและโลจิสติกส์

6) วิชาการตลาดบริการ

7) วิชาการตลาดทางตรง

8) วิชาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด

ชื่อ-นามสกุล นางสาวสุภาพร ปริญญาเศรษฐกุล
ตำแหน่ง อาจารย์
สังกัด สาขาวิชาการตลาด
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2542 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
พ.ศ. 2537 บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

สาขาที่เชี่ยวชาญ การตลาด

ผลงานทางวิชาการ

งานวิจัย

สุภาพร ปริญญาเศรษฐกุล. (2558). ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อการเปิดรับสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสมาร์ทโฟนของนิสิตมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.

--------. (2559). การพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้ด้านการตลาดเพื่อส่งเสริมธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษาธุรกิจเครื่องปั้นดินเผาชุมชนเกาะเกร็ด. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.

บทความวิจัย

สุภาพร ปริญญาเศรษฐกุล, เสาวณี เรืองไชยศรี, สุพรรณี จองวิวัฒสกุล, พิศิษฐ์ ชำนาญนา, เดือนเด่น วสุนันต์ะ (2559). การประเมินหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (ปรับปรุง 2555) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา. การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ “ราชภัฏวิจัย ครั้งที่ 4”, วันที่ 22-24 พฤศจิกายน 2559, ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์. (403-411).

ประสบการณ์สอนในระดับปริญญาตรี

1) วิชาหลักการตลาด
2) วิชาการจัดการการตลาด
3) วิชาการตลาดระหว่างประเทศ

4) วิชาการตลาดระดับโลก

5) วิชาการจัดการผลิตภัณฑ์และตราสินค้า

6) วิชาการจัดการราคา

7) วิชากลยุทธ์การตลาด

8) วิชาสัมมนาทางการตลาด

9) วิชาการวิจัยทางการตลาด

10) วิชาการตลาดบริการ

11) วิชาการตลาดทางตรง

12) วิชาการจัดการการขาย

13) วิชาการจัดการการโฆษณาทางการตลาด

14) วิชาการขายโดยบุคคลและศิลปะการขาย

15) วิชาการจัดการการค้าปลีก

16) วิชาการเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด

17) วิชาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด

ภาระงานสอนในหลักสูตรนี้

1) วิชาหลักการตลาด

2) วิชาการจัดการการตลาด

3) วิชาการตลาดระดับโลก

4) วิชาสัมมนาทางการตลาด

5) วิชาการจัดการผลิตภัณฑ์

6) วิชาการจัดการราคา

7) วิชาการขายโดยบุคคลและศิลปะการขาย

8) วิชาการจัดการการโฆษณาทางการตลาด

9) วิชาการตลาดทางตรง

10) วิชาการจัดการการขาย

11) วิชาการเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด

12) วิชาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด

ชื่อ-นามสกุล นางสาวเดือนเด่น วสุนันต์
ตำแหน่ง อาจารย์
สังกัด สาขาวิชาการตลาด
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2540 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การบริหารการตลาด)
มหาวิทยาลัยสยาม
พ.ศ. 2537 ศิลปศาสตร์บัณฑิต (การโรงแรมและการท่องเที่ยว)
มหาวิทยาลัยสยาม

สาขาที่เชี่ยวชาญ การตลาด

ผลงานทางวิชาการ

บทความวิจัย

เดือนเด่น วสุนันต์ ,สุภาพร ปริญญาเศรษฐกุล,เสาวณี เรืองไชยศรี,สุพรรณี จองวิวัฒสกุล,พิศิษฐ์ ชำนาญนา. (2559). การประเมินหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (ปรับปรุง 2555) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา. **การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ "ราชภัฏวิจัย ครั้งที่ 4"**, วันที่ 22-24 พฤศจิกายน 2559, ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์. (403-411).

ประสบการณ์สอนในระดับปริญญาตรี

1) วิชาหลักการตลาด
2) วิชาการจัดการการตลาด
3) วิชาการบริหารการส่งเสริมการตลาด
4) วิชาการสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการ
5) วิชาการตลาดบริการ
6) วิชาการตลาดทางตรง
7) วิชาการจัดการการประชาสัมพันธ์ทางการตลาด
8) วิชาการจัดการความสัมพันธ์ทางการตลาด
9) วิชาการเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด
10) วิชาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด

ภาระงานสอนในหลักสูตรนี้

1) วิชาหลักการตลาด

2) วิชาการจัดการการตลาด

3) วิชาการสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการ

4) วิชาการตลาดบริการ

5) วิชาการตลาดทางตรง

6) วิชาการจัดการความสัมพันธ์ทางการตลาด

7) วิชาการจัดการการประชาสัมพันธ์ทางการตลาด

8) วิชาการตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

9) วิชาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด

ชื่อ-นามสกุล นายพิศิษฐ์ ชำนาญนา
ตำแหน่ง อาจารย์
สังกัด สาขาวิชาการตลาด
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2559	ศิลปศาสตรบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยรามคำแหง
พ.ศ. 2558	ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการอาชีวศึกษา) มหาวิทยาลัยรามคำแหง
พ.ศ. 2557	บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
พ.ศ. 2554	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) มหาวิทยาลัยรามคำแหง
พ.ศ. 2551	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการทั่วไป) มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
พ.ศ. 2548	ศึกษาศาสตรบัณฑิต (ธุรกิจศึกษา – การตลาด) มหาวิทยาลัยรามคำแหง

สาขาที่เชี่ยวชาญ

การบริหารธุรกิจ / การตลาด

ผลงานทางวิชาการ

งานวิจัย

พิศิษฐ์ ชำนาญนา. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียน คณะวิชาการตลาด วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ.

บทความวิจัย

---------. (2014). Factors Affecting Social Living Skills of Students in Marketing Faculty, Thonburi Commercial College under the Office of Vocational Education Commission, The 12th International Conference on Developing Real-Life Learning Experience: Changing Education Paradigms in ASEAN.

พิศิษฐ์ ชำนาญนา, เดือนเด่น วสุนันต์ , สุภาพร ปริญญาเศรษฐกุล, เสาวณี เรืองไชยศรี, สุพรรณี จองวิวัฒสกุล. (2559). การประเมินหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (ปรับปรุง 2555) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา. การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ “ราชภัฏวิจัย ครั้งที่ 4”, วันที่ 22-24 พฤศจิกายน 2559, ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์. (403-411).

ประสบการณ์สอนในระดับปริญญาตรี

1) วิชาหลักการตลาด

2) วิชาการจัดการการค้าปลีก

3) วิชากฎหมายธุรกิจ

4) วิชาการวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ

5) วิชาการวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด

6) วิชาเศรษฐศาสตร์จุลภาค

7) วิชาเศรษฐศาสตร์มหภาค

8) วิชาการจัดการช่องทางการตลาด

9) วิชาการจัดการธุรกิจขนาดย่อม

10) วิชาการบริหารพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างประเทศ

11) วิชาการวิจัยทางธุรกิจ

12) วิชาการวิจัยทางการตลาด

ภาระงานสอนในหลักสูตรนี้

1) วิชาหลักการตลาด

2) วิชาการจัดการช่องทางการตลาดและโลจิสติกส์

3) วิชาการวิเคราะห์และการตัดสินใจทางการตลาด

4) วิชาการวิจัยทางการตลาด

5) วิชาการจัดการค้าปลีก

6) วิชาการตลาดกีฬาและบันเทิง

7) วิชาการตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

8) วิชาระบบสารสนเทศทางการตลาด

9) วิชาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด

ชื่อ-สกุล นายธัชพงศ์ เศรษฐบุตร
ตำแหน่งทางวิชาการ รองศาสตราจารย์
สังกัด สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2557	บริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต (การพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมและทรัพยากรมนุษย์) คณะศิลปศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
พ.ศ. 2548	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การบริหารทรัพยากรมนุษย์และองค์การ) คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
พ.ศ.2542	อุตสาหกรรมศาสตรบัณฑิต (เกียรตินิยม) (เทคโนโลยีไฟฟ้าอุตสาหกรรม) คณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

สาขาที่เชี่ยวชาญ บริหารทรัพยากรมนุษย์ บริหารธุรกิจ

ผลงานทางวิชาการ

ตำรา

ธัชพงศ์ เศรษฐบุตร. (2555). การบริหารค่าตอบแทน. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์รังษีการพิมพ์. (1-144).

_____. (2557). หลักการจัดการ. กรุงเทพฯ : สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา. (67-81) (ได้รับการตรวจสอบการเผยแพร่โดยคณะกรรมการตามคำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ที่ 1197/2559 เรื่องแต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบและรับรองการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ)

บทความวิจัย

ธัชพงศ์ เศรษฐบุตร. (2555). การศึกษาความต้องการสมรรถนะของนักทรัพยากรมนุษย์สำหรับภาคอุตสาหกรรม. **Veridian E-Journal,** ปีที่ 5(2), (426-448).

ประสบการณ์การสอน

1) วิชาหลักการจัดการ
2) วิชาการจัดการค่าตอบแทน
3) วิชาการจัดการผลการปฏิบัติงาน
4) วิชาระบบสารสนเทศทางการจัดการทรัพยากรมนุษย์

ภาระงานสอนที่จะมีในหลักสูตรนี้

1) วิชาหลักการจัดการ

ชื่อ-สกุล นางเกษรา โพธิ์เย็น
ตำแหน่งทางวิชาการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์
สังกัด สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2550	บริหารธุรกิจบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
พ.ศ. 2550	ประกาศนียบัตรบัณฑิตวิชาชีพครู (การศึกษา) คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
พ.ศ. 2537	ศิลปศาสตรบัณฑิต (การจัดการทั่วไป) คณะวิทยาการจัดการ วิทยาลัยครูสวนดุสิต

สาขาที่เชี่ยวชาญ บริหารทรัพยากรมนุษย์ บริหารธุรกิจ

ผลงานทางวิชาการ

ตำรา

เกษรา โพธิ์เย็น. (2555). การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และการฝึกอบรม. กรุงเทพฯ : สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา. (1-188). (ได้รับการตรวจสอบการเผยแพร่โดยคณะกรรมการตามคำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ที่ 1197/2559 เรื่องแต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบและรับรองการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ)

_____. (2556). การจัดการสำนักงานสมัยใหม่. กรุงเทพฯ : สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา. (1-172). (ได้รับการตรวจสอบการเผยแพร่โดยคณะกรรมการตามคำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ที่ 1197/2559 เรื่องแต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบและรับรองการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ)

_____. (2557). หลักการจัดการ. กรุงเทพฯ: สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา. (53-66). (ได้รับการตรวจสอบการเผยแพร่โดยคณะกรรมการตามคำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ที่ 1197/2559 เรื่องแต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบและรับรองการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ)

_____. (2558). ความรู้ในการประกอบธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา. (1-207). (ได้รับการตรวจสอบการเผยแพร่โดยคณะกรรมการตามคำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จ

เจ้าพระยา ที่ 1197/2559 เรื่องแต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบและรับรองการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ)

บทความวิชาการ

เกษรา โพธิ์เย็น. (2558). ภาวะผู้นำ : พลังในการบริหาร. วารสารวิทยาการจัดการ, ปีที่ 1 (ฉบับ ปฐมฤกษ์), (143-148).

ประสบการณ์สอน

1) วิชาการจัดการธุรกิจขนาดย่อม
2) วิชาหลักการจัดการ
3) วิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์
4) วิชาความรู้ในการประกอบธุรกิจ
5) วิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และการฝึกอบรม
6) วิชาจริยธรรมทางธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม
7) วิชาการจัดการสำนักงานสมัยใหม่

ภาระงานสอนที่จะมีในหลักสูตรนี้

1) วิชาหลักการจัดการ

ชื่อ-สกุล นางวรางคนางค์ สกุลวงศ์ ลี หยาน
ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์
สังกัด สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2549	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การบัญชี) คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
พ.ศ. 2544	บัญชีบัณฑิต (การบัญชี) คณะการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

สาขาที่เชี่ยวชาญ การบัญชี

ผลงานทางวิชาการ

ตำรา

วรางคนางค์ สกุลวงศ์ ลี หยาน. (2558). การภาษีอากร 2. กรุงเทพฯ : สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา. (1-254). (ได้รับการตรวจสอบการเผยแพร่โดยคณะกรรมการตามคำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ที่ 1197/2559 เรื่องแต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบและรับรองการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ)

ประสบการณ์การสอน

1) วิชาหลักการบัญชีเบื้องต้น
2) วิชาการบัญชีการเงิน
3) วิชาการบัญชีขั้นต้น
4) วิชาการบัญชีชั้นกลาง 1
5) วิชาการบัญชีชั้นกลาง 2
6) วิชาการบัญชีบริหาร
7) วิชาการบัญชีเพื่อการจัดการ
8) วิชาการบัญชีต้นทุน 1
9) วิชาการบัญชีต้นทุน 2
10) วิชาการภาษีอากร 1
11) วิชาการภาษีอากร 2

12)วิชาการควบคุมภายในและการตรวจสอบภายใน

ภาระงานสอนที่จะมีในหลักสูตรนี้

1) วิชาหลักการบัญชีเบื้องต้น
2) วิชากฎหมายเกี่ยวกับการประกอบการธุรกิจและภาษีอากร

ชื่อ-สกุล นางสาวนภัสพร นิยะวานนท์
ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์
สังกัด สาขาวิชาการประกอบการธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2553	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การประกอบการ) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
พ.ศ.2546	ศิลปศาสตรบัณฑิต (สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา) คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สาขาที่เชี่ยวชาญ บริหารธุรกิจ การประกอบการ

ผลงานทางวิชาการ

บทความวิชาการ

นภัสพร นิยะวานนท์. (2557). แนวทางการสร้างเสริมคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาสาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา. เอกสารประกอบการประชุมวิชาการ ด้านการจัดการระดับชาติ “วลัยลักษณ์วิจัยทางการจัดการครั้งที่ 3, วันที่ 2 พฤษภาคม 2557, โรงแรมทวินโลตัส จังหวัดนครศรีธรรมราช. (463-471).

_____. (2559).กลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจสีเขียว. เอกสารประกอบการประชุมวิชาการระดับชาติประจำปี 2559: SMEs ไทยก้าวไกลสู่สากล, วันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2559, มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี จังหวัดลพบุรี. (563-569).

ประสบการณ์ด้านการปฏิบัติการ

อบรมปฏิบัติการในสถานประกอบการ ตามโครงการอบรมครู – อาจารย์ ในสถานประกอบการ จัดโดย บริษัท ซีพี ออล์ล จำกัด (มหาชน) ร่วมกับปัญญาธารา จำกัด สถานที่ทำงาน ร้านเซเว่น อีเลฟเว่น (สาขาศาลายานิเวศน์ 3) บริษัท ซีพี ออล์ล จำกัด (มหาชน)

ประสบการณ์การสอน

1) วิชาสถิติธุรกิจ
2) วิชาหลักการจัดการ

3) วิชาจริยธรรมทางธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม
4) วิชาจิตวิทยาธุรกิจและการให้คำปรึกษา
5) วิชาการบริหารทรัพยากรบุคคลสำหรับผู้ประกอบการ
6) วิชาการจัดการสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
7) วิชาการสร้างธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ
8) วิชาระบบสารสนเทศสำหรับผู้ประกอบการ
9) วิชายุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ
10) วิชาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ
11) วิชาการประกอบธุรกิจผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

ภาระงานสอนที่จะมีในหลักสูตรนี้

1) วิชาสถิติธุรกิจ

ชื่อ-สกุล อุกฤต คูหพันธ์

ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์

สังกัด สาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2548 สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์และองค์การ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พ.ศ. 2544 สาขาวิชาการบัญชี บัญชีบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

สาขาที่เชี่ยวชาญ

การบัญชีเบื้องต้น,การบัญชีชั้นสูง 2, ระบบสารสนเทศการบัญชี

ผลงานทางวิชาการ

ตำรา

อุกฤต คูหพันธ์ และ สมาพร ปัญญาวรายุทธ. (2558).หลักการบัญชีเบื้องต้น.กรุงเทพฯ: ภาควิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.(หน้า1-129)

ประสบการณ์สอน

1) การบัญชีขั้นต้น
2) การบัญชีชั้นสูง 2
3) ระบบสารสนเทศทางการบัญชี

ภาระงานสอนที่จะมีในหลักสูตรนี้

1) การบัญชีชั้นสูง 2
2) ระบบสารสนเทศทางการบัญชี
3) หลักการบัญชีเบื้องต้น

ชื่อ-นามสกุล นางสาวรัชนก ปัญญาสุพัฒน์
ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์
สังกัด สาขาวิชาการประกอบการธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2554	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การประกอบการ) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
พ.ศ. 2548	ครุศาสตรบัณฑิต (เทคโนโลยีและนวัตกรรมการศึกษา) คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

สาขาที่เชี่ยวชาญ บริหารธุรกิจ การประกอบการ

ผลงานทางวิชาการ

ตำรา

นฤมล สุ่นสวัสดิ์, รัชนก ปัญญาสุพัฒน์ และโสภณ สระทองมา. (2557). การพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน. พิมพ์ครั้งที่ 2 (ฉบับปรับปรุง) วันที่ 5 มีนาคม 2557. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์วันทิพย์. หน้า 43 – 153.

ประสบการณ์การสอน

1) วิชาหลักการจัดการ
2) วิชาหลักการประกอบการ
3) วิชาการจัดการธุรกิจขนาดย่อม
4) วิชาจิตวิทยาธุรกิจ
5) วิชาระบบสารสนเทศสำหรับผู้ประกอบการ
6) วิชาการพัฒนาพฤติกรรมมนุษย์
7) วิชาภาษาไทยเพื่อการสื่อสารและการสืบค้นสารสนเทศ
8) วิชาจริยธรรมทางธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม

ภาระงานสอนที่จะมีในหลักสูตรนี้

1) วิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์
2) วิชาหลักการประกอบการ

3) วิชาการจัดการนวัตกรรมในการประกอบธุรกิจ
4) วิชาการจัดการคุณภาพและมาตรฐาน
5) วิชาการจัดการธุรกิจขนาดย่อม
6) วิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการ
7) การพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน
8) วิชาการเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านการประกอบการธุรกิจ
9) สถิติธุรกิจ
10) องค์การและการจัดการสมัยใหม่

ชื่อ- นามสกุล นายชัยวิชญ์ ม่วงหมี
ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์
สังกัด สาขาวิชาการประกอบการธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2555	บริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต (การตลาด) คณะบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย
พ.ศ. 2546	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) คณะบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์
พ.ศ. 2541	ศิลปศาสตรบัณฑิต (การจัดการทั่วไป) คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏธนบุรี

สาขาที่เชี่ยวชาญ บริหารธุรกิจ การตลาด

ผลงานทางวิชาการ

บทความวิจัย

ชัยวิชญ์ ม่วงหมี. (2556). รูปแบบการตลาดที่ยั่งยืนของธุรกิจขนาดย่อมตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง. การประชุมวิชาการระดับชาติเครือข่ายวิจัยสถาบันอุดมศึกษาทั่วประเทศ ประจำปี2556, วันที่ 27-28 กุมภาพันธ์ 2556, ประเทศไทย, ณ โรงแรมสามพรานริเวอร์ไซด์ จังหวัดนครปฐม, สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา (ศกอ) เครือข่ายวิจัยเครือข่ายอุดมศึกษาภาคกลางตอนบน เครือข่ายวิจัยอุดมศึกษาภาคกลางตอนล่าง และเครือข่ายเพื่อการพัฒนาอุดมศึกษาภาคตะวันออก, หน้า 71.

_____. (2557). รูปแบบการตลาดที่ยั่งยืนของธุรกิจขนาดย่อมตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง. วารสารสมาคมนักวิจัย, ปีที่ 19 (ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2557), หน้า 20 – 33.

_____. (2559). กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจขนาดย่อมตามแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง. วารสารสารสนเทศ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา, ปีที่ 15 (ฉบับที่ 1), 90-101.

ประสบการณ์สอน

1) วิชาหลักการจัดการ
2) วิชาหลักการประกอบการ
3) วิชาการจัดการธุรกิจขนาดย่อม

4) วิชาจิตวิทยาธุรกิจ
5) วิชาการพัฒนาชีวิตมนุษย์
6) วิชาวิจัยขั้นสูง
7) วิชากลยุทธ์การตลาด
8) วิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์
9) วิชาระเบียบวิธีวิจัย

ภาระงานสอนที่จะมีในหลักสูตรนี้

1) วิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการ
2) วิชาการจัดการขายสำหรับผู้ประกอบการ
3) วิชายุทธศาสตร์การตลาดยุคดิจิตอล
4) วิชาการจัดทำแผนและโครงการสำหรับผู้ประกอบการ
5) วิชาสถิติธุรกิจ
6) หลักโลจิสติกส์เพื่อการประกอบธุรกิจ
7) วิชาการจัดการคุณภาพและมาตรฐาน
8) วิชาการพัฒนาผลิตภัณฑ์และตราสินค้า

ชื่อ- นามสกุล นายขวัญชัย ช้างเกิด
ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์
สังกัด สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2556 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการโลจิสติกส์)
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
พ.ศ.2552 บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

สาขาที่เชี่ยวชาญ บริหารธุรกิจ การจัดการโลจิสติกส์

ผลงานทางวิชาการ

ตำรา

ขวัญชัย ช้างเกิด. (2558). หลักการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จามจุรี โปรดัก. (177-188). (ได้รับการตรวจสอบการเผยแพร่โดยคณะกรรมการตามคำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ที่ 1197/2559 เรื่องแต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบและรับรองการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ).

ประสบการณ์สอน

1) วิชาการวิจัยทางการจัดการโลจิสติกส์
2) วิชาการจัดการกิจการพาณิชย์นาวี
3) วิชาการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ
4) วิชาหลักการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน
5) วิชาการเจรจาต่อรองทางธุรกิจ
6) วิชาการจัดการการผลิตและปฏิบัติการ
7) วิชาการจัดการขนส่ง
8) วิชาการจัดการคลังสินค้าและการควบคุมสินค้าคงคลัง
9) วิชาการจัดการทรัพยากรโลจิสติกส์

ภาระงานสอนที่จะมีในหลักสูตรนี้

1) วิชาการจัดการการผลิตและปฏิบัติการ

ภาคผนวก ข
คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตร

คำสั่งคณะวิทยาการจัดการ

ที่ ๖๓๖ / ๒๕๕๙

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนา/ปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการตลาด

ด้วยสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ ได้ดำเนินการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ตามหลักการของกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๒ และเริ่มใช้หลักสูตรดังกล่าว ตั้งแต่ปีการศึกษา ๒๕๕๕ จนถึงปีการศึกษา๒๕๕๘ พบว่าหลักสูตรกำลังจะครบรอบที่ต้องได้รับการพัฒนาปรับปรุงหลักสูตร

ในการนี้มหาวิทยาลัย ฯ จึงเห็นสมควรแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตสาขาวิชาการตลาดเพื่อปฏิบัติหน้าที่ตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

๑. อาจารย์สุภาพร	ปริญญาเศรษฐกุล	ประธานกรรมการ
๒. รองศาสตราจารย์ ดร.จีรเกียรติ	อภิบุณโยภาส	ผู้ทรงคุณวุฒิ
๓. รองศาสตราจารย์ ดร.ธัญปวีณ์	รัตนพงศ์พร	ผู้ทรงคุณวุฒิ
๔. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำพล	พงวงศ์เสถียร	ผู้ทรงคุณวุฒิ
๕. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพรรณี	จองวิวัฒน์สกุล	กรรมการ
๖. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสาวณี	เรืองไชยศรี	กรรมการ
๗. อาจารย์เดือนเด่น	วสุนันต์	กรรมการ
๘. อาจารย์พิศิษฐ์	ชำนาญนา	กรรมการและเลขานุการ

หน้าที่ วางแผนการดำเนินการ และพัฒนารายวิชาในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เพื่อสร้างรายละเอียดของรายวิชาให้ครบถ้วน มีความเป็นปัจจุบันตรงตามความต้องการของตลาดแรงงานในอนาคต และเสริมสร้างผลการเรียนรู้ได้อย่างเหมาะสม

ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ 9 มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๕๙ เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๓๐ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๕๙

ดร.ไพฑูรย์ มากสุข

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

ภาคผนวก ค
เอกสารสรุปการปรับปรุงแก้ไขหลักสูตร
และตารางเปรียบเทียบเนื้อหาสาระการปรับปรุงหลักสูตร
(หลักสูตรปรับปรุง)

เอกสารสรุปการปรับปรุงแก้ไขหลักสูตร
และตารางเปรียบเทียบเนื้อหาสาระการปรับปรุงหลักสูตร
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2560
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

เหตุผลในการปรับปรุงแก้ไข

1. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง 2555) เป็นหลักสูตรปรับปรุงเดิมที่เริ่มใช้ตั้งแต่ปีการศึกษา 2555 และปัจจุบันได้ครบกำหนดเวลาปรับปรุงรอบ 5 ปี
2. เพื่อให้สอดคล้องกับประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่องกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552
3. ปรับปรุงหลักสูตรให้มีความเหมาะสมตามข้อเสนอแนะของทุกภาคส่วน ได้แก่ คณาจารย์ องค์กรภาคเอกชนและภาครัฐ พิจารณาปรับปรุงหลักสูตร ตลอดจนบัณฑิตสาขาการตลาด
4. จัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการอย่างเหมาะสม เพื่อให้นิสิตได้มีการเชื่อมโยงองค์ความรู้ในแต่ละรายวิชาที่ได้เรียนมา เพื่อนำมาใช้ในการประกอบวิชาชีพ
5. ปรับให้มีการเรียนการสอนที่เน้นด้านการฝึกปฏิบัติที่ชัดเจนมากขึ้น โดยการปรับแยกหน่วยกิตการฝึกปฏิบัติ การกำหนดรูปแบบการเรียนการสอนภาคปฏิบัติ การฝึกทักษะที่ชัดเจนมากขึ้น
6. เพิ่มการเรียนการสอนทักษะภาษาอังกฤษอย่างต่อเนื่องตั้งแต่วิชาภาษาอังกฤษพื้นฐานในปี 1 โดยเพิ่มการเรียนการสอนทักษะภาษาอังกฤษทางธุรกิจตั้งแต่ชั้นปีที่ 3 และ 4ทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติ
7. เพิ่มรายวิชาด้านธุรกิจ เพื่อให้นิสิตได้เรียนรู้และศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการศึกษาใหม่ที่ปัจจุบันมีการปรับเปลี่ยนอย่างสม่ำเสมอ
8. เพิ่มรายวิชาที่เกี่ยวกับเทคโนโลยี ทั้งด้านการค้นคว้าข้อมูลทางธุรกิจ เพื่อให้นิสิตสามารถค้นคว้าหาข้อมูลได้ด้วยตนเองตั้งแต่ต้น เพื่อช่วยให้การเรียนการสอนในรายวิชาต่างๆนั้นเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นไปตามหลักการเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ

สาระในการปรับปรุงแก้ไข

1. การกำหนดมาตรฐานการเรียนรู้ของหลักสูตร 5 ด้าน ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2552 ได้แก่ 1) ด้านคุณธรรม จริยธรรม 2) ด้านความรู้ 3) ด้านทักษะทางปัญญา 4) ด้านทักษะสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ และ 5) ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลขการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ
2. การปรับปรุงโครงสร้างหลักสูตรและรายวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มีจำนวน134 หน่วยกิต รวมตลอดหลักสูตร โดยมีรายละเอียดเปรียบเทียบโครงสร้างหลักสูตรเดิม และหลักสูตรใหม่ดังนี้

ตารางที่ 1โครงสร้างหลักสูตร

โครงสร้างหลักสูตร	โครงสร้างเดิม	โครงสร้างใหม่
หมวดศึกษาทั่วไป	30 หน่วยกิต	32 หน่วยกิต
หมวดวิชาเฉพาะ - วิชาพื้นฐานวิชาชีพ - วิชาบังคับ - วิชาเลือก - วิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ	96 หน่วยกิต 42 หน่วยกิต 33 หน่วยกิต 15 หน่วยกิต 6 หน่วยกิต	96 หน่วยกิต 33 หน่วยกิต 45 หน่วยกิต 12 หน่วยกิต 6 หน่วยกิต
หมวดวิชาเลือกเสรี	6 หน่วยกิต	6 หน่วยกิต
รวมจำนวนหน่วยกิต	132 หน่วยกิต	134 หน่วยกิต

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบรายวิชาตามโครงสร้างหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (พ.ศ. 2555) กับหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (พ.ศ. 2560)

หลักสูตรเดิม (พ.ศ.2555)	หลักสูตรใหม่ (พ.ศ.2560)
1.หมวดวิชาบังคับ 33 หน่วยกิต 3001201 พฤติกรรมผู้บริโภค 3001301 การจัดการผลิตภัณฑ์และตราสินค้า 3001302 การจัดการราคา 3001303การจัดการช่องทางการตลาด 3001304 การสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการ 3001305 การตลาดระดับโลก 3001306 จริยธรรมทางการตลาดและความรับผิดชอบของธุรกิจต่อสังคม 3001307 กลยุทธ์การตลาด 3001401 การวางแผนทางการตลาด 3001402การวิจัยทางการตลาด 3001403 สัมมนาทางการตลาด	1.หมวดวิชาบังคับ45หน่วยกิต 3101201 พฤติกรรมผู้บริโภค 3101202 การจัดการผลิตภัณฑ์ 3101203 การจัดการราคา 3101204 ช่องทางการตลาดและโลจิสติกส์ 3101205 การสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการ 3101206 จริยธรรมทางการตลาด 3101207 การตลาดบริการ 3101301 การวิเคราะห์และการตัดสินใจทางการตลาด 3101302 กลยุทธ์การตลาด 3101303 การตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3101304 ภาษาอังกฤษเพื่อการตลาด 3101305 การตลาดระดับโลก 3101401 การวางแผนทางการตลาด 3101402 การวิจัยทางการตลาด 3101403 สัมมนาทางการตลาด
2.หมวดวิชาเลือก 15 หน่วยกิต 3001212 การตลาดบริการ 3001213 การจัดการการขาย 3001214การจัดการการโฆษณาทางการตลาด 3001215 การขายโดยบุคคลและศิลปะการขาย 3001216 การจัดการการส่งเสริมการขาย 3001217 การจัดการการประชาสัมพันธ์ทางการตลาด 3001218 การตลาดทางตรง 3001311การจัดการการค้าปลีก 3001313การจัดการความสัมพันธ์ทางการตลาด 3001314ปัญหาพิเศษทางการตลาด	2. หมวดวิชาเลือก 12 หน่วยกิต 3101208 การโฆษณาทางการตลาด 3101209 การขายโดยบุคคลและศิลปะการขาย 3101210 การจัดการส่งเสริมการขาย 3101211 การจัดกิจกรรมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ 3101306 การจัดการตราสินค้าและการบรรจุภัณฑ์ 3101307 การจัดการการค้าปลีก 3101308 การจัดการการขาย 3101309 การตลาดทางตรง 3101310 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ 3101311 ระบบสารสนเทศทางการตลาด

หลักสูตรเดิม (พ.ศ.2555)	หลักสูตรใหม่ (พ.ศ.2560)
3001411 การตลาดเกษตรและสหกรณ์	3101404 ปัญหาพิเศษทางการตลาด
3001412 การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	3101405 การตลาดกีฬาและบันเทิง
3001413 ระบบสารสนเทศทางการตลาด	3101406 การจัดการการตลาด
3001414 สถานการณ์ปัจจุบันทางการตลาด	
3001415 การสร้างนวัตกรรมทางการตลาด	
3002211 การจัดการทรัพยากรมนุษย์	
3004202 หลักการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน	
3005101 การประยุกต์ใช้ซอฟท์แวร์ในงานธุรกิจ	

ตารางเปรียบเทียบเนื้อหาสาระการปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาดหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2555
กับหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560

หลักสูตรเดิม **พ.ศ.2555**	**หลักสูตรปรับปรุง** **พ.ศ.2560**	**สิ่งที่ปรับปรุง**
ชื่อหลักสูตร **ภาษาไทย :** หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด **ภาษาอังกฤษ :** Bachelor of Business Administration Program in Marketing	**ชื่อหลักสูตร** **ภาษาไทย :** หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด **ภาษาอังกฤษ :** Bachelor of Business Administration Program in Marketing	
ชื่อปริญญา **ชื่อเต็มภาษาไทย :** บริหารธุรกิจบัณฑิต(การตลาด) **ชื่อย่อภาษาไทย :** บธ.บ. (การตลาด) **ชื่อเต็มภาษาอังกฤษ :** Bachelor of Business Administration (Marketing) **ชื่อย่อภาษาอังกฤษ :** B.B.A. (Marketing)	**ชื่อปริญญา** **ชื่อเต็มภาษาไทย :** บริหารธุรกิจบัณฑิต(การตลาด) **ชื่อย่อภาษาไทย :** บธ.บ. (การตลาด) **ชื่อเต็มภาษาอังกฤษ :** Bachelor of Business Administration (Marketing) **ชื่อย่อภาษาอังกฤษ :** B.B.A. (Marketing)	
ปรัชญา มุ่งผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ความสามารถในการบริหารธุรกิจระดับวิชาชีพ เพื่อตอบสนองความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและความต้องการของตลาดแรงงานในปัจจุบัน ควบคู่กับการปลูกฝังบัณฑิตให้เป็นผู้มีจริยธรรม คุณธรรมและความรับผิดชอบต่อท้องถิ่น ชุมชนและสังคม อันเป็นรากฐานสำคัญของความเจริญที่ยั่งยืนของสังคมและประเทศชาติ	**ปรัชญา** ผลิตบัณฑิตให้มีความรู้อย่างมืออาชีพคู่คุณธรรม ก้าวทันเทคโนโลยี	ปรับปรุงปรัชญา

หลักสูตรเดิม พ.ศ.2555	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2560	สิ่งที่ปรับปรุง
วัตถุประสงค์ 1) เพื่อผลิตบัณฑิตด้านบริหารธุรกิจสาขาวิชาการตลาดที่มีเจตคติที่ดี มีคุณธรรม จริยธรรม มีจรรยาบรรณทางวิชาชีพการตลาด และมีจิตสำนึกในความรับผิดชอบต่อท้องถิ่นและสังคม 2) เพื่อผลิตบัณฑิตด้านบริหารธุรกิจสาขาวิชาการตลาดที่มีความรู้และทักษะทางด้านการตลาด ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ มีความเข้าใจในหลักการและแนวคิดทางด้านการตลาดสมัยใหม่ สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการประกอบวิชาชีพได้ 3) เพื่อผลิตบัณฑิตด้านบริหารธุรกิจสาขาวิชาการตลาดที่มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ โดยใช้แนวคิดทางด้านการบริหารธุรกิจอย่างบูรณาการ และสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์. 4) เพื่อผลิตบัณฑิตด้านบริหารธุรกิจสาขาวิชาการตลาดที่มีความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่น มีภาวะผู้นำ และมีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมายอย่างมีประสิทธิภาพ 5) เพื่อผลิตบัณฑิตด้านบริหารธุรกิจสาขาวิชาการตลาดที่มีทักษะในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงตัวเลขเพื่อการตัดสินใจ รวมทั้งสามารถสื่อสาร และใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ	**วัตถุประสงค์** 1) เพื่อผลิตบัณฑิตด้านบริหารธุรกิจสาขาวิชาการตลาดที่มีเจตคติที่ดี มีคุณธรรม จริยธรรม มีจรรยาบรรณทางวิชาชีพการตลาด และมีจิตสำนึกในความรับผิดชอบต่อท้องถิ่นและสังคม 2) เพื่อผลิตบัณฑิตด้านบริหารธุรกิจสาขาวิชาการตลาดที่มีความรู้และทักษะทางด้านการตลาด ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ มีความเข้าใจในหลักการและแนวคิดทางด้านการตลาดสมัยใหม่ สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการประกอบวิชาชีพได้ 3) เพื่อผลิตบัณฑิตด้านบริหารธุรกิจสาขาวิชาการตลาดที่มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ โดยใช้แนวคิดทางด้านการบริหารธุรกิจอย่างบูรณาการ และสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์. 4) เพื่อผลิตบัณฑิตด้านบริหารธุรกิจสาขาวิชาการตลาดที่มีความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่น มีภาวะผู้นำ และมีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมายอย่างมีประสิทธิภาพ 5) เพื่อผลิตบัณฑิตด้านบริหารธุรกิจสาขาวิชาการตลาดที่มีทักษะในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงตัวเลขเพื่อการตัดสินใจ รวมทั้งสามารถสื่อสาร และใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ	
จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร: – 132หน่วยกิต	**จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร** – 134 หน่วยกิต	จำนวนหน่วยกิตเพิ่มขึ้น
โครงสร้างหลักสูตร **1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไปไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต** 1.1)กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร 9 หน่วยกิต 1.2) กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ 6 หน่วยกิต	**โครงสร้างหลักสูตร** **1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไปไม่น้อยกว่า 32 หน่วยกิต** 1.1) วิชาศึกษาทั่วไปบังคับ 23หน่วยกิต (1) กลุ่มวิชาภาษา 9 หน่วยกิต	

หลักสูตรเดิม พ.ศ.2555	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2560	สิ่งที่ปรับปรุง
1.3) กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ 6 หน่วยกิต 1.4) กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี 9 หน่วยกิต **2) หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า 96 หน่วยกิต** 2.1)วิชาพื้นฐานวิชาชีพ 42 หน่วยกิต 2.2) วิชาเฉพาะ 48 หน่วยกิต 2.2.1) วิชาบังคับ 33 หน่วยกิต 2.2.2) วิชาเลือก ไม่น้อยกว่า 15 หน่วยกิต 2.2.3) วิชาวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ 6หน่วยกิต **3) หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต**	(2) กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 7 หน่วยกิต (3) กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ 6 หน่วยกิต (4) กลุ่มวิชาพลศึกษา 1 หน่วยกิต **1.2) วิชาศึกษาทั่วไปเลือก ไม่น้อยกว่า 9หน่วยกิต** (1) กลุ่มวิชาภาษา ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต (2) กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ไม่น้อยกว่า3 หน่วยกิต (3) กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต **2) หมวดวิชาเฉพาะไม่น้อยกว่า 96 หน่วยกิต** 2.1) วิชาแกน33หน่วยกิต 2.2) วิชาเฉพาะด้าน57หน่วยกิต (1) กลุ่มวิชาบังคับ 45หน่วยกิต (2) กลุ่มวิชาเลือก 12หน่วยกิต 2.3) วิชาพื้นฐานวิชาชีพและวิชาชีพ 6 หน่วยกิต **3) หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต**	
รายวิชา **1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป** **ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต** **1.1 กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร** 2001101 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารและการสืบค้นสารสนเทศ 2001102 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 2001103 ภาษาและวัฒนธรรมเพื่อนบ้าน **1.2 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์** 1002101 การพัฒนาพฤติกรรมมนุษย์ 2002102สุนทรียนิยม **1.3 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์** 2003101 สังคมไทยและสังคมโลก 2003102 ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม **1.4 กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี** 4004101 วิทยาศาสตร์เพื่อคุณภาพชีวิต	**รายวิชา** **1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป** **ไม่น้อยกว่า 32 หน่วยกิต** **1.1 วิชาศึกษาทั่วไปบังคับ** - **กลุ่มวิชาภาษา** 9111101 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6) 9111102 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6) 9111103 ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน 3(3-0-6) - **กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์** 9121101 ทักษะชีวิต 3(3-0-6) 9121102 สังคมไทยและสังคมโลกในศตวรรษที่ 21 3(3-0-6) 9121103 ความเป็นพลเมือง 1(1-0-2) - **กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์**	ปรับรหัสวิชา ชื่อวิชา จำนวนหน่วยกิตและคำอธิบายรายวิชา

หลักสูตรเดิม พ.ศ.2555	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2560	สิ่งที่ปรับปรุง
4004102การคิดและการตัดสินใจ 4004103 เทคโนโลยีสารสนเทศบูรณาการ **วิชาพื้นฐานวิชาชีพ 45หน่วยกิต** 3000201 สถิติธุรกิจ 3(3-0-6) 3000202 ภาษาอังกฤษธุรกิจ 13(3-0-6) 3000203 ภาษาอังกฤษธุรกิจ 23(3-0-6) 3000204 กฎหมายเกี่ยวกับการประ- 3(2-2-5) กอบธุรกิจและการภาษี อากร 3001100 หลักการตลาด 3(3-0-6) 3002100 หลักการจัดการ 3(3-0-6) 3004201 การจัดการการผลิตและ 3(3-0-6) ปฏิบัติการ 3011100 หลักการบัญชีเบื้องต้น 3(2-2-5) 3011203 การเงินธุรกิจ 3(3-0-6) 3011315 การบัญชีเพื่อการจัดการ 3(2-2-5) 3061102 เศรษฐศาสตร์จุลภาค 1 3(3-0-6) 3061103 เศรษฐศาสตร์มหภาค 13(3-0-6) 3001312 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ 3(3-0-6) ทางตลาด **วิชาบังคับ 33หน่วยกิต** 3001201 พฤติกรรมผู้บริโภค3(3-0-6) 3001301 การจัดการผลิตภัณฑ์3(3-0-6) และตราสินค้า 3001302 การจัดการราคา3(3-0-6) 3001303การจัดการช่องทางการตลาด3(3-0-6) 3001304 การสื่อสารทางการตลาด3(3-0-6) เชิงบูรณาการ 3001305 การตลาดระดับโลก3(3-0-6) 3001306 จริยธรรมทางการตลาด3(3-0-6) และความรับผิดชอบของ ธุรกิจต่อสังคม 3001307 กลยุทธ์การตลาด 3(3-0-6)	9131101 วิทยาศาตร์และเทคโนโลยี 3(2-2-5) ในชีวิตประจำวัน 9131102 ทักษะการเรียนรู้และแก้ 3(2-2-5) ปัญหาเชิงคณิตศาสตร์ - **กลุ่มวิชาพละศึกษา** 9141101 กิจกรรมทางกายเพื่อชีวิต 1(0-2-1) **1.2 วิชาศึกษาทั่วไปเลือก** - **กลุ่มวิชาภาษา** 9112101 ภาษาและวัฒนธรรมลาว 3(2-2-5) 9112102 ภาษาและวัฒนธรรมพม่า 3(2-2-5) 9112103 ภาษาและวัฒนธรรม 3(2-2-5) เวียดนาม 9112104 ภาษาและวัฒนธรรมเขมร 3(2-2-5) 9112105 ภาษาและวัฒนธรรมลายู 3(2-2-5) 9112106 ภาษาและวัฒนธรรมจีน 3(2-2-5) 9112107 ภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น 3(2-2-5) 9112108 ภาษาและวัฒนธรรมเกาหลี 3(2-2-5) - **กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์** 9122201 การจัดการสมัยใหม่และ3(3-0-6) ภาวะผู้นำ 9122202 การสื่อสารในชีวิตประจำวัน 3(3-0-6) 9122203 สุนทียะศิลปกรรม 3(3-0-6) 9122204 ความสุขแห่งชีวิต 3(3-0-6) - **กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์** 9132201 เทคโนโลยีสารสนเทศ3(2-2-5) และสื่อสังคมออนไลน์ 9132202 เทคโนโลยีเพื่อการพัฒนา 3(3-0-6) ที่ยั้งยืน 9132204 สุขภาพและความงาม 3(3-0-6) **วิชาพื้นฐานวิชาชีพ 33หน่วยกิต** 3100204 กฎหมายเกี่ยวกับการ 3(2-2-5) ประกอบธุรกิจและ ภาษีอากร	

หลักสูตรเดิม พ.ศ.2555	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2560	สิ่งที่ปรับปรุง
3001401 การวางแผนทางการตลาด3(2-2-5) 3001402การวิจัยทางการตลาด3(2-2-5) 3001403 สัมมนาทางการตลาด3(2-2-5) **วิชาเลือก ไม่น้อยกว่า 15 หน่วยกิต** 3001212 การตลาดบริการ3(3-0-6) 3001213 การจัดการการขาย3(3-0-6) 3001214การจัดการการโฆษณาทาง3(3-0-6) การตลาด 3001215 การขายโดยบุคคลและ3(3-0-6) ศิลปะการขาย 3001216 การจัดการการส่งเสริม3(3-0-6) การขาย 3001217 การจัดการการประชา3(3-0-6) สัมพันธ์ทางการตลาด 3001218 การตลาดทางตรง3(3-0-6) 3001311การจัดการการค้าปลีก3(3-0-6) 3001313การจัดการความสัมพันธ์3(3-0-6) ทางการตลาด 3001314ปัญหาพิเศษทางการตลาด3(3-0-6) 3001411 การตลาดเกษตรและสหกรณ์3(3-0-6) 3001412 การตลาดเพื่อสังคมและ3(3-0-6) สิ่งแวดล้อม 3001413ระบบสารสนเทศทาง3(3-0-6) การตลาด 3001414สถานการณ์ปัจจุบันทาง3(3-0-6) การตลาด 3001415 การสร้างนวัตกรรมทาง3(3-0-6) การตลาด 3002211การจัดการทรัพยากรมนุษย์3(3-0-6) 3004202 หลักการจัดการ3(3-0-6) โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน 3005101 การประยุกต์ใช้ซอฟท์แวร์ใน3(2-2-5) งานธุรกิจ **วิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ 6หน่วยกิต**	3101100 หลักการตลาด 3(3-0-6) 3102100 หลักการจัดการ 3(3-0-6) 3103200 สถิติธุรกิจ 3(3-0-6) 3104203 การจัดการการผลิตและ 3(3-0-6) ปฏิบัติการ 3105101 การประยุกต์ใช้ซอฟ- 3(2-2-5) แวร์ทางธุรกิจ 3106201 ภาษาอังกฤษธุรกิจ 3(3-0-6) 3131201 เศรษฐศาสตร์จุลภาค 13(3-0-6) 3131202 เศรษฐศาสตร์มหภาค 13(3-0-6) 3141100 หลักการบัญชีเบื้องต้น 3(2-2-5) 3141201 การเงินธุรกิจ 3(3-0-6) **วิชาบังคับ 45หน่วยกิต** 3101201 พฤติกรรมผู้บริโภค3(3-0-6) 3101202 การจัดการผลิตภัณฑ์3(3-0-6) 3101203 การจัดการราคา3(3-0-6) 3101204 ช่องทางการตลาด3(3-0-6) และโลจิสติกส์ 3101205 การสื่อสารทางการตลาด3(3-0-6) เชิงบูรณาการ 3101206 จริยธรรมทางการตลาด3(3-0-6) 3101207 การตลาดบริการ3(3-0-6) 3101301 การวิเคราะห์และ3(3-0-6) การตัดสินใจทางการตลาด 3101302 กลยุทธ์การตลาด3(3-0-6) 3101303 การตลาดพาณิชย์3(2-2-5) อิเล็กทรอนิกส์ 3101304 ภาษาอังกฤษเพื่อการตลาด3(3-0-6) 3101305 การตลาดระดับโลก3(3-0-6) 3101401 การวางแผนทางการตลาด3(2-2-5) 3101402 การวิจัยทางการตลาด3(2-2-5) 3101403 สัมมนาทางการตลาด3(2-2-5) **วิชาเลือก ไม่น้อยกว่า 12 หน่วยกิต**	

หลักสูตรเดิม พ.ศ.2555	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2560	สิ่งที่ปรับปรุง
3001431การเตรียมฝึกประสบการณ์ 3(2-2-5) วิชาชีพทางการตลาด 3001432 การฝึกประสบการณ์ 3(0-300-0) วิชาชีพทางการตลาด **วิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต**	3101208 การโฆษณาทางการตลาด3(3-0-6) 3101209 การขายโดยบุคคลและ3(3-0-6) ศิลปะการขาย 3101210 การจัดการส่งเสริมการขาย3(3-0-6) 3101211 การจัดกิจกรรมการตลาด3(3-0-6) และการประชาสัมพันธ์ 3101306 การจัดการตราสินค้า3(3-0-6) และการบรรจุภัณฑ์ 3101307 การจัดการการค้าปลีก3(3-0-6) 3101308 การจัดการการขาย3(3-0-6) 3101309 การตลาดทางตรง3(3-0-6) 3101310 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์3(3-0-6) 3101311 ระบบสารสนเทศทาง3(3-0-6) การตลาด 3101404 ปัญหาพิเศษทางการตลาด3(3-0-6) 3101405 การตลาดกีฬาและบันเทิง3(3-0-6) 3101406 การจัดการการตลาด3(3-0-6) **วิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ6หน่วยกิต** 3101431การเตรียมฝึกประสบการณ์ 3(2-2-5) วิชาชีพทางการตลาด 3101432 การฝึกประสบการณ์ 3(0-300-0) วิชาชีพทางการตลาด **วิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต**	

ภาคผนวก ง
ระเบียบ ข้อบังคับ และประกาศของมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
ว่าด้วยการประเมินผลการศึกษาระดับปริญญาตรี
พ.ศ. ๒๕๕๐

……..

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๑๘ (๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. ๒๕๔๗ สภามหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา จึงออกข้อบังคับไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ข้อบังคับนี้เรียกว่า “ ข้อบังคับสภามหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ว่าด้วยการประเมินผลการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๕๐”

ข้อ ๒ บรรดาข้อบังคับ ระเบียบ หรือประกาศใดที่ขัดกับข้อบังคับนี้ ให้ใช้ข้อบังคับนี้แทน

ข้อ ๓ให้ใช้ข้อบังคับนี้สำหรับนิสิต นักศึกษา ที่เข้าศึกษาตั้งแต่ปีการศึกษา ๒๕๕๐ เป็นต้นไป

ข้อ ๔ ในข้อบังคับนี้

“ มหาวิทยาลัย” หมายถึง มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

“ สภา” หมายถึง สภามหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

“ อธิการบดี หมายถึง อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

“ นิสิต” หมายถึง ผู้ที่เข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยเต็มเวลา

“ นักศึกษา” หมายถึง ผู้ที่เข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยไม่เต็มเวลาหรือตามโครงการอื่นใดที่ไม่ใช่นิสิต

ข้อ๕ให้มีการประเมินผลการเรียนในรายวิชาต่าง ๆ ตามหลักสูตรเป็น ๒ ระบบ ดังนี้

(๑) ระบบค่าระดับคะแนน แบ่งเป็น๘ ระดับ

ระดับคะแนน	ความหมายของผลการเรียน	ค่าระดับคะแนน
A	ดีเยี่ยม	๔.๐
B+	ดีมาก	๓.๕
B	ดี	๓.๐
C+	ดีพอใช้	๒.๕
C	พอใช้	๒.๐
D+	อ่อน	๑.๕
D	อ่อนมาก	๑.๐
E	ตก	๐.๐

ระบบนี้ใช้สำหรับการประเมินรายวิชาที่เรียนตามหลักสูตรในรายวิชาที่มีการลงทะเบียนและนับหน่วยกิตในการจบ ค่าระดับคะแนนที่ถือว่าสอบได้ตามระบบนี้ ต้องไม่ต่ำกว่า “D” ถ้านิสิต นักศึกษาได้ค่าระดับคะแนน ‘’E’’ ต้องลงทะเบียนเรียนใหม่จนกว่าจะสอบได้ หรือเข้ารับการฝึกอบรมในเนื้อหาวิชาที่เทียบได้กับมาตรฐานรายวิชานั้นๆ แทนการลงทะเบียนเรียนใหม่ การฝึกอบรมแทนการลงทะเบียนใหม่ให้เป็นไปตามประกาศมหาวิทยาลัย แล้วให้เปลี่ยนค่าระดับคะแนนวิชาที่สอบตกนั้นเป็น “PS” กรณีวิชาเลือกถ้าได้ค่าระดับคะแนน “ E “ สามารถเปลี่ยนไปลงทะเบียนและเรียนรายวิชาอื่นแทนได้

ส่วนการประเมินรายวิชาการเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพและรายวิชาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ถ้าได้ค่าระดับคะแนนต่ำกว่า “ C “ ถือว่าสอบตก นิสิต นักศึกษาจะต้องลงทะเบียนเรียนใหม่

(๒) ระบบไม่มีค่าระดับคะแนน กำหนดสัญลักษณ์การประเมิน ดังนี้

ระดับการประเมิน	**ความหมายของการประเมิน**
PD (Pass with Distinction)	ผ่านดีเยี่ยม
P (Pass)	ผ่าน
F (Fail)	ไม่ผ่าน

ระบบนี้ใช้สำหรับการประเมินรายวิชาที่หลักสูตรบังคับให้เรียนเพิ่มตามข้อกำหนดเฉพาะและรายวิชาที่มหาวิทยาลัยกำหนดให้เรียนเพิ่ม

รายวิชาที่ได้ผลการประเมินเป็น “ F “ นิสิต นักศึกษาจะต้องลงทะเบียนและเรียนใหม่จนกว่าจะสอบได้ หรือให้เข้ารับการฝึกอบรมแทนจนกว่าจะสอบผ่าน

ข้อ ๖ สัญลักษณ์อื่น ๆ มีดังนี้

Au (Audit) ใช้สำหรับการลงทะเบียนเพื่อร่วมฟัง โดยไม่นับหน่วยกิต

W (Withdraw) ใช้สำหรับการบันทึกกรณีดังต่อไปนี้

(๑) นิสิต นักศึกษาได้รับอนุมัติให้ยกเลิกรายวิชาเรียนนั้นก่อนกำหนดสอบปลายภาคไม่น้อยกว่า ๒ สัปดาห์

(๒) นิสิต นักศึกษาได้รับอนุมัติให้ลาพักการเรียนในภาคเรียนนั้น

(๓) นิสิต นักศึกษาถูกสั่งให้พักการเรียนหลังจากลงทะเบียนในภาคเรียนนั้นแล้ว

(๔) รายวิชาเลือกที่ได้รับการอนุมัติให้ไปเรียนวิชาอื่นแทน

PS (Pass with Satisfaction) ใช้สำหรับการบันทึกรายวิชาที่ได้รับค่าระดับคะแนน“ E “ ให้สามารถลงทะเบียนเรียนใหม่ได้ แล้วให้เปลี่ยนค่าระดับคะแนนนั้น เป็น “ PS “

I (Incomplete) ใช้สำหรับบันทึกการประเมินที่ไม่สมบูรณ์ในรายวิชาที่นักศึกษายังทำงานไม่เสร็จเมื่อสิ้นภาคเรียน หรือขาดสอบ นิสิต นักศึกษาที่ได้ “ I “ ต้องดำเนินการขอรับการประเมิน เพื่อเปลี่ยนระดับคะแนนให้เสร็จสิ้นภายในภาคเรียนถัดไป

ข้อ ๗ รายวิชาที่ได้รับการยกเว้นการเรียน ตามระเบียบเกี่ยวกับการยกเว้นการเรียนให้ผลการประเมินเป็น “P“

ข้อ ๘ การลงทะเบียนเรียนให้ลงทะเบียนเรียนได้ไม่น้อยกว่า ๙ หน่วยกิต และไม่เกิน ๒๒ หน่วยกิต ในแต่ละภาคการศึกษาปกติสำหรับการลงทะเบียนเรียนเต็มเวลา และให้ลงทะเบียนเรียนได้ไม่เกิน ๙ หน่วยกิต ในแต่ละภาคการศึกษาปกติสำหรับการลงทะเบียนเรียนไม่เต็มเวลา

สำหรับการลงทะเบียนเรียนในภาคฤดูร้อน ให้ลงทะเบียนเรียนได้ไม่เกิน ๙ หน่วยกิต หรือตามประกาศของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๙ นิสิต นักศึกษาที่เข้าศึกษาในหลักสูตรปริญญาตรี (๒ ปีหลังอนุปริญญา) จะลงทะเบียนรายวิชาที่ซ้ำหรือรายวิชาเทียบเท่ากับรายวิชาที่เคยศึกษามาแล้วในระดับอนุปริญญาไม่ได้ หากลงทะเบียนซ้ำให้เว้นการนับหน่วยกิต เพื่อพิจารณาวิชาเรียนครบตามหลักสูตรที่กำลังศึกษาอยู่ ยกเว้นรายวิชาที่เคยสอบได้มาแล้วเกิน ๑๐ ปี นับตั้งแต่ภาคเรียนที่สอบได้ ในรายวิชานั้นถึงวันที่เข้าศึกษาตามหลักสูตรที่กำลังศึกษาอยู่ให้เรียนซ้ำได้

ข้อ ๑๐ การหาระดับคะแนนเฉลี่ย

(๑) ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยประจำภาคและค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม ให้คิดเป็นเลขทศนิยม ๒ ตำแหน่งโดยไม่ปัดเศษ สำหรับรายวิชาที่มีผลการเรียน “ I “ ยังไม่นำหน่วยกิตมารวมเป็นตัวหารเฉลี่ย

(๒)กรณีสอบตก ต้องลงทะเบียนเรียนซ้ำหรือเปลี่ยนไปเรียนวิชาอื่น ไม่ต้องนับหน่วยกิตที่สอบตกเป็นตัวหารเฉลี่ย

(๓) กรณีที่นิสิต นักศึกษาลงทะเบียนเรียนซ้ำกับวิชาที่สอบได้แล้ว หรือเรียนรายวิชาที่ระบุไว้ในหลักสูตรเทียบเท่า ให้นับหน่วยกิตและค่าระดับคะแนนเฉลี่ยเฉพาะรายวิชาที่เรียนครั้งสุดท้ายเท่านั้น แล้วให้เปลี่ยนรายวิชาที่เรียนซ้ำนั้น ให้ได้รับผลการเรียนเป็น “ Au”

ข้อ ๑๑ ผู้สำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร ต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนทุกข้อ ดังนี้

(๑)มีความประพฤติดี

(๒)สอบได้รายวิชาต่าง ๆ ครบตามหลักสูตร รวมทั้งรายวิชาที่สภากำหนดให้เรียนเพิ่ม

(๓)ได้ระดับค่าคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า ๒.๐๐

(๔)มีเวลาเรียนไม่ต่ำกว่า ๔ ภาคการศึกษาปกติ ในกรณีที่เรียนหลักสูตร ๒ ปี ไม่ต่ำกว่า ๖ ภาคเรียนปกติ ในกรณีที่เรียนหลักสูตร ๔ ปี และไม่ต่ำกว่า ๘ ภาคการศึกษาปกติ ในกรณีเรียนหลักสูตร ๕ ปี

(๕)มีสภาพเป็นนิสิต ไม่เกิน ๔ปีการศึกษา ติดต่อกันในกรณีเรียนหลักสูตร ๒ ปีไม่เกิน ๘ ปีการศึกษา ติดต่อกันในกรณีที่เรียนหลักสูตร ๔ ปี และไม่เกิน ๑๐ ปีการศึกษาติดต่อกันในกรณีเรียนหลักสูตร ๕ ปี

สำหรับนักศึกษาภาคพิเศษ (ลงทะเบียนเรียนไม่เต็มเวลา) มีเวลาเรียนไม่ต่ำกว่า ๘ ภาคการศึกษาปกติในกรณีเรียนหลักสูตร ๒ ปี และไม่ต่ำกว่า ๑๔ ภาคการศึกษาปกติในกรณีเรียนหลักสูตร ๔ ปี และมีสภาพการเป็นนักศึกษาไม่เกิน ๖ ปีการศึกษา ในกรณีเรียนหลักสูตร ๒ ปี ไม่เกิน ๑๒ ปีการศึกษา ในกรณีเรียนหลักสูตร ๔ ปีและไม่เกิน ๑๕ ปีการศึกษา ในกรณีเรียนหลักสูตร ๕ ปี

ทั้งนี้ยกเว้นโครงการพิเศษที่จัดการศึกษานอกที่ตั้งให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัยว่าด้วยโครงการนั้น ๆ

ข้อ ๑๒ การพ้นสภาพการเป็นนิสิต นักศึกษา

นิสิต จะพ้นสภาพการเป็นนิสิต เมื่ออยู่ในเกณฑ์ข้อใดข้อหนึ่งดังต่อไปนี้

(๑) ผลการเรียนได้ระดับค่าคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า ๑.๖๐ เมื่อสิ้นภาคเรียนปกติ ภาคเรียนที่ ๒ นับตั้งแต่เริ่มเข้าเรียน

(๒) ผลการประเมินได้ค่าคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า ๑.๘๐ ในภาคเรียนปกติ ภาคเรียนที่ ๔ ที่ ๖ ที่ ๘ ที่ ๑๐ ที่ ๑๒ และที่ ๑๔ นับตั้งแต่เริ่มเข้าเรียน

(๓) นิสิตลงทะเบียนเรียนครบหลักสูตรกำหนด แต่ยังได้ค่าคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า ๑.๘๐

(๔) มีสภาพเป็นนิสิตครบ ๔ปี ติดต่อกันในกรณีที่เรียนหลักสูตร ๒ ปี และครบ ๘ ปี ติดต่อกัน ในกรณีเรียนหลักสูตร ๔ ปี และครบ ๑๐ ปี ติดต่อกันในกรณีเรียนหลักสูตร ๕ ปี และขาดคุณสมบัติตามข้อ ๑๐.๓ ในการเป็นผู้สำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

สำหรับนักศึกษาภาคพิเศษ จะพ้นสภาพการเป็นนักศึกษา เมื่อผลการประเมินได้ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า ๑.๘๐ เมื่อสิ้นภาคเรียนที่ ๔ กรณีหลักสูตร ๒ ปี และเมื่อสิ้นภาคเรียนที่ ๘ กรณีเรียนหลักสูตร ๔ ปี หรือนักศึกษาลงทะเบียนเรียนครบตามหลักสูตรกำหนด แต่ยังได้ระดับคะแนนสะสมต่ำกว่า ๑.๘๐ ได้ระดับคะแนนต่ำกว่า “C“ ในรายวิชาการเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพ หรือการฝึกประสบการณ์วิชาชีพการนับจำนวนภาคเรียนให้นับตั้งแต่เริ่มเข้าเรียน

ข้อ ๑๓ เมื่อนิสิต นักศึกษาเข้าเรียนได้จำนวนหน่วยกิตครบตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตรแล้ว และได้ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ ๑.๘๐ แต่ไม่ถึง ๒.๐๐ ให้เลือกเรียนรายวิชาเพิ่มเติม เพื่อทำค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมให้ถึง ๒.๐๐ ทั้งนี้ต้องอยู่ในระยะเวลาที่กำหนดตามข้อ ๑๑.๕หรือตามระยะเวลาที่กำหนดสภาพการเป็นนักศึกษาของโครงการจัดการศึกษาภาคพิเศษ นั้น ๆ

ข้อ ๑๔ นิสิต นักศึกษาที่ทุจริต หรือร่วมทุจริตในการสอบรายวิชาใด ให้นักศึกษาผู้นั้นได้รับผลการเรียน “E“ หรือ “F“ ตามระบบการประเมินผลการเรียนในรายวิชานั้น และมหาวิทยาลัยพิจารณาโทษตามควรแก่กรณี

ข้อ ๑๕ ผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีจะได้รับเกียรตินิยม ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

(๑) ระดับปริญญาตรี (หลักสูตร ๔ ปี) เมื่อครบตามหลักสูตรแล้ว ได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่น้อยกว่า ๓.๖๐ จะได้รับเกียรตินิยมอันดับหนึ่ง ถ้าได้ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่น้อยกว่า ๓.๒๕ แต่ไม่ถึง ๓.๖๐ จะได้รับเกียรตินิยมอันดับสอง

(๒)ระดับปริญญาตรี (หลังอนุปริญญา) ต้องได้รับค่าคะแนนเฉลี่ยสะสมจากระดับอนุปริญญา หรือเทียบเท่าไม่น้อยกว่า ๓.๖๐และเรียนครบหลักสูตรโดยได้รับค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมจากการศึกษาในมหาวิทยาลัยไม่น้อยกว่า ๓.๖๐จะได้รับเกียรตินิยมอันดับหนึ่ง ถ้าได้ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมจากสถาบันเดิม และมหาวิทยาลัยนี้ไม่น้อยกว่า ๓.๒๕ แต่ไม่ถึง ๓.๖๐ จะได้รับเกียรตินิยมอันดับสอง

(๓) สอบได้ในรายวิชาใดๆ ไม่ต่ำกว่า “C”หรือ ไม่ได้ “PS”ตามระบบค่าระดับคะแนน หรือไม่ได้ “F“ ตามระบบไม่มีค่าระดับคะแนน

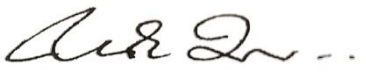
สำหรับผู้ที่ได้รับค่าคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่น้อยกว่า ๓.๖๐ จะได้รับเกียรตินิยมอันดับหนึ่ง แต่มีรายวิชาที่สอบได้ค่าระดับคะแนน“D” ให้ได้รับเกียรตินิยมอันดับสอง

(๔)นิสิต มีเวลาเรียนไม่เกิน ๔ ภาคเรียนปกติ สำหรับหลักสูตร ๒ ปี ไม่เกิน ๘ ภาคเรียนปกติ สำหรับหลักสูตร ๔ ปีและไม่เกิน ๑๐ ภาคเรียนปกติสำหรับหลักสูตร ๕ ปี

นักศึกษาภาคพิเศษ มีเวลาเรียนไม่เกิน ๘ ภาคเรียน สำหรับหลักสูตร ๒ ปีและไม่เกิน ๑๔ ภาคเรียน สำหรับหลักสูตร ๔ ปี

ข้อ ๑๖ ให้อธิการบดีรักษาการให้เป็นไปตามข้อบังคับนี้ และเป็นผู้ชี้ขาดในกรณีที่มีปัญหาจากการใช้ข้อบังคับนี้

ประกาศ ณ วันที่ ๒๔มีนาคม พ.ศ. ๒๕๕๐



(ศาสตราจารย์พรชัย มาตังคสมบัติ)

นายกสภามหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ประกาศมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
เรื่องแนวปฏิบัติตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
ว่าด้วยการประเมินผลการศึกษาระดับปริญญาตรีพ.ศ. ๒๕๕๐

เพื่อให้การประเมินผลการศึกษาสำหรับนิสิต นักศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ มหาวิทยาลัยจึงกำหนดให้มีแนวปฏิบัติดังนี้

๑. แนวปฏิบัตินี้ใช้สำหรับนิสิต นักศึกษาระดับปริญญาตรี ของมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ทั้งภาคปกติและภาคพิเศษ

๒. การมีสิทธิ์สอบปลายภาคเรียน ต้องอยู่ในเกณฑ์ต่อไปนี้

๒.๑ มีเวลาเรียนในรายวิชานั้น ๆ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ ของเวลาเรียนทั้งหมด

๒.๒ ในกรณีที่มีเวลาเรียนในรายวิชาใดน้อยกว่า ๘๐ แต่ไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๖๐ ให้อยู่ในดุลยพินิจของอาจารย์ประจำวิชา

๒.๓ ในกรณีที่มีเวลาเรียนในรายวิชาใดน้อยกว่าร้อยละ ๖๐ จะไม่มีสิทธิ์สอบในรายวิชานั้น

๒.๔ ผู้ไม่มีสิทธิ์สอบปลายภาคเรียนจะได้รับการพิจารณาผลการเรียนเป็น “ E “

ผู้มีสิทธิ์สอบแต่ขาดสอบปลายภาคเรียน การพิจารณาให้มีสิทธิ์สอบให้อยู่ในดุลยพินิจของอาจารย์ประจำวิชา หรือ คณะกรรมการบริหารหลักสูตร

๓. ระบบการประเมินผลการศึกษา ให้มีการประเมินผลการเรียนรายวิชาต่าง ๆ ตามหลักสูตรเป็น ๒ ระบบ ดังนี้

๓.๑ ระบบค่าระดับคะแนนแบ่งเป็น ๘ ระดับ

ระดับคะแนน	ความหมายของผลการเรียน	ค่าระดับคะแนน
A	ดีเยี่ยม	๔.๐
B+	ดีมาก	๓.๕
B	ดี	๓.๐
C+	ดีพอใช้	๒.๕
C	พอใช้	๒.๐
D+	อ่อน	๑.๕
D	อ่อนมาก	๑.๐

E ตก ๐.๐

ระบบนี้ใช้สำหรับประเมินรายวิชาที่เรียนตามหลักสูตรในรายวิชาที่มีการลงทะเบียนและนับหน่วยกิต ระดับคะแนนที่ถือว่าสอบได้ตามระบบนี้ ต้องไม่ต่ำกว่า “D” ถ้าได้ระดับคะแนนในรายวิชาใดเป็น “E” ต้องลงทะเบียนเรียนใหม่จนกว่าจะสอบได้ ยกเว้นรายวิชาเลือก ถ้าได้ระดับคะแนน “E” สามารถเปลี่ยนแปลงไปลงทะเบียนเรียนรายวิชาอื่นที่อยู่ในหมวดและกลุ่มเดียวกันแทนได้

การลงทะเบียนเรียนใหม่ในรายวิชาเดิม ที่ได้ระดับคะแนน “E” ให้เปลี่ยนค่าระดับคะแนนวิชาที่สอบตกนั้นเป็น "PS"

การประเมินรายวิชาการเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และรายวิชาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ถ้าได้ระดับคะแนนต่ำกว่า “C” ถือว่าสอบตก นิสิต นักศึกษาจะต้องลงทะเบียนและฝึกประสบการณ์ใหม่

๓.๒ ระบบไม่มีค่าระดับคะแนน กำหนดสัญลักษณ์การประเมิน ดังนี้

ระดับการประเมิน	**ความหมายของผลการประเมิน**
PD (Pass with Distinction)	ผ่านดีเยี่ยม
P (Pass)	ผ่าน
F (Fail)	ไม่ผ่าน

ระบบนี้ใช้สำหรับการประเมินรายวิชาที่หลักสูตรบังคับให้เรียนเพิ่ม ตามข้อกำหนดเฉพาะและรายวิชาที่สภาประจำสถาบันกำหนดให้เรียนเพิ่ม รายวิชาที่ได้ผลการประเมินเป็น “F” นิสิต นักศึกษาจะต้องลงทะเบียนและเรียนใหม่จนกว่าจะผ่านเกณฑ์การประเมิน

๓.๓ สัญลักษณ์อื่น ๆ มีดังนี้

Au (Audit) ใช้สำหรับการบันทึกกรณีดังต่อไปนี้

(๑) สำหรับการลงทะเบียนเพื่อร่วมฟัง โดยไม่นับหน่วยกิต

(๒) การปรับผลการเรียนของรายวิชาที่ลงทะเบียนเรียนผิดเงื่อนไขตามหลักสูตร เช่น การลงทะเบียนเรียนผิดลำดับวิชาในในกลุ่มบุพวิชา

W (Withdraw) ใช้สำหรับการบันทึกกรณีดังต่อไปนี้

(๑) นิสิต นักศึกษาได้รับอนุมัติให้ยกเลิกรายวิชาเรียนเมื่อพ้นกำหนดเพิ่ม-ถอน ก่อนกำหนดสอบปลายภาคไม่น้อยกว่า ๒ สัปดาห์

(๒) นิสิต นักศึกษาได้รับอนุมัติให้ลาพักการเรียนในภาคเรียนนั้น

(๓) นิสิต นักศึกษาถูกสั่งให้พักการเรียนหลังจากลงทะเบียนในภาคเรียนนั้นแล้ว

(๔) รายวิชาเลือกที่ได้รับการอนุมัติให้ไปเรียนวิชาอื่นแทน

PS (Pass with Satisfaction) ใช้สำหรับการบันทึกรายวิชาที่ได้รับค่าระดับคะแนน "E" ให้สามารถลงทะเบียนเรียนใหม่ได้ แล้วให้เปลี่ยนค่าระดับคะแนนนั้น เป็น "PS"

I (Incomplete) ใช้สำหรับบันทึกการประเมินผลการเรียนที่ไม่สมบูรณ์ในรายวิชาที่นิสิต นักศึกษายังทำงานไม่เสร็จเมื่อสิ้นภาคเรียนหรือขาดสอบ นิสิตนักศึกษาที่ได้ "I" ต้องดำเนินการขอรับการประเมิน เพื่อเปลี่ยนระดับคะแนนให้เสร็จสิ้นภายในภาคเรียนถัดไป

นิสิต นักศึกษา ที่ได้รับผลการประเมินเป็น "I" หากไม่มาติดต่อเพื่อขอรับการแก้ไขภายในหนึ่งภาคการเรียนนับจากการลงทะเบียนในรายวิชาที่เป็น "I" นั้น ให้อาจารย์ผู้สอนส่งคะแนนและประเมินผลการเรียนจากคะแนนที่มีอยู่เมื่อสิ้นภาคเรียนดังกล่าว เพื่อส่งค่าระดับคะแนนมาสาขาวิชา คณะ และสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน ตามลำดับ

<u>นิสิต นักศึกษาที่ยังทำงานไม่เสร็จสิ้นภาคเรียน ให้โดยให้นิสิต นักศึกษาติดต่อที่อาจารย์ผู้สอน</u>

๔. การนับภาคเรียน ให้นับรวมภาคเรียนที่มีการลงทะเบียน หรือ การลาพักการเรียน หรือ การขอคืนสภาพการศึกษา เช่น

ภาคปกติ นิสิต เริ่มเข้าศึกษาชั้นปีที่ ๑

ภาคเรียนที่ ๑ ลงทะเบียนเรียน ภาคเรียนที่ ๒ ลาพักการเรียน

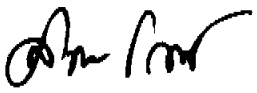
ชั้นปีที่ ๒

ภาคเรียนที่ ๑ ขอคืนสภาพการศึกษา ภาคเรียนที่ ๒ ลงทะเบียนเรียน

ให้นับว่ามีสภาพการเป็นนิสิต นักศึกษา รวม ๔ ภาคเรียน

๕. ให้อธิการบดีเป็นผู้ชี้ขาดในกรณีที่เกิดปัญหาเกี่ยวกับประกาศนี้

ประกาศ ณ วันที่ ๒๗ กรกฎาคม พ.ศ.๒๕๕๘



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลินดา เกณฑ์มา)

รักษาราชการแทนอธิการบดี

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ประกาศมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
เรื่อง กำหนดเกณฑ์การลงทะเบียนเรียนหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๕๘

.....

ด้วยเป็นการสมควรปรับปรุงเกณฑ์การลงทะเบียนเรียนระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาที่ใช้ในปัจจุบันให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้นเพื่อให้เป็นไปตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่องเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๔๘และความเห็นชอบของที่ประชุมคณบดี ครั้งที่ ๖/๒๕๕๘ วาระที่ ๕.๓วันที่ ๓๐ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๕๘และ อธิการบดี อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๒๗ และ ๓๑ แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. ๒๕๔๗ ให้ออกประกาศเกี่ยวกับเกณฑ์การลงทะเบียนเรียน หลักสูตรระดับปริญญาตรี ดังต่อไปนี้

๑.ประกาศมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยานี้ เรียกว่า “กำหนดเกณฑ์การลงทะเบียนเรียนหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๕๘”

๒.ให้ยกเลิกประกาศมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา เรื่องกำหนดเกณฑ์การลงทะเบียนเรียนหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๕๑ประกาศ ณ วันที่ ๕กุมภาพันธ์ ๒๕๕๒

๓. ให้ใช้ประกาศนี้สำหรับการลงทะเบียนเรียนในหลักสูตรระดับปริญญาตรีทุกหลักสูตรของมหาวิทยาลัย สำหรับ**การลงทะเบียนเรียนตั้งแต่ภาคเรียนที่ ๑ปีการศึกษา ๒๕๕๘เป็นต้นไป** ตามรายละเอียดที่กำหนด ดังนี้

๓.๑ ภาคปกติ(สำหรับการลงทะเบียนเรียนปกติ)

๑) การลงทะเบียน นิสิตภาคปกติ ให้ลงทะเบียนเรียนได้ รวมทั้งสิ้นไม่เกิน ๒๒หน่วยกิต ในแต่ละภาคการศึกษาปกติ

๒) การเรียนสมทบภาค กศ.พ.นิสิตภาคปกติ สามารถลงทะเบียนเรียนได้ในแต่ละภาคการศึกษาปกติได้ไม่เกิน ๙หน่วยกิต(ภาคการศึกษาที่ ๑ และ ๒) ทั้งนี้ต้องมีจำนวนหน่วยกิต รวมทั้งสองประเภทไม่เกิน ๒๒หน่วยกิต

สำหรับนิสิต ภาคปกติ ที่เรียนสมทบภาค กศ.พ. ในภาคเรียนฤดูร้อนได้ ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

- กำลังศึกษาอยู่เป็นปีการศึกษาที่ ๓เป็นต้นไปนับแต่วันเข้าเรียน
- ให้ลงทะเบียนเรียนได้ไม่เกิน ๙หน่วยกิต

๓) การฝึกประสบการณ์วิชาชีพนิสิตภาคปกติ สามารถลงทะเบียนเรียนฝึกประสบการณ์วิชาชีพได้ในชั้นปีที่ ๓เป็นต้นไป สำหรับหลักสูตร ๔ ปี และชั้นปีที่ ๔ เป็นต้นไป สำหรับหลักสูตร ๕ ปี และสามารถ

ลงทะเบียนเรียนรายวิชาอื่นได้ไม่เกิน ๙หน่วยกิตในภาคเรียนปกติ และสามารถลงทะเบียนเรียนรายวิชาอื่นได้ไม่เกิน ๙หน่วยกิต ในภาคเรียนฤดูร้อน

ทั้งนี้การลงทะเบียนเรียนดังกล่าว ต้องเป็นไปตามเกณฑ์การประเมินผลการสำเร็จการศึกษาเกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้สำเร็จการศึกษาตามหลักสูตรของมหาวิทยาลัย

๓.๒ ภาค กศ.พ.(สำหรับการลงทะเบียนเรียนไม่เต็มเวลา)

ให้ลงทะเบียนเรียนได้ ไม่เกิน ๙หน่วยกิต ในแต่ละภาคการศึกษาสำหรับการลงทะเบียนเรียนไม่เต็มเวลา

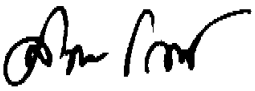
สำหรับระยะเวลาการสำเร็จการศึกษา พิจารณาได้ดังนี้

หลักสูตรปริญญาตรี (๔ปี) สำเร็จการศึกษาได้ไม่ก่อน๖ภาคการศึกษาปกติสำหรับการลงทะเบียนเรียนเต็มเวลาและไม่ก่อน๑๔ภาคการศึกษาปกติสำหรับการลงทะเบียนเรียนไม่เต็มเวลา

หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต ปริญญาตรี (๕ปี) สำเร็จการศึกษาได้ไม่ก่อน๑๐ภาคการศึกษาปกติสำหรับการลงทะเบียนเรียนเต็มเวลาและไม่ก่อน๑๗ภาคการศึกษาปกติสำหรับการลงทะเบียนเรียนไม่เต็มเวลา

๔. กรณีนิสิต นักศึกษาจะขอลงทะเบียนเรียนนอกเหนือจากที่กำหนดไว้ในประกาศนี้ ให้อยู่ในดุลยพินิจของอธิการบดี

ประกาศ ณ วันที่ ๒๗ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๕๘



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลินดา เกณฑ์มา)

รักษาราชการแทนอธิการบดี

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ระเบียบมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
ว่าด้วยการโอนหรือเทียบโอนผลการเรียน และการยกเว้นการเรียนรายวิชา
พ.ศ. ๒๕๔๕

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๑๘ (๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. ๒๕๔๗ สภามหาวิทยาลัยจึงวางระเบียบไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ระเบียบนี้เรียกว่า "ระเบียบสภามหาวิทยาลัยบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ว่าด้วยการโอนหรือเทียบโอนผลการเรียนและการยกเว้นการเรียนรายวิชา พ.ศ. ๒๕๔๕"

ข้อ ๒ ให้ใช้ระเบียบนี้สำหรับนิสิตนักศึกษาที่เข้าศึกษาตั้งแต่ปีการศึกษา ๒๕๔๕ เป็นต้นไป

บรรดาระเบียบ คำสั่ง หรือข้อบังคับอื่นใดที่เกี่ยวกับการโอนหรือเทียบโอนผลการเรียนและการยกเว้นการเรียนรายวิชา ซึ่งขัดหรือแย้งกับระเบียบนี้ ให้ใช้ระเบียบนี้แทน

ข้อ ๓ ในระเบียบนี้

"นิสิต" หมายความว่า ผู้ที่ศึกษาเต็มเวลาในวันทำการปกติของมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

"นักศึกษา" หมายความว่า ผู้ที่ศึกษา อบรม ตามโครงการต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย

"การโอนผลการเรียน" หมายความว่า การนำหน่วยกิตและค่าระดับคะแนนของทุกรายวิชาที่เคยศึกษาจากหลักสูตรของมหาวิทยาลัยมาใช้ โดยไม่ต้องศึกษารายวิชานั้นอีก

"การเทียบโอนผลการเรียน" หมายความว่า การนำหน่วยกิตและค่าระดับคะแนนของรายวิชาที่เคยศึกษาจากหลักสูตรของสถาบันอุดมศึกษาอื่นมาใช้ โดยไม่ต้องศึกษารายวิชานั้นอีก

"การยกเว้นการเรียน" หมายความว่า การนำหน่วยกิตของรายวิชาจากหลักสูตรของมหาวิทยาลัยหรือหลักสูตรสถาบันอุดมศึกษาอื่นที่เคยศึกษามาแล้วซึ่งมีเนื้อหาสาระความยากง่ายเทียบได้ไม่น้อยกว่า สามในสี่ ของรายวิชาในหลักสูตรของมหาวิทยาลัยและอยู่ในระดับเดียวกันมาใช้ โดยไม่ต้องศึกษารายวิชานั้นอีก

"การประเมินเทียบความรู้และประสบการณ์" หมายความว่า การนำความรู้และประสบการณ์จากการศึกษานอกระบบ การศึกษาตามอัธยาศัย การฝึกอบรม หรือประสบการณ์การทำงาน มาขอประเมินเทียบกับรายวิชาในหลักสูตรของมหาวิทยาลัย เพื่อขอยกเว้นไม่ต้องเรียนรายวิชานั้นอีก

"สถาบันอุดมศึกษา" หมายความว่า สถาบันการศึกษาที่มีการจัดการเรียนการสอนในระดับหลังมัธยมศึกษาตอนปลาย หลักสูตรไม่ต่ำกว่าอนุปริญญาหรือเทียบเท่าที่คณะกรรมการการอุดมศึกษารับรอง

"มหาวิทยาลัย" หมายความว่า มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

" อธิการบดี" หมายความว่า อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ข้อ ๔ รายวิชาที่จะโอนหรือเทียบโอนผลการเรียน หรือยกเว้นการเรียน ต้องสอบได้หรือเคยศึกษา ฝึกอบรมมาแล้วไม่เกิน ๑๐ ปี นับถึงวันที่เข้าศึกษา โดยเริ่มนับจากวันที่สำเร็จการศึกษา หรือภาคเรียนสุดท้ายที่มีผลการเรียน หรือวันสุดท้ายที่ศึกษา ฝึกอบรม หรือมีประสบการณ์การทำงานเป็นที่ยอมรับของคณะกรรมการประเมิน

ข้อ ๕ ผู้มีสิทธิได้รับโอนหรือเทียบโอนผลการเรียน ได้แก่ผู้ที่มีคุณสมบัติข้อใดข้อหนึ่ง ดังต่อไปนี้

(๑) ผู้ที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยมาแล้ว ซึ่งยังไม่สำเร็จการศึกษาและไม่มีสภาพการเป็นนิสิตนักศึกษา แล้วกลับเข้ามาศึกษาใหม่

(๒) ผู้ที่ขอย้ายสถานศึกษาจากสถาบันการศึกษาอื่น

(๓) ผู้ที่เปลี่ยนสภาพจากนิสิตของมหาวิทยาลัย ภาคปกติเป็นนักศึกษาตามโครงการอื่นที่ใช้หลักสูตรของมหาวิทยาลัย หรือผู้ที่ศึกษาตามโครงการอื่นที่ใช้หลักสูตรของมหาวิทยาลัย เปลี่ยนสภาพเป็นนิสิตภาคปกติ

(๔) ผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับอนุปริญญาจากมหาวิทยาลัย หรือสถาบันการศึกษาอื่น

ข้อ ๖ เงื่อนไขในการโอนหรือเทียบโอนผลการเรียน

(๑) ผู้ขอโอนต้องมีสภาพการเป็นนิสิตภาคปกติ หรือนักศึกษาตามโครงการอื่น อย่างใดอย่างหนึ่ง

(๒) ผู้ขอโอนต้องไม่เคยถูกสั่งให้ออกจากสถานศึกษา ตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยว่าด้วยการประเมินผลการศึกษา

(๓) การโอนต้องโอนทั้งหมดทุกรายวิชาที่เคยศึกษามา โดยไม่จำกัดจำนวนหน่วยกิตที่ขอโอน

(๔) การเทียบโอน จำนวนหน่วยกิตที่ได้รับการเทียบโอนรวมแล้วต้องไม่เกิน สาม ใน สี่ สำหรับหลักสูตรปริญญาตรี และไม่เกิน หนึ่ง ใน สาม สำหรับหลักสูตรบัณฑิตศึกษา ของหน่วยกิตรวมขั้นต่ำซึ่งกำหนดไว้ในโปรแกรมวิชาที่กำลังศึกษาในมหาวิทยาลัย และเมื่อได้รับการเทียบโอนแล้วต้องมีเวลาศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยไม่น้อยกว่า ๑ ปีการศึกษา

ข้อ ๗ ผู้มีสิทธิ์ได้รับยกเว้นการเรียน ได้แก่ ผู้มีคุณสมบัติข้อใดข้อหนึ่งต่อไปนี้

(๑) ผู้ที่สำเร็จการศึกษาหรือผู้ที่เคยศึกษาจากมหาวิทยาลัย

(๒) ผู้ที่สำเร็จการศึกษาหรือเคยศึกษาจากสถาบันอุดมศึกษาอื่น เข้ามาศึกษาในมหาวิทยาลัย

(๓) ผู้ที่ผ่านการศึกษาอบรมในรายวิชาใดรายวิชาหนึ่งตามหลักสูตรของมหาวิทยาลัย

(๔) ผู้ที่ศึกษาจากการศึกษานอกระบบ การศึกษาตามอัธยาศัย การฝึกอบรม หรือมีประสบการณ์การทำงาน

ผู้มีสิทธิยกเว้นตาม (๓) และ (๔) ต้องมีความรู้พื้นฐานระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าสำหรับการขอยกเว้นการเรียนระดับปริญญาตรี และมีความรู้พื้นฐานระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่าสำหรับการขอยกเว้นการเรียนระดับบัณฑิตศึกษา

ข้อ ๘ เงื่อนไขการยกเว้นการเรียน

(๑) ต้องเป็นรายวิชาที่ได้รับคะแนนไม่ต่ำกว่า C สำหรับหลักสูตรระดับปริญญาตรี และ B สำหรับหลักสูตรบัณฑิตศึกษา หรือเทียบเท่า

(๒) การขอยกเว้นการเรียนของผู้ศึกษาจากการศึกษานอกระบบ การศึกษาตามอัธยาศัย การฝึกอบรม หรือมีประสบการณ์การทำงาน ให้มหาวิทยาลัยกำหนดวิธีการหรือหลักเกณฑ์การประเมินเทียบความรู้และประสบการณ์ เพื่อยกเว้นการเรียน โดยทำเป็นประกาศของมหาวิทยาลัย

(๓) ผู้สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีมาแล้ว และเข้าศึกษาในระดับอนุปริญญา หรือปริญญาตรี ในอีกโปรแกรมวิชาหนึ่ง ได้ยกเว้นการเรียนรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปทั้งหมด โดยไม่นำเงื่อนไขข้อ ๔ และข้อ ๘ (๑) มาพิจารณา

(๔) จำนวนหน่วยกิตที่ได้รับการยกเว้น รวมแล้วต้องไม่เกิน สาม ใน สี่ สำหรับหลักสูตรปริญญาตรี และไม่เกิน หนึ่ง ใน สาม สำหรับหลักสูตรบัณฑิตศึกษา ของหน่วยกิตรวมขั้นต่ำซึ่งกำหนดไว้ในโปรแกรมวิชาที่กำลังศึกษาในมหาวิทยาลัย และเมื่อได้รับการยกเว้นแล้วต้องมีเวลาศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยไม่น้อยกว่าปีการศึกษา

(๕) รายวิชาที่ได้รับการยกเว้น ให้บันทึกไว้ในระเบียนการเรียนของนิสิตนักศึกษา โดยใช้อักษรย่อ“P” ในช่องระดับคะแนน สำหรับผู้ที่ได้รับการยกเว้นผลการเรียนตามข้อ ๘ (๓) ให้นับหน่วยกิตหมวดวิชาศึกษาทั่วไป รวมในเกณฑ์การสำเร็จการศึกษา โดยไม่ต้องบันทึกผลการเรียนเป็นรายวิชา

ข้อ ๙ ผู้ที่จะขอโอนหรือเทียบโอนผลการเรียน หรือยกเว้นการเรียน ต้องกระทำให้เสร็จสิ้นตามเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด

ข้อ ๑๐ การนับจำนวนภาคเรียนของผู้ที่ได้รับการโอนหรือเทียบโอนผลการเรียน หรือยกเว้นการเรียนรายวิชาให้ถือเกณฑ์ดังนี้

(๑) นิสิตภาคปกติให้นับจำนวนหน่วยกิตได้ไม่เกิน ๒๒ หน่วยกิต เป็น ๑ ภาคเรียน

(๒) ผู้ที่ศึกษาอบรมตามโครงการอื่นที่ใช้หลักสูตรของมหาวิทยาลัย ให้นับจำนวนหน่วยกิตได้ไม่เกิน ๑๕ หน่วยกิต เป็น ๑ ภาคเรียน

(๓) การโอนผลการเรียนของนิสิต นักศึกษาตามข้อ ๕ (๑) ให้นับเฉพาะภาคเรียนที่เคยศึกษาและมีผลการเรียน นิสิต นักศึกษาตามข้อ ๕ (๒), (๓) และ (๔) ให้นับจำนวนภาคเรียนต่อเนื่องกัน

ข้อ ๑๑ ในกรณีที่มหาวิทยาลัยเปิดหลักสูตรใหม่ จะโอนหรือเทียบโอน นิสิต นักศึกษา เข้าศึกษาได้ไม่เกินกว่าชั้นปีและภาคการศึกษาที่ได้รับอนุญาตให้มีนิสิต นักศึกษาเรียนอยู่ตามหลักสูตรที่ได้รับความเห็นชอบแล้ว

ข้อ ๑๒ การโอนหรือเทียบโอนผลการเรียน หรือ ยกเว้นการเรียน ต้องชำระค่าธรรมเนียมตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๑๓ ให้อธิการบดีหรือผู้ที่อธิการบดีมอบหมาย เป็นผู้มีอำนาจพิจารณาอนุมัติการโอนหรือเทียบโอนผลการเรียน หรือการยกเว้นการเรียนรายวิชา

ข้อ ๑๔ ผู้ได้รับการโอนหรือเทียบโอนผลการเรียนไม่เสียสิทธิ์ที่จะได้รับปริญญาเกียรตินิยม แต่ผู้ที่ได้รับการยกเว้นการเรียน ไม่มีสิทธิ์ได้รับปริญญาเกียรตินิยม

ข้อ ๑๕ ให้อธิการบดีเป็นผู้รักษาการให้เป็นไปตามระเบียบนี้ และเป็นผู้พิจารณาวินิจฉัยปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้ระเบียบนี้

ประกาศ ณ วันที่ ๒๙ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๔๙

(ศาสตราจารย์พรชัย มาตังคสมบัติ)
นายกสภามหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ประกาศมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
เรื่อง หลักเกณฑ์การเทียบโอนความรู้และประสบการณ์ เข้าสู่การศึกษาในระบบ
พ.ศ. ๒๕๕๔

โดยที่พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๔๒ และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๔๕ กำหนดให้มีการเทียบโอนผลการเรียนจากการศึกษาในระดับ การศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย เข้าสู่การศึกษาในระบบได้ เพื่อเสริมสร้างโอกาสในการศึกษาให้กับประชาชนอย่างทั่วถึง เท่าเทียม และต่อเนื่อง ให้ประชาชนมีความรู้ มีคุณภาพ มีคุณธรรม จริยธรรม เป็นการสร้างสังคมฐานความรู้และพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของประเทศ รองรับการเปลี่ยนแปลงในยุคโลกาภิวัตน์และศักยภาพการแข่งขันระดับประเทศ

อ้างถึงระเบียบมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ว่าด้วยการโอนหรือเทียบโอนผลการเรียนและการยกเว้นการเรียนรายวิชา พ.ศ. ๒๕๔๙ อธิการบดีอาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๒๒ (๘) มาตรา ๒๗ และมาตรา ๓๑ แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. ๒๕๔๗ คำสั่งสภามหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ที่ ๑/๒๕๔๗ เรื่อง มอบอำนาจให้อธิการบดี ลงวันที่ ๒๘ มิถุนายน ๒๕๔๗ และมติคณะกรรมการอำนวยการมหาวิทยาลัยครั้งที่ ๘/๒๕๕๒ วันที่ ๒๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๒ ให้ยกเลิกประกาศมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา เรื่อง หลักเกณฑ์การเทียบโอนความรู้และประสบการณ์เข้าสู่การศึกษาในระบบ พ.ศ. ๒๕๕๒ ลงวันที่ ๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๒ และให้ใช้ประกาศฉบับนี้แทน

หมวดที่ ๑
เกณฑ์การเทียบโอน

การเทียบโอนความรู้และประสบการณ์แก่นิสิต นักศึกษามีเกณฑ์ดังนี้

ข้อ ๑. ข้าราชการ

ให้พิจารณาตำแหน่ง หรือยศที่ครองอยู่ หรือเคยครองอยู่ โดยมีเกณฑ์ ดังนี้

1.1 ข้าราชการหรือพนักงานราชการทุกประเภทการเทียบโอนขึ้นอยู่กับตำแหน่งและอายุราชการที่ดำรงตำแหน่งนั้น โดยเทียบให้ไม่เกิน ๒๔ หน่วยกิต

1.2 ตำรวจ หรือทหารพิจารณาจากยศ ที่ดำรงอยู่ โดยเทียบให้ไม่เกิน ๒๔ หน่วยกิต

1.3 ผู้พิพากษา อัยการ หรือผู้พิพากษาสมทบ เทียบให้ไม่เกิน ๒๔ หน่วยกิต

ข้อ ๒. สายการเมือง

2.1 พิจารณาตามตำแหน่งทางการเมืองในระดับประเทศ ได้แก่

ข้าราชการฝ่ายการเมือง (การดำรงตำแหน่งในหน่วยราชการ) ได้แก่ นายกรัฐมนตรี รัฐมนตรี เลขาธิการนายกรัฐมนตรี ที่ปรึกษา เลขานุการ หรือโฆษกประจำสำนักนายกรัฐมนตรี เป็นต้น

ผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมือง ได้แก่ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกวุฒิสภา

พิจารณาเทียบให้ไม่เกิน ๔๒ หน่วยกิต

2.2 พิจารณาตามตำแหน่งทางการเมืองระดับท้องถิ่น ได้แก่

ข้าราชการฝ่ายการเมืองในราชการส่วนท้องถิ่น เช่น ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร รองผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร เลขานุการ รองประธานสภา ประธานที่ปรึกษา ที่ปรึกษา นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด นายกเทศมนตรี นายกองค์การบริหารส่วนตำบล เป็นต้น

ผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมืองในราชการส่วนท้องถิ่น ได้แก่ สมาชิกสภาท้องถิ่นขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น

พิจารณาตามจำนวนวาระการดำรงตำแหน่ง

สมัยที่หนึ่ง เทียบให้ไม่เกิน ๑๘ หน่วยกิต

สมัยที่สอง เทียบให้ไม่เกิน ๒๑ หน่วยกิต

สมัยที่สาม เทียบให้ไม่เกิน ๒๔ หน่วยกิต

ข้อ ๓. พนักงานรัฐวิสาหกิจ

ให้อนุโลมเทียบเคียงหลักเกณฑ์การเทียบโอน ของข้าราชการ

ข้อ ๔. หน่วยงานภาคเอกชน

๔.๑ กรณีเป็นเจ้าของกิจการ จะพิจารณาเป็นกรณีไป ทั้งนี้เจ้าของกิจการต้องมีใบจดทะเบียน ใบทุนเรือนหุ้น ภาพถ่ายอายุงาน อายุบุคคล โดยอาจพิจารณาเกณฑ์อื่นๆ ประกอบด้วย เช่น ขนาดธุรกิจ จำนวนพนักงานในสถานประกอบการ ระยะเวลาประกอบการ และอื่นๆ ทั้งนี้เทียบให้ไม่เกิน ๒๔ หน่วยกิต

๔.๒ สำหรับผู้ที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน พิจารณาจากสถานภาพทางตำแหน่งของบุคคลนั้นๆ และระยะเวลาการทำงาน ทั้งนี้เทียบให้ไม่เกิน ๒๔ หน่วยกิต

๔.๓ กรณีผู้ประกอบอาชีพอิสระอื่นๆ เช่น ศิลปิน นักเขียน นักแปล และอื่นๆ เทียบตามประสบการณ์และผลงานที่ปรากฏ เทียบให้ไม่เกิน ๒๔ หน่วยกิต

ข้อ ๕. นักบวชทุกศาสนา เทียบได้ไม่เกิน ๒๔ หน่วยกิต ขึ้นอยู่กับสมณศักดิ์ หรือตำแหน่งที่ได้รับในศาสนานั้นๆ และจำนวนปีที่ปฏิบัติศาสนกิจ

ข้อ ๖. การเทียบโอนความรู้และประสบการณ์ นอกเหนือตามที่ประกาศให้ยึดถือประกาศแนบท้าย

หมวดที่ ๒
วิธีประเมินความรู้

วิธีการประเมินความรู้ เพื่อการเทียบความรู้ และประสบการณ์นั้นให้เลือกวิธีการประเมินความรู้โดยอาจจะประเมินโดยการทดสอบ หรือประเมินจากแฟ้มสะสมงานหรืออาจจะใช้ทั้ง ๒ วิธีร่วมกันก็ได้ สำหรับวิธีการประเมิน มีดังนี้

ข้อ ๑. การประเมินโดยการทดสอบ

ในการประเมินโดยการทดสอบนั้นคณะกรรมการอาจจะเลือกใช้วิธีใดวิธีหนึ่งหรือใช้หลายวิธีร่วมกันได้ สำหรับการประเมินโดยการทดสอบ มีดังนี้

๑.๑ การสอบข้อเขียน

การสอบข้อเขียนนี้จะกำหนดโดยคณะกรรมการของสาขาวิชา เพื่อวัดความรู้ด้านเนื้อหาหรือความสำเร็จของผลการเรียนรู้ของนิสิตนักศึกษาที่ประสงค์จะเทียบความรู้และประสบการณ์ โดยข้อสอบที่สร้างขึ้นต้องตรงตามวัตถุประสงค์ และคำอธิบายรายวิชา และต้องสอบได้คะแนนตามเกณฑ์ ที่มหาวิทยาลัย/คณะสาขาวิชากำหนด

๑.๒ การสอบปากเปล่า

เป็นการสอบวัดความรู้ความเข้าใจในรายวิชาที่นิสิตนักศึกษาเทียบความรู้ โดยคณะกรรมการของสาขาวิชา ซึ่งอาจจะประกอบด้วยการสัมภาษณ์ ตั้งประเด็นตามหัวข้อให้มีการอภิปรายหรือตอบคำถามตามเนื้อหาสาระในคำอธิบายรายวิชานั้นๆ

๑.๓ การทดสอบทักษะปฏิบัติ

การสอบทักษะปฏิบัติเป็นการสอบทักษะในการปฏิบัติงาน โดยการให้นิสิตนักศึกษาที่ขอเทียบความรู้ สาธิตหรือแสดงออกถึงความสามารถในการปฏิบัติงานเพื่อตรวจสอบทักษะ ความสามารถที่สอดคล้องกับผลการเรียนรู้ในรายวิชาที่ขอเทียบความรู้และประสบการณ์

๑.๔ การทดสอบอื่นๆ ที่ทางมหาวิทยาลัย/คณะ เห็นชอบ

มหาวิทยาลัย/คณะอาจกำหนดวิธีการทดสอบที่นอกเหนือจากวิธีการข้างต้นก็ได้เพื่อเป็นการวัดความรู้ความเข้าใจให้สอดคล้องกับรายละเอียดในคำอธิบายรายวิชา

๑.๕ การประเมินการศึกษา/อบรมที่จัดโดยหน่วยงานอื่นๆ เป็นการนำผลการศึกษาหรือการฝึกอบรมขอเทียบความรู้และประสบการณ์ การประเมินจะดำเนินการโดยคณะกรรมการของสาขาวิชาพิจารณาข้อมูลในประเด็นต่างๆ ดังนี้

๑.๕.๑ ผลการศึกษา/อบรมที่มุ่งหวัง

๑.๕.๒ ระยะเวลาในการศึกษา/อบรม (๑ หน่วยกิต ใช้เวลาไม่น้อยกว่า ๑๕ ชั่วโมง)

๑.๕.๓ เนื้อหาของหลักสูตรจะต้องไม่น้อยกว่าคำอธิบายรายวิชาในหลักสูตร

๑.๕.๔ วิธีการประเมินความสำเร็จของผลการศึกษา/อบรม

ข้อ ๒. การประเมินจากแฟ้มสะสมผลงาน

การประเมินจากแฟ้มสะสมผลงาน เป็นการรวบรวม ประมวลร่องรอยหลักฐานแสดงความรู้ และประสบการณ์การทำงานเพื่อขอเทียบความรู้ และประสบการณ์ในรายวิชาต่างๆ ซึ่งต้องครอบคลุมทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ ตลอดจนครอบคลุมสาระในคำอธิบายรายวิชา รายละเอียด/แนวทางในการประเมินจากแฟ้มสะสมผลงานมีดังนี้

๒.๑ หลักฐานแสดงความรู้ และประสบการณ์

หลักฐานที่แสดงความรู้ และประสบการณ์ ได้แก่ รายงาน บทความ เทปวีดีทัศน์ แผ่นพับ พิมพ์เขียว ภาพวาด งานประดิษฐ์ หรือตัวอย่างงานที่เกิดจากความคิดของนิสิตนักศึกษาที่ขอเทียบ

โอนความรู้ จดหมายรับรองจากผู้เชี่ยวชาญ การสอบ/การประเมินผลเพื่อเลื่อนตำแหน่ง รางวัล สิทธิบัตร บันทึกการฝึกวิชาทหาร คำอธิบายเนื้อหาวิชาการฝึกอบรม เป็นต้น

๒.๒ ขั้นตอนการเสนอแฟ้มสะสมผลงาน

ในการเสนอแฟ้มสะสมผลงานมีขั้นตอนดังนี้

๒.๒.๑ การเลือกสาขา และคำอธิบายรายวิชาที่สอดคล้องกับประสบกาณณ์ที่จะขอเทียบความรู้ โดยนิสิตนักศึกษาประเมินประสบการณ์การเรียนรู้ที่มีมาก่อนแต่ละด้านของตนว่าความรู้ของตนที่มีอยู่สามารถเทียบได้กับรายวิชาใดตามหลักสูตรที่ต้องการเทียบความรู้

๒.๒.๒ การรวบรวมหลักฐานร่องรอย ที่แสดงความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่ตรงกับคำอธิบายรายวิชา

๒.๒.๓ การบรรยายสิ่งที่ได้เรียนรู้ประกอบหลักฐานร่องรอย

๒.๓ การแต่งตั้งคณะกรรมการประเมินผลแฟ้มสะสมผลงาน

มหาวิทยาลัยโดยคณะต่างๆ กำหนดคณะกรรมการประเมินผลแฟ้มสะสมงาน ของนิสิตนักศึกษา โดยกำหนดให้เป็นอาจารย์ที่เชี่ยวชาญในสาขาวิชานั้นๆ หรืออาจารย์ผู้สอนรายวิชาที่ขอเทียบเป็นผู้ประเมินแฟ้มสะสมผลงาน ถ้าความรู้ตามที่แสดงในแฟ้มสะสมผลงานสอดคล้องกับสาระในคำอธิบายวิชาที่ขอเทียบ ก็จะให้นิสิตนักศึกษาเสนอแฟ้มสะสมผลงานได้รับการเทียบความรู้หรืออาจจะขอให้นิสิตนักศึกษาเทียบแสดงข้อมูลหรือหลักฐานเพิ่มเติม หรือใช้วิธีการอื่นๆ เช่น การสอบผ่านการวัดประเมินผลในรายวิชานั้นๆ

ข้อ ๓. การตัดสินผลการประเมิน

๓.๑ มหาวิทยาลัยแต่งตั้งคณะกรรมการประเมินเทียบความรู้และประสบการณ์เข้าสู่การศึกษาในระบบ โดยกำหนดให้มีกรรมการจำนวน ๓ คน ประกอบด้วย ประธานสาขาวิชา และอาจารย์ผู้สอนในรายวิชาที่ขอเทียบความรู้ และอาจารย์อื่นที่คณะเสนอแต่งตั้ง

๓.๒ ผลการประเมินให้ดำเนินการตามประกาศทบวงมหาวิทยาลัยเรื่อง ข้อแนะนำเกี่ยวกับแนวปฏิบัติที่ได้ในการเทียบโอนผลการเรียนในระดับปริญญา ข้อ ข ประกาศ ณ วันที่ ๒๙ กันยายน ๒๕๔๕

๓.๓ การตัดสินผลการประเมินความรู้ อยู่ในดุลยพินิจของคณะกรรมการ

หมวดที่ ๓
การเทียบความรู้และประสบการณ์ระดับปริญญาตรี

ข้อ ๑. สำเร็จการศึกษาไม่ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือมีความรู้เทียบเท่า

ข้อ ๒. การเทียบความรู้จะเทียบเป็นรายวิชา หรือกลุ่มรายวิชาตามหลักสูตรแต่ละระดับการศึกษาที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัย

ข้อ ๓. วิธีการประเมินเพื่อการเทียบความรู้ในแต่ละรายวิชา หรือกลุ่มรายวิชาให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๔. การขอเทียบความรู้และประสบการณ์ ต้องได้รับผลการประเมินไม่ต่ำกว่าระดับคะแนน C หรือแต้มระดับคะแนน ๒.๐๐ ของรายวิชา หรือกลุ่มรายวิชาระดับปริญญาตรี และให้บันทึกผล

ของรายวิชาที่เทียบในใบรายงานผลการศึกษา (Transcript) โดยไม่นำมาคิดค่าระดับคะแนนเฉลี่ยประจำภาคและค่าระดับคะแนนเฉลี่ยนสะสม

ข้อ ๕. การบันทึกผลการประเมินให้เป็นไปตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

ข้อ ๖. นิสิตนักศึกษาจะต้องใช้เวลาศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยไม่น้อยกว่า ๑ ปีการศึกษา

ข้อ ๗. เทียบโอนได้ไม่เกิน ๓ ใน ๔ ของจำนวนหน่วยกิตรวมของหลักสูตร และการนับหน่วยกิตต่อภาคเรียนให้เป็นไปตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

ข้อ ๘. ในกรณีที่มหาวิทยาลัยเปิดหลักสูตรใหม่ จะเทียบโอนนิสิตนักศึกษาเข้าศึกษาได้ไม่เกินชั้นปีและภาคการศึกษาที่ได้รับอนุญาตให้มีนิสิตนักศึกษาเรียนอยู่ตามหลักสูตรที่ได้รับความเห็นชอบแล้ว

หมวดที่ ๔
การเทียบความรู้และประสบการณ์ระดับบัณฑิตศึกษา

ข้อ ๑. สำเร็จการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี หรือมีความรู้เทียบเท่า

ข้อ ๒. การเทียบความรู้จะเทียบเป็นรายวิชา หรือกลุ่มรายวิชาตามหลักสูตรและระดับการศึกษาที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัย

ข้อ ๓. วิธีการประเมินเพื่อการเทียบความรู้ในแต่ละรายวิชา หรือกลุ่มรายวิชา และเกณฑ์การตัดสินของการประเมินในแต่ละวิธีให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๔. ผลการประเมินจะต้องเทียบได้ไม่ต่ำกว่าระดับคะแนนตัวอักษร B หรือแต้มคะแนน ๓๐๐ หรือเทียบเท่าสำหรับรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชา จึงจะให้จำนวนหน่วยกิตของรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชานั้น แต่จะไม่ให้ระดับคะแนนตัวอักษรและไม่นำมาคิดคะแนนผลการเรียน หรือคำนวณแต้มระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม

ข้อ ๕. การบันทึกผลการประเมินให้เป็นไปตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

ข้อ ๖. จำนวนหน่วยกิตที่ได้รับการเทียบโอนรวมแล้ว ต้องไม่เกินหนึ่งในสามของจำนวนหน่วยกิตรวมขั้นต่ำซึ่งกำหนดในหลักสูตร ส่วนนิสิตนักศึกษาที่จบจากมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาเทียบโอนได้ตามรายวิชาที่สอดคล้องกับหลักสูตรที่เทียบโอน และเมื่อได้รับโอนแล้วต้องมีเวลาศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยไม่น้อยกว่า ๑ ปีการศึกษา

ข้อ ๗. ในกรณีที่มหาวิทยาลัยเปิดหลักสูตรใหม่ จะเทียบโอนความรู้แก่นักศึกษาที่เข้าศึกษาได้ไม่เกินชั้นปี และภาคการศึกษาที่ได้รับอนุญาตให้นักศึกษาเรียนอยู่ตามหลักสูตรที่ได้รับเห็นชอบ

หมวดที่ ๕
เงื่อนไขการเทียบโอน

ข้อ ๑. ผู้จะขอเทียบโอนความรู้และประสบการณ์เข้าสู่การศึกษาในระบบต้องกระทำให้เสร็จสิ้นใน ๑ ปีการศึกษา ถ้าทำหลังจากนั้นต้องชำระค่าปรับภาคเรียนละ๕๐๐ บาท ตามระเบียบสภาประจำสถาบันราชภัฏว่าด้วยการเก็บเงินบำรุงการศึกษา และจ่ายเงินเพื่อจัดการศึกษาภาคปกติ (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๔๖

ข้อ ๒. ค่าธรรมเนียมการเทียบโอนผลการเรียนและหน่วยกิตให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๓. ผู้ที่จะขอเทียบโอนความรู้และประสบการณ์เข้าสู่การศึกษาในระบบ ไม่มีสิทธิ์ได้รับปริญญาเกียรตินิยม

ข้อ ๔. ให้อธิการบดีเป็นผู้พิจารณาวินิจฉัยและชี้ขาดปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นจากการใช้ประกาศนี้ และประกาศนี้มีผลบังคับใช้ ตั้งแต่ภาคเรียนที่ ๑ ปีการศึกษา ๒๕๕๕

ประกาศ ณ วันที่ ๑๕ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๕๕

(รองศาสตราจารย์สุพล วุฒิเสน)
อธิการบดี
ประธานสภาวิชาการ

ประกาศแนบท้าย

ในการเทียบโอนความรู้และประสบการณ์แก่นิสิตนักศึกษาคณะกรรมการ อาจพิจารณาข้อมูลประกอบ ดังนี้

ข้อ ๑. ข้าราชการ

ให้พิจารณาตามตำแหน่ง หรือยศที่ครองอยู่ หรือเคยครองอยู่ โดยมีเกณฑ์ ดังนี้

๑.๑ ข้าราชการพลเรือนทุกประเภท เทียบให้ไม่เกิน ๒๔ หน่วยกิต ขึ้นอยู่กับระดับตำแหน่ง และอายุราชการที่ดำรงตำแหน่งนั้น

๑.๒ ตำรวจ หรือทหาร พิจารณาจากยศที่ดำรงอยู่

สิบตรี-สิบเอก/เทียบเท่า จ่าสิบตรี-จ่าสิบเอก/เทียบเท่า และ	
ดาบตำรวจ/เทียบเท่า	เทียบให้ไม่เกิน ๙ หน่วยกิต
ร้อยตรี-ร้อยโท/เทียบเท่า	เทียบให้ไม่เกิน ๑๒ หน่วยกิต
ร้อยเอก/เทียบเท่า	เทียบให้ไม่เกิน ๑๕ หน่วยกิต
พันตรี-พันโท/เทียบเท่า	เทียบให้ไม่เกิน ๒๑ หน่วยกิต
พันเอก/เทียบเท่าขึ้นไป	เทียบให้ไม่เกิน ๒๔ หน่วยกิต
๑.๓ ผู้พิพากษา อัยการ หรือผู้พิพากษาสมทบ	เทียบให้ไม่เกิน ๒๔ หน่วยกิต

ข้อ ๒. สายการเมือง

๒.๑ พิจารณาตามตำแหน่งทางการเมือง

เลขานุการรัฐมนตรี และผู้ช่วยรัฐมนตรี	เทียบให้ไม่เกิน ๑๘ หน่วยกิต
ผู้ช่วยรัฐมนตรี และที่ปรึกษารัฐมนตรี	เทียบให้ไม่เกิน ๒๔ หน่วยกิต
รัฐมนตรีว่าการและรัฐมนตรีช่วยว่าการ	เทียบให้ไม่เกิน ๓๐ หน่วยกิต
ประธานวุฒิสภาและประธานสภาผู้แทนราษฎร	เทียบให้ไม่เกิน ๔๒ หน่วยกิต
สมาชิกวุฒิสภา	เทียบให้ไม่เกิน ๔๒ หน่วยกิต

๒.๒พิจารณาตามวาระสมัย

สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร (ส.ส.)	
สมัยแรก	เทียบให้ไม่เกิน ๒๔ หน่วยกิต
สมัยที่สอง	เทียบให้ไม่เกิน ๓๐ หน่วยกิต
สมัยที่สาม	เทียบให้ไม่เกิน ๓๖ หน่วยกิต
สี่สมัยขึ้นไป	เทียบให้ไม่เกิน ๔๒ หน่วยกิต
ผู้ทรงคุณวุฒิประจำ ส.ส./ส.ว.	เทียบให้ไม่เกิน ๑๘ หน่วยกิต

ผู้ช่วย ส.ส. หรือ ส.ว. เทียบให้ไม่เกิน ๑๘ หน่วยกิต

เลขานุการ ส.ส.และ ส.ว. เทียบให้ไม่เกิน ๑๘ หน่วยกิต

เลขานุการประธานวุฒิสภา หรือผู้ช่วยประธานวุฒิสภา เทียบให้ไม่เกิน ๑๘ หน่วยกิต

๒.๓ พิจารณาตามจำนวนวาระการดำรงตำแหน่ง

๒.๓.๑ สมาชิกองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น สจ. สท. อบต. สก. สข. กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และอื่นๆ

สมัยที่หนึ่ง เทียบให้ไม่เกิน ๑๘ หน่วยกิต

สมัยที่สอง เทียบให้ไม่เกิน ๒๑ หน่วยกิต

สองสมัยขึ้นไป เทียบให้ไม่เกิน ๒๔ หน่วยกิต

๒.๓.๒ ประธานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่างๆ เช่น ประธานสภากรุงเทพมหานคร ประธานสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัด นายกเทศมนตรี หรือนายกองค์การบริหารส่วนตำบล เป็นต้น เทียบให้ไม่เกิน ๒๔ หน่วยกิต

๒.๓.๓ ที่ปรึกษารัฐมนตรี และที่ปรึกษาต่างๆ พิจารณาเป็นรายๆ ตามความเหมาะสม ทั้งนี้ รวมทั้งผู้ทีทำงานในองค์กรสาธารณะประโยชน์ต่างๆ เทียบให้ไม่เกิน ๒๔ หน่วยกิต

ข้อ ๓. หน่วยงานภาคเอกชน

สำหรับผู้ที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน พิจารณาจากสถานภาพทางตำแหน่งของบุคคลนั้นๆ และพิจารณาตามอายุงานดังนี้

อายุงานต่ำกว่า ๕ ปี เทียบให้ไม่เกิน ๙ หน่วยกิต

อายุงานมากกว่า ๕ ปี แต่ไม่เกิน ๘ ปี เทียบให้ไม่เกิน ๑๒ หน่วยกิต

อายุงานมากกว่า ๘ ปี แต่ไม่เกิน ๑๐ ปี เทียบให้ไม่เกิน ๑๕ หน่วยกิต

อายุงานมากกว่า ๑๐ ปี แต่ไม่เกิน ๑๒ ปี เทียบให้ไม่เกิน ๑๘ หน่วยกิต

อายุงานมากกว่า ๑๒ ปี แต่ไม่เกิน ๑๕ ปี เทียบให้ไม่เกิน ๒๑ หน่วยกิต

อายุงานมากกว่า ๑๕ ปีขึ้นไป เทียบให้ไม่เกิน ๒๔ หน่วยกิต