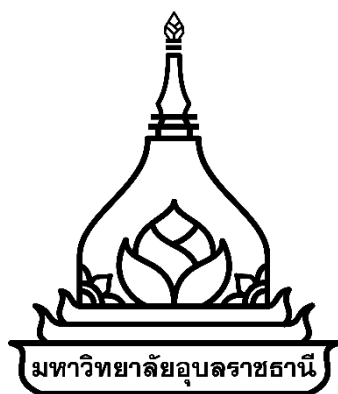




หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

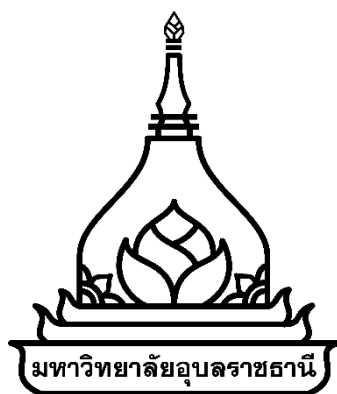
สาขาวิชาการตลาด

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565

คณะบริหารศาสตร์

มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

หลักสูตรนี้ได้รับการอนุมัติจากสภามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
ในการประชุมครั้งที่ 1/2565 เมื่อวันที่ 29 มกราคม 2565



มคอ.2 รายละเอียดของหลักสูตร
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565

คณะบริหารศาสตร์
มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

หลักสูตรนี้ได้รับการอนุมัติจากสภามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
ในการประชุมครั้งที่ 1/2565 เมื่อวันที่ 29 มกราคม 2565

(ศาสตราจารย์พิเศษจอมจิน จันทรสกุล)

นายกสภามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

สารบัญ

หมวดที่ 1	ข้อมูลทั่วไป	1
หมวดที่ 2	ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร	12
หมวดที่ 3	ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร	21
หมวดที่ 4	ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและประเมินผล	122
หมวดที่ 5	หลักเกณฑ์ในการประเมินผลนักศึกษา	146
หมวดที่ 6	การพัฒนาคณาจารย์	148
หมวดที่ 7	การประกันคุณภาพหลักสูตร	150
หมวดที่ 8	การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของหลักสูตร	155
ภาคผนวกที่ 1	ประวัติและผลงานของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน	158
ภาคผนวกที่ 2	ประกาศแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565 คณะบริหารศาสตร์	178
ภาคผนวกที่ 3	ข้อบังคับมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ว่าด้วยการศึกษา ระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2564	181
ภาคผนวกที่ 4	สมอ.08 การปรับปรุงแก้ไขหลักสูตร	202

รายละเอียดของหลักสูตร
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา: มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

คณะ: คณะบริหารศาสตร์

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อหลักสูตร

รหัสหลักสูตร : 25410181100242

ภาษาไทย : หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

ภาษาอังกฤษ : Bachelor of Business Administration Program in Marketing

2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

ภาษาไทย ชื่อเต็ม : บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)

ชื่อย่อ : บธ.บ. (การตลาด)

ภาษาอังกฤษ ชื่อเต็ม : Bachelor of Business Administration (Marketing)

ชื่อย่อ : B.B.A. (Marketing)

3. วิชาเอก:

แบบเอกเดี่ยว 1) การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)

2) การตลาดการค้าสมัยใหม่ (Modern Trade Marketing)

4. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร: ไม่น้อยกว่า 130 หน่วยกิต

5. รูปแบบของหลักสูตร

5.1 รูปแบบ: หลักสูตรระดับคุณวุฒิปริญญาตรี ตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง กรอบมาตรฐาน
คุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552 และประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง เกณฑ์มาตรฐาน
หลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2558

5.2 ประเภทของหลักสูตร: ปริญญาตรี 4 ปี: ปริญญาตรีทางวิชาการ

5.3 ภาษาที่ใช้ในการจัดการเรียนการสอน: จัดการเรียนการสอนเป็นภาษาไทยและ/หรือภาษาอังกฤษ

5.4 การรับเข้าศึกษาในหลักสูตร: รับทั้งนักศึกษาไทยและนักศึกษาต่างชาติที่สามารถสื่อสารภาษาไทยได้

5.5 ความร่วมมือกับสถาบันอื่น: บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

5.6 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา: ให้ปริญญาเพียงสาขาวิชาเดียว

6. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

6.1 เป็นหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565

6.2 เวลาที่เริ่มใช้หลักสูตรนี้ ภาคการศึกษาต้น ปีการศึกษา 2565

6.3 การพิจารณาหลักสูตรจากคณะกรรมการของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

1) คณะกรรมการประจำคณะบริหารศาสตร์

ครั้งที่ 9/2564 เมื่อวันที่ 2 กันยายน พ.ศ. 2564

2) คณะกรรมการบริหารวิชาการมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ครั้งที่ 15/2564 วาระพิเศษ เมื่อวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2564

3) คณะกรรมการพิจารณากลับกรองหลักสูตรของสภามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ครั้งที่ 8/2564 เมื่อวันที่ 21-22 ตุลาคม พ.ศ. 2564

4) สภามหาวิทยาลัยอุบลราชธานีอนุมัติหลักสูตร

ครั้งที่ 1/2565 เมื่อวันที่ 29 มกราคม พ.ศ. 2565

6.4 องค์กรวิชาชีพ: ไม่มี

7. การเผยแพร่หลักสูตรที่มีคุณภาพและมาตรฐานตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ

เรื่อง กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552

ในปีการศึกษา 2567

8. อาชีพที่สามารถประกอบอาชีพได้หลังสำเร็จการศึกษา: ผู้สำเร็จการศึกษาสามารถประกอบอาชีพอิสระ

และทำงานในองค์กรภาครัฐและเอกชน ทั้งระดับท้องถิ่น ในประเทศและระหว่างประเทศ ดังต่อไปนี้

1) นักการตลาด

2) นักการตลาดดิจิทัล

3) นักวิจัยทางการตลาด

4) เจ้าหน้าที่วิเคราะห์ข้อมูล

5) เจ้าหน้าที่บริหารผลิตภัณฑ์

6) เจ้าหน้าที่โฆษณาและประชาสัมพันธ์

7) เจ้าหน้าที่ฝ่ายขาย

8) เจ้าหน้าที่ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์

9) เจ้าหน้าที่ฝ่ายส่งเสริมการตลาด

10) เจ้าหน้าที่ขายสื่อโฆษณา

- 11) เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารงานลูกค้า
- 12) เจ้าหน้าที่จัดกิจกรรมทางการตลาด
- 13) เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาดระหว่างประเทศ
- 14) นักสื่อสารเนื้อหาการตลาด
- 15) ผู้ผลิตสื่อเนื้อหาดิจิทัล
- 16) ผู้ช่วยผู้จัดการร้าน/ผู้ช่วยผู้จัดการเขต ธุรกิจการค้าสมัยใหม่
- 17) ประกอบอาชีพอิสระ
- 18) ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว
- 19) ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

9. ชื่อ นามสกุล ตำแหน่ง และคุณวุฒิของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลำดับที่	ตำแหน่งทางวิชาการ ชื่อ-นามสกุล	ชื่อปริญญา	สาขาวิชา	ปีที่สำเร็จ การศึกษา	สถาบันที่สำเร็จการศึกษา
วิชาเอก การตลาดดิจิทัล					
1	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ใจแก้ว แถมเงิน (ได้รับตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ด้านการตลาด)	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	-	พ.ศ. 2545	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
		บริหารธุรกิจบัณฑิต	การตลาด	พ.ศ. 2549	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
		ศิลปศาสตรบัณฑิต	รัฐศาสตร์	พ.ศ. 2545	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
		บริหารธุรกิจบัณฑิต	การบัญชี	พ.ศ. 2543	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
2	ผู้ช่วยศาสตราจารย์กมลพร นครชัยกุล (ได้รับตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ด้านการตลาด)	Master of Management	General Management (International Program)	พ.ศ. 2550	Mahidol University
		Master of Business	Marketing	พ.ศ. 2550	University of Technology Sydney, Australia
		บริหารธุรกิจบัณฑิต	การจัดการการตลาด	พ.ศ. 2545	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
3	นายชวพจน์ ศุภสาร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	บริหารธุรกิจ	พ.ศ. 2545	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
		บริหารธุรกิจบัณฑิต	การจัดการโรงแรมและ การท่องเที่ยว	พ.ศ. 2542	มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ลำดับที่	ตำแหน่งทางวิชาการ ชื่อ-นามสกุล	ชื่อปริญญา	สาขาวิชา	ปีที่สำเร็จ การศึกษา	สถาบันที่สำเร็จการศึกษา
วิชาเอก การตลาดการค้าสมัยใหม่					
1	นายสุขวิทย์ โสภภาพ	Doctor of Philosophy	Crop Science	พ.ศ. 2548	Central Luzon State University, Philippines
		บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	การจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่	พ.ศ. 2564	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
		Master of Science	Crop Science	พ.ศ. 2545	Central Luzon State University, Philippines
		วิทยาศาสตร์บัณฑิต	เกษตรศาสตร์	พ.ศ. 2539	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
2	นางสายเพชร อักโข	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	บริหารธุรกิจ	พ.ศ. 2542	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
		บริหารธุรกิจบัณฑิต	การเงินและการธนาคาร	พ.ศ. 2535	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
3	นายณกต พัฒนาศิษุบล	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	บริหารธุรกิจ	พ.ศ. 2545	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
		วิทยาศาสตร์บัณฑิต	เศรษฐศาสตร์เกษตร	พ.ศ. 2534	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

รายละเอียดเพิ่มเติมตามประวัติและผลงานของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ในภาคผนวกที่ 1 หน้า 157-177

10. สถานที่จัดการเรียนการสอนในที่ตั้งหลัก คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี

11. สถานการณ์ภายนอกหรือการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนหลักสูตร

11.1 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางเศรษฐกิจ

สถานการณ์ปัจจุบัน ประเทศไทยต้องเผชิญกับการแข่งขันและเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม การเมืองและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ทั้งภายในประเทศในระดับภูมิภาคและระดับโลก ซึ่งล้วนส่งผลกระทบต่อทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อประเทศ เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในการพัฒนาประเทศ

รัฐบาลจึงได้กำหนดกรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี เพื่อให้ประเทศสามารถบรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” นำไปสู่การพัฒนาให้คนไทยมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น สังคมมีความมั่นคง เพื่อให้ประเทศสามารถแข่งขันได้ในระบบเศรษฐกิจระดับโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งมีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเป็นกลไกเชื่อมโยงสู่การขับเคลื่อนการพัฒนา สถานการณ์หรือการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนหลักสูตร ปัจจุบันมีการกำหนดกรอบแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570) ที่มีแนวทางในการมุ่งสู่เป้าหมาย “พลิกโฉมประเทศไทยสู่ เศรษฐกิจสร้างคุณค่า สังคมเดินหน้าอย่างยั่งยืน” (Transformation to Hi-Value and Sustainable Thailand) ด้วยการมุ่งใช้องค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศในทุกมิติ โดยเน้นส่งเสริมเศรษฐกิจมูลค่าสูงที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมใน 6 ด้านคือ 1) สินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง 2) การท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าและความยั่งยืน 3) การผลิตยานยนต์ไฟฟ้า 4) การบริการทางการแพทย์และสุขภาพมูลค่าสูง 5) การเป็นประตูการค้าการลงทุนและโลจิสติกส์ และ 6) การผลิตอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะและบริการดิจิทัล (กรอบแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13, 2564) เพื่อพลิกโฉมประเทศไทยจากเศรษฐกิจฐานทรัพยากรสู่เศรษฐกิจฐานนวัตกรรมและองค์ความรู้ จากโอกาสที่กระจุกตัวสู่โอกาสสำหรับทุกกลุ่มคนและทุกพื้นที่ จากการผลิตและบริโภคที่ทำลายสิ่งแวดล้อมสู่วิถีชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและปลอดภัยและจากกำลังคนทักษะต่ำและภาครัฐล่าช้าสู่กำลังคนและภาครัฐสมรรถนะสูง (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564) กอปรกับนโยบายของรัฐบาลในการพัฒนาเศรษฐกิจ “ประเทศไทย 4.0” ที่เน้นการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจ ไปสู่ “Value-Based Economy” หรือ “เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม” โดยมีฐานคิดหลัก คือ เปลี่ยนจากการผลิตสินค้า “โภคภัณฑ์” ไปสู่สินค้าเชิง “นวัตกรรม” เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรมไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม และเปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้าไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น สามารถก้าวข้ามกับดักรายได้ปานกลาง เพื่อให้ประเทศไทยกลายเป็นกลุ่มประเทศที่มี

รายได้สูง ประเทศไทยเข้ายุคเศรษฐกิจดิจิทัลโดยรัฐบาลพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา แกล้งนโยบายต่อ
 สภานิติบัญญัติในเดือนมกราคม 2558 ส่งผลให้ พ.ศ. 2559 ได้จัดตั้งกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม
 (Ministry of Digital Economy and Society) มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการวางแผน ส่งเสริม และพัฒนา
 เศรษฐกิจดิจิทัล เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศ ด้วยการใช้นวัตกรรมและ
 เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในรูปแบบ “ดิจิทัลไทยแลนด์” (Digital Thailand) ดังนั้นเศรษฐกิจดิจิทัล
 ตามยุทธศาสตร์ดังกล่าว จะส่งผลเกิดการปฏิรูปกระบวนการทำงาน และการประกอบอาชีพในยุคดิจิทัล
 โดยจะต้องอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศ หรืออินเทอร์เน็ตมาใช้ในกิจกรรมทางเศรษฐกิจ รวมถึงการนำไปใช้ใน
 การดำเนินกิจกรรมในภาคการผลิต การตลาด การขาย และการขนส่ง

ภาพรวมทิศทางการตลาดแรงงานปี 2564 โดยจากผลสำรวจจากกลุ่มลูกค้าของแมนพาวเวอร์กรุ๊ป
 ประเทศไทย 10 อันดับสายงานที่ตลาดงานต้องการ ดังนี้ อันดับ 1 สายงานขายและการตลาด ร้อยละ 23.1
 อันดับ 2 สายงานบัญชีและการเงิน ร้อยละ 9.58 อันดับ 3 สายงานขนส่งและงานโลจิสติกส์ ร้อยละ 9.50
 อันดับ 4 สายงานวิศวกร ร้อยละ 8.52 อันดับ 5 สายงานไอที ร้อยละ 7.78 อันดับ 6 งานระยะสั้นต่าง ๆ
 ร้อยละ 6.96 อันดับ 7 สายงานธุรการ ร้อยละ 6.80 อันดับ 8 สายงานบริการลูกค้า ร้อยละ 5.32 อันดับ 9
 สายงานการผลิต ร้อยละ 5.24 และอันดับ 10 สายงานบริการทางการแพทย์และสุขภาพ ร้อยละ 3.28
 ส่วน 10 อันดับสายงานที่ตลาดแรงงานต้องการ ดังนี้ อันดับ 1 สายงานขายและการตลาด ร้อยละ 29.70
 อันดับ 2 สายงานวิศวกร ร้อยละ 15.23 อันดับ 3 สายงานบริการลูกค้า ร้อยละ 13.43 อันดับ 4 สายงานธุรการ
 ร้อยละ 7.40 อันดับ 5 สายงานทรัพยากรบุคคล ร้อยละ 7.37 อันดับ 6 สายงานไอที ร้อยละ 5.9 อันดับ 7
 สายงานบัญชีและการเงิน ร้อยละ 5.66 อันดับ 8 สายงานขนส่งและงานโลจิสติกส์ ร้อยละ 5.51 อันดับ 9
 งานระดับผู้บริหาร ร้อยละ 3.51 และอันดับ 10 สายงานการผลิต ร้อยละ 2.28 อีกทั้ง ผลสำรวจยังชี้ให้เห็นว่า
 สายงานขนส่งและโลจิสติกส์มีอัตราการเติบโตสูงสุดเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาอยู่ ร้อยละ 4.83 ตามทิศทางธุรกิจ
 อี-คอมเมิร์ซ ค่าขายออนไลน์ และธุรกิจเดลิเวอรี่ ทางด้านงานขายและการตลาดขึ้นอันดับ 1 มา 5 ปีต่อเนื่องกัน
 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าความต้องการเติบโตทางธุรกิจให้ความสำคัญกับบุคลากรที่เป็นตัวกลางในการนำเสนอสินค้า
 และบริการ โดยเฉพาะสินค้าความงามและสินค้าเกี่ยวกับเทคโนโลยีต่าง ๆ ส่วนการตลาดเข้ามาวางกลยุทธ์
 ทั้งออนไลน์และออฟไลน์สู่การนำเสนอการสื่อสารเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการโปรโมชันและกิจกรรม
 ทางการตลาดเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง (ผู้จัดการออนไลน์, 2564)

อีกทั้งตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ที่มุ่งเน้นให้คนไทยทุกกลุ่มวัยมีทักษะ
 และความรู้ความสามารถที่จะเป็นฐานในการพัฒนาทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ จากสถานการณ์
 ดังกล่าว ธุรกิจค้าปลีกจึงเป็นเป็นเครื่องมือสำคัญของการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ
 องค์กรประกอบที่สำคัญที่สุดในการพัฒนาการจัดการธุรกิจค้าปลีกให้มีประสิทธิภาพ คือ ทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งเป็น
 ผู้นำองค์ความรู้มาใช้ในการวางแผน การดำเนินการ และประยุกต์ใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการ
 ธุรกิจการค้าสมัยใหม่ การจัดการการขายในยุคดิจิทัล โดยมีเป้าหมายให้บุคลากรมีความรู้ความสามารถ

ด้านการบริหารจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ การให้บริการด้านการค้าปลีกที่ทันสมัย โดยธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทยนั้น มีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจพัฒนาและบริหารศูนย์การค้ามีแนวโน้มที่จะขยายตัวไปในทิศทางเดียวกัน ผู้ค้าปลีกที่ดำเนินธุรกิจในประเทศไทยอยู่แล้วมีแผนที่จะขยายสาขาต่อไปอย่างต่อเนื่อง

ดังนั้น หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด วิชาเอกการตลาดดิจิทัล และวิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่ จึงมุ่งเน้นพัฒนาบัณฑิตให้มีทักษะความรู้ความสามารถในศาสตร์ด้านการตลาดดิจิทัล การจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ มีสมรรถนะและศักยภาพสูงในการสร้างสรรค์นวัตกรรมสำหรับการทำงานในยุคดิจิทัล มีการบูรณาการข้ามศาสตร์ เพื่อให้นักศึกษาสามารถทำงานเป็นทีม ทำงานร่วมกับต่างสาขาวิชาชีพได้ โดยนำความรู้ด้านการตลาดไปปรับใช้กับศาสตร์อื่น เรียนรู้จากการฝึกปฏิบัติงานจริง เพื่อตอบสนองต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน

11.2 สถานการณ์หรือการพัฒนาสังคมและวัฒนธรรม

ประเทศไทยต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงภายใต้สถานการณ์ที่กระแสโลกาภิวัตน์และสังคม หลังจากที่ได้รับผลกระทบอย่างหนักจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) จนทำให้เศรษฐกิจไทยหดตัว (ติดลบ) ร้อยละ 8 เมื่อปี 2563 หดตัวมากที่สุดเป็นอันดับ 2 ของอาเซียน รองจากฟิลิปปินส์ แต่เศรษฐกิจจะกลับมาขยายตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไปและอาจต้องใช้เวลายาวนานอย่างน้อย 2 ปีในการฟื้นฟู เนื่องจากการแพร่ระบาดในหลายประเทศทั่วโลกยังมีแนวโน้มไม่คลี่คลาย และยังไม่มียุทธศาสตร์ป้องกันโรค (สำนักข่าวกรองแห่งชาติ, 2564) ทำให้วิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนต้องปรับเปลี่ยนไปเป็นรูปแบบชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) ที่เปลี่ยนวิถีชีวิตการทำงาน รูปแบบการดำเนินธุรกิจต่าง ๆ ทำให้เทคโนโลยีและการสื่อสารมีความก้าวหน้าที่รวดเร็ว ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพโดยรวมของสังคมและวัฒนธรรม นอกจากนี้ โครงสร้างประชากรที่กำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aged Society) ของประเทศไทยที่มีสัดส่วนของประชากรที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปมีมากกว่า 20% ของจำนวนประชากรทั้งหมด ในปี พ.ศ. 2564 อนึ่ง ธนาคารแห่งประเทศไทย (2561) ระบุว่า ในขณะที่อัตราการเกิดเฉลี่ยของประชากรโลกอยู่ที่ 2.5 คนต่อ ผู้หญิง 1 คน อัตราการเกิดเฉลี่ยของประชากรไทยอยู่ที่ 1.4 คนต่อผู้หญิง 1 คน จึงส่งผลให้ประเทศไทยมีสัดส่วนผู้สูงอายุสูงมากขึ้น ในขณะที่มีอัตราการเกิด (Fertility Rate) ต่ำ ทำให้แรงงานไทยมีแนวโน้มลดลงเร็วกว่าประเทศอื่น ๆ ในอาเซียน จึงจะกลายเป็นปัญหาด้านผลิตภาพแรงงาน (Low Labor Productivity) ที่ต่ำลงด้วย ทั้งนี้ การมีจำนวนผู้สูงอายุที่จะกลายเป็นหนึ่งในสี่ของประชากรไทยนั้นสื่อถึงการขาดทักษะโลกดิจิทัล (Digital Literacy) อันจะนำมาซึ่งปัญหาความเหลื่อมล้ำที่เพิ่มขึ้นระหว่างคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่ในการเข้าถึงข้อมูลและความรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง ฐานความรู้ผู้คนในสังคมมีวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิตประจำวันตลอดจนการเตรียมความพร้อมประชากรวัยเรียนให้มีทักษะเพื่อการดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21 ซึ่งประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม ทักษะด้านสารสนเทศ สื่อและเทคโนโลยี และทักษะชีวิตและอาชีพ เพื่อความสำเร็จทั้งด้านการงานและการดำเนินชีวิต

อีกทั้งในยุคปัจจุบันระบบเศรษฐกิจและสังคมมีการติดต่อสื่อสาร การผลิต การตลาด การขาย การพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ การทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ และอื่น ๆ ซึ่งเป็นการสื่อสารอย่างกว้างขวาง และยังเข้ามาช่วยในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งเชิงธุรกิจ สังคม และวัฒนธรรมในท้องถิ่น โดยกระบวนการดำเนินงานทางดิจิทัลหรือทางอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ อาศัยโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารมาสร้างเป็นนวัตกรรมใหม่ให้เกิดขึ้น เพื่อช่วยในการดำเนินกระบวนการทำงานต่าง ๆ ให้รวดเร็วและตอบสนองต่อความต้องการมากขึ้น ดังนั้นผู้ที่มีความรู้ทางดิจิทัลมักจะเป็นผู้ได้รับประโยชน์ในสถานะผู้ใช้ และโอกาสสำหรับการถูกว่าจ้างงานมากขึ้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับบัณฑิตที่จะออกสู่ตลาดแรงงานต้องมีความรู้และทักษะทางดิจิทัล

12. ผลกระทบจากข้อ 11 ต่อการพัฒนาหลักสูตรและความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

12.1 การพัฒนาหลักสูตร

จากผลกระทบของสถานการณ์ภายนอกทางด้านการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ส่งผลให้จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เพื่อการบริหารในเชิงรุกให้มีศักยภาพและสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามวิวัฒนาการของกระบวนการทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดทางการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการในการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันทั้งภายในประเทศและระดับโลก ตามกระแสโลกาภิวัตน์และสังคมดิจิทัล โดยการผลิตบัณฑิตให้เป็นไปตามมาตรฐานของการประกอบอาชีพพร้อมมีองค์ความรู้ทางด้านการตลาด การจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ เทคโนโลยีสารสนเทศ มีสมรรถนะและศักยภาพสูงสำหรับการทำงานการสร้างสรรค์นวัตกรรม ตลอดจนสามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล อีกทั้งต้องเป็นบุคลากรที่มีคุณธรรมนำความรู้ คิดเป็น ทำเป็น และดำรงชีวิตบนพื้นฐานพอเพียง ใฝ่รู้เรียนรู้และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นไปตามนโยบายและวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยแห่งคุณภาพที่เน้นนวัตกรรมการจัดการเรียนรู้

ทั้งนี้ การปรับปรุงหลักสูตร ได้ดำเนินการตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552 และเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2558 มีการนำผลการวิเคราะห์ผลสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตมาพิจารณาเพื่อปรับปรุงวิชาให้สอดคล้องกับตลาดแรงงาน ตลอดจนการนำผลสำรวจจากบัณฑิตเพื่อมาประกอบการกำหนดวิชาและคำอธิบายรายวิชาในการปรับปรุงหลักสูตรโดยการปรับปรุงหลักสูตรครั้งนี้ประกอบด้วย 2 วิชาเอก คือ 1) วิชาเอกการตลาดดิจิทัล 2) วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่ มีการเพิ่มรายวิชา กิจกรรม และการบูรณาการการเรียนรู้จากประสบการณ์ เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะความต้องการของผู้ใช้บัณฑิตและคุณภาพของบัณฑิตตามหลักสูตรใหม่ รองรับกับกระแสโลกาภิวัตน์และสังคมดิจิทัล การขยายตัวของธุรกิจการค้าสมัยใหม่และสภาพเศรษฐกิจโลกที่เปลี่ยนแปลงไปตามสมัย

12.2 ความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

การผลิตบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด สอดคล้องกับพันธกิจและกลยุทธ์ของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ที่มุ่งสร้างบัณฑิตที่มีคุณภาพ มาตรฐาน มุ่งสู่ความเป็นเลิศทางวิชาการ และวิชาชีพ มุ่งเน้นในเรื่องของคุณภาพด้านการศึกษาและผลักดันให้นักศึกษาได้มีโอกาสเข้าร่วมกับแข่งขันในระดับประเทศ เพื่อยกระดับความสามารถของนักศึกษา สร้างองค์ความรู้และนวัตกรรมที่นำไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ บริการวิชาการอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภูมิภาคลุ่มน้ำโขง อีกทั้งร่วมทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นและสร้างความเข้าใจในวัฒนธรรมที่หลากหลายของภูมิภาคลุ่มน้ำโขง ทั้งนี้ได้ให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพการศึกษาที่เน้นให้นักศึกษาได้ฝึกปฏิบัติจริง ภายหลังจากที่ได้รับความรู้ภาคทฤษฎี โดยการจัดให้มีกิจกรรมส่งเสริมการเรียนการสอนและฝึกประสบการณ์วิชาชีพ พร้อมทั้งการปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพให้ได้ตระหนักถึงความสำคัญควบคู่กันไป

13. ความสัมพันธ์กับหลักสูตรอื่นที่เปิดสอนในคณะ/ภาควิชาอื่นของมหาวิทยาลัย

13.1 หลักสูตรนี้มีรายวิชาที่กำหนดให้นักศึกษาในหลักสูตรอื่นเรียน ได้แก่

หลักสูตรวิชาโทบริหารธุรกิจ จำนวน 3 รายวิชา คือ

- | | |
|---|----------|
| 1) 1702 210 หลักการตลาด (Principles of Marketing) | 3(3-0-6) |
| 2) 1702 212 พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) | 3(3-0-6) |
| 3) 1702 351 การตลาดระหว่างประเทศและระดับโลก | 3(3-0-6) |

(International and Global Marketing)

13.2 นักศึกษาในหลักสูตรนี้ มีรายวิชาที่กำหนดให้นักศึกษาต้องเรียนในหลักสูตรหรือภาควิชาหรือคณะอื่น ได้แก่

- | | |
|---|-------------------------|
| - หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2563 | ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต |
| - หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพของคณะบริหารศาสตร์ | จำนวน 24 หน่วยกิต |
| 1) 1700 101 ธุรกิจเบื้องต้นและกฎหมายธุรกิจ | 3(3-0-6) |
| (Introduction to Business and Business Laws) | |
| 2) 1700 204 สถิติและการวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ | 3(2-2-5) |
| (Business Statistics and Quantitative Analysis) | |
| 3) 1701 110 หลักการจัดการ (Principles of Management) | 3(3-0-6) |
| 4) 1701 412 การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management) | 3(3-0-6) |
| 5) 1703 210 การเงินธุรกิจ (Corporate Finance) | 3(3-0-6) |

6) 1706 103 การจัดการสารสนเทศธุรกิจดิจิทัล (Digital Business Information Management)	3(2-2-5)
7) 1707 101 การบัญชีขั้นต้น (Fundamental Accounting)	3(3-0-6)
8) 1708 100 เศรษฐศาสตร์ทั่วไป (General Economic)	3(3-0-6)

13.3 การบริหารจัดการ

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรประสานงานกับคณะและสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง สำหรับการจัดการเรียนการสอนในรายวิชาพื้นฐานวิชาชีพและวิชาชีพเลือก ได้แก่ การจัดทำรายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3) รายละเอียดของประสบการณ์ภาคสนาม (มคอ.4) การกำหนดอาจารย์ผู้สอน การจัดตารางเรียน จัดทำรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา (มคอ.5) และรายงานผลการดำเนินการของประสบการณ์ภาคสนาม (มคอ.6) การทวนสอบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาและการประเมินผล

หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร

1. ความสำคัญ ประโยชน์ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1.1 ความสำคัญของหลักสูตร

จากผลกระทบของสถานการณ์ภายนอกทางด้านการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ที่มีแนวทางในการมุ่งสู่เป้าหมาย “พลิกโฉมประเทศไทยสู่ เศรษฐกิจสร้างคุณค่า สังคมเดินหน้าอย่างยั่งยืน” ด้วยการมุ่งใช้องค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรมเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ ในทุกมิติ โดยเน้นส่งเสริมเศรษฐกิจมูลค่าสูงที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการ พัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เพื่อการบริหารในเชิงรุกให้มีศักยภาพและสามารถ ปรับเปลี่ยนได้ตามวิวัฒนาการของกระบวนการทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดทางการตลาดเพื่อตอบสนอง ความต้องการของตลาดแรงงาน ในการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันทั้งภายในประเทศและระดับโลก ตามกระแสโลกาภิวัตน์และสังคมดิจิทัล โดยการผลิตบัณฑิตให้เป็นไปตามมาตรฐานของการประกอบอาชีพ พร้อมมีองค์ความรู้ทางด้านการตลาดดิจิทัล การจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ เทคโนโลยีสารสนเทศ มีสมรรถนะ และศักยภาพสูงสำหรับการทำงาน การสร้างสรรค์นวัตกรรม ตลอดจนสามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพและ ประสิทธิภาพสอดคล้องกับลักษณะความต้องการของผู้ใช้บัณฑิตและคุณภาพของบัณฑิตตามหลักสูตรใหม่ รองรับกับกระแสโลกาภิวัตน์และสังคมดิจิทัล การขยายตัวของธุรกิจการค้าสมัยใหม่และสภาพเศรษฐกิจโลก ที่เปลี่ยนแปลงไป อีกทั้งเป็นบุคลากรที่มีคุณธรรมนำความรู้ คิดเป็น ทำเป็น และดำรงชีวิตบนพื้นฐานพอเพียง ใฝ่รู้เรียนรู้และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นไปตามนโยบายและวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยแห่งคุณภาพที่เน้นนวัตกรรมการจัดการเรียนรู้

1.2 ประโยชน์ของหลักสูตร

มุ่งผลิตบัณฑิตให้มีความรู้และทักษะด้านการตลาดดิจิทัล การตลาดการค้าสมัยใหม่ สามารถประยุกต์ และพัฒนาความรู้ด้านการตลาด เทคโนโลยี การสื่อสารดิจิทัล การจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ เพื่อใช้ในการ ประกอบอาชีพ มีขีดความสามารถในการร่วมสร้างสรรค์นวัตกรรมให้กับสังคมในองค์กรทุกรูปแบบได้อย่างมี ประสิทธิภาพ เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจ มีจรรยาบรรณและความรับผิดชอบในการประกอบอาชีพ การดำรงชีวิตและมีการเรียนรู้ตลอดชีวิต

1.3 วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

เมื่อสำเร็จการศึกษาจากหลักสูตรนี้แล้วบัณฑิตมีสมรรถนะ ดังนี้

1.3.1 มีความรู้ ความเข้าใจ และมีทักษะในสาขาวิชาการตลาดดิจิทัล หรือการตลาดการค้าสมัยใหม่ สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ แก้ไขปัญหา การประกอบธุรกิจค้าปลีก การร่วมสร้างธุรกิจการค้าสมัยใหม่ และร่วมสร้างสรรค์ผลงานนวัตกรรมได้

1.3.2 ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อใช้ในการตลาดดิจิทัล หรือการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ ในยุคดิจิทัล ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เท้าทันการเปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจ

1.3.3 ใช้ทักษะสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในการพูด การเขียน และการนำเสนอ

1.3.4 มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี

1.3.5 มีจรรยาบรรณและความรับผิดชอบในการประกอบอาชีพ การดำรงชีวิต และมีการเรียนรู้ตลอดชีวิต

2. แผนพัฒนาปรับปรุง: ระยะเวลา พ.ศ. 2565 ถึง พ.ศ. 2569

2.1 แผนการพัฒนาการเปลี่ยนแปลง	2.2 กลยุทธ์	2.3 ตัวบ่งชี้	2.4 หลักฐาน	2.5 ระยะเวลาดำเนินงาน
1) แผนการกำกับมาตรฐานหลักสูตร	1) กำกับให้อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร มีการประชุม การบริหารหลักสูตร ตามแผนการกำกับมาตรฐานหลักสูตร อย่างสม่ำเสมอ	1) มีการประชุมและดำเนินการบริหารหลักสูตรตามหน้าที่ของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร 2) อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรทุกคน มีคุณวุฒิ และคุณสมบัติครบเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร และมีอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรอยู่ประจำหลักสูตร ตลอดระยะเวลาที่จัดการศึกษา	1) รายงานการประชุมผู้รับผิดชอบหลักสูตร	ทุกปีการศึกษา
	2) กำกับติดตามการประเมินคุณภาพภายในระดับหลักสูตร	ผลการประเมินคุณภาพภายในระดับหลักสูตร ระดับดีขึ้นไป	รายงานผลการประเมินคุณภาพภายในระดับหลักสูตร	ทุกปีการศึกษา
2) แผนการพัฒนานักศึกษา	1) ส่งเสริมให้นักศึกษาเข้าร่วมกิจกรรมการแข่งขันทางวิชาการด้านการตลาด	จำนวนรางวัลการแข่งขันที่ได้รับ ไม่น้อยกว่า 2 รางวัลต่อปี	รายงานผลการเข้าร่วมกิจกรรม	ทุกปีการศึกษา
	2) ส่งเสริมให้นักศึกษาทุกชั้นปีเข้าร่วมพัฒนาตนเองในกิจกรรมและโครงการ	1) จำนวนนักศึกษาที่เข้าร่วมพัฒนาตนเอง ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของนักศึกษาทุกชั้นปี	1) รายงานผลการเข้าร่วมโครงการหรือเข้าร่วมกิจกรรม	ทุกปีการศึกษา

2.1 แผนการพัฒนาการเปลี่ยนแปลง	2.2 กลยุทธ์	2.3 ตัวบ่งชี้	2.4 หลักฐาน	2.5 ระยะเวลาดำเนินงาน
	ที่ส่งเสริมทักษะทางการตลาดและเทคโนโลยี	2) ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการไม่น้อยกว่า 3.51 จากคะแนนเต็ม 5	2) รายงานระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ	
	3) ส่งเสริมให้จัดกิจกรรมและโครงการเพื่อให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษาแก่นักศึกษา ตั้งแต่แรกเข้าจนสำเร็จการศึกษา	1) จำนวนนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการและกิจกรรมที่ให้คำแนะนำให้คำปรึกษา ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของนักศึกษาทุกชั้นปี 2) ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่น้อยกว่า 3.51 จากคะแนนเต็ม 5	1) รายงานผลการดำเนินงาน 2) รายงานระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ	ทุกปีการศึกษา
	4) ส่งเสริมให้นักศึกษาเข้าร่วมพัฒนาตนเอง ในโครงการที่เกี่ยวกับภาษาอังกฤษ หรือ ภาษาต่างประเทศเพื่อธุรกิจ	1) จำนวนนักศึกษาที่เข้าร่วมกิจกรรมหรือการอบรมมากกว่า ร้อยละ 60 ของนักศึกษาทุกชั้นปี 2) จำนวนนักศึกษาที่สอบผ่าน ภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR B1 ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50	1) รายงานจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมแต่ละโครงการ 2) รายงานผลการสอบภาษาอังกฤษ	ทุกปีการศึกษา

2.1 แผนการพัฒนาการเปลี่ยนแปลง	2.2 กลยุทธ์	2.3 ตัวบ่งชี้	2.4 หลักฐาน	2.5 ระยะเวลาดำเนินงาน
	5) สนับสนุน/ส่งเสริมโครงการหรือกิจกรรมเตรียมความพร้อมสู่ตลาดแรงงาน	1) จำนวนนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการหรือกิจกรรม ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 2) ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่น้อยกว่า 3.51 จากคะแนนเต็ม 5	1) รายงานผลการดำเนินงาน 2) รายงานระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ	ทุกปีการศึกษา
3) แผนการพัฒนาศิษย์เก่า	1) ส่งเสริมให้ศิษย์เก่าเข้าร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้และสัมมนาในโครงการเตรียมความพร้อมสำหรับการทำงาน	1) ความพึงพอใจในการเข้าร่วมกิจกรรมของศิษย์เก่าในระดับดีขึ้น 2) จำนวนศิษย์เก่าที่เข้าร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้และสัมมนาในโครงการ อย่างน้อยร้อยละ 3 ของจำนวนศิษย์เก่าในหลักสูตร	1) รายงานผลการปฏิบัติงานโครงการ 2) รายชื่อศิษย์เก่าที่เข้าร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้และสัมมนาในโครงการ	ทุกปีการศึกษา
4) แผนพัฒนาอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน อาจารย์ผู้สอน	1) ส่งเสริมให้อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน ทำงานวิจัยในสาขาวิชาที่จัดการเรียนการสอนอย่างต่อเนื่อง	จำนวนอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอนได้รับทุนเพื่อการวิจัยในสาขาวิชา อย่างน้อย 1 คนต่อปี	รายงานผลการวิจัยของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอนที่ได้รับทุนวิจัย	ทุกปีการศึกษา

2.1 แผนการพัฒนากการเปลี่ยนแปลง	2.2 กลยุทธ์	2.3 ตัวบ่งชี้	2.4 หลักฐาน	2.5 ระยะเวลาดำเนินงาน
	2) ส่งเสริมให้อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน มีคุณวุฒิหรือตำแหน่งทางวิชาการสูงขึ้น	จำนวนอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอนมีคุณวุฒิหรือตำแหน่งทางวิชาการเพิ่มขึ้นอย่างน้อย 1 คน ภายใน 5 ปี	รายงานจำนวนอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอนที่มีคุณวุฒิ/ตำแหน่งทางวิชาการสูงขึ้น	ภายใน 5 ปี
	3) ส่งเสริมให้อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน เผยแพร่ นำเสนอ ผลงานวิจัยหรือผลงานทางวิชาการมากขึ้น	1) จำนวนผลงานวิจัยของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรที่เผยแพร่ในฐานข้อมูลที่สืบค้นได้หรือเป็นที่ยอมรับตามประกาศ กพอ. หรือระเบียบคณะกรรมการอุดมศึกษาว่าด้วย หลักเกณฑ์พิจารณาการสรรหาทางวิชาการสำหรับการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ อย่างน้อย 3 เรื่อง ต่อ 5 ปีต่อคน	รายงานจำนวนผลงานที่เผยแพร่ในฐานข้อมูล	ภายใน 5 ปี
		2) จำนวนผลงานทางวิชาการของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน อย่างน้อย 3 เรื่องต่อคน ภายใน 5 ปี	รายงานผลงานทางวิชาการของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน	ทุกปีการศึกษา

2.1 แผนการพัฒนาการเปลี่ยนแปลง	2.2 กลยุทธ์	2.3 ตัวบ่งชี้	2.4 หลักฐาน	2.5 ระยะเวลาดำเนินงาน
	4) ส่งเสริมให้อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน เข้าร่วมอบรมหรือเพิ่มพูนความรู้ทางวิชาการหรือวิชาชีพ	อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอนที่เข้าร่วมอบรมหรือเพิ่มพูนความรู้ทางวิชาการหรือวิชาชีพอย่างน้อย 1 ครั้งต่อคนต่อปี	รายงานการเข้าร่วมอบรมหรือเพิ่มพูนความรู้ของอาจารย์	ทุกปีการศึกษา
5) แผนพัฒนาบุคลากรสายสนับสนุน	1) ส่งเสริมให้บุคลากรสายสนับสนุนเข้าร่วมสัมมนา อบรม เพื่อเพิ่มพูนศักยภาพ และพัฒนาทักษะในการทำงาน	จำนวนบุคลากรสายสนับสนุนที่เข้าร่วมสัมมนา อบรม เพื่อเพิ่มพูนศักยภาพ และพัฒนาทักษะในการทำงาน อย่างน้อย 1 ครั้งต่อคนต่อปี	รายงานผลการเข้าร่วมกิจกรรม	ทุกปีการศึกษา
	2) ส่งเสริมให้บุคลากรสายสนับสนุนร่วมวิจัย หรือการบริการวิชาการ	บุคลากรสายสนับสนุนร่วมวิจัย หรือการบริการวิชาการ อย่างน้อย 1 ครั้งต่อปี	รายงานผลการวิจัย หรือการบริการวิชาการ	ทุกปีการศึกษา
6) แผนพัฒนาหลักสูตรการจัดการเรียนการสอนและการประเมินผู้เรียน	1) ส่งเสริมให้มีการจัดการเรียนการสอนและการประเมินผู้เรียนที่ทันสมัย สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้	จำนวนนวัตกรรมหรือสื่อการเรียนการสอน วิธีการสอนและการประเมินผู้เรียนที่ทันสมัยเพิ่มขึ้นและเผยแพร่ อย่างน้อย 1 รายการต่อคนต่อปี	รายงานสรุปผลการดำเนินงานของหลักสูตร	ทุกปีการศึกษา

2.1 แผนการพัฒนาการเปลี่ยนแปลง	2.2 กลยุทธ์	2.3 ตัวบ่งชี้	2.4 หลักฐาน	2.5 ระยะเวลาดำเนินงาน
	2) ส่งเสริมให้มีการพัฒนาเนื้อหาสาระของหลักสูตรให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงทางวิชาการและวิชาชีพ	1) จำนวนรายวิชาในหลักสูตรที่ปรับปรุงเนื้อหาสาระให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงอย่างน้อยร้อยละ 25 ของรายวิชาในหลักสูตรต่อปีการศึกษา	1) รายงานจำนวนรายวิชาในหลักสูตรที่พัฒนาปรับปรุง	ทุกปีการศึกษา
	3) ส่งเสริมให้มีการประเมินและปรับปรุงหลักสูตรให้มีความทันสมัยสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางวิชาชีพ ความต้องการของสังคมและผู้ใช้บัณฑิต	1) มีการประเมินหลักสูตรโดยผู้เกี่ยวข้อง 2) รายวิชามีการปรับปรุงเนื้อหาวิชาให้ทันสมัย	1) รายงานผลการประเมินคุณภาพภายในระดับหลักสูตร การกำกับมาตรฐานหลักสูตร 2) รายงานผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษา	ทุกปีการศึกษา
7) แผนพัฒนาทรัพยากรสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้และเทคโนโลยีสารสนเทศ	1) ส่งเสริมให้มีทรัพยากรการเรียนการสอนที่ทันสมัยเพิ่มขึ้น	จำนวนหนังสือ ตำรา หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในการจัดการเรียนการสอนเพิ่มขึ้นอย่างน้อย 80 เรื่องต่อปี	รายงานสรุปหนังสือ ตำรา หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในการเรียนการสอนในแต่ละปี	ทุกปีการศึกษา

2.1 แผนการพัฒนาการเปลี่ยนแปลง	2.2 กลยุทธ์	2.3 ตัวบ่งชี้	2.4 หลักฐาน	2.5 ระยะเวลาดำเนินงาน
8) แผนการพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของหลักสูตร	กำกับ ติดตาม การนำข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจประเมินคุณภาพการศึกษาภายในระดับหลักสูตรมาพัฒนา/ปรับปรุงหลักสูตร	1) มีการดำเนินการตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจประเมินคุณภาพการศึกษาภายในระดับหลักสูตรอย่างบรรลุเป้าหมายทุกปีการศึกษา	รายงานผลการดำเนินการของหลักสูตร (มคอ.7)	ทุกปีการศึกษา
		2) มีคะแนนการประเมินคุณภาพการศึกษาภายในระดับหลักสูตรไม่ต่ำกว่าระดับดี	คะแนนการประเมินคุณภาพการศึกษาภายในระดับหลักสูตร	ทุกปีการศึกษา

หมวดที่ 3

ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร

1. ระบบการจัดการศึกษา

1.1 ระบบการจัดการศึกษาในหลักสูตรที่ใช้ในการเรียนการสอน: ระบบทวิภาค 1 ปี แบ่งเป็น

2 ภาคการศึกษาปกติ มีระยะเวลาศึกษาไม่น้อยกว่าภาคการศึกษาละ 15 สัปดาห์

1.2 การจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน: ไม่มี

1.3 การเทียบเคียงหน่วยกิตในระบบทวิภาค: ไม่มี

2. การดำเนินการหลักสูตร

2.1 วัน - เวลาในการดำเนินการเรียนการสอนตามปฏิทินการศึกษาที่มหาวิทยาลัยกำหนด

วัน-เวลาราชการและ/หรือนอกวัน - เวลาราชการ

ภาคการศึกษาต้น ระหว่างเดือนมิถุนายน - ตุลาคม

ภาคการศึกษาปลาย ระหว่างเดือนพฤศจิกายน - มีนาคม

2.2 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา: ตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับ

ปริญญาตรี พ.ศ. 2558 และข้อบังคับมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2564

หมวด 2 ดังนี้

1) สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า

2) ไม่เป็นโรคหรือภาวะอันเป็นอุปสรรคในการศึกษา

3) มีคุณสมบัติอื่นตามที่สภามหาวิทยาลัยกำหนด

2.3 ปัญหาของนักศึกษาแรกเข้า	2.4 กลยุทธ์ในการดำเนินการแก้ไขปัญหา/ ข้อจำกัดของนักศึกษา
มีพื้นฐานความรู้ทักษะภาษาอังกฤษ ไม่เพียงพอ	โครงการเตรียมความพร้อม/การสอนเสริมทักษะ ภาษาอังกฤษ ที่ดำเนินการโดยอาจารย์ผู้รับผิดชอบ หลักสูตร
ปัญหาการปรับตัวของนักศึกษา	กิจกรรมการปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่และโครงการพบ ที่ปรึกษาที่ดำเนินการโดยอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

2.5 แผนการรับนักศึกษาและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี : ภาคปกติ ปีละ 150 คน แบ่งเป็น วิชาเอก
การตลาดดิจิทัล ปีละ 100 คน และวิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่ ปีละ 50 คน

ระดับชั้นปี	จำนวนนักศึกษาในแต่ละปีการศึกษา									
	2565		2566		2567		2568		2569	
	สาขา วิชาเอก การตลาดและ การสื่อสาร ดิจิทัล	สาขา วิชาเอก การตลาด การค้า สมัยใหม่	สาขา วิชาเอก การตลาดและ การสื่อสาร ดิจิทัล	สาขา วิชาเอก การตลาด การค้า สมัยใหม่	สาขา วิชาเอก การตลาดและ การสื่อสาร ดิจิทัล	สาขา วิชาเอก การตลาด การค้า สมัยใหม่	สาขา วิชาเอก การตลาดและ การสื่อสาร ดิจิทัล	สาขา วิชาเอก การตลาด การค้า สมัยใหม่	สาขา วิชาเอก การตลาดและ การสื่อสาร ดิจิทัล	สาขา วิชาเอก การตลาด การค้า สมัยใหม่
ชั้นปีที่ 1	100	50	100	50	100	50	100	50	100	50
ชั้นปีที่ 2	-	-	100	50	100	50	100	50	100	50
ชั้นปีที่ 3	-	-	-	-	100	50	100	50	100	50
ชั้นปีที่ 4	-	-	-	-	-	-	100	50	100	50
รวม จำนวน นักศึกษา	100	50	200	100	300	150	400	200	400	200
จำนวน บัณฑิต ที่คาดว่าจะ สำเร็จ การศึกษา	-	-	-	-	-	-	100	50	100	50

2.6 งบประมาณตามแผน

งบประมาณ: ใช้งบประมาณจากเงินรายได้ ในคณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

2.6.1 งบประมาณรายรับ (หน่วย: บาท)

รายละเอียดรายรับ	ปีงบประมาณ				
	2565	2566	2567	2568	2569
ค่าธรรมเนียมการศึกษา	5,750,000	11,500,000	17,250,000	23,000,000	23,000,000
1) วิชาเอกการตลาดดิจิทัล คนละ 17,500 บาทต่อ ภาคการศึกษา	3,500,000	7,000,000	10,500,000	14,000,000	14,000,000
2) วิชาเอกการตลาดการค้า สมัยใหม่ คนละ 22,500 บาท ต่อภาคการศึกษา	2,250,000	4,500,000	6,750,000	9,000,000	9,000,000

รายละเอียดรายรับ	ปีงบประมาณ				
	2565	2566	2567	2568	2569
เงินอุดหนุนจากรัฐบาล เช่น เงินเดือนอาจารย์	3,528,456	3,669,594	3,816,378	3,969,033	4,127,794
รวมรายรับ	9,278,456	15,169,594	21,066,378	26,969,033	27,127,794
หัก ค่าธรรมเนียมให้มหาวิทยาลัย	2,064,500	4,129,000	6,193,500	8,258,000	8,258,000
1) วิชาเอกการตลาด ดิจิทัล	1,313,000	2,626,000	3,939,000	5,252,000	5,252,000
2) วิชาเอกการตลาดการค้า สมัยใหม่	751,500	1,503,000	2,254,500	3,006,000	3,006,000
รวมรายรับสุทธิ	7,213,956	11,040,594	14,872,878	18,711,033	18,869,794

หลักสูตรนี้ มี 2 วิชาเอก แยกเป็น

1. วิชาเอกการตลาดดิจิทัล รายรับจากค่าลงทะเบียนอัตรา 35,000 บาทต่อคนต่อปี ตลอด 5 ปี เป็นเงิน 49,000,000 บาท หักค่าธรรมเนียมมหาวิทยาลัย ตลอด 5 ปี จำนวน 18,382,000 บาท คงรายรับสุทธิ เป็นเงิน 30,618,000 บาท

2. วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่ มีรายรับจากค่าลงทะเบียนอัตรา 45,000 บาทต่อคนต่อปี ตลอด 5 ปี เป็นเงิน 31,500,000 บาท หักค่าธรรมเนียมมหาวิทยาลัย ตลอด 5 ปี จำนวน 10,521,000 บาท คงรายรับสุทธิ เป็นเงิน 22,979,000 บาท

2.6.2 งบประมาณรายจ่ายในหลักสูตร (หน่วย: บาท)

หมวดเงิน	ปีงบประมาณที่ดำเนินการ				
	2565	2566	2567	2568	2569
งบดำเนินการ (ค่าตอบแทน ใช้สอย วัสดุ)					
1. เงินเดือนอาจารย์ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร 6 คน	3,190,800	3,318,432	3,451,169	3,589,216	3,732,785
2. ค่าใช้จ่ายอาจารย์ประจำ หลักสูตร อาจารย์ผู้สอน อาจารย์พิเศษ และ บุคลากรอื่น ๆ ในหลักสูตร	5,607,136	5,149,989	5,266,592	5,343,007	5,454,584

หมวดเงิน	ปีงบประมาณที่ดำเนินการ				
	2565	2566	2567	2568	2569
3. ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน (ทุกรายการทุกกิจกรรม ในหลักสูตร	1,694,800	1,665,800	1,638,800	1,617,600	1,617,600
4. ทุนการศึกษา เงินอุดหนุน/ส่งเสริม นักศึกษา	1,615,114	1,235,210	1,240,000	1,233,752	1,225,600
5. ค่าหนังสือ ตำรา ในหลักสูตร	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000
รวม	12,147,849	11,409,431	11,636,561	11,823,575	12,070,569
หัก เงินอุดหนุนรัฐบาล	3,528,456	3,669,594	3,816,378	3,969,033	4,127,794
รายจ่ายสุทธิ	8,619,393	7,739,837	7,820,183	7,854,542	7,942,775
รายจ่ายต่อปี	2,154,848	1,934,959	1,955,046	1,963,636	1,985,694
จำนวนนักศึกษา	150	300	450	600	600
ค่าใช้จ่ายต่อหัวในการ ผลิตบัณฑิต	14,366	12,900	13,034	13,091	13,238

หลักสูตรนี้ มีค่าใช้จ่ายต่อหัวในการผลิตบัณฑิต เฉลี่ย 5 ปี เป็นเงิน 13,325 บาทต่อปี หรือ 6,663 บาทต่อภาคการศึกษา

2.6.3 ความคุ้มค่าและหรือคุ้มค่าของหลักสูตร

รายละเอียด	ปีงบประมาณ				
	2565	2566	2567	2568	2569
รายจ่าย สุทธิ	8,619,393	7,739,837	7,820,183	7,854,542	7,942,775
รายได้จากค่าธรรมเนียม (ต่อคน)	38,335	38,335	38,335	38,335	38,335
หัก ต้นทุนผันแปร (ค่าใช้จ่ายที่หักให้มหาวิทยาลัย)	13,765	13,765	13,765	13,765	13,765
กำไรส่วนเกิน	24,570	24,570	24,570	24,570	24,570

รายละเอียด	ปีงบประมาณ				
	2565	2566	2567	2568	2569
จุดคุ้มทุน 4 ปี	351	315	318	320	323
จุดคุ้มทุนต่อชั้นปี (คน)	88	79	80	80	81

วิชาเอกการตลาดดิจิทัล ได้รับรายรับจากค่าลงทะเบียนอัตรา 35,000 บาทต่อคนต่อปี ตลอดหลักสูตร 4 ปี คิดเป็นเงิน 140,000 บาทต่อคน

วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่ ได้รับรายรับจากค่าลงทะเบียนอัตรา 45,000 บาทต่อคนต่อปี ตลอดหลักสูตร 4 ปี คิดเป็นเงิน 180,000 บาทต่อคน

มีค่าใช้จ่ายในการผลิตบัณฑิตเฉลี่ย 13,325 บาทต่อปี ตลอดหลักสูตร 4 ปี คิดเป็นจำนวนเงิน 53,300 บาทต่อคน

แสดงว่า หลักสูตรนี้มีความคุ้มค่าเมื่อมีจำนวนนักศึกษาเข้าศึกษา อย่างน้อยปีการศึกษาละ 81 คน ดังนั้น เพื่อให้ครอบคลุมถึงจำนวนนักศึกษาที่อาจจะตกรอกและหลักสูตรมีงบประมาณเพียงพอในการบริหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ หลักสูตรจึงขอรับนักศึกษาปีการศึกษาละ 150 คน

2.7 ระบบการศึกษา ใช้ระบบการศึกษผสมผสานระหว่างการสอนแบบชั้นเรียนและการสอนแบบออนไลน์ ได้แก่

- 1) แบบในชั้นเรียน (In-class learning) คิดเป็นอย่างน้อยร้อยละ 70
- 2) แบบออนไลน์ผ่านระบบจัดการเรียนรู้ (Online Learning Management System: LMS)

คิดเป็นอย่างน้อยร้อยละ 15

- 3) แบบการสนทนาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social network) อย่างน้อยร้อยละ 15

2.8 การเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชา และการลงทะเบียนข้ามมหาวิทยาลัย เป็นไปตามเกณฑ์ที่กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม และมหาวิทยาลัยกำหนด เช่น

1) ประกาศทบวงมหาวิทยาลัย เรื่อง หลักเกณฑ์การเทียบโอนผลการเรียนรู้ระดับปริญญาเข้าสู่อการศึกษาระบบ พ.ศ. 2545

2) ข้อบังคับมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2564

3) ข้อบังคับมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ว่าด้วย การศึกษาตลอดชีวิตสำหรับบุคคลภายนอก พ.ศ. 2564

4) ประกาศมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี เรื่อง การเทียบความรู้และโอนผลการเรียนจากการศึกษาในระบบการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย พ.ศ. 2564

3. หลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565 เป็นหลักสูตร ปริญาตรี 4 ปี สำหรับการลงทะเบียนเรียนเต็มเวลา ให้ศึกษาได้ไม่เกิน 8 ปีการศึกษา สำเร็จการศึกษาได้ ไม่นเกิน 6 ภาคการศึกษาปกติ และให้เป็นไปตามประกาศคณะกรรมการการอุดมศึกษา (กกอ.) หรือ คณะกรรมการมาตรฐาน การอุดมศึกษา (กมอ.)

3.1 หลักสูตร

3.1.1 จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 130 หน่วยกิต

3.1.2 โครงสร้างหลักสูตร ปริญาตรี 4 ปี: ปริญาตรีทางวิชาการ

หมวดวิชา		วิชาเอกการตลาด ดิจิทัล		วิชาเอกการตลาด การค้าสมัยใหม่
		แผนปกติ	แผนสห กิจศึกษา	
1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	ไม่น้อยกว่า	30	30	30
1.1 กลุ่มวิชาภาษา	จำนวน	15	15	15
1.2 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์	จำนวน	3	3	3
1.3 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์	จำนวน	3	3	3
1.4 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ	จำนวน	3	3	3
1.5 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรมและการจัดการ	จำนวน	3	3	3
1.6 กลุ่มวิชาเลือกศึกษาทั่วไป	ไม่น้อยกว่า	3	3	3
2) หมวดวิชาเฉพาะ	ไม่น้อยกว่า	94	94	94
2.1 กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	จำนวน	27	27	27
2.2 กลุ่มวิชาแกน	จำนวน	27	27	27
2.3 กลุ่มวิชาชีพ	ไม่น้อยกว่า	36	33	24
2.3.1 กลุ่มวิชาชีพบังคับ	จำนวน	18	18	15
2.3.2 กลุ่มวิชาชีพเลือก	ไม่น้อยกว่า	18	15	9
2.4 กลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และสหกิจศึกษา	จำนวน	4	7	16
3) หมวดวิชาเลือกเสรี	ไม่น้อยกว่า	6	6	6
จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร	ไม่น้อยกว่า	130	130	130

3.1.3 รายวิชาในหลักสูตร

รายวิชาในหลักสูตรกำหนดรหัสและจำนวนชั่วโมงของรายวิชาตามข้อบังคับมหาวิทยาลัย
อุบลราชธานี ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2564 ดังนี้

1) รหัสรายวิชา ประกอบด้วยตัวเลขเจ็ดหลัก ดังนี้

เลขหลักที่หนึ่งและสอง	หมายถึง	คณะ/หลักสูตร
เลขหลักที่สามและสี่	หมายถึง	ภาควิชา/ภาควิชาสอน/กลุ่มวิชา/สาขาวิชา
เลขหลักที่ห้า	หมายถึง	ระดับของวิชา
เลขหลักที่หก	หมายถึง	หมวดวิชา หรือกลุ่ม หรือลำดับที่ของรายวิชา
เลขหลักที่เจ็ด	หมายถึง	ลำดับที่ของรายวิชา

2) ความหมายของตัวเลข ดังนี้

(ก) เลขหลักที่หนึ่งและสอง เป็นตัวเลขกำหนดรหัสประจำคณะ/หลักสูตร ดังนี้

10	หมายถึง	รายวิชาศึกษาทั่วไปบูรณาการ
11	หมายถึง	คณะวิทยาศาสตร์
12	หมายถึง	คณะเกษตรศาสตร์
13	หมายถึง	คณะวิศวกรรมศาสตร์
14	หมายถึง	คณะศิลปศาสตร์
15	หมายถึง	คณะเภสัชศาสตร์
17	หมายถึง	คณะบริหารศาสตร์
20	หมายถึง	คณะศิลปประยุกต์และสถาปัตยกรรมศาสตร์
23	หมายถึง	คณะรัฐศาสตร์

(ข) เลขหลักที่สามและสี่ เป็นตัวเลขแสดงภาควิชา/ภาควิชาสอน/กลุ่มวิชา/สาขาวิชา ดังนี้

00	หมายถึง	ทั่วไป
01	หมายถึง	การจัดการธุรกิจ
02	หมายถึง	การตลาด
03	หมายถึง	การเงินและการลงทุน
04	หมายถึง	การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ
05	หมายถึง	การจัดการการโรงแรม
06	หมายถึง	ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ
07	หมายถึง	การบัญชี
08	หมายถึง	เศรษฐศาสตร์

(ค) เลขหลักที่ห้า เป็นตัวเลขแสดงระดับของวิชาในหลักสูตร ดังนี้

1 และ 2	หมายถึง	วิชาขั้นต้นในระดับปริญญาตรี
3 และ 4	หมายถึง	วิชาขั้นสูงในระดับปริญญาตรี ที่มีระยะเวลา การศึกษาในหลักสูตร 4 ปี หรือ หมายถึงวิชาชั้นกลางในหลักสูตรที่มีระยะเวลา มากกว่า 4 ปี

(ง) เลขหลักที่หก เป็นตัวเลขแสดงหมวดวิชา หรือกลุ่มวิชา ในคณะ/หลักสูตร ดังนี้

0	หมายถึง	กลุ่มวิชาทั่วไป
1	หมายถึง	กลุ่มวิชาพื้นฐานการตลาด
2	หมายถึง	กลุ่มวิชาผลิตภัณฑ์และราคา
3	หมายถึง	กลุ่มวิชาช่องทางการจัดจำหน่าย
4	หมายถึง	กลุ่มวิชาการสื่อสารทางการตลาด
5	หมายถึง	กลุ่มวิชาเฉพาะอย่างและการจัดการการตลาด
6	หมายถึง	กลุ่มฝึกงานด้านการตลาด
7	หมายถึง	กลุ่มฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่
8	หมายถึง	กลุ่มประสบการณ์วิชาชีพและโครงการทางการตลาด
9	หมายถึง	กลุ่มวิชาที่เกี่ยวกับการวิเคราะห์ วิจัย

(จ) เลขหลักที่เจ็ด เป็นตัวเลขแสดงลำดับที่ของรายวิชาในหลักสูตร ดังนี้

0-9	หมายถึง	ลำดับที่ของรายวิชา
-----	---------	--------------------

3.1.4 รายวิชาตามโครงสร้างหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565 มีรายวิชาตามโครงสร้างหลักสูตร ดังนี้

1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	ไม่น้อยกว่า	30 หน่วยกิต
1.1 กลุ่มวิชาภาษา	จำนวน	15 หน่วยกิต
1.1.1 ภาษาไทย		3 หน่วยกิต
1411 101 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร (Thai Language for Communication)		3(3-0-6)
1.1.2 ภาษาอังกฤษ		12 หน่วยกิต
ก. ภาษาอังกฤษบังคับ		6 หน่วยกิต
1421 102 ภาษาอังกฤษพื้นฐาน 1 (Foundation English I)		3(3-0-6)
1421 103 ภาษาอังกฤษพื้นฐาน 2 (Foundation English II)		3(3-0-6)
ข. ภาษาอังกฤษเลือก		6 หน่วยกิต
กลุ่มภาษาอังกฤษวิชาการ (Academic Group)		3 หน่วยกิต
1421 224 ภาษาอังกฤษสำหรับสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (English for Humanities and Social Sciences)		3(3-0-6)
กลุ่มภาษาอังกฤษเลือก (Elective Group)		3 หน่วยกิต
1421 218 ภาษาอังกฤษเพื่อเตรียมตัวเข้าสู่อาชีพ (English for Career Preparation)		3(3-0-6)
1.2 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์	จำนวน	3 หน่วยกิต
1406 112 สุนทรียภาพกับความสุข (Aesthetics and Happiness)		3(3-0-6)
หรือ		
1431 111 จริยศาสตร์และการใช้เหตุผล (Ethics and Reasoning)		3(3-0-6)
หรือ		
1447 105 การสื่อสารในสังคมปัจจุบัน (Communication in Current Society)		3(3-0-6)
1.3 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์	จำนวน	3 หน่วยกิต
1013 001 พลวัตสังคมไทย พลเมืองและกระบวนการยุติธรรมไทย (Dynamics of Thai Society, Citizen, and Justice Process)		3(3-0-6)
หรือ		

1441 100 มนุษย์กับสังคม (Man and Society) 3(3-0-6)

หรือ

2300 115 การจัดการความขัดแย้งอย่างสันติในฐานะพลเมือง 3(3-0-6)

(Peaceful Conflict Management as Citizens)

1.4 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ

จำนวน

3 หน่วยกิต

1014 002 สุขภาพทางเพศและทักษะชีวิตร่วมสมัย

3(3-0-6)

(Contemporary Sexual Health and Life Skills)

หรือ

1439 104 วิทยาศาสตร์การกีฬาในชีวิตประจำวัน (Sport Science in Daily Life) 3(3-0-6)

หรือ

1502 100 การดูแลสุขภาพตามวัย (Age-appropriated Health Care) 3(3-0-6)

1.5 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรมและการจัดการ

จำนวน

3 หน่วยกิต

1011 001 เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อชีวิตยุคดิจิทัล

3(3-0-6)

(Information Technology for Digital Life)

หรือ

1100 112 วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่ออนาคต (Science and Technology for Future) 3(3-0-6)

หรือ

1703 110 ทักษะการเงินในชีวิตประจำวัน (Finance Skills in Daily Life) 3(3-0-6)

1.6 กลุ่มวิชาเลือกศึกษาทั่วไป

ไม่น้อยกว่า

3 หน่วยกิต

1.6.1 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ

1439 100 การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ (Exercise for Health)

3(2-2-5)

1439 105 นันทนาการและการอยู่ค่ายพักแรม (Recreation and Camping)

3(3-0-6)

1503 100 ยาและสมุนไพรในชีวิตประจำวัน (Drugs and Herbs in Daily Life)

3(3-0-6)

1507 100 สังคมกับสุขภาพ (Society and Health)

3(3-0-6)

1.6.2 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรมและการจัดการ

1100 109 วิทยาศาสตร์กายภาพกับชีวิต (Physical Science and Life)

3(3-0-6)

1100 110 วิทยาศาสตร์เพื่อพัฒนาทักษะทางอาชีพแห่งโลกอนาคต

3(3-0-6)

(Science for Developing Future World Career Skills)

1100 116 ความปลอดภัยในการใช้ชีวิตยุคดิจิทัล (Digital Life Safety)

3(3-0-6)

1100 146	การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศกับความหลากหลายทางชีวภาพ (Climate Change and Biodiversity)	3(3-0-6)
1200 111	เกษตรปลอดภัยในชีวิตประจำวัน (Safety Agriculture in Daily Life)	3(3-0-6)
1300 101	ปัญญาประดิษฐ์ในชีวิตประจำวัน (Artificial Intelligence in Daily Life)	3(3-0-6)
1701 102	การจัดการชีวิต (Life Management)	3(3-0-6)
1708 200	เศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy)	3(3-0-6)
2001 181	การออกแบบจากเศษวัสดุ (Scrap Design)	3(3-0-6)

2. หมวดวิชาเฉพาะ

ไม่น้อยกว่า 94 หน่วยกิต

2.1 กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ

จำนวน 27 หน่วยกิต

1700 101	ธุรกิจเบื้องต้นและกฎหมายธุรกิจ (Introduction to Business and Business Laws)	3(3-0-6)
1700 204	สถิติและการวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ (Business Statistics and Quantitative Analysis)	3(2-2-5)
1701 110	หลักการจัดการ (Principles of Management)	3(3-0-6)
1701 412	การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management)	3(3-0-6)
1702 210	หลักการตลาด (Principles of Marketing)	3(3-0-6)
1703 210	การเงินธุรกิจ (Corporate Finance)	3(3-0-6)
1706 103	การจัดการสารสนเทศธุรกิจดิจิทัล (Digital Business Information Management)	3(2-2-5)
1707 101	การบัญชีขั้นต้น (Fundamental Accounting)	3(3-0-6)
1708 100	เศรษฐศาสตร์ทั่วไป (General Economic)	3(3-0-6)

2.2 กลุ่มวิชาแกน

จำนวน 27 หน่วยกิต

1702 101	การคิดเชิงออกแบบทางธุรกิจและนวัตกรรมทางการตลาด (Business Design Thinking and Marketing Innovation)	3(2-2-5)
1702 102	ธุรกิจสตาร์ทอัพ (Startup)	3(2-2-5)
1702 212	พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)	3(3-0-6)
1702 221	การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา (Product and Price Management)	3(3-0-6)
1702 240	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication)	3(3-0-6)
1702 241	การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)	3(2-2-5)
1702 330	ช่องทางการจัดจำหน่ายและการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Distribution Channel and Supply Chain Management)	3(2-2-5)

1702 392 การวิจัยการตลาด (Marketing Research)	3(2-2-5)
1702 395 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Analytic)	3(2-2-5)

วิชาเอกการตลาดดิจิทัล

2.3 กลุ่มวิชาชีพ

2.3.1 กลุ่มวิชาชีพบังคับ

จำนวน 18 หน่วยกิต

1702 245 การตลาดคอนเทนต์และเครื่องมือการสื่อสารดิจิทัล (Content Marketing and Digital Communication Tools)	3(2-2-5)
1702 321 การสร้างแบรนด์ในยุคดิจิทัล (Branding in Digital Era)	3(2-2-5)
1702 351 การตลาดระหว่างประเทศและระดับโลก (International and Global Marketing)	3(3-0-6)
1702 352 นวัตกรรมการตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing Innovation)	3(3-0-6)
1702 359 การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในยุคดิจิทัล (Electronic Commerce in Digital Era)	3(2-2-5)
1702 490 ประเด็นทางการตลาดแบบร่วมสมัย (Contemporary Issues in Marketing)	3(3-0-6)

2.3.2 กลุ่มวิชาชีพเลือก

วิชาเอกการตลาดดิจิทัล ให้นักศึกษาเลือกเรียนกลุ่มวิชาใดอย่างหนึ่ง ดังต่อไปนี้

2.3.2.1 แผนปกติ

ไม่น้อยกว่า 18 หน่วยกิต

1702 246 การออกแบบสื่อดิจิทัลทางการตลาด (Marketing Digital Media Design)	3(2-2-5)
1702 247 การตลาดผ่านเครื่องมือค้นหาทางอินเทอร์เน็ต (Search Engine Marketing)	3(2-2-5)
1702 248 การตลาดผ่านกลุ่มคนที่มีอิทธิพลบนสื่อดิจิทัล (Influencer Marketing)	3(3-0-6)
1702 249 การตลาดในเกมส์ (Marketing in Games)	3(2-2-5)
1702 322 การตลาดแฟชั่นและสินค้าหรู (Fashion and Luxury Product Marketing)	3(3-0-6)
1702 341 การตลาดทางตรงและการประชาสัมพันธ์ (Direct Marketing and Public Relations)	3(3-0-6)
1702 342 การขายแบบสร้างสรรค์และการจัดการการขาย (Creative Selling and Sales Management)	3(3-0-6)
1702 343 การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย (Advertising and Sales Promotion)	3(3-0-6)
1702 344 การตลาดกิจกรรมและเอนเตอร์เทนเมนต์ (Event and Entertainment Marketing)	3(2-2-5)
1702 345 แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Platform)	3(2-2-5)
1702 353 การตลาดบริการ (Service Marketing)	3(3-0-6)

1702 356	การจัดการตลาดเกษตรและอาหาร (Agricultural and Food Marketing Management)	3(3-0-6)
1702 393	การวางแผนการตลาด (Marketing Planning)	3(2-2-5)
1702 396	การลงทุนในตลาดดิจิทัล (Digital Market Investment)	3(2-2-5)

2.3.2.2 แผนสหกิจศึกษา

ไม่น้อยกว่า 15 หน่วยกิต

1702 246	การออกแบบสื่อดิจิทัลทางการตลาด (Marketing Digital Media Design)	3(2-2-5)
1702 247	การตลาดผ่านเครื่องมือค้นหาทางอินเทอร์เน็ต (Search Engine Marketing)	3(2-2-5)
1702 248	การตลาดผ่านกลุ่มคนที่มีอิทธิพลบนสื่อดิจิทัล (Influencer Marketing)	3(3-0-6)
1702 249	การตลาดในเกมส์ (Marketing in Games)	3(2-2-5)
1702 322	การตลาดแฟชั่นและสินค้าหรูหรา (Fashion and Luxury Product Marketing)	3(3-0-6)
1702 341	การตลาดทางตรงและการประชาสัมพันธ์ (Direct Marketing and Public Relations)	3(3-0-6)
1702 342	การขายแบบสร้างสรรค์และการจัดการการขาย (Creative Selling and Sales Management)	3(3-0-6)
1702 343	การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย (Advertising and Sales Promotion)	3(3-0-6)
1702 344	การตลาดกิจกรรมและเอนเตอร์เทนเมนต์ (Event and Entertainment Marketing)	3(2-2-5)
1702 345	แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Platform)	3(2-2-5)
1702 353	การตลาดบริการ (Service Marketing)	3(3-0-6)
1702 356	การจัดการตลาดเกษตรและอาหาร (Agricultural and Food Marketing Management)	3(3-0-6)
1702 393	การวางแผนการตลาด (Marketing Planning)	3(2-2-5)
1702 396	การลงทุนในตลาดดิจิทัล (Digital Market Investment)	3(2-2-5)

2.4 กลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพและสหกิจศึกษา

วิชาเอกการตลาดดิจิทัล ให้นักศึกษาเลือกเรียนกลุ่มวิชาใดอย่างหนึ่ง ดังต่อไปนี้

2.4.1 กลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

จำนวน 4 หน่วยกิต

1702 460	การฝึกงานด้านการตลาด (Marketing Internship)	2 หน่วยกิต
1702 481	โครงการด้านการตลาด (Marketing Project)	2 หน่วยกิต

2.4.2 กลุ่มสหกิจศึกษา**จำนวน 7 หน่วยกิต**

- | | |
|---|------------|
| 1702 482 การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา (Preparation for Cooperative Education) | 1(1-0-2) |
| 1702 483 สหกิจศึกษาด้านการตลาด (Marketing Cooperative Education) | 6 หน่วยกิต |

วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่**2.3 กลุ่มวิชาชีพ****2.3.1 กลุ่มวิชาชีพบังคับ****จำนวน 15 หน่วยกิต**

- | | |
|--|----------|
| 1702 231 เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับธุรกิจการค้าสมัยใหม่
(Information Technology for Modern Trade Business) | 3(2-2-5) |
| 1702 232 การจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่แบบบูรณาการ
(Integrated Modern Trade Business Management) | 3(3-0-6) |
| 1702 345 แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Platform) | 3(2-2-5) |
| 1702 346 การจัดการการขายสำหรับธุรกิจการค้าสมัยใหม่
(Sales Management for Modern Trade Business) | 3(3-0-6) |
| 1702 450 การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับธุรกิจการค้าสมัยใหม่
(Electronic Commerce for Modern Trade Business) | 3(2-2-5) |

2.3.2 กลุ่มวิชาชีพเลือก**ไม่น้อยกว่า 9 หน่วยกิต**

- | | |
|---|----------|
| 1702 246 การออกแบบสื่อดิจิทัลทางการตลาด (Marketing Digital Media Design) | 3(2-2-5) |
| 1702 247 การตลาดผ่านเครื่องมือค้นหาทางอินเทอร์เน็ต (Search Engine Marketing) | 3(2-2-5) |
| 1702 323 การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์สุขภาพและความงาม
(Marketing for Health and Beauty Products) | 3(3-0-6) |
| 1702 324 นวัตกรรมสำหรับธุรกิจการค้าสมัยใหม่
(Innovation for Modern Trade Business) | 3(3-0-6) |
| 1702 332 การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน
(Logistics and Supply Chain Management) | 3(3-0-6) |
| 1702 333 การบริหารผลิตภัณฑ์ในธุรกิจการค้าสมัยใหม่
(Merchandising in Modern Trade Business) | 3(3-0-6) |
| 1702 350 การเป็นผู้ประกอบการและการสร้างธุรกิจใหม่
(Entrepreneurship and New Business Creation) | 3(2-2-5) |
| 1702 354 การตลาดบริการสำหรับธุรกิจการค้าสมัยใหม่
(Service Marketing for Modern Trade Business) | 3(3-0-6) |

1702 357	การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management)	3(3-0-6)
1702 358	การตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing)	3(3-0-6)
1702 396	การลงทุนในตลาดดิจิทัล (Digital Market Investment)	3(2-2-5)

2.4 กลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่

จำนวน 16 หน่วยกิต

1702 171	ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 1 (Modern Trade Business Management Internship I)	2 หน่วยกิต
1702 172	ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 2 (Modern Trade Business Management Internship II)	2 หน่วยกิต
1702 271	ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 3 (Modern Trade Business Management Internship III)	2 หน่วยกิต
1702 272	ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 4 (Modern Trade Business Management Internship IV)	2 หน่วยกิต
1702 371	ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 5 (Modern Trade Business Management Internship V)	2 หน่วยกิต
1702 372	ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 6 (Modern Trade Business Management Internship VI)	2 หน่วยกิต
1702 471	ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 7 (Modern Trade Business Management Internship VII)	2 หน่วยกิต
1702 472	ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 8 (Modern Trade Business Management Internship VIII)	2 หน่วยกิต

3. หมวดวิชาเลือกเสรี

ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

วิชาเลือกเสรี เป็นวิชาที่มุ่งให้ผู้เรียนมีความรู้ ความเข้าใจ ตามที่ตนเองถนัดหรือสนใจ โดยเปิดโอกาสให้ผู้เรียนเลือกเรียนรายวิชาใด ๆ รวมไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต จากรายวิชาหลักสูตรระดับปริญญาตรีหรือรายวิชาที่เปิดเป็นวิชาเลือกเสรี

3.1.5 แผนการศึกษา

สาขาวิชาการตลาด
วิชาเอกการตลาดดิจิทัล (แผนปกติ)
ชั้นปีที่ 1 (The First Year)
ภาคการศึกษาต้น (First Semester)

หมวดวิชา	รหัสและชื่อวิชา	หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษา ด้วยตนเอง)
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	xxxx xxx ศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์	3
	xxxx xxx ศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ	3
	1421 102 ภาษาอังกฤษพื้นฐาน 1 (Foundation English I)	3(3-0-6)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	1700 101 ธุรกิจเบื้องต้นและกฎหมายธุรกิจ (Introduction to Business and Business Laws)	3(3-0-6)
	1702 210 หลักการตลาด (Principles of Marketing)	3(3-0-6)
	1708 100 เศรษฐศาสตร์ทั่วไป (General Economic)	3(3-0-6)
รวม (Total)		18 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาปลาย (Second Semester)

หมวดวิชา	รหัสและชื่อวิชา	หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษา ด้วยตนเอง)
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	1411 101 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร (Thai Language for Communication)	3(3-0-6)
	1421 103 ภาษาอังกฤษพื้นฐาน 2 (Foundation English II)	3(3-0-6)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	1701 110 หลักการจัดการ (Principles of Management)	3(3-0-6)
	1706 103 การจัดการสารสนเทศธุรกิจดิจิทัล (Digital Business Information Management)	3(2-2-5)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาแกน	1702 101 การคิดเชิงออกแบบทางธุรกิจและ นวัตกรรมทางการตลาด (Business Design Thinking and Marketing Innovation)	3(2-2-5)
	1702 212 พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)	3(3-0-6)
รวม (Total)		18 หน่วยกิต

ชั้นปีที่ 2 (The Second Year)
ภาคการศึกษาต้น (First Semester)

หมวดวิชา	รหัสและชื่อวิชา	หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษา ด้วยตนเอง)
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	xxxx xxx ศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์	3
	1421 224 ภาษาอังกฤษสำหรับสาขามนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ (English for Humanities and Social Sciences)	3(3-0-6)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	1707 101 การบัญชีขั้นต้น (Fundamental Accounting)	3(3-0-6)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาแกน	1702 102 ธุรกิจสตาร์ทอัพ (Startup)	3(2-2-5)
	1702 240 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication)	3(3-0-6)
	1702 241 การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)	3(2-2-5)
รวม (Total)		18 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาลาย (Second Semester)

หมวดวิชา	รหัสและชื่อวิชา	หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษา ด้วยตนเอง)
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	xxxx xxx ศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรมและการจัดการ	3
	1421 218 ภาษาอังกฤษเพื่อเตรียมตัวเข้าสู่อาชีพ (English for Career Preparation)	3(3-0-6)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	1703 210 การเงินธุรกิจ (Corporate Finance)	3(3-0-6)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาแกน	1702 221 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา (Product and Price Management)	3(3-0-6)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาชีพบังคับ	1702 245 การตลาดคอนเทนต์และเครื่องมือการสื่อสารดิจิทัล (Content Marketing and Digital Communication Tools)	3(2-2-5)
หมวดวิชาเลือกเสรี	xxxx xxx รายวิชาเลือกเสรี 1	3
รวม (Total)		18 หน่วยกิต

ชั้นปีที่ 3 (The Third Year)
ภาคการศึกษาต้น (First Semester)

หมวดวิชา	รหัสและชื่อวิชา	หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษา ด้วยตนเอง)
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	xxxx xxx รายวิชาในกลุ่มวิชาเลือกศึกษาทั่วไป	3
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	1700 204 สถิติและการวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ (Business Statistics and Quantitative Analysis)	3(2-2-5)
	1701 412 การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management)	3(3-0-6)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาแกน	1702 330 ช่องทางการจัดจำหน่ายและการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Distribution Channel and Supply Chain Management)	3(3-0-6)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาชีพบังคับ	1702 359 การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในยุคดิจิทัล (Electronic Commerce in Digital Era)	3(2-2-5)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาชีพเลือก	xxxx xxx รายวิชาในกลุ่มวิชาชีพเลือก 1	3
รวม (Total)		18 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาปลาย (Second Semester)

หมวดวิชา	รหัสและชื่อวิชา	หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษา ด้วยตนเอง)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาแกน	1702 395 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Analytic)	3(2-2-5)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาชีพบังคับ	1702 321 การสร้างแบรนด์ในยุคดิจิทัล (Branding in Digital Era)	3(2-2-5)
	1702 351 การตลาดระหว่างประเทศและระดับโลก (International and Global Marketing)	3(3-0-6)
	1702 352 นวัตกรรมการตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing Innovation)	3(3-0-6)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาชีพเลือก	xxxx xxx รายวิชาในกลุ่มวิชาชีพเลือก 2	3
	xxxx xxx รายวิชาในกลุ่มวิชาชีพเลือก 3	3
รวม (Total)		18 หน่วยกิต

ชั้นปีที่ 4 (The Fourth Year)
ภาคการศึกษาต้น (First Semester)

หมวดวิชา	รหัสและชื่อวิชา	หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ- ศึกษาด้วยตนเอง)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาแกน	1702 392 การวิจัยการตลาด (Marketing Research)	3(2-2-5)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาชีพบังคับ	1702 490 ประเด็นทางการตลาดแบบร่วมสมัย (Contemporary Issues in Marketing)	3(3-0-6)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาชีพเลือก	xxxx xxx วิชาชีพเลือก 4	3
	xxxx xxx วิชาชีพเลือก 5	3
	xxxx xxx วิชาชีพเลือก 6	3
หมวดวิชาเลือกเสรี	xxxx xxx วิชาเลือกเสรี 2	3
รวม (Total)		18 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาปลาย (Second Semester)

หมวดวิชา	รหัสและชื่อวิชา	หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ- ศึกษาด้วยตนเอง)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มฝึกประสบการณ์ วิชาชีพ	1702 460 การฝึกงานด้านการตลาด (Marketing Internship)	2
	1702 481 โครงการด้านการตลาด (Marketing Project)	2
รวม (Total)		4 หน่วยกิต

วิชาเอกการตลาดดิจิทัล (แผนสหกิจศึกษา)

ชั้นปีที่ 1 (The First Year)

ภาคการศึกษาต้น (First Semester)

หมวดวิชา	รหัสและชื่อวิชา	หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษา ด้วยตนเอง)
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	xxxx xxx ศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์	3
	xxxx xxx ศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ	3
	1421 102 ภาษาอังกฤษพื้นฐาน 1 (Foundation English I)	3(3-0-6)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	1700 101 ธุรกิจเบื้องต้นและกฎหมายธุรกิจ (Introduction to Business and Business Laws)	3(3-0-6)
	1702 210 หลักการตลาด (Principles of Marketing)	3(3-0-6)
	1708 100 เศรษฐศาสตร์ทั่วไป (General Economic)	3(3-0-6)
รวม (Total)		18 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาปลาย (Second Semester)

หมวดวิชา	รหัสและชื่อวิชา	หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษา ด้วยตนเอง)
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	1411 101 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร (Thai Language for Communication)	3(3-0-6)
	1421 103 ภาษาอังกฤษพื้นฐาน 2 (Foundation English II)	3(3-0-6)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาพื้นฐาน วิชาชีพ	1701 110 หลักการจัดการ (Principles of Management)	3(3-0-6)
	1706 103 การจัดการสารสนเทศธุรกิจดิจิทัล (Digital Business Information Management)	3(2-2-5)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาแกน	1702 101 การคิดเชิงออกแบบทางธุรกิจและ นวัตกรรมทางการตลาด (Business Design Thinking and Marketing Innovation)	3(2-2-5)
	1702 212 พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)	3(3-0-6)
รวม (Total)		18 หน่วยกิต

ชั้นปีที่ 2 (The Second Year)
ภาคการศึกษาต้น (First Semester)

หมวดวิชา	รหัสและชื่อวิชา	หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษา ด้วยตนเอง)
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	xxxx xxx ศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์	3
	1421 224 ภาษาอังกฤษสำหรับสาขามนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ (English for Humanities and Social Sciences)	3(3-0-6)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	1707 101 การบัญชีขั้นต้น (Fundamental Accounting)	3(3-0-6)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาแกน	1702 102 ธุรกิจสตาร์ทอัพ (Startup)	3(2-2-5)
	1702 240 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication)	3(3-0-6)
	1702 241 การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)	3(2-2-5)
รวม (Total)		18 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาลาย (Second Semester)

หมวดวิชา	รหัสและชื่อวิชา	หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษา ด้วยตนเอง)
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	xxxx xxx ศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรมและการจัดการ	3
	1421 218 ภาษาอังกฤษเพื่อเตรียมตัวเข้าสู่อาชีพ (English for Career Preparation)	3(3-0-6)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	1703 210 การเงินธุรกิจ (Corporate Finance)	3(3-0-6)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาแกน	1702 221 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา (Product and Price Management)	3(3-0-6)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาชีพบังคับ	1702 245 การตลาดคอนเทนต์และเครื่องมือการสื่อสารดิจิทัล (Content Marketing and Digital Communication Tools)	3(2-2-5)
หมวดวิชาเลือกเสรี	xxxx xxx รายวิชาเลือกเสรี 1	3
รวม (Total)		18 หน่วยกิต

ชั้นปีที่ 3 (The Third Year)
ภาคการศึกษาต้น (First Semester)

หมวดวิชา	รหัสและชื่อวิชา	หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษา ด้วยตนเอง)
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	xxxx xxx รายวิชาในกลุ่มวิชาเลือกศึกษาทั่วไป	3
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	1700 204 สถิติและการวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ (Business Statistics and Quantitative Analysis)	3(2-2-5)
	1701 412 การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management)	3(3-0-6)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาชีพแกน	1702 330 ช่องทางการจัดจำหน่ายและการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Distribution Channel and Supply Chain Management)	3(3-0-6)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาชีพบังคับ	1702 359 การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในยุคดิจิทัล (Electronic Commerce in Digital Era)	3(2-2-5)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาชีพเลือก	xxxx xxx รายวิชาในกลุ่มวิชาชีพเลือก 1	3
รวม (Total)		18 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาปลาย (Second Semester)

หมวดวิชา	รหัสและชื่อวิชา	หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษา ด้วยตนเอง)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาแกน	1702 395 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Analytic)	3(2-2-5)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาชีพบังคับ	1702 321 การสร้างแบรนด์ในยุคดิจิทัล (Branding in Digital Era)	3(2-2-5)
	1702 351 การตลาดระหว่างประเทศและระดับโลก (International and Global Marketing)	3(3-0-6)
	1702 352 นวัตกรรมการตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing Innovation)	3(3-0-6)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาชีพเลือก	xxxx xxx รายวิชาในกลุ่มวิชาชีพเลือก 2	3
	xxxx xxx รายวิชาในกลุ่มวิชาชีพเลือก 3	3
รวม (Total)		18 หน่วยกิต

ชั้นปีที่ 4 (The Fourth Year)
ภาคการศึกษาต้น (First Semester)

หมวดวิชา	รหัสและชื่อวิชา	หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษา ด้วยตนเอง)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาแกน	1702 392 การวิจัยการตลาด (Marketing Research)	3(2-2-5)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาชีพบังคับ	1702 491 ประเด็นทางการตลาดแบบร่วมสมัย (Contemporary Issues in Marketing)	3(3-0-6)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาชีพเลือก	xxxx xxx รายวิชาในกลุ่มวิชาชีพเลือก 4	3
	xxxx xxx รายวิชาในกลุ่มวิชาชีพเลือก 5	3
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มสหกิจศึกษา	1702 482 การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา (Preparation for Cooperative Education)	1(1-0-2)
หมวดวิชาเลือกเสรี	xxxx xxx รายวิชาเลือกเสรี 2	3
รวม (Total)		16 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาปลาย (Second Semester)

หมวดวิชา	รหัสและชื่อวิชา	หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษา ด้วยตนเอง)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มสหกิจศึกษา	1702 483 สหกิจศึกษาด้านการตลาด (Marketing Cooperative Education)	6
รวม (Total)		6 หน่วยกิต

สาขาวิชาการตลาด วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่

ชั้นปีที่ 1 (The First Year)

ภาคการศึกษาต้น (First Semester)

หมวดวิชา	รหัสและชื่อวิชา	หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษา ด้วยตนเอง)
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	xxxx xxx ศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์	3
	1421 102 ภาษาอังกฤษพื้นฐาน 1 (Foundation English I)	3(3-0-6)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	1700 101 ธุรกิจเบื้องต้นและกฎหมายธุรกิจ (Introduction to Business and Business Laws)	3(3-0-6)
	1702 210 หลักการตลาด (Principles of Marketing)	3(3-0-6)
	1708 100 เศรษฐศาสตร์ทั่วไป (General Economic)	3(3-0-6)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพ	1702 171 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 1 (Modern Trade Business Management Internship I)	2
รวม (Total)		17 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาลาย (Second Semester)

หมวดวิชา	รหัสและชื่อวิชา	หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษา ด้วยตนเอง)
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	1411 101 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร (Thai Language for Communication)	3(3-0-6)
	1421 103 ภาษาอังกฤษพื้นฐาน 2 (Foundation English II)	3(3-0-6)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	1701 110 หลักการจัดการ (Principles of Management)	3(3-0-6)
	1706 103 การจัดการสารสนเทศธุรกิจดิจิทัล (Digital Business Information Management)	3(2-2-5)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาแกน	1702 101 การคิดเชิงออกแบบทางธุรกิจและนวัตกรรมทางการตลาด (Business Design Thinking and Marketing Innovation)	3(2-2-5)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพ	1702 172 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 2 (Modern Trade Business Management Internship II)	2
รวม (Total)		17 หน่วยกิต

ชั้นปีที่ 2 (The Second Year)
ภาคการศึกษาต้น (First Semester)

หมวดวิชา	รหัสและชื่อวิชา	หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษา ด้วยตนเอง)
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	1421 224 ภาษาอังกฤษสำหรับสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (English for Humanities and Social Sciences)	3(3-0-6)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	1707 101 การบัญชีขั้นต้น (Fundamental Accounting)	3(3-0-6)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาแกน	1702 212 พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)	3(3-0-6)
	1702 240 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication)	3(3-0-6)
	1702 241 การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)	3(2-2-5)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพ	1702 271 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 3 (Modern Trade Business Management Internship III)	2
รวม (Total)		17 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาปลาย (Second Semester)

หมวดวิชา	รหัสและชื่อวิชา	หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษา ด้วยตนเอง)
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	xxxx xxx ศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์	3
	1421 218 ภาษาอังกฤษเพื่อเตรียมตัวเข้าสู่อาชีพ (English for Career Preparation)	3(3-0-6)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	1703 210 การเงินธุรกิจ (Corporate Finance)	3(3-0-6)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาแกน	1702 221 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา (Product and Price Management)	3(3-0-6)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาชีพบังคับ	1702 231 เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับธุรกิจการค้าสมัยใหม่ (Information Technology for Modern Trade Business)	3(2-2-5)

หมวดวิชา	รหัสและชื่อวิชา	หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษา ด้วยตนเอง)
	1702 232 การจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่แบบบูรณาการ (Integrated Modern trade Business Management)	3(3-0-6)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพ	1702 272 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 4 (Modern Trade Business Management Internship IV)	2
รวม (Total)		20 หน่วยกิต

ชั้นปีที่ 3 (The Third Year)
ภาคการศึกษาต้น (First Semester)

หมวดวิชา	รหัสและชื่อวิชา	หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วย ตนเอง)
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	xxxx xxx ศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ	3
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	1700 204 สถิติและการวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ (Business Statistics and Quantitative Analysis)	3(2-2-5)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาแกน	1702 330 ช่องทางการจัดจำหน่ายและการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Distribution Channel and Supply Chain Management)	3(3-0-6)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาชีพบังคับ	1702 345 แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Platform)	3(2-2-5)
	1702 346 การจัดการการขายสำหรับธุรกิจการค้าสมัยใหม่ (Sales Management for Modern Trade Business)	3(3-0-6)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพ	1702 371 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 5 (Modern Trade Business Management Internship V)	2
หมวดวิชาเลือกเสรี	xxxx xxx รายวิชาเลือกเสรี 1	3
รวม (Total)		20 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาปลาย (Second Semester)

หมวดวิชา	รหัสและชื่อวิชา	หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษา ด้วยตนเอง)
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	xxxx xxx ศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรมและการจัดการ	3
	xxxx xxx รายวิชาในกลุ่มวิชาเลือกศึกษาทั่วไป	3
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	1701 412 การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management)	3(3-0-6)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาแกน	1702 102 ธุรกิจสตาร์ทอัพ (Startup)	3(2-2-5)
	1702 395 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Analytic)	3(2-2-5)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาชีพเลือก	xxxx xxx รายวิชาในกลุ่มวิชาชีพเลือก 1	3
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพ	1702 372 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 6 (Modern Trade Business Management Internship VI)	2
รวม (Total)		20 หน่วยกิต

ชั้นปีที่ 4 (The Fourth Year)

ภาคการศึกษาด้าน (First Semester)

หมวดวิชา	รหัสและชื่อวิชา	หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษา ด้วยตนเอง)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาแกน	1702 392 การวิจัยการตลาด (Marketing Research)	3(2-2-5)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาชีพบังคับ	1702 450 การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับธุรกิจการค้าสมัยใหม่ (Electronic Commerce for Modern Trade Business)	3(2-2-5)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาชีพเลือก	xxxx xxx รายวิชาในกลุ่มวิชาชีพเลือก 2	3(X-X-X)
	xxxx xxx รายวิชาในกลุ่มวิชาชีพเลือก 3	3(X-X-X)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพ	1702 471 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 7 (Modern Trade Business Management Internship VII)	2

หมวดวิชา	รหัสและชื่อวิชา	หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษา ด้วยตนเอง)
หมวดวิชาเลือกเสรี	xxxx xxx รายวิชาเลือกเสรี 2	3
รวม (Total)		17 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาปลาย (Second Semester)

หมวดวิชา	รหัสและชื่อวิชา	หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษา ด้วยตนเอง)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพ	1702 472 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 8 (Modern Trade Business Management Internship VIII)	2
รวม (Total)		2 หน่วยกิต

3.1.6 คำอธิบายรายวิชา

1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

1.1 กลุ่มวิชาภาษา

1.1.1 ภาษาไทย

1411 101 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร (Thai Language for Communication) 3(3-0-6)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

ภาษากับการสื่อสาร ภาษากับความคิด ศิลปะการใช้ภาษาไทย การอ่านเชิงวิเคราะห์

การเขียนแสดงความคิดเห็น การเขียนรายงาน

Language and communication; language and thoughts; art of using Thai language; analytical reading; writing to express ideas; report writing

1.1.2 ภาษาอังกฤษ

ก. ภาษาอังกฤษบังคับ

1421 102 ภาษาอังกฤษพื้นฐาน 1 (Foundation English I) 3(3-0-6)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

การเข้าใจภาษาพูดและเขียนภาษาอังกฤษที่สั้นและกระชับ การสื่อสารด้วยภาษาที่มีโครงสร้างไม่ซับซ้อนเกี่ยวกับตนเอง บุคคล สถานที่และสิ่งของ

Comprehension of short and precise spoken and written English; communication about oneself, people, places and things by using non-complex language structures

1421 103 ภาษาอังกฤษพื้นฐาน 2 (Foundation English II) 3(3-0-6)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: 1421 102 ภาษาอังกฤษพื้นฐาน 1

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

การเข้าใจภาษาพูดและเขียนภาษาอังกฤษ การสื่อสารด้วยภาษาที่มีโครงสร้างซับซ้อนขึ้นในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันและอาชีพต่าง ๆ

Comprehension of spoken and written English; communication about daily life and career-related topics by using more complex language structures

ข. ภาษาอังกฤษเลือก

กลุ่มภาษาอังกฤษวิชาการ (Academic Group)

1421 224 ภาษาอังกฤษสำหรับสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 3(3-0-6)

(English for Humanities and Social Sciences)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: 1421 103 ภาษาอังกฤษพื้นฐาน 2

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

การอ่านเพื่อจับใจความสำคัญและรายละเอียดจำเพาะทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

การแสดงความคิดเห็น การเขียนระดับย่อหน้า

Reading for main ideas and specific details; expressing opinions; paragraph writing in humanities and social sciences contexts

กลุ่มภาษาอังกฤษเลือก (Elective Group)

1421 218 ภาษาอังกฤษเพื่อเตรียมตัวเข้าสู่อาชีพ (English for Career Preparation) 3(3-0-6)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: 1421 103 ภาษาอังกฤษพื้นฐาน 2

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

การจับใจความสำคัญของภาษาพูดและเขียนภาษาอังกฤษ การแสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยน

ความคิดเห็น การอ่านเพื่อความเข้าใจ การเขียนเพื่อเตรียมตัวเข้าสู่อาชีพ

Identification of main points in spoken and written English; expressing and exchanging opinions; reading for comprehension; writing for career preparation

1.2 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์

1406 112 สุนทรียภาพกับความสุข (Aesthetics and Happiness) 3(3-0-6)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

สุนทรียภาพในธรรมชาติ สุนทรียภาพในชีวิตประจำวัน ทัศนศิลป์ ดนตรี นาฏศิลป์ ละคร

วรรณกรรม ความสุขในความหลากหลายทางวัฒนธรรม การประยุกต์ใช้สุนทรียภาพกับความสุข

Aesthetics in nature; aesthetics in everyday life; visual art; music; dance; theater; literary works; happiness in cultural diversity; applying aesthetical concepts to happiness

- 1431 111 จริยศาสตร์และการใช้เหตุผล (Ethics and Reasoning) 3(3-0-6)**
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี
 ความหมายของการคิด การอ้างเหตุผล การอ้างเหตุผลบกพร่อง ทักษะใช้เหตุผลเพื่อแก้ปัญหาในชีวิตประจำวัน จริยศาสตร์ ปัญหาศีลธรรมในการดำเนินชีวิต มุมมองทางศาสนา
 Meaning of thinking; argument; fallacy; reasoning skills for problem solving in daily life; ethics; moral problems in daily life; religious perspectives

- 1447 105 การสื่อสารในสังคมปัจจุบัน (Communication in Current Society) 3(3-0-6)**
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี
 ความหมายและความสำคัญของการสื่อสาร องค์ประกอบและกระบวนการการสื่อสาร จิตวิทยาและบริบททางสังคมของการสื่อสาร ภูมิทัศน์การสื่อสารในยุคดิจิทัล หลักการรับและเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ผลกระทบของการสื่อสาร ทักษะเพื่อการรู้เท่าทันสื่อ
 Definition and importance of communication; elements of communication and communication process; psychology and social context of communication; communication landscape in the digital age; principles of receiving and accessing information; impact of communication; skills for media literacy

1.3 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์

- 1013 001 พลวัตสังคมไทย พลเมืองและกระบวนการยุติธรรมไทย 3(3-0-6)**
 (Dynamics of Thai Society, Citizen, and Justice Process)
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี
 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี
 พลวัตของสังคมและวัฒนธรรมไทย พหุลักษณะของสังคมไทย ความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคมไทย ความเป็นพลเมืองในสังคมไทย ภาพรวมของสถาบันทางการเมืองไทยกับความเป็นพลเมือง พลเมืองไทยในบริบทสังคมโลก ภาพรวมกฎหมายพื้นฐาน ประเภทกฎหมายกับความสัมพันธ์กับศาสตร์อื่น ๆ ภาพรวมของกระบวนการยุติธรรมทางแพ่งและพาณิชย์ คดีอาญาและคดีปกครอง กระบวนการยุติธรรมทางเลือก สาเหตุการป้องกันและปราบปรามการทุจริตตามหลักอาชญาวิทยาและทัณฑวิทยา
 Dynamics of Thai society and culture; multiple characteristics of Thai society; economic and social inequality in Thailand; citizenship in Thai society; overview of political institution and citizenship; Thai citizens in world-societal context; overview of fundamental laws; types of law and relation to other sciences; overview of civil and commercial justice

process; criminal case and administrative case; alternative justice process; causes, prevention and suppression of corruption according to criminology and penology principles

1441 100 มนุษย์กับสังคม (Man and Society)

3(3-0-6)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

มนุษย์กับสังคม ความหลากหลายของความเชื่อและกลุ่มชน เมืองและมหานคร ชนชั้นและชนชั้นทางสังคม บริโภคนิยม วัฒนธรรมย่อย เพศภาวะ โลกาภิวัตน์กับการย้ายถิ่นข้ามชาติ สังคมข่าวสารและเทคโนโลยีเปลี่ยนโลก

Man and society; diversity of beliefs and peoples; urban and city; stratification and social class; consumerism; sub-culture; gender; globalization and transnational migrant; information society and disruptive technologies

2300 115 การจัดการความขัดแย้งอย่างสันติในฐานะพลเมือง

3(3-0-6)

(Peaceful Conflict Management as Citizens)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

ความหมายของพลเมือง ความเป็นพลเมืองภายใต้ระบอบประชาธิปไตย ความหมายและประเภทของความขัดแย้งและความรุนแรง ความหมายและประเภทของสันติภาพและสันติวิธี ความสำคัญของสันติวิธีกับความเป็นพลเมือง บทบาทของรัฐธรรมนูญในการจัดการความขัดแย้งและป้องกันความรุนแรง บทบาทของสถาบันทางการเมืองในการจัดการความขัดแย้งและป้องกันความรุนแรง การมีส่วนร่วมแบบเป็นทางการ การมีส่วนร่วมแบบไม่เป็นทางการ การเจรจาต่อรองและการไกล่เกลี่ย การสานเสวนา การใช้อารยะขัดขืน

Meaning of citizenship; citizenship in democratic regime; meaning and types of conflict and violence; meaning and types of peace and peaceful settlement; importance of peaceful settlement and citizenship; role of constitution in conflict management and prevention of violence; role of political institutions in conflict management and prevention of violence; formal participation; informal participation; negotiation and mediation; dialogue; civil disobedience

1.4 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ

1014 002 สุขภาพทางเพศและทักษะชีวิตร่วมสมัย

3(3-0-6)

(Contemporary Sexual Health and Life Skills)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

เพศภาวะ เพศวิถีและบทบาททางเพศ มิติทางสังคมและวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อเรื่องเพศ เพศวิถีที่เปลี่ยนแปลงไปของสังคมไทย ความหลากหลายทางเพศ ความเสมอภาคทางเพศ สุขภาวะทางเพศ ศาสตร์และศิลป์ของการปฏิบัติตัวเพื่อความสุขทางเพศ ความผิดปกติทางเพศ ภัยทางเพศและการป้องกันภัยทางเพศ การป้องกันและแก้ไขปัญหาการตั้งครรภ์ในวัยรุ่น กฎหมายที่เกี่ยวข้องทางเพศ ทักษะชีวิตที่จำเป็นเพื่อการดำรงชีวิต

Gender; sexuality and gender roles; social and cultural dimensions that affect sexual; sexuality changes in Thai society; sexual diversity; sexual equality; sexual health; science and art of appropriate practice of sexual happiness; gender disorder; sexual danger and prevention; prevention and solution of adolescent pregnancy problem; laws related to sexuality; important life skills for living

1439 104 วิทยาศาสตร์การกีฬาในชีวิตประจำวัน (Sport Science in Daily Life)

3(3-0-6)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์การกีฬา การดูแลสมรรถภาพทางกาย การเสริมสร้างสมรรถภาพทางกาย การจัดโปรแกรมการออกกำลังกาย การออกกำลังกายตามช่วงวัย การประเมินและทดสอบสมรรถภาพทางกาย ทักษะเบื้องต้นในการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ โภชนาการกับการออกกำลังกาย การป้องกันการบาดเจ็บจากการออกกำลังกาย การประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน

Basic knowledge of sport science; physical fitness maintenance; enhancement of physical fitness; exercise program management; age-appropriated exercise; evaluation and test of physical fitness; basic skills in exercising for health; nutrition and exercise; prevention of exercise injury; applying in daily life

1502 100 การดูแลสุขภาพตามวัย (Age-appropriated Health Care)**3(3-0-6)**

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

การดูแลสุขภาพตามวัย จิตวิทยาพัฒนาการ ระบบสืบพันธุ์เพศชาย ระบบสืบพันธุ์เพศหญิง การปฏิสนธิ การกำหนดเพศและการกำเนิดทารก พัฒนาการและความผิดปกติของทารกในครรภ์ การเปลี่ยนแปลงทางสรีระและการดูแลสุขภาพสำหรับหญิงตั้งครรภ์ ทารกและมารดาหลังคลอด เด็กก่อนวัยเรียน และเด็กวัยเรียน วัยรุ่นและวัยเจริญพันธุ์ วัยทองและวัยสูงอายุ วัคซีน โรคติดต่อทางระบบสืบพันธุ์และการป้องกัน การวางแผนครอบครัวและการคุมกำเนิด ความผิดปกติทางพันธุกรรม ภาวะไม่เจริญพันธุ์และการรักษา

Age-appropriated health care; developmental psychology; male reproductive system; female reproductive system, fertilization, sex determination and childbirth; prenatal developments and abnormal; physiological changes and health care for pregnancy, infant and postpartum mother, pre-school child and school age, adolescence and reproductive age, golden age and geriatrics; vaccine; sexually transmitted diseases and prevention; family planning and birth control; genetic disorders; infertility and treatments

1.5 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรมและการจัดการ**1011 001 เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อชีวิตยุคดิจิทัล****3(3-0-6)**

(Information Technology for Digital Life)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ กระบวนการจัดการสารสนเทศ เทคโนโลยีเครือข่ายสังคมออนไลน์ การรู้ดิจิทัล เทคโนโลยีคลาวด์สำหรับการสืบค้นและการจัดการ การผลิตงานสร้างสรรค์และนวัตกรรม ธุรกิจดิจิทัล ความปลอดภัย กฎหมาย จริยธรรมและแนวโน้มเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ

Basic knowledge of information technology; information management process; networking technology, online society, digital literacy; Cloud technology for searching and management, creative and innovative production, digital business; safety, law, ethics and trends in information technology

1100 112 วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่ออนาคต

3(3-0-6)

(Science and Technology for Future)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

ความรู้เบื้องต้นด้านพลังงานและเทคโนโลยี ความสัมพันธ์ระหว่างพลังงาน รูปแบบของพลังงาน ผลของการใช้พลังงานต่อชีวิตและสิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์พลังงาน การใช้พลังงานอย่างฉลาดและปลอดภัย พอลิเมอร์และพลาสติก เคมีอาหาร การป้องกันและการจัดการของเสียอันตรายเคมี การจัดการมลพิษทางน้ำ การจัดการมลพิษทางอากาศ การจัดการขยะและของเสียอันตรายและการพัฒนาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน เทคโนโลยีเพื่ออนาคต ปัญหาประดิษฐ์ในชีวิตประจำวัน

Basic knowledge of energy and technology; relationship between energy; forms of energy; effects of energy consumption on life and environment; energy conservation; intelligent and safe energy consumption; polymers and plastics; food chemistry; preventing and manipulating the chemical hazardous wastes; water pollution management, air pollution management, solid and hazardous waste management and sustainable environmental development; technology for the future; artificial intelligence in daily life

1703 110 ทักษะการเงินในชีวิตประจำวัน (Finance Skills in Daily Life)

3(3-0-6)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

หลักการบริหารการเงินส่วนบุคคล กระบวนการวางแผนการเงินส่วนบุคคล ความรู้เรื่องทางการเงิน วินัยทางการเงิน ระบบเศรษฐกิจ เศรษฐกิจพอเพียงและการประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน การพัฒนาอาชีพ และการเป็นผู้ประกอบการ ฟินเทคและนวัตกรรมทางการเงิน การจัดการหนี้สิน เงินกู้ยืมเพื่อการศึกษา การวางแผนการลงทุน การวางแผนการประกันภัย การจัดการความเสี่ยง การวางแผนภาษี การวางแผนเพื่อการเกษียณ การพัฒนาคุณภาพชีวิตส่วนบุคคล

Principles of personal financial management; personal financial planning process; financial literacy; financial discipline; economic system; sufficiency economy and application in daily life; career development and entrepreneurship; FinTech and financial innovation; debt management; student loan fund; investment planning; insurance planning; risk management; tax planning; planning for retirement; developing the quality of personal life

1.6 กลุ่มวิชาเลือกศึกษาทั่วไป

1.6.1 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ

1439 100 การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ (Exercise for Health)

3(2-2-5)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

ประวัติความเป็นมา ความสำคัญและความรู้เบื้องต้นของการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ

ทักษะทางการกีฬา ขั้นตอน เทคนิคและทักษะพื้นฐานในการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพตามรูปชนิดต่าง ๆ

การวัดและประเมินผล การทดสอบสมรรถภาพทางกาย กฎกติกา มารยาทในการเล่นกีฬาและการออกกำลังกาย

Background, importance and basic knowledge of exercise for health; athletic skills, procedure, techniques and fundamental skills for various forms of exercise for health; assessments and evaluations; physical fitness evaluation; rules, regulations in sport and exercise etiquette

1439 105 นันทนาการและการอยู่ค่ายพักแรม (Recreation and Camping)

3(3-0-6)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

ประวัติ ปรัชญา ความหมาย ความสำคัญและประโยชน์ของกิจกรรมนันทนาการและการอยู่

ค่ายพักแรม คุณลักษณะบทบาทหน้าที่ของผู้นำและผู้ตามทางนันทนาการ เกมส เพลงนันทนาการ ประเภทของกิจกรรม การเขียนโครงการ แผนการจัดดำเนินการอยู่ค่ายพักแรม ระเบียบและพิธีการของค่ายพักแรม ชนิดของค่ายพักแรม การวัดและประเมินผลการอยู่ค่ายพักแรม การฝึกภาคสนาม

History, philosophy, meaning, importance and benefits of recreation and camping activities; roles characteristics and responsibilities of recreation leaders and followers; games, recreation music, forms of activities; writing projects, organizing plans for camping; camping regulations and formalities type of camps, measurement and evaluation of camping; field training for campers

1503 100 ยาและสมุนไพรในชีวิตประจำวัน (Drugs and Herbs in Daily Life) 3(3-0-6)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

พฤติกรรมการใช้ยาในสังคมไทย แหล่งข้อมูลทางยาและสุขภาพ การปฐมพยาบาลเบื้องต้น รูปแบบยาเตรียมและการออกฤทธิ์ของยาต่อร่างกาย เทคนิคการใช้ยาแบบต่าง ๆ สิทธิผู้บริโภคและคำประกาศสิทธิผู้ป่วย ประเภทของร้านยา สมุนไพรในบัญชียาหลักแห่งชาติ ยาที่ใช้ในระบบทางเดินหายใจ ยาที่ใช้ในระบบทางเดินอาหาร ยาที่ใช้ในโรคผิวหนัง ยาคุมกำเนิด ผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพและความงามในชีวิตประจำวัน อาหารเพื่อสุขภาพ

Behaviors of drug consumption in Thai society; information sources for drugs and health; first aids; drug formulations and drug actions in body; drug application techniques; consumer rights and declaration of patient's rights; types of drug stores; herbal products in Thai national drug list; drugs for respiratory system; drugs for gastrointestinal system; drugs for skin diseases; contraceptives; products for health and beauty in daily life; foods for health

1507 100 สังคมกับสุขภาพ (Society and Health) 3(3-0-6)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

แนวคิด นิยาม ปรัชญาและองค์ประกอบของสุขภาพ คุณภาพชีวิต ปัจจัยทางสังคม โครงสร้างทางสังคม การเมือง เศรษฐกิจ วัฒนธรรม ความเชื่อ ศาสนากับสุขภาพ ผลกระทบจากปัญหาสังคม การเปลี่ยนแปลงทางสังคม สิ่งแวดล้อมกับสุขภาพ เทคโนโลยีกับสุขภาพ ค่านิยมและปัญหาพฤติกรรมสุขภาพ การสื่อสารสุขภาพ การสร้างเสริมสุขภาพ อารมณ์และความเครียด การออกกำลังกาย

Concepts, definitions, philosophy and component of health; quality of life; social factor, social structure, politics, economics, culture, belief, religion and health; impact of social problems, social change; environment and health; technology and health; values and health behavior problem; health communication; health promotion; emotion and stress; exercise

1.6.2 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรมและการจัดการ

1100 109 วิทยาศาสตร์กายภาพกับชีวิต (Physical Science and Life) 3(3-0-6)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

ธรรมชาติและพัฒนนาการของวิทยาศาสตร์กายภาพ ปรากฏการณ์ท้องฟ้า วิทยาศาสตร์ของโลก ปรากฏการณ์ทางฟิสิกส์และการใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน พลังงานกับชีวิต วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่ออนาคต ชั้นบรรยากาศของโลกและมลพิษทางอากาศ เคมีในชีวิตประจำวัน โลกของพอลิเมอร์และพลาสติก การนำวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรและอุตสาหกรรมมาใช้ประโยชน์ เคมีอาหาร การป้องกันและการจัดการขยะอันตราย

Nature and development of physical sciences; celestial phenomena; earth science; physical phenomena and its usage in daily life; energy and life; science and technology for future; earth's atmosphere and air pollution; chemistry in daily life; world of polymers and plastics; utilization of agricultural and industrial waste; food chemistry; preventing and manipulating the common hazardous wastes

1100 110 วิทยาศาสตร์เพื่อพัฒนาทักษะทางอาชีพแห่งโลกอนาคต 3(3-0-6)

(Science for Developing Future World Career Skills)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

ความหมายและธรรมชาติของวิทยาศาสตร์ ทักษะการเรียนรู้แห่งโลกอนาคต ทักษะอาชีพแห่งโลกอนาคต อาชีพแห่งโลกอนาคต วิทยาศาสตร์การอาหาร วิทยาศาสตร์เครื่องสำอาง วิทยาศาสตร์การแพทย์ วิทยาศาสตร์พลังงานทดแทน ของเล่นวิทยาศาสตร์ และของใช้วิทยาศาสตร์

Meaning and nature of science; future world learning skills; future world career skills; future world career; food science; cosmetics science; medical science; renewable energy science; science toys and science appliance

1100 116 ความปลอดภัยในการใช้ชีวิตยุคดิจิทัล (Digital Life Safety)

3(3-0-6)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

การใช้ชีวิตในยุคดิจิทัล การเล่นเกมอย่างปลอดภัยและชาญฉลาด ความรู้ในโลกดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต โปรแกรมการเรียนรู้เชิงบันเทิง ความปลอดภัยในโลกดิจิทัล โรคที่เกิดจากการใช้คอมพิวเตอร์ การป้องกันและการรักษา

Living in digital life; safe and smart game playing; digital knowledge for life-long learning; edutainment; digital life safety; computer-induced medical, problems and treatment

1100 146 การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศกับความหลากหลายทางชีวภาพ
(Climate Change and Biodiversity)

3(3-0-6)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

สาเหตุของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศต่อระบบนิเวศ สุขภาพ เศรษฐกิจและสังคม เทคโนโลยีติดตามสำหรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ แนวทางแก้ไขปัญหในระดับบุคคล ระดับชาติและนานาชาติ การปรับตัวในสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง นวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ความหลากหลายทางชีวภาพและการนำไปใช้

Causes of climate change; effect of climate change on ecosystem, health, economy and society; tracking technology for climate change; solution approaches at personal, nation and international levels; adaptation in changing environment; innovation and technology for climate change; biodiversity and application

1200 111 เกษตรปลอดภัยในชีวิตประจำวัน (Safety Agriculture in Daily Life)

3(3-0-6)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

ความสำคัญของเกษตรปลอดภัย การวางแผนการทำเกษตรในครัวเรือน การออกแบบพื้นที่การผลิต การปลูกพืชผักปลอดภัย การเลี้ยงไก่ไข่และไก่เนื้อปลอดภัย การเลี้ยงปลาปลอดภัย การจัดหาปัจจัยการผลิต การเก็บเกี่ยวผลผลิตทางการเกษตร การเก็บรักษาผลผลิตทางการเกษตร การจัดการวัสดุเหลือทิ้งทางการเกษตร การเรียนรู้ในพื้นที่เกษตร

Importance of safety agriculture; planning agricultural works in household; designing the area of production; planting safety vegetables; raising layer and broiler chicken; culturing safety fish; finding factors of production; harvesting agricultural products; preserving

agricultural products; managing by-product from agricultural activities; learning in agricultural field

1300 101 ปัญญาประดิษฐ์ในชีวิตประจำวัน (Artificial Intelligence in Daily Life) 3(3-0-6)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

นิยามของปัญญาประดิษฐ์ในอนาคตและผลกระทบ การเรียนรู้ของเครื่อง ข้อมูล การเรียนรู้ลึก และศัพท์เทคนิคเกี่ยวกับปัญญาประดิษฐ์ แอปพลิเคชันที่มีปัญญาประดิษฐ์ เครื่องมือในการสร้างโครงการที่ใช้ปัญญาประดิษฐ์ ข้อจำกัดของปัญญาประดิษฐ์ ปัญญาประดิษฐ์ในโลกจริง ปัญญาประดิษฐ์กับเศรษฐกิจโลก ปัญญาประดิษฐ์เพื่อการทำงาน ปัญญาประดิษฐ์ในอนาคตและผลกระทบ

Definitions of artificial intelligence (AI) and effects in the future, machine learning, data, deep learning and AI terminology; AI applications, tools for AI projects; AI limitations; realistic view of AI; AI and world economy; AI for works; AI in the future and its effects

1701 102 การจัดการชีวิต (Life Management) 3(3-0-6)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

การจัดการชีวิต การค้นหาตนเอง การยอมรับตนเอง การจัดการความมั่นคง การสร้างสมดุล การใช้ชีวิตในสังคมสมัยใหม่ การจัดการความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การจัดการชีวิตโดยใช้หลักศาสนา การเป็นผู้นำตนเอง

Life management; self esteem; self respect; stable management; balancing; life in modern society; human relation management; life management through religion; leadership

1708 200 เศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy) 3(3-0-6)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

หลักการและแนวคิดของเศรษฐกิจพอเพียง พุทธเศรษฐศาสตร์ การผลิตและการกระจายผลผลิต เศรษฐกิจพอเพียงในยุคโลกาภิวัตน์ด้านวิถีชีวิต การจัดการความรู้ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และการพัฒนาอย่างยั่งยืน การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียง

Principles and concepts of sufficiency economy; Buddhist economics; production and distribution of products; sufficiency economy in globalization in the ways of life; knowledge management; human resource development and sustainable development; application of sufficiency economy

2001 181 การออกแบบจากเศษวัสดุ (Scrap Design)

3(3-0-6)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

เศษวัสดุเหลือใช้ การจัดการเศษวัสดุเหลือใช้ การออกแบบและการประยุกต์ใช้เศษวัสดุ
การสร้างสรรค์ผลงานจากเศษวัสดุเหลือใช้

Scrap materials; scrap materials management; design and applications of scrap materials; creativity from scrap materials

2. หมวดวิชาเฉพาะ

2.1 กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ

1700 101 ธุรกิจเบื้องต้นและกฎหมายธุรกิจ

3(3-0-6)

(Introduction to Business and Business Laws)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ จรรยาบรรณทางธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม ภาพรวมการเป็นผู้ประกอบการและการเป็นเจ้าของธุรกิจ การจัดการและการจัดองค์กรธุรกิจ การจัดการการดำเนินงานและคุณภาพ พฤติกรรมและแรงจูงใจของพนักงาน การตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค การบัญชีและภาษีอากร เอกเทศสัญญาในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ กฎหมายธุรกิจ ทฤษฎีสินทางปัญญา

Introduction to business environment; business ethics and social responsibility; overview of entrepreneurship and business ownership; business organization and management; operations and quality management; employee behavior and motivation; marketing and consumer behavior; accounting and taxation; specific contracts in civil and commercial code; business laws; intellectual property

1700 204 สถิติและการวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ

3(2-2-5)

(Business Statistics and Quantitative Analysis)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสถิติธุรกิจ สถิติเพื่อการตัดสินใจ ชนิดของข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล การนำเสนอข้อมูล โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติเชิงพรรณนา สถิติเชิงอ้างอิง การพยากรณ์ โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิเคราะห์เชิงปริมาณ การโปรแกรมเชิงเส้น ปัญหาการขนส่ง ปัญหาการมอบหมายงาน รูปแบบสินค้าคงคลัง ระบบแถวคอย ตัวแบบมาร์คอฟ การจัดการโครงการ

Introduction to business statistics; statistics for decision making; types of data; data collection; data presentation; software for statistics; descriptive statistics; inferential statistics; forecasting; software for quantitative analysis; linear programming; transportation problem; assignment problem; inventory model; queuing system; Markov model; project management

1701 110 หลักการจัดการ (Principles of Management)

3(3-0-6)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

ความหมายและความสำคัญของการจัดการ วิวัฒนาการของแนวคิดและทฤษฎีด้านการจัดการ ลักษณะองค์กร สภาพแวดล้อมทางการจัดการ กิจกรรมหลักทางการจัดการ การวางแผน การจัดองค์กร การชี้นำและการควบคุม การจัดการทรัพยากรมนุษย์และภาวะผู้นำ

Meaning and importance of management; evolution of management concepts and theories; organizational characteristics; managerial environment; core activity in management; planning, organizing, leading and controlling; human resource management and leadership

1701 412 การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management)**3(3-0-6)**

รายวิชาที่เคยเรียนมาก่อน: 1701 110 หลักการจัดการ และ

1702 210 หลักการตลาด และ

1703 210 การเงินธุรกิจ

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

ความหมายและกระบวนการของการจัดการเชิงกลยุทธ์ การกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก การวิเคราะห์ภายใน การกำหนดวัตถุประสงค์ การกำหนดกลยุทธ์ธุรกิจ การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ การควบคุมและประเมินผลกลยุทธ์ กรณีศึกษากลยุทธ์ทางธุรกิจ

Meaning and process of strategic management; vision development; mission; external environment analysis, internal analysis, objective setting, strategic crafting, strategy implementation; strategic evaluation and control; strategic case study

1702 210 หลักการตลาด (Principles of Marketing)**3(3-0-6)**

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

ความหมายและความสำคัญของการตลาด แนวความคิดและปรัชญาทางการตลาด ผลกระทบของสิ่งแวดล้อมทางการตลาด การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งตลาด กลยุทธ์ด้านการวางแผนและการจัดการการตลาด ส่วนประสมทางการตลาด การประยุกต์เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในกิจกรรมการตลาด จริยธรรมการตลาดและความรับผิดชอบต่อสังคม

Meaning and importance of marketing; marketing concepts and philosophy; impact of marketing environment; study of consumer behavior; market segmentation; selections of target market; market positioning; strategic planning and marketing management; marketing mix; applications of modern technology in marketing activities; marketing ethics and social responsibilities

1703 210 การเงินธุรกิจ (Corporate Finance)**3(3-0-6)**

รายวิชาที่เคยเรียนมาก่อน: 1707 101 การบัญชีขั้นต้น

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

บทบาทและหน้าที่ของผู้จัดการการเงิน เป้าหมายของธุรกิจ สภาพแวดล้อมทางการเงินและระบบการเงิน ตลาดการเงิน สถาบันการเงินและตราสารทางการเงิน การวิเคราะห์งบการเงิน การพยากรณ์และวางแผนทางการเงิน การบริหารเงินทุนหมุนเวียน ผลตอบแทนและความเสี่ยง มูลค่าของเงินตามเวลา งบประมาณจ่ายลงทุน การจัดหาเงินทุน ต้นทุนของเงินทุน นโยบายการจ่ายเงินปันผล การบริหารการเงินสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (เอสเอ็มอี) การบริหารความเสี่ยง การประยุกต์ทฤษฎีและเครื่องมือทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจทางการเงิน

Roles and responsibilities of financial manager; goals of business; financial environment and financial system; financial markets, financial institutions and financial instruments; financial statement analysis; financial forecasting and planning; working capital management; return and risk; time value of money; capital budgeting; financing; cost of capital; dividend policy; financial management for Small and Medium Enterprises (SMEs); risk management; applications of financial theories and instruments for financial decision-making

1706 103 การจัดการสารสนเทศธุรกิจดิจิทัล**3(2-2-5)****(Digital Business Information Management)**

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

ความสำคัญของเทคโนโลยีที่มีต่อธุรกิจ องค์ประกอบของระบบสารสนเทศ การจัดการธุรกิจในยุคดิจิทัล การจัดการเทคโนโลยี การจัดการคน การจัดการเอกสารและรายงาน ซอฟต์แวร์เพื่อการวางแผนทรัพยากรองค์กร ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล ด้านการซื้อและการขาย ด้านการขนส่ง การป้องกันการฉ้อโกง กฎหมายด้านธุรกรรมคอมพิวเตอร์

Importance of technology to business; information system components; digital business management, technology management, human management, document and report management; enterprise resource planning software, human resource management, purchasing and sale, logistic; fraud protection; computer transaction law

1707 101 การบัญชีขั้นต้น (Fundamental Accounting)**3(3-0-6)**

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

ความหมาย วัตถุประสงค์และประโยชน์ของการบัญชี ประวัติของวิชาชีพบัญชี หลักการและวิธีการบันทึกบัญชีตามหลักบัญชีคู่ การบันทึกรายการในสมุดรายวันทั่วไป สมุดรายวันเฉพาะ บัญชีแยกประเภท การจัดทำบทดลอง รายการปรับปรุง กระดาษทำการ การปิดบัญชี ระบบใบสำคัญ การจัดทำรายงานทางการเงินสำหรับกิจการให้บริการและกิจการซื้อขายสินค้า

Meaning, objectives and usefulness of accounting; history of accountancy profession; principles and accounting procedures of double-entry system; recording in general journal; special journal; ledger; preparation of trial balance; adjusting entries; working papers; closing entries; voucher system; preparation of financial reports for services and merchandising business

1708 100 เศรษฐศาสตร์ทั่วไป (General Economics)**3(3-0-6)**

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

แนวคิดและทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์จุลภาคและเศรษฐศาสตร์มหภาคในด้านเกี่ยวกับพฤติกรรม การบริโภค การผลิต การออม การลงทุน รายได้ประชาชาติ นโยบายของรัฐบาลด้านเศรษฐกิจ การค้าระหว่างประเทศ การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและเศรษฐกิจในชีวิตประจำวัน

Concepts and theories of micro and macro economics in areas of consumer behavior, production, saving, investment, national income, economic policy, international trade, economic growth and economics in daily life

2.2 กลุ่มวิชาแกน

1702 101 การคิดเชิงออกแบบทางธุรกิจและนวัตกรรมทางการตลาด 3(2-2-5)

(Business Design Thinking and Marketing Innovation)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

หลักการและกระบวนการคิดอย่างสร้างสรรค์ การพัฒนากระบวนการคิดทางธุรกิจ การคิดเชิงระบบ การคิดเชิงวิเคราะห์ การตั้งโจทย์และการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ การระดมความคิดและการออกแบบ การสร้างนวัตกรรมทางการตลาด การปฏิบัติทางธุรกิจ

Principles and creative thinking process; business thinking process development; systematic thinking; analytical thinking; problems setting and solving business problems; brainstorming and design; marketing innovation creation; business practice

1702 102 ธุรกิจสตาร์ทอัพ (Startup) 3(2-2-5)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

แรงบันดาลใจ การแนะนำเกี่ยวกับธุรกิจสตาร์ทอัพ การออกแบบแนวความคิด กระบวนการและการออกแบบธุรกิจ การทดสอบแนวความคิด การวางตำแหน่งทางการตลาดเพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน การออกแบบรูปแบบธุรกิจ การตลาด การตลาดดิจิทัลและการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า โครงสร้างต้นทุน และการวิเคราะห์ทางการเงิน ทุนและการร่วมทุน การนำเสนอให้ผู้ลงทุนร่วมลงทุน

Inspiration; introduction to startup; design thinking; business processes and designs; validation; marketing positioning for competitive advantage; business model design; marketing, digital marketing and customer relationship management; cost structure and financial analysis; fund and venture capital; pitching

1702 212 พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)

3(3-0-6)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ความต้องการและแรงจูงใจ บุคลิกภาพ ความเชื่อและทัศนคติ การรับรู้และความคาดหวัง การเรียนรู้ของผู้บริโภค ปัจจัยด้านวัฒนธรรมและชนชั้นทางสังคม กลุ่มอ้างอิง ปัจจัยด้านครอบครัว สถานภาพและบทบาทของบุคคล เทคโนโลยีสมัยใหม่กับพฤติกรรมผู้บริโภค พฤติกรรมผู้บริโภคในอนาคต พฤติกรรมผู้บริโภคร่วมกับการตลาด พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค

Consumer behavior concepts; consumer decision-making process; consumer behavior analysis; needs and motivation; personality; belief and attitude; perception and expectation; consumer learning; cultural and social class factors; reference groups; family factors; status and roles of person; modern technology and consumer behavior; future of consumer behavior; consumer behavior and marketing strategy; consumer protection act

1702 221 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา (Product and Price Management)

3(3-0-6)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารและการวางแผนกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ การจัดประเภทผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ ป้ายฉลาก วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์และกระบวนการพัฒนา และการวางแผน การนำผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาด ทั้งในรูปแบบผลิตภัณฑ์นวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ปรับปรุงใหม่ หรือผลิตภัณฑ์เลียนแบบ เข้าใจทฤษฎี กลยุทธ์และวิธีการตั้งราคา การกำหนดกลยุทธ์และนโยบายราคา

Concepts relating to management and strategic planning of product; product classification; product mix; branding; packaging; labels; product life cycle and development process and planning; bringing new products into market in forms of innovative products, modified products or me-too products; understanding theories, strategies and price setting methodologies; price strategy and price policy

1702 240 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication) 3(3-0-6)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

บทบาทและความสำคัญของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ปัจจัยที่มีผลต่อการสื่อสารการตลาด การวางแผนการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ การผสมผสานและการจัดการเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด การนำไปปฏิบัติและการเลือกใช้เครื่องมือทางการสื่อสารการตลาดที่ทันสมัย การประเมินผลการสื่อสารการตลาด

Roles and importance of integrated marketing communication; factors influencing marketing communication; integrated marketing communication planning; integrating and managing marketing communication; implementation and tools selection of modern marketing communication; evaluating marketing communication

1702 241 การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) 3(2-2-5)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

ความหมาย ความสำคัญและการพัฒนาของการตลาดดิจิทัล การวางแผนการตลาดดิจิทัล การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด การโฆษณาแบบออนไลน์และออฟไลน์ในยุคดิจิทัล การวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า การประยุกต์ใช้เครื่องมือดิจิทัลทางการตลาด การดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาด การวิเคราะห์และวัดผลทางการตลาด

Meaning; importance and digital marketing development; digital marketing planning; marketing environmental analysis; online and offline advertising in digital era; customer behavior analysis; digital marketing tools application; strategic marketing operation; marketing analysis and evaluation

1702 330 ช่องทางการจัดจำหน่ายและการจัดการห่วงโซ่อุปทาน

3(2-2-5)

(Distribution Channel and Supply Chain Management)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

บทบาทและหน้าที่ของช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยและสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย ระบบการจัดจำหน่าย กระบวนการเลือกช่องทางและคนกลาง การวางแผนและการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย การรักษาความสัมพันธ์ การกระตุ้นและส่งเสริมคนกลาง การควบคุมการประเมินผล บทบาทของการจัดการห่วงโซ่อุปทาน องค์ประกอบของการจัดการห่วงโซ่อุปทาน

Roles and duties of channel distribution; factors and environment affects on channel distribution management; distribution system; process of selecting channel and intermediary; planning and channel distribution development; relationship maintainance; motivating and supporting middleman; controlling; evaluation; roles of supply chain; components of supply chain management

1702 392 การวิจัยการตลาด (Marketing Research)

3(2-2-5)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

บทบาทและความสำคัญของการวิจัยการตลาดที่มีต่อธุรกิจ กระบวนการในการวิจัยการตลาด การกำหนดปัญหา แหล่งข้อมูล การทบทวนวรรณกรรม การออกแบบงานวิจัย การเลือกตัวอย่าง การออกแบบสอบถาม การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การเขียนรายงาน การใช้ผลการวิจัยให้เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ การดำเนินการวิจัยการตลาดในภาคปฏิบัติจริง

Roles and importances of marketing research on businesses; process of marketing research; problem determination; source of data; literature review; research design; sampling; questionnaire design; data collection; data analysis; reporting; applying research results in businesses; actual practices in market research

1702 395 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Analytic) 3(2-2-5)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด การรวบรวมข้อมูลทางการตลาด การสำรวจข้อมูลและการสรุปข้อมูลทางการตลาด การเตรียมข้อมูลทางการตลาด การใช้เครื่องมือดิจิทัลในการวิเคราะห์ การสร้างโมเดลวิเคราะห์ทางการตลาด การวิเคราะห์ข้อมูลการตลาดบนโซเชียลมีเดีย การแปลผลและการสรุปผล การนำเสนอผลข้อมูล

Basic knowledge relating to digital marketing analytic; marketing data collection; marketing data survey and summary; marketing data preparation; digital tools application in analytic; marketing analytic modelling; marketing data analytic on social media; interpretation and conclusion; data presentation

วิชาเอกการตลาดดิจิทัล

2.3 กลุ่มวิชาชีพ

2.3.1 กลุ่มวิชาชีพบังคับ วิชาเอกการตลาดดิจิทัล

1702 245 การตลาดคอนเทนต์และเครื่องมือการสื่อสารดิจิทัล 3(2-2-5)

(Content Marketing and Digital Communication Tools)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

กระบวนการ วิธีการ องค์ประกอบ กรอบความคิดการตลาดคอนเทนต์ การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย กิจกรรมทางการตลาดกับคอนเทนต์ ดิจิทัลแพลตฟอร์ม นวัตกรรม กระบวนการความคิดสร้างสรรค์ เครื่องมือการสื่อสาร ช่องทางเผยแพร่คอนเทนต์แบบดิจิทัล ระบบนิเวศ แผน กลยุทธ์คอนเทนต์ทางการตลาด การวิเคราะห์ วัดผลประสิทธิภาพคอนเทนต์และเครื่องมือการสื่อสารดิจิทัล จริยธรรม

Process; methodology; composition; content marketing framework; audience analysis; marketing activities and content; digital platform; innovation; creative process; communication tools; digital content distribution channels; ecosystem; plan; content marketing strategy; analysis; measure content and digital content channels performance; ethics

1702 321 การสร้างแบรนด์ในยุคดิจิทัล (Branding in Digital Era) 3(2-2-5)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

องค์ประกอบและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของตราสินค้า กระบวนการสร้างแบรนด์ การสร้างเอกลักษณ์ตราสินค้า การพิจารณาเครื่องมือที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร การสร้างการรับรู้ในแบรนด์ใหม่ในกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย กลยุทธ์และกลวิธีในการสร้างความแข็งแกร่งของตราสินค้า การพัฒนาตราสินค้าระดับสากล

Elements and factors influencing brand success; branding process; brand identity; consideration of communication tools; creation of new brand awareness among target customer; brand strengthening strategies and tactics; international brands development

1702 351 การตลาดระหว่างประเทศและระดับโลก 3(3-0-6)
(International and Global Marketing)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

แนวคิด ปรัชญาการบริหารการตลาดระหว่างประเทศและระดับโลก การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดในต่างประเทศ กฎหมายธุรกิจระหว่างประเทศ การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ สถาบันที่เกี่ยวข้อง และการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ การวิเคราะห์การแข่งขันของตลาดระหว่างประเทศ การแบ่งส่วนตลาด เลือกตลาดเป้าหมายและกำหนดตำแหน่งทางการตลาดในต่างประเทศ กลยุทธ์การตลาดระหว่างประเทศ ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจระหว่างประเทศ

Concepts; international and global marketing management philosophies; international marketing environmental analysis; international business laws; entry into foreign markets; related institutions and economic integration; international marketing competition analysis; market segmentation, targeting and positioning in foreign markets; strategic international marketing; international business social responsibility

1702 352 นวัตกรรมการตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing Innovation)

3(3-0-6)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

ทฤษฎีและแนวทางปฏิบัติในการดูแลกิจการที่ดี การประกอบกิจกรรมด้วยความเป็นธรรม ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค การมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม การจัดการสิ่งแวดล้อม ผลิตภัณฑ์นวัตกรรม ความสำคัญและความเกี่ยวข้องของนวัตกรรมการตลาดเพื่อสังคม การสร้างนวัตกรรมสำหรับการเป็นผู้ประกอบการสังคม การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันจากการสร้างนวัตกรรม วงจรชีวิตนวัตกรรม การสร้างตัวแบบนวัตกรรม นวัตกรรมและการเผยแพร่ นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม และการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน

Theories and practices of good corporate governance; fair corporate activities; consumer responsibility; participation in community and social development; environmental management; innovation products; importance and association of social marketing innovation; innovation creation for social entrepreneurship; building competitive advantage through innovation; innovation life cycle; innovation modelling; innovation and innovation dissemination from corporate social responsibility activities and preparation of sustainability reports

1702 359 การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในยุคดิจิทัล

3(2-2-5)

(Electronic Commerce in Digital Era)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

ความสำคัญของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในยุคดิจิทัล รูปแบบการดำเนินธุรกิจ กระบวนการทำงานผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย อีมาร์เก็ตเพลสและดรอปชิป ระบบหน้าร้านและระบบหลังร้าน กลยุทธ์การตลาดและคอนเทนต์ ภาษี กฎหมายและจริยธรรมการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในยุคดิจิทัล แนวโน้มของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

Importance of electronic commerce in digital age; business model: workflow through social media platforms, e-marketplace and dropship; storefront and back systems; content and marketing strategies; tax, legal and e-commerce ethics in digital age; trend of electronic commerce

1702 490 ประเด็นทางการตลาดแบบร่วมสมัย**3(3-0-6)****(Contemporary Issues in Marketing)****รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี****รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี**

การประยุกต์แนวคิดทางการตลาด การวิเคราะห์ปัญหาของการดำเนินงานด้านการตลาด การให้ข้อเสนอแนะและวิธีการแก้ปัญหาที่เกี่ยวกับการตลาดแบบร่วมสมัย การศึกษาหัวข้อและนำเสนอโครงร่างโครงการที่เกี่ยวกับการตลาดแบบร่วมสมัย

Marketing principles application; problem analysis of marketing operation; feedback offering and solutions regarding to contemporary issues in marketing; topics study and project proposal regarding to contemporary issues in marketing

2.3.2 กลุ่มวิชาชีพเลือก วิชาเอกการตลาดดิจิทัล**1702 246 การออกแบบสื่อดิจิทัลทางการตลาด (Marketing Digital Media Design) 3(2-2-5)****รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี****รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี**

กระบวนการ วิธีการออกแบบสื่อดิจิทัลทางการตลาด สื่อดิจิทัลกับวัตถุประสงค์ทางการตลาด องค์ประกอบการออกแบบสื่อ การออกแบบกราฟิกดิจิทัล สื่อเคลื่อนไหว การออกแบบสื่อกราฟิกข้อมูล เสียง ภาพถ่าย วิดีโอ สื่อส่งผ่านสัญญาณต่อเนื่อง สื่อนำเสนอ สื่อแบบโต้ตอบ การสื่อสารแทนความหมายด้วยสื่อ หน่วยแสดงผลดิจิทัล เครื่องมือสำหรับออกแบบและผลิตสื่อดิจิทัลทางการตลาด การทดสอบและวัดประสิทธิภาพสื่อดิจิทัล

Process; digital marketing design methods; digital media and marketing objectives; media design elements; digital graphic design; motion media; data graphics design, audio, photographs, video, streaming media, presentations, interactive media; visual communication by digital display screen; tools for designing and producing digital marketing materials; digital media performance tests and measurements

1702 247 การตลาดผ่านเครื่องมือค้นหาทางอินเทอร์เน็ต (Search Engine Marketing) 3(2-2-5)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

หลักการและแนวคิดในการค้นหาสารสนเทศทางการตลาด องค์ประกอบของการค้นหาข้อมูล ขั้นตอนเทคนิคและวิธีการค้นหาข้อมูลการตลาด รูปแบบและวิธีการค้นหาสารสนเทศทางการตลาด การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการค้นหา การประยุกต์ใช้ข้อมูลที่ได้จากการค้นหาเพื่อการตลาด

Principles and concepts of marketing information search; elements of data search; steps, techniques and methods of searching for marketing information; forms and methods of searching for marketing information; analyzing obtained data searching from search engines; applying obtained data searching from search engines for marketing

1702 248 การตลาดผ่านกลุ่มคนที่มีอิทธิพลบนสื่อดิจิทัล (Influencer Marketing) 3(3-0-6)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

ทฤษฎีการตลาดที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มคนที่มีอิทธิพลบนสื่อดิจิทัล การทำการตลาดกับกลุ่มคนที่มีอิทธิพลบนสื่อดิจิทัล ประเภทของกลุ่มคนที่มีอิทธิพลบนสื่อดิจิทัล การปรับใช้กลุ่มคนที่มีอิทธิพลบนสื่อดิจิทัลกับแผนการตลาด การวิเคราะห์บทบาท บุคลิกภาพ และคอนเทนต์สอดคล้องกับประเภทของสินค้า การบริหารจัดการและการวางแผนคอนเทนต์ ข้อความ แคปชั่น การเรียนรู้ความต้องการของลูกค้าหรือตราสินค้า ประเมินความเหมาะสมระหว่างเนื้อหาและกลุ่มคนที่มีอิทธิพลบนสื่อดิจิทัล

Marketing theories relating to influencer; influencer marketing through each channel; types of influencer; influencer utilization in marketing plan; roles, characteristics and content analysis of influencer to match with each product category; management and content planning, message, caption; learning of customer demand or brand demand; appropriated evaluation between content and influencer

1702 249 การตลาดในเกมส์ (Marketing in Games)**3(2-2-5)****รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี****รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี**

การตลาดและเกมส์ กิจกรรมการตลาดดิจิทัลในอุตสาหกรรมเกมส์ กิจกรรมทางการตลาดด้วยเกมส์ การตลาดด้วยเกมส์ในสื่อสังคมออนไลน์ สื่อโต้ตอบ ปัญญาประดิษฐ์และโลกเสมือนจริง การตลาดด้วยวิดีโอในเกมส์ การสื่อสารการโฆษณาในเกมส์ กลยุทธ์การตลาดในเกมส์ จริยธรรม กฎหมาย ลิขสิทธิ์เนื้อหาในเกมส์ และความยั่งยืนของการตลาดในเกมส์

Marketing and games; digital marketing activities in game industry; gamification marketing; games marketing in social media; interactive media; artificial intelligence and virtual world game; marketing in game video; advertising communication in games; strategic marketing in games; ethics; laws; content copyright in games and marketing in game sustainability

1702 322 การตลาดแฟชั่นและสินค้าหรูหรา (Fashion and Luxury Product Marketing) 3(3-0-6)**รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี****รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี**

แนวคิด พื้นฐาน ประวัติและภาพรวมอุตสาหกรรมของสินค้าแฟชั่นและสินค้าหรูหรา ทศนคติของลูกค้าที่มีต่อตลาดแฟชั่นและสินค้าหรูหรา กระบวนการการพัฒนาสินค้า การสร้างตราสินค้าสินค้าแฟชั่นและสินค้าหรูหรา การสื่อสารอัตลักษณ์ กลยุทธ์ด้านราคาสำหรับสินค้าแฟชั่นและสินค้าหรูหรา การจัดการสินค้าและร้านค้าปลีกของสินค้าแฟชั่นและสินค้าหรูหรา ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าแฟชั่นและสินค้าหรูหรา กฎหมายและจริยธรรมในตลาดแฟชั่นและสินค้าหรูหรา การจัดการสินค้าแฟชั่นและสินค้าหรูหราเพื่อความยั่งยืน

Concepts, fundamentals, history and industry overview of fashion and luxury products; customers attitude in fashion and luxury markets; product development process; fashion and luxury brand building; communicating identity; pricing strategies of luxury and fashion products; fashion and luxury merchandising and retailing management; distribution channels in fashion and luxury products; laws and ethics in fashion and luxury marketing; sustainable fashion and luxury products management

1702 341 การตลาดทางตรงและการประชาสัมพันธ์

3(3-0-6)

(Direct Marketing and Public Relations)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

บทบาทและความสำคัญของการตลาดทางตรงและการประชาสัมพันธ์ ความแตกต่างของการตลาดทางตรงกับการตลาดทั่วไป ลักษณะของการประชาสัมพันธ์ การวางแผนและการออกแบบเครื่องมือการตลาดทางตรง การกำหนดกลยุทธ์และการประเมินผลการตลาดทางตรงและการประชาสัมพันธ์

Roles and importance of direct marketing and public relations; direct marketing and general marketing differentiations; public relations characteristics; direct marketing tools planning and design; direct marketing and public relations strategic determination and evaluation

1702 342 การขายแบบสร้างสรรค์และการจัดการการขาย

3(3-0-6)

(Creative Selling and Sales Management)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการขาย บุคลิกภาพสำหรับพนักงานขาย เทคนิคการขายและการจัดการการขาย การวางแผนการขาย การจัดองค์การฝ่ายขายและการพยากรณ์ยอดขาย การบริหารพนักงานขาย การสรรหา การคัดเลือก การฝึกอบรม การให้ผลตอบแทน การจูงใจ การบริหารเวลา การจัดการอาณาเขตการขาย การประเมินผลและการควบคุมพนักงานขาย การเสริมสร้างจรรยาบรรณเพื่อให้นักขายที่ดี

Basic knowledge of sales; personality for salesperson; selling techniques and sales management; sales planning, sales organizational management and sales forecasting; sales force management; recruitment, selection, training, compensation, motivation, time management, sales territory management, evaluation and sales staff controlling; enhancing code of conduct for good salesperson

1702 343 การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย

3(3-0-6)

(Advertising and Sales Promotion)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

แนวคิด หลักการและความสำคัญของการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย ประวัติ การวางแผน องค์การโฆษณา กระบวนการสื่อสารและสัญลักษณ์ ความคิดสร้างสรรค์ในงานโฆษณา การสร้างสตอรี่บอร์ด เครื่องมือการส่งเสริมการขาย การประยุกต์ใช้เครื่องมือการส่งเสริมการขายในร้านค้าและนอกร้านค้า การวางผังร้านค้า

Concepts, principles and importance of advertising and sales promotion; history; advertising organizational planning; communication process and semiology; creativity in advertising works; storyboards creation; sales promotion tools; applications of sales promotion tools in retailing and outdooing; retail layout setting

1702 344 การตลาดกิจกรรมและเอนเตอร์เทนเมนต์

3(2-2-5)

(Event and Entertainment Marketing)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

ความหมาย บทบาทและความสำคัญของการตลาดกิจกรรมและเอนเตอร์เทนเมนต์ การกำหนดกลยุทธ์และยุทธวิธีของการตลาดกิจกรรมสู่กลุ่มเป้าหมายโดยตรง การวางแผนการดำเนินการรณรงค์กิจกรรมทางการตลาด การจัดกิจกรรมเกี่ยวกับองค์กร ผลิตภัณฑ์และบริการ การศึกษาตลาด กิจกรรมในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต

Meaning, roles and importance of event and entertainment marketing; event marketing strategics and tactics determination to direct target; planning implementation of marketing campaigns; organizing events related to organizations, products and services; market study; current activities and future trend

1702 345 แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Platform)**3(2-2-5)****รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี****รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี**

บทนำเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ทางธุรกิจ การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า การตั้งค่าโปรไฟล์ ธุรกิจบนสื่อสังคมออนไลน์ การเพิ่มประสิทธิภาพแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ การจัดการแคมเปญสื่อสังคมออนไลน์ที่หลากหลายแพลตฟอร์ม กลยุทธ์การสร้างคอนเทนต์ การทดสอบและปรับปรุงแคมเปญ การนำเสนอแคมเปญสื่อสังคมออนไลน์แบบบูรณาการ ผู้บริหารสื่อสังคมออนไลน์

Introduction to social media for business; customer relationship management; setting up business social media profiles; optimizing social media platforms; managing multi-platform social media campaigns; developing content strategies; testing and improving campaign; integrated social media campaigns presentation; social media managers

1702 353 การตลาดบริการ (Service Marketing)**3(3-0-6)****รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี****รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี**

บทบาทและความสำคัญของธุรกิจบริการ ประเภทของธุรกิจบริการ พฤติกรรมผู้ใช้บริการ การกำหนดกลยุทธ์ธุรกิจบริการ การประยุกต์ใช้ การควบคุมและประเมินผลธุรกิจบริการ หลักการการคิดออกแบบบริการ ขอบข่ายงานในการออกแบบบริการ เครื่องมือสำหรับการคิดการออกแบบบริการ

Roles and importance of service business; types of service business; service consumer behavior; service marketing strategy determination; applications; service business controlling and evaluation; service design thinking principles; service design scope; service design thinking tools

1702 356 การจัดการตลาดเกษตรและอาหาร

3(3-0-6)

(Agricultural and Food Marketing Management)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

แนวคิดทางธุรกิจการเกษตร โครงสร้างธุรกิจการเกษตร การตลาดเกษตรและอาหาร การวางแผนการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ พฤติกรรมผู้บริโภค การตลาดสินค้าโภคภัณฑ์ การจัดการผลิตภัณฑ์ การตัดสินใจตราสินค้า การตัดสินใจด้านราคา การบริหารช่องทางการจำหน่ายและการกระจายตัวสินค้า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การวิจัยทางการตลาดเกษตรและอาหาร ต้นทุนการตลาดและค่าการตลาดเกษตรและอาหาร

Concepts of agribusiness; agribusiness structure; agricultural and food marketing; marketing plan; new product development; consumer behavior; commodity marketing; product management; branding decision; price decision; channels management and physical distribution; integrated marketing communication; marketing research of agricultural and food marketing; marketing costs and margins agricultural and food marketing

1702 393 การวางแผนการตลาด (Marketing Planning)

3(2-2-5)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

ทฤษฎี แนวคิด กระบวนการและเครื่องมือสำหรับแผนการตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่มีผลต่อกิจกรรมทางการตลาด การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การแข่งขัน การกำหนดกลยุทธ์และพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด แนวทางการปฏิบัติตามแผนและการควบคุมการดำเนินงานทางการตลาดภายใต้หลักจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม

Theories; concepts; processes and tools for marketing plan; environmental analysis impacts on marketing activities; consumer behavior analysis; competition; strategy determination and marketing mix development; approaches on plan implementation and controlling of marketing operation under ethics code and social responsibility

1702 396 การลงทุนในตลาดดิจิทัล (Digital Market Investment)

3(2-2-5)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

ความหมายสกุลเงินดิจิทัล เทคโนโลยีบล็อกเชน หลักการทำงานของสกุลดิจิทัล ประเภทของสกุลเงินดิจิทัล ตลาดแลกเปลี่ยนสกุลเงินดิจิทัล การทำงานของธนาคารแบบไร้ศูนย์กลาง เครื่องมือที่ใช้เพื่อการลงทุนทางการตลาดดิจิทัล การประยุกต์ใช้สกุลเงินดิจิทัลเพื่อการลงทุนทางธุรกิจและการตลาด การวิเคราะห์ผลลัพธ์จากการลงทุนทางการตลาดดิจิทัล

Meaning of digital currency; blockchain technology; principles of digital currency operations; types of digital currency; digital currency exchange market; decentralized banking operations; tools for investing in digital marketing; applications of digital currency for business investment and marketing; result analysis of digital marketing investments

วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่

2.3 กลุ่มวิชาชีพ

2.3.1 กลุ่มวิชาชีพบังคับ วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่

1702 231 เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับธุรกิจการค้าสมัยใหม่

3(2-2-5)

(Information Technology for Modern Trade Business)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

เทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจดิจิทัล ธุรกิจการค้าสมัยใหม่ กลยุทธ์การเปลี่ยนแปลงสู่ธุรกิจดิจิทัล สินค้าและบริการสำหรับตลาดในธุรกิจดิจิทัล ประสบการณ์ลูกค้าในการค้าดิจิทัล เทคโนโลยีอัจฉริยะ ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ โลกเสมือนจริง ระบบข้อมูลแบบก้อนเมฆ เครื่องมือดิจิทัล การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการค้าสมัยใหม่

Digital business information technology; modern trade business; digital business transformation strategies; products and services for markets in digital business market; customer experiences in digital commerce; smart technology; hardware; software; virtual worlds; cloud data system; digital tools; data analysis for modern trade

1702 232 การจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่แบบบูรณาการ

3(3-0-6)

(Integrated Modern Trade Business Management)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

การวิเคราะห์สภาพธุรกิจ จุดแข็งและจุดอ่อนในการวางแผนบริหารธุรกิจการค้าสมัยใหม่อย่างบูรณาการ การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การวางตำแหน่งทางการตลาด การบริหารร้านค้า กลยุทธ์ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ของธุรกิจ การเลือกทำเลที่ตั้ง การบริหารโลจิสติกส์ กลยุทธ์การบริการภายใต้การแข่งขันและสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง

Business condition analysis; strengths and weaknesses in integrated modern business management planning; segmentation; targeting; market positioning; store management; business product mix strategy; location selection; logistics management; service strategy under fluctuated competition and environment

1702 345 แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Platform)

3(2-2-5)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

บทนำเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ทางธุรกิจ การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า การตั้งค่าโปรไฟล์ ธุรกิจบนสื่อสังคมออนไลน์ การเพิ่มประสิทธิภาพแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ การจัดการแคมเปญสื่อสังคมออนไลน์ที่หลากหลายแพลตฟอร์ม กลยุทธ์การสร้างคอนเทนต์ การทดสอบและปรับปรุงแคมเปญ การนำเสนอแคมเปญสื่อสังคมออนไลน์แบบบูรณาการ ผู้บริหารสื่อสังคมออนไลน์

Introduction to social media for business; customer relationship management; setting up business social media profiles; optimizing social media platforms; managing multi-platform social media campaigns; developing content strategies; testing and improving campaign; integrated social media campaigns presentation; social media managers

1702 346 การจัดการการขายสำหรับธุรกิจการค้าสมัยใหม่

3(3-0-6)

(Sales Management for Modern Trade Business)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

บทบาทและความสำคัญของการจัดการขายและการขายในธุรกิจการค้าสมัยใหม่ หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้บริหารงานขาย การวางแผนการขาย การจัดองค์กรฝ่ายขาย การสรรหา การคัดเลือกพนักงานขายและการฝึกอบรมพนักงานขาย การให้ค่าตอบแทนและการจูงใจ การวิเคราะห์และการประเมินผล การปฏิบัติงาน การควบคุม

Roles and importance of sale management and sales in modern trade business; sales manager duties and responsibilities; sales planning; sales organization; recruitment; sales force selection and sales force training; compensation and motivation; performance evaluation and analysis; controlling

1702 450 การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับธุรกิจการค้าสมัยใหม่

3(2-2-5)

(Electronic Commerce for Modern Trade Business)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

หลักการและกระบวนการของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับธุรกิจการค้าสมัยใหม่ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่และบนโซเชียลมีเดีย รูปแบบรายได้ ประเภทของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ห่วงโซ่อุปทานดิจิทัล การวางแผนธุรกิจดิจิทัล กระบวนการออกแบบและพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ระบบแคตตาล็อก ระบบการชำระเงินดิจิทัล พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับระบบรักษาความปลอดภัย การบริหารสินค้าคงคลังและระบบการส่งมอบสินค้า กลยุทธ์การตลาด คอนเทนต์และการโฆษณาดิจิทัล กฎหมายและจริยธรรมของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

Principles and process of electronic commerce for modern trade business; electronic commerce on mobile commerce and social media commerce; revenue model; types of electronic commerce; digital supply chain; digital business planning; electronic commerce design and development process; catalog system; digital payment system; electronic commerce with security; inventory management and delivery system; marketing strategies; content and digital advertising; laws and ethics of electronic commerce

2.3.2 กลุ่มวิชาชีพเลือก วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่

1702 246 การออกแบบสื่อดิจิทัลทางการตลาด (Marketing Digital Media Design) 3(2-2-5)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

กระบวนการ วิธีการออกแบบสื่อดิจิทัลทางการตลาด สื่อดิจิทัลกับวัตถุประสงค์ทางการตลาด องค์ประกอบการออกแบบสื่อ การออกแบบกราฟิกดิจิทัล สื่อเคลื่อนไหว การออกแบบสื่อกราฟิกข้อมูล เสียง ภาพถ่าย วีดิโอ สื่อส่งผ่านสัญญาณต่อเนื่อง สื่อนำเสนอ สื่อแบบโต้ตอบ การสื่อสารแทนความหมายด้วยสื่อ หน่วยแสดงผลดิจิทัล เครื่องมือสำหรับออกแบบและผลิตสื่อดิจิทัลทางการตลาด การทดสอบและวัดประสิทธิภาพสื่อดิจิทัล

Process; digital marketing design methods; digital media and marketing objectives; media design elements; digital graphic design; motion media; data graphics design, audio, photographs, video, streaming media, presentations, interactive media; visual communication by digital display screen; tools for designing and producing digital marketing materials; digital media performance tests and measurements

1702 247 การตลาดผ่านเครื่องมือค้นหาทางอินเทอร์เน็ต (Search Engine Marketing) 3(2-2-5)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

หลักการและแนวคิดในการค้นหาสารสนเทศทางการตลาด องค์ประกอบของการค้นหาข้อมูล ขั้นตอนเทคนิคและวิธีการค้นหาข้อมูลการตลาด รูปแบบและวิธีการค้นหาสารสนเทศทางการตลาด การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการค้นหา การประยุกต์ใช้ข้อมูลที่ได้จากการค้นหาเพื่อการตลาด

Principles and concepts of marketing information search; elements of data search; steps, techniques and methods of searching for marketing information; forms and methods of searching for marketing information; analyzing obtained data searching from search engines; applying obtained data searching from search engines for marketing

1702 323 การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์สุขภาพและความงาม

3(3-0-6)

(Marketing for Health and Beauty Products)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

ความสำคัญและภาพรวมของอุตสาหกรรมเพื่อสุขภาพและความงาม วิเคราะห์การแข่งขันและสิ่งแวดล้อมทางการตลาด การวางแผนการกลยุทธ์การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การวางตำแหน่งทางการตลาด กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และตราสินค้า กลยุทธ์ราคา กลยุทธ์ช่องทางการจำหน่ายทั้งในรูปแบบมีหน้าร้านและออนไลน์ การกำหนดโปรแกรมส่งเสริมการตลาด กลยุทธ์การสร้างลูกค้าสัมพันธ์และความรับผิดชอบต่อสังคมในการดำเนินงานการตลาดผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม

Importance and overview of health and beauty industry; competition analysis and marketing environment; planning of market segmentation strategies; target market determination; market positioning; product and brand strategies; price strategies; offline and online channel distribution strategies; determining marketing promotion programs; customer relationships building strategies and social responsibility in health and beauty products marketing operations

1702 324 นวัตกรรมสำหรับธุรกิจการค้าสมัยใหม่

3(3-0-6)

(Innovation for Modern Trade Business)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

ความหมายของนวัตกรรม องค์การแห่งการเรียนรู้ที่นำมาใช้ในการสร้างสรรค์นวัตกรรม กระบวนการจัดการนวัตกรรม นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และกระบวนการ

Meaning of innovation; learning organizations applying in creating innovation; innovation management process, product innovation and processes

1702 332 การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

3(3-0-6)

(Logistics and Supply Chain Management)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

ความสำคัญของการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน กลยุทธ์โลจิสติกส์ การบริการลูกค้า กระบวนการการบริหารสินค้าคงคลัง การจัดซื้อ คลังสินค้า การขนส่ง ระบบสารสนเทศด้านโลจิสติกส์

Importance of marketing logistics and supply chain management; logistics strategy; customer service; inventory management process; purchasing; warehousing; transportation; logistics information system

1702 333 การบริหารผลิตภัณฑ์ในธุรกิจการค้าสมัยใหม่

3(3-0-6)

(Merchandising in Modern Trade Business)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

แนวคิด นโยบายเกี่ยวกับการจัดซื้อผลิตภัณฑ์ในธุรกิจการค้าสมัยใหม่เพื่อสร้างยอดขายและภาพลักษณ์ของธุรกิจ กระบวนการจัดซื้อและจัดหาเพื่อประกอบธุรกิจการค้าสมัยใหม่ การประเมินผลควบคุมคุณภาพการจัดซื้อและจัดหา เทคนิคการเจรจาต่อรองและการสร้างความสัมพันธ์เพื่อประยุกต์ใช้ในการจัดซื้อและสอดคล้องกับการบริหารผลิตภัณฑ์

Concepts, policies regarding purchasing products in modern trading business to build sales and business image; procurement and sourcing for modern trading business; evaluation; purchasing and sourcing quality control; negotiation techniques and relationship building for application in purchasing and product management

1702 350 การเป็นผู้ประกอบการและการสร้างธุรกิจใหม่

3(2-2-5)

(Entrepreneurship and New Business Creation)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ทักษะที่จำเป็นของผู้ประกอบการ การพัฒนาและการประเมินโอกาสของการประกอบการ บทบาทและความรับผิดชอบของผู้ร่วมลงทุนในการสร้างธุรกิจใหม่ การพัฒนาแผนสำหรับธุรกิจใหม่ กระบวนการสร้างธุรกิจใหม่ จริยธรรมของการเป็นผู้ประกอบการ ประเด็นอื่นที่สำคัญในการจัดการผู้ประกอบการ

Characteristics of entrepreneurs; entrepreneurs essential skills; development and assessment of entrepreneurial opportunities; roles and responsibilities of joint ventures in

new business creation; new business plan development; new business creation process; entrepreneurship ethics; other important issues relating to entrepreneurship management

1702 354 การตลาดบริการสำหรับธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 3(3-0-6)
(Service Marketing for Modern Trade Business)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

บทบาทและความสำคัญของตลาดบริการในธุรกิจการค้าสมัยใหม่ พฤติกรรมผู้ใช้บริการ หลักการการคิดออกแบบบริการ การกำหนดกลยุทธ์ การประยุกต์ใช้ การควบคุมและประเมินผลตลาดบริการในธุรกิจการค้าสมัยใหม่ ขอบข่ายงานของการออกแบบบริการ เครื่องมือสำหรับการคิดการออกแบบบริการ

Roles and importance of service marketing in modern trade business; service users behavior; service design thinking principles; strategy determination; application; controlling and evaluating service market in modern trade business; scope of service design; service design thinking tools

1702 357 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) 3(3-0-6)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

แนวคิดการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ การตลาดสัมพันธ์และการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ โครงสร้าง ความสัมพันธ์กับลูกค้า การจัดกลุ่มลูกค้า กลยุทธ์การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ การหาลูกค้าใหม่และการรักษาลูกค้าเก่า กระบวนการพัฒนาลูกค้า จิตวิทยาบริการ การบริการเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ กิจกรรมการตลาดเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การบริหารประสบการณ์ลูกค้า การประเมินผลการปฏิบัติตามแผนการตลาดการจัดการลูกค้าสัมพันธ์

Concepts of customer relationship management; relationship marketing and customer relationship management; customer relationship structure; customer grouping; customer relationship management strategies; customer acquisition and customer retention; customer development process; service psychology; providing services to build customer relationships; information system for customer relationship management; marketing activities for customer building relationship; customer experience management; evaluation of customer relationship management regarding marketing plan implementation

1702 358 การตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing)

3(3-0-6)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

ประเด็นปัจจุบันเกี่ยวกับปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม พฤติกรรมผู้บริโภคกับปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม จริยธรรมทางธุรกิจกับการตลาดเพื่อสังคม การตลาดเพื่อสังคมกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค กลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคม การตลาดสีเขียว การดำเนินโครงการการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคม การประเมินผลและการควบคุมการตลาดเพื่อสังคม

Current issues of social and environmental problems; consumer behavior and social and environmental problems; social responsibility concepts; business ethics and social marketing; social marketing and consumer behavior change; social marketing strategy; green marketing; implementation of social and environmental marketing projects; social marketing communication; evaluation and control of social marketing

1702 396 การลงทุนในตลาดดิจิทัล (Digital Market Investment)

3(2-2-5)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

ความหมายสกุลเงินดิจิทัล เทคโนโลยีบล็อกเชน หลักการทำงานของสกุลดิจิทัล ประเภทของสกุลเงินดิจิทัล ตลาดแลกเปลี่ยนสกุลเงินดิจิทัล การทำงานของธนาคารแบบไร้ศูนย์กลาง เครื่องมือที่ใช้เพื่อการลงทุนทางการตลาดดิจิทัล การประยุกต์ใช้สกุลเงินดิจิทัลเพื่อการลงทุนทางธุรกิจและการตลาด การวิเคราะห์ผลลัพธ์จากการลงทุนทางการตลาดดิจิทัล

Meaning of digital currency; blockchain technology; principles of digital currency operations; types of digital currency; digital currency exchange market; decentralized banking operations; tools for investing in digital marketing; applications of digital currency for business investment and marketing; result analysis of digital marketing investments

2.4 กลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพและสหกิจศึกษา

วิชาเอกการตลาดดิจิทัล

1702 460 การฝึกงานด้านการตลาด (Marketing Internship) 2 หน่วยกิต

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: 1702 481 โครงการด้านการตลาด

เงื่อนไขพิเศษ: สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 4 หรือเทียบเท่า

การฝึกงานในหน่วยงานภาครัฐหรือธุรกิจเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการตลาด นำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการฝึกงาน บำเพ็ญสาธารณประโยชน์เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกแก่นักศึกษา ฝึกงานอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 14 สัปดาห์

Internship in government or private sectors relating to marketing; applying knowledge with internship; public service for instilling a public mind among students; internship continuously at least 14 weeks

1702 481 โครงการด้านการตลาด (Marketing Project) 2 หน่วยกิต

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: 1702 460 การฝึกงานด้านการตลาด

การจัดทำโครงการด้านการตลาดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน วิเคราะห์ปัญหาจากการฝึกงาน เสนอแนะแนวทางแก้ไข การเขียนรายงาน การนำเสนอรายงาน

Creating marketing project to increase work efficiency; analyzing problems from internship; providing solutions; report writing; report presentation

1702 482 การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา (Preparation for Cooperative Education) 1(1-0-2)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

การเตรียมตัวเพื่อการฝึกงานในสถานประกอบการ การเลือกสถานประกอบการที่เหมาะสม การเขียนจดหมายสมัครงานและเทคนิคการสัมภาษณ์งาน การพัฒนาบุคลิกภาพและมารยาทสังคม การเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ผลและสรุปผลการศึกษา การเขียนรายงานและนำเสนอผลงาน

Preparation for interning in private sector; selection of suitable workplace; resume writing and job interview techniques; personality and social etiquette development; data collection; data analysis; interpretation and summary; report writing and presentation

1702 483 สหกิจศึกษาด้านการตลาด (Marketing Cooperative Education)

6 หน่วยกิต

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: 1702 482 เตรียมสหกิจศึกษา

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

เงื่อนไขพิเศษ: สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 4 หรือเทียบเท่า และ
ผ่านความเห็นชอบจากอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

การปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการตลาด โดยการปฏิบัติต่อเนื่องกันไม่น้อยกว่า 4 เดือน การทำโครงการเพื่อการปรับปรุงหรือแก้ไขปัญหาของกระบวนการทำงาน การเขียนรายงาน การนำเสนอรายงาน

Working in real workplace relating to marketing; working continuously at least 4 months; conducting project to improve or solve problems in work; report writing, report presentation

วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่

1702 171 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 1

2 หน่วยกิต

(Modern Trade Business Management Internship I)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

ฝึกงานในสถานประกอบการด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ การฝึกปฏิบัติงานพื้นฐานภายในร้าน การขายสินค้าและการให้บริการลูกค้า การจัดวางสินค้า การตรวจสอบจำนวนสินค้า การจัดเรียงสินค้า เบื้องต้น การดูแลสภาพแวดล้อมของร้าน ฝึกงานอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์

Internship in workplace relating to modern trade business management; basic in store practice; product selling and customer service; product placement; checking product quantity; basic product arrangement; taking care store environment; internship continuously at least 12 weeks

1702 172 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 2

2 หน่วยกิต

(Modern Trade Business Management Internship II)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

ฝึกงานในสถานประกอบการด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ การฝึกปฏิบัติงานตามหน้าที่และความรับผิดชอบภายในร้าน การปฏิบัติงานตามกระบวนการขายสินค้าและการให้บริการลูกค้า มาตรฐานการทำงาน ระบบร้านคุณภาพในระดับผู้ช่วย การกระจายและบริหารเป้าหมาย การบริหารทรัพยากรและการบำรุงรักษาอุปกรณ์ การจัดการสินค้าประเภทอาหาร ฝึกงานอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์

Internship in workplace relating to modern trade business management; training in performing duties and responsibilities within store; implementation of sales process and customer service; working standard; quality shop system at assistant level; distribution and goal management; resource management and equipment maintenance; food product management; internship continuously at least 12 weeks

1702 271 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 3

2 หน่วยกิต

(Modern Trade Business Management Internship III)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

ฝึกงานในสถานประกอบการด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ การฝึกปฏิบัติงานตามหน้าที่และความรับผิดชอบภายในร้าน การบริหารจัดการสินค้า การสั่ง การรับและการจัดเรียง การจัดการเอกสารสินค้าคงคลัง การควบคุมคุณภาพสินค้า ฝึกงานอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์

Internship in workplace relating to modern trade business management; training in performing duties and responsibilities within store; product management, ordering, receiving and sorting; inventory document management; product quality control; internship continuously at least 12 weeks

1702 272 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 4

2 หน่วยกิต

(Modern Trade Business Management Internship IV)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

ฝึกงานในสถานประกอบการด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ การฝึกปฏิบัติงานตามหน้าที่และความรับผิดชอบภายในร้านการค้าสมัยใหม่ การบริหารการขายประจำผลัด การตรวจสอบสินค้า การตรวจสอบมาตรฐานร้านคิวเอสเอสไอ การสื่อสารภายในร้าน การสร้างความสัมพันธ์และพึงพอใจกับลูกค้า การควบคุมเอกสารและบันทึกของร้าน ฝึกงานอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์

Internship in workplace relating to modern trade business management; practice in performing duties and responsibilities within a modern shop; shift sales management; product inspection; QSSI shop standard audit; in-store communication; building relationships and customer satisfaction; internship continuously at least 12 weeks

1702 371 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 5

2 หน่วยกิต

(Modern Trade Business Management Internship V)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

ฝึกงานในสถานประกอบการด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ การฝึกปฏิบัติงานตามหน้าที่และความรับผิดชอบภายในร้าน มาตรฐานการทำงาน ระบบร้านคุณภาพระดับผู้จัดการร้าน การกระจายและการบริหารเป้าหมาย การบริหารทรัพยากรด้านบุคลากรและอุปกรณ์ การบริหารจัดการสินค้า ฝึกงานอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์

Internship in workplace relating to modern trade business management; training in performing duties and responsibilities within store; working standard; quality store system at store manager level; distribution and target management; human resource management and equipment; product management; internship continuously at least 12 weeks

1702 372 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 6

2 หน่วยกิต

(Modern Trade Business Management Internship VI)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

ฝึกงานในสถานประกอบการด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ การฝึกปฏิบัติงานตามหน้าที่และความรับผิดชอบภายในร้านค้าสมัยใหม่ การควบคุมและจัดการเอกสารภายในร้าน การสื่อสารภายในร้าน การสร้างความสัมพันธ์และความพึงพอใจของลูกค้า ฝึกงานอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์

Internship in workplace relating to modern trade business management; practice in performing duties and responsibilities within a modern shop; in-store document control and management; in-store communication; relationship building and customer satisfaction; internship continuously at least 12 weeks

1702 471 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 7

2 หน่วยกิต

(Modern Trade Business Management Internship VII)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

ฝึกงานในสถานประกอบการด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ การฝึกปฏิบัติงานตามหน้าที่และความรับผิดชอบภายในร้านค้าสมัยใหม่ การวางแผน งานลงมือปฏิบัติ งานตรวจสอบและงานติดตาม ทั้งงานประจำวัน งานประจำสัปดาห์และงานประจำเดือน ฝึกงานอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์

Internship in workplace relating to modern trade business management; practicing on duties and responsibilities within a modern shop; planning; implementation; inspection and follow-up work of daily, weekly and monthly work; internship continuously at least 12 weeks

1702 472 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 8

2 หน่วยกิต

(Modern Trade Business Management Internship VIII)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี

รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี

ฝึกงานในสถานประกอบการด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ การฝึกปฏิบัติงานในสายสำนักงาน เป็นการสนับสนุนการดำเนินงานของธุรกิจการค้าสมัยใหม่ การตลาด การจัดซื้อ การประสานงานกับหน่วยอื่นขององค์กรที่เป็นเครือข่ายธุรกิจการค้าสมัยใหม่และครอบคลุมงานในร้านทั้งหมด ฝึกงานอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์

Internship in workplace relating to modern trade business management; practical training in office to support modern trade operation; marketing; procurement; coordination with other departments of network organizations in modern trade business and covering all works in store; internship continuously at least 12 weeks

3.2 ชื่อ สกุล ตำแหน่ง และคุณวุฒิของอาจารย์

ลำดับ ที่	ตำแหน่งทางวิชาการ ชื่อ-นามสกุล	ชื่อปริญญา	สาขาวิชา	ปีที่สำเร็จ	สถาบันที่สำเร็จการศึกษา	ภาระงานสอนเดิม	ภาระงานสอน ในหลักสูตรนี้
อาจารย์ประจำหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน							
วิชาเอก การตลาดดิจิทัล							
1	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ใจแก้ว แถมเงิน (ได้รับตำแหน่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ด้านการตลาด)	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	-	พ.ศ. 2545	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	ภาคการศึกษาต้น	ภาคการศึกษาต้น
		บริหารธุรกิจบัณฑิต	การตลาด	พ.ศ. 2549	มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมาธิราช	1702 210: 6 ช.ม./ สัปดาห์/90 ช.ม./ภาค	1702 210: 9 ช.ม./ สัปดาห์/63 ช.ม./ภาค
		ศิลปศาสตรบัณฑิต	รัฐศาสตร์	พ.ศ. 2545	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	1702 240: 6 ช.ม./ สัปดาห์/90 ช.ม./ภาค	1702 240: 6 ช.ม./ สัปดาห์/72 ช.ม./ภาค
		บริหารธุรกิจบัณฑิต	การบัญชี	พ.ศ. 2543	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	1702 341 : 3 ช.ม./ สัปดาห์/45 ช.ม./ภาค รวม 15 ช.ม./สัปดาห์/ 225 ช.ม./ภาค ภาคการศึกษาปลาย 1702 210: 9 ช.ม./ สัปดาห์/90 ช.ม./ภาค 1702 351 : 3 ช.ม./ สัปดาห์/45 ช.ม./ภาค	1702 341 : 3 ช.ม./ สัปดาห์/45 ช.ม./ภาค รวม 18 ช.ม./สัปดาห์/ 180 ช.ม./ภาค ภาคการศึกษาปลาย 1702 210: 6 ช.ม./ สัปดาห์/90 ช.ม./ภาค 1702 351 : 3 ช.ม./ สัปดาห์/45 ช.ม./ภาค

ลำดับ ที่	ตำแหน่งทางวิชาการ ชื่อ-นามสกุล	ชื่อปริญญา	สาขาวิชา	ปีที่สำเร็จ	สถาบันที่สำเร็จการศึกษา	ภาระงานสอนเดิม	ภาระงานสอน ในหลักสูตรนี้
						รวม 12 ชม./สัปดาห์/ 180ชม./ภาค	1702 248 : 3 ชม./ สัปดาห์/45 ชม./ภาค รวม 12 ชม./สัปดาห์/ 180 ชม./ภาค
2	ผู้ช่วยศาสตราจารย์กมลพร นครชัยกุล (ได้รับตำแหน่งผู้ช่วย ศาสตราจารย์ด้าน การตลาด)	Master of Management	General Management (International Program)	พ.ศ. 2550	Mahidol University	ภาคการศึกษาต้น 1702 342: 9 ชม./ สัปดาห์/135 ชม./ภาค รวม 9 ชม./สัปดาห์/ 135 ชม./ภาค	ภาคการศึกษาต้น 1702 102: 3 ชม./ สัปดาห์/45 ชม./ภาค 1702 324: 3 ชม./ สัปดาห์/45 ชม./ภาค 1702 342: 3 ชม./ สัปดาห์/45 ชม./ภาค 1702 346: 3 ชม./ สัปดาห์/45 ชม./ภาค รวม 12 ชม./สัปดาห์/ 180 ชม./ภาค
		Master of Business	Marketing	พ.ศ. 2550	University of Technology Sydney, Australia		
		บริหารธุรกิจบัณฑิต	การจัดการ การตลาด	พ.ศ. 2545	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี		

ลำดับ ที่	ตำแหน่งทางวิชาการ ชื่อ-นามสกุล	ชื่อปริญญา	สาขาวิชา	ปีที่สำเร็จ	สถาบันที่สำเร็จการศึกษา	ภาระงานสอนเดิม	ภาระงานสอน ในหลักสูตรนี้
						ภาคการศึกษาปลาย 1702 102: 3 ช.ม./ สัปดาห์/30ช.ม./ภาค 1702 220: 9 ช.ม./ สัปดาห์/180 ช.ม./ภาค 1702 345: 6 ช.ม./ สัปดาห์/ 42 ช.ม./ภาค รวม 18 ช.ม./สัปดาห์/ 252 ช.ม./ภาค	ภาคการศึกษาปลาย 1702 102: 6 ช.ม./ สัปดาห์/60 ช.ม./ภาค 1702 221: 9 ช.ม./ สัปดาห์/135 ช.ม./ ภาค 1702 321: 3 ช.ม./ สัปดาห์/45 ช.ม./ภาค รวม 18 ช.ม./สัปดาห์/ 240 ช.ม./ภาค
3	นายชวพจน์ ศุภสาร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	บริหารธุรกิจ	พ.ศ. 2545	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	ภาคการศึกษาต้น	ภาคการศึกษาต้น
		บริหารธุรกิจบัณฑิต	การโรงแรมและ การท่องเที่ยว	พ.ศ. 2542	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	1702 350: 9 ช.ม./ สัปดาห์/135 ช.ม./ภาค รวม 9 ช.ม./สัปดาห์/ 135 ช.ม./ภาค	1702 343: 3 ช.ม./ สัปดาห์/45 ช.ม./ภาค 1702 344: 3 ช.ม./ สัปดาห์/45 ช.ม./ภาค 1702 350: 6 ช.ม./ สัปดาห์/45 ช.ม./ภาค

ลำดับ ที่	ตำแหน่งทางวิชาการ ชื่อ-นามสกุล	ชื่อปริญญา	สาขาวิชา	ปีที่สำเร็จ	สถาบันที่สำเร็จการศึกษา	ภาระงานสอนเดิม	ภาระงานสอน ในหลักสูตรนี้
						ภาคการศึกษาปลาย 1702 101 : 9 ช.ม./ สัปดาห์/135 ช.ม./ภาค 1702 210 :9 ช.ม./ สัปดาห์/28 ช.ม./ภาค รวม 18 ช.ม./สัปดาห์/ 163 ช.ม./ภาค	รวม 12 ช.ม./สัปดาห์/ 180 ช.ม./ภาค ภาคการศึกษาปลาย 1702 101: 9 ช.ม./ สัปดาห์/135 ช.ม./ ภาค รวม 9 ช.ม./สัปดาห์/ 135 ช.ม./ภาค
วิชาเอก การตลาดการค้าสมัยใหม่							
1	นายสุขวิทย์ โสภภาพ	Doctor of Philosophy	Crop Science	พ.ศ. 2548	Central Luzon State University, Philippines	ภาคการศึกษาต้น 1701 102: 3 ช.ม./ สัปดาห์/45 ช.ม./ภาค	ภาคการศึกษาต้น 1702 210: 3 ช.ม./ สัปดาห์/45 ช.ม./ภาค
		บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	การจัดการ ธุรกิจการค้า สมัยใหม่	พ.ศ. 2564	สถาบันการจัดการ ปัญญาภิวัฒน์	1708 200: 3 ช.ม./ สัปดาห์/45 ช.ม./ภาค	1702 212: 6 ช.ม./ สัปดาห์/90 ช.ม./ภาค
		Master of Science	Crop Science	พ.ศ. 2545	Central Luzon State University, Philippines	รวม 6 ช.ม./สัปดาห์/ 90 ช.ม./ภาค	1702 356: 3 ช.ม./ สัปดาห์/45 ช.ม./ภาค
		วิทยาศาสตร์บัณฑิต	เกษตรศาสตร์	พ.ศ. 2539	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์		

ลำดับ ที่	ตำแหน่งทางวิชาการ ชื่อ-นามสกุล	ชื่อปริญญา	สาขาวิชา	ปีที่สำเร็จ	สถาบันที่สำเร็จการศึกษา	ภาระงานสอนเดิม	ภาระงานสอน ในหลักสูตรนี้
						ภาคการศึกษาปลาย 1701 102: 3 ช.ม./ สัปดาห์/45 ช.ม./ภาค 1701 320: 3 ช.ม./ สัปดาห์/45 ช.ม./ภาค 1708 200: 3 ช.ม./ สัปดาห์/45 ช.ม./ภาค รวม 9 ช.ม./สัปดาห์/ 135 ช.ม./ภาค	รวม 12 ช.ม./สัปดาห์/ 180 ช.ม./ภาค ภาคการศึกษาปลาย 1702 210: 6 ช.ม./ สัปดาห์/90 ช.ม./ภาค 1702 212: 3 ช.ม./ สัปดาห์/45 ช.ม./ภาค 1702 358: 3 ช.ม./ สัปดาห์/45 ช.ม./ภาค รวม 12 ช.ม./สัปดาห์/ 180 ช.ม./ภาค
2	นางสายเพชร อักโข	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	บริหารธุรกิจ	พ.ศ. 2542	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	ภาคการศึกษาต้น	ภาคการศึกษาต้น
		บริหารธุรกิจบัณฑิต	การเงินและ การธนาคาร	พ.ศ. 2535	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	1702 391: 9 ช.ม./ สัปดาห์/135 ช.ม./ภาค รวม 9 ช.ม./สัปดาห์/ 135 ช.ม./ภาค	1702 323: 3 ช.ม./ สัปดาห์/45 ช.ม./ภาค 1702 333: 3 ช.ม./ สัปดาห์/45 ช.ม./ภาค 1702 393: 3 ช.ม./ สัปดาห์/45 ช.ม./ภาค

ลำดับ ที่	ตำแหน่งทางวิชาการ ชื่อ-นามสกุล	ชื่อปริญญา	สาขาวิชา	ปีที่สำเร็จ	สถาบันที่สำเร็จการศึกษา	ภาระงานสอนเดิม	ภาระงานสอน ในหลักสูตรนี้
						ภาคการศึกษาปลาย 1702 210: 12 ชม./สัปดาห์/72 ชม./ภาค 1702 331: 3 ชม./สัปดาห์/45 ชม./ภาค รวม 15 ชม./สัปดาห์/117 ชม./ภาค	1702 490: 3 ชม./สัปดาห์/45 ชม./ภาค รวม 12 ชม./สัปดาห์/180 ชม./ภาค ภาคการศึกษาปลาย 1702 210: 3 ชม./สัปดาห์/45 ชม./ภาค 1702 232: 6 ชม./สัปดาห์/90 ชม./ภาค 1702 322: 3 ชม./สัปดาห์/45 ชม./ภาค รวม 12 ชม./สัปดาห์/180 ชม./ภาค

ลำดับ ที่	ตำแหน่งทางวิชาการ ชื่อ-นามสกุล	ชื่อปริญญา	สาขาวิชา	ปีที่สำเร็จ	สถาบันที่สำเร็จการศึกษา	ภาระงานสอนเดิม	ภาระงานสอน ในหลักสูตรนี้
3	นายณภดล พัฒนะศิษุบล	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	บริหารธุรกิจ	พ.ศ. 2545	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	ภาคการศึกษาต้น 1702 230: 9 ชม./ สัปดาห์/135 ชม./ภาค รวม 9 ชม./สัปดาห์/ 135 ชม./ภาค	ภาคการศึกษาต้น 1702 330: 6 ชม./ สัปดาห์/90 ชม./ภาค 1702 354: 3 ชม./ สัปดาห์/45 ชม./ภาค รวม 9 ชม./สัปดาห์/ 135 ชม./ภาค
		วิทยาศาสตร์บัณฑิต	เศรษฐศาสตร์ เกษตร	พ.ศ. 2534	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	ภาคการศึกษาปลาย 1702 210: 6 ชม./ สัปดาห์/30 ชม./ภาค 1702 353 : 3 ชม./ สัปดาห์/45 ชม./ภาค รวม 9 ชม./สัปดาห์/ 75 ชม./ภาค	ภาคการศึกษาปลาย 1702 210: 3 ชม./ สัปดาห์/45 ชม./ภาค 1702 353: 3 ชม./ สัปดาห์/45 ชม./ภาค 1702 357: 3 ชม./ สัปดาห์/45 ชม./ภาค รวม 9 ชม./สัปดาห์/ 135 ชม./ภาค

รายละเอียดเพิ่มเติมตามประวัติและผลงานของอาจารย์ประจำหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน ในภาคผนวกที่ 1 หน้า 157-177

ลำดับ ที่	ตำแหน่งทางวิชาการ ชื่อ-นามสกุล	ชื่อปริญญา	สาขาวิชา	ปีที่สำเร็จ	สถาบันที่สำเร็จ การศึกษา	ภาระงานสอนเดิม	ภาระงานสอน ในหลักสูตรนี้
อาจารย์ผู้สอน							
1	นายธรรมวิมล สุขเสริม	Doctor of Philosophy	Development Policy	พ.ศ. 2554	Hiroshima University, Japan	ภาคการศึกษาต้น 1702 242: 6 ชม./ สัปดาห์/45 ชม./ภาค	ภาคการศึกษาต้น 1702 392: 9 ชม./ สัปดาห์/135 ชม./ ภาค
		Master of Business Administration	International Business	พ.ศ. 2549	Asian Institute of Technology	1702 352: 3 ชม./ สัปดาห์/45 ชม./ภาค	รวม 9 ชม./สัปดาห์/ 135 ชม./ภาค
		ศิลปศาสตรบัณฑิต	การพัฒนาชุมชน	พ.ศ. 2534	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	ภาคการศึกษาปลาย 1702 392: 9 ชม./ สัปดาห์/135 ชม./ภาค 1702 352: 3 ชม./ สัปดาห์/45 ชม./ภาค รวม 12 ชม./สัปดาห์/ 180 ชม./ภาค	ภาคการศึกษาปลาย 1702 210: 6 ชม./ สัปดาห์/90 ชม./ภาค 1702 352: 3 ชม./ สัปดาห์/45 ชม./ภาค รวม 9 ชม./สัปดาห์/ 135 ชม./ภาค

ลำดับ ที่	ตำแหน่งทางวิชาการ ชื่อ-นามสกุล	ชื่อปริญญา	สาขาวิชา	ปีที่สำเร็จ	สถาบันที่สำเร็จ การศึกษา	ภาระงานสอนเดิม	ภาระงานสอน ในหลักสูตรนี้
2	นายอนิรุธ สืบสิงห์	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต	วิทยาการ คอมพิวเตอร์	พ.ศ. 2555	สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้า เจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง	ภาคการศึกษาต้น 1702 241: 6 ชม./ สัปดาห์/90 ชม./ภาค รวม 6 ชม./สัปดาห์/ 90 ชม./ภาค	ภาคการศึกษาต้น 1702 241: 6 ชม./ สัปดาห์/90 ชม./ภาค 1702 396: 3 ชม./ สัปดาห์/45 ชม./ภาค รวม 9 ชม./สัปดาห์/ 135 ชม./ภาค
		วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต	เทคโนโลยี สารสนเทศ	พ.ศ. 2548	มหาวิทยาลัย อุบลราชธานี		
		วิทยาศาสตรบัณฑิต	วิทยาการ คอมพิวเตอร์	พ.ศ. 2544	สถาบันราชภัฏ อุบลราชธานี	ภาคการศึกษาปลาย 1702 395: 9 ชม./ สัปดาห์/135 ชม./ภาค รวม 9 ชม./สัปดาห์/ 135 ชม./ภาค	ภาคการศึกษาปลาย 1702 247: 3 ชม./ สัปดาห์/45 ชม./ภาค 1702 345: 3 ชม./ สัปดาห์/45 ชม./ภาค 1702 395: 3 ชม./ สัปดาห์/45 ชม./ภาค รวม 9 ชม./สัปดาห์/ 135 ชม./ภาค

ลำดับ ที่	ตำแหน่งทางวิชาการ ชื่อ-นามสกุล	ชื่อปริญญา	สาขาวิชา	ปีที่สำเร็จ	สถาบันที่สำเร็จ การศึกษา	ภาระงานสอนเดิม	ภาระงานสอน ในหลักสูตรนี้
3	นายดุสิต ศรีสร้อย	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต	เทคโนโลยี สารสนเทศ	พ.ศ. 2549	มหาวิทยาลัย อุบลราชธานี	ภาคการศึกษาต้น 1706 103: 4 ช.ม./ สัปดาห์/60 ช.ม./ภาค 1702 241: 6 ช.ม./ สัปดาห์/90 ช.ม./ภาค รวม 10 ช.ม./สัปดาห์/ 150 ช.ม./ภาค	ภาคการศึกษาต้น 1702 241: 6 ช.ม./ สัปดาห์/90 ช.ม./ภาค 1702 231: 6 ช.ม./ สัปดาห์/90 ช.ม./ภาค รวม 12 ช.ม./ สัปดาห์/180 ช.ม./ ภาค
		วิทยาศาสตรบัณฑิต	พืชสวน	พ.ศ. 2541	มหาวิทยาลัย อุบลราชธานี	ภาคการศึกษาปลาย 1706 103: 6 ช.ม./ สัปดาห์/45 ช.ม./ภาค 1702 345: 6 ช.ม./ สัปดาห์/90 ช.ม./ภาค รวม 9 ช.ม./สัปดาห์/ 135 ช.ม./ภาค	ภาคการศึกษาปลาย 1702 246: 3 ช.ม./ สัปดาห์/45 ช.ม./ภาค 1702 249: 3 ช.ม./ สัปดาห์/45 ช.ม./ภาค 1702 245: 3 ช.ม./ สัปดาห์/45 ช.ม./ภาค 1706 103: 3 ช.ม./ สัปดาห์/45 ช.ม./ภาค

ลำดับ ที่	ตำแหน่งทางวิชาการ ชื่อ-นามสกุล	ชื่อปริญญา	สาขาวิชา	ปีที่สำเร็จ	สถาบันที่สำเร็จ การศึกษา	ภาระงานสอนเดิม	ภาระงานสอน ในหลักสูตรนี้
							รวม12 ช.ม./สัปดาห์/ 180 ช.ม./ภาค
4	ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิมลสินี อุดมพันธ์ (ได้รับตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ ด้านระบบสารสนเทศ เพื่อการจัดการ)	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต	เทคโนโลยี สารสนเทศ	พ.ศ. 2542	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี พระจอมเกล้าธนบุรี	ภาคการศึกษาต้น 1702 210: 6 ช.ม./ สัปดาห์/54 ช.ม./ภาค	ภาคการศึกษาต้น 1702 341: 3 ช.ม./ สัปดาห์/9 ช.ม./ภาค
		วิทยาศาสตรบัณฑิต	วิทยาการ คอมพิวเตอร์	พ.ศ. 2537	สถาบันราชภัฏ บ้านสมเด็จเจ้าพระยา	1702 341: 3 ช.ม./ สัปดาห์/9 ช.ม./ภาค รวม 9 ช.ม./สัปดาห์/ 63 ช.ม./ภาค	1702 359: 4 ช.ม./ สัปดาห์/60 ช.ม./ภาค 1702 450: 6 ช.ม./ สัปดาห์/90 ช.ม./ภาค รวม13 ช.ม./สัปดาห์/ 159 ช.ม./ภาค ภาคการศึกษาปลาย 1702 210: 6 ช.ม./ สัปดาห์/54 ช.ม./ภาค รวม 6 ช.ม./สัปดาห์/ 60 ช.ม./ภาค

ลำดับ ที่	ตำแหน่งทางวิชาการ ชื่อ-นามสกุล	ชื่อปริญญา	สาขาวิชา	ปีที่สำเร็จ	สถาบันที่สำเร็จ การศึกษา	ภาระงานสอนเดิม	ภาระงานสอน ในหลักสูตรนี้
5	นางสาวบุษกร คำโฮม	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต	การจัดการ	พ.ศ. 2561	มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีสุรนารี	ภาคการศึกษาต้น 1700 101 : 6 ช.ม./ สัปดาห์/54 ช.ม./ภาค	ภาคการศึกษาต้น 1700 101: 6 ช.ม./ สัปดาห์/54 ช.ม./ภาค
		บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	-	พ.ศ. 2552	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	รวม 6 ช.ม./สัปดาห์/ 54 ช.ม./ภาค	รวม 6 ช.ม./สัปดาห์/ 54 ช.ม./ภาค
		วิทยาศาสตร์บัณฑิต	วิทยาศาสตร์ สุขภาพ	พ.ศ. 2542	มหาวิทยาลัยขอนแก่น		
6	นางสาวนรา หัตถสิน	Doctor of Philosophy	-	พ.ศ. 2556	Tilburg University, Netherlands	ภาคการศึกษาต้น 1700 101: 9 ช.ม./ สัปดาห์/135 ช.ม./ภาค	ภาคการศึกษาต้น 1700 101: 3 ช.ม./ สัปดาห์/45 ช.ม./ภาค
		Master of Arts	International Leisure and Tourism Studies	พ.ศ. 2549	Stenden University, Netherlands	รวม 9 ช.ม./สัปดาห์/ 135 ช.ม./ภาค	1701 412: 3 ช.ม./ สัปดาห์/45 ช.ม./ภาค
		บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	บริหารธุรกิจ	พ.ศ. 2543	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่		รวม 6 ช.ม./สัปดาห์/ 90 ช.ม./ภาค
		บริหารธุรกิจบัณฑิต	บริหารธุรกิจ	พ.ศ. 2537	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่		ภาคการศึกษาปลาย 1701 412: 6 ช.ม./ สัปดาห์/90 ช.ม./ภาค
						รวม 6 ช.ม./สัปดาห์/ 90 ช.ม./ภาค	

ลำดับ ที่	ตำแหน่งทางวิชาการ ชื่อ-นามสกุล	ชื่อปริญญา	สาขาวิชา	ปีที่สำเร็จ	สถาบันที่สำเร็จ การศึกษา	ภาระงานสอนเดิม	ภาระงานสอน ในหลักสูตรนี้
7	นางสาวเคียงขวัญ อักษรวงศ์	Master's Degree in Management	Market Finance	พ.ศ. 2552	Panthéon-Sorbonne University-Paris 1, France	ภาคการศึกษาปลาย 1703 210: 9 ช.ม./ สัปดาห์/135 ช.ม./	ภาคการศึกษาปลาย 1703 210: 9 ช.ม./ สัปดาห์/135 ช.ม./
		Bachelor's Degree in Management	Applied Economics	พ.ศ. 2550	University of Paris Daupine, France	ภาค รวม 9 ช.ม./สัปดาห์/ 135 ช.ม./ภาค	ภาค รวม 9 ช.ม./สัปดาห์/ 135 ช.ม./ภาค
8	นางฉัตรฤดี ศิริลำดวง	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต	วิศวกรรมเคมีและ สิ่งแวดล้อม	พ.ศ. 2560	มหาวิทยาลัยบูรพา	ภาคการศึกษาต้น 1708 111 : 6 ช.ม./ สัปดาห์/90 ช.ม./ภาค รวม 6 ช.ม./สัปดาห์/ 90 ช.ม./ภาค	ภาคการศึกษาต้น 1708 111 : 6 ช.ม./ สัปดาห์/90 ช.ม./ภาค รวม 6 ช.ม./สัปดาห์/ 90 ช.ม./ภาค
		วิศวกรรมมหาบัณฑิต	วิศวกรรม สิ่งแวดล้อม	พ.ศ. 2551	มหาวิทยาลัย อุบลราชธานี	ภาคการศึกษาปลาย 1701 110: 3 ช.ม./ สัปดาห์/45 ช.ม./ภาค รวม 3 ช.ม./สัปดาห์/ 45 ช.ม./ภาค	ภาคการศึกษาปลาย 1701 110: 3 ช.ม./ สัปดาห์/45 ช.ม./ภาค รวม 3 ช.ม./สัปดาห์/ 45 ช.ม./ภาค
		วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต	การจัดการ ทรัพยากร	พ.ศ. 2539	มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์		
		วิทยาศาสตร์บัณฑิต	พยาบาล	พ.ศ. 2531	มหาวิทยาลัยขอนแก่น		

ลำดับ ที่	ตำแหน่งทางวิชาการ ชื่อ-นามสกุล	ชื่อปริญญา	สาขาวิชา	ปีที่สำเร็จ	สถาบันที่สำเร็จ การศึกษา	ภาระงานสอนเดิม	ภาระงานสอน ในหลักสูตรนี้
9	นายฐิติ ราศีกุล	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต	สถิติประยุกต์	พ.ศ. 2547	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	ภาคการศึกษาต้น	ภาคการศึกษาต้น
		การศึกษามหาบัณฑิต	วิทยาศาสตร์- คณิตศาสตร์	พ.ศ. 2544	มหาวิทยาลัยบูรพา	1700 200: 9 ช.ม./ สัปดาห์/135 ช.ม./ภาค รวม 9 ช.ม./สัปดาห์/ 135 ช.ม./ภาค ภาคการศึกษาปลาย 1701 460: 3 ช.ม./ สัปดาห์/45 ช.ม./ภาค รวม 3 ช.ม./สัปดาห์/ 45 ช.ม./ภาค	1700 204: 9 ช.ม./ สัปดาห์/135 ช.ม./ ภาค รวม 9 ช.ม./สัปดาห์/ 135 ช.ม./ภาค
10	นางสาววรรณภา สุทธิประภา	บัญชีมหาบัณฑิต	การบัญชี	พ.ศ. 2547	มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์	ภาคการศึกษาต้น	ภาคการศึกษาต้น
		บริหารธุรกิจบัณฑิต	การบัญชี	พ.ศ. 2540	สถาบันเทคโนโลยี ราชมงคล วิทยาเขต ภาคตะวันออก เฉิงเหวียนนครราชสีมา	1707 101: 9 ช.ม./ สัปดาห์/135 ช.ม./ภาค รวม 9 ช.ม./สัปดาห์/ 135 ช.ม./ภาค	1707 101: 9 ช.ม./ สัปดาห์/135 ช.ม./ ภาค รวม 9 ช.ม./สัปดาห์/ 135 ช.ม./ภาค

ลำดับ ที่	ตำแหน่งทางวิชาการ ชื่อ-นามสกุล	ชื่อปริญญา	สาขาวิชา	ปีที่สำเร็จ	สถาบันที่สำเร็จ การศึกษา	ภาระงานสอนเดิม	ภาระงานสอน ในหลักสูตรนี้
11	นางสาวสุภัทราภรณ์ สายสมบูรณ์	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต	การจัดการ อุตสาหกรรม	พ.ศ. 2550	สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้า เจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง	ภาคการศึกษาปลาย 1701 110: 3 ชม./ สัปดาห์/45 ชม./ภาค รวม 3 ชม./สัปดาห์/ 45 ชม./ภาค	ภาคการศึกษาปลาย 1701 110: 3 ชม./ สัปดาห์/45 ชม./ภาค รวม 3 ชม./สัปดาห์/ 45 ชม./ภาค
		วิทยาศาสตรบัณฑิต	เทคโนโลยี การจัดการ	พ.ศ. 2547	สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้า เจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง		
12	นางสาวกาญจนา คุ่มทรัพย์	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต	พัฒนบูรณาการ ศาสตร์	พ.ศ. 2559	มหาวิทยาลัย อุบลราชธานี	ภาคการศึกษาต้น 1708 100: 3 ชม./ สัปดาห์/45 ชม./ภาค รวม 3 ชม./สัปดาห์/ 45 ชม./ภาค	ภาคการศึกษาต้น 1708 100: 3 ชม./ สัปดาห์/45 ชม./ภาค รวม 3 ชม./สัปดาห์/ 45 ชม./ภาค
		วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต	การจัดการ ทรัพยากร	พ.ศ. 2543	มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์		
		วิทยาศาสตรบัณฑิต	เศรษฐศาสตร์ สหกรณ์	พ.ศ. 2536	มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์		

ลำดับ ที่	ตำแหน่งทางวิชาการ ชื่อ-นามสกุล	ชื่อปริญญา	สาขาวิชา	ปีที่สำเร็จ	สถาบันที่สำเร็จ การศึกษา	ภาระงานสอนเดิม	ภาระงานสอน ในหลักสูตรนี้
13	นางสาวอรุณรัตน์ เศวตธรรม	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต	การจัดการ โลจิสติกส์ และโซ่อุปทาน	พ.ศ. 2562	มหาวิทยาลัยบูรพา	ภาคการศึกษาต้น 1702 332: 6 ช.ม./ สัปดาห์/90 ช.ม./ภาค รวม 6 ช.ม./สัปดาห์/ 90 ช.ม./ภาค	ภาคการศึกษาต้น 1702 332: 6 ช.ม./ สัปดาห์/90 ช.ม./ภาค รวม 6 ช.ม./สัปดาห์/ 90 ช.ม./ภาค
		วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต	การบริหาร เทคโนโลยี	พ.ศ. 2548	มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์		
		เศรษฐศาสตรบัณฑิต	เศรษฐศาสตร์	พ.ศ. 2543	มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์		

4. องค์ประกอบเกี่ยวกับการฝึกประสบการณ์วิชาชีพและสหกิจศึกษา

4.1 การฝึกประสบการณ์ภาคสนาม/ฝึกงาน วิชาเอกการตลาดดิจิทัล

นักศึกษาลงทะเบียนเรียนรายวิชา 1702 460 การฝึกงานด้านการตลาด (Marketing Internship) 2 หน่วยกิต โดยฝึกปฏิบัติงานในหน่วยงานภาครัฐหรือสถานประกอบการเอกชน ในหน้าที่ด้านการตลาดหรือเกี่ยวข้องตามที่ได้รับมอบหมาย ไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์ นักศึกษาจะต้องส่งรายงานผลการฝึกปฏิบัติงานและบำเพ็ญสาธารณประโยชน์จำนวน 20 ชั่วโมง

4.1.1 มาตรฐานผลลัพธ์การเรียนรู้ของการฝึกประสบการณ์ภาคสนาม/การฝึกงาน:

- 1) มีศีลธรรม คุณธรรม และจรรยาอันดีงามในการดำรงชีวิตแบบพอเพียง มีความเพียร มุ่งมั่น มานะและบากบั่น
- 2) มีความกล้าหาญทางจริยธรรม ยึดมั่นในความถูกต้อง มีระเบียบวินัย มีความซื่อสัตย์และมีจิตสำนึก
- 3) มีความรู้ตามหลักการ ทฤษฎีในสาขาวิชาการตลาด
- 4) มีทักษะการเรียนรู้และรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมและของโลก เพื่อดำรงตนอยู่ในสังคมพหุวัฒนธรรมภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ได้
- 5) ศึกษาวิเคราะห์ปัญหา และหาแนวทางแก้ไขเกี่ยวกับอาชีพได้
- 6) มีความรับผิดชอบต่อสังคมและชีวิตอย่างสมดุล
- 7) ความเป็นผู้นำ ผู้ตามที่ดี สามัคคีและมีส่วนร่วมในการทำงานเป็นทีม
- 8) มีค่านิยมและวิสัยทัศน์ที่ดี มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น
- 9) ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่หลากหลายในการสืบค้นข้อมูล สร้างสรรค์งาน และวิเคราะห์อย่างรู้เท่าทัน

4.1.2 ช่วงเวลา: ภาคการศึกษาปลาย ชั้นปีที่ 4

4.1.3 การจัดเวลาและตารางสอน: ฝึกปฏิบัติงานในหน่วยงานภาครัฐหรือสถานประกอบการเอกชน ไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์

4.1.4 ความร่วมมือกับสถานประกอบการ: ไม่มี

4.2 สหกิจศึกษา วิชาเอกการตลาดดิจิทัล

นักศึกษาลงทะเบียนเรียนรายวิชา 1702 483 สหกิจศึกษาด้านการตลาด (Marketing Cooperative Education) 6 หน่วยกิต จะต้องผ่านรายวิชา 1702 482 เตรียมสหกิจศึกษา (Preparation for Cooperative Education) 1(1-0-2) โดยฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาในสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการตลาดต่อเนื่องกันไม่น้อยกว่า 4 เดือน จะต้องส่งรายงานสหกิจศึกษาและนำเสนอโครงการและต้องบำเพ็ญสาธารณประโยชน์จำนวน 20 ชั่วโมง

4.2.1 มาตรฐานผลลัพธ์การเรียนรู้ของสหกิจศึกษา:

- 1) มีศีลธรรม คุณธรรม และจรรยาอันดีงามในการดำรงชีวิตแบบพอเพียง มีความเพียร มุ่งมั่น มานะและบากบั่น
- 2) มีความกล้าหาญทางจริยธรรม ยึดมั่นในความถูกต้อง มีระเบียบวินัย มีความซื่อสัตย์และมีจิตสำนึก
- 3) มีความรู้ตามหลักการ ทฤษฎีในสาขาวิชาการตลาด
- 4) มีทักษะการคิดแบบองค์รวม คิดแบบสร้างสรรค์ คิดแบบการเป็นผู้ประกอบการและสามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้
- 5) ค้นหาข้อเท็จจริง สรุปทำความเข้าใจเกี่ยวกับอาชีพได้
- 6) ศึกษาวิเคราะห์ปัญหา และหาแนวทางแก้ไขเกี่ยวกับอาชีพได้
- 7) มีความรับผิดชอบต่อสังคมและชีวิตอย่างสมดุล
- 8) มีความเป็นผู้นำ ผู้ตามที่ดี สามัคคีและมีส่วนร่วมในการทำงานเป็นทีม
- 9) มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร ทั้งการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียน
- 10) ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่หลากหลายในการสืบค้นข้อมูล สร้างสรรค์งาน และวิเคราะห์อย่างรู้เท่าทัน

4.2.2 ช่วงเวลา: ภาคการศึกษาปลาย ชั้นปีที่ 4

4.2.3 การจัดเวลาและตารางสอน: ฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาในสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการตลาดต่อเนื่องกันไม่น้อยกว่า 4 เดือน

4.2.4 ความร่วมมือกับสถานประกอบการ: ไม่มี

4.3 การฝึกประสบการณ์ภาคสนาม/ฝึกงาน วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่

นักศึกษาลงทะเบียนเรียนรายวิชา 1702 171 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 1 (Modern Trade Business Management Internship I) 2 หน่วยกิต โดยกำหนดให้ฝึกงานในสถานประกอบการด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ การฝึกปฏิบัติงานพื้นฐานภายในร้าน การขายสินค้า และการให้บริการลูกค้า การจัดวางสินค้า การตรวจสอบจำนวนสินค้า การจัดเรียงสินค้าเบื้องต้น การดูแลสภาพแวดล้อมของร้าน ฝึกงานอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์ นักศึกษาจะต้องส่งรายงานผลการฝึกปฏิบัติงานและบำเพ็ญสาธารณประโยชน์จำนวน 20 ชั่วโมง

4.3.1 มาตรฐานผลลัพธ์การเรียนรู้ของการฝึกประสบการณ์ภาคสนาม/การฝึกงาน:

- 1) มีศีลธรรม คุณธรรม และจรรยาอันดีงามในการดำรงชีวิตแบบพอเพียง มีความเพียร มุ่งมั่น อดทน และบากบั่น
- 2) มีจิตสำนึกและตระหนักในการปฏิบัติตามจริยธรรมในอาชีพ
- 3) มีความรู้ตามหลักการ ทฤษฎีในสาขาวิชาการตลาด
- 4) มีทักษะการเรียนรู้และรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมและของโลก เพื่อดำรงอยู่ในสังคมพหุวัฒนธรรมภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ได้
- 5) มีความรับผิดชอบต่อสังคมและชีวิตอย่างสมดุล
- 6) มีความเป็นผู้นำ ผู้ตามที่ดี สามัคคีและมีส่วนร่วมในการทำงานเป็นทีม
- มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร ทั้งการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียน
- 7) มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร ทั้งการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียน

4.3.2 ช่วงเวลา: ภาคการศึกษาต้น ชั้นปีที่ 1

4.3.3 การจัดเวลาและตารางสอน: ฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์

4.3.4 ความร่วมมือกับสถานประกอบการ: บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

4.3.5 เงื่อนไขพิเศษ: ไม่มี

4.4 การฝึกประสบการณ์ภาคสนาม/ฝึกงาน วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่

นักศึกษาลงทะเบียนเรียนรายวิชา 1702 172 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 2 (Modern Trade Business Management Internship II) 2 หน่วยกิต โดยกำหนดให้ฝึกงานในสถานประกอบการด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ การฝึกปฏิบัติงานตามหน้าที่และความรับผิดชอบภายในร้าน การปฏิบัติงานตามกระบวนการขายสินค้าและการให้บริการลูกค้า มาตรฐานการทำงาน ระบบร้าน คุณภาพในระดับผู้ช่วย การกระจายและบริหารเป้าหมาย การบริหารทรัพยากรและการบำรุงรักษาอุปกรณ์ การจัดการสินค้าประเภทอาหาร ฝึกงานอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์ นักศึกษาจะต้องส่งรายงานผลการฝึกปฏิบัติงานและบำเพ็ญสาธารณประโยชน์จำนวน 20 ชั่วโมง

4.4.1 มาตรฐานผลลัพธ์การเรียนรู้ของการฝึกประสบการณ์ภาคสนาม/การฝึกงาน:

- 1) มีศีลธรรม คุณธรรม และจรรยาอันดีงามในการดำรงชีวิตแบบพอเพียง มีความเพียร มุ่งมั่น มานะและบากบั่น
- 2) มีจิตสำนึกและตระหนักในการปฏิบัติตามจริยธรรมในอาชีพ
- 3) มีความรู้ตามหลักการ ทฤษฎีในสาขาวิชาการตลาด
- 4) มีทักษะการเรียนรู้และรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมและของโลก เพื่อดำรงตนอยู่ในสังคมพหุวัฒนธรรมภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ได้
- 5) มีความรับผิดชอบต่อสังคมและชีวิตอย่างสมดุล
- 6) มีความเป็นผู้นำ ผู้ตามที่ดี สามัคคีและมีส่วนร่วมในการทำงานเป็นทีม
- มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร ทั้งการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียน
- 7) มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร ทั้งการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียน

4.4.2 ช่วงเวลา: ภาคการศึกษาปลาย ชั้นปีที่ 1

4.4.3 การจัดเวลาและตารางสอน: ฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์

4.4.4 ความร่วมมือกับสถานประกอบการ: บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

4.4.5 เงื่อนไขพิเศษ: ไม่มี

4.5 การฝึกประสบการณ์ภาคสนาม/ฝึกงาน วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่

นักศึกษาลงทะเบียนเรียนรายวิชา 1702 271 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 3 (Modern Trade Business Management Internship III) 2 หน่วยกิต โดยกำหนดให้ฝึกงานในสถานประกอบการด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ การฝึกปฏิบัติงานตามหน้าที่และความรับผิดชอบภายในร้าน การบริหารจัดการสินค้า การสั่ง การรับและการจัดเรียง การจัดการเอกสารสินค้าคงคลัง การควบคุมคุณภาพสินค้า ฝึกงานอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์ นักศึกษาจะต้องส่งรายงานผลการฝึกปฏิบัติงานและบำเพ็ญสาธารณประโยชน์จำนวน 20 ชั่วโมง

4.5.1 มาตรฐานผลลัพธ์การเรียนรู้ของการฝึกประสบการณ์ภาคสนาม/การฝึกงาน:

- 1) มีศีลธรรม คุณธรรม และจรรยาอันดีงามในการดำรงชีวิตแบบพอเพียง มีความเพียร มุ่งมั่น มานะและบากบั่น
- 2) มีจิตสำนึกและตระหนักในการปฏิบัติตามจริยธรรมในอาชีพ
- 3) มีความรู้ตามหลักการ ทฤษฎีในสาขาวิชาการตลาด
- 4) มีทักษะการเรียนรู้และรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมและของโลก เพื่อดำรงตนอยู่ในสังคมพหุวัฒนธรรมภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ได้
- 5) มีความรับผิดชอบต่อสังคมและชีวิตอย่างสมดุล
- 6) มีความเป็นผู้นำ ผู้ตามที่ดี สามัคคีและมีส่วนร่วมในการทำงานเป็นทีม มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร ทั้งการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียน
- 7) มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร ทั้งการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียน

4.5.2 ช่วงเวลา: ภาคการศึกษาต้น ชั้นปีที่ 2

4.5.3 การจัดเวลาและตารางสอน: ฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์

4.5.4 ความร่วมมือกับสถานประกอบการ: บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

4.5.5 เงื่อนไขพิเศษ: ไม่มี

4.6 การฝึกประสบการณ์ภาคสนาม/ฝึกงาน วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่

นักศึกษาลงทะเบียนเรียนรายวิชา 1702 272 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 4 (Modern Trade Business Management Internship IV) 2 หน่วยกิต โดยกำหนดให้ฝึกงานในสถานประกอบการด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ การฝึกปฏิบัติงานตามหน้าที่และความรับผิดชอบ ภายในร้านค้าสมัยใหม่ การบริหารการขายประจำผลัด การตรวจสอบสินค้า การตรวจสอบมาตรฐานร้าน คิวเอสเอสไอ การสื่อสารภายในร้าน การสร้างความสัมพันธ์และพึงพอใจกับลูกค้า การควบคุมเอกสารและบันทึกของร้าน ฝึกงานอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์ นักศึกษาจะต้องส่งรายงานผลการฝึกปฏิบัติงาน และบำเพ็ญสาธารณประโยชน์จำนวน 20 ชั่วโมง

4.6.1 มาตรฐานผลลัพธ์การเรียนรู้ของการฝึกประสบการณ์ภาคสนาม/การฝึกงาน:

- 1) มีศีลธรรม คุณธรรม และจรรยาอันดีงามในการดำรงชีวิตแบบพอเพียง มีความเพียร มุ่งมั่น มานะและบากบั่น
- 2) มีจิตสำนึกและตระหนักในการปฏิบัติตามจริยธรรมในอาชีพ
- 3) มีความรู้ตามหลักการ ทฤษฎีในสาขาวิชาการตลาด
- 4) มีทักษะการเรียนรู้และรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมและของโลก เพื่อดำรงตน อยู่ในสังคมพหุวัฒนธรรมภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ได้
- 5) มีความรับผิดชอบต่อสังคมและชีวิตอย่างสมดุล
- 6) มีความเป็นผู้นำ ผู้ตามที่ดี สามัคคีและมีส่วนร่วมในการทำงานเป็นทีม
- มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร ทั้งการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียน
- 7) มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร ทั้งการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียน

4.6.2 ช่วงเวลา: ภาคการศึกษาปลาย ชั้นปีที่ 2

4.6.3 การจัดเวลาและตารางสอน: ฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์

4.6.4 ความร่วมมือกับสถานประกอบการ: บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

4.6.5 เงื่อนไขพิเศษ: ไม่มี

4.7 การฝึกประสบการณ์ภาคสนาม/ฝึกงาน วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่

นักศึกษาลงทะเบียนเรียนรายวิชา 1702 371 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 5 (Modern Trade Business Management Internship V) 2 หน่วยกิต โดยกำหนดให้ฝึกงานในสถานประกอบการด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ การฝึกปฏิบัติงานตามหน้าที่และความรับผิดชอบ ภายในร้าน มาตรฐานการทำงาน ระบบร้านคุณภาพระดับผู้จัดการร้าน การกระจายและการบริหารเป้าหมาย การบริหารทรัพยากรด้านบุคลากรและอุปกรณ์ การบริหารจัดการสินค้า ฝึกงานอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์ นักศึกษาจะต้องส่งรายงานผลการฝึกปฏิบัติงานและบำเพ็ญสาธารณประโยชน์จำนวน 20 ชั่วโมง

4.7.1 มาตรฐานผลลัพธ์การเรียนรู้ของการฝึกประสบการณ์ภาคสนาม/การฝึกงาน:

- 1) มีศีลธรรม คุณธรรม และจรรยาอันดีงามในการดำรงชีวิตแบบพอเพียง มีความเพียร มุ่งมั่น มานะและบากบั่น
- 2) มีจิตสำนึกและตระหนักในการปฏิบัติตามจริยธรรมในอาชีพ
- 3) มีความรู้ตามหลักการ ทฤษฎีในสาขาวิชาการตลาด
- 4) มีทักษะการเรียนรู้และรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมและของโลก เพื่อดำรงตนอยู่ในสังคมพหุวัฒนธรรมภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ได้
- 5) มีความรับผิดชอบต่อสังคมและชีวิตอย่างสมดุล
- 6) มีความเป็นผู้นำ ผู้ตามที่ดี สามัคคีและมีส่วนร่วมในการทำงานเป็นทีม
- มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร ทั้งการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียน
- 7) มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร ทั้งการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียน

4.7.2 ช่วงเวลา: ภาคการศึกษาต้น ชั้นปีที่ 3

4.7.3 การจัดเวลาและตารางสอน: ฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์

4.7.4 ความร่วมมือกับสถานประกอบการ: บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

4.7.5 เงื่อนไขพิเศษ: ไม่มี

4.8 การฝึกประสบการณ์ภาคสนาม/ฝึกงาน วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่

นักศึกษาลงทะเบียนเรียนรายวิชา 1702 372 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 6 (Modern Trade Business Management Internship VI) 2 หน่วยกิต โดยกำหนดให้ฝึกงานในสถานประกอบการด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ การฝึกปฏิบัติงานตามหน้าที่และความรับผิดชอบ ภายในร้านค้าสมัยใหม่ การควบคุมและจัดการเอกสารภายในร้าน การสื่อสารภายในร้าน การสร้างความสัมพันธ์และความพึงพอใจของลูกค้า ฝึกงานอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์ นักศึกษาจะต้องส่งรายงานผลการฝึกปฏิบัติงานและบำเพ็ญสาธารณประโยชน์จำนวน 20 ชั่วโมง

4.8.1 มาตรฐานผลลัพธ์การเรียนรู้ของการฝึกประสบการณ์ภาคสนาม/การฝึกงาน:

- 1) มีศีลธรรม คุณธรรม และจรรยาอันดีงามในการดำรงชีวิตแบบพอเพียง มีความเพียร มุ่งมั่น มานะและบากบั่น
- 2) มีจิตสำนึกและตระหนักในการปฏิบัติตามจริยธรรมในอาชีพ
- 3) มีความรู้ตามหลักการ ทฤษฎีในสาขาวิชาการตลาด
- 4) มีทักษะการเรียนรู้และรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมและของโลก เพื่อดำรงตนอยู่ในสังคมพหุวัฒนธรรมภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ได้
- 5) มีความรับผิดชอบต่อสังคมและชีวิตอย่างสมดุล
- 6) มีความเป็นผู้นำ ผู้ตามที่ดี สามัคคีและมีส่วนร่วมในการทำงานเป็นทีม มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร ทั้งการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียน
- 7) มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร ทั้งการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียน

4.8.2 ช่วงเวลา: ภาคการศึกษาปลาย ชั้นปีที่ 3

4.8.3 การจัดเวลาและตารางสอน: ฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์

4.8.4 ความร่วมมือกับสถานประกอบการ: บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

4.8.5 เงื่อนไขพิเศษ: ไม่มี

4.9 การฝึกประสบการณ์ภาคสนาม/ฝึกงาน วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่

นักศึกษาลงทะเบียนเรียนรายวิชา 1702 471 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 7 (Modern Trade Business Management Internship VII) 2 หน่วยกิต โดยกำหนดให้ฝึกงานในสถานประกอบการด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ การฝึกปฏิบัติงานตามหน้าที่และความรับผิดชอบภายในร้านค้าสมัยใหม่ การวางแผน งานลงมือปฏิบัติ งานตรวจสอบและงานติดตาม ทั้งงานประจำวัน งานประจำสัปดาห์และงานประจำเดือน ฝึกงานอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์ นักศึกษาจะต้องส่งรายงานผลการฝึกปฏิบัติงานและบำเพ็ญสาธารณประโยชน์จำนวน 20 ชั่วโมง

4.9.1 มาตรฐานผลลัพธ์การเรียนรู้ของการฝึกประสบการณ์ภาคสนาม/การฝึกงาน:

- 1) มีศีลธรรม คุณธรรม และจรรยาอันดีงามในการดำรงชีวิตแบบพอเพียง มีความเพียร มุ่งมั่น มานะและบากบั่น
- 2) มีจิตสำนึกและตระหนักในการปฏิบัติตามจริยธรรมในอาชีพ
- 3) มีความรู้ตามหลักการ ทฤษฎีในสาขาวิชาการตลาด
- 4) มีทักษะการเรียนรู้และรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมและของโลก เพื่อดำรงตนอยู่ในสังคมพหุวัฒนธรรมภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ได้
- 5) มีความรับผิดชอบต่อสังคมและชีวิตอย่างสมดุล
- 6) มีความเป็นผู้นำ ผู้ตามที่ดี สามัคคีและมีส่วนร่วมในการทำงานเป็นทีม
- มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร ทั้งการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียน
- 7) มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร ทั้งการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียน

4.9.2 ช่วงเวลา: ภาคการศึกษาต้น ชั้นปีที่ 4

4.9.3 การจัดเวลาและตารางสอน: ฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์

4.9.4 ความร่วมมือกับสถานประกอบการ: บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

4.9.5 เงื่อนไขพิเศษ: ไม่มี

4.10 การฝึกประสบการณ์ภาคสนาม/ฝึกงาน วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่

นักศึกษาลงทะเบียนเรียนรายวิชา 1702 472 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 8 (Modern Trade Business Management Internship VIII) 2 หน่วยกิต โดยกำหนดให้ฝึกงานในสถานประกอบการด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ การฝึกปฏิบัติงานในสายสำนักงานเป็นการสนับสนุนการดำเนินงานของธุรกิจการค้าสมัยใหม่ การตลาด การจัดซื้อ การประสานงานกับหน่วยอื่น ขององค์การที่เป็นเครือข่ายธุรกิจการค้าสมัยใหม่และครอบคลุมงานในร้านทั้งหมด ฝึกงานอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์ นักศึกษาจะต้องส่งรายงานผลการฝึกปฏิบัติงานและบำเพ็ญสาธารณประโยชน์จำนวน 20 ชั่วโมง

4.10.1 มาตรฐานผลลัพธ์การเรียนรู้ของการฝึกประสบการณ์ภาคสนาม/การฝึกงาน:

- 1) มีศีลธรรม คุณธรรม และจรรยาอันดีงามในการดำรงชีวิตแบบพอเพียง มีความเพียร มุ่งมั่น มานะและบากบั่น
- 2) มีความกล้าหาญทางจริยธรรม ยึดมั่นในความถูกต้อง มีระเบียบวินัย มีความซื่อสัตย์และมีจิตสำนึก
- 3) มีความรู้ตามหลักการ ทฤษฎีในสาขาวิชาการตลาด
- 4) มีทักษะการคิดแบบองค์รวม คิดแบบสร้างสรรค์ คิดแบบการเป็นผู้ประกอบการและสามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้
- 5) มีความรับผิดชอบต่อสังคมและชีวิตอย่างสมดุล
- 6) มีความเป็นผู้นำ ผู้ตามที่ดี สามัคคีและมีส่วนร่วมในการทำงานเป็นทีม
- มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร ทั้งการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียน
- 7) มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร ทั้งการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียน
- 8) ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่หลากหลายในการสืบค้นข้อมูล สร้างสรรค์งาน และวิเคราะห์อย่างรู้เท่าทัน

4.10.2 ช่วงเวลา: ภาคการศึกษาปลาย ชั้นปีที่ 4

4.10.3 การจัดเวลาและตารางสอน: ฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์

4.10.4 ความร่วมมือกับสถานประกอบการ: บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

4.10.5 เงื่อนไขพิเศษ: ไม่มี

5. ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงการ 1702 481 โครงการด้านการตลาด (Marketing Project)

5.1 คำอธิบายโดยย่อ

การจัดทำโครงการด้านการตลาดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน วิเคราะห์ปัญหาจากการฝึกงาน เสนอแนะแนวทางแก้ไข การเขียนรายงาน การนำเสนอรายงาน

5.2 มาตรฐานผลลัพธ์การเรียนรู้:

- 1) มีศีลธรรม คุณธรรม และจรรยาอันดีงามในการดำรงชีวิตแบบพอเพียง มีความเพียร มุ่งมั่น มานะและบากบั่น
- 2) รู้คุณค่า รักความเป็นไทยและภูมิปัญญาไทย
- 3) มีจิตสำนึกและตระหนักในการปฏิบัติตามจรรยาธรรมในอาชีพ
- 4) มีความรู้ตามหลักการ ทฤษฎีในสาขาวิชาการตลาด
- 5) มีทักษะการคิดแบบองค์รวม คิดแบบสร้างสรรค์ คิดแบบการเป็นผู้ประกอบการและสามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้
- 6) ค้นหาข้อเท็จจริง สรุปทำความเข้าใจเกี่ยวกับอาชีพได้
- 7) ศึกษาวิเคราะห์ปัญหา และหาแนวทางแก้ไขเกี่ยวกับอาชีพได้
- 8) มีความรับผิดชอบต่อสังคมและชีวิตอย่างสมดุล
- 9) มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร ทั้งการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียน
- 10) ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่หลากหลายในการสืบค้นข้อมูล สร้างสรรค์งาน และวิเคราะห์อย่างรู้เท่าทัน

5.3 ช่วงเวลา: ภาคการศึกษาปลาย ชั้นปีที่ 4

5.4 จำนวนหน่วยกิต: 2 หน่วยกิต

5.5 การเตรียมการ

- 1) ปฐมนิเทศ แนะนำและแจกคู่มือการจัดทำโครงการทางด้านการตลาด แนะนำอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ หัวข้อในการแนะนำ เช่น การจัดทำโครงการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน การเขียนรายงานถูกต้องตามหลักวิชาการ การนำเสนอรายงาน เป็นต้น
- 2) แจ้งช่องทางการติดต่อสื่อสาร การขอความช่วยเหลือต่าง ๆ
- 3) จัดอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ
- 4) อาจารย์ที่ปรึกษาจัดตารางเวลาการให้คำปรึกษาและการติดตามการทำงานของนักศึกษา

5.6 กระบวนการประเมินผล: เป็นการประเมินผลจาก 3 ส่วน ได้แก่ 1) ประเมินผลจากคุณภาพ
โครงการทางด้านการตลาด 2) ประเมินผลจากอาจารย์ที่ปรึกษา 3) ประเมินผลจากการนำเสนอโครงการของ
นักศึกษา การประเมินผลจะเป็นการประเมินแบบเกรด

หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล

1. การพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา

1.1 คุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา	1.2 กลยุทธ์การสอนและกิจกรรมนักศึกษาที่จะใช้ในการพัฒนา
1.1.1 สร้างสรรค์ ได้แก่ กระบวนการคิดที่หลากหลายหรือแปลกใหม่ไปจากเดิม นำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมได้ คุณลักษณะที่พึงประสงค์ - มีทักษะการคิด วิเคราะห์ วางแผนและการแก้ไขปัญหาด้านการตลาดดิจิทัล และการตลาดการค้าสมัยใหม่ - มีทัศนคติเชิงบวก พร้อมทั้งจะรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น - สามารถรู้เท่าทันและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีให้เหมาะสมกับวิถีชีวิต และสังคม การเปลี่ยนแปลงในโลกปัจจุบัน - มีความรับผิดชอบ โลกทัศน์กว้างไกล สามารถสร้างสรรค์ผลงานหรือนวัตกรรมได้	- มีการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางด้านการตลาดดิจิทัล การตลาดการค้าสมัยใหม่ จะมีการมอบหมายงาน เพื่อฝึกให้นักศึกษามีทักษะการคิด วิเคราะห์ วางแผนและการแก้ไขปัญหาด้านการตลาดได้ - มีกิจกรรมการสร้างทัศนคติเชิงบวก การรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น - มีการเรียนการสอนและมอบหมายงาน ให้มีการค้นคว้าและสามารถรู้เท่าทันและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีให้เหมาะสมกับวิถีชีวิต และสังคมความเปลี่ยนแปลงในโลกปัจจุบัน - กิจกรรมศึกษาดูงานนอกสถานที่เพื่อเปิดโลกทัศน์กว้างไกล - นักศึกษาจัดทำโครงการด้านการตลาด เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน วิเคราะห์ปัญหาจากการฝึกงาน เสนอแนะแนวทางแก้ไข การเขียนรายงานการนำเสนอรายงาน
1.1.2 สามัคคี ได้แก่ ความพร้อมเพรียงกัน ความกลมเกลียวเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน คุณลักษณะที่พึงประสงค์ - มีทักษะการทำงานเป็นทีม - มีทัศนคติเชิงบวก พร้อมทั้งจะรับฟังความเห็นของผู้อื่น - มีมนุษยสัมพันธ์ และรู้จักบทบาทหน้าที่ของตน	- มีกิจกรรมหรือโครงการที่พัฒนากระบวนการมีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์ เพื่อสร้างความสามารถในการทำงานเป็นทีมและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี - การฝึกปฏิบัติการจริงในสถานประกอบการ ทำให้มีการเรียนรู้ทักษะการทำงานเป็น ทีม การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และการวางตัวที่เหมาะสม

1.1 คุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา	1.2 กลยุทธ์การสอนและกิจกรรมนักศึกษาที่จะใช้ในการพัฒนา
1.1.3 สำนึกต่อสังคม ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อสังคม เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตน คุณลักษณะที่พึงประสงค์ 1. มีความรับผิดชอบต่อสังคม เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตน 2. มีจิตสำนึกรักท้องถิ่น 3. มีระเบียบวินัย และเคารพกฎหมาย	การบำเพ็ญสาธารณประโยชน์หรือจิตอาสา นอกเหนือจากการฝึกปฏิบัติการจริงในสถานประกอบการ เป็นการปลูกฝังความมีน้ำใจ มีจิตอาสา จิตสาธารณะ เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม
1.1.4 คุณลักษณะพิเศษที่หลักสูตรต้องการด้านความรู้เชิงวิชาการ 1. มีความรู้และทักษะทางดิจิทัล สามารถบูรณาการศาสตร์ด้านการตลาดดิจิทัล และการตลาดการค้าสมัยใหม่ เพื่อพัฒนาหรือนำไปใช้ในองค์กรธุรกิจ 2. มีความคิดสร้างสรรค์และนำเสนออย่างมืออาชีพ 3. มีการยอมรับและปรับเปลี่ยนให้เข้ากับบริบทที่เปลี่ยนแปลง 4. มีความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่น	- กำหนดให้รายวิชาในหมวดวิชาชีพเฉพาะของหลักสูตร เป็นรายวิชาที่สอดคล้องกับคุณสมบัติด้านความรู้เชิงวิชาการของผู้เรียน และกำหนดให้ในแต่ละวิชาต้องสอดแทรกความรู้ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ - มีเวทีให้นักศึกษาสามารถนำเสนอความรู้ที่ได้จากการศึกษาหรือ ความรู้จากการสังเคราะห์ที่ได้เรียบเรียงเนื้อหาไว้อย่างถูกต้องแล้ว หรือแสดงความสามารถด้านวิชาการให้กับอาจารย์ประจำวิชาและเพื่อนร่วมชั้นฟัง - จัดให้มีอาจารย์พิเศษหรือผู้เชี่ยวชาญเฉพาะในหลักสูตร - ฝึกทักษะการปฏิบัติในรูปของการฝึกงาน และสหกิจศึกษาในสถานประกอบการ - กำหนดให้มีกิจกรรมศึกษาดูงานในสถานประกอบการธุรกิจ
ความสามารถทางด้านอารมณ์และจิตใจ 1. มีความรับผิดชอบในการปฏิบัติหน้าที่และมีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่แก่ผู้อื่น 2. มีคุณธรรมและจริยธรรมรวมถึงมีจรรยาบรรณในวิชาชีพ 3. มีความอดทนในการทำงาน	- สนับสนุนให้ผู้เรียนเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย คณะหรือองค์กรอื่น ๆ ทั้งในรูปแบบของกิจกรรมส่งเสริมทักษะทางด้านความคิด การละเล่น การบำเพ็ญประโยชน์หรือกิจกรรมด้านวิชาการ - สนับสนุนให้ผู้เรียนเข้าร่วมโครงการหรือชมรมต่าง ๆ ในมหาวิทยาลัย

1.1 คุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา	1.2 กลยุทธ์การสอนและกิจกรรมนักศึกษาที่จะใช้ในการพัฒนา
	- สนับสนุนให้ผู้เรียนเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติธรรม - สนับสนุนให้ผู้เรียนจัดทำกิจกรรมจิตอาสาในแต่ละปีการศึกษา
ด้านบุคลิกภาพและการปรับตัวในสังคม 1. สามารถทำงานร่วมกันเป็นทีม มีความรับผิดชอบและตรงต่อเวลา เล็งเห็นประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตัว 2. มีการแต่งกายเหมาะสม มีสัมมาคารวะและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี 3. ใฝ่รู้และติดตามข่าวสารต่าง ๆ ด้านการตลาดดิจิทัลและการตลาดการค้าสมัยใหม่ อย่างสม่ำเสมอ	- กำหนดให้มีกิจกรรมช่วยเหลือสังคมที่ตระหนักถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าส่วนตน - กำหนดให้มีการฝึกงาน/สหกิจศึกษาเพื่อให้ผู้เรียนได้มีประสบการณ์ในการทำงานก่อนสำเร็จการศึกษา และรู้จักการปรับตัวในสังคม รวมถึงมีระเบียบวินัยในการทำงาน - กำหนดให้มีการปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่ โดยอบรมเกี่ยวกับเรื่องการปรับตัวเข้ากับเพื่อนใหม่ การเรียนการสอนแบบใหม่ รวมถึงการแต่งกายที่เหมาะสม รวมถึงกิริยามารยาทในการเข้าพบอาจารย์และการติดต่อเจ้าหน้าที่ - กำหนดให้มีการปฐมนิเทศนักศึกษาฝึกงาน/สหกิจศึกษา โดยมีการอบรมเกี่ยวกับเรื่องการแต่งกายให้เหมาะสม บุคลิกภาพและการวางตัวเมื่อเข้าไปฝึกงานในสถานที่ราชการและเอกชน - ส่งเสริมการทำกิจกรรมสังคมและวัฒนธรรมทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย เช่น การแห่เทียนพรรษา กีฬาสัมพันธ์ เป็นต้น

2. การพัฒนาผลลัพธ์การเรียนรู้ในแต่ละด้าน

1) ผลลัพธ์การเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน	2) กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในรายวิชาต่าง ๆ ในหลักสูตร	3) วิธีการวัดประเมินผลที่จะใช้ในรายวิชาต่าง ๆ ในหลักสูตร
1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม		
1.1 มีศีลธรรม คุณธรรม และจรรยาอันดีงามในการดำรงชีวิตแบบพอเพียง มีความเพียร มุ่งมั่นมานะและบากบั่น 1.2 มีความกล้าหาญทางจริยธรรม ยึดมั่นในความถูกต้อง มีระเบียบวินัย มีความซื่อสัตย์และมีจิตสำนึก 1.3 รู้คุณค่า รักความเป็นไทย และภูมิปัญญาไทย 1.4 มีจิตสำนึกและตระหนักในการปฏิบัติตามจริยธรรมในอาชีพ	1. อาจารย์ประพฤติตนเป็นแบบอย่าง 2. อาจารย์ให้ข้อมูลย้อนกลับ 3. การเรียนการสอนที่เน้นให้ผู้เรียนตระหนักถึงคุณธรรมและจริยธรรม 4. ส่งเสริมให้มีกิจกรรมจิตอาสา	1. นักศึกษาประเมินผลการเรียนรู้ด้วยตนเอง ก่อนและหลังเรียน 2. ประเมินโดยเพื่อน 3. ประเมินจากการฝึกประสบการณ์ โดยให้องค์กรที่รับนักศึกษาเข้าฝึกงานประเมินผ่านแบบสอบถามที่ได้กำหนดไว้
2. ด้านความรู้		
2.1 มีความรอบรู้และสามารถเชื่อมโยงนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตได้ 2.2 มีความรู้ตามหลักการ ทฤษฎีในสาขาวิชาการตลาด	1. บรรยาย อภิปรายการทำงานกลุ่ม การนำเสนอรายงาน การวิเคราะห์กรณีศึกษา และมอบหมายให้ค้นคว้า หาบทความข้อมูลที่เกี่ยวข้อง โดยนำมาสรุปและนำเสนอ 2. การมอบหมายงาน 3. การจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ การจัดให้มีการฝึกปฏิบัติ/โครงงาน/วิจัย/ฝึกภาคสนามในรายวิชา 4. การสอนแบบกรณีศึกษา	1. การทดสอบย่อย 2. การนำเสนอหน้าชั้นเรียนหรือรูปเล่มรายงาน หรือกิจกรรมระหว่างเรียน 3. การสอบกลางภาคและปลายภาค 4. ประเมินผลการเรียนและการฝึกประสบการณ์ที่ให้ปฏิบัติตามสภาพจริง 5. ประเมินจากผลงานของกิจกรรมหรือในวิชา 6. โครงการกลุ่ม 7. การสัมภาษณ์ 8. การนำเสนองาน

1) ผลลัพธ์การเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน	2) กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในรายวิชาต่าง ๆ ในหลักสูตร	3) วิธีการวัดประเมินผลที่จะใช้ในรายวิชาต่าง ๆ ในหลักสูตร
	5. การสอนแบบสถานการณ์จำลอง 6. เทคนิคการเรียนรู้แบบร่วมมือ 7. การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม การเรียนการสอนแบบบูรณาการ 8. การสอนโดยใช้ปัญหาเป็นฐาน 9. การสอนโดยใช้เทคนิคการระดมสมอง 10. การเรียนแบบออนไลน์ 11. การเรียนแบบผสมผสาน	9. คำถามอรรถนัย 10. แบบทดสอบวัดด้านการปฏิบัติ 11. การประเมินตนเอง 12. ประเมินโดยเพื่อน โดยเน้นการใช้วิธีการวัดที่หลากหลายตามเนื้อหาและกิจกรรมเพื่อพัฒนาผู้เรียน ผลการประเมินต้องสะท้อนให้เห็นความก้าวหน้าของผู้เรียน
3. ด้านทักษะทางปัญญา		
3.1 มีทักษะการเรียนรู้และรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมและของโลก เพื่อดำรงตนอยู่ในสังคมพหุวัฒนธรรมภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ได้ 3.2 มีทักษะการคิดแบบองค์รวม คิดแบบสร้างสรรค์ คิดแบบการเป็นผู้ประกอบการและสามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้ 3.3 ค้นหาข้อเท็จจริง สรุปรายความเข้าใจเกี่ยวกับอาชีพได้ 3.4 ศึกษาวิเคราะห์ปัญหา และหาแนวทางแก้ไขเกี่ยวกับอาชีพได้	1. การมอบหมายให้นักศึกษาทำโครงการและนำเสนอผลการศึกษา 2. การสอนฝึกปฏิบัติการ 3. การมอบหมายงานให้คิดวิเคราะห์ 4. การมอบหมายงานที่มีการคิดคำนวณ 5. การจัดกิจกรรมอภิปรายสัมมนา แสดงความคิดเห็น 6. การสอนแบบกรณีศึกษา 7. การสอนโดยใช้เกม 8. การสอนแบบบรรยาย 9. การสอนแบบสถานการณ์จำลอง 10. การสอนแบบสัมมนา	1. สอบกลางภาค 2. สอบปลายภาค โดยเน้นข้อสอบที่มีการวิเคราะห์สถานการณ์ หรือวิเคราะห์แนวคิดในการประยุกต์ใช้ 3. แบบสังเกต/ประเมินการฝึกปฏิบัติ 4. ประเมินผลการวิเคราะห์กรณีศึกษา 5. ประเมินผลการนำเสนอรายงานที่มอบหมาย 6. งานที่ให้ปฏิบัติตามสภาพจริง 7. การนำเสนองาน 8. การซักถาม

1) ผลลัพธ์การเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน	2) กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในรายวิชาต่าง ๆ ในหลักสูตร	3) วิธีการวัดประเมินผลที่จะใช้ในรายวิชาต่าง ๆ ในหลักสูตร
	11. การสอนแบบบรรยาย เชิงอภิปราย 12. การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม 13. การสอนโดยใช้ปัญหาเป็นฐาน 14. การใช้สื่อต่าง ๆ 15. การทบทวนเนื้อหาเดิมและเชื่อมโยงสู่เนื้อหาใหม่ 16. การส่งนักศึกษาเข้าร่วมโครงการแข่งขันในระดับชาติ	9. การตอบคำถามแบบทดสอบวัดด้านการปฏิบัติ 10. การเขียนบันทึก 11. โครงการกลุ่ม 12. การสัมภาษณ์ 13. ผลการแข่งขันในระดับชาติ
4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ		
4.1 มีความรับผิดชอบต่อสังคมและชีวิตอย่างสมดุล 4.2 เป็นพลเมืองดีที่เข้มแข็ง เข้าใจสังคมและวัฒนธรรมเพื่อนบ้านและวัฒนธรรมสากล 4.3 มีความเป็นผู้นำ ผู้ตามที่ดี สามีคิและมีส่วนร่วมในการทำงานเป็นทีม 4.4 มีค่านิยมและวิสัยทัศน์ที่ดี มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น	1. จัดกิจกรรมกลุ่มในการวิเคราะห์กรณีศึกษา 2. มอบหมายงานกลุ่มเพื่อฝึกการทำงานเป็นทีม 3. การเปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปราย ชักถามแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างนักศึกษาด้วยกันเอง ผู้สอน และวิทยากรจากภายนอก 4. การนำเสนอรายงาน 5. การมอบหมายโจทย์ปัญหา 6. การวิเคราะห์ตนเองของนักศึกษา 7. การจัดลำดับรายวิชาตามความต่อเนื่อง/ง่ายยาก 8. มอบหมายงานค้นคว้า เขียนรายงานและนำเสนอหน้าห้อง 9. สอนแบบบรรยาย	1. ประเมินตนเอง และเพื่อนด้วยแบบฟอร์มที่กำหนด 2. รายงานที่นำเสนอ พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม 3. รายงานการศึกษด้วยตนเอง 4. สังเกตพฤติกรรม 5. สังเกตการอภิปราย แสดงความคิดเห็น ตอบคำถาม 6. การสอบข้อเขียน/ปากเปล่า 7. นักศึกษาประเมินตนเอง 8. นักศึกษาประเมินเพื่อนร่วมกลุ่มกิจกรรม 9. การประเมินโดยผู้รับผิดชอบการฝึกงาน 10. รายงานผลงานโครงการ/วิจัย 11. การนำเสนอผลงานปากเปล่า 12. การบ้านแก้โจทย์คำนวณ 13. การบ้านแก้โจทย์ปัญหา

1) ผลลัพธ์การเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน	2) กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในรายวิชาต่าง ๆ ในหลักสูตร	3) วิธีการวัดประเมินผลที่จะใช้ในรายวิชาต่าง ๆ ในหลักสูตร
	10. ใช้การสอนแบบผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง 11. จัดให้มีภาคปฏิบัติในรายวิชา 12. จัดให้มีรายวิชาโครงงาน/วิจัย 13. จัดให้มีการฝึกงาน/ประสบการณ์ภาคสนาม 16. การกำกับดูแลอย่างจริงจังจนเกิดเป็นนิสัย 16. มอบหมายงานกลุ่ม 17. ศึกษาดูงานนอกสถานที่ 18. มอบหมายให้นักศึกษาทำกิจกรรมจิตอาสา	14. ตรวจทานบันทึกการเรียนรู้ของนักศึกษา 15. แบบประเมินจิตอาสา
5. ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ		
5.1 มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร ทั้งการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียน 5.2 มีทักษะการคิดคำนวณและวิเคราะห์เชิงตัวเลข และสามารถประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ 5.3 ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่หลากหลายในการสืบค้นข้อมูล สร้างสรรค์งาน และวิเคราะห์อย่างรู้เท่าทัน	1. พัฒนาทักษะในการสื่อสาร ทั้งการพูด การฟัง การแปล การเขียน โดยการทำรายงาน และนำเสนอในชั้นเรียน 2. มอบหมายงานให้ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง จาก website สื่อการสอน e-learning และแบบฝึกหัด รายงาน มุ่งเน้นการนำตัวเลข หรือมีสถิติอ้างอิง จากแหล่งที่มาข้อมูลที่น่าเชื่อถือ 3. จัดกิจกรรมการเรียนรู้ในรายวิชาต่าง ๆ ให้ผู้เรียนได้วิเคราะห์สถานการณ์จำลอง	1. งานที่ให้ปฏิบัติตามสภาพจริง 2. การนำเสนองาน 3. แบบทดสอบวัดด้านการปฏิบัติ 4. การสอบข้อเขียน/ปากเปล่า 5. งานที่ให้ปฏิบัติตามสภาพจริง 6. การสอบ 7. แบบฝึกหัด 8. การจัดทำรายงาน และนำเสนอด้วยสื่อเทคโนโลยี 9. งานที่ให้ปฏิบัติตามสภาพจริง 10. แบบประเมินผลการฝึกงาน

1) ผลลัพธ์การเรียนรู้ ตามกรอบมาตรฐาน	2) กลยุทธ์การสอนที่ใช้ใน รายวิชาต่าง ๆ ในหลักสูตร	3) วิธีการวัดประเมินผลที่จะใช้ ในรายวิชาต่าง ๆ ในหลักสูตร
	และสถานการณ์เสมือนจริง และนำเสนอการแก้ปัญหา ที่เหมาะสม เรียนรู้เทคนิคการ ประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศ ในหลากหลายสถานการณ์ 4. พัฒนาทักษะในการวิเคราะห์ ข้อมูลจากกรณีศึกษา แบบฝึกหัด รายงาน 5. พัฒนาทักษะในการนำเสนอ รายงาน โดยใช้รูปแบบ เครื่องมือ และเทคโนโลยี ที่เหมาะสม 6. พัฒนาทักษะในการสืบค้น ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตโดยการ มอบหมายงานที่อาศัยการ ค้นคว้าค้นหาข้อมูลจาก แหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่น ห้องสมุด เว็บไซต์ฐานข้อมูล ออนไลน์ สถานที่จริง	

3. สมรรถนะ (Competency) ของนักศึกษาแต่ละชั้นปี

ชั้นปีที่	สมรรถนะชั้นปี วิชาเอกการตลาดดิจิทัล	สมรรถนะชั้นปี วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่
1	1. สามารถอธิบายหลักการของหลักการตลาด หลักการจัดการ ธุรกิจเบื้องต้น และกฎหมายธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการจัดการสารสนเทศธุรกิจดิจิทัล 2. สามารถใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบทางธุรกิจและนวัตกรรมทางการตลาด	1. สามารถอธิบายหลักการของหลักการตลาด หลักการจัดการ ธุรกิจเบื้องต้น และกฎหมายธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการจัดการสารสนเทศธุรกิจดิจิทัล 2. สามารถใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบทางธุรกิจและนวัตกรรมทางการตลาด 3. สามารถปฏิบัติงานในสถานประกอบการด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ ฝึกปฏิบัติงานพื้นฐานระดับพนักงานร้าน
2	1. สามารถวางแผนการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา 2. สามารถประยุกต์ใช้การตลาดดิจิทัลและการตลาดคอนเทนต์แนวสร้างสรรค์ 3. มีความเป็นผู้นำ และสามารถทำงานเป็นทีมได้	1. สามารถวางแผนการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา 2. สามารถประยุกต์ใช้การตลาดดิจิทัลเทคโนโลยีสารสนเทศและการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่แบบบูรณาการ 3. มีความเป็นผู้นำ และสามารถทำงานเป็นทีมได้ 4. สามารถปฏิบัติงานในสถานประกอบการด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ตามหน้าที่และความรับผิดชอบระดับผู้ช่วยผู้จัดการร้าน
3	1. สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่หลากหลายในการสืบค้นข้อมูล สร้างสรรค์งานและวิเคราะห์ข้อมูลอย่างรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจ 2. สามารถคิดวิเคราะห์ การจัดการเชิงกลยุทธ์ การสร้างแบรนด์ และการจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายและโซ่อุปทาน	1. สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่หลากหลายในการสืบค้นข้อมูล สร้างสรรค์งาน และวิเคราะห์ข้อมูลอย่างรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจ 2. สามารถคิดวิเคราะห์ การจัดการเชิงกลยุทธ์ การจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายและห่วงโซ่อุปทาน

ชั้นปีที่	สมรรถนะชั้นปี วิชาเอกการตลาดดิจิทัล	สมรรถนะชั้นปี วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่
	3. สามารถวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตลาดดิจิทัลได้ 4. สามารถใช้ทักษะสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในการพูด การเขียน และการนำเสนอ	3. สามารถวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตลาดดิจิทัลได้ 4. สามารถประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ และการจัดการขายสำหรับธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 5. สามารถใช้ทักษะสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในการพูด การเขียน และการนำเสนอ 6. สามารถปฏิบัติงานในสถานประกอบการด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ตามหน้าที่และความรับผิดชอบในระดับเตรียมผู้จัดการร้าน
4	1. สามารถวิเคราะห์แก้ไขปัญหาในประเด็นทางการตลาดแบบร่วมสมัย 2. สามารถทำการวิจัยทางการตลาดได้ 3. สามารถปฏิบัติงานในสถานประกอบการโดยนำองค์ความรู้ในการตลาดและการสื่อสารดิจิทัลไปประยุกต์ใช้และสร้างสรรค์นวัตกรรมได้ 4. ตระหนักถึงความสำคัญของจริยธรรมและความรับผิดชอบในการประกอบอาชีพและการดำรงชีวิต	1. สามารถทำการวิจัยทางการตลาดได้ 2. สามารถประยุกต์ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับธุรกิจการค้าสมัยใหม่ได้ 3. สามารถปฏิบัติงานในสถานประกอบการโดยนำองค์ความรู้ในการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ ไปประยุกต์ใช้ได้ ตามหน้าที่และความรับผิดชอบในระดับผู้จัดการร้าน 4. ตระหนักถึงความสำคัญของจริยธรรมและความรับผิดชอบในการประกอบอาชีพและการดำรงชีวิต

4. แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

● หมายถึง ความรับผิดชอบหลัก ○ หมายถึง ความรับผิดชอบรอง - หมายถึง ไม่กำหนดมาตรฐานการเรียนรู้

รายวิชาในหลักสูตร	1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม				2. ด้านความรู้		3. ด้านทักษะทางปัญญา				4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ				5. ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ		
	1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	3.1	3.2	3.3	3.4	4.1	4.2	4.3	4.4	5.1	5.2	5.3
1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป																	
1.1 กลุ่มวิชาภาษา																	
1) กลุ่มภาษาไทย																	
1411 101 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร (Thai Language for Communication)	○	●	●	-	●	-	●	○	-	-	○	●	○	●	●	○	○
2) กลุ่มภาษาอังกฤษ																	
(1) กลุ่มภาษาอังกฤษ																	
1421 102 ภาษาอังกฤษพื้นฐาน 1 (Foundation English I)	○	●	-	-	●	-	●	○	-	-	○	●	○	○	●	-	○
1421 103 ภาษาอังกฤษพื้นฐาน 2 (Foundation English II)	○	●	-	-	●	-	●	○	-	-	○	●	○	●	●	-	●

รายวิชาในหลักสูตร	1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม				2. ด้าน ความรู้		3. ด้านทักษะทางปัญญา				4. ด้านทักษะ ความสัมพันธ์ระหว่าง บุคคลและ ความรับผิดชอบ				5. ด้านทักษะการ วิเคราะห์เชิง ตัวเลข การสื่อสาร และการใช้ เทคโนโลยี สารสนเทศ		
	1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	3.1	3.2	3.3	3.4	4.1	4.2	4.3	4.4	5.1	5.2	5.3
(2) ภาษาอังกฤษเลือก																	
ก. กลุ่มภาษาอังกฤษวิชาการ (Academic Group)																	
1421 224 ภาษาอังกฤษสำหรับสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (English for Humanities and Social Sciences)	○	●	-	-	●	-	○	●	-	-	○	○	●	○	●	-	○
ข. กลุ่มภาษาอังกฤษเลือก (Elective Group)																	
1421 218 ภาษาอังกฤษเพื่อเตรียมตัวเข้าสู่อาชีพ (English for Career Preparation)	●	-	-	-	●	-	●	●	-	-	-	-	●	●	●	○	○
1.2 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์																	
1406 112 สุนทรียภาพกับความสุข (Aesthetics and Happiness)	○	-	●	-	●	-	●	-	-	-	-	●	○	-	○	-	-
1431 111 จริยศาสตร์และการใช้เหตุผล (Ethics and Reasoning)	○	-	●	-	●	-	●	-	-	-	-	●	○	-	○	-	-

รายวิชาในหลักสูตร	1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม				2. ด้าน ความรู้		3. ด้านทักษะทางปัญญา				4. ด้านทักษะ ความสัมพันธ์ระหว่าง บุคคลและ ความรับผิดชอบต่อ				5. ด้านทักษะการ วิเคราะห์เชิง ตัวเลข การสื่อสาร และการใช้ เทคโนโลยี สารสนเทศ		
	1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	3.1	3.2	3.3	3.4	4.1	4.2	4.3	4.4	5.1	5.2	5.3
1447 105 การสื่อสารในสังคมปัจจุบัน (Communication in Current Society)	○	-	●	-	●	-	●	-	-	-	-	●	○	-	○	-	●
1.3 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์																	
1013 001 พลวัตสังคมไทย พลเมืองและกระบวนการยุติธรรมไทย (Dynamics of Thai Society, Citizen, and Justice Process)	○	●	-	-	●	-	●	-	-	-	○	●	-	○	○	-	○
1441 100 มนุษย์กับสังคม (Man and Society)	○	●	-	-	●	-	●	-	-	-	○	●	-	○	○	-	○
2300 115 การจัดการความขัดแย้งอย่างสันติในฐานะพลเมือง (Peaceful Conflict Management as Citizens)	○	●	-	-	●	-	●	-	-	-	○	●	-	○	○	-	○
1.4 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ																	
1014 002 สุขภาพทางเพศและทักษะชีวิตร่วมสมัย (Contemporary Sexual Health and Life Skills)	●	-	○	-	●	-	○	●	-	-	●	○	○	●	●	○	○
1439 104 วิทยาศาสตร์การกีฬาในชีวิตประจำวัน (Sport Science in Daily Life)	●	○	○	-	●	-	○	●	-	-	●	-	○	●	●	-	○
1502 100 การดูแลสุขภาพตามวัย (Age-appropriated Health Care)	●	○	○	-	●	-	○	●	-	-	●	-	○	●	●	-	○

รายวิชาในหลักสูตร	1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม				2. ด้าน ความรู้		3. ด้านทักษะทางปัญญา				4. ด้านทักษะ ความสัมพันธ์ระหว่าง บุคคลและ ความรับผิดชอบต่อ				5. ด้านทักษะการ วิเคราะห์เชิง ตัวเลข การสื่อสาร และการใช้ เทคโนโลยี สารสนเทศ		
	1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	3.1	3.2	3.3	3.4	4.1	4.2	4.3	4.4	5.1	5.2	5.3
1.5 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรมและการจัดการ																	
1011 001 เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อชีวิตยุคดิจิทัล (Information Technology for Digital Life)	●	○	-	-	●	-	○	●	-	-	○	-	●	○	-	●	●
1100 112 วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่ออนาคต (Science and Technology for Future)	●	○	-	-	●	-	○	●	-	-	○	-	●	○	-	●	●
1703 110 ทักษะการเงินในชีวิตประจำวัน (Finance Skills in Daily Life)	●	○	-	-	●	-	○	●	-	-	○	-	●	○	-	●	●
1.6 กลุ่มวิชาเลือกศึกษาทั่วไป																	
1.6.1 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ																	
1439 100 การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ (Exercise for Health)	○	●	○	-	●	-	○	●	-	-	●	○	○	●	●	○	○
1439 105 นันทนาการและการอยู่ค่ายพักแรม (Recreation and Camping)	●	-	○	-	●	-	○	●	-	-	●	○	●	●	●	○	○
1503 100 ยาและสมุนไพรในชีวิตประจำวัน (Drugs and Herbs in Daily Life)	●	-	-	-	●	-	●	●	-	-	-	-	●	○	●	○	-
1507 100 สังคมกับสุขภาพ (Society and Health)	-	●	-	-	●	-	●	○	-	-	-	-	●	○	●	-	-

รายวิชาในหลักสูตร	1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม				2. ด้าน ความรู้		3. ด้านทักษะทางปัญญา				4. ด้านทักษะ ความสัมพันธ์ระหว่าง บุคคลและ ความรับผิดชอบต่อ				5. ด้านทักษะการ วิเคราะห์เชิง ตัวเลข การสื่อสาร และการใช้ เทคโนโลยี สารสนเทศ		
	1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	3.1	3.2	3.3	3.4	4.1	4.2	4.3	4.4	5.1	5.2	5.3
1.6.2 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรม และการจัดการ																	
1100 109 วิทยาศาสตร์กายภาพกับชีวิต (Physical Science and Life)	●	○	-	-	●	-	○	●	-	-	○	-	●	○	○	●	●
1100 110 วิทยาศาสตร์เพื่อพัฒนาทักษะทางอาชีพแห่งโลกอนาคต (Science for Developing Future World Career Skills)	●	○	-	-	●	-	○	●	-	-	○	-	●	○	●	-	●
1100 116 ความปลอดภัยในการใช้ชีวิตยุคดิจิทัล (Digital Life Safety)	●	○	-	-	●	-	○	●	-	-	○	-	●	○	○	●	●
1100 146 การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศกับความหลากหลายทางชีวภาพ (Climate Change and Biodiversity)	●	○	-	-	●	-	○	●	-	-	○	-	●	○	-	●	●
1200 111 เกษตรปลอดภัยในชีวิตประจำวัน (Safety Agriculture in Daily Life)	●	-	○	-	●	-	○	●	-	-	●	○	○	●	●	○	○
1300 101 ปัญญาประดิษฐ์ในชีวิตประจำวัน (Artificial Intelligence in Daily Life)	●	○	-	-	●	-	○	●	-	-	○	-	-	-	-	-	●
1701 102 การจัดการชีวิต (Life Management)	●	○	-	-	●	-	○	●	-	-	○	-	●	○	-	●	●
1708 200 เศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy)	●	○	-	-	●	-	●	○	-	-	○	-	●	○	●	●	○

รายวิชาในหลักสูตร	1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม				2. ด้าน ความรู้		3. ด้านทักษะทางปัญญา				4. ด้านทักษะ ความสัมพันธ์ระหว่าง บุคคลและ ความรับผิดชอบต่อ				5. ด้านทักษะการ วิเคราะห์เชิง ตัวเลข การสื่อสาร และการใช้ เทคโนโลยี สารสนเทศ		
	1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	3.1	3.2	3.3	3.4	4.1	4.2	4.3	4.4	5.1	5.2	5.3
2001 181 การออกแบบจากเศษวัสดุ (Scrap Design)	●	○	-	-	●	-	○	●	-	-	○	-	●	○	-	●	●
2. หมวดวิชาเฉพาะ																	
2.1 กลุ่มพื้นฐานวิชาชีพ																	
1700 101 ธุรกิจเบื้องต้นและกฎหมายธุรกิจ (Introduction to Business and Business Laws)	●	○	○	○	●	●	○	●	○	○	-	○	-	-	●	○	○
1700 204 สถิติและการวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ (Business Statistics and Quantitative Analysis)	○	●	-	○	●	-	○	○	-	●	●	-	○	-	○	●	●
1701 110 หลักการจัดการ (Principles of Management)	○	●	○	○	●	-	○	●	-	○	●	○	●	○	●	-	○
1701 412 การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management)	●	○	○	○	●	-	○	○	●	○	●	○	○	○	○	●	○
1702 210 หลักการตลาด (Principles of Marketing)	●	○	○	○	●	-	○	●	○	○	●	○	○	●	●	○	○
1703 210 การเงินธุรกิจ (Corporate Finance)	●	○	-	○	●	-	-	○	○	●	●	-	-	-	○	●	○

รายวิชาในหลักสูตร	1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม				2. ด้าน ความรู้		3. ด้านทักษะทางปัญญา				4. ด้านทักษะ ความสัมพันธ์ระหว่าง บุคคลและ ความรับผิดชอบต่อ				5. ด้านทักษะการ วิเคราะห์เชิง ตัวเลข การสื่อสาร และการใช้ เทคโนโลยี สารสนเทศ		
	1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	3.1	3.2	3.3	3.4	4.1	4.2	4.3	4.4	5.1	5.2	5.3
1706 103 การจัดการสารสนเทศธุรกิจดิจิทัล (Digital Business Data Management)	-	-	-	●	●	-	-	-	●	-	-	-	●	○	-	-	●
1707 101 การบัญชีขั้นต้น (Fundamental Accounting)	●	○	○	○	●	-	○	○	○	●	●	-	-	-	○	●	○
1708 100 เศรษฐศาสตร์ทั่วไป (General Economics)	●	○	○	○	●	-	●	○	○	○	○	○	○	●	○	●	○
2.2 กลุ่มวิชาแกน																	
1702 101 การคิดเชิงออกแบบทางธุรกิจและนวัตกรรมทางการตลาด (Business Design Thinking and Marketing Innovation)	●	-	-	●	●	●	●	●	-	-	-	-	●	○	●	●	●
1702 102 ธุรกิจสตาร์ทอัพ (Startup)	○	●	-	○	○	●	●	○	-	●	●	-	●	○	○	-	●
1702 212 พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)	○	○	○	●	○	●	●	○	-	●	●	-	○	●	○	-	●
1702 221 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา (Product and Price Management)	○	●	-	○	○	●	●	○	-	●	○	-	●	○	○	●	●
1702 240 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication)	○	●	-	○	○	●	●	○	-	○	○	●	●	○	○	-	●
1702 241 การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)	-	●	○	-	○	●	○	○	-	●	●	-	○	○	-	○	●
1702 330 ช่องทางการจัดจำหน่ายและการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Distribution Channel and Supply Chain Management)	○	●	-	○	○	●	●	○	-	●	●	-	●	○	○	-	●

รายวิชาในหลักสูตร	1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม				2. ด้าน ความรู้		3. ด้านทักษะทางปัญญา				4. ด้านทักษะ ความสัมพันธ์ระหว่าง บุคคลและ ความรับผิดชอบต่อ				5. ด้านทักษะการ วิเคราะห์เชิง ตัวเลข การสื่อสาร และการใช้ เทคโนโลยี สารสนเทศ		
	1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	3.1	3.2	3.3	3.4	4.1	4.2	4.3	4.4	5.1	5.2	5.3
1702 392 การวิจัยการตลาด (Marketing Research)	-	○	-	●	-	●	●	-	●	●	○	○	●	●	●	○	-
1702 395 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Analytic)	-	●	○	-	○	●	●	○	-	○	-	●	-	-	○	-	●
วิชาเอก การตลาดดิจิทัล																	
2.3 กลุ่มวิชาชีพ																	
2.3.1 กลุ่มวิชาชีพบังคับ																	
1702 245 การตลาดคอนเทนต์และเครื่องมือการสื่อสารดิจิทัล (Content Marketing and Digital Communication Tools)	●	○	-	●	-	●	●	-	●	●	●	●	○	○	●	○	-
1702 321 การสร้างแบรนด์ในยุคดิจิทัล (Branding in Digital Era)	○	●	-	○	○	●	●	○	-	●	○	-	●	○	○	●	●
1702 351 การตลาดระหว่างประเทศและระดับโลก (International and Global Marketing)	○	●	-	○	○	●	●	○	-	●	●	-	●	○	○	-	●
1702 352 นวัตกรรมการตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing Innovation)	○	●	-	○	○	●	●	○	-	●	●	-	●	○	○	-	●
1702 359 การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในยุคดิจิทัล (Electronic Commerce in Digital Era)	○	○	-	●	○	●	○	●	-	●	●	-	●	○	○	-	●
1702 490 ประเด็นทางการตลาดแบบร่วมสมัย (Contemporary Issues in Marketing)	○	●	-	○	○	●	●	○	-	●	●	-	●	○	○	-	●

รายวิชาในหลักสูตร	1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม				2. ด้าน ความรู้		3. ด้านทักษะทางปัญญา				4. ด้านทักษะ ความสัมพันธ์ระหว่าง บุคคลและ ความรับผิดชอบต่อ				5. ด้านทักษะการ วิเคราะห์เชิง ตัวเลข การสื่อสาร และการใช้ เทคโนโลยี สารสนเทศ		
	1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	3.1	3.2	3.3	3.4	4.1	4.2	4.3	4.4	5.1	5.2	5.3
วิชาเอก การตลาดดิจิทัล																	
2.3.2 กลุ่มวิชาชีพเลือก แผนปกติ/แผนสหกิจศึกษา																	
1702 246 การออกแบบสื่อดิจิทัลทางการตลาด (Marketing Digital Media Design)	-	●	○	-	○	●	●	○	-	○	-	●	-	-	○	-	●
1702 247 การตลาดผ่านเครื่องมือค้นหาทางอินเทอร์เน็ต (Search Engine Marketing)	●	○	-	○	-	●	●	○	-	-	●	●	○	○	-	●	-
1702 248 การตลาดผ่านกลุ่มคนที่มีอิทธิพลบนสื่อดิจิทัล (Influencer Marketing)	●	○	-	○	-	●	●	-	-	-	○	●	○	○	●	-	-
1702 249 การตลาดในเกมส์ (Marketing in Games)	●	○	-	●	○	●	●	●	●	○	●	○	●	○	●	○	●
1702 322 การตลาดสำหรับสินค้าแฟชั่นและสินค้าหรูหรา (Fashion and Luxury Product Marketing)	○	●	-	○	○	●	●	○	-	-	●	●	●	○	○	-	●
1702 341 การตลาดทางตรงและการประชาสัมพันธ์ (Direct Marketing and Public Relations)	-	●	-	○	○	●	○	○	○	●	●	-	●	○	●	-	●
1702 342 การขายแบบสร้างสรรค์และการจัดการการขาย (Creative Selling and Sales Management)	○	●	-	○	○	●	●	○	-	●	○	-	●	○	●	●	○
1702 343 การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย (Advertising and Sales Promotion)	○	●	-	○	○	●	●	○	-	-	●	●	●	○	○	-	●

รายวิชาในหลักสูตร	1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม				2. ด้าน ความรู้		3. ด้านทักษะทางปัญญา				4. ด้านทักษะ ความสัมพันธ์ระหว่าง บุคคลและ ความรับผิดชอบต่อ				5. ด้านทักษะการ วิเคราะห์เชิง ตัวเลข การสื่อสาร และการใช้ เทคโนโลยี สารสนเทศ		
	1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	3.1	3.2	3.3	3.4	4.1	4.2	4.3	4.4	5.1	5.2	5.3
1702 344 การตลาดกิจกรรมและเอนเตอร์เทนเมนต์ (Event and Entertainment Marketing)	○	●	-	○	○	●	●	○	-	●	●	-	●	○	○	-	●
1702 345 แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Platform)	○	-	●	-	-	●	○	○	-	●	-	-	●	-	●	○	○
1702 353 การตลาดบริการ (Service Marketing)	○	●	-	○	○	●	●	○	-	●	●	-	●	○	○	-	●
1702 356 การจัดการตลาดเกษตรและอาหาร (Agricultural and Food Marketing Management)	●	○	-	○	○	●	●	○	-	●	●	-	●	○	○	-	●
1702 393 การวางแผนการตลาด (Marketing Planning)	○	○	-	●	○	●	○	●	●	○	○	-	●	●	●	-	●
1702 396 การลงทุนในตลาดดิจิทัล (Digital Market Investment)	-	●	○	-	○	●	●	○	-	○	-	●	-	-	○	-	●
วิชาเอก การตลาดการค้าสมัยใหม่																	
2.3 กลุ่มวิชาชีพ																	
2.3.1 กลุ่มวิชาชีพบังคับ																	
1702 231 เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับธุรกิจการค้าสมัยใหม่ (Information Technology for Modern Trade Business)	●	○	-	●	○	●	●	●	●	○	●	○	●	○	●	○	●
1702 232 การจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่แบบบูรณาการ (Integrated Modern Trade Business Management)	○	○	-	●	○	●	○	●	●	○	○	-	●	●	●	-	●
1702 345 แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Platform)	○	-	●	-	-	●	○	○	-	●	-	-	●	-	●	○	○

รายวิชาในหลักสูตร	1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม				2. ด้าน ความรู้		3. ด้านทักษะทางปัญญา				4. ด้านทักษะ ความสัมพันธ์ระหว่าง บุคคลและ ความรับผิดชอบ				5. ด้านทักษะการ วิเคราะห์เชิง ตัวเลข การสื่อสาร และการใช้ เทคโนโลยี สารสนเทศ		
	1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	3.1	3.2	3.3	3.4	4.1	4.2	4.3	4.4	5.1	5.2	5.3
1702 346 การจัดการการขายสำหรับธุรกิจการค้าสมัยใหม่ (Sales Management for Modern Trade Business)	○	●	-	○	○	●	●	○	-	●	○	-	●	○	●	●	○
1702 450 การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับธุรกิจการค้าสมัยใหม่ (Electronic Commerce for Modern Trade Business)	●	-	-	○	-	●	●	○	-	-	-	●	○	●	-	-	●
วิชาเอก การตลาดการค้าสมัยใหม่																	
2.3.2 กลุ่มวิชาชีพเลือก																	
1702 246 การออกแบบสื่อดิจิทัลทางการตลาด (Marketing Digital Media Design)	-	●	○	-	○	●	●	○	-	○	-	●	-	-	○	-	●
1702 247 การตลาดผ่านเครื่องมือค้นหาทางอินเทอร์เน็ต (Search Engine Marketing)	●	○	-	○	-	●	●	○	-	-	●	●	○	○	-	●	-
1702 323 การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์สุขภาพและความงาม (Marketing for Health and Beauty Products)	○	○	-	●	○	●	○	●	●	○	○	-	●	●	●	-	●
1702 324 นวัตกรรมสำหรับธุรกิจการค้าสมัยใหม่ (Innovation for Modern Trade Business)	○	●	-	○	○	●	●	○	-	●	○	-	●	○	○	●	●
1702 332 การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน (Logistics and Supply Chain Management)	○	●	-	○	○	●	●	○	-	●	●	-	●	○	○	-	●

รายวิชาในหลักสูตร	1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม				2. ด้าน ความรู้		3. ด้านทักษะทางปัญญา				4. ด้านทักษะ ความสัมพันธ์ระหว่าง บุคคลและ ความรับผิดชอบต่อ				5. ด้านทักษะการ วิเคราะห์เชิง ตัวเลข การสื่อสาร และการใช้ เทคโนโลยี สารสนเทศ		
	1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	3.1	3.2	3.3	3.4	4.1	4.2	4.3	4.4	5.1	5.2	5.3
1702 333 การบริหารผลิตภัณฑ์ในธุรกิจการค้าสมัยใหม่ (Merchandising in Modern Trade Business)	○	○	-	●	○	●	○	○	●	●	○	-	●	●	●	-	●
1702 350 การเป็นผู้ประกอบการและการสร้างธุรกิจใหม่ (Entrepreneurship and New Business Creation)	○	●	-	○	○	●	●	○	-	●	●	-	●	○	○	-	●
1702 354 การตลาดบริการสำหรับธุรกิจการค้าสมัยใหม่ (Service Marketing for Modern Trade Business)	○	●	-	○	○	●	●	○	-	●	●	-	●	○	○	-	●
1702 357 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management)	●	○	-	○	○	●	●	○	-	●	●	-	○	●	○	-	●
1702 358 การตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing)	●	○	-	○	○	●	●	○	-	●	●	-	○	●	○	-	●
1702 396 การลงทุนในตลาดดิจิทัล (Digital Market Investment)	-	●	○	-	○	●	●	○	-	○	-	●	-	-	○	-	●
วิชาเอกการตลาดดิจิทัล																	
2.4 กลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพและสหกิจศึกษา																	
2.4.1 กลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพ																	
1702 460 การฝึกงานด้านการตลาด (Marketing Internship)	●	●	○	○	○	●	●	○	○	●	●	○	●	●	○	○	●
1702 481 โครงการงานด้านการตลาด (Marketing Project)	●	○	●	●	○	●	○	●	●	●	●	-	○	○	●	○	●
2.4.2 กลุ่มสหกิจศึกษา																	
1702 482 เตรียมสหกิจศึกษา (Preparation for Cooperative)	●	○	○	●	○	●	○	○	○	●	●	-	○	○	●	○	●

รายวิชาในหลักสูตร	1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม				2. ด้าน ความรู้		3. ด้านทักษะทางปัญญา				4. ด้านทักษะ ความสัมพันธ์ระหว่าง บุคคลและ ความรับผิดชอบต่อ				5. ด้านทักษะการ วิเคราะห์เชิง ตัวเลข การสื่อสาร และการใช้ เทคโนโลยี สารสนเทศ		
	1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	3.1	3.2	3.3	3.4	4.1	4.2	4.3	4.4	5.1	5.2	5.3
1702 483 สหกิจศึกษาด้านการตลาด (Marketing Cooperative Education)	●	●	-	○	○	●	○	●	●	●	●	○	●	○	●	○	●
วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่																	
2.4 กลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพ																	
1702 171 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 1 (Modern Trade Business Management Internship I)	●	○	-	●	○	●	●	○	-	○	●	○	●	○	●	-	-
1702 172 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 2 (Modern Trade Business Management Internship II)	●	○	-	●	○	●	●	○	-	○	●	○	●	○	●	-	-
1702 271 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 3 (Modern Trade Business Management Internship III)	●	○	-	●	○	●	●	○	-	○	●	○	●	○	●	-	-
1702 272 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 4 (Modern Trade Business Management Internship IV)	●	○	-	●	○	●	●	○	-	○	●	○	●	○	●	-	-
1702 371 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 5 (Modern Trade Business Management Internship V)	●	○	-	●	○	●	●	○	-	○	●	○	●	○	●	-	-
1702 372 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 6 (Modern Trade Business Management Internship VI)	●	○	-	●	○	●	●	○	-	○	●	○	●	○	●	-	-

รายวิชาในหลักสูตร	1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม				2. ด้าน ความรู้		3. ด้านทักษะทางปัญญา				4. ด้านทักษะ ความสัมพันธ์ระหว่าง บุคคลและ ความรับผิดชอบต่อ				5. ด้านทักษะการ วิเคราะห์เชิง ตัวเลข การสื่อสาร และการใช้ เทคโนโลยี สารสนเทศ		
	1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	3.1	3.2	3.3	3.4	4.1	4.2	4.3	4.4	5.1	5.2	5.3
1702 471 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 7 (Modern Trade Business Management Internship VII)	●	○	-	●	○	●	●	○	-	○	●	○	●	○	●	-	-
1702 472 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 8 (Modern Trade Business Management Internship VIII)	●	●	-	○	○	●	○	●	-	○	●	○	●	○	●	○	●
รวมมาตรฐานผลลัพธ์การเรียนรู้ของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป	18	9	4	0	30	0	13	19	0	0	6	9	15	9	15	9	12
รวมมาตรฐานผลลัพธ์การเรียนรู้ของหมวดวิชาเฉพาะ	29	28	2	21	10	55	43	13	12	33	42	11	43	12	28	13	41
ภาพรวมมาตรฐานผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร	47	37	6	21	40	55	56	32	12	33	48	20	58	21	43	22	53

หมวดที่ 5 หลักเกณฑ์ในการประเมินผลนักศึกษา

1. กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน (เกรด)

กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนนของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ว่าด้วย การจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2564 หมวดที่ 6 และหมวดที่ 7

2. กระบวนการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนักศึกษา

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด กำหนดให้มีการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนักศึกษาทั้งระดับรายวิชาและระดับหลักสูตร ตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี เรื่อง การจัดทำหลักสูตรและการบริหารหลักสูตร พ.ศ. 2564 ข้อ 21 ดังนี้

ให้คณะแต่งตั้งคณะกรรมการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนักศึกษาทั้งในระดับรายวิชาและระดับหลักสูตร เพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนักศึกษาตามมาตรฐานผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ที่กำหนดไว้ในรายวิชาหรือหลักสูตร โดยให้ดำเนินการดังนี้

1) ทวนสอบผลสัมฤทธิ์ผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ในระดับรายวิชาในแต่ละภาคการศึกษา และมีจำนวนรายวิชา รวมไม่น้อยกว่าร้อยละยี่สิบห้าของรายวิชาระดับปริญญาตรีที่เปิดสอนในแต่ละปีการศึกษา

2) ทวนสอบผลสัมฤทธิ์ผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ในระดับหลักสูตร ให้ประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ทุกปีการศึกษา และเมื่อนักศึกษาสำเร็จการศึกษาแล้ว ให้ครอบคลุมผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ทุกด้านและสมรรถนะชั้นปีตามที่หลักสูตรกำหนดอย่างเป็นระบบ เพื่อประเมินความสำเร็จของการผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพ

ให้คณะกรรมการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนักศึกษารายงานผลการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ต่อคณะกรรมการประจำคณะและมหาวิทยาลัยภายในหกสิบวันนับถัดจากหลังสิ้นสุดปีการศึกษา

2.1 การทวนสอบผลสัมฤทธิ์ผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนักศึกษาระดับรายวิชา ให้อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรกำหนดการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนักศึกษาระดับรายวิชา ตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1) กำหนดให้มีคณะกรรมการทวนสอบรายวิชาประจำภาคการศึกษา (ประกอบด้วย อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก) เพื่อกำหนดแผน ปฏิทิน วิธีการ ขั้นตอน ทั้งนี้ อาจารย์ผู้สอนจะไม่เป็นกรรมการทวนสอบในรายวิชาของตนเอง

2) จัดทำแผน ปฏิทิน ขั้นตอนวิธีการทวนสอบให้ครบตามมาตรฐานการเรียนรู้ที่กำหนด เช่น ตรวจสอบคะแนน/ผลงานว่าเป็นจริงตาม ความสามารถของนักศึกษา การสัมภาษณ์ การสังเกตพฤติกรรม การปฏิบัติของนักศึกษา วิธีการสอน วิธีการวัดประเมินข้อสอบ/ผลงาน แผนการสอนรายสัปดาห์ การกำหนดลักษณะความผิดปกติของการประเมิน กำหนดรายวิชาไม่น้อยกว่าร้อยละยี่สิบห้าและการอุทธรณ์ เป็นต้น

- 3) ดำเนินการทวนสอบ และรายงานในรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา (มคอ.5) และหรือ รายงานผลการดำเนินการของประสบการณ์ภาคสนาม (มคอ.6) ทุกภาคการศึกษา
- 4) รายงานผลการทวนสอบต่ออาจารย์ผู้สอน คณะกรรมการประจำคณะ และมหาวิทยาลัย
- 5) นำผลการทวนสอบในข้อ 3) ไปพัฒนาปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3) และหรือ รายละเอียดของประสบการณ์ภาคสนาม (มคอ.4) ในภาคการศึกษาถัดไป

2.2 การทวนสอบผลสัมฤทธิ์ผลลัพธ์การเรียนรู้ของนักศึกษาระดับหลักสูตร ให้อาจารย์ผู้รับผิดชอบ หลักสูตรกำหนดการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ผลลัพธ์การเรียนรู้ของนักศึกษาระดับหลักสูตร ตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 1) มีการแต่งตั้งคณะกรรมการทวนสอบ (ประกอบด้วย อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ผู้ทรงคุณวุฒิ ภายนอก บัณฑิต ผู้ใช้บัณฑิต) เพื่อกำหนดแผน ปฏิทิน วิธีการ ขั้นตอน
- 2) จัดทำแผน ปฏิทิน ขั้นตอน วิธีการทวนสอบให้ครอบคลุมผลลัพธ์การเรียนรู้ทุกด้านตามที่หลักสูตร กำหนดทุกปีการศึกษา เพื่อประเมินความสำเร็จการผลิตบัณฑิตทุกชั้นปี เช่น แบบสำรวจ แบบประเมิน การสัมภาษณ์ การไต่ถามทำ ความพึงพอใจต่อบัณฑิต ความพร้อมทำงาน สมรรถนะของบัณฑิต 5 ด้าน
- 3) ดำเนินการทวนสอบตามแผน และรายงานผลการทวนสอบในรายงานผลการดำเนินการของ หลักสูตร (มคอ.7) ทุกปีการศึกษา
- 4) รายงานผลการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ผลลัพธ์การเรียนรู้ของนักศึกษาต่อคณะกรรมการประจำคณะ และมหาวิทยาลัย
- 5) รวบรวมและนำผลการทวนสอบในข้อ 3) ไปพัฒนาปรับปรุงหลักสูตรต่อไป

3. เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร เป็นไปตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง เกณฑ์มาตรฐาน หลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2558 ข้อ 13 และข้อบังคับมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ว่าด้วย การศึกษา ระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2564 ดังนี้

- 1) ต้องศึกษารายวิชาครบตามโครงสร้างหลักสูตร โดยมีการประเมินผลได้อักษรลำดับชั้นตั้งแต่ D ขึ้นไป หรือ S และต้องได้ค่าคะแนนเฉลี่ยสะสมตลอดหลักสูตรไม่ต่ำกว่า 2.00
- 2) ไม่อยู่ในระหว่างรับโทษทางวินัยที่ระบุให้งดการเสนอชื่อเพื่อรับปริญญาหรืออนุปริญญา
- 3) กรณีที่นักศึกษารายใด มีผลการศึกษารายวิชาครบตามโครงสร้างหลักสูตร และผ่านการวัดและ ประเมินผลตามความในหมวดที่ 6 และมีการประเมินผลได้อักษรลำดับชั้นตั้งแต่ D ขึ้นไป หรือ S รวมทั้งมีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมอยู่ตั้งแต่ 1.75-1.99 นักศึกษารายนั้นสามารถขออนุมัติอนุปริญญาสาขาวิชา การตลาดได้

หมวดที่ 6 การพัฒนาอาจารย์

1. การเตรียมการสำหรับอาจารย์ใหม่หรือการรับอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรใหม่

1.1 การเตรียมการสำหรับอาจารย์ใหม่

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด กำหนดการเตรียมการสำหรับอาจารย์ใหม่ ได้แก่

1.1.1 จัดให้มีการปฐมนิเทศ ชี้แจงปรัชญา วัตถุประสงค์ของหลักสูตรการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญให้แก่อาจารย์ อธิบายคู่มือการศึกษา รายละเอียดของหลักสูตร (มคอ.2) รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3) รายละเอียดของประสบการณ์ภาคสนาม (มคอ.4) รายงานผลการดำเนินการของรายวิชา (มคอ.5) รายงานในรายงานผลการดำเนินการของประสบการณ์ภาคสนาม (มคอ.6) และรายงานผลการดำเนินงานของหลักสูตร (มคอ.7) และคู่มืออาจารย์ รวมถึงการให้ความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทการปฏิบัติงานในหน้าที่ จรรยาบรรณ และนโยบายของสาขา/คณะ/มหาวิทยาลัย

1.1.2 จัดหาอาจารย์พี่เลี้ยง เพื่อให้คำแนะนำและปรึกษาการอบรม/ชี้แจงการจัดทำรายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3) รายละเอียดของประสบการณ์ภาคสนาม (มคอ.4) รายงานผลการดำเนินการของรายวิชา (มคอ.5) รายงานในรายงานผลการดำเนินการของประสบการณ์ภาคสนาม (มคอ.6) และรายงานผลการดำเนินงานของหลักสูตร (มคอ.7)

1.1.3 การอบรมเทคนิคการสอน การวัดและประเมินผล การวิจัยในชั้นเรียน และการพัฒนาทางวิชาการอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง

1.2 การรับอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรใหม่

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด กำหนดกระบวนการในการรับอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรใหม่ ได้แก่ กำหนดกระบวนการในการรับอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรใหม่ โดยพิจารณาจากคุณสมบัติอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรที่มีคุณสมบัติตรงหรือสัมพันธ์กับสาขาวิชาและมีผลงานทางวิชาการตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรีกำหนด

2. การพัฒนาความรู้และทักษะให้แก่อาจารย์ ได้แก่

2.1 ด้านองค์ความรู้ ได้แก่ ความรู้ในศาสตร์สาขาวิชาของตน ความรู้ในศาสตร์การสอนและการเรียนรู้ สนับสนุนให้อาจารย์เข้าร่วมโครงการพัฒนาความรู้ด้านกลยุทธ์การสอนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ และการพัฒนาสื่อการเรียนรู้ที่ทันสมัยโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ส่งเสริมให้อาจารย์พัฒนาความรู้และทักษะด้านการวัดและการประเมินผลที่เหมาะสมกับรายวิชาและสาขาที่สอน ส่งเสริมให้อาจารย์ทำวิจัยในชั้นเรียน เพื่อนำมาปรับปรุงแผนการสอนและพัฒนาศักยภาพผู้เรียน

2.2 ด้านสมรรถนะ ได้แก่ การออกแบบและวางแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ของผู้เรียนอย่างมีประสิทธิภาพ ทักษะวิธีการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ การดำเนินกิจกรรมการเรียนรู้ ทักษะการจัดการเรียนการสอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ การจัดการความรู้ การนำเสนอผลการสอนต่อคณะกรรมการวิชาการ การวิเคราะห์ เพื่อพัฒนาศักยภาพผู้เรียน การวิจัยในชั้นเรียน เพื่อพัฒนาศักยภาพผู้เรียน การเสริมสร้างบรรยากาศการเรียนรู้และสนับสนุนการเรียนรู้ของผู้เรียน การเป็นอาจารย์นิเทศนักศึกษาฝึกงาน การวัดและประเมินผลการเรียนรู้ของผู้เรียน พร้อมทั้งสามารถให้ข้อมูลป้อนกลับอย่างสร้างสรรค์และเหมาะสม

2.3 ค่านิยม ได้แก่ คุณค่าในการพัฒนาวิชาชีพอาจารย์ และการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง และจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพอาจารย์

2.4 ด้านอื่น ๆ ได้แก่ สนับสนุนให้อาจารย์ไปดูงาน ประชุม อบรม สัมมนา ฯลฯ ที่เป็นประโยชน์ต่อการเรียนการสอนและการบริหารหลักสูตร ส่งเสริมให้อาจารย์มีส่วนร่วมในกิจกรรมบริการวิชาการแก่ชุมชน และทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม รวมทั้งสามารถนำผลลัพธ์ที่ได้มาบูรณาการกับการเรียนการสอน มีการกระตุ้นอาจารย์ขอกำหนดตำแหน่งทางวิชาการ ส่งเสริมให้อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร มีคุณวุฒิหรือตำแหน่งทางวิชาการสูงขึ้น ส่งเสริมการทำวิจัยสร้างองค์ความรู้ใหม่เป็นหลักและเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนและมีความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาชีพ และส่งเสริมให้อาจารย์ทุกคนเข้าร่วมกลุ่มวิจัยต่าง ๆ ทั้งกับหน่วยงานภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย

หมวดที่ 7 การประกันคุณภาพหลักสูตร

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด กำหนดระบบการประกันคุณภาพของหลักสูตร โดยมีองค์ประกอบในการประกันคุณภาพ อย่างน้อย 6 ด้าน ดังนี้

1. การกำกับมาตรฐาน

1.1 มีการบริหารจัดการหลักสูตรให้เป็นไปตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552 และประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2558 ตลอดระยะเวลาที่มีการจัดการเรียนการสอนในหลักสูตร

2. บัณฑิต

2.1 คุณภาพบัณฑิตเป็นไปตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552 และตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2558 โดยพิจารณาจากผลลัพธ์การเรียนรู้ ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต และภาวการณ์มีงานทำ

3. นักศึกษา

- 3.1 มีการรับนักศึกษาและการเตรียมความพร้อมก่อนเข้าศึกษา
- 3.2 มีการควบคุมดูแลการให้คำแนะนำปรึกษาวิชาการและการแนะแนวแก่นักศึกษา
- 3.3 มีกระบวนการหรือแสดงผลการดำเนินงาน (การคงอยู่ การสำเร็จการศึกษา ความพึงพอใจและผลการจัดการข้อร้องเรียนของนักศึกษา)

4. อาจารย์

- 4.1 มีระบบและกลไกการรับอาจารย์ใหม่ การคัดเลือกอาจารย์ที่เหมาะสม โปร่งใส
- 4.2 มีระบบการบริหารและพัฒนาอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ให้มีคุณสมบัติที่เหมาะสมและเพียงพอ มีความรู้
- 4.3 มีระบบในการส่งเสริมและพัฒนาอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรให้มีความเชี่ยวชาญในศาสตร์สาขาวิชา และมีความก้าวหน้าในการผลิตผลงานทางวิชาการอย่างต่อเนื่อง
- 4.4 มีอัตรากำลังอาจารย์เหมาะสมกับจำนวนนักศึกษาที่รับเข้าในหลักสูตร อัตราคงอยู่ของอาจารย์สูงและอาจารย์มีความพึงพอใจต่อการบริหารหลักสูตร

5. หลักสูตร การเรียนการสอน การประเมินผู้เรียน

- 5.1 มีการออกแบบหลักสูตรและสาระรายวิชาในหลักสูตร
- 5.2 มีการปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัยตามความก้าวหน้าในศาสตร์ สาขาวิชานั้น ๆ
- 5.3 มีการวางระบบอาจารย์ผู้สอนและกระบวนการเรียนการสอนในแต่ละรายวิชาให้เหมาะสม
- 5.4 มีการประเมินผู้เรียน กำกับให้มีการประเมินตามสภาพจริง มีวิธีการประเมินที่หลากหลาย
- 5.5 มีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่บูรณาการกับการวิจัย การบริการวิชาการ และการทำนุบำรุง

ศิลปวัฒนธรรม

5.6 มีผลการดำเนินงานหลักสูตรตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง กรอบมาตรฐานคุณวุฒิ ระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552

6. สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

6.1 มีระบบดำเนินงานของคณะ เพื่อให้มีความพร้อมของสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ทั้งความพร้อมทาง กายภาพและความพร้อมของอุปกรณ์ เทคโนโลยีและสิ่งอำนวยความสะดวกหรือทรัพยากรที่เอื้อต่อการเรียนรู้ โดยการมีส่วนร่วมของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร/อาจารย์ประจำหลักสูตร

6.2 มีจำนวนสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ที่เพียงพอและเหมาะสมต่อการจัดการเรียนการสอน

6.3 มีการดำเนินการปรับปรุงจากผลการประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาและอาจารย์ต่อสิ่งสนับสนุน การเรียนรู้

จำนวนรายชื่อหนังสือและเอกสารเฉพาะในสาขาวิชาที่เปิดสอนและที่เกี่ยวข้อง		
ประเภท/รายการ	สำนักวิทยบริการ	ห้องค้นคว้าคณะบริหารศาสตร์
หนังสือภาษาไทย	7,263 เล่ม	3,298 เล่ม
หนังสือภาษาอังกฤษ	2,962 เล่ม	587 เล่ม
วารสารวิชาการภาษาไทย	1,660 รายการ	19 รายการ
วารสารวิชาการภาษาอังกฤษ	324 รายการ	4 รายการ
สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซีดีรอม วีดิทัศน์ วิดีโอเพื่อการศึกษา	7,320 รายการ	280 รายการ
ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์		
- ด้านมนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์	1. Cambridge Journal Online 2. Emerald Management 3. The Economist 4. CEIC DATA 5. JSTOR	-

จำนวนรายชื่อหนังสือและเอกสารเฉพาะในสาขาวิชาที่เปิดสอนและที่เกี่ยวข้อง		
ประเภท/รายการ	สำนักวิทยบริการ	ห้องค้นคว้าคณะบริหารศาสตร์
- ด้านกลุ่มทั่วไป	1. Academic OneFile Select 2. Gale All eBooks 3. Gale Virtual Reference Library eBooks (GVRL) 4. Access English 5. ฐานข้อมูล iGLibrary eBook 6. ProQuest Dissertations & Theses Global 7. e-Books Collection (Ebsco) 8. TDC (วิจัยและวิทยานิพนธ์) 9. E-Magazine 10. e-Books Academic Collection 11. National Geographic (Magazine Archive Phase II (1888-2015)) and 2016-Current 12. Academic Search Ultimate 13. โปรแกรม Turnitin 14. โปรแกรม อักษรวิสุทธิ์	-

(ข้อมูล ณ วันที่ 4 ตุลาคม 2564)

7. ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงานตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ (Key Performance Indicators)

ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงานที่ใช้ในการติดตาม ประเมินและรายงานคุณภาพของหลักสูตรประจำปี ตามตัวบ่งชี้ตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ หรือ ตัวบ่งชี้ที่หลักสูตรพัฒนาขึ้นเองโดยครอบคลุมหมวดที่ 1-หมวดที่ 8 มีตัวบ่งชี้หลัก จำนวน 16 ตัวบ่งชี้ ดังนี้

ตัวบ่งชี้และเป้าหมาย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
1. การกำกับมาตรฐาน					
1.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80 มีส่วนร่วม เพื่อวางแผน กำกับ ติดตาม ทบทวนและรายงาน ผลการดำเนินงานหลักสูตร	X	X	X	X	X
1.2 มีรายละเอียดของหลักสูตร ตามแบบ มคอ.2 ที่สอดคล้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ	X	X	X	X	X
1.3 มีรายละเอียดของรายวิชา และรายละเอียดของ ประสบการณ์ภาคสนาม ตามแบบ มคอ.3 และ มคอ.4 อย่างน้อยก่อนการเปิดสอนในแต่ละภาคการศึกษา ให้ครบทุกรายวิชาที่เปิดสอน	X	X	X	X	X
1.4 จัดทำรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา และ รายงานผลการดำเนินการของประสบการณ์ภาคสนาม ตามแบบ มคอ.5 และ มคอ.6 ภายใน 30 วัน หลังสิ้นภาค การศึกษา ให้ครบทุกรายวิชาที่เปิดสอน	X	X	X	X	X
1.5 จัดทำรายงานผลการดำเนินการของหลักสูตร ตามแบบ มคอ.7 ภายใน 60 วัน หลังสิ้นปีการศึกษา	X	X	X	X	X
2. บัณฑิต					
2.1 มีบัณฑิตปริญญาตรีที่ได้งานทำหรือประกอบอาชีพ อิสระ ร้อยละ 70	-	-	-	-	X
2.2 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อ บัณฑิตใหม่ เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.51 จากคะแนนเต็ม 5.00	-	-	-	-	X
3. นักศึกษา					
3.1 มีการเตรียมความพร้อมก่อนเข้าศึกษา	X	X	X	X	X
3.2 มีการควบคุมการดูแลการให้คำปรึกษาวิชาการ และ แนะนำแก่นักศึกษาในระดับปริญญาตรี	X	X	X	X	X

ตัวบ่งชี้และเป้าหมาย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
4. อาจารย์และบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ					
4.1 อาจารย์ใหม่ทุกคน ได้รับการปฐมนิเทศหรือคำแนะนำด้านการจัดการเรียนการสอนบริหารหลักสูตร	X	X	X	X	X
4.2 อาจารย์ประจำทุกคน ได้รับการพัฒนาทางวิชาการและ/หรือวิชาชีพอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	X	X	X	X	X
4.3 บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการทุกคน ได้รับการพัฒนาอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	X	X	X	X	X
5. หลักสูตร การเรียนการสอน การประเมินผู้เรียน					
5.1 มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ที่กำหนดใน มคอ.2 อย่างน้อยร้อยละ 25 ของรายวิชา (มคอ.3/มคอ.4) ที่เปิดสอนในแต่ละปีการศึกษา	X	X	X	X	X
5.2 มีการพัฒนาหรือปรับปรุงการจัดการเรียนการสอน กลยุทธ์การสอน หรือการประเมินผลการเรียนรู้จากผลการประเมินการดำเนินงานที่รายงานใน มคอ.7 ปีที่แล้ว	-	X	X	X	X
5.3 ผลการประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาปีสุดท้ายและบัณฑิตใหม่ที่มีต่อคุณภาพหลักสูตร เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.51 จากคะแนนเต็ม 5.00	-	-	-	X	X
6. สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้					
6.1 ผลการประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาและอาจารย์ต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.51 จากคะแนนเต็ม 5.00	X	X	X	X	X
รวมตัวบ่งชี้บังคับที่ต้องดำเนินการในแต่ละปี	12	13	13	14	16

เกณฑ์การประเมินตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงานตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ ต้องมีผลการดำเนินการบรรลุตามเป้าหมาย ตัวบ่งชี้ข้อ 1.1-1.5 และอย่างน้อยร้อยละ 80 ของตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงานที่ระบุไว้ในแต่ละปี อยู่ในเกณฑ์ดีต่อเนื่อง 2 ปีการศึกษา

หมวดที่ 8 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของหลักสูตร

ในการดำเนินงานของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ได้รวบรวมประเด็นต่าง ๆ ตั้งแต่หมวดที่ 1-7 นำมาเชื่อมโยงสู่การประเมินการจัดการเรียนการสอนเพื่อให้สะท้อนถึงคุณภาพของบัณฑิตที่คาดหวัง และนำมาใช้ในการวางแผนการประเมินคุณภาพและมาตรฐานของหลักสูตรเพื่อการเผยแพร่

1. การประเมินประสิทธิผลของการสอน

1.1 การประเมินกลยุทธ์การสอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด กำหนดให้มีกระบวนการในการประเมินกลยุทธ์การสอนที่ได้วางแผนสำหรับการพัฒนาการเรียนรู้ในด้านต่าง ๆ ได้แก่

- 1) การประเมินความเห็นหลังการสอนหรือข้อเสนอแนะของอาจารย์ เพื่อนำผลการประเมินที่ได้มาปรับปรุงแผนกลยุทธ์การสอน ในรายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3) หรือรายละเอียดของประสบการณ์ภาคสนาม (มคอ.4)
 - 2) การนำผลประเมินกลยุทธ์การสอนไปใช้ เพื่อนำผลการประเมินที่ได้มาปรับปรุงแผนกลยุทธ์การสอน ในรายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3) หรือรายละเอียดของประสบการณ์ภาคสนาม (มคอ.4)
 - 3) การปรึกษาหารือกับผู้เชี่ยวชาญด้านหลักสูตร ด้านการประเมินหลักสูตรหรือวิธีสอน เพื่อนำผลการประเมินที่ได้มาปรับปรุงแผนกลยุทธ์การสอนในรายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3) หรือรายละเอียดของประสบการณ์ภาคสนาม (มคอ.4)
 - 4) การวิเคราะห์ ผลการประเมินความพึงพอใจ/ความไม่พึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนและสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ของรายวิชา เพื่อนำผลการประเมินที่ได้มาปรับปรุงแผนกลยุทธ์การสอน ในรายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3) หรือรายละเอียดของประสบการณ์ภาคสนาม (มคอ.4)
- ทั้งนี้ การจัดทำรายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3) หรือรายละเอียดของประสบการณ์ภาคสนาม (มคอ.4) ดำเนินการบันทึกและอนุมัติในระบบให้แล้วเสร็จก่อนเปิดภาคการศึกษา ตามระยะเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด

1.2 การประเมินทักษะของอาจารย์ในการใช้แผนกลยุทธ์การสอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด กำหนดให้มีการประเมินทักษะของอาจารย์ผู้สอนในการใช้แผนกลยุทธ์การสอน ได้แก่

- 1) การประเมินความพึงพอใจ/ความไม่พึงพอใจของนักศึกษาต่อการจัดการเรียนการสอนและสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ของรายวิชา ผ่านระบบ Reg ทุกภาคการศึกษา

- 2) การสังเกตการณ์ของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรหรือหัวหน้าภาค
- 3) การจัดอันดับเกี่ยวกับกระบวนการในการพัฒนาความรู้และทักษะที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด
ที่นักศึกษาต้องการ

ทั้งนี้ เพื่อนำผลการประเมินมารายงานในรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา (มคอ.5) หรือ
รายงานผลการดำเนินการของประสบการณ์ภาคสนาม (มคอ.6) ภายในสามสัปดาห์หลังสิ้นภาคการศึกษา

2. การประเมินหลักสูตรในภาพรวม

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ประเมินหลักสูตรในภาพรวมให้
ครอบคลุมผลลัพธ์การเรียนรู้ทุกด้าน และสมรรถนะขั้นปิตามที่หลักสูตรกำหนด เพื่อให้ได้ข้อมูลย้อนกลับ
ได้แก่ การประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ทุกปีการศึกษา แบบสำรวจภาวะการมีงานทำ แบบประเมินความ
พึงพอใจต่อหลักสูตร แบบประเมินความพึงพอใจของสถานประกอบการที่มีต่อบัณฑิต แบบประเมินความ
พร้อมในการทำงาน แบบประเมินสมรรถนะของนักศึกษา/บัณฑิต เพื่อประเมินความสำเร็จของการผลิตบัณฑิต
ที่มีคุณภาพและการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังจากผู้เกี่ยวข้อง ได้แก่ นักศึกษา บัณฑิต ผู้ทรงคุณวุฒิ
ผู้ประเมินภายนอก ผู้ใช้บัณฑิต และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

3. การประเมินผลการดำเนินงานตามรายละเอียดของหลักสูตร

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ประเมินตามตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน
ที่ระบุในหมวดที่ 7 โดยมีคณะกรรมการประเมิน อย่างน้อย 3 คน ประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขา/
สาขาวิชาเดียวกัน อย่างน้อย 1 คน โดยวิเคราะห์รายละเอียด หลักฐาน และให้ข้อเสนอแนะการดำเนินงาน
ตามรายละเอียดของหลักสูตร (มคอ.2) ทุกปีการศึกษา

4. การทบทวนผลการประเมินและวางแผนปรับปรุง

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ทบทวนผลการประเมินที่ได้จาก
อาจารย์ นักศึกษา บัณฑิต ผู้ทรงคุณวุฒิ และหรือผู้ประเมินภายนอก ผู้ใช้บัณฑิตและหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
อื่น ๆ รวมทั้งกระบวนการในการวางแผนปรับปรุงหลักสูตรและแผนกลยุทธ์ โดยการจัดประชุม สัมมนา
วิพากษ์หลักสูตรและรายวิชา เพื่อให้ได้ข้อมูลป้อนกลับและนำผลการประเมินจากข้อ 1-3 มาปรับปรุงแผน
กลยุทธ์การสอนในรายงานผลการดำเนินการของหลักสูตร (มคอ.7) ภายในหกสัปดาห์หลังสิ้นปีการศึกษา
เพื่อวางแผนพัฒนาปรับปรุงหลักสูตรในปีการศึกษาถัดไป

รับรองความถูกต้องของข้อมูล

(ลงชื่อ).....รุ่งโรจน์ บุญดาว.....
 (รองศาสตราจารย์รุ่งโรจน์ บุญดาว)
 ตำแหน่ง คณบดีคณะบริหารศาสตร์
 มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
 วันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2565

รับรองความถูกต้องของข้อมูล

(ลงชื่อ).....พงษ์รัตน์.....
 (รองศาสตราจารย์อริยาภรณ์ พงษ์รัตน์)
 รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ
 ปฏิบัติราชการแทน อธิการบดีมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
 วันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2565

ภาคผนวกที่ 1

ประวัติและผลงานของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

อาจารย์ประจำหลักสูตร และอาจารย์ผู้สอน

ประวัติและผลงานอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน

1. ชื่อ - นามสกุล นางสาวใจแก้ว แถมเงิน
2. ตำแหน่งทางวิชาการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์
(ได้รับตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ด้านการตลาด)
3. เลขที่ประจำตำแหน่ง 38 สังกัดคณะบริหารศาสตร์ บรรจุเมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม พ.ศ. 2546
4. เริ่มปฏิบัติงานครั้งแรก วันที่ 1 พฤษภาคม พ.ศ. 2546 รวมระยะเวลาปฏิบัติงานจนถึงปัจจุบัน 18 ปี 10 เดือน
5. คุณวุฒิ

ชื่อปริญญา	สาขาวิชา	ปีที่สำเร็จ	สถาบันที่สำเร็จการศึกษา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	-	พ.ศ. 2545	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
บริหารธุรกิจบัณฑิต	การตลาด	พ.ศ. 2549	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ศิลปศาสตรบัณฑิต	รัฐศาสตร์	พ.ศ. 2545	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
บริหารธุรกิจบัณฑิต	การบัญชี	พ.ศ. 2543	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

6. จำนวนผลงานทางวิชาการ/งานสร้างสรรค์

ที่	เกณฑ์มาตรฐานผลงานทางวิชาการ/ งานสร้างสรรค์	ผลงาน 5 ปีย้อนหลัง (พ.ศ. 2564 – 2560)				
		พ.ศ. 2564	พ.ศ. 2563	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2560
1	งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับความร่วมมือ ในต่างประเทศ	-	-	-	-	-
2	งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับชาติ	-	-	-	-	-
3	งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับนานาชาติ	-	-	-	-	-
4	งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับภูมิภาค อาเซียน	-	-	-	-	-
5	งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับสถาบัน	-	-	-	-	-
6	งานสร้างสรรค์ที่มีการเผยแพร่สู่สาธารณะในลักษณะใด ลักษณะหนึ่ง หรือผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ออนไลน์	-	-	-	-	-
7	ตำราหรือหนังสือที่ได้รับการประเมินผ่านเกณฑ์การขอรับ ตำแหน่งทางวิชาการแล้ว	-	-	-	-	-
8	ตำราหรือหนังสือที่ผ่านการพิจารณาตามหลักเกณฑ์	-	-	-	-	-

ที่	เกณฑ์มาตรฐานผลงานทางวิชาการ/ งานสร้างสรรค์	ผลงาน 5 ปีย้อนหลัง (พ.ศ. 2564 – 2560)				
		พ.ศ. 2564	พ.ศ. 2563	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2560
	การประเมินตำแหน่งวิชาการ แต่ยังไม่ได้นำมาขอรับการประเมินตำแหน่งวิชาการ					
9	บทความวิจัยหรือบทความทางวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการที่ปรากฏในฐานข้อมูลกลุ่มที่ 2	-	-	-	-	-
10	บทความวิจัยหรือบทความวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ	-	-	-	1	-
11	บทความวิจัยหรือบทความวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับนานาชาติ หรือวารสารวิชาการระดับชาติที่มีในฐานข้อมูลตามประกาศ ก.พ.อ. หรือระเบียบคณะกรรมการอุดมศึกษาว่าด้วยหลักเกณฑ์การพิจารณาวารสารทางวิชาการสำหรับการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ 2556	-	-	1	-	-
12	บทความวิจัยหรือบทความวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการระดับนานาชาติที่มีอยู่ในฐานข้อมูลตามประกาศ ก.พ.อ. หรือระเบียบคณะกรรมการอุดมศึกษาว่าด้วยหลักเกณฑ์การพิจารณาวารสารทางวิชาการสำหรับการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ พ.ศ. 2556	-	-	-	-	-
13	บทความวิจัยหรือบทความวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการระดับนานาชาติที่มีอยู่ในฐานข้อมูลตามประกาศ ก.พ.อ. หรือระเบียบคณะกรรมการอุดมศึกษาว่าด้วยหลักเกณฑ์การพิจารณาวารสารทางวิชาการสำหรับการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ พ.ศ. 2556 แต่สถาบันนำเสนอสภาสถาบันอนุมัติและจัดทำเป็นประกาศให้ทราบเป็นการทั่วไป และแจ้งให้ ก.พ.อ./กกอ. ทราบภายในเวลา 30 วันนับแต่วันที่ออกประกาศ (ซึ่งไม่อยู่ใน Beall's List) หรือตีพิมพ์ในวารสารวิชาการที่ปรากฏในฐานข้อมูล TCI กลุ่มที่ 1	-	-	-	-	-
14	ประสบการณ์จากสถานประกอบการ	-	-	-	-	-

ที่	เกณฑ์มาตรฐานผลงานทางวิชาการ/ งานสร้างสรรค์	ผลงาน 5 ปีย้อนหลัง (พ.ศ. 2564 – 2560)				
		พ.ศ. 2564	พ.ศ. 2563	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2560
15	ผลงานค้นพบพันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ ที่ค้นพบใหม่และได้รับการจดทะเบียน	-	-	-	-	-
16	ผลงานที่ได้รับการจดสิทธิบัตร	-	-	-	-	-
17	ผลงานวิจัยที่ได้รับการจดอนุสิทธิบัตร	-	-	-	-	-
18	ผลงานวิจัยที่หน่วยงานหรือองค์กรระดับชาติว่าจ้างให้ดำเนินการ	-	-	-	-	-
19	ผลงานวิชาการรับใช้สังคมที่ได้รับการประเมินผ่านเกณฑ์การขอตำแหน่งทางวิชาการแล้ว	-	-	-	-	-

7. รายละเอียดผลงานทางวิชาการ/งานสร้างสรรค์

7.10 บทความวิจัยหรือบทความวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ

ใจแก้ว แถมเงิน, ปวีณา คำพุกกะ, สรินทิพย์ ทวีเดช, พิมลสินี อุดมพันธ์. (2561). การตัดสินใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติที่มาเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้. ในการประชุมวิชาการระดับชาติด้านการบริหารจัดการ ครั้งที่ 10 ประจำปี 2561, 265-276. 30 มิถุนายน 2561. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

7.11 บทความวิจัยหรือบทความวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับนานาชาติ หรือวารสารวิชาการระดับชาติที่มีในฐานข้อมูลตามประกาศ ก.พ.อ. หรือระเบียบคณะกรรมการอุดมศึกษาว่าด้วยหลักเกณฑ์การพิจารณาวารสารทางวิชาการสำหรับการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ 2556

Thaemngoen, J., Chaiyakarn Zheng, J., Nakornchaikun, K., Pattanasitubon, N., Akkho, S., Supasarn, C. (2019). Marketing Factors for Creative Tourism in Ubon Ratchathani Province. The 6th Greater Mekong Sub-region International Conference (GMSIC) 2019, 71-77. July 12, 2019. University of Management and Economics, Kham Pong Cham, Cambodia.

ประวัติและผลงานอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน

1. ชื่อ - นามสกุล นางสาวกมลพร นครชัยกุล
2. ตำแหน่งทางวิชาการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์
(ได้รับตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ด้านการตลาด)
3. เลขที่ประจำตำแหน่ง 37 สังกัดคณะบริหารศาสตร์ บรรจุเมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม พ.ศ. 2546
4. เริ่มปฏิบัติงานครั้งแรก วันที่ 1 พฤษภาคม พ.ศ. 2546 รวมระยะเวลาปฏิบัติงานจนถึงปัจจุบัน 18 ปี 10 เดือน
5. คุณวุฒิ

ชื่อปริญญา	สาขาวิชา	ปีที่สำเร็จ	สถาบันที่สำเร็จการศึกษา
Master of Management	General Management (International Program)	พ.ศ. 2550	Mahidol University
Master of Business	Marketing	พ.ศ. 2550	University of Technology Sydney, Australia
บริหารธุรกิจบัณฑิต	การจัดการการตลาด	พ.ศ. 2545	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

6. จำนวนผลงานทางวิชาการ/งานสร้างสรรค์

ที่	เกณฑ์มาตรฐานผลงานทางวิชาการ/ งานสร้างสรรค์	ผลงาน 5 ปีย้อนหลัง (พ.ศ. 2564 – 2560)				
		พ.ศ. 2564	พ.ศ. 2563	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2560
1	งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับความร่วมมือ ในต่างประเทศ	-	-	-	-	-
2	งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับชาติ	-	-	-	-	-
3	งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับนานาชาติ	-	-	-	-	-
4	งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับภูมิภาค อาเซียน	-	-	-	-	-
5	งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับสถาบัน	-	-	-	-	-
6	งานสร้างสรรค์ที่มีการเผยแพร่สู่สาธารณะในลักษณะใด ลักษณะหนึ่ง หรือผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ออนไลน์	-	-	-	-	-
7	ตำราหรือหนังสือที่ได้รับการประเมินผ่านเกณฑ์การขอรับ ตำแหน่งทางวิชาการแล้ว	-	-	-	-	-

ที่	เกณฑ์มาตรฐานผลงานทางวิชาการ/ งานสร้างสรรค์	ผลงาน 5 ปีย้อนหลัง (พ.ศ. 2564 – 2560)				
		พ.ศ. 2564	พ.ศ. 2563	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2560
8	ตำราหรือหนังสือที่ผ่านการพิจารณาตามหลักเกณฑ์ การประเมินตำแหน่งวิชาการ แต่ยังไม่ได้นำมาขอรับการ ประเมินตำแหน่งวิชาการ	-	-	-	-	-
9	บทความวิจัยหรือบทความทางวิชาการที่ตีพิมพ์ใน วารสารวิชาการที่ปรากฏในฐานข้อมูลกลุ่มที่ 2	-	-	-	-	1
10	บทความวิจัยหรือบทความวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์ รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ	-	-	-	1	-
11	บทความวิจัยหรือบทความวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์ ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับ นานาชาติ หรือวารสารวิชาการระดับชาติที่มีในฐานข้อมูล ตามประกาศ ก.พ.อ. หรือระเบียบคณะกรรมการ อุดมศึกษาว่าด้วยหลักเกณฑ์การพิจารณาวารสารทาง วิชาการสำหรับการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ 2556	-	1	1	-	-
12	บทความวิจัยหรือบทความวิชาการที่ตีพิมพ์ใน วารสารวิชาการระดับนานาชาติที่มีอยู่ในฐานข้อมูล ตามประกาศ ก.พ.อ. หรือระเบียบคณะกรรมการ การอุดมศึกษาว่าด้วยหลักเกณฑ์การพิจารณาวารสาร ทางวิชาการสำหรับการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ พ.ศ. 2556	-	-	-	-	-
13	บทความวิจัยหรือบทความวิชาการที่ตีพิมพ์ใน วารสารวิชาการระดับนานาชาติที่มีอยู่ในฐานข้อมูล ตามประกาศ ก.พ.อ. หรือระเบียบคณะกรรมการ การอุดมศึกษาว่าด้วยหลักเกณฑ์การพิจารณาวารสาร ทางวิชาการสำหรับการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ พ.ศ. 2556 แต่สถาบันนำเสนอสภาสถาบันอนุมัติและจัดทำเป็น ประกาศให้ทราบเป็นการทั่วไป และแจ้งให้ ก.พ.อ./กกอ. ทราบภายในเวลา 30 วันนับแต่วันที่ออกประกาศ (ซึ่งไม่อยู่ใน Beall's List) หรือตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ ที่ปรากฏในฐานข้อมูล TCI กลุ่มที่ 1	-	-	-	-	-
14	ประสบการณ์จากสถานประกอบการ	-	-	-	-	-

ที่	เกณฑ์มาตรฐานผลงานทางวิชาการ/ งานสร้างสรรค์	ผลงาน 5 ปีย้อนหลัง (พ.ศ. 2564 – 2560)				
		พ.ศ. 2564	พ.ศ. 2563	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2560
15	ผลงานค้นพบพันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ ที่ค้นพบใหม่และได้รับการจดทะเบียน	-	-	-	-	-
16	ผลงานที่ได้รับการจดสิทธิบัตร	-	-	-	-	-
17	ผลงานวิจัยที่ได้รับการจดอนุสิทธิบัตร	-	-	-	-	-
18	ผลงานวิจัยที่หน่วยงานหรือองค์กรระดับชาติว่าจ้างให้ดำเนินการ	-	-	-	-	-
19	ผลงานวิชาการรับใช้สังคมที่ได้รับการประเมินผ่านเกณฑ์การขอตำแหน่งทางวิชาการแล้ว	-	-	-	-	-

7. รายละเอียดผลงานทางวิชาการ/งานสร้างสรรค์

7.9 บทความวิจัยหรือบทความทางวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการที่ปรากฏในฐานข้อมูลกลุ่มที่ 2
 กมลพร นครชัยกุล. (2560). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อสินค้าสมุนไพรแปรรูปของผู้บริโภคในจังหวัด
 อุบลราชธานี. *วารสารบริหารศาสตร์*, 6(12), กรกฎาคม-ธันวาคม, 28-42.

7.10 บทความวิจัยหรือบทความวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ ระดับชาติ

กมลพร นครชัยกุล, ธรรมวิมล สุขเสริม. (2561). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าสมุนไพร
 แปรรูปของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี. ในการประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ
 ครั้งที่ 1 พ.ศ. 2561, 431-443. 7-8 สิงหาคม 2561. สถาบันวิจัยและพัฒนา คณะวิทยาการจัดการ
 และคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.

7.11 บทความวิจัยหรือบทความวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ
 ระดับนานาชาติ หรือวารสารวิชาการระดับชาติที่มีในฐานข้อมูลตามประกาศ ก.พ.อ. หรือระเบียบคณะกรรมการ
 อุดมศึกษาว่าด้วยหลักเกณฑ์การพิจารณาวารสารทางวิชาการสำหรับการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ 2556
 เจียรไน ไชยกาล เจริญ, กมลพร นครชัยกุล. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารเกษตรอินทรีย์ของ
 ผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี ประเทศไทย. *วารสารดุสิตธานี*, 14(1), มกราคม-เมษายน,
 241-253.

Thaemngoen, J., Chaiyakarn Zheng, J., **Nakornchaikun, K.**, Pattanasitubon, N., Akkho, S., Supasarn, C. (2019). Marketing Factors for Creative Tourism in Ubon Ratchathani Province. The 6th Greater Mekong Sub-region International Conference (GMSIC) 2019, 71-77. July 12, 2019. University of Management and Economics, Kham Pong Cham, Cambodia.

ประวัติและผลงานอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน

1. ชื่อ – นามสกุล นายชวพจน์ ศุภสาร
2. ตำแหน่งทางวิชาการ ไม่มี
3. เลขที่ประจำตำแหน่ง 45 สังกัดคณะบริหารศาสตร์
บรรจุเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2545
4. เริ่มปฏิบัติงานครั้งแรก วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2545
รวมระยะเวลาปฏิบัติงานจนถึงปัจจุบัน 19 ปี 4 เดือน
5. คุณวุฒิ

ชื่อปริญญา	สาขาวิชา	ปีที่สำเร็จ	สถาบันที่สำเร็จการศึกษา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	บริหารธุรกิจ	พ.ศ. 2545	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
บริหารธุรกิจบัณฑิต	การโรงแรมและการท่องเที่ยว	พ.ศ. 2542	มหาวิทยาลัยขอนแก่น

6. จำนวนผลงานทางวิชาการ/งานสร้างสรรค์

ที่	เกณฑ์มาตรฐานผลงานทางวิชาการ/ งานสร้างสรรค์	ผลงาน 5 ปีย้อนหลัง (พ.ศ. 2564 – 2560)				
		พ.ศ. 2564	พ.ศ. 2563	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2560
1	งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับความร่วมมือ ในต่างประเทศ	-	-	-	-	-
2	งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับชาติ	-	-	-	-	-
3	งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับนานาชาติ	-	-	-	-	-
4	งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับภูมิภาค อาเซียน	-	-	-	-	-
5	งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับสถาบัน	-	-	-	-	-
6	งานสร้างสรรค์ที่มีการเผยแพร่สู่สาธารณะในลักษณะใด ลักษณะหนึ่ง หรือผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ออนไลน์	-	-	-	-	-
7	ตำราหรือหนังสือที่ได้รับการประเมินผ่านเกณฑ์การขอรับ ตำแหน่งทางวิชาการแล้ว	-	-	-	-	-
8	ตำราหรือหนังสือที่ผ่านการพิจารณาตามหลักเกณฑ์ การประเมินตำแหน่งวิชาการ แต่ยังไม่ได้นำมาขอรับ การประเมินตำแหน่งวิชาการ	-	-	-	-	-

ที่	เกณฑ์มาตรฐานผลงานทางวิชาการ/ งานสร้างสรรค์	ผลงาน 5 ปีย้อนหลัง (พ.ศ. 2564 – 2560)				
		พ.ศ. 2564	พ.ศ. 2563	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2560
9	บทความวิจัยหรือบทความทางวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการที่ปรากฏในฐานข้อมูลกลุ่มที่ 2	-	-	-	-	-
10	บทความวิจัยหรือบทความวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ	-	-	-	-	-
11	บทความวิจัยหรือบทความวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับนานาชาติ หรือวารสารวิชาการระดับชาติที่มีในฐานข้อมูลตามประกาศ ก.พ.อ. หรือระเบียบคณะกรรมการอุดมศึกษาว่าด้วยหลักเกณฑ์การพิจารณาวารสารทางวิชาการสำหรับการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ 2556	1	1	1	1	-
12	บทความวิจัยหรือบทความวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการระดับนานาชาติที่มีอยู่ในฐานข้อมูลตามประกาศ ก.พ.อ. หรือระเบียบคณะกรรมการอุดมศึกษาว่าด้วยหลักเกณฑ์การพิจารณาวารสารทางวิชาการสำหรับการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ พ.ศ. 2556	-	-	-	-	-
13	บทความวิจัยหรือบทความวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการระดับนานาชาติที่มีอยู่ในฐานข้อมูลตามประกาศ ก.พ.อ. หรือระเบียบคณะกรรมการอุดมศึกษาว่าด้วยหลักเกณฑ์การพิจารณาวารสารทางวิชาการสำหรับการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ พ.ศ. 2556 แต่สถาบันนำเสนอสถาบันอนุมัติและจัดทำเป็นประกาศให้ทราบเป็นการทั่วไป และแจ้งให้ ก.พ.อ./กกอ. ทราบภายในเวลา 30 วันนับแต่วันที่ออกประกาศ (ซึ่งไม่อยู่ใน Beall's List) หรือตีพิมพ์ในวารสารวิชาการที่ปรากฏในฐานข้อมูล TCI กลุ่มที่ 1	-	-	-	-	-
14	ประสบการณ์จากสถานประกอบการ	-	-	-	-	-
15	ผลงานค้นพบพันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ ที่ค้นพบใหม่และได้รับการจดทะเบียน	-	-	-	-	-
16	ผลงานที่ได้รับการจดสิทธิบัตร	-	-	-	-	-

ที่	เกณฑ์มาตรฐานผลงานทางวิชาการ/ งานสร้างสรรค์	ผลงาน 5 ปีย้อนหลัง (พ.ศ. 2564 – 2560)				
		พ.ศ. 2564	พ.ศ. 2563	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2560
17	ผลงานวิจัยที่ได้รับการจดอนุสิทธิบัตร	-	-	-	-	-
18	ผลงานวิจัยที่หน่วยงานหรือองค์กรระดับชาติว่าจ้างให้ดำเนินการ	-	-	-	-	-
19	ผลงานวิชาการรับใช้สังคมที่ได้รับการประเมินผ่านเกณฑ์การขอตำแหน่งทางวิชาการแล้ว	-	-	-	-	-

7. รายละเอียดผลงานทางวิชาการ/งานสร้างสรรค์

7.11 บทความวิจัยหรือบทความวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับนานาชาติ หรือวารสารวิชาการระดับชาติที่มีในฐานข้อมูลตามประกาศ ก.พ.อ. หรือระเบียบคณะกรรมการอุดมศึกษาว่าด้วยหลักเกณฑ์การพิจารณาวารสารทางวิชาการสำหรับการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ 2556

ภัทราจิตร แสงสว่าง, **ซวพจน์ ศุภสาร**. (2564). การพัฒนาโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีตามความต้องการของธุรกิจขนาดเล็ก กรณีศึกษานิติบุคคลที่จดทะเบียนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษมุกดาหาร. *วารสารวิชาการวิทยาลัยสัตพล*, 7(2), กรกฎาคม-ธันวาคม, 85-93.

Sukserm, T., **Supasarn, C.**, Vajiramedhin, C. (2020). Comparison between the Successful Entrepreneurship Personality Traits and Homestay Entrepreneurship Personality Traits: A Case Study of Two Villages in Si Sa Ket Province. *วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย*, 4(1), มกราคม-เมษายน, 13-22.

Thaemngoen, J., Chaiyakarn Zheng, J., Nakornchaikun, K., Pattanasitubon, N., Akkho, S., **Supasarn, C.** (2019). Marketing Factors for Creative Tourism in Ubon Ratchathani Province. The 6th Greater Mekong Sub-region International Conference (GMSIC) 2019, 71-77. July 12, 2019. University of Management and Economics, Kham Pong Cham, Cambodia.

ภัทราจิตร แสงสว่าง, สุภชัย พาหุมนโต, **ซวพจน์ ศุภสาร**. (2561). การประเมินกระบวนการบริหารจัดการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง กรณีศึกษา กองทุนหมู่บ้านในเขตตำบลเมืองศรีไค. *วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต*, 6(3), กันยายน-ธันวาคม, 551-577.

ประวัติและผลงานอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน

1. ชื่อ - นามสกุล นายสุขวิทย์ โสภภาพล
2. ตำแหน่งทางวิชาการ ไม่มี
3. เลขที่ประจำตำแหน่ง 323 สังกัดคณะบริหารศาสตร์ บรรจุเมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม พ.ศ. 2550
4. เริ่มปฏิบัติงานครั้งแรก ตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม พ.ศ. 2550
รวมระยะเวลาปฏิบัติงานจนถึงปัจจุบัน 14 ปี 10 เดือน

5. คุณวุฒิ

ชื่อปริญญา	สาขาวิชา	ปีที่สำเร็จ	สถาบันที่สำเร็จการศึกษา
Doctor of Philosophy	Crop Science	พ.ศ. 2548	Central Luzon State University, Philippines
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	การจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่	พ.ศ. 2564	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
Master of Science	Crop Science	พ.ศ. 2545	Central Luzon State University, Philippines
วิทยาศาสตร์บัณฑิต	เกษตรศาสตร์	พ.ศ. 2539	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

6. จำนวนผลงานทางวิชาการ/งานสร้างสรรค์

ที่	เกณฑ์มาตรฐานผลงานทางวิชาการ/ งานสร้างสรรค์	ผลงาน 5 ปีย้อนหลัง (พ.ศ. 2564 – 2560)				
		พ.ศ. 2564	พ.ศ. 2563	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2560
1	งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับความร่วมมือ ในต่างประเทศ	-	-	-	-	-
2	งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับชาติ	-	-	-	-	-
3	งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับนานาชาติ	-	-	-	-	-
4	งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับภูมิภาค อาเซียน	-	-	-	-	-
5	งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับสถาบัน	-	-	-	-	-
6	งานสร้างสรรค์ที่มีการเผยแพร่สู่สาธารณะในลักษณะใด ลักษณะหนึ่ง หรือผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ออนไลน์	-	-	-	-	-

ที่	เกณฑ์มาตรฐานผลงานทางวิชาการ/ งานสร้างสรรค์	ผลงาน 5 ปีย้อนหลัง (พ.ศ. 2564 – 2560)				
		พ.ศ. 2564	พ.ศ. 2563	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2560
7	ตำราหรือหนังสือที่ได้รับการประเมินผ่านเกณฑ์การขอรับตำแหน่งทางวิชาการแล้ว	-	-	-	-	-
8	ตำราหรือหนังสือที่ผ่านการพิจารณาตามหลักเกณฑ์การประเมินตำแหน่งวิชาการ แต่ยังไม่ได้นำมาขอรับการประเมินตำแหน่งวิชาการ	-	-	-	-	-
9	บทความวิจัยหรือบทความทางวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการที่ปรากฏในฐานข้อมูลกลุ่มที่ 2	-	-	-	-	-
10	บทความวิจัยหรือบทความวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ	-	-	-	1	-
11	บทความวิจัยหรือบทความวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับนานาชาติ หรือวารสารวิชาการระดับชาติที่มีในฐานข้อมูลตามประกาศ ก.พ.อ. หรือระเบียบคณะกรรมการอุดมศึกษาว่าด้วยหลักเกณฑ์การพิจารณาวารสารทางวิชาการสำหรับการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ 2556	-	-	-	-	1
12	บทความวิจัยหรือบทความวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการระดับนานาชาติที่มีอยู่ในฐานข้อมูลตามประกาศ ก.พ.อ. หรือระเบียบคณะกรรมการอุดมศึกษาว่าด้วยหลักเกณฑ์การพิจารณาวารสารทางวิชาการสำหรับการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ พ.ศ. 2556	-	-	-	-	-
13	บทความวิจัยหรือบทความวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการระดับนานาชาติที่มีอยู่ในฐานข้อมูลตามประกาศ ก.พ.อ. หรือระเบียบคณะกรรมการอุดมศึกษาว่าด้วยหลักเกณฑ์การพิจารณาวารสารทางวิชาการสำหรับการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ พ.ศ. 2556 แต่สถาบันนำเสนอสภาสถาบันอนุมัติและจัดทำเป็นประกาศให้ทราบเป็นการทั่วไป และแจ้งให้ ก.พ.อ./กกอ. ทราบภายในเวลา 30 วันนับแต่วันที่ออกประกาศ (ซึ่งไม่อยู่ใน Beall's List) หรือตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ	-	-	-	-	-

ที่	เกณฑ์มาตรฐานผลงานทางวิชาการ/ งานสร้างสรรค์	ผลงาน 5 ปีย้อนหลัง (พ.ศ. 2564 – 2560)				
		พ.ศ. 2564	พ.ศ. 2563	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2560
	ที่ปรากฏในฐานข้อมูล TCI กลุ่มที่ 1					
14	ประสบการณ์จากสถานประกอบการ	-	-	-	-	-
15	ผลงานค้นพบพันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ ที่ค้นพบใหม่และได้รับการจดทะเบียน	-	-	-	-	-
16	ผลงานที่ได้รับการจดสิทธิบัตร	-	-	-	-	-
17	ผลงานวิจัยที่ได้รับการจดอนุสิทธิบัตร	-	-	-	-	-
18	ผลงานวิจัยที่หน่วยงานหรือองค์กรระดับชาติว่าจ้างให้ดำเนินการ	-	-	-	-	-
19	ผลงานวิชาการรับใช้สังคมที่ได้รับการประเมินผ่านเกณฑ์การขอตำแหน่งทางวิชาการแล้ว	-	-	-	-	-

7. รายละเอียดผลงานทางวิชาการ/งานสร้างสรรค์

7.10 บทความวิจัยหรือบทความวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ

สุขวิทย์ โสภพล, ธรรมวิมล สุขเสริม. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการซื้อและความต้องการซื้อเครื่องปั้นดินเผาในจังหวัดอุบลราชธานีของลูกค้า. ในการประชุมผลงานการวิจัยและวิชาการ นวัตกรรมธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ พ.ศ. 2561, 68-81. 7 พฤษภาคม 2561. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต.

7.11 บทความวิจัยหรือบทความวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับนานาชาติ หรือวารสารวิชาการระดับชาติที่มีในฐานข้อมูลตามประกาศ ก.พ.อ. หรือระเบียบคณะกรรมการอุดมศึกษาว่าด้วยหลักเกณฑ์การพิจารณาวารสารทางวิชาการสำหรับการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ 2556 อุทัย อันพิมพ์, สุขวิทย์ โสภพล, รินทร์ลภัส ชัยศิริฤกิตต์, ชรีดา ปุกหุต. (2560). การจัดการความรู้ภูมิปัญญาให้พื้นบ้านของชุมชนในจังหวัดอุบลราชธานี. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 8(2), กรกฎาคม-ธันวาคม, 156-176.

ประวัติและผลงานอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน

1. ชื่อ - นามสกุล นางสาวเพชร์ อักโข
2. ตำแหน่งทางวิชาการ ไม่มี
3. เลขที่ประจำตำแหน่ง 20 สังกัดคณะบริหารศาสตร์ บรรจุเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2544
4. เริ่มปฏิบัติงานครั้งแรก วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2544 รวมระยะเวลาปฏิบัติงานจนถึงปัจจุบัน 20 ปี 4 เดือน
5. คุณวุฒิ

ชื่อปริญญา	สาขาวิชา	ปีที่สำเร็จ	สถาบันที่สำเร็จการศึกษา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	บริหารธุรกิจ	พ.ศ. 2542	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
บริหารธุรกิจบัณฑิต	การเงินและการธนาคาร	พ.ศ. 2535	มหาวิทยาลัยรามคำแหง

6. จำนวนผลงานทางวิชาการ/งานสร้างสรรค์

ที่	เกณฑ์มาตรฐานผลงานทางวิชาการ/ งานสร้างสรรค์	ผลงาน 5 ปีย้อนหลัง (พ.ศ. 2564 – 2560)				
		พ.ศ. 2564	พ.ศ. 2563	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2560
1	งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับความร่วมมือ ในต่างประเทศ	-	-	-	-	-
2	งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับชาติ	-	-	-	-	-
3	งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับนานาชาติ	-	-	-	-	-
4	งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับภูมิภาค อาเซียน	-	-	-	-	-
5	งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับสถาบัน	-	-	-	-	-
6	งานสร้างสรรค์ที่มีการเผยแพร่สู่สาธารณะในลักษณะใด ลักษณะหนึ่ง หรือผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ออนไลน์	-	-	-	-	-
7	ตำราหรือหนังสือที่ได้รับการประเมินผ่านเกณฑ์การขอรับ ตำแหน่งทางวิชาการแล้ว	-	-	-	-	-
8	ตำราหรือหนังสือที่ผ่านการพิจารณาตามหลักเกณฑ์ การประเมินตำแหน่งวิชาการ แต่ยังไม่ได้นำมาขอรับการ ประเมินตำแหน่งวิชาการ	-	-	-	-	-

ที่	เกณฑ์มาตรฐานผลงานทางวิชาการ/ งานสร้างสรรค์	ผลงาน 5 ปีย้อนหลัง (พ.ศ. 2564 – 2560)				
		พ.ศ. 2564	พ.ศ. 2563	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2560
9	บทความวิจัยหรือบทความทางวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการที่ปรากฏในฐานข้อมูลกลุ่มที่ 2	-	1	-	-	1
10	บทความวิจัยหรือบทความวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ	-	-	-	-	-
11	บทความวิจัยหรือบทความวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับนานาชาติ หรือวารสารวิชาการระดับชาติที่มีในฐานข้อมูลตามประกาศ ก.พ.อ. หรือระเบียบคณะกรรมการอุดมศึกษาว่าด้วยหลักเกณฑ์การพิจารณาวารสารทางวิชาการสำหรับการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ 2556	-	-	1	-	-
12	บทความวิจัยหรือบทความวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการระดับนานาชาติที่มีอยู่ในฐานข้อมูลตามประกาศ ก.พ.อ. หรือระเบียบคณะกรรมการอุดมศึกษาว่าด้วยหลักเกณฑ์การพิจารณาวารสารทางวิชาการสำหรับการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ พ.ศ. 2556	-	-	-	-	-
13	บทความวิจัยหรือบทความวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการระดับนานาชาติที่มีอยู่ในฐานข้อมูลตามประกาศ ก.พ.อ. หรือระเบียบคณะกรรมการอุดมศึกษาว่าด้วยหลักเกณฑ์การพิจารณาวารสารทางวิชาการสำหรับการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ พ.ศ. 2556 แต่สถาบันนำเสนอสภาสถาบันอนุมัติและจัดทำเป็นประกาศให้ทราบเป็นการทั่วไป และแจ้งให้ ก.พ.อ./กกอ. ทราบภายในเวลา 30 วันนับแต่วันที่ออกประกาศ (ซึ่งไม่อยู่ใน Beall's List) หรือตีพิมพ์ในวารสารวิชาการที่ปรากฏในฐานข้อมูล TCI กลุ่มที่ 1	-	-	-	-	-
14	ประสบการณ์จากสถานประกอบการ	-	-	-	-	-
15	ผลงานค้นพบพันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ ที่ค้นพบใหม่และได้รับการจดทะเบียน	-	-	-	-	-
16	ผลงานที่ได้รับการจดสิทธิบัตร	-	-	-	-	-

ที่	เกณฑ์มาตรฐานผลงานทางวิชาการ/ งานสร้างสรรค์	ผลงาน 5 ปีย้อนหลัง (พ.ศ. 2564 – 2560)				
		พ.ศ. 2564	พ.ศ. 2563	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2560
17	ผลงานวิจัยที่ได้รับการจดอนุสิทธิบัตร	-	-	-	-	-
18	ผลงานวิจัยที่หน่วยงานหรือองค์กรระดับชาติว่าจ้างให้ดำเนินการ	-	-	-	-	-
19	ผลงานวิชาการรับใช้สังคมที่ได้รับการประเมินผ่านเกณฑ์การขอตำแหน่งทางวิชาการแล้ว	-	-	-	-	-

7. รายละเอียดผลงานทางวิชาการ/งานสร้างสรรค์

7.9 บทความวิจัยหรือบทความทางวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการที่ปรากฏในฐานข้อมูลกลุ่มที่ 2

ภูริชญ์ นันทะเสน, สายเพชร อักโข. (2563). การศึกษาส่วนประสมทางการตลาด 8Ps เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 13(1), มกราคม-มิถุนายน, 78-94.

สายเพชร อักโข, รัชมี ทองทับ, สุมาลี สังข์เงิน, รินทร์ลภัส ชัยศิริฤทธิศักดิ์, จริญญา อ่อนฤทธิ, ศุภกัญญา จันทรุกขา. (2560). การพัฒนาศักยภาพกลุ่มเกษตรกรทำขุนแผน ตำบลอ่างศิลา อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 6(12), กรกฎาคม-ธันวาคม, 56-76.

7.11 บทความวิจัยหรือบทความวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับนานาชาติ หรือวารสารวิชาการระดับชาติที่มีในฐานข้อมูลตามประกาศ ก.พ.อ. หรือระเบียบคณะกรรมการอุดมศึกษาว่าด้วยหลักเกณฑ์การพิจารณาวารสารทางวิชาการสำหรับการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ 2556

Thaemngoen, J., Chaiyakarn Zheng, J., Nakornchaikun, K., Pattanasitubon, N., Akkho, S., Supasarn, C. (2019). Marketing Factors for Creative Tourism in Ubon Ratchathani Province. The 6th Greater Mekong Sub-region International Conference (GMSIC) 2019, 71-77. July 12, 2019. University of Management and Economics, Kham Pong Cham, Cambodia.

ประวัติและผลงานอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน

1. ชื่อ - นามสกุล นายณภดล พัฒนะศิษุบอล
2. ตำแหน่งทางวิชาการ ไม่มี
3. เลขที่ประจำตำแหน่ง 18 สังกัดคณะบริหารศาสตร์ บรรจุเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2544
4. เริ่มปฏิบัติงานครั้งแรก วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2544 รวมระยะเวลาปฏิบัติงานจนถึงปัจจุบัน 20 ปี 4 เดือน
5. คุณวุฒิ

ชื่อปริญญา	สาขาวิชา	ปีที่สำเร็จ	สถาบันที่สำเร็จการศึกษา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	บริหารธุรกิจ	พ.ศ. 2545	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
วิทยาศาสตร์บัณฑิต	เศรษฐศาสตร์เกษตร	พ.ศ. 2534	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

6. จำนวนผลงานทางวิชาการ/งานสร้างสรรค์

ที่	เกณฑ์มาตรฐานผลงานทางวิชาการ/ งานสร้างสรรค์	ผลงาน 5 ปีย้อนหลัง (พ.ศ. 2564 – 2560)				
		พ.ศ. 2564	พ.ศ. 2563	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2560
1	งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับความร่วมมือ ในต่างประเทศ	-	-	-	-	-
2	งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับชาติ	-	-	-	-	-
3	งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับนานาชาติ	-	-	-	-	-
4	งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับภูมิภาค อาเซียน	-	-	-	-	-
5	งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับสถาบัน	-	-	-	-	-
6	งานสร้างสรรค์ที่มีการเผยแพร่สู่สาธารณะในลักษณะใด ลักษณะหนึ่ง หรือผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ออนไลน์	-	-	-	-	-
7	ตำราหรือหนังสือที่ได้รับการประเมินผ่านเกณฑ์การขอรับ ตำแหน่งทางวิชาการแล้ว	-	-	-	-	-
8	ตำราหรือหนังสือที่ผ่านการพิจารณาตามหลักเกณฑ์ การประเมินตำแหน่งวิชาการ แต่ยังไม่ได้นำมาขอรับการ ประเมินตำแหน่งวิชาการ	-	-	-	-	-
9	บทความวิจัยหรือบทความทางวิชาการที่ตีพิมพ์ใน วารสารวิชาการที่ปรากฏในฐานข้อมูลกลุ่มที่ 2	-	-	-	-	-

ที่	เกณฑ์มาตรฐานผลงานทางวิชาการ/ งานสร้างสรรค์	ผลงาน 5 ปีย้อนหลัง (พ.ศ. 2564 – 2560)				
		พ.ศ. 2564	พ.ศ. 2563	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2560
10	บทความวิจัยหรือบทความวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์ รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ	-	-	-	-	-
11	บทความวิจัยหรือบทความวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์ ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับ นานาชาติ หรือวารสารวิชาการระดับชาติที่มีฐานข้อมูล ตามประกาศ ก.พ.อ. หรือระเบียบคณะกรรมการ อุดมศึกษาว่าด้วยหลักเกณฑ์การพิจารณาวารสารทาง วิชาการสำหรับการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ 2556	-	-	1	-	-
12	บทความวิจัยหรือบทความวิชาการที่ตีพิมพ์ใน วารสารวิชาการระดับนานาชาติที่มีอยู่ในฐานข้อมูล ตามประกาศ ก.พ.อ. หรือระเบียบคณะกรรมการ การอุดมศึกษาว่าด้วยหลักเกณฑ์การพิจารณาวารสาร ทางวิชาการสำหรับการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ พ.ศ. 2556	-	-	-	-	-
13	บทความวิจัยหรือบทความวิชาการที่ตีพิมพ์ใน วารสารวิชาการระดับนานาชาติที่มีอยู่ในฐานข้อมูล ตามประกาศ ก.พ.อ. หรือระเบียบคณะกรรมการ การอุดมศึกษาว่าด้วยหลักเกณฑ์การพิจารณาวารสาร ทางวิชาการสำหรับการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ พ.ศ. 2556 แต่สถาบันนำเสนอสภาสถาบันอนุมัติและจัดทำเป็น ประกาศให้ทราบเป็นการทั่วไป และแจ้งให้ ก.พ.อ./กกอ. ทราบภายในเวลา 30 วันนับแต่วันที่ออกประกาศ (ซึ่งไม่อยู่ใน Beall's List) หรือตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ ที่ปรากฏในฐานข้อมูล TCI กลุ่มที่ 1	-	-	-	-	-
14	ประสบการณ์จากสถานประกอบการ	-	-	-	-	-
15	ผลงานค้นพบพันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ ที่ค้นพบใหม่และได้รับ การจดทะเบียน	-	-	-	-	-
16	ผลงานที่ได้รับการจดสิทธิบัตร	-	-	-	-	-
17	ผลงานวิจัยที่ได้รับการจดอนุสิทธิบัตร	-	-	-	-	-

ที่	เกณฑ์มาตรฐานผลงานทางวิชาการ/ งานสร้างสรรค์	ผลงาน 5 ปีย้อนหลัง (พ.ศ. 2564 – 2560)				
		พ.ศ. 2564	พ.ศ. 2563	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2560
18	ผลงานวิจัยที่หน่วยงานหรือองค์กรระดับชาติว่าจ้างให้ดำเนินการ	-	-	-	-	-
19	ผลงานวิชาการที่ใช้สังคมที่ได้รับการประเมินผ่านเกณฑ์การขอตำแหน่งทางวิชาการแล้ว	-	-	-	-	-

7. รายละเอียดผลงานทางวิชาการ/งานสร้างสรรค์

7.11 บทความวิจัยหรือบทความวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับนานาชาติ หรือวารสารวิชาการระดับชาติที่มีในฐานข้อมูลตามประกาศ ก.พ.อ. หรือระเบียบคณะกรรมการอุดมศึกษาว่าด้วยหลักเกณฑ์การพิจารณาวารสารทางวิชาการสำหรับการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ 2556

Thaemngoen, J., Chaiyakarn Zheng, J., Nakornchaikun, K., Pattanasitubon, N., Akkho, S.,

Supasarn, C. (2019). Marketing Factors for Creative Tourism in Ubon Ratchathani Province. The 6th Greater Mekong Sub-region International Conference (GMSIC) 2019, 71-77. July 12, 2019. University of Management and Economics, Kham Pong Cham, Cambodia.

ภาคผนวกที่ 2

ประกาศแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565 คณะบริหารศาสตร์



ประกาศมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรระดับปริญญาตรี
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๕
คณะบริหารศาสตร์

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๑๘ มาตรา ๒๑ และมาตรา ๓๘ แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี พ.ศ. ๒๕๓๓ ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๒ และประกาศคณะกรรมการการอุดมศึกษา เรื่อง แนวทางการปฏิบัติตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๒ เพื่อให้การพัฒนาหลักสูตรเป็นไปด้วยความเรียบร้อย จึงแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๕ ดังรายนามต่อไปนี้

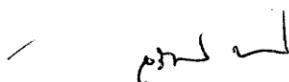
๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ใจแก้ว แถมเงิน		ประธานคณะกรรมการ
อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร		
๒. ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุริม โอทกานนท์	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก	กรรมการ
๓. นางสาวเมธรัตน์ จันทะนี	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก	กรรมการ
๔. นายปอยหลวง โคนทรงแสน	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก	กรรมการ
๕. นายเกษิต ศตางค์มงคล	ผู้แทนผู้ใช้บัณฑิต	กรรมการ
๖. นางสุริยา ยิ่งประเสริฐกุล	ผู้แทนผู้ใช้บัณฑิต	กรรมการ
๗. นางสาวพัทธนันท์ เครืองแก้ว	ผู้แทนศิษย์เก่า	กรรมการ
๘. นายณัฐพล พันธภิบาล	ผู้แทนศิษย์เก่า	กรรมการ
๙. ผู้ช่วยศาสตราจารย์กมลพร นครชัยกุล		กรรมการ
อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร		
๑๐. นายสายเพชร อักโข		กรรมการ
อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร		
๑๑. นายนกตล พัฒนาศิษุบล		กรรมการ
อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร		
๑๒. นายชาวจน ศุภสาร		กรรมการ
อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร		
๑๓. นายธรรมวิมล สุขเสริม		กรรมการ
๑๔. นายตุลิต ศรีสร้อย		กรรมการ
๑๕. นายอนิรุธ สืบสิงห์		กรรมการ
๑๖. นายสุขวิทย์ โสภภาพล		กรรมการ
๑๗. นางเจียรระโน ไชยกาล เจ็จ		กรรมการและเลขานุการ
อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร		
๑๘. นางกัญญณ์พร ศรีสร้อย		ผู้ช่วยเลขานุการ

/อำนาจหน้าที่ ...

อำนาจหน้าที่ ดำเนินการพัฒนาหลักสูตรระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๕ ให้สอดคล้องกับมาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรี โดยให้มีหัวข้อของหลักสูตรอย่างน้อยตามที่กำหนดไว้ในแบบ มคอ.๒ (รายละเอียดของหลักสูตร) ศึกษาข้อมูลจัดทำกำหนดคุณลักษณะเด่นหรือลักษณะพิเศษ และพัฒนาหลักสูตรให้เป็นไปตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิแห่งชาติ วิเคราะห์ประสิทธิภาพและประสิทธิผล ให้ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะในการบริหารจัดการหลักสูตรเพื่อให้บัณฑิตบรรลุผลการเรียนรู้ตามที่กำหนด และนำผลมาปรับปรุงพัฒนาหลักสูตร

ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ ๓ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๔ เป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ ๑๔ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๔



(รองศาสตราจารย์อริยาภรณ์ พงษ์รัตน์)

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ ปฏิบัติราชการแทน

อธิการบดีมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ภาคผนวกที่ 3

ข้อบังคับมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2564



ข้อบังคับมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี
พ.ศ. ๒๕๖๔

โดยที่เป็นการสมควรปรับปรุงหลักเกณฑ์และวิธีการการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย มีคุณภาพและมาตรฐานตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับอุดมศึกษาของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๑๕ แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี พ.ศ. ๒๕๓๓ และมติสภามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ในการประชุมครั้งที่ ๔/๒๕๖๔ เมื่อวันที่ ๒๙ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๔ จึงให้ออกข้อบังคับไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ข้อบังคับนี้เรียกว่า “ข้อบังคับมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๖๔”

ข้อ ๒ ข้อบังคับนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศเป็นต้นไป

ข้อ ๓ ให้ยกเลิกข้อบังคับมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๖๑ และให้ใช้ข้อบังคับนี้แทนสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรีทุกหลักสูตรในมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

บรรดา ข้อบังคับ ระเบียบ ประกาศ มติ คำสั่งอื่นใดที่ขัดหรือแย้งกับข้อบังคับนี้ ให้ใช้ข้อบังคับนี้แทน

ข้อ ๔ ในข้อบังคับนี้

“กระทรวง” หมายความว่า กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

“สถาบันอุดมศึกษา” หมายความว่า สถาบันอุดมศึกษาที่ได้รับการรับรองมาตรฐานโดยสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาหรือกระทรวงศึกษาธิการ

“มหาวิทยาลัย” หมายความว่า มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

“สภามหาวิทยาลัย” หมายความว่า สภามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

“อธิการบดี” หมายความว่า อธิการบดีมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

“คณะกรรมการ” หมายความว่า คณะกรรมการบริหารวิชาการ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

“คณะ” หมายความว่า คณะ วิทยาลัย สถาบัน สำนัก ที่มีการจัดการเรียนการสอนในระดับปริญญาตรีตามที่สภามหาวิทยาลัยกำหนด

“คณบดี” หมายความว่า คณบดีของคณะ วิทยาลัย หรือผู้บริหารหน่วยงานที่เทียบเท่าคณะที่นักศึกษาสังกัด

(Signature)

“อาจารย์ที่ปรึกษา” หมายความว่า อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยมีคำสั่งแต่งตั้งให้เป็นที่ปรึกษาของนักศึกษา

“นักศึกษา” หมายความว่า ผู้ที่ผ่านการคัดเลือกเข้าศึกษาและขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัย หรือได้รับการโอนย้ายมาศึกษาต่อในหลักสูตรของมหาวิทยาลัย

“การเรียนรู้ครบวงจร (Module)” หมายความว่า การจัดการเรียนการสอนสำหรับหน่วยการเรียนรู้ที่ได้รับการจัดเนื้อหาสาระการเรียนรู้ที่ครบวงจร

“การเรียนการสอนที่กำหนดระยะเวลาแน่นอน (Block Rotation)” หมายความว่า การจัดการเรียนการสอนสำหรับรายวิชาหรือกลุ่มของรายวิชาที่กำหนดช่วงระยะเวลาแน่นอนในหนึ่งปีการศึกษา เพื่อประโยชน์ในการแบ่งกลุ่มเรียนหมุนเวียนตามปฏิทินการศึกษา

“การเรียนการสอนแบบ E-Learning” หมายความว่า การเรียนการสอนผ่านตัวกลางที่เป็นสื่อเทคโนโลยีหรือออนไลน์

“การเรียนการสอนแบบออนไลน์ (Online Learning)” หมายความว่า การเรียนการสอนที่ดำเนินการผ่านระบบการศึกษาทางไกลทางอินเทอร์เน็ต

ข้อ ๕ ให้อธิการบดีรักษาการตามข้อบังคับนี้ และให้มีอำนาจตีความและวินิจฉัยปัญหา รวมทั้งกำหนดวิธีปฏิบัติให้เป็นไปตามข้อบังคับนี้ โดยข้อเสนอแนะของคณะกรรมการ เว้นแต่กรณีมีปัญหาในทางปฏิบัติที่สำคัญหรือที่ข้อบังคับนี้ไม่ได้กำหนดไว้ ให้อธิการบดีเสนอสภามหาวิทยาลัยเป็นผู้พิจารณาวินิจฉัย

คำวินิจฉัยชี้ขาดของอธิการบดีหรือสภามหาวิทยาลัยแล้วแต่กรณี ให้ถือเป็นที่สุด

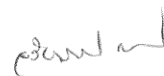
หมวด ๑

บททั่วไป

ข้อ ๖ หลักเกณฑ์และวิธีการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยให้เป็นไปตามข้อบังคับนี้

ในกรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ วิธีปฏิบัติ และเงื่อนไขที่กำหนดในข้อบังคับนี้ หากอธิการบดีหรือผู้ที่อธิการบดีมอบหมาย เห็นว่า มีเหตุอันจำเป็นอย่างยิ่งและเพื่อป้องกันมิให้เกิดความเสียหายแก่การจัดการศึกษา ให้อธิการบดีหรือผู้ที่อธิการบดีมอบหมายยกเว้นหรือผ่อนผันการปฏิบัติตามความในข้อบังคับนี้

การยกเว้นหรือผ่อนผันการปฏิบัติตามความในข้อบังคับตามวรรคหนึ่ง จะต้องพิจารณาด้วยความระมัดระวังและเท่าที่จำเป็น เพื่อมิให้เกิดความเสียหายแก่มหาวิทยาลัย



หมวด ๒

คุณสมบัติและเงื่อนไขการเข้าเป็นนักศึกษา

ข้อ ๗ คุณสมบัติของการเข้าเป็นนักศึกษา

(๑) สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า

(๒) กรณีเข้าศึกษาหลักสูตรการศึกษาต่อเนื่อง ผู้นั้นต้องสำเร็จการศึกษาระดับอนุปริญญา หรือ ประกาศนียบัตรวิชาชีพการศึกษาชั้นสูง หรือประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง หรือประกาศนียบัตรอื่น ๆ ที่เทียบเท่า

(๓) นักศึกษาที่โอนย้ายจากสถาบันอุดมศึกษาอื่น นอกจากต้องมีคุณสมบัติตาม (๑) หรือ (๒) แล้วนักศึกษาผู้นั้นต้องมีคุณสมบัติตามข้อ ๕๐ ด้วย

(๔) ไม่เป็นโรคหรือภาวะอันเป็นอุปสรรคในการศึกษา

(๕) คุณสมบัติอื่นตามที่สภามหาวิทยาลัยกำหนด

ข้อ ๘ การรับเข้าเป็นนักศึกษา มหาวิทยาลัยจะดำเนินการสอบคัดเลือกหรือคัดเลือกผู้มีคุณสมบัติตามข้อ ๗ เข้าเป็นนักศึกษาตามหลักเกณฑ์และวิธีการ ที่มหาวิทยาลัยประกาศกำหนดในแต่ละปีการศึกษา

ข้อ ๙ ผู้ที่ได้รับคัดเลือกเข้าศึกษาจะต้องรายงานตัวเพื่อขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษา ตามวันเวลา และสถานที่ที่มหาวิทยาลัยประกาศกำหนด

การรายงานตัวเพื่อขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาตามวรรคหนึ่ง จะต้องนำเอกสารหลักฐานตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่มหาวิทยาลัยประกาศกำหนดยื่นต่อเจ้าหน้าที่ในขณะเมื่อรายงานตัว

กรณีที่มีเหตุจำเป็นอย่างอื่นทำให้ผู้ที่ได้รับคัดเลือกเข้าศึกษาไม่สามารถรายงานตัวตามวันเวลา และสถานที่ที่มหาวิทยาลัยประกาศกำหนด ผู้ที่ได้รับคัดเลือกเข้าศึกษาจะต้องแจ้งเป็นหนังสือให้มหาวิทยาลัยทราบภายในสิบวันนับจากวันเปิดภาคการศึกษาโดยไม่นับรวมวันหยุดราชการ

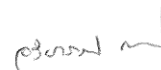
เมื่ออธิการบดีหรือผู้ที่อธิการบดีมอบหมายพิจารณาแล้วเห็นว่า ผู้ที่ได้รับคัดเลือกเข้าศึกษามีเหตุอันจำเป็นอย่างอื่นไม่สามารถรายงานตัวตามวันเวลาและสถานที่ที่มหาวิทยาลัยประกาศกำหนด อธิการบดี หรือผู้ที่อธิการบดีมอบหมายจะพิจารณากำหนดวันเวลาและสถานที่ให้ผู้ที่ได้รับคัดเลือกเข้าศึกษารายงานตัวตามความเหมาะสม แต่หากเห็นว่า การไม่รายงานตัวตามวันเวลาและสถานที่ที่มหาวิทยาลัยประกาศกำหนด รับฟังไม่ได้ว่ามีเหตุอันจำเป็นอย่างอื่น ให้ถือว่า ผู้ที่ได้รับคัดเลือกเข้าศึกษาสิ้นสิทธิการเข้าเป็นนักศึกษา

ข้อ ๑๐ ประเภทนักศึกษา

(๑) นักศึกษาปกติ หมายถึง นักศึกษาที่มีคุณสมบัติครบถ้วนตามข้อ ๗ ที่มหาวิทยาลัยรับเข้าศึกษาในหลักสูตรเรียนเต็มเวลา

(๒) นักศึกษาสมทบ หมายถึง นักศึกษาจากสถาบันอุดมศึกษาอื่นที่มหาวิทยาลัยอนุญาตให้ลงทะเบียนเรียนบางรายวิชาในหลักสูตรของมหาวิทยาลัย โดยไม่ขอรับปริญญาจากมหาวิทยาลัย

(๓) นักศึกษาประเภทอื่นตามที่สภามหาวิทยาลัยกำหนด



-๕-

หมวด ๓

การขึ้นทะเบียน การต่อทะเบียน และการรักษาสถานภาพการเป็นนักศึกษา

ข้อ ๑๑ การขึ้นทะเบียนนักศึกษา มีหลักเกณฑ์และเงื่อนไขดังต่อไปนี้

(๑) ต้องเป็นผู้ที่ผ่านการคัดเลือกตามข้อบังคับนี้

(๒) รายงานตัวต่อมหาวิทยาลัยตามข้อ ๙

(๓) ชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาถูกต้องครบถ้วน เว้นแต่ มหาวิทยาลัยมีคำสั่งเป็นอย่างอื่น

ข้อ ๑๒ การต่อทะเบียนนักศึกษา มีหลักเกณฑ์และเงื่อนไขดังต่อไปนี้

(๑) นักศึกษาที่ได้ขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาแล้วให้ต่อทะเบียนนักศึกษาทุกภาคการศึกษาปกติ โดยชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาหรือค่าธรรมเนียมรักษาสถานภาพการเป็นนักศึกษา หากพ้นกำหนดจะถือว่าพ้นสถานภาพการเป็นนักศึกษา

(๒) ผู้ที่จะต่อทะเบียนได้จะต้องไม่อยู่ในเกณฑ์พ้นสถานภาพการเป็นนักศึกษาตามข้อ ๔๖

กรณีนักศึกษาต่อทะเบียนนักศึกษาตามวรรคหนึ่งแล้วปรากฏในภายหลังว่าต้องพ้นสถานภาพการเป็นนักศึกษา ให้ถือว่าการศึกษาครั้งนั้นเป็นอันยกเลิก โดยนักศึกษาจะได้รับเงินค่าธรรมเนียมการศึกษาคืนตามเงื่อนไขที่มหาวิทยาลัยกำหนด

ข้อ ๑๓ การรักษาสถานภาพการเป็นนักศึกษา กระทำได้ดังนี้

(๑) นักศึกษาที่ประสงค์จะลาพักการศึกษา

(๒) นักศึกษาที่ถูกสั่งพักการศึกษา

(๓) นักศึกษาที่ได้รับอักษรลำดับชั้น I หรือ P ในการลงทะเบียนรายวิชาใด ๆ และไม่ได้ทำการลงทะเบียนรายวิชาในภาคการศึกษานั้น ๆ ภายในระยะเวลาตามประกาศของมหาวิทยาลัย

โดยนักศึกษาจะต้องชำระค่าธรรมเนียมเพื่อดำรงไว้ซึ่งสถานภาพการเป็นนักศึกษาตามระเบียบหรือประกาศของมหาวิทยาลัย

หมวด ๔

ระบบการจัดการศึกษาและหลักสูตร

ข้อ ๑๔ มหาวิทยาลัยจัดให้มีภาคการศึกษาบังคับเป็นระบบทวิภาค (Semester) ประกอบด้วย ภาคการศึกษาต้น และภาคการศึกษาลาย โดยแต่ละภาคการศึกษา มีระยะเวลาศึกษาไม่น้อยกว่าสิบห้าสัปดาห์

ระบบทวิภาคตามวรรคหนึ่ง มหาวิทยาลัยอาจเปิดการศึกษาไม่บังคับเป็นภาคการศึกษาฤดูร้อน ให้มีระยะเวลาศึกษาไม่น้อยกว่าหกสัปดาห์ โดยให้ใช้ระยะเวลาและจำนวนหน่วยกิตที่มีสัดส่วนเทียบเคียงได้กับภาคการศึกษาบังคับ



กรณีหลักสูตรใดประกอบด้วยรายวิชาที่จำเป็นต้องเปิดสอนในภาคฤดูร้อนเพื่อการฝึกงาน หรือฝึกภาคสนาม หรือสหกิจศึกษา หรือโครงการ หรือกรณีศึกษาอื่นใด ให้ถือว่า เป็นส่วนหนึ่งของภาค การศึกษาบังคับตามวรรคหนึ่ง

การบริหารและจัดการเรียนการสอนรายวิชาอาจดำเนินการด้วยระบบ ดังนี้

(๑) ระบบหน่วยการศึกษา คือ ระบบที่แบ่งช่วงการจัดการเรียนการสอนให้เป็นไปตามหัวข้อ การศึกษา โดยมีปริมาณการเรียนรู้ จำนวนชั่วโมง และจำนวนหน่วยกิต เทียบเท่ากับเกณฑ์กลางของระบบ ทวิภาค ด้วยการจัดการเรียนการสอนแบบการเรียนรู้ครบวงจร (Module) หรือการเรียนการสอนที่กำหนด ระยะเวลาแน่นอน (Block Rotation) หรือการเรียนการสอนแบบ E-Learning ทั้งนี้ ให้จัดทำเป็นประกาศของ มหาวิทยาลัย

(๒) ระบบอื่น ๆ ตามที่สภามหาวิทยาลัยกำหนด

ข้อ ๑๕ การคิดหน่วยกิต

ให้ทุกหลักสูตรใช้ระบบหน่วยกิตเพื่อบ่งถึงปริมาณการศึกษาของแต่ละรายวิชา โดยหนึ่ง หน่วยกิต มีระยะเวลาการศึกษาตามเกณฑ์กลางของระบบทวิภาค ดังนี้

(๑) รายวิชาภาคทฤษฎีที่จัดการเรียนการสอนแบบบรรยายหรือจัดกิจกรรมการเรียนรู้ต้องใช้ เวลาไม่น้อยกว่าสิบห้าชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ

(๒) รายวิชาภาคปฏิบัติที่จัดการเรียนการสอนแบบฝึกปฏิบัติหรือทดลองต้องใช้เวลาน้อย กว่าสามสิบชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ

(๓) รายวิชาที่จัดการเรียนการสอนแบบฝึกงาน ฝึกภาคสนาม ทำโครงการ ปัญหาพิเศษหรือ กิจกรรมการเรียนรู้อื่นใดที่พัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ หรือแก้ปัญหาในสถานการณ์จริงต้องใช้เวลาน้อยกว่า สิบห้าชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ

(๔) รายวิชาที่จัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการเรียนรู้กับการทำงาน (Work Integrated Learning : WIL) ในรูปแบบอื่น ๆ ตลอดหนึ่งภาคการศึกษาปกติโดยมีจำนวนชั่วโมงเทียบเคียงได้ไม่น้อยกว่า สิบห้าชั่วโมงต่อหนึ่งหน่วยกิต หรือให้เป็นไปตามที่กระทรวงกำหนด

(๕) สหกิจศึกษา (Cooperative Education) หรือการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน (Cooperative and Work Integrated Education: CWIE) เป็นการศึกษาที่ใช้เวลาปฏิบัติงานในสถาน ประกอบการอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่าสิบหกสัปดาห์หรือสี่เดือน และมีจำนวนไม่น้อยกว่าหกหน่วยกิต ทั้งนี้ ต้องผ่านการเตรียมความพร้อมนักศึกษาสหกิจศึกษา ก่อนออกปฏิบัติสหกิจศึกษาไม่น้อยกว่าสามสิบชั่วโมง

กรณีหลักสูตรที่ไม่สามารถใช้เกณฑ์ตามวรรคหนึ่ง มหาวิทยาลัยอาจกำหนดจำนวนชั่วโมงที่ใช้ ในการเรียนการสอน หรือการฝึกปฏิบัติ หรือการจัดการศึกษาในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้ได้ปริมาณการเรียนรู้ ตามหน่วยกิตที่เหมาะสม ทั้งนี้ ต้องเป็นไปตามมาตรฐานที่คณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษากำหนด

ข้อ ๑๖ หลักสูตรที่เปิดทำการสอนในมหาวิทยาลัย จะต้องเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐาน หลักสูตรระดับปริญญาตรี กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ มาตรฐานคุณวุฒิสภา/สาขาวิชา

Signature

-๖-

นั้น ๆ มาตรฐานของกระทรวง ทั้งนี้ สภามหาวิทยาลัยอาจกำหนดเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรให้มีคุณภาพที่สูงกว่าได้

สำหรับหลักสูตรที่จัดการเรียนการสอนผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศหรือวิธีอื่นให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไขที่กระทรวงกำหนด

หลักสูตรแบ่งออกเป็นรายวิชาซึ่งมีเนื้อหาและจำนวนชั่วโมงสัมพันธ์กับจำนวนหน่วยกิต ในแต่ละสาขาวิชาและรายวิชาจะมีรหัสและชื่อกำกับไว้ ซึ่งรหัสรายวิชาประกอบด้วยตัวเลขเจ็ดหลัก ดังนี้

เลขหลักที่หนึ่งและสอง	หมายถึงคณะ/หลักสูตร
เลขหลักที่สามและสี่	หมายถึงภาควิชา/ภาควิชาสอน/กลุ่มวิชา/สาขาวิชา
เลขหลักที่ห้า	หมายถึงระดับของวิชา
เลขหลักที่หก	หมายถึงหมวดวิชา หรือกลุ่ม หรือลำดับที่ของรายวิชา
เลขหลักที่เจ็ด	หมายถึงลำดับที่ของรายวิชา

ข้อ ๑๗ มหาวิทยาลัยอาจจัดให้มีหลักสูตรควบระดับปริญญาตรีสองปริญญา หรือควบวิชาเอก ดังนี้

(๑) หลักสูตรควบระดับปริญญาตรีสองปริญญาในสาขาวิชาที่แตกต่างกัน โดยมีโปรแกรมหรือหลักสูตรเชื่อมโยงกัน ทั้งนี้ นักศึกษาต้องศึกษาสองหลักสูตรที่มีเนื้อหาวิชาส่งเสริมซึ่งกันและกัน โดยศึกษาควบระหว่างสถาบันหรือภายในมหาวิทยาลัยภายใต้ความร่วมมือของหลักสูตรก็ได้

(๒) หลักสูตรควบวิชาเอก โดยเป็นหลักสูตรเดียวกันซึ่งศึกษาควบภายในมหาวิทยาลัย รายละเอียดเกี่ยวกับโครงสร้างหลักสูตร จำนวนหน่วยกิต และระยะเวลาการศึกษาของหลักสูตรควบตามวรรคหนึ่งให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรที่กระทรวงและสภามหาวิทยาลัยกำหนด

ข้อ ๑๘ มหาวิทยาลัยอาจจัดให้มีหลักสูตรระดับปริญญาตรีสำหรับผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีจากมหาวิทยาลัยหรือสถาบันอุดมศึกษาอื่น เข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีหลักสูตรใด ๆ ของมหาวิทยาลัยได้

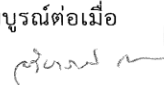
หลักสูตรระดับปริญญาตรีสำหรับผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีตามวรรคหนึ่ง ให้ดำเนินการได้หลังจากได้รับความเห็นชอบจากสภามหาวิทยาลัย

ข้อ ๑๙ นอกจากนักศึกษาจะต้องลงทะเบียนรายวิชาตามข้อบังคับนี้ นักศึกษาอาจลงทะเบียนเรียนรายวิชาเพิ่มเติมในระดับบัณฑิตศึกษาหรือระดับประกาศนียบัตรบัณฑิตได้ ตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่มหาวิทยาลัยประกาศกำหนด

หมวด ๕

การลงทะเบียนเรียน การเพิ่มและการถอนรายวิชา

ข้อ ๒๐ การลงทะเบียนเรียน การเพิ่ม การถอนรายวิชาและการชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาในแต่ละภาคการศึกษา ให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย การลงทะเบียนเรียนจะสมบูรณ์ต่อเมื่อ



นักศึกษาชำระค่าธรรมเนียมการศึกษา หากชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาหลังกำหนดจะต้องชำระค่าปรับตามประกาศของมหาวิทยาลัย

หากมีเหตุผลความจำเป็น มหาวิทยาลัยอาจยกเลิกหรือปิดรายวิชาหรือกลุ่มการเรียน และการจัดการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยจัดทำเป็นประกาศมหาวิทยาลัย

กรณีที่นักศึกษาไม่ชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาในแต่ละภาคการศึกษาตามระยะเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด มหาวิทยาลัยอาจจะพิจารณายกเลิกการลงทะเบียนเรียนของนักศึกษาในภาคการศึกษานั้น ให้เป็นตามหลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไขที่มหาวิทยาลัยประกาศกำหนด

นักศึกษาที่ขาดแคลนทุนทรัพย์และไม่ชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาในแต่ละภาคการศึกษาตามวรรคหนึ่ง มหาวิทยาลัยจะพิจารณาจัดสรรทุนการศึกษาหรือดำเนินการอื่นใดเป็นรายการณตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่มหาวิทยาลัยกำหนด

ข้อ ๒๑ อัตราค่าธรรมเนียมการศึกษาของแต่ละหลักสูตร ให้เป็นตามระเบียบมหาวิทยาลัย อุบลราชธานี ว่าด้วย ค่าธรรมเนียมการศึกษาระดับปริญญาตรี

ข้อ ๒๒ จำนวนหน่วยกิตที่ลงทะเบียนเรียน

(๑) การลงทะเบียนเรียนของนักศึกษาปกติ ในแต่ละภาคการศึกษาปกติ ต้องลงทะเบียนเรียนรายวิชา ไม่น้อยกว่าเก้าหน่วยกิตและไม่เกินยี่สิบสองหน่วยกิต สำหรับภาคการศึกษาฤดูร้อนจะลงทะเบียนเรียนรายวิชาได้ไม่เกินเก้าหน่วยกิต

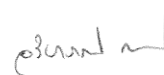
กรณีนักศึกษามีเหตุผลความจำเป็นอย่างยิ่งหรือคาดว่าจะสำเร็จการศึกษาในภาคการศึกษานั้น ที่ต้องลงทะเบียนในภาคการศึกษาปกติ เกินกว่ายี่สิบสองหน่วยกิตแต่ไม่เกินยี่สิบห้าหน่วยกิต หรือน้อยกว่าเก้าหน่วยกิต หรือในภาคการศึกษาฤดูร้อน เกินกว่าเก้าหน่วยกิตแต่ไม่เกินสิบสองหน่วยกิต ให้คณบดีเป็นผู้พิจารณาอนุมัติ

กรณีที่คณะใดคณะหนึ่งจะกำหนดจำนวนหน่วยกิตในการลงทะเบียนเรียนในหลักสูตรใดที่แตกต่างจากวรรคหนึ่ง ให้เสนออธิการบดีหรือผู้ที่อธิการบดีมอบหมายพิจารณาอนุมัติ และให้จัดทำเป็นประกาศของมหาวิทยาลัย แต่ทั้งนี้ จะต้องไม่กระทบต่อมาตรฐานคุณภาพการศึกษาและผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร

(๒) การลงทะเบียนของนักศึกษาสมทบ ให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๒๓ การลงทะเบียนเรียนรายวิชาต่าง ๆ นักศึกษาจะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขของรายวิชา และหลักสูตร ทั้งนี้ วิธีการและระยะเวลาการลงทะเบียนเรียนให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัยหากพ้นกำหนดจะไม่อนุมัติให้นักศึกษาลงทะเบียนเรียน เว้นแต่มีเหตุผลความจำเป็นอย่างยิ่ง ให้อธิการบดีหรือผู้ที่อธิการบดีมอบหมายเป็นผู้พิจารณาทุกวัน

ข้อ ๒๔ นักศึกษาจะขอลงทะเบียนเข้าร่วมศึกษารายวิชาใด ๆ นอกหลักสูตร เพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้โดยได้รับสัญลักษณ์ตามข้อ ๓๔ (๘) ต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและคณบดี คณะที่นักศึกษาสังกัด รวมทั้ง ได้รับความยินยอมจากอาจารย์ผู้สอน



รายวิชาที่ลงทะเบียนเรียนตามวรรคหนึ่ง นักศึกษาจะได้รับสัญลักษณ์ Au และให้นำจำนวนหน่วยกิตของรายวิชาที่ลงทะเบียนเรียนมานับรวมเป็นจำนวนหน่วยกิตที่ลงทะเบียนเรียนด้วยแต่จะไม่นับหน่วยกิตรวมเข้าเป็นหน่วยกิตที่กำหนดไว้ตามโครงสร้างหลักสูตร

หากนักศึกษาลงทะเบียนรายวิชาตามวรรคหนึ่งแล้วประสงค์จะเปลี่ยนแปลงประเภทการลงทะเบียนเพื่อได้รับการวัดและประเมินผลเป็นอักษรลำดับชั้นที่มีการนำมาคิดค่าลำดับชั้น หรือเป็นอักษรลำดับชั้น S หรือ U ให้ยื่นคำร้องตามประกาศของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๒๕ การลงทะเบียนเรียนซ้ำ ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไข ดังนี้

(๑) นักศึกษามีสิทธิลงทะเบียนเรียนซ้ำในรายวิชาที่ได้รับผลการเรียนอักษรลำดับชั้น U หรือต่ำกว่า C

(๒) รายวิชาที่ลงทะเบียนเรียนซ้ำและมีการประเมินค่าคะแนนแบบอักษรลำดับชั้นจะได้อักษรลำดับชั้นสูงสุดไม่เกิน C

(๓) การลงทะเบียนเรียนซ้ำในรายวิชาที่เทียบรายวิชาเรียนและโอนหน่วยกิตจากสถาบันอุดมศึกษาอื่นไม่ถือว่าเป็นการลงทะเบียนเรียนซ้ำ

(๔) นักศึกษาไม่มีสิทธิลงทะเบียนเรียนซ้ำในรายวิชาที่ได้รับอักษรลำดับชั้น I, P, N และสัญลักษณ์ Au เว้นแต่ นักศึกษาที่ได้รับสัญลักษณ์ Au ในรายวิชานั้น ขอโอนย้ายหลักสูตร สาขาวิชาเอกหรือวิชาโท และรายวิชาที่ได้รับสัญลักษณ์ Au นั้นเป็นรายวิชาที่อยู่ในหลักสูตรสาขาวิชาเอก หรือวิชาโทใหม่

ข้อ ๒๖ นักศึกษาที่มีหนี้ค้างชำระแก่มหาวิทยาลัยไม่มีสิทธิลงทะเบียนเรียน เว้นแต่ นักศึกษาจะชำระหนี้สินให้เสร็จสิ้นภายในกำหนดการลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษาถัดไป

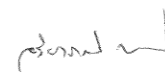
ข้อ ๒๗ นักศึกษาที่ไม่ได้ลงทะเบียนรายวิชาใด ๆ ในภาคการศึกษา จะต้องต่อทะเบียนอายุการเป็นนักศึกษาตามข้อ ๑๒ และข้อ ๑๓

ข้อ ๒๘ การถอนรายวิชา ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขดังนี้

(๑) รายวิชาที่มีการเรียนการสอนไปแล้วไม่เกินร้อยละยี่สิบของระยะเวลาที่ศึกษาในรายวิชานั้น ๆ รายวิชาที่ขอถอนจะไม่ปรากฏในใบระเบียนผลการเรียน (Transcript)

(๒) รายวิชาที่มีการเรียนการสอนไปแล้วเกินร้อยละยี่สิบ แต่ไม่เกินร้อยละแปดสิบของระยะเวลาที่ศึกษารายวิชานั้น ๆ การถอนรายวิชาจะต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา และอาจารย์ที่ปรึกษา โดยรายวิชาที่ขอถอนจะปรากฏสัญลักษณ์ W ในใบระเบียนผลการเรียน (Transcript)

ทั้งนี้ การถอนรายวิชาตามวรรคหนึ่ง นักศึกษาจะไม่มีสิทธิได้รับเงินค่าธรรมเนียมการศึกษาคืน สำหรับวิธีการและระยะเวลาในการถอนรายวิชาให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย



-๙-

หมวด ๖

การวัดและประเมินผลการศึกษา

ข้อ ๒๙ มหาวิทยาลัยจะวัดและประเมินผลการศึกษา โดยวัดและประเมินผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน (Learning Outcomes/Competency) และการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนและการพัฒนาศักยภาพผู้เรียน โดยอาจารย์ผู้สอนหรืออาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ต้องจัดการวัดและประเมินผลให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของรายวิชาและหลักสูตรที่เน้นผลลัพธ์เป็นฐาน (Outcome-based curriculum) / หลักสูตรฐานสมรรถนะ (Competency-based curriculum) และผลลัพธ์ผู้เรียนตามมาตรฐานการอุดมศึกษาของกระทรวง และครอบคลุมมาตรฐานผลการเรียนรู้ในทุก ๆ ด้านตามที่กำหนดไว้ในรายละเอียดรายวิชาของหลักสูตรนั้น ๆ

ข้อ ๓๐ การวัดและประเมินผลการศึกษา อาจดำเนินการดังนี้

(๑) การสอบตามวิธีการและหลักเกณฑ์ ดังนี้

(ก) การสอบย่อย (Quiz) ในระหว่างภาคการศึกษาหนึ่ง ๆ หรือช่วงการจัดการเรียนการสอน โดย จำนวนครั้ง เวลา และวิธีการทดสอบ ให้เป็นไปตามรายละเอียดของรายวิชา

(ข) การสอบกลางภาค (Midterm Examination) ในระหว่างภาคการศึกษา หรือช่วงการจัดการเรียนการสอน เมื่อจัดการเรียนการสอนมาแล้วไม่น้อยกว่าร้อยละห้าสิบของระยะเวลาที่ศึกษารายวิชานั้น ๆ

(ค) การสอบปลายภาค (Final Examination) ของแต่ละวิชาเมื่อเสร็จสิ้นการเรียนการสอนในภาคการศึกษานั้น

การสอบกลางภาคและการสอบปลายภาคตามวรรคหนึ่ง เป็นการสอบประจำภาคซึ่งจัดสอบโดยรวมของมหาวิทยาลัยในรายวิชาที่มีการประเมินผลโดยการสอบ ทั้งนี้ ให้อาจารย์ผู้สอนแสดงความประสงค์ต่อมหาวิทยาลัยโดยผ่านความเห็นชอบจากคณบดี

รูปแบบ วิธีการสอบ กำหนดการและวิธีปฏิบัติในการสอบกลางภาคและการสอบปลายภาค ให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

(๒) การวัดผลโดยวิธีอื่นสามารถดำเนินการได้ โดยอาจารย์ผู้สอนต้องกำหนดไว้ในรายละเอียดของรายวิชา

ข้อ ๓๑ การเข้าสอบและการสอบ มีหลักเกณฑ์และเงื่อนไขดังนี้

(๑) สิทธิในการเข้าสอบของนักศึกษา

(ก) การสอบย่อยและการสอบกลางภาค ให้อยู่ในดุลยพินิจของอาจารย์ผู้สอน อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา หรืออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรที่วิชานั้นสังกัดอยู่

(ข) การสอบปลายภาค นักศึกษาจะต้องมีเวลาเรียนในรายวิชาที่จะเข้าสอบไม่ต่ำกว่าร้อยละแปดสิบ ของเวลาเรียนทั้งหมดหรือเทียบเท่า สำหรับรายวิชาที่เป็นภาคปฏิบัตินักศึกษาต้องปฏิบัติงานในรายวิชาจนครบตามกำหนดของรายวิชานั้น ๆ เว้นแต่อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาจะกำหนดเป็นอย่างอื่น

อรุณพร

(๒) นักศึกษาต้องปฏิบัติตามประกาศของมหาวิทยาลัย ว่าด้วย การเข้าสอบและการสอบโดย
เครื่องเคร็ด

ข้อ ๓๒ การสอบชดเชย มีหลักเกณฑ์และเงื่อนไขดังนี้

(๑) การสอบชดเชยของการขาดสอบย่อย ให้อยู่ในดุลยพินิจของอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา
หรืออาจารย์ผู้สอน

(๒) การสอบชดเชยของการขาดสอบกลางภาคและการสอบปลายภาคกรณีที่นักศึกษาไม่
สามารถเข้าสอบด้วยเหตุผลความจำเป็นอย่างยิ่ง ให้ปฏิบัติดังนี้

(ก) ให้นักศึกษายื่นคำร้องขออนุญาตสอบชดเชยต่อคณบดีที่รายวิชานั้นสังกัดภายในเจ็ดวัน
นับจากวันสอบของรายวิชานั้นโดยนับรวมวันหยุดราชการ โดยผ่านความเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษาและ
อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา

(ข) เมื่อได้รับอนุญาตแล้วให้นักศึกษาสอบชดเชยให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลาที่คณะกำหนด
ทั้งนี้ สำหรับการสอบกลางภาคต้องไม่เกินสามสัปดาห์ และการสอบปลายภาคต้องไม่เกินหกสัปดาห์ โดยนับจาก
วันที่สอบรายวิชานั้นเสร็จสิ้นและให้นับรวมวันหยุดราชการ

ข้อ ๓๓ ในการประเมินผลการศึกษาในแต่ละรายวิชา ให้ใช้อักษรลำดับชั้นหรือสัญลักษณ์
ความหมายและค่าคะแนน ดังนี้

(๑) อักษรลำดับชั้นที่มีการวัดและประเมินผลแล้วนำไปคำนวณหาคะแนนเฉลี่ยประจำภาค
(Grade Point Average : GPA) และคะแนนเฉลี่ยสะสม (Cumulative GPA หรือ GPAX) มีแปลลำดับชั้น
โดยมีลำดับชั้น ความหมาย และค่าคะแนน (Grade Point) แต่ละลำดับชั้น ดังนี้

ลำดับชั้น (Grade)	ความหมาย	ค่าคะแนน (Grade Point)
A	ดีเยี่ยม (Excellent)	๔
B+	ดีมาก (Very good)	๓.๕
B	ดี (Good)	๓
C+	ค่อนข้างดี (Above average)	๒.๕
C	พอใช้ (Average)	๒
D+	อ่อน (Below average)	๑.๕
D	อ่อนมาก (Poor)	๑
F	ตก (Fail)	๐

(๒) อักษรลำดับชั้นที่มีการวัดและประเมินผลทั้งที่มีและไม่มีจำนวนหน่วยกิต และไม่มีค่า
คะแนน ซึ่งไม่นำไปคิดคะแนนเฉลี่ยประจำภาค (GPA) และคะแนนเฉลี่ยสะสม (GPAX) ดังนี้

ลำดับชั้น (Grade)	ความหมาย
S	พอใจหรือผ่าน (Satisfactory)
U	ไม่พอใจหรือไม่ผ่าน (Unsatisfactory)

-๑๑-

(๓) อักษรลำดับชั้นที่มีการวัดและประเมินผลยังไม่สิ้นสุด ดังนี้

ลำดับชั้น (Grade)	ความหมาย
I	การวัดผลยังไม่สิ้นสุด (Incomplete)
P	กำลังดำเนินการ (In Progress)
N	ยังไม่ประเมินผลการเรียน (Grade not evaluated)

(๔) สัญลักษณ์อื่นที่แสดงถึงสถานภาพต่าง ๆ ซึ่งไม่มีค่าคะแนนและหน่วยกิตที่ลงทะเบียนเรียน และไม่นำไปคิดคะแนนเฉลี่ยประจำภาค (GPA) และคะแนนเฉลี่ยสะสม (GPAX) ดังนี้

สัญลักษณ์	ความหมาย
Au	เข้าร่วมศึกษา (Audit)
W	ถอนรายวิชาแล้ว (Withdrawn)
CS	หน่วยกิตที่ได้จากการทดสอบมาตรฐาน (Credits from standardized test)
CE	หน่วยกิตที่ได้จากการสอบ (Credits from exam)
CT	หน่วยกิตที่ได้จากการประเมินหรือการอบรมที่จัดโดยหน่วยงานต่าง ๆ (Credits from training)
CP	หน่วยกิตที่ได้จากการเสนอแฟ้มสะสมผลงาน (Credits from portfolio)
CX	หน่วยกิตที่ได้จากการยกเว้นการเรียน (Credits from exemption)

ข้อ ๓๔ การให้อักษรลำดับชั้นและสัญลักษณ์ มีหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

(๑) การให้อักษรลำดับชั้น A, B+, B, C+, C, D+, D และ F ให้กระทำได้ในกรณีต่อไปนี้

(ก) รายวิชาที่นักศึกษาเข้าสอบหรือเข้ารับการประเมินผลด้วยวิธีอื่น และมีผลการสอบหรือผลการประเมินเป็นลำดับชั้นตามเกณฑ์ที่รายวิชากำหนด

(ข) เปลี่ยนจากอักษรลำดับชั้น I หรือ N โดยต้องส่งผลให้มหาวิทยาลัยภายในสองสัปดาห์แรกของภาคการศึกษาถัดไป

(ค) เปลี่ยนจากอักษรลำดับชั้น P เมื่อสิ้นสุดการเรียนการสอนสำหรับรายวิชานั้น

(ง) เปลี่ยนจากอักษรลำดับชั้น A, B+, B, C+, C, D+, D, หรือ F เมื่อมีการแก้ไขภายหลังจากที่ส่งผลการเรียนแล้ว ทั้งนี้ การดำเนินการให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

(๒) การให้อักษรลำดับชั้น F นอกเหนือจาก (๑) แล้ว ให้กระทำได้ในกรณีต่อไปนี้

(ก) นักศึกษาที่ฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามข้อบังคับ ระเบียบ ประกาศ และคำสั่งอื่นใดของมหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยมีคำสั่งลงโทษทางวินัยให้ปรับตกรายวิชาหรือทุกวิชา

(ข) เปลี่ยนจากอักษรลำดับชั้น I ภายหลังจากสองสัปดาห์แรกของภาคการศึกษาปกติถัดไป หรือพ้นกำหนดการขยายเวลาตาม (๓) วรรคสาม

๑๐/๑๑/๒๕๖๓

(ค) เปลี่ยนจากอักษรลำดับชั้น P ภายหลังจากเกินกำหนดการส่งผลการเรียนของภาคการศึกษาปกติถัดไป ตาม (๕) วรรคสอง

(๓) การให้อักษรลำดับชั้น I จะกระทำได้ในกรณีดังต่อไปนี้

(ก) นักศึกษาปฏิบัติงานไม่ครบตามเกณฑ์ที่อาจารย์ผู้สอนหรืออาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชากำหนด

(ข) นักศึกษาไม่สามารถเข้ารับการวัดและประเมินผลในรายวิชานั้นให้เสร็จสมบูรณ์ด้วยเหตุผลความจำเป็นอย่างยิ่ง

ทั้งนี้ ต้องได้รับอนุมัติจากคณบดีที่วิชานั้นสังกัดอยู่

นักศึกษาจะต้องดำเนินการขอรับการวัดและประเมินผลเพื่อแก้อักษรลำดับชั้น I ให้เป็นอักษรลำดับชั้นตามข้อ ๓๓ (๑) หรือ (๒) ภายในสองสัปดาห์แรกของภาคการศึกษาปกติถัดไป เว้นแต่มีเหตุผลความจำเป็นอย่างยิ่งให้คณบดีที่วิชานั้นสังกัดมีอำนาจอนุมัติให้ขยายเวลาได้ แต่ต้องไม่เกินภาคการศึกษาปกติถัดไปนั้น หากพ้นกำหนดอักษรลำดับชั้น I จะถูกเปลี่ยนเป็นอักษรลำดับชั้น F หรือ U แล้วแต่กรณี

(๔) การให้อักษรลำดับชั้น N จะกระทำได้ในกรณีที่อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชายังไม่ประเมินผลการเรียนภายในระยะเวลาตามประกาศของมหาวิทยาลัย และให้อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาแก้ไขอักษรลำดับชั้น N ภายในสิบวันทำการนับจากวันกำหนดการส่งผลการเรียน

หากอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาไม่ดำเนินการตามวรรคหนึ่งโดยไม่มีเหตุผลอันควรให้คณบดีรายงานต่ออธิการบดีเพื่อพิจารณาดำเนินการทางวินัยตามควรแก่กรณี

(๕) การให้อักษรลำดับชั้น P จะกระทำได้ในกรณีที่รายวิชานั้นยังมีกระบวนการเรียนการสอนต่อเนื่องอยู่และยังไม่มีการวัดและประเมินผลในภาคการศึกษาที่ลงทะเบียนเรียน

อักษรลำดับชั้น P จะถูกเปลี่ยนอักษรลำดับชั้นตามข้อ ๓๓ (๑) หรือ (๒) ภายหลังจากการวัดและประเมินผล ทั้งนี้ ต้องไม่เกินกำหนดการส่งผลการเรียนของภาคการศึกษาปกติถัดไป หากพ้นกำหนดแล้วนักศึกษายังไม่ได้รับการวัดและประเมินผล อักษรลำดับชั้น P จะถูกเปลี่ยนเป็น F หรือ U แล้วแต่กรณี

(๖) การให้อักษรลำดับชั้น S และ U จะกระทำได้สำหรับรายวิชาที่หลักสูตรกำหนดให้วัดและประเมินผลแบบไม่คิดค่าคะแนน แต่นับรวมจำนวนหน่วยกิตในโครงสร้างหลักสูตร

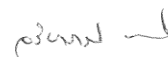
(๗) การให้สัญลักษณ์ W จะกระทำได้ในกรณีต่อไปนี้

(ก) นักศึกษาถอนรายวิชาที่ลงทะเบียนเรียนในระยะเวลาตามข้อ ๒๘ (๒)

(ข) นักศึกษาได้รับอักษรลำดับชั้น I หรือ P และยื่นใบลาออกจากการเป็นนักศึกษาโดยการวัดและประเมินผลรายวิชานั้นยังไม่สิ้นสุด

(ค) นักศึกษาได้รับอนุมัติให้ลาพักการศึกษา หรือถูกสั่งพักการศึกษาในภาคการศึกษานั้น ในช่วงที่พ้นกำหนดตามข้อ ๔๑ (๒) หรือ (๓)

(ง) นักศึกษาลาออกก่อนวันสุดท้ายของการส่งผลการศึกษา ประจำภาคการศึกษานั้น หรือตายก่อนการวัดและประเมินผลรายวิชายังไม่สิ้นสุด



(๘) การให้สัญลักษณ์ Au กระทำได้ในกรณีที่นักศึกษาลงทะเบียนในฐานะผู้เข้าร่วมศึกษาหรือลงทะเบียนเรียนรายวิชานอกหลักสูตร โดยไม่ต้องเข้ารับการวัดและประเมินผลในรายวิชานั้น ตามข้อ ๓๓ (๑) ถึง (๓) แต่ต้องมีเวลาเรียนไม่น้อยกว่าร้อยละแปดสิบของเวลาเรียนทั้งหมด หรืออาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา กำหนดเป็นอย่างอื่น หากเวลาเรียนไม่ครบตามที่กำหนดหรือนักศึกษาไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนด สำหรับการเรียนการสอนในรายวิชานั้น อาจารย์ผู้สอนอาจพิจารณาเปลี่ยนสัญลักษณ์ Au เป็น W

(๙) การให้สัญลักษณ์ CE, CP, CS, และ CT ให้ใช้ในกรณีที่นักศึกษาได้รับการเทียบรายวิชาเรียนและโอนหน่วยกิตหรือเทียบความรู้และโอนผลการเรียนของรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาจากการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยเข้าสู่การศึกษาในระบบ ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่มหาวิทยาลัยกำหนด

(๑๐) การให้สัญลักษณ์ CX ใช้เฉพาะบางรายวิชาที่มหาวิทยาลัยกำหนดให้นักศึกษาได้รับการยกเว้นการเรียน ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่มหาวิทยาลัยประกาศกำหนด

ข้อ ๓๕ ในแต่ละภาคการศึกษาเมื่อการเรียนรายวิชานั้นสิ้นสุดลง ให้อาจารย์ผู้สอนและหรืออาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาเป็นผู้ประเมินผลการเรียนรู้ในเบื้องต้น จากนั้นให้เสนอคณะกรรมการประจำคณะพิจารณาตรวจสอบและรับรองผลการประเมิน

ให้คณะจัดส่งรายงานการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ตามวรรคหนึ่งของทุกรายวิชาในสังกัด ให้แก่มหาวิทยาลัย ภายในระยะเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด

ข้อ ๓๖ การวัดและประเมินผลโดยวิธีอื่น ๆ ที่ไม่เป็นไปตามหมวด ๖ นี้ ให้หลักสูตรจัดทำประกาศหลักเกณฑ์วิธีการวัดและประเมินผลโดยผ่านความเห็นชอบสภามหาวิทยาลัย

หมวด ๗

การคิดและคำนวณค่าคะแนนเฉลี่ย

ข้อ ๓๗ การประเมินผลการเรียนรู้ ให้ใช้คะแนนเฉลี่ยประจำภาค (Grade Point Average = GPA) และค่าคะแนนเฉลี่ยสะสม (Cumulative Grade Point Average = Cumulative GPA หรือ GPAX) เมื่อสิ้นสุดการศึกษาแต่ละภาคการศึกษาที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียน

ข้อ ๓๘ การคำนวณและคิดค่าคะแนนเฉลี่ย

(๑) การคำนวณคะแนนเฉลี่ย

(ก) คะแนนเฉลี่ยรายภาค (GPA) ให้คำนวณจากผลการศึกษาของนักศึกษาในภาคการศึกษานั้น ๆ โดยเอาผลรวมของผลคูณของหน่วยกิตคูณกับคะแนนของลำดับชั้นที่ได้รับในแต่ละรายวิชาเป็นตัวตั้ง แล้วหารด้วยผลรวมของจำนวนหน่วยกิตของภาคการศึกษานั้น

(ข) คะแนนเฉลี่ยสะสม (Cumulative GPA หรือ GPAX) ให้คิดจากค่าคะแนนทุกรายวิชาตามเงื่อนไขในการลงทะเบียนของนักศึกษา โดยเอาผลรวมทั้งหมดของผลคูณระหว่างค่าคะแนนที่ได้กับจำนวนหน่วยกิตของแต่ละรายวิชาและหารด้วยผลรวมของจำนวนหน่วยกิต เมื่อทศนิยมในตำแหน่งที่สามมีค่าตั้งแต่

๐.๕/๑๐๐๐

หนึ่งขึ้นไปให้พิเศษขึ้นเพื่อให้เหลือทศนิยมสองตำแหน่ง และไม่ให้พิเศษทศนิยมในตำแหน่งที่สี่ขึ้นไปไม่ว่ากรณีใด ๆ

(๒) การคิดค่าคะแนน

(ก) คิดจากค่าคะแนนทุกรายวิชาที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียนที่มีค่าคะแนนระบุไว้ในข้อ ๓๓

(๑)

(ข) ภายใต้ข้อ ๒๕ (๒) หากรายวิชาใดมีการลงทะเบียนเรียนซ้ำให้คิดเฉพาะครั้งที่ได้อักษรลำดับชั้นที่มีค่าคะแนนสูงสุดของรายวิชานั้น

(ค) การคิดคำนวณหน่วยกิตสะสมในรายวิชาที่มีการลงทะเบียนเรียนซ้ำให้นับคำนวณหน่วยกิตในรายวิชานั้นเพียงครั้งเดียว

(ง) การคิดคำนวณหน่วยกิตสะสมจากการเทียบรายวิชาเรียนและโอนหน่วยกิตหรือเทียบความรู้และโอนผลการเรียนของรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชา จากการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยเข้าสู่การศึกษาในระบบ ให้เป็นไปตามข้อ ๔๘ และข้อ ๔๙

กรณีนักศึกษาที่ย้ายหลักสูตรให้คิดค่าคะแนนเฉพาะรายวิชาที่อยู่ในโครงสร้างหลักสูตรที่ได้รับอนุมัติให้เข้าศึกษา

หมวด ๘

การลาพักการศึกษา

ข้อ ๓๙ การลาพักการศึกษา มีหลักเกณฑ์และเงื่อนไขดังนี้

(๑) ในภาคการศึกษาแรกที่ได้เข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยนักศึกษาจะลาพักการศึกษาไม่ได้เว้นแต่มีเหตุผลความจำเป็นอย่างยิ่งให้อยู่ในดุลยพินิจของอธิการบดีหรือผู้ที่อธิการบดีมอบหมายเป็นผู้พิจารณาตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาและคณบดีที่นักศึกษาสังกัด

(๒) ในภาคการศึกษาอื่น ๆ นักศึกษาขอลาพักการศึกษาต่อคณบดีที่นักศึกษาสังกัด โดยผ่านความเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษา ในกรณีใดกรณีหนึ่งต่อไปนี้

(ก) ถูกเกณฑ์หรือระดมเข้ารับราชการทหารกองประจำการ

(ข) ได้รับทุนแลกเปลี่ยนหรือศึกษาระหว่างประเทศ หรือทุนอื่นใดซึ่งเป็นประโยชน์โดยตรงต่อการศึกษาในระดับอุดมศึกษาโดยความเห็นชอบของมหาวิทยาลัย

(ค) เจ็บป่วยจนต้องพักรักษาตัวเป็นเวลานานตามคำสั่งแพทย์ เกินร้อยละสิบของเวลาเรียนทั้งหมด

(ง) เหตุผลอันควรอื่น ๆ ตามที่คณบดีพิจารณาเห็นสมควร

ข้อ ๔๐ การลาพักการศึกษารั้งหนึ่ง ๆ นักศึกษาจะลาพักการศึกษาได้ไม่เกินครั้งละหนึ่งภาคการศึกษาปกติ และจะลาพักการศึกษาสองภาคการศึกษาปกติติดต่อกันไม่ได้ ทั้งนี้ ไม่นับภาคการศึกษาฤดูร้อน

Signature

-๑๕-

เว้นแต่มีเหตุผลความจำเป็นอย่างอื่นให้อยู่ในดุลยพินิจของอธิการบดีหรือผู้ที่อธิการบดีมอบหมายเป็นผู้พิจารณาตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาและคณบดีที่นักศึกษาสังกัด

ข้อ ๔๑ การลาพักการศึกษาในระหว่างภาคการศึกษามีผลดังต่อไปนี้

(๑) หากวันที่ยื่นขอลาพักการศึกษาอยู่ในช่วงไม่เกินร้อยละยี่สิบของระยะเวลาที่ศึกษารายวิชานั้น ๆ ของภาคการศึกษาปกติหรือภาคการศึกษาฤดูร้อน และได้รับอนุมัติ จะต้องชำระค่ารักษาสถานภาพการเป็นนักศึกษาในภาคการศึกษานั้น ๆ ตามประกาศของมหาวิทยาลัย กรณีนักศึกษาชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาแล้วให้ยื่นคำร้องขอคืนค่าธรรมเนียมการศึกษา และรายวิชาที่ลงทะเบียนเรียนจะไม่ปรากฏในใบประเมินผลการเรียน

(๒) หากวันที่ยื่นขอลาพักการศึกษาอยู่ในช่วงเกินร้อยละยี่สิบแต่ไม่เกินร้อยละแปดสิบของระยะเวลาที่ศึกษารายวิชานั้น ๆ ของภาคการศึกษาปกติหรือภาคการศึกษาฤดูร้อน และได้รับอนุมัติ นักศึกษาจะไม่ได้รับค่าธรรมเนียมการศึกษาคืน กรณีที่ยังไม่ชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาให้ถือว่านักศึกษามีหนี้สินค้างชำระ เว้นแต่นักศึกษาที่มีคุณสมบัติขาดแคลนทุนทรัพย์อย่างแท้จริงตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด มิฉะนั้นจะพ้นสถานภาพการเป็นนักศึกษาและรายวิชาที่ลงทะเบียนเรียนจะได้รับสัญลักษณ์ W สำหรับทุกรายวิชาที่ลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษานั้น

(๓) หากวันที่ยื่นขอลาพักการศึกษาอยู่ในช่วงเกินร้อยละแปดสิบของระยะเวลาที่ศึกษารายวิชานั้น ๆ ของภาคการศึกษาปกติหรือภาคการศึกษาฤดูร้อน นักศึกษาจะไม่ได้รับอนุมัติให้ลาพักการศึกษา เว้นแต่กรณีมีเหตุผลความจำเป็นอย่างอื่นและเมื่อได้รับอนุมัติจากคณบดีให้ลาพักการศึกษาแล้วจะไม่คืนค่าธรรมเนียมการศึกษา กรณีที่นักศึกษายังไม่ชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาให้ถือว่านักศึกษามีหนี้สินค้างชำระ และรายวิชาที่ลงทะเบียนเรียนจะได้รับสัญลักษณ์ W สำหรับทุกรายวิชาที่ลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษานั้น

ข้อ ๔๒ กรณีที่มหาวิทยาลัยมีคำสั่งให้นักศึกษาพักการศึกษาระหว่างภาคการศึกษา นักศึกษาจะได้รับสัญลักษณ์ W สำหรับทุกรายวิชาที่ลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษานั้น และไม่ได้รับค่าธรรมเนียมการศึกษาคืนทุกประเภทรายการ

กรณีที่ยังไม่ชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาให้ถือว่านักศึกษามีหนี้สินค้างชำระ

ข้อ ๔๓ การลาพักการศึกษาไม่ว่าด้วยเหตุใด ๆ และการถูกให้พักการศึกษาจากข้อบังคับว่าด้วยวินัยนักศึกษา ไม่เป็นเหตุให้นักศึกษาสามารถขยายระยะเวลาการเป็นนักศึกษาเกินกว่าสองเท่าของระยะเวลาการศึกษาตามหลักสูตร โดยเริ่มนับตั้งแต่วันเปิดภาคการศึกษาแรกที่ได้เข้าศึกษาในมหาวิทยาลัย

ข้อ ๔๔ นักศึกษาที่ได้รับอนุมัติให้ลาพักการศึกษาหรือถูกให้พักการศึกษาก่อนลงทะเบียนเรียนรายวิชาต้องชำระค่าธรรมเนียมเพื่อรักษาสถานภาพการเป็นนักศึกษาในภาคการศึกษานั้น นักศึกษาที่ได้รับอนุมัติให้ลาพักการศึกษาแล้ว เมื่อจะกลับเข้าศึกษาจะต้องยื่นคำร้องขอกลับเข้าศึกษาต่อคณบดี ก่อนกำหนดวันเปิดภาคการศึกษาของมหาวิทยาลัยไม่น้อยกว่าหนึ่งสัปดาห์ และเมื่อนักศึกษาได้รับอนุมัติให้กลับเข้าศึกษาแล้ว ให้มีสถานภาพนักศึกษาเหมือนก่อนได้รับอนุมัติให้ลาพักการศึกษา

๐3๒๐๙๗ ๓

หมวด ๙

การถูกถอนชื่อ การพ้นสถานภาพการเป็นนักศึกษาและการคืนสถานภาพนักศึกษา

ข้อ ๔๕ การถูกถอนชื่อ (Dismissal) มหาวิทยาลัยอาจจัดให้มีเกณฑ์การถูกถอนชื่อ (Dismissal) ออกจากทะเบียนนักศึกษาได้โดยให้จัดทำเป็นประกาศของมหาวิทยาลัยที่ผ่านความเห็นชอบจากสภามหาวิทยาลัย

ข้อ ๔๖ การพ้นสถานภาพการเป็นนักศึกษา มีหลักเกณฑ์และเงื่อนไขดังนี้

(๑) สำเร็จการศึกษาตามหลักสูตรและหรือได้รับอนุมัติปริญญาหรืออนุปริญญา

(๒) โอนย้ายไปเป็นนักศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาอื่น

(๓) ลาออก

ทั้งนี้ การลาออกจะต้องปลอดจากภาระหนี้สินทั้งปวง รวมทั้ง ข้อผูกพันใด ๆ กับมหาวิทยาลัย และได้รับอนุมัติจากคณบดี

(๔) ตาย

(๕) ถูกถอนชื่อออกตามข้อ ๔๕

(๖) ถูกลงโทษความผิดวินัยร้ายแรงให้ไล่ออก

(๗) ต้องโทษด้วยคำพิพากษาในคดีอาญาถึงที่สุดให้จำคุก เว้นแต่ความผิดที่ได้กระทำโดยความประมาทหรือความผิดลหุโทษ

(๘) ขาดคุณสมบัติการเป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยตามข้อ ๗ หรือประกาศหรือระเบียบมหาวิทยาลัย

(๙) ไม่ลงทะเบียนเรียนให้เสร็จสิ้นภายในระยะเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนดโดยมิได้ลาพักการศึกษาตามข้อบังคับนี้

(๑๐) ไม่ชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาภายในระยะเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด ยกเว้นมีเหตุผลความจำเป็นอย่างอื่นให้อยู่ในดุลยพินิจของอธิการบดีหรือนักศึกษาที่มีคุณสมบัติขาดแคลนทุนทรัพย์อย่างแท้จริงตามที่มหาวิทยาลัยประกาศกำหนด

(๑๑) ศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยเกินจำนวนสองเท่าของระยะเวลาการศึกษาที่กำหนดไว้ในหลักสูตร ทั้งนี้ ให้นับรวมระยะเวลาที่ขอลาพักการศึกษาหรือมีคำสั่งมหาวิทยาลัยให้พักการศึกษา

(๑๒) อื่น ๆ ตามที่สภามหาวิทยาลัยกำหนด

ข้อ ๔๗ การคืนสถานภาพ นักศึกษาที่พ้นสถานภาพการเป็นนักศึกษาตามข้อ ๔๖ (๓), (๗), (๙) และ (๑๐) มีสิทธิขอคืนสถานภาพนักศึกษาได้ ตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และค่าธรรมเนียมการขอคืนสถานภาพนักศึกษาให้เป็นไปตามประกาศและระเบียบของมหาวิทยาลัย

-๑๗-

หมวด ๑๐

การเทียบรายวิชาเรียนและโอนหน่วยกิต

ข้อ ๔๘ การขอเทียบรายวิชาเรียนและโอนหน่วยกิต มีหลักเกณฑ์และเงื่อนไขดังนี้

- (๑) ผู้ขอเทียบรายวิชาเรียนและโอนหน่วยกิตต้องเป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
- (๒) รายวิชาที่ขอเทียบโอนต้องเป็นรายวิชาที่จัดการเรียนการสอนในระดับปริญญาตรี หรือ อนุปริญญา หรือประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง หรือประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง หรือประกาศนียบัตรอื่น ๆ ที่เทียบเท่าระดับอุดมศึกษาที่จัดการเรียนการสอนในระดับอุดมศึกษา และหรือการศึกษานอกระบบและการจัดการศึกษาตามอัธยาศัย

(๓) ต้องเป็นรายวิชาที่มีเนื้อหาหรือสมรรถนะการเรียนรู้ที่ครอบคลุมหรือเทียบเคียงกันได้ไม่น้อยกว่าสามในสี่ของรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาที่ขอเทียบ

(๔) ต้องเป็นรายวิชาที่มีผลประเมินได้อักษรลำดับชั้นไม่ต่ำกว่า C หรือ S

(๕) การเทียบรายวิชาเรียนและโอนหน่วยกิตจะนำมาคิดและคำนวณค่าคะแนนเฉลี่ย ยกเว้นรายวิชาที่เทียบโอนมาจากสถาบันอื่นจะไม่นำมาคิดและคำนวณค่าคะแนนเฉลี่ย

ให้นักศึกษายื่นคำร้องต่อคณะที่นักศึกษาสังกัด ก่อนวันเปิดภาคการศึกษาปกติอย่างน้อย สิบห้าวัน พร้อมชำระค่าธรรมเนียมการขอเทียบรายวิชาเรียนและโอนหน่วยกิตตามประกาศหรือระเบียบของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๔๙ สำหรับการเทียบความรู้และโอนผลการเรียนของรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาจากการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยเข้าสู่การศึกษาในระบบ ให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัยภายใต้เกณฑ์ที่กระทรวงกำหนด

หมวด ๑๑

การรับโอน การโอนย้าย การย้ายหลักสูตรเรียน

การย้ายสาขาวิชาเอกและวิชาโท

ข้อ ๕๐ การรับโอนนักศึกษาจากสถาบันอุดมศึกษาอื่น

การรับโอนนักศึกษาจากสถาบันอุดมศึกษาอื่นเข้ามาศึกษาต่อ จะกระทำได้หากหลักสูตรที่รับโอนมีที่ว่าง โดยต้องผ่านการเห็นชอบในเบื้องต้นจากอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และคณะกรรมการประจำคณะที่หลักสูตรรับโอนย้ายอนุมัติ มีหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขดังนี้

- (๑) คุณสมบัติของนักศึกษาที่จะได้รับการพิจารณารับโอน ดังนี้
 - (ก) เป็นนักศึกษาของสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาหรือเทียบเท่าในหลักสูตรที่หน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจตามกฎหมายรับรอง
 - (ข) ไม่เป็นผู้ที่ถูกสั่งให้พ้นสถานภาพนักศึกษาจากสถาบันอุดมศึกษาเดิม

-๑๘-

(ค) ได้ศึกษาอยู่ในสถาบันอุดมศึกษามาแล้วไม่น้อยกว่าหนึ่งภาคการศึกษาปกติ

(๒) การขอโอนมาเป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยต้องยื่นคำร้องต่อมหาวิทยาลัยพร้อมกับใบระเบียบผลการเรียนที่สถาบันอุดมศึกษาเดิมรับรอง และคำอธิบายรายวิชาที่ได้ศึกษามาแล้ว ตามวิธีการและขั้นตอนที่มหาวิทยาลัยกำหนด ก่อนวันเปิดภาคการศึกษาปกติอย่างน้อยสี่สัปดาห์

(๓) หลักสูตรที่รับโอนจะต้องพิจารณาเทียบรายวิชาเรียนและโอนหน่วยกิตหรือเทียบความรู้และโอนผลการเรียนให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขข้อ ๔๘ และข้อ ๔๙

(๔) นักศึกษาที่โอนมาจากสถาบันอุดมศึกษาอื่น มีสิทธิเรียนในมหาวิทยาลัยได้ไม่เกินสองเท่าของระยะเวลาที่หลักสูตรที่รับโอนกำหนด โดยนับรวมเวลาเรียนจากสถาบันเดิม

(๕) นักศึกษาที่มหาวิทยาลัยรับโอนจะต้องใช้เวลาศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยอย่างน้อยหนึ่งปีการศึกษา

ข้อ ๕๑ การโอนย้ายนักศึกษาไปสถาบันการศึกษาอื่น จะต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะที่นักศึกษาสังกัด

ข้อ ๕๒ การย้ายหลักสูตรเรียน มีหลักเกณฑ์และเงื่อนไขดังนี้

(๑) การขอย้ายหลักสูตรเรียนจะกระทำได้ต่อเมื่อหลักสูตรที่รับโอนย้ายมีที่ว่าง โดยต้องผ่านการเห็นชอบในเบื้องต้นจากอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และคณะกรรมการประจำคณะที่หลักสูตรรับโอนย้ายอนุมัติ

(๒) คุณสมบัติของนักศึกษาที่มีสิทธิขอย้ายหลักสูตรเรียนจะต้องมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

(ก) เป็นผู้ที่มีคุณสมบัติตามข้อ ๗ และข้อ ๑๐

(ข) เป็นผู้ที่ศึกษาอยู่ในหลักสูตรเดิมมาแล้วไม่น้อยกว่าสองภาคการศึกษาปกติและมีหน่วยกิตสะสมไม่น้อยกว่าสามสิบหน่วยกิต

(๓) นักศึกษาที่ประสงค์จะขอย้ายหลักสูตรเรียนจะต้องยื่นเอกสารและชำระค่าธรรมเนียมตามวิธีการและขั้นตอนที่มหาวิทยาลัยกำหนด ก่อนวันเปิดภาคการศึกษาปกติอย่างน้อยสี่สัปดาห์

(๔) หลักสูตรที่รับโอนย้ายจะต้องพิจารณาเทียบรายวิชาเรียนและโอนหน่วยกิตหรือเทียบความรู้และโอนผลการเรียนให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขข้อ ๔๘ และข้อ ๔๙

(๕) นักศึกษาที่ย้ายหลักสูตรเรียน มีสิทธิเรียนในมหาวิทยาลัยได้ไม่เกินสองเท่าของระยะเวลาที่หลักสูตรรับโอนย้ายกำหนด โดยนับรวมเวลาเรียนจากหลักสูตรเดิม

ข้อ ๕๓ การย้ายสาขาวิชาเอกภายในหลักสูตรเดียวกันหรือวิชาโท ให้อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรเป็นผู้พิจารณาในเบื้องต้น และนำเสนอคณบดีอนุมัติ

หมวด ๑๒

การสำเร็จการศึกษา การอนุมัติปริญญาหรืออนุปริญญา และการให้ปริญญาเกียรตินิยม

ข้อ ๕๔ การสำเร็จการศึกษา มีหลักเกณฑ์และเงื่อนไขดังนี้

(๑) ต้องศึกษารายวิชาครบตามโครงสร้างหลักสูตร โดยมีการประเมินผลได้อักษรลำดับชั้น ตั้งแต่ D ขึ้นไป หรือ S และต้องได้คะแนนเฉลี่ยสะสมตลอดหลักสูตรไม่ต่ำกว่า ๒.๐๐

การศึกษารายวิชาครบตามโครงสร้างหลักสูตรตามวรรคหนึ่ง คณะที่รับผิดชอบหลักสูตรโดยความเห็นชอบของอธิการบดีอาจกำหนดเงื่อนไขอื่น ๆ เพิ่มเติมไว้ในหลักสูตรนั้น ๆ ได้ตามที่เห็นสมควร

(๒) ไม่อยู่ในระหว่างรับโทษทางวินัยที่ระบุให้งดการเสนอชื่อเพื่อรับปริญญาหรืออนุปริญญา

ข้อ ๕๕ เมื่อนักศึกษาคาดว่าจะสำเร็จการศึกษาในภาคการศึกษานั้น ๆ ให้ยื่นคำร้องขอสำเร็จการศึกษาและขออนุมัติปริญญาต่อมหาวิทยาลัยตามประกาศของมหาวิทยาลัย

เมื่อคณะกรรมการประจำคณะพิจารณาและให้ความเห็นชอบคำร้องขอของนักศึกษาตามวรรคหนึ่งแล้ว ให้เสนอคณะกรรมการบริหารมหาวิทยาลัยพิจารณาเห็นชอบต่อไป และให้ถือว่า นักศึกษารายนั้นเป็นผู้สำเร็จการศึกษารับถ้วนสมบูรณ์ และมีสิทธิขออนุมัติปริญญาต่อมหาวิทยาลัยตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขในข้อบังคับนี้และประกาศมหาวิทยาลัย

ในกรณีที่คณะกรรมการบริหารมหาวิทยาลัยพิจารณาเห็นชอบตามความเห็นของคณะกรรมการประจำคณะตามวรรคสอง ให้มหาวิทยาลัยเสนอสภามหาวิทยาลัยเพื่อขออนุมัติปริญญาต่อไป

ข้อ ๕๖ ให้ถือเอาวันสุดท้ายของการสอบปลายภาคประจำภาคการศึกษา เป็นวันสำเร็จการศึกษา เว้นแต่ นักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระหว่างภาคการศึกษา ให้ถือเอาวันที่คณะกรรมการประจำคณะพิจารณาเห็นชอบการสำเร็จการศึกษาตามข้อ ๕๕ เป็นวันสำเร็จการศึกษา

ในกรณีที่มีเหตุอันจำเป็นทำให้ไม่อาจกำหนดวันสำเร็จการศึกษาตามวรรคหนึ่ง ให้อธิการบดีโดยคำแนะนำของคณะกรรมการประจำคณะ เป็นผู้พิจารณาวินิจฉัยและกำหนดวันสำเร็จการศึกษาเฉพาะรายนั้น

ข้อ ๕๗ การอนุมัติปริญญา ให้ดำเนินการดังนี้

(๑) มหาวิทยาลัยได้รับคำร้องขอสำเร็จการศึกษาและขออนุมัติปริญญาของนักศึกษาในช่วงเวลาการอนุมัติปริญญาในภาคการศึกษานั้น

(๒) นักศึกษาที่ยื่นคำร้องขอสำเร็จการศึกษาและขออนุมัติปริญญาได้ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในระเบียบ ข้อบังคับ ประกาศ และคำสั่งใด ๆ ของมหาวิทยาลัยโดยถูกต้องครบถ้วนแล้ว และปลอดจากภาระหนี้สินทั้งปวง รวมทั้ง ข้อผูกพันใด ๆ กับมหาวิทยาลัย

ข้อ ๕๘ ในกรณีที่นักศึกษารายใด มีผลการศึกษารายวิชาครบตามโครงสร้างหลักสูตร และผ่านการวัดและประเมินผลตามความในหมวด ๖ และมีการประเมินผลได้อักษรลำดับชั้นตั้งแต่ D ขึ้นไป หรือ S รวมทั้ง มีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมอยู่ตั้งแต่ ๑.๗๕ - ๑.๙๙ นักศึกษารายนั้นอาจขออนุมัติอนุปริญญาได้

ให้นำหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขตามข้อ ๕๕ ข้อ ๕๖ และข้อ ๕๗ มาบังคับใช้กับการขออนุมัติอนุปริญญาโดยอนุโลม

ข้อ ๕๙ การอนุมัติปริญญาเกียรตินิยม มีหลักเกณฑ์และเงื่อนไขดังนี้

(๑) ศึกษาอยู่ในหลักสูตรปริญญาตรีที่มีระยะเวลาการศึกษาดั้งแต่สี่ปีขึ้นไป และไม่ได้เป็นนักศึกษาในหลักสูตรต่อเนื่องหรือหลักสูตรเฉพาะกิจ

-๒๐-

(๒) ไม่เคยเรียนซ้ำรายวิชาใดเพื่อเปลี่ยนลำดับชั้นหรือค่าคะแนนหรือนับหน่วยกิตในรายวิชาที่ได้ลงทะเบียนเรียนแบบร่วมเรียนมาก่อน

(๓) ไม่เคยสอบได้ F หรือ U ในรายวิชาใด

(๔) นักศึกษาที่ได้รับการเทียบรายวิชาเรียนและโอนหน่วยกิต จะต้องไม่เกินหนึ่งในสี่ของหน่วยกิตของหลักสูตรนั้น ๆ

(๕) ผู้ที่จะได้เกียรตินิยมอันดับสอง จะต้องมีความสัมพันธ์ตาม (๑) (๒) (๓) (๔) และได้คะแนนเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ ๓.๒๕ ขึ้นไป

(๖) ผู้ที่จะได้เกียรตินิยมอันดับหนึ่งจะต้องมีความสัมพันธ์ตาม (๑) (๒) (๓) (๔) และได้คะแนนเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ ๓.๖๐ ขึ้นไป และไม่เคยได้ D หรือ D+ ในรายวิชาใด

(๗) ในกรณีที่นักศึกษาเคยได้สัญลักษณ์ W ในรายวิชาใดหรือมีระยะเวลาการศึกษาเกินระยะเวลาปกติที่กำหนดไว้ในหลักสูตรจะได้รับการเสนอชื่อให้ได้รับปริญญาเกียรตินิยม โดยผ่านความเห็นชอบจากคณะกรรมการประจำคณะ และต้องอยู่ในหลักเกณฑ์ต่อไปนี้

(ก) นักศึกษาที่เคยได้รับสัญลักษณ์ W ในรายวิชาของภาคเรียนที่ได้รับอนุมัติให้ลาพักการศึกษา ต้องด้วยเหตุวิสัยเนื่องมาจากมีอาการป่วย และหรือประสบอุบัติเหตุที่มีหลักฐานพิสูจน์ได้

(ข) นักศึกษาที่มีระยะเวลาการศึกษาเกินระยะเวลาปกติที่กำหนดไว้ในหลักสูตร จะต้องได้รับอนุมัติให้ลาพักการศึกษา ด้วยเหตุสุตวิสัยอันเนื่องมาจากมีอาการป่วย และหรือประสบอุบัติเหตุที่มีหลักฐานพิสูจน์ได้ หรือได้รับอนุมัติให้ลาพักการศึกษา เพื่อเข้าร่วมโครงการแลกเปลี่ยนนักศึกษาที่มหาวิทยาลัยเห็นชอบ

ข้อ ๖๐ การขอแก้ไขการอนุมัติปริญญาหรืออนุปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษาที่สภามหาวิทยาลัยได้อนุมัติไปแล้ว ให้กระทำได้ภายในระยะเวลาไม่เกินหกสิบวัน นับแต่วันที่สภามหาวิทยาลัยอนุมัติ

บทเฉพาะกาล

ข้อ ๖๑ ในกรณีที่ได้มีการดำเนินการเกี่ยวกับเรื่องใดไว้แล้วตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๖๑ ก่อนวันที่ข้อบังคับนี้ใช้บังคับ และการดำเนินการดังกล่าวยังไม่แล้วเสร็จ ให้ดำเนินการตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๖๑ ต่อไปจนกว่าจะแล้วเสร็จ

ประกาศ ณ วันที่ ๕ เดือน มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๔



(ศาสตราจารย์พิเศษจอมจิน จันทร์สกุล)

นายกสภามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ภาคผนวกที่ 4

สมอ.08 การปรับปรุงแก้ไขหลักสูตร

การปรับปรุงแก้ไขหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565
มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

.....

1. หลักสูตรฉบับดังกล่าวได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม

เมื่อวันที่..... เดือน..... พ.ศ.

2. สภามหาวิทยาลัยได้อนุมัติการปรับปรุงแก้ไขครั้งนี้แล้ว ในคราวประชุม

ครั้งที่ 1/2565 เมื่อวันที่ 29 มกราคม 2565

3. หลักสูตรปรับปรุงแก้ไขนี้ เริ่มใช้กับนักศึกษารุ่นปีการศึกษา 2565

ตั้งแต่ภาคการศึกษาต้น ปีการศึกษา 2565 เป็นต้นไป

4. เหตุผลในการปรับปรุงแก้ไข

4.1 เพื่อปรับปรุงเนื้อหาให้ทันสมัยเป็นสากล ทันต่อสภาวะการเปลี่ยนแปลงของโลก ทั้งทาง เศรษฐกิจและสังคมในยุคปัจจุบัน

4.2 เพื่อผลิตบัณฑิตให้ตรงตามคุณลักษณะของบัณฑิตที่พึงประสงค์ของคณะบริหารศาสตร มหาวิทยาลัยอุบลราชธานีและตลาดแรงงาน

4.3 เพื่อให้สอดคล้องกับประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา แห่งชาติ พ.ศ. 2552 และประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2558

5. สารในการปรับปรุงแก้ไข

5.1 ปรับชื่อวิชาเอกใหม่ จำนวน 2 วิชาเอก 1) การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) และ

2) การตลาดการค้าสมัยใหม่ (Modern Trade Marketing)

5.2 ลดจำนวนหน่วยกิตรวม จากเดิม 127 หน่วยกิต เป็น 130 หน่วยกิต

5.2 คงเดิมหน่วยกิตในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป จำนวน 30 หน่วยกิต และปรับปรุงรายวิชา

ในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

5.3 เพิ่มจำนวนหน่วยกิตหมวดวิชาเฉพาะ จากเดิม ไม่น้อยกว่า 91 หน่วยกิต เป็น ไม่น้อยกว่า 94 หน่วยกิต

5.3.1 ลดหน่วยกิตในกลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ จากเดิม จำนวน 30 หน่วยกิต เป็น จำนวน 27 หน่วยกิต

5.3.2 เพิ่มกลุ่มวิชาแกน จำนวน 27 หน่วยกิต

5.3.3 เพิ่มกลุ่มวิชาชีพ โดยแยกเป็นกลุ่มวิชาชีพบังคับและกลุ่มวิชาชีพเลือกแต่ละวิชาเอก
 วิชาเอกการตลาดดิจิทัล แผนปกติ ไม่น้อยกว่า 36 หน่วยกิต
 วิชาเอกการตลาดดิจิทัล แผนสหกิจศึกษา ไม่น้อยกว่า 33 หน่วยกิต
 และวิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่ ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต

5.3.4 ลดหน่วยกิตกลุ่มวิชาชีพบังคับ วิชาเอกการตลาดดิจิทัล แผนปกติ จำนวน 18
 หน่วยกิต วิชาเอกการตลาดดิจิทัล แผนสหกิจศึกษา จำนวน 18 หน่วยกิต
 และวิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่ จำนวน 15 หน่วยกิต

5.3.5 ลดหน่วยกิตกลุ่มวิชาชีพเลือก วิชาเอกการตลาดดิจิทัล แผนปกติ จำนวน 18
 หน่วยกิต วิชาเอกการตลาดดิจิทัล แผนสหกิจศึกษา จำนวน 15 หน่วยกิต
 และวิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่ จำนวน 9 หน่วยกิต

5.3.6 ลดหน่วยกิตกลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพและสหกิจศึกษา วิชาเอกการตลาดดิจิทัล แผนปกติ
 เป็นจำนวน 4 หน่วยกิต คงเดิมหน่วยกิต วิชาเอกการตลาดดิจิทัล แผนสหกิจศึกษา
 จำนวน 7 หน่วยกิต และวิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่ จำนวน 16 หน่วยกิต

5.4 ปรับปรุงรหัสวิชา/ชื่อวิชา/คำอธิบายรายวิชา/จัดกลุ่มรายวิชา

6. โครงสร้างหลักสูตรภายหลังการปรับปรุงแก้ไข เมื่อเปรียบเทียบกับโครงสร้างหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561
ดังนี้

โครงสร้าง/หมวดวิชา	โครงสร้างหลักสูตรเดิม พ.ศ. 2561			โครงสร้างหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565		
	วิชาเอก การตลาด แผนฝึกงาน	วิชาเอก การตลาด แผนสหกิจ ศึกษา	วิชาเอกการตลาด ค้าปลีก	วิชาเอก การตลาด ดิจิทัล แผนปกติ	วิชาเอก การตลาด ดิจิทัล แผนสหกิจ ศึกษา	วิชาเอก การตลาด การค้าสมัยใหม่
1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป รวม	ไม่น้อยกว่า 30 นก.	ไม่น้อยกว่า 30 นก.	ไม่น้อยกว่า 30 นก.	ไม่น้อยกว่า 30 นก.	ไม่น้อยกว่า 30 นก.	ไม่น้อยกว่า 30 นก.
1.1 กลุ่มวิชาภาษา	จำนวน 15 นก.	จำนวน 15 นก.	จำนวน 15 นก.	จำนวน 15 นก.	จำนวน 15 นก.	จำนวน 15 นก.
1.2 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์	จำนวน 6 นก.	จำนวน 6 นก.	จำนวน 6 นก.	จำนวน 6 นก.	จำนวน 6 นก.	จำนวน 6 นก.
1.3 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ เทคโนโลยีและ การจัดการ	ไม่น้อยกว่า 6 นก.	ไม่น้อยกว่า 6 นก.	ไม่น้อยกว่า 6 นก.	ไม่น้อยกว่า 6 นก.	ไม่น้อยกว่า 6 นก.	ไม่น้อยกว่า 6 นก.
1.4 กลุ่มวิชาเลือก	จำนวน 3 นก.	จำนวน 3 นก.	จำนวน 3 นก.	จำนวน 3 นก.	จำนวน 3 นก.	จำนวน 3 นก.
2. หมวดวิชาเฉพาะ	ไม่น้อยกว่า 91 นก.	ไม่น้อยกว่า 91 นก.	ไม่น้อยกว่า 91 นก.	ไม่น้อยกว่า 94 นก.	ไม่น้อยกว่า 94 นก.	ไม่น้อยกว่า 94 นก.
2.1 กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	จำนวน 30 นก.	จำนวน 30 นก.	จำนวน 30 นก.			
2.2 กลุ่มวิชาชีพบังคับ	จำนวน 30 นก.	จำนวน 30 นก.	จำนวน 30 นก.			
2.3 กลุ่มวิชาชีพเลือก	ไม่น้อยกว่า 24 นก.	ไม่น้อยกว่า 24 นก.	ไม่น้อยกว่า 15 นก.			
2.4 กลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพ	จำนวน 7 นก.	จำนวน 7 นก.	จำนวน 16 นก.			
หลักสูตรได้ทำการปรับปรุง โครงสร้างหมวดวิชาเฉพาะใหม่ โดยทำการจัดกลุ่มหมวดวิชาเฉพาะ ใหม่ ดังนี้						
2.1 กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ				จำนวน 27 นก.	จำนวน 27 นก.	จำนวน 27 นก.
2.2 กลุ่มวิชาแกน				จำนวน 27 นก.	จำนวน 27 นก.	จำนวน 27 นก.
2.3 กลุ่มวิชาชีพ				ไม่น้อยกว่า 36 นก.	ไม่น้อยกว่า 33 นก.	ไม่น้อยกว่า 24 นก.
2.3.1 กลุ่มวิชาชีพบังคับ				จำนวน 18 นก.	จำนวน 18 นก.	จำนวน 15 นก.
2.3.2 กลุ่มวิชาชีพเลือก				ไม่น้อยกว่า 18 นก.	ไม่น้อยกว่า 15 นก.	ไม่น้อยกว่า 9 นก.
2.4 กลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และสหกิจศึกษา				จำนวน 4 นก.	จำนวน 7 นก.	จำนวน 16 นก.
3. หมวดวิชาเลือกเสรี	ไม่น้อยกว่า 6 นก.	ไม่น้อยกว่า 6 นก.	ไม่น้อยกว่า 6 นก.	ไม่น้อยกว่า 6 นก.	ไม่น้อยกว่า 6 นก.	ไม่น้อยกว่า 6 นก.
หน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร	ไม่น้อยกว่า 127 นก.	ไม่น้อยกว่า 127 นก.	ไม่น้อยกว่า 127 นก.	ไม่น้อยกว่า 130 นก.	ไม่น้อยกว่า 130 นก.	ไม่น้อยกว่า 130 นก.

7. ตารางเทียบการปรับปรุง

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป	หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป	
1. รหัสและชื่อหลักสูตร รหัสหลักสูตร : 25410181100242 ภาษาไทย : หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ภาษาอังกฤษ : Bachelor of Business Administration Program in Marketing	1. รหัสและชื่อหลักสูตร รหัสหลักสูตร : 25410181100242 ภาษาไทย : หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ภาษาอังกฤษ : Bachelor of Business Administration Program in Marketing	-คงเดิม
2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา ภาษาไทย ชื่อเต็ม : บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด) ชื่อย่อ : บธ.บ.(การตลาด) ภาษาอังกฤษ ชื่อเต็ม : Bachelor of Business Administration (Marketing) ชื่อย่อ : B.B.A. (Marketing)	2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา ภาษาไทย ชื่อเต็ม : บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด) ชื่อย่อ : บธ.บ. (การตลาด) ภาษาอังกฤษ ชื่อเต็ม : Bachelor of Business Administration (Marketing) ชื่อย่อ : B.B.A. (Marketing)	-คงเดิม
3. วิชาเอก : 1) การตลาด (Marketing) 2) การตลาดค้าปลีก (Retail Marketing)	3. วิชาเอก: แบบเอกเดี่ยว 1) การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) 2) การตลาดการค้าสมัยใหม่ (Modern Trade Marketing)	-ปรับเปลี่ยนชื่อวิชาเอก โดยเน้นการตลาดดิจิทัล และการตลาดการค้า สมัยใหม่ ดังนี้

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
		1) เดิมจาก การตลาด (Marketing) เปลี่ยน เป็น การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) 2) เดิมจาก การตลาดค้าปลีก (Retail Marketing) เปลี่ยน เป็น การตลาดการค้าสมัยใหม่ (Modern Trade Marketing)
4. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร: ไม่น้อยกว่า 127 หน่วยกิต	4. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร: ไม่น้อยกว่า 130 หน่วยกิต	-จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร เพิ่มขึ้น จากเดิม ไม่น้อยกว่า 127 หน่วยกิต เป็น ไม่น้อยกว่า 130 หน่วยกิต

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
5. รูปแบบของหลักสูตร 5.1 รูปแบบ : หลักสูตรระดับคุณวุฒิปริญญาตรี ทางวิชาการ ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552 และ เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2558 5.2 รูปแบบของหลักสูตร : เป็นหลักสูตรทางวิชาการ 5.3 ภาษาที่ใช้ในการจัดการเรียนการสอน : จัดการเรียนการสอน เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ 5.4 การรับเข้าศึกษา : รับทั้งนักศึกษาไทยและนักศึกษาต่างประเทศ ที่สามารถใช้ภาษาไทยได้ 5.5 ความร่วมมือกับสถาบันอื่น : บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) 5.6 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา : ให้ปริญญาสาขาวิชาเดียว	5. รูปแบบของหลักสูตร 5.1 รูปแบบ: หลักสูตรระดับคุณวุฒิปริญญาตรี ตามประกาศ กระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552 และประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร ระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2558 5.2 ประเภทของหลักสูตร: ปริญญาตรี 4 ปี: ปริญญาตรีทางวิชาการ 5.3 ภาษาที่ใช้ในการจัดการเรียนการสอน: จัดการเรียนการสอนเป็น ภาษาไทยและ/หรือภาษาอังกฤษ 5.4 การรับเข้าศึกษาในหลักสูตร: รับทั้งนักศึกษาไทยและนักศึกษาต่างชาติ ที่สามารถสื่อสารภาษาไทยได้ 5.5 ความร่วมมือกับสถาบันอื่น: บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) 5.6 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา: ให้ปริญญาเพียงสาขาวิชาเดียว	-ข้อ 5.3 ปรับการเขียน ใหม่ จาก จัดการเรียน การสอนเป็นภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ปรับเป็น จัดการเรียน การสอนเป็นภาษาไทย และ/หรือภาษาอังกฤษ -ข้อ 5.4 ปรับการเขียน ใหม่ จาก รับทั้ง นักศึกษาไทยและ นักศึกษาต่างประเทศ ที่สามารถใช้ภาษาไทย ได้ ปรับเป็น รับทั้ง นักศึกษาไทยและ นักศึกษาต่างชาติ ที่สามารถสื่อสาร ภาษาไทยได้

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
6. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร: 6.1 เป็นหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561 6.2 เวลาที่เริ่มใช้หลักสูตรนี้ : ภาคการศึกษาต้น ปีการศึกษา 2561 6.3 การพิจารณาหลักสูตรจากคณะกรรมการของมหาวิทยาลัย 1) คณะกรรมการประจำคณะบริหารศาสตร์ ครั้งที่ 12/2560 เมื่อวันที่ 7 ธันวาคม พ.ศ. 2560 2) คณะกรรมการบริหารงานวิชาการของมหาวิทยาลัย ครั้งที่ 1/2561 เมื่อวันที่ 16 มกราคม พ.ศ. 2561 3) คณะกรรมการพิจารณากลับกรองหลักสูตรของสภามหาวิทยาลัย ครั้งที่ 3/2561 เมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม พ.ศ. 2561 4) คณะกรรมการสภามหาวิทยาลัยอนุมัติหลักสูตร ครั้งที่ 6/2561 เมื่อวันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2561 5) คณะกรรมการสภามหาวิทยาลัยอนุมัติหลักสูตรการปรับปรุงแก้ไขหลักสูตร อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตร และอาจารย์ผู้สอน ครั้งที่ 10/2561 เมื่อวันที่ 24 พฤศจิกายน พ.ศ. 2561	6. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร 6.1 เป็นหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565 6.2 เวลาที่เริ่มใช้หลักสูตรนี้ ภาคการศึกษาต้น ปีการศึกษา 2565 6.3 การพิจารณาหลักสูตรจากคณะกรรมการของมหาวิทยาลัย อุบลราชธานี 1) คณะกรรมการประจำคณะบริหารศาสตร์ ครั้งที่ 9/2564 เมื่อวันที่ 2 กันยายน พ.ศ. 2564 2) คณะกรรมการบริหารวิชาการมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ครั้งที่ 15 /2564 วาระพิเศษ เมื่อวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2564 3) คณะกรรมการพิจารณากลับกรองหลักสูตรของสภามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ครั้งที่ 8/2564 เมื่อวันที่ 21-22 ตุลาคม พ.ศ. 2564 4) สภามหาวิทยาลัยอุบลราชธานีอนุมัติหลักสูตร ครั้งที่ 1/2565 เมื่อวันที่ 29 มกราคม พ.ศ. 2565 6.4 องค์กกรวิชาชีพ: ไม่มี	-เพิ่มเติมข้อมูลของสถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร ตามข้อมูลปัจจุบัน

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
7. หลักสูตรจะได้รับการเผยแพร่ว่าเป็นหลักสูตรที่มีคุณภาพและมาตรฐานตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2552 : ในปีการศึกษา 2563	7. การเผยแพร่หลักสูตรที่มีคุณภาพและมาตรฐานตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552 ในปีการศึกษา 2567	-เพิ่มเติม ข้อมูลความพร้อมในการเผยแพร่หลักสูตรที่มีคุณภาพและมาตรฐาน หลัง 2 ปี
8. อาชีพที่สามารถประกอบอาชีพได้หลังสำเร็จการศึกษา : ผู้สำเร็จการศึกษาสามารถประกอบอาชีพอิสระ และทำงานในองค์กรภาครัฐและเอกชน ทั้งในระดับท้องถิ่น ประเทศและระหว่างประเทศ โดยแบ่งกลุ่มวิชาชีพดังต่อไปนี้ 1. นักการตลาด 2. นักการตลาดดิจิทัล 3. เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารงานลูกค้า 4. เจ้าหน้าที่ฝ่ายวิจัยทางการตลาด 5. เจ้าหน้าที่บริหารผลิตภัณฑ์ 6. เจ้าหน้าที่โฆษณาและประชาสัมพันธ์ 7. เจ้าหน้าที่ฝ่ายขาย 8. เจ้าหน้าที่ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ 9. เจ้าหน้าที่ฝ่ายส่งเสริมการตลาด 10. เจ้าหน้าที่ขายสื่อโฆษณา 11. เจ้าหน้าที่จัดกิจกรรมทางการตลาด	8. อาชีพที่สามารถประกอบอาชีพได้หลังสำเร็จการศึกษา : ผู้สำเร็จการศึกษาสามารถประกอบอาชีพอิสระ และทำงานในองค์กรภาครัฐและเอกชน ทั้งระดับท้องถิ่น ในประเทศและระหว่างประเทศ ดังต่อไปนี้ 1) นักการตลาด 2) นักการตลาดดิจิทัล 3) นักวิจัยทางการตลาด 4) เจ้าหน้าที่วิเคราะห์ข้อมูล 5) เจ้าหน้าที่บริหารผลิตภัณฑ์ 6) เจ้าหน้าที่โฆษณาและประชาสัมพันธ์ 7) เจ้าหน้าที่ฝ่ายขาย 8) เจ้าหน้าที่ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ 9) เจ้าหน้าที่ฝ่ายส่งเสริมการตลาด 10) เจ้าหน้าที่ขายสื่อโฆษณา 11) เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารงานลูกค้า	-เพิ่มเติมอาชีพที่สามารถประกอบอาชีพได้หลังสำเร็จการศึกษา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
12. เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาดระหว่างประเทศ 13. ผู้ช่วย/ ผู้จัดการร้าน/ ผู้ช่วยผู้จัดการเขต ธุรกิจค้าปลีก 14. ที่ปรึกษาทางธุรกิจ(ด้านการตลาด) 15. ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว	12) เจ้าหน้าที่จัดกิจกรรมทางการตลาด 13) เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาดระหว่างประเทศ 14) นักสื่อสารเนื้อหาการตลาด 15) ผู้ผลิตสื่อเนื้อหาดิจิทัล 16) ผู้ช่วย/ผู้จัดการร้าน/ผู้ช่วยผู้จัดการเขต ธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 17) ประกอบอาชีพอิสระ 18) ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว 19) ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	
9. ชื่อ นามสกุล ตำแหน่ง และคุณวุฒิอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ใจแก้ว แถมเงิน 2. นายนกตล พัฒนะศิษุบล 3. นางเจียรระโน ไชยกาล เจิ้ง 4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์กมลพร นครชัยกุล 5. นายธรรมวิมล สุขเสริม 6. นางสาวเพชร อักโข	9. ชื่อ นามสกุล ตำแหน่ง และคุณวุฒิอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ใจแก้ว แถมเงิน 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์กมลพร นครชัยกุล 3. นายชวพจน์ ศุภสาร 4. นายสุวิทย์ โสภาพล 5. นางสาวเพชร อักโข 6. นายนกตล พัฒนะศิษุบล	-ปรับเปลี่ยนอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรเพื่อให้สอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2558 เกี่ยวกับคุณสมบัติอาจารย์ผู้รับผิดชอบ ด้านผลงานทางวิชาการ

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
10. สถานที่จัดการเรียนการสอน : จัดการเรียนการสอนที่ที่ตั้งหลัก อาคารคณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี	10. สถานที่จัดการเรียนการสอนในที่ตั้งหลัก : คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี	-คงเดิม
11. สถานการณ์ภายนอกหรือการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนหลักสูตร 11.1 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สภาวะการณ์ปัจจุบัน ประเทศไทยต้องเผชิญกับการแข่งขันและเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทั้งภายในประเทศ ในระดับภูมิภาคและระดับโลก ซึ่งล้วนส่งผลกระทบต่อทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อประเทศไทย หากแต่บริบทภายในประเทศนั้น มีข้อจำกัดในการพัฒนาหลายด้าน อาทิข้อจำกัดของความสามารถในการแข่งขันและการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรม ภาระหนี้สาธารณะ การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ปัญหาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม คุณภาพการศึกษาและความเหลื่อมล้ำทางสังคม เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในการพัฒนาประเทศและขจัดข้อจำกัดต่าง ๆ ในการพัฒนาประเทศ รัฐบาลจึงได้กำหนดกรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี เพื่อให้ประเทศสามารถบรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” นำไปสู่การพัฒนาให้คนไทยมีความสุขและตอบสนองต่อการบรรลุซึ่งผลประโยชน์	11. สถานการณ์ภายนอกหรือการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนหลักสูตร 11.1 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สภาวะการณ์ปัจจุบัน ประเทศไทยต้องเผชิญกับการแข่งขันและเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทั้งภายในประเทศในระดับภูมิภาคและระดับโลก ซึ่งล้วนส่งผลกระทบต่อทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อประเทศ เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในการพัฒนาประเทศ รัฐบาลจึงได้กำหนดกรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี เพื่อให้ประเทศสามารถบรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” นำไปสู่การพัฒนาให้คนไทยมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น สังคมมีความมั่นคง เพื่อให้ประเทศสามารถแข่งขันได้ในระบบเศรษฐกิจระดับโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งมีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเป็นกลไกเชื่อมโยงสู่การขับเคลื่อนการพัฒนา สถานการณ์หรือการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนหลักสูตร	- ปรับเพิ่มยุทธศาสตร์ 20 ปี, แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570), ดิจิทัลไทยแลนด์ (Digital Thailand), เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม - เพิ่มเนื้อหาที่เกี่ยวกับ Covid-19 และ New normal

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
แห่งชาติ ในการที่จะพัฒนาคุณภาพชีวิต สร้างรายได้ระดับสูงเป็นประเทศพัฒนาแล้ว และสร้างความสุขของคนไทย สังคมมีความมั่นคง เสมอภาคและเป็นธรรม เพื่อให้ประเทศสามารถแข่งขันได้ในระบบเศรษฐกิจระดับโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งมีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) เป็นกลไกเชื่อมโยงสู่การขับเคลื่อนการพัฒนา สถานการณ์หรือการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนหลักสูตรสอดคล้องกับแผนพัฒนาฯ ที่กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญดังนี้ 1) การน้อมนำและประยุกต์ใช้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง 2) คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วม 3) การสนับสนุนและส่งเสริมแนวคิดการปฏิรูปประเทศ และ 4) การพัฒนาสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน สังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข กอปรกับนโยบายของรัฐบาลในการพัฒนาเศรษฐกิจ “ประเทศไทย 4.0” ที่เน้นการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจ ไปสู่ “Value-Based Economy” หรือ “เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม” โดยมีฐานคิดหลัก คือ เปลี่ยนจากการผลิตสินค้า “โภคภัณฑ์” ไปสู่สินค้าเชิง “นวัตกรรม” เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรมไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม และเปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้าไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น สามารถก้าวข้ามกับดักรายได้ปานกลาง เพื่อให้ประเทศไทยกลายเป็นกลุ่มประเทศที่มีรายได้สูง โดยการผลักดันการเจริญเติบโต	ปัจจุบันมีการกำหนดกรอบแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570) ที่มีแนวทางในการมุ่งสู่เป้าหมาย “พลิกโฉมประเทศไทยสู่ เศรษฐกิจสร้างคุณค่า สังคมเดินหน้าอย่างยั่งยืน” (Transformation to Hi-Value and Sustainable Thailand) ด้วยการมุ่งใช้องค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรมเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศในทุกมิติ โดยเน้นส่งเสริมเศรษฐกิจมูลค่าสูงที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมใน 6 ด้านคือ 1) สินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง 2) การท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าและความยั่งยืน 3) การผลิตยานยนต์ไฟฟ้า 4) การบริการทางการแพทย์และสุขภาพมูลค่าสูง 5) การเป็นประตูการค้าการลงทุนและโลจิสติกส์ และ 6) การผลิตอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะและบริการดิจิทัล (กรอบแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13, 2564) เพื่อพลิกโฉมประเทศไทยจากเศรษฐกิจฐานทรัพยากรสู่เศรษฐกิจฐานนวัตกรรมและองค์ความรู้ จากโอกาสที่กระจุกตัวสู่โอกาสสำหรับทุกกลุ่มคนและทุกพื้นที่ จากการผลิตและบริโภคที่ทำลายสิ่งแวดล้อมสู่วิถีชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและปลอดภัย และจากกำลังคนทักษะต่ำและภาครัฐล่าช้าสู่กำลังคนและภาครัฐสมรรถนะสูง (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564) กอปรกับนโยบายของรัฐบาลในการพัฒนาเศรษฐกิจ “ประเทศไทย 4.0” ที่เน้นการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจ ไปสู่ “Value-Based Economy” หรือ “เศรษฐกิจที่	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
โดทางเศรษฐกิจ (S-Curve) ในรูปแบบที่ 1 คือ First S-Curve เป็นการลงทุนในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีอยู่แล้วในประเทศ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ปัจจัยการผลิต แต่กลุ่มอุตสาหกรรมปัจจุบันไม่เพียงพอที่จะทำให้เศรษฐกิจของประเทศไทยเติบโตได้อย่างก้าวกระโดด จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาในรูปแบบที่ 2 คือ New S-Curve ซึ่งเป็นรูปแบบของการลงทุนในอุตสาหกรรมใหม่ เพื่อเปลี่ยนรูปแบบสินค้าและเทคโนโลยี ในอุตสาหกรรมอนาคตเหล่านี้ให้เป็นกลไกที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ (New Growth Engines) ของประเทศ อาทิ เปลี่ยนการเกษตรแบบดั้งเดิม (Traditional Farming) ไปสู่การเกษตรสมัยใหม่ ที่เน้นการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยี (Smart Farming) โดยเกษตรกรต้องมีรายได้มากขึ้น และเป็นเกษตรกรแบบเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur) เปลี่ยนจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแบบดั้งเดิม (Traditional SMEs) ที่รัฐต้องให้ความช่วยเหลืออยู่ตลอดเวลา ไปสู่การเป็น Smart Enterprise และ Startups ที่มีศักยภาพสูงและเป็นวิสาหกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Innovation Driven Enterprises: IDE) อีกทั้งธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย ยังคงมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจพัฒนาและบริหารศูนย์การค้ามีแนวโน้มที่จะขยายตัวไปในทิศทางเดียวกัน ผู้ค้าปลีกที่ดำเนินธุรกิจในประเทศไทยอยู่แล้ว มีแผนที่จะขยายสาขาต่อไปอย่างต่อเนื่อง จะมีการกระจายของศูนย์การค้าแบบเปิดออกไป	ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม” โดยมีฐานคิดหลัก คือ เปลี่ยนจากการผลิตสินค้า “โภคภัณฑ์” ไปสู่สินค้าเชิง “นวัตกรรม” เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรมไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม และเปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้าไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น สามารถก้าวข้ามกับดักรายได้ปานกลาง เพื่อให้ประเทศไทยกลายเป็นกลุ่มประเทศที่มีรายได้สูง ประเทศไทยเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัลโดยรัฐบาลพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา แลงนโยบายต่อสภานิติบัญญัติในเดือนมกราคม 2558 ส่งผลให้ พ.ศ. 2559 ได้จัดตั้งกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (Ministry of Digital Economy and Society) มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการวางแผน ส่งเสริม และพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศ ด้วยการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในรูปแบบ “ดิจิทัลไทยแลนด์” (Digital Thailand) ดังนั้นเศรษฐกิจดิจิทัลตามยุทธศาสตร์ดังกล่าว จะส่งผลเกิดการปฏิรูปกระบวนการขั้นตอนในการทำงาน และการประกอบอาชีพในยุคดิจิทัล โดยจะต้องอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศ หรืออินเทอร์เน็ตมาใช้ในกิจกรรมทางเศรษฐกิจ รวมถึงการนำไปใช้ในการดำเนินกิจกรรมในภาคการผลิต การตลาด การขาย และการขนส่ง	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
ทั่วกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดทั่วประเทศ ประกอบกับสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงในศตวรรษที่ 21 ได้ ซึ่งสอดคล้องกับกลยุทธ์ของมหาวิทยาลัย อุบลราชธานีที่เน้นสร้างบัณฑิตที่มีคุณภาพมาตรฐานในระดับสากลมีคุณธรรม นำความรู้ คิดเป็น ทำเป็น และดำรงชีวิตบนพื้นฐานความพอเพียง มีวิสัยและสร้างนวัตกรรมเพื่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ โดยให้ชุมชนได้มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา ซึ่งส่งผลให้เกิดความเข้มแข็งจากรากหญ้าไปจนถึงองค์กรขนาดใหญ่ เมื่อมีการผลักดันให้ชุมชนเข้มแข็งแล้ว การสร้างระบบเศรษฐกิจที่มีความมั่นคงและยั่งยืนย่อมขับเคลื่อนไปได้โดยง่ายซึ่งการขับเคลื่อนให้เกิดความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจดังกล่าว ต้องอาศัยบุคลากรที่มีความรู้ด้านบริหารจัดการ ควบคู่ไปกับการพัฒนาในด้านอื่น ๆ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด จึงมุ่งเน้นพัฒนาบัณฑิตให้มีทักษะความรู้ความสามารถในศาสตร์ด้านการตลาด การจัดการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ มีทักษะการเป็นผู้ประกอบการ มีสมรรถนะและศักยภาพสูงสำหรับการทำงานในอุตสาหกรรมใหม่ (New S-Curve) โดยการเรียนรู้การสอนมีการบูรณาการข้ามศาสตร์ เพื่อให้นักศึกษาสามารถทำงานเป็นทีม ทำงานร่วมกับต่างสาขาวิชาชีพได้ โดยนำความรู้ด้านการตลาดไปปรับใช้กับศาสตร์อื่น เรียนรู้จากการฝึกปฏิบัติงานจริง เพื่อตอบสนองต่อการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเข้มแข็งยั่งยืน และตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน	ภาพรวมทิศทางการตลาดแรงงานปี 2564 โดยจากผลสำรวจจากกลุ่มลูกค้าของแมนพาวเวอร์กรุ๊ป ประเทศไทย 10 อันดับสายงานที่ตลาดงานต้องการ ดังนี้ อันดับ 1 สายงานขายและการตลาด ร้อยละ 23.1 อันดับ 2 สายงานบัญชีและการเงิน ร้อยละ 9.58 อันดับ 3 สายงานขนส่งและงานโลจิสติกส์ ร้อยละ 9.50 อันดับ 4 สายงานวิศวกร ร้อยละ 8.52 อันดับ 5 สายงานไอที ร้อยละ 7.78 อันดับ 6 งานระยะสั้นต่าง ๆ ร้อยละ 6.96 อันดับ 7 สายงานธุรการ ร้อยละ 6.80 อันดับ 8 สายงานบริการลูกค้า ร้อยละ 5.32 อันดับ 9 สายงานการผลิต ร้อยละ 5.24 และอันดับ 10 สายงานบริการทางการแพทย์และสุขภาพ ร้อยละ 3.28 ส่วน 10 อันดับสายงานที่ตลาดแรงงานต้องการ ดังนี้ อันดับ 1 สายงานขายและการตลาด ร้อยละ 29.70 อันดับ 2 สายงานวิศวกร ร้อยละ 15.23 อันดับ 3 สายงานบริการลูกค้า ร้อยละ 13.43 อันดับ 4 สายงานธุรการ ร้อยละ 7.40 อันดับ 5 สายงานทรัพยากรบุคคล ร้อยละ 7.37 อันดับ 6 สายงานไอที ร้อยละ 5.9 อันดับ 7 สายงานบัญชีและการเงิน ร้อยละ 5.66 อันดับ 8 สายงานขนส่งและงานโลจิสติกส์ ร้อยละ 5.51 อันดับ 9 งานระดับผู้บริหาร ร้อยละ 3.51 และอันดับ 10 สายงานการผลิต ร้อยละ 2.28 อีกทั้ง ผลสำรวจยังชี้ให้เห็นว่าสายงานขนส่งและโลจิสติกส์มีอัตราการเติบโตสูงสุดเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาอยู่ ร้อยละ 4.83 ตามทิศทางธุรกิจอี-คอมเมิร์ซ ค้าขายออนไลน์ และธุรกิจเดลิเวอรี่ ทางด้านงานขายและการตลาดขึ้นอันดับ 1 มา 5 ปีต่อเนื่องกันซึ่ง	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการ ปรับปรุง พ.ศ. 2565
11.2 สถานการณ์หรือการพัฒนาสังคมและวัฒนธรรม ประเทศไทยต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงภายใต้สถานการณ์ที่กระแสโลกาภิวัตน์และสังคม ยุคดิจิทัลมีบทบาทมากขึ้น เป็นโลกไร้พรมแดน โดยมีการเคลื่อนย้ายคน แรงงาน เงินทุน องค์ความรู้ เทคโนโลยี ข่าวสารสินค้าและบริการอย่างเสรี ส่งผลให้มีการรวมตัวด้านเศรษฐกิจของกลุ่มต่าง ๆ ในโลกมีความเข้มข้นขึ้น ประเทศเศรษฐกิจใหม่มีขีดความสามารถในการแข่งขันมากขึ้น นอกจากนี้การพัฒนาการสื่อสารด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ ทำให้สังคมโลกมีความเชื่อมโยงกันอย่างใกล้ชิด เกิดความหลากหลายทางภาษาและวัฒนธรรม ในขณะเดียวกันประเทศไทยเข้าสู่ประเทศที่มีโครงสร้างประชากรสู่สังคมสูงวัยมากขึ้น จำนวนประชากรวัยแรงงานลดลง ยิ่งไปกว่านั้น ประเทศไทยต้องเผชิญกับภัยพิบัติทางธรรมชาติรุนแรงมากขึ้น ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมไทยมากกว่าในอดีต จึงเป็นแรงกดดันให้ประเทศไทยต้องปรับตัวอย่างชาญฉลาดมากขึ้น ประเทศไทยจำเป็นต้องสร้างภูมิคุ้มกัน เกิดการเตรียมความพร้อมของประชากรไทย ให้มีการศึกษาและความรู้ ที่มีคุณภาพมาตรฐานสากล การพัฒนาศักยภาพการคิดวิเคราะห์ ใฝ่เรียนรู้ตลอดชีวิต มีวินัย คุณธรรม จริยธรรมค่านิยมที่ดี รับผิดชอบต่อตนเองสังคมและสิ่งแวดล้อมทั้งระดับภูมิภาคและระดับโลก ส่งผลให้จะต้องพัฒนา ความรู้ ทักษะทางปัญญาแล้ว จะต้องพัฒนาทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาษาอังกฤษและเพื่อ	สะท้อนให้เห็นว่า ความต้องการเติบโตทางธุรกิจให้ความสำคัญกับบุคลากรที่เป็นตัวกลางในการนำเสนอสินค้าและบริการ โดยเฉพาะสินค้าความงาม และสินค้าที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีต่าง ๆ ส่วนการตลาดเข้ามาวางกลยุทธ์ทั้งออนไลน์และออฟไลน์สู่การนำเสนอการสื่อสารเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการโปรโมชั่นและกิจกรรมทางการตลาดเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง (ผู้จัดการออนไลน์, 2564) อีกทั้งตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ที่มุ่งเน้นให้คนไทย ทุกกลุ่มวัยมีทักษะและความรู้ความสามารถที่จะเป็นฐานในการพัฒนาทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ จากสถานการณ์ดังกล่าว ธุรกิจค้าปลีกจึงเป็นเป็นเครื่องมือสำคัญของการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ องค์ประกอบที่สำคัญที่สุดในการพัฒนาการจัดการธุรกิจค้าปลีกให้มีประสิทธิภาพ คือ ทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งเป็นผู้นำองค์ความรู้มาใช้ในการวางแผน การดำเนินการ และประยุกต์ใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ การจัดการการขายในยุคดิจิทัล โดยมีเป้าหมายให้บุคลากรมีความรู้ความสามารถด้านบริหารจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ การให้บริการด้านการค้าปลีกที่ทันสมัย โดยธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทยนั้นมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจพัฒนาและบริหารศูนย์การค้า มีแนวโน้มที่จะขยายตัวไปในทิศทางเดียวกัน ผู้ค้าปลีกที่ดำเนินธุรกิจในประเทศ	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
สร้างภูมิคุ้มกันสำคัญในการดำเนินชีวิต การทำงานและการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกในศตวรรษที่ 21 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด จึงได้ปรับปรุงหลักสูตรด้านการเรียนการสอนเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคมดังกล่าวเช่นกัน	ไทยอยู่แล้วมีแผนที่จะขยายสาขาต่อไปอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด วิชาเอกการตลาดดิจิทัล และวิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่ จึงมุ่งเน้นพัฒนาบัณฑิตให้มีทักษะความรู้ความสามารถในศาสตร์ด้านการตลาดดิจิทัล การจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ มีสมรรถนะและศักยภาพสูงในการสร้างสรรค์นวัตกรรมสำหรับการทำงานในยุคดิจิทัล มีการบูรณาการข้ามศาสตร์ เพื่อให้นักศึกษาสามารถทำงานเป็นทีม ทำงานร่วมกับต่างสาขาวิชาได้ โดยนำความรู้ด้านการตลาดไปปรับใช้กับศาสตร์อื่น เรียนรู้จากการฝึกปฏิบัติงานจริง เพื่อตอบสนองต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน 11.2 สถานการณ์หรือการพัฒนาสังคมและวัฒนธรรม ประเทศไทยต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงภายใต้สถานการณ์ที่กระแสโลกาภิวัตน์และสังคม หลังจากที่ได้รับผลกระทบอย่างหนักจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) จนทำให้เศรษฐกิจไทยหดตัว (ติดลบ) ร้อยละ 8 เมื่อปี 2563 หดตัวมากที่สุดเป็นอันดับ 2 ของอาเซียน รองจากฟิลิปปินส์ แต่เศรษฐกิจจะกลับมาขยายตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไปและอาจต้องใช้เวลาอย่างน้อย 2 ปีในการฟื้นฟู เนื่องจากการแพร่ระบาดในหลายประเทศทั่วโลกยังมีแนวโน้มไม่คลี่คลาย และยังไม่มียาวัคซีนป้องกันโรค (สำนักข่าว	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
	กรองแห่งชาติ, 2564) ทำให้วิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนต้องปรับเปลี่ยนไปเป็นรูปแบบชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) ที่เปลี่ยนวิถีชีวิตการทำงาน รูปแบบการดำเนินธุรกิจต่าง ๆ ทำให้เทคโนโลยีและการสื่อสารมีความก้าวหน้าที่รวดเร็ว ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพโดยรวมของสังคมและวัฒนธรรม นอกจากนี้ โครงสร้างประชากรที่กำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aged Society) ของประเทศไทยที่มีสัดส่วนของประชากรที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปมีมากกว่า 20% ของจำนวนประชากรทั้งหมด ในปี พ.ศ. 2564 อนึ่ง ธนาคารแห่งประเทศไทย (2561) ระบุว่า ในขณะที่อัตราการเกิดเฉลี่ยของประชากรโลกอยู่ที่ 2.5 คนต่อผู้หญิง 1 คน อัตราการเกิดเฉลี่ยของประชากรไทยอยู่ที่ 1.4 คนต่อผู้หญิง 1 คน จึงส่งผลให้ประเทศไทยมีสัดส่วนผู้สูงอายุสูงมากขึ้น ในขณะที่มีอัตราการเกิด (Fertility Rate) ต่ำ ทำให้แรงงานไทยมีแนวโน้มลดลงเร็วกว่าประเทศอื่น ๆ ในอาเซียน จึงจะกลายเป็นปัญหาด้านผลิตภาพแรงงาน (Low Labor Productivity) ที่ต่ำลงด้วย ทั้งนี้ การมีจำนวนผู้สูงอายุที่จะกลายเป็นหนึ่งในสี่ของประชากรไทยนั้นสื่อถึงการขาดทักษะโลกดิจิทัล (Digital Literacy) อันจะนำมาซึ่งปัญหาความเหลื่อมล้ำที่เพิ่มขึ้นระหว่างคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่ในการเข้าถึงข้อมูลและความรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง ฐานความรู้ผู้คนในสังคมมีวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิตประจำวันตลอดจนการเตรียมความพร้อมประชากรวัยเรียนให้มีทักษะเพื่อ	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
	การดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21 ซึ่งประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ทักษะการเรียนรู้ และนวัตกรรม ทักษะด้านสารสนเทศ สื่อและเทคโนโลยี และทักษะชีวิตและอาชีพ เพื่อความสำเร็จทั้งด้านการงานและการดำเนินชีวิต อีกทั้งในยุคปัจจุบันระบบเศรษฐกิจและสังคมมีการติดต่อสื่อสาร การผลิต การตลาด การขาย การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ และอื่น ๆ ซึ่งเป็นการสื่อสารอย่างกว้างขวาง และยังเข้ามาช่วยในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งเชิงธุรกิจ สังคม และวัฒนธรรมในท้องถิ่น โดยกระบวนการดำเนินงานทางดิจิทัลหรือทางอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ อาศัยโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารมาสร้างเป็นนวัตกรรมใหม่ให้เกิดขึ้นเพื่อช่วยในการดำเนินกระบวนการทำงานต่าง ๆ ให้รวดเร็วและตอบสนองต่อความต้องการมากขึ้น ดังนั้นผู้ที่มีทักษะความรู้ทางดิจิทัลมักจะเป็นผู้ได้รับประโยชน์ในสถานะผู้ใช้ และโอกาสสำหรับการถูกว่าจ้างงานมากขึ้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับบัณฑิตที่จะออกสู่ตลาดแรงงานต้องมีความรู้และทักษะทางดิจิทัล	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
12. ผลกระทบจากข้อ 11 ต่อการพัฒนาหลักสูตรและความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน 12.1 การพัฒนาหลักสูตร จากผลกระทบของสถานการณ์ภายนอกทางด้านการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ส่งผลให้จำเป็นต้องมีการพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เพื่อการบริหารในเชิงรุกให้มีศักยภาพและสามารถปรับเปลี่ยนได้ ตามวิวัฒนาการของกระบวนการทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดทางการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการ ในการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันทั้งภายในประเทศและระดับโลก ตามกระแสโลกาภิวัตน์และสังคมดิจิทัล โดยการผลิตบัณฑิตพันธุ์ใหม่ที่มีความรู้ความสามารถทางด้านการบริหารธุรกิจให้เป็นไปตามมาตรฐานของการประกอบอาชีพพร้อมมีองค์ความรู้ทางด้านการตลาด การจัดการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ เทคโนโลยีสารสนเทศ มีทักษะการเป็นผู้ประกอบการ มีสมรรถนะและศักยภาพสูงสำหรับการทำงานในอุตสาหกรรมใหม่ (New S-Curve) ตลอดจนสามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล อีกทั้งต้องเป็นบุคลากร ที่พร้อมด้วยคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณ และจิตสำนึกที่ดี ดำเนินชีวิตด้วยความพอเพียง ใฝ่รู้เรียนรู้และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นไปตามนโยบายและวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยแห่งคุณภาพที่เน้นนวัตกรรมจัดการเรียนรู้	12. ผลกระทบจากข้อ 11 ต่อการพัฒนาหลักสูตรและความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน 12.1 การพัฒนาหลักสูตร จากผลกระทบของสถานการณ์ภายนอกทางด้านการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ส่งผลให้จำเป็นต้องมีการพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เพื่อการบริหารในเชิงรุกให้มีศักยภาพและสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามวิวัฒนาการของกระบวนการทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดทางการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการในการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันทั้งภายในประเทศและระดับโลก ตามกระแสโลกาภิวัตน์และสังคมดิจิทัล โดยการผลิตบัณฑิตให้เป็นไปตามมาตรฐานของการประกอบอาชีพพร้อมมีองค์ความรู้ทางด้านการตลาด การจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ เทคโนโลยีสารสนเทศ มีสมรรถนะและศักยภาพสูงสำหรับการทำงาน การสร้างสรรค์นวัตกรรม ตลอดจนสามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล อีกทั้งต้องเป็นบุคลากรที่มีคุณธรรมนำความรู้ คิดเป็น ทำเป็น และดำรงชีวิตบนพื้นฐานพอเพียง ใฝ่รู้เรียนรู้และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นไปตามนโยบายและวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยแห่งคุณภาพที่เน้นนวัตกรรมจัดการเรียนรู้	-ปรับข้อมูลผลกระทบจากข้อ 11 ต่อการพัฒนาหลักสูตรและความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบันปัจจุบัน

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
นวัตกรรมการจัดการเรียนรู้ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของบัณฑิตและประชาชน บนฐานภูมิปัญญาอีสานได้และอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง ทั้งนี้การปรับปรุงหลักสูตร ได้ดำเนินการตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552 และเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2558 มีการนำผลการวิเคราะห์ผลสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตมาพิจารณาเพื่อปรับปรุงวิชาให้สอดคล้องกับตลาดแรงงาน ตลอดจนการนำผลสำรวจจากบัณฑิตเพื่อมาประกอบการกำหนดวิชาและคำอธิบายรายวิชาในการปรับปรุงหลักสูตร โดยการปรับปรุงหลักสูตรครั้งนี้ประกอบด้วย 2 แขนง คือ วิชาเอก การตลาดและวิชาเอกการตลาดค้าปลีก มีการเพิ่มรายวิชา กิจกรรม และการบูรณาการการเรียนรู้จากประสบการณ์การปฏิบัติในสภาพจริงในลักษณะ Modular Based Learning Outcomes เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะของผู้ประกอบการและคุณภาพของบัณฑิตตามหลักสูตรใหม่ รองรับกับกระแสโลกาภิวัตน์และสังคมดิจิทัล การขยายตัวของธุรกิจค้าปลีก และสภาพเศรษฐกิจโลกที่เปลี่ยนแปลงไปตามสมัย	ทั้งนี้ การปรับปรุงหลักสูตร ได้ดำเนินการตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552 และเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2558 มีการนำผลการวิเคราะห์ผลสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตมาพิจารณาเพื่อปรับปรุงวิชาให้สอดคล้องกับตลาดแรงงาน ตลอดจนการนำผลสำรวจจากบัณฑิตเพื่อมาประกอบการกำหนดวิชาและคำอธิบายรายวิชาในการปรับปรุงหลักสูตรโดยการปรับปรุงหลักสูตรครั้งนี้ประกอบด้วย 2 วิชาเอก คือ 1) วิชาเอกการตลาดดิจิทัล 2) วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่ มีการเพิ่มรายวิชา กิจกรรม และการบูรณาการการเรียนรู้จากประสบการณ์ เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะความต้องการของผู้ใช้บัณฑิตและคุณภาพของบัณฑิตตามหลักสูตรใหม่ รองรับกับกระแสโลกาภิวัตน์และสังคมดิจิทัล การขยายตัวของธุรกิจการค้าสมัยใหม่และสภาพเศรษฐกิจโลกที่เปลี่ยนแปลงไปตามสมัย	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
12.2 ความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน การผลิตบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด สอดคล้องกับพันธกิจและกลยุทธ์ของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ที่มุ่งผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพมาตรฐานในระดับสากล มีคุณธรรมนำความรู้ คิดเป็น ทำเป็น และดำรงชีวิตบนพื้นฐานพอเพียง มุ่งเน้นในเรื่องของคุณภาพด้านการศึกษาและผลักดันให้นักศึกษาได้มีโอกาสเข้าร่วมกับแข่งขันในระดับประเทศ เพื่อยกระดับความสามารถของนักศึกษา ทั้งนี้ได้ให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพการศึกษาที่เน้นให้นักศึกษาได้ฝึกปฏิบัติจริงภายหลังจากที่ได้รับความรู้ภาคทฤษฎี โดยการจัดให้มีกิจกรรมส่งเสริมการเรียนการสอน และฝึกประสบการณ์วิชาชีพ พร้อมทั้งการปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพให้ได้ตระหนักถึงความสำคัญควบคู่กันไป	12.2 ความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน การผลิตบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด สอดคล้องกับพันธกิจและกลยุทธ์ของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ที่มุ่งสร้างบัณฑิตที่มีคุณภาพ มาตรฐาน มุ่งสู่ความเป็นเลิศทางวิชาการและวิชาชีพ มุ่งเน้นในเรื่องของคุณภาพด้านการศึกษาและผลักดันให้นักศึกษาได้มีโอกาสเข้าร่วมกับแข่งขันในระดับประเทศ เพื่อยกระดับความสามารถของนักศึกษา สร้างองค์ความรู้และนวัตกรรมที่นำไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ บริการวิชาการอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภูมิภาคกลุ่มน้ำโขง อีกทั้งร่วมทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นและสร้างความเข้าใจในวัฒนธรรมที่หลากหลายของภูมิภาคกลุ่มน้ำโขง ทั้งนี้ได้ให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพการศึกษาที่เน้นให้นักศึกษาได้ฝึกปฏิบัติจริงภายหลังจากที่ได้รับความรู้ภาคทฤษฎี โดยการจัดให้มีกิจกรรมส่งเสริมการเรียนการสอนและฝึกประสบการณ์วิชาชีพ พร้อมทั้งการปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพให้ได้ตระหนักถึงความสำคัญควบคู่กันไป	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
13. ความสัมพันธ์กับหลักสูตรอื่นที่เปิดสอนในคณะ/ภาควิชาอื่นของมหาวิทยาลัย 13.1 กลุ่มวิชา/รายวิชาในหลักสูตรที่เปิดสอนโดยสถาบัน/ภาควิชา/หลักสูตรอื่น 1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป จำนวน 10 รายวิชา ทุกรายวิชาที่เปิดสอนโดยคณะ หรือภาควิชาอื่น ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต 2) หมวดวิชาเฉพาะ 2.1) กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพของคณะบริหารศาสตร์ จำนวน 8 รายวิชา ได้แก่ 1700 101 ธุรกิจเบื้องต้นและกฎหมายธุรกิจ 3(3-0-6) (Introduction to Business and Business Laws) 1700 204 สถิติและการวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ 3(2-2-5) (Business Statistics and Quantitative Analysis) 1701 110 หลักการจัดการ (Principles of Management) 3(3-0-6) 1701 340 การจัดการการดำเนินงาน (Operation Management) 3(3-0-6) 1703 210 การเงินธุรกิจ (Corporate Finance) 3(3-0-6) 1706 103 การจัดการสารสนเทศธุรกิจดิจิทัล 3(2-2-5) (Digital Business Information Management)	13. ความสัมพันธ์กับหลักสูตรอื่นที่เปิดสอนในคณะ/ภาควิชาอื่นของมหาวิทยาลัย 13.1 หลักสูตรนี้มีรายวิชาที่กำหนดให้นักศึกษาในหลักสูตรอื่นเรียน ได้แก่ หลักสูตรวิชาโทบริหารธุรกิจ จำนวน 3 รายวิชา คือ 1) 1702 210 หลักการตลาด (Principles of Marketing) 3(3-0-6) 2) 1702 212 พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) 3(3-0-6) 3) 1702 320 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา 3(3-0-6) (Product and Price Management) 13.2 นักศึกษาในหลักสูตรนี้ มีรายวิชาที่กำหนดให้นักศึกษาต้องเรียนในหลักสูตรหรือภาควิชาหรือคณะอื่น ได้แก่ - หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2563 ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต - หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพของคณะบริหารศาสตร์ จำนวน 27 หน่วยกิต 1) 1700 101 ธุรกิจเบื้องต้นและกฎหมายธุรกิจ 3(3-0-6) (Introduction to Business and Business Laws)	-ปรับปรุงรายวิชาที่มีความสัมพันธ์กับหลักสูตรอื่นที่เปิดสอนในคณะ/ภาควิชาอื่นของมหาวิทยาลัย

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
1707 101 การบัญชีขั้นต้น (Fundamental Accounting) 3(3-0-6) 1708 100 เศรษฐศาสตร์ทั่วไป (General Economic) 3(3-0-6) 3) หมวดวิชาเลือกเสรี ทุกรายวิชาที่เปิดสอนโดยคณะหรือหลักสูตรอื่น ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต 13.2 รายวิชาที่หลักสูตรนี้เป็นผู้รับผิดชอบในการจัดการเรียนการสอน และหลักสูตรอื่นนำไปใช้ 1) หมวดวิชาเฉพาะ 1.1) กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ ที่หลักสูตรอื่นนำไปใช้ จำนวน 2 รายวิชา ได้แก่ 1702 101 การคิดเชิงออกแบบทางธุรกิจ 3(1-4-4) (Business Design Thinking) 1702 210 หลักการตลาด (Principles of Marketing) 3(3-0-6)	2) 1700 204 สถิติและการวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ 3(2-2-5) (Business Statistics and Quantitative Analysis) 3) 1701 110 หลักการจัดการ 3(3-0-6) (Principles of Management) 4) 1701 412 การจัดการเชิงกลยุทธ์ 3(3-0-6) (Strategic Management) 5) 1703 210 การเงินธุรกิจ (Corporate Finance) 3(3-0-6) 6) 1706 103 การจัดการสารสนเทศธุรกิจดิจิทัล 3(2-2-5) (Digital Business Information Management) 7) 1707 101 การบัญชีขั้นต้น 3(3-0-6) (Fundamental Accounting) 8) 1708 100 เศรษฐศาสตร์ทั่วไป (General Economic) 3(3-0-6)	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
13.3 การบริหารจัดการเรียนการสอนและการประสานงาน : อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรดำเนินการประสานงาน เพื่อประชุมหารือ ในการจัดตารางการเรียนการสอนที่นักศึกษาในหลักสูตรลงทะเบียนเรียนกับสาขาวิชาและคณะอื่น รวมทั้งมีการประสานงานร่วมกับหลักสูตรอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดแนวทางการจัดทำแผนการสอน และการจัดตารางการเรียนการสอนวิชาที่หลักสูตรดำเนินการสอนให้กับนักศึกษาในหลักสูตร และนักศึกษานอกหลักสูตร มีการประสานงานกับคณะและสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง สำหรับการเรียนการสอนในรายวิชาพื้นฐานวิชาชีพและวิชาชีพเลือก ได้แก่ การจัดทำรายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3) รายละเอียดของประสบการณ์ภาคสนาม (มคอ.4) การกำหนดอาจารย์ผู้สอน การจัดตารางเรียน จัดทำรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา (มคอ.5) รายงานผลการดำเนินการของประสบการณ์ภาคสนาม (มคอ.6) และการทวนสอบผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนักศึกษา	13.3 การบริหารจัดการ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรประสานงานกับคณะและสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง สำหรับการจัดการเรียนการสอนในรายวิชาพื้นฐานวิชาชีพและวิชาชีพเลือก ได้แก่ การจัดทำรายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3) รายละเอียดของประสบการณ์ภาคสนาม (มคอ.4) การกำหนดอาจารย์ผู้สอน การจัดตารางเรียน จัดทำรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา (มคอ.5) และรายงานผลการดำเนินการของประสบการณ์ภาคสนาม (มคอ.6) การทวนสอบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาและการประเมินผล	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร	หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร	
1. ความสำคัญ ปรัชญา และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร 1.1 ความสำคัญของหลักสูตร จากผลกระทบของสภาพแวดล้อมภายนอกทางด้านการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ที่ประเทศไทยต้องเผชิญกับกระแสโลกาภิวัตน์ และสังคมยุคดิจิทัลที่มีบทบาทมากขึ้น การขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกและการเปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจ ดังนั้น หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด จึงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง ที่จะพัฒนาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถทางด้านการบริหารธุรกิจ ด้านการตลาด การจัดการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่เข้าไปทำงานทั้งในภาครัฐและเอกชน เพื่อการบริหารในเชิงรุกให้มีศักยภาพและสามารถปรับเปลี่ยนได้ ตามวิวัฒนาการของกระบวนการทางธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงานในการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันทั้งภายในประเทศและระดับโลก ตามกระแสโลกาภิวัตน์และสังคมดิจิทัล	1. ความสำคัญ ปรัชญา และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร 1.1 ความสำคัญของหลักสูตร จากผลกระทบของสถานการณ์ภายนอกทางด้านการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมที่มีแนวทางในการมุ่งสู่เป้าหมาย “พลิกโฉมประเทศไทยสู่ เศรษฐกิจสร้างคุณค่า สังคมเดินหน้าอย่างยั่งยืน” ด้วยการมุ่งใช้ องค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรมเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศในทุกมิติ โดยเน้นส่งเสริมเศรษฐกิจมูลค่าสูงที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เพื่อการบริหารในเชิงรุกให้มีศักยภาพและสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามวิวัฒนาการของกระบวนการทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดทางการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงาน ในการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันทั้งภายในประเทศและระดับโลกตามกระแสโลกาภิวัตน์ และสังคมดิจิทัล โดยการผลิตบัณฑิตให้เป็นไปตามมาตรฐานของการประกอบอาชีพพร้อมมีองค์ความรู้ทางด้านการตลาดดิจิทัล การจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ เทคโนโลยีสารสนเทศ มีสมรรถนะและศักยภาพสูงสำหรับการทำงาน การสร้างสรรค์นวัตกรรม ตลอดจนสามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสอดคล้องกับลักษณะความต้องการของผู้ใช้บัณฑิตและคุณภาพของ	-เพิ่ม การมุ่งใช้องค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรมเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
	บัณฑิตตามหลักสูตรใหม่ รองรับกับกระแสโลกาภิวัตน์และสังคมดิจิทัล การขยายตัวของธุรกิจการค้าสมัยใหม่และสภาพเศรษฐกิจโลกที่เปลี่ยนแปลงไป อีกทั้งเป็นบุคลากรที่มีคุณธรรมนำความรู้ คิดเป็น ทำเป็น และดำรงชีวิตบนพื้นฐานพอเพียง ใฝ่เรียนรู้และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นไปตามนโยบายและวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยแห่งคุณภาพที่เน้นนวัตกรรมการจัดการเรียนรู้	
1.2 ปรัชญาของหลักสูตร มุ่งผลิตบัณฑิตที่มีความรู้และทักษะด้านการตลาดอย่างมีจรรยาบรรณในวิชาชีพและการดำรงชีวิต สามารถประยุกต์ความรู้ด้านการตลาด การจัดการธุรกิจค้าปลีกและเทคโนโลยีสมัยใหม่กับการดำเนินธุรกิจในองค์กรทุกรูปแบบได้อย่างมีประสิทธิภาพตามการเปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจ	1.2 ปรัชญาของหลักสูตร มุ่งผลิตบัณฑิตให้มีความรู้และทักษะด้านการตลาดดิจิทัล การตลาดการค้าสมัยใหม่ สามารถประยุกต์และพัฒนาความรู้ด้านการตลาด เทคโนโลยี การสื่อสารดิจิทัล การจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ เพื่อใช้ในการประกอบอาชีพ มีขีดความสามารถในการร่วมสร้างสรรค์นวัตกรรมให้กับสังคมในองค์กรทุกรูปแบบได้อย่างมีประสิทธิภาพ เท้าทันการเปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจ มีจรรยาบรรณและความรับผิดชอบในการประกอบอาชีพการดำรงชีวิตและมีการเรียนรู้ตลอดชีวิต	-เพิ่มเติม การตลาดดิจิทัล การจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ และการร่วมสร้างสรรค์นวัตกรรมให้กับสังคม
1.3 วัตถุประสงค์ของหลักสูตร เมื่อสำเร็จการศึกษาจากหลักสูตรนี้แล้ว บัณฑิตจะมีคุณสมบัติ ดังนี้ 1.3.1 มีความรู้ ความเข้าใจทฤษฎีและหลักการในสาขาวิชาการตลาด การจัดการธุรกิจค้าปลีก และสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ แก้ไขปัญหา	1.3 วัตถุประสงค์ของหลักสูตร เมื่อสำเร็จการศึกษาจากหลักสูตรนี้แล้วบัณฑิตมีสมรรถนะ ดังนี้ 1.3.1 มีความรู้ ความเข้าใจ และมีทักษะในสาขาวิชาการตลาดดิจิทัล หรือการตลาดการค้าสมัยใหม่ สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ แก้ไขปัญหา	- เพิ่มเติม การตลาดดิจิทัล การตลาดการค้าสมัยใหม่

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
สร้างสรรค์ผลงานนวัตกรรมได้ 1.3.2 ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อใช้ในการตลาดและการจัดการธุรกิจค้าปลีกในยุคดิจิทัล ได้อย่างมีประสิทธิภาพ 1.3.3 ใช้ทักษะสื่อสารทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในการพูด การเขียน และการนำเสนอ 1.3.4 มีจรรยาบรรณในการประกอบอาชีพและการดำรงชีวิต 1.3.5 มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี 1.3.6 มีโลกทัศน์กว้างไกล รองรับการเปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจ	การประกอบธุรกิจค้าปลีก การร่วมสร้างธุรกิจการค้าสมัยใหม่ และร่วมสร้างสรรค์ผลงานนวัตกรรมได้ 1.3.2 ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อใช้ในการตลาดดิจิทัล หรือการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ในยุคดิจิทัล ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เท้าทันการเปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจ 1.3.3 ใช้ทักษะสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในการพูด การเขียน และการนำเสนอ 1.3.4 มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี 1.3.5 มีจรรยาบรรณและความรับผิดชอบในการประกอบอาชีพ การดำรงชีวิต และมีการเรียนรู้ตลอดชีวิต	
1.4 คุณสมบัติที่พึงประสงค์ระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี 1.4.1 ด้านคุณธรรม จริยธรรม มีความรับผิดชอบมีระเบียบวินัย และเคารพกฎหมาย รู้จักกาลเทศะ 1.4.2 ด้านความรู้ เรียนรู้ทั้งด้านวิชาการและวิชาชีพและพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง 1.4.3 ด้านทักษะทางปัญญา มีทักษะการคิดวิเคราะห์และสังเคราะห์เชิงเหตุผล ประยุกต์ใช้ความรู้ในการแก้ไขปัญหาได้สร้างสรรค์ผลงานหรือนวัตกรรมได้	-ไม่มี-	-ตัดข้อ 1.4 คุณสมบัติที่พึงประสงค์ระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ออกตามแบบฟอร์มใหม่ของมหาวิทยาลัยกำหนด

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
1.4.4 ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและรู้จักบทบาทหน้าที่ของตน มีทัศนคติเชิงบวก พร้อมทั้งจะรับฟังความเห็นของผู้อื่น มีจิตสำนึกรักท้องถิ่นและสังคม 1.4.5 ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ รู้เท่าทันและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีให้เหมาะสมกับวิถีชีวิตและสังคม การเปลี่ยนแปลงในโลกปัจจุบัน มีมนุษยสัมพันธ์ มีทักษะการสื่อสารดีใช้ภาษาไทยและภาษาต่างประเทศได้ดี		
1.5 คุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ของหลักสูตรมีลักษณะเด่น บัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มีลักษณะเด่นด้านการตลาดและการจัดการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในยุคดิจิทัล มีสมรรถนะในการวางแผนการตลาดและการปฏิบัติงานทางการตลาดที่สร้างสรรค์อย่างมีจรรยาบรรณในวิชาชีพ	-ไม่มี-	-ตัดข้อ 1.5 คุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ของหลักสูตรมีลักษณะเด่น ออก ตามแบบฟอร์มใหม่ของมหาวิทยาลัยกำหนด

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565					เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
2. แผนพัฒนาปรับปรุง: พ.ศ. 2561-2565			2. แผนพัฒนาปรับปรุง: ระยะเวลา พ.ศ. 2565 ถึง พ.ศ. 2569					-เพิ่มเติม ประเด็นเป็น 5 ประเด็นได้แก่ 1) แผนการพัฒนาการเปลี่ยนแปลง 2) กลยุทธ์ 3) ตัวบ่งชี้ 4) หลักฐาน และ 5) ระยะเวลาดำเนินงาน เพิ่มเติม แผนการเปลี่ยนแปลงเป็น 7 ด้าน ได้แก่ 1) แผนการกำกับมาตรฐาน 2) แผนการพัฒนาบัณฑิตและศิษย์เก่า/ผู้ใช้บัณฑิต 3) แผนการพัฒนานักศึกษา 4) แผนพัฒนาคณาจารย์ 5) แผนพัฒนาหลักสูตร
2.1 แผนการพัฒนาการเปลี่ยนแปลง	2.2 กลยุทธ์	2.3 ตัวบ่งชี้/หลักฐาน	2.1 แผนการพัฒนาการเปลี่ยนแปลง	2.2 กลยุทธ์	2.3 ตัวบ่งชี้	2.4 หลักฐาน	2.5 ระยะเวลาดำเนินงาน	
2.1.1 แผนการบริหารหลักสูตร 1) ระบบและกลไกในการบริหารหลักสูตร	1) กำกับติดตามให้อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ครบตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร ตลอดเวลาจัดการเรียนการสอนในหลักสูตร 2) ส่งเสริมให้อาจารย์ทำผลงานวิชาการอย่างต่อเนื่อง 3) ประเมินหลักสูตรภายใน 5 ปี และนำผลการประเมินมาพัฒนาปรับปรุงหลักสูตรให้มีความทันสมัย	ตัวบ่งชี้ 1) มีอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรไม่น้อยกว่า 6 คน ตลอดระยะเวลาที่เปิดหลักสูตร 2) อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร มีผลงานทางวิชาการไม่น้อยกว่าปีละ 1 ผลงานต่อคน 3) ผลการประเมินหลักสูตรเพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่าร้อยละ 3 ต่อปี หลักฐาน 1) คำสั่งแต่งตั้งอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและรายงานการประชุม 2) ผลงานทางวิชาการของ	1) แผนการกำกับมาตรฐานหลักสูตร	1) กำกับให้อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร มีการประชุม การบริหารหลักสูตร ตามหน้าที่ของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อย่างสม่ำเสมอ	1) มีการประชุมและดำเนินการบริหารหลักสูตร ตามหน้าที่ของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร 2) อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรทุกคน มีคุณวุฒิและคุณสมบัติ	1) รายงานการประชุมผู้รับผิดชอบหลักสูตร	ทุกปีการศึกษา	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561				หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565					เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
			อาจารย์ผู้รับผิดชอบ หลักสูตรไม่น้อยกว่าปีละ 1 ผลงานต่อคน 3) ผลการประเมินหลักสูตร มีค่าคะแนนเพิ่มขึ้นไม่น้อย กว่าร้อยละ 3 ต่อปี			ครบเป็นไป ตามเกณฑ์ มาตรฐาน หลักสูตร และมี อาจารย์ ผู้รับผิดชอบ หลักสูตร อยู่ประจำ หลักสูตร ตลอด ระยะเวลา ที่จัด การศึกษา			การจัดการเรียนการ สอนและการประเมิน ผู้เรียน 6) แผนพัฒนาทรัพยากร สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ และเทคโนโลยี สารสนเทศ และ
2.1.2 แผนการ บริหาร ทรัพยากรการ เรียนการสอน เช่น การบริหาร งบประมาณ ทรัพยากรการ เรียนการสอน	1) จัดหาตำรา ที่เกี่ยวข้องกับ สาขาวิชาการตลาดมากขึ้น 2) จัดสรรงบประมาณเพื่อให้ นักศึกษาได้ไปศึกษาดูงาน ในองค์กรธุรกิจชั้นนำใน ระดับประเทศทุกคน 3) ทำความร่วมมือกับหน่วยงาน ภายนอก เช่น อาจารย์พิเศษ กรณีศึกษาและการศึกษาดู งาน ในสถานประกอบการ เป็นต้น	ตัวบ่งชี้ 1) มีตำราหรือฐานข้อมูลที่ เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ต่อปี 2) นักศึกษาได้ศึกษาดูงาน นอกสถานที่ ไม่น้อยกว่า 1 ครั้งตลอดหลักสูตร หลักฐาน 1) รายชื่อตำราหรือ ฐานข้อมูล 2) จำนวนและรายชื่อ นักศึกษาที่ได้ไปศึกษาดูงาน		2) กำกับ ติดตามการ ประเมิน คุณภาพภายใน ระดับหลักสูตร	ผลการ ประเมิน คุณภาพ ภายใน ระดับ หลักสูตร ระดับดีขึ้น	รายงานผล การประเมิน คุณภาพ ภายในระดับ หลักสูตร	ทุกปีการศึกษา		
2.1.3 แผนการ บริหาร คณาจารย์	1) กำหนดคุณสมบัติอาจารย์ ใหม่ต้องสำเร็จการศึกษาตรง สาขาวิชาที่เปิดสอนและเป็น	ตัวบ่งชี้ 1) อาจารย์ใหม่ทุกคนสำเร็จ การศึกษาตรงสาขา							

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565					เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
	ระดับปริญญาโท-เอกเท่านั้น 2) อาจารย์ประจำหลักสูตรทุกคน มีการพัฒนาตนเองทั้งด้านวิชาการและวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับสาขาวิชา 3) ส่งเสริมให้อาจารย์ผลิตผลงาน งานวิจัย ตำรา สื่อ นวัตกรรม	2) อาจารย์ได้รับการอบรมไม่น้อยกว่าภาคการศึกษาละ 1 ครั้ง 3) อาจารย์มีผลงานทางวิชาการเพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่าปีละ 1 ผลงานต่อคน หลักฐาน 1) รายงานผลการดำเนินงาน 2) จำนวนผลงานทางวิชาการ			ไป			
			2) แผนการพัฒนานักศึกษา	1) ส่งเสริมให้นักศึกษาเข้าร่วมกิจกรรมการแข่งขันทางวิชาการด้านการตลาด	จำนวนรางวัลการแข่งขันที่ได้รับ ไม่น้อยกว่า 2 รางวัลต่อปี	รายงานผลการเข้าร่วมกิจกรรม	ทุกปีการศึกษา	
2.1.4 แผนการบริหารบุคลากรสนับสนุน	1) เสริมทักษะด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน 2) สนับสนุนการฝึกอบรมที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่การปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุน	ตัวบ่งชี้ 1) บุคลากรสามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ไม่น้อยกว่า 1 โปรแกรม 2) บุคลากรมีการพัฒนาการทำงาน โดยการฝึกอบรมไม่น้อยกว่าปีละ 1 ครั้ง หลักฐาน		2) ส่งเสริมให้นักศึกษาทุกชั้นปีเข้าร่วมพัฒนาตนเองในกิจกรรมและโครงการที่ส่งเสริมทักษะทางการตลาดและเทคโนโลยี	1) จำนวนนักศึกษาที่เข้าร่วมพัฒนาตนเอง ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของนักศึกษาทุกชั้นปี 2) ระดับความพึงพอใจของ	1) รายงานผลการเข้าร่วมโครงการหรือเข้าร่วมกิจกรรม	ทุกปีการศึกษา	
					ของนักศึกษาทุกชั้นปี 2) ระดับความพึงพอใจของ	2) รายงานระดับความพึงพอใจ		

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565					เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
		ผลการดำเนินงาน			ผู้เข้าร่วมโครงการไม่น้อยกว่า 3.51 จากคะแนนเต็ม 5	ของผู้เข้าร่วมโครงการ		
2.1.5 แผนการสนับสนุนและการให้คำแนะนำนักศึกษา	จัดทำแผนการพัฒนานักศึกษาให้เป็นไปตามคุณลักษณะที่พึงประสงค์โดยการจัดกิจกรรมและโครงการเพื่อให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษาแก่นักศึกษาตั้งแต่แรกเข้าจนสำเร็จการศึกษา	ตัวบ่งชี้ 1) โครงการและกิจกรรมที่ส่งเสริมความเข้าใจในการใช้ชีวิตและการเรียน ไม่น้อยกว่า 1 กิจกรรมต่อนักศึกษาแต่ละชั้นปี 2) มีจำนวนนักศึกษาที่มีผลการเรียน ต่ำกว่าเกณฑ์ได้รับคำปรึกษา อย่างน้อยภาคการศึกษาละ 1 ครั้ง หลักฐาน ผลการดำเนินงาน		3) ส่งเสริมให้จัดกิจกรรมและโครงการเพื่อให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษาแก่นักศึกษา ตั้งแต่แรกเข้าจนสำเร็จการศึกษา	1) จำนวนนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการและ คำปรึกษาแก่ นักศึกษา ตั้งแต่แรกเข้าจนสำเร็จการศึกษา	1) รายงานผลการดำเนินงาน	ทุกปีการศึกษา	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565						
		<table> <tr> <td data-bbox="1189 355 1370 799">2) ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่น้อยกว่า 3.51 จากคะแนนเต็ม 5</td><td data-bbox="1370 355 1514 799">2) รายงานระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ</td><td data-bbox="1514 355 1845 799"></td></tr> <tr> <td data-bbox="1189 799 1370 1390">4) ส่งเสริมให้นักศึกษาเข้าร่วมพัฒนาตนเองในโครงการที่เกี่ยวข้องกับภาษาอังกฤษหรือภาษาต่างประเทศเพื่อธุรกิจ</td><td data-bbox="1370 799 1514 1390">1) จำนวนนักศึกษาที่เข้าร่วมกิจกรรมหรือการอบรมมากกว่าร้อยละ 60 ของนักศึกษาทุกชั้นปี</td><td data-bbox="1514 799 1845 1390">1) รายงานจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมแต่ละโครงการ ทุกปีการศึกษา</td></tr> </table>	2) ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่น้อยกว่า 3.51 จากคะแนนเต็ม 5	2) รายงานระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ		4) ส่งเสริมให้นักศึกษาเข้าร่วมพัฒนาตนเองในโครงการที่เกี่ยวข้องกับภาษาอังกฤษหรือภาษาต่างประเทศเพื่อธุรกิจ	1) จำนวนนักศึกษาที่เข้าร่วมกิจกรรมหรือการอบรมมากกว่าร้อยละ 60 ของนักศึกษาทุกชั้นปี	1) รายงานจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมแต่ละโครงการ ทุกปีการศึกษา
2) ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่น้อยกว่า 3.51 จากคะแนนเต็ม 5	2) รายงานระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ							
4) ส่งเสริมให้นักศึกษาเข้าร่วมพัฒนาตนเองในโครงการที่เกี่ยวข้องกับภาษาอังกฤษหรือภาษาต่างประเทศเพื่อธุรกิจ	1) จำนวนนักศึกษาที่เข้าร่วมกิจกรรมหรือการอบรมมากกว่าร้อยละ 60 ของนักศึกษาทุกชั้นปี	1) รายงานจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมแต่ละโครงการ ทุกปีการศึกษา						

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565					เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
			2) จำนวนนักศึกษาที่สอบผ่านภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR B1 ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50	2) รายงานผลการสอบภาษาอังกฤษ		
		5) สนับสนุน/ส่งเสริมโครงการหรือกิจกรรมเตรียมความพร้อมสู่ตลาดแรงงาน	1) จำนวนนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการหรือกิจกรรม ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 2) ระดับความพึงพอใจของ	1) รายงานผลการดำเนินงาน 2) รายงานระดับความพึงพอใจของ	ทุกปีการศึกษา	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565						เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
				ผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่น้อยกว่า 3.51 จากคะแนนเต็ม 5	ของผู้เข้าร่วมโครงการ		
		3) แผนการพัฒนาศิษย์เก่า	1) ส่งเสริมให้ศิษย์เก่าเข้าร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้และสัมมนาในโครงการเตรียมความพร้อมสำหรับการทำงาน	1) ความพึงพอใจในการเข้าร่วมกิจกรรมของศิษย์เก่าในระดับดีขึ้นไป 2) จำนวนศิษย์เก่าที่เข้าร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้และสัมมนาในโครงการอย่างน้อย	1) รายงานผลการปฏิบัติงานโครงการ 2) รายชื่อศิษย์เก่าที่เข้าร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้และสัมมนาในโครงการ	ทุกปีการศึกษา	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565						เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
				ร้อยละ 3 ของจำนวน ศิษย์เก่าใน หลักสูตร			
		4) แผนพัฒนา อาจารย์ ผู้รับผิดชอบ หลักสูตรและ อาจารย์ผู้สอน	1) ส่งเสริมให้ อาจารย์ ผู้รับผิดชอบ หลักสูตรและ อาจารย์ผู้สอน ทำงานวิจัยใน สาขาวิชาที่ จัดการเรียน การสอนอย่าง ต่อเนื่อง	จำนวน อาจารย์ ผู้รับผิดชอบ หลักสูตร และ อาจารย์ ผู้สอน ได้รับทุน เพื่อการ วิจัยใน สาขาวิชา อย่างน้อย 1 คนต่อปี	รายงาน ผลการวิจัย ของอาจารย์ ผู้รับผิดชอบ หลักสูตรและ อาจารย์ ผู้สอนที่ได้รับ ทุนวิจัย	ทุกปีการศึกษา	
			2) ส่งเสริมให้ อาจารย์ ผู้รับผิดชอบ	จำนวน อาจารย์ ผู้รับผิดชอบ	รายงาน จำนวน อาจารย์	ภายใน 5 ปี	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565					เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
		หลักสูตรและอาจารย์ผู้สอนมีคุณวุฒิหรือตำแหน่งทางวิชาการสูงขึ้น	บทหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอนมีคุณวุฒิหรือตำแหน่งทางวิชาการเพิ่มขึ้นอย่างน้อย 1 คนภายใน 5 ปี	ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอนที่มีคุณวุฒิ/ตำแหน่งทางวิชาการสูงขึ้น		
		3) ส่งเสริมให้อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอนเผยแพร่ผลงานวิจัยหรือผลงานทาง	1) จำนวนผลงานวิจัยของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรที่เผยแพร่ใน	รายงานจำนวนผลงานที่เผยแพร่ในฐานข้อมูล	ภายใน 5 ปี	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565					เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
		วิชาการมากขึ้น	ฐานข้อมูลที่สามารถสืบค้นได้หรือเป็นที่ยอมรับตามประกาศ กพอ. หรือระเบียบคณะกรรมการอุดมศึกษาว่า ด้วยหลักเกณฑ์พิจารณาวารสารทางวิชาการสำหรับการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการอย่างน้อย			

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565					เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
			3 เรื่องต่อ 5 ปีต่อคน			
			2) จำนวนผลงานทางวิชาการของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอนอย่างน้อย 3 เรื่องต่อคน ภายใน 5 ปี	รายงานผลงานทางวิชาการของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน	ทุกปีการศึกษา	
		4) ส่งเสริมให้อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และ	อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	รายงานการเข้าร่วมอบรมหรือเพิ่มพูนความรู้ของ	ทุกปีการศึกษา	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565					เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
		อาจารย์ผู้สอน เข้าร่วมอบรม หรือเพิ่มพูน ความรู้ทาง วิชาการหรือ วิชาชีพ	และ อาจารย์ ผู้สอนที่เข้า ร่วมอบรม หรือเพิ่มพูน ความรู้ทาง วิชาการ หรือวิชาชีพ อย่างน้อย 1 ครั้งต่อ คนต่อปี	อาจารย์		
	5) แผนพัฒนา บุคลากรสาย สนับสนุน	1) ส่งเสริมให้ บุคลากรสาย สนับสนุนเข้า ร่วมสัมมนา อบรม เพื่อเพิ่มพูน ศักยภาพ และ พัฒนาทักษะ ในการทำงาน	จำนวน บุคลากร สาย สนับสนุน ที่เข้าร่วม สัมมนา อบรม เพื่อเพิ่มพูน ศักยภาพ และพัฒนา	รายงานผล การเข้าร่วม กิจกรรม	ทุกปีการศึกษา	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565					เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
			ทักษะในการทำงาน อย่างน้อย 1 ครั้งต่อ คนต่อปี			
		2) ส่งเสริมให้บุคลากรสายสนับสนุนร่วมวิจัย หรือการบริการวิชาการ	บุคลากรสายสนับสนุนร่วมวิจัย หรือการบริการวิชาการอย่างน้อย 1 ครั้งต่อปี	รายงานผลการวิจัยหรือการบริการวิชาการ	ทุกปีการศึกษา	
	6) แผนพัฒนาหลักสูตรการจัดการเรียนการสอนและการประเมินผู้เรียน	1) ส่งเสริมให้มีการจัดการเรียนการสอนและการประเมินผู้เรียนที่ทันสมัย	จำนวนนวัตกรรมหรือสื่อการเรียนการสอนวิธีการสอนและ	รายงานสรุปผลการดำเนินงานของหลักสูตร	ทุกปีการศึกษา	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565					เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
		สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้	การประเมินผู้เรียนที่ทันสมัยเพิ่มขึ้นและเผยแพร่อย่างน้อย 1 รายการต่อคนต่อปี			
		2) ส่งเสริมให้มีการพัฒนาเนื้อหาสาระของหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการเปลี่ยนแปลงทางวิชาการและวิชาชีพ	1) จำนวนรายวิชาในหลักสูตรที่ปรับปรุงเนื้อหาสาระให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงอย่างน้อยร้อยละ 25	1) รายงานจำนวนรายวิชาในหลักสูตรที่พัฒนาปรับปรุง	ทุกปีการศึกษา	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565					เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
			ของ รายวิชาใน หลักสูตร ต่อปี การศึกษา			
		3) ส่งเสริมให้มีการประเมินและปรับปรุงหลักสูตรให้มีความทันสมัยสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางวิชาชีพความต้องการของสังคมและผู้ใช้บัณฑิต	1) มีการประเมินหลักสูตรโดยผู้เกี่ยวข้อง	1) รายงานผลการประเมินคุณภาพภายในระดับหลักสูตรการกำกับมาตรฐานหลักสูตร	ทุกปีการศึกษา	
			2) รายวิชา มีการปรับปรุงเนื้อหาวิชาให้ทันสมัย	2) รายงานผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษา		

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565					เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
	7) แผนพัฒนาทรัพยากรสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้และเทคโนโลยีสารสนเทศ	1) ส่งเสริมให้มีทรัพยากรการเรียนการสอนที่ทันสมัยเพิ่มขึ้น	จำนวนหนังสือ ตำรา หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในการจัดการเรียนการสอนเพิ่มขึ้นอย่างน้อย 80 เรื่องต่อปี	รายงานสรุปหนังสือ ตำรา หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในการเรียนการสอนในแต่ละปี	ทุกปีการศึกษา	
	8) แผนการพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของหลักสูตร	กำกับ ติดตาม การนำ ข้อเสนอแนะของ คณะกรรมการ ตรวจสอบประเมินคุณภาพ การศึกษา ภายในระดับ	1) มีการดำเนินการตาม ข้อเสนอแนะของ คณะกรรมการ ตรวจสอบประเมินคุณภาพ	รายงานผลการดำเนินการของหลักสูตร (มคอ.7)	ทุกปีการศึกษา	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565					เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
		หลักสูตรมาพัฒนา/ปรับปรุงหลักสูตร	การศึกษาภายในระดับหลักสูตรอย่างบรรลุปเป้าหมายทุกปีการศึกษา			
			2) มีคะแนนการประเมินคุณภาพการศึกษาภายในระดับหลักสูตรไม่ต่ำกว่าระดับดี	คะแนนการประเมินคุณภาพการศึกษาภายในระดับหลักสูตร	ทุกปีการศึกษา	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร	หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร	
1. ระบบการจัดการศึกษา 1.1 ระบบการจัดการศึกษาในหลักสูตรที่ใช้ในการเรียนการสอน : ระบบ ทวิภาค 1 ปี แบ่งเป็น 2 ภาคการศึกษาปกติ มีระยะเวลาศึกษาไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์ 1.2 การจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน : มีระยะเวลาศึกษาไม่น้อยกว่า 8 สัปดาห์ ในรายวิชา 1702 261 ฝึกงานด้านการตลาด 1 (Marketing Internship I) 2 หน่วยกิต ชั้นปีที่ 2 ภาคการศึกษาฤดูร้อน สาขาวิชาการตลาด (แผนการเรียน ปกติ) 1.3 การเทียบเคียงหน่วยกิตในระบบทวิภาค : ไม่มี	1. ระบบการจัดการศึกษา 1.1 ระบบการจัดการศึกษาในหลักสูตรที่ใช้ในการเรียนการสอน: ระบบ ทวิภาค 1 ปี แบ่งเป็น 2 ภาคการศึกษาปกติ มีระยะเวลาศึกษาไม่น้อยกว่าภาค การศึกษาละ 15 สัปดาห์ 1.2 การจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน: ไม่มี 1.3 การเทียบเคียงหน่วยกิตในระบบทวิภาค: ไม่มี	-ตัดการจัดการศึกษา ภาคฤดูร้อน
2. การดำเนินการหลักสูตร 2.1 วัน-เวลาในการดำเนินการเรียนการสอน : วัน-เวลาราชการ ภาคการศึกษาต้น ระหว่างเดือนสิงหาคม-ธันวาคม ภาคการศึกษาปลาย ระหว่างเดือนมกราคม-พฤษภาคม 2.2 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา : เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับ ปริญญาตรี พ.ศ. 2558 และข้อบังคับมหาวิทยาลัยว่าด้วยการศึกษาระดับ ปริญญาตรี พ.ศ. 2553 หมวดที่ 2 ดังนี้	2. การดำเนินการหลักสูตร 2.1 วัน - เวลาในการดำเนินการเรียนการสอนตามปฏิทินการศึกษาที่ มหาวิทยาลัยกำหนด วัน-เวลาราชการและ/หรือนอกวัน - เวลาราชการ ภาคการศึกษาต้น ระหว่างเดือนมิถุนายน - ตุลาคม ภาคการศึกษาปลาย ระหว่างเดือนพฤศจิกายน - มีนาคม	-ข้อ 2.1 เพิ่ม และหรือ นอกวัน-เวลาราชการ และมีการปรับเปลี่ยน ช่วงเดือนการดำเนินการ เรียนการสอน -ข้อ 2.2 ปรับเป็น ข้อบังคับมหาวิทยาลัย

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561		หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565		เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
1) เป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า หรือมีคุณสมบัติตามที่สภามหาวิทยาลัยเห็นชอบ 2) ไม่เป็นผู้ที่มีความประพฤติเสื่อมเสียอย่างร้ายแรงไม่อยู่ในระหว่างต้องโทษในคดีอาญาตามคำพิพากษาของศาลถึงที่สุดให้รับโทษจำคุกเว้นแต่ความผิดที่ได้กระทำโดยประมาทหรือความผิดลหุโทษ 3) ไม่เคยถูกคัดชื่อออกจากสถาบันอุดมศึกษา เพราะมีกรณีทำความผิดทางวินัย 4) มีคุณสมบัติอื่นครบถ้วนตามประกาศของมหาวิทยาลัย ว่าด้วยการรับเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัย		2.2 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา: ตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2558 และข้อบังคับมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2564 หมวด 2 ดังนี้ 1) สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า 2) ไม่เป็นโรคหรือภาวะอันเป็นอุปสรรคในการศึกษา 3) มีคุณสมบัติอื่นตามที่สภามหาวิทยาลัยกำหนด		อุบลราชธานี ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2564 หมวด 2
2.3 ปัญหาของนักศึกษาแรกเข้า	2.4 กลยุทธ์ในการดำเนินการแก้ไข ปัญหา/ข้อจำกัดของนักศึกษา	2.3 ปัญหาของนักศึกษาแรกเข้า	2.4 กลยุทธ์ในการดำเนินการแก้ไข ปัญหา/ข้อจำกัดของนักศึกษา	-คงเดิม และปรับการเขียนให้กระชับขึ้น
นักศึกษาขาดความรู้และทักษะในรายวิชาภาษาอังกฤษ ซึ่งส่งผลต่อการเรียนหลักสูตร	จัดกิจกรรมและโครงการเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อปรับพื้นฐานให้เหมาะสมกับการศึกษาในหลักสูตร	มีพื้นฐานความรู้ทักษะภาษาอังกฤษไม่เพียงพอ	โครงการเตรียมความพร้อม/การสอนเสริมทักษะภาษาอังกฤษ ที่ดำเนินการโดยอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	
การปรับตัวของนักศึกษา เช่น	-จัดกิจกรรมปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่	ปัญหาการปรับตัวของนักศึกษา	กิจกรรมการปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่ และโครงการพบที่ปรึกษาที่ดำเนินการโดยอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561		หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565										เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565																																																																																																		
การเรียนรู้และการดำเนินชีวิตในระดับอุดมศึกษา		ให้ความรู้ในเรื่องการเรียนรู้และการดำเนินชีวิตในมหาวิทยาลัย -จัดระบบอาจารย์ที่ปรึกษา ในการให้คำแนะนำ																																																																																																												
2.5 แผนการรับนักศึกษาและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี :																																																																																																														
วิชาเอกการตลาด ปีละ 100 คน วิชาเอกการตลาดค้าปลีก ปีละ 100 คน																																																																																																														
รวมปีละ 200 คน																																																																																																														
<table><tr><th rowspan="2">ระดับชั้นปี</th><th colspan="5">จำนวนนักศึกษาในแต่ละปีการศึกษา</th></tr><tr><th>2561</th><th>2562</th><th>2563</th><th>2564</th><th>2565</th></tr><tr><td>ชั้นปีที่ 1</td><td>200</td><td>200</td><td>200</td><td>200</td><td>200</td></tr><tr><td>ชั้นปีที่ 2</td><td>-</td><td>200</td><td>200</td><td>200</td><td>200</td></tr><tr><td>ชั้นปีที่ 3</td><td>-</td><td>-</td><td>200</td><td>200</td><td>200</td></tr><tr><td>ชั้นปีที่ 4</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td><td>200</td><td>200</td></tr><tr><td>รวมจำนวนนักศึกษา</td><td>200</td><td>400</td><td>600</td><td>800</td><td>1,000</td></tr><tr><td>จำนวนบัณฑิตที่คาดว่าจะสำเร็จการศึกษา</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td><td>200</td><td>200</td></tr></table>												ระดับชั้นปี	จำนวนนักศึกษาในแต่ละปีการศึกษา					2561	2562	2563	2564	2565	ชั้นปีที่ 1	200	200	200	200	200	ชั้นปีที่ 2	-	200	200	200	200	ชั้นปีที่ 3	-	-	200	200	200	ชั้นปีที่ 4	-	-	-	200	200	รวมจำนวนนักศึกษา	200	400	600	800	1,000	จำนวนบัณฑิตที่คาดว่าจะสำเร็จการศึกษา	-	-	-	200	200																																																				
ระดับชั้นปี	จำนวนนักศึกษาในแต่ละปีการศึกษา																																																																																																													
	2561	2562	2563	2564	2565																																																																																																									
ชั้นปีที่ 1	200	200	200	200	200																																																																																																									
ชั้นปีที่ 2	-	200	200	200	200																																																																																																									
ชั้นปีที่ 3	-	-	200	200	200																																																																																																									
ชั้นปีที่ 4	-	-	-	200	200																																																																																																									
รวมจำนวนนักศึกษา	200	400	600	800	1,000																																																																																																									
จำนวนบัณฑิตที่คาดว่าจะสำเร็จการศึกษา	-	-	-	200	200																																																																																																									
2.5 แผนการรับนักศึกษาและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี :																																																																																																														
วิชาเอกการตลาดดิจิทัล ปีละ 100 คน																																																																																																														
วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่ ปีละ 50 คน																																																																																																														
รวมปีละ 150 คน																																																																																																														
<table><tr><th rowspan="2">ระดับชั้นปี</th><th colspan="10">จำนวนนักศึกษาในแต่ละปีการศึกษา</th></tr><tr><th colspan="2">2565</th><th colspan="2">2566</th><th colspan="2">2567</th><th colspan="2">2568</th><th colspan="2">2569</th></tr><tr><td></td><td>สาขาวิชาเอกการตลาดดิจิทัล</td><td>สาขาวิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่</td><td>สาขาวิชาเอกการตลาดดิจิทัล</td><td>สาขาวิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่</td><td>สาขาวิชาเอกการตลาดดิจิทัล</td><td>สาขาวิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่</td><td>สาขาวิชาเอกการตลาดดิจิทัล</td><td>สาขาวิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่</td><td>สาขาวิชาเอกการตลาดดิจิทัล</td><td>สาขาวิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่</td></tr><tr><td>ชั้นปีที่ 1</td><td>100</td><td>50</td><td>100</td><td>50</td><td>100</td><td>50</td><td>100</td><td>50</td><td>100</td><td>50</td></tr><tr><td>ชั้นปีที่ 2</td><td>-</td><td>-</td><td>100</td><td>50</td><td>100</td><td>50</td><td>100</td><td>50</td><td>100</td><td>50</td></tr><tr><td>ชั้นปีที่ 3</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td><td>100</td><td>50</td><td>100</td><td>50</td><td>100</td><td>50</td></tr><tr><td>ชั้นปีที่ 4</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td><td>100</td><td>50</td><td>100</td><td>50</td></tr><tr><td>รวมจำนวนนักศึกษา</td><td>100</td><td>50</td><td>200</td><td>100</td><td>300</td><td>150</td><td>400</td><td>200</td><td>400</td><td>200</td></tr><tr><td>จำนวนบัณฑิตที่คาดว่าจะสำเร็จการศึกษา</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td><td>100</td><td>50</td><td>100</td><td>50</td></tr></table>												ระดับชั้นปี	จำนวนนักศึกษาในแต่ละปีการศึกษา										2565		2566		2567		2568		2569			สาขาวิชาเอกการตลาดดิจิทัล	สาขาวิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่	สาขาวิชาเอกการตลาดดิจิทัล	สาขาวิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่	สาขาวิชาเอกการตลาดดิจิทัล	สาขาวิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่	สาขาวิชาเอกการตลาดดิจิทัล	สาขาวิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่	สาขาวิชาเอกการตลาดดิจิทัล	สาขาวิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่	ชั้นปีที่ 1	100	50	100	50	100	50	100	50	100	50	ชั้นปีที่ 2	-	-	100	50	100	50	100	50	100	50	ชั้นปีที่ 3	-	-	-	-	100	50	100	50	100	50	ชั้นปีที่ 4	-	-	-	-	-	-	100	50	100	50	รวมจำนวนนักศึกษา	100	50	200	100	300	150	400	200	400	200	จำนวนบัณฑิตที่คาดว่าจะสำเร็จการศึกษา	-	-	-	-	-	-	100	50	100	50	
ระดับชั้นปี	จำนวนนักศึกษาในแต่ละปีการศึกษา																																																																																																													
	2565		2566		2567		2568		2569																																																																																																					
	สาขาวิชาเอกการตลาดดิจิทัล	สาขาวิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่	สาขาวิชาเอกการตลาดดิจิทัล	สาขาวิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่	สาขาวิชาเอกการตลาดดิจิทัล	สาขาวิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่	สาขาวิชาเอกการตลาดดิจิทัล	สาขาวิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่	สาขาวิชาเอกการตลาดดิจิทัล	สาขาวิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่																																																																																																				
ชั้นปีที่ 1	100	50	100	50	100	50	100	50	100	50																																																																																																				
ชั้นปีที่ 2	-	-	100	50	100	50	100	50	100	50																																																																																																				
ชั้นปีที่ 3	-	-	-	-	100	50	100	50	100	50																																																																																																				
ชั้นปีที่ 4	-	-	-	-	-	-	100	50	100	50																																																																																																				
รวมจำนวนนักศึกษา	100	50	200	100	300	150	400	200	400	200																																																																																																				
จำนวนบัณฑิตที่คาดว่าจะสำเร็จการศึกษา	-	-	-	-	-	-	100	50	100	50																																																																																																				
												-ลดแผนการรับศึกษาจาก 200 คน เป็น 150 คน โดยแบ่งเป็นวิชาเอกการตลาดดิจิทัล ปีละ 100 คน วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่ ปีละ 50 คน																																																																																																		

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561						หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565						เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565		
2.6 งบประมาณตามแผน งบประมาณ : ใช้งบประมาณจากเงินรายได้ในคณะบริหารศาสตร์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี 2.6.1 งบประมาณรายรับ (หน่วย : บาท)						2.6 งบประมาณตามแผน งบประมาณ: ใช้งบประมาณจากเงินรายได้ ในคณะบริหารศาสตร์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี 2.6.1 งบประมาณรายรับ (หน่วย: บาท)						-ปรับปรุงงบประมาณตามแผนและหลักสูตรนี้มีค่าใช้จ่ายต่อหัวในการผลิตบัณฑิต เฉลี่ย 5 ปี เป็นเงิน 13,325 บาท ต่อปี หรือ 6,663 บาท ต่อภาคการศึกษา		
รายละเอียดรายรับ		ปีงบประมาณ				รายละเอียดรายรับ		ปีงบประมาณ						
		2561	2562	2563	2564	2565			2565	2566	2567		2568	2569
ค่าธรรมเนียมเหมาจ่ายวิชาเอกการตลาดคนละ17,500 บาทต่อภาคการศึกษาวิชาเอกการตลาดค้าปลีก คนละ 22,500 บาทต่อภาคการศึกษา		5,760,000	12,127,500	17,887,500	23,647,500	23,647,500	ค่าธรรมเนียมการศึกษา		5,750,000	11,500,000	17,250,000		23,000,000	23,000,000
							1) วิชาเอกการตลาดดิจิทัลคนละ 17,500 บาทต่อภาคการศึกษา		3,500,000	7,000,000	10,500,000		14,000,000	14,000,000
							2) วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่ คนละ 22,500 บาทต่อภาคการศึกษา		2,250,000	4,500,000	6,750,000		9,000,000	9,000,000
เงินอุดหนุนจากรัฐบาล		428,000	856,000	1,284,000	1,712,000	1,712,000	เงินอุดหนุนจากรัฐบาล เช่นเงินเดือนอาจารย์		3,528,456	3,669,594	3,816,378		3,969,033	4,127,794
รวมรายรับ		6,188,000	12,983,500	19,171,500	25,359,500	25,359,500	รวมรายรับ		9,278,456	15,169,594	21,066,378	26,969,033	27,127,794	
							หัก ค่าธรรมเนียมให้มหาวิทยาลัย		2,064,500	4,129,000	6,193,500	8,258,000	8,258,000	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561						หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565						เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565																		
2.6.2 งบประมาณรายจ่ายในหลักสูตร (หน่วย : บาท)						<table><tr><td>1) วิชาเอกการตลาดดิจิทัล</td><td>1,313,000</td><td>2,626,000</td><td>3,939,000</td><td>5,252,000</td><td>5,252,000</td></tr><tr><td>2) วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่</td><td>751,500</td><td>1,503,000</td><td>2,254,500</td><td>3,006,000</td><td>3,006,000</td></tr><tr><td>รวมรายรับสุทธิ</td><td>7,213,956</td><td>11,040,594</td><td>14,872,878</td><td>18,711,033</td><td>18,869,794</td></tr></table>						1) วิชาเอกการตลาดดิจิทัล	1,313,000	2,626,000	3,939,000	5,252,000	5,252,000	2) วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่	751,500	1,503,000	2,254,500	3,006,000	3,006,000	รวมรายรับสุทธิ	7,213,956	11,040,594	14,872,878	18,711,033	18,869,794	
1) วิชาเอกการตลาดดิจิทัล	1,313,000	2,626,000	3,939,000	5,252,000	5,252,000																									
2) วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่	751,500	1,503,000	2,254,500	3,006,000	3,006,000																									
รวมรายรับสุทธิ	7,213,956	11,040,594	14,872,878	18,711,033	18,869,794																									
หลักสูตรนี้ มี 2 วิชาเอก แยกเป็น																														
1. วิชาเอกการตลาดดิจิทัล รายรับจากค่าลงทะเบียนอัตรา 35,000 บาทต่อคนต่อปี ตลอด 5 ปี เป็นเงิน 49,000,000 บาท หักค่าธรรมเนียมมหาวิทยาลัย ตลอด 5 ปี จำนวน 18,382,000 บาท คงรายรับสุทธิ เป็นเงิน 30,618,000 บาท																														
2. วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่ มีรายรับจากค่าลงทะเบียนอัตรา 45,000 บาทต่อคนต่อปี ตลอด 5 ปี เป็นเงิน 31,500,000 บาท หักค่าธรรมเนียมมหาวิทยาลัย ตลอด 5 ปี จำนวน 10,521,000 บาท คงรายรับสุทธิ เป็นเงิน เป็นเงิน 22,979,000 บาท																														

หมวดเงิน	ปีงบประมาณ				
	2561	2562	2563	2564	2565
งบดำเนินการ (ค่าตอบแทนใช้สอย วัสดุ)					
1. ค่าใช้จ่ายอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร 6 คน (เงินเดือน)	2,880,960	3,169,056	3,485,962	3,834,558	4,218,014
2. ค่าใช้จ่ายอาจารย์และบุคลากรอื่นๆในหลักสูตร	1,023,464	1,125,810	1,238,391	1,362,230	1,498,453
3. ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน (ค่าตอบแทนใช้สอย วัสดุ)	1,359,241	2,718,482	4,077,723	5,436,964	5,436,964
4. ทุนการศึกษาเงินอุดหนุน/ส่งเสริมนักศึกษา	300,000	600,000	900,000	1,200,000	2,400,000
5. ค่าหนังสือ ตำราในหลักสูตร	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561					
รวม	5,603,665	7,653,348	9,742,075	11,873,752	13,593,431
จำนวนนักศึกษา (คน) *	200	400	600	800	800
ค่าใช้จ่ายต่อหัว นักศึกษา (บาทต่อปี)	28,018.32	19,133.37	16,236.79	14,842.19	16,991.79

*หมายเหตุ ค่าใช้จ่ายต่อหัวนักศึกษาเฉลี่ย 17,436 บาทต่อปี

2.6.3 ความคุ้มค่าของหลักสูตร

หมวดเงิน	ปีงบประมาณ				
	2561	2562	2563	2564	2565
รวมรายรับ (บาท)	6,188,000	12,983,500	19,171,500	25,359,500	25,359,500
รวมค่าใช้จ่าย (บาท)	5,598,421	7,647,580	9,735,730	11,866,772	13,585,753
รายได้เกิน รายจ่าย (บาท)	589,579	5,335,920	9,435,770	13,492,728	11,773,747
ร้อยละของ รายได้เกิน รายจ่ายต่อรายได้	9.53%	41.10%	49.22%	53.21%	46.43%
จำนวนนักศึกษา คุ้มทุน (คน) ต่อปี	193	112	86	73	93

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565						เหตุผลและสาระในการ ปรับปรุง พ.ศ. 2565
2.6.2 งบประมาณรายจ่ายในหลักสูตร (หน่วย: บาท)						
หมวดเงิน	ปีงบประมาณที่ดำเนินการ					
	2565	2566	2567	2568	2569	
งบดำเนินการ (ค่าตอบแทน ใช้สอยวัสดุ)						
1. เงินเดือนอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร 6 คน	3,190,800	3,318,432	3,451,169	3,589,216	3,732,785	
2. ค่าใช้จ่ายอาจารย์ประจำหลักสูตร อาจารย์ผู้สอน อาจารย์พิเศษ และบุคลากรอื่น ๆ ในหลักสูตร	5,607,136	5,149,989	5,266,592	5,343,007	5,454,584	
3. ค่าใช้จ้างดำเนินงาน (ทุกรายการทุกกิจกรรมในหลักสูตร	1,694,800	1,665,800	1,638,800	1,617,600	1,617,600	
4. ทุนการศึกษา เงินอุดหนุน/ส่งเสริม นักศึกษา	1,615,114	1,235,210	1,240,000	1,233,752	1,225,600	
5. ค่าหนังสือ ตำรา ในหลักสูตร	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	
รวม	12,147,849	11,409,431	11,636,561	11,823,575	12,070,569	
หัก เงินอุดหนุนรัฐบาล	3,528,456	3,669,594	3,816,378	3,969,033	4,127,794	
รายจ่ายสุทธิ	8,619,393	7,739,837	7,820,183	7,854,542	7,942,775	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565						เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มีความคุ้มค่าในการดำเนินงาน โดยมีค่าใช้จ่ายต่อหัวนักศึกษาเฉลี่ย 17,436 บาทต่อปี (คำนวณจากค่าใช้จ่ายรวมต่อจำนวนนักศึกษารวม ระหว่างปีงบประมาณ 2561-2565) และจำนวนนักศึกษาต้นทุนเฉลี่ยต่อปี เท่ากับ 111 คน (คิดเฉลี่ยจากปีงบประมาณ 2561-2565) เมื่อพิจารณาจากข้อมูลดังกล่าวพบว่าหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มีแผนและผลการรับนักศึกษาในอดีตจนถึงปัจจุบันเกินกว่าจำนวนนักศึกษาต้นทุน แสดงว่าหลักสูตรจะไม่มีปัญหาเรื่องรายรับ ไม่เพียงพอต่อรายจ่าย	รายจ่ายต่อปี	2,154,848	1,934,959	1,955,046	1,963,636	1,985,694	หลักสูตรนี้ มีค่าใช้จ่ายต่อหัวในการผลิตบัณฑิต เฉลี่ย 5 ปี เป็นเงิน 13,325 บาทต่อปี หรือ 6,663 บาทต่อภาคการศึกษา
	จำนวนนักศึกษา	150	300	450	600	600	
	ค่าใช้จ่ายต่อหัวในการผลิตบัณฑิต	14,366	12,900	13,034	13,091	13,238	
	2.6.3 ความคุ้มค่าและหรือคุ้มค่าของหลักสูตร						
	รายละเอียด	ปีงบประมาณ					
		2565	2566	2567	2568	2569	
	รายจ่าย สุทธิ	8,619,393	7,739,837	7,820,183	7,854,542	7,942,775	
	รายได้จากค่าธรรมเนียม (ต่อคน)	38,335	38,335	38,335	38,335	38,335	
	หัก ต้นทุนผันแปร (ค่าใช้จ่ายที่หักให้มหาวิทยาลัย)	13,765	13,765	13,765	13,765	13,765	
	กำไรส่วนเกิน	24,570	24,570	24,570	24,570	24,570	
	จุดคุ้มทุน 4 ชั้นปี	351	315	318	320	323	
	จุดคุ้มทุนต่อชั้นปี (คน)	88	79	80	80	81	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
	วิชาเอกการตลาดดิจิทัล ได้รับรายรับจากค่าลงทะเบียนอัตรา 35,000 บาทต่อคนต่อปี ตลอดหลักสูตร 4 ปี คิดเป็นเงิน 140,000 บาทต่อคน วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่ ได้รับรายรับจากค่าลงทะเบียนอัตรา 45,000 บาทต่อคนต่อปี ตลอดหลักสูตร 4 ปี คิดเป็นเงิน 180,000 บาทต่อคน มีค่าใช้จ่ายในการผลิตบัณฑิตเฉลี่ย 13,325 บาทต่อปี ตลอดหลักสูตร 4 ปี คิดเป็นจำนวนเงิน 53,300 บาทต่อคน แสดงว่า หลักสูตรนี้มีความคุ้มค่าเมื่อมีจำนวนนักศึกษาเข้าศึกษา อย่างน้อยปีการศึกษาละ 81 คน ดังนั้นเพื่อให้ครอบคลุมถึงจำนวนนักศึกษาที่อาจจะตกออกและหลักสูตรมีงบประมาณเพียงพอในการบริหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ หลักสูตรจึงขอรับนักศึกษาปีการศึกษาละ 150 คน	
2.7 ระบบการศึกษา : จัดการเรียนการสอนในระบบชั้นเรียน	2.7 ระบบการศึกษา ใช้ระบบการศึกษาผสมผสานระหว่างการสอนแบบชั้นเรียนและการสอนแบบออนไลน์ ได้แก่ 1) แบบในชั้นเรียน (In-class learning) คิดเป็นอย่างน้อยร้อยละ 70 2) แบบออนไลน์ผ่านระบบจัดการเรียนรู้ (Online Learning Management System: LMS) คิดเป็นอย่างน้อยร้อยละ 15 3) แบบการสนทนาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social network) อย่างน้อยร้อยละ 15	-มีระบบการศึกษาผสมผสานระหว่างการสอนแบบชั้นเรียนและการสอนแบบออนไลน์

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
2.8 การเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชา และการลงทะเบียนข้ามมหาวิทยาลัย: 1) มีระบบการเทียบโอนหน่วยกิต ตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2553 หมวดที่ 11 ข้อ 54-58 และ ประกาศหลักเกณฑ์การเทียบโอนผลการเรียนรู้ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา พ.ศ. 2545 2) มีการลงทะเบียนเรียนข้ามสถาบันตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2553 หมวดที่ 11 ข้อ 54-56	2.8 การเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชา และการลงทะเบียนข้ามมหาวิทยาลัย เป็นไปตามเกณฑ์ที่กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม และมหาวิทยาลัยกำหนด เช่น 1) ประกาศทบวงมหาวิทยาลัย เรื่อง หลักเกณฑ์การเทียบโอนผลการเรียนรู้ระดับปริญญาเข้าสู่การศึกษาในระบบ พ.ศ. 2545 2) ข้อบังคับมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2564 3) ข้อบังคับมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ว่าด้วย การศึกษาตลอดชีวิต สำหรับบุคคลภายนอก พ.ศ. 2564 4) ประกาศมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี เรื่อง การเทียบความรู้และโอนผลการเรียนจากการศึกษาในระบบการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย พ.ศ. 2564	-มีการเปลี่ยนแปลง ข้อบังคับมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2564, ข้อบังคับมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ว่าด้วย การจัดการศึกษาสำหรับบุคคลภายนอก พ.ศ. 2564, ประกาศมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี เรื่อง การโอนผลการเรียนหรือรายวิชาจากการศึกษานอกระบบ หรือ การศึกษาตามอัธยาศัย พ.ศ. 2564

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565																																																														
3. หลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561 เป็นหลักสูตรปริญญาตรี 4 ปี แบบศึกษาเต็มเวลา ให้ศึกษาได้ไม่เกิน 8 ปี การศึกษา และสำเร็จการศึกษาได้ไม่เกิน 6 ภาคการศึกษาปกติ 3.1 หลักสูตร 3.1.1 จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 127 หน่วยกิต 3.1.2 โครงสร้างหลักสูตร <table><tr><th colspan="2">หมวดวิชา</th><th>วิชาเอก การตลาด แผนปกติ</th><th>วิชาเอก การตลาด แผนสหกิจ ศึกษา</th><th>วิชาเอก การตลาด ค้าปลีก</th></tr><tr><td>1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป</td><td>ไม่น้อยกว่า</td><td>30</td><td>30</td><td>30</td></tr><tr><td>1.1 กลุ่มภาษา</td><td>จำนวน</td><td>15</td><td>15</td><td>15</td></tr><tr><td>1.2 กลุ่มมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์</td><td>จำนวน</td><td>6</td><td>6</td><td>6</td></tr><tr><td>1.3 กลุ่มวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ เทคโนโลยี และการจัดการ</td><td>ไม่น้อยกว่า</td><td>6</td><td>6</td><td>6</td></tr></table>	หมวดวิชา		วิชาเอก การตลาด แผนปกติ	วิชาเอก การตลาด แผนสหกิจ ศึกษา	วิชาเอก การตลาด ค้าปลีก	1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	ไม่น้อยกว่า	30	30	30	1.1 กลุ่มภาษา	จำนวน	15	15	15	1.2 กลุ่มมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์	จำนวน	6	6	6	1.3 กลุ่มวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ เทคโนโลยี และการจัดการ	ไม่น้อยกว่า	6	6	6	3. หลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565 เป็นหลักสูตร ปริญญาตรี 4 ปี สำหรับการลงทะเบียนเรียนเต็มเวลา ให้ศึกษาได้ไม่เกิน 8 ปีการศึกษา สำเร็จการศึกษาได้ ไม่เกิน 6 ภาคการศึกษา ปกติ และให้เป็นไปตามประกาศคณะกรรมการการอุดมศึกษา (กกอ.) หรือ คณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา (กมอ.) 3.1 หลักสูตร 3.1.1 จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 130 หน่วยกิต 3.1.2 โครงสร้างหลักสูตร ปริญญาตรี 4 ปี: ปริญญาตรีทางวิชาการ <table><tr><th colspan="2" rowspan="2">หมวดวิชา</th><th colspan="2">วิชาเอกการตลาดดิจิทัล</th><th rowspan="2">วิชาเอก การตลาด การค้า สมัยใหม่</th></tr><tr><th>แผนปกติ</th><th>แผนสหกิจ ศึกษา</th></tr><tr><td>1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป</td><td>ไม่น้อยกว่า</td><td>30</td><td>30</td><td>30</td></tr><tr><td>1.1 กลุ่มวิชาภาษา</td><td>จำนวน</td><td>15</td><td>15</td><td>15</td></tr><tr><td>1.2 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์</td><td>จำนวน</td><td>3</td><td>3</td><td>3</td></tr><tr><td>1.3 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์</td><td>จำนวน</td><td>3</td><td>3</td><td>3</td></tr><tr><td>1.4 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ</td><td>จำนวน</td><td>3</td><td>3</td><td>3</td></tr><tr><td>1.5 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์</td><td>จำนวน</td><td>3</td><td>3</td><td>3</td></tr></table>	หมวดวิชา		วิชาเอกการตลาดดิจิทัล		วิชาเอก การตลาด การค้า สมัยใหม่	แผนปกติ	แผนสหกิจ ศึกษา	1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	ไม่น้อยกว่า	30	30	30	1.1 กลุ่มวิชาภาษา	จำนวน	15	15	15	1.2 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์	จำนวน	3	3	3	1.3 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์	จำนวน	3	3	3	1.4 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ	จำนวน	3	3	3	1.5 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์	จำนวน	3	3	3	- เพิ่มเติม หมายเหตุ: ให้เป็นไปตามประกาศคณะกรรมการการอุดมศึกษา (กกอ.) หรือ คณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา (กมอ.) -จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร เพิ่มขึ้นจากเดิม ไม่น้อยกว่า 127 หน่วยกิต เป็นไม่น้อยกว่า 130 หน่วยกิต -ปรับปรุงรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด
หมวดวิชา		วิชาเอก การตลาด แผนปกติ	วิชาเอก การตลาด แผนสหกิจ ศึกษา	วิชาเอก การตลาด ค้าปลีก																																																												
1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	ไม่น้อยกว่า	30	30	30																																																												
1.1 กลุ่มภาษา	จำนวน	15	15	15																																																												
1.2 กลุ่มมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์	จำนวน	6	6	6																																																												
1.3 กลุ่มวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ เทคโนโลยี และการจัดการ	ไม่น้อยกว่า	6	6	6																																																												
หมวดวิชา		วิชาเอกการตลาดดิจิทัล		วิชาเอก การตลาด การค้า สมัยใหม่																																																												
		แผนปกติ	แผนสหกิจ ศึกษา																																																													
1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	ไม่น้อยกว่า	30	30	30																																																												
1.1 กลุ่มวิชาภาษา	จำนวน	15	15	15																																																												
1.2 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์	จำนวน	3	3	3																																																												
1.3 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์	จำนวน	3	3	3																																																												
1.4 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ	จำนวน	3	3	3																																																												
1.5 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์	จำนวน	3	3	3																																																												

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561					หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565					เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
1.4 กลุ่มวิชาเลือก	จำนวน	3	3	3	เทคโนโลยี นวัตกรรมและการจัดการ					
2) หมวดวิชาเฉพาะ	ไม่น้อยกว่า	91	91	91	1.6 กลุ่มวิชาเลือกศึกษาทั่วไป	ไม่น้อยกว่า	3	3	3	
2.1 กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	จำนวน	30	30	30	2) หมวดวิชาเฉพาะ	ไม่น้อยกว่า	94	94	94	
2.2 กลุ่มวิชาชีพบังคับ	จำนวน	30	30	30	2.1 กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	จำนวน	27	27	27	
2.3 กลุ่มวิชาชีพเลือก	ไม่น้อยกว่า	24	24	15	2.2 กลุ่มวิชาแกน	จำนวน	27	27	27	
2.4 กลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพ	จำนวน	7	7	16	2.3 กลุ่มวิชาชีพ	ไม่น้อยกว่า	36	33	24	
3) หมวดวิชาเลือกเสรี	ไม่น้อยกว่า	6	6	6	2.3.1 กลุ่มวิชาชีพบังคับ	จำนวน	18	18	15	
จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร	ไม่น้อยกว่า	127	127	127	2.3.2 กลุ่มวิชาชีพเลือก	ไม่น้อยกว่า	18	15	9	
					2.4 กลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพและสหกิจศึกษา	จำนวน	4	7	16	
					3) หมวดวิชาเลือกเสรี	ไม่น้อยกว่า	6	6	6	
					จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร	ไม่น้อยกว่า	130	130	130	

3.1.3 รายวิชาในหลักสูตร

รายวิชาในหลักสูตรกำหนดรหัสและจำนวนชั่วโมงของรายวิชาตามประกาศของมหาวิทยาลัย เรื่อง กำหนดรหัสรายวิชา หน่วยกิต และจำนวนชั่วโมง พ.ศ. 2553 ดังนี้

1) รหัสรายวิชา ประกอบด้วยตัวเลข 7 ตัว

ตัวที่หนึ่งและสอง หมายถึง คณะ/หลักสูตร

ตัวที่สามและสี่ หมายถึง ภาควิชา/ภาคงานสอน/กลุ่มวิชา/

3.1.3 รายวิชาในหลักสูตร

รายวิชาในหลักสูตรกำหนดรหัสและจำนวนชั่วโมงของรายวิชาตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2564 ดังนี้

1) รหัสรายวิชา ประกอบด้วยตัวเลขเจ็ดหลัก ดังนี้

เลขหลักที่หนึ่งและสอง หมายถึง คณะ/หลักสูตร

เลขหลักที่สามและสี่ หมายถึง ภาควิชา/ภาคงานสอน/

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565			เหตุผลและสาระในการ ปรับปรุง พ.ศ. 2565
		สาขา/สาขาวิชา			กลุ่มวิชา/สาขาวิชา	
ตัวที่ห้า	หมายถึง	ระดับของวิชา	เลขหลักที่ห้า	หมายถึง	ระดับของวิชา	
ตัวที่หก	หมายถึง	หมวดวิชา หรือกลุ่ม หรือลำดับที่ของรายวิชา	เลขหลักที่หก	หมายถึง	หมวดวิชา หรือ กลุ่ม หรือ ลำดับที่ของ รายวิชา	
ตัวที่เจ็ด	หมายถึง	ลำดับที่ของวิชา				
			เลขหลักที่เจ็ด	หมายถึง	ลำดับที่ของรายวิชา	
2) ความหมายของตัวเลข ดังนี้			2) ความหมายของตัวเลข ดังนี้			
(ก) ตัวเลขตัวที่หนึ่งและสอง เป็นตัวเลขกำหนดรหัสประจำคณะหรือ หลักสูตร ดังนี้			(ก) เลขหลักที่หนึ่งและสอง เป็นตัวเลขกำหนดรหัสประจำ คณะ/หลักสูตร ดังนี้			
	17	หมายถึง คณะบริหารศาสตร์	10	หมายถึง	รายวิชาศึกษา ทั่วไปบูรณาการ	
(ข) ตัวเลขตัวที่สามและสี่ เป็นตัวเลขแสดงภาควิชา/ภาควิชาสอน/กลุ่ม วิชา/สาขา/สาขาวิชา			11	หมายถึง	คณะวิทยาศาสตร์	
	00	หมายถึง กลุ่มวิชาทั่วไป	12	หมายถึง	คณะเกษตรศาสตร์	
	01	หมายถึง กลุ่มวิชาการจัดการธุรกิจ	13	หมายถึง	คณะวิศวกรรมศาสตร์	
	02	หมายถึง กลุ่มวิชาการตลาด	14	หมายถึง	คณะศิลปศาสตร์	
	03	หมายถึง กลุ่มวิชาการเงินและการธนาคาร	15	หมายถึง	คณะเภสัชศาสตร์	
	04	หมายถึง กลุ่มวิชาการบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ	17	หมายถึง	คณะบริหารศาสตร์	
	05	หมายถึง กลุ่มวิชาการจัดการการโรงแรม	20	หมายถึง	คณะศิลปประยุกต์และ	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
06 หมายถึง กลุ่มวิชาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ 07 หมายถึง กลุ่มวิชาการบัญชี 08 หมายถึง กลุ่มวิชาเศรษฐศาสตร์ (ค) ตัวเลขตัวที่ห้า เป็นตัวเลขแสดงระดับของวิชาในหลักสูตร ดังนี้ 1 และ 2 หมายถึง วิชาขั้นต้นในระดับปริญญาตรี 3 และ 4 หมายถึง วิชาขั้นสูงในระดับปริญญาตรี ที่มีระยะเวลาการศึกษาในหลักสูตร 4 ปี (ง) ตัวเลขตัวหกและเจ็ด เป็นตัวเลขแสดงหมวดวิชา หรือกลุ่มวิชา หรือลำดับที่ของรายวิชาในคณะ/หลักสูตร ตัวที่หก หมายถึง หมวดวิชาหรือกลุ่มวิชา 0 หมายถึง ทัวไป 1 หมายถึง วิชาพื้นฐานการตลาด 2 หมายถึง ผลิตภัณฑ์ 3 หมายถึง ราคาและการจัดจำหน่าย 4 หมายถึง การสื่อสารทางการตลาด 10 หมายถึง วิชาเฉพาะอย่างและการจัดการที่เกี่ยวข้องกับการตลาด 5 หมายถึง ฝึกงานด้านการตลาด	สถาปัตยกรรมศาสตร์ 23 หมายถึง คณะรัฐศาสตร์ (ข) เลขหลักที่สามและสี่ เป็นตัวเลขแสดงภาควิชา/ภาควิชาสอน/กลุ่มวิชา/สาขาวิชา 00 หมายถึง ทัวไป 01 หมายถึง การจัดการธุรกิจ 02 หมายถึง การตลาด 03 หมายถึง การเงินและการลงทุน 04 หมายถึง การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ 05 หมายถึง การจัดการการโรงแรม 06 หมายถึง ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ 07 หมายถึง การบัญชี 08 หมายถึง เศรษฐศาสตร์ (ค) เลขหลักที่ห้า เป็นตัวเลขแสดงระดับของวิชาในหลักสูตร ดังนี้ 1 และ 2 หมายถึง วิชาขั้นต้นในระดับ	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
6 หมายถึง ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก 7 หมายถึง ประสบการณ์วิชาชีพและสัมมนา 9 หมายถึง วิชาที่เกี่ยวกับการวิเคราะห์ วิจัย ตัวที่เจ็ด หมายถึง ลำดับที่ของวิชา	3 และ 4 หมายถึง ปริญญาตรี วิชาชั้นสูงในระดับ ปริญญาตรี ที่มีระยะเวลา การศึกษาในหลักสูตร 4 ปี หรือ หมายถึง วิชาชั้นกลางใน หลักสูตรที่มีระยะเวลา มากกว่า 4 ปี (ง) ตัวเลขตัวหกและเจ็ด เป็นตัวเลขแสดงหมวดวิชา หรือกลุ่มวิชา หรือลำดับที่ของรายวิชาในคณะ/หลักสูตร ตัวที่หก หมายถึง 0 หมายถึง 1 หมายถึง 2 หมายถึง 3 หมายถึง หมวดวิชาหรือกลุ่มวิชา ทั่วไป วิชาพื้นฐานการตลาด ผลิตภัณฑ์และราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
	4 หมายถึง การสื่อสารทาง การตลาด 5 หมายถึง วิชาเฉพาะอย่าง และการจัดการ ที่เกี่ยวข้องกับการตลาด 6 หมายถึง ฝึกงานด้านการตลาด 7 หมายถึง ฝึกงานด้านการจัด การธุรกิจการค้า สมัยใหม่ 8 หมายถึง ประสบการณ์วิชาชีพ และโครงงานทาง การตลาด 9 หมายถึง วิชาที่เกี่ยวข้องกับ การวิเคราะห์ วิจัย (จ) เลขหลักที่เจ็ด เป็นตัวเลขแสดงลำดับที่ของรายวิชาใน หลักสูตร 0-9 หมายถึง ลำดับที่ของรายวิชา	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
3.1.4 รายวิชาตามโครงสร้างหลักสูตร หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561 มีรายวิชาตามโครงสร้างหลักสูตร ดังนี้	3.1.4 รายวิชาตามโครงสร้างหลักสูตร หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565 มีรายวิชาตามโครงสร้างหลักสูตร ดังนี้	
1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต	1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต	- คงเดิม หน่วยกิตรวมของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต
1.1 กลุ่มภาษา รวม 15 หน่วยกิต 1.1.1 กลุ่มภาษาไทย จำนวน 3 หน่วยกิต 1411 101 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6) (Thai Language for Communication)	1.1 กลุ่มภาษา รวม 15 หน่วยกิต 1.1.1 กลุ่มภาษาไทย จำนวน 3 หน่วยกิต 1411 101 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6) (Thai Language for Communication)	- คงเดิม
1.1.2 กลุ่มภาษาต่างประเทศ รวม 12 หน่วยกิต 1.1.2.1 ภาษาอังกฤษบังคับ จำนวน 6 หน่วยกิต 1421 102 ภาษาอังกฤษพื้นฐาน 1 (Foundation English I) 3(3-0-6) 1421 103 ภาษาอังกฤษพื้นฐาน 2 (Foundation English II) 3(3-0-6) 1.1.2.2 ภาษาอังกฤษเลือก จำนวน 6 หน่วยกิต 1) กลุ่มภาษาอังกฤษวิชาการ (Academic Group) จำนวน 3 หน่วยกิต	2) ภาษาอังกฤษ 12 หน่วยกิต ก. ภาษาอังกฤษบังคับ 6 หน่วยกิต 1421 102 ภาษาอังกฤษพื้นฐาน 1 (Foundation English I) 3(3-0-6) 1421 103 ภาษาอังกฤษพื้นฐาน 2 (Foundation English II) 3(3-0-6) ข. ภาษาอังกฤษเลือก 6 หน่วยกิต กลุ่มภาษาอังกฤษวิชาการ (Academic Group) 3 หน่วยกิต	- ตัดรายวิชา 1421 216 ภาษาอังกฤษเพื่อการเดินทาง (English for Travel) 3(3-0-6)

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
1421 224 ภาษาอังกฤษสำหรับสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 3(3-0-6) (English for Humanities and Social Sciences) 2) กลุ่มภาษาอังกฤษเลือก (Non-Academic Group) จำนวน 3 หน่วยกิต และให้นักศึกษาเลือกเรียนจำนวน 1 รายวิชา จำนวน 3 หน่วยกิต จาก รายวิชาต่อไปนี้ 1421 216 ภาษาอังกฤษเพื่อการเดินทาง (English for Travel) 3(3-0-6) 1421 218 ภาษาอังกฤษเพื่อเตรียมตัวเข้าสู่อาชีพ 3(3-0-6) (English for Career Preparation)	1421 224 ภาษาอังกฤษสำหรับสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 3(3-0-6) (English for Humanities and Social Sciences) กลุ่มภาษาอังกฤษเลือก (Elective Group) 3 หน่วยกิต 1421 218 ภาษาอังกฤษเพื่อเตรียมตัวเข้าสู่อาชีพ 3(3-0-6) (English for Career Preparation)	
1.2 กลุ่มมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ รวม 6 หน่วยกิต 1.2.1 กลุ่มทักษะชีวิต ความคิด และสุนทรียภาพ จำนวน 3 หน่วยกิต ให้นักศึกษาเลือกเรียน จำนวน 1 รายวิชา จำนวน 3 หน่วยกิต จาก รายวิชาต่อไปนี้ 1406 111 ความสุขในชีวิต (Happiness in Life) 3(3-0-6) 1431 101 มนุษย์กับสุนทรียภาพ (Man and Aesthetics) 3(3-0-6) 1431 102 ปรัชญากับชีวิตและสังคม 3(3-0-6) (Philosophy in Life and Society) 1431 110 มนุษย์กับการใช้เหตุผล (Man and Reasoning) 3(3-0-6) 1435 100 ดนตรีกับชีวิต (Music and Life) 3(3-0-6)	1.2 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ 3 หน่วยกิต 1406 112 สุนทรียภาพกับความสุข (Aesthetics and Happiness) 3(3-0-6) หรือ 1431 111 จริยศาสตร์และการใช้เหตุผล (Ethics and Reasoning) 3(3-0-6) หรือ 1447 105 การสื่อสารในสังคมปัจจุบัน 3(3-0-6) (Communication in Current Society)	- บูรณาการรายวิชาและ ปรับชื่อรายวิชาใหม่ ตามมหาวิทยาลัย กำหนด

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
1438 100 ศิลปะเพื่อการพัฒนาอารมณ์ 3(3-0-6) (Arts for Emotional Refinement) 1447 200 มนุษย์กับการสื่อสาร (Man and Communication) 3(3-0-6) 1.2.2 กลุ่มพลเมือง โลก และการอยู่ร่วมกัน จำนวน 3 หน่วยกิต ให้นักศึกษาเลือกเรียน จำนวน 1 รายวิชา จำนวน 3 หน่วยกิต จาก รายวิชาต่อไปนี้ 1432 103 วัฒนธรรมอาเซียน (ASEAN Culture) 3(3-0-6) 1441 100 มนุษย์กับสังคม (Man and Society) 3(3-0-6) 2001 104 ศิลปะและวัฒนธรรมลุ่มน้ำโขง 3(3-0-6) (Arts and Culture Mekong Basin) 2100 101 กฎหมายที่จำเป็นในชีวิตประจำวันสำหรับพลเมือง 3(3-0-6) (Important Laws in Daily Life for a Civilian) 2135 130 กฎหมายกับสังคม (Law and Society) 3(3-0-6) 2300 111 สันติวิธีในสังคม (Peace in Society) 3(3-0-6) 2300 112 การบริหารรัฐกิจกับสังคมไทย 3(3-0-6) (Public Administration and Thai Society)	1.3 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ 3 หน่วยกิต 1013 001 พลวัตสังคมไทย พลเมืองและกระบวนการยุติธรรมไทย 3(3-0-6) (Dynamics of Thai Society, Citizen, and Justice Process) หรือ 1441 100 มนุษย์กับสังคม (Man and Society) 3(3-0-6) หรือ 2300 115 การจัดการความขัดแย้งอย่างสันติในฐานะพลเมือง 3(3-0-6) (Peaceful Conflict Management as Citizens)	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
2300 113 ความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับอาเซียน 3(3-0-6) (Thai-ASEAN Relation) 2300 114 พลเมืองศึกษา (Civic Education) 3(3-0-6)		
1.3 กลุ่มวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ เทคโนโลยี และการจัดการ 1.3.1 กลุ่มสุขภาพ ชีวิต สิ่งแวดล้อม ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต ให้นักศึกษาเลือกเรียนไม่น้อยกว่า 1 รายวิชา ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต จากรายวิชาต่อไปนี้ 1013 001 การดูแลสุขภาพและทักษะชีวิต 3(3-0-6) (Health Care and Life Skills) 1100 109 วิทยาศาสตร์กายภาพกับชีวิต 3(3-0-6) (Physical Science and Daily) 1100 147 สิ่งแวดล้อมกับชีวิต (Environment and Life) 3(3-0-6) 1439 100 การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ (Exercise for Health) 1(0-2-1)	1.4 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ 3 หน่วยกิต 1014 002 สุขภาพทางเพศและทักษะชีวิตร่วมสมัย 3(3-0-6) (Contemporary Sexual Health and Life Skills) หรือ 1439 104 วิทยาศาสตร์การกีฬาในชีวิตประจำวัน 3(3-0-6) (Sport Science in Daily Life) หรือ 1502 100 การดูแลสุขภาพตามวัย 3(3-0-6) (Age-appropriated Health Care)	- บูรณาการรายวิชาและ ปรับชื่อรายวิชาใหม่ ตามมหาวิทยาลัย กำหนด

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
1.3.2 กลุ่มเทคโนโลยีและการจัดการ รวม 3 หน่วยกิต ให้นักศึกษาเลือกเรียนจำนวน 1 รายวิชา จำนวน 3 หน่วยกิต จากรายวิชาต่อไปนี้ 1011 001 เทคโนโลยีสารสนเทศและการประยุกต์ใช้ 3(3-0-6) ในชีวิตประจำวัน (Information Technology and its Applications in Daily Life) 1703 110 ทักษะชีวิตทางการเงิน (Financial Life Skills) 3(3-0-6) 1708 200 เศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy) 3(3-0-6)	1.5 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรมและ 3 หน่วยกิต การจัดการ 1011 001 เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อชีวิตยุคดิจิทัล 3(3-0-6) (Information Technology for Digital Life) หรือ 1100 112 วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่ออนาคต 3(3-0-6) (Science and Technology for Future) หรือ 1703 110 ทักษะการเงินในชีวิตประจำวัน 3(3-0-6) (Finance Skills in Daily Life)	
1.4 กลุ่มวิชาเลือก รวม 3 หน่วยกิต 1.4.1 กลุ่มภาษาอังกฤษและภาษาต่างประเทศอื่น ๆ 1.4.1.1 กลุ่มภาษาอังกฤษ 1421 217 ภาษาอังกฤษจากสื่อ (English Through Media) 3(3-0-6) 1.4.1.2 กลุ่มภาษาต่างประเทศอื่น ๆ ภาษาลาว 1412 101 ภาษาลาว 1 (Lao I) 3(2-2-5)	1.6 กลุ่มวิชาเลือกศึกษาทั่วไป เลือกตามความสนใจ 1 รายวิชา 3 หน่วยกิต 1.6.1 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ 1439 100 การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ (Exercise for Health) 3(2-2-5) 1439 105 นันทนาการและการอยู่ค่ายพักแรม 3(3-0-6) (Recreation and Camping) 1503 100 ยาและสมุนไพรในชีวิตประจำวัน 3(3-0-6) (Drugs and Herbs in Daily Life)	-ตัดกลุ่มภาษาอังกฤษ และภาษาต่างประเทศ อื่น ๆ และกลุ่ม มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และ กลุ่มวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
ภาษาเวียดนาม 1413 101 ภาษาเวียดนาม 1 (Vietnamese I) 3(2-2-5) ภาษาเขมร 1414 101 ภาษาเขมร 1 (Khmer I) 3(2-2-5) ภาษาญี่ปุ่น 1416 101 ภาษาญี่ปุ่น 1 (Japanese I) 3(2-2-5) 1.4.2 กลุ่มมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ 1432 100 มนุษย์กับอารยธรรม (Man and Civilization) 3(3-0-6) 1432 101 วัฒนธรรมไทย (Thai Culture) 3(3-0-6) 1432 102 วัฒนธรรมอีสาน (I-san Culture) 3(3-0-6) 1441 103 นวัตกรรมทางสังคม (Social Innovation) 3(3-0-6) 1441 104 ประชากรศาสตร์ในชีวิตประจำวัน (Demography in Daily Life) 3(3-0-6) 1442 100 วัฒนธรรมร่วมสมัย (Contemporary Culture) 3(3-0-6) 1445 100 พลวัตสังคมไทย (Dynamics of Thai Society) 3(3-0-6) 1446 101 ศิลปะการดำเนินชีวิต (Arts of Living) 3(3-0-6)	1507 100 สังคมกับสุขภาพ (Society and Health) 3(3-0-6) 1.6.2 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรมและการจัดการ 1100 109 วิทยาศาสตร์กายภาพกับชีวิต (Physical Science and Life) 3(3-0-6) 1100 110 วิทยาศาสตร์เพื่อพัฒนาทักษะทางอาชีพแห่งโลกอนาคต (Science for Developing Future World Career Skills) 3(3-0-6) 1100 116 ความปลอดภัยในการใช้ชีวิตยุคดิจิทัล (Digital Life Safety) 3(3-0-6) 1100 146 การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศกับความหลากหลายทางชีวภาพ (Climate Change and Biodiversity) 3(3-0-6) 1200 111 เกษตรปลอดภัยในชีวิตประจำวัน (Safety Agriculture in Daily Life) 3(3-0-6) 1300 101 ปัญญาประดิษฐ์ในชีวิตประจำวัน (Artificial Intelligence in Daily Life) 3(3-0-6) 1701 102 การจัดการชีวิต (Life Management) 3(3-0-6) 1708 200 เศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy) 3(3-0-6) 2001 181 การออกแบบจากเศษวัสดุ (Scrap Design) 3(3-0-6)	และกลุ่มเทคโนโลยี และการจัดการ ตามมหาวิทยาลัย กำหนด - ปรับเปลี่ยนเป็นกลุ่ม วิชาวิทยาศาสตร์ สุขภาพและกลุ่มวิชา วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรมและ การจัดการ ตาม มหาวิทยาลัยกำหนด

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
1447 103 การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ 3(3-0-6) (Media and Information Literacy) 1449 101 การจัดการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน 3(3-0-6) (Tourism Management in ASEAN Region) 1507 100 สังคมกับสุขภาพ (Society and Health) 3(3-0-6) 1.4.3 กลุ่มวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ 1100 114 คณิตศาสตร์เพื่อความมั่นคงของชีวิต 3(3-0-6) (Mathematics for Stability in Life) 1100 115 คณิตศาสตร์เพื่อการพัฒนาทักษะชีวิตในศตวรรษที่ 21 3(3-0-6) (Mathematics for Skill Development in the 21st century) 1100 128 การจัดการเครื่องใช้ไฟฟ้าในชีวิตประจำวัน 3(3-0-6) (Household Electrical Appliance in Daily Life) 1100 133 รังสีในชีวิตประจำวัน (Radiation in Daily Life) 3(3-0-6) 1100 134 พลังงานและชีวิต (Energy and Life) 3(3-0-6) 1100 135 ดาราศาสตร์ในชีวิตประจำวัน 3(3-0-6) (Astronomy in Daily Life) 1100 141 วิทยาศาสตร์ในชีวิตประจำวัน (Science in Daily Life) 3(3-0-6)		

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
1100 146 ความหลากหลายทางชีวภาพกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Biodiversity and Climate Change) 3(3-0-6) 1100 148 ชีวิตกับจุลินทรีย์ (Life and Microorganisms) 3(3-0-6) 1100 151 พลังของการคิด (Power of Thinking) 3(3-0-6) 1439 104 การดูแลสมรรถภาพทางกาย (Physical Fitness Maintenance) 3(2-2-5) 1502 100 การดูแลสุขภาพตามวัย (Age - appropriate Health Care) 3(3-0-6) 1503 100 ยาในชีวิตประจำวัน (Drugs in Daily Life) 3(3-0-6) 1503 102 สมุนไพรเพื่อสุขภาพและความงาม (Herbs for Health and Beauty) 3(3-0-6) 1903 101 ทักษะชีวิตและสุขภาพวัยรุ่น (Life Skills and Adolescent Health) 3(3-0-6) 1903 102 พฤติกรรมทางเพศและความปลอดภัยทางเพศ (Sexual Behavior and Safe Sex) 3(3-0-6)		

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
1.4.4 กลุ่มเทคโนโลยีและการจัดการ 1100 116 ความปลอดภัยในการใช้ชีวิตยุคดิจิทัล 3(3-0-6) (Life Safety in Digital Age) 1701 102 การจัดการชีวิต (Life Management) 3(3-0-6)		
2. หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า 91 หน่วยกิต 2.1 กลุ่มพื้นฐานวิชาชีพ จำนวนรวม 30 หน่วยกิต 1700 101 ธุรกิจเบื้องต้นและกฎหมายธุรกิจ 3(3-0-6) (Introduction to Business and Business Laws) 1700 204 สถิติและการวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ 3(2-2-5) (Business Statistics and Quantitative Analysis) 1701 110 หลักการจัดการ (Principles of Management) 3(3-0-6) 1701 340 การจัดการการดำเนินงาน (Operation Management) 3(3-0-6) 1702 210 หลักการตลาด (Principles of Marketing) 3(3-0-6) 1702 101 การคิดเชิงออกแบบทางธุรกิจ 3(1-4-4) (Business Design Thinking) 1703 210 การเงินธุรกิจ (Corporate Finance) 3(3-0-6) 1706 103 การจัดการสารสนเทศธุรกิจดิจิทัล 3(2-2-5) (Digital Business Information Management)	2. หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า 94 หน่วยกิต 2.1 กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ จำนวน 27 หน่วยกิต 1700 101 ธุรกิจเบื้องต้นและกฎหมายธุรกิจ 3(3-0-6) (Introduction to Business and Business Laws) 1700 204 สถิติและการวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ 3(2-2-5) (Business Statistics and Quantitative Analysis) 1701 110 หลักการจัดการ (Principles of Management) 3(3-0-6) 1701 412 การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management) 3(3-0-6) 1702 210 หลักการตลาด (Principles of Marketing) 3(3-0-6) 1703 210 การเงินธุรกิจ (Corporate Finance) 3(3-0-6) 1706 103 การจัดการสารสนเทศธุรกิจดิจิทัล 3(2-2-5) (Digital Business Information Management) 1707 101 การบัญชีขั้นต้น (Fundamental Accounting) 3(3-0-6) 1708 100 เศรษฐศาสตร์ทั่วไป (General Economic) 3(3-0-6)	- เพิ่มจำนวนหน่วยกิตรวม จากไม่น้อยกว่า 91 หน่วยกิต เป็น 94 หน่วยกิต - กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ ลดจำนวนหน่วยกิตลง 3 หน่วยกิต จากเดิมจำนวน 30 หน่วยกิต เป็นจำนวน 27 หน่วยกิต - ลดรายวิชา 1701 340 การจัดการการดำเนินงาน (Operation Management)

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
1707 101 การบัญชีขั้นต้น (Fundamental Accounting) 3(3-0-6) 1708 100 เศรษฐศาสตร์ทั่วไป (General Economic) 3(3-0-6)		Management) 3(3-0-6) - เพิ่มรายวิชา 1701 412 การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management) 3(3-0-6) - ย้ายรายวิชา 1702 101 การคิดเชิงออกแบบทางธุรกิจ (Business Design Thinking) 3(1-4-4) ไปกลุ่มวิชาแกน และบูรณาการรายวิชาใหม่เป็นรายวิชา 1702 101 การคิดเชิงออกแบบทางธุรกิจและนวัตกรรมทางการตลาด

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
		(Business Design Thinking and Marketing Innovation) 3(2-2-5)
-ไม่มี-	2.2 กลุ่มวิชาแกน จำนวน 27 หน่วยกิต 1702 101 การคิดเชิงออกแบบทางธุรกิจและนวัตกรรมทางการตลาด 3(2-2-5) (Business Design Thinking and Marketing Innovation) 1702 102 ธุรกิจสตาร์ทอัพ (Startup) 3(2-2-5) 1702 212 พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) 3(3-0-6) 1702 221 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา 3(3-0-6) (Product and Price Management) 1702 240 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ 3(3-0-6) (Integrated Marketing Communication) 1702 241 การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) 3(2-2-5) 1702 330 ช่องทางการจัดจำหน่ายและการจัดการห่วงโซ่อุปทาน 3(2-2-5) (Distribution Channel and Supply Chain Management) 1702 392 การวิจัยการตลาด (Marketing Research) 3(2-2-5)	-เพิ่มกลุ่มวิชาแกน จำนวน 9 รายวิชา 27 หน่วยกิต

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
	1702 395 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Analytic) 3(2-2-5)	
2.2 กลุ่มวิชาชีพบังคับ จำนวน 30 หน่วยกิต 1702 212 พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) 3(3-0-6) 1702 220 การจัดการผลิตภัณฑ์และตราสินค้า (Product and Brand Management) 3(3-0-6) 1702 230 การจัดการราคาและช่องทางการจัดจำหน่าย (Price and Marketing Channel Management) 3(3-0-6) 1702 240 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication) 3(3-0-6) 1702 241 การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) 3(2-2-5) 1702 345 การตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) 3(2-2-5) 1702 350 การเป็นผู้ประกอบการและการสร้างธุรกิจใหม่ (Entrepreneurship and New Venture Creation) 3(1-4-6) 1702 351 การตลาดระหว่างประเทศ (International Marketing) 3(3-0-6) 1702 391 การจัดการการตลาด (Marketing Management) 3(2-2-5) 1702 392 การวิจัยการตลาด (Marketing Research) 3(2-2-5)	วิชาเอกการตลาดดิจิทัล 2.3 กลุ่มวิชาชีพ 2.3.1 กลุ่มวิชาชีพบังคับ จำนวน 18 หน่วยกิต 1702 245 การตลาดคอนเทนต์และเครื่องมือการสื่อสารดิจิทัล 3(2-2-5) (Content Marketing and Digital Communication Tools) 1702 321 การสร้างแบรนด์ในยุคดิจิทัล (Branding in Digital Era) 3(2-2-5) 1702 351 การตลาดระหว่างประเทศและระดับโลก 3(3-0-6) (International and Global Marketing) 1702 352 นวัตกรรมการตลาดเพื่อสังคม 3(3-0-6) (Social Marketing Innovation) 1702 359 การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในยุคดิจิทัล 3(2-2-5) (Electronic Commerce in Digital Era) 1702 490 ประเด็นทางการตลาดแบบร่วมสมัย 3(3-0-6) (Contemporary Issues in Marketing)	-กลุ่มวิชาชีพบังคับ วิชาเอกการตลาดดิจิทัล จำนวน 18 หน่วยกิต -วิชาชีพบังคับ วิชาเอก การตลาดการค้า สมัยใหม่ จำนวน 15 หน่วยกิต

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
	<u>วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่</u> 2.3 กลุ่มวิชาชีพ 2.3.1 วิชาชีพบังคับ จำนวน 15 หน่วยกิต 1702 231 เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 3(2-2-5) (Information Technology for Modern Trade Business) 1702 232 การจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่แบบบูรณาการ 3(3-0-6) (Integrated Modern Trade Business Management) 1702 345 แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Platform) 3(2-2-5) 1702 346 การจัดการการขายสำหรับธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 3(2-2-5) (Sales Management for Modern Trade Business) 1702 450 การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 3(2-2-5) (Electronic Commerce for Modern Trade Business)	
2.3 กลุ่มวิชาชีพเลือก กลุ่มวิชาชีพเลือกในหลักสูตรใช้ร่วมกันทั้ง 2 วิชาเอก ดังนี้ 1. วิชาเอกการตลาด ให้เลือกเรียนไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต 2. วิชาเอกการตลาดค้าปลีก ให้เลือกเรียนจำนวน 15 หน่วยกิต	<u>วิชาเอกการตลาดดิจิทัล</u> 2.3.2 กลุ่มวิชาชีพเลือก แผนปกติ ไม่น้อยกว่า 18 หน่วยกิต แผนสหกิจศึกษา ไม่น้อยกว่า 15 หน่วยกิต 1702 246 การออกแบบสื่อดิจิทัลทางการตลาด 3(2-2-5) (Marketing Digital Media Design)	-กลุ่มวิชาชีพเลือก วิชาเอกการตลาดดิจิทัล แผนปกติ ไม่น้อยกว่า 18 หน่วยกิต แผนสหกิจศึกษา ไม่น้อยกว่า 15 หน่วยกิต

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
2.3.1 กลุ่มวิชาชีพเลือก 1702 242 การนำเสนออย่างมืออาชีพ (Professional Presentation) 3(1-4-4) 1702 331 การจัดการค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Retail Business Management) 3(3-0-6) 1702 332 การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน (Logistics and Supply Chain Management) 3(3-0-6) 1702 341 การตลาดทางตรง (Direct Marketing) 3(3-0-6) 1702 342 การจัดการการขายอย่างมืออาชีพ (Professional Sales Management) 3(3-0-6) 1702 343 การจัดการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย (Advertising Management and Sales Promotion) 3(3-0-6) 1702 352 กิจการเพื่อสังคมและธุรกิจที่ยั่งยืน (Social Enterprise and Sustainable Business) 3(3-0-6) 1702 353 การตลาดบริการ (Service Marketing) 3(3-0-6) 1702 393 การวางแผนการตลาด (Marketing Planning) 3(3-0-6) 1702 394 คลังข้อมูลและการทำเหมืองข้อมูล (Data Warehouse and Data Mining) 3(2-2-5)	1702 247 การตลาดผ่านเครื่องมือค้นหาทางอินเทอร์เน็ต (Search Engine Marketing) 3(2-2-5) 1702 248 การตลาดผ่านกลุ่มคนที่มีอิทธิพลบนสื่อดิจิทัล (Influencer Marketing) 3(3-0-6) 1702 249 การตลาดในเกมส์ (Marketing in Games) 3(2-2-5) 1702 322 การตลาดแฟชั่นและสินค้าหรูหรา (Fashion and Luxury Product Marketing) 3(3-0-6) 1702 341 การตลาดทางตรงและการประชาสัมพันธ์ (Direct Marketing and Public Relations) 3(2-2-5) 1702 342 การขายแบบสร้างสรรค์และการจัดการการขาย (Creative Selling and Sales Management) 3(2-2-5) 1702 343 การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย (Advertising and Sales Promotion) 3(2-2-5) 1702 344 การตลาดกิจกรรมและเอนเตอร์เทนเมนต์ (Event and Entertainment Marketing) 3(2-2-5) 1702 345 แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Platform) 3(2-2-5) 1702 353 การตลาดบริการ (Service Marketing) 3(3-0-6)	-วิชาเอกการตลาด การค้าสมัยใหม่ กลุ่มวิชาชีพเลือก ไม่น้อยกว่า 9 หน่วยกิต

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
1702 395 การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ทางธุรกิจ (Big Data Analytics for Business) 3(2-2-5) 2001 116 พื้นฐานการออกแบบกราฟิก (Basic Graphic Design) 3(2-2-5) 2001 364 การออกแบบสื่อดิจิทัล (Digital Media) 3(2-2-5)	1702 356 การจัดการตลาดเกษตรและอาหาร 3(3-0-6) (Agricultural and Food Marketing Management) 1702 393 การวางแผนการตลาด (Marketing Planning) 3(2-2-5) 1702 396 การลงทุนในตลาดดิจิทัล (Digital Market Investment) 3(2-2-5) วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่ 2.3.2 กลุ่มวิชาชีพเลือก ไม่น้อยกว่า 9 หน่วยกิต 1702 246 การออกแบบสื่อดิจิทัลทางการตลาด 3(2-2-5) (Marketing Digital Media Design) 1702 247 การตลาดผ่านเครื่องมือค้นหาทางอินเทอร์เน็ต 3(2-2-5) (Search Engine Marketing) 1702 323 การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์สุขภาพและความงาม 3(3-0-6) (Marketing for Health and Beauty Products) 1702 324 นวัตกรรมสำหรับธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 3(3-0-6) (Innovation for Modern Trade Business) 1702 332 การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน 3(3-0-6) (Logistics and Supply Chain Management)	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
	1702 333 การบริหารผลิตภัณฑ์ในธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 3(3-0-6) (Merchandising in Modern Trade Business) 1702 350 การเป็นผู้ประกอบการและการสร้างธุรกิจใหม่ 3(2-2-5) (Entrepreneurship and New Business Creation) 1702 354 การตลาดบริการสำหรับธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 3(3-0-6) (Service Marketing for Modern Trade Business) 1702 357 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ 3(3-0-6) (Customer Relationship Management) 1702 358 การตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing) 3(3-0-6) 1702 396 การลงทุนในตลาดดิจิทัล (Digital Market Investment) 3(2-2-5)	
2.4 กลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพ วิชาเอกการตลาด แผนปกติ กลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพ จำนวน 7 หน่วยกิต 1702 261 การฝึกงานด้านการตลาด 1 (Marketing Internship I) 2 หน่วยกิต 1702 461 การฝึกงานด้านการตลาด 2 (Marketing Internship II) 3 หน่วยกิต 1702 481 โครงการงานทางการตลาด (Marketing Project) 2 หน่วยกิต	<u>วิชาเอกการตลาดดิจิทัล</u> 2.4 กลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพและสหกิจศึกษา วิชาเอกการตลาดดิจิทัล ให้นักศึกษาเลือกเรียนกลุ่มวิชาใดอย่างหนึ่งดังต่อไปนี้ 2.4.1 กลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพ จำนวน 4 หน่วยกิต 1702 460 การฝึกงานด้านการตลาด (Marketing Internship) 2 หน่วยกิต 1702 481 โครงการงานด้านการตลาด (Marketing Project) 2 หน่วยกิต	-วิชาเอกการตลาดดิจิทัล มีกลุ่มฝึกประสบการณ์ วิชาชีพและกลุ่มสหกิจ ศึกษา โดยกลุ่มฝึก ประสบการณ์วิชาชีพได้ ลดการฝึกงานด้าน การตลาด เหลือวิชา เดียว

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
วิชาเอกการตลาด แผนสหกิจศึกษา กลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพ จำนวน 7 หน่วยกิต 1702 482 เตรียมสหกิจศึกษา 1 หน่วยกิต (Preparation for Cooperative Education) 1702 483 สหกิจศึกษาด้านการตลาด 6 หน่วยกิต (Marketing Cooperative Education)	2.4.2 กลุ่มสหกิจศึกษา จำนวน 7 หน่วยกิต 1702 482 การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา 1(1-0-2) (Preparation for Cooperative Education) 1702 483 สหกิจศึกษาด้านการตลาด 6 หน่วยกิต (Marketing Cooperative Education)	
วิชาเอกการตลาดค้าปลีก กลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพ จำนวน 16 หน่วยกิต 1702 171 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก 1 2 หน่วยกิต (Retailing Management Internship I) 1702 172 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก 2 2 หน่วยกิต (Retailing Management Internship II) 1702 271 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก 3 2 หน่วยกิต (Retailing Management Internship III) 1702 272 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก 4 2 หน่วยกิต (Retailing Management Internship IV) 1702 371 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก 5 2 หน่วยกิต	<u>วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่</u> 2.4 กลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพ วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่ จำนวน 16 หน่วยกิต 1702 171 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 1 2 หน่วยกิต (Modern Trade Business Management Internship I) 1702 172 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 2 2 หน่วยกิต (Modern Trade Business Management Internship II) 1702 271 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 3 2 หน่วยกิต (Modern Trade Business Management Internship III) 1702 272 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 4 2 หน่วยกิต (Modern Trade Business Management Internship IV)	-วิชาเอกการตลาด การค้าสมัยใหม่ กลุ่มฝึกประสบการณ์ วิชาชีพ คงเดิม จำนวน 16 หน่วยกิต

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
(Retailing Management Internship V) 1702 372 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก 6 2 หน่วยกิต (Retailing Management Internship VI) 1702 471 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก 7 2 หน่วยกิต (Retailing Management Internship VII) 1702 472 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก 8 2 หน่วยกิต (Retailing Management Internship VIII)	1702 371 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 5 2 หน่วยกิต (Modern Trade Business Management Internship V) 1702 372 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 6 2 หน่วยกิต (Modern Trade Business Management Internship VI) 1702 471 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 7 2 หน่วยกิต (Modern Trade Business Management Internship VII) 1702 472 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 8 2 หน่วยกิต (Modern Trade Business Management Internship VIII)	
3. หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต เป็นวิชาที่มุ่งให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจตามที่ตนเองถนัดหรือสนใจ โดยเปิดโอกาสให้ผู้เรียนเลือกเรียนรายวิชาใด ๆ ในหลักสูตรระดับปริญญาตรี โดยให้มีจำนวนหน่วยกิตรวมไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต	3. หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต วิชาเลือกเสรี เป็นวิชาที่มุ่งให้ผู้เรียนมีความรู้ ความเข้าใจ ตามที่ตนเองถนัดหรือสนใจ โดยเปิดโอกาสให้ผู้เรียนเลือกเรียนรายวิชาใด ๆ รวมไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต จากรายวิชาหลักสูตรระดับปริญญาตรีหรือรายวิชาที่เปิดเป็นวิชาเลือกเสรี	-คงเดิม

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
คำอธิบายรายวิชา หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	คำอธิบายรายวิชา หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	
หมวดวิชาเฉพาะ 2.1 กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	หมวดวิชาเฉพาะ 2.1 กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	
1700 101 ธุรกิจเบื้องต้นและกฎหมายธุรกิจ 3(3-0-6) (Introduction to Business and Business Laws) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ จรรยาบรรณทางธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม ภาพรวมการเป็นผู้ประกอบการและการเป็นเจ้าของธุรกิจ การจัดการและการจัดองค์กรธุรกิจ การจัดการการดำเนินงานและคุณภาพ พฤติกรรมและแรงจูงใจของพนักงาน การตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค การบัญชีและภาษีอากร เอกเทศสัญญาในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ กฎหมายธุรกิจ ทรัพย์สินทางปัญญา Introduction to business environment; business ethics and social responsibility; overview of entrepreneurship and business ownership; business organization and management; operation and quality management; employee behavior and motivation; marketing and consumer behavior; accounting and	1700 101 ธุรกิจเบื้องต้นและกฎหมายธุรกิจ 3(3-0-6) (Introduction to Business and Business Laws) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ จรรยาบรรณทางธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม ภาพรวมการเป็นผู้ประกอบการและการเป็นเจ้าของธุรกิจ การจัดการและการจัดองค์กรธุรกิจ การจัดการการดำเนินงานและคุณภาพ พฤติกรรมและแรงจูงใจของพนักงาน การตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค การบัญชีและภาษีอากร เอกเทศสัญญาในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ กฎหมายธุรกิจ ทรัพย์สินทางปัญญา Introduction to business environment; business ethics and social responsibility; overview of entrepreneurship and business ownership; business organization and management; operations and quality management; employee behavior and motivation; marketing and consumer behavior; accounting and	- คงเดิม

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
taxation; specific contracts in civil and commercial code; business laws; intellectual property	taxation; specific contracts in civil and commercial code; business laws; intellectual property	
1700 204 สถิติธุรกิจและการวิเคราะห์เชิงปริมาณ 3(2-2-5) (Business Statistics and Quantitative Analysis) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี การวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจเบื้องต้น สถิติเพื่อการตัดสินใจ ชนิดของข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล การนำเสนอข้อมูล โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติเชิงพรรณนา สถิติเชิงอ้างอิง การพยากรณ์ โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิเคราะห์เชิงปริมาณ <u>ระบบสมการเชิงเส้น</u> ปัญหาการขนส่ง ปัญหาการมอบหมายงาน รูปแบบสินค้าคงคลัง ระบบแถวคอย <u>การจำลอง</u> การจัดการโครงการ Introduction to business data analytics; statistics for decision making; types of data; data collection; data presentation; software for statistics; descriptive statistics; inferential statistics; forecasting; software for quantitative analysis; linear programming; transportation problem; assignment problem; inventory model; <u>queuing system</u>; simulation; project	1700 204 สถิติและการวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ 3(2-2-5) (Business Statistics and Quantitative Analysis) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสถิติธุรกิจ สถิติเพื่อการตัดสินใจ ชนิดของข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล การนำเสนอข้อมูล โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติเชิงพรรณนา สถิติเชิงอ้างอิง การพยากรณ์ โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิเคราะห์เชิงปริมาณ <u>การโปรแกรมเชิงเส้น</u> ปัญหาการขนส่ง ปัญหาการมอบหมายงาน รูปแบบสินค้าคงคลัง ระบบแถวคอย <u>ตัวแบบมาร์คอฟ</u> การจัดการโครงการ Introduction to business statistics; statistics for decision making; types of data; data collection; data presentation; software for statistics; descriptive statistics; inferential statistics; forecasting; software for quantitative analysis; linear programming; transportation problem; assignment problem; inventory model; queuing system; <u>Markov model</u>; project management	- ปรับคำว่า “ระบบสมการเชิงเส้น” เป็น “การโปรแกรมเชิงเส้น” - ปรับคำว่า “การจำลอง” เป็น “ตัวแบบมาร์คอฟ” - ปรับคำว่า “queuing system”

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
management		
1701 110 หลักการจัดการ (Principles of Management) 3(3-0-6) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี ความหมายและความสำคัญของการจัดการ วิวัฒนาการของแนวคิดและทฤษฎีด้านการจัดการ ลักษณะองค์กร สภาพแวดล้อมทางการจัดการ กิจกรรมหลักทางการจัดการ การวางแผน การจัดองค์กร การชี้นำและการควบคุม การจัดการทรัพยากรมนุษย์และภาวะผู้นำ Meaning and importance of management; evolution of management concepts and theories; organizational characteristics; managerial environment; <u>core activities of management</u>; planning, organizing, leading and controlling; human resource management and leadership	1701 110 หลักการจัดการ (Principles of Management) 3(3-0-6) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี ความหมายและความสำคัญของการจัดการ วิวัฒนาการของแนวคิดและทฤษฎีด้านการจัดการ ลักษณะองค์กร สภาพแวดล้อมทางการจัดการ กิจกรรมหลักทางการจัดการ การวางแผน การจัดองค์กร การชี้นำและการควบคุม การจัดการทรัพยากรมนุษย์และภาวะผู้นำ Meaning and importance of management; evolution of management concepts and theories; organizational characteristics; managerial environment; <u>core activity in management</u>; planning, organizing, leading and controlling; human resource management and leadership	- ปรับคำว่า “core activities of management” เป็น “core activity in management”

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
1701 340 การจัดการการดำเนินงาน 3(3-0-6) (Operation Management) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี ความรู้เบื้องต้นของการจัดการการดำเนินงาน การออกแบบสินค้าและบริการ กลยุทธ์การเลือกทำเลที่ตั้ง กลยุทธ์การวางผัง การวางแผนการผลิตรวม การวางแผนความต้องการวัสดุ การจัดการทรัพยากรมนุษย์และการออกแบบงาน การจัดการสินค้าคงคลัง การจัดการคุณภาพ การจัดการโซ่อุปทาน ระบบการดำเนินงานแบบทันเวลาพอดีและระบบลีน การจัดการความปลอดภัย การบำรุงรักษาเครื่องจักรอุปกรณ์ Introduction to operation management; product and service design; location strategies; layout strategies; aggregate production planning; material requirement planning; job design and human resource management; inventory management; quality management; supply chain management; Just-in-Time and Lean system; safety management; equipment and machine maintenance	-ไม่มี-	- ตัดรายวิชาออก

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
-ไม่มี-	1701 412 การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management) 3(3-0-6) รายวิชาที่เคยเรียนมาก่อน: 1701 110 หลักการจัดการ และ 1702 210 หลักการตลาด และ 1703 210 การเงินธุรกิจ รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี ความหมายและกระบวนการของการจัดการเชิงกลยุทธ์ การกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก การวิเคราะห์ภายใน การกำหนดวัตถุประสงค์ การกำหนดกลยุทธ์ธุรกิจ การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ การควบคุมและประเมินผลกลยุทธ์ กรณีศึกษากลยุทธ์ ทางธุรกิจ Meaning and process of strategic management; vision development; mission; external environment analysis, internal analysis, objective setting, strategic crafting, strategy implementation; strategic evaluation and control; strategic case study	- เพิ่มรายวิชา 1701 412 การจัดการ เชิงกลยุทธ์ (Strategic Management) 3(3-0-6)

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
1702 210 หลักการตลาด (Principles of Marketing) 3(3-0-6) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี ความหมายและความสำคัญของการตลาด แนวความคิดและปรัชญาทางการตลาด <u>สิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลทางการตลาด</u> การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งตลาด กลยุทธ์ด้านการวางแผนและการจัดการการตลาด การกำหนดส่วนประสมทางการตลาด การประยุกต์เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในกิจกรรมการตลาด จริยธรรมการตลาดและความรับผิดชอบต่อสังคม Meaning and importance of marketing; marketing concepts and philosophy; impact of marketing environment; study of consumer behavior; market segmentation; selection of target market; market positioning; strategic planning and marketing management; marketing mix; application of modern technology in marketing activities; marketing ethics and social responsibilities	1702 210 หลักการตลาด (Principles of Marketing) 3(3-0-6) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี ความหมายและความสำคัญของการตลาด แนวความคิดและปรัชญาทางการตลาด <u>ผลกระทบของสิ่งแวดล้อมทางการตลาด</u> การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งตลาด กลยุทธ์ด้านการวางแผนและการจัดการการตลาด ส่วนประสมทางการตลาด การประยุกต์เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในกิจกรรมการตลาด จริยธรรมการตลาดและความรับผิดชอบต่อสังคม Meaning and importance of marketing; marketing concepts and philosophy; impact of marketing environment; study of consumer behavior; market segmentation; selections of target market; market positioning; strategic planning and marketing management; marketing mix; applications of modern technology in marketing activities; marketing ethics and social responsibilities	- ปรับคำอธิบายรายวิชาภาษาไทย จากคำว่า “สิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลทางการตลาด” เป็น “ผลกระทบของสิ่งแวดล้อมทางการตลาด”

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
1703 210 การเงินธุรกิจ (Corporate Finance) 3(3-0-6) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: 1707100 หลักการบัญชี หรือ 1707101 การบัญชีขั้นต้น รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี บทบาทและหน้าที่ของผู้จัดการการเงิน เป้าหมายของธุรกิจ สภาพแวดล้อมทางการเงินและระบบการเงิน ตลาดการเงิน สถาบันการเงิน และตราสารทางการเงิน การวิเคราะห์งบการเงิน การพยากรณ์และวางแผนทางการเงิน การบริหารเงินทุนหมุนเวียน ผลตอบแทนและความเสี่ยง มูลค่าของเงินตามเวลา งบประมาณจ่ายลงทุน การจัดหาเงินทุน ต้นทุนของเงินทุน นโยบายการจ่ายเงินปันผล การบริหารความเสี่ยงเบื้องต้น การประยุกต์ทฤษฎีและเครื่องมือทางการเงินต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจทางการเงิน Roles and responsibilities of financial manager; goals of business; financial environment and financial system; financial markets, financial institutions and financial instruments; financial statement analysis; financial forecasting and planning; working capital management; return and risk; time value of money; capital budgeting; fund raising; cost of capital; dividend policy; fundamental of risk management; applications of financial theories	1703 210 การเงินธุรกิจ (Corporate Finance) 3(3-0-6) รายวิชาที่เคยเรียนมาก่อน: 1707 100 หลักการบัญชี หรือ 1707 101 การบัญชีขั้นต้น รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี บทบาทและหน้าที่ของผู้จัดการการเงิน เป้าหมายของธุรกิจ สภาพแวดล้อมทางการเงินและระบบการเงิน ตลาดการเงิน สถาบันการเงิน และตราสารทางการเงิน การวิเคราะห์งบการเงิน การพยากรณ์และวางแผนทางการเงิน การบริหารเงินทุนหมุนเวียน ผลตอบแทนและความเสี่ยง มูลค่าของเงินตามเวลา งบประมาณจ่ายลงทุน การจัดหาเงินทุน ต้นทุนของเงินทุน นโยบายการจ่ายเงินปันผล <u>การบริหารการเงินสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (เอสเอ็มอี)</u> การบริหารความเสี่ยง การประยุกต์ทฤษฎีและเครื่องมือทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจทางการเงิน Roles and responsibilities of financial manager; goals of business; financial environment and financial system; financial markets, financial institutions and financial instruments; financial statement analysis; financial forecasting and planning; working capital management; return and risk; time value of money; capital budgeting; financing; cost of capital; dividend policy;	- เพิ่มเติม เนื้อหาการบริหารการเงินสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
and instruments for financial decision-making	<u>financial management for Small and Medium Enterprises (SMEs)</u> ; risk management; applications of financial theories and instruments for financial decision-making	
1706 103 การจัดการสารสนเทศธุรกิจดิจิทัล 3(2-2-5) (Digital Business Information Management) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี ความหมาย แนวคิด ประเภท โครงสร้างและความสำคัญของข้อมูลธุรกิจดิจิทัล วิเคราะห์ความต้องการเกี่ยวกับการใช้งานข้อมูลและสารสนเทศเพื่อการตัดสินใจ พื้นฐานทางด้านฐานข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจ การแสดงข้อมูลทางธุรกิจด้วยภาพ ผลกระทบของเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อองค์กรธุรกิจ Definitions; concepts; types; structures and important of business digital data; need analysis on data and information for decision-making; basic knowledge of database management; business data analysis; business data visualization; impacts of information technology on business organization	1706 103 การจัดการสารสนเทศธุรกิจดิจิทัล 3(2-2-5) (Digital Business Information Management) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี ความสำคัญของเทคโนโลยีที่มีต่อธุรกิจ องค์ประกอบของระบบสารสนเทศ การจัดการธุรกิจในยุคดิจิทัล การจัดการเทคโนโลยี การจัดการคน การจัดการเอกสารและรายงาน ซอฟต์แวร์เพื่อการวางแผนทรัพยากรองค์กรด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล ด้านการซื้อและการขาย ด้านการขนส่ง การป้องกันการฉ้อโกง กฎหมายด้านธุรกรรมคอมพิวเตอร์ Importance of technology to business; information system components; digital business management, technology management, human management, document and report management; enterprise resource planning software, human resource management, purchasing and sale, logistic; fraud protection; computer transaction law	- ปรับปรุงคำอธิบายรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
1707 101 การบัญชีขั้นต้น (Fundamental Accounting) 3(3-0-6) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี ความหมาย วัตถุประสงค์และประโยชน์ของการบัญชี ประวัติของวิชาชีพบัญชี <u>กรอบแนวคิดสำหรับรายงานทางการเงิน</u> หลักการและวิธีการบันทึกบัญชีตามหลักบัญชีคู่ การบันทึกรายการในสมุดรายวันทั่วไป สมุดรายวันเฉพาะ บัญชีแยกประเภท การจัดทำงบทดลอง รายการปรับปรุง กระทบทำการ การปิดบัญชีระบบใบสำคัญ การจัดทำรายงานทางการเงิน สำหรับกิจการให้บริการและกิจการซื้อขายสินค้า Meaning, objectives and usefulness of accounting; history of accountancy profession; conceptual framework of financial reporting; principles and accounting procedures of double entry system; recording in general journal; special journal; ledger; preparation of trial balance; adjusting entries; working papers; closing entries; voucher system; preparation of financial reports for services and merchandising business	1707 101 การบัญชีขั้นต้น (Fundamental Accounting) 3(3-0-6) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี ความหมาย วัตถุประสงค์และประโยชน์ของการบัญชี ประวัติของวิชาชีพบัญชี หลักการและวิธีการบันทึกบัญชีตามหลักบัญชีคู่ การบันทึกรายการในสมุดรายวันทั่วไป สมุดรายวันเฉพาะ บัญชีแยกประเภท การจัดทำงบทดลอง รายการปรับปรุง กระทบทำการ การปิดบัญชีระบบใบสำคัญ การจัดทำรายงานทางการเงินสำหรับกิจการให้บริการและกิจการซื้อขายสินค้า Meaning, objectives and usefulness of accounting; history of accountancy profession; principles and accounting procedures of double-entry system; recording in general journal; special journal; ledger; preparation of trial balance; adjusting entries; working papers; closing entries; voucher system; preparation of financial reports for services and merchandising business	- ตัดเนื้อหาเรื่องกรอบแนวคิดสำหรับรายงานทางการเงิน

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
1708 100 เศรษฐศาสตร์ทั่วไป (General Economic) 3(3-0-6) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี แนวคิดและทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ อุปสงค์ อุปทาน พฤติกรรมผู้บริโภค การผลิต ต้นทุนการผลิต รายได้ประชาชาติ ดุลการชำระเงิน นโยบายการเงิน นโยบายการคลัง การจ้างงาน ภาวะเงินเฟ้อและเงินฝืด Concepts and theories of economics; demand; supply; consumer behavior; production; cost of production; national income; balance of payment; monetary policy; fiscal policy; employment; inflation and deflation	1708 100 เศรษฐศาสตร์ทั่วไป (General Economics) 3(3-0-6) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี แนวคิดและทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์จุลภาคและเศรษฐศาสตร์มหภาคในด้านเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค การผลิต การออม การลงทุน รายได้ประชาชาติ นโยบายของรัฐบาลด้านเศรษฐกิจ การค้าระหว่างประเทศ การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและเศรษฐกิจในชีวิตประจำวัน Concepts and theories of micro and macro economics in areas of consumer behavior, production, saving, investment, national income, economic policy, international trade, economic growth and economics in daily life	- ปรับปรุงคำอธิบายรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
1702 101 การคิดเชิงออกแบบทางธุรกิจ 3(1-4-4) (Business Design Thinking) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี หลักการและกระบวนการคิดอย่างสร้างสรรค์ การพัฒนากระบวนการคิดทางธุรกิจ การคิดเชิงระบบ การคิดเชิงวิเคราะห์ การตั้งโจทย์ และการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ การระดมความคิดและการออกแบบ การสร้าง	-ไม่มี-	- ย้ายรายวิชา 1702 101 การคิดเชิงออกแบบทางธุรกิจ (Business Design Thinking) 3(1-4-4) ไปกลุ่มวิชาแกน และบูรณาการรายวิชาใหม่

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
นวัตกรรมนำไปสู่การปฏิบัติและการประเมินเพื่อการปรับปรุง Principles and process of creative thinking; business thinking process development; systematic thinking, analytical thinking; questions design and problems solving on business; brainstorming and design; innovative creations to practice and evaluation for improvement		เป็นรายวิชา 1702 101 การคิดเชิงออกแบบทางธุรกิจและนวัตกรรมทางการตลาด (Business Design Thinking and Marketing Innovation) 3(2-2-5)
	2.2 กลุ่มวิชาแกน	
-ไม่มี-	1702 101 การคิดเชิงออกแบบทางธุรกิจและนวัตกรรมทางการตลาด 3(2-2-5) (Business Design Thinking and Marketing Innovation) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี หลักการและกระบวนการคิดอย่างสร้างสรรค์ การพัฒนากระบวนการคิดทางธุรกิจ การคิดเชิงระบบ การคิดเชิงวิเคราะห์ การตั้งโจทย์ และการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ การระดมความคิดและการออกแบบ การสร้างนวัตกรรมทางการตลาด การปฏิบัติทางธุรกิจ	-รายวิชาใหม่ โดยบูรณาการจากรายวิชา 1702 101 การคิดเชิงออกแบบทางธุรกิจ (Business Design Thinking) 3(1-4-4) กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพเดิม และเพิ่มเนื้อหา รายวิชาเกี่ยวกับ

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
	Principles and creative thinking process; business thinking process development; systematic thinking; analytical thinking; problems setting and solving business problems; brainstorming and design; marketing innovation creation; business practice	นวัตกรรมทางการตลาด
-ไม่มี-	1702 102 ธุรกิจสตาร์ทอัพ (Startup) 3(2-2-5) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี <u>แรงบันดาลใจ</u> การแนะนำเกี่ยวกับธุรกิจสตาร์ทอัพ การออกแบบแนวความคิด กระบวนการและการออกแบบธุรกิจ การทดสอบแนวความคิด การวางตำแหน่งทางการตลาดเพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน การออกแบบรูปแบบธุรกิจ การตลาด การตลาดดิจิทัลและการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า โครงสร้างต้นทุนและการวิเคราะห์ทางการเงิน ทุนและการร่วมทุน การนำเสนอให้ผู้ลงทุนร่วมลงทุน Inspiration; introduction to startup; design thinking; <u>business processes and designs</u>; validation; marketing positioning for competitive advantage; business model design; marketing, digital marketing and customer relationship	-เดิมจาก รายวิชา 1702 102 ธุรกิจสตาร์ทอัพ (Startup) 3(2-2-5) เป็นกลุ่มวิชาชีพเลือก ปรับใหม่เป็น กลุ่มวิชาแกน ปรับคำอธิบายรายวิชา คำว่า “แรงจูงใจ” เป็น “แรงบันดาลใจ” คำว่า “business designs and processes” เป็น “business processes

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
	management; cost structure and financial analysis; fund and venture capital; pitching	and designs”
-ไม่มี-	1702 212 พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) 3(3-0-6) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ความต้องการและแรงจูงใจ บุคลิกภาพ ความเชื่อและทัศนคติ การรับรู้และความคาดหวัง การเรียนรู้ของผู้บริโภค ปัจจัยด้านวัฒนธรรมและชนชั้นทางสังคม กลุ่มอ้างอิง ปัจจัยด้านครอบครัว สถานภาพและบทบาทของบุคคล เทคโนโลยีสมัยใหม่กับพฤติกรรมผู้บริโภค พฤติกรรมผู้บริโภคในอนาคต พฤติกรรมผู้บริโภคกับกลยุทธ์การตลาด พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค Consumer behavior concepts; consumer decision-making process; consumer behavior analysis; needs and motivation; personality; belief and attitude; perception and expectation; consumer learning; cultural and social class factors; reference groups; family factors; status and roles of person; modern technology and consumer behavior; future of consumer	-เดิมจาก รายวิชา 1702 212 พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) 3(3-0-6) เป็นกลุ่มวิชาชีพบังคับ ปรับใหม่เป็น กลุ่มวิชาแกน

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
	behavior; consumer behavior and marketing strategy; consumer protection act	
-ไม่มี-	1702 240 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ 3(3-0-6) (Integrated Marketing Communication) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: 1702 210 หลักการตลาด รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี บทบาทและความสำคัญของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ปัจจัยที่มีผลต่อการสื่อสารการตลาด การวางแผนการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ การผสมผสานและการจัดการเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด การนำไปปฏิบัติและการเลือกใช้เครื่องมือทางการสื่อสารการตลาดที่ทันสมัย การประเมินผลการสื่อสารการตลาด Roles and importance of integrated marketing communication; factors influencing marketing communication; integrated marketing communication planning; integrating and managing marketing communication; implementation and tools selection of modern marketing communication; evaluating marketing communication	- เดิมจาก รายวิชา 1702 240 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication) 3(3-0-6) เป็นกลุ่มวิชาชีพบังคับปรับใหม่ เป็น กลุ่มวิชาแกน

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
-ไม่มี-	1702 241 การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) 3(2-2-5) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี ความหมาย ความสำคัญและการพัฒนาของการตลาดดิจิทัล การวางแผนการตลาดดิจิทัล การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด การโฆษณาแบบออนไลน์และออฟไลน์ในยุคดิจิทัล การวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า การประยุกต์ใช้เครื่องมือดิจิทัลทางการตลาด การดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาด การวิเคราะห์และวัดผลทางการตลาด Meaning; importance and digital marketing development; digital marketing planning; marketing environmental analysis; online and offline advertising in digital era; customer behavior analysis; digital marketing tools application; strategic marketing operation; marketing analysis and evaluation	- เดิมจาก รายวิชา 1702 241 การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) 3(2-2-5) เป็นกลุ่มวิชาชีพบังคับ ปรับใหม่เป็น กลุ่มวิชาแกน ปรับคำอธิบาย รายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และตัด รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
-ไม่มี-	1702 320 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา 3(3-0-6) (Product and Price Management) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารและการวางแผนกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ การจัดประเภทผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ ป้ายฉลาก วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์และกระบวนการพัฒนาและการวางแผน การนำผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาด ทั้งในรูปแบบผลิตภัณฑ์นวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ ปรับปรุงใหม่หรือผลิตภัณฑ์เลียนแบบ เข้าใจทฤษฎี กลยุทธ์และวิธีการตั้งราคา การกำหนดกลยุทธ์และนโยบายราคา Concepts relating to management and strategic planning of product; product classification; product mix; branding; packaging; labels; product life cycle and development process and planning; bringing new products into market in forms of innovative products, modified products or me-too products; understanding theories, strategies and price setting methodologies; price strategy and price policy	-บูรณาการจากรายวิชา 1702 220 การจัดการ ผลิตภัณฑ์และตราสินค้า (Product and Brand Management) 3(2-2-5) และรายวิชา 1702 230 การจัดการ ราคาและช่องทางการ จัดจำหน่าย (Price and Marketing Channel Management) 3(3-0-6)

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
-ไม่มี-	1702 330 ช่องทางการจัดจำหน่ายและการจัดการห่วงโซ่อุปทาน 3(2-2-5) (Distribution Channel and Supply Chain Management) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี บทบาทและหน้าที่ของช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยและสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย ระบบการจัดจำหน่าย กระบวนการเลือกช่องทางและคนกลาง การวางแผนและการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย การรักษาความสัมพันธ์ การกระตุ้นและส่งเสริมคนกลาง การควบคุม การประเมินผล บทบาทของการจัดการห่วงโซ่อุปทาน องค์ประกอบของการจัดการห่วงโซ่อุปทาน Roles and duties of channel distribution; factors and environment affects on channel distribution management; distribution system; process of selecting channel and intermediary; planning and channel distribution development; relationship maintainance; motivating and supporting middleman; controlling; evaluation; roles of supply chain; components of supply chain management	-บูรณาการจากรายวิชา 1702 230 การจัดการราคาและช่องทางการจัดจำหน่าย (Price and Marketing Channel Management) 3(3-0-6) และรายวิชา 1702 332 การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน (Logistics and Supply Chain Management) 3(3-0-6)

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
-ไม่มี-	1702 392 การวิจัยการตลาด (Marketing Research) 3(2-2-5) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: 1700 204 สถิติและการวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี บทบาทและความสำคัญของการวิจัยการตลาดที่มีต่อธุรกิจ กระบวนการในการวิจัยการตลาด การกำหนดปัญหา แหล่งข้อมูล การทบทวนวรรณกรรม การออกแบบงานวิจัย การเลือกตัวอย่าง การออกแบบสอบถาม การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การเขียนรายงาน การใช้ผลการวิจัยให้เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ การดำเนินการวิจัยการตลาดในภาคปฏิบัติจริง Roles and importances of marketing research on businesses; process of marketing research; problem determination; source of data; literature review; research design; sampling; questionnaire design; data collection; data analysis; reporting; applying research results in businesses; actual practices in market research	- เดิมจาก รายวิชา 1702 392 การวิจัยการตลาด (Marketing Research) 3(2-2-5) เป็นกลุ่มวิชาชีพบังคับ ปรับใหม่เป็น กลุ่มวิชาแกน

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
2.2 กลุ่มวิชาชีพบังคับ	กลุ่มวิชาชีพบังคับ	
1702 212 พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) 3(3-0-6) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: 1702 210 หลักการตลาด รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี บทบาทและความสำคัญของผู้บริโภค ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งกลุ่มผู้บริโภค ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ความสำคัญของการวิจัยผู้บริโภค วัฒนธรรม ชั้นทางสังคม ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง ลำดับขั้นความต้องการ การจูงใจและความเกี่ยวข้อง การรับรู้ การเรียนรู้ ทศนคติและการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ บุคลิกภาพ การประมวลสารสนเทศของผู้บริโภค ประเภทการตัดสินใจซื้อ กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค Roles and importance of consumers; consumer behavior models; consumer segmentation; factors influencing consumer decision making; importance of consumer research; culture; social classes; family; reference groups; hierarchy of needs; motivation and involvement; perception; learning; attitudes and attitudes changing; personality; consumer information processing; types of purchase decision; consumer decision process	-ไม่มี-	- ย้ายไปอยู่ในกลุ่มวิชาแกน - ปรับปรุงคำอธิบายรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษ - ตัดรายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
1702 220 การจัดการผลิตภัณฑ์และตราสินค้า 3(3-0-6) (Product and Brand Management) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: 1702 210 หลักการตลาด รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี ระดับชั้นและประเภทของผลิตภัณฑ์ การจัดการผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมผลิตภัณฑ์และสายผลิตภัณฑ์ กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การวางตำแหน่งและการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์และฉลาก บทบาทและความสำคัญของตราสินค้า กลยุทธ์การสร้างตราสินค้าด้วยการวางตำแหน่งตราสินค้า การนำเสนอมูลค่าตราสินค้า การวางแผนเพื่อออกแบบตราสินค้าและการนำไปปฏิบัติในโปรแกรมการตลาด การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อสร้างมูลค่าตราสินค้า Product levels and classifications; product management; product mix and product line; new product development process; product life cycle; product positioning and product differentiation creating; packaging and label; roles and importances of brand; brand building strategy through brand positioning, brand equity presentation; planning for brand design and implementation in marketing programs; integrated marketing communications to	-ไม่มี-	- ย้ายไปอยู่ในกลุ่มวิชาแกน โดยบูรณาการในรายวิชา 1702 320 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา (Product and Price Management) 3(3-0-6) - ตัดรายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
build brand equity		
1702 230 การจัดการราคาและช่องทางการจัดจำหน่าย 3(3-0-6) (Price and Marketing Channel Management) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: 1702 210 หลักการตลาด รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเรื่องราคา วัตถุประสงค์การตั้งราคา ต้นทุนและการวิเคราะห์ต้นทุน การกำหนดราคาและการเปลี่ยนแปลงราคา บทบาทและหน้าที่ของช่องทางการจัดจำหน่าย ระบบการจัดจำหน่าย ปัจจัยและสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย กระบวนการเลือกช่องทางและคนกลาง การวางแผนและการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย การรักษาความสัมพันธ์ การกระตุ้นและส่งเสริมคนกลาง การควบคุม การประเมินผล การกระจายตัวสินค้า การจัดการสินค้าคงคลัง การจัดการการขนส่ง Factors affecting pricing decision; pricing objective; cost and cost analysis; setting price and price change; roles and functions of distribution channel; distribution system; factors and environments affecting distribution channel; process of selecting channel and middleman; planning and channel development;	-ไม่มี-	- ย้ายไปอยู่ในกลุ่มวิชาแกน โดยบูรณาการในรายวิชา 1702 320 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา (Product and Price Management) 3(3-0-6) และรายวิชา 1702 330 ช่องทางการจัดจำหน่ายและการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Distribution Channel and Supply Chain Management) 3(2-2-5) - ตัดรายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
maintaining relationship; motivating and supporting middleman; controlling; evaluating; physical distribution; inventory management; transportation management		
1702 240 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ 3(3-0-6) (Integrated Marketing Communication) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: 1702 210 หลักการตลาด รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี บทบาทและความสำคัญของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ปัจจัยที่มีผลต่อการสื่อสารการตลาด การวางแผนการสื่อสารทางการตลาด แบบบูรณาการ การผสมผสานและการจัดการเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด การนำไปปฏิบัติและการเลือกใช้เครื่องมือทางการสื่อสารการตลาดที่ทันสมัย การประเมินผลการสื่อสารการตลาด Roles and importances of integrated marketing communication; factors influencing marketing communication; integrated marketing communication planning; integrating and managing marketing communication; implementation and tools selection of modern marketing communication; evaluating marketing communication	-ไม่มี-	- ย้ายไปอยู่ในกลุ่มวิชาแกน - ตัดรายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
1702 241 การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) 3(2-2-5) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 1702 210 หลักการตลาด รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน : ไม่มี ความหมาย ความสำคัญและการพัฒนาของการตลาดดิจิทัล การวางแผนการตลาดดิจิทัล การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด การวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า การประยุกต์ใช้เครื่องมือทางการตลาดที่เป็นสื่อ ดิจิทัล การดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดและการสร้างตราสินค้าผ่านทางสื่อ ออนไลน์ Meaning; importance and development of digital marketing; digital marketing planning; marketing environment analysis; consumer behavior analysis; application of marketing tools as digital media; operation of marketing strategy and building brand through online media	-ไม่มี-	- ย้ายไปอยู่ในกลุ่มวิชาแกน - ปรับปรุงคำอธิบายรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษ - ตัดรายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
1702 345 การตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) 3(2-2-5) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: 1702 210 หลักการตลาด รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี ความหมาย ความสำคัญของการตลาดการสร้างเนื้อหา การออกแบบการตลาดการสร้างเนื้อหา ประเภทและเครื่องมือการตลาดการสร้างเนื้อหา การพัฒนากลยุทธ์การตลาดการสร้างเนื้อหา การสร้างเนื้อหาให้เหมาะสมและเทคนิคการสร้างเนื้อหา Meaning; importance of content marketing; designing content marketing; types and tools of content marketing; developing content strategy; content optimization and content techniques	กลุ่มวิชาชีพบังคับ วิชาเอกการตลาดดิจิทัล 1702 245 การตลาดคอนเทนต์และเครื่องมือการสื่อสารดิจิทัล 3(2-2-5) (Content Marketing and Digital Communication Tools) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี กระบวนการ วิธีการ องค์ประกอบ กรอบความคิดการตลาดคอนเทนต์ การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย กิจกรรมทางการตลาดกับคอนเทนต์ ดิจิทัลแพลตฟอร์ม นวัตกรรม กระบวนการความคิดสร้างสรรค์ เครื่องมือการสื่อสารช่องทางเผยแพร่คอนเทนต์แบบดิจิทัล ระบบนิเวศ แผน กลยุทธ์คอนเทนต์ทางการตลาด การวิเคราะห์ วัดผลประสิทธิภาพคอนเทนต์และเครื่องมือการสื่อสารดิจิทัล จริยธรรม Process; methodology; composition; content marketing framework; audience analysis; marketing activities and content; digital platform; innovation; creative process; communication tools; digital content distribution channels; ecosystem; plan; content marketing strategy; analysis; measure content and digital content channels performance; ethics	- ตัดรายวิชา โดยบูรณาการในรายวิชา 1702 245 การตลาดคอนเทนต์และเครื่องมือการสื่อสารดิจิทัล (Content Marketing and Digital Communication Tools) 3(2-2-5) - ตัดรายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
1702 350 การเป็นผู้ประกอบการและการสร้างธุรกิจใหม่ 3(1-4-4) (Entrepreneurship and New Venture Creation) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน : ไม่มี คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ทักษะที่จำเป็นของผู้ประกอบการ การพัฒนาและประเมินโอกาสของการประกอบการ บทบาทและความรับผิดชอบของผู้ร่วมลงทุนในการสร้างธุรกิจใหม่ การพัฒนาแผนสำหรับธุรกิจใหม่ กระบวนการการสร้างธุรกิจใหม่ จริยธรรมของการเป็นผู้ประกอบการ ประเด็นอื่นที่สำคัญในการจัดการการประกอบการ Characteristics of entrepreneurs; necessary skills for entrepreneurs; developing and evaluating entrepreneurial opportunities; roles and responsibilities of venture capitalists in creating new ventures; developing plan for new ventures; processes of new venture creation; ethics of entrepreneurship; other important issues in entrepreneurial management	-ไม่มี-	- ตัดรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
1702 351 การตลาดระหว่างประเทศ 3(3-0-6) (International Marketing) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: 1702 210 หลักการตลาด รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี แนวคิดและปรัชญาการบริหารการตลาดระหว่างประเทศ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตลาดระหว่างประเทศ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดระหว่างประเทศ กฎหมายธุรกิจระหว่างประเทศ วิธีการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ สถาบันที่เกี่ยวข้องกับการตลาดระหว่างประเทศ การวิเคราะห์การแข่งขันของตลาดระหว่างประเทศ การแบ่งส่วนตลาดระหว่างประเทศ กลยุทธ์การตลาดระหว่างประเทศ ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจระหว่างประเทศ Concepts and philosophy of management on international marketing; factors affecting on international marketing; international marketing environment analysis; business international law; mode of entry to international marketing; institutions involved in international marketing; international market competition analysis; international marketing segmentation; international marketing strategy; corporate social	กลุ่มวิชาชีพบังคับ วิชาเอกการตลาดดิจิทัล 1702 351 การตลาดระหว่างประเทศและระดับโลก 3(3-0-6) (International and Global Marketing) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี แนวคิด ปรัชญาการบริหารการตลาดระหว่างประเทศและระดับโลก การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดในต่างประเทศ กฎหมายธุรกิจระหว่างประเทศ การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ สถาบันที่เกี่ยวข้องและการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ การวิเคราะห์การแข่งขันของตลาดระหว่างประเทศ การแบ่งส่วนตลาด เลือกตลาดเป้าหมายและกำหนดตำแหน่งทางการตลาดในต่างประเทศ กลยุทธ์การตลาดระหว่างประเทศ ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจระหว่างประเทศ Concepts; international and global marketing management philosophies; international marketing environmental analysis; international business laws; entry into foreign markets; related institutions and economic integration; international marketing competition analysis; market segmentation, targeting and positioning in foreign markets; strategic international	- ปรับชื่อรายวิชา ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ - ปรับปรุงคำอธิบายรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษ - จัดในกลุ่มวิชาชีพบังคับ วิชาเอกการตลาดดิจิทัล - ตัดรายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
responsibilities of international business	marketing; international business social responsibility	
1702 391 การจัดการการตลาด (Marketing Management) 3(2-2-5) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 1702 210 หลักการตลาด รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน : ไม่มี แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการตลาด การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมทางธุรกิจ พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การเลือกกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย การสื่อสารทางการตลาด การควบคุมและประเมินผลทางการตลาด Concept of marketing management; business environment analysis; consumer behavior; market segmentation; market targeting; market positioning; product and price management; channel management; marketing communication; marketing control and evaluation	-ไม่มี-	- ตัดรายวิชา และเนื้อหาได้บูรณาการในรายวิชา 1702 210 หลักการตลาด (Principles of Marketing) 3(3-0-6) แล้ว

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
1702 392 การวิจัยการตลาด (Marketing Research) 3(2-2-5) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: 1700 204 สถิติและการวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี บทบาทและความสำคัญของการวิจัยการตลาดที่มีต่อธุรกิจ กระบวนการในการวิจัยการตลาด การกำหนดปัญหา แหล่งข้อมูล การทบทวนวรรณกรรม การออกแบบงานวิจัย การเลือกตัวอย่าง การออกแบบสอบถาม การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การเขียนรายงาน การใช้ผลการวิจัยให้เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ การดำเนินการวิจัยการตลาดในภาคปฏิบัติจริง Roles and importances of marketing research on businesses; process of marketing research; problem determination; source of data; literature review; research design; sampling; questionnaire design; data collection; data analysis; reporting; applying research results in businesses; actual practices in market research	-ไม่มี-	- ย้ายไปอยู่ในกลุ่มวิชาแกน - ปรับปรุงคำอธิบายรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
-ไม่มี-	กลุ่มวิชาชีพบังคับ วิชาเอกการตลาดดิจิทัล 1702 321 การสร้างแบรนด์ในยุคดิจิทัล 3(2-2-5) (Branding in Digital Era) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี องค์ประกอบและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของตราสินค้า กระบวนการสร้างแบรนด์ การสร้างเอกลักษณ์ตราสินค้า การพิจารณาเครื่องมือที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร การสร้างการรับรู้ในแบรนด์ใหม่ในกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย กลยุทธ์และกลวิธีในการสร้างความแข็งแกร่งของตราสินค้า การพัฒนาตราสินค้าระดับสากล Elements and factors influencing brand success; branding process; brand identity; consideration of communication tools; creation of new brand awareness among target customer; brand strengthening strategies and tactics; international brands development	- เพิ่มรายวิชาใหม่ โดยบูรณาการจากรายวิชา 1702 220 การจัดการผลิตภัณฑ์และตราสินค้า (Product and Brand Management) 3(3-0-6) เป็นรายวิชาเกี่ยวกับการสร้างเอกลักษณ์ตราสินค้า การพิจารณาเครื่องมือที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร การสร้างการรับรู้ในแบรนด์ใหม่ในกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
-ไม่มี-	กลุ่มวิชาชีพบังคับ วิชาเอกการตลาดดิจิทัล 1702 352 นวัตกรรมการตลาดเพื่อสังคม 3(3-0-6) (Social Marketing Innovation) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี ทฤษฎีและแนวทางปฏิบัติในการดูแลกิจการที่ดี การประกอบกิจกรรมด้วยความเป็นธรรม ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค การมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม การจัดการสิ่งแวดล้อม ผลิตภัณฑ์นวัตกรรม ความสำคัญและความเกี่ยวข้องของนวัตกรรมการตลาดเพื่อสังคม การสร้างนวัตกรรมสำหรับการเป็นผู้ประกอบการสังคม การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันจากการสร้างนวัตกรรม วงจรชีวิตนวัตกรรม การสร้างตัวแบบนวัตกรรม นวัตกรรมและการเผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม และการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน Theories and practices of good corporate governance; fair corporate activities; consumer responsibility; participation in community and social development; environmental management; innovation products; importance and association of social marketing innovation; innovation creation for social	- เพิ่มรายวิชาใหม่เกี่ยวกับนวัตกรรมการตลาดเพื่อสังคม

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
	entrepreneurship; building competitive advantage through innovation; innovation life cycle; innovation modelling; innovation and innovation dissemination from corporate social responsibility activities and preparation of sustainability reports	
-ไม่มี-	กลุ่มวิชาชีพบังคับ วิชาเอกการตลาดดิจิทัล 1702 359 การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในยุคดิจิทัล 3(2-2-5) (Electronic Commerce in Digital Era) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี ความสำคัญของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในยุคดิจิทัล รูปแบบการดำเนินธุรกิจ กระบวนการทำงานผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย อีมาร์เก็ตเพลส และดรอปชิป ระบบหน้าร้านและระบบหลังร้าน กลยุทธ์การตลาดและคอนเทนต์ ภาษี กฎหมายและจริยธรรมการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในยุคดิจิทัล แนวโน้มของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ Importance of electronic commerce in digital age; business model: workflow through social media platforms, e-marketplace and dropship; storefront and back systems; content and marketing strategies; tax, legal and e-commerce	- เพิ่มรายวิชาใหม่ เกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในยุคดิจิทัล

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
	ethics in digital age; trend of electronic commerce	
-ไม่มี-	วิชาชีพบังคับ วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่ 1702 231 เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 3(2-2-5) (Information Technology for Modern Trade Business) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี เทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจดิจิทัล ธุรกิจการค้าสมัยใหม่ กลยุทธ์ การเปลี่ยนแปลงสู่ธุรกิจดิจิทัล สินค้าและบริการสำหรับตลาดในธุรกิจดิจิทัล ประสบการณ์ลูกค้าในการค้าดิจิทัล เทคโนโลยีอัจฉริยะ ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ โลกเสมือนจริง ระบบข้อมูลแบบก้อนเมฆ เครื่องมือดิจิทัล การวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับการค้าสมัยใหม่ Digital business information technology; modern trade business; digital business transformation strategies; products and services for markets in digital business market; customer experiences in digital commerce; smart technology; hardware; software; virtual worlds; cloud data system; digital tools; data analysis for modern trade	- เพิ่มรายวิชาใหม่ เกี่ยวกับเทคโนโลยี สารสนเทศสำหรับ ธุรกิจการค้าสมัยใหม่

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
-ไม่มี-	วิชาชีพบังคับ วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่ 1702 232 การจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่แบบบูรณาการ 3(3-0-6) (Integrated Modern Trade Business Management) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี การวิเคราะห์สภาพธุรกิจ จุดแข็งและจุดอ่อนในการวางแผน บริหารธุรกิจการค้าสมัยใหม่อย่างบูรณาการ การแบ่งส่วนตลาด การกำหนด กลุ่มเป้าหมาย การวางตำแหน่งทางการตลาด การบริหารร้านค้า กลยุทธ์ส่วน ประสมผลิตภัณฑ์ของธุรกิจ การเลือกทำเลที่ตั้ง การบริหารโลจิสติกส์ กลยุทธ์ การบริการภายใต้การแข่งขันและสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง Business condition analysis; strengths and weaknesses in integrated modern business management planning; segmentation; targeting; market positioning; store management; business product mix strategy; location selection; logistics management; service strategy under fluctuated competition and environment	- เพิ่มรายวิชาใหม่ เกี่ยวกับการจัดการธุรกิจ การค้าสมัยใหม่แบบ บูรณาการ

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
-ไม่มี-	วิชาชีพบังคับ วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่ 1702 345 แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ 3(2-2-5) (Social Media Platform) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี บทนำเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ทางธุรกิจ การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า การตั้งค่าโปรไฟล์ธุรกิจบนสื่อสังคมออนไลน์ การเพิ่มประสิทธิภาพแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ การจัดการแคมเปญสื่อสังคมออนไลน์ที่หลากหลายแพลตฟอร์ม กลยุทธ์การสร้างคอนเทนต์ การทดสอบและปรับปรุงแคมเปญ การนำเสนอแคมเปญสื่อสังคมออนไลน์แบบบูรณาการ ผู้บริหารสื่อสังคมออนไลน์ Introduction to social media for business; customer relationship management; setting up business social media profiles; optimizing social media platforms; managing multi-platform social media campaigns; developing content strategies; testing and improving campaign; integrated social media campaigns presentation; social media managers	- เพิ่มรายวิชาใหม่เกี่ยวกับแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
-ไม่มี-	วิชาชีพบังคับ วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่ 1702 346 การจัดการการขายสำหรับธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 3(3-0-6) (Sales Management for Modern Trade Business) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี บทบาทและความสำคัญของการจัดการขายและการขายในธุรกิจการค้าสมัยใหม่ หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้บริหารงานขาย การวางแผนการขาย การจัดองค์กรฝ่ายขาย การสรรหา การคัดเลือกพนักงานขายและการฝึกอบรมพนักงานขาย การให้ค่าตอบแทนและการจูงใจ การวิเคราะห์และการประเมินผลการปฏิบัติงาน การควบคุม Roles and importance of sale management and sales in modern trade business; sales manager duties and responsibilities; sales planning; sales organization; recruitment; sales force selection and sales force training; compensation and motivation; performance evaluation and analysis; controlling	- เพิ่มรายวิชาใหม่ เกี่ยวกับ 1702 346 การจัดการการขาย สำหรับธุรกิจการค้าสมัยใหม่

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
-ไม่มี-	วิชาชีพบังคับ วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่ 1702 450 การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3(2-2-5) สำหรับธุรกิจการค้าสมัยใหม่ (Electronic Commerce for Modern Trade Business) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี หลักการและกระบวนการของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับธุรกิจการค้าสมัยใหม่ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่และบนโซเชียลมีเดีย รูปแบบรายได้ ประเภทของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ห่วงโซ่อุปทานดิจิทัล การวางแผนธุรกิจดิจิทัล กระบวนการออกแบบและพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ระบบแคตตาล็อก ระบบการชำระเงินดิจิทัล พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับระบบรักษาความปลอดภัย การบริหารสินค้าคงคลังและระบบการส่งมอบสินค้า กลยุทธ์การตลาด คอนเทนต์และการโฆษณาดิจิทัล กฎหมายและจริยธรรมของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ Principles and process of electronic commerce for modern trade business; electronic commerce on mobile commerce and social media commerce; revenue model; types of electronic commerce; digital supply chain; digital	- เพิ่มรายวิชาใหม่ เกี่ยวกับ 1702 450 การพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์สำหรับ ธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 3(2-2-5)

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
	business planning; electronic commerce design and development process; catalog system; digital payment system; electronic commerce with security; inventory management and delivery system; marketing strategies; content and digital advertising; laws and ethics of electronic commerce	
2.3 กลุ่มวิชาชีพเลือก	2.3 กลุ่มวิชาชีพเลือก	
1702 242 การนำเสนออย่างมืออาชีพ 3(1-4-4) (Professional Presentation) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี หลักการเพื่อการสื่อสารที่ดีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ทักษะการนำเสนอทางธุรกิจ บุคลิกภาพกับการนำเสนอความคิดสร้างสรรค์ กลุ่มผู้ฟังกับการนำเสนอ ลักษณะเฉพาะของสื่อกับการนำเสนออย่างมืออาชีพ สื่อประสมกับการนำเสนอ ฝึกทักษะการนำเสนออย่างสร้างสรรค์ Principles of good communication in Thai and English languages; business presentation skill; personality and creative presentation; target audience and presentation; specific qualification of media and professional presentation; mixed media	-ไม่มี-	- ตัดออก

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
and presentation; practices for skills on creative presentation		
1702 332 การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน 3(3-0-6) (Logistics and Supply Chain Management) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: 1702 210 หลักการตลาด รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี ความสำคัญของการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน กลยุทธ์โลจิสติกส์ การบริการลูกค้า กระบวนการการบริหารสินค้าคงคลัง การจัดซื้อคลังสินค้า การขนส่ง ระบบสารสนเทศด้านโลจิสติกส์ Importance of marketing logistics and supply chain management; logistics strategy; customer service; inventory management process; purchasing; warehousing; transportation; logistics information system	กลุ่มวิชาชีพเลือก วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่ 1702 332 การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน 3(3-0-6) (Logistics and Supply Chain Management) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี ความสำคัญของการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน กลยุทธ์โลจิสติกส์ การบริการลูกค้า กระบวนการการบริหารสินค้าคงคลัง การจัดซื้อคลังสินค้า การขนส่ง ระบบสารสนเทศด้านโลจิสติกส์ Importance of marketing logistics and supply chain management; logistics strategy; customer service; inventory management process; purchasing; warehousing; transportation; logistics information system	- ปรับเป็นรายวิชาในกลุ่มวิชาชีพเลือก วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่ - ตัดรายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
1702 331 การจัดการค้าปลีกสมัยใหม่ 3(3-0-6) (Modern Retail Business Management) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 1702 210 หลักการตลาด รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน : ไม่มี สภาพแวดล้อมและการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีกในภาพรวม รูปแบบของการดำเนินธุรกิจค้าปลีก พฤติกรรมผู้บริโภคในธุรกิจค้าปลีก การเลือกทำเล และการออกแบบร้านค้า การจัดการค้าปลีกในด้านการจัดการผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ราคา โลจิสติกส์และเทคโนโลยีในธุรกิจค้าปลีก การสื่อสารการตลาด และการบริการในธุรกิจค้าปลีก Overall retail business environment and competition; types of retail business operation; consumer behavior in retail business; location selection and store design; retail business management in aspect of product management; pricing strategy; logistics and technology in retail business; marketing communication and service in retail business	-ไม่มี-	- ตัดออก

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
1702 341 การตลาดทางตรง (Direct Marketing) 3(3-0-6) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 1702 210 หลักการตลาด รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน : ไม่มี บทบาทและความสำคัญของการตลาดทางตรง การวางแผนการเลือกเครื่องมือการตลาดทางตรง การกำหนดกลยุทธ์การตลาดทางตรง การประเมินผลและการควบคุมการตลาดทางตรง Roles and importances of direct marketing; planning; direct marketing tools selection; determination of direct marketing strategy; evaluation and controlling of direct marketing	กลุ่มวิชาชีพเลือก วิชาเอกการตลาดดิจิทัล 1702 341 การตลาดทางตรงและการประชาสัมพันธ์ 3(3-0-6) (Direct Marketing and Public Relations) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี บทบาทและความสำคัญของการตลาดทางตรงและการประชาสัมพันธ์ ความแตกต่างของการตลาดทางตรงกับการตลาดทั่วไป ลักษณะของการประชาสัมพันธ์ การวางแผนและการออกแบบเครื่องมือการตลาดทางตรง การกำหนดกลยุทธ์และการประเมินผลการตลาดทางตรง และการประชาสัมพันธ์ Roles and importance of direct marketing and public relations; direct marketing and general marketing differentiations; public relations characteristics; direct marketing tools planning and design; direct marketing and public relations strategic determination and evaluation	- รายวิชาใหม่ โดย บูรณาการในรายวิชา 1702 341 การตลาด ทางตรงและ การประชาสัมพันธ์ (Direct Marketing and Public Relations) 3(3-0-6) - ตัดรายวิชาที่ต้องเรียน มาก่อน

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
1702 252 กิจการเพื่อสังคมและธุรกิจที่ยั่งยืน 3(3-0-6) (Social Enterprise and Sustainable Business) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน : ไม่มี หลักการและแนวคิดธรรมาภิบาล ประเพณีของธรรมาภิบาล ระบบและกลไกในการกำกับดูแลกิจการที่ดี โปร่งใส เป็นธรรมและมีจริยธรรม จรรยาบรรณทางธุรกิจ การประยุกต์ใช้ธรรมาภิบาลในองค์การ กลยุทธ์ ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทและแผนปฏิบัติในหลายบริษัท วิธีการปฏิบัติที่สามารถสร้างความสำเร็จให้บริษัทได้ในระยะยาว กลยุทธ์ที่ช่วยสร้างสมดุลระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผลกระทบของกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท รูปแบบกิจการเพื่อสังคม การสร้างประโยชน์เพื่อสังคมร่วมกันและการสร้างธุรกิจที่ยั่งยืน Principles of corporate governance concepts; types of corporate governance; systems and mechanisms for corporate governance, transparency, fair and ethical, code of conduct in business; application of good governance in the organization; Corporate Social Responsibility (CSR) strategies; CSR policies and operation plans in various companies; implementation for long-	-ไม่มี-	- ตัดออก

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
term business success; strategies for balancing among stakeholders; Social Enterprise Model; Creating Shared Value (CSV) and Sustainable Business		
1702 343 การจัดการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย 3(3-0-6) (Advertising Management and Sales Promotion) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: 1702 210 หลักการตลาด รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี แนวคิด หลักการและความสำคัญของการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย การวางแผนและขั้นตอนการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย การกำหนดกลยุทธ์และการประเมินผล จริยธรรมในการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย Concepts, principles and significance of advertising and sales promotion; planing and procedures; strategy determination and performance assessment of advertising and sales promotion; ethics and social responsibility	กลุ่มวิชาชีพเลือก วิชาเอกการตลาดดิจิทัล 1702 343 การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย 3(3-0-6) (Advertising and Sales Promotion) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี แนวคิด หลักการและความสำคัญของการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย ประวัติ การวางแผนองค์การโฆษณา กระบวนการสื่อสารและสัญญาณศาสตร์ ความคิดสร้างสรรค์ในงานโฆษณา การสร้างสตอรี่บอร์ด เครื่องมือการส่งเสริมการขาย การประยุกต์ใช้เครื่องมือการส่งเสริมการขายในร้านค้าและนอกร้านค้า การวางแผนร้านค้า Concepts, principles and importance of advertising and sales promotion; history; advertising organizational planning; communication process and semiology; creativity in advertising works; storyboards creation; sales promotion tools; applications of sales promotion tools in retailing and outdooing; retail layout	- ปรับชื่อรายวิชา ภาษาไทยและ ภาษาอังกฤษ - ปรับปรุงคำอธิบาย รายวิชาภาษาไทยและ ภาษาอังกฤษ - ตัดรายวิชาที่ต้องเรียน มาก่อน

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
	setting	
1702 342 การจัดการการขายอย่างมืออาชีพ 3(3-0-6) (Professional Sales Management) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: 1702 210 หลักการตลาด รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี ความหมายและความสำคัญของการขายและการจัดการการขาย ศิลปะการขาย บุคลิกภาพของพนักงานขาย เจรจาต่อรอง การจัดการการขาย การวางแผนการขาย การพยากรณ์การขาย การสรรหา คัดเลือกและอบรม พนักงานขาย การจ่ายผลประโยชน์ตอบแทน การจูงใจพนักงานขาย การบริหาร เวลาและอาณาเขตการขาย การประเมินผลพนักงานขายและจริยธรรมสำหรับ นักขาย Meaning and importance of sales and sales management; salesmanship; sales personality; negotiation; sales management; sales planning; sales forecast; recruiting; selecting and training salesman; compensation; sales motivation; time and territory management; sales evaluation and ethics for salesman	กลุ่มวิชาชีพเลือก วิชาเอกการตลาดดิจิทัล 1702 342 การขายแบบสร้างสรรค์และการจัดการการขาย 3(2-2-5) (Creative Selling and Sales Management) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการขาย บุคลิกภาพสำหรับพนักงานขาย เทคนิคการขายและการจัดการการขาย การวางแผนการขาย การจัดองค์การ ฝ่ายขายและการพยากรณ์ยอดขาย การบริหารพนักงานขาย การสรรหา การคัดเลือก การฝึกอบรม การให้ผลตอบแทน การจูงใจ การบริหารเวลา การจัดการอาณาเขตการขาย การประเมินผลและการควบคุม พนักงานขาย การเสริมสร้างจรรยาบรรณเพื่อให้เป็นนักขายที่ดี Basic knowledge of sales; personality for salesperson; selling techniques and sales management; sales planning, sales organizational management and sales forecasting; sales force management; recruitment, selection, training, compensation, motivation, time management, sales territory management, evaluation and sales staff controlling; enhancing code of conduct	- ปรับชื่อรายวิชา ภาษาไทยและ ภาษาอังกฤษ - ปรับปรุงคำอธิบาย รายวิชาภาษาไทยและ ภาษาอังกฤษ - ตัดรายวิชาที่ต้องเรียน มาก่อน

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
	for good salesperson	
1702 353 การตลาดบริการ (Service Marketing) 3(3-0-6) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: 1702 210 หลักการตลาด รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี บทบาทและความสำคัญของธุรกิจบริการ ประเภทของธุรกิจบริการ พฤติกรรมผู้ใช้บริการ การกำหนดกลยุทธ์การประยุกต์ใช้ การควบคุมและประเมินผลตลาดบริการ หลักการการคิดออกแบบบริการ ขอบข่ายงานในการออกแบบบริการ เครื่องมือสำหรับการคิดการออกแบบบริการ การคิดออกแบบบริการเชิงลึก Roles and importances of service business; types of service business; consumer behavior; determine service marketing strategy; evaluation techniques and controlling and development of business institution on service sector; service design thinking principle; service design scope; service design thinking tools; in-depth service design thinking	กลุ่มวิชาชีพเลือก วิชาเอกการตลาดและการสื่อสารดิจิทัล 1702 353 การตลาดบริการ (Service Marketing) 3(3-0-6) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี บทบาทและความสำคัญของธุรกิจบริการ ประเภทของธุรกิจบริการ พฤติกรรมผู้ใช้บริการ การกำหนดกลยุทธ์ธุรกิจบริการ การประยุกต์ใช้ การควบคุมและประเมินผลธุรกิจบริการ หลักการการคิดออกแบบบริการ ขอบข่ายงานในการออกแบบบริการ เครื่องมือสำหรับการคิดการออกแบบบริการ Roles and importance of service business; types of service business; service consumer behavior; service marketing strategy determination; applications; service business controlling and evaluation; service design thinking principles; service design scope; service design thinking tools	- ปรับปรุงคำอธิบายรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษ - ตัดรายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
-ไม่มี-	กลุ่มวิชาชีพเลือก วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่ 1702 354 การตลาดบริการสำหรับธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 3(3-0-6) (Service Marketing for Modern Trade Business) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี บทบาทและความสำคัญของตลาดบริการในธุรกิจการค้าสมัยใหม่ พฤติกรรมผู้ใช้บริการ หลักการการคิดออกแบบบริการ การกำหนดกลยุทธ์ การประยุกต์ใช้ การควบคุมและประเมินผลตลาดบริการในธุรกิจการค้า สมัยใหม่ ขอบข่ายงานของการออกแบบบริการ เครื่องมือสำหรับการคิดการ ออกแบบบริการ Roles and importance of service marketing in modern trade business; service users behavior; service design thinking principles; strategy determination; application; controlling and evaluating service market in modern trade business; scope of service design; service design thinking tools	- เพิ่มรายวิชาใหม่ เกี่ยวกับการตลาด บริการสำหรับธุรกิจ การค้าสมัยใหม่

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
1702 393 การวางแผนการตลาด (Marketing Planning) 3(3-0-6) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: 1702 210 หลักการตลาด รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี ทฤษฎี แนวคิด กระบวนการและเครื่องมือในการจัดทำแผนการตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่มีผลต่อกิจกรรมทางการตลาด การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การแข่งขัน การกำหนดกลยุทธ์และพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด รวมถึงแนวทางการปฏิบัติตามแผนและการควบคุมการดำเนินงานทางการตลาดภายใต้หลักจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม Theory; concept; process and tools for marketing plan; environment analysis affecting on marketing activity; consumer behavior analysis; competition; strategy determination and marketing mix development including approach to implement on plan and controlling of marketing operation under principle of ethics and social responsibility	กลุ่มวิชาชีพเลือก วิชาเอกการตลาดดิจิทัล 1702 393 การวางแผนการตลาด (Marketing Planning) 3(3-0-6) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี ทฤษฎี แนวคิด กระบวนการและเครื่องมือสำหรับแผนการตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่มีผลต่อกิจกรรมทางการตลาด การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การแข่งขัน การกำหนดกลยุทธ์และพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด แนวทางการปฏิบัติตามแผนและการควบคุมการดำเนินงานทางการตลาดภายใต้หลักจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม Theories; concepts; processes and tools for marketing plan; environmental analysis impacts on marketing activities; consumer behavior analysis; competition; strategy determination and marketing mix development; approaches on plan implementation and controlling of marketing operation under ethics code and social responsibility	- ปรับปรุงคำอธิบายรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษ - ตัดรายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
2001 116 พื้นฐานการออกแบบกราฟิก 3(2-2-5) (Basic Graphic Design) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี การออกแบบกราฟิก 2 มิติ การจัดองค์ประกอบงานออกแบบ กระบวนการคิดและสร้างสรรค์กราฟิกบนผลิตภัณฑ์ คอมพิวเตอร์กราฟิก ทฤษฎีสีที่ใช้ในงานกราฟิก Two dimensional graphic design; design composition; creative thinking process; graphic on product; computer graphic, color theory for graphic design	-ไม่มี-	-ตัดออก
2001 364 การออกแบบสื่อดิจิทัล (Digital Media) 3(2-2-5) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี หลักการผลิตสื่อดิจิทัลมีเดีย การนำเสนอ การเผยแพร่ผลงานผ่านระบบออนไลน์ Principle of production method on digital media; presentation; published works through online system	-ไม่มี-	-ตัดออก

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
1702 394 คลังข้อมูลและการทำเหมืองข้อมูล 3(2-2-5) (Data Warehouse and Data Mining) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน : ไม่มี หลักการคลังข้อมูลและเหมืองข้อมูล เครื่องมือด้านเหมืองข้อมูล การเตรียมข้อมูลก่อนการประมวลผล กฎความสัมพันธ์ข้อมูล การแบ่งกลุ่มข้อมูล การจำแนกประเภทข้อมูล เค้าวิชาวลไลเซชัน ธุรกิจอัจฉริยะ เหมืองข้อมูลขนาดใหญ่และการวิเคราะห์ Principle of data warehousing and data mining; data mining tools; data preparation before processing; association technique; clustering technique; classification technique; data visualization technique; business intelligence; big data mining and analytics	-ไม่มี-	-ตัดออก

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
1702 395 การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ทางธุรกิจ 3(2-2-5) (Big Data Analytics for Business) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน : ไม่มี หลักการของการทำเหมืองข้อมูลขนาดใหญ่ การรวบรวมข้อมูล การกรองและเตรียมข้อมูลสำหรับนำมาใช้ในการวิเคราะห์ผล การสร้างโมเดลพยากรณ์ การจัดกลุ่มข้อมูล การหาความสัมพันธ์ การนำเสนอข้อมูลกราฟ การวิเคราะห์ข้อความ การวิเคราะห์ข้อมูลสื่อสังคมออนไลน์ การจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ Principle of big data mining; data collection; data filtering and data preparation for analysis; data classification model; data clustering; data association; data visualization; text analytics; social media analytics; big data management	-ไม่มี-	-บูรณาการในรายวิชา 1702 395 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Analytic) 3(2-2-5) กลุ่มวิชาแกน วิชาเอก การตลาดดิจิทัล

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
-ไม่มี-	กลุ่มวิชาชีพเลือก วิชาเอกการตลาดดิจิทัล 1702 345 แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ 3(2-2-5) (Social Media Platform) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี บทนำเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ทางธุรกิจ การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า การตั้งค่าโปรไฟล์ธุรกิจบนสื่อสังคมออนไลน์ การเพิ่มประสิทธิภาพแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ การจัดการแคมเปญสื่อสังคมออนไลน์ที่หลากหลายแพลตฟอร์ม กลยุทธ์การสร้างคอนเทนต์ การทดสอบและปรับปรุงแคมเปญ การนำเสนอแคมเปญสื่อสังคมออนไลน์แบบบูรณาการ ผู้บริหารสื่อสังคมออนไลน์ Introduction to social media for business; customer relationship management; setting up business social media profiles; optimizing social media platforms; managing multi-platform social media campaigns; developing content strategies; testing and improving campaign; integrated social media campaigns presentation; social media managers	- เพิ่มรายวิชาใหม่เกี่ยวกับแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
-ไม่มี-	กลุ่มวิชาชีพเลือก วิชาเอกการตลาดดิจิทัล/วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่ 1702 246 การออกแบบสื่อดิจิทัลทางการตลาด 3(2-2-5) (Marketing Digital Media Design) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี บทบาทและความสำคัญของการจัดการขายและการขายในธุรกิจการค้าสมัยใหม่ หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้บริหารงานขาย การวางแผนการขาย การจัดองค์กรฝ่ายขาย การสรรหา การคัดเลือกพนักงานขายและการฝึกอบรมพนักงานขาย การให้ค่าตอบแทนและการจูงใจ การวิเคราะห์และการประเมินผลการปฏิบัติงาน การควบคุม Roles and importance of sale management and sales in modern trade business; sales manager duties and responsibilities; sales planning; sales organization; recruitment; sales force selection and sales force training; compensation and motivation; performance evaluation and analysis; controlling	- เพิ่มรายวิชาใหม่ เกี่ยวกับการออกแบบสื่อดิจิทัลทางการตลาด

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
-ไม่มี-	กลุ่มวิชาชีพเลือก วิชาเอกการตลาดดิจิทัล/วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่ 1702 247 การตลาดผ่านเครื่องมือค้นหาทางอินเทอร์เน็ต 3(2-2-5) (Search Engine Marketing) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี หลักการและแนวคิดในการค้นหาสารสนเทศทางการตลาด องค์ประกอบของการค้นหาข้อมูล ขั้นตอนเทคนิคและวิธีการค้นหาข้อมูล การตลาด รูปแบบและวิธีการค้นหาสารสนเทศทางการตลาด การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการค้นหา การประยุกต์ใช้ข้อมูลที่ได้จากการค้นหาเพื่อการตลาด Principles and concepts of marketing information search; elements of data search; steps, techniques and methods of searching for marketing information; forms and methods of searching for marketing information; analyzing obtained data searching from search engines; applying obtained data searching from search engines for marketing	- เพิ่มรายวิชาใหม่ เกี่ยวกับการตลาดผ่าน เครื่องมือค้นหาทาง อินเทอร์เน็ต

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
-ไม่มี-	กลุ่มวิชาชีพเลือก วิชาเอกการตลาดดิจิทัล 1702 248 การตลาดผ่านกลุ่มคนที่มีอิทธิพลบนสื่อดิจิทัล 3(3-0-6) (Influencer Marketing) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี ทฤษฎีการตลาดที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มคนที่มีอิทธิพลบนสื่อดิจิทัล การทำการตลาดกับกลุ่มคนที่มีอิทธิพลบนสื่อดิจิทัล ประเภทของกลุ่มคนที่มีอิทธิพลบนสื่อดิจิทัล การปรับใช้กลุ่มคนที่มีอิทธิพลบนสื่อดิจิทัลกับแผนการตลาด การวิเคราะห์บทบาท บุคลิกภาพ และคอนเทนต์สอดคล้องกับประเภทของสินค้า การบริหารจัดการและการวางแผนคอนเทนต์ ข้อความ แคปชั่น การเรียนรู้ความต้องการของลูกค้าหรือตราสินค้า ประเมินความเหมาะสมระหว่างเนื้อหาและกลุ่มคนที่มีอิทธิพลบนสื่อดิจิทัล Marketing theories relating to influencer; influencer marketing through each channel; types of influencer; influencer utilization in marketing plan; roles, characteristics and content analysis of influencer to match with each product category; management and content planning, message, caption; learning of customer demand or brand demand; appropriated evaluation	- เพิ่มรายวิชาใหม่ เกี่ยวกับการตลาดผ่านกลุ่มคนที่มีอิทธิพลบนสื่อดิจิทัล

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
	between content and influencer	
-ไม่มี-	กลุ่มวิชาชีพเลือก วิชาเอกการตลาดดิจิทัล 1702 249 การตลาดในเกมส์ (Marketing in Games) 3(2-2-5) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี การตลาดและเกมส์ กิจกรรมการตลาดดิจิทัลในอุตสาหกรรมเกมส์ กิจกรรมทางการตลาดด้วยเกมส์ การตลาดด้วยเกมส์ในสื่อสังคมออนไลน์ สื่อโต้ตอบ ปัญญาประดิษฐ์และโลกเสมือนจริง การตลาดด้วยวีดีโอในเกมส์ การสื่อสารการโฆษณาในเกมส์ กลยุทธ์การตลาดในเกมส์ จริยธรรม กฎหมาย ลิขสิทธิ์เนื้อหาในเกมส์และความยั่งยืนของการตลาดในเกมส์ Marketing and games; digital marketing activities in game industry; gamification marketing; games marketing in social media; interactive media; artificial intelligence and virtual world game; marketing in game video; advertising communication in games; strategic marketing in games; ethics; laws; content copyright in games and marketing in game sustainability	- เพิ่มรายวิชาใหม่ เกี่ยวกับการตลาดใน เกมส์

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
-ไม่มี-	กลุ่มวิชาชีพเลือก วิชาเอกการตลาดดิจิทัล 1702 322 การตลาดแฟชั่นและสินค้าหรูหรา 3(3-0-6) (Fashion and Luxury Product Marketing) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี แนวคิด พื้นฐาน ประวัติและภาพรวมอุตสาหกรรมของสินค้าแฟชั่นและสินค้าหรูหรา ทักษะของลูกค้าที่มีต่อตลาดแฟชั่นและสินค้าหรูหรา กระบวนการพัฒนาสินค้า การสร้างตราสินค้าสินค้าแฟชั่นและสินค้าหรูหรา การสื่อสารอัตลักษณ์ กลยุทธ์ด้านราคาสำหรับสินค้าแฟชั่นและสินค้าหรูหรา การจัดการสินค้าและร้านค้าปลีกของสินค้าแฟชั่นและสินค้าหรูหรา ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าแฟชั่นและสินค้าหรูหรา กฎหมายและจริยธรรมในตลาดแฟชั่นและสินค้าหรูหรา การจัดการสินค้าแฟชั่นและสินค้าหรูหรา เพื่อความยั่งยืน Concepts, fundamentals, history and industry overview of fashion and luxury products; customers attitude in fashion and luxury markets; product development process; fashion and luxury brand building; communicating identity; pricing strategies of luxury and fashion products; fashion and luxury merchandising and	- เพิ่มรายวิชาใหม่ เกี่ยวกับการตลาดแฟชั่นและสินค้าหรูหรา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
	retailing management; distribution channels in fashion and luxury products; laws and ethics in fashion and luxury marketing; sustainable fashion and luxury products management	
-ไม่มี-	กลุ่มวิชาชีพเลือก วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่ 1702 333 การบริหารผลิตภัณฑ์ในธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 3(3-0-6) (Merchandising in Modern Trade Business) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี แนวคิด นโยบายเกี่ยวกับการจัดซื้อผลิตภัณฑ์ในธุรกิจการค้าสมัยใหม่เพื่อสร้างยอดขายและภาพลักษณ์ของธุรกิจ กระบวนการจัดซื้อและจัดหาเพื่อประกอบธุรกิจการค้าสมัยใหม่ การประเมินผล ควบคุมคุณภาพการจัดซื้อและจัดหา เทคนิคการเจรจาต่อรองและการสร้างความสัมพันธ์เพื่อประยุกต์ใช้ในการจัดซื้อและสอดคล้องกับการบริหารผลิตภัณฑ์ Concepts, policies regarding purchasing products in modern trading business to build sales and business image; procurement and sourcing for modern trading business; evaluation; purchasing and sourcing quality control; negotiation techniques and relationship building for application in purchasing	- เพิ่มรายวิชาใหม่ เกี่ยวกับการบริหารผลิตภัณฑ์ในธุรกิจการค้าสมัยใหม่

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
	and product management	
-ไม่มี-	กลุ่มวิชาชีพเลือก วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่ 1702 350 การเป็นผู้ประกอบการและการสร้างธุรกิจใหม่ 3(2-2-5) (Entrepreneurship and New Business Creation) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ทักษะที่จำเป็นของผู้ประกอบการ การพัฒนาและการประเมินโอกาสของการประกอบการ บทบาทและความรับผิดชอบของผู้ร่วมลงทุนในการสร้างธุรกิจใหม่ การพัฒนาแผนสำหรับธุรกิจใหม่ กระบวนการการสร้างธุรกิจใหม่ จริยธรรมของการเป็นผู้ประกอบการ ประเด็นอื่นที่สำคัญในการจัดการการประกอบการ Characteristics of entrepreneurs; entrepreneurs essential skills; development and assessment of entrepreneurial opportunities; roles and responsibilities of joint ventures in new business creation; new business plan development; new business creation process; entrepreneurship ethics; other important issues relating to entrepreneurship management	-ย้ายมาจากกลุ่มวิชาชีพ บัณฑิต -เปลี่ยนชั่วโมงเรียน จาก 3(1-4-4) เป็น 3(2-2-5) -ปรับปรุงคำอธิบาย รายวิชาภาษาอังกฤษ

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
-ไม่มี-	กลุ่มวิชาชีพเลือก วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่ 1702 357 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ 3(3-0-6) (Customer Relationship Management) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี แนวคิดการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ การตลาดสัมพันธ์และการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ โครงสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การจัดกลุ่มลูกค้า กลยุทธ์การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ การหาลูกค้าใหม่และการรักษาลูกค้าเก่า กระบวนการพัฒนาลูกค้า จิตวิทยาบริการ การบริการเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ กิจกรรมการตลาดเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การบริหารประสบการณ์ลูกค้า การประเมินผลการปฏิบัติตามแผนการตลาดการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ Concepts of customer relationship management; relationship marketing and customer relationship management; customer relationship structure; customer grouping; customer relationship management strategies; customer acquisition and customer retention; customer development process; service psychology; providing services to build customer relationships;	- เพิ่มรายวิชาใหม่ เกี่ยวกับการจัดการลูกค้าสัมพันธ์

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
	information system for customer relationship management; marketing activities for customer building relationship; customer experience management; evaluation of customer relationship management regarding marketing plan implementation	
-ไม่มี-	กลุ่มวิชาชีพเลือก วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่ 1702 358 การตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing) 3(3-0-6) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี ประเด็นปัจจุบันเกี่ยวกับปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม พฤติกรรมผู้บริโภคกับปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม จริยธรรมทางธุรกิจกับการตลาดเพื่อสังคม การตลาดเพื่อสังคมกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค กลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคม การตลาดสีเขียว การดำเนินโครงการการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคม การประเมินผลและการควบคุมการตลาดเพื่อสังคม Current issues of social and environmental problems; consumer behavior and social and environmental problems; social responsibility concepts; business ethics and social marketing; social marketing and consumer behavior change; social marketing	- เพิ่มรายวิชาใหม่เกี่ยวกับการตลาดเพื่อสังคม

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
	strategy; green marketing; implementation of social and environmental marketing projects; social marketing communication; evaluation and control of social marketing	
-ไม่มี-	กลุ่มวิชาชีพเลือก วิชาเอกการตลาดดิจิทัล/วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่ 1702 396 การลงทุนในตลาดดิจิทัล 3(2-2-5) (Digital Market Investment) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี ความหมายสกุลเงินดิจิทัล เทคโนโลยีบล็อกเชน หลักการทำงานของสกุลดิจิทัล ประเภทของสกุลเงินดิจิทัล ตลาดแลกเปลี่ยนสกุลเงินดิจิทัล การทำงานของธนาคารแบบไร้ศูนย์กลาง เครื่องมือที่ใช้เพื่อการลงทุนทางการตลาดดิจิทัล การประยุกต์ใช้สกุลเงินดิจิทัลเพื่อการลงทุนทางธุรกิจและการตลาด การวิเคราะห์ผลลัพธ์จากการลงทุนทางการตลาดดิจิทัล Meaning of digital currency; blockchain technology; principles of digital currency operations; types of digital currency; digital currency exchange market; decentralized banking operations; tools for investing in digital marketing; applications of digital currency for business investment and marketing; result	- เพิ่มรายวิชาใหม่เกี่ยวกับการลงทุนในตลาดดิจิทัล

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
	analysis of digital marketing investments	
2.4 กลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพ	2.7 กลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพ	
2.4.1 วิชาเอกการตลาด 1702 261 การฝึกงานด้านการตลาด 1 2 หน่วยกิต (Marketing Internship I) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี เงื่อนไขพิเศษ: สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 2 หรือมีฐานะเทียบเท่านักศึกษาชั้นปีที่ 2 วิชาเอกการตลาด ฝึกงานด้านการตลาดหรือเกี่ยวข้อง ในหน่วยงานภาครัฐกิจเอกชน เรียนรู้ระบบการทำงานทางธุรกิจเบื้องต้น ฝึกงานอย่างต่อเนื่องตามเวลาที่กำหนด Training in marketing or related field in private sector; learning working system in business fundamental; continuous internship within the appointed time	<u>วิชาเอกการตลาดดิจิทัล แผนปกติ</u> 1702 460 การฝึกงานด้านการตลาด 2 หน่วยกิต (Marketing Internship) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: 1702 481 โครงการด้านการตลาด เงื่อนไขพิเศษ: สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 4 หรือเทียบเท่า การฝึกงานในหน่วยงานภาครัฐหรือธุรกิจเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการตลาด นำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการฝึกงาน บำเพ็ญสาธารณประโยชน์ เพื่อปลูกฝังจิตสาธารณะแก่นักศึกษา ฝึกงานอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 14 สัปดาห์ Internship in government or private sectors relating to marketing; applying knowledge with internship; public service for instilling a public mind among students; internship continuously at least 14 weeks	-วิชาเอกการตลาดดิจิทัล มีกลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพและกลุ่มสหกิจศึกษา โดยกลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพได้ลดการฝึกงานด้านการตลาด เหลือวิชาเดียว -ปรับรหัสและชื่อรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษ -หน่วยกิตคงเดิม 2 หน่วยกิต

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
1702 461 การฝึกงานด้านการตลาด 2 3 หน่วยกิต (Marketing Internship II) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: 1702 261 การฝึกงานด้านการตลาด 1 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: 1702 481 โครงการทางด้านการตลาด การฝึกงานในหน่วยงานภาครัฐหรือธุรกิจเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการตลาด นำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการฝึกงาน บำเพ็ญสาธารณประโยชน์ เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกแก่นักศึกษา ฝึกงานอย่างต่อเนื่องตามเวลาที่กำหนด Training in government or private sectors relating to marketing; applying knowledge with internship; public benefit working compulsory to instill public mind to students; continuous internship within the appointed time	-ไม่มี-	-ตัดรายวิชา ให้เหลือ รายวิชาฝึกงานด้าน การตลาดวิชาเดียว

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
1702 481 โครงการงานด้านการตลาด (Marketing Project) 2 หน่วยกิต รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: 1702 461 การฝึกงานด้านการตลาด 2 การจัดทำโครงการงานด้านการตลาด เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน วิเคราะห์ปัญหาจากการฝึกงาน เสนอแนะแนวทางแก้ไข การเขียนรายงาน การนำเสนอรายงาน Creating marketing project to increase work efficiency; analyzing problems from internship; providing solutions; report writing; presentation	<u>วิชาเอกการตลาดดิจิทัล แผนปกติ</u> 1702 481 โครงการงานด้านการตลาด (Marketing Project) 2 หน่วยกิต รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: 1702 460 การฝึกงานด้านการตลาด การจัดทำโครงการงานด้านการตลาดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน วิเคราะห์ปัญหาจากการฝึกงาน เสนอแนะแนวทางแก้ไข การเขียนรายงาน การนำเสนอรายงาน Creating marketing project to increase work efficiency; analyzing problems from internship; providing solutions; report writing; report presentation	- ปรับรายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน 1702 460 การฝึกงานด้านการตลาด (Marketing Internship)

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
1702 482 เตรียมสหกิจศึกษา 1 หน่วยกิต (Preparation for Cooperative Education) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี การเตรียมตัวเพื่อการฝึกงานในสถานประกอบการ การเลือกสถานประกอบการที่เหมาะสม การเขียนจดหมายสมัครงานและเทคนิคการสัมภาษณ์งาน การพัฒนาบุคลิกภาพและมารยาทสังคม จริยธรรมวิชาชีพ การเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล วิจัยผลและสรุปผลการศึกษา การเขียนและนำเสนอผลงาน Preparation for working in the private sector; selection of suitable workplace; resume writing and job interview techniques; personality and social etiquette development; professional ethics; data collection and analysis; interpretation, discussion and summary, report writing and presentation	<u>วิชาเอกการตลาดดิจิทัล แผนสหกิจศึกษา</u> 1702 482 การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา 1(1-0-2) (Preparation for Cooperative Education) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี การเตรียมตัวเพื่อการฝึกงานในสถานประกอบการ การเลือกสถานประกอบการที่เหมาะสม การเขียนจดหมายสมัครงานและเทคนิคการสัมภาษณ์งาน การพัฒนาบุคลิกภาพและมารยาทสังคม การเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล วิจัยผลและสรุปผลการศึกษา การเขียนรายงานและนำเสนอผลงาน Preparation for interning in private sector; selection of suitable workplace; resume writing and job interview techniques; personality and social etiquette development; data collection; data analysis; interpretation and summary; report writing and presentation	-ปรับชื่อรายวิชา ภาษาไทยและ ปรับหน่วยกิตเป็น 1(1-0-2)

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
1702 483 สหกิจศึกษาด้านการตลาด 6 หน่วยกิต (Marketing Cooperative Education) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: 1702 480 เตรียมสหกิจศึกษา รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี เงื่อนไขพิเศษ: ลงทะเบียนเรียนมาแล้วไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิต และผ่านความเห็นชอบจากคณะกรรมการประจำหลักสูตร การปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการตลาด โดยการปฏิบัติต่อเนื่องกันไม่น้อยกว่า 4 เดือน การทำโครงการเพื่อการปรับปรุงหรือแก้ไขปัญหาของกระบวนการทำงาน การเขียนรายงาน การนำเสนอรายงาน Working in a real workplace relating to marketing; working continuously at least 4 months; conducting a project to improve or solve problems in work; report writing; presentation	<u>วิชาเอกการตลาดดิจิทัล แผนสหกิจศึกษา</u> 1702 483 สหกิจศึกษาด้านการตลาด 6 หน่วยกิต (Marketing Cooperative Education) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: 1702 482 เตรียมสหกิจศึกษา รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี เงื่อนไขพิเศษ: สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 4 หรือเทียบเท่า และผ่านความเห็นชอบจากอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร การปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการตลาด โดยการปฏิบัติต่อเนื่องกันไม่น้อยกว่า 4 เดือน การทำโครงการเพื่อการปรับปรุงหรือแก้ไขปัญหาของกระบวนการทำงาน การเขียนรายงาน การนำเสนอรายงาน Working in real workplace relating to marketing; working continuously at least 4 months; conducting project to improve or solve problems in work; report writing, report presentation	- ปรับเงื่อนไขพิเศษใหม่ เป็น สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 4 หรือเทียบเท่า และผ่านความเห็นชอบจากอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
1702 171 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก 1 2 หน่วยกิต (Retailing Management Internship I) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี ฝึกงานด้านธุรกิจค้าปลีกอย่างเป็นระบบในสถานประกอบการที่ทางสถาบันกำหนด ฝึกปฏิบัติงานพื้นฐานภายในร้านค้าปลีก ซึ่งครอบคลุมการขายสินค้าและการให้บริการลูกค้า การจัดวางสินค้า การตรวจสอบจำนวนสินค้า การจัดเรียงสินค้าเบื้องต้นและการดูแลสภาพแวดล้อมของร้าน Internship in retail business systematically in specific company; practice to work basically in retail store which covering in product selling and customer service; product layout; check product quantity; basic product layout and keeping store environment	<u>วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่</u> 1702 171 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 1 2 หน่วยกิต (Modern Trade Business Management Internship I) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี ฝึกงานในสถานประกอบการด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ การฝึกปฏิบัติงานพื้นฐานภายในร้าน การขายสินค้าและการให้บริการลูกค้า การจัดวางสินค้า การตรวจสอบจำนวนสินค้า การจัดเรียงสินค้าเบื้องต้น การดูแลสภาพแวดล้อมของร้าน ฝึกงานอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์ Internship in workplace relating to modern trade business management; basic in store practice; product selling and customer service; product placement; checking product quantity; basic product arrangement; taking care store environment; internship continuously at least 12 weeks	- เพิ่มเติม คำอธิบายรายวิชา “ฝึกงานอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์” และ “internship continuously at least 12 weeks”

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
1702 172 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก 2 2 หน่วยกิต (Retailing Management Internship II) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: 1702 171 ฝึกงาน ด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก 1 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี ฝึกงานด้านธุรกิจค้าปลีกอย่างเป็นระบบในสถานประกอบการที่ทาง สถาบันกำหนด ฝึกปฏิบัติงานตามหน้าที่และความรับผิดชอบภายในร้านค้า ปลีก ซึ่งครอบคลุมการปฏิบัติงานตามกระบวนการขายสินค้าและการให้บริการ ลูกค้า มาตรฐานการทำงาน ระบบร้านคุณภาพ (ระดับผู้ช่วย) การกระจาย และบริหารเป้าหมาย การบริหารทรัพยากรและการบำรุงรักษาอุปกรณ์ การ จัดการสินค้าประเภทอาหาร Internship in retail business systematically in specific company; practice to work according to duty and responsibility in retail store which covering in working according to product selling process and customer service; working standard; quality retail system (assistance level); distribute and goal management; resource management and equipment maintenance; food product arrangement	<u>วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่</u> 1702 172 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 2 2 หน่วยกิต (Modern Trade Business Management Internship II) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี ฝึกงานในสถานประกอบการด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ การฝึกปฏิบัติงานตามหน้าที่และความรับผิดชอบภายในร้าน การปฏิบัติงาน ตามกระบวนการขายสินค้าและการให้บริการลูกค้า มาตรฐานการทำงาน ระบบร้านคุณภาพในระดับผู้ช่วย การกระจายและบริหารเป้าหมาย การบริหารทรัพยากรและการบำรุงรักษาอุปกรณ์ การจัดการสินค้าประเภท อาหาร ฝึกงานอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์ Internship in workplace relating to modern trade business management; training in performing duties and responsibilities within store; implementation of sales process and customer service; working standard; quality shop system at assistant level; distribution and goal management; resource management and equipment maintenance; food product management; internship continuously at least 12 weeks	- ปรับคำอธิบายรายวิชา ภาษาไทยและ ภาษาอังกฤษใหม่ - เพิ่มเติม คำอธิบาย รายวิชา “ฝึกงานอย่าง ต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์” และ “internship continuously at least 12 weeks”

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
1702 271 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก 3 2 หน่วยกิต (Retailing Management Internship III) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: 1702 172 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก 2 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี ฝึกงานด้านธุรกิจค้าปลีกอย่างเป็นระบบในสถานประกอบการที่ทางสถาบันกำหนด ฝึกปฏิบัติงานตามหน้าที่และความรับผิดชอบภายในร้านค้าปลีก ซึ่งครอบคลุมการบริหารจัดการสินค้า (การสั่ง การรับและการจัดเรียง) การจัดการเอกสารสินค้าคงคลัง การควบคุมคุณภาพสินค้า Internship in retail business systematically in specific company; practice to work according to duty and responsibility in retail store which covering in product management ordering; receiving and arranging); inventory document management; controlling of product quality	<u>วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่</u> 1702 271 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 3 2 หน่วยกิต (Modern Trade Business Management Internship III) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี ฝึกงานในสถานประกอบการด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ การฝึกปฏิบัติงานตามหน้าที่และความรับผิดชอบภายในร้าน การบริหารจัดการสินค้า การสั่ง การรับและการจัดเรียง การจัดการเอกสารสินค้าคงคลัง การควบคุมคุณภาพสินค้า ฝึกงานอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์ Internship in workplace relating to modern trade business management; training in performing duties and responsibilities within store; product management, ordering, receiving and sorting; inventory document management; product quality control; internship continuously at least 12 weeks	- ปรับคำอธิบายรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษใหม่ - เพิ่มเติม คำอธิบายรายวิชา “ฝึกงานอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์” และ “internship continuously at least 12 weeks”

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
1702 272 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก 4 2 หน่วยกิต (Retailing Management Internship IV) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: 1702 271 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก 3 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี ฝึกงานด้านธุรกิจค้าปลีกอย่างเป็นระบบในสถานประกอบการที่ทางสถาบันกำหนด ฝึกปฏิบัติงานตามหน้าที่และความรับผิดชอบภายในร้านค้าปลีก ซึ่งครอบคลุมการบริหารการขายประจำผลัด การตรวจสอบสินค้า การตรวจสอบมาตรฐานร้าน QSSI การสื่อสารภายในร้าน การสร้างความสัมพันธ์และพึงพอใจกับลูกค้า การควบคุมเอกสารและบันทึกของร้าน Internship in retail business systematically in specific company; practice to work according to duty and responsibility in retail store which covering in sales management in each shift; product examine; standard verification; QSSI store; communication in store; relationship building and satisfaction with customers; document controlling and store memo	<u>วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่</u> 1702 272 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 4 2 หน่วยกิต (Modern Trade Business Management Internship IV) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี ฝึกงานในสถานประกอบการด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ การฝึกปฏิบัติงานตามหน้าที่และความรับผิดชอบภายในร้านการค้าสมัยใหม่ การบริหารการขายประจำผลัด การตรวจสอบสินค้า การตรวจสอบมาตรฐานร้านคิวเอสเอสไอ การสื่อสารภายในร้าน การสร้างความสัมพันธ์และพึงพอใจกับลูกค้า การควบคุมเอกสารและบันทึกของร้าน ฝึกงานอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์ Internship in workplace relating to modern trade business management; practice in performing duties and responsibilities within a modern shop; shift sales management; product inspection; QSSI shop standard audit; in-store communication; building relationships and customer satisfaction; internship continuously at least 12 weeks	- ปรับคำอธิบายรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษใหม่ - เพิ่มเติม คำอธิบายรายวิชา “ฝึกงานอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์” และ “internship continuously at least 12 weeks”

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
1702 371 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก 5 2 หน่วยกิต (Retailing Management Internship V) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: 1702 272 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก 4 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี ฝึกงานด้านธุรกิจค้าปลีกอย่างเป็นระบบในสถานประกอบการที่ทางสถาบันกำหนด ฝึกปฏิบัติงานตามหน้าที่และความรับผิดชอบภายในร้านค้าปลีก ซึ่งครอบคลุมมาตรฐานการทำงาน ระบบร้านคุณภาพ (ระดับผู้จัดการร้าน) การกระจายและการบริหารเป้าหมาย การบริหารทรัพยากร (ด้านบุคลากรและอุปกรณ์) การบริหารจัดการสินค้า (Store Assortment) Internship in retail business systematically in specific company; practice to work according to duty and responsibility in retail store which covering working standard; quality store system (manager level); distribution and goal management; resource management (personnel and equipment); product management (Store Assortment)	<u>วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่</u> 1702 371 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 5 2 หน่วยกิต (Modern Trade Business Management Internship V) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี ฝึกงานในสถานประกอบการด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ การฝึกปฏิบัติงานตามหน้าที่และความรับผิดชอบภายในร้าน มาตรฐานการทำงาน ระบบร้านคุณภาพระดับผู้จัดการร้าน การกระจายและการบริหารเป้าหมาย การบริหารทรัพยากรด้านบุคลากรและอุปกรณ์ การบริหารจัดการสินค้า ฝึกงานอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์ Internship in workplace relating to modern trade business management; training in performing duties and responsibilities within store; working standard; quality store system at store manager level; distribution and target management; human resource management and equipment; product management; internship continuously at least 12 weeks	- ปรับคำอธิบายรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษใหม่ - เพิ่มเติม คำอธิบายรายวิชา “ฝึกงานอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์” และ “internship continuously at least 12 weeks”

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
1702 372 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก 6 2 หน่วยกิต (Retailing Management Internship VI) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: 1702 272 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก 4 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี ฝึกงานด้านธุรกิจค้าปลีกอย่างเป็นระบบในสถานประกอบการที่ทางสถาบันกำหนด ฝึกปฏิบัติงานตามหน้าที่และความรับผิดชอบภายในร้านค้าปลีก ประกอบด้วย การควบคุมและจัดการเอกสารภายในร้าน การสื่อสารภายในร้าน การสร้างความสัมพันธ์และความพึงพอใจของลูกค้า ปฏิบัติงานได้ตามกฎระเบียบข้อบังคับ สามารถใช้สิทธิและสวัสดิการตามที่กำหนด Internship in retail business systematically in specific company; practice to work according to duty and responsibility in retail store which covering controlling and managing in-store document; in-store communication; relationship building and satisfaction with customers; working according to rules and regulations; able to utilize right and welfare as required	<u>วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่</u> 1702 372 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 6 2 หน่วยกิต (Modern Trade Business Management Internship VI) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี ฝึกงานในสถานประกอบการด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ การฝึกปฏิบัติงานตามหน้าที่และความรับผิดชอบภายในร้านค้าสมัยใหม่ การควบคุมและจัดการเอกสารภายในร้าน การสื่อสารภายในร้าน การสร้างความสัมพันธ์และความพึงพอใจของลูกค้า ฝึกงานอย่างต่อเนื่อง ไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์ Internship in workplace relating to modern trade business management; practice in performing duties and responsibilities within a modern shop; in-store document control and management; in-store communication; relationship building and customer satisfaction; internship continuously at least 12 weeks	- ปรับคำอธิบายรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษใหม่ - เพิ่มเติม คำอธิบายรายวิชา “ฝึกงานอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์” และ “internship continuously at least 12 weeks”

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
1702 471 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก 7 2 หน่วยกิต (Retailing Management Internship VII) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: 1702 272 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก 4 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี ฝึกงานด้านธุรกิจค้าปลีกอย่างเป็นระบบในสถานประกอบการที่ทางสถาบันกำหนด ฝึกปฏิบัติงานตามหน้าที่และความรับผิดชอบภายในร้านค้าปลีก ประกอบด้วย การวางแผน งานลงมือปฏิบัติ งานตรวจสอบและงานติดตาม ทั้งงานประจำวัน งานประจำสัปดาห์ และงานประจำเดือน Internship in retail business systematically in specific company; practice to work according to duty and responsibility in retail store which covering planning; doing; checking and action of daily; weekly and monthly work	<u>วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่</u> 1702 471 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 7 2 หน่วยกิต (Modern Trade Business Management Internship VII) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี ฝึกงานในสถานประกอบการด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ การฝึกปฏิบัติงานตามหน้าที่และความรับผิดชอบภายในร้านค้าสมัยใหม่ การวางแผน งานลงมือปฏิบัติ งานตรวจสอบและงานติดตาม ทั้งงานประจำวัน งานประจำสัปดาห์และงานประจำเดือน ฝึกงานอย่างต่อเนื่อง ไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์ Internship in workplace relating to modern trade business management; practicing on duties and responsibilities within a modern shop; planning; implementation; inspection and follow-up work of daily, weekly and monthly work; internship continuously at least 12 weeks	- ปรับคำอธิบายรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษใหม่ - เพิ่มเติม คำอธิบายรายวิชา “ฝึกงานอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์” และ “internship continuously at least 12 weeks”

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
1702 472 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก 8 2 หน่วยกิต (Retailing Management Internship VIII) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: 1702 272 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก 4 รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี ฝึกงานด้านธุรกิจค้าปลีกอย่างเป็นระบบในสถานประกอบการที่ทางสถาบันกำหนด ฝึกปฏิบัติงานในสายสำนักงาน เป็นการสนับสนุนการดำเนินงานของร้านค้าปลีก ซึ่งครอบคลุมงานการตลาด การจัดซื้อ การประสานงานกับหน่วยอื่น ๆ ขององค์การที่เป็นเครือข่ายร้านค้าปลีกสมัยใหม่และครอบคลุมงานในร้านทั้งหมด Internship in retail business systematically in specific company; practice working in a part of office which support working of retail store covering marketing; purchasing; coordination with other sectors of network organizations in modern retail shop and covering all works in store	<u>วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่</u> 1702 472 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 8 2 หน่วยกิต (Modern Trade Business Management Internship VIII) รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: ไม่มี รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน: ไม่มี ฝึกงานในสถานประกอบการด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ การฝึกปฏิบัติงานในสายสำนักงานเป็นการสนับสนุนการดำเนินงานของธุรกิจการค้าสมัยใหม่ การตลาด การจัดซื้อ การประสานงานกับหน่วยอื่นขององค์การที่เป็นเครือข่ายธุรกิจการค้าสมัยใหม่และครอบคลุมงานในร้านทั้งหมด ฝึกงานอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์ Internship in workplace relating to modern trade business management; practical training in office to support modern trade operation; marketing; procurement; coordination with other departments of network organizations in modern trade business and covering all works in store; internship continuously at least 12 weeks	- ปรับคำอธิบายรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษใหม่ - เพิ่มเติม คำอธิบายรายวิชา “ฝึกงานอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์” และ “internship continuously at least 12 weeks”

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
3.2 ชื่อสกุล ตำแหน่ง และคุณวุฒิของอาจารย์ 3.2.1 อาจารย์ประจำหลักสูตรและอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ใจแก้ว แถมเงิน 2. นายนภดล พัฒนะศิษุบอล 3. นางเจียรระไน ไชยกาล เจริญ 4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์กมลพร นครชัยกุล 5. นายธรรมวิมล สุขเสริม 6. นางสาวเพชรา อักโข 3.2.2 อาจารย์ประจำ/อาจารย์ผู้สอน 1. นายชวพจน์ ศุภสาร 2. นางสาวศุภกัญญา จันทรรักษา 3. นายจิตติ ราศีกุล 4. นายไกรศักดิ์ ยงกุลวณิช 5. รองศาสตราจารย์ ดร.รุ่งรศมี บุญดาว 6. นางสาววรรณภา สุทธิประภา 7. นายสุกชัย พาหุมนโต 8. นายณรงค์ศักดิ์ ธงอาษา	3.2 ชื่อสกุล ตำแหน่ง และคุณวุฒิของอาจารย์ อาจารย์ประจำหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ใจแก้ว แถมเงิน 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์กมลพร นครชัยกุล 3. นายชวพจน์ ศุภสาร 4. นายสุวิทย์ โสภภาพ 5. นางสาวเพชรา อักโข 6. นายนภดล พัฒนะศิษุบอล อาจารย์ผู้สอน 1. นายธรรมวิมล สุขเสริม 2. นายอนิรุทธ สืบสิงห์ 3. นายดุสิต ศรีสร้อย 4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิมลสินี อุดมพันธ์ 5. นางสาวบุษกร คำโสม 6. นางสาวนรา หัตถสิน 7. นางสาวเคียงขวัญ อักษรวงศ์ 8. นางฉัตรฤดี ศิริลำตวน	-ปรับปรุงรายชื่ออาจารย์ประจำหลักสูตรและอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ตามคุณวุฒิและผลงานทางวิชาการ -ปรับปรุงรายชื่ออาจารย์ผู้สอน ตามที่สอนในปัจจุบัน -ตัดอาจารย์พิเศษ

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
9. นางสาวเคียงขวัญ อักษรวงศ์ 10. นางสาวกนกกานต์ เทวพิทักษ์ 3.2.3 อาจารย์พิเศษ 1. นายวันชัย จงศรีสวัสดิ์ 2. นายชัยกร ชัยมงคลยศ 3. นางจิตตินันท์ นันทไพบูลย์	9. นายฐิติ ราชีกุล 10. นางสาววรรณภา สุทธิประภา 11. นางสาวสุภัตราภรณ์ สายสมบูรณ์ 12. นางสาวกาญจนา คุ่มทรัพย์ 13. นางสาวอรุณรัตน์ เศวตธรรม	
4. องค์ประกอบเกี่ยวกับการฝึกประสบการณ์ภาคสนาม การฝึกประสบการณ์ จากความต้องการของตลาดแรงงานที่ต้องการบัณฑิตที่มีประสบการณ์ก่อนเข้าสู่การทำงานจริง ดังนั้น จึงได้กำหนดกลุ่มวิชาด้านประสบการณ์ภาคสนามไว้ในหมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพ 4.1 วิชาเอกการตลาด (แผนการเรียนปกติ) การฝึกปฏิบัติงานในหน่วยงานภาครัฐหรือสถานประกอบการเอกชน ในหน้าที่ด้านการตลาดหรือเกี่ยวข้อง ตามที่ได้รับมอบหมาย จำนวนไม่น้อยกว่า 5 เดือน ตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตร 1702 261 การฝึกงานด้านการตลาด 1 จำนวนไม่น้อยกว่า 2 เดือน 1702 461 การฝึกงานด้านการตลาด 2 จำนวนไม่น้อยกว่า 3 เดือน	4. องค์ประกอบเกี่ยวกับการฝึกประสบการณ์วิชาชีพและสหกิจศึกษา 4.1 การฝึกประสบการณ์ภาคสนาม/ฝึกงาน วิชาเอกการตลาดดิจิทัล นักศึกษาลงทะเบียนเรียนรายวิชา 1702 460 การฝึกงานด้านการตลาด (Marketing Internship) 2 หน่วยกิต โดยฝึกปฏิบัติงานในหน่วยงานภาครัฐหรือสถานประกอบการเอกชน ในหน้าที่ด้านการตลาดหรือเกี่ยวข้อง ตามที่ได้รับมอบหมาย ไม่น้อยกว่า 14 สัปดาห์ นักศึกษาจะต้องส่งรายงานผลการฝึกปฏิบัติงานและบำเพ็ญสาธารณประโยชน์จำนวน 20 ชั่วโมง	- ปรับปรุงข้อมูลองค์ประกอบเกี่ยวกับการฝึกประสบการณ์วิชาชีพและสหกิจศึกษาตามวิชาเอก

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
4.1.1 มาตรฐานผลการเรียนรู้ของประสบการณ์ภาคสนาม : ความคาดหวังในผลการเรียนรู้ประสบการณ์ภาคสนามของนักศึกษา มีดังนี้ 4.1.1.1 มีคุณธรรมในการดำเนินชีวิตอย่างพอเพียง รับผิดชอบต่อ ตนเอง อดทน อดกลั้น ซื่อสัตย์ และมีระเบียบวินัย 4.1.1.2 มีจิตสำนึกและตระหนักในการปฏิบัติตามจรรยาบรรณ วิชาชีพ 4.1.1.3 เคารพและปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับขององค์กร และสังคม 4.1.1.4 มีความรอบรู้อย่างกว้างขวาง มีโลกทัศน์กว้างไกล เห็นคุณค่าของมนุษย์ สังคม ศิลปะ วัฒนธรรม ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม 4.1.1.5 มีความรู้ตามหลักการ ทฤษฎีในสาขาวิชาการตลาด 4.1.1.6 มีทักษะการแสวงหาและการเรียนรู้ด้วยตนเอง 4.1.1.7 นำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตได้ 4.1.1.8 ศึกษาวิเคราะห์ปัญหา และหาแนวทางแก้ไขเกี่ยวกับ วิชาชีพได้ 4.1.1.9 มีจิตอาสา เสียสละ สำนึกดีต่อสังคมและสาธารณะ 4.1.1.10 มีความเป็นผู้นำ ผู้ตามที่ดีสามัคคีและมีส่วนร่วมในการ	4.1.1 มาตรฐานผลลัพธ์การเรียนรู้ของการฝึกประสบการณ์ ภาคสนาม/การฝึกงาน: 1) มีศีลธรรม คุณธรรม และจรรยาอันดีงามในการดำรงชีวิต แบบพอเพียง มีความเพียร มุ่งมั่น มานะและบากบั่น 2) มีความกล้าหาญทางจริยธรรม ยึดมั่นในความถูกต้อง มีระเบียบวินัย มีความซื่อสัตย์และมีจิตสำนึก 3) มีความรู้ตามหลักการ ทฤษฎีในสาขาวิชาการตลาด 4) มีทักษะการเรียนรู้และรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมและ ของโลก เพื่อดำรงตนอยู่ในสังคมพหุวัฒนธรรมภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ได้ 5) ศึกษาวิเคราะห์ปัญหา และหาแนวทางแก้ไขเกี่ยวกับอาชีพได้ 6) มีความรับผิดชอบต่อสังคมและชีวิตอย่างสมดุล 7) ความเป็นผู้นำ ผู้ตามที่ดี สามัคคีและมีส่วนร่วมในการทำงาน เป็นทีม 8) มีค่านิยมและวิสัยทัศน์ที่ดี มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและรับฟังความ คิดเห็นของผู้อื่น 9) ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่หลากหลายในการสืบค้นข้อมูล สร้างสรรค์งาน และวิเคราะห์อย่างรู้เท่าทัน	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
ทำงานเป็นทีม 4.1.1.11 มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น 4.1.1.12 มีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย 4.1.1.13 มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร 4.1.1.14 ใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี สารสนเทศได้อย่างรู้เท่าทัน 4.1.2 ช่วงเวลา : ภาคการศึกษาฤดูร้อน ชั้นปีที่ 2 และภาคการศึกษาต้น ชั้นปีที่ 4 4.1.3 การจัดเวลาและตารางสอน : 1702 261 การฝึกงานด้านการตลาด 1 จำนวนไม่น้อยกว่า 2 เดือน 1702 461 การฝึกงานด้านการตลาด 2 จำนวนไม่น้อยกว่า 3 เดือน 4.1.4 การเตรียมพนักงานพี่เลี้ยงในสถานที่ฝึก พนักงานพี่เลี้ยงจะได้รับแจ้งรายละเอียดการฝึกปฏิบัติงานพร้อมทั้งร่วมกันวางแผนการฝึกปฏิบัติงานให้นักศึกษาฝึกงานก่อนการส่งนักศึกษาเข้าไปฝึกงาน	4.1.2 ช่วงเวลา: ภาคการศึกษาปลาย ชั้นปีที่ 4 4.1.3 การจัดเวลาและตารางสอน: ฝึกปฏิบัติงานในหน่วยงานภาครัฐหรือสถานประกอบการเอกชน ไม่น้อยกว่า 3 เดือน 4.1.4 ความร่วมมือกับสถานประกอบการ: ไม่มี	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
4.2 วิชาเอกการตลาด (แผนการเรียนสหกิจศึกษา) การปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการตลาด โดยการปฏิบัติต่อเนื่องกันไม่น้อยกว่า 4 เดือน การทำโครงการเพื่อการปรับปรุง หรือแก้ไขปัญหาของกระบวนการทำงาน การเขียนรายงาน การนำเสนอรายงาน 1702 480 เตรียมสหกิจศึกษา 1702 481 สหกิจศึกษาด้านการตลาด 4.2.1 มาตรฐานผลการเรียนรู้ของประสบการณ์ภาคสนาม : ความคาดหวังในผลการเรียนรู้ประสบการณ์ภาคสนามของนักศึกษา มีดังนี้ 4.2.1.1 มีคุณธรรมในการดำเนินชีวิตอย่างพอเพียง รับผิดชอบต่อตนเอง อดทน อดกลั้น ซื่อสัตย์ และมีระเบียบวินัย 4.2.1.2 มีจิตสำนึกและตระหนักในการปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพ 4.2.1.3 เคารพและปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับขององค์กรและสังคม 4.2.1.4 มีความรอบรู้อย่างกว้างขวาง มีโลกทัศน์กว้างไกล	4.2 สหกิจศึกษา วิชาเอกการตลาดดิจิทัล นักศึกษาลงทะเบียนเรียนรายวิชา 1702 483 สหกิจศึกษาด้านการตลาด (Marketing Cooperative Education) 6 หน่วยกิต จะต้องผ่านรายวิชา 1702 482 เตรียมสหกิจศึกษา (Preparation for Cooperative Education) 1 หน่วยกิต โดยฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาในสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการตลาดต่อเนื่องกันไม่น้อยกว่า 4 เดือน จะต้องส่งโครงการสหกิจศึกษาและนำเสนอโครงการและต้องบำเพ็ญสาธารณประโยชน์จำนวน 20 ชั่วโมง 4.2.1 มาตรฐานผลลัพธ์การเรียนรู้ของสหกิจศึกษา: 1) มีศีลธรรม คุณธรรม และจรรยาอันดีงามในการดำรงชีวิตแบบพอเพียง มีความเพียร มุ่งมั่น มานะและบากบั่น 2) มีความกล้าหาญทางจริยธรรม ยึดมั่นในความถูกต้อง มีระเบียบวินัย มีความซื่อสัตย์และมีจิตสำนึก 3) มีความรู้ตามหลักการ ทฤษฎีในสาขาวิชาการตลาด 4) มีทักษะการคิดแบบองค์รวม คิดแบบสร้างสรรค์ คิดแบบการเป็นผู้ประกอบการและสามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้ 5) ค้นหาข้อเท็จจริง สรุปทำความเข้าใจเกี่ยวกับอาชีพได้	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
เห็นคุณค่าของมนุษย์ สังคม ศิลปะ วัฒนธรรม ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม 4.2.1.5 มีความรู้ตามหลักการ ทฤษฎีในสาขาวิชาการตลาด 4.2.1.6 มีทักษะการแสวงหาและการเรียนรู้ด้วยตนเอง 4.2.1.7 นำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตได้ 4.2.1.8 ศึกษาวิเคราะห์ปัญหา และหาแนวทางแก้ไขเกี่ยวกับวิชาชีพได้ 4.2.1.9 มีจิตอาสา เสียสละ สำนึกดีต่อสังคมและสาธารณะ 4.2.1.10 มีความเป็นผู้นำ ผู้ตามที่ดี สำนึกดีและมีส่วนร่วมในการทำงานเป็นทีม 4.2.1.11 มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น 4.2.1.12 มีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย 4.2.1.13 มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร 4.2.1.14 ใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี สารสนเทศได้อย่างรู้เท่าทัน 4.2.2 ช่วงเวลา : ภาคการศึกษาปลาย ชั้นปีที่ 3 และภาคการศึกษาต้น ชั้นปีที่ 4	6) ศึกษาวิเคราะห์ปัญหา และหาแนวทางแก้ไขเกี่ยวกับอาชีพได้ 7) มีความรับผิดชอบต่อสังคมและชีวิตอย่างสมดุล 8) มีความเป็นผู้นำ ผู้ตามที่ดี สำนึกดีและมีส่วนร่วมในการทำงานเป็นทีม 9) มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร ทั้งการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียน 10) ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่หลากหลายในการสืบค้นข้อมูล สร้างสรรค์งาน และวิเคราะห์อย่างรู้เท่าทัน 4.2.2 ช่วงเวลา: ภาคการศึกษาปลาย ชั้นปีที่ 4 4.2.3 การจัดเวลาและตารางสอน: ฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาในสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการตลาดต่อเนื่องกันไม่น้อยกว่า 4 เดือน 4.2.4 ความร่วมมือกับสถานประกอบการ: ไม่มี	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
4.2.3 การจัดเวลาและตารางสอน : 1702 480 เตรียมสหกิจศึกษา 1702 481 สหกิจศึกษาด้านการตลาด จำนวนไม่น้อยกว่า 4 เดือน 4.2.4 การเตรียมพนักงานพี่เลี้ยงในสถานที่ฝึก พนักงานพี่เลี้ยงจะได้รับแจ้งรายละเอียดการฝึกปฏิบัติงานพร้อมทั้งร่วมกันวางแผนการฝึกปฏิบัติงานให้นักศึกษาฝึกงานก่อนการส่งนักศึกษาเข้าไปฝึกงาน 4.3 วิชาเอกการตลาดค้าปลีก การฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่สถาบันกำหนด ในหน้าที่ด้านธุรกิจค้าปลีก ตามที่ได้รับมอบหมาย จำนวนไม่น้อยกว่า 24 เดือน ตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตร 1702 171 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก 1 จำนวนไม่น้อยกว่า 3 เดือน 1702 172 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก 2 จำนวนไม่น้อยกว่า 3 เดือน 1702 271 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก 3 จำนวนไม่น้อยกว่า 3 เดือน 1702 272 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก 4 จำนวนไม่น้อยกว่า 3 เดือน 1702 371 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก 5 จำนวนไม่น้อยกว่า 3 เดือน	4.3 การฝึกประสบการณ์ภาคสนาม/ฝึกงาน วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่ นักศึกษาลงทะเบียนเรียนรายวิชา 1702 171 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 1 (Modern Trade Business Management Internship I) 2 หน่วยกิต โดยกำหนดให้ฝึกงานในสถานประกอบการด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ การฝึกปฏิบัติงานพื้นฐานภายในร้าน การขายสินค้า และการให้บริการลูกค้า การจัดวางสินค้า การตรวจสอบจำนวนสินค้า การจัดเรียงสินค้าเบื้องต้น การดูแลสภาพแวดล้อมของร้าน ฝึกงานอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์ นักศึกษาจะต้องส่งรายงานผลการฝึกปฏิบัติงานและ	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
1702 372 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก 6 จำนวนไม่น้อยกว่า 3 เดือน 1702 471 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก 7 จำนวนไม่น้อยกว่า 3 เดือน 1702 472 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก 8 จำนวนไม่น้อยกว่า 3 เดือน 4.3.1 มาตรฐานผลการเรียนรู้ของประสบการณ์ภาคสนาม : ความคาดหวังในผลการเรียนรู้ประสบการณ์ภาคสนามของนักศึกษา มีดังนี้ 4.3.1.1 มีคุณธรรมในการดำเนินชีวิตอย่างพอเพียง รับผิดชอบต่อตนเอง อดทน อดกลั้น ซื่อสัตย์ และมีระเบียบวินัย 4.3.1.2 มีจิตสำนึกและตระหนักในการปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพ 4.3.1.3 เคารพและปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับขององค์กรและสังคม 4.3.1.4 มีความรอบรู้อย่างกว้างขวาง มีโลกทัศน์กว้างไกล เห็นคุณค่าของมนุษย์ สังคม ศิลปะ วัฒนธรรม ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม 4.3.1.5 มีความรู้ตามหลักการ ทฤษฎีในสาขาวิชาการตลาด 4.3.1.6 มีทักษะการแสวงหาและการเรียนรู้ด้วยตนเอง 4.3.1.7 นำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตได้	บำเพ็ญสาธารณประโยชน์จำนวน 20 ชั่วโมง 4.3.1 มาตรฐานผลลัพธ์การเรียนรู้ของการฝึกประสบการณ์ภาคสนาม/การฝึกงาน: 1) มีศีลธรรม คุณธรรม และจรรยาอันดีงามในการดำรงชีวิตแบบพอเพียง มีความเพียร มุ่งมั่น มานะและบากบั่น 2) มีจิตสำนึกและตระหนักในการปฏิบัติตามจรรยาบรรณในอาชีพ 3) มีความรู้ตามหลักการ ทฤษฎีในสาขาวิชาการตลาด 4) มีทักษะการเรียนรู้และรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมและของโลก เพื่อดำรงอยู่ในสังคมพหุวัฒนธรรมภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ได้ 5) มีความรับผิดชอบต่อสังคมและชีวิตอย่างสมดุล 6) มีความเป็นผู้นำ ผู้ตามที่ดี สามัคคีและมีส่วนร่วมในการทำงานเป็นทีม มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร ทั้งการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียน 7) มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร ทั้งการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียน 4.3.2 ช่วงเวลา: ภาคการศึกษาต้น ชั้นปีที่ 1	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
4.3.1.8 ศึกษาวิเคราะห์ปัญหา และหาแนวทางแก้ไขเกี่ยวกับวิชาชีพได้ 4.3.1.9 มีจิตอาสา เสียสละ สำนึกดีต่อสังคมและสาธารณะ 4.3.1.10 มีความเป็นผู้นำ ผู้ตามที่ดีสามัคคีและมีส่วนร่วมในการทำงานเป็นทีม 4.3.1.11 มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น 4.3.1.12 มีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย 4.3.1.13 มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร 4.3.1.14 ใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี สารสนเทศได้อย่างรู้เท่าทัน 4.3.2 ช่วงเวลา : ภาคการศึกษาต้นและปลาย ชั้นปีที่ 1-4 4.3.3 การจัดเวลาและตารางสอน : ในแต่ละภาคการศึกษา รายวิชาฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก 1-8 ฝึกงานไม่น้อยกว่า 3 เดือน	4.3.3 การจัดเวลาและตารางสอน: ฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์ 4.3.4 ความร่วมมือกับสถานประกอบการ: บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) 4.3.5 เงื่อนไขพิเศษ: ไม่มี	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
4.3.4 การเตรียมพนักงานที่เลี้ยงในสถานที่ฝึก พนักงานที่เลี้ยงจะได้รับแจ้งรายละเอียดการฝึกปฏิบัติงานพร้อมทั้งร่วมกันวางแผนการฝึกปฏิบัติงานให้นักศึกษาฝึกงานก่อนการส่งนักศึกษาเข้าไปฝึกงาน	4.4 การฝึกประสบการณ์ภาคสนาม/ฝึกงาน วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่ นักศึกษาลงทะเบียนเรียนรายวิชา 1702 172 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 2 (Modern Trade Business Management Internship II) 2 หน่วยกิต โดยกำหนดให้ฝึกงานในสถานประกอบการด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ การฝึกปฏิบัติงานตามหน้าที่และความรับผิดชอบภายในร้าน การปฏิบัติงานตามกระบวนการขายสินค้าและการให้บริการลูกค้า มาตรฐานการทำงาน ระบบร้านคุณภาพในระดับผู้ช่วย การกระจายและบริหารเป้าหมาย การบริหารทรัพยากรและการบำรุงรักษาอุปกรณ์ การจัดการสินค้าประเภทอาหาร ฝึกงานอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์ นักศึกษาจะต้องส่งรายงานผลการฝึกปฏิบัติงานและบำเพ็ญสาธารณประโยชน์จำนวน 20 ชั่วโมง 4.4.1 มาตรฐานผลลัพธ์การเรียนรู้ของการฝึกประสบการณ์ภาคสนาม/การฝึกงาน: 1) มีศีลธรรม คุณธรรม และจรรยาอันดีงามในการดำรงชีวิตแบบพอเพียง มีความเพียร มุ่งมั่น มานะและบากบั่น 2) มีจิตสำนึกและตระหนักในการปฏิบัติตามจริยธรรมในอาชีพ	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
	3) มีความรู้ตามหลักการ ทฤษฎีในสาขาวิชาการตลาด 4) มีทักษะการเรียนรู้และรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมและของโลก เพื่อดำรงตนอยู่ในสังคมพหุวัฒนธรรมภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ได้ 5) มีความรับผิดชอบต่อสังคมและชีวิตอย่างสมดุล 6) ความเป็นผู้นำ ผู้ตามที่ดี สามัคคีและมีส่วนร่วมในการทำงานเป็นทีม มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร ทั้งการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียน 7) มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร ทั้งการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียน 4.4.2 ช่วงเวลา: ภาคการศึกษาปลาย ชั้นปีที่ 1 4.4.3 การจัดเวลาและตารางสอน: ฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์ 4.4.4 ความร่วมมือกับสถานประกอบการ: บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
	4.4.5 เจอนไขพิเศษ: ไม่มี 4.5 การฝึกประสบการณ์ภาคสนาม/ฝึกงาน วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่ นักศึกษาลงทะเบียนเรียนรายวิชา 1702 271 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 3 (Modern Trade Business Management Internship III) 2 หน่วยกิต โดยกำหนดให้ฝึกงานในสถานประกอบการด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ การฝึกปฏิบัติงานตามหน้าที่และความรับผิดชอบภายในร้าน การบริหารจัดการสินค้า การส่ง การรับและการจัดเรียง การจัดการเอกสารสินค้าคงคลัง การควบคุมคุณภาพสินค้า ฝึกงานอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์ นักศึกษาจะต้องส่งรายงานผลการฝึกปฏิบัติงาน และบำเพ็ญสาธารณประโยชน์จำนวน 20 ชั่วโมง 4.5.1 มาตรฐานผลลัพธ์การเรียนรู้ของการฝึกประสบการณ์ภาคสนาม/การฝึกงาน: 1) มีศีลธรรม คุณธรรม และจรรยาอันดีงามในการดำรงชีวิตแบบพอเพียง มีความเพียร มุ่งมั่น มานะและบากบั่น 2) มีจิตสำนึกและตระหนักในการปฏิบัติตามจรรยาธรรมในอาชีพ	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
	3) มีความรู้ตามหลักการ ทฤษฎีในสาขาวิชาการตลาด 4) มีทักษะการเรียนรู้และรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมและของโลก เพื่อดำรงตนอยู่ในสังคมพหุวัฒนธรรมภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ได้ 5) มีความรับผิดชอบต่อสังคมและชีวิตอย่างสมดุล 6) มีความเป็นผู้นำ ผู้ตามที่ดี สามัคคีและมีส่วนร่วมในการทำงานเป็นทีม มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร ทั้งการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียน 7) มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร ทั้งการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียน 4.5.2 ช่วงเวลา: ภาคการศึกษาต้น ชั้นปีที่ 2 4.5.3 การจัดเวลาและตารางสอน: ฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์ 4.5.4 ความร่วมมือกับสถานประกอบการ: บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
	4.5.5 เจื่อนไขพิเศษ: ไม่มี 4.6 การฝึกประสบการณ์ภาคสนาม/ฝึกงาน วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่ นักศึกษาลงทะเบียนเรียนรายวิชา 1702 272 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 4 (Modern Trade Business Management Internship IV) 2 หน่วยกิต โดยกำหนดให้ฝึกงานในสถานประกอบการด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ การฝึกปฏิบัติงานตามหน้าที่และความรับผิดชอบภายในร้านค้าสมัยใหม่ การบริหารการขายประจำผลิตภัณฑ์ การตรวจสอบสินค้า การตรวจสอบมาตรฐานร้าน คิวเอสเอสไอ การสื่อสารภายในร้าน การสร้างความสัมพันธ์และพึงพอใจกับลูกค้า การควบคุมเอกสารและบันทึกของร้าน ฝึกงานอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์ นักศึกษาจะต้องส่งรายงานผลการฝึกปฏิบัติงาน และบำเพ็ญสาธารณประโยชน์จำนวน 20 ชั่วโมง 4.6.1 มาตรฐานผลลัพธ์การเรียนรู้ของการฝึกประสบการณ์ภาคสนาม/การฝึกงาน: 1) มีศีลธรรม คุณธรรม และจรรยาอันดีงามในการดำรงชีวิตแบบพอเพียง มีความเพียร มุ่งมั่น มานะและบากบั่น	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
	2) มีจิตสำนึกและตระหนักในการปฏิบัติตามจรรยาบรรณในอาชีพ 3) มีความรู้ตามหลักการ ทฤษฎีในสาขาวิชาการตลาด 4) มีทักษะการเรียนรู้และรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมและของโลก เพื่อดำรงตนอยู่ในสังคมพหุวัฒนธรรมภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ได้ 5) มีความรับผิดชอบต่อสังคมและชีวิตอย่างสมดุล 6) มีความเป็นผู้นำ ผู้ตามที่ดี สามัคคีและมีส่วนร่วมในการทำงานเป็นทีม มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร ทั้งการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียน 7) มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร ทั้งการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียน 4.6.2 ช่วงเวลา: ภาคการศึกษาปลาย ชั้นปีที่ 2 4.6.3 การจัดเวลาและตารางสอน: ฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์ 4.6.4 ความร่วมมือกับสถานประกอบการ: บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
	4.6.5 เงื่อนไขพิเศษ: ไม่มี 4.7 การฝึกประสบการณ์ภาคสนาม/ฝึกงาน วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่ นักศึกษาลงทะเบียนเรียนรายวิชา 1702 371 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 5 (Modern Trade Business Management Internship V) 2 หน่วยกิต โดยกำหนดให้ฝึกงานในสถานประกอบการด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ การฝึกปฏิบัติงานตามหน้าที่และความรับผิดชอบภายในร้าน มาตรฐานการทำงาน ระบบร้านคุณภาพระดับผู้จัดการร้าน การกระจายและการบริหารเป้าหมาย การบริหารทรัพยากรด้านบุคลากรและอุปกรณ์ การบริหารจัดการสินค้า ฝึกงานอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์ นักศึกษาจะต้องส่งรายงานผลการฝึกปฏิบัติงานและบำเพ็ญสาธารณประโยชน์ จำนวน 20 ชั่วโมง 4.7.1 มาตรฐานผลลัพธ์การเรียนรู้ของการฝึกประสบการณ์ภาคสนาม/การฝึกงาน: 1) มีศีลธรรม คุณธรรม และจรรยาอันดีงามในการดำรงชีวิตแบบพอเพียง มีความเพียร มุ่งมั่น มานะและบากบั่น	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
	2) มีจิตสำนึกและตระหนักในการปฏิบัติตามจรรยาบรรณในอาชีพ 3) มีความรู้ตามหลักการ ทฤษฎีในสาขาวิชาการตลาด 4) มีทักษะการเรียนรู้และรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมและของโลก เพื่อดำรงตนอยู่ในสังคมพหุวัฒนธรรมภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ได้ 5) มีความรับผิดชอบต่อสังคมและชีวิตอย่างสมดุล 6) ความเป็นผู้นำ ผู้ตามที่ดี สามัคคีและมีส่วนร่วมในการทำงานเป็นทีม มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร ทั้งการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียน 7) มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร ทั้งการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียน 4.7.2 ช่วงเวลา: ภาคการศึกษาต้น ชั้นปีที่ 3 4.7.3 การจัดเวลาและตารางสอน: ฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
	4.7.4 ความร่วมมือกับสถานประกอบการ: บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) 4.7.5 เงื่อนไขพิเศษ: ไม่มี 4.8 การฝึกประสบการณ์ภาคสนาม/ฝึกงาน วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่ นักศึกษาลงทะเบียนเรียนรายวิชา 1702 372 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 6 (Modern Trade Business Management Internship VI) 2 หน่วยกิต โดยกำหนดให้ฝึกงานในสถานประกอบการด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ การฝึกปฏิบัติงานตามหน้าที่และความรับผิดชอบภายในร้านค้าสมัยใหม่ การควบคุมและจัดการเอกสารภายในร้าน การสื่อสารภายในร้าน การสร้างความสัมพันธ์และความพึงพอใจของลูกค้า ปฏิบัติงานได้ตามกฎระเบียบและข้อบังคับ สามารถใช้สิทธิและสวัสดิการตามที่กำหนด ฝึกงานอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์ นักศึกษาจะต้องส่งรายงานผลการฝึกปฏิบัติงานและบำเพ็ญสาธารณประโยชน์จำนวน 20 ชั่วโมง	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
	4.8.1 มาตรฐานผลลัพธ์การเรียนรู้ของการฝึกประสบการณ์ ภาคสนาม/การฝึกงาน: 1) มีศีลธรรม คุณธรรม และจรรยาอันดีงามในการดำรงชีวิตแบบพอเพียง มีความเพียร มุ่งมั่น มานะและบากบั่น 2) มีจิตสำนึกและตระหนักในการปฏิบัติตามจรรยาธรรมในอาชีพ 3) มีความรู้ตามหลักการ ทฤษฎีในสาขาวิชาการตลาด 4) มีทักษะการเรียนรู้และรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมและของโลก เพื่อดำรงตนอยู่ในสังคมพหุวัฒนธรรมภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ได้ 5) มีความรับผิดชอบต่อสังคมและชีวิตอย่างสมดุล 6) ความเป็นผู้นำ ผู้ตามที่ดี สามัคคีและมีส่วนร่วมในการทำงานเป็นทีม มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร ทั้งการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียน 7) มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร ทั้งการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียน 4.8.2 ช่วงเวลา: ภาคการศึกษาปลาย ชั้นปีที่ 3	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
	4.8.3 การจัดเวลาและตารางสอน: ฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์ 4.8.4 ความร่วมมือกับสถานประกอบการ: บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) 4.8.5 เงื่อนไขพิเศษ: ไม่มี 4.9 การฝึกประสบการณ์ภาคสนาม/ฝึกงาน วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่ นักศึกษาลงทะเบียนเรียนรายวิชา 1702 471 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 7 (Modern Trade Business Management Internship VII) 2 หน่วยกิต โดยกำหนดให้ฝึกงานในสถานประกอบการด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ การฝึกปฏิบัติงานตามหน้าที่และความรับผิดชอบภายในร้านค้าสมัยใหม่ การวางแผน งานลงมือปฏิบัติ งานตรวจสอบและงานติดตาม ทั้งงานประจำวัน งานประจำสัปดาห์และงานประจำเดือน ฝึกงานอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์ นักศึกษาจะต้องส่งรายงานผลการฝึกปฏิบัติงาน	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
	และบำเพ็ญสาธารณประโยชน์จำนวน 20 ชั่วโมง 4.9.1 มาตรฐานผลลัพธ์การเรียนรู้ของการฝึกประสบการณ์ ภาคสนาม/การฝึกงาน: 1) มีศีลธรรม คุณธรรม และจรรยาอันดีงามในการดำรงชีวิต - แบบพอเพียง มีความเพียร มุ่งมั่น มานะและบากบั่น 2) มีจิตสำนึกและตระหนักในการปฏิบัติตามจรรยาธรรมในอาชีพ 3) มีความรู้ตามหลักการ ทฤษฎีในสาขาวิชาการตลาด 4) มีทักษะการเรียนรู้และรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมและของโลก เพื่อดำรงตนอยู่ในสังคมพหุวัฒนธรรมภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ได้ 5) มีความรับผิดชอบต่อสังคมและชีวิตอย่างสมดุล 6) มีความเป็นผู้นำ ผู้ตามที่ดี สามัคคีและมีส่วนร่วมในการทำงานเป็นทีม มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร ทั้งการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียน 7) มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร ทั้งการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียน 4.9.2 ช่วงเวลา: ภาคการศึกษาต้น ชั้นปีที่ 4	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
	4.9.3 การจัดเวลาและตารางสอน: ฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์ 4.9.4 ความร่วมมือกับสถานประกอบการ: บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) 4.9.5 เจื่อนชีพพิเศษ: ไม่มี 4.10 การฝึกประสบการณ์ภาคสนาม/ฝึกงาน วิชาเอกการตลาดการค้าสมัยใหม่ นักศึกษาลงทะเบียนเรียนรายวิชา 1702 472 ฝึกงานด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 8 (Modern Trade Business Management Internship VIII) 2 หน่วยกิต โดยกำหนดให้ฝึกงานในสถานประกอบการด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ การฝึกปฏิบัติงานในสายสำนักงานเป็นการสนับสนุนการดำเนินงานของธุรกิจการค้าสมัยใหม่ การตลาด การจัดซื้อ การประสานงานกับหน่วยอื่น ขององค์การที่เป็นเครือข่ายธุรกิจการค้าสมัยใหม่ และครอบคลุมงานในร้านทั้งหมด ฝึกงานอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์ นักศึกษาจะต้องส่งรายงานผลการฝึกปฏิบัติงานและบำเพ็ญสาธารณประโยชน์	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
	จำนวน 20 ชั่วโมง 4.10.1 มาตรฐานผลลัพธ์การเรียนรู้ของการฝึกประสบการณ์ภาคสนาม/การฝึกงาน: 1) มีศีลธรรม คุณธรรม และจรรยาอันดีงามในการดำรงชีวิตแบบพอเพียง มีความเพียร มุ่งมั่น มานะและบากบั่น 2) มีความกล้าหาญทางจริยธรรม ยึดมั่นในความถูกต้อง มีระเบียบวินัย มีความซื่อสัตย์และมีจิตสำนึก 3) มีความรู้ตามหลักการ ทฤษฎีในสาขาวิชาการตลาด 4) มีทักษะการคิดแบบองค์รวม คิดแบบสร้างสรรค์ คิดแบบการเป็นผู้ประกอบการและสามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้ 5) มีความรับผิดชอบต่อสังคมและชีวิตอย่างสมดุล 6) ความเป็นผู้นำ ผู้ตามที่ดี สามัคคีและมีส่วนร่วมในการทำงานเป็นทีม มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร ทั้งการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียน 7) มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร ทั้งการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียน 8) ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่หลากหลายในการสืบค้นข้อมูล	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
	สร้างสรรค์งาน และวิเคราะห์อย่างรู้เท่าทัน 4.10.2 ช่วงเวลา: ภาคการศึกษาปลาย ชั้นปีที่ 4 4.10.3 การจัดเวลาและตารางสอน: ฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์ 4.10.4 ความร่วมมือกับสถานประกอบการ: บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) 4.10.5 เงื่อนไขพิเศษ: ไม่มี	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
5. ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงการหรืองานวิจัย 5.1 คำอธิบายโดยย่อ วิชาเอกการตลาด จัดให้นักศึกษาชั้นปีที่ 4 ภาควิชาการตลาด ลงทะเบียนเรียนรายวิชา 1702 481โครงการด้านการตลาด โดยให้นักศึกษาจัดทำโครงการด้านการตลาด เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน วิเคราะห์ปัญหาจากการฝึกงาน เสนอแนะแนวทางแก้ไข การเขียนรายงาน การนำเสนอรายงาน โดยการจัดทำโครงการด้านการตลาดของวิชาเอกการตลาด ต้องอยู่ภายใต้การดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งมีหน้าที่ให้คำปรึกษาและควบคุมการทำโครงการของนักศึกษาแต่ละคน หรือกลุ่มจนแล้วเสร็จ พร้อมเรียบเรียงการเขียนรายงานเป็นรูปเล่มและนำเสนอรายงานต่อคณะกรรมการที่สาขาวิชาจัดขึ้น วิชาเอกการตลาดและวิชาเอกการตลาดค้าปลีก จัดให้นักศึกษาชั้นปีที่ 3 ภาควิชาการตลาด ลงทะเบียนเรียนในรายวิชา 1702 392 การวิจัยการตลาด (Marketing Research) 3(2-2-5) เป็นการใช้ความรู้ด้านการตลาด ผสมผสานกับความรู้ด้านการวิจัย โดยการวิจัยนั้นจะต้องเป็นการประยุกต์องค์ความรู้ด้านการตลาดกับปัญหา เพื่อพัฒนาองค์กรธุรกิจ โดยอาจารย์ที่ปรึกษาเห็นชอบและจะต้องอธิบายหรือนำเสนอได้ว่างานวิจัยดังกล่าว เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจหรือสังคมอย่างไร โดยจัดให้มีกลุ่มนักศึกษาผู้ร่วมวิจัยจำนวน 5-10 คน จัดทำโครงการวิจัยอย่างมีระบบ โดยเริ่มจากการศึกษาปัญหา ความสำคัญของปัญหา	5. ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงการ 1702 481 โครงการด้านการตลาด (Marketing Project) 5.1 คำอธิบายโดยย่อ การจัดทำโครงการด้านการตลาดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน วิเคราะห์ปัญหาจากการฝึกงาน เสนอแนะแนวทางแก้ไข การเขียนรายงาน การนำเสนอรายงาน 5.2 มาตรฐานผลลัพธ์การเรียนรู้: 1) มีศีลธรรม คุณธรรม และจรรยาอันดีงามในการดำรงชีวิตแบบพอเพียง มีความเพียร มุ่งมั่น มานะและบากบั่น 2) รู้คุณค่า รักความเป็นไทยและภูมิปัญญาไทย 3) มีจิตสำนึกและตระหนักในการปฏิบัติตามจริยธรรมในอาชีพ 4) มีความรู้ตามหลักการ ทฤษฎีในสาขาวิชาการตลาด 5) มีทักษะการคิดแบบองค์รวม คิดแบบสร้างสรรค์ คิดแบบการเป็นผู้ประกอบการและสามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้ 6) ค้นหาข้อเท็จจริง สรุปทำความเข้าใจเกี่ยวกับอาชีพได้ 7) ศึกษาวิเคราะห์ปัญหา และหาแนวทางแก้ไขเกี่ยวกับอาชีพได้ 8) มีความรับผิดชอบต่อสังคมและชีวิตอย่างสมดุล	- ปรับปรุงเฉพาะข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงการ 1702 481 โครงการด้านการตลาด (Marketing Project)

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
วัตถุประสงค์ ระเบียบวิธีวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูล การสรุปผลข้อมูล การสรุปผลการวิจัยและการอ้างอิง โดยนำเสนอเป็นรูปเล่มรายงานวิจัยตามรูปแบบและนำเสนอผลงานวิจัย ตามระยะเวลาที่หลักสูตรกำหนด 5.2 มาตรฐานผลการเรียนรู้ : นักศึกษามีศักยภาพในการเรียนรู้ด้วยตนเอง สามารถคิดและวิเคราะห์ปัญหาอย่างเป็นระบบและมีหลักการ สามารถประยุกต์ใช้ศาสตร์ทั้งทางภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติด้านการตลาดในวิชาเอกต่าง ๆ และผลการเรียนรู้ทั้ง 5 ด้าน คือ 5.2.1 ด้านคุณธรรมจริยธรรม มีคุณธรรมในการดำเนินชีวิตอย่างพอเพียง รับผิดชอบต่อตนเอง อดทน อดกลั้น ซื่อสัตย์ และมีระเบียบวินัย มีจิตสำนึกและตระหนักในการปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพ เคารพและปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับขององค์กรและสังคม 5.2.2 ด้านความรู้ มีความรู้ตามหลักการ ทฤษฎีในสาขาวิชาการตลาด	9) มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร ทั้งการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียน 10) ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่หลากหลายในการสืบค้นข้อมูล สร้างสรรค์งาน และวิเคราะห์อย่างรู้เท่าทัน 5.3 ช่วงเวลา: ภาคการศึกษาปลาย ชั้นปีที่ 4 5.4 จำนวนหน่วยกิต: 3 หน่วยกิต 5.5 การเตรียมการ 1) ปฐมนิเทศ แนะนำและแจกคู่มือการจัดทำโครงงานทางด้านการตลาด แนะนำอาจารย์ที่ปรึกษาโครงงาน หัวข้อในการแนะแนว เช่น การจัดทำโครงงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน การเขียนรายงานถูกต้องตามหลักวิชาการ การนำเสนอรายงาน เป็นต้น 2) แจ้งช่องทางการติดต่อสื่อสาร การขอความช่วยเหลือต่าง ๆ 3) จัดอาจารย์ที่ปรึกษาโครงงาน 4) อาจารย์ที่ปรึกษาจัดตารางเวลาการให้คำปรึกษาและการติดตามการทำงานของนักศึกษา	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
5.2.3 ด้านทักษะทางปัญญา มีทักษะการคิด ได้แก่ การคิดแบบองค์รวม การคิดสร้างสรรค์ การคิดวิจารณ์ และแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้ สามารถค้นหาข้อเท็จจริง สรุป ทำความเข้าใจเกี่ยวกับวิชาชีพได้ สามารถศึกษาวิเคราะห์ปัญหา และหาแนวทางแก้ไขเกี่ยวกับวิชาชีพได้ และศึกษาปัญหา และหาแนวทางแก้ไขเกี่ยวกับวิชาชีพได้ 5.2.4 ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ มีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย 5.2.5 ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร คิดคำนวณและวิเคราะห์เชิงตัวเลขได้ ใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างรู้เท่าทัน 5.3 ช่วงเวลา ภาคการศึกษาปลาย ชั้นปีที่ 3 การวิจัยการตลาด ภาคการศึกษาต้น ชั้นปีที่ 4 โครงการด้านการตลาด 5.4 จำนวนหน่วยกิต วิชาการศึกษาวิจัยการตลาด 3 หน่วยกิต วิชาโครงการด้านการตลาด 5 หน่วยกิต	5.6 กระบวนการประเมินผล: เป็นการประเมินผลจาก 3 ส่วน ได้แก่ 1) ประเมินผลจากคุณภาพโครงการงานทางการตลาด 2) ประเมินผลจากอาจารย์ที่ปรึกษา 3) ประเมินผลจากการนำเสนอโครงการงานของนักศึกษา การประเมินผลจะเป็นการประเมินแบบเกรด	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
5.5 การเตรียมการ : 5.5.1 อาจารย์ที่ปรึกษาให้คำแนะนำนักศึกษา โดยให้กลุ่มนักศึกษาเป็นผู้เลือกอาจารย์ที่ปรึกษาและหัวข้อที่กลุ่มนักศึกษาสนใจ 5.5.2 อาจารย์ที่ปรึกษาจัดตารางเวลาการให้คำปรึกษาและการติดตามการทำงานของนักศึกษา 5.5.3 อาจารย์ผู้สอนร่วมกันกำหนดแนวทางการทำเอกสารและแนวทางการจัดทำโครงงานของนักศึกษา 5.6 กระบวนการประเมินผล : 5.6.1 ประเมินคุณภาพโครงงานโดยอาจารย์ประจำวิชาและอาจารย์ที่ปรึกษา 5.6.2 ประเมินความก้าวหน้าในระหว่างการทำโครงงานโดยอาจารย์ที่ปรึกษา และอาจารย์ประจำวิชาโดยการนำเสนอหน้าชั้นเรียนและเอกสารรายงานโครงการ 5.6.3 ประเมินผลการทำงานของนักศึกษาในภาพรวม โดยการติดตามการทำงาน และผลงานที่เกิดขึ้นในแต่ละขั้นตอน และรายงานโดยอาจารย์ที่ปรึกษา		

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565							
หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล	หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล								
1. การพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา	1. การพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา	- เพิ่มเติม กลยุทธ์การสอนและกิจกรรมนักศึกษาที่จะใช้ในการพัฒนา ได้แก่ 1) นักศึกษาจัดทำโครงการด้านการตลาดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน วิเคราะห์ปัญหาจากการฝึกงาน เสนอแนะแนวทางแก้ไข การเขียนรายงานการนำเสนอรายงาน 2) สนับสนุนให้ผู้เรียนเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติธรรม							
<table><tr><th>1.1 คุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา</th><th>1.2 กลยุทธ์การสอนและกิจกรรมนักศึกษาที่จะใช้ในการพัฒนา</th></tr><tr><td>1.1.1 สร้างสรรค์ ได้แก่ กระบวนการคิดที่หลากหลายหรือแปลกใหม่ไปจากเดิม นำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมได้ คุณลักษณะที่พึงประสงค์ 1. มีทักษะการคิด วิเคราะห์ วางแผนและการแก้ไขปัญหาด้านการตลาดได้ 2. มีทัศนคติเชิงบวก พร้อมทั้งจะรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น 3. สามารถรู้เท่าทันและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีให้เหมาะสมกับวิถีชีวิต และสังคม การเปลี่ยนแปลงในโลกปัจจุบัน 4. มีความรับผิดชอบ โลกทัศน์กว้างไกล สามารถสร้างสรรค์ผลงานหรือนวัตกรรมได้</td><td>- แต่ละรายวิชามีการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางการตลาด จะมีการมอบหมายงานเพื่อฝึกให้นักศึกษามีทักษะการคิดวิเคราะห์ วางแผนและการแก้ไขปัญหาด้านการตลาดได้ - แต่ละรายวิชามีกิจกรรมการสร้างทัศนคติเชิงบวก การรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น - แต่ละรายวิชา มีการเรียนการสอนและมอบหมายงาน ให้มีการค้นคว้าและสามารถรู้เท่าทันและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีให้เหมาะสมกับวิถีชีวิต และสังคม การเปลี่ยนแปลงในโลกปัจจุบัน - กิจกรรมศึกษาดูงานนอกสถานที่เกี่ยวกับงานด้านการตลาดเพื่อเปิดโลกทัศน์ - มีการมอบหมายงานให้นักศึกษามีพัฒนาการสร้างสรรค์ผลงานหรือนวัตกรรมในรูปแบบรายงานในรายวิชาการจัดการผลิตภัณฑ์และตราสินค้า การจัดการ</td></tr></table>	1.1 คุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา	1.2 กลยุทธ์การสอนและกิจกรรมนักศึกษาที่จะใช้ในการพัฒนา	1.1.1 สร้างสรรค์ ได้แก่ กระบวนการคิดที่หลากหลายหรือแปลกใหม่ไปจากเดิม นำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมได้ คุณลักษณะที่พึงประสงค์ 1. มีทักษะการคิด วิเคราะห์ วางแผนและการแก้ไขปัญหาด้านการตลาดได้ 2. มีทัศนคติเชิงบวก พร้อมทั้งจะรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น 3. สามารถรู้เท่าทันและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีให้เหมาะสมกับวิถีชีวิต และสังคม การเปลี่ยนแปลงในโลกปัจจุบัน 4. มีความรับผิดชอบ โลกทัศน์กว้างไกล สามารถสร้างสรรค์ผลงานหรือนวัตกรรมได้	- แต่ละรายวิชามีการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางการตลาด จะมีการมอบหมายงานเพื่อฝึกให้นักศึกษามีทักษะการคิดวิเคราะห์ วางแผนและการแก้ไขปัญหาด้านการตลาดได้ - แต่ละรายวิชามีกิจกรรมการสร้างทัศนคติเชิงบวก การรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น - แต่ละรายวิชา มีการเรียนการสอนและมอบหมายงาน ให้มีการค้นคว้าและสามารถรู้เท่าทันและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีให้เหมาะสมกับวิถีชีวิต และสังคม การเปลี่ยนแปลงในโลกปัจจุบัน - กิจกรรมศึกษาดูงานนอกสถานที่เกี่ยวกับงานด้านการตลาดเพื่อเปิดโลกทัศน์ - มีการมอบหมายงานให้นักศึกษามีพัฒนาการสร้างสรรค์ผลงานหรือนวัตกรรมในรูปแบบรายงานในรายวิชาการจัดการผลิตภัณฑ์และตราสินค้า การจัดการ	<table><tr><th>1.1 คุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา</th><th>1.2 กลยุทธ์การสอนและกิจกรรมนักศึกษาที่จะใช้ในการพัฒนา</th></tr><tr><td>1.1.1 สร้างสรรค์ ได้แก่ กระบวนการคิดที่หลากหลายหรือแปลกใหม่ไปจากเดิม นำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมได้ คุณลักษณะที่พึงประสงค์ 1. มีทักษะการคิด วิเคราะห์ วางแผนและการแก้ไขปัญหาด้านการตลาดและการสื่อสารดิจิทัล และการตลาดการค้าสมัยใหม่ 2. มีทัศนคติเชิงบวก พร้อมทั้งจะรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น 3. สามารถรู้เท่าทันและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีให้เหมาะสมกับวิถีชีวิต และสังคม การเปลี่ยนแปลงในโลกปัจจุบัน 4. มีความรับผิดชอบ โลกทัศน์กว้างไกล สามารถสร้างสรรค์ผลงานหรือนวัตกรรมได้</td><td>- มีการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางการตลาดและการสื่อสารดิจิทัล การตลาดการค้าสมัยใหม่ จะมีการมอบหมายงานเพื่อฝึกให้นักศึกษามีทักษะการคิด วิเคราะห์ วางแผนและการแก้ไขปัญหาด้านการตลาดได้ - มีกิจกรรมการสร้างทัศนคติเชิงบวก การรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น - มีการเรียนการสอนและมอบหมายงาน ให้มีการค้นคว้าและสามารถรู้เท่าทันและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีให้เหมาะสมกับวิถีชีวิต และสังคมการเปลี่ยนแปลงในโลกปัจจุบัน - กิจกรรมศึกษาดูงานนอกสถานที่เพื่อเปิดโลกทัศน์กว้างไกล - นักศึกษาจัดทำโครงการด้านการตลาดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน วิเคราะห์ปัญหาจากการฝึกงาน เสนอแนะแนวทางแก้ไข การเขียนรายงานการนำเสนอรายงาน</td></tr></table>	1.1 คุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา	1.2 กลยุทธ์การสอนและกิจกรรมนักศึกษาที่จะใช้ในการพัฒนา	1.1.1 สร้างสรรค์ ได้แก่ กระบวนการคิดที่หลากหลายหรือแปลกใหม่ไปจากเดิม นำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมได้ คุณลักษณะที่พึงประสงค์ 1. มีทักษะการคิด วิเคราะห์ วางแผนและการแก้ไขปัญหาด้านการตลาดและการสื่อสารดิจิทัล และการตลาดการค้าสมัยใหม่ 2. มีทัศนคติเชิงบวก พร้อมทั้งจะรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น 3. สามารถรู้เท่าทันและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีให้เหมาะสมกับวิถีชีวิต และสังคม การเปลี่ยนแปลงในโลกปัจจุบัน 4. มีความรับผิดชอบ โลกทัศน์กว้างไกล สามารถสร้างสรรค์ผลงานหรือนวัตกรรมได้	- มีการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางการตลาดและการสื่อสารดิจิทัล การตลาดการค้าสมัยใหม่ จะมีการมอบหมายงานเพื่อฝึกให้นักศึกษามีทักษะการคิด วิเคราะห์ วางแผนและการแก้ไขปัญหาด้านการตลาดได้ - มีกิจกรรมการสร้างทัศนคติเชิงบวก การรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น - มีการเรียนการสอนและมอบหมายงาน ให้มีการค้นคว้าและสามารถรู้เท่าทันและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีให้เหมาะสมกับวิถีชีวิต และสังคมการเปลี่ยนแปลงในโลกปัจจุบัน - กิจกรรมศึกษาดูงานนอกสถานที่เพื่อเปิดโลกทัศน์กว้างไกล - นักศึกษาจัดทำโครงการด้านการตลาดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน วิเคราะห์ปัญหาจากการฝึกงาน เสนอแนะแนวทางแก้ไข การเขียนรายงานการนำเสนอรายงาน
1.1 คุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา	1.2 กลยุทธ์การสอนและกิจกรรมนักศึกษาที่จะใช้ในการพัฒนา								
1.1.1 สร้างสรรค์ ได้แก่ กระบวนการคิดที่หลากหลายหรือแปลกใหม่ไปจากเดิม นำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมได้ คุณลักษณะที่พึงประสงค์ 1. มีทักษะการคิด วิเคราะห์ วางแผนและการแก้ไขปัญหาด้านการตลาดได้ 2. มีทัศนคติเชิงบวก พร้อมทั้งจะรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น 3. สามารถรู้เท่าทันและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีให้เหมาะสมกับวิถีชีวิต และสังคม การเปลี่ยนแปลงในโลกปัจจุบัน 4. มีความรับผิดชอบ โลกทัศน์กว้างไกล สามารถสร้างสรรค์ผลงานหรือนวัตกรรมได้	- แต่ละรายวิชามีการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางการตลาด จะมีการมอบหมายงานเพื่อฝึกให้นักศึกษามีทักษะการคิดวิเคราะห์ วางแผนและการแก้ไขปัญหาด้านการตลาดได้ - แต่ละรายวิชามีกิจกรรมการสร้างทัศนคติเชิงบวก การรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น - แต่ละรายวิชา มีการเรียนการสอนและมอบหมายงาน ให้มีการค้นคว้าและสามารถรู้เท่าทันและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีให้เหมาะสมกับวิถีชีวิต และสังคม การเปลี่ยนแปลงในโลกปัจจุบัน - กิจกรรมศึกษาดูงานนอกสถานที่เกี่ยวกับงานด้านการตลาดเพื่อเปิดโลกทัศน์ - มีการมอบหมายงานให้นักศึกษามีพัฒนาการสร้างสรรค์ผลงานหรือนวัตกรรมในรูปแบบรายงานในรายวิชาการจัดการผลิตภัณฑ์และตราสินค้า การจัดการ								
1.1 คุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา	1.2 กลยุทธ์การสอนและกิจกรรมนักศึกษาที่จะใช้ในการพัฒนา								
1.1.1 สร้างสรรค์ ได้แก่ กระบวนการคิดที่หลากหลายหรือแปลกใหม่ไปจากเดิม นำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมได้ คุณลักษณะที่พึงประสงค์ 1. มีทักษะการคิด วิเคราะห์ วางแผนและการแก้ไขปัญหาด้านการตลาดและการสื่อสารดิจิทัล และการตลาดการค้าสมัยใหม่ 2. มีทัศนคติเชิงบวก พร้อมทั้งจะรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น 3. สามารถรู้เท่าทันและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีให้เหมาะสมกับวิถีชีวิต และสังคม การเปลี่ยนแปลงในโลกปัจจุบัน 4. มีความรับผิดชอบ โลกทัศน์กว้างไกล สามารถสร้างสรรค์ผลงานหรือนวัตกรรมได้	- มีการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางการตลาดและการสื่อสารดิจิทัล การตลาดการค้าสมัยใหม่ จะมีการมอบหมายงานเพื่อฝึกให้นักศึกษามีทักษะการคิด วิเคราะห์ วางแผนและการแก้ไขปัญหาด้านการตลาดได้ - มีกิจกรรมการสร้างทัศนคติเชิงบวก การรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น - มีการเรียนการสอนและมอบหมายงาน ให้มีการค้นคว้าและสามารถรู้เท่าทันและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีให้เหมาะสมกับวิถีชีวิต และสังคมการเปลี่ยนแปลงในโลกปัจจุบัน - กิจกรรมศึกษาดูงานนอกสถานที่เพื่อเปิดโลกทัศน์กว้างไกล - นักศึกษาจัดทำโครงการด้านการตลาดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน วิเคราะห์ปัญหาจากการฝึกงาน เสนอแนะแนวทางแก้ไข การเขียนรายงานการนำเสนอรายงาน								

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565			เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
		การตลาด การตลาดระหว่างประเทศ				
1.1.2	สามัคคี ได้แก่ความพร้อมเพรียงกัน ความกลมเกลียวเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน	การตลาด การตลาดระหว่างประเทศ	1.1.2	สามัคคี ได้แก่ พร้อมเพรียงกัน ความกลมเกลียวเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน	มีกิจกรรมหรือโครงการที่พัฒนาระบบงานมีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์ เพื่อสร้างความสามารถในการทำงานเป็นทีม และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	
	คุณลักษณะที่พึงประสงค์			คุณลักษณะที่พึงประสงค์		
	1. มีทักษะการทำงานเป็นทีม			1. มีทักษะการทำงานเป็นทีม		
	2. มีมนุษยสัมพันธ์ดี วางตัวเหมาะสม รู้จักบทบาทหน้าที่ของตนเอง			2. มีทัศนคติเชิงบวก พร้อมทั้งจะรับฟังความเห็นของผู้อื่น		
				3. มีมนุษยสัมพันธ์ และรู้จักบทบาทหน้าที่ของตน		
1.1.3	สำนึกดีต่อสังคม ได้แก่ มีความรับผิดชอบต่อสังคม เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตน		1.1.3	สำนึกดีต่อสังคม ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อสังคม เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตน		
	คุณลักษณะที่พึงประสงค์			คุณลักษณะที่พึงประสงค์		
	1. มีความรับผิดชอบต่อสังคม เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตน			1. มีความรับผิดชอบต่อสังคม เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตน		
	2. มีจิตสำนึกรักท้องถิ่น			2. มีจิตสำนึกรักท้องถิ่น		
	3. มีระเบียบวินัย และเคารพกฎหมาย			3. มีระเบียบวินัย และเคารพกฎหมาย		
1.1.4	ด้านความรู้เชิงวิชาการ		1.1.4	คุณลักษณะพิเศษที่หลักสูตรต้องการ		
	1. สามารถบูรณาการศาสตร์ด้านการตลาดและด้านบริหารธุรกิจ กับทักษะเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาหรือนำไปใช้แก้ปัญหา			ด้านความรู้เชิงวิชาการ		
				1. มีความรู้และทักษะทางดิจิทัล สามารถบูรณาการศาสตร์ด้านการตลาด		

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561		หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565		เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
ในองค์กรธุรกิจของชุมชนท้องถิ่น	ความรู้ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง - มีเวทีให้นักศึกษาสามารถนำเสนอความรู้ที่ได้จากการศึกษาหรือ ความรู้จากการสังเคราะห์ที่ได้เรียบเรียงเนื้อหาไว้อย่างถูกต้องแล้ว หรือ แสดงความสามารถด้านวิชาการให้กับอาจารย์ประจำวิชาและเพื่อนร่วมชั้นฟัง - จัดให้มีวิทยากรพิเศษหรือผู้เชี่ยวชาญเฉพาะในหลักสูตร - ฝึกทักษะการปฏิบัติในรูปของการฝึกประสบการณ์ในสถานประกอบการจริง - กำหนดให้มีกิจกรรมศึกษาดูงานในสถานประกอบการธุรกิจ	และการสื่อสารดิจิทัล และการตลาด การค้าสมัยใหม่ เพื่อพัฒนาหรือนำไปใช้ในองค์กรธุรกิจ 2. มีความคิดสร้างสรรค์และนำเสนออย่างมืออาชีพ 3. มีการยอมรับและปรับเปลี่ยนให้เข้ากับบริบทที่เปลี่ยนแปลง 4. มีความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่น	- มีเวทีให้นักศึกษาสามารถนำเสนอความรู้ที่ได้จากการศึกษาหรือ ความรู้จากการสังเคราะห์ที่ได้เรียบเรียงเนื้อหาไว้อย่างถูกต้องแล้ว หรือ แสดงความสามารถด้านวิชาการให้กับอาจารย์ประจำวิชาและเพื่อนร่วมชั้นฟัง - จัดให้มีอาจารย์พิเศษหรือผู้เชี่ยวชาญเฉพาะในหลักสูตร - ฝึกทักษะการปฏิบัติในรูปของการฝึกงาน และสหกิจศึกษาในสถานประกอบการ - กำหนดให้มีกิจกรรมศึกษาดูงานในสถานประกอบการธุรกิจ	
1.1.5 ความสามารถทางด้านอารมณ์และจิตใจ 1. มีความรับผิดชอบในการปฏิบัติหน้าที่ และมีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่แก่ผู้อื่น 2. มีคุณธรรมและจริยธรรมรวมถึงมีจรรยาบรรณในวิชาชีพ 3. มีความอดทนในการทำงาน	- สนับสนุนให้ผู้เรียนเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย คณะหรือองค์กรอื่น ๆ ทั้งในรูปแบบของกิจกรรมส่งเสริมทักษะทางด้านความคิด การบำเพ็ญประโยชน์ หรือกิจกรรมด้านวิชาการ - มีการเรียนการสอนที่เน้นให้ความรู้ถึงความรับผิดชอบต่อสังคม - สนับสนุนให้ผู้เรียนจัดทำกิจกรรมจิตอาสาในแต่ละปีการศึกษา	ความสามารถทางด้านอารมณ์และจิตใจ 1. มีความรับผิดชอบในการปฏิบัติหน้าที่และความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่แก่ผู้อื่น 2. มีคุณธรรมและจริยธรรมรวมถึงมีจรรยาบรรณในวิชาชีพ 3. มีความอดทนในการทำงาน	- สนับสนุนให้ผู้เรียนเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย คณะหรือองค์กรอื่น ๆ ทั้งในรูปแบบของกิจกรรมส่งเสริมทักษะทางด้านความคิด การละเล่น การบำเพ็ญประโยชน์ หรือกิจกรรมด้านวิชาการ - สนับสนุนให้ผู้เรียนเข้าร่วมโครงการหรือชมรมต่าง ๆ ในมหาวิทยาลัย - สนับสนุนให้ผู้เรียนเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติธรรม - สนับสนุนให้ผู้เรียนจัดทำกิจกรรมจิตอาสาในแต่ละปีการศึกษา	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
1.1.6 ด้านบุคลิกภาพและการปรับตัวในสังคม 1. สามารถทำงานร่วมกันเป็นทีม มีความรับผิดชอบและตรงต่อเวลา เล็งเห็นประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตัว 2. มีการแต่งกายเหมาะสม มีสัมมาคารวะ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี 3. ใฝ่รู้และติดตามข่าวสารต่าง ๆ ด้านการตลาดอย่างสม่ำเสมอ - กำหนดให้มีกิจกรรมช่วยเหลือสังคมที่ตระหนักถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าส่วนตน - กำหนดให้มีการฝึกประสบการณ์เพื่อให้ผู้เรียนได้มีประสบการณ์ในการทำงานก่อนสำเร็จการศึกษาและรู้จักการปรับตัวในสังคม รวมถึงมีระเบียบวินัยในการทำงาน - กำหนดให้มีการปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่ โดยอบรมเรื่อง การปรับตัวเข้ากับเพื่อนใหม่ การเรียนการสอนแบบใหม่ การแต่งกายที่เหมาะสม กิริยามารยาทในการเข้าพบอาจารย์และการติดต่อเจ้าหน้าที่ รวมถึงการใช้ชีวิตในรั้วมหาวิทยาลัย - กำหนดให้มีการปฐมนิเทศนักศึกษาฝึกงาน โดยมีการอบรมเรื่อง การแต่งกายให้เหมาะสม บุคลิกภาพและการวางตัวเมื่อเข้าไปฝึกงานในสถานประกอบการ - ส่งเสริมการทำกิจกรรมสังคมและวัฒนธรรมทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย เช่น การแห่เทียนพรรษา หรือกีฬา	ด้านบุคลิกภาพและการปรับตัวในสังคม 1. สามารถทำงานร่วมกันเป็นทีม มีความรับผิดชอบและตรงต่อเวลา เล็งเห็นประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตัว 2. มีการแต่งกายเหมาะสม มีสัมมาคารวะและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี 3. ใฝ่รู้และติดตามข่าวสารต่าง ๆ ด้านการตลาดและการสื่อสารดิจิทัล และการตลาดการค้าสมัยใหม่ อย่างสม่ำเสมอ - กำหนดให้มีกิจกรรมช่วยเหลือสังคมที่ตระหนักถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าส่วนตน - กำหนดให้มีการฝึกงาน/สหกิจศึกษาเพื่อให้ผู้เรียนได้มีประสบการณ์ในการทำงานก่อนสำเร็จการศึกษา และรู้จักการปรับตัวในสังคม รวมถึงมีระเบียบวินัยในการทำงาน - กำหนดให้มีการปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่ โดยอบรมเกี่ยวกับเรื่องการปรับตัวเข้ากับเพื่อนใหม่ การเรียนการสอนแบบใหม่ รวมถึงการแต่งกายที่เหมาะสม รวมถึงกิริยามารยาทในการเข้าพบอาจารย์และการติดต่อเจ้าหน้าที่ - กำหนดให้มีการปฐมนิเทศนักศึกษาฝึกงาน/สหกิจศึกษา โดยมีการอบรมเกี่ยวกับเรื่องการแต่งกายให้เหมาะสม บุคลิกภาพและการวางตัวเมื่อเข้าไปฝึกงานในสถานที่ราชการและเอกชน - ส่งเสริมการทำกิจกรรมสังคมและวัฒนธรรมทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย เช่น การแห่เทียนพรรษา กีฬาสัมพันธ์ เป็นต้น	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565			เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
2. การพัฒนาผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน			2. การพัฒนาผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน			
1) ผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน	2) กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในรายวิชาต่างๆ ในหลักสูตร	3) วิธีการวัดประเมินผลที่จะใช้ ในรายวิชาต่างๆ ในหลักสูตร	1) ผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน	2) กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในรายวิชาต่างๆ ในหลักสูตร	3) วิธีการวัดประเมินผลที่จะใช้ ในรายวิชาต่างๆ ในหลักสูตร	-ปรับปรุงการพัฒนาผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน
1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม			1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม			
1.1 มีคุณธรรมในการดำเนินชีวิตอย่างพอเพียง รับผิดชอบต่อตนเอง อดทน อดกลั้น ซื่อสัตย์ และมีระเบียบวินัย	1. กำหนดให้ทุกรายวิชาในหลักสูตรมีการเรียนการสอนที่เน้นให้ผู้เรียนตระหนักถึงคุณธรรมและจริยธรรม รวมถึงสอดแทรกการอบรม	1. ประเมินจากการเรียนโดยกำหนดให้มีคะแนนด้านคุณธรรมและจริยธรรมในแต่ละรายวิชา โดยเน้นให้นักศึกษาประเมินผลการเรียนรู้ด้วยตนเอง ก่อนและหลังเรียน รวมทั้ง	1.1 มีศีลธรรม คุณธรรม และจรรยาอันดีงามในการดำรงชีวิตแบบพอเพียง มีความเพียร มุ่งมั่นมานะและบากบั่น	1. อาจารย์ประพฤติตนเป็นแบบอย่าง	1. นักศึกษาประเมินผล การเรียนรู้ด้วยตนเองก่อนและหลังเรียน	
1.2 ตระหนักและสำนึกในความ เป็นไทย	และจริยธรรม รวมถึง สอดแทรกการอบรม	การประเมินโดยอาจารย์	1.2 มีความกล้าหาญทาง จริยธรรม ยึดมั่นในความถูกต้อง มีระเบียบวินัย มีความซื่อสัตย์ และมีจิตสำนึก	2. อาจารย์ให้ข้อมูลย้อนกลับ	2. ประเมินโดยเพื่อน	
1.3 มีจิตสำนึกและตระหนักใน การปฏิบัติตามจรรยาบรรณ วิชาชีพ	มีการเรียนรู้จาก สถานการณ์จริง	และการประเมินโดยอาจารย์	1.3 รู้คุณค่า รักความเป็นไทย และภูมิปัญญาไทย	3. การเรียนการสอนที่เน้น ให้ผู้เรียนตระหนักถึง คุณธรรมและจริยธรรม	3. ประเมินจากการฝึก ประสบการณ์ โดยให้ องค์กรที่รับนักศึกษาเข้า ฝึกงานประเมินผ่าน แบบสอบถามที่ได้ กำหนดไว้	
1.4 เคารพและปฏิบัติตาม กฎระเบียบข้อบังคับขององค์กร และสังคม	ให้นักศึกษารู้จักการ เสริมสร้างพฤติกรรมและ จิตสำนึกที่ดีต่อสังคม รอบข้างไม่ทำให้ผู้อื่น เดือดร้อนรู้จักการปฏิบัติ หน้าที่ภายใต้กรอบที่ กำหนด	จากการสังเกตพฤติกรรม	1.4 มีจิตสำนึกและตระหนัก ในการปฏิบัติตามจริยธรรม ในอาชีพ	4. ส่งเสริมให้มีกิจกรรมจิต อาสา		
			2. ด้านความรู้			
			2.1 มีความรอบรู้และสามารถ เชื่อมโยงนำไปประยุกต์ใช้ในการ	1. บรรยาย อภิปราย การทำงานกลุ่ม	1. การทดสอบย่อย 2. การนำเสนอหน้าชั้น	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565				เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
	3. ส่งเสริมการเป็นต้นแบบที่ดีของอาจารย์	ฝึกงานประเมินผ่านแบบสอบถามที่ได้กำหนดไว้ 4. ประเมินจากผู้ใช้นับถือ โดยหลักสูตรหรือคณะส่งแบบสอบถามให้กับผู้ประกอบการ มีบันทึกของหลักสูตรทำงานหรือเคยผ่านการทำงานมาแล้ว แบบสอบถามที่ได้กำหนดไว้ 4. ประเมินจากผู้ใช้นับถือ โดยหลักสูตรหรือคณะส่งแบบสอบถามให้กับผู้ประกอบการที่มีบันทึกของหลักสูตรทำงานหรือเคยผ่านการทำงานมาแล้ว		ดำเนินชีวิตได้ 2.2 มีความรู้ตามหลักการ ทฤษฎีในสาขาวิชาการตลาด	การนำเสนอรายงานการวิเคราะห์กรณีศึกษาและมอบหมาย ให้ค้นคว้าหาบทความข้อมูลที่เกี่ยวข้อง โดยนำมาสรุปและนำเสนอ 2. การมอบหมายงาน 3. การจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ การจัดให้มีการฝึกปฏิบัติ/โครงการ/วิจัย/ฝึกภาคสนามในรายวิชา 4. การสอนแบบกรณีศึกษา 5. การสอนแบบสถานการณ์จำลอง 6. เทคนิคการเรียนรู้แบบร่วมมือ 7. การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม 8. การสอนโดยปัญหาเป็นฐาน	เรียนหรือรูปเล่มรายงานหรือกิจกรรมระหว่างเรียน 3. การสอบกลางภาคและปลายภาค 4. ประเมินผลการเรียนและการฝึกประสบการณ์ที่ให้ปฏิบัติตามสภาพจริง 5. ประเมินจากผลงานของกิจกรรมหรือในวิชา 6. โครงการกลุ่ม 7. การสัมภาษณ์ 8. การนำเสนองาน 9. คำถามอรรถนัย 10. แบบทดสอบวัดด้านการปฏิบัติ 11. การประเมินตนเอง 12. ประเมินโดยเพื่อน โดยเน้นการใช้วิธีการวัดที่หลากหลายตามเนื้อหาและกิจกรรมเพื่อพัฒนาผู้เรียน	
2. ด้านความรู้							
2.1 มีความรอบรู้อย่างกว้างขวาง มีโลกทัศน์กว้างไกล เห็นคุณค่าของมนุษย์ สังคม	1. เน้นความหลากหลายในด้านการเรียนการสอน เน้นการนำหลักการหรือทฤษฎี	1. การทดสอบย่อย 2. การนำเสนอหน้าชั้นเรียนหรือรูปเล่มรายงาน					

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565			เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
ศิลปะ วัฒนธรรม ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม 2.2 มีความรู้พื้นฐานเพื่อศึกษาต่อในหลักสูตรได้ 2.3 มีความรู้ตามหลักการทฤษฎีในสาขาวิชาการตลาด	ไปประยุกต์ใช้จริง ส่งเสริมให้ผู้เรียนติดตามข่าวสารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างสม่ำเสมอ	หรือกิจกรรมระหว่างเรียน		9. การสอนโดยใช้เทคนิคการระดมสมอง 10. การเรียนแบบออนไลน์ 11. การเรียนแบบผสมผสาน	ผลการประเมินต้องสะท้อนให้เห็นความก้าวหน้าของผู้เรียน	
	2. เชี่ยวชาญการพิเศษ หรืออาจารย์พิเศษ ร่วมสอนในรายวิชาที่เน้นการบูรณาการความรู้ หรือต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ	3. การสอบกลางภาคและปลายภาค	3. ด้านทักษะทางปัญญา			
	3. การมอบหมายให้นักศึกษาทำโครงการพิเศษและนำเสนอผลการศึกษา	4. ประเมินผลการเรียนและการฝึกประสบการณ์ที่ให้ผู้ปฏิบัติตามสภาพจริง	3.1 มีทักษะการเรียนรู้และรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมและของโลก เพื่อดำรงตนอยู่ในสังคมพหุวัฒนธรรมภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ได้ 3.2 มีทักษะการคิดแบบองค์รวม คิดแบบสร้างสรรค์ คิดแบบการเป็นผู้ประกอบการและสามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้ 3.3 ค้นหาข้อเท็จจริง สรุปทำความเข้าใจเกี่ยวกับอาชีพได้ 3.4 ศึกษาวิเคราะห์ปัญหา และหาแนวทางแก้ไขเกี่ยวกับอาชีพได้	1. การมอบหมายให้นักศึกษาทำโครงการและนำเสนอผลการศึกษา 2. การสอนฝึกปฏิบัติการ 3. การมอบหมายงานให้คิดวิเคราะห์ 4. การมอบหมายงานที่มีการคิดคำนวณ 5. การจัดกิจกรรมอภิปราย สัมมนา แสดงความคิดเห็น 6. การสอนแบบกรณีศึกษา 7. การสอนโดยใช้เกม 8. การสอนแบบบรรยาย 9. การสอนแบบ	1. สอบกลางภาค 2. สอบปลายภาค โดยเน้นข้อสอบที่มีการวิเคราะห์สถานการณ์ หรือวิเคราะห์แนวคิดในการประยุกต์ใช้ 3. แบบสังเกต/ประเมินการฝึกปฏิบัติ 4. ประเมินผลการวิเคราะห์กรณีศึกษา 5. ประเมินผลการนำเสนอรายงานที่มอบหมาย 6. งานที่ให้ปฏิบัติตามสภาพจริง 7. การนำเสนองาน	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561				หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565				เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
		10. การสอนแบบสัมมนา	และกิจกรรมเพื่อพัฒนาผู้เรียน ผลการประเมินต้องสะท้อนให้เห็นความก้าวหน้าของผู้เรียน			สถานการณ์จำลอง	8. การซักถาม	
		11. การสอนแบบการอภิปรายกลุ่มย่อย (Small - Group Discussion)			10. การสอนแบบสัมมนา	9. การตอบคำถามแบบทดสอบวัดด้านการปฏิบัติ		
		12. การสอนโดยใช้เทคนิคการระดมพลังสมอง (Brainstorming)			11. การสอนแบบบรรยายเชิงอภิปราย	10. การเขียนบันทึก		
		13. การสอนโดยการอภิปรายกลุ่มแบบ Seminar			12. การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม	11. โครงการกลุ่ม		
		14. การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม (Participatory Learning)			13. การสอนโดยใช้ปัญหาเป็นฐาน	12.การสัมภาษณ์	13. ผลการแข่งขันในระดับชาติ	
		15. การทบทวนเนื้อหาเดิมและเชื่อมโยงสู่เนื้อหาใหม่			14. การใช้สื่อต่าง ๆ			
		16. การสอนแบบตั้งคำถาม (Problem Based Learning)			15. การทบทวนเนื้อหาเดิมและเชื่อมโยงสู่เนื้อหาใหม่			
		17. การสอนด้วยโครงงาน (Project Based Learning)			16. การส่งนักศึกษาเข้าร่วมโครงการแข่งขันในระดับชาติ			
		18. การใช้สื่อต่าง ๆ			4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ			
		4.1 มีความรับผิดชอบต่อสังคมและชีวิตอย่างสมดุล			1. จัดกิจกรรมกลุ่มในการวิเคราะห์กรณีศึกษา	1. ประเมินตนเองและเพื่อน ด้วยแบบฟอร์มที่กำหนด		
		4.2 เป็นพลเมืองดีที่เข้มแข็งเข้าใจสังคมและวัฒนธรรมเพื่อนบ้านและวัฒนธรรมสากล			2. มอบหมายงานกลุ่มเพื่อฝึกการทำงานเป็นทีม	2. รายงานที่นำเสนอพฤติกรรมการทำงานเป็นทีม		
		4.3 มีความเป็นผู้นำ ผู้ตามที่ดีสามัคคีและมีส่วนร่วมในการ			3. การเปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปราย ซักถาม แลกเปลี่ยนความรู้ระหว่าง	3. รายงานการศึกษา		

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565				เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
3. ด้านทักษะทางปัญญา			ทำงานเป็นทีม	นักศึกษาด้วยกันเอง	ด้วยตนเอง		
3.1 มีทักษะการแสวงหาและการเรียนรู้ด้วยตนเอง	1. การมอบหมายให้นักศึกษาทำโครงการพิเศษและนำเสนอผลการศึกษา	1. สอบกลางภาค	4.4 มีค่านิยมและวิสัยทัศน์ที่ดี มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น	ผู้สอน และวิทยากร จากภายนอก	4. สังเกตพฤติกรรม		
3.2 มีทักษะการคิด ได้แก่ การคิดแบบองค์รวมการคิดสร้างสรรค์ การคิดวิจารณ์ญาณ และแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้	2. การส่งนักศึกษาเข้าร่วมโครงการแข่งขันในระดับชาติ	2. ปลายภาค โดยเน้นข้อสอบที่มีการวิเคราะห์สถานการณ์ หรือวิเคราะห์แนวคิดในการประยุกต์ใช้		4. การนำเสนอรายงาน	5. สังเกตการอภิปรายแสดงความคิดเห็น ตอบคำถาม		
3.3 นำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตได้	3. การมอบหมายงานให้คิดวิเคราะห์	3. แบบสังเกต/ประเมินการฝึกปฏิบัติ		5. การมอบหมายโจทย์ปัญหา	6. การสอบข้อเขียน/ปากเปล่า		
3.4 ค้นหาข้อเท็จจริง สรุปทำความเข้าใจเกี่ยวกับวิชาชีพได้	4. การมอบหมายงานที่มีการคิดคำนวณ	4. ประเมินผลการวิเคราะห์กรณีศึกษา		6. การวิเคราะห์ตนเองของนักศึกษา	7. นักศึกษาประเมินตนเอง		
3.5 ศึกษาวิเคราะห์ปัญหาและหาแนวทางแก้ไขเกี่ยวกับวิชาชีพได้	5. การจัดกิจกรรมอภิปราย สัมมนา แสดงความคิดเห็น	5. ประเมินผลการนำเสนอรายงานที่มอบหมาย		7. การจัดลำดับรายวิชาตามความต่อเนื่อง/ง่ายยาก	8. นักศึกษาประเมินเพื่อนร่วมกลุ่มกิจกรรม		
	6. การสอนฝึกปฏิบัติการ	6. งานที่ให้ปฏิบัติตามสภาพจริง		8. มอบหมายงานค้นคว้าเขียนรายงานและนำเสนอหน้าห้อง	9. การประเมินโดยผู้รับผิดชอบการฝึกงาน		
	7. การสอนแบบกรณีศึกษา (Case Studies)	7. การนำเสนองาน		9. สอนแบบบรรยาย	10. รายงานผลงานโครงการ/วิจัย		
	8. การสอนแบบบรรยาย	8. การซักถาม		10. ใช้การสอนแบบผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง	11. การนำเสนอผลงานปากเปล่า		
	9. การสอนแบบสัมมนา	9. การตอบคำถาม		11. จัดให้มีภาคปฏิบัติในรายวิชา	12. การบ้านแก้โจทย์คำนวณ		
	10. การสอนแบบการอภิปราย	10. การเขียนบันทึก		12. จัดให้มีรายวิชาโครงการ/วิจัย	13. การบ้านแก้โจทย์ปัญหา		
				13. จัดให้มีการฝึกงาน/ประสบการณ์ภาคสนาม	14. ตรวจทานบันทึกการเรียนรู้ของนักศึกษา		

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561				หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565				เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
		กลุ่มย่อย (Small - Group Discussion) 11. การสอนโดยใช้เทคนิคการระดมพลังสมอง (Brainstorming) 12. การสอนโดยการอภิปรายกลุ่มแบบSeminar 13. การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม (Participatory Learning) 14. การทบทวนเนื้อหาเดิมและเชื่อมโยงสู่เนื้อหาใหม่ 15. การสอนแบบตั้งคำถาม (Problem Based Learning) 16. การสอนด้วยโครงงาน (Project Based Learning) 17. การใช้สื่อต่างๆ 18. การศึกษาดูงานนอกสถานที่	11. โครงการกลุ่ม 12. นิทรรศการ 13. การสัมภาษณ์ 14. การฝึกตีความ 15. ผลการแข่งขันในระดับชาติ			16. การกำกับดูแลอย่างจริงจัง จนเกิดเป็นนิสัย 16. มอบหมายงานกลุ่ม 17. ศึกษาดูงานนอกสถานที่ 18. มอบหมายให้นักศึกษาทำกิจกรรมจิตอาสา	15. แบบประเมินจิตอาสา	
				5. ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ				
				5.1 มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร ทั้งการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียน	1. พัฒนาทักษะในการสื่อสาร ทั้งการพูด การฟัง การแปล การเขียน โดยการทำรายงาน และนำเสนอในชั้นเรียน	1. งานที่ให้ปฏิบัติตามสภาพจริง		
				5.2 มีทักษะการคิดคำนวณและวิเคราะห์เชิงตัวเลข และสามารถประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้	2. มอบหมายงานให้ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง จาก website สื่อการสอน e-learning และแบบฝึกหัด รายงาน มุ่งเน้นการนำตัวเลข หรือมีสถิติอ้างอิง จากแหล่งที่มาข้อมูลที่น่าเชื่อถือ	2. การนำเสนองาน		
				5.3 ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่หลากหลายในการสืบค้นข้อมูล สร้างสรรค์งาน และวิเคราะห์อย่างรู้เท่าทัน		3. แบบทดสอบวัดด้านการปฏิบัติ		
						4. การสอบข้อเขียน/ปากเปล่า		
						5. งานที่ให้ปฏิบัติตามสภาพจริง		
						6. การสอบ		
						7. แบบฝึกหัด		
						8. การจัดทำรายงาน และนำเสนอด้วยสื่อเทคโนโลยี		

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565			เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ				3. จัดกิจกรรมการเรียนรู้ในรายวิชาต่าง ๆ ให้ผู้เรียนได้วิเคราะห์สถานการณ์จำลอง และสถานการณ์เสมือนจริง และนำเสนอการแก้ปัญหาที่เหมาะสม เรียนรู้เทคนิคการประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศในหลากหลายสถานการณ์	9. งานที่ให้ปฏิบัติตามสภาพจริง	
4.1 มีจิตอาสา เสียสละ สำนึกดีต่อสังคมและสาธารณะ	1. การเรียนการสอนเน้นให้ผู้เรียนได้มีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมชั้นและผู้สอน	1. ประเมินจากพฤติกรรมการทำงานกลุ่มโดยการสอบถาม		ได้วิเคราะห์สถานการณ์จำลอง และสถานการณ์เสมือนจริง และนำเสนอการแก้ปัญหาที่เหมาะสม เรียนรู้เทคนิคการประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศในหลากหลายสถานการณ์	10. แบบประเมินผลการฝึกงาน	
4.2 เป็นพลเมืองที่มีคุณค่าของสังคมและเข้าใจสังคมพหุวัฒนธรรม	มีกิจกรรมการทำงานเป็นกลุ่ม รู้จักการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ	2. ประเมินจากการแสดงออกของนักศึกษาในการนำเสนอรายงานกลุ่มในชั้นเรียนรวมถึงการตอบแบบสอบถาม		4. พัฒนาทักษะในการวิเคราะห์ข้อมูลจากกรณีศึกษา แบบฝึกหัด รายงาน		
4.3 มีความเป็นผู้นำ ผู้ตามที่ดี สำนึกดีและมีส่วนร่วมในการทำงานเป็นทีม	การแบ่งปันความรู้และฝึกการเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี	3. ประเมินจากการเข้าพบผู้สอนที่ปรึกษา		5. พัฒนาทักษะในการนำเสนอรายงาน โดยใช้รูปแบบเครื่องมือและเทคโนโลยีที่เหมาะสม		
4.4 มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น	2. จัดกิจกรรมกลุ่มที่เน้นถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและช่วยเหลือสังคมและการให้นักศึกษาได้ฝึกปฏิบัติจริงในสถานประกอบการเพื่อเข้าใจถึงภาระหน้าที่ความรับผิดชอบและการอยู่ร่วมกันกับผู้อื่นในสังคม	กิจกรรม รายงาน หรือโครงการ โดยสังเกตจากพฤติกรรม การให้คำแนะนำต่องาน และแต่เพื่อนร่วมงาน		6. พัฒนาทักษะในการสืบค้น ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตโดยการมอบหมายงานที่อาศัยการค้นคว้าค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่น		
4.5 มีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับ	3. การมอบหมายงานกลุ่ม มีการอภิปรายกลุ่ม และระดมสมองในบางวิชา สมาชิกในกลุ่มจะต้องร่วมกันค้นหาข้อมูลการ	4. ประเมินจากเพื่อนร่วมงาน และผู้สอน การสรุปประเด็น การอภิปรายกลุ่ม หรือการสอบ				

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565			เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
	วิเคราะห์ การตัดสินใจ ในการจัด ทำงาน			ห้องสมุด เว็บไซต์ ฐานข้อมูลออนไลน์ สถานที่จริง		-เพิ่มหัวข้อสมรรถนะ (Competency) ของ นักศึกษาแต่ละชั้นปี
5. ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ			3. สมรรถนะ (Competency) ของนักศึกษาแต่ละชั้นปี			
5.1 มีทักษะการใช้ภาษา เพื่อการสื่อสาร 5.2 คิดคำนวณและวิเคราะห์ เชิงตัวเลขได้ 5.3 ใช้คอมพิวเตอร์และ เทคโนโลยี สารสนเทศได้ อย่างรู้เท่าทัน	1. แนะนำแหล่งข้อมูล สำหรับสืบค้น 2. การมอบหมายงานที่ต้อง สืบค้นข้อมูลด้วยเทคโนโลยี สารสนเทศ 3. จัดกิจกรรมการเรียนรู้ใน รายวิชาต่าง ๆ ให้ผู้เรียนได้ วิเคราะห์สถานการณ์ จำลอง และสถานการณ์ เสมือนจริง และนำเสนอ การแก้ปัญหาที่เหมาะสม เรียนรู้เทคนิคการประยุกต์ เทคโนโลยีสารสนเทศ ในหลากหลายสถานการณ์ 4. ให้ผู้เรียนนำเสนอข้อมูล เชิงสถิติ โดยนำเสนอทั้ง รูปแบบรายงาน และ รูปแบบของการนำเสนอ หน้าชั้นเรียน	1. ประเมินจากเทคนิค การนำเสนอ การเลือกใช้ เครื่องมือทางเทคโนโลยี สารสนเทศ ที่เกี่ยวข้อง 2. ประเมินจาก ความสามารถในการ อภิปรายถึงข้อจำกัด เหตุผลในการเลือกใช้ เครื่องมือต่าง ๆ รวมถึง การอภิปรายกรณีศึกษา ที่มีการนำเสนอต่อชั้น เรียน 3. ประเมินจากการสอบ ภาคปฏิบัติ	ชั้นปีที่	สมรรถนะชั้นปี วิชาเอกการตลาดดิจิทัล	สมรรถนะชั้นปี วิชาเอกการตลาด การค้าสมัยใหม่	
			1	1. สามารถอธิบายหลักการของ หลักการตลาด หลักการจัดการ ธุรกิจเบื้องต้นและกฎหมาย ธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และ การจัดการสารสนเทศธุรกิจ ดิจิทัล 2. สามารถใช้กระบวนการคิด เชิงออกแบบทางธุรกิจและ นวัตกรรมทางการตลาด	1. สามารถอธิบายหลักการ ของหลักการตลาด หลักการ จัดการ ธุรกิจเบื้องต้นและ กฎหมายธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการจัดการสารสนเทศ ธุรกิจดิจิทัล 2. สามารถใช้กระบวนการคิด เชิงออกแบบทางธุรกิจและ นวัตกรรมทางการตลาด 3. สามารถปฏิบัติงานในสถาน ประกอบการด้านการจัดการ ธุรกิจการค้าสมัยใหม่ ฝึกปฏิบัติงานพื้นฐาน	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565			เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
	5. การให้แสดงความ คิดเห็นในชั้นเรียนเพื่อ ทักษะในการฟัง พูด				ระดับพนักงานร้าน	
			2	1. สามารถวางแผนการสื่อสาร การตลาดแบบบูรณาการ การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา 2. สามารถประยุกต์ใช้การตลาด ดิจิทัลและการตลาดคอนเทนต์ แนวสร้างสรรค์ 3. มีความเป็นผู้นำ และสามารถ ทำงานเป็นทีมได้	1. สามารถวางแผนการสื่อสาร การตลาดแบบบูรณาการ การจัดการผลิตภัณฑ์และ ราคา 2. สามารถประยุกต์ใช้ การตลาดดิจิทัล เทคโนโลยี สารสนเทศและการจัดการ ธุรกิจการค้าสมัยใหม่แบบ บูรณาการ 3. มีความเป็นผู้นำ และ สามารถทำงานเป็นทีมได้ 4. สามารถปฏิบัติงานในสถาน ประกอบการด้านการจัดการ ธุรกิจการค้าสมัยใหม่ ตาม หน้าที่และความรับผิดชอบ ระดับผู้ช่วยผู้จัดการร้าน	
			3	1. สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ที่หลากหลายในการสืบค้นข้อมูล สร้างสรรค์งานและวิเคราะห์ ข้อมูลอย่างรู้เท่าทันการ	1. สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ที่หลากหลายในการสืบค้น ข้อมูล สร้างสรรค์งาน และ วิเคราะห์ข้อมูลอย่างรู้เท่าทัน	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565				เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
			เปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจ 2. สามารถคิดวิเคราะห์ การจัดการเชิงกลยุทธ์ การสร้าง แบรนด์ และการจัดการช่องทาง การจัดจำหน่ายและโซ่อุปทาน 3. สามารถวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อการตลาดดิจิทัลได้ 4. สามารถใช้ทักษะสื่อสารได้ อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในการ พูด การเขียนและการนำเสนอ	การเปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจ 2. สามารถคิดวิเคราะห์ การจัดการเชิงกลยุทธ์ การจัดการช่องทางการจัด จำหน่ายและห่วงโซ่อุปทาน 3. สามารถวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อการตลาดดิจิทัลได้ 4. สามารถประยุกต์ใช้ แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ และการจัดการขายสำหรับ ธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 5. สามารถใช้ทักษะสื่อสารได้ อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในการพูด การเขียน และการนำเสนอ 6. สามารถปฏิบัติงานในสถาน ประกอบการด้านการจัดการ ธุรกิจการค้าสมัยใหม่ ตามหน้าที่และความ รับผิดชอบในระดับเตรียม ผู้จัดการร้าน	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565			
	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="1028 359 1146 1145">4</td><td data-bbox="1146 359 1487 1145"> 1. สามารถวิเคราะห์แก้ไขปัญห ในประเด็นทางการตลาดแบบ ร่วมสมัย 2. สามารถทำการวิจัยทาง การตลาดได้ 3. สามารถปฏิบัติงานในสถาน ประกอบการ โดยนำองค์ความรู้ ในการตลาดและการสื่อสาร ดิจิทัลไปประยุกต์ใช้และ สร้างสรรค์นวัตกรรมได้ 4. ตระหนักถึงความสำคัญ ของจริยธรรมและความ รับผิดชอบต่อผู้ประกอบการอาชีพ และการดำรงชีวิต </td><td data-bbox="1487 359 1809 1145"> 1. สามารถทำการวิจัยทาง การตลาดได้ 2. สามารถประยุกต์ใช้พาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์สำหรับธุรกิจ การค้าสมัยใหม่ได้ 3. สามารถปฏิบัติงานในสถาน ประกอบการ โดยนำองค์ ความรู้ในการจัดการธุรกิจ การค้าสมัยใหม่ ไปประยุกต์ ใช้ได้ ตามหน้าที่และความ รับผิดชอบในระดับผู้จัดการ ร้าน 4. ตระหนักถึงความสำคัญของ จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อ ผู้ประกอบการอาชีพและการ ดำรงชีวิต </td></tr> </table>	4	1. สามารถวิเคราะห์แก้ไขปัญห ในประเด็นทางการตลาดแบบ ร่วมสมัย 2. สามารถทำการวิจัยทาง การตลาดได้ 3. สามารถปฏิบัติงานในสถาน ประกอบการ โดยนำองค์ความรู้ ในการตลาดและการสื่อสาร ดิจิทัลไปประยุกต์ใช้และ สร้างสรรค์นวัตกรรมได้ 4. ตระหนักถึงความสำคัญ ของจริยธรรมและความ รับผิดชอบต่อผู้ประกอบการอาชีพ และการดำรงชีวิต	1. สามารถทำการวิจัยทาง การตลาดได้ 2. สามารถประยุกต์ใช้พาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์สำหรับธุรกิจ การค้าสมัยใหม่ได้ 3. สามารถปฏิบัติงานในสถาน ประกอบการ โดยนำองค์ ความรู้ในการจัดการธุรกิจ การค้าสมัยใหม่ ไปประยุกต์ ใช้ได้ ตามหน้าที่และความ รับผิดชอบในระดับผู้จัดการ ร้าน 4. ตระหนักถึงความสำคัญของ จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อ ผู้ประกอบการอาชีพและการ ดำรงชีวิต	
4	1. สามารถวิเคราะห์แก้ไขปัญห ในประเด็นทางการตลาดแบบ ร่วมสมัย 2. สามารถทำการวิจัยทาง การตลาดได้ 3. สามารถปฏิบัติงานในสถาน ประกอบการ โดยนำองค์ความรู้ ในการตลาดและการสื่อสาร ดิจิทัลไปประยุกต์ใช้และ สร้างสรรค์นวัตกรรมได้ 4. ตระหนักถึงความสำคัญ ของจริยธรรมและความ รับผิดชอบต่อผู้ประกอบการอาชีพ และการดำรงชีวิต	1. สามารถทำการวิจัยทาง การตลาดได้ 2. สามารถประยุกต์ใช้พาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์สำหรับธุรกิจ การค้าสมัยใหม่ได้ 3. สามารถปฏิบัติงานในสถาน ประกอบการ โดยนำองค์ ความรู้ในการจัดการธุรกิจ การค้าสมัยใหม่ ไปประยุกต์ ใช้ได้ ตามหน้าที่และความ รับผิดชอบในระดับผู้จัดการ ร้าน 4. ตระหนักถึงความสำคัญของ จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อ ผู้ประกอบการอาชีพและการ ดำรงชีวิต			

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
หมวดที่ 5 หลักเกณฑ์ในการประเมินผลนักศึกษา	หมวดที่ 5 หลักเกณฑ์ในการประเมินผลนักศึกษา	
1. กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน (เกรด) หลักเกณฑ์การให้คะแนนหลักสูตรนี้เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ว่าด้วย การจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2553 หมวดที่ 6 หมวดที่ 7 และหมวดที่ 8	1. กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน (เกรด) กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนนของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดเป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ว่าด้วย การจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2564 หมวดที่ 6 และหมวดที่ 7	-ปรับปรุงตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ว่าด้วย การจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2564
2. กระบวนการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ผลการเรียนรู้ของนักศึกษา มีการดำเนินงานทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ผลการเรียนรู้ของนักศึกษาทั้งระดับรายวิชาและระดับหลักสูตรตามระเบียบมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี เรื่อง ระบบและกลไกการบริหารหลักสูตรและการจัดทำรายละเอียดของหลักสูตร พ.ศ. 2558 ข้อ 14 ดังนี้ 2.1 การทวนสอบผลสัมฤทธิ์ผลการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับรายวิชา 2.1.1 งานวิชาการ คณะบริหารศาสตร์ กำหนดให้มีคณะกรรมการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ผลการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับรายวิชาประจำปี (ประกอบด้วย อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร คณะกรรมการบริหารหลักสูตร) เพื่อกำหนดแผนปฏิบัติ วิธีการ ขั้นตอน (ทั้งนี้ ผู้สอนต้องไม่เป็นกรรมการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ผลการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับรายวิชาของตนเอง เป็นผู้ให้ข้อมูลและรับฟังการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ผลการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับรายวิชา)	2. กระบวนการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ผลการเรียนรู้ของนักศึกษา อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด กำหนดให้มีการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ผลการเรียนรู้ของนักศึกษาทั้งระดับรายวิชาและระดับหลักสูตร ตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี เรื่อง การจัดทำหลักสูตรและการบริหารหลักสูตร พ.ศ. 2564 ข้อ 21 ดังนี้ ให้คณะแต่งตั้งคณะกรรมการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ผลการเรียนรู้ของนักศึกษาทั้งในระดับรายวิชาและระดับหลักสูตร เพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนักศึกษาตามมาตรฐานผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ที่กำหนดไว้ในรายวิชาหรือหลักสูตร โดยให้ดำเนินการดังนี้ 1) ทวนสอบผลสัมฤทธิ์ผลการเรียนรู้ในระดับรายวิชาในแต่ละภาคการศึกษา และมีจำนวนรายวิชารวมไม่น้อยกว่าร้อยละยี่สิบห้าของรายวิชาระดับปริญญาตรีที่เปิดสอนในแต่ละปีการศึกษา	-ปรับปรุงตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ว่าด้วย การจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2564

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
2.1.2 งานวิชาการ คณะบริหารศาสตร์ จัดทำแผน ปฏิทิน ขั้นตอนวิธีการ ทวนสอบผลสัมฤทธิ์ผลการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับรายวิชาให้ครบตาม มาตรฐานการเรียนรู้ที่กำหนด เช่น ตรวจสอบคะแนนและผลงานว่าเป็นจริงตาม ความสามารถของนักศึกษา การสัมภาษณ์ การสังเกตพฤติกรรม การปฏิบัติของ นักศึกษา วิธีการสอน วิธีการประเมินผลข้อสอบและผลงาน แผนการสอนราย สัปดาห์ การกำหนดลักษณะความผิดปกติของการประเมิน กำหนดรายวิชา ไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 และการอุทธรณ์ เป็นต้น 2.1.3 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ดำเนินการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ผล การเรียนรู้ของนักศึกษาระดับรายวิชาและรายงานในรายงานผลการดำเนินการ ของรายวิชา (มคอ.5)/รายงานในรายงานผลการดำเนินการของประสบการณ์ ภาคสนาม (มคอ.6) 2.1.4 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร รายงานผลการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ ผลการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับรายวิชาต่อคณะกรรมการประจำคณะและ มหาวิทยาลัย 2.1.5 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร นำผลไปพัฒนาปรับปรุงรายวิชา ต่อไป 2.2 การทวนสอบผลสัมฤทธิ์ผลการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับหลักสูตร 2.2.1 งานวิชาการ คณะบริหารศาสตร์ มีการแต่งตั้งคณะกรรมการทวน	2) ทวนสอบผลสัมฤทธิ์ผลลัพธ์การเรียนรู้ในระดับหลักสูตร ให้ประเมิน ผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ทุกปีการศึกษา และเมื่อนักศึกษาสำเร็จการศึกษาแล้ว ให้ครอบคลุมผลลัพธ์การเรียนรู้ทุกด้านและสมรรถนะชั้นปี ตามที่หลักสูตร กำหนดอย่างเป็นระบบ เพื่อประเมินความสำเร็จของการผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพ ให้คณะกรรมการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ผลลัพธ์การเรียนรู้ของนักศึกษารายงาน ผลการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ต่อคณะกรรมการประจำคณะและมหาวิทยาลัย ภายในหกสิบวันนับถัดจากหลังสิ้นสุดปีการศึกษา 2.1 การทวนสอบผลสัมฤทธิ์ผลลัพธ์การเรียนรู้ของนักศึกษาระดับ รายวิชา ให้อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรกำหนดการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ผลลัพธ์ การเรียนรู้ของนักศึกษาระดับรายวิชา ตามขั้นตอนดังต่อไปนี้ 1) กำหนดให้มีคณะกรรมการทวนสอบรายวิชาประจำภาคการศึกษา (ประกอบด้วย อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก) เพื่อกำหนด แผน ปฏิทิน วิธีการ ขั้นตอน ทั้งนี้ อาจารย์ผู้สอนจะไม่เป็นกรรมการทวนสอบใน รายวิชาของตนเอง 2) จัดทำแผน ปฏิทิน ขั้นตอนวิธีการทวนสอบให้ครบตามมาตรฐานการ เรียนรู้ที่กำหนด เช่น ตรวจสอบคะแนน/ผลงานว่าเป็นจริงตาม ความสามารถ ของนักศึกษา การสัมภาษณ์ การสังเกตพฤติกรรม การปฏิบัติของนักศึกษา วิธีการสอน วิธีการวัดประเมินข้อสอบ/ผลงาน แผนการสอนรายสัปดาห์ การ	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
สอบผลสัมฤทธิ์ผลการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับหลักสูตร (ประกอบด้วย อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก บัณฑิต ผู้ใช้บัณฑิต) เพื่อกำหนดแผน ปฏิทิน วิธีการ ขั้นตอน 2.2.2 งานวิชาการ คณะบริหารศาสตร์ จัดทำแผน ปฏิทิน ขั้นตอน วิธีการ ทวนสอบให้ครอบคลุมผลการเรียนรู้ทุกด้าน ตามที่หลักสูตรกำหนด เช่น แบบสำรวจ แบบประเมิน การสัมภาษณ์ การได้งานทำ ความพึงพอใจต่อบัณฑิต ความพร้อมทำงาน สมรรถนะของบัณฑิต 5 ด้าน 2.2.3 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ดำเนินการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ผลการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับหลักสูตรตามแผน และรายงานผลการทวนสอบในแบบรายงานผลการดำเนินงานหลักสูตร (มคอ.7) ทุกปีการศึกษา 2.2.4 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร รายงานผลการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ผลการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับหลักสูตรต่อคณะกรรมการประจำคณะและมหาวิทยาลัย 2.2.5 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร นำผลไปพัฒนาปรับปรุงหลักสูตร	กำหนดลักษณะความผิดปกติของการประเมิน กำหนดรายวิชาไม่น้อยกว่า ร้อยละยี่สิบห้าและการอุทธรณ์ เป็นต้น 3) ดำเนินการทวนสอบ และรายงานในรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา (มคอ.5) และหรือ รายงานผลการดำเนินการของประสบการณ์ภาคสนาม (มคอ.6) ทุกภาคการศึกษา 4) รายงานผลการทวนสอบต่ออาจารย์ผู้สอน คณะกรรมการประจำคณะ และมหาวิทยาลัย 5) นำผลการทวนสอบในข้อ 3) ไปพัฒนาปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3) และหรือ รายละเอียดของประสบการณ์ภาคสนาม (มคอ.4) ในภาคการศึกษาถัดไป 2.2 การทวนสอบผลสัมฤทธิ์ผลลัพธ์การเรียนรู้ของนักศึกษาระดับหลักสูตร ให้อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรกำหนดการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ผลลัพธ์การเรียนรู้ของนักศึกษาระดับหลักสูตร ตามขั้นตอนดังต่อไปนี้ 1) มีการแต่งตั้งคณะกรรมการทวนสอบ (ประกอบด้วย อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก บัณฑิต ผู้ใช้บัณฑิต) เพื่อกำหนดแผน ปฏิทิน วิธีการ ขั้นตอน 2) จัดทำแผน ปฏิทิน ขั้นตอน วิธีการทวนสอบให้ครอบคลุมผลลัพธ์การเรียนรู้ทุกด้านตามที่หลักสูตรกำหนดทุกปีการศึกษา เพื่อประเมิน	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
	ความสำเร็จการผลิตบัณฑิตทุกชั้นปี เช่น แบบสำรวจ แบบประเมิน การสัมภาษณ์ การได้งานทำ ความพึงพอใจต่อบัณฑิต ความพร้อมทำงาน สมรรถนะของบัณฑิต 5 ด้าน 3) ดำเนินการทวนสอบตามแผน และรายงานผลการทวนสอบใน รายงานผลการดำเนินการของหลักสูตร (มคอ.7) ทุกปีการศึกษา 4) รายงานผลการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ผลลัพธ์การเรียนรู้ของนักศึกษา ต่อคณะกรรมการประจำคณะและมหาวิทยาลัย 5) รวบรวมและนำผลการทวนสอบในข้อ 3) ไปพัฒนาปรับปรุง หลักสูตรต่อไป	
3. เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร ตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2558 และข้อบังคับ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2553 หมวดที่ 13 ข้อ 61 ดังนี้ 3.1 ต้องศึกษาและสอบผ่านรายวิชา ครบถ้วนตามที่ระบุไว้ในหลักสูตร จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตรไม่น้อยกว่า 127 หน่วยกิต 3.2 ต้องได้ค่าคะแนนเฉลี่ยสะสม (Cumulative G.P.A) ตลอดหลักสูตร ไม่ต่ำกว่า 2.00 3.3 ต้องได้แต้มระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า 2.00 ในหมวดวิชา	3. เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร เป็นไปตามประกาศกระทรวง ศึกษาธิการ เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2558 ข้อ 13 และข้อบังคับมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2564 ดังนี้ 1) ต้องศึกษารายวิชาครบตามโครงสร้างหลักสูตร โดยมีการประเมินผลได้อักษรลำดับขั้นตั้งแต่ D ขึ้นไป หรือ S และต้องได้ค่าคะแนนเฉลี่ยสะสมตลอดหลักสูตรไม่ต่ำกว่า 2.00 2) ไม่อยู่ในระหว่างรับโทษทางวินัยที่ระบุให้งดการเสนอชื่อเพื่อรับปริญญา หรืออนุปริญญา	-ปรับปรุงตาม ข้อบังคับมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2564

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
เฉพาะ กลุ่มวิชาชีพบังคับร่วมกับกลุ่มวิชาชีพเลือก 3.4 ไม่อยู่ในระหว่างรับโทษทางวินัยที่ระบุให้งดการเสนอชื่อเพื่อขออนุมัติปริญญา 3.5 ไม่เป็นผู้ค้างชำระหนี้สินกับทางมหาวิทยาลัย 3.6 กรณีที่นักศึกษาศึกษาและสอบผ่านรายวิชาครบตามหลักสูตรแล้ว แต่มีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่ถึง 2.00 และไม่ต่ำกว่า 1.75 นักศึกษาสามารถยื่นขออนุมัติปริญญาในสาขาวิชาการตลาดได้	3) กรณีที่นักศึกษารายใด มีผลการศึกษารายวิชาครบตามโครงสร้างหลักสูตร และผ่านการวัดและประเมินผลตามความในหมวดที่ 6 และมีการประเมินผลได้อักษรลำดับชั้นตั้งแต่ D ขึ้นไป หรือ S รวมทั้ง มีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมอยู่ตั้งแต่ 1.75-1.99 นักศึกษารายนั้นสามารถขออนุมัติปริญญาสาขาวิชาการตลาดได้	
หมวดที่ 6 การพัฒนาคณาจารย์	หมวดที่ 6 การพัฒนาคณาจารย์	
1. การเตรียมการสำหรับอาจารย์ใหม่ : 1.1 การปฐมนิเทศ ชี้แจงปรัชญา วัตถุประสงค์ของหลักสูตร การจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญให้แก่อาจารย์ อธิบายคู่มือการศึกษารายละเอียดของหลักสูตร (มคอ.2) รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3) รายละเอียดของประสบการณ์ภาคสนาม (มคอ.4) รายงานผลการดำเนินการของรายวิชา (มคอ.5) รายงานผลการดำเนินการของประสบการณ์ภาคสนาม (มคอ.6) และรายงานผลการดำเนินงานของหลักสูตร (มคอ.7) และคู่มืออาจารย์ 1.2 การอบรมและชี้แจงการจัดทำรายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3) รายละเอียดของประสบการณ์ภาคสนาม (มคอ.4) รายงานผลการดำเนินการของรายวิชา (มคอ.5) รายงานในรายงานผลการดำเนินการของ ประสบการณ์	1. การเตรียมการสำหรับอาจารย์ใหม่หรือการรับอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรใหม่ 1.1 การเตรียมการสำหรับอาจารย์ใหม่ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด กำหนดการเตรียมการสำหรับอาจารย์ใหม่ ได้แก่ 1.1.1 จัดให้มีปฐมนิเทศ ชี้แจงปรัชญา วัตถุประสงค์ของหลักสูตรการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญให้แก่อาจารย์ อธิบายคู่มือการศึกษารายละเอียดของหลักสูตร (มคอ.2) รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3) รายละเอียดของประสบการณ์ภาคสนาม (มคอ.4) รายงานผลการดำเนินการของรายวิชา (มคอ.5) รายงานในรายงานผลการดำเนินการของ ประสบการณ์	-แบ่งกระบวนการเตรียมรับอาจารย์ เป็น 1. การเตรียมการสำหรับอาจารย์ใหม่ 2. การรับอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรใหม่

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
ภาคสนาม (มคอ.6) และรายงานผลการดำเนินงานของหลักสูตร (มคอ.7) 1.3 การอบรมเทคนิคการสอน การวัดและประเมินผล การวิจัยในชั้นเรียน	ภาคสนาม (มคอ.6) และรายงานผลการดำเนินงานของหลักสูตร (มคอ.7) และ คู่มืออาจารย์ รวมถึงการให้ความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทการปฏิบัติงานใน หน้าที่ จรรยาบรรณ และนโยบายของสาขา/คณะ/มหาวิทยาลัย 1.1.2 จัดหาอาจารย์พี่เลี้ยง เพื่อให้คำแนะนำและปรึกษาการอบรม/ ชี้แจงการจัดทำรายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3) รายละเอียดของประสบการณ์ ภาคสนาม (มคอ.4) รายงานผลการดำเนินการของรายวิชา (มคอ.5) รายงานใน รายงานผลการดำเนินการของประสบการณ์ภาคสนาม (มคอ.6) และรายงาน ผลการดำเนินงานของหลักสูตร (มคอ.7) 1.1.3 การอบรมเทคนิคการสอน การวัดและประเมินผล การวิจัยใน ชั้นเรียน และการพัฒนาทางวิชาการอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง 1.2 การรับอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรใหม่ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด กำหนดกระบวนการในการรับอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรใหม่ ได้แก่ กำหนด กระบวนการในการรับอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรใหม่ โดยพิจารณาจาก คุณสมบัติอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรที่มีคุณสมบัติตรงหรือสัมพันธ์กับสาขาวิชา และมีผลงานทางวิชาการตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง เกณฑ์ มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรีกำหนด	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
2. การพัฒนาความรู้และทักษะให้แก่อาจารย์ : 2.1 การพัฒนาทักษะการจัดการเรียนการสอน การวัดผลและการประเมินผล 2.1.1 ทักษะวิธีการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ 2.1.2 การวัดและประเมินผลระดับอุดมศึกษา 2.1.3 การจัดการความรู้ 2.1.4 การนำเสนอผลการสอนต่อคณะกรรมการวิชาการ 2.1.5 การวิเคราะห์ เพื่อพัฒนาศักยภาพผู้เรียน 2.1.6 การวิจัยในชั้นเรียน เพื่อพัฒนาศักยภาพผู้เรียน 2.1.7 ทักษะการจัดการเรียนการสอนแบบ Outcome Based Learning (OBL) 2.2 การพัฒนาวิชาการและวิชาชีพด้านอื่น ๆ 2.2.1 สนับสนุนให้อาจารย์ไปศึกษาดูงาน ประชุม อบรม สัมมนา 2.2.2 การมีส่วนร่วมในกิจกรรมบริการวิชาการแก่ชุมชนและทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาความรู้และคุณธรรม 2.2.3 มีการกระตุ้นอาจารย์ขอกำหนดตำแหน่งทางวิชาการ 2.2.4 ส่งเสริมการทำวิจัยสร้างองค์ความรู้ใหม่เป็นหลักและ	2. การพัฒนาความรู้และทักษะให้แก่อาจารย์ ได้แก่ 2.1 ด้านองค์ความรู้ ได้แก่ ความรู้ในศาสตร์สาขาวิชาของตน ความรู้ในศาสตร์การสอนและการเรียนรู้สนับสนุนให้อาจารย์เข้าร่วมโครงการพัฒนาความรู้ด้านกลยุทธ์การสอนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ และการพัฒนาสื่อการเรียนรู้ที่ทันสมัยโดยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ส่งเสริมให้อาจารย์พัฒนาความรู้และทักษะด้านการวัดและการประเมินผลที่เหมาะสมกับรายวิชาและสาขาที่สอน ส่งเสริมให้อาจารย์ทำวิจัยในชั้นเรียน เพื่อนำมาปรับปรุงแผนการสอนและพัฒนาศักยภาพผู้เรียน 2.2 ด้านสมรรถนะ ได้แก่ การออกแบบและวางแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ของผู้เรียนอย่างมีประสิทธิภาพ ทักษะวิธีการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ การดำเนินกิจกรรมการเรียนรู้ ทักษะการจัดการเรียนการสอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ การจัดการความรู้ การนำเสนอผลการสอนต่อคณะกรรมการวิชาการ การวิเคราะห์ เพื่อพัฒนาศักยภาพผู้เรียน การวิจัยในชั้นเรียน เพื่อพัฒนาศักยภาพผู้เรียน การเสริมสร้างบรรยากาศการเรียนรู้และสนับสนุนการเรียนรู้ของผู้เรียน การเป็นอาจารย์นิเทศนักศึกษาฝึกงาน การวัดและประเมินผลการเรียนรู้ของผู้เรียน พร้อมทั้งสามารถให้ข้อมูลป้อนกลับอย่างสร้างสรรค์และเหมาะสม 2.3 ค่านิยม ได้แก่ คุณค่าในการพัฒนาวิชาชีพอาจารย์ และการพัฒนาตนเอง	-ปรับรายละเอียดให้สอดคล้องกับแนวทางปฏิบัติของมหาวิทยาลัย

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
เพื่อพัฒนาการเรียนการสอนและมีความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาชีพ 2.2.5 ส่งเสริมให้อาจารย์ทุกคนเข้าร่วมกลุ่มวิจัยต่าง ๆ ทั้งกับหน่วยงานภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย	อย่างต่อเนื่อง และจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพอาจารย์ 2.4 ด้านอื่น ๆ ได้แก่ สนับสนุนให้อาจารย์ไปดูงาน ประชุม อบรม สัมมนา ฯลฯ ที่เป็นประโยชน์ต่อการเรียนการสอนและการบริหารหลักสูตร ส่งเสริมให้อาจารย์มีส่วนร่วมในกิจกรรมบริการวิชาการแก่ชุมชนและทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม รวมทั้งสามารถนำผลลัพธ์ที่ได้มาบูรณาการกับการเรียนการสอน มีการกระตุ้นอาจารย์ขอกำหนดตำแหน่งทางวิชาการ ส่งเสริมให้อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร มีคุณสมบัติหรือตำแหน่งทางวิชาการสูงขึ้น ส่งเสริมการทำวิจัยสร้างองค์ความรู้ใหม่เป็นหลักและเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนและมีความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาชีพ และส่งเสริมให้อาจารย์ทุกคนเข้าร่วมกลุ่มวิจัยต่าง ๆ ทั้งกับหน่วยงานภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย	
หมวดที่ 7 การประกันคุณภาพหลักสูตร	หมวดที่ 7 การประกันคุณภาพหลักสูตร	
1. การบริหารหลักสูตร 1.1 การกำกับมาตรฐาน บริหารหลักสูตรด้วยอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรมีไม่น้อยกว่า 6 คน ตลอดระยะเวลาที่มีการจัดการเรียนการสอนในหลักสูตร ที่ได้รับการแต่งตั้ง	อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด กำหนดระบบการประกันคุณภาพของหลักสูตร โดยมีองค์ประกอบในการประกันคุณภาพ อย่างน้อย 6 ด้าน ดังนี้ 1. การกำกับมาตรฐาน 1.1 มีการบริหารจัดการหลักสูตรให้เป็นไปตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552	-ปรับรายละเอียดให้สอดคล้องกับแนวทางปฏิบัติของมหาวิทยาลัย

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
โดยมหาวิทยาลัย มีหน้าที่ในการบริหารหลักสูตร จัดการเรียนการสอน วางแผน กำกับ ติดตาม ทบทวนและรายงานผลการดำเนินงานหลักสูตร มีการประชุม ไม่น้อยกว่า 4 ครั้งต่อภาคการศึกษา ซึ่งอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร มีคุณสมบัติเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2558 และตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552	และประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2558 ตลอดระยะเวลาที่มีการจัดการเรียนการสอนในหลักสูตร	
1.2 บัณฑิต อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรกำกับติดตามและสนับสนุน โดยการ รวบรวมผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อคุณลักษณะและสมรรถนะในการปฏิบัติงานของบัณฑิต 5 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านคุณธรรม จริยธรรม 2) ด้านความรู้วิชาการ วิชาชีพ 3) ด้านทักษะทางปัญญา 4) ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ 5) ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ อย่างน้อยร้อยละ 20 ของจำนวน บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา เพื่อเป็นข้อมูลในการปรับปรุงสาระรายวิชาการจัดการเรียนการสอน และการบริหารหลักสูตร ให้ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดแรงงาน สังคม และหรือความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต	2. บัณฑิต 2.1 คุณภาพบัณฑิตเป็นไปตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552 และตามประกาศ กระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2558 โดยพิจารณาจากผลลัพธ์การเรียนรู้ ผลการประเมินความพึงพอใจของ ผู้ใช้บัณฑิตและภาวการณ์ปฏิบัติงาน	-ปรับรายละเอียดให้ สอดคล้องกับแนวทาง ปฏิบัติของมหาวิทยาลัย
1.3 นักศึกษา อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรกำหนดให้มีระบบกลไกในการรับและการเตรียมความพร้อมนักศึกษาก่อนเข้าศึกษา มีการทบทวนแผนการรับ คุณสมบัติ	3. นักศึกษา 3.1 มีการรับนักศึกษาและการเตรียมความพร้อมก่อนเข้าศึกษา 3.2 มีการควบคุมดูแลการให้คำแนะนำปรึกษาวิชาการและการแนะแนว	-ปรับรายละเอียดให้ สอดคล้องกับแนวทาง ปฏิบัติของมหาวิทยาลัย

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
ของนักศึกษาแรกเข้า ประเมินกระบวนการ นำมาปรับปรุงพัฒนากระบวนการ เพื่อให้สามารถรับนักศึกษาได้ตามแผน และเตรียมความพร้อมให้นักศึกษาสามารถเรียนในหลักสูตรได้ นอกจากนั้นมีระบบและกลไกในการส่งเสริมพัฒนานักศึกษา โดยใช้ระบบอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อให้คำปรึกษาด้านวิชาการ การใช้ชีวิต และการวิจัย ตลอดระยะเวลาที่ศึกษาในหลักสูตร นักศึกษาจะได้รับการพัฒนาศักยภาพและทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ที่สอดคล้องอยู่ในการจัดการเรียนการสอนและกิจกรรมส่งเสริมและพัฒนาที่หลักสูตร/ภาควิชา/คณะ/มหาวิทยาลัยจัด และมีการทบทวน และประเมินผลการดำเนินงานเพื่อปรับปรุงการบริหารจัดการเพื่อให้อัตราการคงอยู่ และการสำเร็จการศึกษาสูง รวมถึงสำรวจความพึงพอใจ และผลการจัดการข้อเรียกร้องของนักศึกษา	แก่นักศึกษา 3.3 มีกระบวนการหรือแสดงผลการดำเนินงาน (การคงอยู่ การสำเร็จ การศึกษา ความพึงพอใจและผลการจัดการข้อร้องเรียนของนักศึกษา)	
1.4 อาจารย์ หลักสูตรร่วมกับคณะบริหารศาสตร์กำหนดให้มีระบบและกลไกในการรับและแต่งตั้งอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและมีการทบทวนอัตราค่าจ้าง เพื่อให้คุณสมบัติของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรที่กำหนดโดยสำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา และมีการจัดการเพื่อยกระดับคุณภาพอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร โดยมีแผนการพัฒนาดตนเองของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร เพื่อให้ทุกคนได้พัฒนาดตนเองด้านวิชาชีพและเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการหรือตำแหน่งที่สูงขึ้น มีการประเมินผลการดำเนินงานโดย	4. อาจารย์ 4.1 มีระบบและกลไกการรับอาจารย์ใหม่ การคัดเลือกอาจารย์ที่เหมาะสม โปร่งใส 4.2 มีระบบการบริหารและพัฒนาอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ให้มีคุณสมบัติที่เหมาะสมและเพียงพอมีความรู้ 4.3 มีระบบในการส่งเสริมและพัฒนาอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรให้มีความเชี่ยวชาญในศาสตร์ สาขาวิชา และมีความก้าวหน้าในการผลิตผลงานทางวิชาการอย่างต่อเนื่อง	-ปรับรายละเอียดให้สอดคล้องกับแนวทางปฏิบัติของมหาวิทยาลัย

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
การสำรวจความพึงพอใจของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรทุกปีการศึกษา เพื่อจะนำมาปรับปรุงกระบวนการในการส่งเสริมและพัฒนาอาจารย์	4.4 มีอัตรากำลังอาจารย์เหมาะสมกับจำนวนนักศึกษาที่รับเข้าในหลักสูตร อัตราคงอยู่ของอาจารย์สูงและอาจารย์มีความพึงพอใจต่อการบริหารหลักสูตร	
1.5 หลักสูตร การเรียนการสอน การประเมินผู้เรียน อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรประชุมเพื่อทบทวนสาระของรายวิชาในหลักสูตร เพื่อให้รายวิชาที่มีเนื้อหาที่ทันสมัย ก้าวทันความก้าวหน้าทางวิทยาการที่เปลี่ยนแปลง ทบทวนการกำหนดผู้สอน ให้เป็นไปตามความเชี่ยวชาญ ประสบการณ์ และมีคุณสมบัติเหมาะสมในการพัฒนานักศึกษาให้เต็มศักยภาพ รวมถึงการปรับวิธีการสอนและจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เพื่อส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 และประเมินผู้เรียน เพื่อให้สอดคล้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิตามที่สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษากำหนด	5. หลักสูตร การเรียนการสอน การประเมินผู้เรียน 5.1 มีการออกแบบหลักสูตรและสาระรายวิชาในหลักสูตร 5.2 มีการปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัยตามความก้าวหน้าในศาสตร์สาขาวิชานั้น ๆ 5.3 มีการวางระบบอาจารย์ผู้สอนและกระบวนการเรียนการสอนในแต่ละรายวิชาให้เหมาะสม 5.4 มีการประเมินผู้เรียน กำกับให้มีการประเมินตามสภาพจริง มีวิธีการประเมินที่หลากหลาย 5.5 มีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่บูรณาการกับการวิจัย การบริการวิชาการ และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม 5.6 มีผลการดำเนินงานหลักสูตรตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552	-ปรับรายละเอียดให้สอดคล้องกับแนวทางปฏิบัติของมหาวิทยาลัย
1.6 สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรประชุมเพื่อพิจารณาและทบทวนความพร้อมของสิ่งสนับสนุนการเรียนการสอน และเข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดหาซ่อมแซมและบำรุงรักษาที่ส่งเสริมสนับสนุนให้นักศึกษาสามารถเรียนรู้ได้อย่าง	6. สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ 6.1 มีระบบดำเนินงานของคณะ เพื่อให้มีความพร้อมของสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ทั้งความพร้อมทางกายภาพและความพร้อมของอุปกรณ์ เทคโนโลยีและสิ่งอำนวยความสะดวกหรือทรัพยากรที่เอื้อต่อการเรียนรู้ โดยการมีส่วนร่วมของ	-ปรับรายละเอียดให้สอดคล้องกับแนวทางปฏิบัติของมหาวิทยาลัย

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล มีการสำรวจความต้องการและความพึงพอใจของอาจารย์และนักศึกษาต่อหลักสูตรและสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้	อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร/อาจารย์ประจำหลักสูตร 6.2 มีจำนวนสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ที่เพียงพอและเหมาะสมต่อการจัดการเรียนการสอน 6.3 มีการดำเนินการปรับปรุงจากผลการประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาและอาจารย์ต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้	
2. การบริหารทรัพยากรการเรียนรู้ 2.1 การบริหารงบประมาณ : คณะบริหารศาสตร์ มีการบริหารงบประมาณต่าง ๆ ดังนี้ 2.1.1 เงินงบประมาณแผ่นดิน ประกอบด้วย เงินเดือนค่าจ้างประจำ ค่าตอบแทน ค่าใช้สอย ค่าวัสดุ ค่าหนังสือ ค่าวารสาร ค่าตำรา ค่าอุดหนุนและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ 2.1.2 เงินกองทุนคณะบริหารศาสตร์ ประกอบด้วย ค่าตอบแทน ค่าใช้สอย ค่าวัสดุ ค่าหนังสือ ค่าวารสาร ค่าตำรา ค่าเงินอุดหนุนและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ 2.1.3 เงินรายได้คณะบริหารศาสตร์ ประกอบด้วย ค่าจ้างชั่วคราว ค่าตอบแทน ค่าใช้สอย ค่าวัสดุ ค่าหนังสือ ค่าวารสาร ค่าตำรา ค่าอุดหนุนและค่าใช้จ่ายอื่น	-ไม่มี-	-ปรับรายละเอียดให้สอดคล้องกับแนวทางปฏิบัติของมหาวิทยาลัย

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565																														
2.2 ทรัพยากรการเรียนการสอนที่มีอยู่เดิม คณะบริหารศาสตร์ มีความพร้อมด้านหนังสือ ตำรา และการสืบค้นผ่านฐานข้อมูล โดยมีสำนักวิทยบริการที่มีหนังสือด้านการตลาดและด้านอื่น ๆ รวมถึงฐานข้อมูลที่จะให้สืบค้น ส่วนในระดับคณะได้จัดให้มีห้องค้นคว้าประจำคณะที่มีหนังสือ ตำราเฉพาะทางเกี่ยวกับการตลาด นอกจากนี้คณะฯได้จัดหาห้องเรียนสำหรับการบรรยาย และห้องเรียนสำหรับปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ พร้อมอุปกรณ์เครื่องฉายที่ใช้สนับสนุนการจัดการเรียนการสอนให้เพียงพอต่อรายละเอียดยังต่อไป	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="3" data-bbox="1048 352 1787 448">จำนวนรายชื่อหนังสือและเอกสารเฉพาะในสาขาวิชาที่เปิดสอนและที่เกี่ยวข้อง</th></tr> <tr> <th data-bbox="1048 448 1384 539">ประเภท/รายการ</th><th data-bbox="1384 448 1572 539">สำนักวิทยบริการ</th><th data-bbox="1572 448 1787 539">ห้องค้นคว้าคณะบริหารศาสตร์</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="1048 539 1384 587">หนังสือภาษาไทย</td><td data-bbox="1384 539 1572 587">7,263 เล่ม</td><td data-bbox="1572 539 1787 587">3,298 เล่ม</td></tr> <tr> <td data-bbox="1048 587 1384 635">หนังสือภาษาอังกฤษ</td><td data-bbox="1384 587 1572 635">2,962 เล่ม</td><td data-bbox="1572 587 1787 635">587 เล่ม</td></tr> <tr> <td data-bbox="1048 635 1384 683">วารสารวิชาการภาษาไทย</td><td data-bbox="1384 635 1572 683">1,660 รายการ</td><td data-bbox="1572 635 1787 683">19 รายการ</td></tr> <tr> <td data-bbox="1048 683 1384 730">วารสารวิชาการภาษาอังกฤษ</td><td data-bbox="1384 683 1572 730">324 รายการ</td><td data-bbox="1572 683 1787 730">4 รายการ</td></tr> <tr> <td data-bbox="1048 730 1384 826">สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซีดีรอม วีดิทัศน์ วีดีโอเพื่อการศึกษา</td><td data-bbox="1384 730 1572 826">7,320 รายการ</td><td data-bbox="1572 730 1787 826">280 รายการ</td></tr> <tr> <td data-bbox="1048 826 1384 874">ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์</td><td data-bbox="1384 826 1572 874"></td><td data-bbox="1572 826 1787 874"></td></tr> <tr> <td data-bbox="1048 874 1384 1241">- ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์</td><td data-bbox="1384 874 1572 1241">1. Cambridge Journal Online 2. Emerald Management 3. The Economist 4. CEIC DATA 5. JSTOR</td><td data-bbox="1572 874 1787 1241">-</td></tr> <tr> <td data-bbox="1048 1241 1384 1417">- ด้านกลุ่มทั่วไป</td><td data-bbox="1384 1241 1572 1417">1. Academic OneFile Select 2. Gale All eBooks</td><td data-bbox="1572 1241 1787 1417">-</td></tr> </tbody> </table>	จำนวนรายชื่อหนังสือและเอกสารเฉพาะในสาขาวิชาที่เปิดสอนและที่เกี่ยวข้อง			ประเภท/รายการ	สำนักวิทยบริการ	ห้องค้นคว้าคณะบริหารศาสตร์	หนังสือภาษาไทย	7,263 เล่ม	3,298 เล่ม	หนังสือภาษาอังกฤษ	2,962 เล่ม	587 เล่ม	วารสารวิชาการภาษาไทย	1,660 รายการ	19 รายการ	วารสารวิชาการภาษาอังกฤษ	324 รายการ	4 รายการ	สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซีดีรอม วีดิทัศน์ วีดีโอเพื่อการศึกษา	7,320 รายการ	280 รายการ	ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์			- ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	1. Cambridge Journal Online 2. Emerald Management 3. The Economist 4. CEIC DATA 5. JSTOR	-	- ด้านกลุ่มทั่วไป	1. Academic OneFile Select 2. Gale All eBooks	-	-ปรับรายละเอียดให้สอดคล้องกับแนวทางปฏิบัติของมหาวิทยาลัย
จำนวนรายชื่อหนังสือและเอกสารเฉพาะในสาขาวิชาที่เปิดสอนและที่เกี่ยวข้อง																																
ประเภท/รายการ	สำนักวิทยบริการ	ห้องค้นคว้าคณะบริหารศาสตร์																														
หนังสือภาษาไทย	7,263 เล่ม	3,298 เล่ม																														
หนังสือภาษาอังกฤษ	2,962 เล่ม	587 เล่ม																														
วารสารวิชาการภาษาไทย	1,660 รายการ	19 รายการ																														
วารสารวิชาการภาษาอังกฤษ	324 รายการ	4 รายการ																														
สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซีดีรอม วีดิทัศน์ วีดีโอเพื่อการศึกษา	7,320 รายการ	280 รายการ																														
ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์																																
- ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	1. Cambridge Journal Online 2. Emerald Management 3. The Economist 4. CEIC DATA 5. JSTOR	-																														
- ด้านกลุ่มทั่วไป	1. Academic OneFile Select 2. Gale All eBooks	-																														

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561				หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565				เหตุผลและสาระในการ ปรับปรุง พ.ศ. 2565
2.2.1 ความพร้อมด้านอาคารและสถานที่								
ลำดับที่	รายการและ ลักษณะเฉพาะ	จำนวน ที่มีอยู่	หมายเหตุ					
1	ห้องเรียนแบบบรรยาย -ห้องเรียนขนาด 25 ที่นั่ง -ห้องเรียนขนาด 30 ที่นั่ง -ห้องเรียนขนาด 50 ที่นั่ง -ห้องเรียนขนาด 55 ที่นั่ง -ห้องเรียนขนาด 80 ที่นั่ง -ห้องเรียนขนาด 86 ที่นั่ง -ห้องเรียนขนาด 88 ที่นั่ง -ห้องเรียนขนาด 100 ที่นั่ง -ห้องเรียนขนาด 120 ที่นั่ง -ห้องเรียนขนาด 200 ที่นั่ง -ห้องเรียนขนาด 270 ที่นั่ง	2 ห้อง 1 ห้อง 1 ห้อง 1 ห้อง 4 ห้อง 1 ห้อง 1 ห้อง 1 ห้อง 1 ห้อง 1 ห้อง 1 ห้อง 1 ห้อง	คณะบริหารศาสตร์ และอาคารเรียน รวม 1			3. Gale Virtual Reference Library eBooks (GVRL) 4. Access English 5. ฐานข้อมูล iGLibrary eBook 6. ProQuest Dissertations & Theses Global 7. e-Books Collection (Ebsco) 8. TDC (วิจัยและ วิทยานิพนธ์) 9. E-Magazine 10. e-Books Academic Collection 11. National Geographic (Magazine		
2	ห้องปฏิบัติการ -ห้องคอมพิวเตอร์	3 ห้อง	คณะบริหารศาสตร์					
3	ห้องสมุด	1 ห้อง	คณะบริหารศาสตร์					
4	ห้องพักอาจารย์	28 ห้อง	คณะบริหารศาสตร์					
5	ห้องเรียนอัจฉริยะ (Smart Classroom)	6 ห้อง	อาคารเรียนรวม 4 คณะวิทยาศาสตร์ คณะวิศวกรรม ศาสตร์ วิทยาลัยแพทย์					

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561					หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565					เหตุผลและสาระในการ ปรับปรุง พ.ศ. 2565
			ศาสตร์และ การสาธารณสุข			Archive Phase II (1888-2015)) and 2016- Current 12. Academic Search Ultimate 13. โปรแกรม Turnitin 14. โปรแกรม อักขราวิสุทธิ์				
2.2.2 ความพร้อมด้านโสตทัศนูปกรณ์และอุปกรณ์สนับสนุนการเรียน										
ลำดับที่	ชื่ออุปกรณ์	บริหารจัดการ งานสำนักงาน	บริหารจัดการ ด้านการเรียน การสอน	หน่วยนับ						
1	ไมโครโฟน	25	26	ตัว						
2	Pointer	2	14	ตัว						
3	คอมพิวเตอร์	2	17	เครื่อง						
4	เครื่องฉายแบบ 3 มิติ (Visualizer)	2	14	เครื่อง						
5	เครื่องฉายภาพจาก สัญญาณ คอมพิวเตอร์(Project or)	2	18	เครื่อง						
6	TV LED	-	7	เครื่อง						
7	เครื่องเสียง	1	15	เครื่อง						
8	ลำโพง	4	50	ตัว						
9	Notebook	3	-	เครื่อง						
10	จอภาพ	-	11	เครื่อง						
11	กระดานอัจฉริยะ	-	3	เครื่อง						

(ข้อมูล ณ วันที่ 4 ตุลาคม 2564)

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
1. อาคารเรียนรวมประกอบด้วยห้องเรียนที่มีอุปกรณ์ อาทิ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ระบบเครื่องเสียง เครื่องฉายข้ามศีรษะ เครื่องฉายโปรเจคเตอร์ ระบบคอมพิวเตอร์ไร้สายและระบบอินเทอร์เน็ต ของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี 2. อาคารคณะบริหารศาสตร์ประกอบด้วยห้องเรียนที่มีอุปกรณ์ที่ประกอบด้วย โต๊ะ เก้าอี้ ระบบเครื่องเสียง เครื่องฉายข้ามศีรษะ และเครื่องฉายโปรเจคเตอร์ ของคณะบริหารศาสตร์ 3. ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ อาคารคณะบริหารศาสตร์ จำนวน 3 ห้อง มีรายละเอียดดังนี้ (1) ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ จำนวน 3 ห้องซึ่งประกอบด้วย ห้อง COM 1 มีเครื่องคอมพิวเตอร์จำนวน 53 เครื่อง ห้อง COM 2 มีเครื่องคอมพิวเตอร์จำนวน 50 เครื่อง และห้อง COM 3 มีคอมพิวเตอร์ใหม่จำนวน 55 เครื่อง มีการเชื่อมต่อด้วยระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ระบบอินเทอร์เน็ต ระบบเครื่องเสียง และเครื่องฉายโปรเจคเตอร์ (2) ห้องปฏิบัติการมัลติมีเดีย เครื่องคอมพิวเตอร์ 15 เครื่องเชื่อมต่อด้วยระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ไร้สาย และระบบอินเทอร์เน็ต		

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
4. ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ อาคารสำนักคอมพิวเตอร์และเครือข่าย จำนวน 5 ห้อง ซึ่งประกอบด้วย ห้อง 1C 10-11 มีเครื่องคอมพิวเตอร์ 70 เครื่อง ห้อง 1C 15-16 มีเครื่องคอมพิวเตอร์ 60 เครื่อง ห้อง 2C 10-11 มีเครื่องคอมพิวเตอร์ 60 เครื่อง ห้อง 2C 15-16 มีเครื่องคอมพิวเตอร์ 45 เครื่อง ห้อง 2C 16-17 มีเครื่องคอมพิวเตอร์ 60 เครื่อง เชื่อมต่อกับระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์และสามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้ 5. โปรแกรมสนับสนุนการเรียนการสอน ได้แก่ สื่อการเรียนรู้ผ่านระบบออนไลน์ (E-learning) ระบบลงทะเบียนออนไลน์ โปรแกรมชุดสำนักงาน และโปรแกรม Open Source 6. บริการโปรแกรมลิขสิทธิ์ ได้แก่ โปรแกรมวิเคราะห์ผลทางสถิติ (SPSS) และโปรแกรมสแกนไวรัส (Sophos) 7. โปรแกรมระบบปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ ได้แก่ Window 8 และ Window 10 8. โปรแกรมชุด ได้แก่ Microsoft Office 2013 และ Microsoft Office 2016		

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565																																	
2.2.3 ความพร้อมด้านหนังสือ ตำรา และการสืบค้นผ่านฐานข้อมูล <table border="1" data-bbox="91 464 947 1390"> <thead> <tr> <th colspan="3" data-bbox="91 464 376 555">จำนวนรายชื่อหนังสือและเอกสารเฉพาะในสาขาวิชาที่เปิดสอน/และที่เกี่ยวข้อง</th></tr> <tr> <th data-bbox="91 555 376 646">ประเภท/รายการ</th><th data-bbox="376 555 660 646">สำนักวิทยบริการ</th><th data-bbox="660 555 947 646">ห้องค้นคว้า คณะบริหารศาสตร์</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="91 646 376 694">หนังสือภาษาไทย</td><td data-bbox="376 646 660 694">58,781 เล่ม</td><td data-bbox="660 646 947 694">787 เล่ม</td></tr> <tr> <td data-bbox="91 694 376 742">หนังสือภาษาอังกฤษ</td><td data-bbox="376 694 660 742">20,413 เล่ม</td><td data-bbox="660 694 947 742">120 เล่ม</td></tr> <tr> <td data-bbox="91 742 376 833">วิทยานิพนธ์ภายในและต่างประเทศ</td><td data-bbox="376 742 660 833">1,150 เล่ม</td><td data-bbox="660 742 947 833">104 เล่ม</td></tr> <tr> <td data-bbox="91 833 376 880">วารสารภาษาไทย</td><td data-bbox="376 833 660 880">61 รายการ</td><td data-bbox="660 833 947 880">26 รายการ</td></tr> <tr> <td data-bbox="91 880 376 928">วารสารภาษาอังกฤษ</td><td data-bbox="376 880 660 928">21 รายการ</td><td data-bbox="660 880 947 928">2 รายการ</td></tr> <tr> <td data-bbox="91 928 376 976">สื่อโสตทัศน์</td><td data-bbox="376 928 660 976">15,883 รายการ</td><td data-bbox="660 928 947 976">1,796 รายการ</td></tr> <tr> <td data-bbox="91 976 376 1024">ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์</td><td data-bbox="376 976 660 1024"></td><td data-bbox="660 976 947 1024"></td></tr> <tr> <td data-bbox="91 1024 376 1343">-ด้านวิทยาศาสตร์/ เทคโนโลยี</td><td data-bbox="376 1024 660 1343"> 1. Access Engineer 2. ACM Digital Library 3. ACS Publication 4. Computer & Applied Science Complete 5. IEEE/IET Electronic Library (IEL) </td><td data-bbox="660 1024 947 1343"> 1. Access Engineer 2. ACM Digital Library 3. ACS Publication 4. Computer & Applied Science Complete 5. IEEE/IET Electronic Library (IEL) </td></tr> <tr> <td data-bbox="91 1343 376 1390">-ด้านมนุษยศาสตร์/</td><td data-bbox="376 1343 660 1390">1. ABI/INFORM</td><td data-bbox="660 1343 947 1390">1. ABI/INFORM</td></tr> </tbody> </table>	จำนวนรายชื่อหนังสือและเอกสารเฉพาะในสาขาวิชาที่เปิดสอน/และที่เกี่ยวข้อง			ประเภท/รายการ	สำนักวิทยบริการ	ห้องค้นคว้า คณะบริหารศาสตร์	หนังสือภาษาไทย	58,781 เล่ม	787 เล่ม	หนังสือภาษาอังกฤษ	20,413 เล่ม	120 เล่ม	วิทยานิพนธ์ภายในและต่างประเทศ	1,150 เล่ม	104 เล่ม	วารสารภาษาไทย	61 รายการ	26 รายการ	วารสารภาษาอังกฤษ	21 รายการ	2 รายการ	สื่อโสตทัศน์	15,883 รายการ	1,796 รายการ	ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์			-ด้านวิทยาศาสตร์/ เทคโนโลยี	1. Access Engineer 2. ACM Digital Library 3. ACS Publication 4. Computer & Applied Science Complete 5. IEEE/IET Electronic Library (IEL)	1. Access Engineer 2. ACM Digital Library 3. ACS Publication 4. Computer & Applied Science Complete 5. IEEE/IET Electronic Library (IEL)	-ด้านมนุษยศาสตร์/	1. ABI/INFORM	1. ABI/INFORM		
จำนวนรายชื่อหนังสือและเอกสารเฉพาะในสาขาวิชาที่เปิดสอน/และที่เกี่ยวข้อง																																			
ประเภท/รายการ	สำนักวิทยบริการ	ห้องค้นคว้า คณะบริหารศาสตร์																																	
หนังสือภาษาไทย	58,781 เล่ม	787 เล่ม																																	
หนังสือภาษาอังกฤษ	20,413 เล่ม	120 เล่ม																																	
วิทยานิพนธ์ภายในและต่างประเทศ	1,150 เล่ม	104 เล่ม																																	
วารสารภาษาไทย	61 รายการ	26 รายการ																																	
วารสารภาษาอังกฤษ	21 รายการ	2 รายการ																																	
สื่อโสตทัศน์	15,883 รายการ	1,796 รายการ																																	
ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์																																			
-ด้านวิทยาศาสตร์/ เทคโนโลยี	1. Access Engineer 2. ACM Digital Library 3. ACS Publication 4. Computer & Applied Science Complete 5. IEEE/IET Electronic Library (IEL)	1. Access Engineer 2. ACM Digital Library 3. ACS Publication 4. Computer & Applied Science Complete 5. IEEE/IET Electronic Library (IEL)																																	
-ด้านมนุษยศาสตร์/	1. ABI/INFORM	1. ABI/INFORM																																	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
สังคมศาสตร์	2. Education Research Complete 3. Emerald Management 4. Communication & Mass Media Complete 5. Emerald Management 5 Collections 6. Thai Law Database 7. E-Book Thai (หนังสือสมเด็จพะเทพฯ)	2. Education Research Complete 3. Emerald Management 4. Communication & Mass Media Complete 5. Emerald Management 5 Collections 6. Thai Law Database 7. E-Book Thai (หนังสือสมเด็จพะเทพฯ)		
-ด้านกลุ่มทั่วไป	1. Academic Search Complete 2. H.W.Wilson 3. ProQuest Dissertations & Theses Global 4. ScienceDirect 5. SpringerLink 6. Web of Science 7. Ebsco e-Books Collection 8. CHE Dissertation	1. Academic Search Complete 2. H.W.Wilson 3. ProQuest Dissertations & Theses Global 4. ScienceDirect 5. SpringerLink 6. Web of Science 7. Ebsco e-Books Collection 8. CHE Dissertation		

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
	9. e-Books Springerlink 10. TDC (วิจัย& วิทยานิพนธ์) 11. ข่าวกฤตภาคออนไลน์ 12. Library PressDisplay 13. Ebsco Discovery Service 14. E-Magazine 15. e-Books Academic Collection 16. CRCNetBase e-Book 17. e-Book ScienceDirect 18. Digital Library 19. ฐานข้อมูล OokBee 20. National Geographic 21. EDS (Ebsco Discovery Service)	9. e-Books Springerlink 10. TDC (วิจัย& วิทยานิพนธ์) 11. ข่าวกฤตภาคออนไลน์ 12. Library PressDisplay 13. Ebsco Discovery Service 14. E-Magazine 15. e-Books Academic Collection 16. CRCNetBase e-Book 17. e-Book ScienceDirect 18. Digital Library 19. ฐานข้อมูล OokBee 20. National Geographic 21. EDS (Ebsco Discovery Service)		
(ข้อมูลจากห้องค้นคว้าคณะบริหารศาสตร์และสำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ณ วันที่ 15 พฤษภาคม พ.ศ. 2561)				

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
2.3 การจัดการทรัพยากรการเรียนรู้เพิ่มเติม การจัดหาหนังสือ ตำรา วารสาร คณะกรรมการบริหารหลักสูตร ดำเนินการประเมินความเพียงพอ และเสนอรายการหนังสือ ตำรา วารสาร รวมถึงฐานข้อมูลงานวิจัย และแหล่งสืบค้นข้อมูลผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่จำเป็นในการเสนองบประมาณประจำปีของคณะ และสำนักวิทยบริการ 2.4 การประเมินความเพียงพอของทรัพยากร คณะกรรมการบริหารศาสตร์ดำเนินการประเมินความเพียงพอของ ทรัพยากรสำหรับการเรียนรู้ และการให้บริการแก่นักศึกษา ซึ่งประกอบด้วย หนังสือ ตำรา วารสาร ห้องเรียน ห้องปฏิบัติการ เครื่องมือฝึกปฏิบัติการ ความพร้อมของสภาพแวดล้อม ระบบเครือข่าย สื่อเพื่อการเรียนรู้ ซอฟต์แวร์ รวมถึงสถานประกอบการสำหรับการฝึกงาน มีความพร้อมและเพียงพอต่อการเรียนการสอนในหลักสูตร		
3. การบริหารคณาจารย์ 3.1 การรับอาจารย์ใหม่ 3.1 การรับอาจารย์ใหม่ การรับอาจารย์ใหม่ดำเนินการตามระเบียบและหลักเกณฑ์ของ มหาวิทยาลัย โดยอาจารย์ใหม่ต้องมีคุณวุฒิการศึกษาระดับปริญญาโท เอก หรือ	-ไม่มี-	-ตัดหัวข้อการบริหารคณาจารย์

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
เทียบเท่า ในสาขาวิชาการตลาด หรือสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของคณะกรรมการคัดเลือกอาจารย์ใหม่ที่ได้รับการแต่งตั้งจากมหาวิทยาลัยและให้มีการเตรียมการสำหรับอาจารย์ใหม่และการพัฒนาอาจารย์ โดยจัดให้มีการปฐมนิเทศ มีอาจารย์พี่เลี้ยงแนะนำวิธีการจัดการเรียนรู้การวัด ประเมินผล การวิจัยเพื่อพัฒนาการสอน การผลิตสื่อการสอน ตำรา 3.2 การมีส่วนร่วมของคณาจารย์ในการวางแผน การติดตามและ ทบทวนหลักสูตร อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตร คณะกรรมการบริหารหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน จะต้องประชุมร่วมกันในการวางแผนจัดการเรียนรู้ การประเมินผลและให้ความเห็นชอบการประเมินผล ทุกรายวิชา จัดทำรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา (มคอ.5) รายงานผลการดำเนินการของประสบการณ์ภาคสนาม (มคอ.6) รายงานผลการดำเนินการหลักสูตร (มคอ.7) เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อเตรียมไว้สำหรับการปรับปรุงหลักสูตร ตลอดจนปรึกษาหารือแนวทางที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายตามวัตถุประสงค์ของหลักสูตรและได้บัณฑิตเป็นไปตามคุณลักษณะที่พึงประสงค์		

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
3.3 การแต่งตั้งคณาจารย์พิเศษ พิจารณาหัวข้อที่ทันสมัยและเชิญผู้ทรงคุณวุฒิจากภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะและมีประสบการณ์มาบรรยาย สัมมนา อบรมเชิงปฏิบัติการ โดยจัดทำเป็นโครงการประจำปีงบประมาณ ตามข้อกำหนดของคณะและมหาวิทยาลัย ทั้งนี้ อาจารย์พิเศษต้องมีชั่วโมงสอน ไม่เกินร้อยละ 50 ของรายวิชา โดยมีอาจารย์ประจำเป็นผู้รับผิดชอบรายวิชานั้น		
4. การบริหารบุคลากรสนับสนุนการเรียนการสอน 4.1 การกำหนดคุณสมบัติเฉพาะสำหรับตำแหน่ง บุคลากรสนับสนุนการเรียนการสอน เป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป หรือเทียบเท่า โดยคณะกรรมการบริหารหลักสูตรและคณะกรรมการประจำคณะเป็นผู้กำหนดคุณสมบัติและคุณสมบัติเฉพาะตำแหน่ง 4.2 การเพิ่มทักษะความรู้เพื่อการปฏิบัติงาน บุคลากรต้องเข้าใจโครงสร้างและธรรมชาติของหลักสูตร และจะต้องสามารถบริการให้อาจารย์และนักศึกษาสามารถจัดการเรียนการสอนได้อย่างสะดวก ซึ่งจำเป็นต้องเพิ่มทักษะความรู้เพื่อการปฏิบัติงาน คณะกรรมการประจำคณะกำหนดระบบและกลไกในการส่งเสริมให้บุคลากรเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อพัฒนาตนเอง ทั้งในระดับมหาวิทยาลัย คณะ หรือหน่วยงานภายนอก	-ไม่มี-	-ตัดหัวข้อการบริหารบุคลากรสนับสนุนการเรียนการสอน

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
4.3 การพัฒนาบุคลากรสนับสนุนการเรียนการสอน เสริมทักษะด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน สนับสนุนการฝึกอบรมที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่การปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุน อาทิ การพัฒนาทักษะด้านการใช้คอมพิวเตอร์ เป็นต้น		
5. การสนับสนุนและการให้คำแนะนำนักศึกษา 5.1 การให้คำปรึกษาด้านวิชาการ และอื่น ๆ แก่นักศึกษา คณะบริหารศาสตร์แต่งตั้งอาจารย์ที่ปรึกษาให้แก่นักศึกษาทุกคน เพื่อให้คำปรึกษาเกี่ยวกับแผนการเรียน กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง ให้คำปรึกษาด้านวิชาการและแนะแนวแก่นักศึกษา พัฒนาศักยภาพของนักศึกษาและการเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 โดยอาจารย์ที่ปรึกษาแจ้งช่องทางในการติดต่อกับนักศึกษาตั้งแต่เริ่มเข้าศึกษา 5.2 การอุดหนุนของนักศึกษา นักศึกษาสามารถอุดหนุนในเรื่องต่าง ๆ โดยเฉพาะเรื่องเกี่ยวกับวิชาการ ทั้งนี้ ภายใต้กฎระเบียบและกระบวนการในการพิจารณาคำอุดหนุนของมหาวิทยาลัย ตามประกาศมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี เรื่องการอุดหนุนและการพิจารณาอุดหนุนด้านวิชาการของนักศึกษา มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี พ.ศ. 2555	-ไม่มี-	-ตัดหัวข้อการสนับสนุนและการให้คำแนะนำนักศึกษา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
6. ความต้องการของตลาดแรงงาน สังคม หรือความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต คณะกรรมการบริหารหลักสูตรได้ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อคุณลักษณะและสมรรถนะในการปฏิบัติงานของบัณฑิต ในทุกปี การศึกษา สำรวจภาวะการดำเนินงานของบัณฑิต ประเมินจากบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาแต่ละรุ่น สำรวจความต้องการของตลาดแรงงานสังคมจากผู้ประกอบการ โดยแบบสอบถามหรือการสัมภาษณ์ และนำผลประเมินดังกล่าวมาพัฒนาหลักสูตร มุ่งผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ความสามารถทางด้านการบริหารธุรกิจให้เป็นไปตามมาตรฐานของการประกอบอาชีพ พร้อมมีองค์ความรู้ทางด้านการตลาด การจัดการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ เทคโนโลยีสารสนเทศและมีทักษะการเป็นผู้ประกอบการตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน	-ไม่มี-	- ตัดหัวข้อความต้องการของตลาดแรงงาน สังคม หรือความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต
7. ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ (Key Performance Indicators) หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561 มีตัวบ่งชี้บังคับตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ ดังนี้	7. ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงานตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ (Key Performance Indicators) ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงานที่ใช้ในการติดตาม ประเมินและรายงานคุณภาพของหลักสูตรประจำปีตามตัวบ่งชี้ตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ หรือตัวบ่งชี้ที่หลักสูตรพัฒนาขึ้นเองโดยครอบคลุมหมวดที่ 1-หมวดที่ 8 มีตัวบ่งชี้หลัก จำนวน 16 ตัวบ่งชี้ ดังนี้	- ตัดหลักฐานผลการดำเนินงาน

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561							หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565							เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
ตัวบ่งชี้และเป้าหมาย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	หลักฐาน ผล การดำเนินงาน	ตัวบ่งชี้และเป้าหมาย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5		
1. การกำกับมาตรฐาน	X	X	X	X	X	รายงาน การ ประชุม	1. การกำกับมาตรฐาน							
1.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 มีส่วนร่วมเพื่อวางแผน กำกับ ติดตาม ทบทวนและรายงานผลการดำเนินงานหลักสูตร	X	X	X	X	X	รายงาน หลักสูตรที่ผ่านสภาและ สกอ.	1.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 มีส่วนร่วม เพื่อวางแผน กำกับ ติดตาม ทบทวนและรายงานผลการดำเนินงานหลักสูตร	X	X	X	X	X		
1.2 มีรายละเอียดของหลักสูตร ตามแบบ มคอ.2 ที่สอดคล้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ	X	X	X	X	X	รายงาน จำนวน มคอ.3-4 ในระบบ	1.2 มีรายละเอียดของหลักสูตร ตามแบบ มคอ.2 ที่สอดคล้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ	X	X	X	X	X		
1.3 มีรายละเอียดของรายวิชา และรายละเอียดของประสบการณ์ภาคสนาม ตามแบบ มคอ.3 และ มคอ.4 อย่างน้อยก่อนการเปิดสอนในแต่ละภาคการศึกษาให้ครบทุกรายวิชาที่เปิดสอน	X	X	X	X	X	รายงาน จำนวน	1.3 มีรายละเอียดของรายวิชา และรายละเอียดของประสบการณ์ภาคสนาม ตามแบบ มคอ.3 และ มคอ.4 อย่างน้อยก่อนการเปิดสอนในแต่ละภาคการศึกษาให้ครบทุกรายวิชาที่เปิดสอน	X	X	X	X	X		
1.4 จัดทำรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา และ	X	X	X	X	X	รายงาน จำนวน	1.4 จัดทำรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา และรายงานผลการดำเนินการของประสบการณ์ภาคสนาม ตามแบบ มคอ.5 และ มคอ.6 ภายใน 30 วัน หลังสิ้นภาคการศึกษาให้ครบทุกรายวิชาที่เปิดสอน	X	X	X	X	X		

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561							หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565							เหตุผลและสาระในการ ปรับปรุง พ.ศ. 2565
รายงานผลการดำเนินการของ ประสบการณ์ภาคสนาม ตาม แบบ มคอ.5 และ มคอ.6 ภายใน 30 วัน หลังสิ้นภาคการศึกษาให้ ครบทุกรายวิชาที่เปิดสอน						มคอ.5-6 ในระบบ	1.5 จัดทำรายงานผลการดำเนินการของ หลักสูตรตามแบบ มคอ.7 ภายใน 60 วัน หลังสิ้นปีการศึกษา	X	X	X	X	X		
1.5 จัดทำรายงานผลการ ดำเนินการของหลักสูตร ตาม แบบ มคอ.7 ภายใน 60 วัน หลัง สิ้นปีการศึกษา	X	X	X	X	X	รายงาน มคอ.7 ใน ระบบ	2. บัณฑิต							
2. บัณฑิต 2.1 มีบัณฑิตปริญญาตรีที่ได้นำ ทำหรือประกอบอาชีพอิสระ ร้อยละ 80	-	-	-	-	X	รายงาน การได้นำ ทำของ บัณฑิต ปริญญาตรี ประจำปี	2.1 มีบัณฑิตปริญญาตรีที่ได้นำทำหรือ ประกอบอาชีพอิสระ ร้อยละ 70	-	-	-	-	X		
2.2 ผลการประเมินความพึงพอใจ ของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อบัณฑิตใหม่ เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.51 จาก คะแนนเต็ม 5.0	-	-	-	-	X	รายงานผล การ ประเมิน ประจำปี	2.2 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ บัณฑิตที่มีต่อบัณฑิตใหม่ เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.51จากคะแนนเต็ม 5.0	-	-	-	-	X		
3. นักศึกษา 3.1 มีการเตรียมความพร้อมก่อน เข้าศึกษา	X	X	X	X	X	รายงานผล การเตรียม ความ พร้อม	3. นักศึกษา							
							3.1 มีการเตรียมความพร้อมก่อนเข้าศึกษา	X	X	X	X	X		
							3.2 มีการควบคุมการดูแลการให้คำปรึกษา วิชาการและแนะแนวแก่นักศึกษาในระดับ ปริญญาตรี	X	X	X	X	X		
							4. อาจารย์และบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ							
							4.1 อาจารย์ใหม่ทุกคน ได้รับการปฐมนิเทศ หรือคำแนะนำด้านการจัดการเรียนการสอน บริหารหลักสูตร	X	X	X	X	X		

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561							หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565							เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565	
						ประจำปี									
3.2 มีการควบคุมการดูแลการให้คำปรึกษาวิชาการและแนะแนวแก่นักศึกษาในระดับปริญญาตรี	X	X	X	X	X	รายงานผลระบบการกำกับควบคุมติดตาม									
4. อาจารย์ 4.1 อาจารย์ใหม่ (ถ้ามี) ทุกคนได้รับการปฐมนิเทศหรือคำแนะนำด้านการจัดการเรียนการสอน	X	X	X	X	X	รายงานการพัฒนาอาจารย์การรับ									
4.2 อาจารย์ประจำทุกคนได้รับการพัฒนาทางวิชาการ และ/หรือวิชาชีพ อย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง	X	X	X	X	X	รายงานการพัฒนาอาจารย์									
4.3 บุคลากรสนับสนุนการเรียนการสอนได้รับการพัฒนาทางวิชาการ และ/หรือวิชาชีพอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	X	X	X	X	X	รายงานการพัฒนาบุคลากรสนับสนุนการเรียนการสอน									
5. หลักสูตร การเรียนการสอน	X	X	X	X	X	รายงานผล									

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561							หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565							เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565										
การประเมินผู้เรียน 5.1 มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ที่กำหนดใน มคอ. 2 อย่างน้อยร้อยละ 25 ของรายวิชา (มคอ. 3-4) ที่เปิดสอนในแต่ละปีการศึกษา						การทวนสอบรายวิชาในหลักสูตรประจำปีและผลการวิเคราะห์	6. สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ <table><tr><td>6.1 ผลการประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาและอาจารย์ต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.51 จากคะแนนเต็ม 5.0</td><td>X</td><td>X</td><td>X</td><td>X</td><td>X</td></tr><tr><td>รวมตัวบ่งชี้บังคับที่ต้องดำเนินการในแต่ละปี</td><td>12</td><td>13</td><td>13</td><td>14</td><td>16</td></tr></table> เกณฑ์การประเมินตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงานตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิต้องมีผลการดำเนินการบรรลุตามเป้าหมาย ตัวบ่งชี้ข้อ 1.1-1.5 และอย่างน้อยร้อยละ 80 ของตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงานที่ระบุไว้ในแต่ละปี อยู่ในเกณฑ์ดีต่อเนื่อง 2 ปีการศึกษา	6.1 ผลการประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาและอาจารย์ต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.51 จากคะแนนเต็ม 5.0	X	X	X	X	X	รวมตัวบ่งชี้บังคับที่ต้องดำเนินการในแต่ละปี	12	13	13	14	16					
6.1 ผลการประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาและอาจารย์ต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.51 จากคะแนนเต็ม 5.0	X	X	X	X	X																			
รวมตัวบ่งชี้บังคับที่ต้องดำเนินการในแต่ละปี	12	13	13	14	16																			
5.2 มีการพัฒนา/ปรับปรุงการจัดการเรียนการสอน กลยุทธ์การสอน หรือการประเมินผลการเรียนรู้จากผลการประเมินการดำเนินงานที่รายงานใน มคอ.7 ปีที่แล้ว	-	X	X	X	X	ผลการวิเคราะห์จาก มคอ. 5-6																		
5.3 ผลการประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาปีสุดท้าย/บัณฑิตใหม่ที่มีต่อคุณภาพหลักสูตร เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.51 จากคะแนนเต็ม 5.0	-	-	-	X	X	รายงานผลการประเมินประจำปี																		
6. สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ 6.1 ผลการประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาและอาจารย์ต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ เฉลี่ยไม่น้อย	X	X	X	X	X	รายงานผลการประเมินประจำปี																		

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561							หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
กว่า 3.51 จากคะแนนเต็ม 5.0								
รวมตัวบ่งชี้บังคับที่ต้องดำเนินการในแต่ละปี	12	13	13	14	16			
เกณฑ์การประเมินตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงานตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ ต้องมีผลการดำเนินการบรรลุ ตามเป้าหมายตัวบ่งชี้ทั้งหมด อยู่ในเกณฑ์ต่อเนื่อง 2 ปีการศึกษา มีการดำเนินงานตามข้อ 1.1-1.5 และอย่างน้อยร้อยละ 80 ของตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงานที่ระบุไว้ในแต่ละปี								
หมวดที่ 8 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของหลักสูตร							หมวดที่ 8 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของหลักสูตร	
1.1 การประเมินกลยุทธ์การสอน : คณะกรรมการบริหารหลักสูตรประเมินกลยุทธ์การสอน ได้แก่ 1.1.1 การวิเคราะห์การประเมินผลการสอนจากนักศึกษาผ่านระบบ REG ของมหาวิทยาลัย 1.1.2 การประเมินความเห็นหรือข้อเสนอแนะภายหลังการนำกลยุทธ์การสอนไปใช้ 1.1.3 การปรึกษาหารือกับผู้เชี่ยวชาญด้านหลักสูตรหรือวิธีสอน 1.1.4 การวิเคราะห์ผลจากการประเมินผลการสอนจากคณาจารย์และผู้เชี่ยวชาญเพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และขอคำแนะนำ 1.1.5 แบบรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา มคอ.5 และรายงานผลการดำเนินการของประสบการณ์ภาคสนาม มคอ. 6 แบบประเมินตนเอง							1. การประเมินประสิทธิผลของการสอน 1.1 การประเมินกลยุทธ์การสอน อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด กำหนดให้มีกระบวนการในการประเมินกลยุทธ์การสอนที่ได้วางแผนสำหรับการพัฒนาการเรียนรู้ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ 1) การประเมินความเห็นหลังการสอนหรือข้อเสนอแนะของอาจารย์ เพื่อนำผลการประเมินที่ได้มาปรับปรุงแผนกลยุทธ์การสอน ในรายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3) หรือรายละเอียดของประสบการณ์ภาคสนาม (มคอ.4) 2) การนำผลประเมินกลยุทธ์การสอนไปใช้ เพื่อนำผลการประเมินที่ได้มาปรับปรุงแผนกลยุทธ์การสอน ในรายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3) หรือรายละเอียดของประสบการณ์ภาคสนาม (มคอ.4)	-ปรับรายละเอียดตามแนวทางของมหาวิทยาลัย

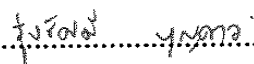
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
ในการจัดการเรียนการสอน โดยได้นำผลการประเมินมาพัฒนาปรับปรุงกลยุทธ์การสอนในรอบการศึกษาถัดไป 1.2 การประเมินทักษะของอาจารย์ในการใช้แผนกลยุทธ์การสอน : คณะกรรมการบริหารหลักสูตรประเมินทักษะของอาจารย์ได้แก่ 1.2.1 ประเมินความพึงพอใจต่อการสอนผ่านระบบ REG ในแต่ละภาคการศึกษา โดยนักศึกษาในแต่ละรายวิชา 1.2.2 การสังเกตการณ์ของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ประธานหลักสูตร และทีมผู้สอน	3) การปรึกษาหารือกับผู้เชี่ยวชาญด้านหลักสูตร ด้านการประเมินหลักสูตรหรือวิธีสอน เพื่อนำผลการประเมินที่ได้มาปรับปรุงแผนกลยุทธ์การสอนในรายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3) หรือรายละเอียดของประสบการณ์ภาคสนาม (มคอ.4) 4) การวิเคราะห์ ผลการประเมินความพึงพอใจ/ความไม่พึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนและสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ของรายวิชา เพื่อนำผลการประเมินที่ได้มาปรับปรุงแผนกลยุทธ์การสอนในรายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3) หรือรายละเอียดของประสบการณ์ภาคสนาม (มคอ.4) ทั้งนี้ การจัดทำรายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3) หรือรายละเอียดของประสบการณ์ภาคสนาม (มคอ.4) ดำเนินการบันทึกและอนุมัติในระบบให้แล้วเสร็จก่อนเปิดภาคการศึกษา ตามระยะเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด 1.2 การประเมินทักษะของอาจารย์ในการใช้แผนกลยุทธ์การสอน อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด กำหนดให้มีการประเมินทักษะของอาจารย์ผู้สอนในการใช้แผนกลยุทธ์การสอนได้แก่ 1) การประเมินความพึงพอใจ/ความไม่พึงพอใจของนักศึกษาต่อการจัดการเรียนการสอนและสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ของรายวิชา ผ่านระบบ Reg	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
1.2.3 การประเมินการบริหารจัดการหลักสูตรในภาพรวมโดยบัณฑิตหรือนักศึกษาชั้นปีสุดท้าย 1.2.4 รายงานผลการดำเนินการของรายวิชา (มคอ.5) และรายงานผลการดำเนินการของประสบการณ์ภาคสนาม (มคอ.6)	ทุกภาคการศึกษา 2) การสังเกตการณ์ของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรหรือหัวหน้าภาค 3) การจัดอันดับเกี่ยวกับกระบวนการในการพัฒนาความรู้และทักษะที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดที่นักศึกษาต้องการ ทั้งนี้ เพื่อนำผลการประเมินมารายงานในรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา (มคอ.5) หรือ รายงานผลการดำเนินการของประสบการณ์ภาคสนาม (มคอ.6) ภายในสามสัปดาห์หลังสิ้นภาคการศึกษา	
2. การประเมินหลักสูตรในภาพรวม : 2.1 การประเมินหลักสูตรในภาพรวมโดยนักศึกษาชั้นปีสุดท้าย บัณฑิต และอาจารย์ 2.2 การประเมินหลักสูตรโดยที่ปรึกษา หรือผู้ทรงคุณวุฒิ หรือผู้ประเมินจากภายนอก 2.3 การประเมินโดยผู้ใช้บัณฑิตหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอื่น ๆ 2.4 รายงานผลการดำเนินงานหลักสูตร (มคอ.7)	2. การประเมินหลักสูตรในภาพรวม อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ประเมินหลักสูตรในภาพรวมให้ครอบคลุมผลลัพธ์การเรียนรู้ทุกด้าน และสมรรถนะชั้นปีตามที่หลักสูตรกำหนด เพื่อให้ได้ข้อมูลย้อนกลับ ได้แก่ การประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ทุกปีการศึกษา แบบสำรวจภาวะการทำงานทำแบบประเมินความพึงพอใจต่อหลักสูตร แบบประเมินความพึงพอใจของสถานประกอบการที่มีต่อบัณฑิต แบบประเมินความพร้อมในการทำงาน แบบประเมินสมรรถนะของนักศึกษา/บัณฑิต เพื่อประเมินความสำเร็จของการผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพและการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังจากผู้เกี่ยวข้อง ได้แก่ นักศึกษา บัณฑิต ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้ประเมินภายนอก ผู้ใช้บัณฑิต และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	-ปรับรายละเอียดตามแนวทางของมหาวิทยาลัย

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการปรับปรุง พ.ศ. 2565
3. การประเมินผลการดำเนินงานตามรายละเอียดของหลักสูตร : 3.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรมีการประเมินตามตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน ตามระยะเวลาตามประกาศมหาวิทยาลัย เรื่อง แนวปฏิบัติการดำเนินงานหลักสูตรตามกรอบมาตรฐานที่มหาวิทยาลัยกำหนด 3.2 มีคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาอย่างน้อย 1 คน ประเมินคุณภาพภายในระดับภาควิชา 3.3 แบบรายงานผลการดำเนินงานหลักสูตร (มคอ.7) 3.4 มีการประเมินแผนการบริหารจัดการหลักสูตรตามระบบการประกันคุณภาพการศึกษาตามระบบ PDCA ทุกปีการศึกษา	3. การประเมินผลการดำเนินงานตามรายละเอียดของหลักสูตร อาจารย์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ประเมินตามตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงานที่ระบุในหมวดที่ 7 โดยมีคณะกรรมการประเมิน อย่างน้อย 3 คน ประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขา/สาขาวิชาเดียวกัน อย่างน้อย 1 คน โดยวิเคราะห์รายละเอียด หลักฐาน และให้ข้อเสนอแนะการดำเนินงานตามรายละเอียดของหลักสูตร (มคอ.2) ทุกปีการศึกษา	-ปรับรายละเอียดตามแนวทางของมหาวิทยาลัย
4. การทบทวนผลการประเมินและวางแผนปรับปรุง : 4.1 ระดับหลักสูตร นำผลจากรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา (มคอ.5) และรายงานผลการดำเนินการของประสบการณ์ภาคสนาม (มคอ.6) และรายงานผลการดำเนินงานหลักสูตร (มคอ.7) มาทบทวนผลการประเมินและการวางแผน เพื่อพัฒนาปรับปรุงหลักสูตรมาวิเคราะห์ในภาพรวม 4.2 มีการนำข้อมูลจากอาจารย์ นักศึกษา บัณฑิต ผู้ทรงคุณวุฒิ และหรือผู้ประเมินภายนอก ผู้ใช้บัณฑิต และหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ มาทบทวนผลการประเมินและการวางแผน เพื่อพัฒนาปรับปรุงหลักสูตร	4. การทบทวนผลการประเมินและวางแผนปรับปรุง อาจารย์ผู้รับผิดชอบอาจารย์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ทบทวนผลการประเมินที่ได้จากอาจารย์ นักศึกษา บัณฑิต ผู้ทรงคุณวุฒิ และหรือผู้ประเมินภายนอก ผู้ใช้บัณฑิตและหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ รวมทั้งกระบวนการในการวางแผนปรับปรุงหลักสูตรและแผนกลยุทธ์ โดยการจัดประชุม สัมมนา วิพากษ์หลักสูตรและรายวิชา เพื่อให้ได้ข้อมูลป้อนกลับและนำผลการประเมินจากข้อ 1-3 มาปรับปรุงแผนกลยุทธ์การสอนในรายงานผลการดำเนินการของหลักสูตร (มคอ.7) ภายในหกสัปดาห์หลังสิ้นปีการศึกษา เพื่อวางแผนพัฒนาปรับปรุงหลักสูตรในปีการศึกษาถัดไป	-ปรับรายละเอียดตามแนวทางของมหาวิทยาลัย

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	เหตุผลและสาระในการ ปรับปรุง พ.ศ. 2565
4.3 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรสรุปผลการดำเนินการประจำปีเสนอ ประธานหลักสูตร 4.4 ประชุมคณะกรรมการบริหารหลักสูตรเพื่อพิจารณาทบทวน ผลการดำเนินการหลักสูตร		

รับรองความถูกต้องของข้อมูล

(ลงชื่อ)..........

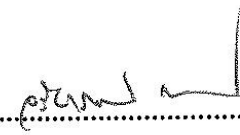
(รองศาสตราจารย์รุ่งรัชมี บุญดาว)

ตำแหน่ง คณบดีคณะบริหารศาสตร์

มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

วันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2565

รับรองความถูกต้องของข้อมูล

(ลงชื่อ)..........

(รองศาสตราจารย์อริยาภรณ์ พงษ์รัตน์)

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ

ปฏิบัติราชการแทน อธิการบดีมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

วันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2565