

สภามหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

มีมติอนุมัติ

ในการประชุมครั้งที่ ๒/๒๕๖๔

เมื่อวันที่ ๒๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔



หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชาการตลาด

ระดับปริญญาตรี 4 ปี

(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569)

คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี

มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

## คำนำ

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ระดับปริญญาตรี 4 ปี (หลักสูตรปรับปรุง พุทธศักราช 2569) มุ่งผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ ทักษะ จริยธรรมและคุณภาพ สอดคล้องกับความต้องการของสังคมซึ่งจะเป็นกำลังของชาติต่อไป

หลักสูตรนี้ ประกอบด้วยเนื้อหา 9 หมวด ได้แก่ 1. ข้อมูลทั่วไป 2. ปรัชญา วัตถุประสงค์และผลลัพธ์การเรียนรู้ 3. โครงสร้างของหลักสูตร รายวิชา และหน่วยกิต 4. การจัดกระบวนการเรียนรู้ ผลการเรียนรู้ 5. ความพร้อมและศักยภาพในการบริหารจัดการหลักสูตร 6. คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา 7. การประเมินผลการเรียนและเกณฑ์การสำเร็จการศึกษา 8. การประกันคุณภาพหลักสูตร และ 9. ระบบและกลไกในการพัฒนาหลักสูตร เพื่อให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ควรพิจารณาดำเนินการจัดการเรียนการสอนให้เป็นไปตามความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของหลักสูตร สามารถนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้เหมาะสมได้มาตรฐานสากล และเกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อตอบสนองความต้องการบุคลากรทางด้านการศึกษาของท้องถิ่นและประเทศ

มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ



สารบัญ

|                                                                                   | หน้า      |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| คำนำ                                                                              | ก         |
| สารบัญ                                                                            | ข         |
| รายการตรวจสอบ                                                                     | จ         |
| <b>หมวด 1 ชื่อปริญญาและสาขาวิชา</b>                                               | <b>1</b>  |
| 1. รหัสและชื่อหลักสูตร                                                            | 1         |
| 2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา                                                          | 1         |
| 3. วิชาเอก                                                                        | 1         |
| 4. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร                                              | 1         |
| 5. รูปแบบของหลักสูตร                                                              | 2         |
| 5.1 รูปแบบ                                                                        | 2         |
| 5.2 ประเภทของหลักสูตร                                                             | 2         |
| 5.3 ภาษาที่ใช้                                                                    | 2         |
| 5.4 การรับเข้าศึกษา                                                               | 2         |
| 5.5 ความร่วมมือกับสถาบันอื่น                                                      | 2         |
| 5.6 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา                                              | 2         |
| 6. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร                         | 2         |
| 7. อาชีพที่สามารถประกอบอาชีพได้หลังสำเร็จการศึกษา                                 | 3         |
| 8. สถานที่จัดการเรียนการสอน                                                       | 3         |
| 9. ระบบการจัดการศึกษา                                                             | 3         |
| 10. เหตุผลและความจำเป็นในการเปิดสอนหลักสูตร                                       | 4         |
| <b>หมวด 2 ปรัชญา วัตถุประสงค์ และผลลัพธ์การเรียนรู้</b>                           | <b>7</b>  |
| 1. ปรัชญา                                                                         | 7         |
| 2. วัตถุประสงค์                                                                   | 7         |
| 3. ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLOs)                | 8         |
| 4. ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังเมื่อสิ้นปีการศึกษา (Year Learning Outcomes: YLOs) | 10        |
| <b>หมวด 3 โครงสร้างของหลักสูตร รายวิชาและหน่วยกิต</b>                             | <b>13</b> |
| 1. โครงสร้างของหลักสูตร                                                           | 13        |
| 2. รายวิชา                                                                        | 14        |
| 3. แผนการศึกษา                                                                    | 24        |
| 4. คำอธิบายรายวิชา                                                                | 28        |

## สารบัญ

|                                                                                                    | หน้า       |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 5. สหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน ( Cooperative and Work Integrated Education: CWIE) | 84         |
| 6. การกระจายความรับผิดชอบผลลัพธ์การเรียนรู้สู่รายวิชา (Curriculum Mapping)                         | 85         |
| <b>หมวด 4 การจัดกระบวนการเรียนรู้</b>                                                              | <b>95</b>  |
| 1. การจัดกระบวนการเรียนรู้รายวิชาหมวดวิชาศึกษาทั่วไป                                               | 95         |
| 2. การจัดกระบวนการเรียนรู้รายวิชาหมวดวิชาเฉพาะด้าน                                                 | 100        |
| 3. การจัดกระบวนการเรียนรู้ตลอดชีวิต                                                                | 107        |
| <b>หมวด 5 ความพร้อมและศักยภาพในการบริหารจัดการหลักสูตร</b>                                         | <b>108</b> |
| 1. ความพร้อมด้านกายภาพ                                                                             | 108        |
| 2. ความพร้อมด้านอาจารย์                                                                            | 108        |
| 2.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร                                                                    | 108        |
| 2.2 อาจารย์ประจำหลักสูตร                                                                           | 111        |
| 2.3 อาจารย์ผู้สอน                                                                                  | 116        |
| 3. ความพร้อมด้านงบประมาณ                                                                           | 119        |
| 4. ความพร้อมด้านการบริหารจัดการ                                                                    | 120        |
| <b>หมวด 6 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา</b>                                                             | <b>122</b> |
| 1. คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา                                                                        | 122        |
| 2. การรับเข้าเป็นนักศึกษา                                                                          | 122        |
| 3. แผนการรับนักศึกษาและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี                                                | 122        |
| <b>หมวด 7 การประเมินผลการเรียนและเกณฑ์การสำเร็จการศึกษา</b>                                        | <b>123</b> |
| 1. หลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน (เกรด)                                                              | 123        |
| 2. การประเมินผลการเรียน                                                                            | 123        |
| 3. เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร                                                               | 124        |
| <b>หมวด 8 การประกันคุณภาพหลักสูตร</b>                                                              | <b>126</b> |
| 1. การวางแผนคุณภาพและการควบคุมคุณภาพ                                                               | 126        |
| 2. การบริหารความเสี่ยง                                                                             | 127        |
| 3. การเผยแพร่ข้อมูลของหลักสูตรให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทราบ                                          | 127        |
| <b>หมวด 9 ระบบและกลไกในการพัฒนาหลักสูตร</b>                                                        | <b>128</b> |
| 1. กระบวนการออกแบบระบบและกลไกการพัฒนาหลักสูตร                                                      | 128        |
| 2. กระบวนการออกแบบหลักสูตรที่มุ่งเน้นผลลัพธ์การเรียนรู้                                            | 129        |
| 2.1 กระบวนการประเมินความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย                                   | 129        |

## สารบัญ

|                                                                          | หน้า |
|--------------------------------------------------------------------------|------|
| 2.2 กระบวนการกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร                          | 129  |
| 2.3 กระบวนการกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังเมื่อสิ้นปีการศึกษา        | 129  |
| 2.4 กระบวนการออกแบบโครงสร้างหลักสูตรและรายวิชา                           | 130  |
| 2.5 กระบวนการออกแบบกระบวนการจัดการเรียนรู้                               | 130  |
| 2.6 กระบวนการควบคุมคุณภาพในการออกแบบหลักสูตร                             | 130  |
| 3. การประเมินและปรับปรุงหลักสูตร                                         | 131  |
| 3.1 การประเมินการจัดกระบวนการเรียนรู้                                    | 131  |
| 3.2 การประเมินผลคุณภาพการจัดการศึกษาของหลักสูตร                          | 131  |
| 3.3 การปรับปรุงหลักสูตร                                                  | 132  |
| ภาคผนวก ก สารการปรับปรุงในหลักสูตรเดิม และเหตุผลที่ปรับปรุง              | 133  |
| ตารางเปรียบเทียบข้อแตกต่างระหว่างหลักสูตรเดิม และหลักสูตรฉบับปรับปรุง    | 133  |
| ภาคผนวก ข การดำเนินการเกี่ยวกับการปรับปรุงหลักสูตร                       | 157  |
| 1. ความต้องการจำเป็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders' needs/ Input) | 157  |
| 2. คำสั่งมหาวิทยาลัยที่เกี่ยวข้อง                                        | 168  |
| ภาคผนวก ค ข้อบังคับและประกาศที่เกี่ยวข้อง                                | 171  |

## รายการตรวจสอบ

| ประเด็นการพิจารณา                                                  | เล่มหลักสูตร                                                                      | หน้า |
|--------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|------|
| <b>1. เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรการศึกษาระดับอุดมศึกษา</b>               |                                                                                   |      |
| 1.1 วันเดือนปีที่สภาสถาบันอุดมศึกษาอนุมัติหลักสูตร                 | หมวด 1 ข้อ 6. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร              | 2    |
| 1.2 ปีการศึกษาที่สภาสถาบันอุดมศึกษาอนุมัติให้เปิดสอน               | หมวด 1 ข้อ 6. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร              | 2    |
| 1.3 ชื่อหลักสูตร                                                   | หมวด 1 ข้อ 1. รหัสและชื่อหลักสูตร                                                 | 1    |
| 1.4 ชื่อปริญญา และชื่อย่อปริญญา                                    | หมวด 1 ข้อ 2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา                                               | 1    |
| 1.5 จำนวนหน่วยกิตตลอดหลักสูตรและโครงสร้างหลักสูตร                  | หมวด 3 ข้อ 1. โครงสร้างของหลักสูตร                                                | 13   |
| 1.6 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร                                    | หมวด 5 ข้อ 2.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร                                        | 108  |
| 1.7 อาจารย์ประจำหลักสูตรและคุณสมบัติ                               | หมวด 5 ข้อ 2.2 อาจารย์ประจำหลักสูตร                                               | 111  |
| 1.8 แผนการรับนักศึกษา                                              | หมวด 6 ข้อ 3. แผนการรับนักศึกษาและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี                    | 122  |
| <b>2. ผลลัพธ์การเรียนรู้</b>                                       |                                                                                   |      |
| 2.1 ความต้องการจำเป็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders' needs) | - หมวด 9 ข้อ 2.1 กระบวนการประเมินความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย | 129  |
|                                                                    | - หมวด 9 ข้อ 2.2 กระบวนการกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร                      | 129  |
|                                                                    | - ภาคผนวก ข ข้อ 1 ความต้องการจำเป็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders' needs)  | 157  |
| 2.2 ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร                                  | หมวด 2 ข้อ 3 ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes :PLOs)      | 8    |
| 2.3 วิธีการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร                    | - หมวด 7 ข้อ 2.2 กระบวนการทวนสอบผลลัพธ์การเรียนรู้                                | 123  |
|                                                                    | - หมวด 4 ข้อ 2 การจัดกระบวนการเรียนรู้รายวิชาหมวดวิชาเฉพาะด้าน                    | 100  |

| ประเด็นการพิจารณา                                                                                    | เล่มหลักสูตร                                                                                                                                                                                                                                                                                               | หน้า |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 3. โครงสร้างหลักสูตรและรายวิชา                                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- หมวด 9 ข้อ 2.4 กระบวนการออกแบบโครงสร้างหลักสูตรและรายวิชา 130</li> <li>- หมวด 3 ข้อ 1. โครงสร้างของหลักสูตร 13</li> <li>- หมวด 3 ข้อ 2. รายวิชา 14</li> <li>- หมวด 3 ข้อ 6. การกระจายความรับผิดชอบผลลัพธ์การเรียนรู้สู่รายวิชา (Curriculum Mapping) 85</li> </ul> |      |
| 4. การจัดกระบวนการเรียนรู้                                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- หมวด 9 ข้อ 2.5 กระบวนการออกแบบกระบวนการจัดการเรียนรู้ 130</li> <li>- หมวด 4 ข้อ 2 วิธีการจัดการกระบวนการเรียนรู้ของรายวิชาหมวดวิชาเฉพาะด้าน 100</li> </ul>                                                                                                        |      |
| 5. ระบบและกลไกการพัฒนาหลักสูตรและการบริหารคุณภาพ                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |      |
| 5.1 ระบบและกลไกการพัฒนาหลักสูตร                                                                      | หมวด 9 ระบบและกลไกการพัฒนาหลักสูตร                                                                                                                                                                                                                                                                         | 128  |
| 5.2 การวางแผนคุณภาพ การควบคุมคุณภาพ การบริหารความเสี่ยง และวิธีการสื่อสารและเผยแพร่ข้อมูลของหลักสูตร | หมวด 8 การประกันคุณภาพหลักสูตร                                                                                                                                                                                                                                                                             | 126  |

**หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต**  
**สาขาวิชาการตลาด**  
**(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569)**

---

**ชื่อสถาบันอุดมศึกษา**                      มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ  
**คณะ**                                              บริหารธุรกิจและการบัญชี

**หมวด 1**

**ชื่อปริญญาและสาขาวิชา**

**1. รหัสและชื่อหลักสูตร**

1.1 รหัสหลักสูตร                      : 25511631102314

1.2 ชื่อหลักสูตร

ภาษาไทย                                      : หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

ภาษาอังกฤษ                                : Bachelor of Business Administration Program in  
Marketing

**2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา**

ชื่อเต็มภาษาไทย                      : บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)

ชื่อเต็มภาษาอังกฤษ                      : Bachelor of Business Administration (Marketing)

ชื่อย่อภาษาไทย                              : บธ.บ.(การตลาด)

ชื่อย่อภาษาอังกฤษ                        : B.B.A.(Marketing)

**3. วิชาเอก (ถ้ามี)**

-

**4. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร**

ไม่น้อยกว่า 124 หน่วยกิต

## 5. รูปแบบของหลักสูตร

### 5.1 รูปแบบ

หลักสูตรระดับปริญญาตรี 4 ปี

### 5.2 ประเภทของหลักสูตร

- ☒ หลักสูตรระดับปริญญาตรีทางวิชาการ
- ☐ หลักสูตรระดับปริญญาตรีแบบก้าวหน้าทางวิชาการ
- ☐ หลักสูตรระดับปริญญาตรีทางวิชาชีพหรือปฏิบัติการ
- ☐ หลักสูตรระดับปริญญาตรีแบบก้าวหน้าทางวิชาชีพหรือปฏิบัติการ

### 5.3 ภาษาที่ใช้

จัดการเรียนการสอนเป็นภาษาไทย

### 5.4 การรับเข้าศึกษา

รับทั้งนักศึกษาไทยและนักศึกษาต่างประเทศที่สามารถใช้ภาษาไทยได้ตามเกณฑ์  
การพิจารณาของมหาวิทยาลัย

### 5.5 ความร่วมมือกับสถาบันอื่น

—

### 5.6 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา

ให้ปริญญาเพียงสาขาวิชาเดียว

## 6. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

6.1 เป็นหลักสูตร พ.ศ. 2569 โดยปรับปรุงมาจากหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด ระดับปริญญาตรี 4 ปี (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564)

6.2 เริ่มใช้ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2569 เป็นต้นไป

6.3 คณะกรรมการบริหารคณะบริหารธุรกิจและการบัญชี พิจารณาให้ความเห็นชอบในการประชุมครั้งที่ 1/2568 เมื่อวันที่ 5 เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2568

6.4 สภาวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ พิจารณาให้ความเห็นชอบในการประชุมครั้งที่ 2/2568 เมื่อวันที่ 20 เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2568

6.5 สภามหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ อนุมัติหลักสูตรในการประชุม ครั้งที่ 2/2568 เมื่อวันที่ 23 เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2568

## 7. อาชีพที่สามารถประกอบอาชีพได้หลังสำเร็จการศึกษา

- 1) นักการตลาด
- 2) พนักงานขาย
- 3) นักโฆษณาประชาสัมพันธ์
- 4) นักการตลาดดิจิทัล
- 5) นักวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด
- 6) ประกอบธุรกิจส่วนตัว

## 8. สถานที่จัดการเรียนการสอน

มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

## 9. ระบบการจัดการศึกษา

### 9.1 ระบบการศึกษา

ระบบการศึกษาเป็นแบบทวิภาคหรือเทียบเท่าระบบการจัดการศึกษาแบบทวิภาค โดย 1 ปีการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ภาคการศึกษาปกติ ซึ่ง 1 ภาคการศึกษาปกติมีระยะเวลาการศึกษาไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์ โดยให้เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ ว่าด้วย การจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565

### 9.2 การจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน

ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

### 9.3 วันเวลาในการดำเนินการเรียนการสอน

☒ วัน – เวลาราชการปกติ

☐ นอกเวลาราชการ (วันจันทร์ – วันอาทิตย์)

ภาคการศึกษาที่ 1 เดือนมิถุนายน – เดือนกันยายน

ภาคการศึกษาที่ 2 เดือนพฤศจิกายน – เดือนกุมภาพันธ์

### 9.4 รูปแบบการศึกษา

ใช้ระบบชั้นเรียน และเป็นไปตามข้อบังคับของมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ ว่าด้วย การจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565



## 9.5 การเทียบโอนหน่วยกิต และผลการศึกษา

การเทียบโอนผลการเรียนหรือยกเว้นการเรียนรายวิชา ให้เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ ว่าด้วย การเทียบโอนผลการเรียนและการยกเว้นการเรียนรายวิชา พ.ศ. 2565

## 10. เหตุผลและความจำเป็นในการเปิดสอนหลักสูตร

การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบันเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการปรับปรุงหลักสูตรการตลาดให้สอดคล้องกับยุคสมัย เทคโนโลยีดิจิทัลมีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินธุรกิจและพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ ระบบเศรษฐกิจในยุคดิจิทัลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็น **Big Data, AI, IoT, Blockchain และ Cloud Computing** ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของภาคธุรกิจในทุกอุตสาหกรรม เทคโนโลยีเหล่านี้ทำให้รูปแบบการตลาดเปลี่ยนไปจากเดิมที่เน้นการโฆษณาแบบดั้งเดิม ไปสู่การตลาดดิจิทัลที่ใช้ข้อมูลและการวิเคราะห์เชิงลึกเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของแคมเปญและตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคแบบเรียลไทม์

ประเทศไทยมีนโยบายประเทศไทย 4.0 ซึ่งเป็นแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจโดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นกลไกขับเคลื่อน เป้าหมายหลักของนโยบายนี้คือการเปลี่ยนจากการผลิตสินค้าโภคภัณฑ์ไปสู่สินค้าเชิงนวัตกรรม เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรมไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม รวมถึงการเน้นภาคบริการให้มีสัดส่วนสูงขึ้น ภายใต้นโยบายดังกล่าว มีอุตสาหกรรมเป้าหมายที่ได้รับการสนับสนุน ได้แก่ อุตสาหกรรมอาหาร เกษตร เทคโนโลยีชีวภาพ สุขภาพ เครื่องมืออัจฉริยะ หุ่นยนต์ และเทคโนโลยีดิจิทัล อุตสาหกรรมเหล่านี้ต้องการบุคลากรที่มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีทางการตลาดเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน หลักสูตรการตลาดฉบับปรับปรุงจึงจำเป็นต้องตอบสนองต่อแนวโน้มและทิศทางของอุตสาหกรรมเหล่านี้

การศึกษาในระดับอุดมศึกษาต้องพัฒนาให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ซึ่งเน้นการพัฒนากำลังคนให้มีทักษะที่เหมาะสมต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมและเศรษฐกิจ หลักสูตรการตลาดฉบับปรับปรุงถูกออกแบบให้สามารถสร้างบัณฑิตที่มีความรู้และทักษะทางการตลาดที่สามารถนำไปใช้ในภาคธุรกิจได้จริง อีกทั้งยังเน้นการพัฒนาแนวคิดผู้ประกอบการเพื่อสนับสนุนให้เกิด **Startup** ใหม่ ๆ ที่สามารถแข่งขันในระดับสากล กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ได้กำหนดทักษะที่พึงประสงค์ของกำลังคนในสาขาเกษตรสมัยใหม่ การตลาดดิจิทัล และท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ซึ่งเน้นความสามารถในด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการตลาด การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก การวางกลยุทธ์ด้านดิจิทัล และการใช้แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ ดังนั้น หลักสูตรการตลาดฉบับปรับปรุงจึงต้องมีเนื้อหาที่

ตอบโจทย์ทักษะเหล่านี้ เพื่อให้บัณฑิตที่จบออกมามีความสามารถตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน

โลกในศตวรรษที่ 21 ต้องการกำลังคนที่มีทักษะสำคัญ ได้แก่ **Critical Thinking, Creativity, Communication** และ **Collaboration (4C's)** รวมถึงทักษะด้าน **Digital Literacy** ซึ่งเป็นทักษะที่ขาดไม่ได้สำหรับนักการตลาดยุคใหม่ หลักสูตรการตลาดฉบับปรับปรุงได้ออกแบบการเรียนการสอนให้สามารถพัฒนาทักษะเหล่านี้ผ่านการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ (**Experiential Learning**) การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และการทำโครงการจริงร่วมกับภาคธุรกิจ การพัฒนาทักษะเหล่านี้ช่วยให้บัณฑิตสามารถปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมการทำงานที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดแรงงานทั้งในประเทศและระดับนานาชาติ

แนวคิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต (**Lifelong Learning**) มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาศักยภาพของบุคคลให้สามารถปรับตัวได้ตลอดเวลา หลักสูตรการตลาดฉบับปรับปรุงให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้และทักษะที่สามารถนำไปใช้ได้ตลอดชีวิต รวมถึงการออกแบบรายวิชาที่สามารถเรียนผ่านระบบออนไลน์ และเปิดโอกาสให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ในรูปแบบ **Micro-Credentials** ซึ่งช่วยให้การศึกษาไม่ถูกจำกัดอยู่ในช่วงวัยมหาวิทยาลัยเท่านั้น การเรียนรู้ตลอดชีวิตเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยให้บุคลากรสามารถพัฒนาทักษะใหม่ ๆ เพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงของตลาดแรงงานที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

หลักสูตรต้องได้รับการออกแบบให้ตอบโจทย์ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ภาคธุรกิจ ภาครัฐ องค์กรพัฒนาเอกชน และผู้เรียน โดยมุ่งเน้นให้บัณฑิตสามารถตอบสนองต่อแนวโน้มของตลาดแรงงาน อาทิ นักการตลาดดิจิทัล นักวิเคราะห์ข้อมูล ผู้จัดการแบรนด์ และผู้ประกอบการออนไลน์ หลักสูตรจึงต้องมีความยืดหยุ่นและสามารถปรับเปลี่ยนตามสภาพแวดล้อมของธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การออกแบบหลักสูตรต้องคำนึงถึงปัจจัยด้านความต้องการของภาคอุตสาหกรรม ความคาดหวังของนายจ้าง และแนวโน้มของตลาดแรงงาน เพื่อให้สามารถผลิตบัณฑิตที่พร้อมทำงานจริงและมีคุณค่าต่อองค์กร

เศรษฐกิจท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศ หลักสูตรการตลาดฉบับปรับปรุงมุ่งเน้น **BCG Model (Bio-Circular-Green Economy)** เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียนและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทรัพยากรท้องถิ่น อีกทั้งยังสนับสนุนให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาธุรกิจของชุมชนให้ก้าวสู่ตลาดออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล แนวทางนี้ช่วยให้ชุมชนสามารถใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจในระยะยาว

ตามข้อกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) หลักสูตรควรได้รับการทบทวนและปรับปรุงทุก 5 ปี เพื่อให้สอดคล้องกับแนวโน้มของตลาดและการเปลี่ยนแปลง

ของเทคโนโลยี ดังนั้น การปรับปรุงหลักสูตรในปี พ.ศ. 2569 จึงมีความจำเป็นเพื่อให้สามารถรองรับความต้องการของตลาดแรงงานในอนาคต การปรับปรุงหลักสูตรอย่างสม่ำเสมอช่วยให้สามารถปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและแนวโน้มทางธุรกิจ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มคุณภาพของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา

หลักสูตรการตลาดฉบับปรับปรุงปี 2569 มีความจำเป็นต่อการพัฒนาบัณฑิตที่มีทักษะและความสามารถสอดคล้องกับยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ตอบสนองต่อนโยบายของภาครัฐ และสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน โดยเน้นการพัฒนาทักษะที่สำคัญในศตวรรษที่ 21 ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต และบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจท้องถิ่น เพื่อให้ผู้เรียนสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ได้จริงและสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อเศรษฐกิจของประเทศ

## หมวด 2

### ปรัชญา วัตถุประสงค์ และผลลัพธ์การเรียนรู้

#### 1. ปรัชญา

ผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ ความเข้าใจด้านการตลาดและการบริหารธุรกิจในการประกอบอาชีพ ประยุกต์เทคโนโลยีเพื่อใช้ในการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันด้วยนวัตกรรมทางการตลาด ยึดมั่นในจรรยาบรรณทางการตลาด มีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม

#### คุณลักษณะบัณฑิตสาขาวิชาการตลาด

มีการสื่อสารที่ดี มีจินตนาการ มีความคิดสร้างสรรค์ การรู้จักทบทวนและการรู้เท่าทันสื่อ

#### 2. วัตถุประสงค์

เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีผลลัพธ์การเรียนรู้เชิงสมรรถนะดังนี้

- 1) มีความรู้ ความเข้าใจด้านการตลาดและการบริหารธุรกิจในการประกอบอาชีพ
- 2) มีทักษะในการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันด้วยนวัตกรรมทางการตลาด
- 3) มีทักษะในการวางแผน กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อใช้ในการแก้ปัญหาทางธุรกิจ
- 4) มีจิตสำนึก ยึดมั่นในจรรยาบรรณทางการตลาด
- 5) มีการสื่อสารที่ดี มีจินตนาการ มีความคิดสร้างสรรค์ การรู้จักทบทวนและการรู้เท่าทันสื่อ

### 3. ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLOs)

#### 3.1 ผลลัพธ์การเรียนรู้ของมหาวิทยาลัยทั่วไป (General Education Learning Outcomes)

| ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) |                                                                                                             | ระดับการเรียนรู้ |    |    | ผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 |       |          |             |
|--------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|----|----|------------------------------------------------------|-------|----------|-------------|
|                                      |                                                                                                             | K                | S  | A  | ความรู้                                              | ทักษะ | จริยธรรม | ลักษณะบุคคล |
| GELO1                                | สื่อสารและนำเสนอภาษาไทยได้อย่างถูกต้องตามหลักภาษาและถูกกาลเทศะ                                              | K3               | S3 |    | ✓                                                    | ✓     |          |             |
| GELO2                                | สื่อสารและนำเสนอภาษาอังกฤษได้อย่างถูกต้องตามหลักภาษาและถูกกาลเทศะ                                           | K3               | S3 |    |                                                      | ✓     |          |             |
| GELO3                                | ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการดำเนินชีวิตและการทำงานได้อย่างเหมาะสมและปลอดภัย                             | K3               | S3 | A2 |                                                      | ✓     | ✓        | ✓           |
| GELO4                                | ประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์สุขภาพ ปรัชญาชีวิตและสุนทรียศาสตร์เพื่อเสริมสร้างสุขภาวะในการดูแลตนเองได้อย่างเหมาะสม | K3               | S3 | A3 | ✓                                                    |       | ✓        |             |
| GELO5                                | คิดวิเคราะห์ เพื่อแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง สร้างสรรค์และได้ผลลัพธ์ตามที่ต้องการ                              | K4               | S3 |    |                                                      | ✓     |          | ✓           |
| GELO6                                | ประยุกต์ใช้แนวคิดการเป็นผู้ประกอบการหรือแนวทางการบริหารการเงินเพื่อบริหารจัดการตนเองและทำงานได้             | K3               | S3 |    | ✓                                                    |       |          |             |
| GELO7                                | ใช้ชีวิตและทำงานร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้อย่างถูกต้องตามหลักกฎหมาย ประเพณีวัฒนธรรมไทยและวัฒนธรรมโลก          | K3               | S2 | A3 |                                                      |       | ✓        | ✓           |

### 3.2 ผลลัพธ์การเรียนรู้ของมหาวิทยาลัยเฉพาะ

| ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) |                                                                                              | ระดับการเรียนรู้ |    | ผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 |         |       |          |
|--------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|----|------------------------------------------------------|---------|-------|----------|
|                                      |                                                                                              | K                | S  | A                                                    | ความรู้ | ทักษะ | จริยธรรม |
| PLO1                                 | อธิบายความรู้ด้านการตลาดและการบริหารธุรกิจเพื่อใช้ในงานทางการตลาด                            | K2               | S2 |                                                      | ✓       |       |          |
| PLO2                                 | ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อใช้ในการสร้างนวัตกรรมทางการตลาด               | K3               | S3 |                                                      |         | ✓     |          |
| PLO3                                 | ประยุกต์ใช้หลักการทางการตลาดเพื่อใช้ในการวางแผนการตลาดให้เป็นไปตามเป้าหมายของธุรกิจ          | K3               | S3 |                                                      |         | ✓     |          |
| PLO4                                 | แสดงออกถึงการปฏิบัติตามจรรยาบรรณทางการตลาด                                                   |                  |    | A3                                                   |         |       | ✓        |
| PLO5                                 | แสดงออกถึงการสื่อสารที่ดี มีจินตนาการ มีความคิดสร้างสรรค์ การรู้ดิจิทัล และการรู้เท่าทันสื่อ |                  |    | A3                                                   |         |       | ✓        |

### นิยามศัพท์

นวัตกรรมทางการตลาด คือ การพัฒนาหรือปรับปรุงแนวทาง กระบวนการ เครื่องมือ หรือกลยุทธ์ทางการตลาดใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร สร้างคุณค่าให้กับลูกค้า และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ นวัตกรรมทางการตลาดอาจเกิดขึ้นได้ในหลายด้าน เช่น ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ กระบวนการทางการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย การสื่อสารการตลาด และรูปแบบธุรกิจ

จรรยาบรรณทางการตลาด คือ จรรยาบรรณนั้นเป็นการตลาดของสมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย

4. ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังเมื่อสิ้นปีการศึกษา (Year Learning Outcomes: YLOs)

| ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) |                                                                                     | ผลลัพธ์การเรียนรู้ของแต่ละชั้นปี (YLOs)                                                                           |                                                                                                               |                                                                            |                                                                            |
|--------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
|                                      |                                                                                     | ชั้นปีที่ 1 (YLO1)                                                                                                | ชั้นปีที่ 2 (YLO2)                                                                                            | ชั้นปีที่ 3 (YLO3)                                                         | ชั้นปีที่ 4 (YLO4)                                                         |
| PLO1                                 | อธิบายความรู้ด้านการตลาดและการบริหารธุรกิจเพื่อใช้ในการงานทางการตลาด                | อธิบายหลักการการตลาดสมัยใหม่ พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัลองค์การและการจัดการยุคใหม่ การประชาสัมพันธ์กฎหมายธุรกิจ | อธิบายหลักสถิติธุรกิจ ส่วนผสมทางการตลาดการตลาดบริการ การตลาดดิจิทัล กลยุทธ์การตลาดการจัดการขายและเทคนิคการขาย |                                                                            |                                                                            |
| PLO2                                 | ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อใช้ในการสร้างนวัตกรรมทางการตลาด      |                                                                                                                   | ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์ (AI) ร่วมกับการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดการตลาดดิจิทัล กลยุทธ์การตลาด     | ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการสร้างสื่อสังคมออนไลน์       | ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการวางแผนการตลาดเพื่อธุรกิจ    |
| PLO3                                 | ประยุกต์ใช้หลักการทางการตลาดเพื่อใช้ในการวางแผนการตลาดให้เป็นไปตามเป้าหมายของธุรกิจ |                                                                                                                   | ประยุกต์ใช้หลักการทางการตลาดเพื่อใช้ในการวางแผนการตลาด                                                        | ประยุกต์ใช้หลักการทางการตลาดและการจัดการการตลาดสมัยใหม่เพื่อใช้ในการวางแผน | ประยุกต์ใช้หลักการทางการตลาดเพื่อใช้ในการวางแผนการตลาดให้เป็นไปตามเป้าหมาย |

| ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) |                                                                                                    | ผลลัพธ์การเรียนรู้ของแต่ละชั้นปี (YLOs) |                                                         |                                                           |                                                                                                            |
|--------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|---------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                      |                                                                                                    | ชั้นปีที่ 1 (YLO1)                      | ชั้นปีที่ 2 (YLO2)                                      | ชั้นปีที่ 3 (YLO3)                                        | ชั้นปีที่ 4 (YLO4)                                                                                         |
|                                      |                                                                                                    |                                         |                                                         | การตลาดขององค์กร<br>ชุมชนและท้องถิ่น                      | ขององค์กร ชุมชนและ<br>ท้องถิ่น                                                                             |
| PLO4                                 | แสดงออกถึงการปฏิบัติตามจรรยาบรรณ<br>ทางการตลาด                                                     | รู้จรรยาบรรณทางการตลาด                  | อธิบายจรรยาบรรณ<br>ทางการตลาด                           | มีทัศนคติที่ดีต่อการปฏิบัติ<br>ตามจรรยาบรรณ<br>ทางการตลาด | แสดงออกถึงการปฏิบัติ<br>ตามจรรยาบรรณ<br>ทางการตลาด                                                         |
| PLO5                                 | แสดงออกถึงการสื่อสารที่ดี มีจินตนาการ<br>มีความคิดสร้างสรรค์ การรู้ดิจิทัลและ<br>การรู้เท่าทันสื่อ | รู้หลักการสื่อสารทางการ<br>ตลาดที่ดี    | อธิบายหลักการสื่อสาร<br>ทางการตลาดและการตลาด<br>ดิจิทัล | แสดงออกถึงการมีจินตนา<br>การ มีความคิด<br>สร้างสรรค์      | แสดงออกถึงการสื่อสาร<br>ที่ดี มีจินตนาการ มี<br>ความคิดสร้างสรรค์<br>การรู้ดิจิทัลและการ<br>รู้เท่าทันสื่อ |



**หมวด 3**  
**โครงสร้างของหลักสูตร รายวิชาและหน่วยกิต**

**1. โครงสร้างของหลักสูตร**

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ผู้สำเร็จการศึกษาดำรง เรียนไม่น้อยกว่า 124 หน่วยกิต ประกอบด้วยสัดส่วนหน่วยกิตแต่ละหมวดวิชาและแต่ละกลุ่มวิชา ดังนี้

| หมวดวิชา                                            | เกณฑ์<br>มาตรฐาน<br>หลักสูตร<br>(หน่วยกิต) | หลักสูตรเดิม<br>(หน่วยกิต) | หลักสูตร<br>ปรับปรุง<br>(หน่วยกิต) |
|-----------------------------------------------------|--------------------------------------------|----------------------------|------------------------------------|
| 1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป                              | ไม่น้อยกว่า<br>24                          | ไม่น้อยกว่า<br>30          | ไม่น้อยกว่า<br>24                  |
| 1.1 กลุ่มรอบรู้ด้านภาษาและเทคโนโลยี                 | –                                          | –                          | 9                                  |
| 1.2 กลุ่มอยู่ดีมีสุข ฉลาดคิดก้าวไกล                 | –                                          | –                          | 9                                  |
| 1.3 กลุ่มพลเมืองไทยและพลเมือง<br>โลก                | –                                          | –                          | 3                                  |
| 1.4 กลุ่มการเป็นผู้ประกอบการและ<br>การบริหารการเงิน | –                                          | –                          | 3                                  |
| 2) หมวดวิชาเฉพาะด้าน                                | ไม่น้อยกว่า 72                             | ไม่น้อยกว่า 94             | เรียน 94                           |
| 2.1 กลุ่มวิชาแกน                                    |                                            | เรียน 30                   | –                                  |
| 2.2 วิชาเอกบังคับ                                   | –                                          | เรียน 42                   | เรียน 75                           |
| 2.3 วิชาเอกเลือก                                    | –                                          | ไม่น้อยกว่า 15             | ไม่น้อยกว่า 12                     |
| 2.4 วิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ<br>หรือสหกิจศึกษา      | –                                          | เรียน 7                    | เรียน 7                            |
| 3) หมวดวิชาเลือกเสรี                                | ไม่น้อยกว่า 6                              | ไม่น้อยกว่า 6              | ไม่น้อยกว่า 6                      |
| จำนวนหน่วยกิตรวม                                    | ไม่น้อยกว่า<br>120                         | ไม่น้อยกว่า<br>130         | ไม่น้อยกว่า<br>124                 |

## 2. รายวิชา

### 1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ต้องเรียนทุกกลุ่มวิชาไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต

#### 1.1 กลุ่มรอบรู้ด้านภาษาและเทคโนโลยี เรียน 9 หน่วยกิต

มุ่งพัฒนานักศึกษาให้มีทักษะการใช้ภาษาและเทคโนโลยีในการสื่อสารและนำเสนอที่เหมาะสม สามารถรู้เท่าทันสื่อ รวมทั้งมีทักษะการใช้เทคโนโลยีในการดำเนินชีวิตและการทำงานได้อย่างเหมาะสม เลือกเรียนไม่น้อยกว่า 9 หน่วยกิต จากรายวิชาดังนี้

##### 1.1.1 กลุ่มวิชาการรอบรู้ด้านภาษา ให้เลือกเรียนไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

##### 1) รอบรู้ด้านภาษาไทย ให้เลือกเรียนไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต

- |         |                                                                                                  |          |
|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| 1500126 | ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารและการสืบค้นสารสนเทศ<br>(Thai for Communication and Information Retrieval) | 3(2-2-5) |
| 1500131 | ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารและการเรียนรู้ดิจิทัล<br>(Thai for Communication and Digital Learning)     | 3(2-2-5) |

##### 2) รอบรู้ด้านภาษาอังกฤษ ให้เลือกเรียนไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต

- |         |                                                                                                                    |          |
|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| 1500127 | การอ่านและการเขียนภาษาอังกฤษ<br>(Reading and Writing of English)                                                   | 3(2-2-5) |
| 1500128 | การฟังและการพูดภาษาอังกฤษ<br>(Listening and Speaking of English)                                                   | 3(2-2-5) |
| 1500132 | ภาษาอังกฤษและการสื่อสารในยุคดิจิทัล<br>(English for Digital World Communication)                                   | 3(2-2-5) |
| 1500133 | ภาษาอังกฤษและการคิดวิเคราะห์เพื่อการรู้เท่าทันสารสนเทศ<br>(English for Critical Thinking and Information Literacy) | 3(2-2-5) |
| 1500134 | ภาษาอังกฤษสำหรับวิทยาศาสตร์สุขภาพ<br>(English for Health Science)                                                  | 3(2-2-5) |

##### 1.1.2 กลุ่มวิชาการรอบรู้ด้านเทคโนโลยี ให้เลือกเรียนไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต

- |         |                                                                                                              |          |
|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| 4000117 | เทคโนโลยีดิจิทัลและการสื่อสาร<br>(Digital Technology and Communication)                                      | 3(2-2-5) |
| 4002104 | การประยุกต์ใช้โปรแกรมสำนักงานในยุคดิจิทัล<br>(Office Program Application in Digital World)                   | 3(2-2-5) |
| 4002105 | รู้ทันเทคโนโลยียุคดิจิทัล<br>(Digital Literacy)                                                              | 3(2-2-5) |
| 4002106 | เทคโนโลยีดิจิทัลกับการประยุกต์ใช้ทางวิทยาศาสตร์สุขภาพ<br>(Digital Technology and Health Science Application) | 3(2-2-5) |

### 1.1.3 กลุ่มวิชาเสริมทักษะด้านภาษาและเทคโนโลยี ให้เลือกเรียน 0-3 หน่วยกิต

|         |                                                              |          |
|---------|--------------------------------------------------------------|----------|
| 1500135 | จิตวิทยาสำหรับการสื่อสาร<br>(Psychology in Communication)    | 3(2-2-5) |
| 1500136 | ศิลปะการพูดและการเจรจา<br>(Art of Speaking and Negotiation)  | 3(2-2-5) |
| 1500137 | ภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น<br>(Language and Culture of Japanese) | 3(2-2-5) |
| 1500138 | ภาษาและวัฒนธรรมจีน<br>(Language and Culture of Chinese)      | 3(2-2-5) |
| 1500139 | ภาษาและวัฒนธรรมลาว<br>(Language and Culture of Lao)          | 3(2-2-5) |
| 1500140 | ภาษาและวัฒนธรรมเขมร<br>(Language and Culture of Khmer)       | 3(2-2-5) |
| 4000120 | นักผลิตสื่อดิจิทัล<br>(Digital Content Creator)              | 3(2-2-5) |
| 4000121 | สารสนเทศดิจิทัล<br>(Digital Information)                     | 3(2-2-5) |
| 4000122 | การออกแบบสื่อและการนำเสนอ<br>(Media Design and Presentation) | 3(2-2-5) |
| 4000123 | การสื่อสารด้วยข้อมูล<br>(Data Storytelling)                  | 3(2-2-5) |

### 1.2 กลุ่มอยู่ดีมีสุข ฉลาดคิดก้าวไกล เรียน 9 หน่วยกิต

มุ่งพัฒนานักศึกษาให้มีทักษะการใช้ชีวิตในการดำเนินชีวิตประจำวันและเตรียมความพร้อมเข้าสู่การทำงาน มีสุขภาพที่ดีทั้งร่างกายและจิตใจ มีความฉลาดทางอารมณ์ รวมทั้งพัฒนากระบวนการคิดวิเคราะห์ ความคิดสร้างสรรค์ และทักษะการแก้ปัญหา เพื่อแก้ปัญหาในการดำเนินชีวิตประจำวัน การทำงานหรือการพัฒนาท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสม **เลือกเรียน ไม่น้อยกว่า 9 หน่วยกิต จากรายวิชาดังนี้**

### 1.2.1 กลุ่มวิชาอยู่ดีมีสุข ให้เลือกเรียนไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

#### 1) วิทยาศาสตร์สุขภาพเพื่อเสริมสร้างสุขภาวะทางกาย ให้เลือกเรียนไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต

|         |                                                                                      |          |
|---------|--------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| 4001102 | ความเป็นอยู่ที่ดี<br>(Well-being)                                                    | 3(2-2-5) |
| 4032227 | การออกกำลังกายแบบบูรณาการสำหรับคนยุคใหม่<br>(Integrated Exercise for New Generation) | 3(2-2-5) |

#### 2) ปรัชญาชีวิตและสุนทรียศาสตร์เพื่อเสริมสร้างสุขภาวะทางจิตใจให้ เลือกเรียนไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต

|         |                                                                      |          |
|---------|----------------------------------------------------------------------|----------|
| 1501201 | การจัดการชีวิต<br>(Living Management)                                | 3(2-2-5) |
| 1521102 | คุณธรรมกับชีวิต<br>(Virtue and Life)                                 | 3(2-2-5) |
| 1521212 | จริยธรรมกับชีวิต<br>(Ethics and Life)                                | 3(2-2-5) |
| 2500118 | พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน<br>(Human Behavior and Self Development) | 3(2-2-5) |

### 1.2.2 กลุ่มวิชาฉลาดคิดก้าวไกล ให้เลือกเรียนไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต

|         |                                                                                  |          |
|---------|----------------------------------------------------------------------------------|----------|
| 2500122 | วิศวกรสังคมเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น<br>(Social Engineer for Local of Development)   | 3(2-2-5) |
| 2500123 | ศาสตร์พระราชากับการพัฒนาท้องถิ่น<br>(King's Philosophy and Local of Development) | 3(2-2-5) |
| 4000119 | การคิดและการตัดสินใจ<br>(Thinking and Decision Making)                           | 3(2-2-5) |
| 4000124 | ฉลาดคิดในชีวิตประจำวัน<br>(Smart Thinking in Daily Life)                         | 3(2-2-5) |

### 1.2.3 กลุ่มวิชาเสริมทักษะการใช้ชีวิตคุณภาพ ให้เลือกเรียน 0-3 หน่วยกิต

|         |                                                           |          |
|---------|-----------------------------------------------------------|----------|
| 1500129 | เพศวิถี<br>(Sexual Orientation)                           | 3(2-2-5) |
| 1521213 | สมาธิเพื่อพัฒนาชีวิต<br>(Meditation for Life Development) | 3(2-2-5) |

|         |                                                              |          |
|---------|--------------------------------------------------------------|----------|
| 2000117 | สุนทรียภาพของชีวิต<br>(Aesthetic Appreciation)               | 3(2-2-5) |
| 2500119 | วิถีชีวิตเศรษฐกิจพอเพียง<br>(Self-Economic Sufficiency)      | 3(2-2-5) |
| 2500124 | ฮวงจุ้ย<br>(Feng Shui)                                       | 3(3-0-6) |
| 4000118 | วิทยาศาสตร์เพื่อคุณภาพชีวิต<br>(Science for Quality of Life) | 3(2-2-5) |
| 4000125 | เปลี่ยนความคิด ชีวิตเปลี่ยน<br>(Power of Change)             | 3(2-2-5) |
| 4000126 | การคิดนอกกรอบ<br>(Lateral Thinking)                          | 3(2-2-5) |
| 5501104 | งานช่างในชีวิตประจำวัน<br>(Craftsmanship in Daily Life)      | 3(2-2-5) |
| 5001105 | ยาและสมุนไพรพาเพลิน<br>(Fun With Drugs and Herbs)            | 3(3-0-6) |

### 1.3 กลุ่มพลเมืองไทยและพลเมืองโลก เรียน 3 หน่วยกิต

มุ่งพัฒนานักศึกษาให้มีทักษะการใช้ชีวิตในสังคมพหุวัฒนธรรม ยอมรับความแตกต่างในสังคม และสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างสร้างสรรค์ รวมทั้งมีจิตสาธารณะ เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาต่อนักศึกษาเมื่อเข้าสู่สังคมการทำงาน **เลือกเรียนไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต จาก รายวิชาดังนี้**

#### 1.3.1 กลุ่มวิชาทักษะการอยู่ร่วมกับผู้อื่น ให้เลือกเรียนไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต

|         |                                                                                               |          |
|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| 2500117 | วิถีไทยกับวิถีอาเซียนในสังคมโลก<br>(Thai Living and ASEAN Way in Global Society)              | 3(2-2-5) |
| 2500125 | สิทธิมนุษยชนและหน้าที่พลเมืองในระบบประชาธิปไตย<br>(Human Rights and Citizenship of Democracy) | 3(2-2-5) |
| 2500127 | พลเมืองจิตสาธารณะ<br>(Public Minded Citizens)                                                 | 3(2-2-5) |
| 2500133 | อินไซต์ศรีสะเกษ<br>(Insight Si Sa Ket)                                                        | 3(2-2-5) |
| 2561108 | กฎหมายสำหรับคนรุ่นใหม่<br>(Law for New Generation)                                            | 3(3-0-6) |

### 1.3.2 กลุ่มวิชาสังคมพหุวัฒนธรรม ให้เลือกเรียน 0-3 หน่วยกิต

|         |                                                                                            |          |
|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| 2500128 | วัฒนธรรมรวมภูมิภาคในอาเซียน<br>(Southeast Asian Mutual Culture in ASEAN)                   | 3(2-2-5) |
| 2500129 | พหุวัฒนธรรมในอาเซียน<br>(Multiculturalism in ASEAN)                                        | 3(2-2-5) |
| 2500130 | ประเทศไทย อาเซียน และประชาคมโลก<br>(Thailand, ASEAN and the World)                         | 3(2-2-5) |
| 2500131 | สังคมและวัฒนธรรมศรีสะเกษ<br>(Society and Culture in Si Sa Ket)                             | 3(2-2-5) |
| 2500132 | การพัฒนาของอินโดจีน<br>(Development of Indochina)                                          | 3(2-2-5) |
| 2500134 | ชาติพันธุ์และวัฒนธรรมในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้<br>(Ethnicity and Culture in Southeast Asia) | 3(2-2-5) |
| 2500135 | ชาติพันธุ์และวัฒนธรรมในอินโดจีน<br>(Ethnicity and Culture in Indochina)                    | 3(2-2-5) |

### 1.4 กลุ่มการเป็นผู้ประกอบการและการบริหารการเงิน เรียน 3 หน่วยกิต

มุ่งพัฒนานักศึกษาให้มีทักษะการเป็นผู้ประกอบการ สามารถเห็นโอกาสและช่องทางการหารายได้ รวมทั้งมีความสามารถบริหารด้านการเงินในการใช้ชีวิตและอยู่ในสังคมได้อย่างไม่เป็นภาระผู้อื่น เลือกเรียนไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต จากรายวิชาดังนี้

#### 1.4.1 กลุ่มวิชาศาสตร์ผู้ประกอบการและการเงิน ให้เลือกเรียนไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต

|         |                                                                                        |          |
|---------|----------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| 2502101 | การแก้ไขปัญหาความยากจนเชิงพื้นที่<br>(Addressing Spatial Poverty)                      | 3(2-2-5) |
| 3502101 | การเป็นผู้ประกอบการ<br>(Entrepreneurship)                                              | 3(2-2-5) |
| 3502102 | เส้นทางสู่ผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล<br>(Path to Entrepreneurs In Digital Age)           | 3(2-2-5) |
| 3502103 | การเงินเพื่อชีวิตยุคดิจิทัล<br>(Finance for Life in Digital Age)                       | 3(2-2-5) |
| 3502104 | การจัดการการเงินส่วนบุคคลและการลงทุน<br>(Personal Financial Management and Investment) | 3(2-2-5) |

3502105 การบัญชีเพื่อเศรษฐกิจชุมชนสร้างสรรค์ 3(2-2-5)  
(Accounting for Creative Community Economy)

3502106 นวัตกรรมธุรกิจบริการร่วมสมัย 3(2-2-5)  
(Contemporary Service Business Innovation)

#### 1.4.2 กลุ่มวิชาเสริมสมรรถนะในการทำงาน ให้เลือกเรียน 0-3 หน่วยกิต

1501202 พร้อมสู่การทำงาน 3(2-2-5)  
(Ready to Work)

1501203 บุคลิกภาพ 3(2-2-5)  
(Personality)

3572110 การท่องเที่ยวทางเลือก 3(2-2-5)  
(Alternative Tourism)

4002107 ฟาร์มอัจฉริยะ 3(2-2-5)  
(Smart Farming)

### 2) หมวดวิชาเฉพาะ เรียนไม่น้อยกว่า 94 หน่วยกิต

#### 2.1 วิชาเอกบังคับ เรียน 75 หน่วยกิต

3501203 การรู้ดิจิทัลและการประยุกต์ใช้ในงานบริหารธุรกิจ 3(2-2-5)  
(Digital Literacy and Application in Business Area)

3502901 สถิติธุรกิจ 3(2-2-5)  
(Business Statistics)

3503102 การภาษีอากรและกฎหมายธุรกิจ 3(2-2-5)  
(Taxation and Business Laws)

3503206 นวัตกรรมการบริหารธุรกิจ 3(2-2-5)  
(Business Management Innovation)

3521114 หลักการบัญชี 3(2-2-5)  
(Principles of Accounting)

3531108 การเงินธุรกิจ 3(2-2-5)  
(Business Finance)

3541104 หลักการตลาดสมัยใหม่ 3(2-2-5)  
(Principles of Modern Marketing)

3541105 พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล 3(2-2-5)  
(Consumer Behavior in Digital Era)

|         |                                                                                                           |          |
|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| 3542121 | การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา<br>(Product and Price Management)                                               | 3(2-2-5) |
| 3542122 | การตลาดดิจิทัล<br>(Digital Marketing)                                                                     | 3(2-2-5) |
| 3542123 | กลยุทธ์การตลาด<br>(Marketing Strategy)                                                                    | 3(2-2-5) |
| 3542321 | การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย<br>(Distribution Channel Management)                                        | 3(2-2-5) |
| 3542322 | การจัดการขายและเทคนิคการขาย<br>(Sales Management and Sales Techniques)                                    | 3(2-2-5) |
| 3542410 | การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการและการวางแผนสื่อ<br>(Integrated Marketing Communications and Media Planning) | 3(2-2-5) |
| 3543122 | การจัดการการตลาดสมัยใหม่<br>(Modern Marketing Management)                                                 | 3(2-2-5) |
| 3543123 | ภาษาอังกฤษสำหรับการตลาด<br>(English for Marketing)                                                        | 3(2-2-5) |
| 3543124 | การตลาดชุมชนเพื่อความยั่งยืน<br>(Community Product Marketing for Sustainability)                          | 3(2-2-5) |
| 3543501 | การพัฒนานบุคลิกภาพสำหรับนักการตลาด<br>(Personality Development for Marketers)                             | 3(2-2-5) |
| 3543503 | การตลาดสื่อสังคมออนไลน์<br>(Social Media Marketing)                                                       | 3(2-2-5) |
| 3543504 | นวัตกรรมการตลาดเชิงสร้างสรรค์<br>(Innovation Creative Marketing)                                          | 3(2-2-5) |
| 3543901 | การวิจัยการตลาด<br>(Marketing Research)                                                                   | 3(2-2-5) |
| 3544111 | การวางแผนการตลาดเพื่อการแข่งขันทางธุรกิจ<br>(Marketing Plan for Business Competition)                     | 3(2-2-5) |
| 3544908 | สัมมนาทางการตลาด<br>(Seminar in Marketing)                                                                | 3(2-2-5) |
| 3561111 | องค์การและการจัดการยุคใหม่<br>(Modern Organizational Management)                                          | 3(2-2-5) |



|         |                                              |          |
|---------|----------------------------------------------|----------|
| 3591115 | หลักเศรษฐศาสตร์<br>(Principles of Economics) | 3(2-2-5) |
|---------|----------------------------------------------|----------|

## 2.2 วิชาเอกเลือก เรียนไม่น้อยกว่า 12 หน่วยกิต

|         |                                                                                                               |          |
|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| 3501103 | อังกฤษธุรกิจ<br>(Business English)                                                                            | 3(2-2-5) |
| 3502201 | ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการธุรกิจดิจิทัล<br>(Digital Business Management Information System)                   | 3(2-2-5) |
| 3502202 | การเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่<br>(Startup Entrepreneurship)                                                     | 3(2-2-5) |
| 3542124 | การตลาดบริการ<br>(Service Marketing)                                                                          | 3(2-2-5) |
| 3543125 | การตลาดระหว่างประเทศและการตลาดโลก<br>(International and Global Marketing)                                     | 3(2-2-5) |
| 3543126 | การจัดการตราสินค้า<br>(Brand Management)                                                                      | 3(2-2-5) |
| 3543127 | การจัดนิทรรศการและกิจกรรมทางการตลาด<br>(Exhibitions and Event Marketing)                                      | 3(2-2-5) |
| 3543128 | การตลาดทางตรง<br>(Direct Marketing)                                                                           | 3(2-2-5) |
| 3543129 | การตลาดเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน<br>(Marketing for Sustainability)                                              | 3(2-2-5) |
| 3543318 | ศิลปะการขาย<br>(Salesmanship)                                                                                 | 3(2-2-5) |
| 3543502 | การออกแบบสื่อมัลติมีเดียและกราฟิกดีไซน์<br>(Multimedia and Graphic Design)                                    | 3(2-2-5) |
| 3543505 | การจัดการความสัมพันธ์ลูกค้าและการตลาดบนฐานข้อมูล<br>(Customer Relationship Management and Database Marketing) | 3(2-2-5) |
| 3543506 | การจัดการค้าปลีกและค้าส่งในยุคดิจิทัล<br>(Retail and Wholesale Management in the Digital Era)                 | 3(2-2-5) |
| 3543507 | การโฆษณาบนแพลตฟอร์มออนไลน์<br>(Advertising on Online Platform)                                                | 3(2-2-5) |

|         |                                                                        |          |
|---------|------------------------------------------------------------------------|----------|
| 3543508 | การตลาดผ่านเครื่องมือค้นหาบนอินเทอร์เน็ต<br>(Search Engine Marketing)  | 3(2-2-5) |
| 3543509 | การออกแบบเนื้อหาบนการตลาดดิจิทัล<br>(Digital Marketing Content Design) | 3(2-2-5) |
| 3544112 | ภาษาจีนสำหรับการตลาด<br>(Chinese for Marketing)                        | 3(2-2-5) |
| 3544113 | การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม<br>(Social Marketing Enterprise)       | 3(2-2-5) |
| 3544114 | การตลาดเกษตร<br>(Agricultural Marketing)                               | 3(2-2-5) |
| 3544504 | การตลาดอิเล็กทรอนิกส์<br>(E-Marketing)                                 | 3(2-2-5) |
| 3544505 | การจัดการสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ<br>(Ambient Advertising Management)    | 3(2-2-5) |
| 3564115 | การจัดการโลจิสติกส์<br>(Logistics Management)                          | 3(2-2-5) |

### 2.3 วิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพหรือสหกิจศึกษา เรียน 7 หน่วยกิต (เลือกเรียนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง)

#### 1) กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์

|         |                                                                                                    |        |
|---------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| 3544803 | การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด<br>(Preparation for Professional Experience of the Marketing) | 1(60)  |
| 3544804 | การฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด<br>(Field Experience in Marketing)                                  | 6(600) |

#### 2) กลุ่มวิชาสหกิจศึกษา

|         |                                                         |        |
|---------|---------------------------------------------------------|--------|
| 6003801 | เตรียมสหกิจศึกษา<br>(Cooperative Education Preparation) | 1(60)  |
| 6004801 | สหกิจศึกษา<br>(Cooperative Education)                   | 6(600) |

### 3) หมวดวิชาเลือกเสรี เรียนไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

ให้เลือกเรียนรายวิชาใด ๆ ในหลักสูตรมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ โดยไม่ซ้ำกับรายวิชาที่เคยเรียนมาแล้ว และต้องไม่เป็นรายวิชาที่กำหนดให้เรียนโดยไม่นับหน่วยกิตรวมในเกณฑ์การสำเร็จหลักสูตรของ สาขาวิชานี้

## 3. แผนการศึกษา

| ปีการศึกษาที่ 1 ภาคเรียนที่ 1 |          |                                                 |          |
|-------------------------------|----------|-------------------------------------------------|----------|
| กลุ่มวิชา                     | รหัสวิชา | ชื่อวิชา                                        | น(ท-ป-ค) |
| ศึกษาทั่วไป                   | XXXXXXX  | (.....)                                         | 3(x-x-x) |
|                               | XXXXXXX  | (.....)                                         | 3(x-x-x) |
| วิชาเอกบังคับ                 | 3501203  | การรู้ดิจิทัลและการประยุกต์ใช้ในงานบริหารธุรกิจ | 3(2-2-5) |
|                               | 3521114  | หลักการบัญชี                                    | 3(2-2-5) |
|                               | 3541104  | หลักการตลาดสมัยใหม่                             | 3(2-2-5) |
|                               | 3591115  | หลักเศรษฐศาสตร์                                 | 3(2-2-5) |
| รวมหน่วยกิต                   |          |                                                 | 18       |

| ปีการศึกษาที่ 1 ภาคเรียนที่ 2 |          |                               |          |
|-------------------------------|----------|-------------------------------|----------|
| กลุ่มวิชา                     | รหัสวิชา | ชื่อวิชา                      | น(ท-ป-ค) |
| ศึกษาทั่วไป                   | XXXXXXX  | (.....)                       | 3(x-x-x) |
|                               | XXXXXXX  | (.....)                       | 3(x-x-x) |
| วิชาเอกบังคับ                 | 3561111  | องค์การและการจัดการยุคใหม่    | 3(2-2-5) |
|                               | 3503102  | การภาษีอากรและกฎหมายธุรกิจ    | 3(2-2-5) |
|                               | 3531108  | การเงินธุรกิจ                 | 3(2-2-5) |
|                               | 3541105  | พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล | 3(2-2-5) |
| รวมหน่วยกิต                   |          |                               | 18       |

| ปีการศึกษาที่ 2 ภาคเรียนที่ 1 |          |                                               |          |
|-------------------------------|----------|-----------------------------------------------|----------|
| กลุ่มวิชา                     | รหัสวิชา | ชื่อวิชา                                      | น(ท-ป-ค) |
| ศึกษาทั่วไป                   | XXXXXXX  | (.....)                                       | 3(x-x-x) |
|                               | XXXXXXX  | (.....)                                       | 3(x-x-x) |
| วิชาเอกบังคับ                 | 3502901  | สถิติธุรกิจ                                   | 3(2-2-5) |
|                               | 3542121  | การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา                     | 3(2-2-5) |
|                               | 3542321  | การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย                 | 3(2-2-5) |
|                               | 3542410  | การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการและการวางแผนสื่อ | 3(2-2-5) |
| รวมหน่วยกิต                   |          |                                               | 18       |

| ปีการศึกษาที่ 2 ภาคเรียนที่ 2 |          |                             |          |
|-------------------------------|----------|-----------------------------|----------|
| กลุ่มวิชา                     | รหัสวิชา | ชื่อวิชา                    | น(ท-ป-ค) |
| ศึกษาทั่วไป                   | XXXXXXX  | (.....)                     | 3(x-x-x) |
|                               | XXXXXXX  | (.....)                     | 3(x-x-x) |
| วิชาเอกบังคับ                 | 3542122  | การตลาดดิจิทัล              | 3(2-2-5) |
|                               | 3542123  | กลยุทธ์การตลาด              | 3(2-2-5) |
|                               | 3542322  | การจัดการขายและเทคนิคการขาย | 3(2-2-5) |
| วิชาเอกเลือก                  | XXX2XXX  | (.....)                     | 3(x-x-x) |
| รวมหน่วยกิต                   |          |                             | 18       |

| ปีการศึกษาที่ 3 ภาคเรียนที่ 1 |          |                                   |          |
|-------------------------------|----------|-----------------------------------|----------|
| กลุ่มวิชา                     | รหัสวิชา | ชื่อวิชา                          | น(ท-ป-ค) |
| วิชาเอกบังคับ                 | 3503206  | นวัตกรรมการบริหารธุรกิจ           | 3(2-2-5) |
|                               | 3543501  | การพัฒนาบุคลิกภาพสำหรับนักการตลาด | 3(2-2-5) |
|                               | 3543124  | การตลาดชุมชนเพื่อความยั่งยืน      | 3(2-2-5) |
| วิชาเอกเลือก                  | XXX3XXX  | (.....)                           | 3(x-x-x) |
|                               | XXX3XXX  | (.....)                           | 3(x-x-x) |
| วิชาเลือกเสรี                 | XXX3XXX  | (.....)                           | 3(x-x-x) |
| รวมหน่วยกิต                   |          |                                   | 18       |

| ปีการศึกษาที่ 3 ภาคเรียนที่ 2 |          |                               |          |
|-------------------------------|----------|-------------------------------|----------|
| กลุ่มวิชา                     | รหัสวิชา | ชื่อวิชา                      | น(ท-ป-ค) |
| วิชาเอกบังคับ                 | 3543122  | การจัดการการตลาดสมัยใหม่      | 3(2-2-5) |
|                               | 3543901  | การวิจัยการตลาด               | 3(2-2-5) |
|                               | 3543503  | การตลาดสื่อสังคมออนไลน์       | 3(2-2-5) |
|                               | 3543123  | ภาษาอังกฤษสำหรับการตลาด       | 3(2-2-5) |
|                               | 3543504  | นวัตกรรมการตลาดเชิงสร้างสรรค์ | 3(2-2-5) |
| วิชาเอกเลือก                  | XXX3XXX  | (.....)                       | 3(x-x-x) |
| รวมหน่วยกิต                   |          |                               | 18       |

| ปีการศึกษาที่ 4 ภาคเรียนที่ 1    |          |                                               |          |
|----------------------------------|----------|-----------------------------------------------|----------|
| กลุ่มวิชา                        | รหัสวิชา | ชื่อวิชา                                      | น(ท-ป-ค) |
| วิชาเอกบังคับ                    | 3544111  | การวางแผนการตลาดเพื่อการแข่งขันทางธุรกิจ      | 3(2-2-5) |
|                                  | 3544908  | สัมมนาทางการตลาด                              | 3(2-2-5) |
| วิชาเลือกเสรี                    | XXX4XXX  | (.....)                                       | 3(x-x-x) |
| วิชาฝึก<br>ประสบการณ์<br>วิชาชีพ | 3544803  | การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพ<br>การตลาด หรือ | 1(60)    |
|                                  | 6003801  | เตรียมสหกิจศึกษา                              | 1(60)    |
| รวมหน่วยกิต                      |          |                                               | 10       |

| ปีการศึกษาที่ 4 ภาคเรียนที่ 2    |          |                                     |          |
|----------------------------------|----------|-------------------------------------|----------|
| กลุ่มวิชา                        | รหัสวิชา | ชื่อวิชา                            | น(ท-ป-ค) |
| วิชาฝึก<br>ประสบการณ์<br>วิชาชีพ | 3544804  | การฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด หรือ | 6(600)   |
|                                  | 6004801  | หรือสหกิจศึกษา                      | 6(600)   |
| รวมหน่วยกิต                      |          |                                     | 6        |

#### 4. คำอธิบายรายวิชา

##### 1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

##### 1.1 กลุ่มรอบรู้ด้านภาษาและเทคโนโลยี

##### 1.1.1 กลุ่มวิชาการรอบรู้ด้านภาษา

| รหัสวิชา | ชื่อและคำอธิบายรายวิชา                     | น(ท-ป-ค) |
|----------|--------------------------------------------|----------|
| 1500126  | ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารและการสืบค้นสารสนเทศ | 3(2-2-5) |

(Thai for Communication and Information Retrieval)

ความรู้พื้นฐานทางภาษาไทย ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการสื่อสารการพัฒนาทักษะการฟัง การพูด การอ่าน การเขียนเพื่อการสื่อสาร และการประกอบอาชีพอย่างมีประสิทธิภาพ ศึกษาความหมาย ความสำคัญของสารสนเทศและทรัพยากรสารสนเทศ ศึกษาแหล่งสารสนเทศต่าง ๆ เพื่อพัฒนาทักษะการเรียนรู้ กลยุทธ์การใช้เครื่องมือสืบค้นสารสนเทศในยุคดิจิทัลและการเขียนรายงานเชิงวิชาการ

Basic Thai language knowledge, basic communication skills, development of listening, speaking, reading, and writing skills for effective workplace communication, study of meaning, importance of information, and information resources, study of various information sources to enhance learning skills, strategies for using information retrieval tools in the digital age, and academic report writing

|         |                                             |          |
|---------|---------------------------------------------|----------|
| 1500131 | ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารและการเรียนรู้ดิจิทัล | 3(2-2-5) |
|---------|---------------------------------------------|----------|

(Thai for Communication and Digital Learning)

ความรู้พื้นฐานทางภาษาไทยและการสื่อสาร พัฒนาทักษะการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียนเพื่อการสื่อสาร สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้ ศึกษาความรู้พื้นฐานด้านสารสนเทศดิจิทัล เลือกใช้แหล่งสารสนเทศเพื่อพัฒนาทักษะการเรียนรู้ ทักษะการปฏิบัติด้านการใช้เครื่องมือสืบค้นสารสนเทศในยุคดิจิทัล และนำเสนองานอย่างมีประสิทธิภาพ

Basic Thai language knowledge and communication skills, development of listening, speaking, reading, and writing skills for effective communication, ability to interact with others in society, study of fundamental knowledge in digital information, selection and utilization of information sources to enhance



รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา น(ท-ป-ค)

learning skills, practical skills in using information retrieval tools in the digital age, and efficient presentation of work

1500127 การอ่านและการเขียนภาษาอังกฤษ 3(2-2-5)  
(Reading and Writing of English)

เทคนิคการอ่านจับใจความ เทคนิคการเพิ่มคำศัพท์ การฝึกอ่านบทความที่หลากหลาย ฝึกเขียนประโยคต่าง ๆ ตามโครงสร้างไวยากรณ์ที่ถูกต้อง  
Reading techniques for comprehension, vocabulary expansion, various types of texts, practice of grammatical writing sentences

1500128 การฟังและการพูดภาษาอังกฤษ 3(2-2-5)  
(Listening and Speaking of English)

เทคนิคการฝึกทักษะการฟัง และการพูดภาษาอังกฤษขั้นพื้นฐาน การออกเสียงหนักเบาของพยางค์และคำศัพท์ สามารถใช้ประโยคและวลีได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมในบทสนทนาขั้นพื้นฐานในสถานการณ์ต่าง ๆ  
Practice of basic listening and speaking skills, syllable and word stress, using of sentences and phrases correctly and appropriately in simple dialogues of various situations

1500132 ภาษาอังกฤษและการสื่อสารในยุคดิจิทัล 3(2-2-5)  
(English for Digital World Communication)

เรียนรู้วิธีการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อใช้ชีวิตและประสบความสำเร็จในการทำงานในอนาคต ฝึกวิธีการสื่อสารที่เหมาะสมกับบริบทต่าง ๆ มีทักษะการเจรจาต่อรองในการทำงานร่วมกับผู้อื่น และนำเสนอแนวคิดตนเองผ่านการใช้เทคโนโลยี โดยเลือกหัวข้ออภิปรายที่เกี่ยวข้องการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล  
Learn how to communicate effectively in order to live and work successfully by practicing appropriate communication in different settings, promoting negotiation and persuasion skills when working with others, and presenting ideas using appropriate technology by choosing topics regarding

|          |                        |          |
|----------|------------------------|----------|
| รหัสวิชา | ชื่อและคำอธิบายรายวิชา | น(ท-ป-ค) |
|          | information literacy   |          |

|         |                                                            |          |
|---------|------------------------------------------------------------|----------|
| 1500133 | ภาษาอังกฤษและการคิดวิเคราะห์เพื่อการรู้เท่าทัน<br>สารสนเทศ | 3(2-2-5) |
|---------|------------------------------------------------------------|----------|

**(English for Critical Thinking and Information Literacy)**

เรียนรู้การรู้เท่าทันสื่อผ่านเนื้อหาภาษาอังกฤษเชิงวิชาการ เช่น กระบวนการการแยกแยะข้อเท็จจริงและความเห็น การแยกแยะข่าวปลอมจากสื่อดิจิทัลในโลกปัจจุบัน สาธิตกระบวนการ การวิเคราะห์ด้วยหลักการทางภาษาศาสตร์เพื่อสรุปข้อมูลที่เชื่อถือได้ นำเสนอแนวคิดสรุปที่ได้จากการแสวงหาความรู้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายได้ด้วยการใช้ทักษะการนำเสนอภาษาอังกฤษที่มีประสิทธิภาพ

Learning about information literacy though using academic English, such as differentiation of facts and opinions, fake news in current media, demonstration of analysis process based on linguistics concept to come up with reliable summary, presenting ideas by using effective presentation skills

|         |                                   |          |
|---------|-----------------------------------|----------|
| 1500134 | ภาษาอังกฤษสำหรับวิทยาศาสตร์สุขภาพ | 3(2-2-5) |
|         | (English for Health Science)      |          |

ฝึกทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับการประกอบอาชีพทางวิทยาศาสตร์สุขภาพ การสืบค้น และวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาบทความวิจัยหรือบทความวิชาการ ภาษาอังกฤษที่เกี่ยวข้องวิทยาศาสตร์สุขภาพ และการนำเสนอข้อมูลโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่เหมาะสม

Practicing English communication skills for a career in health science, researching and analyzing information from academic research articles, relevant English language in health science, and presenting information using appropriate digital technologies

รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา น(ท-ป-ค)

### 1.1.2 กลุ่มวิชาการอบรู้ด้านเทคโนโลยี

4000117 เทคโนโลยีดิจิทัลและการสื่อสาร 3(2-2-5)  
(Digital Technology and Communication)

ระบบและองค์ประกอบของคอมพิวเตอร์ สถาปัตยกรรมฮาร์ดแวร์และสถาปัตยกรรมซอฟต์แวร์ ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ การเข้าถึงสื่อดิจิทัล การสื่อสาร ยุคดิจิทัล ความฉลาดรู้เรื่องดิจิทัล ความปลอดภัยยุคดิจิทัล กฎหมายดิจิทัล ฝึกปฏิบัติใช้งานและแก้ไขปัญหาคอมพิวเตอร์ ฝึกปฏิบัติใช้บริการเทคโนโลยีการประมวลผลคลาวด์ ฝึกปฏิบัติใช้ดิจิทัลคอมเมอร์ซ การประยุกต์ใช้สื่อและเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเหมาะสมและมีคุณค่า เพื่อการปฏิบัติงานและดำรงชีพในสังคมดิจิทัลแบบภาวะปกติใหม่

Computer systems and organizations, hardware and software architecture, computer network systems, digital media access, digital communication, digital literacy, digital security, digital laws, computer usage practice and trouble shooting, cloud computing technology service usage practice, digital commerce practice, appropriate and valuable application of digital media and technology for work and sustaining a livelihood in the modern digital society

4002104 การประยุกต์ใช้โปรแกรมสำนักงานในยุคดิจิทัล 3(2-2-5)  
(Office Program Application in Digital World)

การใช้งานโปรแกรมประยุกต์ในการสร้าง แก้ไข และการบันทึกเอกสาร การใช้งานโปรแกรมประมวลผลคำ การใช้งานโปรแกรมตารางคำนวณ การใช้งานโปรแกรมนำเสนองาน การใช้งานโปรแกรมฐานข้อมูล และการใช้งานโปรแกรมประยุกต์ทั่วไป

Using application programs for creating, editing, and saving documents, word processing program usage, spreadsheet programs usage, presentation programs usage, database program usage, and general application program usage

รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา น(ท-ป-ค)

4002105 **รู้ทันเทคโนโลยียุคดิจิทัล** 3(2-2-5)  
(Digital Literacy)

การใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารและนำเสนอที่เหมาะสม รู้เท่าทันสื่อและการเปลี่ยนแปลงในโลกดิจิทัล ความรู้เกี่ยวกับสิทธิและความรับผิดชอบยุคดิจิทัล จริยธรรมทางคอมพิวเตอร์ ความปลอดภัยยุคดิจิทัล การหลีกเลี่ยงภัยคุกคาม และรับมือกับภัยอันตรายในโลกดิจิทัล แนวปฏิบัติในสังคมดิจิทัล และฝึกปฏิบัติการใช้โปรแกรมสำนักงานเพื่อจัดการเอกสารและนำเสนอได้อย่างเหมาะสม

Using technology for appropriate communication and presentation, staying informed and adapting to changes in the digital world, knowledge of digital rights and responsibilities, computer ethics, digital security, avoiding cyber threats, and dealing with digital dangers, best practices in the digital society, and practicing the use of office programs for proper document management and presentation

4002106 **เทคโนโลยีดิจิทัลกับการประยุกต์ใช้ทางวิทยาศาสตร์สุขภาพ** 3(2-2-5)

(Digital Technology and Health Science Application)

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัล เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง จักรวาลนฤมิต พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำ ความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ การโจรกรรมทางวรรณกรรม การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับการสื่อสาร สืบค้น และนำเสนอข้อมูล การผลิตสื่อส่งเสริมสุขภาพ และการเผยแพร่สื่อดิจิทัลในที่สาธารณะและสื่อสังคมออนไลน์

Basic knowledge of digital technology, artificial intelligence technology, internet of things, metaverse, computer – related crime act, plagiarism, using digital technology for communication, research, and presentation of information, health promotion media production, and public dissemination of digital media in the public and online societies

รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา น(ท-ป-ค)

### 1.3 กลุ่มวิชาเสริมทักษะด้านภาษาและเทคโนโลยี

1500135 จิตวิทยาสำหรับการสื่อสาร 3(2-2-5)

#### (Psychology in Communication)

เรียนรู้การนำเอาความรู้ด้านจิตวิทยาเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวันได้อย่างมีประสิทธิภาพฝึกวิธีการสื่อสารที่เหมาะสมกับบริบทต่าง ๆ มีทักษะการเจรจาต่อรองในการทำงานร่วมกับผู้อื่น และนำเสนอแนวคิดตนเองผ่านการใช้เทคโนโลยี

Learning to effectively apply psychology knowledge for daily communication, practicing appropriate communication methods for various contexts, developing negotiation skills for working with others, and presenting one's own ideas through the use of technology

1500136 ศิลปะการพูดและการเจรจา 3(2-2-5)

#### (Art of Speaking and Negotiation)

เรียนรู้เทคนิคและศิลปะของการพูดในโอกาสต่าง ๆ มารยาทในการสื่อสาร การโน้มน้าวจิตใจ ควบคุมสถานการณ์การเจรจา การวิเคราะห์คู่เจรจา และศิลปะการเจรจาต่อรองให้เข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ

Learning techniques and art of speaking in various situations, etiquette in communication, persuasion techniques, situational control, negotiation analysis, and the art of adapting negotiation to different situations

1500137 ภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น 3(2-2-5)

#### (Language and Culture of Japanese)

เรียนรู้คำศัพท์ภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้น การสนทนาภาษาญี่ปุ่นในชีวิตประจำวัน สามารถอธิบายความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมไทย-ญี่ปุ่น เข้าใจและยอมรับในวัฒนธรรมวิถีการดำรงชีวิตของชาวญี่ปุ่น เลือกใช้เทคโนโลยีในการปฏิบัติการสืบค้นข้อมูลภาษาญี่ปุ่นและนำเสนอได้อย่างเหมาะสม

รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา น(ท-ป-ค)

Learning basic Japanese vocabulary, everyday Japanese language conversations, being able to explain the differences between Thai and Japanese cultures, understanding and accepting the way of life in Japanese culture, choosing to use technology to effectively research Japanese language information and present appropriately

1500138 ภาษาและวัฒนธรรมจีน 3(2-2-5)  
(Language and Culture of Chinese)

เรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนเบื้องต้น การสนทนาภาษาจีนในชีวิตประจำวัน สามารถอธิบายความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมไทย-จีน เข้าใจและยอมรับในวัฒนธรรมวิถีการดำรงชีวิตของชาวจีน เลือกใช้เทคโนโลยีในการปฏิบัติการสืบค้นข้อมูลภาษาจีนและนำเสนอได้อย่างเหมาะสม

Learning basic Chinese vocabulary, everyday Chinese language conversations, being able to explain the differences between Thai and Chinese cultures, understanding and accepting the way of life in Chinese culture, choosing to use technology to effectively research Chinese language information and present it appropriately

1500139 ภาษาและวัฒนธรรมลาว 3(2-2-5)  
(Language and Culture of Lao)

ฝึกทักษะการฟัง พูด อ่าน เขียนภาษาลาวเบื้องต้น โครงสร้างประโยคภาษาลาวขั้นพื้นฐานเพื่อการสื่อสารในสถานการณ์ต่าง ๆ ศึกษาค้นคว้าภาษาลาวผ่านเทคโนโลยีพร้อมทั้งเข้าใจความต่างระหว่างวัฒนธรรมไทยและลาว

Practicing basic listening, speaking, reading, and writing skills in Lao language, understanding the sentence structure in Lao for effective communication in various situations, researching and studying the Lao language through technology, and understanding the differences between Thai and Lao cultures

| รหัสวิชา | ชื่อและคำอธิบายรายวิชา                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | น(ท-ป-ค) |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| 1500140  | <b>ภาษาและวัฒนธรรมเขมร</b><br><b>(Language and Culture of Khmer)</b><br><p>ฝึกทักษะการฟัง พูด อ่าน เขียน ภาษาเขมรเบื้องต้น โครงสร้างประโยค ภาษาเขมรขั้นพื้นฐานเพื่อการสื่อสารในสถานการณ์ต่าง ๆ ศึกษาค้นคว้าภาษาเขมรผ่านเทคโนโลยีพร้อมทั้งเข้าใจความต่างระหว่างวัฒนธรรมไทยและเขมร</p> <p>Practicing basic listening, speaking, reading, and writing skills in the Khmer language, understanding the sentence structure in Khmer for effective communication in various situations, researching and studying the Khmer language through technology, and understanding the differences between Thai and Khmer cultures</p>                                                                                                                                                              | 3(2-2-5) |
| 4000120  | <b>นักผลิตสื่อดิจิทัล</b><br><b>(Digital Content Creator)</b><br><p>หลักการของสื่อดิจิทัล กระบวนการผลิตสื่อดิจิทัล การสร้างช่องทางผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลการสร้างเนื้อหาดิจิทัลอย่างสร้างสรรค์ การเขียนสคริปต์ เทคนิคการสร้างและนำเสนอสื่อดิจิทัล การเพิ่มยอดติดตาม การหารายได้จากแพลตฟอร์มดิจิทัลจรรยาบรรณในการนำเสนอสื่อดิจิทัล และกฎหมายเกี่ยวกับลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางปัญญา</p> <p>Principles of digital media, digital media production process, creating channels through digital platforms, creative content creation in the digital realm, scriptwriting, techniques for creating and presenting digital media, increasing follower, monetization through digital platforms, ethics in digital media presentation, and laws regarding copyright and intellectual property</p> | 3(2-2-5) |
| 4000121  | <b>สารสนเทศดิจิทัล</b><br><b>(Digital Information)</b><br><p>เรียนรู้การใช้สารสนเทศดิจิทัล การวิเคราะห์สารสนเทศดิจิทัล กฎหมายและจริยธรรมเกี่ยวกับสารสนเทศดิจิทัลการออกแบบเนื้อหาดิจิทัล ฝึกปฏิบัติการใช้โปรแกรมประยุกต์เพื่อการผลิตสารสนเทศดิจิทัล การนำเสนอสารสนเทศ</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 3(2-2-5) |

|                 |                               |                 |
|-----------------|-------------------------------|-----------------|
| <b>รหัสวิชา</b> | <b>ชื่อและคำอธิบายรายวิชา</b> | <b>น(ท-ป-ค)</b> |
|-----------------|-------------------------------|-----------------|

ดิจิทัลการสร้างรายได้จากสารสนเทศดิจิทัล และการเผยแพร่สารสนเทศดิจิทัล ในที่สาธารณะและสื่อสังคมออนไลน์

Learning to use digital information, analyzing digital information, laws and ethics related to digital information, designing digital content, practicing the use of application programs for digital information production, presenting digital information, generating income from digital information, and disseminating digital information in the public and online communities

|                |                                  |                 |
|----------------|----------------------------------|-----------------|
| <b>4000122</b> | <b>การออกแบบสื่อและการนำเสนอ</b> | <b>3(2-2-5)</b> |
|----------------|----------------------------------|-----------------|

**(Media Design and Presentation)**

เรียนรู้การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม การสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย กระบวนการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ การออกแบบสื่อดิจิทัลให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม การนำเสนอและประเมินสื่อดิจิทัลบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม

Learning to analyze target audiences on digital platforms, communicating with target audiences, the process of persuasive communication, designing digital media that align with the needs of target audiences on digital platforms, presenting and evaluating digital media on digital platforms

|                |                             |                 |
|----------------|-----------------------------|-----------------|
| <b>4000123</b> | <b>การสื่อสารด้วยข้อมูล</b> | <b>3(2-2-5)</b> |
|----------------|-----------------------------|-----------------|

**(Data Storytelling)**

เรียนรู้ศาสตร์และศิลป์แห่งการสื่อสารด้วยข้อมูลบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม หลักการเล่าเรื่องด้วยข้อมูลและการนำเสนอข้อมูลด้วยภาพ จิตวิทยามนุษย์ในการประมวลผลข้อมูล การเล่าเรื่องด้วยข้อมูลผ่านการนำเสนอเป็นภาพ การสร้างเรื่องราวที่ดึงดูดใจ หลักการออกแบบเบื้องต้น จิตวิทยาสี การเล่าเรื่องด้วยข้อมูลในสถานการณ์ต่าง ๆ บนดิจิทัลแพลตฟอร์ม และจรรยาบรรณการสื่อสารด้วยข้อมูลบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม

Learning the science and arts of data storytelling on digital platforms, principles of data storytelling and data visualization, human psychology in data processing, data storytelling with data visualization, creating the compelling



## รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา

น(ท-ป-ค)

data story, basic design principles, color psychology, data storytelling in various digital platform contexts, and ethical considerations in communicating information through data on digital platforms

## 1.2 กลุ่มอยู่ดีมีสุข ฉลาดคิดก้าวไกล

## 1.2.1 กลุ่มวิชาอยู่ดีมีสุข

4001102 ความเป็นอยู่ที่ดี  
(Well-being)

3(2-2-5)

แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการจัดการสุขภาพส่วนบุคคล สถานการณ์สุขภาพในยุคปัจจุบัน หลักการส่งเสริม ป้องกัน รักษา และฟื้นฟูสุขภาพ การปฐมพยาบาลเบื้องต้น หลักการใช้ยาเบื้องต้น อาหารเพื่อสุขภาพ การจัดการความเครียด การดูแลสุขภาพด้วยวิถีท้องถิ่น การออกกำลังกาย การเล่นกีฬา และนันทนาการเพื่อสุขภาพ หลักการดูแลและการป้องกันอุบัติเหตุจากการทำงานและการดำเนินชีวิตประจำวัน

Fundamental concepts of personal health management, current health situations, principles of health promotion, prevention, treatment, and recovery, basic first aid, basic medication principles, healthy eating, stress management, local health practices, exercise, sports, and recreational activities for health, principles of care and prevention of accidents in work and daily life

4032227 การออกกำลังกายแบบบูรณาการสำหรับคนยุคใหม่  
(Integrated Exercise for New Generation)

3(2-2-5)

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกิจกรรมทางกาย การออกกำลังกาย และการเล่นกีฬาเพื่อสุขภาพ พฤติกรรมทางสุขภาพของคนยุคใหม่ การเสริมสร้างสมรรถภาพทางกายและการทดสอบสมรรถภาพทางกายด้วยตนเอง การบริโภคอาหารการควบคุมน้ำหนัก การพักผ่อนด้วยกิจกรรมนันทนาการ การป้องกันและการดูแลการบาดเจ็บจากการเล่นกีฬาและออกกำลังกาย โรคและการป้องกันด้วยการออกกำลังกายที่เหมาะสม การประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์การกีฬา

## รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา

น(ท-ป-ค)

ในการเล่นกีฬาและออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ หลักการปฏิบัติตนที่เหมาะสม และทักษะพื้นฐานในการใช้เครื่องออกกำลังกายในศูนย์ออกกำลังกาย

Basic knowledge about physical activities, exercise, and sports for health, health behaviors of modern individuals, enhancing physical fitness and self-testing physical capabilities, dietary habits, weight management, relaxation through recreational activities, preventing and caring for injuries from sports and exercise, diseases and prevention through appropriate exercise, applying sports science in playing sports and exercising for health, principles of proper conduct and basic skills in using exercise equipment at fitness centers

## 1501201 การจัดการชีวิต

3(2-2-5)

(Living Management)

เรียนรู้การจัดการตนเอง การรู้จักและเห็นคุณค่าในตนเอง การจัดการความเครียด การจัดการความขัดแย้งและอารมณ์ การจัดการตนเองภายใต้สถานการณ์การเปลี่ยนแปลง เข้าใจความหมายของชีวิต ธรรมชาติของชีวิต ความสำคัญของคุณธรรม จริยธรรม การปฏิบัติสมาธิเพื่อการพัฒนาชีวิต และการแก้ไขปัญหาในชีวิตประจำวันโดยใช้หลักศีลธรรมอันดีงาม

Learning self-management, recognizing and valuing oneself, stress management, managing conflicts and emotions, self-management in changing situations, understanding the meaning of life, the nature of life, the importance of virtues and ethics, practicing meditation for personal development, and problem-solving in daily life using good ethical principles

## 1521102 คุณธรรมกับชีวิต

3(2-2-5)

(Virtue and Life)

การพัฒนาแนวคิด ทฤษฎี ความหมายและความสำคัญของคุณธรรม จริยธรรม คุณธรรมนำความรู้ การเจริญจิตภาวนา เพื่อเข้าใจคุณค่าและความจริงของชีวิต สามารถดำรงตนในศตวรรษที่ 21 ได้อย่างเหมาะสม กิจกรรมการเรียนรู้บูรณาการทฤษฎีและภาคปฏิบัติ บัณฑิตจิตอาสา เคารพศักดิ์ศรีความ

รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา น(ท-ป-ค)

เป็นมนุษย์ มีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สืบสานต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

Developing concepts, theories, meanings, and the importance of ethics and morality, applying ethics to knowledge, spiritual growth to understand the value and truth of life, and being able to adapt appropriately to the 21<sup>st</sup> century, activities encompass integrated theoretical and practical learning, voluntary contributions as a graduate, respecting human dignity, having a conscience to preserve natural resources and the environment, and preserving indigenous wisdom for future generations

1521212 จริยธรรมกับชีวิต 3(2-2-5)  
(Ethics and Life)

ศึกษาความหมายและบ่อเกิดของจริยธรรมในทัศนะของปรัชญาและศาสนาทั้งตะวันออกและตะวันตก ศึกษาหลักพุทธธรรมที่เป็นแก่นแท้ของพุทธปรัชญา หลักธรรมในการพัฒนาคนและหลักธรรมในการพัฒนางาน การศึกษาปัญหาด้านจริยธรรม และการแก้ไขปัญหาในชีวิตประจำวันโดยใช้หลักศีลธรรมอันดีงาม

Study the meaning and origins of ethics from the perspectives of both eastern and western philosophies and religions, examine the fundamental principles of Buddhism as the essence of Buddhist philosophy, moral principles in self-development, moral principles in human development, and moral principles in career development, explore ethical issues and problem-solving in daily life using ethical principles

2500118 พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน 3(2-2-5)  
(Human Behavior and Self Development)

อภิปรายเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์ องค์ประกอบและปัจจัยพื้นฐานของพฤติกรรมมนุษย์ การวิเคราะห์และประยุกต์ทฤษฎีทางจิตวิทยาเพื่อการพัฒนาตนเอง เทคนิคการสร้างมนุษยสัมพันธ์เพื่อสร้างสัมพันธภาพกับบุคคลอื่น

|                 |                               |                 |
|-----------------|-------------------------------|-----------------|
| <b>รหัสวิชา</b> | <b>ชื่อและคำอธิบายรายวิชา</b> | <b>น(ท-ป-ค)</b> |
|-----------------|-------------------------------|-----------------|

พัฒนาเทคนิคการสื่อสาร พัฒนาศักยภาพการเป็นผู้นำ ผู้ตาม และการทำงานเป็นทีม การพัฒนาตนเพื่อการดำรงชีวิตอย่างมีความสุข

Discussion on human behavior, its components, and fundamental factors of human behavior, analysis and application of psychological theories for self-development, techniques to build human relationships to foster connections with others, develop communication skills, enhance leadership abilities, followership, and teamwork, personal development for a fulfilling life

### 1.2.2 กลุ่มวิชาฉลาดคิดก้าวไกล

|                |                                                   |                 |
|----------------|---------------------------------------------------|-----------------|
| <b>2500122</b> | <b>วิศวกรสังคมเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น</b>           | <b>3(2-2-5)</b> |
|                | <b>(Social Engineer for Local of Development)</b> |                 |

การพัฒนาทักษะทางสังคมด้วยกระบวนการวิศวกรสังคมได้ทักษะการคิด ทักษะการสื่อสาร ทักษะการประสาน ทักษะการสร้างนวัตกรรม และสามารถบูรณาการองค์ความรู้เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น

Developing social skills through social engineering processes, including critical thinking skills, communication skills, coordination skills, innovation skills, and ability to integrate knowledge for local development

|                |                                                     |                 |
|----------------|-----------------------------------------------------|-----------------|
| <b>2500123</b> | <b>ศาสตร์พระราชากับการพัฒนาท้องถิ่น</b>             | <b>3(2-2-5)</b> |
|                | <b>(King's Philosophy and Local of Development)</b> |                 |

เรียนรู้เกี่ยวกับศาสตร์พระราชากับการพัฒนาที่ยั่งยืน หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ โครงการต้นแบบการพัฒนา ภาครัฐเครือข่ายร่วมพัฒนา เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีชีวิตชุมชนและการเรียนรู้ชุมชน วิศวกรสังคมและบทบาทของมหาวิทยาลัยราชภัฏกับการพัฒนาท้องถิ่น

Learn about King's philosophy and sustainable development, principles of sufficiency economy, the royal initiative project, prototype development projects, collaborative community networks, technology and innovation for sustainable development, local wisdom, community lifestyles and community-

รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา น(ท-ป-ค)

based learning, understand social engineering, and the role of the provincial university in local development

4000119 การคิดและการตัดสินใจ 3(2-2-5)  
(Thinking and Decision Making)

หลักการและกระบวนการคิดของมนุษย์ การคิดวิเคราะห์ ความคิดสร้างสรรค์ การวิเคราะห์ข้อมูล ข่าวสาร ตรรกศาสตร์และการให้เหตุผล การคิดเหตุผล การตัดสินใจ กระบวนการแสวงหาความรู้ทางวิทยาศาสตร์ การคิดเชิงวิพากษ์และการประยุกต์ใช้การคิดกับการแก้ปัญหาในชีวิตประจำวัน

Principles and processes of human thinking, analytical thinking, creative thinking, data analysis, information processing, logic and reasoning, critical thinking, decision-making, the pursuit of knowledge through scientific inquiry, critical thinking, and applying thinking to problem-solving in daily life

4000124 ฉลาดคิดในชีวิตประจำวัน 3(2-2-5)  
(Smart Thinking in Daily Life)

กระบวนการคิดของมนุษย์ การระบุและกำหนดปัญหา การสร้างและประเมินทางเลือกในการแก้ปัญหาในสถานการณ์ที่หลากหลาย การวิเคราะห์สังเคราะห์และประเมินข้อมูลอย่างมีวิจารณญาณและมีเหตุผลอย่างเป็นระบบ เทคนิคและวิธีการคิดแบบต่าง ๆ และการคิดแก้ปัญหาในชีวิตประจำวัน

Human thinking processes, problem identification and definition, generation and evaluation of alternatives for problem-solving in diverse situations, analysis, synthesis, and systematic and rational evaluation of information, various thinking techniques and methods and problem-solving in daily life

|          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |          |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| รหัสวิชา | ชื่อและคำอธิบายรายวิชา                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | น(ท-ป-ค) |
|          | 1.2.3 กลุ่มวิชาเสริมทักษะการใช้ชีวิตคุณภาพ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |          |
| 1500129  | เพศวิถี<br>(Sexual Orientation)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 3(2-2-5) |
|          | <p>ความหมายและขอบข่ายของเพศศึกษาความสำคัญและความจำเป็นในการเรียนเพศศึกษาความรู้เรื่องเพศวิถีและองค์ประกอบเรื่องเพศ พัฒนาการของมนุษย์ สัมพันธภาพทางเพศทักษะส่วนบุคคลพฤติกรรมทางเพศและการแสดงออกสุขภาพทางเพศสังคมและวัฒนธรรมที่มีบทบาทในการหล่อหลอมวิถีทางเพศกระบวนการส่งเสริมการเรียนรู้เรื่องเพศ</p> <p>Meaning and scope of gender studies, importance and necessity of studying gender, knowledge of gender identities and components, human development, sexual relationships, personal skills, gender-related behaviors and expressions, society, and culture's role in shaping gender identities, and processes to promote gender learning</p>                                                                                                             |          |
| 1521213  | สมาธิเพื่อพัฒนาชีวิต<br>(Meditation for Life Development)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 3(2-2-5) |
|          | <p>ความหมายของการทำสมาธิ จุดประสงค์ วิธีการ ขั้นตอน จุดเริ่มต้นของการทำสมาธิ ลักษณะของการบริหารและการทำสมาธิ ประโยชน์ของสมาธิ การนำสมาธิไปใช้ในชีวิตรประจำวัน สมาธิกับการเรียนและการงาน ประโยชน์ของฌานและญาณ สิ่งที่ต้องรู้เรื่องวิปัสสนาและความแตกต่างระหว่างสมถะกับวิปัสสนา แผนผังสมถะกับวิปัสสนา ชาวโลกกับวิปัสสนา</p> <p>Meaning of meditation, objectives, methods, steps, starting point of meditation, characteristics of practice and meditation, benefits of meditation, applying meditation in daily life, meditation in learning and work, benefits of tranquility and mindfulness, understanding Vipassana and the difference between Samatha and Vipassana, the framework of Samatha and Vipassana, worldly concerns versus spiritual practice</p> |          |

| รหัสวิชา | ชื่อและคำอธิบายรายวิชา                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | น(ท-ป-ค) |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| 2000117  | <b>สุนทรียภาพของชีวิต</b><br><b>(Aesthetic Appreciation)</b><br>จำแนกข้อแตกต่างอารมณ์แห่งความสุขปรัชญาทางความคิดเชิงสร้างสรรค์ จินตนาการ และการกล้าแสดงออกความหมายในสุนทรียศาสตร์เชิงการคิดกับสุนทรียศาสตร์เชิงพฤติกรรมโดยสังเขปความสำคัญของการรับรู้กับความเป็นมาของศาสตร์ทางการเห็น ศาสตร์ทางการได้ยินและศาสตร์ทางการเคลื่อนไหวสู่ทัศนศิลป์ศิลปะดนตรี และศิลปะ การแสดงผ่านขั้นตอนการเรียนรู้เชิงคุณค่าและความงามจาก 1) การรำลึก 2) ความคุ้นเคย และ3) ความซาบซึ้งเพื่อให้ได้มาซึ่งประสบการณ์ของความซาบซึ้งทางสุนทรียภาพ และการนำทักษะไปปรับใช้ในการดำเนินชีวิตศตวรรษที่ 21<br>Distinguishing the differences in feelings of happiness, the philosophy of creative thinking, imagination, and courage to express, the meaning of contemplative and behavioral psychology in a comprehensive manner, the significance of perception and the understanding of the origins of visual arts, auditory arts, and performing arts in the context of aesthetics, learning the value and beauty through the learning processes of 1) reflection, 2) familiarity, and 3) emotional engagement to attain an experience of aesthetic appreciation, applying these skills to navigate life in the 21 <sup>st</sup> century | 3(2-2-5) |
| 2500119  | <b>วิถีชีวิตเศรษฐกิจพอเพียง</b><br><b>(Self-Economic Sufficiency)</b><br>วิเคราะห์ สังเคราะห์ และฝึกปฏิบัติจากองค์ความรู้เกี่ยวกับความเป็นมาหลักการ และแนวทางพัฒนาวิถีชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอันเนื่องมาจาก พระราชดำริในพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร การสืบสานแนวคิด รูปแบบ การประยุกต์ใช้ในโครงการอันเนื่องมาจาก พระราชดำริต่าง ๆ สืบเนื่องถึงพระบรมราโชบายในการพัฒนาท้องถิ่นของพระบาทสมเด็จพระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัว ตระหนักในความสำคัญของหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เกษตรทฤษฎีใหม่ และภูมิปัญญาท้องถิ่น สามารถนำหลักการและแนวทางไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาวิถีชีวิตของตนเอง ตลอดจนพัฒนาองค์กรและชุมชนได้อย่างพอดี พอเพียง ยั่งยืน                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 3(2-2-5) |

รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา น(ท-ป-ค)

มีพื้นฐานชีวิตที่มั่นคง มีคุณธรรมที่สอดคล้องกับบริบทของสังคม ผ่านการทำ บัญชีครัวเรือน และการลงพื้นที่ศึกษาดูงานในระดับท้องถิ่นที่ประสบความสำเร็จ

Analyze, synthesize and practice from the body of knowledge about the background, principles and approaches to develop the way of life according to the sufficiency economy philosophy of His Majesty the His Majesty King Bhumibol Adulyadej The Great, the inheritance of concepts, patterns and applications in various royal initiatives, continue to inherit the royal policy in the local development of His Majesty King Maha Vajiralongkorn Phra Vajiraklaochaoyuhua to realize the importance of the sufficiency economy philosophy, new theory of agriculture and local wisdom, be able to apply principles and guidelines to the development of one's own life as well as developing the organization and community in a suitable, sufficient, sustainable basis with a solid foundation of life, the morals that are consistent with the social context through household accounting and successful local study visits

2500124 ฮวงจุ้ย 3(3-0-6)  
(Feng Shui)

ศึกษา ความหมาย และหลักการของฮวงจุ้ยที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ ในชีวิตประจำวัน หรือนำไปประยุกต์ใช้กับการอยู่ร่วมกับผู้อื่นอย่างมีความสุข

Study the meaning and principles of Feng Shui that can be applied in daily life or utilized to live harmoniously with others

4000118 วิทยาศาสตร์เพื่อคุณภาพชีวิต 3(2-2-5)  
(Science for Quality of Life)

พัฒนาการของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน การ นำความรู้และกระบวนการทางวิทยาศาสตร์เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนา คุณภาพชีวิตให้ดำรงอยู่อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นสุข โดยตระหนักถึง ผลกระทบของความก้าวหน้าทางด้านวิทยาศาสตร์ที่มีต่อมนุษย์

The development of science and technology from the past to the present, the utilization of knowledge and scientific processes to enhance the quality of life



รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา น(ท-ป-ค)

efficiently and happily, being aware of the impact of scientific advancements on humanity

4000125 เปลี่ยนความคิด ชีวิตเปลี่ยน 3(2-2-5)  
(Power of Change)

ความเชื่อของมนุษย์ที่มีต่อรูปแบบการเรียนรู้และคุณลักษณะทางปัญญาของตนเองที่สามารถเปลี่ยนแปลงและพัฒนาได้ กระบวนการทางความคิดซึ่งนำไปสู่การใช้ศักยภาพของมนุษย์อย่างเต็มที่เพื่อไปสู่ความสำเร็จ กระบวนการเปลี่ยนแปลงในกรอบความคิดแบบตายตัวไปสู่การเปลี่ยนแปลงในกรอบความคิดแบบเติบโตเพื่อนำไปสู่การเพิ่มความสุข แรงจูงใจ และความสำเร็จ และฝึกฝนกระบวนการเปลี่ยนแปลงความคิดและทัศนคติทางลบที่มีต่อความล้มเหลวให้เป็นความคิดในเชิงบวก

Human beliefs regarding learning patterns and the intellectual traits that can be changed and developed, the thought process leading to the full utilization of human potential for success, transitioning from a fixed mindset to a growth mindset to enhance happiness, motivation, and success, practicing processes to transform negative thoughts and perspectives that contribute to failure into positive thinking

4000126 การคิดนอกกรอบ 3(2-2-5)  
(Lateral Thinking)

เรียนรู้หลักการของการคิดนอกกรอบ การพัฒนาการคิดนอกกรอบอย่างเป็นระบบ การสร้างผลงานการคิดนอกกรอบ เทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างผลงานการคิดนอกกรอบ และการคิดนอกกรอบในการแก้ปัญหาในชีวิตประจำวัน และการนำเสนองาน

Learning the principles of lateral thinking, systematic development of lateral thinking, creating works of lateral thinking, digital technology in generating lateral thinking, and applying lateral thinking to problem-solving and presentations in daily life

รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา น(ท-ป-ค)

5501104 งานช่างในชีวิตประจำวัน 3(2-2-5)  
(Craftsmanship in Daily Life)

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับงานช่าง การใช้งานเครื่องมือและการบำรุงรักษาวัสดุช่างพื้นฐาน ความปลอดภัยในการปฏิบัติงานช่าง การปฐมพยาบาลเบื้องต้นในงานช่าง ฝึกปฏิบัติการปฏิบัติงานช่างเบื้องต้น เช่น ติดตั้งและบำรุงรักษาระบบไฟฟ้าในบ้าน เครื่องใช้ไฟฟ้าเครื่องปรับอากาศ ระบบประปาในบ้าน ซ่อมแซมงานไม้และงานคอนกรีต เบื้องต้น ตรวจเช็คและบำรุงรักษารถยนต์เบื้องต้น

Basic knowledge of craftsmanship, the use of tools, and maintenance of basic crafting materials, safety in craftsmanship, basic first aid in craftsmanship, and practical training in fundamental craftsmanship, this includes installing and maintaining electrical systems, household electrical appliances, air conditioning systems, household plumbing, basic woodworking and concrete work, as well as basic inspection, and maintenance of vehicles

5001105 ยาและสมุนไพรเพื่อสุขภาพ 3(3-0-6)  
(Drugs and Herbs for Health)

ความรู้เบื้องต้นของยาและสมุนไพรที่ใช้ในชีวิตประจำวัน แหล่งที่มาของการค้นพบตัวยา ประโยชน์และโทษของยาสมุนไพร การเก็บรักษาและเคล็ดลับการใช้ยาและสมุนไพรให้ถูกต้องและปลอดภัย ตัวอย่างยาและสมุนไพรที่ใช้ในการรักษาโรคเบื้องต้น การพิจารณาเลือกใช้สมุนไพรจากโฆษณาตามสื่อออนไลน์

Basic knowledge of medicines and herbs used in daily life, the sources of discovering drugs, the benefits and risks of herbal medicines, storing and tips for using medicines and herbs correctly and safely, examples of medicines and herbs used for basic disease treatment, considerations for using herbs from online media advertisements

รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา

น(ท-ป-ค)

## 1.3 กลุ่มพลเมืองไทยและพลเมืองโลก

## 1.3.1 กลุ่มวิชาทักษะการอยู่ร่วมกับผู้อื่น

2500117 วิถีไทยกับวิถีอาเซียนในสังคมโลก

3(2-2-5)

(Thai Living and ASEAN Way in Global Society)

วัฒนธรรม ประเพณี และอัตลักษณ์ความเป็นไทย ลักษณะทางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ การเมืองของไทย ประชาคมอาเซียนและของโลกเปรียบเทียบ ความเปลี่ยนแปลงทางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ การเมืองของสังคมไทยและสังคมโลกจากกระแสโลกาภิวัตน์ ศึกษา วิเคราะห์และนำเสนอระเบียบโลกใหม่ ปัญหาสภาพสังคมไทยและสังคมโลกทั้งในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต ความร่วมมือระหว่างประเทศในบริบทประชาคมอาเซียนและประชาคมโลก กระบวนทัศน์ใหม่ในการพัฒนาสังคมไทยและสังคมโลก

Thai culture, tradition and identity, the socio-cultural, economic and political structure of Thailand, ASEAN community and global society, the world compares the social, cultural, economic and political changes of Thai society and the world society from globalization, study, analyze and present new world order problems of the state of Thai society and the world society, both present and future trends, international cooperation in the context of the ASEAN community and the world community, the new paradigm of development in Thailand and global society

2500125 สิทธิมนุษยชนและหน้าที่พลเมืองในระบอบประชาธิปไตย

3(2-2-5)

(Human Rights and Citizenship of Democracy)

ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจและสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของสิทธิมนุษยชน ความรู้พื้นฐานด้านสิทธิมนุษยชน หลักการพื้นฐานด้านสิทธิ

รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา

น(ท-ป-ค)

มนุษยชน ทศนคติและค่านิยมด้านสิทธิมนุษยชน และเป็นรากฐานในการสร้างวัฒนธรรมการเคารพสิทธิมนุษยชนให้เกิดแก่พลเมืองได้อย่างมั่นคง ตลอดจนการเสริมสร้างความรู้ ด้านความเป็นพลเมือง การอยู่ร่วมกันบนพื้นฐานของการเคารพกติกาของสังคม เคารพผู้อื่น เคารพหลักการของการปกครองตามระบอบประชาธิปไตย การเสริมสร้างคุณธรรม จริยธรรมด้านการป้องกันการทุจริตต่อต้านการคอร์รัปชัน มีคุณธรรม จริยธรรม ในการดำเนินชีวิตบนพื้นฐานของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มีความซื่อสัตย์ สุจริต มีจิตสาธารณะ มีความรับผิดชอบต่อสังคม เคารพในความแตกต่างทางความคิด และมีความรู้พื้นฐานด้านหลักกฎหมายทั่วไป อันนำไปสู่การสร้างหลักการพื้นฐาน การปลูกฝังเชิดชูสถาบันชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ การรู้คิด รู้ทำ การอยู่ร่วมกันอย่างสมานฉันท์ ตลอดจนการฝึกทักษะการดำรงชีวิตในสังคมอย่างมีความสุข

Promote knowledge, understanding, and awareness of the importance of human rights, basic knowledge of human rights, fundamental principles of human rights, attitudes, and values regarding human rights, serve as a foundation for building a culture of respect for human rights within the population, enhance knowledge of citizenship, living together based on societal norms, respect for others, and respect for the principles of democratic governance, foster ethics in preventing corruption, resisting collusion, possessing integrity, moral integrity, public spirit, social responsibility, respect for diverse opinions, and basic knowledge of general laws, this leads to the establishment of fundamental principles, instilling reverence for national institutions, religion, and the monarchy, critical thinking, cooperative living, and the development of life skills for a happy life in society

2500127 พลเมืองจิตสาธารณะ

3(2-2-5)

(Public Minded Citizens)

การปฏิบัติตนเป็นพลเมืองดีและมีจิตสาธารณะ การประยุกต์แบบจำลอง STRONG มาใช้ในชีวิตประจำวัน ความสำคัญของจิตสาธารณะกับการพัฒนาท้องถิ่นและประเทศ กิจกรรมที่แสดงถึงความมีจิตสาธารณะต่อชุมชนท้องถิ่น

## รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา

น(ท-ป-ค)

Practicing good citizenship and possessing a sense of public spirit, applying the STRONG model in daily life, the significance of public spirit in the development of local areas and countries, activities that demonstrate a sense of public spirit towards the local community

## 2500133 อินไซด์ศรีสะเกษ

3(2-2-5)

(Insight Si Sa Ket)

ภูมิหลังของสังคม วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น มุ่งเน้นประเด็นการสร้างอัตลักษณ์ศรีสะเกษ และทิศทางการพัฒนาของสังคมและวัฒนธรรมศรีสะเกษในบริบทแห่งโลกาภิวัตน์ โดยการนำซอฟต์แวร์เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาที่ทำให้เกิดการขยาย เผยแพร่ สืบต่อค่านิยม และวัฒนธรรม

To explore Si Sa Ket social, cultural and intellectual local backgrounds, to emphasize the formation of the Si Sa Ket identity as well as directions towards the development of Si Sa Ket culture and society in the globalization context. The inclusion of soft power in education can extend, propagate, and carry-on values and cultures

## 2561108 กฎหมายสำหรับคนรุ่นใหม่

3(3-0-6)

(Law for New Generation)

กฎหมายและวิเคราะห์ข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นในสังคม บทบาทหน้าที่และสิทธิเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นในที่สาธารณะ การดูหมิ่นหรือหมิ่นประมาทผู้อื่น การใช้สื่อสังคมออนไลน์ภายใต้กรอบของกฎหมาย ความรับผิดชอบเกี่ยวกับการกระทำผ่านระบบคอมพิวเตอร์ แนวคิดและหลักการของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคที่มีต่อผู้ประกอบการธุรกิจปัญหาความรับผิดชอบจากการใช้งานลิขสิทธิ์หรือละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น และสิทธิในการปกป้องงานลิขสิทธิ์ของตนเองตามกฎหมายลิขสิทธิ์

Law and analyze the facts that occur in society, the roles and freedoms of expressing opinions in public places, defamation or insulting others, the use of online social media within the framework of the law, liabilities related to actions through computer systems, the concepts and

รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา

น(ท-ป-ค)

principles of consumer protection laws regarding business practices, issues of liability for copyright infringement or intellectual property infringement, and rights to protect one's own copyrights under copyright law

### 1.3.2 กลุ่มวิชาสังคมพหุวัฒนธรรม

2500128 วัฒนธรรมร่วมอุษาคเนย์ในอาเซียน

3(2-2-5)

(Southeast Asian Mutual Culture in ASEAN)

ศึกษาความเป็นมาและพัฒนาการของสังคมและวัฒนธรรมในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยเน้นศึกษาแหล่งอารยธรรมใหญ่ ๆ ในบริเวณคาบสมุทรและแผ่นดินใหญ่ อิทธิพลของอารยธรรมอินเดียและจีนที่มีผลต่อสังคมเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในด้านลัทธิความเชื่อศาสนา ประเพณี การศึกษาสังคมและวัฒนธรรมร่วมของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

Background and development of society and culture in southeast asian countries with an emphasis on major peninsular and mainland civilizations, the influence and impact of Indian and China civilizations on southeast asia in terms of cults, beliefs, religions, traditions, education, society and mutual culture in ASEAN countries

2500129 พหุวัฒนธรรมในอาเซียน

3(2-2-5)

(Multiculturalism in ASEAN)

ความหลากหลายของวัฒนธรรมในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ การยอมรับความหลากหลายของวัฒนธรรม กลายกลืนทางวัฒนธรรม และการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม

Cultural diversity in southeast asia, cultural differences, cultural assimilation and cultural change in ASEAN countries

| รหัสวิชา | ชื่อและคำอธิบายรายวิชา                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | น(ท-ป-ค) |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| 2500130  | <p><b>ประเทศไทย อาเซียน และประชาคมโลก</b><br/>(Thailand, ASEAN and the World)</p> <p>ศึกษาปรากฏการณ์ที่สำคัญของโลก อาเซียนและไทย ในมิติทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม โดยใช้กรอบแนวคิด ทฤษฎี และระเบียบวิธีทางสังคมศาสตร์ ผ่านการอภิปรายและยกตัวอย่างสถานการณ์หรือบุคคลที่ได้รับความสนใจ เพื่อให้เกิดมุมมองต่อความหลากหลายและเข้าใจความซับซ้อนที่สัมพันธ์กันทั้งโลกสามารถท้าทายกรอบความเชื่อเดิมและเปิดโลกทัศน์ใหม่ให้กว้างขวางขึ้น</p> <p>Study of significant phenomena around the world, in the ASEAN region and in Thailand in terms of their political, economic and sociocultural dimensions, learning to approaches, theories and principles of social science research via discussion and raising examples of situations or people of interest to create a perspective of diversity, to understand the complexity of global interrelationships, and to be able to challenge old paradigms and open up a new, broader worldview</p> | 3(2-2-5) |
| 2500131  | <p><b>สังคมและวัฒนธรรมศรีสะเกษ</b><br/>(Society and Culture in Si Sa Ket)</p> <p>ศึกษาสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่นของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดศรีสะเกษ จากแง่มุมต่างๆ โดยเน้นการศึกษาอย่างวิพากษ์วิจารณ์และการวิเคราะห์</p> <p>Investigating diverse aspects of Si Sa Ket ethnic group society and culture emphasizing analytical and critical approaches</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 3(2-2-5) |
| 2500132  | <p><b>การพัฒนาของอินโดจีน</b><br/>(Development of Indochina)</p> <p>ศึกษาอารยธรรม ประวัติศาสตร์ และการพัฒนาของประเทศในอินโดจีน จากแง่มุมต่าง ๆ โดยเน้นการศึกษาอย่างวิพากษ์วิจารณ์และการวิเคราะห์</p> <p>Investigating diverse aspects of historical background and development of countries in Indochina emphasizing analytical and critical approaches</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 3(2-2-5) |

| รหัสวิชา                                                                                                                | ชื่อและคำอธิบายรายวิชา                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | น(ท-ป-ค) |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| 2500134                                                                                                                 | <p><b>ชาติพันธุ์และวัฒนธรรมในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้</b><br/>(Ethnicity and Culture in Southeast Asia)</p> <p>แนวคิดและทฤษฎีความเป็นชาติพันธุ์และชาติพันธุ์สัมพันธ์ ความหลากหลายทางชาติพันธุ์ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ยุคก่อนอาณานิคมจนถึงยุคโลกาภิวัตน์ สังคมพหุวัฒนธรรม ปัญหาของกลุ่มชาติพันธุ์</p> <p>Concepts and theories of ethnicity and ethnic relations, ethnic diversity in southeast asia from the pre-colonial period to the globalization era, problems of plural-ethnic societies</p> | 3(2-2-5) |
| 2500135                                                                                                                 | <p><b>ชาติพันธุ์และวัฒนธรรมในอินโดจีน</b><br/>(Ethnicity and Culture in Indochina)</p> <p>แนวคิดและทฤษฎีความเป็นชาติพันธุ์และชาติพันธุ์สัมพันธ์ ความหลากหลายทางชาติพันธุ์ในอินโดจีน ยุคก่อนอาณานิคมจนถึงยุคโลกาภิวัตน์ สังคมพหุวัฒนธรรม ปัญหาของกลุ่มชาติพันธุ์</p> <p>Concepts and theories of ethnicity and ethnic relations, ethnic diversity in Indochina from the pre-colonial period to the globalization era, problems of plural-ethnic societies</p>                                      | 3(2-2-5) |
| <p><b>1.4 กลุ่มการเป็นผู้ประกอบการและการบริหารการเงิน</b></p> <p><b>1.4.1 กลุ่มวิชาศาสตร์ผู้ประกอบการและการเงิน</b></p> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |          |
| 2502101                                                                                                                 | <p><b>การแก้ไขปัญหาความยากจนเชิงพื้นที่</b><br/>(Addressing Spatial Poverty)</p> <p>บริบทพื้นที่เป้าหมาย ทุนมนุษย์ ทุนกายภาพ ทุนทรัพยากรสิ่งแวดล้อม ทุนเศรษฐกิจ ทุนสังคม ทุนวัฒนธรรม จัดทำแฟ้มข้อมูลระดับครัวเรือน ระดับตำบล กลไก กระบวนการ เครือข่ายทางสังคม หน่วยงาน ชุมชนที่มีบทบาทในการแก้ไขปัญหาความยากจนในพื้นที่ สังเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แนวคิดการดำรงชีพอย่างยั่งยืน การจัดกลุ่มสภาพปัญหา ค้นหาโอกาสในการพัฒนา จัดทำสารสนเทศ ส่งต่อข้อมูลให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องดำเนินการ</p>             | 3(2-2-5) |



## รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา

น(ท-ป-ค)

Context of target areas, human capital, physical capital, environmental resources, economic capital, social capital, cultural capital, compiling household-level data (Family Folder), village-level data (Village Profile), mechanisms, processes, social networks, agencies, and communities with roles in addressing poverty issues in the area, analyzing data using the sustainable livelihoods framework, categorizing problems, identifying development opportunities, generating information, and transmitting information to relevant stakeholders to act

3502101 การเป็นผู้ประกอบการ 3(2-2-5)  
(Entrepreneurship)

แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ หลักแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจ การตลาดสมัยใหม่ การเขียนแผนธุรกิจ การบัญชี การเงินและการลงทุน กรณีศึกษาผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ

Concepts related to characteristics of a professional entrepreneur, fundamental ideas on business management, modern marketing, business plan writing, accounting, finance and investments, case studies of successful entrepreneurs

3502102 เส้นทางสู่ผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล 3(2-2-5)  
(Path to Entrepreneurs In Digital Age)

หลักการเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หลักการเศรษฐกิจหมุนเวียน หลักการประกอบการและการเป็นผู้ประกอบการ หลักการการจัดการเพื่อการประกอบการ หลักการตลาดดิจิทัล หลักการสตาร์ทอัพ การวิเคราะห์ปัญหาและโอกาสเชิงธุรกิจ การวางแผนธุรกิจ กฎหมายธุรกิจและกรณีศึกษาการวางแผนธุรกิจสำหรับชุมชน

Principles of creative economy, circular economy principles, principles of entrepreneurship and being an entrepreneur, principles of business management, digital marketing principles, startup principles, business problem

รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา น(ท-ป-ค)

and opportunity analysis, business planning, business law, and a case study on community business planning

3502103 การเงินเพื่อชีวิตยุคดิจิทัล 3(2-2-5)  
(Finance for Life in Digital Age)

หลักการบริหารการเงิน พฤติกรรมทางการเงิน ทักษะการใช้เงิน หลักการวางแผนทางการเงินและการลงทุนเบื้องต้น การวางแผนภาษี การวางแผนประกันชีวิต การวางแผนเกษียณอายุ การบริหารการเงินอย่างเป็นระบบ การวางแผนการสร้างอาชีพ การลงทุนในยุคดิจิทัล หลักการบริหารจัดการภาวะหนี้สิน เทคโนโลยีและนวัตกรรมสำหรับการจัดการการเงินการประยุกต์ใช้ความรู้ในการวางแผนทางการเงินโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป รวมทั้งสามารถบริหารการเงินในการใช้ชีวิตและอยู่ในสังคมได้อย่างเหมาะสม

Principles of financial management, financial behavior, attitudes towards spending, basic financial planning and investment principles, tax planning, life insurance planning, retirement planning, systematic financial management, career planning, investment in the digital era, principles of debt management, technology and innovation for financial management, application of knowledge in financial planning using ready-made programs, and effective financial management for living and fitting into society

3502104 การจัดการการเงินส่วนบุคคลและการลงทุน 3(2-2-5)  
(Personal Financial Management and Investment)

การจัดการการเงินและการวางแผนการเงินส่วนบุคคล การออมและการลงทุน การจัดการหนี้ การวางแผนการเงินในระยะยาว การลงทุนในหลักทรัพย์ การจัดการภาษี และการวิเคราะห์ความเสี่ยง

Personal financial management and planning, savings and investments, debt management, long-term financial planning, securities investment, tax management, and risk analysis

รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา น(ท-ป-ค)

3502105 การบัญชีเพื่อเศรษฐกิจชุมชนสร้างสรรค์ 3(2-2-5)  
(Accounting for Creative Community Economy)

การจัดทำบัญชีครัวเรือนตามแนวคิดเศรษฐกิจชุมชนสร้างสรรค์ การบัญชีสำหรับผู้ประกอบการในชุมชนท้องถิ่น การบัญชีสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และการบัญชีสำหรับกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

Household accounting following the principles of creative community economy, accounting for local community entrepreneurs, accounting for community enterprise groups, and accounting for medium and small enterprise groups

3502106 นวัตกรรมธุรกิจบริการร่วมสมัย 3(2-2-5)  
(Contemporary Service Business Innovation)

แนวคิดการเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจบริการ หลักการบริหารและการจัดการธุรกิจบริการ นวัตกรรมในการจัดการและพัฒนาระบบภายในองค์กรของธุรกิจบริการ นวัตกรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการของธุรกิจบริการ นวัตกรรมในการช่วยพัฒนาประสบการณ์การส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการให้กับลูกค้าของธุรกิจบริการ และการบริหารธุรกิจบริการร่วมสมัย

Concepts of being an entrepreneur in the service industry, principles of management and operation in the service industry, innovation in managing and developing internal systems of service business, innovation in product and service development for the service business, innovation in enhancing the customer delivery experience of products and services for the service business, and contemporary management of service businesses

#### 1.4.2 กลุ่มวิชาเสริมสมรรถนะในการทำงาน

1501202 พร้อมสู่วัยทำงาน 3(2-2-5)  
(Ready to Work)

ความรู้พื้นฐานและเทคนิคในการสมัครงาน การเขียนจดหมายสมัครงาน และการสัมภาษณ์งาน การพัฒนาบุคลิกภาพ การสร้างความมั่นใจในตนเอง ทักษะการทำงานเป็นทีม การพัฒนาทักษะการสื่อสาร เทคนิคการนำเสนองาน

รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา น(ท-ป-ค)

ปัญหา อุปสรรคและแนวทางแก้ไขระหว่างการทำงาน การสร้างสมดุลชีวิตกับการทำงานด้วยอีคิโก การวางแผนการเงินส่วนบุคคล กฎหมายแรงงานและกฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

Basic knowledge and techniques in job application, writing a cover letter and resume, and job interviews. Personal development, building self-confidence, teamwork skills, developing communication skills, presentation techniques, challenges and problem-solving during work, achieving work-life balance using Ikigai, personal financial planning, labor laws, and other relevant laws

1501203 บุคลิกภาพ 3(2-2-5)  
(Personality)

ศึกษาทฤษฎีบุคลิกภาพ กระบวนการในการพัฒนาบุคลิกภาพที่เหมาะสมกับตนเองตามกาลเทศะ การพูดและฝึกพูดในโอกาสต่าง ๆ ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับมารยาท การเสริมสร้างมนุษยสัมพันธ์ ศิลปะการแต่งกาย การแก้ไขข้อบกพร่องทางร่างกายเพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพ

Studying personality theories, the process of developing a suitable personality according to one's age, speaking and practicing speech on various occasions, general knowledge about etiquette, enhancing interpersonal relationships, the art of dressing, and addressing physical deficiencies to enhance one's personality

3572110 การท่องเที่ยวทางเลือก 3(2-2-5)  
(Alternative Tourism)

ศึกษาความหมาย แนวคิด และรูปแบบของการท่องเที่ยวทางเลือก เช่น การท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แนวโน้มของการท่องเที่ยวในปัจจุบันบทบาทของภาครัฐและเอกชนในการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม

## รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา

น(ท-ป-ค)

Studying the meaning, concepts, and forms of alternative tourism such as community-based tourism, agritourism, cultural tourism, and wellness tourism, current trends in tourism, the role of the government and private sector in promoting tourism, involvement of stakeholders, and the impact on the economy, society, and the environment

## 4002107 ฟาร์มอัจฉริยะ

3(2-2-5)

## (Smart Farming)

ศึกษาแนวคิดของการจัดการการเกษตรโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและระบบเซ็นเซอร์ในการผลิตพืชโดยเน้นกระบวนการควบคุม และป้องกันการสูญเสียในกระบวนการผลิตเพื่อให้ได้ผลผลิตที่คุ้มค่าที่สุด

Studying the concept of agricultural management using digital technology and sensor systems in crop production, focusing on process control and loss prevention in the production process to achieve the most valuable yield

## 2) หมวดวิชาเฉพาะด้าน

## 2.1 กลุ่มวิชาบังคับ

## 3501203 การรู้ดิจิทัลและการประยุกต์ใช้ในงานบริหารธุรกิจ

3(2-2-5)

## (Digital Literacy and Application in Business Area)

อธิบายความหมายของการรู้ดิจิทัล ความสามารถ 4 มิติในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การสื่อสารในยุคดิจิทัล การทำธุรกรรมออนไลน์ สังคมออนไลน์การเรียนรู้และการสืบค้นจากสื่อดิจิทัล การวิเคราะห์และรู้เท่าทันสื่อ การนำเสนอในรูปแบบดิจิทัล ผลกระทบความปลอดภัย การฝึกปฏิบัติกรณีศึกษาการใช้สื่อในงานบริหารธุรกิจตามหลักจริยธรรมและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีดิจิทัล

Explain the meaning of Digital Literacy, the 4-dimensional capability in using digital technology, communication in the digital era, online transactions, social networking, learning and researching from digital media, media analysis

|                 |                               |                 |
|-----------------|-------------------------------|-----------------|
| <b>รหัสวิชา</b> | <b>ชื่อและคำอธิบายรายวิชา</b> | <b>น(ท-ป-ค)</b> |
|-----------------|-------------------------------|-----------------|

and literacy, presenting in digital formats, the impact and safety of digital use, and applying digital media in business management in accordance with ethics and laws related to digital technology

|                |                              |                 |
|----------------|------------------------------|-----------------|
| <b>3502901</b> | <b>สถิติธุรกิจ</b>           | <b>3(2-2-5)</b> |
|                | <b>(Business Statistics)</b> |                 |

อธิบายวิธีการทางสถิติในการดำเนินงานและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ ศึกษาแนวความคิดและทฤษฎีพื้นฐานเรื่องความน่าจะเป็น ตัวแปรเชิงสุ่ม ความน่าจะเป็น ทฤษฎีการสุ่มตัวอย่าง การประมาณค่าและการทดสอบสมมติฐาน อภิปรายและวิเคราะห์ความแปรปรวน สถิติที่ไม่ใช้พารามิเตอร์ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์และการถดถอย อนุกรมเวลาและเลขดัชนี ฝึกปฏิบัติการใช้โปรแกรมทางสถิติวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติพื้นฐาน

Explain statistical methods for business operations and problem-solving, study the concepts and fundamental theories of probability, random variables, probability distributions, sampling theory, estimation and hypothesis testing, discuss and analysis of variance, non-parametric statistics, correlation and regression analysis, time series, and index numbers, practice using statistical software to analyze basic statistical data

|                |                                     |                 |
|----------------|-------------------------------------|-----------------|
| <b>3503102</b> | <b>การภาษีอากรและกฎหมายธุรกิจ</b>   | <b>3(2-2-5)</b> |
|                | <b>(Taxation and Business Laws)</b> |                 |

อธิบายหลักการและรูปแบบของภาษีอากร ปฏิบัติการประเมินและการจัดเก็บภาษีตามประมวลรัษฎากร ได้แก่ ภาษีเงินได้ ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ รวมทั้งภาษีที่เกี่ยวข้องกับ New Start-UP ภาษีเกี่ยวกับสินทรัพย์ดิจิทัล ภาษีที่ดิน และสิ่งปลูกสร้าง ภาษีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ได้แก่ ภาษีสรรพสามิต ภาษีศุลกากร ภาษีท้องถิ่น รวมไปถึงอธิบายแนวคิดด้านกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ได้แก่ เรื่องบุคคล นิติกรรม สัญญา หนี้ ละเมิดเอกเทศสัญญาประเภทต่าง ๆ หลักกฎหมายและวิธีปฏิบัติ การยอมรับข้อกำหนดของภาษีอากรและข้อกำหนดของกฎหมายธุรกิจ

|          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |          |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| รหัสวิชา | ชื่อและคำอธิบายรายวิชา                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | น(ท-ป-ค) |
|          | <p>Explain the principles and forms of taxation, perform assessment and collection of taxes according to the revenue code, including income tax, value added tax, specific business tax Including taxes related to New Start-UP, taxes related to digital assets, land and building taxes, taxes related to business include excise taxes, customs taxes, and local taxes. Including explaining the concepts of civil and commercial law, including personal matters, legal acts, contracts, debts, violations of the autonomy of various types of contracts, legal principles and procedures, acceptance of tax requirements and business law requirements</p>                                                                                                                                        |          |
| 3503206  | <b>นวัตกรรมการบริหารธุรกิจ</b><br><b>(Business Management Innovation)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 3(2-2-5) |
|          | <p>อธิบายความหมายของนวัตกรรมในการบริหารธุรกิจ การคิดเชิงสร้างสรรค์ แนวคิดใหม่ทางธุรกิจ นวัตกรรมกระบวนการ การเป็นผู้นำและโครงสร้างองค์กร นวัตกรรมที่มุ่งเน้นลูกค้า นวัตกรรมการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การเปลี่ยนแปลงดิจิทัล เรียนรู้การบูรณาการเทคโนโลยีในการบริหารธุรกิจ การฝึกปฏิบัติกรณีศึกษานวัตกรรมการบริหารธุรกิจเพื่อยกระดับวิสาหกิจชุมชนในท้องถิ่น</p> <p>Explain the meaning of business management innovation, creative thinking, new business concepts, process innovation, leadership and organizational structure, customer-centric innovation, human resource management innovation, digital transformation, learning technology integration into business management, practical case studies on business management innovation to enhance local community enterprises in the local area</p> |          |
| 3521114  | <b>หลักการบัญชี</b><br><b>(Principles of Accounting)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 3(2-2-5) |
|          | <p>อธิบายแนวคิดเบื้องต้น วัตถุประสงค์ และประโยชน์ของการบัญชีได้ถูกต้อง วิเคราะห์และจำแนกประเภทรายงานทางการเงินได้ บันทึกบัญชีตามวงจรบัญชี จัดทำสมุดรายวัน บัญชีแยกประเภท บันทึกรายการปรับปรุงเมื่อสิ้น</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |          |

รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา น(ท-ป-ค)

งวด และจัดทำงบการเงินสำหรับธุรกิจบริการ ธุรกิจซื้อขายสินค้า และธุรกิจผลิตสินค้าได้อย่างถูกต้อง

Explain the basic concepts, purpose, and benefits of accounting accurately, analyze and classify types of financial reports, record accounts according to the accounting cycle, prepare journals, ledgers, record the adjustment items at the end of the period and prepare financial statements for the service business, trading businesses, and manufacturing businesses accurately

3531108 การเงินธุรกิจ 3(2-2-5)  
(Business Finance)

อธิบายบทบาทหน้าที่ของผู้บริหารการเงิน การจัดหาเงินทุน การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนทางธุรกิจ การบริหารเงินทุนหมุนเวียน การบริหารเงินสด การบริหารลูกหนี้ การบริหารสินค้าคงเหลือ การบริหารจัดการงบประมาณเพื่อการลงทุนสำหรับธุรกิจส่วนบุคคล การฝึกปฏิบัติการกรณีศึกษาการวางแผนทางการเงินสำหรับธุรกิจขนาดเล็ก

Explain the roles and responsibilities of financial managers, fundraising, financial ratio analysis, business breakeven analysis, working capital management, cash management, accounts receivable management, inventory management, and budget management for business investment in personal enterprises, practice case studies on financial planning for small businesses

3541104 หลักการตลาดสมัยใหม่ 3(2-2-5)  
(Principles of Modern Marketing)

อธิบายแนวคิด ปรัชญา และความสำคัญของการตลาด ลักษณะของตลาด สถาบันการตลาด หน้าที่ของการตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมการตลาด การตลาดดิจิทัล และจรรยาบรรณทางการตลาด ฝึกปฏิบัติจากกรณีศึกษาทางการตลาด



รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา

น(ท-ป-ค)

Explain the concepts, philosophy, and importance of marketing, marketing characters, marketing institutions, marketing functions, analysis of the marketing environment according to the changing situation, consumer behavior, market segmentation, market targeting; product positioning, marketing mix, digital marketing, and ethics of marketing, practice on case studies related to marketing

3541105 พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล

3(2-2-5)

(Consumer Behavior in Digital Era)

ความหมาย ความสำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล การแบ่งกลุ่มผู้บริโภค การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค การนำพฤติกรรมผู้บริโภคมาประยุกต์ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์กรณีศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล

Meaning importance of consumer behavior in the digital era, consumer segmentation consumer behavior analysis and consumer purchasing decision-making process in the digital era, internal and external factors that influence consumer purchasing decisions, application of consumer behavior in determining marketing mix strategies, case study analysis of consumer behavior in the digital era, practice from analysis and case studies related to consumer behavior in the digital era

3542121 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา

3(2-2-5)

(Product and Price Management)

บทบาทของผลิตภัณฑ์และราคาในการบริหารการตลาด การบริหารผลิตภัณฑ์ ประเภทผลิตภัณฑ์ การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ การบรรจุภัณฑ์และป้ายฉลาก ตราลินค้า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ แนวคิดในการจัดการด้านราคา วัตถุประสงค์การตั้งราคา ปัจจัยที่พิจารณาในการตั้งราคา

|                 |                               |                 |
|-----------------|-------------------------------|-----------------|
| <b>รหัสวิชา</b> | <b>ชื่อและคำอธิบายรายวิชา</b> | <b>น(ท-ป-ค)</b> |
|-----------------|-------------------------------|-----------------|

การคิดต้นทุน กลยุทธ์การตั้งราคา การเปลี่ยนแปลงราคา จรรยาบรรณด้านผลิตภัณฑ์และราคา และฝึกปฏิบัติการที่เกี่ยวกับการจัดการผลิตภัณฑ์และราคา

Role of product and pricing in marketing management, product management, product types, market segmentation, target market selection, product positioning, product mix, packaging and labeling, branding, new product development, products life cycle, pricing management concepts, pricing objectives, factors considered in pricing, costing, pricing strategies, price change, product and price ethics and practical training relate to product and price management

|                |                                               |                 |
|----------------|-----------------------------------------------|-----------------|
| <b>3542122</b> | <b>การตลาดดิจิทัล<br/>(Digital Marketing)</b> | <b>3(2-2-5)</b> |
|----------------|-----------------------------------------------|-----------------|

ความสำคัญของการตลาดดิจิทัล แนวความคิดของการตลาดดิจิทัล การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด เข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค การวางแผนการตลาดดิจิทัล ประยุกต์ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัลเกี่ยวกับการโฆษณาออนไลน์ การตลาดโดยใช้อีเมล การตลาดโดยใช้เนื้อหา การตลาดด้วยสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ การตลาดโดยใช้วิดีโอ การตลาดผ่านโทรศัพท์มือถือ มีจรรยาบรรณการตลาดดิจิทัล ฝึกปฏิบัติการวางแผนการตลาดดิจิทัล

Importance of digital marketing, concept of digital marketing, analysis of the marketing environment, consumer behavior insight, digital marketing planning, apply to digital marketing strategy about online advertising, email marketing, content Marketing, social media, e-commerce, video marketing, mobile marketing, analysis and evaluation, digital marketing ethics, practice on digital marketing planning

|                |                                                |                 |
|----------------|------------------------------------------------|-----------------|
| <b>3542123</b> | <b>กลยุทธ์การตลาด<br/>(Marketing Strategy)</b> | <b>3(2-2-5)</b> |
|----------------|------------------------------------------------|-----------------|

หลักการแนวคิดและความสำคัญของกลยุทธ์ทางการตลาด การใช้กลยุทธ์รูปแบบต่าง ๆ สำหรับส่วนตลาด กลยุทธ์เพื่อการแสวงหาโอกาสทางการตลาด วิเคราะห์กลยุทธ์การแข่งขันทางการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา ช่อง

|                 |                               |                 |
|-----------------|-------------------------------|-----------------|
| <b>รหัสวิชา</b> | <b>ชื่อและคำอธิบายรายวิชา</b> | <b>น(ท-ป-ค)</b> |
|-----------------|-------------------------------|-----------------|

ทางการจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด การสร้างคุณค่าทางการตลาด  
แนวทางและขั้นเชิงทางการตลาด ฝึกปฏิบัติการวางแผนกลยุทธ์การตลาด

Principles and practices of marketing strategy planning, use of various strategies for market segments, strategies for seeking marketing opportunities, analyze to competitive marketing strategy about product, price, place and promotion, creating marketing value, focus on the guideline and marketing tactic, practice planning marketing strategies

|                |                                          |                 |
|----------------|------------------------------------------|-----------------|
| <b>3542321</b> | <b>การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย</b>     | <b>3(2-2-5)</b> |
|                | <b>(Distribution Channel Management)</b> |                 |

บทบาทและความสำคัญของการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย การออกแบบและคัดเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย การวางแผนและการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย และกิจกรรมการกระจายสินค้า บริหารจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ การฝึกปฏิบัติจากกรณีศึกษาและประยุกต์ใช้การพัฒนากิจการช่องทางการจัดจำหน่าย

Role and importance of distribution channel management, distribution channel design and selection, distribution channel planning and development, and distribution activities, effective distribution channel management, practical training from case studies and application of development of distribution channel management

|                |                                                |                 |
|----------------|------------------------------------------------|-----------------|
| <b>3542322</b> | <b>การจัดการขายและเทคนิคการขาย</b>             | <b>3(2-2-5)</b> |
|                | <b>(Sales Management and Sales Techniques)</b> |                 |

ความหมาย บทบาทและความสำคัญของการจัดการขาย จรรยาบรรณนักขาย การจัดโครงสร้างองค์กรฝ่ายขาย การพยากรณ์การขาย ประยุกต์ใช้กระบวนการขาย เทคนิคการขายและศิลปการขายแบบมืออาชีพ การบริหารบุคคลในส่วนที่เกี่ยวกับการขาย การกำหนดโควตาและงบประมาณการขาย อาณาเขตการขาย การจูงใจพนักงานขาย การประเมินและการควบคุมพนักงานขาย การฝึกปฏิบัติงานขายโดยสถานการณ์จำลอง

## รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา

น(ท-ป-ค)

Meaning, role and importance of sales management, sales ethics, sales organization structure, sales forecasting, apply to sales process, sales techniques and the art of professional selling, human resource management related to sales setting sales quotas and budgets, sales territories, motivating salespeople, evaluating and controlling salespeople, sales training through simulation situations

3542410 การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการและการวางแผนสื่อ  
(Integrated Marketing Communications and Media Planning) 3(2-2-5)

แนวคิด ความสำคัญ ลักษณะของการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ กระบวนการสื่อสารทางการตลาด ส่วนประสมของการสื่อสารทางการตลาด การวางแผนสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ เลือกกิจกรรมการสื่อสารทางการตลาด ประยุกต์ใช้เครื่องมือสื่อสารทางการตลาด และการฝึกปฏิบัติการวางแผนการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

Concepts, importance, characteristics of integrated marketing communication, marketing communication processes, marketing communication mix, integrated marketing communications planning, choose communication event outputs, apply marketing communication tools, and practice on planning integrated marketing communication

3543122 การจัดการการตลาดสมัยใหม่  
(Modern Marketing Management) 3(2-2-5)

แนวความคิดการจัดการการตลาดสมัยใหม่ บทบาทและหน้าที่ของผู้บริหารการตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การกำหนดส่วนแบ่งตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการวางแผนตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การจัดการการตลาดสมัยใหม่ และฝึกปฏิบัติการวางแผนกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ราคา กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย และกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด การจัดองค์การ วิเคราะห์แนวโน้มของการจัดการตลาดในอนาคต ฝึกปฏิบัติจากกรณีศึกษาทางการตลาด

รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา

น(ท-ป-ค)

Concepts of modern marketing management, roles and duties of marketing managers, marketing environment analysis, analyze consumer behavior. To identify market segmentation, market target, and market positioning, modern marketing management, and practice in planning of product strategy, price strategy, place strategy and promotion strategy arrangement organization, analyze future marketing management trends, practice from case studies related to marketing

3543123 ภาษาอังกฤษสำหรับการตลาด

3(2-2-5)

(English for Marketing)

อธิบายคำศัพท์ สำนวน และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษในบริบทของการทำงานสำหรับการตลาดเกี่ยวกับการใช้ทักษะการฟัง พูด อ่าน เขียน คำศัพท์ภาษาอังกฤษทางการตลาด และการหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการตลาดจากสื่อต่างๆ นำเสนอเป็นรายงานในลักษณะของการเขียนหรือการพูด และการฝึกปฏิบัติการใช้ภาษาอังกฤษทางการตลาด

Explains English vocabulary, expressions and skills in the context of work for marketing, involving the use of listening, speaking, reading and writing skills, English marketing vocabulary and speaking, finding marketing-related information from various media, presenting reports in the form of writing or speaking, and practicing to English in marketing

3543124 การตลาดชุมชนเพื่อความยั่งยืน

3(2-2-5)

(Community Marketing for Sustainability)

ความหมายและความสำคัญของการตลาดชุมชนเพื่อความยั่งยืน แนวทางการตลาดชุมชน การตลาดที่มุ่งสร้างและพัฒนาชุมชนที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับแบรนด์ หรือสินค้าบริการ การสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับกลุ่มผู้บริโภคภายในชุมชน มุ่งการขายสินค้าหรือบริการ เน้นการสร้างการมีส่วนร่วม การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และการเสริมสร้างความภาคภูมิใจจากลูกค้า การใช้ประโยชน์จากการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในกระบวนการสร้างสรรค์ และการสื่อสารกับผู้บริโภคผ่านช่องทางต่าง ๆ วิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดมา

รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา

น(ท-ป-ค)

ประยุกต์ใช้ร่วมกับธุรกิจชุมชนเพื่อความยั่งยืน ฝึกปฏิบัติการวางแผนการตลาดชุมชนเพื่อความยั่งยืน

Meaning and importance of community marketing for sustainability, community marketing approach, marketing that aims to create and develop communities that have close relationships with brands, products, and services, building sustainable relationships with consumer groups within the community, focus on selling products or services, emphasizing participation, exchanging opinions, and strengthening customer loyalty, utilizing consumer participation in the creative process, and communicating with consumers through various channels, analyze in marketing mix to apply with community businesses for sustainability, practice planning community marketing for sustainability

3543501 การพัฒนาบุคลิกภาพสำหรับนักการตลาด

3(2-2-5)

(Personality Development for Marketers)

หลักการและกระบวนการพัฒนาบุคลิกภาพสำหรับนักการตลาด เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือในวิชาชีพ เรียนรู้การปรับตัวให้เหมาะสมกับสถานการณ์และกลุ่มเป้าหมาย ประยุกต์ใช้การพัฒนาทักษะการสื่อสาร การพูดในที่สาธารณะ การแสดงออกอย่างมืออาชีพ การสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจ และการวางตัวอย่างเหมาะสมในสังคม เน้นการดูแลรูปลักษณ์ภายนอกเกี่ยวกับการแต่งกาย ท่าทาง และการเสริมสร้างความมั่นใจ เพื่อสนับสนุนความสำเร็จในอาชีพ มีจรรยาบรรณทางการตลาด ฝึกปฏิบัติจากกระบวนการพัฒนาบุคลิกภาพสำหรับนักการตลาด

Principles and processes of personality development for marketers, aiming to enhance professional image and credibility. It covers the adaptation of behavior to suit different situations and target audiences, apply to development of communication skills, public speaking, professional demeanor, the course emphasizes personal appearance about attire, posture, and confidence-building, to support career success, demonstrates marketing ethics, practice from the process of personality development for marketers

รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา น(ท-ป-ค)

3543503 การตลาดสื่อสังคมออนไลน์  
(Social Media Marketing) 3(2-2-5)

ความสำคัญและอิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ในยุคดิจิทัล ลักษณะของการตลาดสื่อสังคมออนไลน์ แพลตฟอร์มของสื่อสังคมออนไลน์ จำแนกช่องทางต่าง ๆ ของสื่อสังคมออนไลน์ วิเคราะห์การทำการตลาดผ่านเครื่องมือและเครือข่ายสังคม การสร้างกลุ่มเป้าหมายและเส้นทางของผู้บริโภค หลักการทำงานพื้นฐานเทคโนโลยีบล็อกเชน การประยุกต์ใช้ของเทคโนโลยีบล็อกเชนในสื่อสังคมออนไลน์ การกำหนดกลยุทธ์ การตลาดสื่อสังคมออนไลน์ ฝึกปฏิบัติการจัดทำแผนการตลาดสื่อสังคมออนไลน์

Importance and influence of social media in the digital era, characteristics of social media marketing, social media platforms, classify different social media channels, analyze marketing through tools and social networks, identifying target audiences and their customer journey, basic principles of blockchain technology, applying blockchain technology on social media, content creation and sharing, formulation of social media marketing strategies, practice creating a social media marketing plan

3543504 นวัตกรรมการตลาดเชิงสร้างสรรค์  
(Innovation Creative Marketing) 3(2-2-5)

แนวคิด ลักษณะของนวัตกรรมการตลาดเชิงสร้างสรรค์ กระบวนการนวัตกรรมการตลาดเชิงสร้างสรรค์ จำแนกการออกแบบกลยุทธ์นวัตกรรมการตลาดเชิงสร้างสรรค์ การนำไปใช้และปฏิบัติ การสร้างนวัตกรรมและมูลค่าเพิ่มทางการตลาด วิเคราะห์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ นำทฤษฎีนวัตกรรมการตลาดเชิงสร้างสรรค์ไปปรับใช้กับธุรกิจ และฝึกปฏิบัติการวางแผนนวัตกรรมการตลาดเชิงสร้างสรรค์

Concept, characteristics of creative marketing innovation, creative marketing innovation process, classify the design of creative marketing innovation strategies, implementation and practice, analyze to creating innovation and added value in marketing, creative marketing in developing new

รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา น(ท-ป-ค)

products, brands and packaging, applying creative marketing innovation theory to business, and practice creative marketing innovation plan

3543901 การวิจัยการตลาด 3(2-2-5)  
(Marketing Research)

ความหมาย ความสำคัญของการวิจัยการตลาด จรรยาบรรณของนักวิจัย กระบวนการวิจัยตลาด การออกแบบการวิจัยการตลาด การเก็บรวบรวมข้อมูล การประมวลผลข้อมูล การวิเคราะห์และการตีความข้อมูล การจัดทำรายงาน การวิจัยการตลาด ผังปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำวิจัยด้านการตลาดตามระเบียบวิธีการวิจัยและการนำผลการวิจัยตลาดมาใช้ในการตัดสินใจทางการตลาด

Meaning importance of marketing research. researcher ethics. market research process. marketing research design. data collection data processing data analysis and interpretation preparation of marketing research reports practical training related to conducting marketing research according to research methodologies and applying market research results to marketing decision making

3544111 การวางแผนการตลาดเพื่อการแข่งขันทางธุรกิจ 3(2-2-5)  
(Marketing Plan for Business Competition)

ความหมาย ความสำคัญ บทบาทและส่วนประกอบของแผนการตลาด การออกแบบและกระบวนการวางแผนการตลาด กระบวนการพัฒนาความคิดเชิงสร้างสรรค์ การวิเคราะห์สถานการณ์ การกำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย การกำหนดกลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาด การกำหนดงบประมาณ การควบคุมและประเมินผลทางการตลาด ผังปฏิบัติการเขียนแผนการตลาดและการนำเสนอแผนการตลาดแบบมืออาชีพ

Meaning, importance, role and components of a marketing plan, design and marketing planning processes, creative thinking process, situational analysis, defining marketing objectives, selection of target market, formulating strategies



รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา น(ท-ป-ค)

and organizing marketing events, budgeting, marketing control and evaluation, practice writing marketing plans and presenting them professionally

3544908 **สัมมนาทางการตลาด** 3(2-2-5)

**(Seminar in Marketing)**

การนำทฤษฎีและความรู้ทางการตลาด มาประยุกต์ใช้ในการแก้ปัญหากรณีศึกษาทางการตลาด การค้นคว้า อภิปราย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ทางการตลาดปัจจุบัน ประเด็นที่น่าสนใจทางการตลาด จริยธรรมทางการตลาด วิเคราะห์การดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจประเภทต่าง ๆ เทคนิคการจัดงานสัมมนา กระบวนการจัดงานสัมมนาการตลาดให้ประสบผลสำเร็จ การนำไปประยุกต์ใช้ในการจัดสัมมนาทางการตลาด และการฝึกปฏิบัติการวางแผนการตลาดและการนำเสนอรายงาน

Application of theories and knowledge marketing in solving marketing case study problems, searching, discussing, and having seminars in marketing to share views on issues related to current marketing situation, issues of interest in marketing, marketing ethics, analysis to marketing performance of Different types of business, seminar organizing techniques, process of organizing a successful marketing seminar, application in organizing a marketing seminar, practice to marketing plan and presentation of reports

3561111 **องค์การและการจัดการยุคใหม่** 3(2-2-5)

**(Modern Organizational Management)**

อธิบายแนวคิด ทฤษฎีทางการจัดการ บทบาทและหน้าที่ของผู้จัดการ กระบวนการทางการจัดการสมัยใหม่ การวางแผน การจัดองค์การ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การสั่งการ การติดต่อสื่อสาร การจูงใจ การประสานงาน การควบคุมการปฏิบัติงาน จริยธรรมในการจัดการองค์การ ฝึกการปฏิบัติเทคนิคการจัดการสมัยใหม่เพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในโลกธุรกิจที่มีความเชื่อมโยงและพัฒนาอย่างรวดเร็วได้เหมาะสม

Explains concepts, management theories, roles and responsibilities of managers, modern management processes, planning, organizing, human

รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา น(ท-ป-ค)

resource management, commanding, communication, motivation, coordination, control of operations, ethics in organizational management, practice modern management techniques in order to respond appropriately to changes in the rapidly interconnected and evolving business world

3591115 หลักเศรษฐศาสตร์ 3(2-2-5)  
(Principles of Economics)

อธิบายความหมายของเศรษฐศาสตร์ อุปสงค์ อุปทาน ดุลยภาพตลาด พฤติกรรมของผู้บริโภค พฤติกรรมของผู้ผลิต การกำหนดราคาในตลาดทางเศรษฐศาสตร์ รายได้ประชาชาติ นโยบายการเงิน นโยบายการคลัง การค้าระหว่างประเทศ บทบาทของภาครัฐบาลในการกำหนดนโยบายทางเศรษฐกิจ และผลกระทบจากการดำเนินนโยบายทางเศรษฐกิจ เศรษฐกิจพอเพียงและเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เพื่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ การฝึกปฏิบัติกรณีศึกษา อภิปรายการวิเคราะห์สภาพเศรษฐกิจและปัญหาเศรษฐกิจในอดีตถึงปัจจุบัน และนำเสนอแนวทางในการแก้ไข

Explain the meaning of economics, demand, supply, market equilibrium, consumer behavior, producer behavior, pricing in economic markets, national income, monetary policy, fiscal policy, international trade, the role of the government in economic policy-making, the impact of implementing economic policies, discuss the concepts of the sufficiency economy and creative economy for sustainable economic development, practice training case studies, discuss to analyze economic conditions and problems from past to present and propose solutions

รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา

น(ท-ป-ค)

## 2.2 กลุ่มวิชาเลือก

3501103 อังกฤษธุรกิจ

3(2-2-5)

(Business English)

อธิบายหลักการอ่านและการเขียนภาษาอังกฤษ ฝึกปฏิบัติการอ่านและการเขียนภาษาอังกฤษที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ การอ่านเอกสารทางธุรกิจ การเขียนจดหมายธุรกิจ นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการงานธุรกิจ

Explain the principles of reading and writing in English, practice reading and writing English related to business, including reading business documents, writing business letters, incorporate information technology into business operations

3502201 ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการธุรกิจดิจิทัล

3(2-2-5)

(Digital Business Management Information System)

อธิบายระบบสารสนเทศ องค์ประกอบของระบบสารสนเทศ ชนิดของระบบสารสนเทศ โครงสร้างพื้นฐานของระบบสารสนเทศ ระบบสารสนเทศจำแนกตามหน้าที่ทางธุรกิจ ธุรกิจดิจิทัล อภิปรายเทคโนโลยีสารสนเทศและระบบสารสนเทศในงานธุรกิจ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คลังข้อมูลและเหมืองข้อมูล การพัฒนาระบบสารสนเทศ ฝึกปฏิบัติการใช้โปรแกรมสร้างรายงานทางธุรกิจ

Explain information system, information system components, information system types, information system infrastructure, information system in business functions, digital business, the application of information technology and information systems in business, electronic commerce, data warehouse and data mining, information system development, practice training on programs to generate business reports

รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา น(ท-ป-ค)

3502202 การเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่  
(Startup Entrepreneurship) 3(2-2-5)

อธิบายแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ คุณสมบัติของผู้ประกอบการ จริยธรรมในการเป็นผู้ประกอบการ กระบวนการจัดการธุรกิจ การตลาดสมัยใหม่ การผลิต การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การจัดการทางการเงิน จัดทำโมเดลทางธุรกิจ ปฏิบัติการเขียนแผนธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ที่เหมาะสมกับบริบทสังคมและท้องถิ่น

Explains the concept of entrepreneurship, characteristics of entrepreneurs, ethics of entrepreneurship, business management process, modern marketing, production, human resource management, financial management, develop business models, practice writing creative business plans that are appropriate for the social and local context

3542124 การตลาดบริการ 3(2-2-5)  
(Service Marketing)

ความหมาย ลักษณะ และความสำคัญของการตลาดบริการในบริบทของเศรษฐกิจปัจจุบัน วิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างการตลาดผลิตภัณฑ์และการตลาดบริการ รวมถึงองค์ประกอบสำคัญเกี่ยวกับการออกแบบและบริหารประสบการณ์ลูกค้า การจัดการคุณภาพบริการ กลยุทธ์การกำหนดราคา การสร้างแบรนด์ในภาคบริการ และการส่งเสริมความสัมพันธ์กับลูกค้า ศึกษาแนวทางและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าในธุรกิจบริการ ฝึกปฏิบัติการวางแผนการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

Meaning, characteristics and importance of service marketing in the context of the current economy, analyze the differences between product marketing and service marketing, Key elements of customer experience design and management, service quality management, pricing strategy, service branding, and customer relationship building, study approaches and applications of digital technology and innovation to improve operational

รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา

น(ท-ป-ค)

efficiency, and create value for customers in the service business, practice marketing plan for service business

**3543125 การตลาดระหว่างประเทศและการตลาดโลก 3(2-2-5)**  
**(International and Global Marketing)**

บทบาทและความสำคัญของการตลาดระหว่างประเทศและระดับโลก การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ ข้อตกลงทางการค้าในตลาดโลก สถาบันที่เกี่ยวข้องกับการตลาดระหว่างประเทศและการตลาดโลก การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดโลก การตัดสินใจเลือกตลาดต่างประเทศ วิธีการเข้าสู่การตลาดระหว่างประเทศ วิธีการชำระเงินในการค้าระหว่างประเทศ เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศ กลยุทธ์การเจรจาต่อรองกลยุทธ์การจัดการส่วนประสมทางการตลาดระหว่างประเทศและระดับโลก ฝึกปฏิบัติการวางแผนการการตลาดระหว่างประเทศและระดับโลก

Role and importance of international and global marketing, economic integration, trade agreements in the world market. institutions related to international marketing and global marketing analysis of the marketing environment consumer behavior in the world market. decision making in choosing foreign markets methods of entering international marketing methods of payment in international trade documents related to international trade. negotiation strategies for managing the international and global marketing mix, practice in planning international and global marketing

**3543126 การจัดการตราสินค้า 3(2-2-5)**  
**(Brand Management)**

แนวคิดและความสำคัญของการจัดการตราสินค้า องค์ประกอบตราสินค้า กระบวนการจัดการตราสินค้า การวางตำแหน่งตราสินค้า การวางแผนกลยุทธ์การจัดการตราสินค้า การสร้างมูลค่าตราสินค้าและการสื่อสารการตลาดผ่านตราสินค้าเพื่อการสร้างแตกต่างผลิตภัณฑ์ด้วยตราสินค้า การสร้างความเชื่อมโยงของตราสินค้า ภาพลักษณ์ของตราสินค้า และความ

รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา

น(ท-ป-ค)

ภาคีต่อตราสินค้า การประเมินมูลค่าของตราสินค้า วิเคราะห์ความสำเร็จของตราสินค้า ฝึกปฏิบัติการออกแบบตราสินค้าด้วยเทคโนโลยี

Concepts and importance of brand management, brand elements, brand management process, brand positioning, brand management strategy planning, brand equity and marketing communication through branding to create product differentiation with brand creating brand association, brand image and brand loyalty, assessing brand value, analyze to brand success, practices brand design using technology

3543127 การจัดนิทรรศการและกิจกรรมทางการตลาด

3(2-2-5)

(Exhibitions and Event Marketing)

หลักการและกระบวนการจัดนิทรรศการและกิจกรรมทางการตลาด โดยเน้นการวางแผน การออกแบบ การดำเนินงาน และการประเมินผล ศึกษาเทคนิคการจัดนิทรรศการเชิงสร้างสรรค์ ใช้เทคโนโลยีและสื่อสมัยใหม่เพื่อส่งเสริมการตลาด รวมถึงการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย การสร้างประสบการณ์ให้กับผู้บริโภค และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร ฝึกปฏิบัติจากการจัดนิทรรศการและกิจกรรมทางการตลาด

Principles and processes of organizing exhibitions and marketing activities, focusing on planning, designing, execution, and evaluation. It covers creative exhibition techniques, the integration of modern technology and media to enhance marketing efforts, promotional activities, consumer experience creation, and building a positive organizational image, practice from organizing exhibitions and event Marketing

3543128 การตลาดทางตรง

3(2-2-5)

(Direct Marketing)

ความหมาย แนวคิด ความสำคัญและประเภทของการตลาดทางตรง การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การกำหนดราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน การส่งเสริมการตลาด ขอบเขตข้อจำกัดต่าง ๆ ในการดำเนินการตลาดทางตรง การกำหนดวิธีที่เกี่ยวข้องกับการตลาดทางตรงได้แก่ การใช้จดหมาย แบบแสดง

## รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา

น(ท-ป-ค)

รายการสินค้า การใช้การสื่อสารด้านการตลาดถึงผู้บริโภคโดยตรง การใช้สื่อสิ่งพิมพ์ การใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ ผลกระทบของสภาพแวดล้อมที่มีต่อการตลาดทางตรง การวางแผนการปฏิบัติ การควบคุม และประเมิน ฝึกปฏิบัติจากการณีกิจศึกษาและปฏิบัติการจัดทำแผนการตลาดทางตรง

Meaning, concepts, importance and types of direct marketing, defining target customer groups, pricing and payment terms, promotion, various limitations in direct marketing, determining methods related to direct marketing, including using letters, product lists, using direct consumer marketing communications, using print media, using electronic tools, the impact of the environment on direct marketing, operational planning, control and evaluation, practicing from case studies and direct marketing plan preparation practices

## 3543129 การตลาดเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

3(2-2-5)

## (Marketing for Sustainability)

ความหมาย ความสำคัญของการตลาดเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน แนวคิดในการดำเนินงานทางการตลาดที่คำนึงถึงลูกค้า ธุรกิจและสิ่งแวดล้อม แนวทางแบบองค์รวมที่ผสานสิ่งแวดล้อม สังคมและเศรษฐกิจเข้ากับการตลาด การผลิตโดยใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ห่วงโซ่อุปทานสีเขียว รวมถึงการดำเนินงานของกิจการเพื่อสังคม วิเคราะห์การใช้กลยุทธ์และการจัดการทางส่วนประสมทางการตลาดเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงนวัตกรรมที่ยั่งยืนขององค์กรเพื่อประโยชน์ของชุมชน ฝึกปฏิบัติ การจัดทำแผนการตลาดเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

Meaning and importance of marketing for sustainable development, the concept of marketing operations that take into customers, businesses and the environment, a holistic approach that integrates the environment, society and economy with marketing, production using resources efficiently, green supply chains including the operation of social enterprises, analyze the use of marketing mix strategies for sustainable, take to social and environmental responsibility, includes sustainable organizational innovations for community benefits. practices developing marketing plans for sustainable development

รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา น(ท-ป-ค)

3543318 ศิลปการขาย 3(2-2-5)  
(Salesmanship)

หลักการ ทฤษฎีการขาย ทฤษฎีแรงจูงใจ กระบวนการตัดสินใจซื้อ กระบวนการขายผลิตภัณฑ์ ประยุกต์การเขียนแผนการขาย เทคนิคการเสนอขาย การแก้ปัญหาการขาย การจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้าและการประเมินผลการขาย จรรยาบรรณของนักขาย โดยใช้กรณีศึกษา ฝึกปฏิบัติงานขายโดยสถานการณ์จำลอง

Principles, sales theory, motivation theory, purchase decision process, product sales process, applied to writing a sales plan offering techniques solving sales problems, handling of customer complaints, and sales evaluation sales ethics, Ethics of Salespersons, using case studies, practice sales work through simulation situations

3543502 การออกแบบสื่อมัลติมีเดียและกราฟิกดีไซน์ 3(2-2-5)  
(Multimedia and Graphic Design)

ศึกษาแนวคิด หลักการ และกระบวนการออกแบบสื่อมัลติมีเดียและกราฟิกดีไซน์ เรียนรู้การออกแบบองค์ประกอบศิลป์ การใช้สี ตัวอักษร รูปภาพ และองค์ประกอบกราฟิกต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับสื่อและแพลตฟอร์มดิจิทัล การใช้เครื่องมือและซอฟต์แวร์สำหรับการออกแบบสื่อมัลติมีเดียและกราฟิก การสร้างภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว วิดีโอ และอินโฟกราฟิก วิเคราะห์การออกแบบสื่อที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและสร้างภาพลักษณ์ที่ชัดเจนให้กับแบรนด์ ฝึกปฏิบัติการออกแบบและพัฒนาผลงานด้านมัลติมีเดียและกราฟิกดีไซน์เพื่อนำไปใช้ในการสื่อสารและการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพและสร้างสรรค์

study the concepts, principles, and processes of multimedia and graphic design, learn to design artistic elements, including the use of colors, typography, images, and various graphic components, to suit digital media and platforms, gain proficiency in utilizing tools and software for multimedia and graphic design, such as creating static images, animations, videos, and infographics, analyze media design strategies that effectively meet the needs



รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา น(ท-ป-ค)

of target audiences and establish a clear and consistent brand image, engage in practical exercises to design and develop multimedia and graphic design works for effective and creative communication and marketing purposes

**3543505 การจัดการความสัมพันธ์ลูกค้าและการตลาดบนฐานข้อมูล 3(2-2-5)**  
**(Customer Relationship Management and Database Marketing)**

อธิบายแนวคิดและความสำคัญของการจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า หลักการจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า เทคโนโลยีสำหรับการจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า ระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ การวางแผนกลยุทธ์การจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า และการทำการตลาดบนฐานข้อมูลของลูกค้าทั้งในปัจจุบันและอนาคต เพื่อสื่อสาร กระตุ้นความต้องการ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าแบบตัวต่อตัว การประยุกต์ใช้การทำการตลาดบนฐานข้อมูลของลูกค้ากับการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ฝึกปฏิบัติการวางแผนกลยุทธ์การจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า

Explains the concept and importance of customer relationship management, principles of customer relationship management, technology for customer relationship management, customer relationship management system, planning customer relationship management strategy, and marketing on customer database both present and future to communicate, stimulate needs, respond to customer needs in person, application marketing on customer database with customer relationship management, practice planning customer relationship management strategy

**3543506 การจัดการค้าปลีกและค้าส่งในยุคดิจิทัล 3(2-2-5)**  
**(Retail and Wholesale Management in the Digital Era)**

ศึกษาแนวคิด หลักการ และกระบวนการจัดการธุรกิจค้าปลีกและค้าส่ง วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค การปรับตัวของธุรกิจในยุคดิจิทัล การบูรณาการเทคโนโลยีสมัยใหม่ แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ ระบบคลังสินค้าอัจฉริยะ การจัดการข้อมูลลูกค้า การใช้ปัญญาประดิษฐ์เพื่อเพิ่ม

รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา น(ท-ป-ค)

ประสิทธิภาพธุรกิจ กลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ลูกค้า การพัฒนาโลจิสติกส์ การบริหารสินค้าคงคลัง การสร้างความยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทาน ฝึกปฏิบัติการวางแผนและแก้ไขปัญหาเชิงกลยุทธ์สำหรับธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งในยุคดิจิทัล

Study the concepts, principles, and processes of retail and wholesale business management. Analyze changes in consumer behavior, business adaptation in the digital era, and the integration of modern technologies, including e-commerce platforms, intelligent warehouse systems, customer data management, and the application of artificial intelligence (AI) to enhance business efficiency. Explore strategies for creating customer experiences, logistics development, inventory management, and promoting sustainability in the supply chain. Engage in practical exercises in strategic planning and problem-solving for retail and wholesale businesses in the digital era

3543507 การโฆษณาบนแพลตฟอร์มออนไลน์ 3(2-2-5)  
(Advertising on online platform)

บทบาท ผลกระทบ และองค์ประกอบของการโฆษณาบนแพลตฟอร์มออนไลน์ การสร้างสรรค์งานโฆษณาและตราสินค้าบนแพลตฟอร์มออนไลน์ การใช้เครื่องมือบนแพลตฟอร์มที่มีประสิทธิภาพทางการตลาด ฝึกปฏิบัติการวางแผนการโฆษณาบนแพลตฟอร์มออนไลน์

Roles, impacts, and components of advertising on online platforms, covers the creation of advertisements and brand building in the digital space, examines the use of effective marketing tools on online platforms, includes hands-on practice in planning online advertising campaigns

3543508 การตลาดผ่านเครื่องมือค้นหาบนอินเทอร์เน็ต 3(2-2-5)  
(Search Engine Marketing)

บทบาทและความสำคัญของการตลาดผ่านเครื่องมือค้นหาบนอินเทอร์เน็ต การออกแบบเครื่องมือค้นหา (Search Engine) ด้วยคำค้นหา (Keyword) ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการ ฝึกปฏิบัติการใช้การตลาดผ่านเครื่องมือค้นหาบนอินเทอร์เน็ต

รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา

น(ท-ป-ค)

Roles and importance of search engine marketing (sem) on the internet, covers search engine design using relevant keywords for products and services, includes hands-on practice in applying search engine marketing techniques

**3543509 การออกแบบเนื้อหาบนการตลาดดิจิทัล  
(Digital Marketing Content Design)**

3(2-2-5)

บทบาทและองค์ประกอบของการออกแบบเนื้อหาบนการตลาดดิจิทัล การสร้างเนื้อหา คุณค่าเนื้อหา การเล่าเรื่อง ด้วยการคิดเชิงออกแบบและแนวคิดเชิงสร้างสรรค์ผ่านสื่อดิจิทัล วิเคราะห์การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ในออกแบบเนื้อหาบนสื่อดิจิทัล เครื่องมือพื้นฐานในโปรแกรมการออกแบบบนแพลตฟอร์ม การตกแต่งภาพสร้างคลิปปวีดีโอ การนำเสนอ การจัดแสดงสินค้าและบริการ เพื่อการตลาดบนสื่อดิจิทัล การออกแบบเพื่อการสื่อสารและประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ กระบวนการวางแผนเรื่องเล่า งานกราฟิกและมัลติมีเดีย การแสดงผลและการจัดวางข้อมูลบนสื่อที่หลากหลาย การเล่าเรื่องด้วยภาพประกอบ การประยุกต์ใช้ทักษะที่จำเป็นต่อการผลิตและการออกแบบเนื้อหา บนการตลาดดิจิทัล ฝึกปฏิบัติการออกแบบเนื้อหาบนตลาดดิจิทัล

Role and elements of content design in digital marketing, content creation, content value, storytelling with design thinking and creative thinking through digital media, analyze to using online platforms to design content on digital media, basic tools in design programs on the platform, Image editing to create video clips, presentation product and service display for digital marketing, design for communication and public relations of products and services, story planning process, graphic and multimedia work, display and layout of information on various media, storytelling with illustration, applying skills necessary for production and design of content on digital marketing, practice designing content on the digital market

| รหัสวิชา | ชื่อและคำอธิบายรายวิชา                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | น(ท-ป-ค) |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| 3544112  | <b>ภาษาจีนสำหรับการตลาด</b><br><b>(Chinese for Marketing)</b><br>อธิบายคำศัพท์ สำนวน และทักษะการสื่อสารโดยใช้ภาษาจีนเบื้องต้น โดยเน้นทักษะการฟัง การพูด การอ่าน การเขียน การแนะนำตนเอง การกล่าวทักทาย การกล่าวลา การให้คำแนะนำ ฝึกปฏิบัติและพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาจีนที่ใช้ในการสื่อสารสำหรับการตลาด                                                                                             | 3(2-2-5) |
| 3544113  | <b>การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม</b><br><b>(Social Marketing and Environment : SE)</b><br>หลักการ แนวคิด ทฤษฎี วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและลักษณะของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จำแนกกิจการของการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การตลาดขององค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร ประยุกต์ใช้ส่วนประสมทางการตลาดในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ฝึกปฏิบัติการจัดทำแผนการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม | 3(2-2-5) |
| 3544114  | <b>การตลาดเกษตร</b><br><b>(Agricultural Marketing)</b><br>แนวคิดและความสำคัญของของการตลาดสินค้าเกษตร สถานการณ์สินค้าเกษตร นโยบายและมาตรการเกี่ยวกับสินค้าเกษตร สถาบันและองค์กรทางการตลาดสินค้าเกษตร ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเกษตรและธุรกิจเกษตร ลักษณะของสินค้าทางการเกษตร การกำหนดต้นทุนและราคาสินค้าเกษตร การ                                                                                    | 3(2-2-5) |

รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา น(ท-ป-ค)

ส่งออกการตลาดซื้อขายล่วงหน้า ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาตลาดเกษตร วิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภคตลาดสินค้าเกษตร การใช้ส่วนประสมทางการตลาดกับการเกษตรและธุรกิจเกษตร การวางแผนและกระบวนการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตร ฝึกปฏิบัติการจัดทำแผนการตลาดสินค้าเกษตร

Concept and importance of agricultural product marketing, agricultural product situation, agricultural product policies and measures, agricultural product marketing institutions and organizations, factors affecting agriculture and agribusiness, characteristics of agricultural products, determination of agricultural product costs and prices, export futures marketing, problems and obstacles in development of agriculture market, analysis of consumer demand for agricultural product markets, application of marketing mix to agriculture and agribusiness, planning and development process of agricultural product markets, practice in agricultural product marketing plans

3544504 การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketing) 3(2-2-5)

ความหมาย แนวคิด ความสำคัญและประเภทของการตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ประโยชน์ของการตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ องค์ประกอบของการตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และเครื่องมือทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ วิเคราะห์การวางแผนและกลยุทธ์การตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การจัดการและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านแพลตฟอร์มตลาดอิเล็กทรอนิกส์ กลยุทธ์ธุรกิจออนไลน์ การชำระค่าสินค้าออนไลน์ และการจัดการและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ฝึกปฏิบัติการใช้เครื่องมือทางการตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

Definitions, concepts, significance, and types of electronic commerce (e-commerce) marketing, covers the benefits, components, and digital marketing tools used in e-commerce, analyzes planning and strategic approaches for e-commerce marketing, including product management and distribution through online marketplaces, examines online business strategies,

รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา น(ท-ป-ค)

digital payment systems, and product distribution through social media platforms, includes hands-on practice in using e-commerce marketing tools

**3544505 การจัดการสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ** **3(2-2-5)**  
**(Ambient Advertising Management)**

แนวคิด ทฤษฎี และกลยุทธ์การจัดการสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ การโฆษณาที่ผสมผสานกับสภาพแวดล้อมในชีวิตประจำวันอย่างสร้างสรรค์ วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและจิตวิทยาการรับรู้ในการออกแบบและเลือกใช้ สื่อโฆษณา เรียนรู้การประยุกต์ปัญญาประดิษฐ์ในการใช้พื้นที่และสื่อที่ไม่เป็นทางการในรูปแบบต่าง ๆ การวางแผนและบริหารจัดการสื่อโฆษณาแฝงให้มีประสิทธิภาพ กลยุทธ์การตลาดและภาพลักษณ์ของแบรนด์ ฝึกปฏิบัติการ ออกแบบและพัฒนากลยุทธ์สื่อโฆษณาแฝงที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและสถานการณ์จริง

Concepts, theories, and strategies for managing ambient advertising, explores creative integration of advertising within everyday environments, analyzes consumer behavior and perception psychology in designing and selecting advertising media, covers the application of artificial intelligence in utilizing informal spaces and media, focuses on planning and managing ambient advertising effectively, along with marketing strategies and brand image development, includes hands-on practice in designing and developing ambient advertising strategies tailored to target audiences and real-world scenarios

**3564115 การจัดการโลจิสติกส์** **3(2-2-5)**  
**(Logistics Management)**

แนวคิดพื้นฐานทางโลจิสติกส์ และหลักการ กระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่เกี่ยวข้องกับโลจิสติกส์ การวางแผนเครือข่ายโลจิสติกส์ การเลือกทำเลที่ตั้ง การพยากรณ์ การจัดซื้อจัดจ้างการบริหารสินค้าคงคลัง การผลิต การจัดเก็บและการขนส่ง การเพิ่มประสิทธิภาพและการลดต้นทุน การประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการโลจิสติกส์ การเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์

## รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา

น(ท-ป-ค)

จากภายนอก บริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ฝึกปฏิบัติการวางแผนการจัดการโลจิสติกส์

Basic concepts of logistics and principles, supply chain management processes related to logistics, logistics network planning, location selection, forecasting, procurement Inventory management, production, storage and transportation Increase efficiency and reduce costs, application of information technology in logistics management, selecting external logistics service providers, effective supply chain management, practice of logistics management plan

### 2.3 กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพหรือสหกิจศึกษา

3544803 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด 1(60)  
(Preparation for Professional Experience of the Marketing)

การประยุกต์หลักการและทฤษฎีด้านการตลาดและการบริหารธุรกิจ การศึกษาแนวโน้มสภาพการเปลี่ยนแปลงในหน่วยงานทางธุรกิจ โดยการใช้กรณีศึกษา สถานการณ์จำลอง การเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับทักษะการใช้ภาษา การใช้คอมพิวเตอร์ การใช้เทคโนโลยี การพัฒนาบุคลิกภาพและการปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อม สามารถทำงานเป็นทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพ การเสริมสร้างจรรยาบรรณในวิชาชีพ เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนออกฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

Applies marketing and business administration principles and theories, examines business environment trends and changes through case studies and simulations, prepares students with essential skills, including language proficiency, computer and technology usage, personality development, and adaptability to various work environments, emphasizes teamwork efficiency and professional ethics to ensure readiness for professional internship experiences



รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา น(ท-ป-ค)

3544804 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด 6(600)  
(Field Experience in Marketing)

จัดให้นักศึกษาได้ฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านการตลาด ทั้งในหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจหรือธุรกิจเอกชน ภายใต้การดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษา โดยนำความรู้ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติที่ได้จากการศึกษาไปใช้ในสถานการณ์จริง จัดให้มีการปฐมนิเทศเกี่ยวกับรายละเอียดของการฝึกประสบการณ์วิชาชีพและจัดให้มีการปัจฉิมนิเทศ เพื่ออภิปรายปัญหาการฝึกประสบการณ์ที่เกิดขึ้นและเสนอแนะแนวทางในการแก้ปัญหาให้ลุล่วงไปด้วยดี

Provide students with professional experiences in marketing, in the public sector, enterprises or private businesses, under the supervision of an advisor, the knowledge of the theory, the study and practical application in real situations, provide orientation about the details, their professional experiences and provide post training to discuss the experiences and suggestions to solve the problem, well done

6003801 เตรียมสหกิจศึกษา 1(60)  
(Cooperative Education Preparation)

การปฏิบัติการเตรียมความพร้อมก่อนการออกปฏิบัติงานในสถานประกอบการ โดยให้มียึดความรู้ในเรื่อง หลักการ แนวคิดและปรัชญาสหกิจศึกษา กระบวนการและระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับระบบสหกิจศึกษา เทคนิคการสมัครงานและการสอบ สัมภาษณ์ ความรู้พื้นฐานในการปฏิบัติงานในสถานประกอบการ มีความสามารถในการพัฒนาตนเองตามมาตรฐานวิชาชีพแต่ละสาขาวิชา เช่น การปรับตัวในสังคม การพัฒนาบุคลิกภาพ ภาษาอังกฤษ เทคโนโลยีสารสนเทศการสื่อสาร มนุษยสัมพันธ์ การทำงานเป็นทีม โครงสร้างการทำงานในองค์กร งานธุรการในสำนักงาน ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมายแรงงานและระบบบริหารคุณภาพงานคุณภาพในสถานประกอบการ การเสริมทักษะและจริยธรรมในวิชาชีพเฉพาะสาขาวิชา และมีความรู้ ความเข้าใจในการจัดทำโครงการ การรายงานผลการปฏิบัติงาน การเขียนรายงานโครงการและการนำเสนอผลงานโครงการ



## รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา

น(ท-ป-ค)

This class serves as a preparatory curriculum before students enter the workforce, examining the principles, concepts and philosophy of cooperative education, the processes and regulations for applying for jobs and interviews, the basic skills required to operate within the establishment, and the ability to self- develop according to the professional standards of each institution will be explored, the specific skills and attitudes this class seeks to develop are: social adjustment, personality development, english language skills, understanding information technology for communication, human relations, team work, organization, office work affairs, a cursory understanding of labor law and quality work management, we will conclude the class with an explanation of specific professional skills and ethics, students will be expected to have a firm understanding of writing and presenting work projects, as well as crafting summary reports

6004801 สหกิจศึกษา

6(600)

(Cooperative Education)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 6003801 เตรียมสหกิจศึกษา

การปฏิบัติงานด้านวิชาชีพตามสาขาวิชาในสถานประกอบการหรือองค์กร ผู้ใช้บัณฑิตเป็นเวลา 16 สัปดาห์ หรือไม่น้อยกว่า 600 ชั่วโมง โดยบูรณาการความรู้ที่ได้จากการศึกษาในหลักสูตรการศึกษากับการปฏิบัติงานจริงเสมือนหนึ่งเป็นพนักงาน การจัดทำโครงการ การรายงานผลการปฏิบัติงาน การเขียนรายงานโครงการและการนำเสนอโครงการตามคำแนะนำของพนักงานพี่เลี้ยง อาจารย์ที่ปรึกษาหรืออาจารย์นิเทศก์ เพื่อให้เกิดทักษะ องค์ความรู้ในวิชาชีพและคุณธรรม จริยธรรมในวิชาชีพ มีลักษณะนิสัยหรือบุคลิกภาพที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน และเป็นบัณฑิตที่มีคุณสมบัติตรงตามความต้องการของตลาดแรงงานที่พร้อมจะทำงานได้ทันทีเมื่อสำเร็จการศึกษา

Students enter the workforce according to their specific fields of study for 16 weeks (or not less than 600 hours) integrating the theory explored in the university with the practice involved with the occupation, students are expected to engage in and complete: work projects, operating reports, and work

รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา

น(ท-ป-ค)

presentations as per the suggestions of a senior officer and/or advisory teacher, the mission of this class is to imbue students with the skills, body of knowledge, character, personality and qualifications directly related to market need

### 3) หมวดวิชาเลือกเสรี เรียนไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

เลือกเรียนรายวิชาใด ๆ ในหลักสูตรมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ โดยไม่ซ้ำกับรายวิชาที่เคยเรียนมาแล้วและต้องไม่เป็นรายวิชาที่กำหนดให้เรียนโดยไม่นับหน่วยกิต รวมในเกณฑ์การสำเร็จ หลักสูตรของสาขาวิชา

### 5. สหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน (Cooperative and Work Integrated Education: CWIE) (ถ้ามี)

- ☒ **แบบแยก (Separate)** เป็นการเรียนภาคทฤษฎีที่สถาบันอุดมศึกษาจนครบตามกำหนด หลังจากนั้นจึงไปปฏิบัติงานในสถานประกอบการตามระยะเวลาที่กำหนด เช่น สหกิจศึกษา เป็นต้น
- ☐ **แบบคู่ขนาน (Parallel)** เป็นการเรียนในสถาบันอุดมศึกษาสลับกับการไปปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการตลอดระยะเวลาการเรียนในหลักสูตรนั้น ๆ
- ☐ **แบบผสม (Mix)** เป็นการเรียนภาคทฤษฎีในสถาบันอุดมศึกษาส่วนหนึ่ง และการเรียน ภาคทฤษฎีพร้อมการปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการอีกส่วนหนึ่ง

**หมายเหตุ :** ระบุสัญลักษณ์ ✓ ในช่องที่กระบวนการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน

: ทั้งนี้ การจัดหลักสูตร CWIE ทั้ง 3 รูปแบบต้องเป็นความร่วมมือจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาผู้เรียน ระหว่างสถาบันอุดมศึกษากับสถานประกอบการ

6. การกระจายความรับผิดชอบผลลัพธ์การเรียนรู้มาตรฐานรายวิชา (Curriculum Mapping)

6.1 หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

| รายวิชา                                                        | ระดับการเรียนรู้ |    |    | ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป |       |       |       |       |       |       |
|----------------------------------------------------------------|------------------|----|----|------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|                                                                | K                | S  | A  | GELO1                                    | GELO2 | GELO3 | GELO4 | GELO5 | GELO6 | GELO7 |
| 1) กลุ่มรอบรู้ด้านภาษาและเทคโนโลยี                             |                  |    |    |                                          |       |       |       |       |       |       |
| 1.1 กลุ่มวิชาการรอบรู้ด้านภาษา                                 |                  |    |    |                                          |       |       |       |       |       |       |
| 1500126 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารและการสืบค้นสารสนเทศ             | K3               | S3 |    | ✓                                        |       |       |       |       |       |       |
| 1500131 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารและการเรียนรู้ดิจิทัล            | K3               | S3 |    | ✓                                        |       |       |       |       |       |       |
| 1500127 การอ่านและการเขียนภาษาอังกฤษ                           | K3               | S3 |    |                                          | ✓     |       |       |       |       |       |
| 1500128 การฟังและการพูดภาษาอังกฤษ                              | K3               | S3 |    |                                          | ✓     |       |       |       |       |       |
| 1500132 ภาษาอังกฤษและการสื่อสารในยุคดิจิทัล                    | K3               | S3 |    |                                          | ✓     |       |       |       |       |       |
| 1500133 ภาษาอังกฤษและการคิดวิเคราะห์เพื่อการรู้เท่าทันสารสนเทศ | K3               | S3 |    |                                          | ✓     |       |       |       |       |       |
| 1500134 ภาษาอังกฤษสำหรับวิทยาศาสตร์สุขภาพ                      | K3               | S3 |    |                                          | ✓     |       |       |       |       |       |
| 1.2 กลุ่มวิชาการรอบรู้ด้านเทคโนโลยี                            |                  |    |    |                                          |       |       |       |       |       |       |
| 4000117 เทคโนโลยีดิจิทัลและการสื่อสาร                          | K3               | S3 | A2 |                                          |       | ✓     |       |       |       |       |
| 4002104 การประยุกต์ใช้โปรแกรมสำนักงานในยุคดิจิทัล              | K3               | S3 | A2 |                                          |       | ✓     |       |       |       |       |
| 4002105 รุ้ทันเทคโนโลยียุคดิจิทัล                              | K3               | S3 | A2 |                                          |       | ✓     |       |       |       |       |
| 4002106 เทคโนโลยีดิจิทัลกับการประยุกต์ใช้ทางวิทยาศาสตร์สุขภาพ  | K3               | S3 | A2 |                                          |       | ✓     |       |       |       |       |

| รายวิชา                                            | ระดับการ<br>เรียนรู้ |    |    | ผลลัพธ์การเรียนรู้ของมหาวิทยาลัยศึกษาทั่วไป |       |       |       |       |       |       |
|----------------------------------------------------|----------------------|----|----|---------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|                                                    | K                    | S  | A  | GELO1                                       | GELO2 | GELO3 | GELO4 | GELO5 | GELO6 | GELO7 |
| <b>1.3 กลุ่มวิชาเสริมทักษะด้านภาษาและเทคโนโลยี</b> |                      |    |    |                                             |       |       |       |       |       |       |
| 1500135 จิตวิทยาสำหรับการสื่อสาร                   | K3                   | S2 |    | ✓                                           |       |       |       |       |       |       |
| 1500136 ศิลปะการพูดและการเจรจา                     | K3                   | S2 |    | ✓                                           |       |       |       |       |       |       |
| 1500137 ภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น                     | K2                   | S2 |    |                                             |       |       |       |       |       | ✓     |
| 1500138 ภาษาและวัฒนธรรมจีน                         | K2                   | S2 |    |                                             |       |       |       |       |       | ✓     |
| 1500139 ภาษาและวัฒนธรรมลาว                         | K2                   | S2 |    |                                             |       |       |       |       |       | ✓     |
| 1500140 ภาษาและวัฒนธรรมเขมร                        | K2                   | S2 |    |                                             |       |       |       |       |       | ✓     |
| 4000120 นักผลิตสื่อดิจิทัล                         | K3                   | S3 |    |                                             |       | ✓     |       |       |       |       |
| 4000121 สารสนเทศดิจิทัล                            | K3                   | S3 |    |                                             |       | ✓     |       |       |       |       |
| 4000122 การออกแบบสื่อและการนำเสนอ                  | K3                   | S3 |    |                                             |       | ✓     |       |       |       |       |
| 4000123 การสื่อสารด้วยข้อมูล                       | K3                   | S3 |    |                                             |       | ✓     |       |       |       |       |
| <b>2) กลุ่มอยู่ดีมีสุข ฉลาดคิดก้าวไกล</b>          |                      |    |    |                                             |       |       |       |       |       |       |
| <b>2.1 กลุ่มวิชาอยู่ดีมีสุข</b>                    |                      |    |    |                                             |       |       |       |       |       |       |
| 4001102 ความเป็นอยู่ที่ดี                          | K3                   | S3 |    |                                             |       |       | ✓     |       |       |       |
| 4032227 การออกกำลังกายแบบบูรณาการสำหรับคนยุคใหม่   | K3                   | S3 |    |                                             |       |       | ✓     |       |       |       |
| 1501201 การจัดการชีวิต                             | K3                   | S3 | A3 |                                             |       |       | ✓     |       |       |       |

| รายวิชา                                  | ระดับการเรียนรู้ |    |    | ผลลัพธ์การเรียนรู้ของมหาวิทยาลัยศึกษาทั่วไป |       |       |       |       |       |       |
|------------------------------------------|------------------|----|----|---------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|                                          | K                | S  | A  | GELO1                                       | GELO2 | GELO3 | GELO4 | GELO5 | GELO6 | GELO7 |
| 1521102 คุณธรรมกับชีวิต                  | K3               | S3 | A3 |                                             |       |       | ✓     |       |       |       |
| 1521212 จริยธรรมกับชีวิต                 | K3               | S3 | A3 |                                             |       |       | ✓     |       |       |       |
| 2500118 พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน      | K3               | S3 | A3 |                                             |       |       | ✓     |       |       |       |
| 2.2 กลุ่มวิชาฉลาดคิดการไกล               |                  |    |    |                                             |       |       |       |       |       |       |
| 2500122 วิศวกรสังคมเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น | K4               | S3 |    |                                             |       |       |       | ✓     |       |       |
| 2500123 ศาสตร์พระราชากับการพัฒนาท้องถิ่น | K4               | S3 |    |                                             |       |       |       | ✓     |       |       |
| 4000119 การคิดและการตัดสินใจ             | K4               | S3 |    |                                             |       |       |       | ✓     |       |       |
| 4000124 ฉลาดคิดในชีวิตประจำวัน           | K4               | S3 |    |                                             |       |       |       | ✓     |       |       |
| 2.3 กลุ่มวิชาเสริมทักษะการใช้ชีวิตคุณภาพ |                  |    |    |                                             |       |       |       |       |       |       |
| 1500129 เพศวิถี                          | K3               | S2 |    |                                             |       |       | ✓     |       |       |       |
| 1521213 สมบัติเพื่อพัฒนาชีวิต            | K3               | S3 |    |                                             |       |       | ✓     |       |       |       |
| 2000117 สุขทรียภาพของชีวิต               | K3               | S3 |    |                                             |       |       | ✓     |       |       |       |
| 2500119 วิถีชีวิตเศรษฐกิจพอเพียง         | K3               | S3 |    |                                             |       |       | ✓     |       |       |       |
| 2500124 ฮวงจุ้ย                          | K2               | S2 |    |                                             |       |       | ✓     |       |       |       |
| 4000118 วิทยาศาสตร์เพื่อคุณภาพชีวิต      | K3               | S3 |    |                                             |       |       | ✓     |       |       |       |
| 4000125 เปลี่ยนความคิด ชีวิตเปลี่ยน      | K3               | S3 |    |                                             |       |       |       | ✓     |       |       |

| รายวิชา                                                | ระดับการ<br>เรียนรู้ | ผลลัพธ์การเรียนรู้ของมหาวิทยาลัยฯทั่วไป |   |   |       |       |       |       |       |       |       |
|--------------------------------------------------------|----------------------|-----------------------------------------|---|---|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|                                                        |                      | K                                       | S | A | GELO1 | GELO2 | GELO3 | GELO4 | GELO5 | GELO6 | GELO7 |
| 4000126 การคิดนอกกรอบ                                  | K3 S3                |                                         |   |   |       |       |       |       | ✓     |       |       |
| 5501104 งานช่างในชีวิตประจำวัน                         | K2 S2                |                                         |   |   |       |       |       | ✓     |       |       |       |
| 5001105 ยาและสมุนไพรพาลิน                              | K2                   |                                         |   |   |       |       |       | ✓     |       |       |       |
| 3) กลุ่มพลเมืองไทยและพลเมืองโลก                        |                      |                                         |   |   |       |       |       |       |       |       |       |
| 3.1 กลุ่มวิชาทักษะการอยู่รวมกับผู้อื่น                 |                      |                                         |   |   |       |       |       |       |       |       |       |
| 2500117 วิถีไทยกับวิถีอาเซียนในสังคมโลก                | K3 S3 A3             |                                         |   |   |       |       |       |       |       |       | ✓     |
| 2500125 ลิทธิมนุษยชนและหน้าที่พลเมืองในระบบประชาธิปไตย | K3 S3 A3             |                                         |   |   |       |       |       |       |       |       | ✓     |
| 2500127 พลเมืองจิตสาธารณะ                              | K3 S3 A3             |                                         |   |   |       |       |       |       |       |       | ✓     |
| 2500133 อินไซด์ศรีสะเกษ                                | K3 S3 A3             |                                         |   |   |       |       |       |       |       |       | ✓     |
| 2561108 กฎหมายสำหรับคนรุ่นใหม่                         | K3 S3 A3             |                                         |   |   |       |       |       |       |       |       | ✓     |
| 3.2 กลุ่มวิชาสังคมพหุวัฒนธรรม                          |                      |                                         |   |   |       |       |       |       |       |       |       |
| 2500128 วัฒนธรรมรวมคุณค่าคนในอาเซียน                   | K2 S2 A2             |                                         |   |   |       |       |       |       |       |       | ✓     |
| 2500129 พหุวัฒนธรรมในอาเซียน                           | K2 S2 A2             |                                         |   |   |       |       |       |       |       |       | ✓     |
| 2500130 ประเทศไทย อาเซียน และประชาคมโลก                | K2 S2 A2             |                                         |   |   |       |       |       |       |       |       | ✓     |
| 2500131 สังคมและวัฒนธรรมศรีสะเกษ                       | K2 S2 A2             |                                         |   |   |       |       |       |       |       |       | ✓     |
| 2500132 การพัฒนาของอินโดจีน                            | K2 S2 A2             |                                         |   |   |       |       |       |       |       |       | ✓     |

| รายวิชา                                        | ระดับการ<br>เรียนรู้ |    | ผลลัพธ์การเรียนรู้ของมหาวิทยาลัยฯ |       |       |       |       |       |       |   |   |
|------------------------------------------------|----------------------|----|-----------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---|---|
|                                                |                      |    | GELO1                             | GELO2 | GELO3 | GELO4 | GELO5 | GELO6 | GELO7 |   |   |
| 2500134                                        | K2                   | S2 | A2                                |       |       |       |       |       |       |   | ✓ |
| 2500135                                        | K2                   | S2 | A2                                |       |       |       |       |       |       |   | ✓ |
| 4) กลุ่มการเป็นผู้ประกอบการและการบริหารการเงิน |                      |    |                                   |       |       |       |       |       |       |   |   |
| 4.1 กลุ่มวิทยาศาสตร์ผู้ประกอบการและการเงิน     |                      |    |                                   |       |       |       |       |       |       |   |   |
| 2502101                                        | K3                   | S3 |                                   |       |       |       |       |       |       | ✓ |   |
| 3502101                                        | K3                   | S3 |                                   |       |       |       |       |       |       | ✓ |   |
| 3502102                                        | K3                   | S3 |                                   |       |       |       |       |       |       | ✓ |   |
| 3502103                                        | K3                   | S3 |                                   |       |       |       |       |       |       | ✓ |   |
| 3502104                                        | K3                   | S3 |                                   |       |       |       |       |       |       | ✓ |   |
| 3502105                                        | K3                   | S3 |                                   |       |       |       |       |       |       | ✓ |   |
| 3502106                                        | K3                   | S3 |                                   |       |       |       |       |       |       | ✓ |   |
| 4.2 กลุ่มวิชาเสริมสมรรถนะในการทำงาน            |                      |    |                                   |       |       |       |       |       |       |   |   |
| 1501202                                        | K3                   | S2 |                                   |       |       |       |       |       |       | ✓ |   |
| 1501203                                        | K3                   | S2 |                                   |       |       |       |       |       |       | ✓ |   |
| 3572110                                        | K2                   |    |                                   |       |       |       |       |       |       | ✓ |   |
| 4002107                                        | K2                   | S2 |                                   |       |       |       |       |       |       | ✓ |   |

6.2 หมวดวิชาเฉพาะด้าน

| รายวิชา          | ระดับการเรียนรู้                                |   |   | YLOS<br>ชั้นปี | ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) |      |      |      |      |
|------------------|-------------------------------------------------|---|---|----------------|--------------------------------------|------|------|------|------|
|                  | เรียนรู้                                        |   |   |                | PLO1                                 | PLO2 | PLO3 | PLO4 | PLO5 |
|                  | K                                               | S | A |                |                                      |      |      |      |      |
| 1) วิชาเอกบังคับ |                                                 |   |   |                |                                      |      |      |      |      |
| 3501203          | การรู้ดิจิทัลและการประยุกต์ใช้ในงานบริหารธุรกิจ |   |   |                | ✓                                    |      |      |      | ✓    |
| 3502901          | สถิติธุรกิจ                                     |   |   |                | ✓                                    |      |      |      |      |
| 3503102          | การภาษีอากรและกฎหมายธุรกิจ                      |   |   |                | ✓                                    |      |      |      |      |
| 3503206          | นวัตกรรมการบริหารธุรกิจ                         |   |   |                |                                      | ✓    |      |      |      |
| 3521114          | หลักการบัญชี                                    |   |   |                | ✓                                    |      | ✓    | ✓    |      |
| 3571107          | การเงินธุรกิจ                                   |   |   |                | ✓                                    |      |      |      |      |
| 3541104          | หลักการตลาดสมัยใหม่                             |   |   |                | ✓                                    |      |      | ✓    |      |
| 3541105          | พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล                   |   |   |                | ✓                                    |      |      |      |      |
| 3542121          | การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา                       |   |   |                |                                      | ✓    |      | ✓    |      |
| 3542122          | การตลาดดิจิทัล                                  |   |   |                |                                      | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    |
| 3542123          | กลยุทธ์การตลาด                                  |   |   |                |                                      | ✓    | ✓    |      |      |
| 3542321          | การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย                   |   |   |                |                                      | ✓    | ✓    |      |      |
| 3542322          | การจัดการขายและเทคนิคการขาย                     |   |   |                |                                      | ✓    |      | ✓    |      |
| 3542410          | การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการและการวางแผนสื่อ   |   |   |                |                                      |      | ✓    |      | ✓    |



| รายวิชา         |                                          | ระดับการ<br>เรียนรู้ |    |    | YLOs<br>ชั้นปี | ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) |      |      |      |      |
|-----------------|------------------------------------------|----------------------|----|----|----------------|--------------------------------------|------|------|------|------|
|                 |                                          |                      |    |    |                | PLO1                                 | PLO2 | PLO3 | PLO4 | PLO5 |
| 3543122         | การจัดการการตลาดสมัยใหม่                 | K3                   | S3 |    | 3              |                                      |      | ✓    |      | ✓    |
| 3543123         | ภาษาอังกฤษสำหรับการตลาด                  | K3                   | S2 |    | 3              |                                      | ✓    |      |      | ✓    |
| 3543124         | การตลาดชุมชนเพื่อความยั่งยืน             | K3                   | S3 |    | 3              |                                      |      | ✓    |      |      |
| 3543501         | การพัฒนาบุคลิกภาพสำหรับนักการตลาด        |                      |    | A3 | 3              |                                      |      |      | ✓    | ✓    |
| 3543503         | การตลาดสื่อสังคมออนไลน์                  | K3                   | S3 |    | 3              |                                      | ✓    | ✓    |      | ✓    |
| 3543504         | นวัตกรรมการการตลาดเชิงสร้างสรรค์         | K3                   | S3 |    | 3              |                                      |      | ✓    |      | ✓    |
| 3543901         | การวิจัยการตลาด                          | K3                   | S3 |    | 3              |                                      | ✓    |      | ✓    |      |
| 3544111         | การวางแผนการตลาดเพื่อการแข่งขันทางธุรกิจ | K3                   | S3 |    | 4              |                                      | ✓    | ✓    |      |      |
| 3544908         | สัมมนาทางการตลาด                         | K3                   | S3 |    | 4              |                                      |      | ✓    |      |      |
| 3561111         | องค์การและการจัดการยุคใหม่               | K2                   | S2 | A2 | 1              | ✓                                    |      |      | ✓    |      |
| 3591115         | หลักเศรษฐศาสตร์                          | K2                   | S2 |    | 1              | ✓                                    |      |      |      |      |
| 2) วิชาเอกเลือก |                                          |                      |    |    |                |                                      |      |      |      |      |
| 3501103         | อังกฤษธุรกิจ                             | K2                   | S2 |    | 1              | ✓                                    |      |      |      |      |
| 3502201         | ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการธุรกิจดิจิทัล  | K2                   | S2 |    | 2              | ✓                                    |      |      |      |      |
| 3502202         | การเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่              | K2                   | S2 | A2 | 2              | ✓                                    |      |      | ✓    |      |
| 3542124         | การตลาดบริการ                            | K3                   | S3 |    | 2              |                                      |      | ✓    |      |      |

| รายวิชา |                                                  | ระดับการเรียนรู้ |    |   | YLOS<br>ชั้นปี | ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) |      |      |      |      |
|---------|--------------------------------------------------|------------------|----|---|----------------|--------------------------------------|------|------|------|------|
|         |                                                  | K                | S  | A |                | PLO1                                 | PLO2 | PLO3 | PLO4 | PLO5 |
| 3543125 | การตลาดระหว่างประเทศและการตลาดโลก                | K3               | S3 |   | 3              |                                      |      | ✓    |      |      |
| 3543126 | การจัดการตราสินค้า                               | K3               | S3 |   | 3              |                                      | ✓    | ✓    |      |      |
| 3543127 | การจัดนิทรรศการและกิจกรรมทางการตลาด              | K3               | S3 |   | 3              |                                      |      | ✓    |      |      |
| 3543128 | การตลาดทางตรง                                    | K3               | S3 |   | 3              |                                      | ✓    | ✓    |      |      |
| 3543129 | การตลาดเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน                   | K3               | S3 |   | 4              |                                      |      | ✓    | ✓    |      |
| 3543318 | ศิลปะการขาย                                      | K3               | S3 |   | 3              |                                      |      | ✓    | ✓    |      |
| 3543502 | การออกแบบสื่อผสมที่มีเดียและการฟิตติ้ง           | K3               | S3 |   | 3              |                                      | ✓    |      |      | ✓    |
| 3543505 | การจัดการความสัมพันธ์ลูกค้าและการตลาดบนฐานข้อมูล | K3               | S3 |   | 3              |                                      | ✓    | ✓    |      |      |
| 3543506 | การจัดการคาบปลีกและค้าส่งในยุคดิจิทัล            | K3               | S3 |   | 3              |                                      | ✓    | ✓    |      |      |
| 3543507 | การโฆษณาบนแพลตฟอร์มออนไลน์                       | K3               | S3 |   | 3              |                                      | ✓    | ✓    |      |      |
| 3543508 | การตลาดผ่านเครื่องมือค้นหาบนอินเทอร์เน็ต         | K3               | S3 |   | 3              |                                      | ✓    |      |      |      |
| 3543509 | การออกแบบเนื้อหาบนการตลาดดิจิทัล                 | K3               | S3 |   | 3              |                                      | ✓    |      |      | ✓    |
| 3544112 | ภาษาจีนสำหรับการตลาด                             | K2               | S2 |   | 3              | ✓                                    |      |      |      |      |
| 3544113 | การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม                  | K3               | S3 |   | 3              |                                      |      | ✓    | ✓    |      |
| 3544114 | การตลาดเกษตร                                     | K3               | S3 |   | 4              |                                      |      | ✓    |      |      |
| 3544504 | การตลาดอิเล็กทรอนิกส์                            | K3               | S3 |   | 4              |                                      | ✓    |      |      |      |

| รายวิชา                                   |                                      | ระดับการเรียนรู้ |    |    | YLOS<br>ชั้นปี | ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) |      |      |      |      |
|-------------------------------------------|--------------------------------------|------------------|----|----|----------------|--------------------------------------|------|------|------|------|
|                                           |                                      | K                | S  | A  |                | PLO1                                 | PLO2 | PLO3 | PLO4 | PLO5 |
| 3544505                                   | การจัดการสื่อโฆษณาในบรรยากาศ         | K3               | S3 |    | 3              |                                      | ✓    | ✓    |      | ✓    |
| 3564115                                   | การจัดการโลจิสติกส์                  | K3               | S3 |    | 3              |                                      | ✓    | ✓    |      |      |
| 3) วิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพหรือสหกิจศึกษา |                                      |                  |    |    |                |                                      |      |      |      |      |
| 4123803                                   | การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด |                  | S3 | A3 | 4              |                                      |      |      | ✓    | ✓    |
| 4124806                                   | การฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด       |                  | S3 | A3 | 4              |                                      | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    |
| 6003801                                   | เตรียมสหกิจศึกษา                     |                  | S3 | A3 | 4              |                                      |      |      | ✓    | ✓    |
| 6004801                                   | สหกิจศึกษา                           |                  | S3 | A3 | 4              |                                      | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    |
| รวมวิชาเอกบังคับ                          |                                      |                  |    |    |                |                                      |      |      |      |      |
|                                           |                                      |                  |    |    |                | 9                                    | 10   | 12   | 8    | 9    |
| รวมวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ               |                                      |                  |    |    |                |                                      |      |      |      |      |
|                                           |                                      |                  |    |    |                |                                      | 2    | 2    | 4    | 4    |
| รวม                                       |                                      |                  |    |    |                |                                      |      |      |      |      |
|                                           |                                      |                  |    |    |                | 9                                    | 12   | 14   | 12   | 13   |

หมวด 4  
การจัดกระบวนการเรียนรู้

1. วิธีการจัดการกระบวนการเรียนรู้ของรายวิชาหมวดวิชาศึกษาทั่วไป

| ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป (GELOs)                       | กลยุทธ์การสอน/วิธีการจัดกระบวนการเรียนรู้                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ (KSA)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| GELO1 สื่อสารและนำเสนอภาษาไทยได้อย่างถูกต้องตามหลักภาษาและฉกกาลเทศะ    | <input checked="" type="checkbox"/> บรรยาย<br><input checked="" type="checkbox"/> ฝึกปฏิบัติ<br><input type="checkbox"/> กรณีศึกษา<br><input type="checkbox"/> ใช้ปัญหาเป็นฐาน<br><input checked="" type="checkbox"/> บทเรียนออนไลน์<br><input type="checkbox"/> โครงงาน<br><input checked="" type="checkbox"/> บทบาทสมมติ<br><input checked="" type="checkbox"/> ศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ | <input checked="" type="checkbox"/> ทดสอบ (KS)<br><input type="checkbox"/> สังเกต (SA)<br><input type="checkbox"/> สะท้อนคิด (KA)<br><input checked="" type="checkbox"/> ตรวจวัดผลงาน (KS)<br><input type="checkbox"/> ประเมินตนเอง (KSA)<br><input checked="" type="checkbox"/> นำเสนอปากเปล่า (KSA)<br><input type="checkbox"/> รายงานความก้าวหน้า (KSA)<br><input type="checkbox"/> Mind Mapping (KSA)<br><input checked="" type="checkbox"/> ประเมินพฤติกรรมการเข้าเรียนและการปฏิบัติตามกฎและกติกาของชั้นเรียน (A)<br><input checked="" type="checkbox"/> ประเมินการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน(KA) |
| GELO2 สื่อสารและนำเสนอภาษาอังกฤษได้อย่างถูกต้องตามหลักภาษาและฉกกาลเทศะ | <input checked="" type="checkbox"/> บรรยาย<br><input checked="" type="checkbox"/> ฝึกปฏิบัติ<br><input type="checkbox"/> กรณีศึกษา                                                                                                                                                                                                                                                                             | <input checked="" type="checkbox"/> ทดสอบ (KS)<br><input type="checkbox"/> สังเกต (SA)<br><input type="checkbox"/> สะท้อนคิด (KA)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |

| ผลลัพธ์การเรียนรู้ของ<br>หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (GELOs)                                  | กลยุทธ์การสอน/วิธีการจัดกระบวนการเรียนรู้                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ (KSA)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|---------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                       | <input type="checkbox"/> ใช้ปัญหาเป็นฐาน<br><input checked="" type="checkbox"/> บทเรียนออนไลน์<br><input type="checkbox"/> โครงงาน<br><input checked="" type="checkbox"/> บทบาทสมมติ<br><input checked="" type="checkbox"/> ศึกษาคนควาเพิ่มเติมโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ                                                                                     | <input checked="" type="checkbox"/> ตรวจวัดผลงาน (KS)<br><input type="checkbox"/> ประเมินตนเอง (KSA)<br><input checked="" type="checkbox"/> นำเสนอปากเปล่า (KSA)<br><input type="checkbox"/> รายงานความก้าวหน้า (KSA)<br><input type="checkbox"/> Mind Mapping (KSA)<br><input checked="" type="checkbox"/> ประเมินพฤติกรรมการเข้าเรียนและการปฏิบัติตามกฎและกติกของชั้นเรียน (A)<br><input checked="" type="checkbox"/> ประเมินการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน(KA) |
| GELO3 ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการดำเนินชีวิตและการทำงานได้อย่างเหมาะสมและปลอดภัย | <input type="checkbox"/> บรรยาย<br><input checked="" type="checkbox"/> ฝึกปฏิบัติ<br><input checked="" type="checkbox"/> กรณีศึกษา<br><input type="checkbox"/> ใช้ปัญหาเป็นฐาน<br><input checked="" type="checkbox"/> บทเรียนออนไลน์<br><input type="checkbox"/> โครงงาน<br><input checked="" type="checkbox"/> ศึกษาคนควาเพิ่มเติมโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ | <input checked="" type="checkbox"/> ทดสอบ (KS)<br><input type="checkbox"/> สังเกต (SA)<br><input checked="" type="checkbox"/> สะท้อนคิด (KA) จากการให้เหตุผลประกอบการอธิบายในการทำไปงานและกิจกรรมในชั้นเรียน<br><input checked="" type="checkbox"/> ตรวจวัดผลงาน (KS)<br><input type="checkbox"/> ประเมินตนเอง (KSA)<br><input type="checkbox"/> นำเสนอปากเปล่า (KSA)<br><input type="checkbox"/> รายงานความก้าวหน้า (KSA)                                  |

| ผลลัพธ์การเรียนรู้ของ<br>หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (GELOs)                                                                    | กลยุทธ์การสอน/วิธีการจัดกระบวนการเรียนรู้                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ (KSA)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <input type="checkbox"/> Mind Mapping (KSA)<br><input checked="" type="checkbox"/> ประเมินการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน (KA)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| GELO4 ประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์สุขภาพ<br>ปรัชญาชีวิตและสุนทรียศาสตร์เพื่อสร้าง<br>สุขภาวะในการดูแลตนเองได้อย่าง<br>เหมาะสม | <input checked="" type="checkbox"/> บรรยาย<br><input checked="" type="checkbox"/> ฝึกปฏิบัติ<br><input checked="" type="checkbox"/> กรณีศึกษา<br><input type="checkbox"/> ใช้ปัญหาเป็นฐาน<br><input checked="" type="checkbox"/> บทเรียนออนไลน์<br><input type="checkbox"/> โครงงาน<br><input checked="" type="checkbox"/> อภิปรายกลุ่มย่อย<br><input checked="" type="checkbox"/> ศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ | <input checked="" type="checkbox"/> ทดสอบ (KS)<br><input type="checkbox"/> สังเกต (SA)<br><input checked="" type="checkbox"/> สะท้อนคิด (KA) จากการให้เหตุผล<br>ประกอบการอธิบายในการปฏิบัติงานและกิจกรรม<br>ในชั้นเรียน<br><input checked="" type="checkbox"/> ตรวจวัดผลงาน (KS)<br><input type="checkbox"/> ประเมินตนเอง (KSA)<br><input type="checkbox"/> นำเสนอปากเปล่า (KSA)<br><input type="checkbox"/> รายงานความก้าวหน้า (KSA)<br><input type="checkbox"/> Mind Mapping (KSA)<br><input checked="" type="checkbox"/> ประเมินพฤติกรรมการเข้าเรียนและการปฏิบัติตามกฎ<br>และกติกาศักดิ์ของชั้นเรียน (A)<br><input checked="" type="checkbox"/> ประเมินการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน(KA) |

| ผลลัพธ์การเรียนรู้ของ<br>หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (GELOs)                                                     | กลยุทธ์การสอน/วิธีการจัดการกระบวนการเรียนรู้                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ (KSA)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| GELO5 คติวิเคราะห์เพื่อแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง สร้างสรรค์และได้ผลลัพธ์ตามที่คาดหวัง                      | <input checked="" type="checkbox"/> บรรยาย<br><input checked="" type="checkbox"/> ฝึกปฏิบัติ<br><input checked="" type="checkbox"/> กรณีศึกษา<br><input checked="" type="checkbox"/> ใช้ปัญหาเป็นฐาน<br><input type="checkbox"/> บทเรียนออนไลน์<br><input checked="" type="checkbox"/> โครงงาน<br><input checked="" type="checkbox"/> อภิปรายกลุ่มย่อย<br><input checked="" type="checkbox"/> ศึกษาตนเองเพิ่มเติมโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ<br><input checked="" type="checkbox"/> จัดกิจกรรมเรียนรู้และทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน<br><input checked="" type="checkbox"/> จัดกิจกรรมเสริมประสบการณ์จากสถานการณ์จริง | <input checked="" type="checkbox"/> ทดสอบ (KS)<br><input checked="" type="checkbox"/> สังเกต (SA) จากวิธีการแก้ปัญหาในการหาคำตอบและผลลัพธ์ที่ได้พัฒนาการในการทำงานและความพยายามในการหาคำตอบ<br><input checked="" type="checkbox"/> สะท้อนคิด (KA) จากการอภิปรายและการแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็น<br><input checked="" type="checkbox"/> ตรวจวัดผลงาน (KS)<br><input type="checkbox"/> ประเมินตนเอง (KSA)<br><input type="checkbox"/> นำเสนอปากเปล่า (KSA)<br><input type="checkbox"/> รายงานความก้าวหน้า (KSA)<br><input type="checkbox"/> Mind Mapping (KSA)<br><input checked="" type="checkbox"/> ประเมินการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน(KA) |
| GELO6 ประยุกต์ใช้แนวคิดการเป็นผู้ประกอบการหรือแนวทางการบริหารการเงินเพื่อบริหารจัดการตนเองและการทำงานได้ | <input checked="" type="checkbox"/> บรรยาย<br><input type="checkbox"/> ฝึกปฏิบัติ<br><input checked="" type="checkbox"/> กรณีศึกษา<br><input type="checkbox"/> ใช้ปัญหาเป็นฐาน<br><input type="checkbox"/> บทเรียนออนไลน์                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <input checked="" type="checkbox"/> ทดสอบ (KS)<br><input type="checkbox"/> สังเกต (SA)<br><input type="checkbox"/> สะท้อนคิด (KA)<br><input checked="" type="checkbox"/> ตรวจวัดผลงาน (KS)<br><input type="checkbox"/> ประเมินตนเอง (KSA)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |

| ผลลัพธ์การเรียนรู้ของ<br>หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (GELOs)                                                  | กลยุทธ์การสอน/วิธีการจัดการกระบวนการเรียนรู้                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ (KSA)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                       | <input type="checkbox"/> โครงงาน<br><input checked="" type="checkbox"/> บทบาทสมมติ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <input type="checkbox"/> นำเสนอปากเปล่า (KSA)<br><input type="checkbox"/> รายงานความก้าวหน้า (KSA)<br><input type="checkbox"/> Mind Mapping (KSA)<br><input checked="" type="checkbox"/> ประเมินพฤติกรรมการเข้าเรียนและการปฏิบัติตามกฎและกติกาศอของชั้นเรียน (A)<br><input checked="" type="checkbox"/> ประเมินการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน(KA)                                                                                                                                                                                                                                              |
| GELO7 ใช้ชีวิตและทำงานร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย ประเพณี วัฒนธรรมไทยและวัฒนธรรมโลก | <input checked="" type="checkbox"/> บรรยาย<br><input type="checkbox"/> ฝึกปฏิบัติ<br><input checked="" type="checkbox"/> กรณีศึกษา<br><input type="checkbox"/> ใช้ปัญหาเป็นฐาน<br><input checked="" type="checkbox"/> บทเรียนออนไลน์<br><input type="checkbox"/> โครงงานรวบยอด<br><input checked="" type="checkbox"/> บทบาทสมมติเพื่อให้เห็นคุณค่าคิดเห็นในมุมมองที่แตกต่างกันของนักศึกษาแต่ละคนอภิปรายกลุ่มย่อย<br><input checked="" type="checkbox"/> อภิปรายกลุ่มย่อย<br><input checked="" type="checkbox"/> จัดกิจกรรมเรียนรู้และทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน<br><input checked="" type="checkbox"/> จัดกิจกรรมเสริมประสบการณ์จากสถานการณ์จริง | <input checked="" type="checkbox"/> ทดสอบ (KS)<br><input type="checkbox"/> สังเกต (SA)<br><input type="checkbox"/> สะท้อนคิด (KA)<br><input checked="" type="checkbox"/> ตรวจวัดผลงาน (KS)<br><input type="checkbox"/> ประเมินตนเอง (KSA)<br><input type="checkbox"/> นำเสนอปากเปล่า (KSA)<br><input type="checkbox"/> รายงานความก้าวหน้า (KSA)<br><input type="checkbox"/> Mind Mapping (KSA)<br><input checked="" type="checkbox"/> ประเมินพฤติกรรมการเข้าเรียนและการปฏิบัติตามกฎและกติกาศอของชั้นเรียน (A)<br><input checked="" type="checkbox"/> ประเมินการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน(KA) |



## 2. วิธีการจัดการกระบวนการเรียนรู้ของรายวิชาหมวดวิชาเฉพาะด้าน

| ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร (PLOs)                         | กลยุทธ์การสอนวิธีการจัดการกระบวนการเรียนรู้                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ (K/S/A)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | เครื่องมือการวัดและประเมินผลทางการเรียนรู้                                                                                                                            | เกณฑ์การบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| PLO1 อธิบายความรู้ด้านการตลาดและการบริหารธุรกิจเพื่อใช้ในงานทางการตลาด | <p><input checked="" type="checkbox"/> บรรยาย แบบปฏิสัมพันธ์ให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นของเรียน</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> ฝึกปฏิบัติ โดยการทำกรณีศึกษาให้วิเคราะห์วิเคราะห์และนำเสนอ</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> กรณีศึกษา โดยการทำกรณีศึกษาให้วิเคราะห์วิเคราะห์และหาข้อสรุปนำมาจัดทำเป็นเอกสารนำเสนอ</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> บทบาทสมมติ เพื่อให้แสดงความคิดเห็นในมุมมองที่แตกต่างกันของนักศึกษาแต่ละคน</p> | <p><input checked="" type="checkbox"/> ทดสอบ (KS) โดยการทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน ประเมินผลระหว่างเรียนจากการทำกิจกรรมปฏิสัมพันธ์ และประเมินผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในแต่ละรายวิชา</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> สังเกต (SA) ประเมินโดยการสังเกตพฤติกรรมและควมร่วมมือในการลงมือปฏิบัติ</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> สะท้อนคิด (KA) โดยการใช้คำถามหรือกระบวนการให้มองเห็นความถูกต้องและเหมาะสม</p> | <p><input checked="" type="checkbox"/> แบบทดสอบ</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> แบบสังเกตพฤติกรรม</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> กรณีศึกษา</p> | <p><input checked="" type="checkbox"/> ประเมินจากการทำแบบทดสอบ โดยต้องผ่านเกณฑ์การประเมินคะแนนมากกว่าร้อยละ 60</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมและการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน โดยต้องผ่านเกณฑ์การประเมิน Rubrics (1-5) ผ่านระดับ 3 ขึ้นไป</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> ประเมินจากงานที่ได้รับมอบหมาย โดยต้องผ่านเกณฑ์การประเมิน Rubrics (1-5) ผ่านระดับ 3 ขึ้นไป</p> |

| ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร (PLOs)                                      | กลยุทธ์การสอน/วิธีการจัดกระบวนการเรียนรู้                                                                                                                                                                                                                                                 | กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ (K/S/A)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | เครื่องมือการวัดและประเมินผลการเรียนรู้                                                                                                                                | เกณฑ์การบรรลุผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| PLO2 ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อใช้ในการสร้างนวัตกรรมทางการตลาด | <input checked="" type="checkbox"/> อภิปรายกลุ่มย่อย<br><input checked="" type="checkbox"/> ศึกษาค้นหาเพิ่มเติมโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ                                                                                                                                                    | <input checked="" type="checkbox"/> นำเสนอปากเปล่า (KSA)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|                                                                                     | <input checked="" type="checkbox"/> บรรยาย แบบปฏิสัมพันธ์ให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในห้องเรียน<br><input checked="" type="checkbox"/> ผูกปฏิบัติ โดยการใช้เทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์ (AI)<br><input checked="" type="checkbox"/> ศึกษาค้นหาเพิ่มเติมโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ | <input checked="" type="checkbox"/> ทดสอบ (KS) โดยการทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน ประเมินผลระหว่างเรียนจากการทำกิจกรรมปฏิสัมพันธ์ และประเมินผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในแต่ละรายวิชา<br><input checked="" type="checkbox"/> สังเกต (SA) ประเมินโดยการสังเกตพฤติกรรมและความร่วมมือในการลงมือปฏิบัติ<br><input checked="" type="checkbox"/> สะท้อนคิด (KA) โดยการให้ คำ ถาม หรือ | <input checked="" type="checkbox"/> แบบทดสอบ<br><input checked="" type="checkbox"/> แบบสังเกตพฤติกรรม<br><input checked="" type="checkbox"/> ผลงานสร้างสรรค์ทางการตลาด | <input checked="" type="checkbox"/> ประเมินจากการทำแบบทดสอบ โดยต้องผ่านเกณฑ์การประเมินคะแนนมากกว่าร้อยละ 60<br><input checked="" type="checkbox"/> ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมและการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน โดยต้องผ่านเกณฑ์การประเมิน Rubrics (1-5) ผ่านระดับ 3 ขึ้นไป<br><input checked="" type="checkbox"/> ประเมินจากงานที่ได้รับมอบหมาย โดยต้องผ่าน |

| ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร (PLOs)                                           | กลยุทธ์การสอน/วิธีการจัดกระบวนการเรียนรู้                                                                                                                                                                                                                                                                             | กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ (K/S/A)                                                                                                                                                                                                                                                      | เครื่องมือการวัดและประเมินผลผลการเรียนรู้                                                                                                                                                                | เกณฑ์การบรรลุผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | กระบวนการให้มองเห็นความถูกต้องและเหมาะสม<br><input checked="" type="checkbox"/> ตรวจวัดผลงาน (KS)<br><input checked="" type="checkbox"/> นำเสนอปากเปล่า (KSA)                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                          | เกณฑ์การประเมิน Rubrics (1-5) ผ่านระดับ 3 ขึ้นไป                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| PLO3 ประยุกต์ใช้หลักการทางการตลาดเพื่อใช้ในการวางแผนการตลาดให้เป็นไปตามเป้าหมายของธุรกิจ | <input checked="" type="checkbox"/> บรรยาย บรรยายแบบปฏิสัมพันธ์ ให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในห้องเรียน<br><input checked="" type="checkbox"/> ฝึกปฏิบัติจัดทำแผนการตลาด<br><input checked="" type="checkbox"/> กรณีศึกษา โดยการกำหนดกรณีศึกษาให้วิเคราะห์เป็นกลุ่มและหาข้อสรุปนำมาจัดทำเป็นเอกสารนำเสนอ | <input checked="" type="checkbox"/> ทดสอบ (KS) โดยการทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน ประเมินผลระหว่างเรียนจากการทำกิจกรรมปฏิสัมพันธ์ และประเมินผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในแต่ละรายวิชา<br><input checked="" type="checkbox"/> สังเกต (SA) ประเมินโดยการสังเกตพฤติกรรมและความร่วมมือในการลงมือปฏิบัติ | <input checked="" type="checkbox"/> แบบทดสอบ<br><input checked="" type="checkbox"/> แบบสังเกตพฤติกรรม<br><input checked="" type="checkbox"/> กรณีศึกษา<br><input checked="" type="checkbox"/> แผนการตลาด | <input checked="" type="checkbox"/> ประเมินจากการทำแบบทดสอบ โดยต้องผ่านเกณฑ์การประเมินคะแนนมากกว่าร้อยละ 60<br><input checked="" type="checkbox"/> ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมและการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน โดยต้องผ่านเกณฑ์การประเมิน Rubrics (1-5) ผ่านระดับ 3 ขึ้นไป<br><input checked="" type="checkbox"/> ประเมินจากงานที่ได้รับมอบหมาย โดยต้องผ่าน |

| ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร (PLOs)   | กลยุทธ์การสอน/วิธีการจัดกระบวนการเรียนรู้                                                                                                                                                                                                                | กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ (K/S/A)                                                                                                                                                                                                                       | เครื่องมือการวัดและประเมินผลผลการเรียนรู้                                                                                                                                                                                                                                                       | เกณฑ์การบรรลุผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                  | <input checked="" type="checkbox"/> ศึกษา ค้นคว้าเพิ่มเติมโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ                                                                                                                                                                        | <input checked="" type="checkbox"/> สะท้อนคิด (KA) โดยการให้ คำ ถา ม ห รื อ กระบวนการให้ ม อ ง เ ห้ น ความถูกต้องและเหมาะสม<br><input checked="" type="checkbox"/> ตรวจวัดผลงาน (KS)<br><input checked="" type="checkbox"/> นำเสนอปากเปล่า (KSA)             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | เกณฑ์การประเมิน Rubrics (1-5) ผ่านระดับ 3 ขึ้นไป<br><input checked="" type="checkbox"/> ประเมินจากแผนการทดลองที่ได้รับมอบหมาย โดยต้องผ่านเกณฑ์การประเมิน Rubrics (1-5) ผ่านระดับ 3 ขึ้นไป                                                |
| PLO4 แสดงออกถึง การปฏิบัติตามจรรยาบรรณทางการตลาด | <input checked="" type="checkbox"/> บรรยาย แบบปฏิสัมพันธ์ให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในเรื่องคุณธรรม จริยธรรมในการทำงาน การทำงานร่วมกันผู้อื่น<br><input checked="" type="checkbox"/> ฝึกปฏิบัติ โดยการทำหนดโจทย์ปัญหาให้วิเคราะห์และนำเสนอ | <input checked="" type="checkbox"/> ทดสอบ (KS) โดยการทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน ประเมินผลระหว่างเรียนจากการทำกิจกรรมปฏิสัมพันธ์ และประเมินผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในแต่ละรายวิชา<br><input checked="" type="checkbox"/> สังเกต (SA) ประเมินโดยการสังเกตพฤติกรรม | <input checked="" type="checkbox"/> แบบทดสอบ<br><input checked="" type="checkbox"/> แบบสังเกตพฤติกรรม<br><input checked="" type="checkbox"/> กรณีศึกษา<br><input checked="" type="checkbox"/> ผลการประเมินจากหน่วยงานภายใน<br><input checked="" type="checkbox"/> ผลการประเมินจากหน่วยงานภายนอก | <input checked="" type="checkbox"/> ประเมินจากการทำแบบทดสอบ โดยต้องผ่านเกณฑ์การประเมินคะแนนมากกว่าร้อยละ 60<br><input checked="" type="checkbox"/> ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมและการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน โดยต้องผ่านเกณฑ์การประเมิน |

| ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร (PLOs) | กลยุทธ์การสอน/วิธีการจัดกระบวนการเรียนรู้                                                                                                                                                                       | กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ (K/S/A)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | เครื่องมือการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ | เกณฑ์การบรรลุผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                | <p><input checked="" type="checkbox"/> กรณีศึกษา โดยให้นักเรียนศึกษากรณีศึกษาที่กำหนดให้วิเคราะห์เป็นกลุ่มและหาข้อสรุปนำมาจัดทำเป็นเอกสารนำเสนอ</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> อภิปรายกลุ่มย่อย</p> | <p>และความร่วมมือในการลงมือปฏิบัติ</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> สะท้อนคิด (KA) โดยการใช้อำนาจในห้องเรียน กระบวนการให้มองเห็นความถูกต้องและเหมาะสม</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> ประเมินการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน (KA)</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> ประเมินพฤติกรรมการเข้าเรียนและการปฏิบัติตามกฎและกติกาของชั้นเรียน (A)</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> ประเมินพฤติกรรมการปฏิบัติงานทั้งภายในและภายนอก (A)</p> |                                         | <p>Rubrics (1-5) ผ่านระดับ 3 ขึ้นไป</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> ประเมินจากงานที่ได้รับมอบหมาย โดยต้องผ่านเกณฑ์การประเมิน Rubrics (1-5) ผ่านระดับ 3 ขึ้นไป</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> ประเมินจากหน่วยงานภายใน พิจารณาจากผลการทำงาน โดยต้องผ่านเกณฑ์การประเมิน Rubrics (1-5) ผ่านระดับ 3 ขึ้นไป</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> ประเมินจากหน่วยงานภายนอก พิจารณาจากผลการทำงาน โดยต้องผ่านเกณฑ์การประเมิน Rubrics (1-5) ผ่านระดับ 3 ขึ้นไป</p> |

| ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร (PLOs)                                                     | กลยุทธ์การสอน/วิธีการจัดกระบวนการเรียนรู้                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ (K/S/A)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | เครื่องมือการวัดและประเมินผลผลการเรียนรู้                                                                                                                                             | เกณฑ์การบรรลุผลผลการเรียนรู้                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| PLO5 แสดงออกถึงการใช้สื่อสารที่ดี มีจินตนาการ มีความคิดสร้างสรรค์ การรู้คิดจิตและการรู้เท่าทันสื่อ | <p><input checked="" type="checkbox"/> บรรยาย แบบปฏิสัมพันธ์ให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในห้องเรียน</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> ฝึกปฏิบัติ โดยกำหนดยุทธวิธีให้สร้างผลงานสร้างสรรค์ทางการตลาด</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> บทบาทสมมติ</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> จัดกิจกรรมเรียนรู้และทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน</p> | <p><input checked="" type="checkbox"/> ทดสอบ (KS) โดยการทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน ประเมินผลระหว่างเรียนจากการทำกิจกรรม ปฏิสัมพันธ์ และประเมินผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในแต่ละรายวิชา</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> สังเกต (SA) ประเมินโดยการสังเกตพฤติกรรมและความร่วมมือในการลงมือปฏิบัติ</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> สะท้อนคิด (KA) โดยการให้คำถามหรือการบอกให้มองเห็นความถูกต้องและเหมาะสม</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> ตรวจวัดผลงาน (KS)</p> | <p><input checked="" type="checkbox"/> แบบทดสอบ</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> แบบสังเกตพฤติกรรม</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> ผลงานสร้างสรรค์ทางการตลาด</p> | <p><input checked="" type="checkbox"/> ประเมินจากแบบทดสอบโดยจะต้องผ่านเกณฑ์การประเมินคะแนนมากกว่าร้อยละ 60</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> ประเมินโดยการสังเกตพฤติกรรมและความร่วมมือในการลงมือปฏิบัติ โดยต้องผ่านเกณฑ์การประเมิน Rubrics (1-5) ผ่านระดับ 3 ขึ้นไป</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> ประเมินจากงานที่ได้รับมอบหมาย โดยต้องผ่านเกณฑ์การประเมิน Rubrics (1-5) ผ่านระดับ 3 ขึ้นไป</p> |

| ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่<br>คาดหวังของหลักสูตร<br>(PLOs) | กลยุทธ์การสอน/วิธีการ<br>จัดกระบวนการเรียนรู้ | กลยุทธ์การประเมินผล<br>การเรียนรู้ (K/S/A)               | เครื่องมือการวัดและ<br>ประเมินผล<br>การเรียนรู้ | เกณฑ์การบรรลุผล<br>การเรียนรู้ |
|-------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|--------------------------------|
|                                                       |                                               | <input checked="" type="checkbox"/> นำเสนอปากเปล่า (KSA) |                                                 |                                |

### 3. วิธีการจัดกระบวนการเรียนรู้ตลอดชีวิต

หลักสูตรได้กำหนดทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตของนักศึกษา จากคำสั่งกระทรวงศึกษาธิการว่าด้วยการเรียนรู้อย่างตลอด

ชีวิต คือ การคิดสร้างสรรค์ คิดเป็นระบบ และการมีความรับผิดชอบ

| ทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต                                   | กลยุทธ์การจัดกระบวนการเรียนรู้                                                                                                                                                                 | กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1) คิดสร้างสรรค์<br>2) คิดเป็นระบบ<br>3) การมีความรับผิดชอบ | การสอนรายวิชาเอกบังคับ และวิชาเอกเลือกทุก<br>รายวิชา กำหนดให้ผู้สอนสอดแทรกทักษะการเรียนรู้<br>ตลอดชีวิต ในกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อปลูกฝัง<br>ทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตตามที่หลักสูตรกำหนดไว้ | 1. ประเมินผลจากพฤติกรรมการของผู้เรียนโดยใช้แบบ<br>ประเมินพฤติกรรม<br>2. ประเมินผลจากผลสัมฤทธิ์ ของงานที่ได้รับ<br>มอบหมายหรือที่ผู้เรียนสนใจในการศึกษา<br>3. ประเมินโดยผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในแต่ละกิจกรรมที่<br>ผู้เรียนปฏิบัติรวมทั้งการประเมินโดยผู้เรียนและสมาชิก<br>ในกลุ่ม |



## หมวด 5

## ความพร้อมและศักยภาพในการบริหารจัดการหลักสูตร

## 1. ความพร้อมด้านกายภาพ

- 1.1 มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคลากรและผู้เรียน
- 1.2 มีทรัพยากรทางด้านกายภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการเรียนการสอนอย่างเพียงพอ
- 1.3 มีโครงสร้างพื้นฐานด้านสาธารณูปโภคที่เหมาะสม และเพียงพอ

## 2. ความพร้อมด้านอาจารย์

## 2.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

| ที่ | ชื่อ-สกุล<br>ตำแหน่งทางวิชาการ<br>คุณวุฒิสูงสุด (สาขาวิชา)<br>สถาบันการศึกษา (ปีที่สำเร็จการศึกษา)                                                                                                                  | ผลงานทางวิชาการ<br>(ย้อนหลังภายใน 5 ปี)<br>(อย่างน้อย 1 ผลงาน)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.  | นางสาวลลินดา ราเต<br>ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (การตลาด)<br>กจ.ด.(การจัดการธุรกิจ)<br>มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต 2555<br>บธ.ม.(การตลาด)<br>มหาวิทยาลัยเอเซียอาคเนย์ 2540<br>บธ.บ.(การตลาด)<br>มหาวิทยาลัยเอเซียอาคเนย์ 2536 | ลลินดา ราเต. (2568). การพัฒนา<br>นวัตกรรมการตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่ม<br>ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองปราสาทเยอ ตำบล<br>ปราสาทเยอ อำเภอไพรบึง จังหวัดศรีสะเกษ.<br>การประชุมวิชาการระดับชาติ: นวัตกรรมและ<br>สร้างสรรค์สู่เป้าหมายการพัฒนามนุษย์และ<br>สังคมอย่างเท่าเทียม ครั้งที่ 9, 22 มกราคม<br>2568 คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ<br>รำไพพรรณี เล่มที่ 4 หน้าที่ 272-285. จัดโดย<br>สมาคมเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทาง<br>มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ |
| 2.  | นางสาวพรศิริ วิรุณพันธ์<br>ปร.ด.(การจัดการการตลาด)<br>มหาวิทยาลัยมหาสารคาม 2561<br>บธ.ม.(การตลาด)                                                                                                                   | พรศิริ วิรุณพันธ์. (2567). การพัฒนากล<br>ยุทธ์การตลาดดิจิทัลเพื่อสร้างความได้เปรียบ<br>ทางการแข่งขัน. มนุษยสังคมสาร (มสส.).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

| ที่ | ชื่อ-สกุล<br>ตำแหน่งทางวิชาการ<br>คุณวุฒิสูงสุด (สาขาวิชา)<br>สถาบันการศึกษา (ปีที่สำเร็จการศึกษา)                                                                                                      | ผลงานทางวิชาการ<br>(ย้อนหลังภายใน 5 ปี)<br>(อย่างน้อย 1 ผลงาน)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     | มหาวิทยาลัยศรีปทุม 2545<br>บธ.บ.(การตลาด)<br>มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ<br>2540                                                                                                                   | 22(1) , 161–180. (ประจำเดือน มกราคม–<br>เมษายน 2567 TCI ฐาน 1 ISSN 2774–1451).<br>สายัณห์ สืบปาง, วิมลศิริ สีหะวงษ์,<br>พรศิริ วิรุณพันธ์, ฉัตรชัย แก้วพิลา, วรณ โคตะ<br>และ สุวิทย์ ทิพอุเทน. (2567). ผลของระยะเวลา<br>การเก็บรักษาต่อองค์ประกอบทางเคมีของใบ<br>มันสำปะหลังอัดเม็ดและกลยุทธ์การตลาดด้าน<br>ราคา. วารสารแก่นเกษตร, 52(2) (ฉบับเพิ่มเติม<br>2567), 290–296. (ประจำเดือน กรกฎาคม –<br>สิงหาคม 2567) TCI ฐาน 1 ISSN 3027–6497). |
| 3.  | นายชูเกียรติ พงศ์พนาพิพัฒน์<br>บธ.ด.(การตลาด)<br>มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา 2559<br>บธ.ม.(บริหารธุรกิจ)<br>มหาวิทยาลัยรามคำแหง 2547<br>วท.บ.(เพาะเลี้ยง)<br>มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ<br>2545 | ชูเกียรติ พงศ์พนาพิพัฒน์. (2567).<br>นวัตกรรมการตลาดด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์<br>ใหม่ของแฉ้วฟ้าไหมศรีสะเกษเพื่อสร้างความ<br>ได้เปรียบในการแข่งขันที่มีผลต่อการพัฒนา<br>เศรษฐกิจ, 9(1). 501–510. (ประจำเดือน<br>มกราคม–เมษายน 2566 TCI ฐาน 2 ISSN<br>2697–4150)                                                                                                                                                                                   |
| 4.  | นางสาวบังอร สุขจันทร์<br>บธ.ม.(บริหารธุรกิจ)<br>มหาวิทยาลัยแม่โจ้ 2544<br>บธ.บ.(การตลาด)<br>มหาวิทยาลัยแม่โจ้ 2541                                                                                      | บังอร สุขจันทร์. (2568). กลยุทธ์ส่วน<br>ประสมทางการตลาดที่เหมาะสมสำหรับ<br>ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร เพื่อเพิ่มขีด<br>ความสามารถทางการแข่งขันของชุมชนบ้าน<br>หว้าน ตำบลน้ำคำ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ.<br>วารสารพุทธศาสตร์ มหาจุฬาลงกรณราช<br>วิทยาลัย.วิทยาเขตอุบลราชธานี. 7(1)<br>(ประจำเดือน มกราคม–เมษายน 2568 TCI2<br>ISSN 2774–0463). หน้า 223–236                                                                                        |

| ที่ | ชื่อ-สกุล<br>ตำแหน่งทางวิชาการ<br>คุณวุฒิสูงสุด (สาขาวิชา)<br>สถาบันการศึกษา (ปีที่สำเร็จการศึกษา)                                   | ผลงานทางวิชาการ<br>(ย้อนหลังภายใน 5 ปี)<br>(อย่างน้อย 1 ผลงาน)                                                                                                                                                                                                     |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 5.  | นางทิพย์พร นัตรนันท์<br>บธ.ม.(บริหารธุรกิจ)<br>มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี 2557<br>บธ.บ.(การจัดการการตลาด)<br>มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี 2555 | ทิพย์พร เพทราเวช. (2566). แนว<br>ทางการพัฒนาทักษะทางการตลาดและการ<br>จัดการช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนใน<br>จังหวัดศรีสะเกษ เพื่อยกระดับความสามารถ<br>ทางการแข่งขันในยุคปัจจุบัน, 21(1). 23-45.<br>(ประจำเดือน มกราคม-เมษายน 2566 TCI<br>ฐาน 1 ISSN 2673-0243) |

## 2.2 อาจารย์ประจำหลักสูตร

| ที่      | ชื่อ-สกุล<br>ตำแหน่งทางวิชาการ<br>คุณวุฒิสูงสุด (สาขาวิชา)<br>สถาบันการศึกษา<br>(ปีที่สำเร็จการศึกษา)                                                                                                              | ผลงานทางวิชาการ (ย้อนหลังภายใน 5 ปี)<br>(อย่างน้อย 1 ผลงาน) / ภาระงานสอน                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |          |          |          |         |                     |          |         |                                      |          |         |               |          |         |                                     |          |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------|----------|---------|---------------------|----------|---------|--------------------------------------|----------|---------|---------------|----------|---------|-------------------------------------|----------|
| 1.       | นางสาวลินดา ราเต<br>ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (การตลาด)<br>กจ.ด.(การจัดการธุรกิจ)<br>มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต 2555<br>บธ.ม.(การตลาด)<br>มหาวิทยาลัยเอเซียอาคเนย์ 2540<br>บธ.บ.(การตลาด)<br>มหาวิทยาลัยเอเซียอาคเนย์ 2536 | <p><b>1. ผลงานทางวิชาการ</b></p> <p>ลินดา ราเต. (2568). การพัฒนานวัตกรรม การตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองปราสาทเยอ ตำบลปราสาทเยอ อำเภอไพรบึง จังหวัดศรีสะเกษ. การประชุมวิชาการระดับชาติ: นวัตกรรมและสื่อสร้างสรรค์สู่เป้าหมายการพัฒนา มนุษย์และสังคมอย่างเท่าเทียม ครั้งที่ 9, 22 มกราคม 2568 คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี เล่มที่ 4 หน้าที่ 272-285. จัดโดย สมาคมเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์</p> <p><b>2. รายวิชาที่สอน</b></p> <table border="1" data-bbox="807 1294 1422 1697"> <thead> <tr> <th>รหัสวิชา</th><th>ชื่อวิชา</th><th>หน่วยกิต</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>3541104</td><td>หลักการตลาดสมัยใหม่</td><td>3(2-2-5)</td></tr> <tr> <td>3543127</td><td>การจัดนิทรรศการและ กิจกรรมทางการตลาด</td><td>3(2-2-5)</td></tr> <tr> <td>3542124</td><td>การตลาดบริการ</td><td>3(2-2-5)</td></tr> <tr> <td>3543501</td><td>การพัฒนาบุคลากรภาพ สำหรับนักการตลาด</td><td>3(2-2-5)</td></tr> </tbody> </table> | รหัสวิชา | ชื่อวิชา | หน่วยกิต | 3541104 | หลักการตลาดสมัยใหม่ | 3(2-2-5) | 3543127 | การจัดนิทรรศการและ กิจกรรมทางการตลาด | 3(2-2-5) | 3542124 | การตลาดบริการ | 3(2-2-5) | 3543501 | การพัฒนาบุคลากรภาพ สำหรับนักการตลาด | 3(2-2-5) |
| รหัสวิชา | ชื่อวิชา                                                                                                                                                                                                           | หน่วยกิต                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |          |          |          |         |                     |          |         |                                      |          |         |               |          |         |                                     |          |
| 3541104  | หลักการตลาดสมัยใหม่                                                                                                                                                                                                | 3(2-2-5)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |          |          |          |         |                     |          |         |                                      |          |         |               |          |         |                                     |          |
| 3543127  | การจัดนิทรรศการและ กิจกรรมทางการตลาด                                                                                                                                                                               | 3(2-2-5)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |          |          |          |         |                     |          |         |                                      |          |         |               |          |         |                                     |          |
| 3542124  | การตลาดบริการ                                                                                                                                                                                                      | 3(2-2-5)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |          |          |          |         |                     |          |         |                                      |          |         |               |          |         |                                     |          |
| 3543501  | การพัฒนาบุคลากรภาพ สำหรับนักการตลาด                                                                                                                                                                                | 3(2-2-5)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |          |          |          |         |                     |          |         |                                      |          |         |               |          |         |                                     |          |
| 2.       | นางสาวพรศิริ วิรุณพันธ์<br>ปร.ด.(การจัดการการตลาด)<br>มหาวิทยาลัยมหาสารคาม 2561<br>บธ.ม.(การตลาด)<br>มหาวิทยาลัยศรีปทุม 2545                                                                                       | <p><b>1. ผลงานทางวิชาการ</b></p> <p>พรศิริ วิรุณพันธ์. (2567). การพัฒนากลยุทธ์การตลาดดิจิทัลเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน. มนุษยสังคมสาร (มสส.). 22(1) ,</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |          |          |          |         |                     |          |         |                                      |          |         |               |          |         |                                     |          |

| ที่      | ชื่อ-สกุล<br>ตำแหน่งทางวิชาการ<br>คุณวุฒิสูงสุด (สาขาวิชา)<br>สถาบันการศึกษา<br>(ปีที่สำเร็จการศึกษา) | ผลงานทางวิชาการ (ย้อนหลังภายใน 5 ปี)<br>(อย่างน้อย 1 ผลงาน) / ภาระงานสอน                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |          |          |          |         |                     |          |         |                               |          |         |                          |          |         |                  |          |         |                    |          |         |                                               |          |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------|----------|---------|---------------------|----------|---------|-------------------------------|----------|---------|--------------------------|----------|---------|------------------|----------|---------|--------------------|----------|---------|-----------------------------------------------|----------|
|          | บธ.บ.(การตลาด)<br>มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ<br>2540                                            | 161-180. (ประจำเดือน มกราคม-เมษายน 2567 TCI ฐาน 1 ISSN 2774-1451).<br>สายัณห์ สืบผาง, วิมลศิริ สีหะวงษ์, พรศิริ วิรุณพันธ์, ฉัตรชัย แก้วพิลา, วรณ โคตะ และ สุวิทย์ ทิพอุเทน. (2567). ผลของระยะเวลาการเก็บรักษาต่อองค์ประกอบทางเคมีของไบโมันสำปะหลังอัดเม็ดและกลยุทธ์การตลาดด้านราคา. วารสารแก่นเกษตร, 52(2) (ฉบับเพิ่มเติม 2567), 290-296. (ประจำเดือน กรกฎาคม - สิงหาคม 2567) TCI ฐาน 1 ISSN 3027-6497).<br><b>2. รายวิชาที่สอน</b> <table border="1" data-bbox="807 1171 1420 1868"> <thead> <tr> <th>รหัสวิชา</th><th>ชื่อวิชา</th><th>หน่วยกิต</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>3541104</td><td>หลักการตลาดสมัยใหม่</td><td>3(2-2-5)</td></tr> <tr> <td>3542321</td><td>การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย</td><td>3(2-2-5)</td></tr> <tr> <td>3543122</td><td>การจัดการการตลาดสมัยใหม่</td><td>3(2-2-5)</td></tr> <tr> <td>3544908</td><td>สัมมนาทางการตลาด</td><td>3(2-2-5)</td></tr> <tr> <td>3543126</td><td>การจัดการตราสินค้า</td><td>3(2-2-5)</td></tr> <tr> <td>3542410</td><td>การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการและการวางแผนสื่อ</td><td>3(2-2-5)</td></tr> </tbody> </table> | รหัสวิชา | ชื่อวิชา | หน่วยกิต | 3541104 | หลักการตลาดสมัยใหม่ | 3(2-2-5) | 3542321 | การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย | 3(2-2-5) | 3543122 | การจัดการการตลาดสมัยใหม่ | 3(2-2-5) | 3544908 | สัมมนาทางการตลาด | 3(2-2-5) | 3543126 | การจัดการตราสินค้า | 3(2-2-5) | 3542410 | การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการและการวางแผนสื่อ | 3(2-2-5) |
| รหัสวิชา | ชื่อวิชา                                                                                              | หน่วยกิต                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |          |          |          |         |                     |          |         |                               |          |         |                          |          |         |                  |          |         |                    |          |         |                                               |          |
| 3541104  | หลักการตลาดสมัยใหม่                                                                                   | 3(2-2-5)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |          |          |          |         |                     |          |         |                               |          |         |                          |          |         |                  |          |         |                    |          |         |                                               |          |
| 3542321  | การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย                                                                         | 3(2-2-5)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |          |          |          |         |                     |          |         |                               |          |         |                          |          |         |                  |          |         |                    |          |         |                                               |          |
| 3543122  | การจัดการการตลาดสมัยใหม่                                                                              | 3(2-2-5)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |          |          |          |         |                     |          |         |                               |          |         |                          |          |         |                  |          |         |                    |          |         |                                               |          |
| 3544908  | สัมมนาทางการตลาด                                                                                      | 3(2-2-5)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |          |          |          |         |                     |          |         |                               |          |         |                          |          |         |                  |          |         |                    |          |         |                                               |          |
| 3543126  | การจัดการตราสินค้า                                                                                    | 3(2-2-5)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |          |          |          |         |                     |          |         |                               |          |         |                          |          |         |                  |          |         |                    |          |         |                                               |          |
| 3542410  | การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการและการวางแผนสื่อ                                                         | 3(2-2-5)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |          |          |          |         |                     |          |         |                               |          |         |                          |          |         |                  |          |         |                    |          |         |                                               |          |
| 3.       | นายชูเกียรติ พงศ์พนาพิพัฒน์<br>บธ.ด.(การตลาด)<br>มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา 2559                     | <b>1. ผลงานทางวิชาการ</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |          |          |          |         |                     |          |         |                               |          |         |                          |          |         |                  |          |         |                    |          |         |                                               |          |

| ที่      | ชื่อ-สกุล<br>ตำแหน่งทางวิชาการ<br>คุณวุฒิสูงสุด (สาขาวิชา)<br>สถาบันการศึกษา<br>(ปีที่สำเร็จการศึกษา)                | ผลงานทางวิชาการ (ย้อนหลังภายใน 5 ปี)<br>(อย่างน้อย 1 ผลงาน) /ภาระงานสอน                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |          |          |          |         |                |          |         |                                                              |          |         |                                   |          |         |                                  |          |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------|----------|---------|----------------|----------|---------|--------------------------------------------------------------|----------|---------|-----------------------------------|----------|---------|----------------------------------|----------|
|          | บธ.ม.(บริหารธุรกิจ)<br>มหาวิทยาลัยรามคำแหง 2547<br>วท.บ.(เพาะเลี้ยง)<br>มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล<br>กรุงเทพฯ 2545 | ชูเกียรติ พงศ์พัฒนาพิพัฒน์. (2567).<br>นวัตกรรมการตลาดด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่<br>ของแว่นผ้าไหมศรีสะเกษเพื่อสร้างความได้เปรียบใน<br>การแข่งขันที่มีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ, 9(1).<br>501-510. (ประจำเดือน มกราคม-เมษายน 2568<br>TCI ฐาน 2 ISSN 2697-4150)<br><b>2.รายวิชาที่สอน</b><br><table border="1" data-bbox="807 943 1422 1520"> <thead> <tr> <th>รหัสวิชา</th><th>ชื่อวิชา</th><th>หน่วยกิต</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>3542123</td><td>กลยุทธ์การตลาด</td><td>3(2-2-5)</td></tr> <tr> <td>3543505</td><td>การจัดการความ<br/>สัมพันธ์ลูกค้าและ<br/>การตลาดบน<br/>ฐานข้อมูล</td><td>3(2-2-5)</td></tr> <tr> <td>3543504</td><td>นวัตกรรมการตลาด<br/>เชิงสร้างสรรค์</td><td>3(2-2-5)</td></tr> <tr> <td>3543124</td><td>การตลาดชุมชนเพื่อ<br/>ความยั่งยืน</td><td>3(2-2-5)</td></tr> </tbody> </table> | รหัสวิชา | ชื่อวิชา | หน่วยกิต | 3542123 | กลยุทธ์การตลาด | 3(2-2-5) | 3543505 | การจัดการความ<br>สัมพันธ์ลูกค้าและ<br>การตลาดบน<br>ฐานข้อมูล | 3(2-2-5) | 3543504 | นวัตกรรมการตลาด<br>เชิงสร้างสรรค์ | 3(2-2-5) | 3543124 | การตลาดชุมชนเพื่อ<br>ความยั่งยืน | 3(2-2-5) |
| รหัสวิชา | ชื่อวิชา                                                                                                             | หน่วยกิต                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |          |          |          |         |                |          |         |                                                              |          |         |                                   |          |         |                                  |          |
| 3542123  | กลยุทธ์การตลาด                                                                                                       | 3(2-2-5)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |          |          |          |         |                |          |         |                                                              |          |         |                                   |          |         |                                  |          |
| 3543505  | การจัดการความ<br>สัมพันธ์ลูกค้าและ<br>การตลาดบน<br>ฐานข้อมูล                                                         | 3(2-2-5)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |          |          |          |         |                |          |         |                                                              |          |         |                                   |          |         |                                  |          |
| 3543504  | นวัตกรรมการตลาด<br>เชิงสร้างสรรค์                                                                                    | 3(2-2-5)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |          |          |          |         |                |          |         |                                                              |          |         |                                   |          |         |                                  |          |
| 3543124  | การตลาดชุมชนเพื่อ<br>ความยั่งยืน                                                                                     | 3(2-2-5)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |          |          |          |         |                |          |         |                                                              |          |         |                                   |          |         |                                  |          |
| 4.       | นางสาวบังอร สุขจันทร์<br>บธ.ม.(บริหารธุรกิจ)<br>มหาวิทยาลัยแม่โจ้ 2544<br>บธ.บ.(การตลาด)<br>มหาวิทยาลัยแม่โจ้ 2541   | <b>1. ผลงานทางวิชาการ</b><br>บังอร สุขจันทร์. (2568). กลยุทธ์ส่วน<br>ประสมทางการตลาดที่เหมาะสมสำหรับผลิตภัณฑ์<br>ทางเกษตร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการ<br>แข่งขันของชุมชนบ้านห้วย ตำบลน้ำคำ อำเภอเมือง<br>จังหวัดศรีสะเกษ.วารสารพุทธศาสตร์ มหาจุฬาลง<br>กรณราชวิทยาลัย.วิทยาเขตอุบลราชธานี. 7(1)<br>(ประจำเดือน มกราคม-เมษายน 2568 TCI2 ISSN<br>2774-0463). หน้า 223-236                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |          |          |          |         |                |          |         |                                                              |          |         |                                   |          |         |                                  |          |

| ที่      | ชื่อ-สกุล<br>ตำแหน่งทางวิชาการ<br>คุณวุฒิสูงสุด (สาขาวิชา)<br>สถาบันการศึกษา<br>(ปีที่สำเร็จการศึกษา)                                                                                          | ผลงานทางวิชาการ (ย้อนหลังภายใน 5 ปี)<br>(อย่างน้อย 1 ผลงาน) /ภาระงานสอน                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |          |          |          |         |                                    |          |         |                               |          |         |                           |          |         |                 |          |         |                                    |          |         |                             |          |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------|----------|---------|------------------------------------|----------|---------|-------------------------------|----------|---------|---------------------------|----------|---------|-----------------|----------|---------|------------------------------------|----------|---------|-----------------------------|----------|
|          |                                                                                                                                                                                                | <p>2.รายวิชาที่สอน</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>รหัสวิชา</th><th>ชื่อวิชา</th><th>หน่วยกิต</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>3541104</td><td>หลักการตลาดสมัยใหม่</td><td>3(2-2-5)</td></tr> <tr> <td>3541105</td><td>พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล</td><td>3(2-2-5)</td></tr> <tr> <td>3542121</td><td>การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา</td><td>3(2-2-5)</td></tr> <tr> <td>3543901</td><td>การวิจัยการตลาด</td><td>3(2-2-5)</td></tr> <tr> <td>3543125</td><td>การตลาดระหว่างประเทศ และการตลาดโลก</td><td>3(2-2-5)</td></tr> <tr> <td>3542322</td><td>การจัดการขายและเทคนิคการขาย</td><td>3(2-2-5)</td></tr> </tbody> </table> | รหัสวิชา | ชื่อวิชา | หน่วยกิต | 3541104 | หลักการตลาดสมัยใหม่                | 3(2-2-5) | 3541105 | พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล | 3(2-2-5) | 3542121 | การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา | 3(2-2-5) | 3543901 | การวิจัยการตลาด | 3(2-2-5) | 3543125 | การตลาดระหว่างประเทศ และการตลาดโลก | 3(2-2-5) | 3542322 | การจัดการขายและเทคนิคการขาย | 3(2-2-5) |
| รหัสวิชา | ชื่อวิชา                                                                                                                                                                                       | หน่วยกิต                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |          |          |          |         |                                    |          |         |                               |          |         |                           |          |         |                 |          |         |                                    |          |         |                             |          |
| 3541104  | หลักการตลาดสมัยใหม่                                                                                                                                                                            | 3(2-2-5)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |          |          |          |         |                                    |          |         |                               |          |         |                           |          |         |                 |          |         |                                    |          |         |                             |          |
| 3541105  | พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล                                                                                                                                                                  | 3(2-2-5)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |          |          |          |         |                                    |          |         |                               |          |         |                           |          |         |                 |          |         |                                    |          |         |                             |          |
| 3542121  | การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา                                                                                                                                                                      | 3(2-2-5)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |          |          |          |         |                                    |          |         |                               |          |         |                           |          |         |                 |          |         |                                    |          |         |                             |          |
| 3543901  | การวิจัยการตลาด                                                                                                                                                                                | 3(2-2-5)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |          |          |          |         |                                    |          |         |                               |          |         |                           |          |         |                 |          |         |                                    |          |         |                             |          |
| 3543125  | การตลาดระหว่างประเทศ และการตลาดโลก                                                                                                                                                             | 3(2-2-5)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |          |          |          |         |                                    |          |         |                               |          |         |                           |          |         |                 |          |         |                                    |          |         |                             |          |
| 3542322  | การจัดการขายและเทคนิคการขาย                                                                                                                                                                    | 3(2-2-5)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |          |          |          |         |                                    |          |         |                               |          |         |                           |          |         |                 |          |         |                                    |          |         |                             |          |
| 5.       | <p>นางทิฆัมพร ฉัตรนันทภรณ์<br/>           บธ.ม.(บริหารธุรกิจ)<br/>           มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี 2557<br/>           บธ.บ.(การจัดการการตลาด)<br/>           มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี 2555</p> | <p>1. ผลงานทางวิชาการ</p> <p>ทิฆัมพร เพทราเวช. (2566). แนวทางการพัฒนาทักษะทางการตลาดและการจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนในจังหวัดศรีสะเกษ เพื่อยกระดับความสามารถทางการแข่งขันในยุคปัจจุบัน, 21 (1). 23-45. (ประจำเดือน มกราคม-เมษายน 2566 TCI ฐาน 1 ISSN 2673-0243)</p> <p>2. รายวิชาที่สอน</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>รหัสวิชา</th><th>ชื่อวิชา</th><th>หน่วยกิต</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>3502102</td><td>เส้นทางสู่ผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล</td><td>3(2-2-5)</td></tr> <tr> <td>3541104</td><td>หลักการตลาดสมัยใหม่</td><td>3(2-2-5)</td></tr> </tbody> </table>                                     | รหัสวิชา | ชื่อวิชา | หน่วยกิต | 3502102 | เส้นทางสู่ผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล | 3(2-2-5) | 3541104 | หลักการตลาดสมัยใหม่           | 3(2-2-5) |         |                           |          |         |                 |          |         |                                    |          |         |                             |          |
| รหัสวิชา | ชื่อวิชา                                                                                                                                                                                       | หน่วยกิต                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |          |          |          |         |                                    |          |         |                               |          |         |                           |          |         |                 |          |         |                                    |          |         |                             |          |
| 3502102  | เส้นทางสู่ผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล                                                                                                                                                             | 3(2-2-5)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |          |          |          |         |                                    |          |         |                               |          |         |                           |          |         |                 |          |         |                                    |          |         |                             |          |
| 3541104  | หลักการตลาดสมัยใหม่                                                                                                                                                                            | 3(2-2-5)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |          |          |          |         |                                    |          |         |                               |          |         |                           |          |         |                 |          |         |                                    |          |         |                             |          |

| ที่ | ชื่อ-สกุล<br>ตำแหน่งทางวิชาการ<br>คุณวุฒิสูงสุด (สาขาวิชา)<br>สถาบันการศึกษา<br>(ปีที่สำเร็จการศึกษา) | ผลงานทางวิชาการ (ย้อนหลังภายใน 5 ปี)<br>(อย่างน้อย 1 ผลงาน) /ภาระงานสอน |                                                  |          |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|----------|
|     |                                                                                                       | 3542122                                                                 | การตลาดดิจิทัล                                   | 3(2-2-5) |
|     |                                                                                                       | 3544111                                                                 | การวางแผนการตลาด<br>เพื่อการแข่งขันทาง<br>ธุรกิจ | 3(2-2-5) |
|     |                                                                                                       | 3543502                                                                 | การออกแบบสื่อ<br>มัลติมีเดียและกราฟิก<br>ดีไซน์  | 3(2-2-5) |
|     |                                                                                                       | 3543506                                                                 | การจัดการค่าปลีกและ<br>ค่าส่งในยุคดิจิทัล        | 3(2-2-5) |
|     |                                                                                                       | 3543509                                                                 | การออกแบบเนื้อหาบน<br>การตลาดดิจิทัล             | 3(2-2-5) |
|     |                                                                                                       | 3544505                                                                 | การจัดการสื่อโฆษณา<br>แฝงในบรรยากาศ              | 3(2-2-5) |
|     |                                                                                                       | 3544803                                                                 | การเตรียมฝึกประสบการณ์<br>วิชาชีพการตลาด         | 1(60)    |
|     |                                                                                                       | 3544804                                                                 | การฝึกประสบการณ์<br>วิชาชีพการตลาด               | 6(600)   |
|     |                                                                                                       | 6003801                                                                 | เตรียมสหกิจศึกษา                                 | 1(60)    |
|     |                                                                                                       | 6004801                                                                 | สหกิจศึกษา                                       | 6(600)   |



### 2.3 อาจารย์ผู้สอน

| ที่ | ชื่อ-สกุล<br>ตำแหน่งทางวิชาการ<br>คุณวุฒิสูงสุด (สาขาวิชา)<br>สถาบันการศึกษา (ปีที่สำเร็จ<br>การศึกษา)                                                                                                                     | สังกัดสาขาวิชา<br>คณะ                                                                  | รหัสวิชา ชื่อรายวิชา<br>ที่สอนในหลักสูตร |                                                         |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| 1.  | นางญาณิศา ศรีบุญเรือง<br>ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (บัญชี)<br>กจ.ด.(การจัดการธุรกิจ)<br>มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต<br>2555<br>บธ.ม.(การบริหาร)<br>มหาวิทยาลัยรามคำแหง 2546<br>บธ.บ.(การบัญชีต้นทุน)<br>มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย 2538 | สาขาวิชาการ<br>บริหารธุรกิจระหว่าง<br>ประเทศ<br>คณะบริหารธุรกิจ<br>และการบัญชี         | รหัส<br>วิชา                             | ชื่อวิชา                                                |
|     |                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                        | 3521114                                  | หลักการบัญชี                                            |
| 2.  | ผศ.พนิดา พานิชกุล<br>วท.ม.(เทคโนโลยีสารสนเทศ)<br>มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระ<br>จอมเกล้าธนบุรี 2552<br>บธ.บ.(คอมพิวเตอร์ธุรกิจ)<br>มหาวิทยาลัยกรุงเทพ 2544                                                                     | สาขาวิชา<br>คอมพิวเตอร์ธุรกิจ<br>และเทคโนโลยีดิจิทัล<br>คณะบริหารธุรกิจ<br>และการบัญชี | รหัสวิชา                                 | ชื่อวิชา                                                |
|     |                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                        | 3501203                                  | การรู้ดิจิทัลและการ<br>ประยุกต์ใช้ในงาน<br>บริหารธุรกิจ |
| 3.  | ผศ.เพ็ญลักษณ์ อ่อนทรง<br>ศ.ม.(เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ)<br>มหาวิทยาลัยหอการค้า 2544<br>บธ.บ.(บริหารการเงิน)<br>มหาวิทยาลัยหอการค้า 2535                                                                                           | สาขาวิชาการจัด<br>การธุรกิจการค้า<br>สมัยใหม่<br>คณะบริหารธุรกิจ<br>และการบัญชี        | รหัสวิชา                                 | ชื่อวิชา                                                |
|     |                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                        | 3591115                                  | หลักเศรษฐศาสตร์                                         |
|     |                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                        | 3531108                                  | การเงินธุรกิจ                                           |

| ที่ | ชื่อ-สกุล<br>ตำแหน่งทางวิชาการ<br>คุณวุฒิสูงสุด (สาขาวิชา)<br>สถาบันการศึกษา (ปีที่สำเร็จ<br>การศึกษา)                                             | สังกัดสาขาวิชา<br>คณะ                               | รหัสวิชา ชื่อรายวิชา<br>ที่สอนในหลักสูตร |                                             |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------|---------------------------------------------|
| 4   | นางสาวสุดาทิพย์ เกษจอย<br>ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (บัญชี)<br>บช.ม.<br>มหาวิทยาลัยมหาสารคาม 2554<br>บช.บ.(การบัญชี)<br>มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี<br>2551 | สาขาวิชาการบัญชี<br>คณะบริหารธุรกิจ<br>และการบัญชี  | รหัสวิชา<br>3503102                      | ชื่อวิชา<br>การภาษีอากรและ<br>กฎหมายธุรกิจ  |
| 5   | ผศ.พิมพ์ลภัส เลียงหวาน<br>น.ม.(กฎหมายมหาชน)<br>มหาวิทยาลัยรามคำแหง 2548<br>น.บ.(นิติศาสตร์)<br>มหาวิทยาลัยราชธานี 2546                             | สาขานิติศาสตร์<br>วิทยาลัยกฎหมาย<br>และการปกครอง    | รหัสวิชา<br>3503102                      | ชื่อวิชา<br>การภาษีอากรและ<br>กฎหมายธุรกิจ  |
| 6   | อาจารย์ลลนา ยุกต์วัฒนพงศ์<br>บธ.ม.(บริหารธุรกิจ)<br>มหาวิทยาลัยรามคำแหง 2545<br>บธ.บ.(การจัดการทั่วไป)<br>มหาวิทยาลัยรามคำแหง 2542                 | สาขาวิชาการจัดการ<br>คณะบริหารธุรกิจ<br>และการบัญชี | รหัสวิชา<br>3502202                      | ชื่อวิชา<br>การเป็นผู้ประกอบ<br>การรุ่นใหม่ |
| 7   | ผศ.จิตติมา พลศักดิ์<br>บธ.ม.(การบริหารองค์การและ<br>การจัดการ)<br>มหาวิทยาลัยศรีปทุม 2543<br>บธ.บ.(การเงิน)<br>มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต<br>2538     | สาขาวิชาการจัดการ<br>คณะบริหารธุรกิจ<br>และการบัญชี | รหัส<br>วิชา<br>3561111                  | ชื่อวิชา<br>องค์การและการ<br>จัดการยุคใหม่  |

| ที่ | ชื่อ-สกุล<br>ตำแหน่งทางวิชาการ<br>คุณวุฒิสูงสุด (สาขาวิชา)<br>สถาบันการศึกษา (ปีที่สำเร็จ<br>การศึกษา)                                                                                          | สังกัดสาขาวิชา<br>คณะ                                                       | รหัสวิชา ชื่อรายวิชา<br>ที่สอนในหลักสูตร |                                 |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|---------------------------------|
| 8   | ผศ.ดร.วิมล หลักรัตน์<br>กจ.ด.(การจัดการธุรกิจ)<br>มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต<br>2555<br>บธ.ม.(บริหารธุรกิจ)<br>มหาวิทยาลัยรามคำแหง 2542<br>ศศ.บ.(การจัดการทั่วไป)<br>วิทยาลัยครูอุบลราชธานี 2539 | สาขาวิชาการจัดการ<br>คณะบริหารธุรกิจ<br>และการบัญชี                         | รหัส<br>วิชา                             | ชื่อวิชา                        |
|     |                                                                                                                                                                                                 |                                                                             | 3561111                                  | องค์ การและการ<br>จัดการยุคใหม่ |
| 9   | อาจารย์เกษม เปนาละวัด<br>ศศ.ม.(เศรษฐศาสตร์การเมือง)<br>จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย<br>2556<br>ศ.บ.(เศรษฐศาสตร์)<br>มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล<br>2547                                                    | สาขาวิชาการจัดการ<br>ธุรกิจการค้าสมัยใหม่<br>คณะบริหารธุรกิจ<br>และการบัญชี | รหัสวิชา                                 | ชื่อวิชา                        |
|     |                                                                                                                                                                                                 |                                                                             | 3591115                                  | หลักเศรษฐศาสตร์                 |
|     |                                                                                                                                                                                                 |                                                                             | 3531108                                  | การเงินธุรกิจ                   |

### 3. ความพร้อมด้านงบประมาณ

#### 3.1 งบประมาณรายรับ

รายละเอียดการประมาณการรายรับในหลักสูตรเป็นรายปี (หน่วย : บาท)

| รายรับ                             | ปีงบประมาณ พ.ศ. |           |           |           |           |
|------------------------------------|-----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
|                                    | 2569            | 2570      | 2571      | 2572      | 2573      |
| งบบำรุงการศึกษาและ<br>ค่าลงทะเบียน | 480,000         | 960,000   | 1,440,000 | 1,920,000 | 1,920,000 |
| งบประมาณแผ่นดิน                    | 24,000          | 48,000    | 72,000    | 96,000    | 96,000    |
| รวม                                | 504,000         | 1,008,000 | 1,512,000 | 2,016,000 | 2,016,000 |

#### 3.2 งบประมาณรายจ่าย

รายละเอียดการประมาณการรายจ่ายในหลักสูตรเป็นรายปี (หน่วย : บาท)

ใช้งบประมาณของหลักสูตร สาขาวิชา คณะดังนี้

| หมวดรายจ่าย              | ปีงบประมาณ พ.ศ. |           |           |           |           |
|--------------------------|-----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
|                          | 2568            | 2569      | 2570      | 2571      | 2572      |
| งบดำเนินการ              | 210,000         | 330,000   | 450,000   | 580,000   | 580,000   |
| หมวดค่าตอบแทน            | 30,000          | 60,000    | 90,000    | 120,000   | 120,000   |
| หมวดค่าใช้สอย            | 150,000         | 180,000   | 210,000   | 250,000   | 250,000   |
| หมวดรายจ่าย              | ปีงบประมาณ พ.ศ. |           |           |           |           |
|                          | 2568            | 2569      | 2570      | 2571      | 2572      |
| หมวดค่าวัสดุ             | 30,000          | 90,000    | 150,000   | 210,000   | 210,000   |
| หมวด                     |                 |           |           |           |           |
| สาธารณูปโภค              | –               | –         | –         | –         | –         |
| งบเงินอุดหนุน            | 150,000         | 300,000   | 450,000   | 600,000   | 600,000   |
| รวมงบประมาณรายจ่าย       | 360,000         | 630,000   | 900,000   | 1,180,000 | 1,180,000 |
| จำนวนนักศึกษา            | 30              | 60        | 90        | 120       | 120       |
| ค่าใช้จ่ายต่อหัวนักศึกษา | 12,000.00       | 10,500.00 | 10,000.00 | 9,833.33  | 9,833.33  |

#### 4. ความพร้อมด้านการบริหารจัดการ

##### 4.1 การบริหารจัดการหลักสูตร

- 1) มีอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตรเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรีที่คณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษากำหนด
- 2) มีการดำเนินงานในการบริหารหลักสูตรกำกับมาตรฐานหลักสูตรให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรีและมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา
- 3) มีการประเมินคุณภาพบัณฑิตให้เป็นไปตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาโดยพิจารณาจากผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร
- 4) มีการปรับปรุงหลักสูตรตามความเหมาะสมกับสถานการณ์หรือทุก 5 ปี โดยใช้กระบวนการออกแบบหลักสูตรตามแนวทาง OBE และมีผลลัพธ์การเรียนรู้สอดคล้องกับมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาครบทุกด้านตามที่คณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษากำหนด

##### 4.2 การพัฒนาอาจารย์

###### 1) การเตรียมการสำหรับอาจารย์ใหม่

- 1.1 มีการปฐมนิเทศอาจารย์ใหม่ เพื่อให้เข้าใจนโยบาย ระเบียบ ข้อบังคับของมหาวิทยาลัย คณะ/วิทยาลัย และการบริหารหลักสูตร
- 1.2 มีการแนะนำการจัดการเรียนรู้ เพื่อให้อาจารย์ใหม่สามารถถ่ายทอดความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และจัดการประเมินการเรียนรู้ได้อย่างเหมาะสม

###### 2) การพัฒนาความรู้และทักษะให้แก่คณาจารย์

- 2.1 ส่งเสริมอาจารย์ให้มีการเพิ่มพูนความรู้ สร้างเสริมประสบการณ์เพื่อส่งเสริมการจัดการเรียนรู้และการวิจัยอย่างต่อเนื่อง
- 2.2 สนับสนุนด้านการศึกษาต่อ ฝึกอบรม สัมมนา ศึกษาดูงานทางวิชาการและวิชาชีพ และเข้าร่วมประชุมทางวิชาการทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- 2.3 การเพิ่มพูนทักษะการจัดการเรียนรู้ สมรรถนะ และค่านิยม เพื่อให้สามารถถ่ายทอดความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และจัดการประเมินผลการเรียนรู้ได้อย่างเหมาะสม
- 2.4 ส่งเสริมอาจารย์เข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ โดยการบูรณาการงานวิจัยกับการจัดการเรียนรู้ และมีส่วนร่วมในการบริการวิชาการ

##### 4.3 การพัฒนาบุคลากรสายสนับสนุน

- 1) มีการกำหนดสมรรถนะ ความสามารถของบุคลากรสายสนับสนุนที่ชัดเจนเกี่ยวข้องกับความสามารถในการบริการผู้เรียน

2) ส่งเสริมให้บุคลากรสายสนับสนุนให้มีการเพิ่มพูนความรู้เพื่อให้บริการ การช่วยเหลือผู้เรียน และปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง

3) สนับสนุนให้บุคลากรสายสนับสนุนได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้การทำงานกับหน่วยงานอื่น เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพและคุณภาพการบริการผู้เรียน

4) ส่งเสริมให้บุคลากรสายสนับสนุนเข้าสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้น การพัฒนางานประจำสู่การวิจัย การสร้างสรรค์นวัตกรรมการให้บริการ และมีส่วนร่วมในกิจกรรมบริการวิชาการ

#### 4.4 สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

- 1) มีระบบสนับสนุนการเรียนรู้ที่ทันสมัยเหมาะสมกับสาขาวิชาและรายวิชาที่เปิดสอน
- 2) มีสิ่งสนับสนุนและแหล่งการเรียนรู้ที่ตอบสนองต่อการจัดการเรียนรู้ที่เหมาะสมและเพียงพอ
- 3) มีการบำรุงรักษาให้มีความพร้อมต่อการใช้งานอย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพ
- 4) มีเครือข่ายความร่วมมือในการจัดการศึกษา การวิจัยและการสร้างนวัตกรรมกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม

#### 4.5 ระบบการรับฟัง การวิเคราะห์ และการตอบสนองความต้องการของผู้เรียน ผู้ใช้บัณฑิต และสังคม

- 1) มีระบบและกลไกในการจัดการข้อร้องเรียน โดยมีกระบวนการและช่องทางการรับแจ้งข้อร้องเรียน
- 2) สำนักรวบรวมความต้องการของตลาดแรงงาน คุณลักษณะของบัณฑิตที่พึงประสงค์และความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต และนำมาวิเคราะห์ผลเพื่อใช้ในการปรับปรุงหลักสูตร

## หมวด 6

### คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

#### 1. คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษาให้เป็นไปตามข้อบังคับของมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ ว่าด้วยการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565 หมวด 3

ข้อ 12 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

- 1) เป็นผู้ยึดมั่นในการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข
- 2) สำเร็จการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า หรือชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพหรือเทียบเท่า หรือชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงหรือเทียบเท่าตามหลักสูตรที่ได้รับการรับรองจากกระทรวงศึกษาธิการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องก่อนวันที่เข้าศึกษาในมหาวิทยาลัย
- 3) เป็นผู้ไม่มีโรคติดต่อร้ายแรง โรคที่สังคมรังเกียจ หรือโรคสำคัญที่เป็นอุปสรรคต่อการศึกษา
- 4) มีคุณสมบัติอื่นครบถ้วนตามประกาศของมหาวิทยาลัย

#### 2. การรับเข้าเป็นนักศึกษา

การรับเข้าเป็นนักศึกษาให้เป็นไปตามข้อบังคับของมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ ว่าด้วยการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565 หมวด 3

ข้อ 13 การรับเข้าเป็นนักศึกษา

จำนวนนักศึกษาที่จะรับเข้าให้เป็นไปตามที่สภามหาวิทยาลัยเห็นชอบตามแผนการรับนักศึกษาใหม่ ทั้งนี้ การกำหนดการ วิธีการรับเข้าศึกษา และการคัดเลือกให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

#### 3. แผนการรับนักศึกษาและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี

| ระดับชั้นปี                          | จำนวนนักศึกษาในแต่ละปีการศึกษา |      |      |      |      |
|--------------------------------------|--------------------------------|------|------|------|------|
|                                      | 2569                           | 2570 | 2571 | 2572 | 2573 |
| ชั้นปีที่ 1                          | 30                             | 30   | 30   | 30   | 30   |
| ชั้นปีที่ 2                          | –                              | 30   | 30   | 30   | 30   |
| ชั้นปีที่ 3                          | –                              | –    | 30   | 30   | 30   |
| ชั้นปีที่ 4                          | –                              | –    | –    | 30   | 30   |
| รวมจำนวนนักศึกษา                     | 30                             | 60   | 90   | 120  | 120  |
| จำนวนบัณฑิตที่คาดว่าจะสำเร็จการศึกษา | –                              | –    | –    | 30   | 30   |

## หมวด 7

### การประเมินผลการเรียนและเกณฑ์การสำเร็จการศึกษา

#### 1. หลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน (เกรด)

การวัดผลและประเมินผลให้เป็นไปตามข้อบังคับของมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ ว่าด้วยการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565

#### 2. การประเมินผลการเรียน

##### 2.1 กระบวนการประเมินผลการเรียน

หลักสูตรมีแนวทางการประเมินผลการเรียน เพื่อให้มั่นใจว่านักศึกษาทุกคนสามารถบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ที่หลักสูตรและรายวิชาคาดหวัง ดังนี้

1) การวางแผนหลักสูตรกำหนดวิธีการประเมินผลการเรียนรายวิชาที่หลากหลายและสอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา โดยมีการกำหนดระยะเวลาการประเมิน ข้อกำหนด และเกณฑ์การให้คะแนนและการตัดเกรดที่ชัดเจน ถูกต้อง เชื่อถือได้และเป็นธรรมในการประเมิน

2) การดำเนินการ โดยจัดทำกลยุทธ์การจัดการเรียนรู้และการประเมินผลการเรียนรู้อย่างเป็นระบบตามรูปแบบที่คณะหรือมหาวิทยาลัยกำหนด แจ้งวิธีการประเมินผลการเรียนให้นักศึกษารับทราบ ดำเนินการจัดการเรียนรู้ และประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้

3) การตรวจสอบการจัดการเรียนรู้ โดยการประเมินจากความคิดเห็นของนักศึกษาและอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรด้วยกระบวนการทวนสอบผลลัพธ์การเรียนรู้

4) มีการทบทวนเพื่อนำไปปรับปรุงกระบวนการจัดการเรียนรู้และการประเมินผลการเรียนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าสอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้

##### 2.2 กระบวนการทวนสอบผลลัพธ์การเรียนรู้

การประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ที่กำหนดในหลักสูตรแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้

##### 1) ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (Course Learning Outcomes: CLOs)

หลักสูตรกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชาทุกรายวิชาที่เปิดสอน โดยต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการเรียนรู้ของรายวิชา เลือกระดับการเรียนรู้ที่เหมาะสมตาม Bloom's Taxonomy และแสดงความสัมพันธ์เชื่อมโยงระหว่างผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา กับ ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร

อาจารย์ผู้สอนกำหนดกระบวนการจัดการเรียนรู้ที่เหมาะสมในรายวิชานั้น ๆ เพื่อให้บรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา โดยเลือกเทคนิคการเรียนรู้ เทคนิคการวัดและประเมินผลที่หลากหลายและสอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชาที่กำหนด ดำเนินการจัดการเรียนรู้ตาม



กลยุทธ์การจัดการเรียนรู้และวิธีการประเมินผลการเรียนรายวิชาที่กำหนด หลังจากนั้นทวนสอบผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชาที่กำหนดไว้ในแต่ละรายวิชา จากผลสอบ ผลประเมินกิจกรรมการเรียนรู้ แล้วสรุปผลการจัดการเรียนรู้ และผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชาตามรูปแบบที่คณะหรือมหาวิทยาลัยกำหนด

## 2) ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังเมื่อสิ้นปีการศึกษา (Yearly Learning Outcomes: YLOs)

หลักสูตรประเมินแบบทางตรง (Direct Assessment) โดยประเมินคะแนนหรือผลการเรียนของนักศึกษาจากกระบวนการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชาที่เปิดสอนในปีการศึกษานั้นๆ และทวนสอบผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังเมื่อสิ้นปีการศึกษาตามที่หลักสูตรกำหนด

## 3) ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLOs)

หลักสูตรกำหนดเกณฑ์การประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร จากนั้นดำเนินการประเมินทั้งแบบทางตรง (Direct Assessment) และแบบทางอ้อม (Indirect Assessment) โดยประเมินแบบทางตรงจากการประเมินคะแนนหรือผลการเรียนของนักศึกษาจากกระบวนการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชาตามที่กำหนดการกระจายความรับผิดชอบการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา และผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังเมื่อสิ้นปีการศึกษา

ส่วนการประเมินแบบทางอ้อมจากการสำรวจกลุ่มนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาแล้วไม่เกิน 1 ปี (กลุ่มบัณฑิต) ต่อผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรเพื่อสะท้อนระดับความรู้ความสามารถทักษะและทัศนคติที่ส่งผลต่อการนำไปใช้ในการทำงานและการปรับตัวในสถานที่ทำงาน โดยดำเนินการภายในระยะเวลาไม่เกิน 1 ปีหลังสำเร็จการศึกษา นอกจากนี้อาจมีการสำรวจความพึงพอใจและข้อเสนอแนะของนักศึกษา และผู้ใช้บัณฑิตต่อการดำเนินการหลักสูตร

## 3. เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

1. บรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรทุกผลลัพธ์การเรียนรู้
2. การสำเร็จการศึกษาให้เป็นไปตามข้อบังคับของมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ ว่าด้วยการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565 หมวด 6 การสำเร็จการศึกษา การขอรับปริญญาและการอนุมัติปริญญา

ข้อ 26 ผู้สำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร ต้องมีคุณสมบัติครบถ้วน ดังนี้

- 1) มีความประพฤติดีและมีคุณธรรม
- 2) ต้องเรียนครบตามโครงสร้างหลักสูตร โดยมีค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า 2.00 หรือเป็นไปตามที่หลักสูตรกำหนด
- 3) ต้องไม่อยู่ระหว่างการถูกสอบสวนทางวินัยอย่างร้ายแรง ตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยว่าด้วยวินัยนักศึกษา

- 4) ผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมตามประกาศของมหาวิทยาลัยกำหนด
- 5) ผ่านการทดสอบทักษะภาษาและสมรรถนะตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด
- 6) ไม่มีพันธะด้านหนี้สินใด ๆ ต่อมหาวิทยาลัย
- 7) สอบผ่านการประเมินความรู้ และทักษะตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด
- 8) กรณีการเทียบโอนผลการเรียน หรือการยกเว้นการเรียนรายวิชา ให้เป็นไปตามระเบียบที่มหาวิทยาลัยกำหนด

## หมวด 8

### การประกันคุณภาพหลักสูตร

#### 1. การวางแผนคุณภาพและการควบคุมคุณภาพ

##### 1.1 กระบวนการวางแผน ควบคุม และประกันคุณภาพหลักสูตร

หลักสูตรมีแนวทางการวางแผน ควบคุม และประกันคุณภาพหลักสูตร ดังนี้

- 1) การวางแผน โดยกำหนดคุณภาพและเกณฑ์ควบคุมคุณภาพการศึกษาโดยใช้เกณฑ์การประกันคุณภาพการศึกษาของเครือข่ายการประกันคุณภาพมหาวิทยาลัยอาเซียน (ASEAN University Network Quality Assurance: AUN-QA) เป็นแนวทางในการดำเนินงาน
- 2) การดำเนินการ โดยกำหนดตัวชี้วัดคุณภาพหลักสูตร ดำเนินการตามแผน และกำกับการบริหารหลักสูตรให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรีกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาและเกณฑ์ประกันคุณภาพการศึกษาตลอดระยะเวลาที่มีการจัดการเรียนรู้ในหลักสูตร
- 3) การตรวจสอบ โดยประเมินประกันคุณภาพการศึกษาภายในระดับหลักสูตรทุกปีการศึกษา
- 4) มีการทบทวนและนำผลการประเมินประกันคุณภาพการศึกษาภายในไปปรับปรุงคุณภาพการศึกษาของหลักสูตร

##### 1.2 ตัวชี้วัดคุณภาพหลักสูตร

หลักสูตรได้มีการกำหนดตัวชี้วัดคุณภาพหลักสูตรเพื่อกำกับและปรับปรุงคุณภาพหลักสูตร ดังนี้

- 1) อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรอย่างน้อยร้อยละ 80 มีการประชุมหลักสูตรเพื่อวางแผนติดตาม และทบทวนการดำเนินงานหลักสูตร อย่างน้อย 2 ครั้งต่อปี
- 2) ร้อยละ 100 ของผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำ และอาจารย์ผู้สอนที่เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานที่เกี่ยวข้อง
- 3) ร้อยละ 100 ของรายวิชาที่เปิดสอนมีการกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา
- 4) ร้อยละ 100 ของรายวิชาที่เปิดสอนมีการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชาภายใน 30 วัน หลังสิ้นสุดภาคการศึกษา
- 5) รายวิชาที่เปิดสอนที่เปิดสอนในแต่ละปีการศึกษามีการพัฒนาหรือปรับปรุงการจัดการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอน หรือการประเมินผลการเรียนรู้จากผลการดำเนินงานที่รายงานในปีที่ผ่านมา อย่างน้อย 1 รายวิชา
- 6) ร้อยละ 100 ของผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังเมื่อสิ้นปีการศึกษามีการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ ภายใน 60 วัน หลังสิ้นสุดปีการศึกษา

7) ร้อยละ 100 ของผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรมีการกำหนดเกณฑ์การประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร

8) ร้อยละ 100 ของผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรมีประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร ภายใน 60 วัน เมื่อเรียนครบตามโครงสร้างหลักสูตรที่กำหนด

## 2. การบริหารความเสี่ยง

หลักสูตรมีกระบวนการบริหารความเสี่ยง ดังนี้

- 1) กำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่จะมีผลต่อความเสี่ยงของหลักสูตร
- 2) ประเมินสถานการณ์การรับเข้า การคงอยู่ การสำเร็จการศึกษา การตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จัดทำช่องทางการรับฟังความเห็นและข้อร้องเรียน รวมถึงรับข้อมูลความเสี่ยงของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- 3) วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อกำหนดประเด็นความเสี่ยงจัดทำแผนบริหารความเสี่ยงและดำเนินการตามแผน
- 4) ประเมินการบรรลุการดำเนินงานตามแผนบริหารความเสี่ยง

## 3. การเผยแพร่ข้อมูลของหลักสูตรให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทราบ

หลักสูตรมีการเผยแพร่ข้อมูลของหลักสูตร โดยให้ครอบคลุมปรัชญา วัตถุประสงค์ ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร ผลการเรียนรู้ของรายวิชา อาชีพที่สามารถประกอบอาชีพได้หลังสำเร็จการศึกษา เกณฑ์มาตรฐานสภาวิชาชีพ และข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องตามความเหมาะสม ผ่านช่องทางประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย โดยมีความสอดคล้องและตรงตามความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

## หมวด 9

### ระบบและกลไกในการพัฒนาหลักสูตร

#### 1. กระบวนการออกแบบระบบและกลไกในการพัฒนาหลักสูตร

หลักสูตรพัฒนาหรือปรับปรุงหลักสูตร ตามความเหมาะสมกับสถานการณ์ หรืออย่างน้อยทุก ๆ 5 ปี โดยใช้กระบวนการออกแบบหลักสูตรตามแนวทางการจัดการศึกษาที่มุ่งเน้นผลลัพธ์การเรียนรู้ (OBE) เพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม รวมถึงทิศทางของประเทศ มหาวิทยาลัย และคณะ/วิทยาลัย หลักสูตรได้จัดทำโดยเน้นการตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต โดยมีการดำเนินการดังนี้

1.1 การวางแผน หลักสูตรกำหนดอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และกรรมการพัฒนาหลักสูตร ซึ่งประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก อาจารย์ผู้สอน คิษย์เก่า และผู้ใช้บัณฑิต

1.2 การดำเนินการ หลักสูตรมีกระบวนการออกแบบและพัฒนาหลักสูตรดังนี้

- 1) หลักสูตรกำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และลักษณะข้อมูลที่ต้องการจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- 2) สำรวจความต้องการจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- 3) วิเคราะห์สถานการณ์ ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผลการประเมินหลักสูตร และผลการทวนสอบผลลัพธ์การเรียนรู้หลักสูตร
- 4) อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรร่วมกันกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร
- 5) กำหนดโครงสร้างของหลักสูตรด้วยวิธี Backward Curriculum Design (BCD)
- 6) จัดทำร่างหลักสูตรเสนอคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตร คณะกรรมการบริหารคณะ/วิทยาลัย คณะกรรมการกลั่นกรองหลักสูตร คณะกรรมการวิชาการมหาวิทยาลัย สภาวิชาการและสภามหาวิทยาลัยให้ความเห็นชอบหลักสูตร
- 7) เสนอหลักสูตรที่ผ่านการเห็นชอบจากสภามหาวิทยาลัยต่อ สป.อว. และสภาวิชาชีพเพื่อตรวจสอบหลักสูตร

1.3 การตรวจสอบ หลักสูตรประเมินผลสะท้อนจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

1.4 การประเมินประสิทธิผลของกระบวนการวางแผนและควบคุมคุณภาพของหลักสูตร โดยมีการกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จ และใช้ผลการประเมินคุณภาพหลักสูตรเป็นข้อมูลป้อนกลับในการทบทวนผลการดำเนินการและตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อปรับปรุงกระบวนการจัดการเรียนรู้ สนับสนุนการพัฒนานักศึกษาในทุกปีการศึกษา และการปรับปรุงหลักสูตรในวงรอบถัดไป

## 2. กระบวนการออกแบบหลักสูตรที่มุ่งเน้นผลลัพธ์การเรียนรู้

### 2.1 กระบวนการประเมินความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

หลักสูตรตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกระบวนการปรับปรุงหลักสูตร โดยพิจารณาจากผลการประเมินคุณภาพหลักสูตร ผลสำรวจความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สถานการณ์ปัจจุบัน ทิศทางของประเทศ มหาวิทยาลัยและคณะ/วิทยาลัย เพื่อออกแบบหลักสูตรที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยมีกระบวนการประเมินความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการปรับปรุงหลักสูตรดังนี้

- 1) กำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตร เช่น นักเรียน นักศึกษา ศิษย์เก่า ผู้ใช้บัณฑิต อาจารย์ผู้สอน ฯลฯ
- 2) กำหนดลักษณะข้อมูลที่ต้องการจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่ม การได้มาซึ่งข้อมูล เป้าหมายของข้อมูล และเครื่องมือในการจัดเก็บข้อมูล
- 3) สำรวจความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามเครื่องมือที่ออกแบบไว้ และรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นจากการนิเทศการฝึกประสบการณ์วิชาชีพหรือสหกิจศึกษา
- 4) วิเคราะห์ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผลการประเมินการจัดการเรียนรู้ ทิศทางของประเทศ มหาวิทยาลัยและคณะ/วิทยาลัยเพื่อกำหนดลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ของหลักสูตร และผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร

### 2.2 กระบวนการกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร

- 1) อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรร่วมกันกำหนดเป้าหมายของหลักสูตร ปรัชญาของหลักสูตร และวัตถุประสงค์ของหลักสูตรที่สอดคล้องกับการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สถานการณ์ปัจจุบัน ทิศทางของประเทศ มหาวิทยาลัยและคณะ/วิทยาลัย
- 2) กำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร ตามหลักทฤษฎีของ Bloom's Taxonomy
- 3) ประเมินความสอดคล้องผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรกับการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- 4) ปรับปรุงผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรโดยพิจารณาจากผลการประเมินความสอดคล้องและความคิดเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิ

### 2.3 กระบวนการกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังเมื่อสิ้นปีการศึกษา

- 1) กำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังเมื่อสิ้นปีการศึกษา โดยพิจารณาผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร ความสอดคล้องของกระบวนการเรียนรู้ในแต่ละชั้นปี และตามทฤษฎีของ Bloom's Taxonomy ซึ่งพัฒนาตามความรู้ตามลำดับขั้นโดยมีระดับความซับซ้อนเพิ่มขึ้นในแต่ละชั้นปี และ

พัฒนาทักษะการใช้ชีวิต ทักษะการสื่อสาร ทักษะส่วนบุคคล และทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตผ่าน  
หมวดวิชาศึกษาทั่วไปและผ่านการให้ความรู้และกิจกรรมในชั้นเรียนสอดแทรกในทุกระดับชั้น

- 2) วางแผนการประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ที่คาดหวังเมื่อสิ้นปีการศึกษา
- 3) ประเมินความสอดคล้องของผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ที่คาดหวังเมื่อสิ้นปีการศึกษากับ  
ผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของหลักสูตร
- 4) ปรับปรุงการผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ที่คาดหวังเมื่อสิ้นปีการศึกษา

## 2.4 กระบวนการออกแบบโครงสร้างหลักสูตรและรายวิชา

- 1) กำหนดโครงสร้างและรายวิชาด้วยวิธี Backward Curriculum Design (BCD) โดย  
พิจารณาด้านความรู้ ด้านทักษะ และด้านเจตคติ
- 2) พิจารณารายวิชาให้มีความสอดคล้องกับผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของหลักสูตร และมีองค์  
ความรู้ที่ทันสมัยตอบสนองต่อสถานการณ์ปัจจุบันและอนาคต เสริมสร้างทักษะการใช้ชีวิต ทักษะ  
สื่อสาร และทักษะส่วนบุคคลที่นำไปสู่ลักษณะบัณฑิตของหลักสูตรที่พึงประสงค์
- 3) ประเมินความสอดคล้องของโครงสร้างหลักสูตรและรายวิชา กับผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของ  
หลักสูตร และผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ที่คาดหวังเมื่อสิ้นปีการศึกษา
- 4) ปรับปรุงโครงสร้างหลักสูตรและรายวิชา

## 2.5 กระบวนการออกแบบกระบวนการจัดการเรียนรู้

- 1) กำหนดกระบวนการจัดการเรียนรู้ตามแนวทางจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 โดย  
พิจารณาจากปรัชญาการศึกษาของมหาวิทยาลัย ผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของหลักสูตร และผลสัมฤทธิ์  
การเรียนรู้ที่คาดหวังเมื่อสิ้นปีการศึกษา
- 2) กำหนดแผนการจัดการเรียนรู้ โดยการกำหนดวิธีการจัดกระบวนการเรียนรู้และการเตรียม  
แผนการประเมินการเรียนรู้และประสิทธิผลการเรียนรู้
- 3) ทบทวนกระบวนการเรียนรู้ โดยพิจารณาประสิทธิผลการดำเนินกิจกรรมใน  
กระบวนการเรียนรู้ และผลการประเมินการเรียนรู้และประสิทธิผลการเรียนรู้
- 4) ปรับปรุงกระบวนการเรียนรู้เพื่อให้บรรลุผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของหลักสูตร และนำผล  
การประเมินประสิทธิผลการเรียนรู้ไปใช้ในการปรับปรุงการจัดการรายวิชา และปรับปรุงหลักสูตร

## 2.6 กระบวนการควบคุมคุณภาพในการออกแบบหลักสูตร

- 1) พิจารณาผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ครอบคลุมในทุกด้านที่สอดคล้องกับหลักสูตร
- 2) กำหนดวิธีการได้มาซึ่งความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแต่ละกลุ่มได้อย่าง

เหมาะสม



- 3) พิจารณาความสอดคล้องของผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรกับความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- 4) พิจารณาความสอดคล้องของผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรกับมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา
- 5) พิจารณาความสอดคล้องของผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังเมื่อสิ้นปีการศึกษา กับผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร
- 6) พิจารณาความสอดคล้องของโครงสร้างหลักสูตรและรายวิชา กับผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรและผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังเมื่อสิ้นปีการศึกษา
- 7) พิจารณาความสอดคล้องของกระบวนการจัดการเรียนรู้กับผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร
- 8) พิจารณาความสอดคล้องผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา กับผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร

### 3. การประเมินและปรับปรุงหลักสูตร

#### 3.1 การประเมินการจัดการกระบวนการเรียนรู้

- 1) พิจารณาความเหมาะสมของแผนการจัดการเรียนรู้ก่อนเปิดภาคการศึกษา
- 2) ประเมินผลการจัดการเรียนรู้ของอาจารย์ในแต่ละรายวิชาโดยนักศึกษาทุกภาคการศึกษา และนำผลการประเมินมาวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงกระบวนการจัดการเรียนรู้
- 3) ประเมินผลการเรียนรู้ของนักศึกษาและวิเคราะห์เพื่อหาจุดอ่อนและจุดแข็งในการเรียนรู้ของนักศึกษา เพื่อปรับกลยุทธ์การสอนให้เหมาะสมกับนักศึกษาแต่ละชั้นปี
- 4) ทวนสอบผลลัพธ์การเรียนรู้ของนักศึกษา กระบวนการจัดการเรียนรู้ และการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ทุกปีการศึกษา

#### 3.2 การประเมินผลคุณภาพการจัดการศึกษาของหลักสูตร

การประเมินคุณภาพการจัดการศึกษาของหลักสูตรในภาพรวมโดยนักศึกษาชั้นปีสุดท้าย บัณฑิต ศิษย์เก่า ผู้ใช้บัณฑิต ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของหลักสูตร โดยเน้นการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร และความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการบริหารจัดการหลักสูตร



### 3.3 การปรับปรุงหลักสูตร

- 1) รวบรวมข้อมูลผลประเมินการจัดกระบวนการเรียนรู้ และประเมินคุณภาพการจัดการศึกษาของหลักสูตร
- 2) วิเคราะห์ผลประเมินการจัดกระบวนการเรียนรู้ และประเมินคุณภาพการจัดการศึกษาของหลักสูตร
- 3) ปรับปรุงหลักสูตรตามผลการวิเคราะห์เพื่อให้หลักสูตรมีความทันสมัยและสอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ภาคผนวก ก

สาระการปรับปรุงในหลักสูตรเดิม และเหตุผลที่ปรับปรุง  
ตารางเปรียบเทียบขอแตกต่างระหว่างหลักสูตรเดิม และหลักสูตรฉบับปรับปรุง

| หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2564                                 |                                                                                                              | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569                                                                                                 | เหตุผลที่ปรับปรุง  |
|--------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| 1. ชื่อหลักสูตร<br>ชื่อภาษาไทย<br>ชื่อภาษาอังกฤษ       | หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต<br>สาขาวิชาการตลาด<br>Bachelor of Business Administration<br>Program in Marketing | 1. ชื่อหลักสูตร<br>ชื่อภาษาไทย<br>ชื่อภาษาอังกฤษ                                                                           | คงเดิม             |
|                                                        |                                                                                                              | หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด<br>Bachelor of Business Administration<br>Program in Marketing                  |                    |
| 2. ชื่อปริญญา<br>ชื่อเต็มภาษาไทย<br>ชื่อเต็มภาษาอังกฤษ | บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)<br>Bachelor of Business Administration<br>(Marketing)                           | 2. ชื่อปริญญา<br>ชื่อเต็มภาษาไทย<br>ชื่อเต็มภาษาอังกฤษ                                                                     |                    |
|                                                        | บธ.บ. (การตลาด)<br>B.B.A (Marketing)                                                                         | บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)<br>Bachelor of Business Administration<br>(Marketing)<br>บธ.บ. (การตลาด)<br>B.B.A (Marketing) |                    |
| 3. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร 130 หน่วยกิต      |                                                                                                              | 3. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร เรียน 124 หน่วยกิต                                                                    | ปรับลด<br>หน่วยกิต |

| หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2564 |                                            |                              | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569  |                                             |                              | เหตุผลที่ปรับปรุง                                                                          |
|------------------------|--------------------------------------------|------------------------------|-----------------------------|---------------------------------------------|------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| รหัสวิชา               | รายวิชา                                    | หน่วยกิต                     | รหัสวิชา                    | รายวิชา                                     | หน่วยกิต                     |                                                                                            |
| 4. โครงสร้างหลักสูตร   |                                            |                              | 4. โครงสร้างหลักสูตร        |                                             |                              |                                                                                            |
| 4.1                    | หมวดวิชาศึกษาทั่วไป                        | เรียนไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต | 4.1                         | หมวดวิชาศึกษาทั่วไป                         | เรียนไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต | ปรับลดจำนวนยกยิตและเปลี่ยนแปลงชื่อกลุ่มวิชาตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565 |
| 1)                     | กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร                 | เรียน 12 – 15 หน่วยกิต       | 1)                          | กลุ่มรอบรู้ด้านภาษาและเทคโนโลยี             | เรียน 9 หน่วยกิต             | ยกเลิกกลุ่มวิชา และบูรณาการกับกลุ่มวิชาเทคโนโลยี                                           |
| บังคับ 12 หน่วยกิต     |                                            |                              | 1.1 กลุ่มรอบรู้ด้านภาษา     |                                             |                              |                                                                                            |
| 1500120                | ภาษาอังกฤษพื้นฐาน                          | 3(2-2-5)                     |                             | -                                           |                              | ยกเลิกรายวิชา                                                                              |
|                        | -                                          |                              | 1.1.1 รอบรู้ด้านภาษาไทย     |                                             |                              |                                                                                            |
| 1500126                | ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารและการสืบค้นสารสนเทศ | 3(2-2-5)                     | 1500126                     | ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารและการสืบค้นสารสนเทศ  | 3(2-2-5)                     | รายวิชาคงเดิม                                                                              |
|                        | -                                          |                              | 1500131                     | ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารและการเรียนรู้ดิจิทัล | 3(2-2-5)                     | เพิ่มรายวิชาใหม่                                                                           |
|                        |                                            |                              | 1.1.2 รอบรู้ด้านภาษาอังกฤษ  |                                             |                              |                                                                                            |
|                        |                                            |                              | เรียนไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต |                                             |                              |                                                                                            |

| หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2564 |                              |          | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569 |                                                        |          | เหตุผลที่ปรับปรุง                                   |
|------------------------|------------------------------|----------|----------------------------|--------------------------------------------------------|----------|-----------------------------------------------------|
| 1500127                | การอ่านและการเขียนภาษาอังกฤษ | 3(2-2-5) | 1500127                    | การอ่านและการเขียนภาษาอังกฤษ                           | 3(2-2-5) | รายวิชาคงเดิม                                       |
| 1500128                | การฟังและการพูดภาษาอังกฤษ    | 3(2-2-5) | 1500128                    | การฟังและการพูดภาษาอังกฤษ                              | 3(2-2-5) | รายวิชาคงเดิม                                       |
|                        | -                            |          | 1500132                    | ภาษาอังกฤษและการสื่อสารในยุคดิจิทัล                    | 3(2-2-5) | เพิ่มรายวิชาใหม่                                    |
|                        | -                            |          | 1500133                    | ภาษาอังกฤษและการคิดวิเคราะห์เพื่อการรู้เท่าทันสารสนเทศ | 3(2-2-5) | เพิ่มรายวิชาใหม่                                    |
|                        | -                            |          | 1500134                    | ภาษาอังกฤษสำหรับวิทยาศาสตร์สุขภาพ                      | 3(2-2-5) | เพิ่มรายวิชาใหม่                                    |
| เลือก 0 – 3 หน่วยกิต   |                              |          |                            |                                                        |          |                                                     |
| 1561123                | ภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้น         | 3(2-2-5) |                            | -                                                      |          | ย้ายไปกลุ่มวิชาเสริมทักษะด้านภาษาและเทคโนโลยีโนโลยี |
| 1571129                | ภาษาจีนเบื้องต้น             | 3(2-2-5) |                            | -                                                      |          | ย้ายไปกลุ่มวิชาเสริมทักษะด้านภาษาและเทคโนโลยีโนโลยี |
| 1581107                | ภาษามลายูเบื้องต้น           | 3(2-2-5) |                            | -                                                      |          | ยกเลิกรายวิชา                                       |
| 1661108                | ภาษาเกาหลีเบื้องต้น          | 3(2-2-5) |                            | -                                                      |          | ยกเลิกรายวิชา                                       |
| 1691103                | ภาษาพม่าเบื้องต้น            | 3(2-2-5) |                            | -                                                      |          | ยกเลิกรายวิชา                                       |

| หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2564 |                          | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569 |                                                                 | เหตุผลที่ปรับปรุง                             |
|------------------------|--------------------------|----------------------------|-----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| 1671104                | ภาษาลาวเบื้องต้น         | 3(2-2-5)                   | -                                                               | ย้ายไปกลุ่มวิชาเสริมทักษะด้านภาษาและเทคโนโลยี |
| 1681103                | ภาษาเขมรเบื้องต้น        | 3(2-2-5)                   | -                                                               | ย้ายไปกลุ่มวิชาเสริมทักษะด้านภาษาและเทคโนโลยี |
| 1711108                | ภาษาเวียดนามเบื้องต้น    | 3(2-2-5)                   | -                                                               | ยกเลิกรายวิชา                                 |
| 1741101                | ภาษาอินโดนีเซียเบื้องต้น | 3(2-2-5)                   | -                                                               | ยกเลิกรายวิชา                                 |
|                        |                          |                            | <b>1.2 กลุ่มรอบรู้ด้านเทคโนโลยี เรียนไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต</b> |                                               |
|                        | -                        |                            | 4000117 เทคโนโลยีดิจิทัลและการสื่อสาร                           | ย้ายมาจากกลุ่มวิชาคณิตศาสตร์วิทยาศาสตร์       |
|                        | -                        |                            | 4002104 การประยุกต์ใช้โปรแกรมสำนักงานในยุครีจิทัล               | วิทยาศาสตร์                                   |
|                        | -                        |                            | 4002105 รุ้ทันเทคโนโลยียุคดิจิทัล                               | วิทยาศาสตร์                                   |
|                        | -                        |                            | 4002106 เทคโนโลยีดิจิทัลกับการประยุกต์ใช้ทางวิทยาศาสตร์สุขภาพ   | เพิ่มรายวิชาใหม่                              |
|                        |                          |                            |                                                                 | เพิ่มรายวิชาใหม่                              |

| หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2564                       |  | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569                                               |                            | เหตุผลที่ปรับปรุง                                                   |
|----------------------------------------------|--|--------------------------------------------------------------------------|----------------------------|---------------------------------------------------------------------|
|                                              |  | 1.3 กลุ่มวิชาเสริมทักษะด้านภาษาและเทคโนโลยี<br>เลือกเรียน 0 - 3 หน่วยกิต |                            |                                                                     |
| -                                            |  | 1500135                                                                  | จิตวิทยาลำสำหรับการสื่อสาร | 3(2-2-5)<br>เพิ่มรายวิชาใหม่                                        |
| -                                            |  | 1500136                                                                  | ศิลปะการพูดและการเจรจา     | 3(2-2-5)<br>เพิ่มรายวิชาใหม่                                        |
| -                                            |  | 1500137                                                                  | ภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น     | 3(2-2-5)<br>เพิ่มรายวิชาใหม่                                        |
| -                                            |  | 1500138                                                                  | ภาษาและวัฒนธรรมจีน         | 3(2-2-5)<br>เพิ่มรายวิชาใหม่                                        |
| -                                            |  | 1500139                                                                  | ภาษาและวัฒนธรรมลาว         | 3(2-2-5)<br>เพิ่มรายวิชาใหม่                                        |
| -                                            |  | 1500140                                                                  | ภาษาและวัฒนธรรมเขมร        | 3(2-2-5)<br>เพิ่มรายวิชาใหม่                                        |
| -                                            |  | 4000120                                                                  | นักผลิตสื่อดิจิทัล         | 3(2-2-5)<br>เพิ่มรายวิชาใหม่                                        |
| -                                            |  | 4000121                                                                  | สารสนเทศดิจิทัล            | 3(2-2-5)<br>เพิ่มรายวิชาใหม่                                        |
| -                                            |  | 4000122                                                                  | การออกแบบสื่อและการนำเสนอ  | 3(2-2-5)<br>เพิ่มรายวิชาใหม่                                        |
| -                                            |  | 4000123                                                                  | การสื่อสารมวลชน            | 3(2-2-5)<br>เพิ่มรายวิชาใหม่                                        |
| 2) กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ เรียน 3 - 6 หน่วยกิต |  | 2) กลุ่มอยู่ดีมีสุข ผลิตคิดทำไกล เรียน 9 หน่วยกิต                        |                            | ยกเลิกกลุ่มวิชา และ                                                 |
| บังคับ 3 หน่วยกิต                            |  | 2.1 กลุ่มวิชาอยู่ดีมีสุข เรียนไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต                     |                            | บูรณาการกับ<br>วิทยาศาสตร์สุขภาพ<br>และการเสริมสร้าง<br>คุณภาพชีวิต |

| หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2564 |                 | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569                                                                     |                                              | เหตุผลที่ปรับปรุง |
|------------------------|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|-------------------|
| -                      |                 | 2.1.1 วิทยาศาสตร์สุขภาพเพื่อเสริมสร้างสุขภาพทางกาย<br>เรียนไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต              |                                              |                   |
| -                      |                 | 4001102                                                                                        | ความเป็นอยู่ที่ดี                            | 3(2-2-5)          |
| -                      |                 | 4032227                                                                                        | การออกกำลังกายแบบบูรณาการ<br>สำหรับคนยุคใหม่ | 3(2-2-5)          |
|                        |                 | 2.1.2 ปรัชญาชีวิตและสุนทรียศาสตร์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพ<br>ทางจิตใจ เรียนไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต |                                              |                   |
| -                      |                 | 1501201                                                                                        | การจัดการชีวิต                               | 3(2-2-5)          |
| 1521102                | คุณธรรมกับชีวิต | 1521102                                                                                        | คุณธรรมกับชีวิต                              | 3(2-2-5)          |
| -                      |                 | 1521212                                                                                        | จริยธรรมกับชีวิต                             | 3(2-2-5)          |
| -                      |                 | 2500118                                                                                        | พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน                  | 3(2-2-5)          |
|                        |                 | 2.2 กลุ่มวิชาฉลาดคิดก้าวไกล เรียนไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต                                        |                                              |                   |
| -                      |                 | 2500122                                                                                        | วิศวกรรมเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น                | 3(2-2-5)          |
| -                      |                 | 2500123                                                                                        | ศาสตร์พระราชากับการพัฒนาท้องถิ่น             | 3(2-2-5)          |

| หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2564 |                             | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569                                         |                             | เหตุผลที่ปรับปรุง                                                |
|------------------------|-----------------------------|--------------------------------------------------------------------|-----------------------------|------------------------------------------------------------------|
|                        | -                           | 4000119                                                            | การคิดและการตัดสินใจ        | ย้ายมาจากกลุ่มวิชา<br>คณิตศาสตร์<br>วิทยาศาสตร์ และ<br>เทคโนโลยี |
|                        | -                           | 4000124                                                            | ฉลาดคิดในชีวิตประจำวัน      | เพิ่มรายวิชาใหม่                                                 |
| เลือก 0 – 3 หน่วยกิต   |                             | 2.3 กลุ่มวิชาเสริมทักษะการใช้ชีวิตคุณภาพ เลือกเรียน 0 – 3 หน่วยกิต |                             | เปลี่ยนชื่อกลุ่ม                                                 |
| 1500129                | เพศวิถี                     | 1500129                                                            | เพศวิถี                     | รายวิชาคงเดิม                                                    |
| 2500118                | พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน |                                                                    | -                           | ย้ายไปกลุ่มวิชาอยู่เดิม<br>สุข (ปรัชญาชีวิต)                     |
|                        | -                           | 1521213                                                            | สมาธิเพื่อพัฒนาชีวิต        | เพิ่มรายวิชาใหม่                                                 |
| 2000117                | สุนทรียภาพของชีวิต          | 2000117                                                            | สุนทรียภาพของชีวิต          | รายวิชาคงเดิม                                                    |
|                        | -                           | 2500119                                                            | วิถีชีวิตเศรษฐกิจพอเพียง    | ย้ายมาจากกลุ่มวิชา<br>สังคมศาสตร์                                |
|                        | -                           | 2500124                                                            | ฮวงจุ้ย                     | เพิ่มรายวิชาใหม่                                                 |
|                        | -                           | 4000118                                                            | วิทยาศาสตร์เพื่อคุณภาพชีวิต | ย้ายมาจากกลุ่มวิชา<br>คณิตศาสตร์<br>วิทยาศาสตร์                  |



| หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2564                       |                                 | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569                                          |                                                 |          | เหตุผลที่ปรับปรุง                                                                          |
|----------------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                              | -                               | 4000125                                                             | เปลี่ยนความคิด ชีวิตเปลี่ยน                     | 3(2-2-5) | เพิ่มรายวิชาใหม่                                                                           |
|                                              | -                               | 4000126                                                             | การคิดนอกกรอบ                                   | 3(2-2-5) | เพิ่มรายวิชาใหม่                                                                           |
|                                              | -                               | 5501104                                                             | งานช่างในชีวิตประจำวัน                          | 3(2-2-5) | เพิ่มรายวิชาใหม่                                                                           |
|                                              | -                               | 5001105                                                             | ยาและสมุนไพรพาลิน                               | 3(3-0-6) | เพิ่มรายวิชาใหม่                                                                           |
| 3) กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ เรียน 6 – 9 หน่วยกิต |                                 | 3) กลุ่มพลเมืองไทยและพลเมืองโลก เรียน 3 หน่วยกิต                    |                                                 |          | ยกเลิกกลุ่มวิชา และ<br>บูรณาการกับ<br>วิทยาศาสตร์สุขภาพ<br>และการเสริมสร้าง<br>คุณภาพชีวิต |
| บังคับ 6 หน่วยกิต                            |                                 | 3.1 กลุ่มวิชาทักษะการอยู่ร่วมกับผู้อื่น เรียนไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต |                                                 |          |                                                                                            |
| 2500116                                      | สิทธิมนุษยชนและหน้าที่พลเมือง   | 2500125                                                             | สิทธิมนุษยชนและหน้าที่พลเมืองในระบอบประชาธิปไตย | 3(2-2-5) | เปลี่ยนรหัสวิชาและชื่อวิชา                                                                 |
| 2500117                                      | วิถีไทยกับวิถีอาเซียนในสังคมโลก | 2500117                                                             | วิถีไทยกับวิถีอาเซียนในสังคมโลก                 | 3(2-2-5) | รายวิชาคงเดิม                                                                              |
|                                              | -                               | 2500127                                                             | พลเมืองจิตสาธารณะ                               | 3(2-2-5) | เพิ่มรายวิชาใหม่                                                                           |
|                                              | -                               | 2500133                                                             | อินเทอร์เน็ตสาระ                                | 3(2-2-5) | เพิ่มรายวิชาใหม่                                                                           |
|                                              | -                               | 2561108                                                             | กฎหมายสำหรับคนรุ่นใหม่                          | 3(3-0-6) | เพิ่มรายวิชาใหม่                                                                           |
| เลือก 0 – 3 หน่วยกิต                         |                                 |                                                                     |                                                 |          |                                                                                            |
| 2500120                                      | วิถีโลก                         |                                                                     | -                                               |          | ยกเลิกรายวิชา                                                                              |

| หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2564 |                          | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569                               |                                                | เหตุผลที่ปรับปรุง                                 |
|------------------------|--------------------------|----------------------------------------------------------|------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| 2500121                | ชีวิตกับสิ่งแวดล้อม      | 3(2-2-5)                                                 | -                                              | ยกเลิกรายวิชา                                     |
| 2541205                | มนุษย์กับธรรมชาติ        | 3(2-2-5)                                                 | -                                              | ยกเลิกรายวิชา                                     |
| 3502101                | การเป็นผู้ประกอบการ      | 3(2-2-5)                                                 | -                                              | ย้ายไปกลุ่มการเป็นผู้ประกอบการและการบริหารการเงิน |
| 2500119                | วิถีชีวิตเศรษฐกิจพอเพียง | 3(2-2-5)                                                 | -                                              | ย้ายไปกลุ่มวิชาเสริมทักษะการใช้ชีวิต<br>คุณภาพ    |
|                        |                          | 3.2 กลุ่มวิชาสังคมพหุวัฒนธรรม เลือกรเรียน 0 – 3 หน่วยกิต |                                                |                                                   |
|                        | -                        | 2500128                                                  | วัฒนธรรมรวมคุณค่าคนไทยอาเซียน                  | เพิ่มรายวิชาใหม่                                  |
|                        | -                        | 2500129                                                  | พหุวัฒนธรรมในอาเซียน                           | เพิ่มรายวิชาใหม่                                  |
|                        | -                        | 2500130                                                  | ประเทศไทย อาเซียน และประชาคมโลก                | เพิ่มรายวิชาใหม่                                  |
|                        | -                        | 2500131                                                  | สังคมและวัฒนธรรมศรีสะเกษ                       | เพิ่มรายวิชาใหม่                                  |
|                        | -                        | 2500132                                                  | การพัฒนาของอินโดจีน                            | เพิ่มรายวิชาใหม่                                  |
|                        | -                        | 2500134                                                  | ชาติพันธุ์ และวัฒนธรรมในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ | เพิ่มรายวิชาใหม่                                  |
|                        | -                        | 2500135                                                  | ชาติพันธุ์และวัฒนธรรมในอินโดจีน                | เพิ่มรายวิชาใหม่                                  |

| หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2564                                                                        |                                               | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569 |   |  | เหตุผลที่ปรับปรุง                                         |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|----------------------------|---|--|-----------------------------------------------------------|
|                                                                                               |                                               |                            |   |  |                                                           |
| 4) กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี<br>เรียน 9 – 12 หน่วยกิต<br>บังคับ 6 หน่วยกิต |                                               |                            | - |  | ยกเลิกกลุ่มวิชาไป<br>บูรณาการกับกลุ่มต่าง<br>ๆ            |
| 4000117                                                                                       | เทคโนโลยีดิจิทัลและการสื่อสาร                 | 3(2-2-5)                   | - |  | ย้ายไปกลุ่มวิชาการ<br>ด้านเทคโนโลยี                       |
| 4000119                                                                                       | การคิดและการตัดสินใจ                          | 3(2-2-5)                   | - |  | ย้ายไปกลุ่มวิชา<br>คณิตศาสตร์                             |
| เลือก 3 – 6 หน่วยกิต                                                                          |                                               |                            |   |  |                                                           |
| 4002104                                                                                       | การประยุกต์ใช้โปรแกรมสำนักงานใน<br>ยุคดิจิทัล | 3(2-2-5)                   | - |  | ย้ายไปกลุ่มวิชาการ<br>ด้านเทคโนโลยี                       |
| 4000118                                                                                       | วิทยาศาสตร์เพื่อคุณภาพชีวิต                   | 3(2-2-5)                   | - |  | ย้ายไปกลุ่มวิชา<br>สหวิทยาการ<br>คุณภาพ                   |
| 4032227                                                                                       | การออกกำลังกายแบบบูรณาการ<br>สำหรับคนยุคใหม่  | 3(2-2-5)                   | - |  | ย้ายไปกลุ่มวิชา<br>ที่มีสุขภาพ<br>(วิทยาศาสตร์<br>สุขภาพ) |

| หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2564 |  | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569                                         |                                          | เหตุผลที่ปรับปรุง                                                                      |
|------------------------|--|--------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| -                      |  | 4) กลุ่มการเป็นผู้ประกอบการและการบริหารการเงิน<br>เรียน 3 หน่วยกิต |                                          | เพิ่มกลุ่มเพื่อเรียนรู้<br>การเป็นผู้ประกอบการ<br>อาชีพทางเลือกและการ<br>บริหารการเงิน |
| -                      |  | 4.1 กลุ่มวิชาศาสตรประกอบและการเงิน<br>เรียนไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต  |                                          |                                                                                        |
| -                      |  | 2502101                                                            | การแก้ไขปัญหาความยากจนเชิงพื้นที่        | เพิ่มรายวิชาใหม่                                                                       |
| -                      |  | 3502101                                                            | การเป็นผู้ประกอบการ                      | ย้ายมาจากกลุ่ม<br>สังคมศาสตร์                                                          |
| -                      |  | 3502102                                                            | เส้นทางสู่ผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล       | เพิ่มรายวิชาใหม่                                                                       |
| -                      |  | 3502103                                                            | การเงินเพื่อชีวิตยุคดิจิทัล              | เพิ่มรายวิชาใหม่                                                                       |
| -                      |  | 3502104                                                            | การจัดการการเงินส่วนบุคคลและการ<br>ลงทุน | เพิ่มรายวิชาใหม่                                                                       |
| -                      |  | 3502105                                                            | การบัญชีเพื่อเศรษฐกิจชุมชน<br>สร้างสรรค์ | เพิ่มรายวิชาใหม่                                                                       |
| -                      |  | 3502106                                                            | นวัตกรรมธุรกิจบริการรวมสมัย              | เพิ่มรายวิชาใหม่                                                                       |
|                        |  | 4.2 กลุ่มวิชาเสริมสมรรถนะในการทำงาน<br>เรียน 0 – 3 หน่วยกิต        | เลือกเรียน 0 – 3                         |                                                                                        |
| -                      |  | 1501202                                                            | พร้อมสู่การทำงาน                         | เพิ่มรายวิชาใหม่                                                                       |
| -                      |  | 1501203                                                            | บุคลิกภาพ                                | เพิ่มรายวิชาใหม่                                                                       |

| หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2564                             |                                         | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569                                                               |                       |          | เหตุผลที่ปรับปรุง                    |
|----------------------------------------------------|-----------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|----------|--------------------------------------|
|                                                    | -                                       | 3572110                                                                                  | การท่องเที่ยวทางเลือก | 3(2-2-5) | เพิ่มรายวิชาใหม่                     |
|                                                    | -                                       | 4002107                                                                                  | พารมัตถจริยะ          | 3(2-2-5) | เพิ่มรายวิชาใหม่                     |
| 4.2 หมวดวิชาเฉพาะด้าน เรียนไม่น้อยกว่า 94 หน่วยกิต |                                         |                                                                                          |                       |          |                                      |
| 1) กลุ่มวิชาแกน เรียน 30 หน่วยกิต                  |                                         |                                                                                          |                       |          |                                      |
| 3521107                                            | หลักการบัญชี                            | 3(2-2-5)                                                                                 | -                     |          | ย้ายไปกลุ่มวิชาเอกบังคับ             |
| 3531106                                            | การเงินธุรกิจ                           | 3(2-2-5)                                                                                 | -                     |          |                                      |
| 3591114                                            | หลักเศรษฐศาสตร์                         | 3(2-2-5)                                                                                 | -                     |          |                                      |
| 3541102                                            | หลักการตลาด                             | 3(2-2-5)                                                                                 | -                     |          |                                      |
| 4112109                                            | สถิติธุรกิจ                             | 3(2-2-5)                                                                                 | -                     |          |                                      |
| 3503102                                            | การภาษีอากรและกฎหมายธุรกิจ              | 3(2-2-5)                                                                                 | -                     |          |                                      |
| 3561109                                            | องค์การและการจัดการ                     | 3(2-2-5)                                                                                 | -                     |          |                                      |
| 3562144                                            | การเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่             | 3(2-2-5)                                                                                 | -                     |          | ย้ายไปกลุ่มวิชาเอกเลือก              |
| 3563222                                            | ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการธุรกิจดิจิทัล | 3(2-2-5)                                                                                 | -                     |          | เลือก                                |
| 1551620                                            | อังกฤษธุรกิจ                            | 3(2-2-5)                                                                                 | -                     |          |                                      |
|                                                    |                                         | 4.2 หมวดวิชาเฉพาะด้าน เรียนไม่น้อยกว่า 94 หน่วยกิต<br>1) วิชาเอกบังคับ เรียน 75 หน่วยกิต |                       |          | เพิ่มกลุ่มเพื่อเรียนรู้วิชาเฉพาะด้าน |

| หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2564                  |                              | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569 |                                                 |          | เหตุผลที่ปรับปรุง   |
|-----------------------------------------|------------------------------|----------------------------|-------------------------------------------------|----------|---------------------|
|                                         | -                            | 3501203                    | การรู้ดิจิทัลและการประยุกต์ใช้ในงานบริหารธุรกิจ | 3(2-2-5) | รายวิชาใหม่         |
|                                         | -                            | 3502901                    | สถิติธุรกิจ                                     | 3(2-2-5) | ปรับปรุงหลักสูตร    |
|                                         | -                            | 3503102                    | การประชาสัมพันธ์และกฎหมายธุรกิจ                 | 3(2-2-5) | คงเดิม              |
|                                         | -                            | 3503206                    | นวัตกรรมการบริหารธุรกิจ                         | 3(2-2-5) | รายวิชาใหม่         |
|                                         | -                            | 3521114                    | หลักการบัญชี                                    | 3(2-2-5) | ปรับปรุงหลักสูตร    |
|                                         | -                            | 3531108                    | การเงินธุรกิจ                                   | 3(2-2-5) | ปรับปรุงหลักสูตร    |
|                                         | -                            | 3541104                    | หลักการตลาดสมัยใหม่                             | 3(2-2-5) | เปลี่ยนชื่อรายวิชา  |
|                                         | -                            | 3561111                    | องค์การและการจัดการยุคใหม่                      | 3(2-2-5) | เปลี่ยนชื่อรายวิชา  |
|                                         | -                            | 3591115                    | หลักเศรษฐศาสตร์                                 | 3(2-2-5) | ปรับปรุงหลักสูตร    |
| 2) กลุ่มวิชาเอกบังคับ เรียน 42 หน่วยกิต |                              |                            |                                                 |          |                     |
| 3541103                                 | พฤติกรรมผู้บริโภค            | 3541105                    | พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล                   | 3(2-2-5) | เปลี่ยนชื่อรายวิชา  |
| 3542407                                 | การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา    | 3542121                    | การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา                       | 3(2-2-5) | ปรับปรุงหลักสูตร    |
| 3543116                                 | การตลาดดิจิทัล               | 3542122                    | การตลาดดิจิทัล                                  | 3(2-2-5) | ปรับปรุงหลักสูตร    |
| 3543114                                 | กลยุทธ์การตลาด               | 3542123                    | กลยุทธ์การตลาด                                  | 3(2-2-5) | ปรับคำอธิบายรายวิชา |
| 3542319                                 | การจัดการของทางการจัดจำหน่าย | 3542321                    | การจัดการของทางการจัดจำหน่าย                    | 3(2-2-5) | ปรับปรุงหลักสูตร    |

| หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2564                 |                                   | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569                       |                                               | เหตุผลที่ปรับปรุง    |
|----------------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------------------|-----------------------------------------------|----------------------|
| 3543314                                | การบริหารการขยาย                  | 3542322                                          | การจัดการขยายและเทคนิคการขยาย                 | เปลี่ยนชื่อรายวิชา   |
| 3542116                                | การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ     | 3542410                                          | การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการและการวางแผนสื่อ | เปลี่ยนชื่อรายวิชา   |
| 3543113                                | การบริหารการตลาด                  | 3543122                                          | การจัดการการตลาดสมัยใหม่                      | เปลี่ยนชื่อรายวิชา   |
|                                        | -                                 | 3543123                                          | ภาษาอังกฤษสำหรับการตลาด                       | รายวิชาใหม่          |
| 3544109                                | การตลาดชุมชน                      | 3543124                                          | การตลาดชุมชนเพื่อความยั่งยืน                  | เปลี่ยนชื่อรายวิชา   |
| 3543111                                | การพัฒนาบุคลิกภาพสำหรับนักการตลาด | 3543501                                          | การพัฒนาบุคลิกภาพสำหรับนักการตลาด             | ปรับรหัสวิชา         |
|                                        | -                                 | 3543503                                          | การตลาดสื่อสังคมออนไลน์                       | รายวิชาใหม่          |
| 3543316                                | การตลาดเชิงสร้างสรรค์             | 3543504                                          | นวัตกรรมการตลาดเชิงสร้างสรรค์                 | เปลี่ยนชื่อรายวิชา   |
| 3544906                                | การวิจัยการตลาด                   | 3543901                                          | การวิจัยการตลาด                               | ปรับรหัสวิชา         |
| 3543115                                | การวางแผนการตลาด                  | 3544111                                          | การวางแผนการตลาดเพื่อการแข่งขันทางธุรกิจ      | เปลี่ยนชื่อรายวิชา   |
| 3544907                                | สัมมนาทางการตลาด                  | 3544908                                          | สัมมนาทางการตลาด                              | ปรับรหัสวิชา         |
| 3542117                                | การตลาดบริการ                     |                                                  | -                                             | ย้ายไปกลุ่มวิชาเลือก |
| 3544108                                | การตลาดระหว่างประเทศ              |                                                  | -                                             | ย้ายไปกลุ่มวิชาเลือก |
| 3) กลุ่มวิชาเอกเลือก เรียน 15 หน่วยกิต |                                   | 2) หมวดวิชาเอกเลือก เรียนไม่น้อยกว่า 12 หน่วยกิต |                                               |                      |

| หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2564 |                                     | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569 |                                                          |          | เหตุผลที่ปรับปรุง  |
|------------------------|-------------------------------------|----------------------------|----------------------------------------------------------|----------|--------------------|
|                        | -                                   | 3501103                    | อังกฤษธุรกิจ                                             | 3(2-2-5) | ปรับรหัสวิชา       |
|                        | -                                   | 3502201                    | ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการธุรกิจดิจิทัล                  | 3(2-2-5) | ปรับรหัสวิชา       |
|                        | -                                   | 3502202                    | การเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่                              | 3(2-2-5) |                    |
| 3542117                | การตลาดบริการ                       | 3542124                    | การตลาดบริการ                                            | 3(2-2-5) |                    |
| 3544108                | การตลาดระหว่างประเทศ                | 3543125                    | การตลาดระหว่างประเทศและการตลาดโลก                        | 3(2-2-5) | เปลี่ยนชื่อรายวิชา |
| 3543121                | การจัดการตราสินค้า                  | 3543126                    | การจัดการตราสินค้า                                       | 3(2-2-5) | ปรับรหัสวิชา       |
| 3543402                | การจัดกิจกรรมทางการตลาด             | 3543127                    | การจัดนิทรรศการและกิจกรรมทางการตลาด                      | 3(2-2-5) | เปลี่ยนชื่อรายวิชา |
| 3544110                | การตลาดทางตรง                       | 3543128                    | การตลาดทางตรง                                            | 3(2-2-5) | ปรับรหัสวิชา       |
|                        | -                                   | 3543129                    | การตลาดเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน                           | 3(2-2-5) | รายวิชาใหม่        |
| 3542409                | ศิลปการขาย                          | 3543318                    | ศิลปการขาย                                               | 3(2-2-5) | ปรับรหัสวิชา       |
|                        | -                                   | 3543502                    | การออกแบบสื่อมัลติมีเดียและกราฟิกดีไซน์                  | 3(2-2-5) | รายวิชาใหม่        |
| 3542408                | การจัดการตราสินค้าสัมพันธ์กับลูกค้า | 3543505                    | การจัดการตราสินค้าสัมพันธ์กับลูกค้าและการตลาดบนฐานข้อมูล | 3(2-2-5) | เปลี่ยนชื่อรายวิชา |



| หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2564 |                                      | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569 |         |                                                   | เหตุผลที่ปรับปรุง  |
|------------------------|--------------------------------------|----------------------------|---------|---------------------------------------------------|--------------------|
| 3543315                | การจัดการการดาปลึกและการดาสง         | 3(2-2-5)                   | 3543506 | การจัดการการดาปลึกและการดาสงในชุดดิจิทัล          | เปลี่ยนชื่อรายวิชา |
|                        | -                                    |                            | 3543507 | การโฆษณาบนแพลตฟอร์มออนไลน์                        | รายวิชาใหม่        |
|                        | -                                    |                            | 3543508 | การตลาดผ่านเครือข่ายมีคอนเท้นท์อินฟลูเอนเซอร์เน็ต | รายวิชาใหม่        |
|                        | -                                    |                            | 3543509 | การออกแบบเนื้อหาบนการตลาดดิจิทัล                  | รายวิชาใหม่        |
|                        | -                                    |                            | 3544112 | ภาษาจีนสำหรับการตลาด                              | รายวิชาใหม่        |
| 3543120                | การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม      | 3(2-2-5)                   | 3544113 | การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม                   | ปรับรหัสวิชา       |
|                        | -                                    |                            | 3544114 | การตลาดเกษตร                                      | รายวิชาใหม่        |
| 3543317                | การตลาดอิเล็กทรอนิกส์                | 3(2-2-5)                   | 3544504 | การตลาดอิเล็กทรอนิกส์                             | ปรับรหัสวิชา       |
| 3543401                | การจัดการสื่อโฆษณาในบรรยากาศ         | 3(2-2-5)                   | 3544505 | การจัดการสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ                   | ปรับรหัสวิชา       |
| 3542320                | การจัดการโลจิสติกส์                  | 3(2-2-5)                   | 3564115 | การจัดการโลจิสติกส์                               | ปรับรหัสวิชา       |
| 3543116                | ภาษาอังกฤษสำหรับการสื่อสารทางการตลาด | 3(2-2-5)                   |         | -                                                 | ตัดออก             |
| 3543117                | การตลาดเพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว     | 3(2-2-5)                   |         | -                                                 | ตัดออก             |
| 3543118                | การตลาดในภูมิภาคอาเซียน              | 3(2-2-5)                   |         | -                                                 | ตัดออก             |

| หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2564                                                                                                                                                                                                                                              |                                                    | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569                                                                                                                                                                                                                                          |                                          | เหตุผลที่ปรับปรุง |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|-------------------|
| 3542118                                                                                                                                                                                                                                                             | โปรแกรมสำเร็จรูปและการประยุกต์ใช้<br>งานทางการตลาด | 3(2-2-5)                                                                                                                                                                                                                                                            | -                                        | ตัดออก            |
| 4) กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ เรียน 7 หน่วยกิต                                                                                                                                                                                                                   |                                                    | 3) กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ เรียน 7 หน่วยกิต                                                                                                                                                                                                                   |                                          |                   |
| 1) กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ                                                                                                                                                                                                                                    |                                                    | 1) กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ                                                                                                                                                                                                                                    |                                          |                   |
| 3543801                                                                                                                                                                                                                                                             | การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพ<br>การตลาด           | 1(60)                                                                                                                                                                                                                                                               | การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพ<br>การตลาด | คงเดิม            |
| 3544802                                                                                                                                                                                                                                                             | การฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด                     | 6(600)                                                                                                                                                                                                                                                              | การฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด           | คงเดิม            |
| 2) กลุ่มวิชาสหกิจ                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                    | 2) กลุ่มวิชาสหกิจ                                                                                                                                                                                                                                                   |                                          |                   |
| 6003801                                                                                                                                                                                                                                                             | เตรียมสหกิจศึกษา                                   | 1(60)                                                                                                                                                                                                                                                               | เตรียมสหกิจศึกษา                         | คงเดิม            |
| 6004801                                                                                                                                                                                                                                                             | สหกิจศึกษา                                         | 6(600)                                                                                                                                                                                                                                                              | สหกิจศึกษา                               | คงเดิม            |
| 4.3 หมวดวิชาเลือกเสรี เรียนไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต<br>ให้เลือกเรียนรายวิชาใด ๆ ในหลักสูตรมหาวิทยาลัยราชภัฏ<br>ศรีสะเกษ โดยไม่ซ้ำกับรายวิชาที่เคยเรียนมาแล้ว และต้องไม่เป็น<br>รายวิชาที่กำหนดให้เรียนโดยไม่นับหน่วยกิตรวมในเกณฑ์การ<br>สำเร็จหลักสูตรของ สาขาวิชานี้ |                                                    | 4.3 หมวดวิชาเลือกเสรี เรียนไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต<br>ให้เลือกเรียนรายวิชาใด ๆ ในหลักสูตรมหาวิทยาลัยราชภัฏ<br>ศรีสะเกษ โดยไม่ซ้ำกับรายวิชาที่เคยเรียนมาแล้ว และต้องไม่เป็น<br>รายวิชาที่กำหนดให้เรียนโดยไม่นับหน่วยกิตรวมในเกณฑ์การ<br>สำเร็จหลักสูตรของ สาขาวิชานี้ |                                          | คงเดิม            |

ภาคผนวก ข

การดำเนินการเกี่ยวกับปรับปรุงหลักสูตร

1. ความต้องการจำเป็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders' needs/Input)

| ลำดับ<br>ที่ | Stakeholders/Input                                                                          | รายละเอียดความต้องการจำเป็น<br>(Stakeholders' needs / Requirements)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร<br>(PLOs)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |      |                                                                   |      |                                                                                   |      |                                                                                     |      |                                                                                             |
|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|-------------------------------------------------------------------|------|-----------------------------------------------------------------------------------|------|-------------------------------------------------------------------------------------|------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1            | บัณฑิตจำนวน 52 คน                                                                           | <ul style="list-style-type: none"><li>มีทักษะและความรู้ด้านการตลาด</li><li>สร้างตลาดออนไลน์ เรียนรู้การวางกลยุทธ์ และการดำเนินงานด้านการตลาดออนไลน์</li><li>สร้างโฆษณาบนแพลตฟอร์มต่างๆ</li><li>วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค และข้อมูล แนวโน้มทางการตลาดพฤติกรรมของผู้บริโภค</li><li>วางแผนและตัดสินใจทางการตลาดที่แม่นยำ โดยการใช้ AI เข้ามาร่วมวิเคราะห์ข้อมูล</li><li>เขียนเนื้อหาทางการตลาดและสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย</li><li>สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า พึงพอใจและการสื่อสารที่ชัดเจนน่าเชื่อถือ</li></ul> | <table><tr><td>PLO1</td><td>อธิบายความรู้ด้านการตลาดและการบริหารธุรกิจเพื่อใช้ในงานทางการตลาด</td></tr><tr><td>PLO2</td><td>ประยุกต์ใช้ เทคโนโลยี และ ปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อใช้ในการสร้างนวัตกรรมทางการตลาด</td></tr><tr><td>PLO3</td><td>ประยุกต์ใช้หลักการทางการตลาดเพื่อใช้ในการวางแผนการตลาดให้เป็นไปตามเป้าหมายของธุรกิจ</td></tr><tr><td>PLO5</td><td>แสดงออกถึงการสื่อสารที่ดี มีจินตนาการ มีความคิดสร้างสรรค์ การคิดริเริ่มและการรู้เท่าทันสื่อ</td></tr></table> | PLO1 | อธิบายความรู้ด้านการตลาดและการบริหารธุรกิจเพื่อใช้ในงานทางการตลาด | PLO2 | ประยุกต์ใช้ เทคโนโลยี และ ปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อใช้ในการสร้างนวัตกรรมทางการตลาด | PLO3 | ประยุกต์ใช้หลักการทางการตลาดเพื่อใช้ในการวางแผนการตลาดให้เป็นไปตามเป้าหมายของธุรกิจ | PLO5 | แสดงออกถึงการสื่อสารที่ดี มีจินตนาการ มีความคิดสร้างสรรค์ การคิดริเริ่มและการรู้เท่าทันสื่อ |
| PLO1         | อธิบายความรู้ด้านการตลาดและการบริหารธุรกิจเพื่อใช้ในงานทางการตลาด                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |      |                                                                   |      |                                                                                   |      |                                                                                     |      |                                                                                             |
| PLO2         | ประยุกต์ใช้ เทคโนโลยี และ ปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อใช้ในการสร้างนวัตกรรมทางการตลาด           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |      |                                                                   |      |                                                                                   |      |                                                                                     |      |                                                                                             |
| PLO3         | ประยุกต์ใช้หลักการทางการตลาดเพื่อใช้ในการวางแผนการตลาดให้เป็นไปตามเป้าหมายของธุรกิจ         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |      |                                                                   |      |                                                                                   |      |                                                                                     |      |                                                                                             |
| PLO5         | แสดงออกถึงการสื่อสารที่ดี มีจินตนาการ มีความคิดสร้างสรรค์ การคิดริเริ่มและการรู้เท่าทันสื่อ |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |      |                                                                   |      |                                                                                   |      |                                                                                     |      |                                                                                             |

| ลำดับ<br>ที่ | Stakeholders/Input                                                                     | รายละเอียดความต้องการจำเป็น<br>(Stakeholders' needs / Requirements)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร<br>(PLOs)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |      |                                                                                  |      |                                                                                     |      |                                                                                        |
|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|----------------------------------------------------------------------------------|------|-------------------------------------------------------------------------------------|------|----------------------------------------------------------------------------------------|
|              |                                                                                        | <ul style="list-style-type: none"><li>ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และนวัตกรรม เพื่อสร้างความแตกต่าง เพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่อง</li><li>สร้างผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมใหม่ ๆ</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |      |                                                                                  |      |                                                                                     |      |                                                                                        |
| 2            | นายจำ/ สถาบันประกอบการ/ ผู้ใช้บัณฑิต<br>จำนวน 35 ราย                                   | <ul style="list-style-type: none"><li>พัฒนาช่องทางทางการตลาดผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์</li><li>การสร้างโฆษณาออนไลน์บนแพลตฟอร์มต่าง ๆ</li><li>การวิเคราะห์ข้อมูลและพฤติกรรมผู้บริโภค การทำความเข้าใจแนวโน้มและพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อนำมาปรับใช้ในการตัดสินใจ และวางแผนกลยุทธ์อย่างมีประสิทธิภาพ</li><li>การเขียนเนื้อหาทางการตลาดและการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ และนำเสนอใจสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย</li><li>สถาบันประกอบการต้องการบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม</li></ul> | <table><tr><td>PLO2</td><td>ประยุกต์ใช้ เทคโนโลยี และปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อใช้ในการสร้างนวัตกรรมทางการตลาด</td></tr><tr><td>PLO3</td><td>ประยุกต์ใช้หลักการทางการตลาดเพื่อใช้ในการวางแผนการตลาดให้เป็นไปตามเป้าหมายของธุรกิจ</td></tr><tr><td>PLO5</td><td>แสดงออกถึงการสื่อสารที่ดี มีจินตนาการ มีความคิดสร้างสรรค์ การรู้จักใช้และการหาทรัพยากร</td></tr></table> | PLO2 | ประยุกต์ใช้ เทคโนโลยี และปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อใช้ในการสร้างนวัตกรรมทางการตลาด | PLO3 | ประยุกต์ใช้หลักการทางการตลาดเพื่อใช้ในการวางแผนการตลาดให้เป็นไปตามเป้าหมายของธุรกิจ | PLO5 | แสดงออกถึงการสื่อสารที่ดี มีจินตนาการ มีความคิดสร้างสรรค์ การรู้จักใช้และการหาทรัพยากร |
| PLO2         | ประยุกต์ใช้ เทคโนโลยี และปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อใช้ในการสร้างนวัตกรรมทางการตลาด       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |      |                                                                                  |      |                                                                                     |      |                                                                                        |
| PLO3         | ประยุกต์ใช้หลักการทางการตลาดเพื่อใช้ในการวางแผนการตลาดให้เป็นไปตามเป้าหมายของธุรกิจ    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |      |                                                                                  |      |                                                                                     |      |                                                                                        |
| PLO5         | แสดงออกถึงการสื่อสารที่ดี มีจินตนาการ มีความคิดสร้างสรรค์ การรู้จักใช้และการหาทรัพยากร |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |      |                                                                                  |      |                                                                                     |      |                                                                                        |

| ลำดับ<br>ที่ | Stakeholders/Input                                                | รายละเอียดความต้องการจำเป็น<br>(Stakeholders' needs / Requirements)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร<br>(PLOs)                                                                         |      |                                                                   |
|--------------|-------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|-------------------------------------------------------------------|
|              |                                                                   | <p>เช่น AI ในการวิเคราะห์ข้อมูลและสร้างสรุคดีด้านการตลาด</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด</li><li>● มีความคิดสร้างสรรค์ และสามารถวิจัยตลาดเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ</li><li>● สถานประกอบการต้องการเพิ่มช่องทางการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ผ่านการจัดนิทรรศการและกิจกรรมทางการตลาด</li><li>● สามารถคิด วิเคราะห์ และแก้ปัญหาอย่างมีระบบ</li></ul> |                                                                                                                 |      |                                                                   |
| 3            | นักศึกษา จำนวน 89 คน                                              | <ul style="list-style-type: none"><li>● พัฒนาองค์ความรู้ให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภค</li><li>● พัฒนากฎและองค์ความรู้ทางการตลาดที่ครอบคลุมและหลากหลาย เพื่อเตรียมความ</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <table><tr><td>PLO1</td><td>อธิบายความรู้ด้านการตลาดและการบริหารธุรกิจเพื่อใช้ในงานทางการตลาด</td></tr></table> | PLO1 | อธิบายความรู้ด้านการตลาดและการบริหารธุรกิจเพื่อใช้ในงานทางการตลาด |
| PLO1         | อธิบายความรู้ด้านการตลาดและการบริหารธุรกิจเพื่อใช้ในงานทางการตลาด |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                 |      |                                                                   |

| ลำดับ<br>ที่ | Stakeholders/Input                                                                        | รายละเอียดความต้องการจำเป็น<br>(Stakeholders' needs / Requirements)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร<br>(PLOs)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |      |                                                                                |      |                                                                                     |      |                                                                                           |
|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|--------------------------------------------------------------------------------|------|-------------------------------------------------------------------------------------|------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
|              |                                                                                           | <p>พร้อมในการเข้าสู่ตลาดแรงงานและการเป็นผู้ประกอบการในอนาคต</p> <ul style="list-style-type: none"><li>เรียนรู้การตลาดดิจิทัลและการสร้างตลาดออนไลน์ เพื่อให้สามารถใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ ในการโปรโมตสินค้าและบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ</li><li>เรียนรู้เกี่ยวกับเครื่องมือการตลาดออนไลน์</li><li>สามารถวิเคราะห์ข้อมูลและพฤติกรรมผู้บริโภคเชิงลึกได้อย่างแม่นยำ เพื่อนำข้อมูลมาปรับใช้ในการวางแผนยุทธศาสตร์ทางการตลาดอย่างเหมาะสม</li><li>มีทักษะการสร้างสรรค์เนื้อหาทางการตลาด (Content Marketing) และการออกแบบสื่อโฆษณาทางการตลาดอย่างสร้างสรรค์ที่น่าสนใจและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย</li><li>มีทักษะการสื่อสารและการนำเสนออย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงทักษะการพูดในที่</li></ul> | <table><tr><td>PLO2</td><td>ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อใช้ในการสร้างนวัตกรรมทางการตลาด</td></tr><tr><td>PLO3</td><td>ประยุกต์ใช้หลักการทางการตลาดเพื่อใช้ในการวางแผนการตลาดให้เป็นไปตามเป้าหมายของธุรกิจ</td></tr><tr><td>PLO5</td><td>แสดงออกถึงการสื่อสารที่ดี มีจินตนาการ มีความคิดสร้างสรรค์ การตัดสินใจและการรู้เท่าทันสื่อ</td></tr></table> | PLO2 | ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อใช้ในการสร้างนวัตกรรมทางการตลาด | PLO3 | ประยุกต์ใช้หลักการทางการตลาดเพื่อใช้ในการวางแผนการตลาดให้เป็นไปตามเป้าหมายของธุรกิจ | PLO5 | แสดงออกถึงการสื่อสารที่ดี มีจินตนาการ มีความคิดสร้างสรรค์ การตัดสินใจและการรู้เท่าทันสื่อ |
| PLO2         | ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อใช้ในการสร้างนวัตกรรมทางการตลาด            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |      |                                                                                |      |                                                                                     |      |                                                                                           |
| PLO3         | ประยุกต์ใช้หลักการทางการตลาดเพื่อใช้ในการวางแผนการตลาดให้เป็นไปตามเป้าหมายของธุรกิจ       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |      |                                                                                |      |                                                                                     |      |                                                                                           |
| PLO5         | แสดงออกถึงการสื่อสารที่ดี มีจินตนาการ มีความคิดสร้างสรรค์ การตัดสินใจและการรู้เท่าทันสื่อ |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |      |                                                                                |      |                                                                                     |      |                                                                                           |

| ลำดับ<br>ที่ | Stakeholders/Input                                                | รายละเอียดความต้องการจำเป็น<br>(Stakeholders' needs / Requirements)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร<br>(PLOs)                                                                         |      |                                                                   |
|--------------|-------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|-------------------------------------------------------------------|
|              |                                                                   | <p>สาธารณะและการเจรจาต่อรองเพื่อสร้างความมั่นใจในการทำงานร่วมกับผู้อื่น</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● มีทักษะการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างเป็นระบบ เพื่อสามารถวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด กำหนดเป้าหมายและวางแผนดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการประเมินผลและการปรับปรุงแผนงานให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ</li><li>● สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรมที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาด</li><li>● สามารถใช้เทคโนโลยีและเครื่องมือดิจิทัลในการทำงาน</li></ul> |                                                                                                                 |      |                                                                   |
| 4            | อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร 5 คน                                  | <ul style="list-style-type: none"><li>● มีทักษะด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและการบริหารธุรกิจ</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <table><tr><td>PLO1</td><td>อธิบายความรู้ด้านการตลาดและการบริหารธุรกิจเพื่อใช้ในงานทางการตลาด</td></tr></table> | PLO1 | อธิบายความรู้ด้านการตลาดและการบริหารธุรกิจเพื่อใช้ในงานทางการตลาด |
| PLO1         | อธิบายความรู้ด้านการตลาดและการบริหารธุรกิจเพื่อใช้ในงานทางการตลาด |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                 |      |                                                                   |

| ลำดับ<br>ที่ | Stakeholders/Input                                                                         | รายละเอียดความต้องการจำเป็น<br>(Stakeholders' needs / Requirements)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร<br>(PLOs)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |      |                                                                                |      |                                                                                     |      |                                            |      |                                                                                            |
|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|--------------------------------------------------------------------------------|------|-------------------------------------------------------------------------------------|------|--------------------------------------------|------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
|              |                                                                                            | <ul style="list-style-type: none"><li>● จัดการเรียนรู้การสอนที่เน้นการปฏิบัติจริงมากขึ้น เพื่อให้ได้ความรู้และทักษะที่สามารถนำไปใช้ในการปฏิบัติจริงได้</li><li>● มีทักษะด้านการเรียนรู้ และการคิดเชิงวิเคราะห์อย่างเป็นระบบประยุกต์ความรู้ในสาขาวิชาต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ</li><li>● รู้จักแต่งกาย ใช้ทาทาง ภาษาอังกฤษที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพในการสื่อสารหรือการนำเสนอทางการตลาด</li><li>● รู้จักทำงานร่วมกับผู้อื่น แบ่งหน้าที่และสนับสนุนความสำเร็จของทีม</li><li>● มีทักษะด้านการแก้ไขปัญหา รู้จักใช้ข้อมูลทางการตลาด และเครื่องมือทางการตลาดที่เหมาะสมในการวิเคราะห์และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นตามสถานการณ์</li></ul> | <table><tr><td>PLO2</td><td>ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อใช้ในการสร้างนวัตกรรมทางการตลาด</td></tr><tr><td>PLO3</td><td>ประยุกต์ใช้หลักการทางการตลาดเพื่อใช้ในการวางแผนการตลาดให้เป็นไปตามเป้าหมายของธุรกิจ</td></tr><tr><td>PLO4</td><td>แสดงออกถึงการปฏิบัติตามจรรยาบรรณทางการตลาด</td></tr><tr><td>PLO5</td><td>แสดงออกถึงการสื่อสารที่ดี มีจินตนาการ มีความคิดสร้างสรรค์ การรู้จักคิดและการรู้เท่าทันสื่อ</td></tr></table> | PLO2 | ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อใช้ในการสร้างนวัตกรรมทางการตลาด | PLO3 | ประยุกต์ใช้หลักการทางการตลาดเพื่อใช้ในการวางแผนการตลาดให้เป็นไปตามเป้าหมายของธุรกิจ | PLO4 | แสดงออกถึงการปฏิบัติตามจรรยาบรรณทางการตลาด | PLO5 | แสดงออกถึงการสื่อสารที่ดี มีจินตนาการ มีความคิดสร้างสรรค์ การรู้จักคิดและการรู้เท่าทันสื่อ |
| PLO2         | ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อใช้ในการสร้างนวัตกรรมทางการตลาด             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |      |                                                                                |      |                                                                                     |      |                                            |      |                                                                                            |
| PLO3         | ประยุกต์ใช้หลักการทางการตลาดเพื่อใช้ในการวางแผนการตลาดให้เป็นไปตามเป้าหมายของธุรกิจ        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |      |                                                                                |      |                                                                                     |      |                                            |      |                                                                                            |
| PLO4         | แสดงออกถึงการปฏิบัติตามจรรยาบรรณทางการตลาด                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |      |                                                                                |      |                                                                                     |      |                                            |      |                                                                                            |
| PLO5         | แสดงออกถึงการสื่อสารที่ดี มีจินตนาการ มีความคิดสร้างสรรค์ การรู้จักคิดและการรู้เท่าทันสื่อ |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |      |                                                                                |      |                                                                                     |      |                                            |      |                                                                                            |



| ลำดับ<br>ที่ | Stakeholders/Input                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | รายละเอียดความต้องการจำเป็น<br>(Stakeholders' needs / Requirements)                                                                                                                                                                                                         | ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร<br>(PLOs)                                                                                                                                                  |      |                                                                   |      |                                            |
|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|-------------------------------------------------------------------|------|--------------------------------------------|
|              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <ul style="list-style-type: none"><li>● สามารถวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด วางแผนการตลาด ออกแบบกลยุทธ์ ควบคุมและประเมินผล</li><li>● ปฏิบัติตามจรรยาบรรณทางการตลาด</li><li>● สามารถสื่อสารที่ดี มีจินตนาการ มีความคิดสร้างสรรค์ การรู้จักใช้และการรู้เท่าทันสื่อ</li></ul> |                                                                                                                                                                                          |      |                                                                   |      |                                            |
| 5            | ปรัชญา วิสัยทัศน์ อัตลักษณ์<br>บัณฑิตที่พึงประสงค์ ของ<br>มหาวิทยาลัย<br><br>ปรัชญามหาวิทยาลัย: ความรู้คู่<br>คุณธรรม นำชุมชนให้เข้มแข็ง แดง<br>ภูมิปัญญาไทย<br><br>ปรัชญาการศึกษา: เก่งวิชาการ<br>ชำนาญปฏิบัติ เด่นชัดนวัตกรรมชุมชน<br><br>วิสัยทัศน์ “มหาวิทยาลัยชั้นนำในการ<br>พัฒนาท้องถิ่นในระดับภูมิภาค”<br>อัตลักษณ์ | มหาวิทยาลัยชั้นนำในการพัฒนาท้องถิ่น เก่ง<br>วิชาการ ชำนาญปฏิบัติ เด่นชัดนวัตกรรมชุมชน<br>ความสำนึกยึดมั่นในระบอบคุณธรรมและ<br>จริยธรรมที่ดีงาม                                                                                                                              | <table><tr><td>PLO1</td><td>อธิบายความรู้ด้านการตลาดและการบริหารธุรกิจเพื่อใช้ในงานทางการตลาด</td></tr><tr><td>PLO4</td><td>แสดงออกถึงการปฏิบัติตามจรรยาบรรณทางการตลาด</td></tr></table> | PLO1 | อธิบายความรู้ด้านการตลาดและการบริหารธุรกิจเพื่อใช้ในงานทางการตลาด | PLO4 | แสดงออกถึงการปฏิบัติตามจรรยาบรรณทางการตลาด |
| PLO1         | อธิบายความรู้ด้านการตลาดและการบริหารธุรกิจเพื่อใช้ในงานทางการตลาด                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                          |      |                                                                   |      |                                            |
| PLO4         | แสดงออกถึงการปฏิบัติตามจรรยาบรรณทางการตลาด                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                          |      |                                                                   |      |                                            |

| ลำดับ<br>ที่ | Stakeholders/Input                                                                                                                                                                                                                                                  | รายละเอียดความต้องการจำเป็น<br>(Stakeholders' needs / Requirements)                                                               | ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร<br>(PLOs)                                                                                                                                                                                        |      |                                                                   |      |                                                                                  |
|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|-------------------------------------------------------------------|------|----------------------------------------------------------------------------------|
|              | บัณฑิตที่รู้จักแบ่งปัน เอาใจใส่และห่วงใยในเรื่องของส่วนรวมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติ คิดและปฏิบัติในทางที่ดี มีความสำนึกยึดมั่นในระบอบคุณธรรมและจริยธรรมที่ดีงาม ละอายต่อสิ่งที่ผิด เน้นความเรียบง่าย ประหยัด และมีสมดุลระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ          |                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                |      |                                                                   |      |                                                                                  |
| 6            | <b>ปรัชญา วิสัยทัศน์ อัตลักษณ์</b><br><b>บัณฑิตที่พึงประสงค์ของคณะ</b><br><b>ปรัชญา:</b> เก่งวิชาการ ชำนาญปฏิบัติ เด่นชัดนวัตกรรมชุมชนด้วยศาสตร์บริหารธุรกิจ<br><b>วิสัยทัศน์</b> “ผู้นำนวัตกรรมการบริหารธุรกิจ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง”<br><b>อัตลักษณ์</b> | เก่งวิชาการ ชำนาญปฏิบัติ เด่นชัดนวัตกรรมชุมชนด้วยศาสตร์บริหารธุรกิจ ผู้นำนวัตกรรมการบริหารธุรกิจ เป็นนักบริหารจัดการและรู้ดิจิทัล | <table><tr><td>PLO1</td><td>อธิบายความรู้ด้านการตลาดและการบริหารธุรกิจเพื่อใช้ในงานทางการตลาด</td></tr><tr><td>PLO2</td><td>ประยุกต์ใช้ เทคโนโลยี และปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อใช้ในการสร้างนวัตกรรมทางการตลาด</td></tr></table> | PLO1 | อธิบายความรู้ด้านการตลาดและการบริหารธุรกิจเพื่อใช้ในงานทางการตลาด | PLO2 | ประยุกต์ใช้ เทคโนโลยี และปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อใช้ในการสร้างนวัตกรรมทางการตลาด |
| PLO1         | อธิบายความรู้ด้านการตลาดและการบริหารธุรกิจเพื่อใช้ในงานทางการตลาด                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                |      |                                                                   |      |                                                                                  |
| PLO2         | ประยุกต์ใช้ เทคโนโลยี และปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อใช้ในการสร้างนวัตกรรมทางการตลาด                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                |      |                                                                   |      |                                                                                  |

| ลำดับ<br>ที่ | Stakeholders/Input                                                                                                                                                                                                          | รายละเอียดความต้องการจำเป็น<br>(Stakeholders' needs / Requirements)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร<br>(PLOs)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |      |                                                                                        |      |                                                                                             |      |                                                                                                     |
|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|----------------------------------------------------------------------------------------|------|---------------------------------------------------------------------------------------------|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 7            | เป็นนักบริหารจัดการ และรู้ดิจิทัล<br><br>ประกาศกระทรวงการอุดมศึกษา<br>วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เรื่อง<br>ทักษะที่พึงประสงค์ของ ก ลังคนใน<br>สาขาเกษตรสมัยใหม่ การตลาดดิจิทัล<br>และท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ปี พ.ศ.<br>2565 | <p><b>1. การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการตลาด</b></p> <p>1.1 สามารถใช้เทคโนโลยีและสื่อออนไลน์ต่างๆ<br/>เข้ามาช่วยในการทำการตลาด เช่น Google Ads,<br/>Facebook, Instagram, Line และ Social Media<br/>ต่าง ๆ ได้</p> <p>1.2 สามารถสร้าง Website ที่เป็นช่องทางหรือ<br/>เว็บไซต์สำหรับส่งเสริมการขาย</p> <p>1.3 สามารถวิเคราะห์และจัดเตรียมเนื้อหา<br/>รูปภาพ เพื่อทำโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์</p> <p>1.4 สามารถวางกลยุทธ์เพื่อสร้างยอดขายบน<br/>แพลตฟอร์มต่าง ๆ ของสื่อสังคมออนไลน์</p> <p>2. การให้บริการโฆษณา</p> <p>2.1 สามารถใช้งานแพลตฟอร์มเทคโนโลยีและ<br/>บริการด้านโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต</p> <p>2.2 สามารถใช้เครื่องมือและบริการโฆษณา<br/>ออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Google Ads เพื่อให้</p> | <table><tr><td>PLO2</td><td>ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและปัญญา<br/>ประดิษฐ์ (AI) เพื่อใช้ในการสร้าง<br/>นวัตกรรมทางการตลาด</td></tr><tr><td>PLO3</td><td>ประยุกต์ใช้หลักการทางการตลาดเพื่อ<br/>ใช้ในการวางแผนการตลาดให้เป็นไป<br/>ตามเป้าหมายของธุรกิจ</td></tr><tr><td>PLO5</td><td>แสดงออกถึงการสื่อสารที่ดี มีจินตนา<br/>การ มีความคิดสร้างสรรค์ การรู้ดิจิทัล<br/>และการรู้เท่าทันสื่อ</td></tr></table> | PLO2 | ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและปัญญา<br>ประดิษฐ์ (AI) เพื่อใช้ในการสร้าง<br>นวัตกรรมทางการตลาด | PLO3 | ประยุกต์ใช้หลักการทางการตลาดเพื่อ<br>ใช้ในการวางแผนการตลาดให้เป็นไป<br>ตามเป้าหมายของธุรกิจ | PLO5 | แสดงออกถึงการสื่อสารที่ดี มีจินตนา<br>การ มีความคิดสร้างสรรค์ การรู้ดิจิทัล<br>และการรู้เท่าทันสื่อ |
| PLO2         | ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและปัญญา<br>ประดิษฐ์ (AI) เพื่อใช้ในการสร้าง<br>นวัตกรรมทางการตลาด                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |      |                                                                                        |      |                                                                                             |      |                                                                                                     |
| PLO3         | ประยุกต์ใช้หลักการทางการตลาดเพื่อ<br>ใช้ในการวางแผนการตลาดให้เป็นไป<br>ตามเป้าหมายของธุรกิจ                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |      |                                                                                        |      |                                                                                             |      |                                                                                                     |
| PLO5         | แสดงออกถึงการสื่อสารที่ดี มีจินตนา<br>การ มีความคิดสร้างสรรค์ การรู้ดิจิทัล<br>และการรู้เท่าทันสื่อ                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |      |                                                                                        |      |                                                                                             |      |                                                                                                     |

| ลำดับ<br>ที่ | Stakeholders/Input | รายละเอียดความต้องการการจำเป็น<br>(Stakeholders' needs / Requirements)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร<br>(PLOs) |
|--------------|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
|              |                    | <p>ธุรกิจต่าง ๆ ใช้ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการบน Google Search, YouTube และเว็บไซต์อื่น ๆ บนอินเทอร์เน็ต สามารถเลือกเป้าหมายเฉพาะที่เหมาะสมสำหรับการโฆษณา</p> <p>3. การทำการตลาดผ่านอีเมล</p> <p>3.1 สามารถทำการตลาดผ่านส่งผ่านการส่งอีเมลไปยังกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์หรือบริการ</p> <p>3.2 สามารถจัดเตรียมคัดลอกแบ่งกลุ่มและปรับปรุงรายชื่ออีเมลของกลุ่มเป้าหมาย</p> <p>3.3 สามารถเขียนอีเมลสื่อสารข้อมูลที่สำคัญ เช่นการโฆษณาส่วนลดหรือสินค้าและบริการใหม่</p> <p>3.4 สามารถตั้งชื่อหัวข้อที่น่าสนใจรวมไปถึงการใส่รูปที่เหมาะสม</p> <p>3.5 สามารถรองรับการติดต่อกลับจากลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>4. การวางแผนกลยุทธ์การตลาด</p> |                                         |

| ลำดับ<br>ที่ | Stakeholders/Input | รายละเอียดความต้องการจำเป็น<br>(Stakeholders' needs / Requirements)                                                                                                                                                                                                                               | ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร<br>(PLOs) |
|--------------|--------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
|              |                    | <p>4.1 สามารถวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการตลาด<br/>ทั้งปัจจัยภายในและภายนอกธุรกิจ</p> <p>4.2 สามารถวิเคราะห์ข้อมูลการตลาดและ<br/>วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย</p> <p>4.3 สามารถกำหนดจุดแข็งจุดอ่อนโอกาสและ<br/>อุปสรรคของธุรกิจได้</p> <p>4.4 สามารถวางแผนการตลาดได้ทั้งในระยะ<br/>สั้นระยะกลางและระยะยาว</p> |                                         |

## 2. คำสั่งมหาวิทยาลัยที่เกี่ยวข้อง

1. คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตร
2. คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์



**คำสั่งคณะกรรมการธุรกิจและการบัญชี**  
**ที่ ๐๐๕/๒๕๖๘**  
**เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตร**

เพื่อให้การพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ระดับปริญญาตรี ๔ ปี (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๔) คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ เป็นไปด้วยความเรียบร้อย สอดคล้องกับกระแสการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ เช่น สังคม วัฒนธรรม เทคโนโลยี และเป็นการเตรียมบัณฑิตให้สามารถปรับตัวให้อยู่ในสังคมปัจจุบันได้อย่างมีความสุข และเป็นพลเมืองที่ดี สอดคล้องกับกฎกระทรวงมาตรฐานหลักสูตรการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๖๕ ประกาศคณะกรรมการ มาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่องเกณฑ์มาตรฐานระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๖๕ และเพื่อให้เกิดประโยชน์ ในการรักษามาตรฐานและคุณภาพในการพัฒนาหลักสูตรของมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษให้เป็นไป ด้วยความเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ดังนั้น อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๓๑ แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. ๒๕๔๗ จึงขอแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๔) ดังรายชื่อต่อไปนี้

|                                             |                     |
|---------------------------------------------|---------------------|
| ๑. อาจารย์ ดร.ชูเกียรติ พงศ์พนาพิพัฒน์      | ประธานกรรมการ       |
| ๒. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภัทรธร ทวีจันทร์ | รองประธานกรรมการ    |
| ๓. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พินุกต์ สมชอบ      | กรรมการ             |
| ๔. อาจารย์ ดร.สรวิทย์ งามสุทธิ              | กรรมการ             |
| ๕. ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิตติมา พลศักดิ์       | กรรมการ             |
| ๖. นางสาวภาสินี แวนวิไล                     | กรรมการ             |
| ๗. นางสาวเพชรรัตน์ สุริยาเรืองฤทธิ์         | กรรมการ             |
| ๘. อาจารย์ ดร.พรศิริ วิรุณพันธ์             | กรรมการ             |
| ๙. อาจารย์บังอร สุขจันทร์                   | กรรมการ             |
| ๑๐. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลินดา ราเด        | กรรมการ             |
| ๑๑. อาจารย์ทิมมพร ฉัตรนันทกรณ์              | กรรมการและเลขานุการ |

หน้าที่ ในการดำเนินการพัฒนาหลักสูตรใหม่หรือการปรับปรุงหลักสูตรเดิมที่ดำเนินการ ตามแนวทาง Outcome-Based Education (OBE) ให้มีคุณภาพและมาตรฐานของสาขาวิชาสอดคล้องปรัชญา การศึกษา วิสัยทัศน์ และทิศทางการผลิตบัณฑิตของมหาวิทยาลัย รวมทั้งความต้องการของประเทศ และเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรหรือเกณฑ์มาตรฐานวิชาชีพ

สั่ง ณ วันที่ ๒ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๘

(อาจารย์ ดร.ชูเกียรติ พงศ์พนาพิพัฒน์)  
คณบดีคณะบริหารธุรกิจและการบัญชี





**คำสั่งคณะกรรมการธุรกิจและการบัญชี**  
**ที่ ๐๐๖/๒๕๖๘**  
**เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต**  
**สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๔)**

เพื่อให้การพัฒนาปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๔) คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ เป็นไปด้วยความเรียบร้อย สอดคล้องกับกระแสการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ เช่น สังคม วัฒนธรรม เทคโนโลยี และเป็นการเตรียมบัณฑิตให้สามารถปรับตัวให้อยู่ในสังคมปัจจุบัน ได้อย่างมีความสุขและเป็นพลเมืองที่ดี สอดคล้องกับกฎกระทรวงมาตรฐานหลักสูตรการศึกษา ระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๖๕ ประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่องเกณฑ์มาตรฐานระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๖๕ และเพื่อให้เกิดประโยชน์ในการรักษามาตรฐานและคุณภาพในการพัฒนาหลักสูตรของมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษให้ เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ดังนั้น อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๓๑ แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. ๒๕๔๗ จึงขอแต่งตั้งคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ และการบัญชี (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๔) ดังรายชื่อต่อไปนี้

|                                            |                     |
|--------------------------------------------|---------------------|
| ๑. อาจารย์ ดร.ชูเกียรติ พงศ์พนาพิพัฒน์     | ประธานกรรมการ       |
| ๒. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภัทธร ทวีจันทร์ | รองประธานกรรมการ    |
| ๓. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติชัย เจริญชัย | กรรมการ             |
| ๔. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรชัย อินทสังข์ | กรรมการ             |
| ๕. อาจารย์ลลนา ยุกต์วัฒนพงศ์               | กรรมการ             |
| ๖. นางสาวแก้วดา ขอบเขต                     | กรรมการ             |
| ๗. คุณกิตติวัฒน์ เกียรติสุนนท์             | กรรมการ             |
| ๘. นางสาวตรีเพชร จันทักดี                  | กรรมการ             |
| ๙. อาจารย์ ดร.พรศิริ วิรุณพันธ์            | กรรมการ             |
| ๑๐. อาจารย์บังอร สุขจันทร์                 | กรรมการ             |
| ๑๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลลิตา ราเด       | กรรมการ             |
| ๑๒. อาจารย์ทิมพร ฉัตรนันทภรณ์              | กรรมการและเลขานุการ |

หน้าที่ ดำเนินการวิพากษ์และให้ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาหลักสูตรให้มีคุณภาพและมาตรฐานของสาขาวิชาสอดคล้องกับแผนพัฒนาการศึกษาระดับอุดมศึกษาของชาติ ประชุมของการอุดมศึกษา ประชุมของสถาบันอุดมศึกษาและมาตรฐานวิชาการ วิชาชีพ รวมทั้งความต้องการของประเทศ

สั่ง ณ วันที่ ๒ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๘

(อาจารย์ ดร.ชูเกียรติ พงศ์พนาพิพัฒน์)  
คณบดีคณะบริหารธุรกิจและการบัญชี



### ภาคผนวก ค

#### ข้อบังคับและประกาศที่เกี่ยวข้อง

- ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ ว่าด้วย การจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565
- ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ ว่าด้วย การจัดการศึกษาระบบคณิศร พ.ศ. 2565
- ระเบียบมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ ว่าด้วย การเทียบโอนผลการเรียน และการยกเว้นการเรียนรายวิชา พ.ศ. 2565

## ภาคผนวก ง

### บันทึกข้อตกลงความร่วมมือ

- บันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการ ระหว่าง บริษัท เบทาโกร จำกัด (มหาชน) กับ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
- บันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการ โครงการพัฒนาความร่วมมือกับสถานประกอบการเพื่อสนับสนุนสหกิจศึกษา ระหว่าง สถาบันอุดมศึกษาในเครือข่ายพัฒนาสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง กับ บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)



## บันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการ

### ระหว่าง

**บริษัท เบทาโกร จำกัด (มหาชน) กับ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ**

บันทึกข้อตกลงฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อแสดงความร่วมมือทางวิชาการ ในการสนับสนุนการรับนักศึกษาฝึกงานและหรือโครงการสหกิจศึกษา ระหว่าง บริษัท เบทาโกร จำกัด (มหาชน) กับ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ อีกฝ่ายหนึ่ง

### วัตถุประสงค์

บริษัทเบทาโกร จำกัด(มหาชน) กับ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ จะร่วมมือกันทางวิชาการและสนับสนุนการรับนักศึกษาเข้าฝึกงานและ/ หรือโครงการสหกิจศึกษา เพื่อสนับสนุนนักศึกษา บุคลากรของมหาวิทยาลัย ได้พัฒนาความรู้ ทักษะร่วมกันในการฝึกประสบการณ์ภายใต้การถ่ายทอดความรู้จากสถานการณ์จริง โดยหน่วยงานทั้งสองจะมีการบูรณาการทำงานเข้าด้วยกัน มุ่งสร้างบัณฑิตที่พึงประสงค์ อันสมควรได้รับการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพความร่วมมือกันอย่างต่อเนื่องให้เท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจ

### ขอบข่ายความร่วมมือ

ข้อ 1 บริษัทยินดีร่วมมือด้านการจัดการศึกษา การฝึกประสบการณ์วิชาชีพและ/หรือการปฏิบัติงาน ในโครงการสหกิจศึกษาให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับความต้องการด้านแรงงานของสถานประกอบการและตลาดแรงงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเป็นไปตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขปฏิบัติของบริษัท

ข้อ 2 บริษัทยินดีให้ผู้ทรงคุณวุฒิตามที่บริษัทกำหนด เป็นคณะกรรมการที่ปรึกษาวิชาการของสาขาวิชาเพื่อให้การจัดการศึกษามีคุณภาพและสอดคล้องกับนโยบายของหลักสูตรอุดมศึกษา

ข้อ 3 บริษัทสนับสนุนกิจกรรมทางการศึกษาตามที่บริษัทเห็นสมควรและร่วมดำเนินการตามโอกาส ให้แก่นักศึกษา เพื่อสร้างคุณลักษณะของบัณฑิตที่พึงประสงค์และตรงตามความต้องการของสถานประกอบการและตลาดแรงงาน

ข้อ 4 ร่วมมือในการปฏิบัติงานร่วมกัน เช่น การทำโครงการ การวิจัย การฝึกอบรมและการจัดการกิจกรรมให้บริการทางวิชาการและวิชาชีพ

ข้อ 5 มหาวิทยาลัยสามารถเรียนเชิญผู้คุณวุฒิของบริษัทเป็นอาจารย์พิเศษหรือวิทยากรมาบรรยาย โดยมหาวิทยาลัยจะรับผิดชอบค่าตอบแทนที่เหมาะสมให้แก่บริษัทหรือทางบริษัทให้ความอนุเคราะห์สนับสนุน

ข้อ 6 นักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพและ/หรือโครงการสหกิจศึกษาของ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ ต้องปฏิบัติตามข้อตกลง กฎระเบียบข้อบังคับ ของ บริษัท เบทาโกร จำกัด (มหาชน) อย่างเคร่งครัดและบริษัทจะจ่ายค่าตอบแทนให้ตามความเหมาะสมดังที่กำหนดในระเบียบปฏิบัติของบริษัท

### **กรรมสิทธิ์และลิขสิทธิ์**

กรรมสิทธิ์และลิขสิทธิ์ทั้งหลายที่เกิดจากการทำโครงการ งานวิจัย การฝึกอบรมและการจัดการกิจกรรม ทางวิชาการตามความร่วมมือที่ระบุในบันทึกข้อตกลงฉบับนี้ ให้เป็นไปตามที่ทั้งสองฝ่ายจะได้ตกลงร่วมกันก่อนเริ่มโครงการเป็นรายการไป ซึ่งหากโครงการใดที่กรรมสิทธิ์และลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ แต่เพียงผู้เดียว มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ ตกลงให้บริษัทใช้ประโยชน์ใดๆ ในผลงานที่ได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายหรือค่าตอบแทนอื่นใด และทั้งนี้ไม่ว่ากรณีจะเป็นเช่นไร มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ ตกลงไม่เปิดเผยหรืออนุญาตให้บุคคลหรือนิติบุคคลอื่นที่ประกอบธุรกิจแข่งขันกับบริษัท ทราบหรือใช้ประโยชน์ในผลงานที่ได้จากความร่วมมือที่ระบุในบันทึกข้อความฉบับนี้

### **ผู้ทำการแทน**

บริษัท เบทาโกร จำกัด (มหาชน) ร่วมกับ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ แต่งตั้งผู้แทนหรือคณะกรรมการ เพื่อร่วมมือกันกำหนดกิจกรรมพร้อมทั้งจัดทำแผนการดำเนินงานภายใต้ขอบเขตความร่วมมือ การสนับสนุนข้างต้น

### **การมีผลบังคับใช้ข้อตกลง**

ข้อ 1 บันทึกข้อตกลงนี้จะมีผลบังคับใช้เป็นเวลา 5 ปี นับจากวันที่ลงนามและบันทึกข้อตกลงและจะมีผลบังคับใช้ต่อไปอีก เมื่อได้รับความเห็นชอบร่วมกันทั้งสองฝ่ายและลงนามผ่านบันทึกตกลงใหม่แล้ว

ข้อ 2 ทั้งสองฝ่ายจะจัดให้การทบทวนบันทึกข้อตกลงนี้ทุกปีและจัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานประจำปีเสนอต่อบริษัทและมหาวิทยาลัย เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องและสังคมได้รับทราบ

ข้อ 3 ทั้งสองฝ่ายอาจเพิ่มเติมและ/หรือยกเลิกข้อความใดในบันทึกข้อตกลงภายหลังจากลงนามแล้ว ได้และจะมีผลเมื่อทั้งสองฝ่ายให้ความเห็นชอบและลงนามในบันทึกแก้ไขเพิ่มเติมหรือยกเลิกข้อความแล้วให้ถือเป็นส่วนหนึ่งของข้อตกลงนี้

ข้อ 4 บันทึกข้อตกลงฉบับนี้สามารถยกเลิกได้เมื่อฝ่ายหนึ่งมีหนังสือแจ้งล่วงหน้าไปยังอีกฝ่ายหนึ่งเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 120 วันและด้วยความยินยอมของทั้งสองฝ่าย

ทั้งสองฝ่ายร่วมกันเพื่อผลประโยชน์ในเชิงบวกโดยทั้งสองฝ่ายจะไม่วิพากษ์ซึ่งกันและกัน

บันทึกข้อตกลงนี้จัดทำขึ้นเป็น สองฉบับมีข้อความถูกต้องตรงกัน ทั้งสองฝ่ายได้อ่านและเข้าใจ  
ข้อความ โดยละเอียด เห็นว่าถูกต้องตามเจตนารมณ์ทุกประการ จึงลงลายมือชื่อไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน  
และเก็บไว้ ฝ่ายละหนึ่งฉบับ

มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ  
ลงชื่อ.....  
(ดร.เจษฎา ชาติศรี)  
รองอธิการบดี ปฏิบัติราชการแทนอธิการบดี  
มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

บริษัท เบทาโกร จำกัด (มหาชน)  
ลงชื่อ.....  
(ดร.ณรงค์ชัย ศรีสันติแสง)  
รองกรรมการผู้จัดการใหญ่บริหาร เครือเบทาโกร

ลงชื่อ.....(พยาน)  
(ดร.ศรวิวรรณ เกียรติสุรนนท์)  
นายกสภามหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

ลงชื่อ.....(พยาน)  
(นายนครินทร์ ต่างวิริยกุล)  
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่  
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

ลงชื่อ.....(พยาน)  
(ดร.ภาดล อามาศย์)  
คณบดีคณะบริหารธุรกิจและการบัญชี

ลงชื่อ.....(พยาน)  
(นางจันทนา รัฐปาโล)  
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์



## บันทึกข้อตกลงความร่วมมือ

โครงการพัฒนาความร่วมมือกับสถานประกอบการเพื่อสนับสนุนสหกิจศึกษา

ระหว่าง

สถาบันอุดมศึกษาในเครือข่ายพัฒนาสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง กับ บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

บันทึกข้อตกลงความร่วมมือฉบับนี้ทำขึ้น ณ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี เมื่อวันที่ ๓ เมษายน ๒๕๖๖ ระหว่าง สถาบันอุดมศึกษาในเครือข่ายพัฒนาสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง โดย อธิการบดี หรือผู้รับมอบหมายจากอธิการบดีของสถาบันอุดมศึกษาในเครือข่ายพัฒนาสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ซึ่งต่อไปในบันทึกข้อตกลงนี้เรียกว่า “สถาบันอุดมศึกษา” ฝ่ายหนึ่ง กับ บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) โดย นางสาววรพร ละมุลศรี ตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่ายบริหารทรัพยากรมนุษย์ ผู้รับมอบอำนาจจาก กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัท ตามหนังสือมอบอำนาจฉบับลงวันที่ ๑๘ มกราคม ๒๕๖๕ สำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ ๑๘๓๙, ๑๘๓๙/๑, ๑๘๓๙/๒ ถนนพหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ๑๐๙๐๐ ปราบกฏตามสำเนาหนังสือรับรองบริษัทของสำนักงานทะเบียนหุ้นส่วนบริษัท กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ทะเบียนเลขที่ ๐๑๐๗๕๔๕๐๐๐๐๔๗ ออกให้ ณ วันที่ ๑๗ มกราคม ๒๕๖๕ แนบท้ายบันทึกข้อตกลงนี้ ซึ่งต่อไปในบันทึกข้อตกลงนี้ เรียกว่า “สถานประกอบการ” อีกฝ่ายหนึ่ง

โดยทั้งสองฝ่ายได้ตระหนักถึงความสำคัญในความร่วมมือระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนในการ พัฒนาการจัดการเรียนการสอน ซึ่งจะส่งผลดีต่อการพัฒนาประเทศ ทั้งสองฝ่ายจึงร่วมมือกัน เพื่อดำเนินงานสหกิจศึกษา (Cooperative Education) เพื่อการพัฒนาคุณภาพบัณฑิตไทย และสร้างความเข้มแข็งของประเทศ ในการแข่งขันในตลาดงาน ดังนี้

### ข้อ ๑ วัตถุประสงค์ของโครงการ

๑.๑ เพื่อสนับสนุนการเรียนการสอนให้นักศึกษา อาจารย์ ของสถาบันอุดมศึกษา เข้าเรียนรู้ประสบการณ์จากการปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการ

๑.๒ เพื่อสนับสนุนให้สถานประกอบการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการจัดการเรียนการสอนของสถาบันอุดมศึกษา และส่งเสริมให้บุคลากรของสถานประกอบการได้พัฒนาความรู้และคุณวุฒิเพิ่มขึ้น

๑.๓ เพื่อพัฒนาความร่วมมือและสร้างเครือข่ายอย่างยั่งยืน



-๒-

**ข้อ ๒ ลักษณะความร่วมมือ**

๒.๑ การแลกเปลี่ยนนักศึกษา อาจารย์ของสถาบันอุดมศึกษา เข้าปฏิบัติงาน อบรม สัมมนา ศึกษาดูงาน การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกับบุคลากรของสถานประกอบการ

๒.๒ การศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนางาน ผลผลิตร่วมกัน

๒.๓ การสนับสนุนด้านบุคลากร การบริหารจัดการ งบประมาณ เพื่อให้การดำเนินงาน โครงการ

**ข้อ ๓ ระยะเวลาของบันทึกข้อตกลง**

บันทึกข้อตกลงความร่วมมือฉบับนี้ คู่สัญญาทั้งสองฝ่ายตกลงให้มีผลบังคับใช้ ๕ ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ ๓ เมษายน ๒๕๖๖ ถึงวันที่ ๒ เมษายน ๒๕๗๑ ทั้งนี้ คู่สัญญาทั้งสองฝ่ายอาจตกลงเป็นลายลักษณ์อักษรให้เสร็จสิ้นก่อนบันทึกข้อตกลงฉบับนี้สิ้นสุดบังคับใช้ลง เพื่อขยายระยะเวลาในการดำเนินงานภายใต้บันทึกข้อตกลงฉบับนี้ออกไปได้ตามความเหมาะสมโดยมิให้ผลอันสมควร

**ข้อ ๔ หน้าที่ของสถาบันอุดมศึกษา**

๔.๑ จัดนักศึกษาเข้าปฏิบัติงาน ณ สถานประกอบการ

๔.๒ ประสานงานด้านสหกิจศึกษากับสถานประกอบการ

๔.๓ จัดคณาจารย์นิเทศสหกิจศึกษาออกนิเทศนักศึกษา ณ สถานประกอบการ

๔.๔ ร่วมประชุม ประเมิน รับฟังการนำเสนอผลงาน ให้ข้อคิดเห็นแก่นักศึกษา

**ข้อ ๕ หน้าที่ของสถานประกอบการ**

๕.๑ ดำเนินการรับนักศึกษาของสถาบันอุดมศึกษา เพื่อปฏิบัติงานจริงตามระยะเวลา ไม่น้อยกว่า ๑๖ สัปดาห์ติดต่อกัน โดยนักศึกษาอาจได้ค่าตอบแทนหรือสวัสดิการอื่น ๆ ตามที่สถานประกอบการเห็นสมควร

๕.๒ กำหนดภาระงาน หรือหัวข้อโครงการที่ตรงหรือสอดคล้องกับวิชาชีพและประสบการณ์การทำงานของนักศึกษา

๕.๓ ให้ความรู้และใช้เครื่องมือ วัสดุ อุปกรณ์ในการฝึกประสบการณ์ รวมทั้งจัดหาพนักงานที่เลี้ยงดูแลนักศึกษาขณะปฏิบัติงาน ณ สถานประกอบการ

๕.๔ ร่วมประชุม ประเมิน และรับฟังการนำเสนอผลงาน ตลอดจนให้ข้อคิดเห็นแก่นักศึกษา

**ข้อ ๖ การบอกเลิกบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ**

คู่สัญญาทั้งสองฝ่ายสามารถบอกเลิกบันทึกข้อตกลงความร่วมมือได้ หากมีเหตุอันควรแก่การบอกเลิก โดยส่งคำบอกกล่าวเป็นหนังสือระบุรายละเอียดและสาเหตุการบอกเลิกให้อีกฝ่ายหนึ่งทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า ๓๐ วัน ซึ่งคู่สัญญาทั้งสองฝ่าย ไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าเสียหายที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานโครงการ นับตั้งแต่วันที่บันทึกข้อตกลงนี้สิ้นสุดลงและไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าเสียหายใด ๆ ต่อกัน

### ข้อ ๗ การเปลี่ยนแปลง แก้ไข บันทึกข้อตกลงความร่วมมือ

การเปลี่ยนแปลง แก้ไข เพิ่มเติม บันทึกข้อตกลงความร่วมมือฉบับนี้ สามารถดำเนินการได้ โดยความเห็นชอบของคู่สัญญาทั้งสองฝ่าย โดยทำเป็นหนังสือตามแบบและพิธีการเช่นเดียวกับการทำบันทึกข้อตกลงนี้ และให้ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของบันทึกข้อตกลงความร่วมมือฉบับนี้ การบอกกล่าวนั้นหากได้ส่งมอบให้แก่ผู้แทนที่ได้รับมอบหมายของคู่สัญญาแต่ละฝ่ายหรือจัดส่งโดยจดหมายไปรษณีย์ลงทะเบียนตามที่อยู่ของผู้รับคำบอกกล่าวนั้นตามที่ปรากฏในบันทึกข้อตกลงนี้ให้ถือว่าได้ส่งไปโดยชอบแล้ว

การเปลี่ยนแปลง แก้ไข หรือเพิ่มเติมตามความในวรรคแรก ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งอาจแสดง ความประสงค์ โดยบอกกล่าวเป็นหนังสือ พร้อมระบุเหตุผลและรายละเอียดที่ต้องการเปลี่ยนแปลง แก้ไข หรือเพิ่มเติมให้อีกฝ่ายหนึ่งทราบ

การบอกกล่าวเป็นหนังสือตามความในข้อ ๖ และข้อ ๗ นั้น หากได้ส่งมอบหนังสือให้แก่ผู้แทนที่ได้รับมอบหมายของคู่สัญญาแต่ละฝ่ายหรือจัดส่งโดยจดหมายไปรษณีย์ลงทะเบียนตามที่อยู่ของผู้รับคำบอกกล่าวนั้น ให้ถือว่าได้ส่งไปโดยชอบแล้ว

บันทึกข้อตกลงความร่วมมือฉบับนี้ทำขึ้นเป็นสองฉบับ โดยมีข้อความถูกต้องตรงกันทุกประการ คู่สัญญาทั้งสองฝ่ายได้อ่านและเข้าใจข้อความโดยละเอียดตลอดแล้ว เห็นว่าถูกต้องตรงตามเจตนารมณ์ทุกประการ เพื่อเป็นหลักฐานจึงได้ลงลายมือชื่อ พร้อมทั้งประทับตรา (ถ้ามี) ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และยึดถือไว้ฝ่ายละหนึ่งฉบับ

ลงชื่อ .....

(รองศาสตราจารย์ ดร.อนันต์ ทองระอา)

อธิการบดี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ลงชื่อ .....

(คุณวราพร ละมุลตรี)

ผู้จัดการฝ่ายบริหารทรัพยากรมนุษย์

บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

ลงชื่อ .....

(รองศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์ศักดิ์ ธรรมโชติ)

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการและวิเทศสัมพันธ์

ปฏิบัติราชการแทนอธิการบดี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ลงชื่อ .....

(อาจารย์ ดร.จิราภรณ์ จันทร์เขียน)

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ วิจัยและนวัตกรรม

ปฏิบัติราชการแทนอธิการบดี

มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ



ลงชื่อ .....  
 (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุตินันท์ ประสิทธิ์ภูริปรีชา)  
 อธิการบดี  
 มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ลงชื่อ .....  
 (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัฐกรณ์ คิดการ)  
 รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ การวิจัยและนวัตกรรม  
 ปฏิบัติราชการแทนอธิการบดี  
 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา



ลงชื่อ .....  
 (ดร.ณัฐวัฒน์ วงษ์ขวาลิตกุล)  
 อธิการบดี  
 มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

ลงชื่อ .....  
 (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภาณุเดช เพ็ญความสุข)  
 ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน  
 มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ลงชื่อ .....  
 (ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรณราย คำโสภา)  
 รองอธิการบดีฝ่ายพัฒนานักศึกษาและพันธกิจสัมพันธ์  
 ปฏิบัติราชการแทนอธิการบดี  
 มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

ลงชื่อ .....  
 (รองศาสตราจารย์มาลิณี จุโฑปะมา)  
 อธิการบดี  
 มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์



ลงชื่อ .....  
 (ดร.ชูเกียรติ พงศ์พนาพิพัฒน์)  
 คณบดีคณะบริหารธุรกิจและการบัญชี  
 ปฏิบัติราชการแทนอธิการบดี  
 มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

ลงชื่อ .....  
 นางสาวธัญญา สาสิทธิ์  
 รองอธิการบดี  
 ปฏิบัติราชการแทนอธิการบดี  
 มหาวิทยาลัยเฉลิมกาญจนา

ลงชื่อ .....  
 (นางสาวนฤพร ไหวหาร)  
 หัวหน้าฝ่ายประกันคุณภาพการศึกษา  
 ปฏิบัติราชการแทนอธิการบดี  
 มหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น

ลงชื่อ .....  
 (นายธนาศักดิ์ ช่ายกระโทก)  
 ผู้อำนวยการสำนักวิชาการ  
 ปฏิบัติราชการแทนอธิการบดี  
 มหาวิทยาลัยราชธานี



ลงชื่อ .....

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิภาส ทองสุทธิ)

อธิการบดี

วิทยาลัยนครราชสีมา



ลงชื่อ .....

(ดร.พิสิษฐ์ ศรีรักษา)

อธิการบดี

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์



ลงชื่อ .....

(นายณัฐยศ รูปกระแจะ )

ผู้ช่วยผู้จัดการแผนกสรรหาว่าจ้าง

ฝ่ายบริหารทรัพยากรมนุษย์

บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

พยาน

ลงชื่อ .....

อาทิตย์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อาทิตย์ คุณศรีสุข)

ผู้อำนวยการศูนย์สหกิจศึกษาและพัฒนาอาชีพ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

พยาน

ลงชื่อ .....

นางสาวจิน จันทะวัน

เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารทรัพยากรมนุษย์

บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

พยาน

ลงชื่อ .....

(นางผ่องพัตรา บุญระมาตร)

หัวหน้าฝ่ายบริหารงานทั่วไป

ศูนย์สหกิจศึกษาและพัฒนาอาชีพ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

พยาน