



หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569

คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร



หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569

คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

คำนำ

ภายใต้การเปลี่ยนแปลงของบริบทเศรษฐกิจและสังคม ประเทศไทยมีนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนากำลังคนของประเทศ ภายใต้กรอบแผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560 - 2579 ที่มุ่งเน้นการผลิตและพัฒนาผู้เรียนเพื่อสร้างนวัตกรรมและขีดความสามารถในการแข่งขันระหว่างประเทศ โดยกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมกำหนดให้มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร มีจุดมุ่งหมาย พันธกิจ ยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นหรือชุมชนอื่น ซึ่งเป็นกลุ่มที่ 3 จากทั้งหมด 5 กลุ่ม เพื่อให้สอดคล้องกับการพัฒนาตามแผนดังกล่าว สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร จึงมีความจำเป็นต้องปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด โดยใช้รูปแบบในการออกแบบหลักสูตรที่มุ่งเน้นผลลัพธ์การเรียนรู้ (Outcome-based education; OBE) เพื่อผลิตบัณฑิตสาขาวิชาการตลาด ที่มีความรู้ มีทักษะ มีคุณธรรมจริยธรรม และบุคลิกภาพที่ตอบสนองตรงตามความต้องการของผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย (Stakeholder) ในกลุ่มต่าง ๆ เพื่อเป็นกำลังในการพัฒนาประเทศต่อไปในอนาคต

หลักสูตรมีการกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ (PLOs) ของหลักสูตรทั้งหมด 5 ข้อ ซึ่งแต่ละข้อได้มาจากการวิเคราะห์ความต้องการ และความคาดหวังของผู้เรียนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายนอกและภายใน ได้แก่ นักเรียน นักศึกษา ผู้ใช้บัณฑิต คณาจารย์ ผู้บริหารคณะและมหาวิทยาลัย และออกแบบรายวิชาเพื่อให้หลักสูตรได้นำมาเป็นแนวทางในการออกแบบรายวิชาต่าง ๆ ในหลักสูตรที่สอดคล้องกับมาตรฐานต่าง ๆ สอดคล้องตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี หวังเป็นอย่างยิ่งว่าหลักสูตรปรับปรุงฉบับนี้จะเป็นเครื่องมือในการพัฒนาการผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด
คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
24 ธันวาคม 2568

สารบัญ

รายละเอียดของหลักสูตร	หน้า
หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป	1
หมวดที่ 2 ปรัชญา ความสำคัญ วัตถุประสงค์ และผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร	12
หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา รูปแบบการจัดการศึกษา การดำเนินการหลักสูตร	28
หมวดที่ 4 โครงสร้างหลักสูตร รายวิชา และหน่วยกิตของหลักสูตร	32
หมวดที่ 5 การจัดกระบวนการเรียนรู้	93
หมวดที่ 6 การประเมินผลการเรียนและเกณฑ์การสำเร็จการศึกษา	100
หมวดที่ 7 ความพร้อมและศักยภาพของอาจารย์	103
หมวดที่ 8 การประกันคุณภาพหลักสูตร	106
หมวดที่ 9 ระบบกลไกการพัฒนาหลักสูตร	113
หมวดที่ 10 ความเสี่ยงและการจัดการ	118
หมวดที่ 11 การวัดและประเมินผลหลักสูตรหลังนักศึกษาสำเร็จการศึกษา	122
หมวดที่ 12 รายวิชาปัญญาประดิษฐ์ในหลักสูตร	125
ภาคผนวก	127
ภาคผนวก ก การวิเคราะห์ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของหลักสูตร	128
ภาคผนวก ข ตารางการออกแบบรายวิชาของหลักสูตร ตามแนวทาง BCD	145
ภาคผนวก ค ตารางเปรียบเทียบการปรับปรุงหลักสูตร	153
ภาคผนวก จ ข้อเสนอแนะของคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตร	158
ภาคผนวก ฉ ข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการ	159
ภาคผนวก ช ประวัติและผลงานทางวิชาการของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และอาจารย์ประจำหลักสูตร	169
ภาคผนวก ซ คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรและวิพากษ์หลักสูตร	175
ภาคผนวก ฌ ข้อบังคับ ระเบียบ ประกาศ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร	177

รายละเอียดของหลักสูตร
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569)

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
คณะ/สถาบัน/สำนัก คณะวิทยาการจัดการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1.1 รหัสและชื่อหลักสูตร

รหัสหลักสูตร : XXXXXXXXXXXXXXX

ชื่อหลักสูตร

ภาษาไทย : หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

ภาษาอังกฤษ : Bachelor of Business Administration Program in Marketing

1.2 ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

ชื่อเต็ม (ภาษาไทย) : บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)

ชื่อย่อ (ภาษาไทย) : บธ.บ. (การตลาด)

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

ชื่อย่อ (ภาษาอังกฤษ) : B.B.A (Marketing)

1.3 วิชาเอก

- ไม่มี -

1.4 จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร

โครงสร้างหน่วยกิตตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิต

1.5 รูปแบบและประเภทของหลักสูตร

1.5.1 หลักสูตรระดับปริญญาตรี

1) หลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาการ

☒ ปริญญาตรีทางวิชาการ

☐ ปริญญาตรีแบบก้าวหน้าทางวิชาการ

2) หลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาชีพหรือปฏิบัติการ

☐ ปริญญาตรีทางวิชาชีพ

☐ ปริญญาตรีแบบก้าวหน้าทางวิชาชีพ

1.5.2 ระยะเวลาการศึกษาปกติ

หลักสูตร 4 ปี

1.5.3 ภาษาที่ใช้ในการจัดการเรียนการสอน

ภาษาไทย เอกสารและตำราในวิชาของหลักสูตร เป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ

1.5.4 การรับเข้าศึกษา

รับเฉพาะนักศึกษาไทยและนักศึกษาชาวต่างประเทศ ที่สามารถใช้ภาษาไทยเป็นอย่างดี

1.5.5 ความร่วมมือกับสถาบันอื่น

เป็นหลักสูตรเฉพาะของมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนครที่จัดการเรียนการสอนโดยตรง

1.5.6 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา

ให้ปริญญาเพียงสาขาวิชาเดียว

1.6 สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

1.6.1 กำหนดการเปิดสอน ปีการศึกษา 2569 ภาคการศึกษา 1/2569 เป็นต้นไป

1.6.2 เป็นหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569

- ปรับปรุงจากบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564

- เปิดสอน เมื่อ ปี พ.ศ. 2546

1.6.3 คณะกรรมการของมหาวิทยาลัยเห็นชอบ/อนุมัติหลักสูตรแล้ว ดังนี้

1) คณะกรรมการประจำคณะวิทยาการจัดการ เห็นชอบในการนำเสนอหลักสูตรต่อ คณะกรรมการบริหารวิชาการ ในการประชุมครั้งที่ 2/2567 เมื่อวันที่ 5 กันยายน พ.ศ. 2567

2) คณะกรรมการบริหารวิชาการ เห็นชอบในการนำเสนอหลักสูตรต่อคณะกรรมการสภาวิชาการ ในการประชุมครั้งที่ 3/2568 เมื่อวันที่ 10 มีนาคม พ.ศ. 2568

3) คณะกรรมการบริหารสภาวิชาการ เห็นชอบในการนำเสนอหลักสูตรต่อสภามหาวิทยาลัย ในการประชุมครั้งที่ 10/2568 เมื่อวันที่ 19 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2568

4) คณะกรรมการบริหารสภามหาวิทยาลัย อนุมัติหลักสูตร ในการประชุมครั้งที่ 11/2568 เมื่อวันที่ 24 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2568

1.7 ความพร้อมในการเผยแพร่หลักสูตรที่มีคุณภาพและมาตรฐาน

หลักสูตรจะได้รับการเผยแพร่ว่าเป็นหลักสูตรที่มีคุณภาพและมีมาตรฐานตามประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565 ในปีการศึกษา 2571

1.8 อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

1.8.1 นักการตลาด

1.8.2 พนักงานขายและบริหารงานขาย

1.8.3 พนักงานลูกค้าสัมพันธ์

1.8.4 ผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการ

1.9 ชื่อ-สกุล เลขบัตรประจำตัวประชาชน ตำแหน่งทางวิชาการ และปริญญาของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลำดับ ที่	ชื่อ - สกุล เลขบัตรประชาชน	ตำแหน่งทาง วิชาการ	ปริญญา (สาขาวิชา)	สถาบัน/	ปีที่สำเร็จ การศึกษา
1	นางนันทยาณจน์ เกิดมัลย์ x-xxxx-xxx-xxxx-x	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์	ปร.ด. (การบริหารการพัฒนา) บธ.ม. (บริหารธุรกิจ) บธ.บ. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล	2562 2549 2540
2	นายวรธร พรหมนิล x-xxxx-xxx-xxxx-x	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์	บธ.ม. (การเงินการธนาคาร) บช.บ. (บัญชี)	มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์	2543 2539
3	นางสาวกาญจนาภรณ์ นิลจินดา x-xxxx-xxx-xxxx-x	อาจารย์	บธ.ม. (การจัดการการตลาด) บธ.บ. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	2549 2546
4	นายวิฑูรย์ ปานศุภวัชร x-xxxx-xxx-xxxx-x	อาจารย์	ปร.ด. (การจัดการการตลาด) นศ.ม. (การโฆษณา) บธ.บ. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	2560 2552 2549
5	นางสาวอริษฐาน ทองเชื้อ x-xxxx-xxx-xxxx-x	อาจารย์	บธ.ม. (บริหารธุรกิจ) บธ.บ. (การเงิน)	มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น	2548 2545

หมายเหตุ: คุณสมบัติอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565

1.10 สถานที่จัดการเรียนการสอน

1.10.1 อาคาร 8 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

1.10.2 จัดการเรียนการสอนในรูปแบบออนไลน์ตามสถานการณ์ของโรคระบาดที่เกิดขึ้น หรือ สถานการณ์ที่มหาวิทยาลัยไม่สามารถใช้สถานที่ในการจัดการเรียนการสอน โดยจัดการเรียนการสอนผ่านระบบการประชุมออนไลน์ (Online meeting) หรือ โปรแกรมที่มหาวิทยาลัย คณะ หรือสาขาวิชากำหนด

1.11 สถานการณ์ภายนอกหรือการพัฒนาที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนหลักสูตร

1.11.1 ความสอดคล้องของหลักสูตรกับทิศทางนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนากำลังคนของประเทศ และพันธกิจหลักของสถาบันที่สอดคล้องกับการจัดกลุ่มสถาบันอุดมศึกษา

เมื่อพิจารณาถึงยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี ที่กำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561 ถึง 2580 นั้น หลักสูตรการตลาดจะต้องสอดคล้องกับเป้าหมายสำคัญในการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศผ่านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างบัณฑิตที่มีทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ซึ่งครอบคลุมทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ ความคิดสร้างสรรค์ การสื่อสาร และการทำงานร่วมกัน ทักษะเหล่านี้ถือเป็นรากฐานสำคัญที่บัณฑิตสาขาการตลาดจะต้องมีเพื่อสามารถปรับตัวและแข่งขันในตลาดแรงงานที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ยังเน้นการขับเคลื่อนประเทศสู่โมเดลเศรษฐกิจ BCG คือ เศรษฐกิจชีวภาพ (Bioeconomy) เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) ซึ่งเป็นทิศทางเศรษฐกิจใหม่ ที่เน้นความยั่งยืนและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ หลักสูตรการตลาดจึงต้องปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับการตลาดสีเขียว การตลาดที่เน้นความยั่งยืน และการสร้างมูลค่าเพิ่มจากผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นแนวโน้มที่สำคัญของตลาดโลกในปัจจุบันและอนาคต

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร มีอัตลักษณ์เฉพาะตัว เนื่องจากเป็นสถาบันที่มีพันธกิจหลักในการพัฒนาท้องถิ่น ดังนั้นการพัฒนาท้องถิ่นถือเป็นหัวใจสำคัญของพันธกิจมหาวิทยาลัยราชภัฏ หลักสูตรการตลาดจึงควรเน้นการสร้างบัณฑิตที่สามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากและพัฒนาธุรกิจชุมชนในจังหวัดสกลนครและพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้อย่างเป็นรูปธรรม การออกแบบหลักสูตรจึงควรบูรณาการเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการตลาดสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนและ OTOP การตลาดสำหรับวิสาหกิจชุมชน และการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเป็นจุดแข็งของภูมิภาคนี้ นอกจากนี้ การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมยังเป็นอีกมิติหนึ่งที่สำคัญ บัณฑิตการตลาดจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนครควรมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรม ประเพณี และผลิตภัณฑ์พื้นบ้านของภาคอีสาน เพื่อสามารถนำมาพัฒนาและสื่อสารคุณค่าเหล่านี้สู่ตลาดได้อย่างเหมาะสม รวมทั้งการอนุรักษ์และสืบสานให้คงอยู่ควบคู่ไปกับการสร้างมูลค่าเชิงพาณิชย์ ทั้งนี้

การผสมผสานระหว่างความรู้ด้านการตลาดสมัยใหม่กับความเข้าใจในบริบทวัฒนธรรมท้องถิ่นจะทำให้บัณฑิตมีความโดดเด่นและสามารถสร้างความแตกต่างได้ในตลาดแรงงาน

เมื่อพิจารณาจากการจัดกลุ่มสถาบันอุดมศึกษาของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏถูกจัดอยู่ในกลุ่มสถาบันเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น หรือที่เรียกว่า Local University ซึ่งมีภารกิจหลักในการผลิตบัณฑิตที่ตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงานในระดับท้องถิ่นและภูมิภาค การทำวิจัยและพัฒนาที่มุ่งแก้ปัญหาและสร้างโอกาสให้กับชุมชน และการให้บริการวิชาการที่เสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานราก การกำหนดตำแหน่งของมหาวิทยาลัยในลักษณะนี้มีนัยสำคัญต่อการออกแบบหลักสูตรเป็นอย่างมาก เพราะหมายความว่าหลักสูตรไม่จำเป็นต้องแข่งขันกับมหาวิทยาลัยวิจัยชั้นนำในการผลิตนักวิชาการหรือนักวิจัย แต่ควรมุ่งเน้นไปที่การผลิตบัณฑิตที่มีทักษะปฏิบัติสูง เข้าใจบริบทท้องถิ่น และสามารถทำงานได้จริงในธุรกิจท้องถิ่นและภูมิภาค

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด จึงนำทิศทางนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนากำลังคนของประเทศ มาเป็นแนวทางในการปรับปรุงหลักสูตร เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพ ที่เน้นให้บัณฑิตมีความรู้พื้นฐานด้านการตลาด การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อดำเนินกิจกรรมทางการตลาด รวมถึงการวิเคราะห์ทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการตลาด ผลกระทบจากสถานการณ์ภายนอกที่มีความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จึงจำเป็นต้องพัฒนาหลักสูตรในเชิงรุก ผลิตบุคลากรทางการตลาดที่มีความพร้อมไปปฏิบัติงานได้ทันที ทั้งในองค์กรภาครัฐและภาคเอกชน รวมถึงการประกอบอาชีพส่วนตัว โดยมีคุณธรรมจริยธรรม ใช้หลักธรรมาภิบาล ในการบริหารจัดการที่ดี

1.11.2 ความเสี่ยงและผลกระทบจากภายนอก อาทิ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี นโยบายสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ในบริบทโลกและประเทศ

การพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ได้มีการติดตามและประเมินความเสี่ยงและผลกระทบจากปัจจัยภายนอกอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าหลักสูตรมีความทันสมัยและสามารถผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพตรงกับความต้องการของตลาดแรงงานและสังคม การปฏิวัติทางเทคโนโลยีดิจิทัลได้เข้ามาเปลี่ยนแปลงรูปแบบการตลาดอย่างรวดเร็วและรุนแรง โดยเฉพาะการเกิดขึ้นของปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence), การเรียนรู้ของเครื่อง (Machine Learning), การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data Analytics), ส่งผลให้องค์กรต่าง ๆ ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การตลาดไปสู่รูปแบบดิจิทัลมากขึ้น หลักสูตรจึงต้องปรับเนื้อหาให้ครอบคลุมทักษะด้านการตลาดดิจิทัล การวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภค การใช้เครื่องมือทางการตลาดออนไลน์ รวมถึงการเข้าใจเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค การใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) และแพลตฟอร์มดิจิทัลต่าง ๆ ได้เปลี่ยนแปลงวิธีการที่ผู้บริโภคค้นหาข้อมูล

ตัดสินใจซื้อ และแบ่งปันประสบการณ์ การเกิดขึ้นของ การตลาดผ่านผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer Marketing), การตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing), และ การค้าผ่านโซเชียลมีเดียโดยตรง (Social Commerce) ทำให้การตลาดแบบดั้งเดิมมีประสิทธิภาพลดลง หลักสูตรจึงต้องพัฒนาเนื้อหาที่ช่วยให้นักศึกษาเข้าใจพลวัตของพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ สามารถสร้างสรรค์เนื้อหาที่มีคุณค่า และบริหารจัดการชุมชนออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ การตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนได้กลายเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคและนโยบายขององค์กรทั่วโลก องค์กรสหประชาชาติได้กำหนดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ซึ่งองค์กรธุรกิจต่าง ๆ ต้องให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม หลักสูตรจึงต้องบูรณาการความรู้เกี่ยวกับการตลาดเชิงสังคม (Social Marketing), การตลาดสีเขียว (Green Marketing), และจริยธรรมทางการตลาด เพื่อให้ นักศึกษาสามารถสร้างสมดุลระหว่างความสำเร็จทางธุรกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคม ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นคือความกดดันจากสังคมและกฎระเบียบที่เข้มงวดขึ้นอาจทำให้แนวทางการตลาดบางรูปแบบไม่เป็นที่ยอมรับหรือผิดกฎหมาย และมีการออกกฎหมายและนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการตลาดมากขึ้น โดยเฉพาะพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 ในประเทศไทย ส่งผลให้นักการตลาดต้องเข้าใจและปฏิบัติตามข้อกำหนดทางกฎหมายอย่างเคร่งครัด นอกจากนี้ยังมีกฎระเบียบเกี่ยวกับการโฆษณา การแข่งขันทางการค้า และการคุ้มครองผู้บริโภค หลักสูตรจึงต้องรวมเนื้อหาด้านกฎหมายและจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับการตลาดเพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจในกรอบการดำเนินงานที่ถูกต้องตามกฎหมาย ความเสี่ยงที่ต้องระวังคือการเปลี่ยนแปลงของกฎหมายที่อาจเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ต้องมีการปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัยอยู่เสมอ และสังคมไทยและสังคมโลกกำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร โดยเฉพาะการก้าวเข้าสู่สังคมสูงอายุ การเพิ่มขึ้นของประชากรกลุ่ม คนรุ่นแซต (Generation Z) และ คนรุ่นอัลฟา (Generation Alpha) ที่มีพฤติกรรมและค่านิยมแตกต่างจากรุ่นก่อน รวมถึงการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างครอบครัวและรูปแบบการใช้ชีวิต การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ส่งผลต่อความต้องการสินค้าและบริการ กลยุทธ์การตลาด และช่องทางการจัดจำหน่าย หลักสูตรต้องพัฒนาเนื้อหาที่ช่วยให้นักศึกษาเข้าใจพลวัตทางสังคม และสามารถออกแบบกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย

1.11.3 ความเกี่ยวข้องกับ วิสัยทัศน์ พันธกิจ อัตลักษณ์และปรัชญาการศึกษาของสถาบัน

จากประกาศของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ปี พ.ศ. 2565 ให้สถาบันอุดมศึกษาสังกัดกลุ่ม ตามที่กระทรวง อว.กำหนด เพื่อเป็นแนวทางในการขับเคลื่อนนโยบายและทิศทางการพัฒนาประเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนครอยู่ในกลุ่มมหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาชุมชน

ท้องถิ่นและชุมชนอื่น และประกอบกับมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร มีวิสัยทัศน์ “สถาบันอุดมศึกษาชั้นนำ เพื่อพัฒนาท้องถิ่นสู่สากลด้วยนวัตกรรม ภูมิปัญญา และธรรมาภิบาล”

โดยหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ได้ปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องกับปรัชญา พันธกิจ และวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร โดยหลักสูตรได้บูรณาการแนวทางการพัฒนาท้องถิ่น เข้ากับองค์ความรู้ทางการตลาดอย่างลงตัว เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ความสามารถทางวิชาการ มีทักษะทาง วิชาชีพ และมีจิตสำนึกในการนำความรู้ไปใช้เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในท้องถิ่นอย่างยั่งยืน หลักสูตรมี ความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัยในมิติของการสร้างคุณภาพบัณฑิต โดยเน้นการพัฒนา สมรรถนะทางการตลาดที่ครอบคลุมทั้งทฤษฎีและการปฏิบัติ การวิเคราะห์ตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการสื่อสารการตลาด รวมถึงการบริหารจัดการ ธุรกิจอย่างมีจริยธรรม ซึ่งสอดคล้องกับมาตรฐานวิชาการและความต้องการของตลาดแรงงานในปัจจุบัน นอกจากนี้ หลักสูตรยังส่งเสริมให้ผู้เรียนได้พัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ การแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ และ การทำงานร่วมกับผู้อื่น ซึ่งเป็นคุณลักษณะสำคัญของบัณฑิตที่มีคุณภาพตามที่มหาวิทยาลัยมุ่งหวัง ในมิติของ การพัฒนาท้องถิ่นให้มีความเข้มแข็ง หลักสูตรได้บูรณาการเนื้อหาและกิจกรรมการเรียนรู้ที่เชื่อมโยงกับ บริบทของจังหวัดสกลนครและภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยเน้นการศึกษาและพัฒนาศักยภาพทาง การตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชน สินค้า OTOP ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวิสาหกิจชุมชน ผ่านการจัดการเรียนการ สอนที่เน้นการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง (Active Learning) การทำโครงการร่วมกับชุมชน และการฝึก ประสบการณ์วิชาชีพในองค์กรธุรกิจท้องถิ่น บัณฑิตจะได้รับการพัฒนาให้มีความสามารถในการวิเคราะห์ โอกาสทางการตลาด การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย และการ สร้างแบรนด์สินค้าชุมชนให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างรายได้และความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ ให้กับชุมชนท้องถิ่นได้อย่างเป็นรูปธรรม ในมิติของความยั่งยืน หลักสูตรได้ให้ความสำคัญกับการปลูกฝัง จิตสำนึกด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยบูรณาการหลักการตลาดเชิงสังคม (Social Marketing) การตลาดที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Marketing) และหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เข้าในรายวิชาต่าง ๆ บัณฑิตจะได้รับการพัฒนาให้มีจริยธรรมทางธุรกิจ เข้าใจถึงผลกระทบของกิจกรรมทาง การตลาดต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และสามารถประยุกต์ใช้หลักการตลาดเพื่อสนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืน ของท้องถิ่น ทั้งในด้านการอนุรักษ์ทรัพยากร การส่งเสริมการบริโภคที่รับผิดชอบต่อสังคม และการสร้างความสมดุล ระหว่างการเติบโตทางธุรกิจกับการรักษาคุณภาพชีวิตของชุมชน

นอกจากนี้ หลักสูตรยังสอดคล้องกับพันธกิจของมหาวิทยาลัยในการผลิตบัณฑิตที่มีความเป็นเลิศ ทางวิชาการและวิชาชีพ โดยจัดให้มีการพัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในงาน การตลาด ทักษะการวิจัยตลาด ทักษะด้านภาษาต่างประเทศ และทักษะการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งจะช่วยให้

บัณฑิตสามารถแข่งขันในตลาดแรงงานได้ในระดับประเทศและระดับสากล พร้อมทั้งสามารถกลับมาพัฒนาท้องถิ่นของตนเองด้วยองค์ความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับ ด้วยเหตุนี้ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด จึงมีความสอดคล้องและสนับสนุนวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนครในทุกมิติ โดยมุ่งผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพ มีความรู้ความสามารถทางการตลาด มีจิตสำนึกในการพัฒนาท้องถิ่น และสามารถเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมของจังหวัดสกลนครและภูมิภาคให้เจริญก้าวหน้าอย่างมั่นคงและยั่งยืนต่อไป

1) ความเกี่ยวข้องกับ วิสัยทัศน์ พันธกิจ และอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร เป็นสถาบันอุดมศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นมุ่งความเป็นเลิศทางวิชาการบนพื้นฐานแห่งคุณธรรมร่วมขึ้นนำการพัฒนาท้องถิ่นและสังคม มหาวิทยาลัยกำหนดวิสัยทัศน์ “สถาบันอุดมศึกษาชั้นนำเพื่อพัฒนาท้องถิ่นสู่สากลด้วยนวัตกรรม ภูมิปัญญา และธรรมาภิบาล” หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ได้รับการออกแบบและพัฒนาให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในฐานะ “สถาบันอุดมศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นมุ่งความเป็นเลิศทางวิชาการบนพื้นฐานแห่งคุณธรรมร่วมขึ้นนำการพัฒนาท้องถิ่นและสังคม” รวมทั้งสนับสนุนวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัยที่มุ่งเป็น “สถาบันอุดมศึกษาชั้นนำเพื่อพัฒนาท้องถิ่นสู่สากลด้วยนวัตกรรม ภูมิปัญญา และธรรมาภิบาล” อย่างเป็นรูปธรรมและครอบคลุมในทุกมิติ โดยสะท้อนพันธกิจของมหาวิทยาลัยในการเป็นสถาบันอุดมศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นผ่านการบูรณาการความรู้ทางการตลาดเข้าสู่บริบทของชุมชนและเศรษฐกิจท้องถิ่นในจังหวัดสกลนครและพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยเน้นการพัฒนาศักยภาพผู้เรียนให้สามารถนำความรู้ทางการตลาดไปประยุกต์ใช้ในการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าท้องถิ่น และส่งเสริมการพัฒนาผู้ประกอบการในท้องถิ่นให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น

การมุ่งสู่ความเป็นเลิศทางวิชาการตามอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยสะท้อนผ่านการออกแบบหลักสูตรที่มีมาตรฐานวิชาการระดับสากล ทันสมัยตามพลวัตของการตลาดในยุคดิจิทัล และสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานในปัจจุบัน หลักสูตรเน้นการพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ การวิจัยตลาด การใช้เทคโนโลยีและข้อมูลในการตัดสินใจทางการตลาด ตลอดจนการพัฒนาทักษะการสื่อสารและการนำเสนออย่างมืออาชีพ ซึ่งเป็นสมรรถนะหลักที่จำเป็นสำหรับนักการตลาดที่มีคุณภาพ โดยมีพื้นฐานแห่งคุณธรรมที่เป็นแกนสำคัญของอัตลักษณ์มหาวิทยาลัยได้รับการบูรณาการอย่างชัดเจนในหลักสูตร โดยการปลูกฝังจริยธรรมทางธุรกิจและจรรยาบรรณนักการตลาดให้แก่ผู้เรียน เพื่อสร้างบัณฑิตที่ไม่เพียงมีความรู้ความสามารถทางวิชาการเท่านั้น แต่ยังมีคามรับผิดชอบต่อสังคม ยึดมั่นในความซื่อสัตย์สุจริต เคารพสิทธิผู้บุรโภค และคำนึงถึงผลกระทบของกิจกรรมการตลาดต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมและมีบทบาทใน

การร่วมชี้้นำการพัฒนาท้องถิ่นและสังคมได้รับการตอบสนองผ่านกิจกรรมการเรียนการสอนที่เชื่อมโยงกับชุมชน การจัดโครงการบริการวิชาการแก่ผู้ประกอบการท้องถิ่น และการส่งเสริมให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาศักยภาพทางการตลาดให้กับองค์กรและชุมชนในท้องถิ่นผ่านการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง

2) ความสอดคล้องกับปรัชญาการศึกษาของมหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ได้กำหนดปรัชญาการศึกษา คือ “การจัดการศึกษาที่มุ่งเน้นผลลัพธ์การเรียนรู้ เน้นผู้เรียนใช้ความรู้ควบคู่การปฏิบัติ เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นอย่างสร้างสรรค์” ดังนั้นมหาวิทยาลัยจึงเน้นการพัฒนาบัณฑิตที่มีความพร้อมในการทำงานเพื่อการพัฒนาชุมชนและท้องถิ่นร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาบัณฑิตนักปฏิบัติที่รับผิดชอบต่อชุมชนและท้องถิ่น ทั้งนี้หลักสูตรได้กำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังอย่างชัดเจนในทุกรายวิชา โดยเน้นการพัฒนาสมรรถนะด้านการตลาดที่สามารถวัดและประเมินผลได้จริง ทั้งในด้านความรู้ ทักษะ และเจตคติ ผู้เรียนจะได้รับการพัฒนาให้มีความเชี่ยวชาญในการวิเคราะห์ตลาด การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด การใช้เทคโนโลยีทางการตลาดและการสร้างนวัตกรรมทางการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานและการพัฒนาเศรษฐกิจในปัจจุบัน และหลักสูตรได้บูรณาการการเรียนรู้เชิงทฤษฎีกับการปฏิบัติจริงผ่านรูปแบบการเรียนการสอนที่หลากหลาย ได้แก่ การเรียนรู้แบบโครงงาน การฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการ การจัดทำแผนการตลาดและการใช้กรณีศึกษาจากสถานการณ์จริง นอกจากนี้ยังมีการจัดให้มีรายวิชาสหกิจศึกษาหรือการฝึกงาน เพื่อให้ผู้เรียนได้สัมผัสกับสภาพแวดล้อมการทำงานจริงและนำความรู้ไปประยุกต์ใช้อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งช่วยสร้างความพร้อมในการทำงานและพัฒนาทักษะการแก้ปัญหาเชิงปฏิบัติ นอกจากนี้หลักสูตรได้ให้ความสำคัญกับการเชื่อมโยงกระบวนการเรียนรู้กับบริบทของชุมชนและท้องถิ่นในจังหวัดสกลนครและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผ่านการจัดโครงการบริการวิชาการที่ให้ผู้เรียนได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการท้องถิ่น วิสาหกิจชุมชน และสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ รวมถึงการส่งเสริมการตลาดออนไลน์สำหรับสินค้าและบริการในท้องถิ่น การสร้างแบรนด์สินค้าชุมชน และการพัฒนาช่องทางการจำหน่าย ซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคมให้กับท้องถิ่นอย่างยั่งยืน หลักสูตรยังส่งเสริมให้ผู้เรียนคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมทางการตลาดที่เหมาะสมกับบริบทท้องถิ่น โดยคำนึงถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และความต้องการที่แท้จริงของชุมชน ผู้เรียนจะได้รับการพัฒนาทักษะการคิดเชิงออกแบบ การวิจัยตลาด และการสร้างคุณค่าร่วมกับชุมชน เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่สมดุลทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด จึงมีความสอดคล้องกับ

ปรัชญาการศึกษาของมหาวิทยาลัย และพร้อมที่จะผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพ มีความรู้ความสามารถทางวิชาการ มีทักษะการปฏิบัติที่เป็นเลิศ และมีจิตสำนึกในการพัฒนาท้องถิ่นและสังคมอย่างยั่งยืน

3) ความสอดคล้องวิสัยทัศน์และพันธกิจของคณะ และหลักสูตร

วิสัยทัศน์ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร คือ “มุ่งผลิตบัณฑิตวิทยาการจัดการก้าวหน้า พัฒนาการเรียนการสอน การวิจัย และการบริการวิชาการด้วยองค์ความรู้คุณธรรม เป็นแหล่งเรียนรู้ด้านการจัดการที่มีมาตรฐานและคุณภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของท้องถิ่นและสังคม” และพันธกิจของวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร คือ การผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ทางวิทยาการจัดการและมีคุณธรรม เพื่อพัฒนาองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการถ่ายทอดองค์ความรู้สู่ท้องถิ่น ทั้งนี้หลักสูตรได้นำพันธกิจ วิสัยทัศน์ และอัตลักษณ์ของคณะมาสู่การพัฒนาหลักสูตรที่มีจุดเน้นในการพัฒนาบัณฑิต โดยการพัฒนหลักสูตรให้ครอบคลุมองค์ความรู้ด้านการตลาดที่ทันสมัยและก้าวหน้าทั้งในมิติของการตลาดดิจิทัล การตลาดเชิงกลยุทธ์ การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ และเทคโนโลยีทางการตลาดที่เป็นปัจจุบัน เพื่อให้บัณฑิตมีความพร้อมในการปฏิบัติงานและสามารถแข่งขันได้ในตลาดแรงงานที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วหลักสูตรให้ความสำคัญกับการพัฒนาการเรียนการสอนที่หลากหลายรูปแบบ ทั้งการเรียนรู้เชิงรุก การใช้กรณีศึกษาจากธุรกิจจริง การฝึกปฏิบัติในสถานประกอบการ และการบูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ากับกระบวนการเรียนการสอน เพื่อส่งเสริมให้นักศึกษาได้รับประสบการณ์การเรียนรู้ที่มีคุณภาพและสอดคล้องกับความต้องการของอุตสาหกรรม นอกจากนี้ หลักสูตรยังส่งเสริมให้นักศึกษาและอาจารย์มีส่วนร่วมในการวิจัยทางการตลาดเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ และดำเนินการบริการวิชาการแก่ชุมชนและองค์กรธุรกิจในพื้นที่ ซึ่งเป็นการเสริมสร้างบทบาทของคณะในฐานะแหล่งเรียนรู้ด้านการจัดการที่มีมาตรฐานและคุณภาพการปลูกฝังคุณธรรมและจริยธรรมทางธุรกิจเป็นส่วนสำคัญของหลักสูตร โดยบูรณาการเข้าไปในทุกรายวิชา เพื่อให้บัณฑิตมีความรู้คู่คุณธรรม มีจรรยาบรรณในการประกอบวิชาชีพ และสามารถดำเนินกิจกรรมทางการตลาดอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับแนวคิดองค์ความรู้คู่คุณธรรมที่คณะมุ่งเน้น หลักสูตรได้คำนึงถึงความต้องการของท้องถิ่นและสังคมเป็นสำคัญ โดยเน้นการพัฒนาทักษะการตลาดที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจชุมชน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมถึงการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นที่ยอมรับในวงกว้าง และ สอดคล้องกับพันธกิจของคณะฯ โดยหลักสูตรมุ่งผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ความสามารถทางวิทยาการจัดการโดยเฉพาะในสาขาการตลาด ครอบคลุมทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติ สามารถวิเคราะห์ปัญหา วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด และนำเสนอแนวทางแก้ไขได้อย่างเป็นระบบ พร้อมทั้งสามารถปรับตัวและพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องตามการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ โดยมุ่งเน้นให้นักศึกษามีความซื่อสัตย์สุจริต มีความรับผิดชอบต่อ

ต่อสังคม เศรษฐกิจในสิทธิของผู้บริโภค และยึดมั่นในจรรยาบรรณทางการตลาดและธุรกิจ เพื่อให้บัณฑิตเป็นกำลังที่ดีของสังคมและสามารถเป็นแบบอย่างที่ดีในการประกอบวิชาชีพ ดัชนีกิจกรรมบริการวิชาการในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การให้คำปรึกษาทางการตลาดแก่ผู้ประกอบการท้องถิ่น การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการตลาดดิจิทัล การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ การสร้างแบรนด์สินค้าชุมชน และการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายให้แก่วิสาหกิจชุมชนและ SMEs ในจังหวัดสกลนครและพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่นและยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดีขึ้น นอกจากนี้ หลักสูตรยังส่งเสริมให้นักศึกษามีส่วนร่วมในกิจกรรมบริการวิชาการเหล่านี้ เพื่อให้ได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริงและเกิดความตระหนักถึงบทบาทของตนในการพัฒนาสังคมและท้องถิ่น

1.12 ความสัมพันธ์กับหลักสูตรอื่นที่เปิดสอนในคณะ/สาขาอื่นของสถาบัน

1.12.1 กลุ่มวิชา/รายวิชาในหลักสูตรที่เปิดสอนโดยคณะ/สาขาวิชา/หลักสูตรอื่น

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป เป็นรายวิชาพื้นฐานในกลุ่มการศึกษาทั่วไป จำนวนไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต จัดโดยสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน

หมวดวิชาเลือกเสรี เป็นรายวิชาที่มุ่งให้ผู้เรียนมีความรู้ ความเข้าใจ ตามที่ ตนเองถนัดหรือสนใจ จำนวนไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต โดยเปิดโอกาสให้ผู้เรียนเลือกเรียนรายวิชาใด ๆ ในหลักสูตรระดับปริญญาตรี ที่มหาวิทยาลัยเปิดสอน

1.12.2 กลุ่มวิชา/รายวิชาในหลักสูตรที่เปิดสอนให้สาขาวิชา/หลักสูตรอื่นต้องมาเรียน

-ไม่มี-

1.12.3 การบริหารจัดการ

หลักสูตรกำหนดแผนการเรียนที่ประกอบด้วย รายวิชาหมวดการศึกษาทั่วไป และรายวิชาหมวดวิชาเลือกเสรี ตามจำนวนหน่วยกิตที่มหาวิทยาลัยกำหนด อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ที่ปรึกษาให้คำแนะนำและกำกับติดตามให้นักศึกษาลงทะเบียนให้ครบจำนวนหน่วยกิต ตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

หมวดที่ 2

ปรัชญา ความสำคัญ วัตถุประสงค์ และผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร

2.1 ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

2.1.1 ปรัชญาการศึกษาของหลักสูตร

ปรัชญาการศึกษาของหลักสูตรคือ จัดการศึกษาที่เน้น “มุ่งผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ ความเข้าใจในศาสตร์ทางด้านการตลาด และศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง และสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและข้อมูลด้านการตลาดเพื่อการตัดสินใจ สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ทั้งทางด้านทฤษฎีและทางด้านปฏิบัติควบคู่กันได้อย่างเหมาะสมกับปัจจุบัน เน้นการจัดการเรียนการสอนโดยเน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลางเพื่อให้มีทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต มีทักษะการสื่อสาร และมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นในระดับสากล มีจริยธรรมและคุณธรรมที่ดีงาม เพื่อการยกระดับการพัฒนาท้องถิ่นและภูมิภาคได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน”

2.1.2 ความสำคัญของหลักสูตร

เมื่อพิจารณาถึงยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี ที่กำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561 ถึง 2580 นั้น หลักสูตรการตลาดจะต้องสอดคล้องกับเป้าหมายสำคัญในการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศผ่านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างบัณฑิตที่มีทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ซึ่งครอบคลุมทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ ความคิดสร้างสรรค์ การสื่อสาร และการทำงานร่วมกัน ทักษะเหล่านี้ถือเป็นรากฐานสำคัญที่บัณฑิตสาขาการตลาดจะต้องมีเพื่อสามารถปรับตัวและแข่งขันในตลาดแรงงานที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติยังเน้นการขับเคลื่อนประเทศสู่โมเดลเศรษฐกิจ BCG คือ เศรษฐกิจชีวภาพ (Bioeconomy) เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) ซึ่งเป็นทิศทางเศรษฐกิจใหม่ที่เน้นความยั่งยืนและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ หลักสูตรการตลาดจึงต้องปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับการตลาดสีเขียว การตลาดที่เน้นความยั่งยืน และการสร้างมูลค่าเพิ่มจากผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นแนวโน้มที่สำคัญของตลาดโลกในปัจจุบันและอนาคต

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนครมีอัตลักษณ์เฉพาะตัว เนื่องจากเป็นสถาบันที่มีพันธกิจหลักในการพัฒนาท้องถิ่น ดังนั้นการพัฒนาท้องถิ่นถือเป็นหัวใจสำคัญของพันธกิจมหาวิทยาลัยราชภัฏ หลักสูตรการตลาดจึงควรเน้นการสร้างบัณฑิตที่สามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากและพัฒนาธุรกิจชุมชนในจังหวัดสกลนคร และพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้อย่างเป็นรูปธรรม การออกแบบหลักสูตรจึงควรบูรณาการเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการตลาดสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน

และ OTOP การตลาดสำหรับวิสาหกิจชุมชน และการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมซึ่งเป็นจุดแข็งของภูมิภาคนี้ นอกจากนี้ การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมยังเป็นอีกมิติหนึ่งที่สำคัญ บัณฑิตการตลาดจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนครควรมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรม ประเพณี และผลิตภัณฑ์พื้นบ้านของภาคอีสาน เพื่อสามารถนำมาพัฒนาและสื่อสารคุณค่าเหล่านี้สู่ตลาดได้อย่างเหมาะสม รวมทั้งการอนุรักษ์และสืบสานให้คงอยู่ควบคู่ไปกับการสร้างมูลค่าเชิงพาณิชย์ ทั้งนี้ การผสมผสานระหว่างความรู้ด้านการตลาดสมัยใหม่กับความเข้าใจในบริบทวัฒนธรรมท้องถิ่นจะทำให้บัณฑิตมีความโดดเด่นและสามารถสร้างความแตกต่างได้ในตลาดแรงงาน

เมื่อพิจารณาจากการจัดกลุ่มสถาบันอุดมศึกษาของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏถูกจัดอยู่ในกลุ่มสถาบันเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น หรือที่เรียกว่า Local University ซึ่งมีภารกิจหลักในการผลิตบัณฑิตที่ตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงานในระดับท้องถิ่นและภูมิภาค การทำวิจัยและพัฒนาที่มุ่งแก้ปัญหาและสร้างโอกาสให้กับชุมชน และการให้บริการวิชาการที่เสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจ

2.1.3 วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

เพื่อผลิตบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ที่มีคุณลักษณะ ดังนี้

- 1) มีความรู้ในศาสตร์ด้านการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค แนวโน้มการตลาด ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค สามารถวิเคราะห์ต้นทุน (ทางการตลาด) และผลตอบแทนการลงทุนมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาในสถานการณ์ปัจจุบัน รวมทั้งมีความสามารถในการค้นคว้าวิจัยเพื่อประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพในอนาคต
- 2) มีทักษะการเรียนรู้ มีทักษะทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงทักษะทางการสื่อสารตระหนักถึงความสำคัญของเรียนรู้เพื่อการพัฒนาตนเอง เป็นผู้ใฝ่รู้ รักการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง เพื่อนำไปใช้ในการเป็นผู้ได้นำทักษะเหล่านี้ไปใช้ในการประกอบอาชีพได้
- 3) มีจริยธรรม คุณธรรมในการประกอบวิชาชีพและเป็นพลเมืองดี อันเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณค่าต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศอย่างยั่งยืน

2.2 ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLOs)

2.2.1 ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร

หลักสูตรได้วิเคราะห์นโยบายการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ความต้องการจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการสัมภาษณ์ รวบรวม วิเคราะห์ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จัดทำ PLOs ได้ทั้งสิ้น 5 ข้อ ดังนี้

1) ด้านความรู้ (K: Knowledge)

PLO1: อธิบายความรู้ด้านบริหารธุรกิจและโปรแกรมประยุกต์ทางธุรกิจดิจิทัลได้ (K2)

PLO2: ประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางการตลาดในการออกแบบกิจกรรมทางการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย (K3)

2) ด้านทักษะ (S: Skills)

PLO3: จัดกิจกรรมทางการตลาด โดยใช้ทักษะการเรียนรู้ด้วยตนเอง และทางดิจิทัล (S3)

3) ด้านจริยธรรม (E: Ethics)

PLO4: ปฏิบัติตนอย่างมีจรรยาบรรณในวิชาชีพของนักการตลาดโดยแสดงออกถึงการมีจรรยาบรรณในวิชาชีพของนักการตลาด อย่างมีความความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (E)

4) ด้านลักษณะบุคคล (C: Character)

PLO5: ปฏิบัติตนในการทำงานร่วมกับบุคคลทุกระดับในสถานการณ์ที่หลากหลาย (C)

2.2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) กับวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

วัตถุประสงค์ของหลักสูตร	PLO 1	PLO 2	PLO 3	PLO 4	PLO 5
1. เพื่อผลิตบัณฑิตในสาขาวิชาการตลาด ที่มีความรู้ในศาสตร์ด้านการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค แนวโน้มการตลาด ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค สามารถวิเคราะห์ต้นทุน (ทางการตลาด) และผลตอบแทนการลงทุนมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาในสถานการณ์ปัจจุบัน รวมทั้งมีความสามารถในการค้นคว้าวิจัย เพื่อประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพในอนาคต		✓	✓		✓
2. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีทักษะการเรียนรู้ มีทักษะทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงทักษะทางด้านการสื่อสาร ตระหนักถึงความสำคัญของเรียนรู้ เพื่อการพัฒนาตนเอง เป็นผู้ใฝ่รู้ รักการเรียนรู้	✓	✓	✓	✓	✓

วัตถุประสงค์ของหลักสูตร	PLO 1	PLO 2	PLO 3	PLO 4	PLO 5
ต่อเนื่อง เพื่อนำไปใช้ใน การเป็นผู้โดยนำทักษะ เหล่านี้ไปใช้ใน การประกอบอาชีพได้					
3. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีจริยธรรม คุณธรรม ในการประกอบวิชาชีพและเป็นพลเมืองดี อันเป็น ทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณค่าต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศอย่างยั่งยืน	✓			✓	✓

2.2.3 ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) จำแนกตามผลลัพธ์การเรียนรู้ทั่วไป (Generic Learning Outcomes: GLOs) และผลลัพธ์การเรียนรู้เฉพาะ (Subject Specific Learning Outcomes: SSLOs)

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของ หลักสูตร (PLOs)	ประเภทของ PLOs		Bloom's Taxonomy			LLL
	GLOs	SSLOs	Knowledge	Skill	Attitude*	Character*
PLO1: อธิบายความรู้ด้าน บริหารธุรกิจและโปรแกรม ประยุกต์ทางธุรกิจดิจิทัลได้	✓		K2	S3		
PLO2: ประยุกต์ใช้ องค์ ความรู้ทางการตลาดในการ ออกแบบกิจกรรมทางการ ตลาดเพื่อตอบสนองความ ต้องการของผู้บริโภคที่มีการ เปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย		✓	K3			
PLO3: จัดกิจกรรมทางการ ตลาด โดยใช้ทักษะการเรียนรู้ ด้วยตนเอง และทางดิจิทัล		✓		S3		
PLO4: ปฏิบัติตนอย่างมี จรรยาบรรณในวิชาชีพของ นักการตลาดโดยแสดงออก		✓		✓	E	✓

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของ หลักสูตร (PLOs)	ประเภทของ PLOs		Bloom's Taxonomy			LLL
	GLOs	SSLOs	Knowledge	Skill	Attitude*	Character*
ถึงการมีจรรยาบรรณในวิชาชีพของนักการตลาดอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม						
PLO5: ปฏิบัติตนในการทำงานร่วมกับบุคคลทุกระดับในสถานการณ์ที่หลากหลาย	✓				C	✓

2.2.4 ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) อ้างอิงในระดับชาติหรือระดับนานาชาติ

1) อ้างอิงระดับชาติจากกรอบคุณวุฒิแห่งชาติ (National Qualifications Framework: Thailand NQF) ในระดับปริญญาตรี ดังนี้

ผลลัพธ์การเรียนรู้	ผลลัพธ์การเรียนรู้แต่ละด้านตามคุณวุฒิระดับปริญญาตรี
ด้านความรู้ (Knowledge)	ความรู้ทางทฤษฎีและเทคนิค เฉพาะทาง อย่างกว้างขวาง และเป็นระบบในงานอาชีพ
ด้านทักษะ (Skills)	ทักษะในการคิด วิเคราะห์ วิจัย และเปรียบเทียบ ปัญหา
ความสามารถในการประยุกต์ใช้และความรับผิดชอบต่อสังคม (Application and Responsibility)	- แก้ไขปัญหา ที่ซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา (Complex and Changing) - สามารถริเริ่ม ปรับปรุง วางแผนกลยุทธ์ ในการแก้ปัญหา ที่ซับซ้อนและเป็นนามธรรม ในการปฏิบัติงาน รวมทั้งวางแผน การบริหาร และการจัดการ ในสาขาอาชีพ

2) อ้างอิงประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง รายละเอียด ผลลัพธ์การเรียนรู้ตาม มาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565

ผลลัพธ์การเรียนรู้	ผลลัพธ์การเรียนรู้แต่ละด้านตามคุณวุฒิระดับปริญญาตรี
ด้านความรู้ (Knowledge)	ความรู้ที่จำเป็นและเพียงพอต่อการนำไปปฏิบัติ ต่อยอดความรู้ ปรับใช้องค์ความรู้ เพื่อการพัฒนางาน
ด้านทักษะ (Skills)	1. ทักษะการเรียนรู้ การเรียนรู้ด้วยตนเองในการปฏิบัติ และการปรับปรุงพัฒนางานเพื่อการประกอบอาชีพ 2. ทักษะด้านดิจิทัล
ด้านจริยธรรม (Ethics)	หลักสูตรกำหนดด้านจริยธรรม ดังนี้ 1. การกระทำที่เป็นไปตามกติกา และเกิดประโยชน์ต่อสังคม 2. การหลีกเลี่ยงการกระทำสิ่งที่มีผิดกฎกติกาของสังคม และไม่ทำผิดกฎหมาย
ด้านลักษณะบุคคล (Character)	หลักสูตรกำหนดด้านลักษณะบุคคล ดังนี้ 1. ลักษณะบุคคลทั่วไป 2. ลักษณะบุคคลตามวิชาชีพ หรือตามศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง

2.3 แผนพัฒนาปรับปรุงหลักสูตร

หลักสูตรได้กำหนดแผนพัฒนาปรับปรุงหลักสูตร ประกอบด้วย ด้านหลักสูตร ด้านอาจารย์ ด้านบุคลากรสายสนับสนุน ด้านนักศึกษา (การจัดการเรียนการสอน การพัฒนาทักษะ กิจกรรมเสริมหลักสูตร) และด้านทรัพยากรและสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ ดังนี้

แผนการพัฒนา/ปรับปรุง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
2.3.1 ด้านหลักสูตร		
1) พัฒนาหลักสูตรให้มีความทันสมัยสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ระดับประเทศและระดับโลก และสอดคล้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิแห่งชาติ (NQF) กรอบมาตรฐานคุณวุฒิ	1.1 มีการดำเนินการตามแผน การพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตร ทุก 5 ปี	1.1 ผลการดำเนินงานตามแผน (มีการปรับปรุงหลักสูตรทุก 5 ปี)
	1.2 จัดทำรายงานผลการ ดำเนินงานหลักสูตรและนำผลที่ได้มาทำการปรับปรุงและพัฒนา หลักสูตรในปีต่อไป	1.2 มีรายงานผลการดำเนินงาน หลักสูตร ตามระบบประกันคุณภาพ การศึกษาทุกปีการศึกษา

แผนการพัฒนา/ปรับปรุง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
การศึกษา การอุดมศึกษา สป.อว. vision/mission ของ มหาวิทยาลัยและของคณะ และอัตลักษณ์ของบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร “บัณฑิตเป็นคนดี มีจิต สาธารณะ และมีทักษะวิชาชีพ”		1.3 มีรายละเอียดการจัดทำหลักสูตร (มคอ. 2) 1.4 มีรายละเอียดรายวิชา (แผนการ เรียนรู้รายวิชา) ครบทุกรายวิชา 1.5 มีรายละเอียดผลการดำเนินงาน รายวิชา (ผลการเรียนรู้รายวิชา) ครบ ทุกรายวิชา
	1.3 จัดให้มีการปรับปรุง หลักสูตรตามOutcome Based Education (OBE)	1.6 มีการปรับปรุงหลักสูตรตาม แนวทาง OBE 1.7 หลักสูตรมีผลการเรียนรู้ที่ คาดหวัง (Program Learning Outcome: PLOs) และนักศึกษา บรรลุตาม PLOs
	1.4 จัดทำข้อกำหนดของหลักสูตร (Program Specification) และ ข้อกำหนดรายวิชาของหลักสูตร (Course Specifications)	1.8 มีข้อกำหนดของหลักสูตร (Program Specification) ที่ ประกอบไปด้วยข้อมูล ดังนี้ - มหาวิทยาลัย/คณะวิชา - สาขาวิชาที่รับผิดชอบ - รายละเอียดการรับรองโดย หน่วยงานวิชาชีพ - ชื่อหลักสูตร - ชื่อโปรแกรม/สาขาวิชา - ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง - เกณฑ์การรับสมัครหรือข้อกำหนด - รายงานเกณฑ์มาตรฐานที่เกี่ยวข้อง จุดอ้างอิงภายนอกและภายใน ที่อาจ นำไปใช้เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลลัพธ์ การเรียนรู้ของโปรแกรม

แผนการพัฒนา/ปรับปรุง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
		- โครงสร้างหลักสูตรและข้อกำหนดหลักสูตร หน่วยกิต ฯลฯ - วันที่เขียนข้อกำหนดหลักสูตรและทุกรายวิชาที่เปิดสอนมีข้อกำหนดรายวิชาของหลักสูตร(Course Specificationsที่ประกอบด้วยข้อมูลดังนี้ - ชื่อหลักสูตร - ข้อกำหนดของหลักสูตร เช่น ข้อกำหนดเบื้องต้น หน่วยกิต ฯลฯ - ผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของรายวิชาทั้งในด้านความรู้ ทักษะ และทัศนคติ - วิธีการสอน การเรียนรู้ และการประเมินที่ช่วยให้บรรลุผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง - คำอธิบายหลักสูตร โครงร่าง หรือหลักสูตร - รายละเอียดการประเมินนักศึกษา - วันที่เขียนข้อกำหนดรายวิชา
	1.6 มีการจัดการเรียนการสอนแบบ Active Learning 3 วิธี คือ การสอนแบบ Problem-based Learning, Project-based Learning และ Research-based Learning	1.9 ทุกวิชาในหลักสูตรที่มีการจัดการเรียนการสอนแบบ Active Learning เช่น การสอนแบบ Problem-based Learning, Project-based Learning, หรือ Research-based Learning
	1.7 มีการจัดการเรียนการสอนโดยอาจารย์ อาจารย์พิเศษและ	1.10 การจัดการเรียนการสอนของหลักสูตรอาจมีกิจกรรมที่เชิญวิทยากร

แผนการพัฒนา/ปรับปรุง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
	วิทยาการผู้ทรงคุณวุฒิที่ตรงกับสาขาวิชา	หรือผู้เชี่ยวชาญจากภาครัฐหรือเอกชนมาบรรยายพิเศษ
	1.8 ดำเนินการปรับปรุงหลักสูตรให้เป็นไปตามมาตรฐาน	1.11 หลักสูตรผ่านเกณฑ์การกำกับมาตรฐานและการประกันคุณภาพหลักสูตร 1.14 นักศึกษาปีสุดท้ายมีความพึงพอใจต่อคุณภาพหลักสูตรในระดับไม่น้อยกว่า 3.5 จากคะแนนเต็ม 5
2.3.2 ด้านอาจารย์		
1) การเตรียมสำหรับอาจารย์ใหม่	1.1 อาจารย์ใหม่ได้รับการชี้แจงหรือทำความเข้าใจ PLOs ของหลักสูตรเพื่อสร้างความเข้าใจและเตรียมพร้อมกับการปฏิบัติการสอนและการพัฒนาผู้เรียน	1.1 อาจารย์ใหม่ทุกคนเข้าร่วมกิจกรรมการสร้างความรู้ทางวิชาการเฉพาะสาขา สามารถนำ PLOs ของหลักสูตรไปสู่การเรียนการสอนได้
2) การพัฒนาความรู้และทักษะให้แก่คณาจารย์	อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตร อาจารย์ผู้สอน และอาจารย์พิเศษทุกคนได้รับการพัฒนาความรู้และทักษะให้มีคุณภาพ 3 องค์ประกอบ ดังนี้ 2.1 ความรู้ (Knowledge) ประกอบด้วยความรู้ในศาสตร์สาขาวิชาของตน ความรู้ในศาสตร์ การสอนและการเรียนรู้ และเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์	2.1 แผนการพัฒนาอาจารย์ ระยะ 5 ปี และระยะ 1 ปี 2.2 รายงานผลการเข้าอบรมและพัฒนาความรู้ของอาจารย์อย่างน้อยคนละ 1 ครั้งต่อปีการศึกษา 2.3 รายงานผลการนำความรู้ที่ได้รับสู่การปฏิบัติหรือการถ่ายทอด

แผนการพัฒนา/ปรับปรุง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
	2.2 สมรรถนะ (Competencies) ประกอบด้วย สมรรถนะในการออกแบบและวางแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ของผู้เรียนอย่างมีประสิทธิภาพ การดำเนินการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การเสริมสร้างบรรยากาศการเรียนรู้และสนับสนุนการเรียนรู้ของผู้เรียน และการวัดและประเมินผล การเรียนรู้ของผู้เรียน พร้อมทั้งสามารถให้ข้อมูลป้อนกลับอย่างสร้างสรรค์ 2.3 ค่านิยม (Values) ประกอบด้วย คุณค่าในการพัฒนาวิชาชีพอาจารย์ และการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง และการธำรงไว้ซึ่งจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพอาจารย์	
3) การพัฒนาสมรรถนะความเป็นครู	หลักสูตรส่งเสริมให้อาจารย์ผู้สอนทุกคนได้รับการพัฒนาสมรรถนะความเป็นครูทั้ง 6 ประเด็น โดยให้จัดทำแผนการเข้ารับการอบรมหรือกิจกรรมการพัฒนาผู้สอน ดังนี้	3.1 แผนการพัฒนาอาจารย์ ระยะ 5 ปี และระยะ 1 ปี 3.2 รายงานผลการเข้าอบรมและพัฒนาความรู้ของอาจารย์ 3.3 รายงานผลการนำความรู้ที่ได้รับสู่การปฏิบัติหรือการถ่ายทอด

แผนการพัฒนา/ปรับปรุง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
	1) การออกแบบและส่งมอบหลักสูตรการเรียนและการสอนที่สอดคล้องกัน 2) ใช้วิธีการสอนและวิธีการเรียนรู้ที่หลากหลาย และเลือกวิธีการประเมินที่เหมาะสมที่สุดเพื่อให้บรรลุผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง 3) พัฒนาและใช้สื่อการเรียนการสอนที่หลากหลาย 4) ติดตามและประเมินผลประสิทธิภาพการสอนของตนเองและประเมินหลักสูตร 5) ทบทวนและพิจารณาไตร่ตรองถึงแนวทางการสอนของตนเอง 6) ดำเนินการวิจัยและให้บริการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	
4) การพัฒนาวิชาการและวิชาชีพด้านอื่น ๆ	หลักสูตรจัดสรรงบประมาณและส่งเสริมให้อาจารย์ผู้สอนพัฒนาวิชาการและวิชาชีพดังนี้ 1) มีส่วนร่วมในกิจกรรมบริการวิชาการแก่ชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความรู้และคุณธรรม 2) กระตุ้นอาจารย์พัฒนาผลงานทางวิชาการ การวิจัย ตีพิมพ์เผยแพร่ และทำผลงานทาง	4.1 แผนการพัฒนาอาจารย์ ระยะ 5 ปี และระยะ 1 ปี 4.2 รายงานผลการเข้าอบรมและพัฒนาความรู้ของอาจารย์ 4.3 รายงานผลการนำความรู้ที่ได้รับสู่การปฏิบัติหรือการถ่ายทอด

แผนการพัฒนา/ปรับปรุง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
	วิชาการเพื่อข้อกำหนดตำแหน่งทางวิชาการ 3) ส่งเสริมการทำวิจัยสร้างองค์ความรู้ใหม่เป็นหลักและเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนและมีความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาชีพ 4) ส่งเสริมให้อาจารย์ขอทุนวิจัยหรือจัดสรรงบประมาณสำหรับการทำวิจัย 5) จัดให้อาจารย์เข้าร่วมกิจกรรมบริการวิชาการต่าง ๆ ของคณะ และมหาวิทยาลัย	
2.3.3 ด้านบุคลากรสายสนับสนุน		
1) มีการส่งเสริมและพัฒนาสายสนับสนุนให้มีการพัฒนาตนเองให้สามารถส่งเสริมการจัดการเรียนการสอนให้บรรลุตามเป้าหมาย	บุคลากรสายสนับสนุนที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเรียนการสอนมีการอบรมสัมมนาและพัฒนาสมรรถนะ ดังนี้ 1) สมรรถนะในกระบวนการรับนักศึกษา 2) สมรรถนะในการจัดทำแผนวิชาการและที่ไม่ใช่วิชาการทั้งระยะสั้นและระยะยาว 3) สมรรถนะในการกำกับติดตามความก้าวหน้าในการเรียนนักศึกษา 4) สมรรถนะในการจัดกิจกรรมเสริม การประกวดการแข่งขันสำหรับนักศึกษา	1.1 บุคลากรสายสนับสนุนที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเรียนการสอนในหลักสูตรมีการอบรมสัมมนาดูงานหรือการพัฒนาตนเองอย่างน้อย 1 ครั้งต่อปี 1.2 มีการสนับสนุนงบประมาณให้บุคลากรสายสนับสนุนที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเรียนการสอนในหลักสูตรเข้าร่วมอบรมสัมมนา ดูงานหรือการพัฒนาตนเอง

แผนการพัฒนา/ปรับปรุง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
2) ส่งเสริมสมรรถนะการให้บริการให้กับสายสนับสนุน	บุคลากรสายสนับสนุนได้รับการอบรมและพัฒนาสมรรถนะการให้บริการการศึกษา ดังนี้ 1) สมรรถนะในการจัดการห้องเรียน รวมไปถึงวัสดุอุปกรณ์ ให้มีสภาพพร้อมใช้งาน 2) สมรรถนะในการจัดการห้องปฏิบัติการให้มีสภาพพร้อมใช้งาน 3) สมรรถนะในการจัดการสารสนเทศและเทคโนโลยีการสื่อสาร 4) สมรรถนะในการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ 5) สมรรถนะในการจัดการเครือข่ายการสื่อสาร และเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ 6) สมรรถนะในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสุขภาพ ด้านความปลอดภัย 7) สมรรถนะในการจัดการด้านกายภาพ ด้านสังคม และด้านสภาพแวดล้อมทางจิตวิทยา	2.1 บุคลากรสายสนับสนุนได้รับการอบรม สัมมนา หรือศึกษาดูงานเพื่อพัฒนาสมรรถนะหรือการพัฒนาตนเองอย่างน้อย 1 ครั้งต่อปี 2.2 มีการสนับสนุนงบประมาณให้บุคลากรสายสนับสนุนในหลักสูตรเข้าร่วมอบรมสัมมนา ดูงานหรือการพัฒนาตนเอง

แผนการพัฒนา/ปรับปรุง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
2.3.4 ด้านนักศึกษา (การจัดการเรียนการสอน การพัฒนาทักษะ กิจกรรมเสริมหลักสูตร)		
1) ส่งเสริมการใช้ความรู้เพื่อยอดทางวิชาการหรือการแก้ไขปัญหาในสถานการณ์จริง	1.1 จัดการเรียนการสอนให้มีกิจกรรมแก้ปัญหาโดยใช้โจทย์จากชุมชนและท้องถิ่น ด้วยกิจกรรม Problem - based Learning, Project-based Learning หรือ Research-based Learning	1.1 รายละเอียดรายวิชา (แผนการเรียนรู้รายวิชา มคอ.3) 1.2 รายละเอียดผลการดำเนินงานรายวิชา (ผลการเรียนรู้รายวิชา มคอ. 5) 1.3 มีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนในรายวิชาบูรณาการ
2) เพิ่มทักษะการใช้ภาษาอังกฤษ เทคโนโลยีสารสนเทศและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์	2.1 จัดให้มีการส่งเสริมการใช้ภาษาอังกฤษ และเทคโนโลยีสารสนเทศ 2.2 จัดให้นักศึกษาเข้าสอบวัดความรู้ ภาษาอังกฤษที่จัดโดยศูนย์ภาษาของมหาวิทยาลัย 2.3 จัดรายวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ให้นักศึกษาเรียนในหลักสูตร	2.1 มีรายวิชาภาษาอังกฤษ และเทคโนโลยีสารสนเทศและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์บรรจุในหลักสูตรที่ระบุใน มคอ. 2 2.2 ส่งเสริมให้นักศึกษาใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการสืบค้นการนำเสนองานทางวิชาการเป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ 2.3 มีการวัดและประเมินผลรายวิชาภาษาอังกฤษ และเทคโนโลยีสารสนเทศและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ตามเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนด
3) ส่งเสริมการมีแนวคิดเป็นผู้ประกอบการ	3.1 มีการจัดการเรียนการสอนและการสอดแทรกแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษา 3.2 มีการส่งเสริมกิจกรรมเสริมหลักสูตรเพื่อเพิ่มทักษะการมี	3.1 มีรายวิชาที่ส่งเสริมแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการหรือจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่ระบุไว้อย่างชัดเจน 3.2 ส่งเสริมให้นักศึกษาเรียนรู้แนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ โดยอาจจะจัดกิจกรรมเสริมวิชาการร่วมกับ

แผนการพัฒนา/ปรับปรุง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
	แนวคิดการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษาในหลักสูตร	ผู้ประกอบการหรือชุมชน การเชิญวิทยากรบรรยาย หรือการศึกษาดูงาน 3.3 มีการวัดและประเมินผลการส่งเสริมแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการที่หลักสูตรจัดให้นักศึกษา
4) ปลุกฝังทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต	4.1 จัดให้มีการปลุกฝังทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตที่สอดแทรกในรายวิชาตลอดระยะเวลาการจัดการศึกษาหรือจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตร	4.1 หลักสูตรกำหนดทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต วิธีการปลุกฝัง และเครื่องมือการวัดและประเมินผลเมื่อนักศึกษาสำเร็จการศึกษาของหลักสูตร 4.2 หลักสูตรกำหนดรายวิชาและกิจกรรมที่ส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต 4.3 นักศึกษาเข้าร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่ส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต 4.4 หลักสูตรประเมินทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตของนักศึกษาโดยคณะกรรมการบริหารหลักสูตร
2.3.5 ด้านทรัพยากรและสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้		
1) วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือตลอดจน ทรัพยากรสนับสนุนการเรียนการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวก เพียงพอและอยู่ในสภาพใช้งานได้ดี	1.1 มีแผนการจัดหาครุภัณฑ์การศึกษา ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในระยะเวลา 5 ปี เสนอต่อคณะกรรมการบริหารหลักสูตรและคณะ	1.1 จำนวนครุภัณฑ์ทางการศึกษา ห้องเรียน ห้องประชุม ห้องสัมมนา ห้องเรียนออนไลน์ และอุปกรณ์ในห้องปฏิบัติการ และมีแผนการจัดหาและได้รับการอนุมัติจัดซื้อตามแผนที่หลักสูตรเสนอ

แผนการพัฒนา/ปรับปรุง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
	1.2 มีการจัดสรรงบประมาณ สำหรับ การบำรุงรักษาครุภัณฑ์ การศึกษาให้อยู่ในสภาพที่พร้อม ใช้งาน สำหรับการจัดการเรียน การสอน การวิจัยและกิจกรรม เสริมหลักสูตรต่าง ๆ	1.2 หลักสูตร มีงบประมาณ สำหรับ การบำรุงรักษา วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือ ตลอดจน ทรัพยากรสนับสนุน การเรียนการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวก ต่อปี 1.3 มีการนำผลการประเมินด้าน สิ่งสนับสนุนการเรียนการสอนมาใช้ในการ พัฒนาปรับปรุง

หมวดที่ 3

ระบบการจัดการศึกษา รูปแบบการจัดการศึกษา การดำเนินการหลักสูตร

3.1 ระบบการจัดการศึกษา

3.1.1 ระบบ

ระบบการศึกษาเป็นแบบทวิภาค โดย 1 ปีการศึกษา แบ่งออกเป็น 2 ภาค การศึกษาปกติ 1 ภาค การศึกษา มีระยะเวลาการศึกษาไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์ และข้อกำหนดต่าง ๆ ให้เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565

3.1.2 การจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน

มหาวิทยาลัยอาจจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน โดยกำหนดระยะเวลาไม่น้อยกว่า 8 สัปดาห์ และจำนวนหน่วยกิตโดยมีสัดส่วนเทียบเคียงกันได้กับการศึกษาภาคปกติ ทั้งนี้เป็นไปตามดุลยพินิจของคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

3.1.3 การเทียบเคียงหน่วยกิตในระบบทวิภาค

- ไม่มี -

3.2 รูปแบบการจัดการศึกษา

3.2.1 รูปแบบการจัดการศึกษา

☒ โปรแกรมเรียนในเวลาราชการ (การจัดการเรียนการสอนในชั้นเรียน)

☐ โปรแกรมเรียนสุดสัปดาห์ เป็นการจัดการเรียนการสอนในวันหยุดสุดสัปดาห์

☐ โปรแกรมการเรียนนอกเวลาราชการ เป็นการจัดการเรียนการสอนโดยใช้เวลานอกเวลาราชการ

☐ โปรแกรมเรียนทางไกล โดยใช้ระบบทางไกล ผ่านไปรษณีย์ วิทยุกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์สองทาง หรือเครือข่ายคอมพิวเตอร์ หรือระบบอินเทอร์เน็ต

☐ โปรแกรมชุดวิชา (Module System) เป็นการจัดการเรียนการสอนเป็นคราว ๆ คราวละ 1 รายการ หรือหลายรายวิชา ซึ่งอาจจัดเป็นชุดของรายวิชาที่มีเนื้อหาสัมพันธ์กัน

☐ โปรแกรมนานาชาติ เป็นการจัดการเรียนการสอน โดยความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในต่างประเทศ หรือหลักสูตรของมหาวิทยาลัยที่มีการจัดการและมาตรฐานเช่นเดียวกันกับหลักสูตรนานาชาติ โดยอาจจัดในเวลาและเนื้อหาที่สอดคล้องกับโปรแกรมในต่างประเทศ

☐ โปรแกรมการเรียนการสอนผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E- Learning) ให้เป็นไปตามประกาศของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

□ โปรแกรมโครงการพิเศษ

3.2.2 การเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชาและการลงทะเบียนเรียนข้ามมหาวิทยาลัย

การเทียบโอนหน่วยกิตและรายวิชา เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ว่าด้วยการโอนผลการเรียน การเทียบโอนผลการเรียน การเทียบโอนความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ พ.ศ. 2565 หมวด 6 การเทียบโอนผลการเรียน

3.3 การดำเนินการหลักสูตร

3.3.1 วัน - เวลา ในการดำเนินการเรียนการสอน โดยจัดการเรียนการสอนในวันจันทร์-ศุกร์

ภาคการศึกษาที่ 1 (ภาคต้น) : มิถุนายน – กันยายน

ภาคการศึกษาที่ 2 (ภาคปลาย) : พฤศจิกายน – กุมภาพันธ์

3.3.2 การลงทะเบียนเรียน

การลงทะเบียนเรียนเป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565 หมวด 4 การลงทะเบียนเรียน

3.3.3 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษาเป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565 หมวด 2 การรับเข้าเป็นนักศึกษา และสภาพนักศึกษา โดยคุณสมบัติของผู้เข้าศึกษาหลักสูตรระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร กำหนด ดังนี้

1) เป็นผู้สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า จากสถาบันการศึกษาที่กระทรวงศึกษาธิการ ให้การรับรอง หรือ

2) เป็นผู้สำเร็จการศึกษาชั้นอนุปริญญา หรือปริญญาชั้นใดชั้นหนึ่งหรือเทียบเท่าจากสถาบันอุดมศึกษาที่สภามหาวิทยาลัยรับรอง

3) เป็นผู้มีความสามารถอื่นตามเกณฑ์คุณสมบัติผู้มีสิทธิเข้าศึกษาที่กำหนดไว้ในหลักสูตรระดับปริญญาตรีสาขานั้น ๆ และ/ หรือตามประกาศมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนครที่เกี่ยวข้องกับการรับเข้าศึกษาในหลักสูตรระดับปริญญาตรีสาขานั้น ๆ หรือตามที่กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมกำหนด

ผู้มีคุณสมบัติครบถ้วนตามประกาศที่มหาวิทยาลัยกำหนด หรือตามที่กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมกำหนด ให้มหาวิทยาลัยดำเนินการออกประกาศรับสมัครเป็นคราว ๆ ไป

3.3.4 ปัญหาของนักศึกษาแรกเข้า และกลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อแก้ปัญหา

ปัญหาของนักศึกษาแรกเข้า	กลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา
1. นักศึกษาแรกเข้ามีพื้นฐานความรู้ทางธุรกิจและการตลาดที่แตกต่างกัน	1. จัดให้มีกิจกรรมหรือโครงการเพื่อเตรียมความพร้อมและให้ความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจและการตลาด
2. นักศึกษาต้องการพัฒนาความรู้ด้านภาษาอังกฤษ เพื่อให้สำเร็จการศึกษาตามเกณฑ์	2. ร่วมกับคณะและมหาวิทยาลัย จัดโครงการพัฒนา ความรู้ด้านภาษาอังกฤษ ให้กับนักศึกษา

3.3.5 แผนการรับนักศึกษาและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี

การรับนักศึกษา	จำนวนนักศึกษาแต่ละปีการศึกษา				
	2569	2570	2571	2572	2573
ชั้นปีที่ 1	40	40	40	40	40
ชั้นปีที่ 2	-	40	40	40	40
ชั้นปีที่ 3	-	-	40	40	40
ชั้นปีที่ 4	-	-	-	40	40
รวม	40	80	120	160	160
จำนวนที่คาดว่าจะสำเร็จการศึกษา	-	-	-	-	40
สัดส่วน (อาจารย์ต่อนักศึกษา)	1 : 8	1 : 16	1 : 24	1 : 32	1 : 32

3.3.6 งบประมาณตามแผน

1) งบประมาณรายรับ (หน่วย : บาท)

รายละเอียดรายรับ	ปีงบประมาณ				
	2569	2570	2571	2572	2573
1. ค่าธรรมเนียมการศึกษา แบบเหมาจ่ายในเวลาราชการ	520,000	1,040,000	1,560,000	2,080,000	2,080,000
2. เงินอุดหนุนจากรัฐบาล	20,000	40,000	60,000	80,000	80,000
รวมรายรับ	540,000	1,080,000	1,620,000	2,160,000	2,160,000

หมายเหตุ ค่าธรรมเนียมการศึกษา เหมาจ่ายภาคเรียนละ 6,500 บาท ปีละ 2 ภาคเรียน

เงินอุดหนุนจากรัฐบาลต่อหัวต่อ ด้านสังคม 500 บาท และ ด้านวิทยาศาสตร์ 2,000 บาท

2) ประมาณการค่าใช้จ่าย

หมวดเงิน งบดำเนินการ	ปีงบประมาณ				
	2569	2570	2571	2572	2573
1. ค่าใช้จ่ายบุคลากร	2,727,879.00	2,995,007.40	3,144,757.77	3,301,995.66	3,467,095.44
2. ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน	205,764.57	411,529.15	617,293.72	823,058.29	823,058.29
3. รายจ่าย มหาวิทยาลัย (20%)	1,049,487.16	2,098,974.32	3,148,461.48	4,197,948.64	4,197,948.64
รวมงบดำเนินการ	540,000	1,080,000	1,620,000	2,160,000	2,160,000
จำนวนนักศึกษา	40	80	120	160	160
ค่าใช้จ่ายต่อหัว นักศึกษา	99,578.27	68,818.89	57,587.61	52,018.77	53,050.64

หมายเหตุ ค่าใช้จ่ายบุคลากร คนละ 50,000 บาท ต่อปี เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี

3) การคำนวณจุดคุ้มทุนในการจัดการศึกษา

การคำนวณต้นทุนการผลิตของนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด การคำนวณต้นทุนการผลิตของนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ตามระเบียบกระทรวงการคลังมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ได้จัดทำข้อมูลการคำนวณต้นทุนและการปันส่วนต้นทุนของการผลิตนักศึกษา กำหนดชั้นต่ำห้องละ 3.62 คน สามารถคำนวณค่าใช้จ่ายตลอดหลักสูตรคิดรายหัวของนักศึกษาได้ตามเล่มรายงานผลการคำนวณต้นทุนหลักสูตร คณะวิทยาการจัดการ ปีงบประมาณ พ.ศ.2567 มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ดังนี้

ต้นทุนรวมตลอดหลักสูตร	เท่ากับ	1,329,544.50 บาท
รายรับตลอดหลักสูตรต่อรายหัวนักศึกษาตลอดหลักสูตร	เท่ากับ	52,000.00 บาท
ต้นทุนหลักสูตรต่อรายหัวนักศึกษาตลอดหลักสูตร	เท่ากับ	17,596.91 บาท

หลักที่ 2 - 4	หมายถึง	หมู่วิชา
หลักที่ 5	หมายถึง	ระดับความยากง่ายหรือชั้นปีที่จัดให้เรียน
หลักที่ 6	หมายถึง	กลุ่มเนื้อหาวิชาในหมู่วิชา
หลักที่ 7 - 8	หมายถึง	ลำดับที่ของรายวิชาในกลุ่มเนื้อหาวิชา

2) จำนวนหน่วยกิต

2.1) การแสดงจำนวนหน่วยกิตรายวิชา มีรูปแบบแสดงเป็นตัวเลข ดังนี้ X (X-X-X) ซึ่ง X เป็นตัวเลขที่แสดงข้อมูลตามลำดับ คือ หน่วยกิต (ทฤษฎี – ปฏิบัติ – คำนวณ)

2.2) การคิดชั่วโมงเรียน

ทฤษฎี 1 หน่วยกิต	: บรรยาย 1 ชั่วโมง ให้มีการค้นคว้า 2 ชั่วโมง
ปฏิบัติ 1 หน่วยกิต	: ฝึกทดลอง 2 ชั่วโมง ให้มีการค้นคว้า 1 ชั่วโมง
คำนวณ	: (ทฤษฎี $\times$ 2) + (ปฏิบัติ $\times$ 0.5) ชั่วโมง

4.1.3 รายวิชาและหน่วยกิต

1) หมวดวิชาการศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต

ให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร เรื่อง การจัดการเรียนการสอนหมวดวิชาการศึกษาทั่วไป

2) หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต

2.1) กลุ่มวิชาแกนบริหารธุรกิจ

41551701	ภาษาอังกฤษธุรกิจ*	3(3-0-6)
43521109	หลักการบัญชี	3(2-2-5)
43541101	หลักการตลาด	3(3-0-6)
43631103	องค์การและพฤติกรรมองค์การ	3(3-0-6)
43501101	ทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล	3(2-2-5)
42562101	กฎหมายธุรกิจ	3(3-0-6)
43562601	สถิติเพื่อธุรกิจและการวิจัย	3(2-2-5)
43522306	การบัญชีเพื่อการจัดการ	3(3-0-6)
43532205	การเงินและภาษีอากรธุรกิจ	3(3-0-6)
43592204	เศรษฐศาสตร์สำหรับบริหารธุรกิจ	3(3-0-6)

* จัดการเรียนการสอนเป็นภาษาอังกฤษ

2.2) กลุ่มวิชาเอกบังคับและเอกเลือก

2.2.1) วิชาเอกบังคับ กลุ่มวิชาทฤษฎีและหลักการทางการตลาด 30 หน่วยกิต

43541106	เทคโนโลยีดิจิทัลและการตลาดเชิงข้อมูล	3(3-0-6)
43542116	จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด	3(2-2-5)
43542207	การจัดการผลิตภัณฑ์ ราคา และโครงสร้างต้นทุน	3(3-0-6)
43542307	การจัดการช่องทางการตลาดและโลจิสติกส์	3(3-0-6)
43543116	กลยุทธ์การตลาด การพยากรณ์ และการวิเคราะห์ ผลตอบแทน	3(3-0-6)
43543117	การตลาดบริการในยุคดิจิทัล	3(3-0-6)
43543115	การวิจัยทางการตลาด	3(2-2-5)
43544302	การสื่อสารการตลาดและเทคนิคการขาย	3(3-0-6)
43544401	การตลาดเพื่อสังคมสิ่งแวดล้อมและจริยธรรม	3(3-0-6)
43544110	สัมมนาทางการตลาด	3(2-2-5)

2.2.2) กลุ่มวิชาเอกเลือก ประกอบไปด้วยกลุ่มวิชาผู้ประกอบการทางการตลาด

และกลุ่มวิชานักการตลาดออนไลน์ ให้เลือกเรียนไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต

กลุ่มวิชา ผู้ประกอบการ ทางการตลาด	43541201	การตลาดเพื่อการสร้างธุรกิจใหม่และธุรกิจ ท้องถิ่น	3(2-2-5)
	43542208	การออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์	3(2-2-5)
	43543122	การจัดการการตลาดและห่วงโซ่อุปทาน	3(3-0-6)
	43543120	การวัดและการประเมินผลทางการตลาด	3(3-0-6)
	43544112	การตลาดผลิตภัณฑ์ครามสกนคร	3(2-2-5)
กลุ่มวิชานักการ ตลาดออนไลน์	43542308	การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ทางสื่อสังคม	3(2-2-5)
	43543401	การออกแบบเนื้อหาการตลาดออนไลน์	3(3-0-6)
	43543123	การตลาดผ่านผู้มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์	3(3-0-6)
	43543118	การตลาดสินค้าแฟชั่นยุคดิจิทัล	3(2-2-5)
	43543121	การตลาดข้ามวัฒนธรรมระดับโลก	3(3-0-6)

2.3) กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ หรือสหกิจศึกษา 6 หน่วยกิต

ให้เลือกเรียนในกลุ่มเดียวกันเท่านั้น

วิชาสหกิจศึกษา

43564801	เตรียมฝึกสหกิจศึกษาทางบริหารธุรกิจ	1(90)
43564806	สหกิจศึกษา	5(450)

วิชาโครงการ

43544113	โครงการทางการตลาด 1	3(1-4-4)
43544114	โครงการทางการตลาด 2	3(1-4-4)

3) หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

ให้เลือกเรียนวิชาใด ๆ ในหลักสูตรมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร โดยไม่ซ้ำกับรายวิชาที่เคยเรียนมาแล้ว และต้องไม่เป็นรายวิชาที่กำหนดให้เรียนโดยไม่นับหน่วยกิตรวมในเกณฑ์สำเร็จการศึกษาของหลักสูตร

4.2 คำอธิบายรายวิชา

4.2.1 หมวดวิชาการศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต

ให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร เรื่อง การจัดการเรียนการสอนหมวดวิชาการศึกษาทั่วไป

4.2.2 หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า 90 หน่วยกิต

1) กลุ่มวิชาแกนบริหารธุรกิจ 30 หน่วยกิต

41551701 *ภาษาอังกฤษธุรกิจ 3(3-0-6)

*Business English

ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการใช้ภาษาอังกฤษในบริบทของธุรกิจ โดยมีเนื้อหาที่ครอบคลุมหลายด้าน เช่น การเขียนอีเมลทางการ การจัดทำรายงาน การนำเสนอผลงานและการสื่อสารในที่ทำงาน เน้นการพัฒนาทักษะการฟัง การพูด และการอ่านในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ

Basic knowledge of using English in a business, covering various areas such as writing formal emails, preparing reports, delivering presentations, and

workplace communication, the focus is on developing listening, speaking, and reading skills related to business topics

***จัดการเรียนการสอนโดยใช้ภาษาอังกฤษ**

43541101 หลักการตลาด 3(3-0-6)

Principles of Marketing

ความหมายและความสำคัญของการตลาดในฐานะเป็นกิจกรรมหลักทางธุรกิจอย่างหนึ่งโดยกล่าวถึงแนวทางการศึกษา แนวความคิดและปรัชญาทางการตลาด ระบบการตลาด และสิ่งแวดล้อม การตลาดเป้าหมาย พฤติกรรมผู้บริโภค ความเข้าใจเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดและองค์การทางการตลาด

The meaning and importance of marketing as a key business activity, encompassing the study approach, marketing concepts and philosophies, the marketing system and environment, target marketing, consumer behavior, understanding of the marketing mix, and marketing organizations

43631103 องค์การและพฤติกรรมองค์การ 3(3-0-6)

Organization and Organizational Behavior

ทฤษฎีโครงสร้างขององค์การและพฤติกรรมองค์การ ประเภทองค์การและการจัดองค์การ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ด้านการจัดคนเข้าทำงาน การสั่งการ การจูงใจ ภาวะผู้นำ พฤติกรรมกลุ่ม เครื่องมือและเทคนิคการบริหารจัดการองค์การธุรกิจ การควบคุม การปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายและนโยบายที่ตั้งไว้

Theories of organizational structure and organizational behavior, types of organizations and organizational design, human resource management in recruitment and selection, directing, motivation, and leadership, group behavior, managerial tools and techniques for business organization management, and controlling organizational operations to achieve predetermined goals and policies

43501101 ทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล 3(2-2-5)

Digital Literacy

หลักการใช้งานคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต ซึ่งรวมถึงการใช้โปรแกรมประมวลผลคำ ตารางคำนวณ และโปรแกรมนำเสนอ ตลอดจนความรู้เกี่ยวกับการทำงานร่วมกันแบบออนไลน์และแนวปฏิบัติเพื่อความปลอดภัยทางดิจิทัล

Principles of computer and internet usage, including the use of word processing, spreadsheet, and presentation software, as well as knowledge of online collaboration and digital security practices

43521109 หลักการบัญชี 3(2-2-5)

Principles of Accounting

ข้อสมมติฐานทางบัญชี ความแตกต่างในหน้าที่ระหว่างพนักงานบัญชีและผู้ทำบัญชี หลักการบัญชีคู่ เอกสารประกอบการบันทึกบัญชี การบันทึกรายการในสมุดรายวันขั้นต้น สมุดบัญชีแยกประเภท จัดทำบทดลอง การปรับปรุงและปิดบัญชี การทำงานการเงินของกิจการให้บริการและกิจการซื้อขายไป

Study accounting assumptions differences in the duties of an accountant and a bookkeeper, principles of double-entry accounting, supporting documents for recording accounts, recording entries in the primary journal, general ledgers, preparing trial balances, adjusting and closing accounts preparing financial statements for service businesses and trading businesses

43522306 การบัญชีเพื่อการจัดการ 3(3-0-6)

Managerial Accounting

การพัฒนาและวิเคราะห์ข้อมูลทางการบัญชี เพื่อนำไปใช้ในการวางแผน การควบคุมและการตัดสินใจ โดยศึกษาเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนรวม และการบัญชีต้นทุนผันแปร การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณต้นทุน ปริมาณกำไร การวิเคราะห์ต้นทุนภาษี โครงการลงทุนการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน และข้อจำกัดของข้อมูลต่าง ๆ การจัดทำงบประมาณ แสดงการเปลี่ยนแปลงทางการเงิน และงบกระแสเงินสด

The development and analysis of accounting data for use in planning, control, and decision-making, studying full-cost and variable-cost accounting,

cost-volume-profit analysis, tax cost analysis, investment project analysis, financial ratio analysis, as well as understanding the limitations of various data, budgeting, the financial statement of changes, and cash flow statements

43592204 เศรษฐศาสตร์สำหรับบริหารธุรกิจ 3(3-0-6)

Economics for Business Administration

หลักและทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ที่นำไปประยุกต์ใช้ในทางธุรกิจได้แก่ การวิเคราะห์ อุปสงค์และอุปทาน การวิเคราะห์การผลิตและต้นทุนการผลิต การวิเคราะห์ลักษณะตลาด และการกำหนดราคาสำหรับตลาดต่าง ๆ การวิเคราะห์ระบบเศรษฐกิจรายได้ประชาชาติ นโยบาย เศรษฐกิจมหภาค เศรษฐกิจไทย การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจและกรณีศึกษาต่าง ๆ ทางด้านเศรษฐกิจ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ

Principles and economic theories are fundamental in business applications, encompassing demand and supply analysis, production and cost considerations, market structures, and pricing strategies across different markets, national income analysis, macroeconomic policies, the Thai economy, economic integration, and various economic case studies relevant to business

42562101 กฎหมายธุรกิจ 3(3-0-6)

Business Laws

ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ หลักการและข้อกำหนดทางกฎหมายที่ส่งผลต่อการดำเนินงานธุรกิจ รวมถึงวิธีการปฏิบัติตามกฎหมายและการจัดการความเสี่ยงทางกฎหมาย และกฎหมายที่สำคัญในชีวิตประจำวัน บุคคล นิติบุคคล สิทธิ บุคคลสิทธิ ทรัพย์สิน สิทธิ

Knowledge of business-related laws, legal principles and requirements affecting business operations, methods of complying with laws and managing legal risks, and important everyday laws concerning individuals, legal entities, rights, personal rights, and property rights

43562601

สถิติเพื่อธุรกิจและการวิจัย

3(2-2-5)

Statistics for Business and Research

ความหมายและประโยชน์ของสถิติ หลักการเบื้องต้นทางสถิติกับการระเบียบวิจัยทางธุรกิจ เทคนิคการสุ่มตัวอย่าง วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัย การแจกแจงความถี่ การหาค่าวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง (ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน ค่าฐานนิยม) การวัด การกระจาย (พิสัย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความแปรปรวน) สถิติที่ใช้ในการหาคุณภาพของเครื่องมือวิจัย ตัวแปรสุ่มและการแจกแจงความน่าจะเป็นของตัวแปรสุ่ม หลักการทดสอบสมมติฐาน การทดสอบสมมติฐานสำหรับประชากรหนึ่งกลุ่ม การทดสอบสำหรับประชากรสองกลุ่ม การวิเคราะห์ความแปรปรวน การทดสอบไคสแควร์ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์และการวิเคราะห์สมการถดถอย เทคนิคการเลือกสถิติสำหรับการวิจัย โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิเคราะห์ทางสถิติ

The meaning and benefits of statistics, fundamental statistical principles in business research, sampling techniques, data collection methods, data analysis for research, frequency distributions, measures of central tendency (mean, median, mode), measures of dispersion (range, standard deviation), statistical methods for assessing the reliability and validity of research instruments, random variables and probability distributions, principles of hypothesis testing, chi-square tests, correlation analysis, regression analysis, techniques for selecting appropriate statistical methods for research, and the use of statistical software for data analysis

43532205

การเงินและภาษีอากรธุรกิจ

3(3-0-6)

Business Financial and Taxation

ความสำคัญของการเงินและภาษีอากรสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ แนวคิดด้านการเงินและภาษีอากร การวางแผนเพื่อความเหมาะสมทางธุรกิจ แนวความคิดด้านการเงิน การวางแผนทางการเงิน การพยากรณ์ทางการเงิน การระดมทุน ความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน และการคำนวณภาษีที่ถูกต้อง

The importance of finance and taxation for new entrepreneurs, financial and taxation concepts, planning for business suitability, financial strategies, financial planning, financial forecasting, fundraising, the importance of financial risk management, and accurate tax calculation

2) วิชาเอกบังคับ กลุ่มวิชาทฤษฎีและหลักการทางการตลาด

43542116 จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด 3(2-2-5)

Psychology and Consumer Behavior in Marketing

แนวคิด ทฤษฎี และปัจจัยทางจิตวิทยาได้รับการประยุกต์ใช้เพื่ออธิบายพฤติกรรมผู้บริโภค โดยครอบคลุมประเด็นสำคัญ เช่น แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ทัศนคติ และกระบวนการตัดสินใจซื้อ ทั้งนี้ องค์ความรู้ดังกล่าวมีบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการทางการตลาด การวิจัยผู้บริโภค การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค ตลอดจนการวิเคราะห์แนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคในอนาคต

Psychological concepts, theories, and determinants are applied to explain consumer behavior, encompassing motivation, perception, learning, attitudes, and the consumer decision-making process. These psychological foundations serve as essential frameworks for marketing management, consumer behavior research, the formulation of marketing strategies, and the analysis of emerging trends in consumer behavior

43542207 การจัดการผลิตภัณฑ์ ราคา และโครงสร้างต้นทุน 3(3-0-6)

Product, Pricing, and Cost Structure Management

ความหมาย แนวคิด และประเภทของนวัตกรรมและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมทางการตลาด การร่วมสร้างสรรค์กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ การสร้างตราสินค้า การฝึกปฏิบัติการวางแผนและบริหารผลิตภัณฑ์ ความสำคัญของการตลาดและการเงินสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ แนวคิดด้านการตลาด กลไกตลาด การวางแผนการตลาด แนวความคิดด้านการเงิน การวางแผนทางการเงิน การพยากรณ์ทางการเงิน การกำหนดราคา โครงสร้างต้นทุน การระดมทุน ความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน

The importance of marketing and finance for new entrepreneurs, marketing concepts, market mechanisms, marketing planning, financial concepts, financial planning, financial forecasting, pricing, cost structures, fundraising, and the importance of financial risk management, In addition, the course covers the meaning, concepts, and types of innovation and product creation, marketing innovation, co-creation

in new product development, the process of creating new products, product and packaging design, branding, and practical exercises in product planning and management

43543116 กลยุทธ์การตลาด การพยากรณ์ และการวิเคราะห์ผลตอบแทน 3(3-0-6)
Marketing Strategy, Forecasting, and Return Analysis

ศึกษาหลักการและการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด การกำหนดกลยุทธ์สำหรับส่วนตลาดต่าง ๆ การแสวงหาโอกาสและการแข่งขันทางการตลาด รวมถึงกลยุทธ์ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย และการใช้ปัญญาประดิษฐ์ทางการตลาดเพื่อมองเห็นแนวทางและทักษะการตลาดที่ประยุกต์ใช้ในธุรกิจได้จริง ศึกษากระบวนการพยากรณ์ยอดขาย การผลิตและวัตถุดิบ การวิเคราะห์ต้นทุน ผลตอบแทน และค่าใช้จ่ายในการขาย ตลอดจนการใช้ข้อมูลและอัตราส่วนทางการเงินสำหรับการตัดสินใจทางการตลาด การวางแผนงบประมาณและการประเมินความคุ้มค่าในการลงทุนและกิจกรรมทางการตลาด

Examines the principles and strategic planning of marketing, including the development of strategies for different market segments, opportunity identification, and competitive approaches, It also covers product, pricing, distribution, promotional strategies, and artificial intelligence for marketing to provide practical marketing insights applicable to real business practices. Topics include sales, production, and material forecasting; cost, return, and sales expense analysis; and the use of data and financial ratios in marketing decision-making, The course further emphasizes budgeting and evaluating the cost-effectiveness of marketing investments and activities

43542307 การจัดการช่องทางการตลาดและโลจิสติกส์ 3(3-0-6)
Marketing Channel and Logistics Management

คำจำกัดความของการตลาดแบบเชื่อมโยงลูกค้าผ่านหลากหลายช่องทาง วิวัฒนาการของการตลาดแบบเชื่อมโยงลูกค้าผ่านหลากหลายช่องทาง กลยุทธ์การปรับเปลี่ยนรูปแบบช่องทางการตลาด การจัดการเชิงบูรณาการช่องทางการตลาดดิจิทัลและช่องทางการตลาดแบบดั้งเดิม การบริหารประสบการณ์ลูกค้าและการดำเนินงานทางการตลาดในอนาคต บทบาทสำคัญของโลจิสติกส์ต่ออุตสาหกรรมต่าง ๆ การขนส่งในระบบโลจิสติกส์ การบริหารจัดการเก็บการควบคุมและประเมินผลระบบโลจิสติกส์

The definition of multi-channel marketing, the evolution of multi-channel marketing, strategies for adapting marketing channels, integrated management of digital and traditional marketing channels, customer experience management, future marketing operations, The important role of logistics in various industries. Storage Management, Control and Evaluation of Logistics Systems

43544302 การสื่อสารการตลาดและเทคนิคการขาย 3(3-0-6)

Marketing Communications and Selling Techniques

แนวความคิดการสื่อสารการตลาดและการขายสมัยใหม่ กระบวนการวางแผนการสื่อสารการตลาด เครื่องมือและเทคนิคที่ใช้การสื่อสารการตลาดและการขายในรูปแบบของการบูรณาการเครื่องมือในการสื่อสารการตลาดและการขาย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การสื่อสารการตลาดแบบโต้ตอบ และการสื่อสารออนไลน์ การเขียนแผนการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการและนำไปสู่การปฏิบัติด้านการสื่อสารการตลาดและการขาย

The concept of modern marketing communication and sales involves a systematic process of planning marketing communication, utilizing a range of integrated tools and techniques. These include advertising, public relations, sales promotion, interactive marketing communication, and online communication. Emphasis is placed on the development of integrated marketing communication (IMC) plans and their practical implementation in marketing, sales and communication activities

43541106 เทคโนโลยีดิจิทัล และการตลาดเชิงข้อมูล 3(3-0-6)

Digital Technologies and Data-Driven Marketing

ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับเทคโนโลยีการตลาดดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ทางการตลาด ระบบฐานข้อมูลทางการตลาดและการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดสำหรับตลาดดิจิทัล โปรแกรมการจัดการข้อมูลทางธุรกิจและการตลาดและการจัดหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูล การแปลงผลข้อมูลและการนำไปใช้เพื่อการตัดสินใจทางการตลาด การพัฒนากลยุทธ์การตลาดดิจิทัล ประเด็นด้านจริยธรรมเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการตลาดดิจิทัลและข้อมูล การฝึกปฏิบัติการทำการตลาดดิจิทัล

Fundamental knowledge of digital marketing technologies and artificial intelligence in marketing, marketing database systems, and the analysis of the

marketing environment for digital markets. The course covers business and marketing data management programs, data sourcing from various platforms, data interpretation, and its application in marketing decision-making. It also includes the development of digital marketing strategies, ethical considerations related to the use of digital marketing technologies and data, as well as hands-on practice in executing digital marketing activities

43543117 การตลาดบริการในยุคดิจิทัล 3(3-0-6)

Services Marketing in the Digital Age

ความหมาย และความสำคัญของตลาดบริการ ประเภทของตลาดบริการวิธีวิเคราะห์สถานการณ์ และสภาพแวดล้อมของตลาดบริการประเภทต่าง ๆ การวางแผน และกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับตลาดบริการ ศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาทางการตลาด ของธุรกิจ บริการเพื่อกำหนดแนวทางแก้ไข การสร้างกลยุทธ์ตลาดบริการที่เหมาะสมกับแพลตฟอร์มดิจิทัลต่าง ๆ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในยุคดิจิทัล

The meaning and importance of service marketing, types of service markets, methods for analyzing the situation and environment of different service markets, planning, and strategizing for service markets, studying and analyzing marketing problems in service businesses to determine solutions. Creating a service market strategy that is suitable for various digital platforms to reach target audiences and satisfy customers in the digital era

43544401 การตลาดเพื่อสังคมสิ่งแวดล้อมและจริยธรรม 3(3-0-6)

Social, Environmental, and Ethical Marketing

ความหมายและความสำคัญของการตลาดเพื่อสังคม สิ่งแวดล้อมและจริยธรรม วัตถุประสงค์และองค์ประกอบในการดำเนินงานการตลาดโดยคำนึงถึงสภาพแวดล้อมและความพึงพอใจระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค วิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

The meaning and importance of social marketing, environmental and ethical marketing, objectives and components of marketing operations considering the environment and satisfaction between producers and consumers, analyzing marketing strategies for natural resource and environmental conservation

43543115 การวิจัยทางการตลาด 3(2-2-5)

Marketing Research

ความหมายของวิจัย ประเภทของงานวิจัย บทบาทของการวิจัยทางการตลาดที่มีต่อองค์การระบบสารสนเทศ ขั้นตอนและวิธีการวิจัยทางการตลาด ประการ และการสุ่มตัวอย่าง เทคนิคและเครื่องมือทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล การเขียนรายงานการวิจัย และการนำเสนอผลงานวิจัยทางการตลาด

The meaning of research, types of research, the role of marketing research in organizations, information systems, steps and methods of marketing research, sampling techniques, statistical tools for data analysis, writing research reports, and presenting marketing research findings

43544110 สัมมนาทางการตลาด 3(2-2-5)

Seminar in Marketing

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จทางการตลาดต่อธุรกิจ ศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาทางธุรกิจ และทางการตลาดจากกรณีศึกษาที่เป็นปัจจุบัน วิเคราะห์สาเหตุของความสำเร็จ และความล้มเหลวทางการตลาดของธุรกิจ การสร้างองค์การทางการตลาดให้ประสบผลสำเร็จโดยใช้กรณีศึกษาผ่านกระบวนการวิเคราะห์ และอภิปรายสรุปผล โดยนำเสนอในรูปของการวิจัย หรือเวทีสัมมนา

Factors affecting marketing success in businesses, studying and analyzing business and marketing problems from current case studies, analyzing the causes of marketing success and failure, creating successful marketing organizations using case studies through analysis and discussion, and presenting findings in the form of research or seminars

3) กลุ่มวิชาเอกเลือก ประกอบไปด้วยกลุ่มวิชาผู้ประกอบการทางการตลาด และกลุ่มวิชานักการตลาดออนไลน์ เลือกเรียนไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต

กลุ่มวิชาผู้ประกอบการทางการตลาด

43541201 การตลาดเพื่อการสร้างธุรกิจใหม่และธุรกิจท้องถิ่น 3(2-2-5)

Marketing for New Venture Creation and Local Business

แนวคิดและลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ประเภทของธุรกิจ การเริ่มธุรกิจใหม่ กระบวนการบริหารจัดการธุรกิจ การวิเคราะห์และประเมินโอกาสทางการตลาดของธุรกิจใหม่ จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ การวางแผนการลงทุนเพื่อลดความเสี่ยง การฝึกการจัดทำแผนธุรกิจและการพัฒนาธุรกิจใหม่ จรรยาบรรณของการเป็นผู้ประกอบการ

Concepts and characteristics of entrepreneurship, types of businesses, starting new businesses, business management processes, analyzing and evaluating marketing opportunities for new businesses, product highlights, investment planning to reduce risks, practical exercises in business planning and new business development, and the ethics of entrepreneurship

43542208 การออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ 3(2-2-5)

Branding and Packaging Design

แนวคิดของตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ประเภทของตราสินค้าและเครื่องหมายการค้า ประเภทของบรรจุภัณฑ์ การจัดการตราสินค้าสำหรับสินค้าและบริการ ขั้นตอนของกระบวนการออกแบบตราสินค้า หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ กระบวนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ฝึกปฏิบัติการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ความสัมพันธ์ของบรรจุภัณฑ์กับกิจกรรมทางการตลาด การฝึกการใช้เครื่องมือและเทคนิคในการออกแบบ เครื่องหมายการค้า ตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ การพิจารณาความยั่งยืนและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

Concepts of branding and packaging, types of brands and trademarks, types of packaging, brand management for goods and services, steps in the branding process, packaging design principles, packaging design processes, practical exercises in branding and packaging design, the relationship between packaging and

marketing activities, and using tools and techniques in design, trademarks, brands, and packaging, considering sustainability and environmental impact in packaging design

43543122

การจัดการการตลาดและห่วงโซ่อุปทาน

3(3-0-6)

Marketing Management and Supply Chain

ความหมาย ความสำคัญ กลยุทธ์การจัดการการตลาด BCG (Boston Consulting Group Matrix) วิเคราะห์การจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์หรือหน่วยธุรกิจตามส่วนแบ่งการตลาดและอัตราการเติบโตของตลาด เพื่อใช้ในการตัดสินใจเกี่ยวกับการลงทุนและการจัดสรรทรัพยากร เน้นการสร้างความต้องการ การจัดซื้อ การผลิต การจัดเก็บ การกระจายสินค้า และการขนส่ง การจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) การคาดการณ์ความต้องการของลูกค้า ปริมาณสินค้าที่ต้องผลิต ส่งจัดสินค้าให้ทันเวลา (Just in time) การส่งมอบผลิตภัณฑ์ไปยังลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

Meaning, Importance, Marketing Management Strategy BCG (Boston Consulting Group Matrix) analyzes the grouping of products or business units by market share and market growth rate for use in making decisions about investment and resource allocation. Emphasis is placed on demand creation, procurement, production, storage, distribution, and transportation, supply chain management, forecasting customer demand, the number of products to be produced, delivering products just in time, and delivering products to customers efficiently

43543120

การวัดและการประเมินผลทางการตลาด

3(3-0-6)

Marketing Measurement and Evaluation

แนวคิดและหลักการวัดและการประเมินผลทางการตลาด การออกแบบ การวัดและประเมินผลทางการตลาดที่เหมาะสม การวัดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของกลยุทธ์การตลาด การเชื่อมโยงผลการวัดและประเมินกับกิจกรรมทางการตลาด และผลการดำเนินงานทางการตลาด การจัดทำแผนควบคุมและบัตรคะแนน (Balanced Scorecard) เพื่อประเมินประสิทธิผลและผลตอบแทนการลงทุนทางการตลาด

Concepts and principles of marketing measurement and evaluation, designing appropriate marketing measurement and evaluation, measuring the

efficiency and effectiveness of marketing strategies, linking measurement and evaluation results with marketing activities and performance, and creating dashboards and balanced scorecards to evaluate marketing effectiveness and return on investment

43544112 การตลาดผลิตภัณฑ์ครามสกนนคร 3(2-2-5)

Marketing of Sakon Nakhon Indigo Products

ภูมิปัญญาและความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ครามระดับโลกสู่สกนนคร
ความสำคัญกับเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม เทคโนโลยี กฎหมาย ความหมายผลิตภัณฑ์คราม
เน้นการสร้างมูลค่าเพิ่ม การส่งเสริมการตลาด การสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักในทั้งและต่างประเทศ การพัฒนากล
ยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด การแบ่งส่วนตลาด กำหนดตลาดเป้าหมาย และกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์
การนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบโจทย์ปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์ของลูกค้าใน
ปัจจุบัน การใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่างเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจและตอบโจทย์ ความต้องการของ
ลูกค้า

กลุ่มวิชานักการตลาดออนไลน์

43542308 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ทางสื่อสังคม 3(2-2-5)

Social Media Customer Relationship Management

หลักการพื้นฐานของสื่อสังคมและการจัดการลูกค้าสัมพันธ์
การประยุกต์ใช้สื่อสังคมและการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ การบูรณาการช่องทางสื่อสังคมบนแพลตฟอร์ม
การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ เทคโนโลยีที่ใช้ในปัจจุบัน สำหรับสื่อสังคมและการจัดการลูกค้าสัมพันธ์
กลยุทธ์ทางด้านสื่อสังคมและการจัดการ ลูกค้าสัมพันธ์สำหรับภาคส่วนต่าง ๆ ของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์
ประเด็นทางจริยธรรม ทางสังคม และความรับผิดชอบทางวิชาชีพที่เกี่ยวกับการประยุกต์ใช้สื่อสังคมและ
การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ทางอิเล็กทรอนิกส์

Basic principles of social media and customer relationship management, applying social media and customer relationship management, integrating social media channels on customer relationship management platforms, current technologies for social media and customer relationship management, social media and customer relationship management strategies for various e-business sectors, ethical, social,

and professional responsibility issues related to applying social media and customer relationship management

43543118 การตลาดสินค้าแฟชั่นยุคดิจิทัล 3(2-2-5)
Fashion Product Marketing

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จทางการตลาดด้านแฟชั่นต่อธุรกิจ ศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาทางธุรกิจเพื่อความทันสมัย และทางการตลาดจากกรณีศึกษาที่เป็นปัจจุบัน วิเคราะห์แนวโน้มด้านกระแสแฟชั่นโลกเพื่อทางการตลาดของธุรกิจ การสร้างองค์การทางการตลาดให้ประสบผลสำเร็จโดยใช้กรณีศึกษาผ่านกระบวนการวิเคราะห์ และอภิปรายสรุปผล เพื่อทันต่อแฟชั่นโลกในปัจจุบัน

Factors affecting the success of fashion marketing in businesses, studying and analyzing business problems for modernity and marketing from current case studies, analyzing global fashion trends for business marketing, creating successful marketing organizations using case studies through analysis and discussion to keep up with current global fashion

43543121 การตลาดข้ามวัฒนธรรมระดับโลก 3(3-0-6)
Cross-cultural Marketing

นิยามการตลาดระดับโลก การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดระหว่างประเทศ ทฤษฎีการตลาดระดับโลก กลยุทธ์การเข้าตลาดโลก การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมายและการวางตำแหน่งการตลาดในระดับโลก บริษัทระดับโลก ระบบการเงินระหว่างประเทศ และการพัฒนาส่วนประสมการตลาดทั่วโลก

Definitions of global marketing, analyzing international marketing environments, global marketing theories, global market entry strategies, market segmentation, targeting, and positioning in global marketing, global companies, international financial systems, and developing global marketing mixes

43543123

การตลาดผ่านผู้มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์

3(3-0-6)

Influencer Marketing on Social Media

ความหมาย ความสำคัญของบุคคลที่มีอิทธิพลบนโลกออนไลน์และผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมีอิทธิพลทางความคิดของผู้ติดตาม (Influencer, Key Opinion Leader) โพรโมตสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น Instagram, Facebook, YouTube, TikTok หรือแพลตฟอร์มอื่น ๆ สร้างสรรค์คอนเทนต์ที่น่าสนใจเกี่ยวกับแบรนด์ นำเสนอประเด็นที่กำลังเป็นที่สนใจในสังคมปัจจุบัน (Hot Issue, Viral, Meme) เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย สร้างภาพลักษณ์ที่สอดคล้องน่าติดตาม ที่ทำให้ผู้ติดตามพูดถึงและให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง สร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ติดตามอย่างสม่ำเสมอด้วยคอนเทนต์ภาพ วิดีโอสั้น และไลฟ์สด สร้างการรับรู้แบรนด์ เพิ่มความน่าเชื่อถือ กระตุ้นยอดขาย

Meaning, the importance of influential people on the internet and experts in their fields have an impact on the thoughts of their followers (Influencer, Key Opinion Leader). Promote products or services through online channels such as Instagram, Facebook, YouTube, TikTok or other platforms. Create interesting content about the brand. Present issues that are currently interesting in society (Hot Issue, Viral, Meme) to reach the target group. Create a consistent, interesting image that makes followers talk about it and become widely known. Interact with followers regularly with image content, short videos and live broadcasts. Create brand awareness, increase credibility, and stimulate sales

43543401

การออกแบบเนื้อหาการตลาดออนไลน์

3(3-0-6)

Online Marketing Content Design

กระบวนการสร้างและออกแบบเนื้อหาการตลาด การจัดการเนื้อหาที่น่าสนใจ มีประสิทธิภาพสำหรับแคมเปญการตลาดดิจิทัล เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย สร้างการรับรู้ การกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมหรือการกระทำตามที่ต้องการ กำหนดองค์ประกอบสำคัญ กำหนดวัตถุประสงค์การตลาดให้ชัดเจน เช่น การสร้างการรับรู้ การเพิ่มยอดขาย การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การทำความเข้าใจความต้องการ ความสนใจ และพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายเพื่อสร้างเนื้อหาที่ตรงใจ เลือกแพลตฟอร์มที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย สร้างเนื้อหาที่มีคุณค่า น่าสนใจ เช่น รูปภาพ ข้อความ วิดีโอ อินโฟกราฟฟิก โพสโซเชียลมีเดียสร้างการมีส่วนร่วมผ่านการตอบคำถาม จัดกิจกรรม แคร่เนื้อหาให้เข้าถึง เข้าใจง่าย ตรงประเด็น เกิดผลกระทบกับแบรนด์

The process of creating and designing marketing content Managing interesting and effective content for digital marketing campaigns to attract target audiences, build awareness, drive engagement or desired actions Define key elements, clearly define marketing objectives such as creating awareness, increasing sales, building customer relationships, understanding the needs, interests and behaviors of the target audience to create content that resonates. Choose the right platform for the target audience. Create valuable and interesting content such as images, text, videos, infographics, social media posts, create engagement through answering questions, organizing activities, sharing content that is accessible, easy to understand, and has an impact on the brand

4) กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ หรือสหกิจศึกษา ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

43544113 โครงการงานทางการตลาด 1 3(1-4-4)

Marketing Project I

ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับการเลือกหัวข้อโครงการ การวิเคราะห์ปัญหา และความต้องการ การกำหนดวัตถุประสงค์ ขอบเขต และขั้นตอนการดำเนินโครงการ การศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study) และการออกแบบแผนดำเนินงานโครงการด้านการตลาด เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการดำเนินโครงการในรายวิชาโครงการทางการตลาด 2

Study and practice in selecting a project topic, analyzing problems and needs, defining objectives, scope, and project implementation steps. Includes conducting a feasibility study and designing an implementation plan for a Marketing related project in preparation for execution in Marketing Management Project II

43544114 โครงการงานทางการตลาด 2 3(1-4-4)

Marketing Project II

ปฏิบัติตามแผนโครงการที่ได้จัดทำไว้ในรายวิชาโครงการทางการตลาด 1 รวมถึงการติดตามและควบคุมการดำเนินงาน การแก้ไขปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างดำเนินโครงการ การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล ผลการดำเนินงาน และการประเมินโครงการ พร้อมทั้งจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์และนำเสนอผลโครงการ

Implementation of the project plan developed in Marketing Project I. This includes monitoring and controlling project operations, solving problems and obstacles encountered during the project, collecting and analyzing data, evaluating outcomes, preparing a final project report, and presenting the project results

43564801 เตรียมฝึกสหกิจศึกษาทางบริหารธุรกิจ 1(90)

Preparation Co-operative Education

การเตรียมตัวเพื่อการฝึกงานในสถานประกอบการเริ่มตั้งแต่เลือกสถานประกอบการที่เหมาะสม การเขียนจดหมายสมัครงานและเทคนิคการสัมภาษณ์งาน การพัฒนาบุคลิกภาพ มารยาทสังคมจริยธรรมวิชาชีพ ทักษะพื้นฐานสำหรับผู้ปฏิบัติงาน การเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล อธิบายสรุปผลการศึกษา โดยสามารถเขียนและนำเสนอผลงานได้ตลอดจนเรียนรู้วัฒนธรรมองค์กร อาชีวอนามัย มาตรฐานและความปลอดภัยในสถานประกอบการ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับแรงงานและสถานประกอบการ

Preparation for an internship in the workplace, start by choosing the right establishment. Cover letter writing and job interview techniques, personality development, social etiquette, professional ethics, basic skills for workers. Data collection able to write and present their work as well as learn about organizational culture, occupational health, standard and safety in the workplace. Laws related to labor and establishments

43564806 สหกิจศึกษา 5(450)

Co-Operative Education

การจัดให้นักศึกษาได้ฝึกปฏิบัติงานจริง ในหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจเพื่อเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้เรียนรู้วิถี การทำงานพัฒนาทักษะ วิชาชีพ และตลอดจนสามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานได้

Arrange for students to practice practical work. In both government and private sectors related to business operations to open up opportunities for students to learn how to Work to develop professional skills and also be able to solve various problems arising from the operation

4.3 แผนการศึกษา

ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 1

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
XXXXXX	วิชาศึกษาทั่วไป 1	3(X-X-X)
XXXXXX	วิชาศึกษาทั่วไป 2	3(X-X-X)
41551701	ภาษาอังกฤษธุรกิจ	3(3-0-6)
XXXXXX	วิชาศึกษาทั่วไป 3	3(X-X-X)
43541101	หลักการตลาด	3(3-0-6)
XXXXXX	วิชาเอกเลือก 1	3(2-2-5)
รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน		18
รวมจำนวนหน่วยกิตสะสม		18

ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 2

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
XXXXXX	วิชาศึกษาทั่วไป 4	3(X-X-X)
XXXXXX	วิชาศึกษาทั่วไป 5	3(X-X-X)
43631103	องค์การและพฤติกรรมองค์การ	3(3-0-6)
43501101	ทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล	3(3-0-6)
43541106	เทคโนโลยีดิจิทัลและการตลาดเชิงข้อมูล	3(2-2-5)
43521109	หลักการบัญชี	3(3-0-6)
รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน		18
รวมจำนวนหน่วยกิตสะสม		36

ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 1

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
XXXXXX	วิชาศึกษาทั่วไป 6	3(X-X-X)
XXXXXX	วิชาศึกษาทั่วไป 7	3(X-X-X)
43542116	จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด	3(2-2-5)

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
43542307	การจัดการช่องทางการตลาดและโลจิสติกส์	3(3-0-6)
43592204	เศรษฐศาสตร์สำหรับบริหารธุรกิจ	3(3-0-6)
43532205	การเงินและภาษีอากรธุรกิจ	3(3-0-6)
รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน		18
รวมจำนวนหน่วยกิตสะสม		54

ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
XXXXXX	วิชาศึกษาทั่วไป 8	3(X-X-X)
42562101	กฎหมายธุรกิจ	3(3-0-6)
43502202	สถิติเพื่อธุรกิจและการวิจัย	3(3-0-6)
XXXXXX	วิชาเอกเลือก 2	3(X-X-X)
43542207	การจัดการผลิตภัณฑ์ ราคา และโครงสร้างต้นทุน	3(3-0-6)
43522306	การบัญชีเพื่อการจัดการ	3(3-0-6)
รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน		18
รวมจำนวนหน่วยกิตสะสม		72

ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
XXXXXX	วิชาเลือกเสรี 1	3(X-X-X)
XXXXXX	วิชาเอกเลือก 3	3(X-X-X)
XXXXXX	วิชาเอกเลือก 4	3(X-X-X)
43543115	การวิจัยทางการตลาด	3(2-2-5)
XXXXXX	วิชาเอกเลือก 5	3(X-X-X)
รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน		15
รวมจำนวนหน่วยกิตสะสม		87

ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
XXXXXX	วิชาเลือกเสรี 2	3(X-X-X)
43543116	กลยุทธ์การตลาด การพยากรณ์ และการวิเคราะห์ ผลตอบแทน	3(3-0-6)
43543117	การตลาดบริการในยุคดิจิทัล	3(3-0-6)
XXXXXX	วิชาเอกเลือก 6	3(X-X-X)
XXXXXX	วิชาเอกเลือก 7	3(X-X-X)
รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน		15
รวมจำนวนหน่วยกิตสะสม		102

ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 1

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
43564801	เตรียมฝึกสหกิจศึกษาทางบริหารธุรกิจ	1(90)
หรือ	หรือ	
43544113	โครงการทางการตลาด 1	3(1-4-4)
43544110	สัมมนาทางการตลาด	3(2-2-5)
43544401	การตลาดเพื่อสังคมสิ่งแวดล้อมและจริยธรรม	3(3-0-6)
รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน		13 หรือ 15
รวมจำนวนหน่วยกิตสะสม		115 หรือ 117

ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 2

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
43564806	สหกิจศึกษา	5(450)
หรือ	หรือ	
43544114	โครงการทางการตลาด 2	3(1-4-4)
รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน		48
รวมจำนวนหน่วยกิตสะสม		122 หรือ 120

4.4 ชื่อ-สกุล เลขบัตรประจำตัวประชาชน ตำแหน่งทางวิชาการ และปริญญาของอาจารย์

4.4.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลำดับ ที่	ชื่อ - สกุล เลขบัตรประชาชน	ตำแหน่งทาง วิชาการ	ปริญญา (สาขาวิชา)	สถาบัน/	ปีที่สำเร็จ การศึกษา
1	นางนันทยาณจน์ เกิดมัลย์ x-xxxx-xxx-xxxx-x	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์	ปร.ด. (การบริหารการพัฒนา)	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร	2562
			บธ.ม. (บริหารธุรกิจ)	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	2549
			บธ.บ. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล	2540
2	นายวราธร พรหมนิล x-xxxx-xxx-xxxx-x	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์	บธ.ม. (การเงินการธนาคาร)	มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์	2543
			บข.บ. (บัญชี)	มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์	2539
3	นางสาวกาญจนาภรณ์ นิลจินดา x-xxxx-xxx-xxxx-x	อาจารย์	บธ.ม. (การจัดการการตลาด)	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	2549
			บธ.บ. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	2546
4	นายวิฑูรย์ ปานศุภวัชร x-xxxx-xxx-xxxx-x	อาจารย์	ปร.ด. (การจัดการการตลาด)	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	2560
			นศ.ม. (การโฆษณา)	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2552
			บธ.บ. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	2549
5	นางสาวอริษฐาน ทองเชื้อ x-xxxx-xxx-xxxx-x	อาจารย์	บธ.ม. (บริหารธุรกิจ)	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	2548
			บธ.บ. (การเงิน)	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	2545

4.4.2 อาจารย์ประจำหลักสูตร

ลำดับ ที่	ชื่อ - สกุล เลขบัตรประชาชน	ตำแหน่งทาง วิชาการ	ปริญญา (สาขาวิชา)	สถาบัน/	ปีที่สำเร็จ การศึกษา
1	นางนันทยาณจน์ เกิดมัลย์ x-xxxx-xxx-xxxx-x	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์	ปร.ด. (การบริหารการพัฒนา)	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร	2562
			บธ.ม. (บริหารธุรกิจ)	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	2549
			บธ.บ. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล	2540
2	นายวราธร พรหมนิล x-xxxx-xxx-xxxx-x	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์	บธ.ม. (การเงินการธนาคาร)	มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์	2543
			บข.บ. (บัญชี)	มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์	2539
3	นางสาวกาญจนาภรณ์ นิลจินดา x-xxxx-xxx-xxxx-x	อาจารย์	บธ.ม. (การจัดการการตลาด)	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	2549
			บธ.บ. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	2546
4	นายวิฑูรย์ ปานศุภวัชร x-xxxx-xxx-xxxx-x	อาจารย์	ปร.ด. (การจัดการการตลาด)	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	2560
			นศ.ม. (การโฆษณา)	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2552
			บธ.บ. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	2549
5	นางสาวอริษฐาน ทองเชื้อ x-xxxx-xxx-xxxx-x	อาจารย์	บธ.ม. (บริหารธุรกิจ)	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	2548
			บธ.บ. (การเงิน)	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	2545

4.5 ข้อกำหนดเกี่ยวกับการฝึกงาน/การทำโครงการ/การวิจัยหรือวิทยานิพนธ์

หลักสูตรกำหนดให้ผู้เรียนต้องเรียนรายวิชา 435431115 การวิจัยทางการตลาด 3(2-2-5) ในหมวดวิชาเอกบังคับ ซึ่งมีลักษณะให้ผู้เรียนสามารถอธิบายความหมายของวิจัย ประเภทของงานวิจัย บทบาทของการวิจัยทางการตลาดที่มีต่อองค์การระบบสารสนเทศ ขั้นตอนและวิธีการวิจัยทางการตลาด ประการและการสุ่มตัวอย่าง เทคนิคและเครื่องมือทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล การเขียนรายงานการวิจัย และการนำเสนอผลงานวิจัยทางการตลาด โดยหลักสูตรกำหนดอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาเป็นผู้ประสานงาน กำหนดอาจารย์ที่ปรึกษา และจำนวนนักศึกษาให้เหมาะสม อาจารย์ที่ปรึกษาแต่ละท่านกำหนดช่วงเวลาในการให้คำปรึกษา นักศึกษาแต่ละกลุ่ม โดยทำเป็นเอกสารชี้แจงนักศึกษา กำหนดบทบาทหน้าที่อาจารย์ที่ปรึกษา ในการช่วยเหลือการทำวิจัยของนักศึกษาในประเด็นต่าง ๆ เช่น การเลือกหัวข้อ แหล่งค้นคว้าข้อมูลและวิธีการเข้าถึงข้อมูล วิธีการขั้นตอนดำเนินโครงการหรืองานวิจัย ติดตามความก้าวหน้า แนะนำเสนอผลงาน ประเมินผลและแก้ปัญหาและการให้ความช่วยเหลือ โดยอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา จะเป็นผู้สอนความรู้เบื้องต้น และรวมคะแนนของนักศึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษาแต่ละท่านเพื่อกรอกผลการเรียนในระบบ

4.6 แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบของผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา (Curriculum Mapping) หมวดวิชาเฉพาะ

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบของ ผลลัพธ์การเรียนรู้ รายวิชาหมวดวิชาเฉพาะ		ด้านความรู้		ด้าน ทักษะ	ด้าน จริยธรรม	ด้านคุณลักษณะ ส่วนบุคคล
		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5
หมวดวิชาเฉพาะ						
1) กลุ่มวิชาแกนบริหารธุรกิจ						
41551701	ภาษาอังกฤษธุรกิจ	●				
43541101	หลักการตลาด	●		●		●
43631103	องค์การและพฤติกรรมองค์การ	●		●	●	
43501101	ทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล	●		●		
43521109	หลักการบัญชี	●		●	●	●
43522306	การบัญชีเพื่อการจัดการ	●		●		●
43592204	เศรษฐศาสตร์สำหรับบริหารธุรกิจ	●				●
42562101	กฎหมายธุรกิจ	●		●		

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบของ ผลลัพธ์การเรียนรู้ รายวิชาหมวดวิชาเฉพาะ		ด้านความรู้		ด้าน ทักษะ	ด้าน จริยธรรม	ด้านคุณลักษณะ ส่วนบุคคล
		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5
43502202	สถิติเพื่อธุรกิจและการวิจัย	●		●	●	
43532205	การเงินและภาษีอากรธุรกิจ	●				●
2) วิชาเอกบังคับ กลุ่มวิชาทฤษฎีและหลักการทางการตลาด						
43541106	เทคโนโลยีดิจิทัลและการตลาดเชิงข้อมูล		●	●	●	●
43542116	จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด		●	●	●	●
43542207	การจัดการผลิตภัณฑ์ ราคา และโครงสร้างต้นทุน		●	●	●	●
43542307	การจัดการช่องทางการตลาดและโลจิสติกส์		●	●	●	●
43543116	กลยุทธ์การตลาด การพยากรณ์และการวิเคราะห์ผลตอบแทน		●	●	●	●
43543117	การตลาดบริการในยุคดิจิทัล			●	●	●
43543115	การวิจัยทางการตลาด		●	●	●	●
43544302	การสื่อสารการตลาดและเทคนิคการขาย		●	●	●	●
43544401	การตลาดเพื่อสังคมสิ่งแวดล้อมและจริยธรรม		●	●	●	●
43544110	สัมมนาทางการตลาด		●	●	●	●

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบของผลลัพธ์ การเรียนรู้ รายวิชาหมวดวิชาเฉพาะ		ด้านความรู้		ด้าน ทักษะ	ด้าน จริยธรรม	ด้านคุณลักษณะ ส่วนบุคคล
		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5
3) วิชาเอกเลือก กลุ่มวิชาผู้ประกอบการทางการตลาด						
43541201	การตลาดเพื่อการสร้างธุรกิจใหม่และ ธุรกิจท้องถิ่น	●	●	●	●	●
43542208	การออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์	●	●	●	●	●
43543122	การจัดการการตลาดและห่วงโซ่อุปทาน		●	●	●	●
43543120	การวัดและการประเมินผลทางการตลาด	●	●	●	●	●
43544112	การตลาดผลิตภัณฑ์ครามสกนกร	●	●		●	●
3) วิชาเอกเลือก กลุ่มวิชานักการตลาดออนไลน์						
43542308	การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ทางสื่อสังคม		●	●	●	●
43543401	การออกแบบเนื้อหาการตลาดออนไลน์		●	●	●	●
43543123	การตลาดผ่านผู้มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์	●	●	●	●	●
43543118	การตลาดสินค้าแฟชั่นยุคดิจิทัล	●	●	●	●	●
43543121	การตลาดข้ามวัฒนธรรมระดับโลก		●	●	●	●
4) กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ						
43544113 หรือ 43564801	โครงการทางการตลาด 1 หรือ เตรียมฝึกสหกิจศึกษาทางบริหารธุรกิจ	●	●	●	●	●
43544114 หรือ 43564806	โครงการทางการตลาด 2 หรือ สหกิจศึกษา	●	●	●	●	●

4.7 ความคาดหวังของผลลัพธ์การเรียนรู้เมื่อสิ้นปีการศึกษา (YLOs)

ปี ที่	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายปีของหลักสูตร (YLOs)	สอดคล้องกับ PLOs				
	รายละเอียดการบรรลุ	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5
1	1. อธิบายความรู้ด้านองค์การและการจัดการ การบัญชี การตลาด ภาษาอังกฤษธุรกิจ และโปรแกรมประมวลผลคำ ตารางคำนวณ และ การนำเสนองาน	✓				
	2. อธิบายแนวคิดและลักษณะของการตลาดเพื่อการสร้าง ธุรกิจใหม่และธุรกิจท้องถิ่น		✓			
	3. บอกแนวความคิดการสื่อสารการตลาดสมัยใหม่ และอธิบาย กระบวนการวางแผนการสื่อสารการตลาด		✓			
	4. แสดงบทบาทการใช้เครื่องมือและเทคนิคที่ใช้การสื่อสาร การตลาดที่มีความความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม				✓	
	5. อธิบายความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับเทคโนโลยีการตลาดและ ดิจิทัล		✓			
	6. ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้					✓
2	1. อธิบายความรู้ด้านการบัญชีเพื่อการจัดการ สถิติเพื่อธุรกิจ และการวิจัย เศรษฐศาสตร์ การเงินและภาษีอากร	✓				
	2. นำเสนอผลการวิจัยผู้บริโภค กลยุทธ์การตลาดกับพฤติกรรม ผู้บริโภค			✓		
	3. นำเสนอผลการวิเคราะห์ผู้บริโภค และแนวโน้มพฤติกรรม ผู้บริโภคในอนาคต			✓		
	4. สาธิตกลยุทธ์การปรับเปลี่ยนรูปแบบช่องทางการตลาด			✓		
	5. นำเสนอกรณีศึกษาเกี่ยวกับการจัดการช่องทางการตลาด และการกระจายสินค้า			✓		
	6. คำนวณต้นทุนและผลตอบแทนทางการตลาด ประเมิน ความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจในการลงทุนกิจกรรมทางการตลาด การประเมินค่าใช้จ่ายสำหรับกิจกรรมทางการตลาด			✓		

ปี ที่	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายปีของหลักสูตร (YLOs)	สอดคล้องกับ PLOs				
	รายละเอียดการบรรลุ	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5
	7. ประยุกต์ใช้แผนและกิจกรรมทางการตลาดที่เหมาะสมกับวัฒนธรรมระดับโลก นำเสนอแผนและกิจกรรมทางการตลาดที่เหมาะสมกับวัฒนธรรมระดับโลกเป็นกลุ่ม			✓		
	8. อธิบายแนวคิดของผลิตภัณฑ์ใหม่ การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ การสร้างตราสินค้า นำเสนอแนวคิดผลิตภัณฑ์ตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบได้			✓		
	9. ปฏิบัติการวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายในการขายการศึกษา อัตราส่วนทางการเงินที่มีผลต่อการตัดสินใจทางการตลาด ศึกษาแนวโน้มของอุปสงค์และอุปทานสำหรับผลิตภัณฑ์			✓		
3	1. การประยุกต์ใช้สื่อสังคมและการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ การบูรณาการช่องทางสื่อสังคมบนแพลตฟอร์มการบริหารลูกค้าสัมพันธ์			✓		
	2. ดำเนินงานการวิจัยทางการตลาดและการเขียนรายงานการวิจัยทางการตลาด และนำเสนอผลงานวิจัยทางการตลาดที่ได้ดำเนิน การวิจัยได้			✓		
	3. ศึกษาปัญหาทางธุรกิจด้านแพชั่น เพื่อความทันสมัย		✓			
	4. สาธิตรูปแบบการตลาดเพื่อความเหมาะสมภายใต้การตลาดในยุคปัจจุบัน			✓		
	5. แสดงวิธีการวางแผนการตลาดเพื่อกำหนดราคาและโครงสร้างต้นทุน			✓		
	6. อธิบายสภาพแวดล้อมทางการตลาดที่มีผลกระทบการธุรกิจบริการ กำหนดสภาพปัญหาเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนา			✓		
	7. แก้ปัญหาธุรกิจบริการตามพฤติกรรม รสนิยมผู้บริโภคในปัจจุบันนำเสนอแนวทางการดำเนินธุรกิจบริการตามแนวคิดส่วนผสมบริการ			✓		

ปี ที่	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายปีของหลักสูตร (YLOs)	สอดคล้องกับ PLOs				
	รายละเอียดการบรรลุ	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5
	8. ประยุกต์ใช้ข้อมูลและแปลผลข้อมูลและการนำไปใช้เพื่อการตัดสินใจทางการตลาด			✓		
	9. รับผิดชอบตนเองและสังคม				✓	
	10. ทำงานร่วมกับบุคคลในชุมชนและท้องถิ่น หรือหน่วยงานต่าง ๆ ได้					✓
4	1. ประยุกต์ใช้เครื่องมือการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจเพื่อวิเคราะห์สภาพปัญหาของธุรกิจ และกำหนดแนวทางการแก้ไขการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีแนวโน้มการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ			✓		
	2. นำเสนอแนวทางการพัฒนา การอภิปรายผลการจัดเวทีสัมมนา					✓
	3. กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อแสวงหาโอกาสทางการแข่งขันเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา การจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย			✓		
	4. ประยุกต์ใช้ความรู้ในศาสตร์ในการประกอบอาชีพทางธุรกิจในอนาคต			✓		
	5. หาความรู้จากแหล่งต่าง ๆ เพื่อพัฒนาตนเองและใช้ในศาสตร์ทางการตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลง					✓

4.8 ผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชาของหลักสูตร หมวดวิชาเฉพาะ

กลุ่มรายวิชาแกนบริหารธุรกิจ

รายวิชา	คำอธิบายรายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร				
			PLO1 (K2)	PLO2 (K3)	PLO3 (S3)	PLO4 (E)	PLO5 (C)
41551701 ภาษาอังกฤษ ธุรกิจ 3(3-0-6)	ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการใช้ภาษาอังกฤษในบริบทของธุรกิจ โดยมีเนื้อหาที่ครอบคลุมหลายด้าน เช่น การเขียนอีเมลทางการ การจัดทำรายงาน การนำเสนอผลงาน และการสื่อสารในที่ทำงาน เน้นการพัฒนาทักษะการฟัง การพูด และการอ่านในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ	CLO1 อธิบายความรู้พื้นฐานการใช้ภาษาอังกฤษได้	✓				
		CLO2 อธิบายความรู้ภาษาอังกฤษเกี่ยวกับธุรกิจได้	✓				
42562101 กฎหมายธุรกิจ 3(3-0-6)	ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ หลักการและข้อกำหนดทางกฎหมายที่ส่งผลต่อการดำเนินงานธุรกิจ รวมถึงวิธีการปฏิบัติตามกฎหมายและการจัดการความเสี่ยงทางกฎหมาย และกฎหมายที่สำคัญในชีวิตประจำวัน บุคคล นิติบุคคล สิทธิ บุคคลสิทธิ ทรัพย์สินสิทธิ	CLO1 อธิบายความรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจได้	✓				
		CLO2 อธิบายความรู้และปฏิบัติตามกฎหมายที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจได้อย่างถูกต้อง	✓				

รายวิชา	คำอธิบายรายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ รายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร				
			PLO1 (K2)	PLO2 (K3)	PLO3 (S3)	PLO4 (E)	PLO5 (C)
43562601 สถิติเพื่อธุรกิจ และการวิจัย 3(2-2-5)	ความหมายและประโยชน์ของสถิติ หลักการเบื้องต้นทางสถิติกับ การระเบียบวิจัยทางธุรกิจ เทคนิคการสุ่มตัวอย่าง วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัย การแจกแจงความถี่ การหาค่าวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง (ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน ค่าฐานนิยม) การวัด การกระจาย (พิสัย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความแปรปรวน) สถิติที่ใช้ในการหา คุณภาพของเครื่องมือวิจัย ตัวแปรสุ่มและการแจกแจงความ น่าจะเป็นของตัวแปรสุ่ม หลักการทดสอบสมมุติฐาน การทดสอบสมมุติฐานสำหรับประชากรหนึ่งกลุ่ม การทดสอบ สำหรับประชากรสองกลุ่ม การวิเคราะห์ความแปรปรวน การทดสอบไคสแควร์ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ และ การวิเคราะห์สมการถดถอย เทคนิคการเลือกสถิติสำหรับการ วิจัย โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิเคราะห์ทางสถิติ	CLO1 อธิบายเกี่ยวกับ ข้อมูลและสถิติเพื่อ ธุรกิจและการวิจัยสถิติ เชิงพรรณนาและ อนุมานได้	✓				
		CLO2 อธิบายความรู้ เพื่อการวิเคราะห์สถิติ เชิงพรรณนาและ อนุมานในธุรกิจได้	✓				
43521109 หลักการบัญชี 3(2-2-5)	ข้อสมมติฐานทางบัญชี ความแตกต่างในหน้าที่ระหว่างพนักงาน บัญชีและผู้ทำบัญชี หลักการบัญชีคู่ เอกสารประกอบการบันทึก บัญชี การบันทึกรายการในสมุดรายวันขั้นต้น สมุดบัญชีแยก	CLO1 อธิบายความรู้ สมมติฐานทางบัญชี เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ เอกสารการบันทึกบัญชี	✓				

รายวิชา	คำอธิบายรายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร				
			PLO1 (K2)	PLO2 (K3)	PLO3 (S3)	PLO4 (E)	PLO5 (C)
	ประเภท จัดทำบททดลอง การปรับปรุงและปิดบัญชี การทำงานการเงินของกิจการให้บริการและกิจการซื้อมาขายไป	การบันทึกรายการในสมุดรายวันขั้นต้น สมุดบัญชีแยกประเภท จัดทำบททดลอง การปรับปรุงและปิดบัญชี					
		CLO2 อธิบายความรู้การบันทึกรายการค้าสำหรับกิจการซื้อมาขายไป	✓				
43522306 การบัญชีเพื่อ การจัดการ 3(3-0-6)	การพัฒนาและวิเคราะห์ข้อมูลทางการบัญชี เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนการควบคุม และการตัดสินใจ โดยศึกษาเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนรวม และการบัญชีต้นทุนผันแปร การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณต้นทุน ปริมาณกำไร การวิเคราะห์ต้นทุนภาษี โครงการลงทุน การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน และข้อจำกัดของข้อมูลต่าง ๆ การจัดทำงบประมาณ งบแสดงการเปลี่ยนแปลงทางการเงิน และงบกระแสเงินสด	CLO1 อธิบายความรู้การพัฒนาและวิเคราะห์ข้อมูลทางการบัญชี เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนการควบคุม และการตัดสินใจทางธุรกิจ	✓				

รายวิชา	คำอธิบายรายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร				
			PLO1 (K2)	PLO2 (K3)	PLO3 (S3)	PLO4 (E)	PLO5 (C)
		CLO2 อธิบายการจัดทำงบประมาณ งบแสดงการเปลี่ยนแปลงทางการเงิน และงบกระแสเงินสด	✓				
43532205 การเงินและ ภาษีอากร ธุรกิจ 3(3-0-6)	ความสำคัญของการเงินและภาษีอากรสำหรับผู้ประกอบการ รายใหม่ แนวคิดด้านการเงินและภาษีอากร การวางแผนเพื่อความเหมาะสมทางธุรกิจ แนวความคิดด้านการเงิน การวางแผนทางการเงิน การพยากรณ์ทางการเงิน การระดมทุน ความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน และ การคำนวณภาษีที่ถูกต้อง	CLO1 อธิบาย ความหมาย ความสำคัญของการเงิน และภาษีอากรที่ เหมาะสมสำหรับ การเงินสำหรับ ผู้ประกอบการ	✓				
		CLO2 อธิบายความรู้ แนวคิดด้านการเงินและ ภาษีอากร เพื่อความ สอดคล้องกับการ วางแผนธุรกิจ	✓				

รายวิชา	คำอธิบายรายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ รายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร				
			PLO1 (K2)	PLO2 (K3)	PLO3 (S3)	PLO4 (E)	PLO5 (C)
		CLO3 อธิบายความรู้ การวางแผนการเงิน และภาษีอากรเพื่อสร้าง การพยากรณ์ทาง การเงินและบริหาร ความเสี่ยงทางการเงิน	✓				
43541101 หลักการตลาด 3(3-0-6)	ความหมายและความสำคัญของการตลาดในฐานะเป็นกิจกรรม หลักทางธุรกิจ อย่างหนึ่งโดยกล่าวถึงแนวทางการศึกษา แนวความคิดและปรัชญาทางการตลาด ระบบการตลาดและ สิ่งแวดล้อม การตลาดเป้าหมาย พฤติกรรมผู้บริโภค ความเข้าใจเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด และองค์การ ทางการตลาด	CLO1บอกความหมาย และความสำคัญของ การตลาด ในฐานะเป็น กิจกรรมหลักทางธุรกิจ	✓				
		CLO2 อธิบายความรู้ ทางการตลาด ระบบ การตลาดและ สิ่งแวดล้อม การตลาด เป้าหมาย พฤติกรรม ผู้บริโภค ความเข้าใจ เกี่ยวกับส่วนประสม	✓				

รายวิชา	คำอธิบายรายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ รายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร				
			PLO1 (K2)	PLO2 (K3)	PLO3 (S3)	PLO4 (E)	PLO5 (C)
		การตลาด และองค์การ ทางการตลาด					
43631103 องค์การและ พฤติกรรม องค์การ 3(3-0-6)	ทฤษฎีโครงสร้างขององค์การและพฤติกรรมองค์การ ประเภท องค์การและการจัดองค์การ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ด้าน การจัดคนเข้าทำงาน การสั่งการ การจูงใจ ภาวะผู้นำ พฤติกรรม กลุ่ม เครื่องมือและเทคนิคการบริหารจัดการองค์การธุรกิจ การควบคุมการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายและนโยบายที่ตั้งไว้	CLO1 เข้าใจการ ปฏิบัติงานในองค์การ ด้วยการใช้เทคโนโลยี และเทคโนโลยีดิจิทัลใน องค์การได้อย่าง เหมาะสม	✓				
		CLO2 อธิบายการใช้กล ยุทธ์ เทคนิคเพื่อพัฒนา องค์การให้มีจริยธรรม และมีการบริหารอย่างมี คุณภาพ	✓				
43501101 ทักษะการใช้ เทคโนโลยี ดิจิทัล	หลักการใช้งานคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต ซึ่งรวมถึงการใช้ โปรแกรมประมวลผลคำ ตารางคำนวณ และโปรแกรมนำเสนอ ตลอดจนความรู้เกี่ยวกับการทำงานร่วมกันแบบออนไลน์ และแนวปฏิบัติเพื่อความปลอดภัยทางดิจิทัล	CLO1 อธิบายการใช้ งานซอฟต์แวร์สำเร็จรูป และการจัดการข้อมูล บนคลาวด์และใช้	✓				

รายวิชา	คำอธิบายรายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร				
			PLO1 (K2)	PLO2 (K3)	PLO3 (S3)	PLO4 (E)	PLO5 (C)
3(2-2-5)		ซอฟต์แวร์ประมวลผล คำ ซอฟต์แวร์ตาราง คำนวณ และซอฟต์แวร์ การนำเสนองานได้อย่าง ถูกต้อง					
43592204 เศรษฐศาสตร์ สำหรับ บริหารธุรกิจ 3(3-0-6)	หลักและทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ที่นำไปประยุกต์ใช้ในทางธุรกิจ ได้แก่ การวิเคราะห์อุปสงค์และอุปทาน การวิเคราะห์การผลิต และต้นทุนการผลิต การวิเคราะห์ลักษณะตลาดและการกำหนด ราคาสำหรับตลาดต่าง ๆ การวิเคราะห์ระบบเศรษฐกิจรายได้ ประชาชาติ นโยบายเศรษฐกิจมหภาค เศรษฐกิจไทย การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจและกรณีศึกษาต่าง ๆ ทางด้าน เศรษฐกิจ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ	CLO1 อธิบาย ความหมาย หลักการ และทฤษฎี เศรษฐศาสตร์ที่นำไป ประยุกต์ใช้ในทางธุรกิจ	✓				
		CLO2 อธิบายความรู้ หลักการวิเคราะห์อุป สงค์และอุปทานการ ผลิตและต้นทุนการผลิต	✓				
		CLO3 อธิบายความรู้ หลักการวิเคราะห์ ลักษณะตลาดและการ	✓				

รายวิชา	คำอธิบายรายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ รายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร				
			PLO1 (K2)	PLO2 (K3)	PLO3 (S3)	PLO4 (E)	PLO5 (C)
		กำหนดราคาสำหรับ ตลาดได้					
		CLO4 อธิบายความรู้ หลักการวิเคราะห์ระบบ เศรษฐกิจรายได้ ประชาชาติ นโยบาย เศรษฐกิจมหภาค เศรษฐกิจไทย การ รวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ ได้	✓				

วิชาเอกบังคับ กลุ่มวิชาทฤษฎีและหลักการทางการตลาด

รายวิชา	คำอธิบายรายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร				
			PLO1 (K2)	PLO2 (K3)	PLO3 (S3)	PLO4 (E)	PLO5 (C)
43542116 จิตวิทยา และ พฤติกรรม ผู้บริโภค (บังคับ) 3(2-2-5)	แนวคิด ทฤษฎี และปัจจัยทางจิตวิทยาได้รับการประยุกต์ใช้เพื่ออธิบายพฤติกรรมผู้บริโภค โดยครอบคลุมประเด็นสำคัญ เช่น แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ทักษะ และกระบวนการตัดสินใจซื้อ ทั้งนี้ องค์ความรู้ดังกล่าวมีบทบาทสำคัญใน การบริหารจัดการทางการตลาด การวิจัยผู้บริโภค การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค ตลอดจนการวิเคราะห์แนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคในอนาคต	CLO1 อธิบายจิตวิทยาและพฤติกรรมของผู้บริโภคในการจัดการการตลาด		✓			
		CLO2 อธิบายข้อมูลกลยุทธ์การตลาดกับพฤติกรรมผู้บริโภคได้		✓			
		CLO3 ปฏิบัติตนอย่างมีจรรยาบรรณวิชาชีพในการประยุกต์ใช้แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคในอนาคตเพื่อการจำลองแบบกิจกรรมทางการตลาดได้				✓	
43542207	ความหมาย แนวคิด และประเภทของนวัตกรรมและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมทางการตลาด การร่วมสร้างสรรค์	CLO1 อธิบายการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์		✓			

รายวิชา	คำอธิบายรายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร				
			PLO1 (K2)	PLO2 (K3)	PLO3 (S3)	PLO4 (E)	PLO5 (C)
การจัดการ ผลิตภัณฑ์ ราคา และ โครงสร้าง ต้นทุน (บังคับ) 3(3-0-6)	กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ใหม่ การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ การสร้าง ตราสินค้า การฝึกปฏิบัติการวางแผนและบริหารผลิตภัณฑ์ ความสำคัญของการตลาดและการเงินสำหรับผู้ประกอบการ รายใหม่ แนวคิด ด้านการตลาด กลไกตลาด การวางแผน การตลาด แนวความคิดด้านการเงิน การวางแผนทางการเงิน การพยากรณ์ทางการเงิน การกำหนดราคา โครงสร้างต้นทุน การ ระดมทุน ความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน	นวัตกรรมทางการตลาด เพื่อการออกแบบ ผลิตภัณฑ์และบรรจุ ภัณฑ์ โครงสร้างต้นทุน และการสร้างตราสินค้า ได้					
		CLO2 ประยุกต์ใช้ความรู้ ออกแบบผลิตภัณฑ์และ บรรจุภัณฑ์ โครงสร้าง ต้นทุน การสร้างตรา สินค้าได้		✓			
		CLO3 ปฏิบัติตนอย่างมี จรรยาบรรณวิชาชีพใน การประยุกต์ใช้ความรู้ใน การจัดกิจกรรมทางการ ตลาด โดยนำเสนอ				✓	

รายวิชา	คำอธิบายรายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร				
			PLO1 (K2)	PLO2 (K3)	PLO3 (S3)	PLO4 (E)	PLO5 (C)
		ผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และมีต้นทุนที่คุ้มค่า					
43543116 กลยุทธ์ การตลาด การ พยากรณ์ และการ วิเคราะห์ ผลตอบแทน (บังคับ) 3(3-0-6)	ศึกษาหลักการและการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด การกำหนดกลยุทธ์สำหรับส่วนตลาดต่าง ๆ การแสวงหาโอกาสและการแข่งขันทางการตลาด รวมถึงกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย และการใช้ปัญญาประดิษฐ์ทางการตลาดเพื่อมองเห็นแนวทางและทักษะการตลาดที่ประยุกต์ใช้ในธุรกิจได้จริง ศึกษากระบวนการพยากรณ์ยอดขาย การผลิต และวัตถุดิบ การวิเคราะห์ต้นทุนผลตอบแทน และค่าใช้จ่ายในการขาย ตลอดจนการใช้ข้อมูลและอัตราส่วนทางการเงินสำหรับการตัดสินใจทางการตลาด การวางแผนปริมาณและการประเมินความคุ้มค่าในการลงทุนและกิจกรรมทางการตลาด	CLO1 อธิบายความหมาย ความสำคัญของการตลาดและการเงินสำหรับผู้ประกอบการ		✓			
		CLO2 อธิบายแนวคิดด้านการตลาด กลไกตลาด การวางแผนการตลาด การพยากรณ์และการวิเคราะห์ผลตอบแทน เพื่อกำหนดราคา		✓			

รายวิชา	คำอธิบายรายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร				
			PLO1 (K2)	PLO2 (K3)	PLO3 (S3)	PLO4 (E)	PLO5 (C)
		CLO3 ปฏิบัติการประยุกต์ใช้ความรู้ในการพยากรณ์ทางการเงิน การกำหนดราคาและการวิเคราะห์ผลตอบแทน			✓		
43542307 การจัดการ ช่องทาง การตลาด และ โลจิสติกส์ (บังคับ) 3(3-0-6)	คำจำกัดความของการตลาดแบบเชื่อมโยงลูกค้าผ่านหลากหลายช่องทาง วิวัฒนาการของการตลาดแบบเชื่อมโยงลูกค้าผ่านหลากหลายช่องทาง กลยุทธ์ การปรับเปลี่ยนรูปแบบช่องทาง การตลาด การจัดการเชิงบูรณาการช่องทางการตลาดดิจิทัลและช่องทางการตลาดแบบดั้งเดิม การบริหารประสบการณ์ลูกค้าและการดำเนินงานทางการตลาดในอนาคต บทบาทสำคัญของโลจิสติกส์ต่ออุตสาหกรรมต่าง ๆ การขนส่งในระบบโลจิสติกส์ การบริหารจัดการเก็บ การควบคุมและประเมินผลระบบโลจิสติกส์	CLO1 อธิบายถึงคำจำกัดความของการตลาดแบบเชื่อมโยงลูกค้าผ่านหลากหลายช่องทาง วิวัฒนาการของการตลาดแบบเชื่อมโยงลูกค้าผ่านหลากหลายช่องทาง		✓			
		CLO2 ประยุกต์ใช้ความรู้ในการกำหนด กลยุทธ์ รูปแบบช่องทางการตลาดและ		✓			

รายวิชา	คำอธิบายรายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร				
			PLO1 (K2)	PLO2 (K3)	PLO3 (S3)	PLO4 (E)	PLO5 (C)
		โลจิสติกส์ทั้งช่องทาง ดิจิทัล และช่องทาง การตลาดแบบดั้งเดิม และการดำเนินงานทาง การตลาดในอนาคต					
		CLO3 ปฏิบัติการนำ ความรู้ไปใช้ใน การ นำเสนอเกี่ยวกับการ จัดการช่องทางการตลาด และการกระจายสินค้า ผ่านช่องทางโลจิสติกส์			✓		
43544302 การสื่อสาร การตลาด และเทคนิค การขาย	แนวความคิดการสื่อสารการตลาดและการขายสมัยใหม่ กระบวนการวางแผนการสื่อสารการตลาด เครื่องมือและเทคนิค ที่ใช้การสื่อสารการตลาดและการขายในรูปแบบของการบูรณา การเครื่องมือในการสื่อสารการตลาดและการขาย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์การส่งเสริมการขาย การสื่อสารการตลาดแบบ	CLO1 อธิบายแนวความ คิดการสื่อสารการตลาด สมัยใหม่ กระบวนการ วางแผนการสื่อสาร การตลาด เครื่องมือและ		✓			

รายวิชา	คำอธิบายรายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร				
			PLO1 (K2)	PLO2 (K3)	PLO3 (S3)	PLO4 (E)	PLO5 (C)
(บังคับ) 3(3-0-6)	โต้ตอบ และการสื่อสารออนไลน์ การเขียนแผนการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการและนำไปสู่การปฏิบัติด้านการสื่อสารการตลาดและการขาย	เทคนิคที่ใช้การสื่อสารการตลาดและ การขาย					
		CLO2 ประยุกต์ใช้แผนสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อการขายได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม			✓		
		CLO3 ปฏิบัติตนตามจรรยาบรรณวิชาชีพทางการสื่อสารการตลาดและการขาย				✓	
43541106 เทคโนโลยีดิจิทัลและการตลาดเชิงข้อมูล (บังคับ)	ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับเทคโนโลยีการตลาดดิจิทัลและปัญหาประติษฐ์ทางการตลาด ระบบฐานข้อมูลทางการตลาดและการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดสำหรับตลาดดิจิทัล โปรแกรมการจัดการข้อมูลทางธุรกิจและการตลาดและการจัดหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูล การแปลผลข้อมูลและการนำไปใช้เพื่อการตัดสินใจทางการตลาด การพัฒนากลยุทธ์การตลาดดิจิทัล	CLO1 อธิบายความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีข้อมูลการตลาดและดิจิทัล การพัฒนากลยุทธ์สำหรับธุรกิจสู่ผู้บริโภคและธุรกิจสู่ธุรกิจ		✓			

รายวิชา	คำอธิบายรายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร				
			PLO1 (K2)	PLO2 (K3)	PLO3 (S3)	PLO4 (E)	PLO5 (C)
3(3-0-6)	ประเด็นด้านจริยธรรมเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการตลาดดิจิทัลและข้อมูล การฝึกปฏิบัติการทำการตลาดดิจิทัล	เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดผ่านช่องทางดิจิทัล ประเด็นด้านจริยธรรม					
		CLO2 ปฏิบัติการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีข้อมูลทางการตลาดเพื่อทำการตลาดดิจิทัลได้			✓		
		CLO3 ปฏิบัติตนตามจรรยาบรรณวิชาชีพในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและการนำข้อมูลทางการตลาดไปใช้				✓	
43543117 การตลาด บริการใน ยุคดิจิทัล	ความหมาย และความสำคัญของตลาดบริการ ประเภทของตลาดบริการวิธีวิเคราะห์สถานการณ์ และสภาพแวดล้อมของตลาดบริการประเภทต่าง ๆ การวางแผน และกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับตลาดบริการ ศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาทาง	CLO1 อธิบายความรู้เกี่ยวกับตลาดบริการได้		✓			
		CLO2 ประยุกต์ใช้ความรู้เทคโนโลยีทางการ		✓			

รายวิชา	คำอธิบายรายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ รายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร				
			PLO1 (K2)	PLO2 (K3)	PLO3 (S3)	PLO4 (E)	PLO5 (C)
(บังคับ) 3(3-0-6)	การตลาด ของธุรกิจบริการเพื่อกำหนดแนวทางแก้ไข การสร้าง กลยุทธ์ตลาดบริการที่เหมาะสมกับแพลตฟอร์มดิจิทัลต่าง ๆ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าใน ยุคดิจิทัล	บริการเพื่อพัฒนาธุรกิจ บริการตามพฤติกรรม รสนิยมผู้บริโภคใน ปัจจุบันนำเสนอแนว ทางการดำเนินธุรกิจการ บริการตามแนวคิด ส่วนผสมบริการ					
		CLO3 ปฏิบัติตนอย่างมี บุคลิกภาพกับการ ดำเนินการตลาดบริการ					✓
43544401 การตลาด เพื่อสังคม สิ่งแวดล้อม และ จริยธรรม (บังคับ)	ความหมายและความสำคัญของการตลาดเพื่อสังคม สิ่งแวดล้อม และจริยธรรม วัตถุประสงค์และองค์ประกอบในการดำเนินงาน การตลาดโดยคำนึงถึงสภาพแวดล้อมและความพึงพอใจระหว่าง ผู้ผลิตและผู้บริโภค วิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	CLO1 อธิบายแนวคิด เกี่ยวกับการตลาดเพื่อ สังคม สิ่งแวดล้อมทาง การตลาดและจริยธรรม ทางการตลาด		✓			
		CLO2 ปฏิบัติการ วิเคราะห์สภาพแวดล้อม			✓		

รายวิชา	คำอธิบายรายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร				
			PLO1 (K2)	PLO2 (K3)	PLO3 (S3)	PLO4 (E)	PLO5 (C)
3(3-0-6)		การตลาดการนำแนวคิด การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อ ตอบโจทย์ทางสังคม และ พฤติกรรมผู้บริโภคที่มี แนวโน้มการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมและ ทรัพยากรธรรมชาติ					
		CLO3 ปฏิบัติตาม จรรยาบรรณวิชาชีพใน การประยุกต์ใช้กลยุทธ์ เพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติ และสังคม				✓	
43543115 การวิจัยทาง การตลาด	ความหมายของวิจัย ประเภทของงานวิจัย บทบาทของการวิจัย ทางการตลาดที่มีต่อองค์การระบบสารสนเทศ ขั้นตอนและวิธีการ วิจัยทางการตลาด ประการและการสุ่มตัวอย่าง เทคนิคและ	CLO1 ประยุกต์ใช้ความรู้ ด้านการตลาดออกแบบ การวิจัยทางการตลาดได้		✓			

รายวิชา	คำอธิบายรายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร				
			PLO1 (K2)	PLO2 (K3)	PLO3 (S3)	PLO4 (E)	PLO5 (C)
(บังคับ) 3(2-2-5)	เครื่องมือทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล การเขียนรายงานการวิจัย และการนำเสนอผลงานวิจัยทางการตลาด	CLO2 ปฏิบัติการนำเสนอผลการวิจัยทางการตลาดได้			✓		
43544110 สัมมนาทางการตลาด (บังคับ) 3(2-2-5)	ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จทางการตลาดต่อธุรกิจ ศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาทางธุรกิจ และทางการตลาดจากกรณีศึกษาที่เป็นปัจจุบัน วิเคราะห์สาเหตุของความสำเร็จ และความล้มเหลวทางการตลาดของธุรกิจ การสร้างองค์การทางการตลาดให้ประสบผลสำเร็จโดยใช้กรณีศึกษาผ่านกระบวนการวิเคราะห์และอภิปรายสรุปผล โดยนำเสนอในรูปของการวิจัย หรือเวทีสัมมนา	CLO1 ประยุกต์ใช้ความรู้ด้านการตลาดในการวิเคราะห์สภาพปัญหาของธุรกิจ กำหนดรูปแบบแนวทางการแก้ไขและการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดด้วยเครื่องมือการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ		✓			
		CLO2 ปฏิบัติการนำเสนอแนวทางการพัฒนา การอภิปรายผล			✓		
		CLO3 ปฏิบัติตนตามจรรยาบรรณวิชาชีพทาง				✓	

รายวิชา	คำอธิบายรายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร				
			PLO1 (K2)	PLO2 (K3)	PLO3 (S3)	PLO4 (E)	PLO5 (C)
		การตลาดในการสืบค้นข้อมูลเพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ					
		CLO4 ประพฤติตนอย่างมีความรับผิดชอบในการทำงานเป็นทีม					✓

กลุ่มวิชาเอกเลือก

รายวิชา	คำอธิบายรายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร				
			PLO1 (K2)	PLO2 (K3)	PLO3 (S3)	PLO4 (E)	PLO5 (C)
กลุ่มวิชาผู้ประกอบการทางการตลาด							
43541201 การตลาด เพื่อการ สร้างธุรกิจ ใหม่และ ธุรกิจ ท้องถิ่น 3(2-2-5)	แนวคิดและลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ประเภทของธุรกิจ การเริ่มธุรกิจใหม่ กระบวนการบริหารจัดการธุรกิจ การวิเคราะห์และประเมินโอกาสทางการตลาดของธุรกิจใหม่ จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ การวางแผนการลงทุนเพื่อลดความเสี่ยง การฝึกการจัดทำแผนธุรกิจและการพัฒนาธุรกิจใหม่ จรรยาบรรณของการเป็นผู้ประกอบการ	CLO 1 อธิบายแนวคิดและลักษณะของการตลาดเพื่อการสร้างธุรกิจใหม่และธุรกิจท้องถิ่น		✓			
		CLO 2 วิเคราะห์แนวโน้มเพื่อการสร้างธุรกิจใหม่และธุรกิจท้องถิ่น เพื่อจัดกระบวนการบริหารจัดการธุรกิจ การวิเคราะห์และประเมินโอกาสทางการตลาดของธุรกิจใหม่ จุดเด่นของผลิตภัณฑ์			✓		

รายวิชา	คำอธิบายรายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร				
			PLO1 (K2)	PLO2 (K3)	PLO3 (S3)	PLO4 (E)	PLO5 (C)
		การวางแผนการลงทุนเพื่อลดความเสี่ยง					
		CLO 3 ดำเนินการเขียนแผนธุรกิจและการพัฒนาธุรกิจใหม่ ที่มีองค์ประกอบของจรรยาบรรณการเป็นผู้ประกอบการ				✓	
43542208 การออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ 3(2-2-5)	แนวคิดของตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ประเภทของตราสินค้าและเครื่องหมายการค้า ประเภทของบรรจุภัณฑ์ การจัดการตราสินค้าสำหรับสินค้าและบริการ ขั้นตอนของกระบวนการออกแบบตราสินค้า หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ กระบวนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ฝึกปฏิบัติการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ความสัมพันธ์ของบรรจุภัณฑ์กับกิจกรรมทางการตลาด การฝึกการใช้เครื่องมือและเทคนิคในการออกแบบ เครื่องหมายการค้า ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์	CLO 1 อธิบาย แนวคิดของตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ การจัดการตราสินค้าสำหรับสินค้าและบริการ หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และพิจารณาความยั่งยืนและผลกระทบต่อ		✓			

รายวิชา	คำอธิบายรายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร				
			PLO1 (K2)	PLO2 (K3)	PLO3 (S3)	PLO4 (E)	PLO5 (C)
	การพิจารณาความยั่งยืนและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในการออกแบบบรรจุภัณฑ์	สิ่งแวดล้อมในการออกแบบบรรจุภัณฑ์					
		CLO 2 ใช้เครื่องหมายการค้า ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อดำเนินธุรกิจได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม			✓		
43543120 การวัดและ การประเมิน ผลทางการ ตลาด 3(2-2-5)	แนวคิดและหลักการวัดและการประเมินผลทางการตลาด การออกแบบการวัดและประเมินผลทางการตลาดที่เหมาะสม การวัดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของกลยุทธ์การตลาด การเชื่อมโยงผลการวัดและประเมินกับกิจกรรมทางการตลาด และผลการดำเนินงานทางการตลาด การจัดทำแผนควบคุมและ บัตรคะแนน (Balanced Scorecard) เพื่อประเมินประสิทธิผล และผลตอบแทนการลงทุนทางการตลาด	CLO 1 อธิบายแนวคิดและหลักการวัดและการประเมินผลทางการตลาดที่เหมาะสม การวัดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของกลยุทธ์การตลาด การเชื่อมโยงผลการวัดและประเมินกับกิจกรรมทางการ		✓			

รายวิชา	คำอธิบายรายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร				
			PLO1 (K2)	PLO2 (K3)	PLO3 (S3)	PLO4 (E)	PLO5 (C)
		ตลาดและผลการดำเนินงานทางการตลาด					
		CLO 2 ประยุกต์ใช้แผนควบคุมและบัตรคะแนน (Balanced Scorecard) เพื่อประเมินประสิทธิผลและผลตอบแทนการลงทุนทางการตลาด			✓		
43543122 การจัดการ การตลาด และห่วงโซ่อุปทาน 3(2-2-5)	ความหมาย ความสำคัญ กลยุทธ์การจัดการการตลาด BCG (Boston Consulting Group Matrix) วิเคราะห์การจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์หรือหน่วยธุรกิจตามส่วนแบ่งการตลาดและอัตราเติบโตของตลาด เพื่อใช้ในการตัดสินใจเกี่ยวกับการลงทุนและการจัดสรรทรัพยากร เน้นการสร้างความต้องการ การจัดซื้อการผลิต การจัดเก็บ การกระจายสินค้า และการขนส่งการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) การคาดการณ์ความต้องการของลูกค้า ปริมาณสินค้าที่ต้องผลิต	CLO 1 อธิบายหลักการและการจัดการการตลาด และห่วงโซ่อุปทาน การกระจายสินค้า และการขนส่งการจัดการห่วงโซ่อุปทาน		✓			
		CLO 2 ปรับใช้ความรู้เกี่ยวกับการจัดการห่วง			✓		

รายวิชา	คำอธิบายรายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร				
			PLO1 (K2)	PLO2 (K3)	PLO3 (S3)	PLO4 (E)	PLO5 (C)
	ส่งจัดสินค้าให้ทันเวลา (Just in time) การส่งมอบผลิตภัณฑ์ไปยังลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ	โซ่อุปทาน เพื่อการดำเนินงานทางการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย					
43544112 การตลาด ผลิตภัณฑ์ คราม สกลนคร 3(2-2-5)	ภูมิปัญญาและความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ครามระดับโลกสู่สกลนคร ความสำคัญกับเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม เทคโนโลยี กฎหมาย ความหมายผลิตภัณฑ์คราม เน้นการสร้างมูลค่าเพิ่ม การส่งเสริมการตลาด การสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักในทั้งและต่างประเทศ การพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด การแบ่งส่วนตลาด กำหนดตลาดเป้าหมาย และกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบโจทย์ปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์ของลูกค้าในปัจจุบันการใช้ กลยุทธ์สร้างความแตกต่างเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจและตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า	CLO 1 อธิบายภูมิปัญญา และความเป็นมาของผลิตภัณฑ์คราม สกลนคร		✓			
		CLO 2 วิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ครามเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และทำการส่งเสริมการตลาดให้เป็นที่รู้จัก			✓		
กลุ่มวิชานักการตลาดออนไลน์							
43542308	หลักการพื้นฐานของสื่อสังคมและ การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ การประยุกต์ใช้สื่อสังคมและการจัดการลูกค้าสัมพันธ์การบูรณา	CLO1 อธิบายถึงหลักการพื้นฐานของสื่อ		✓			

รายวิชา	คำอธิบายรายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร				
			PLO1 (K2)	PLO2 (K3)	PLO3 (S3)	PLO4 (E)	PLO5 (C)
การจัดการ ลูกค้า สัมพันธ์ทาง สื่อสังคม 3(2-2-5)	การช่องทางสื่อสังคมบนแพลตฟอร์มการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ เทคโนโลยีที่ใช้ในปัจจุบัน สำหรับสื่อสังคมและการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ กลยุทธ์ทางด้านสื่อสังคมและการจัดการ ลูกค้าสัมพันธ์ สำหรับภาคส่วนต่าง ๆ ของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ประเด็นทางจริยธรรม ทางสังคม และความรับผิดชอบต่อวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับการประยุกต์ใช้สื่อสังคมและการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ทางอิเล็กทรอนิกส์	สังคมและการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ การประยุกต์ใช้สื่อสังคมและการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ กลยุทธ์ทางด้านสื่อสังคม และการจัดการ ลูกค้าสัมพันธ์สำหรับภาคส่วนต่าง ๆ ของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์					
		CLO 2 เห็นคุณค่าถึงประเด็นทางจริยธรรมทางสังคม และความรับผิดชอบต่อวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับการประยุกต์ใช้สื่อสังคมและ การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ทางอิเล็กทรอนิกส์				✓	

รายวิชา	คำอธิบายรายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร				
			PLO1 (K2)	PLO2 (K3)	PLO3 (S3)	PLO4 (E)	PLO5 (C)
43543401 การออกแบบ เนื้อหา การตลาด ออนไลน์ 3(3-0-6)	กระบวนการสร้างและออกแบบเนื้อหาการตลาด การจัดการเนื้อหาที่น่าสนใจ มีประสิทธิภาพสำหรับแคมเปญการตลาดดิจิทัล เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย สร้างการรับรู้ การกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมหรือการกระทำตามที่ต้องการ กำหนดองค์ประกอบสำคัญ กำหนดวัตถุประสงค์การตลาดให้ชัดเจน เช่น การสร้างการรับรู้ การเพิ่มยอดขาย การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การทำความเข้าใจความต้องการ ความสนใจ และพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายเพื่อสร้างเนื้อหาที่ตรงใจ เลือกแพลตฟอร์มที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและแพลตฟอร์มข้อมูลเพื่อการนำไปใช้ตัดสินใจทางการตลาด	CLO 1 อธิบายพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายเพื่อสร้างเนื้อหาที่ตรงใจ เลือกแพลตฟอร์มที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและแพลตฟอร์มข้อมูลเพื่อการนำไปใช้ตัดสินใจทางการตลาด		✓			
		CLO 2 ประยุกต์ใช้ความรู้เกี่ยวกับ การออกแบบเนื้อหาการตลาดออนไลน์ เพื่อสร้างเนื้อหาเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย			✓		
43543123	ความหมาย ความสำคัญของบุคคลที่มีอิทธิพลบนโลกออนไลน์ และผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมีอิทธิพลทางความคิดของผู้ติดตาม	CLO1 อธิบายความหมาย ความสำคัญ		✓			

รายวิชา	คำอธิบายรายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร				
			PLO1 (K2)	PLO2 (K3)	PLO3 (S3)	PLO4 (E)	PLO5 (C)
การตลาดผ่านผู้มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์ 3(3-0-6)	(Influencer, Key Opinion Leader) โปรโมตสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น Instagram, Facebook, YouTube, TikTok หรือแพลตฟอร์มอื่น ๆ สร้างสรรค์คอนเทนต์ที่น่าสนใจเกี่ยวกับแบรนด์ นำเสนอประเด็นที่กำลังเป็นที่น่าสนใจในสังคมปัจจุบัน (Hot Issue, Viral, Meme) เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย สร้างภาพลักษณ์ที่สอดคล้อง น่าติดตาม ที่ทำให้ผู้ติดตามพูดถึงและให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง สร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ติดตามอย่างสม่ำเสมอ ด้วยคอนเทนต์ภาพ วิดีโอสั้น และไลฟ์สด สร้างการรับรู้แบรนด์ เพิ่มความน่าเชื่อถือ กระตุ้นยอดขาย	ของบุคคลที่มีอิทธิพลบนโลกออนไลน์และผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมีอิทธิพลทางความคิดของผู้ติดตาม					
		CLO 2 ปรับใช้ความรู้และสร้างสรรค์คอนเทนต์ที่น่าสนใจเกี่ยวกับแบรนด์ นำเสนอประเด็นที่กำลังเป็นที่น่าสนใจในสังคมปัจจุบัน			✓		
43543118 การตลาดสินค้าแฟชั่นยุคดิจิทัล 3(2-2-5)	ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จทางการตลาดด้านแฟชั่นต่อธุรกิจศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาทางธุรกิจเพื่อความทันสมัย และทางการตลาดจากกรณีศึกษาที่เป็นปัจจุบัน วิเคราะห์แนวโน้มด้านกระแสแฟชั่นโลกเพื่อทางการตลาดของธุรกิจ การสร้างองค์การทางการตลาดให้ประสบผลสำเร็จโดยใช้กรณีศึกษาผ่านกระบวนการวิเคราะห์ และอภิปรายสรุปผล เพื่อทันต่อแฟชั่นโลกในปัจจุบัน	CLO1 อธิบายปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จทางการตลาดด้านแฟชั่นต่อธุรกิจ ศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาทางธุรกิจเพื่อความทันสมัย		✓			

รายวิชา	คำอธิบายรายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร				
			PLO1 (K2)	PLO2 (K3)	PLO3 (S3)	PLO4 (E)	PLO5 (C)
		CLO2 ทำนายแนวโน้ม แฟชั่น ทางการตลาด เพื่อวิเคราะห์กลุ่ม ผู้บริโภคให้ทันต่อกระแส เศรษฐกิจในยุคดิจิทัล			✓		
		CLO3 ประยุกต์ใช้ ความรู้เพื่อดำเนินการ รูปแบบการตลาดเพื่อ ความเหมาะสมด้าน แฟชั่นภายใต้การตลาด ในยุคปัจจุบัน			✓		
43543121 การตลาด ข้าม วัฒนธรรม ระดับโลก 3(3-0-6)	นियามการตลาดระดับโลกการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทาง การตลาดระหว่างประเทศ ทฤษฎีการตลาดระดับโลก กลยุทธ์ การเข้าตลาดโลก การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่งการตลาดในระดับโลก บริษัทระดับโลก ระบบการเงินระหว่างประเทศ และการพัฒนาส่วนประสม การตลาดทั่วโลก	CLO 1 อธิบายเกี่ยวกับ การตลาดระดับโลก กลยุทธ์การเข้าตลาดโลก การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาด เป้าหมายและการวาง		✓			

รายวิชา	คำอธิบายรายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร				
			PLO1 (K2)	PLO2 (K3)	PLO3 (S3)	PLO4 (E)	PLO5 (C)
		ตำแหน่งการตลาดในระดับโลกและการพัฒนาส่วนประสมการตลาดทั่วโลก					
		CLO 2 ประยุกต์ความรู้เพื่อนำแผนไปใช้ในการจัดกิจกรรมทางการตลาดที่เหมาะสมกับวัฒนธรรมระดับโลก			✓		

กลุ่มรายวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

รายวิชา	คำอธิบายรายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร				
			PLO1 (K2)	PLO2 (K3)	PLO3 (S3)	PLO4 (E)	PLO5 (C)
43564801 เตรียม ฝึกสหกิจ	การเตรียมตัวเพื่อการฝึกงานในสถานประกอบการ เริ่มตั้งแต่เลือกสถานประกอบการที่เหมาะสม การเขียนจดหมายสมัครงานและเทคนิค การสัมภาษณ์งาน การพัฒนาบุคลิกภาพ มารยาทสังคม	CLO 1 มีการปฏิบัติตนที่แสดงออกถึงการมีทักษะพื้นฐานในการในการ			✓		

รายวิชา	คำอธิบายรายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ รายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร				
			PLO1 (K2)	PLO2 (K3)	PLO3 (S3)	PLO4 (E)	PLO5 (C)
ศึกษาทาง บริหารธุรกิจ 1(90)	จริยธรรมวิชาชีพ ทักษะพื้นฐานสำหรับผู้ปฏิบัติงาน การเก็บ รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลอธิบายสรุปผลการศึกษา โดยสามารถ เขียน และนำเสนอผลงานได้ตลอดจนเรียนรู้วัฒนธรรมองค์กร อาชี วอนามัย มาตรฐานและความปลอดภัยในสถานประกอบการ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับแรงงานและสถานประกอบการ	ทำงานในสถาน ประกอบการ					
		CLO 2 แสดงออกถึงการ เป็นนักการตลาดที่ สามารถทำงานร่วมกับ ผู้อื่นได้อย่างเหมาะสม					✓
43564806 สหกิจศึกษา 5(450)	การจัดให้นักศึกษาได้ฝึกปฏิบัติงานจริงในหน่วยงานทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจเพื่อเปิดโอกาสให้ นักศึกษาได้เรียนรู้วิถี การทำงานพัฒนาทักษะวิชาชีพ และ ตลอดจนสามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานได้	CLO 1 แสดงออกถึงการ มีพฤติกรรม การเรียนรู้ วัฒนธรรมองค์กร เพื่อ พัฒนาทักษะพื้นฐานใน การปฏิบัติงานได้					✓
		CLO 2 แสดงออกถึงการ เป็นนักการตลาดที่ สามารถทำงานร่วมกับ ผู้อื่นได้อย่างเหมาะสม					✓
43544113	ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับการเลือกหัวข้อโครงการ การวิเคราะห์ ปัญหาและความต้องการ การกำหนดวัตถุประสงค์ ขอบเขต และ	CLO 1 ทำงานร่วมกับ ผู้อื่นอย่างสร้างสรรค์					✓

รายวิชา	คำอธิบายรายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ รายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร				
			PLO1 (K2)	PLO2 (K3)	PLO3 (S3)	PLO4 (E)	PLO5 (C)
โครงการทาง การตลาด 1 3(1-4-4)	ขั้นตอนการดำเนินโครงการ การศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study) และการออกแบบแผนดำเนินงานโครงการด้านการตลาด เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการดำเนินโครงการในรายวิชาโครงการทางการตลาด 2	ปฏิบัติตามจริยธรรมวิชาชีพ และมีภาวะผู้นำ					
43544114 โครงการทาง การตลาด 2 3(1-4-4)	ปฏิบัติตามแผนโครงการที่ได้จัดทำไว้ในรายวิชาโครงการทางการตลาด 1 รวมถึงการติดตามและควบคุมการดำเนินงาน การแก้ไขปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างดำเนินโครงการ การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล ผลการดำเนินงาน และการประเมินโครงการ พร้อมทั้งจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์และนำเสนอผลโครงการ	CLO 1 เข้าใจถึงวิธีการทำงานร่วมกับชุมชนและองค์กรได้					✓
		CLO 2 ปฏิบัติงานร่วมกับผู้อื่นอย่างสร้างสรรค์ด้วยจริยธรรมและความรับผิดชอบ				✓	

หมวดที่ 5

การจัดกระบวนการเรียนรู้

5.1 การพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา (คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษา)

คุณลักษณะพิเศษ	แผน/กลยุทธ์การพัฒนา	แนวทางการวัดประเมินผล
นักการตลาดที่มีความรู้ในศาสตร์ด้านการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค แนวโน้มการตลาด ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค สามารถวิเคราะห์ ต้นทุน และผลตอบแทนการลงทุน มีทักษะทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และทักษะทางการสื่อสาร ที่สอดคล้องกับบริบทและสถานการณ์	1. ผู้สอนออกแบบการเรียนการสอนแบบบูรณาการศาสตร์ด้านการตลาดและศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อประยุกต์ใช้องค์ความรู้ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทต่าง 2. การสอนทุกรายวิชาผู้สอนและผู้เรียนร่วมสร้างกิจกรรมการเรียนรู้แบบเชิงรุก (Active Learning) รูปแบบ Research based Learning :RBL ในเรื่อง การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการจัดการเทคโนโลยีที่สอดคล้องกับบริบท 3. ผู้สอนจัดกิจกรรมให้ผู้เรียนลงพื้นที่ชุมชน โดยใช้ชุมชนเป็นฐานในการเรียนรู้ เรียนรู้ร่วมกับชุมชน ส่งเสริมการถ่ายทอดความรู้สู่ชุมชนด้วยจิตสาธารณะ	1. ประเมินผลการเรียนรู้ในรายวิชาที่เกี่ยวข้องโดยการทดสอบก่อนเรียน (Pretest) การประเมินผลการเรียนรู้ระหว่างเรียน (Formative) และการประเมินผลการเรียนรู้หลังเรียน (Summative) ที่ประเมินจากงานที่ฝึกปฏิบัติที่ผู้สอนมอบหมาย 2. ประเมินจากผลการดำเนินการเรียนรู้แบบ Area based Learning ในเรื่องการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางการตลาดที่สอดคล้องกับบริบท และสถานการณ์ โดยใช้แบบประเมินการออกแบบการเรียนรู้ตามแนวทาง RBL ด้วยเกณฑ์ประเมินแบบ Rubric score 3. ประเมินผลโดยชุมชนหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจากการทำกิจกรรมของผู้เรียนโดยใช้แบบประเมินความคิดเห็น 5 ระดับ

5.2 การพัฒนาทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต

หลักสูตรได้กำหนดทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตของนักศึกษา จากการสังเคราะห์ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย นำมากำหนดประเด็นการเรียนรู้ตลอดชีวิตของนักศึกษา คือ เป็นนักบริหารจัดการ การมีเหตุผล การรู้จักคิดและการรู้เท่าทันสื่อ

ทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต	แผน/กลยุทธ์การพัฒนา	แนวทางการวัดประเมินผล
1) เป็นนักบริหารจัดการ 2) มีเหตุผล	การสอนรายวิชาชีบบังคับ และวิชาเลือกทุกรายวิชา กำหนดให้ผู้สอนสอดแทรกทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตในกิจกรรมการเรียนการสอนและการลงพื้นที่ในชุมชนเพื่อปลูกฝังทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตตามที่หลักสูตรกำหนดไว้	1. ประเมินผลจากพฤติกรรมของผู้เรียนโดยใช้แบบประเมินพฤติกรรม 2. ประเมินผลจากผลสัมฤทธิ์ของงานที่ได้รับมอบหมายหรือที่ผู้เรียนสนใจในการศึกษา 3. ประเมินโดยผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในแต่ละกิจกรรมที่ผู้เรียนปฏิบัติ รวมทั้งการประเมินโดยผู้เรียนและสมาชิกในกลุ่ม
3) การรู้จักคิด และการรู้เท่าทันสื่อ	1. การจัดให้มีรายวิชาเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ ในกลุ่มวิชาเสริมเพื่อเรียนรู้สำหรับผู้ที่ไม่มีความรู้พื้นฐาน 2. กำหนดให้ผู้สอนสอดแทรกการรู้ดิจิทัลและการรู้เท่าทันสื่อในกิจกรรมการเรียนการสอนทุกรายวิชา รวมทั้งการลงพื้นที่ในชุมชน 3. มอบหมายให้ทำกิจกรรมการเรียนรู้แบบโครงงาน (Project based Learning: PjBL) ในการศึกษาค้นคว้าและเรียนรู้ต่อยอดในเทคโนโลยีใหม่หรือการนำไปใช้ประโยชน์	1. ประเมินผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในรายวิชาเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ 2. ประเมินพฤติกรรมของผู้เรียนในรายวิชาที่เรียน โดยใช้แบบประเมินพฤติกรรม 3. ประเมินชิ้นงาน โดยใช้แบบประเมินการปฏิบัติงาน ตามขอบเขตของ PjBL ที่ผู้สอนจัดทำ marking schemes ไว้แล้ว 4. ประเมินโดยผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในแต่ละกิจกรรมที่ผู้เรียนปฏิบัติ รวมทั้งผู้เรียนและสมาชิกในกลุ่ม

5.3 ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร

กลยุทธ์ กิจกรรมการเรียนการสอน และวิธีการวัดและประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร

ผลลัพธ์การเรียนรู้ (PLOs)	กิจกรรมการเรียนการสอน	แนวทางการวัดประเมินผล
ด้านความรู้ (Knowledge)		
PLO1: อธิบายความรู้ด้านบริหารธุรกิจและโปรแกรมประยุกต์ทางธุรกิจดิจิทัลได้	1. การออกแบบกิจกรรมการเรียนการสอนสำหรับผลการเรียนรู้นี้ ต้องครอบคลุมทั้งความรู้ด้านหลักการบริหารธุรกิจและทักษะการใช้เครื่องมือดิจิทัล โดยมีกิจกรรมหลักสามประเภท ได้แก่ การบรรยายเชิงโต้ตอบที่ใช้กรณีศึกษาจากธุรกิจจริงอย่าง Lazada หรือ Shopee เพื่อให้นักศึกษาเห็นภาพการนำหลักการบริหารธุรกิจไปประยุกต์ใช้ในบริบทดิจิทัล พร้อมใช้เทคนิค Think-Pair-Share เพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วม การจัด Workshop ฝึกปฏิบัติเพื่อให้นักศึกษาได้ลงมือใช้เครื่องมือจริง เช่น Google Analytics สำหรับวิเคราะห์ข้อมูล, Canva สำหรับสร้างคอนเทนต์ และ Meta Business Suite สำหรับบริหารโซเชียลมีเดีย ทั้งนี้ควรให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติในห้อง Lab หรือใช้อุปกรณ์ของตนเอง และการมอบหมายโครงงานกลุ่มที่ให้นักศึกษาวิเคราะห์ธุรกิจ SME จริงหรือธุรกิจสมมติ แล้วเสนอแนะการใช้เครื่องมือดิจิทัลอย่างน้อยสาม	การวัดและประเมินผล 3 ส่วนหลัก: 1. ประเมินความรู้ (สอบ และ Quiz) 2. ประเมินทักษะปฏิบัติ (แบบฝึกหัดและสอบปฏิบัติ) 3. ประเมินโครงงาน และเจตคติ พร้อมเน้นการเชื่อมโยงระหว่างการสอนและการประเมินให้สอดคล้องกัน รวมถึงการใช้เทคโนโลยีช่วยในการเรียนการสอน

ผลลัพธ์การเรียนรู้ (PLOs)	กิจกรรมการเรียนการสอน	แนวทางการวัดประเมินผล
	ประเภท ได้แก่ เครื่องมือการตลาด เครื่องมือบริหารจัดการ และเครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้นักศึกษาได้บูรณาการความรู้ทั้งหมดในสถานการณ์ที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริง กิจกรรมการเรียนการสอน 3 ประเด็น: 1. การบรรยายเชิงโต้ตอบพร้อมกรณีศึกษา 2. Workshop ฝึกปฏิบัติเครื่องมือดิจิทัล 3. โครงการกลุ่มวิเคราะห์ธุรกิจจริง	
	การประเมินการบรรลุ PLO พิจารณาจากร้อยละของคะแนน จาก CLOs ของทุกรายวิชาที่ผลิตต้น PLO นำมาคำนวณ และเทียบกับเกณฑ์การบรรลุ PLO ที่หลักสูตรกำหนด	
PLO2: ประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางการตลาดในการออกแบบกิจกรรมทางการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย (K)	1. วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัลในช่วงอายุต่าง ๆ และนำเสนอข้อค้นพบพร้อมแนวโน้มการเปลี่ยนแปลง 2. ออกแบบแคมเปญการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์/บริการ โดยประยุกต์ใช้ Marketing Mix 4P และเทรนด์ปัจจุบัน 3. ทดสอบและปรับปรุงกิจกรรมการตลาดไปทดสอบกับกลุ่มเป้าหมายจริง รวบรวมข้อมูล Feedback วิเคราะห์ผลตอบรับ และปรับปรุงแคมเปญให้ตอบโจทย์มากขึ้น	1. รายงานวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การนำเสนอพร้อมข้อมูลสนับสนุน การระบุแนวโน้มและโอกาสทางการตลาด 2. ออกแบบแคมเปญการตลาดกับกลยุทธ์ และการประยุกต์ใช้เครื่องมือทางการตลาดอย่างเหมาะสม 3. ทดสอบและปรับปรุงกิจกรรมการตลาดและรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์และตีความตาม Feedback และเหตุผลที่ชัดเจน

ผลลัพธ์การเรียนรู้ (PLOs)	กิจกรรมการเรียนการสอน	แนวทางการวัดประเมินผล
	การประเมินการบรรลุ PLO พิจารณาจากร้อยละของคะแนน จาก CLOs ของทุกรายวิชาที่ผลักดัน PLO นำมาคำนวณ และเทียบกับเกณฑ์การบรรลุ PLO ที่หลักสูตรกำหนด	
ด้านทักษะ (Skills)		
PLO3: จัดกิจกรรมทางการตลาด โดยใช้ทักษะการเรียนรู้ด้วยตนเอง และทางดิจิทัล (S)	1. การเรียนรู้เครื่องมือในการจัดกิจกรรมทางการตลาดดิจิทัล เรียนรู้ด้วยตนเอง และบันทึกกระบวนการเรียนรู้ ความรู้ที่ได้ และทดลองใช้งานจริง 2. สร้างแคมเปญดิจิทัลจริง (Mini Campaign Project) แบ่งกลุ่มสร้างแคมเปญการตลาดดิจิทัลจริง 3. แก่โจทย์การตลาดแบบ Real-time โดยอาจารย์ กำหนดโจทย์ และนักศึกษาต้องค้นคว้าเครื่องมือที่เหมาะสม วางแผน ดำเนินการ และรายงานผลด้วยตนเอง ใช้เครื่องมือดิจิทัลหลากหลาย	1. Learning Portfolio และบันทึกกระบวนการเรียนรู้ ผลงานที่ได้จากการทดลองใช้เครื่องมือจริง 2. คุณภาพคอนเทนต์และความสม่ำเสมอในการโพสต์ การวิเคราะห์ผลลัพธ์ จาก Insights/Analytics การนำเสนอบทเรียนที่ได้จากการทำจริง 3. ความคิดสร้างสรรค์และความเหมาะสมของกลยุทธ์ รวมถึงการใช้เครื่องมือดิจิทัลอย่างหลากหลายและมีประสิทธิภาพ ทักษะการแก้ปัญหา และการเรียนรู้ด้วยตนเอง
	การประเมินการบรรลุ PLO พิจารณาจากร้อยละของคะแนนของทักษะที่วัดในรายวิชานั้น ๆ ซึ่งพิจารณาจาก CLOs ของทุกรายวิชาที่ผลักดัน PLO นำมาคำนวณ และเทียบกับเกณฑ์การบรรลุ PLO ที่หลักสูตรกำหนด	
ด้านจริยธรรม (Ethics)		
PLO4: ปฏิบัติตนอย่างมีจรรยาบรรณในวิชาชีพของนักการตลาดโดยแสดงออกถึงการมีจรรยาบรรณในวิชาชีพของนักการตลาด	1. วิเคราะห์กรณีศึกษาจริยธรรมการตลาด แบ่งกลุ่มศึกษากรณีจริงของแบรนด์ที่มีประเด็นด้านจริยธรรม (เช่น Greenwashing, โฆษณาเท็จ, ละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล, เลือกปฏิบัติ) วิเคราะห์ว่าผิดจรรยาบรรณข้อใด	1. การวิเคราะห์ประเด็นจริยธรรมได้ครบถ้วนลึกซึ้ง การเชื่อมโยงกับหลักจรรยาบรรณและผลกระทบต่อสังคม และการนำเสนอทางออกและแนวทางป้องกัน

ผลลัพธ์การเรียนรู้ (PLOs)	กิจกรรมการเรียนการสอน	แนวทางการวัดประเมินผล
อย่างมีความความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (E)	ส่งผลกระทบอย่างไร และควรทำอย่างไรที่ถูกต้อง จัดเสวนาแลกเปลี่ยนมุมมอง พร้อมเสนอแนวทางป้องกัน 2. ออกแบบแคมเปญ Responsible Marketing ออกแบบแคมเปญการตลาดที่คำนึงถึง CSR/CSV (เช่น สิ่งแวดล้อม, การศึกษา, สุขภาพชุมชน, ความเท่าเทียม) สร้างแคมเปญที่สร้างมูลค่าให้ทั้งแบรนด์และสังคม ไม่ใช้กลยุทธ์หลอกลวง ข้อมูลต้องตรวจสอบได้ เคารพกลุ่มเป้าหมายและไม่สร้างผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม 3. ศึกษาจรรยาบรรณนักการตลาดมืออาชีพ โดยกำหนดหลักการ ข้อปฏิบัติ และตัวอย่างเฉพาะเจาะจงในแต่ละสถานการณ์ (การโฆษณา, การใช้ข้อมูล, การแข่งขัน, ความรับผิดชอบต่อสังคม)	2. พิจารณาความสอดคล้องระหว่างเป้าหมายธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม ความโปร่งใส ความจริง และไม่หลอกลวงผู้บริโภค ความคิดสร้างสรรค์และความเป็นไปได้ของแคมเปญ และคำนึงถึงผลกระทบระยะยาวต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 3. พิจารณาความครอบคลุมและความชัดเจนของจรรยาบรรณที่จัดทำความเป็นรูปธรรมและนำไปใช้ได้จริง การสะท้อนการปฏิบัติตามในงานจริง รวมถึงการวิเคราะห์ความท้าทายและแนวทางแก้ไข
	การประเมินการบรรลุ PLO พิจารณาจากร้อยละของคะแนน จาก CLOs ของทุกรายวิชาที่ฝึกฝน PLO นำมาคำนวณ และเทียบกับเกณฑ์การบรรลุ PLO ที่หลักสูตรกำหนด	

ผลลัพธ์การเรียนรู้ (PLOs)	กิจกรรมการเรียนการสอน	แนวทางการวัดประเมินผล
ด้านลักษณะบุคคล (Character)		
PLO5: ปฏิบัติตนในการทำงานร่วมกับบุคคลทุกระดับในสถานการณ์ที่หลากหลาย (C)	1. Cross-Functional Team Project จัดกลุ่มนักศึกษาแบบผสม กำหนดบทบาทต่างกัน (Team Leader, Creative, Analyst, Coordinator) ทำโครงการการตลาดร่วมกัน เช่น วางแผนเปิดตัวผลิตภัณฑ์ โดยต้องหมุนเวียนบทบาทกันในแต่ละเฟส มีการประชุมทีม บันทึก Meeting Minutes และประเมินเพื่อนร่วมทีม 2. จำลองสถานการณ์การทำงานจริง นักศึกษาต้องสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลากหลายระดับ โดยต้องปรับรูปแบบการสื่อสารให้เหมาะกับแต่ละกลุ่ม 3. จัดสถานการณ์จำลองที่มีความขัดแย้งหรือความแตกต่างในทีม เช่น ความเห็นไม่ตรงกันในกลยุทธ์, ปัญหาสมาชิกไม่ทำงาน, วัฒนธรรมองค์กรต่างกัน นักศึกษาต้องแก้ไขสถานการณ์ผ่านสถานการณ์จำลอง พร้อมนำเสนอแนวทางจัดการความขัดแย้งและสร้างทีมเวิร์คที่เข้มแข็ง เน้นการใช้ทักษะ EQ และการให้เกียรติความหลากหลาย	1. พิจารณาจากผลงานโครงการร่วมกัน การมีส่วนร่วมและการปรับตัวในแต่ละบทบาท ให้คะแนนประเมินจากเพื่อนร่วมทีม สมุดบันทึกการทำงานและการสะท้อนคิด (Reflection Log) 2. พิจารณาความเหมาะสมของการสื่อสารในแต่ละบริบท ทักษะการฟัง การเจรจา และการโน้มน้าวใจ การปรับตัวและแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนร่วม 3. ทักษะการจัดการความขัดแย้งและหาจุดร่วม การแสดงออกถึงความเคารพและเปิดกว้าง การใช้ภาวะผู้นำ และการติดตามสมาชิกทีม การสะท้อนคิดและบทเรียนที่ได้รับ
	การประเมินการบรรลุ PLO พิจารณาจากผลการประเมินพฤติกรรมของผู้เรียนด้วยแบบประเมินแบบรูบริคตามที่หลักสูตรกำหนด	

หมวดที่ 6

การประเมินผลการเรียนและเกณฑ์การสำเร็จการศึกษา

6.1 กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน (เกรด)

การวัดผลและการสำเร็จการศึกษาเป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565 หมวด 5 การวัด และประเมินผลการศึกษา

6.2 กระบวนการทบทวนผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร

6.2.1 มหาวิทยาลัยจัดให้มีการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ของระดับหลักสูตร ดังนี้

ผลลัพธ์การเรียนรู้	ระยะเวลา/วิธีการประเมิน					
1. ด้านความรู้	ผู้สอน ประเมิน ผู้เรียน	ประเมินโดยผู้สอน				ประเมินโดย
2. ด้านทักษะ		ปี 1	ปี 2	ปี 3	ปี 4	- บัณฑิต
3. ด้านจริยธรรม						- คณะกรรมการบริหารหลักสูตร
4. ด้านลักษณะบุคคล						- ผู้ใช้บัณฑิต

6.2.2 คณะกรรมการบริหารหลักสูตร อาจารย์ผู้สอน และ/หรือ อาจารย์ที่ปรึกษา ร่วมกันทำหน้าที่กำกับดูแลการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ในระดับรายวิชา ระดับชั้นปี และระดับหลักสูตร ดังนี้

1) การประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา (CLOs)

1.1) ออกแบบเครื่องมือการวัดและประเมินผลและดำเนินการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา ให้สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้รายชั้นปีและหลักสูตร และวิธีการจัดการเรียนการสอน โดยใช้วิธีการ เครื่องมือ เกณฑ์การประเมินที่เหมาะสมและมีคุณภาพ

1.2) นำผลการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ของนักศึกษาในทุกรายวิชาที่สอนในภาคการศึกษาเดียวกันมาพิจารณาความสอดคล้องของผลการประเมินกับรายวิชาที่รองรับผลลัพธ์การเรียนรู้ของชั้นปีหรือของหลักสูตรเดียวกัน

1.3) นำผลลัพธ์ที่ได้ไปใช้เป็นข้อมูลประกอบในการพัฒนาผลลัพธ์การเรียนรู้ของนักศึกษาภาคการศึกษาถัดไป และทบทวนหรือปรับปรุงวิธีการสอนหรือวิธีการวัดประเมินรายวิชา นำผลการประเมินการจัดการเรียนการสอนในรายวิชาจากนักศึกษามาประกอบการพิจารณาร่วมกัน โดยมีแผนการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา ดังนี้

ผลลัพธ์การเรียนรู้	พิจารณาความสอดคล้อง	ระยะเวลา	วิธีการประเมิน
ของรายวิชา (CLOs) ทุกรายวิชาที่เปิดสอน ในภาคการศึกษา เดียวกัน	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของ รายวิชา	สัปดาห์เรียน	ประเมินโดย - อาจารย์ผู้สอน (มคอ.5) - คณะกรรมการบริหาร หลักสูตร
	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของชั้นปี	สัปดาห์ การศึกษา	ประเมินโดย - อาจารย์ผู้สอน - คณะกรรมการบริหาร หลักสูตร - นักศึกษา
	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของ หลักสูตร		

2) การประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับชั้นปี (YLOs)

2.1) ออกแบบวิธีการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ของนักศึกษาในระดับชั้นปี โดยใช้วิธีการ
เครื่องมือ เกณฑ์การประเมินที่เหมาะสมและมีคุณภาพ

2.2) ประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ของนักศึกษารายชั้นปี โดยนำผลการประเมินจากทุกวิชาในชั้น
ปี มาประกอบการพิจารณาาร่วมกัน

2.3) นำผลลัพธ์ที่ได้ไปใช้เป็นข้อมูลประกอบในการทบทวนหรือปรับปรุงวิธีการสอนหรือวิธีการ
วัดประเมินผล และ/หรือ นำไปใช้ในการจัดกระบวนการเรียนรู้หรือวัดประเมินผลการเรียนรู้เพื่อพัฒนา
นักศึกษาในปีการศึกษาถัดไป โดยมีแผนการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ในระดับชั้นปี ดังนี้

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับชั้นปี	ระยะเวลา	วิธีการประเมิน
(YLOs) ทุกรายวิชาที่เปิดสอนในปี การศึกษาเดียวกัน	สิ้นปีการศึกษา	ประเมินโดย - คณะกรรมการบริหารหลักสูตร

3) การประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)

3.1) ออกแบบวิธีการประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนักศึกษาในระดับหลักสูตร โดยใช้วิธีการเครื่องมือ เกณฑ์การประเมินที่เหมาะสมและมีคุณภาพ

3.2) ประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของหลักสูตร โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ บัณฑิต ผู้ใช้บัณฑิต และคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

3.3) นำผลการประเมินมาใช้ประกอบการพิจารณาในการวางแผนปรับปรุงผลลัพธ์ การเรียนรู้ของผู้เรียนในระดับหลักสูตรต่อไป โดยมีแผนการประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ในระดับหลักสูตร ดังนี้

	พิจารณาความสอดคล้อง	ระยะเวลา	วิธีการประเมิน
ผลลัพธ์ การเรียนรู้ระดับ หลักสูตร	ทุกภาคการศึกษา ทุกปีการศึกษา	จบหลักสูตร	ประเมินโดย - คณะกรรมการบริหารหลักสูตร - บัณฑิต - ผู้ใช้บัณฑิต

6.3 เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาให้เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ว่าด้วย การศึกษา ระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565 หมวด 6 การสำเร็จการศึกษา การขอรับปริญญา และการอนุมัติปริญญา โดยผู้สำเร็จการศึกษาตามหลักสูตรต้องมีคุณสมบัติครบถ้วน ดังนี้

6.3.1 มีความประพฤติดีและมีคุณธรรม

6.3.2 เรียนและสอบผ่านรายวิชาต่างๆ ครบถ้วนตามหลักสูตรกำหนด

6.3.3 ได้คะแนนเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า 2.00

6.3.4 ไม่อยู่ระหว่างการถูกสอบสวนทางวินัยอย่างร้ายแรง ตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยว่าด้วยวินัยนักศึกษา

6.3.5 กรณีเทียบโอนรายวิชา มีเวลาศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยไม่น้อยกว่า 2 ภาคการศึกษา

หมวดที่ 7

ความพร้อมและศักยภาพของอาจารย์

7.1 การเตรียมการสำหรับอาจารย์ใหม่

7.1.1 จัดให้มีการปฐมนิเทศเพื่อแนะนำการเป็นครูแก่อาจารย์ใหม่ ให้มีความรู้และเข้าใจนโยบายของมหาวิทยาลัย คณะ และหลักสูตรที่สอน และจัดให้มีครูพี่เลี้ยงเพื่อให้คำแนะนำและให้คำปรึกษา

7.1.2 ส่งเสริมอาจารย์ให้มีการเพิ่มพูนความรู้ สร้างเสริมประสบการณ์ เพื่อส่งเสริมการสอน การวิจัยและสร้างความเชี่ยวชาญในสาขาหรือวิชาที่รับผิดชอบอย่างต่อเนื่อง โดยผ่านการทำวิจัยสายตรงในสาขาวิชา การสนับสนุนด้านการศึกษาต่อ ฝึกอบรม ดูงานทางวิชาการและวิชาชีพในองค์กรต่าง ๆ การประชุมทางวิชาการทั้งในประเทศและ/หรือต่างประเทศ หรือการลาเพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์

7.2 การพัฒนาความรู้และทักษะให้แก่คณาจารย์

หลักสูตรกำหนดแนวทางการพัฒนาอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำ อาจารย์ผู้สอนและอาจารย์พิเศษ โดยหลักสูตรจัดทำแผนการพัฒนาอาจารย์ให้มีความรู้ทันสมัยตามศาสตร์ของหลักสูตร ดำเนินการวิจัยและพัฒนางานวิจัยเพื่อการพัฒนาการเรียนรู้ตามศาสตร์ เพื่อให้อาจารย์มีคุณภาพมีคุณสมบัติ และมีจำนวนตามที่หลักสูตรกำหนด โดยอาจารย์จะได้รับการพัฒนาความรู้และทักษะให้มีคุณภาพ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ดังนี้

7.2.1 ความรู้ (Knowledge) ประกอบด้วย ความรู้ในศาสตร์สาขาวิชาของตน และความรู้ในศาสตร์การสอนและการเรียนรู้

7.2.2 สมรรถนะ (Competencies) ประกอบด้วย สมรรถนะในการออกแบบและวางแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ของผู้เรียนอย่างมีประสิทธิภาพ การดำเนินการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การเสริมสร้างบรรยากาศการเรียนรู้และสนับสนุนการเรียนรู้ของผู้เรียน และการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ของผู้เรียน พร้อมทั้งสามารถให้ข้อมูลป้อนกลับอย่างสร้างสรรค์

7.2.3 ค่านิยม (Values) ประกอบด้วย คุณค่าในการพัฒนาวิชาชีพอาจารย์ และการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง และ การธำรงไว้ซึ่งจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพอาจารย์

7.3 การพัฒนาสมรรถนะความเป็นครู

หลักสูตรกำหนดแนวทางการพัฒนาสมรรถนะความเป็นครู ดังนี้

7.3.1 หลักสูตรส่งเสริมให้อาจารย์เข้าร่วมการพัฒนาสมรรถนะความเป็นครูที่มหาวิทยาลัย และคณะวิทยาการจัดการจัดขึ้น ทั้งอาจารย์ใหม่และอาจารย์ที่อยู่ประจำในหลักสูตร

7.3.2 หลักสูตรให้อาจารย์ประเมินความรู้และทักษะ และวิเคราะห์สมรรถนะความเป็นครูของตนเอง ร่วมกับผลการประเมินของผู้เรียนในการเรียนจัดการเรียนการสอนของแต่ละรายวิชา โดยใช้แบบประเมินที่มหาวิทยาลัยกำหนด นำมาสรุปและจัดทำแผนการพัฒนาตนเอง อย่างน้อยในประเด็นต่อไปนี้

- 1) การออกแบบและส่งมอบหลักสูตรการเรียนและการสอนที่สอดคล้องกัน
- 2) ใช้วิธีการสอนและวิธีการเรียนรู้ที่หลากหลาย และเลือกวิธีการประเมินที่เหมาะสมที่สุดเพื่อให้บรรลุผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง
- 3) พัฒนาและใช้สื่อการเรียนการสอนที่หลากหลาย
- 4) ติดตามและประเมินผลประสิทธิภาพการสอนของตนเองและประเมินหลักสูตร
- 5) ทบทวนและพิจารณาไตร่ตรองถึงแนวทางการสอนของตนเอง
- 6) ดำเนินการวิจัยและให้บริการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

7.3.3 หลักสูตรรวบรวมผลการประเมินของอาจารย์และความต้องการพัฒนาของอาจารย์ จัดทำกิจกรรมหรือโครงการเพื่อประกอบการอนุมัติงบประมาณในการพัฒนาสมรรถนะความเป็นครู หลังจากนั้นมอบหมายให้อาจารย์ดำเนินการตามแผนที่กำหนด จัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในการประชุมคณะกรรมการบริหารหลักสูตร นำแนวทางที่ได้ไปพัฒนาและปรับปรุงการเรียนการสอน

7.3.4 ส่งเสริมอาจารย์ให้มีการเพิ่มพูนความรู้ สร้างเสริมประสบการณ์เพื่อส่งเสริมการสอนและการวิจัยอย่างต่อเนื่อง โดยผ่านการทำวิจัย การสนับสนุนด้านการศึกษาต่อ ฝึกอบรม ศึกษาดูงานทางวิชาการและวิชาชีพในองค์กรต่าง ๆ การประชุมทางวิชาการทั้งในประเทศและ/หรือต่างประเทศ หรือการลาเพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์ และเพิ่มพูนทักษะการจัดการเรียนการสอนและการประเมินผลให้ทันสมัย

7.3.5 หลักสูตรกำหนดวิธีการวัดและประเมินผลการพัฒนาสมรรถนะความเป็นครูของอาจารย์ โดยใช้แบบประเมินของมหาวิทยาลัย และมอบหมายให้อาจารย์จัดทำรายงานสรุปผลการเข้าร่วมพัฒนาสมรรถนะความเป็นครู รายงานต่อคณะกรรมการบริหารหลักสูตร คณะกรรมการประจำคณะ และมหาวิทยาลัย

7.4 การพัฒนาวิชาการและวิชาชีพด้านอื่น ๆ

7.4.1 การมีส่วนร่วมในกิจกรรมบริการวิชาการแก่ชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความรู้และคุณธรรม

7.4.2 กระตุ้นอาจารย์พัฒนาผลงานทางวิชาการ การวิจัย ตีพิมพ์เผยแพร่ และทำผลงานทางวิชาการเพื่อ
ขอกำหนดตำแหน่งทางวิชาการ

7.4.3 ส่งเสริมการทำวิจัยสร้างองค์ความรู้ใหม่เป็นหลักและเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนและมีความ
เชี่ยวชาญในสาขาวิชาชีพ

7.4.4 ส่งเสริมให้อาจารย์ขอทุนวิจัย หรือจัดสรรงบประมาณสำหรับการทำวิจัย

7.4.5 จัดให้อาจารย์ทุกคนเข้าร่วมกลุ่มวิจัยต่าง ๆ ของคณะ และมหาวิทยาลัย

7.4.6 จัดให้อาจารย์เข้าร่วมกิจกรรมบริการวิชาการต่าง ๆ ของคณะ และมหาวิทยาลัย

หมวดที่ 8

การประกันคุณภาพหลักสูตร

หลักสูตรมีการกำกับมาตรฐานและการบริหารจัดการหลักสูตรเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565 โดยมีรูปแบบการจัดการศึกษาคือ มุ่งเน้นผลลัพธ์การเรียนรู้ และมีการรับรองคุณภาพและมาตรฐานระดับหลักสูตรตามรูปแบบของ AUN-QA Version 4.0 ดังนี้

8.1 ผลลัพธ์การเรียนรู้

หลักสูตรมอบหมายให้มีอาจารย์ที่ปรึกษาประจำหมู่เรียน และอาจารย์ผู้สอนทำหน้าที่กำกับติดตาม การเรียนและการทำกิจกรรมของผู้เรียน เพื่อให้ผู้เรียนบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ และรายงานต่อคณะกรรมการบริหารหลักสูตร โดยมีกลไกการดำเนินงาน ดังนี้

8.1.1 การออกแบบผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังระดับหลักสูตร (Program Learning Outcome: PLOs) โดยรวบรวมข้อกำหนดหรือความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ครอบคลุมและครบถ้วน โดยเฉพาะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก และสะท้อนให้เห็นในผลการเรียนรู้ที่คาดหวังตามความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

8.1.2 การกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังระดับหลักสูตร (PLOs) พิจารณาถึงความสอดคล้องกับ วิสัยทัศน์ พันธกิจ และอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย โดยยึดตามทฤษฎีการเรียนรู้ของบลูม (Bloom's revised taxonomy, 2001) ตามระดับความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงมีการสื่อสารไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด

8.1.3 การกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังระดับหลักสูตรประกอบไปด้วย ผลลัพธ์การเรียนรู้ทั่วไป (Generic Learning Outcomes: GLOs) และผลลัพธ์การเรียนรู้เฉพาะด้าน (Subject Specific Learning Outcome: SSLOs)

8.1.4 การกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังระดับรายวิชา (CLOs) ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับผลการเรียนรู้ที่คาดหวังระดับหลักสูตร

8.1.5 การกำหนดตัวบ่งชี้เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการกำกับติดตามการวัดการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรระหว่างการจัดการศึกษาในแต่ละชั้นปี ที่วัดจากผลการเรียนรู้ที่คาดหวังรายชั้นปี (YLOs) และระดับหลักสูตร (PLOs) ตลอดระยะเวลาการจัดการศึกษาของหลักสูตร

8.2 โครงสร้างหลักสูตรและเนื้อหา

8.2.1 การออกแบบหลักสูตรดำเนินการตามแนวทางการพัฒนาหลักสูตรบนฐานผลลัพธ์การเรียนรู้ (Outcome-based Education: OBE) และการออกแบบหลักสูตรแบบย้อนกลับ (Backward Curriculum Design: BCD) ที่มุ่งเน้นให้บรรลุผลการเรียนรู้ที่คาดหวังระดับหลักสูตร

8.2.2 โครงสร้างและเนื้อหาแต่ละรายวิชา มีความครอบคลุมทันสมัย มีการประเมินและนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงพัฒนาหลักสูตรเป็นระยะ ๆ อย่างน้อยตามรอบระยะเวลาของหลักสูตร รวมถึงมีการสื่อสาร และสะท้อนข้อมูลไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด

8.2.3 การกำหนดรายวิชาบังคับของหลักสูตรที่แสดงให้เห็นถึงรายวิชาที่ส่งผลต่อการผลักดันการบรรลุผลการเรียนรู้ที่คาดหวังระดับหลักสูตรที่ชัดเจน

8.2.4 มีการจัดโครงสร้างและลำดับรายวิชาที่มีความยากง่าย และรายวิชาบูรณาการอย่างเหมาะสม รวมถึงมีรายวิชาเลือกที่นักศึกษาสามารถเลือกเรียนได้ตามความสนใจ

8.3 แนวทางการจัดการเรียนการสอน

8.3.1 ทุกรายวิชาออกแบบการจัดการเรียนการสอนผ่านกระบวนการเรียนรู้แบบเชิงรุก (Active Learning) ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนการสอนอย่างสร้างสรรค์ ปลูกฝังให้ผู้เรียนเกิดทักษะการเรียนรู้ตามกรอบแนวคิดในศตวรรษที่ 21 ทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต และแนวทางปรัชญาการศึกษาของมหาวิทยาลัย เพื่อผลักดันให้ผู้เรียนบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร

8.3.2 การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่หลากหลาย ยืดหยุ่นสอดคล้องกับผู้เรียน ส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ รู้จักวิธีแสวงหาความรู้และปลูกฝังให้เกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต รวมถึงมีรายวิชาที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้มีส่วนร่วมในกระบวนการจัดการเรียนรู้และพัฒนาการเรียนรู้ของตนเอง

8.3.3 มีระบบกลไกการทบทวนการจัดการเรียนการสอน การประเมินและการปรับปรุงกระบวนการจัดการเรียนการสอน โดยคณะกรรมการบริหารหลักสูตรอย่างต่อเนื่อง

8.4 การประเมินผู้เรียน

8.4.1 (Pretest) (Formative Test) (Summative Test)/(Formative Test)/(Formative Test) และการประเมินสรุปหลังเรียน (Summative Test) ที่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ของมหาวิทยาลัย

8.4.2 มีการกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการและเครื่องมือการวัดและประเมินผล ช่องทางการสื่อสาร การอุทธรณ์ผลการเรียน อย่างชัดเจนและมีการสื่อสารไปยังผู้เรียนอย่างสม่ำเสมอ

8.4.3 มีกระบวนการที่ใช้ในการประเมินความคืบหน้าการเรียนรู้ การประเมิน การสำเร็จการศึกษาและการบรรลุผลของการเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) ของผู้เรียน รวมถึงมีการชี้แจงหลักเกณฑ์ ข้อกำหนดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง

8.4.4 มีระบบกลไกการทบทวนการวัดและประเมินผล การประเมินและปรับปรุงกระบวนการวัดและประเมินผล โดยคณะกรรมการบริหารหลักสูตรอย่างต่อเนื่อง

8.5 บุคลากรสายวิชาการ

8.5.1 หลักสูตรมีระบบและกลไกและมีแผนการบริหารและพัฒนาบุคลากรสายวิชาการ ให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565

8.5.2 มีการจัดสรรภาระงานที่เหมาะสมตามคุณสมบัติ ความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ และความถนัด

8.5.3 มีการกำหนดบทบาท หน้าที่ ความรับผิดชอบที่ชัดเจน โดยคำนึงถึงคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณทางวิชาชีพและเสรีภาพทางวิชาการ

8.5.4 มีการวัดประเมินผล การเลื่อนตำแหน่งของบุคลากรสายวิชาการ และการให้รางวัล ที่มีความเหมาะสม ตามระบบคุณธรรม ที่สอดคล้องกับงานด้านการศึกษา การวิจัยและการบริการทางวิชาการ

8.5.5 มีการวัดและติดตามปริมาณงานของบุคลากร เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพและคุณภาพของงานด้านการศึกษา วิจัย และบริการวิชาการ

8.6 การบริการและการช่วยเหลือผู้เรียน

8.6.1 หลักสูตรและมหาวิทยาลัย มีระบบกลไกในการกำหนดเกณฑ์ วิธีการและขั้นตอนการรับนักศึกษา มีการสื่อสารและเผยแพร่โดยมหาวิทยาลัย

8.6.2 หลักสูตรมีระบบติดตามความก้าวหน้า การวางแผนการเรียนรู้ ผลการเรียนรู้ และการตรวจสอบภาระของผู้เรียน มีการบันทึก ให้ข้อมูลย้อนกลับและให้ข้อเสนอแนะอย่างสม่ำเสมอ

8.6.3 มีการจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่มุ่งเน้นให้ผู้เรียนได้ประสบการณ์การเรียนรู้ทั้งด้านความรู้และทักษะความสามารถในการทำงาน

8.6.4 เตรียมความพร้อมของสายสนับสนุนเพื่อให้มีสมรรถนะในการให้บริการวิชาการ การให้คำปรึกษา แนะนำในการขอรับบริการแก่นักศึกษา มีการกำหนดสมรรถนะ พัฒนาและประเมินสมรรถนะอย่างต่อเนื่อง

8.6.5 มหาวิทยาลัยจัดให้มีสภาพแวดล้อมทั้งทางกายภาพ สังคม และจิตวิทยาโดยมีหน่วยงานรับผิดชอบในการกำกับติดตามการให้บริการผู้เรียนเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ การวิจัยและมีคุณภาพชีวิตที่ดี

8.7 สิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐาน

8.7.1 มีแผนระยะยาวและระยะสั้นในการจัดหาและบำรุงรักษาสสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ ให้เพียงพอ ทันสมัยและพร้อมใช้งาน

8.7.2 มีหน่วยงานรับผิดชอบกำกับติดตามการดำเนินงานตามแผนระยะยาวและระยะสั้นในการจัดหาและบำรุงรักษาสสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ ให้เพียงพอ ทันสมัยและพร้อมใช้งาน

8.7.3 มีระบบและกลไกในการกำกับติดตามการใช้งานและการศึกษาความต้องการสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้เพื่อให้เพียงพอ ทันสมัยและพร้อมใช้งาน

8.7.4 มีการประเมินและปรับปรุงคุณภาพของสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ ตามความจำเป็น

8.8 ผลผลิตและผลลัพธ์

8.8.1 มีระบบการกำกับติดตาม และเทียบเคียงอัตราการสำเร็จการศึกษา โดยเทียบกับหลักสูตรระดับปริญญาตรี ในสาขาวิชาตรงหรือสัมพันธ์กับหลักสูตร เพื่อใช้ในการปรับปรุงการบริหารจัดการหลักสูตร

8.8.2 มีระบบการกำกับติดตาม และเทียบเคียงอัตราการออกกลางคัน โดยเทียบกับหลักสูตรระดับปริญญาตรี ในสาขาวิชาตรงหรือสัมพันธ์กับหลักสูตร เพื่อใช้ในการปรับปรุงการบริหารจัดการหลักสูตร

8.8.3 มีระบบการกำกับติดตาม และเทียบเคียงระยะเวลาการศึกษาของหลักสูตร โดยเทียบกับหลักสูตรระดับปริญญาตรี ในสาขาวิชาตรงหรือสัมพันธ์กับหลักสูตร เพื่อใช้ในการปรับปรุงหลักสูตร

8.8.4 มีระบบการกำกับติดตาม โดยเทียบกับหลักสูตรระดับปริญญาตรี ในสาขาวิชาตรงหรือสัมพันธ์กับหลักสูตร เพื่อปรับปรุงและพัฒนาสมรรถนะในการทำวิจัยของอาจารย์ปือนักศึกษา ให้เป็นไปตามเป้าหมายที่หลักสูตรกำหนด

8.8.5 มีระบบการกำกับติดตาม และเทียบเคียงระดับความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยเทียบกับหลักสูตรระดับปริญญาตรี ในสาขาวิชาตรงหรือสัมพันธ์กับหลักสูตร เพื่อใช้ในการปรับปรุงการบริหารจัดการหลักสูตร

8.10 การดำเนินงานของหลักสูตร

8.10.1 ตัวชี้วัดการกำกับมาตรฐานหลักสูตรตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ.2565

ข้อ	เกณฑ์	รายละเอียดการประเมิน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4
			2569	2570	2571	2572
1	จำนวนอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	- ไม่น้อยกว่า 5 คน	✓	✓	✓	✓

ข้อ	เกณฑ์	รายละเอียดการประเมิน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4
			2569	2570	2571	2572
		- เป็นอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรไม่เกิน 1 หลักสูตรและประจำหลักสูตรตลอดระยะเวลาที่จัดการศึกษาตามหลักสูตรนั้น				
2	คุณสมบัติของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	- มีคุณวุฒิขั้นต่ำปริญญาโทหรือเทียบเท่า หรือมีตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์หรือเทียบเท่า - มีผลงานทางวิชาการที่ไม่ใช่ส่วนหนึ่งของการศึกษาเพื่อรับปริญญาของตนเอง และเป็นผลงานทางวิชาการที่ได้รับการเผยแพร่ตามหลักเกณฑ์ ที่กำหนดในการพิจารณาแต่งตั้งให้บุคคลดำรงตำแหน่งทางวิชาการอย่างน้อย 1 เรื่อง ในรอบ 1 ปี	✓	✓	✓	✓
3	คุณสมบัติของอาจารย์ประจำหลักสูตร	- มีคุณวุฒิขั้นต่ำปริญญาโทหรือเทียบเท่า หรือมีตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์หรือเทียบเท่า - มีผลงานทางวิชาการที่ไม่ใช่ส่วนหนึ่งของการศึกษาเพื่อรับปริญญาของตนเอง และเป็นผลงานทางวิชาการที่ได้รับการเผยแพร่ตามหลักเกณฑ์ ที่กำหนดในการพิจารณาแต่งตั้งให้บุคคลดำรงตำแหน่งทางวิชาการอย่างน้อย 1 เรื่อง ในรอบ 1 ปี	✓	✓	✓	✓
4	คุณสมบัติของอาจารย์ผู้สอน	เป็นอาจารย์ประจำหรืออาจารย์พิเศษที่มีคุณวุฒิ ขั้นต่ำปริญญาโทหรือเทียบเท่า หรือมีตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์หรือเทียบเท่า ในสาขาวิชานั้นหรือ สาขาวิชาที่สัมพันธ์กันหรือในสาขาวิชาของรายวิชาที่สอน	✓	✓	✓	✓
5	การปรับปรุงหลักสูตรตามรอบระยะเวลาที่กำหนด	ต้องไม่เกิน 5 ปี ตามรอบระยะเวลาของหลักสูตร หรืออย่างน้อยทุก ๆ 5 ปี	✓	✓	✓	✓

ข้อ	เกณฑ์	รายละเอียดการประเมิน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4
			2569	2570	2571	2572
		สรุปผลการดำเนินงาน การกำกับตัวบ่งชี้ที่ 1.1 การบริหารจัดการหลักสูตรตามประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565	☑ ผ่าน	☑ ผ่าน	☑ ผ่าน	☑ ผ่าน

8.10.2 ตัวชี้วัดการประเมินคุณภาพการศึกษาระดับหลักสูตรตามเกณฑ์ AUN-QA Version 4.0 หลักสูตรมีเป้าหมายการดำเนินงานของหลักสูตร ให้เป็นไปตามคุณภาพตามเกณฑ์ ดังนี้

1) เกณฑ์คุณภาพการศึกษา ตามเกณฑ์ AUN-QA Version 4.0

ระดับ	คำอธิบาย
ระดับ 1	<u>คุณภาพไม่เพียงพออย่างชัดเจน</u> ไม่ปรากฏผลการดำเนินการ ไม่มีเอกสาร ไม่มีแผน หรือไม่มีหลักฐานที่สนับสนุนการดำเนินงาน คุณภาพไม่เพียงพออย่างชัดเจน จำเป็นต้องปรับปรุง แก้ไข หรือพัฒนาอย่างเร่งด่วน
ระดับ 2	<u>คุณภาพไม่เพียงพอ จำเป็นต้องมีการปรับปรุง</u> มีการวางแผนแต่ยังไม่ได้เริ่มดำเนินการ เนื่องจากมีข้อมูล เอกสาร และหลักฐานไม่เพียงพอในการดำเนินการ จึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุง แก้ไข หรือพัฒนา
ระดับ 3	<u>คุณภาพไม่เพียงพอ แต่มีการปรับปรุง แก้ไข หรือพัฒนาเพียงเล็กน้อยสามารถทำให้มีคุณภาพเพียงพอได้</u> มีเอกสารแต่ยังไม่เชื่อมโยงต่อการปฏิบัติ หรือมีการดำเนินการตามเกณฑ์ประกันคุณภาพพบแนวทางการพัฒนาบ้าง มีหลักฐาน เอกสารบ้าง แต่ขาดความชัดเจน ผลการดำเนินงานยังไม่สมบูรณ์ในบางผลลัพธ์
ระดับ 4	<u>มีคุณภาพของการดำเนินการของหลักสูตรตามเกณฑ์</u> มีเอกสาร และหลักฐานการดำเนินการตามเกณฑ์ ผลลัพธ์เกิดขึ้นตามที่คาดหวัง
ระดับ 5	<u>มีคุณภาพของการดำเนินการของหลักสูตรดีกว่าเกณฑ์</u> มีเอกสารและหลักฐานชัดเจนที่แสดงถึงการดำเนินการที่มีประสิทธิภาพดีกว่าเกณฑ์ส่งผลให้เกิดผลดีในการพัฒนาระบบ
ระดับ 6	<u>เป็นตัวอย่างของแนวปฏิบัติที่ดี</u> มีเอกสาร หลักฐานสนับสนุนที่ดีตามเกณฑ์อย่างมีประสิทธิภาพ มีผลลัพธ์การดำเนินการที่ดี และมีแนวโน้มผลการดำเนินการในเชิงบวก
ระดับ 7	<u>ระดับดีเยี่ยมเป็นแนวปฏิบัติในระดับโลกหรือแนวปฏิบัติชั้นนำ</u> มีการดำเนินการตามเกณฑ์อย่างมีนวัตกรรม มีผลลัพธ์ที่โดดเด่นในระดับโลก มีแนวโน้มเชิงบวกให้เห็นอย่างชัดเจน ซึ่งผลงานการดำเนินงานสามารถนำไปเป็นแนวปฏิบัติชั้นนำได้

2) เป้าหมายการดำเนินงานของหลักสูตร ตามเกณฑ์ AUN-QA Version 4.0

ข้อ	เป้าหมายการดำเนินงานตามเกณฑ์	เป้าหมายระดับคุณภาพ			
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4
		2569	2570	2571	2572
1	Expected Learning Outcomes	2	2	3	3
2	Programme Structure and Content	2	2	3	3
3	Teaching and Learning Approach	3	3	4	4
4	Student Assessment	2	3	4	4
5	Academic Staff	3	3	4	4
6	Student Support Services	3	3	4	4
7	Facilities and Infrastructure	3	3	4	4
8	Output and Outcomes	2	2	3	3
9	Overall Verdict	2	3	3	3

หมวดที่ 9

ระบบกลไกการพัฒนาหลักสูตร

หลักสูตรมีการวางแผนคุณภาพ ควบคุมคุณภาพ ประเมินคุณภาพหลักสูตร และปรับปรุงคุณภาพหลักสูตร เพื่อให้ผู้เรียนบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ที่กำหนด โดยหลักสูตรมีระบบและกลไกในการพัฒนาหลักสูตรและการบริหารหลักสูตร และการเผยแพร่หลักสูตร ดังนี้

9.1 การบริหารคุณภาพหลักสูตร

9.1.1 การวางแผนคุณภาพ

- 1) วางระบบการตรวจสอบคุณภาพและคุณสมบัติของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตรให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร พ.ศ. 2565
- 2) พิจารณาหลักสูตรตามเกณฑ์ประกันคุณภาพของ AUN-QA (ระดับหลักสูตร) เพื่อกำหนดเป้าหมาย วิธิดำเนินงาน เครื่องมือ และรูปแบบการรายงานผลตามตัวบ่งชี้ที่กำหนด
- 3) จัดทำแผนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับเป้าหมายและวิธิดำเนินงาน โดยกำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) สำรวจความต้องการ แล้วนำผลไปกำหนดเป็นผลลัพธ์การเรียนรู้ (PLOs) ออกแบบหลักสูตรและกระบวนการที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มั่นใจว่าหลักสูตรตอบโจทย์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

9.1.2 การควบคุมคุณภาพ

- 1) หลักสูตรตรวจสอบคุณภาพและคุณสมบัติของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตรให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร พ.ศ. 2565
- 2) หลักสูตรมอบหมายผู้รับผิดชอบตามเกณฑ์ประกันคุณภาพของ AUN-QA (ระดับหลักสูตร)
- 3) หลักสูตรดำเนินงานตามแผนที่กำหนดไว้ตามเกณฑ์ประกันคุณภาพของ AUN-QA (ระดับหลักสูตร)
- 4) คณะและมหาวิทยาลัยกำกับติดตามการดำเนินงานตามเกณฑ์ประกันคุณภาพของ AUN-QA ระดับหลักสูตร เมื่อเสร็จสิ้นปีการศึกษา และรายงานผลการดำเนินงานให้มหาวิทยาลัย

9.1.3 การประเมินคุณภาพ

- 1) นักศึกษาปัจจุบันทุกชั้นปีประเมินคุณภาพการจัดการเรียนการสอนของหลักสูตร
- 2) อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตรประเมินการดำเนินงานของหลักสูตรตามเกณฑ์ประกันคุณภาพของ AUN-QA

3) หลักสูตรเข้ารับการตรวจประเมินตนเองตามเกณฑ์ประกันคุณภาพของ AUN-QA ระดับหลักสูตร โดยผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกหรือภายในมหาวิทยาลัย ตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

9.1.4 การปรับปรุงคุณภาพ

หลักสูตรนำผลการประเมินตนเองมาทบทวนร่วมกับข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิและจัดทำแผนการพัฒนาดตนเอง

9.2 กระบวนการจัดการเรียนรู้

9.2.1 การวางแผนคุณภาพ

หลักสูตรกำหนดอาจารย์ผู้สอน การจัดทำรายละเอียดรายวิชา การจัดการเรียนการสอนเชิงรุกที่เน้นผู้เรียนและผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา การประเมินผลของกระบวนการจัดการเรียนรู้ และการประเมินความพึงพอใจต่อกระบวนการจัดการเรียนรู้ นำผลการประเมินมาทำการทบทวนและปรับปรุงกระบวนการจัดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งมีการกำกับติดตามให้การจัดการเรียนรู้สอดคล้องกับผลลัพธ์ การเรียนรู้ที่กำหนดไว้ และจัดทำแผนพัฒนาการของนักศึกษาตามผลการเรียนรู้รายชั้นปีที่ตามที่หลักสูตรกำหนดไว้

9.2.2 การควบคุมคุณภาพ

หลักสูตรกำหนดจุดควบคุมของกระบวนการจัดการเรียนรู้ และกำกับติดตามเพื่อให้มั่นใจว่าผู้เรียนจะบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ที่ระบุไว้ในหลักสูตร โดยเริ่มจากการกำหนด ตรวจสอบ และติดตามความสามารถของอาจารย์ผู้สอนให้สอดคล้องกับคุณวุฒิ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ของผู้สอน ต่อมาคือการกำกับติดตาม และตรวจสอบการจัดทำรายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3 หรือ มคอ.4) โดยทุกวิชาต้องมี CLOs ที่สอดคล้องกับ PLOs ของหลักสูตร รวมทั้งการติดตามตรวจสอบวิธีการสอนและเครื่องมือที่ใช้ให้สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ในระดับรายวิชา และมีการจัดการเรียนการสอนที่เป็น Active Learning เชื่อมโยงกับผลลัพธ์การเรียนรู้ นอกจากนี้ยังมีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ตามผลลัพธ์การเรียนรู้ทั้งในระดับรายวิชา รายปี และระดับหลักสูตร และมีการประเมินผลการจัดการเรียนการสอนโดยผู้เรียนเพื่อนำข้อมูลไปใช้พัฒนาคุณภาพการจัดการเรียนรู้

9.3 กระบวนการวัดและประเมินผู้เรียน

9.3.1 การวางแผนคุณภาพ

หลักสูตรกำหนดให้มีการวางแผนคุณภาพและการควบคุมคุณภาพอย่างชัดเจน โดยในส่วนของการวางแผนคุณภาพ หลักสูตรออกแบบการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ในระดับรายวิชาให้สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชาที่กำหนดไว้ใน Curriculum mapping ออกแบบผลลัพธ์การเรียนรู้รายชั้นปีให้เชื่อมโยงกับผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตรและกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ กำหนดผลสัมฤทธิ์

การเรียนรู้ทั้งในระดับรายวิชาและระดับหลักสูตรให้ชัดเจน และมีการปรับปรุงกระบวนการวัดและประเมินผลให้สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้และความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

9.3.2 การควบคุมคุณภาพ

หลักสูตรกำหนดให้มีการวางแผนคุณภาพและการควบคุมคุณภาพอย่างชัดเจน โดยในส่วนของ การวางแผนคุณภาพ หลักสูตรออกแบบการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ในระดับรายวิชาให้สอดคล้องกับ ผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชาที่กำหนดไว้ใน Curriculum mapping รวมทั้งออกแบบผลลัพธ์การเรียนรู้รายชั้นปี ให้เชื่อมโยงกับผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตรและกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ กำหนด ผลสัมฤทธิ์ การเรียนรู้ทั้งในระดับรายวิชา และระดับหลักสูตรให้ชัดเจน และมีการทบทวน ปรับปรุง กระบวนการวัดและประเมินผลให้สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้และความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

9.4 กระบวนการรับ บริหารและพัฒนาอาจารย์

9.4.1 การวางแผนคุณภาพ

หลักสูตรมีการวางแผนคุณภาพโดยเริ่มจากการวิเคราะห์จำนวนและคุณสมบัติของอาจารย์ผู้สอน เพื่อใช้วางแผนอัตรากำลังการรับอาจารย์ และการพัฒนาอาจารย์ทั้งระยะสั้นและระยะยาว นอกจากนี้ หลักสูตรมีแผนส่งเสริมและสนับสนุนให้อาจารย์พัฒนาสมรรถนะอื่นนอกเหนือจากการจัดการเรียนการสอน เช่น การทำวิจัยและการบริการวิชาการ รวมถึงต้องมีการประเมินความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับอาจารย์

9.4.2 การควบคุมคุณภาพ

หลักสูตรพิจารณาจากตำแหน่งทางวิชาการ ผลการประเมินการสอน ผลงานวิจัย บทความวิชาการ หรือผลงานตีพิมพ์เผยแพร่ รวมทั้งการมีส่วนร่วมในโครงการบริการวิชาการ และการเข้ารับการอบรม หลักสูตรต่าง ๆ เพื่อสะท้อนการพัฒนาอาจารย์อย่างต่อเนื่องและสอดคล้องกับเป้าหมายของหลักสูตร

9.5 กระบวนการรับนักศึกษา

9.5.1 การวางแผนคุณภาพ

หลักสูตรกำหนดให้มีการวางแผนคุณภาพและการควบคุมคุณภาพอย่างชัดเจน ในส่วนของ การวางแผนคุณภาพ หลักสูตรร่วมกับมหาวิทยาลัยกำหนดระบบและกลไกการประชาสัมพันธ์การรับ นักศึกษาและการมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์การรับนักศึกษากับมหาวิทยาลัย เพื่อให้ได้ผู้เรียนที่มี คุณสมบัติตรงตามเกณฑ์ที่หลักสูตรกำหนด

9.5.2 การควบคุมคุณภาพ

หลักสูตรกำหนดจุดควบคุมทั้งพื้นที่ในการประชาสัมพันธ์ วิธีการประชาสัมพันธ์ สื่อและช่องทาง การประชาสัมพันธ์ ช่องทางและสื่อประชาสัมพันธ์ จำนวนผู้สมัครและผู้เรียนจริง พิจารณาร่วมกับผลการ

เรียนของนักศึกษา และอัตราการสำเร็จการศึกษา เพื่อติดตามว่าการรับนักศึกษามีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับเป้าหมายของหลักสูตร

9.6 กระบวนการส่งเสริมและพัฒนานักศึกษา

9.6.1 การวางแผนคุณภาพ

หลักสูตรวางแผนการพัฒนานักศึกษาทั้งระยะสั้นและระยะยาวให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ศักยภาพการเรียนรู้ และคุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา โดยกำหนดกิจกรรมการส่งเสริมและสนับสนุนให้นักศึกษาพัฒนาความสามารถตามผลลัพธ์การเรียนรู้ที่หลักสูตรกำหนด และกำหนดเครื่องมือ วิธีการและเกณฑ์การประเมินผลกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดให้แก่ศึกษาเพื่อให้แน่ใจว่ากิจกรรมนั้นเอื้อต่อการบรรลุสมรรถนะของผู้เรียน

9.6.2 การควบคุมคุณภาพ

หลักสูตรพิจารณาอบหมายให้มีอาจารย์ที่มีความถนัด ความเชี่ยวชาญ กำกับติดตามกิจกรรมที่หลักสูตรกำหนด เพื่อควบคุมคุณภาพให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของกิจกรรม ความสอดคล้องของผลลัพธ์กับผลลัพธ์การเรียนรู้และความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตลอดจนผลการประเมินความสำเร็จของการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียนจากการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ

9.7 กระบวนการบริหารจัดการทรัพยากรการเรียนรู้

9.7.1 การวางแผนคุณภาพ

หลักสูตรมีแผนการจัดการทรัพยากรสนับสนุนการเรียนรู้ทั้งระยะสั้นและระยะยาว ตรวจสอบและจัดให้มีสื่อ วัสดุ อุปกรณ์ แหล่งเรียนรู้ และสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่เพียงพอ เหมาะสม และพร้อมใช้งาน รวมถึงต้องมีการประเมินความพึงพอใจของผู้เรียนต่อทรัพยากรการเรียนรู้อย่างสม่ำเสมอ และนำผลไปปรับปรุงให้เหมาะสมต่อการเรียนรู้

9.7.2 การควบคุมคุณภาพ

หลักสูตรกำหนดจุดควบคุมไว้โดยให้มีการประเมินความพึงพอใจของผู้เรียน อาจารย์ผู้สอน และศิษย์เก่าต่อทรัพยากรการเรียนรู้ที่หลักสูตรจัดให้ว่าเพียงพอ เหมาะสม และตอบโจทย์การเรียนรู้ จากนั้นจึงมีการสำรวจความต้องการ ความเพียงพอ และความพร้อมใช้งานของทรัพยากรการเรียนรู้อีกครั้ง เพื่อให้ทรัพยากรตรงกับการใช้จริงของผู้เรียนและผู้สอน นอกจากนี้ยังต้องตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างทรัพยากรการเรียนรู้กับผลลัพธ์การเรียนรู้ เพื่อให้มั่นใจว่าทรัพยากรที่มีอยู่สนับสนุนให้ผู้เรียนบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ตามที่หลักสูตรกำหนดไว้

9.8 กระบวนการบริหารจัดการทรัพยากรการเรียนรู้

การจัดการซื้อร้องเรียนและการอุดหนุนผลการเรียนเป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร เรื่อง การจัดการซื้อร้องเรียนและการอุดหนุนของนักศึกษา หลักสูตรสื่อสารและแจ้งข้อร้องเรียนและการอุดหนุนผลการเรียนให้แก่อาจารย์และนักศึกษาทราบในการประชุมชี้แจงการเรียนการสอนและการปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่ รวมทั้งระบุใน มคอ.3 เพื่อให้อาจารย์ได้สื่อสารให้นักศึกษาทราบทุกรายวิชาอย่างต่อเนื่อง

9.9 การสื่อสารและเผยแพร่ข้อมูลของหลักสูตรการศึกษาให้ผู้มีส่วนได้เสียได้รับทราบ

หลักสูตรสื่อสารผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) ไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยประชาสัมพันธ์รายละเอียดหลักสูตร หรือ มคอ.2 ที่เว็บไซต์ของสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน ทั้งนี้หลักสูตรอาจจัดให้มีการสื่อสาร PLOs ไปยังกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้วย เช่น ประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย เพจ Facebook ของหลักสูตร แผนพบในการออกแนะแนวการศึกษา การประชุมชี้แจงผู้บริหารและครูเป็นประจำทุกปี หรือทำหนังสือถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตรเพื่อชี้แจงรายละเอียดหลักสูตร

หมวดที่ 10

ความเสี่ยงและการจัดการ

หลักสูตรมีการวางระบบและกลไกการดำเนินและการบริหารจัดการความเสี่ยงในการบริหารหลักสูตรทั้งระดับมหาวิทยาลัย ระดับคณะ และระดับหลักสูตร เพื่อให้การจัดการศึกษามีประสิทธิภาพตามวัตถุประสงค์ของหลักสูตร ส่งผลให้ผู้เรียนบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรในระยะเวลาที่กำหนด หลักสูตรบริหารจัดการความเสี่ยงโดยนำแนวทาง COSO (COSO-ERM) มาเป็นกรอบในการบริหารความเสี่ยงของหลักสูตรในการระบุ ประเมิน จัดการ และติดตามความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ ดังนี้

10.1 กลไกการบริหารความเสี่ยง

หลักสูตรเชื่อมโยงการบริหารหลักสูตรเข้ากับกลยุทธ์และการบริหารจัดการของคณะและมหาวิทยาลัย โดยมีคณะกรรมการบริหารหลักสูตรเพื่อให้การบริหารจัดการหลักสูตรสอดคล้องกับวัฒนธรรมองค์กร แผนปฏิบัติราชการที่เป็นไปตามพันธกิจของคณะและมหาวิทยาลัย ร่วมกับการพิจารณาผลการดำเนินงานการจัดการศึกษาที่ผ่านมา นำมาทบทวนและแก้ไข ประกอบกับข้อมูล การสื่อสาร และรายงานผลการดำเนินงานของหลักสูตรเพื่อระบอบการประเมินความเสี่ยงและระบุเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้น ที่อาจส่งผลกระทบต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ ประเมินโอกาสที่จะเกิดและความรุนแรงของผลกระทบ นำมาวางแผนการตอบสนองต่อความเสี่ยง และจัดให้มีระบบการสื่อสารข้อมูลความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กรอย่างต่อเนื่อง โดยมีระบบกลไกการบริหารความเสี่ยง ดังนี้

10.1.1 หลักสูตรแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงของหลักสูตร โดยคณะกรรมการบริหารหลักสูตรเสนอต่อคณบดีเห็นชอบ

10.1.2 คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงวางแผนกลยุทธ์สร้างวัฒนธรรมที่เน้นความรับผิดชอบด้านความเสี่ยง กำหนดบทบาทและหน้าที่ รวมทั้งคุณธรรมและจริยธรรมของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตร อาจารย์ผู้สอนและอาจารย์พิเศษ(ถ้ามี)

10.1.2 คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงกำหนดกลยุทธ์และการตั้งวัตถุประสงค์การบริหารหลักสูตรที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ของคณะและมหาวิทยาลัยที่ชัดเจนและสามารถวัดผลได้

10.1.3 คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงรวบรวมเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของหลักสูตรเพื่อป้องกันเหตุการณ์ (Event Identification)

10.1.4 คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment) จากข้อมูลที่รวบรวมมาเพื่อประเมินโอกาสและความรุนแรงของความเสี่ยงที่ระบุได้ และจัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นกับหลักสูตร

10.1.5 คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง เลือกวิธีการจัดการความเสี่ยงที่เหมาะสมในการตอบสนองต่อความเสี่ยง (Risk Response) เช่น การหลีกเลี่ยง (Avoid) การลด (Reduce) การยอมรับ (Accept) หรือการร่วมจัดการ/กระจายความเสี่ยง (Share/Transfer) เป็นต้น

10.1.6 คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง พัฒนาและใช้มาตรการควบคุมภายในเพื่อจัดการความเสี่ยงที่ยอมรับไม่ได้ โดยการจัดกิจกรรมการควบคุม (Control Activities) ความเสี่ยงที่ต้องดำเนินการ

10.1.7 คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง พัฒนา สื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับความเสี่ยงและมาตรการควบคุมความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องให้กับบุคลากร ผู้บริหารหรือคณะกรรมการที่เกี่ยวข้องรับทราบอย่างทั่วถึง

10.1.8 ประเมินผลการควบคุมและความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง และสื่อสารข้อบกพร่องที่พบเพื่อนำไปสู่การปรับปรุงการติดตามผล (Monitoring) ประเมินประสิทธิภาพของการบริหารความเสี่ยงอย่างต่อเนื่องและปรับปรุงตามความจำเป็น

10.2 การวิเคราะห์ความเสี่ยงของหลักสูตร

หลักสูตรใช้กลไกการบริหารความเสี่ยง รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลทั้งภายในและภายนอกองค์กรที่อาจส่งผลกระทบต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ จากข้อมูลที่รวบรวมมาเพื่อประเมินโอกาสและความรุนแรงของความเสี่ยงที่ระบุได้ และจัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นกับหลักสูตร พบความเสี่ยง ดังนี้

10.2.1 ความเสี่ยงด้านอาจารย์ ได้แก่ จำนวนและคุณสมบัติของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร ตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565 กำหนด เนื่องจากมีโอกาสอาจารย์อาจจะลาออกหรือมีผลงานวิจัยไม่เป็นไปตามเกณฑ์ข้อกำหนด หลักสูตรจึงมีแผนบริหารจัดการความเสี่ยงโดยจัดแผนบริหารอัตรากำลังของหลักสูตรและแผนพัฒนาบุคลากรระยะ 5 ปี และมีการกำกับติดตามการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนโดยการจัดสรรงบประมาณส่งเสริมการพัฒนาอาจารย์ การเตรียมความพร้อมอาจารย์เพื่อเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการและเตรียมพร้อมในการพัฒนาผู้สอน โดยการส่งเสริมให้อาจารย์พัฒนาผลงานวิจัยตีพิมพ์เผยแพร่และพัฒนาผลงานทางวิชาการของอาจารย์ ให้อาจารย์ในหลักสูตรเป็นพี่เลี้ยงและประสานอาจารย์พิเศษที่มีผลงานวิชาการเป็นที่ปรึกษาในการพัฒนาอาจารย์

10.2.2 ความเสี่ยงด้านจำนวนนักศึกษาตามแผนรับ เนื่องจากจำนวนนักศึกษามีแนวโน้มลดลง หลักสูตรทำการกำกับติดตามจำนวนนักศึกษาที่สมัครเข้าเรียน นำมาวิเคราะห์ ประเมินความเสี่ยงของ

หลักสูตร จัดทำแผนการบริหารความเสี่ยงของหลักสูตร และมอบหมายผู้รับผิดชอบดำเนินการ ดำเนินการตามแผนบริหารความเสี่ยง จัดทำรายงานและเสนอต่อคณะกรรมการบริหารหลักสูตร คณะ และมหาวิทยาลัย

10.1.3 ความเสี่ยงที่เกิดจากผลกระทบภายนอก เช่น นโยบายภาครัฐ สิ่งแวดล้อม สุขภาพความปลอดภัยจากภัยธรรมชาติ หรือเทคโนโลยีที่มีการพัฒนา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด อาจได้รับผลกระทบจากปัจจัยภายนอก ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงนโยบายภาครัฐด้านการศึกษาและกฎระเบียบทางธุรกิจ การพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ภัยธรรมชาติและสาธารณภัยที่ส่งผลต่อการจัดการเรียนการสอน รวมถึงวิกฤตเศรษฐกิจและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค สาขาวิชาจึงมีแนวทางรองรับโดยทบทวนและปรับปรุงหลักสูตรอย่างสม่ำเสมอ พัฒนาความยืดหยุ่นในการจัดการเรียนการสอนทั้งรูปแบบในชั้นเรียนและออนไลน์ สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับสถานประกอบการเพื่อติดตามแนวโน้มตลาด บุคลากรเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่เข้าในรายวิชาอย่างต่อเนื่อง และเน้นพัฒนาทักษะพื้นฐานที่ยั่งยืนให้นักศึกษา เพื่อให้หลักสูตรสามารถปรับตัวและรักษามาตรฐานคุณภาพการศึกษาท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

10.3 แผนการบริหารความเสี่ยงหลักสูตร

หลักสูตรดำเนินการวิเคราะห์ความเสี่ยงของหลักสูตร ประเด็นที่หลักสูตรรวบรวมเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของหลักสูตร นำมาประเมินโอกาสและความรุนแรงของความเสี่ยงที่ระบุได้ และจัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นกับหลักสูตร และเลือกวิธีการจัดการเพื่อลด (Reduce) ความเสี่ยง ในประเด็นหลัก ดังนี้

ความเสี่ยง	กิจกรรมการดำเนินงาน
1. จำนวนและคุณสมบัติของอาจารย์ ผู้รับผิดชอบและอาจารย์ประจำหลักสูตร	1. ประชุมบุคลากรสายวิชาการอย่างต่อเนื่อง ร่วมวิเคราะห์ ทบทวนการจัดทำแผนอัตรากำลัง แผนบริหารและพัฒนาบุคลากร ระยะ 5 ปี พร้อมทั้งกำหนดแนวทาง กำกับ ตรวจสอบ ติดตาม การบริหารความเสี่ยงด้านบุคลากรสายวิชาการของหลักสูตร 2. มอบหมายให้มีผู้รับผิดชอบวิเคราะห์ข้อมูล จัดทำแผนบริหารความเสี่ยง กำกับติดตาม และดำเนินการตามแผนบริหารความเสี่ยง 3. พิจารณาจัดงบประมาณ จัดให้มีสารสนเทศที่สนับสนุนการพัฒนาบุคลากร และจัดกิจกรรมสนับสนุนการพัฒนาบุคลากร การสร้างขวัญกำลังใจให้กับบุคลากร การพัฒนาผลงานวิจัย ผลงานวิชาการและการศึกษาอบรม เพื่อแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงตามที่หลักสูตรกำหนด 4. ทบทวน นำเสนอ และปรับปรุง การบริหารความเสี่ยงและมาตรการควบคุมความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องให้บุคลากร ผู้บริหารหรือคณะกรรมการที่เกี่ยวข้องรับทราบอย่างทั่วถึง

ความเสี่ยง	กิจกรรมการดำเนินงาน
2. จำนวนนักศึกษา ไม่เป็นไปตามแผนการรับ	5. ประเมินผลการควบคุมและความเสี่ยงและสื่อสารข้อบกพร่องที่พบเพื่อนำไปสู่การปรับปรุงการติดตามผล และประเมินประสิทธิภาพของการบริหารความเสี่ยงและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง 1. กำกับติดตามข้อมูลจำนวนนักศึกษาที่สมัครเข้าเรียน จำนวนรับเข้า จำนวนการสำเร็จการศึกษา ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการจัดการเรียนการสอน นำมาวิเคราะห์ ประเมินความเสี่ยงของหลักสูตร 2. มอบหมายให้มีผู้รับผิดชอบวิเคราะห์ข้อมูล จัดทำแผนบริหารความเสี่ยง กำกับติดตามและดำเนินการตามแผนบริหารความเสี่ยง 3. พิจารณาการดำเนินงานของกิจกรรมที่เกี่ยวข้องการประชาสัมพันธ์ และการสร้างการยอมรับ เช่น การลงพื้นที่แนะแนวในโรงเรียน การสร้างเครือข่ายความร่วมมือการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ สื่อสังคมออนไลน์ หรือเว็บไซต์ กิจกรรมการประกวดแข่งขันหรือกิจกรรม open house ที่สนับสนุนการประชาสัมพันธ์การรับนักศึกษาของหลักสูตร มีความครอบคลุมกับพื้นที่การประชาสัมพันธ์ ความถี่ที่ต้องดำเนินการ ได้ดำเนินการครอบคลุมและทั่วถึงกลุ่มเป้าหมาย เพื่อแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารความเสี่ยงตามที่หลักสูตรกำหนด 4. ทบทวน นำเสนอ และปรับปรุง การบริหารความเสี่ยงและมาตรการควบคุมความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องให้บุคลากร ผู้บริหารหรือคณะกรรมการที่เกี่ยวข้องรับทราบอย่างทั่วถึง 5. ประเมินผลการควบคุมและความเสี่ยงและสื่อสารข้อบกพร่องที่พบเพื่อนำไปสู่การปรับปรุงการติดตามผล และประเมินประสิทธิภาพของการบริหารความเสี่ยงและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง
3. นโยบาย/ ทิศทางที่เปลี่ยนแปลงการพัฒนาหลักสูตร	1. กำหนดเป้าหมายการพัฒนาอาจารย์สายวิชาการ การจัดหาสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ที่ทันสมัย การพัฒนาความรู้และทักษะในสายงานอาชีพ นโยบายและทิศทางการพัฒนาประเทศ รวมทั้งการเรียนรู้เทคโนโลยีหรือความก้าวหน้าในศาสตร์ที่สอดคล้องกับหลักสูตร นำมาจัดทำแผนการส่งเสริมพัฒนาอาจารย์และการจัดหาสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ ระยะ 5 ปี และระยะ 1 ปี 2. มอบหมายให้มีผู้รับผิดชอบวิเคราะห์ข้อมูล จัดทำแผนบริหารความเสี่ยง กำกับติดตามและดำเนินการตามแผนบริหารความเสี่ยง 3. พิจารณามอบหมายให้มีผู้รับผิดชอบแต่ละกิจกรรมตามแผน และสนับสนุนงบประมาณการดำเนินงานตามแผน เพื่อแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารความเสี่ยงตามที่หลักสูตรกำหนด 4. ทบทวน นำเสนอ และปรับปรุง การบริหารความเสี่ยงและมาตรการควบคุมความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องให้บุคลากร ผู้บริหารหรือคณะกรรมการที่เกี่ยวข้องรับทราบอย่างทั่วถึง 5. ประเมินผลการควบคุมและความเสี่ยงและสื่อสารข้อบกพร่องที่พบเพื่อนำไปสู่การปรับปรุงการติดตามผล และประเมินประสิทธิภาพของการบริหารความเสี่ยงและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

หมวดที่ 11

การวัดและประเมินผลหลักสูตรหลังนักศึกษาสำเร็จการศึกษา

การวัดและประเมินผลหลักสูตรหลังนักศึกษาสำเร็จการศึกษา เป็นการรวบรวมข้อมูลจากการดำเนินงานของหลักสูตร ตรวจสอบมาตรฐานหลักสูตรและการดำเนินการจัดการศึกษาของหลักสูตร จัดทำรายงานเพื่อเตรียมพร้อมขอรับรองมาตรฐานการอุดมศึกษาของหลักสูตร ดำเนินการดังนี้

11.1 แนวทางการบริหารหลักสูตร

11.1.1 วางแผนการจัดการศึกษาที่มุ่งเน้นผู้เรียนและผู้มีส่วนได้เสีย ในการจัดการศึกษา คณะกรรมการบริหารหลักสูตรดำเนินการที่มุ่งเน้นการตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวัง ทั้งในปัจจุบันและอนาคตของผู้เรียนและผู้มีส่วนได้เสีย และพยายามดำเนินการให้ได้และเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด หรืออาจเหนือความคาดหวังที่หลักสูตรกำหนด

11.1.2 การดำเนินงานเชิงกระบวนการ การจัดการศึกษาของหลักสูตรดำเนินการจัดการเรียนรู้ให้มีประสิทธิภาพ เพื่อให้บรรลุผลสัมฤทธิ์ที่ต้องการ โดยมีการถ่ายทอดกระบวนการต่างๆ ให้บุคลากร และผู้ที่เกี่ยวข้องให้เกิดความเข้าใจกระบวนการและจัดการกระบวนการต่าง ๆ ให้มีความสัมพันธ์ระหว่างกัน เพื่อผลักดันการบรรลุผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของผู้เรียน

11.1.3 การตัดสินใจบนหลักฐานเชิงประจักษ์ การดำเนินการบนพื้นฐานของการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลที่แสดงถึงหลักฐานเชิงประจักษ์ในการจัดการศึกษา ที่แสดงให้เห็นถึงผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของผู้เรียนตามที่หลักสูตรได้ออกแบบไว้ โดยกำหนดให้ผู้สำเร็จการศึกษาต้องมีผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ ด้านทักษะ ด้านจริยธรรม และด้านลักษณะบุคคล

11.1.4 การปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพอย่างต่อเนื่อง หลักสูตรมีการดำเนินงานภายใต้หลักการของการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพอย่างต่อเนื่องเพื่อการรักษาไว้ซึ่งความพึงพอใจและความมั่นใจของผู้เรียนและผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งในปัจจุบันและอนาคต ซึ่งอาจมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาและรวดเร็ว

11.1.5 การมุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ การดำเนินงานให้เกิดผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ โดยกำหนดเป้าหมายเป็นผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง การออกแบบกระบวนการ และการติดตามประเมินผลที่สอดคล้อง กับผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ที่หลักสูตรกำหนด

11.2 การวางแผนการดำเนินการบริหารหลักสูตร

หลักสูตรมอบหมายให้มีผู้รับผิดชอบ กำกับ ติดตามการดำเนินงาน รวบรวมข้อมูลนำมาวิเคราะห์สรุปผลและรายงานต่อคณะกรรมการบริหารหลักสูตร พิจารณาทบทวนปรับปรุงการดำเนินการ เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของหลักสูตรในแต่ละประเด็น ดังนี้

11.2.1 การรับนักศึกษา หลักสูตรร่วมกับมหาวิทยาลัยออกแบบกระบวนการรับนักศึกษาที่แสดงถึงระบบการรับสมัครและขั้นตอนการรับเข้าศึกษาที่น่าเชื่อถือ ยุติธรรม และโปร่งใสมีข้อกำหนดคุณสมบัติผู้เข้าศึกษา วิธีการคัดเลือกผู้เรียน และระบบการจัดการข้อร้องเรียนและอุทธรณ์ที่ชัดเจน เหมาะสม และสามารถเข้าถึงได้

11.2.2 การจัดกระบวนการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ หลักสูตรมอบหมายให้ผู้สอนสร้างความเข้าใจและจัดเตรียมความพร้อมของผู้สอนก่อนการจัดการเรียนการสอน เพื่อจัดกิจกรรมกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ รู้จักวิธีแสวงหาความรู้ ปลูกฝังให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต เกิดกรอบคิดแบบเติบโต และสามารถนำสิ่งที่เรียนรู้ไปใช้กับโลกของการทำงานจริง

11.2.3 การออกแบบวิธีการวัดและประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้และพัฒนาการของผู้เรียน โดยผู้สอนร่วมกันกำหนดวิธีการ เครื่องมือและเกณฑ์การตัดสินผลการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ รวมทั้งมีกระบวนการติดตามความก้าวหน้าผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังรายวิชาและรายชั้นปี เพื่อให้มั่นใจว่าผู้เรียนมีผลลัพธ์การเรียนรู้เป็นไปตามที่กำหนดในหลักสูตร มีพัฒนาการของผลลัพธ์การเรียนรู้แต่ละด้านระหว่างเรียนที่มีแนวโน้มที่มั่นใจได้ว่าผู้เรียนจะบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้โดยรวมที่กำหนดในหลักสูตร

11.2.4 การออกแบบกระบวนการบริหารทรัพยากรการเรียนรู้ การจัดหาและดูแลคณาจารย์ เจ้าหน้าที่สายสนับสนุน สิ่งอำนวยความสะดวก ทรัพยากรการเรียนรู้ และบริการช่วยเหลือนักศึกษา ให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสม พร้อมใช้ สอดคล้องกับการจัดการศึกษา ส่งผลและสนับสนุนให้ผู้เรียนบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ รวมทั้งการวิเคราะห์ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่เกิดขึ้นจริงของผู้สำเร็จการศึกษา (ถ้ามี) เพื่อเป็นข้อมูลย้อนกลับในการปรับปรุงและพัฒนาการบริหารจัดการศึกษาของหลักสูตรอย่างต่อเนื่อง

11.2.5 การออกแบบการบริหารคุณภาพ เพื่อประกันคุณภาพเชิงผลลัพธ์และมีการปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่องในทุกกระบวนการจัดการศึกษา ทั้งกระบวนการวางแผนคุณภาพ (Quality Planning: QP) การรักษาคุณภาพ (Quality Maintenance: QM) การควบคุมคุณภาพ (Quality Control: QC) การปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพ (Quality Improvement: QI)

11.3 การจัดทำรายงานผลการดำเนินการจัดการศึกษา

การจัดทำรายงานผลการดำเนินการจัดการศึกษา เป็นการจัดทำรายงานผลของการจัดการศึกษาของหลักสูตรในภาพรวม โดยรวบรวมข้อมูลผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของทุกชั้นปี ผลการประเมินการบรรลุผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้รายวิชา รายชั้นปี และการบรรลุผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของหลักสูตร รวมทั้งการดำเนินการปรับปรุงแก้ไขตามการวิเคราะห์ในสถานการณ์ที่เกิดขึ้น วิเคราะห์และสรุปผล นำเสนอต่อคณะกรรมการบริหารหลักสูตร คณะกรรมการประจำคณะ มหาวิทยาลัย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งจัดเตรียมหลักฐานเชิงประจักษ์เพื่อรับการตรวจสอบการดำเนินการจัดการศึกษา ตามแนวทางการบริหารคุณภาพที่หลักสูตรออกแบบไว้ดังนี้

11.3.1 การรายงานการวิเคราะห์ให้เห็นว่าในแต่ละจุดควบคุม ผู้เรียนมีพัฒนาการ ผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ตามที่กำหนดไว้ ในกรณีที่มีความแตกต่าง (ช่องว่าง) หลักสูตรดำเนินการพัฒนาเสริมให้ผู้เรียนมีพัฒนาการผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้อย่างไร รวมทั้งการดำเนินการของหลักสูตรที่มีหลักฐานเชิงประจักษ์ว่าผู้เรียนมีแนวโน้มบรรลุผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ ระดับหลักสูตรตามที่กำหนดไว้ ในกรณีที่หลักสูตรมีผู้สำเร็จการศึกษาและประกอบอาชีพแล้ว หลักสูตรแสดงและวิเคราะห์ ผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ที่ผู้สำเร็จการศึกษามีสามารถทำงาน เพื่อเลี้ยงชีพ ประสบความสำเร็จ ตอบสนองความต้องการของผู้เรียนและผู้มีส่วนได้เสียตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตร

11.3.2 หลักสูตรแสดงรายงานในระหว่างดำเนินการหลักสูตรมีการวางแผนคุณภาพมีการควบคุมคุณภาพ มีการบริหารความเสี่ยง มีการจัดการข้อร้องเรียนและการอุทธรณ์ และดำเนินการรักษาคุณภาพเพื่อให้การดำเนินการจัดการศึกษาของหลักสูตรเป็นไปตามแนวทางและมาตรฐานที่กำหนด

11.3.3 หลักสูตรแสดงกระบวนการทบทวนการดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลและบ่งชี้การปรับปรุงแก้ไขเพื่อกำจัดสาเหตุของการดำเนินการที่ไม่เป็นไปตามแนวทางและมาตรฐานที่กำหนด เพื่อให้ผู้เรียนบรรลุผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ตามที่หลักสูตรกำหนด และนำไปสู่การปรับปรุงกระบวนการต่าง ๆ ให้มีคุณภาพดียิ่งขึ้น ทำให้ผู้เรียนและผู้มีส่วนได้เสียเกิดความพึงพอใจ

หมวดที่ 12

รายวิชาปัญญาประดิษฐ์ในหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569 สังกัดคณะวิทยาการ
จัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

☒ มีรายวิชา/คำอธิบายรายวิชา ที่มีเนื้อหาการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในรายวิชาบังคับ
ของหลักสูตร จำนวนไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต (หรือ จำนวน 2 รายวิชา) รายละเอียด ดังนี้

รายวิชาในหลักสูตร	คำอธิบายรายวิชา	จำนวน หน่วยกิต ด้าน AI
รหัสวิชา : 43541106 ชื่อวิชา : เทคโนโลยี ดิจิทัล และ การตลาดเชิงข้อมูล หน่วยกิต : 3(3-0-6)	ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับเทคโนโลยีการตลาดดิจิทัลและ <u>ปัญญาประดิษฐ์ทางการตลาด</u> ระบบฐานข้อมูลทางการตลาด และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดสำหรับตลาด ดิจิทัล โปรแกรมการจัดการข้อมูลทางธุรกิจและการตลาดและ การจัดหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูล การแปลผลข้อมูลและการ นำไปใช้เพื่อการตัดสินใจทางการตลาด การพัฒนากลยุทธ์ การตลาดดิจิทัล ประเด็นด้านจริยธรรมเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ เทคโนโลยีการตลาดดิจิทัลและข้อมูล การฝึกปฏิบัติการทำ การตลาดดิจิทัล	จำนวน 3 หน่วยกิต
รหัสวิชา : 43543116 ชื่อวิชา : กลยุทธ์ การตลาด การพยากรณ์ และ การวิเคราะห์ ผลตอบแทน หน่วยกิต : 3(3-0-6)	ศึกษาหลักการและการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด การ กำหนดกลยุทธ์สำหรับส่วนตลาดต่าง ๆ การแสวงหาโอกาสและ การแข่งขันทางการตลาด รวมถึงกลยุทธ์ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย <u>และการใช้</u> <u>ปัญญาประดิษฐ์ทางการตลาด</u> เพื่อบ่งชี้แนวโน้มและทักษะ การตลาดที่ประยุกต์ใช้ในธุรกิจได้จริง ศึกษากระบวนการ พยากรณ์ยอดขาย การผลิต และวัตถุดิบ การวิเคราะห์ต้นทุน ผลตอบแทน และค่าใช้จ่ายในการขาย ตลอดจนการใช้ข้อมูล	จำนวน 3 หน่วยกิต

รายวิชาในหลักสูตร	คำอธิบายรายวิชา	จำนวน หน่วยกิต ด้าน AI
	และอัตราส่วนทางการเงินสำหรับการตัดสินใจทางการตลาดการ วางแผนประมาณและการประเมินความคุ้มค่าในการลงทุนและ กิจกรรมทางการตลาด	

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก การวิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ตารางที่ ก-1 กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของหลักสูตร

ที่	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	อิทธิพล ผลกระทบ	บทบาท	เครื่องมือ เก็บรวบรวมข้อมูล	ความถี่ ในการเก็บข้อมูล
กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน					
1	อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรปี การศึกษา 2567	HP/Hi	- กำหนดและ ปรับปรุงผลลัพธ์การ เรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs/CLOs) ให้ สอดคล้องกับ OBE และความต้องการ ของตลาดแรงงาน	- แบบบันทึกการ ประชุม - แบบสัมภาษณ์	ภาคเรียนที่ 2/2567
2	อาจารย์ประจำหลักสูตรปี การศึกษา 2567	HP/Hi	- ออกแบบและพัฒนา รายวิชา แผนการสอน และเครื่องมือ ประเมินผล	- แบบบันทึกการ ประชุม - แบบสัมภาษณ์	ภาคเรียนที่ 2/2567
3	อาจารย์ผู้สอนวิชาเอกบังคับหรือ วิชาเอกเลือก ปีการศึกษา 2567	HP/Hi	- ร่วมจัดทำรายงาน ประเมินผลรายวิชา (TQF5) และรายงาน ประเมินตนเองของ หลักสูตร - ถ่ายทอดและ สะท้อนผลการเรียนรู้ สู่ผู้เรียน	- แบบบันทึกการ ประชุม - แบบสัมภาษณ์	ภาคเรียนที่ 2/2567
4	นโยบายสภามหาวิทยาลัย ปี พ.ศ 2567-2570	HP/ HI	กำหนดนโยบายและ แนวทางการพัฒนา หลักสูตรตามกรอบ มาตรฐานคุณวุฒิ (TQF) และ OBE	- แบบบันทึกข้อมูล	ปีการศึกษา 2567
5	คณะกรรมการประจำคณะ วิทยาการจัดการ	HP/ LI	- กำหนดแนวทางการ บริหารจัดการ	- แบบสอบถามทาง ออนไลน์	ปีการศึกษา 2567

ที่	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	อิทธิพล ผลกระทบ	บทบาท	เครื่องมือ เก็บรวบรวมข้อมูล	ความถี่ ในการเก็บข้อมูล
			หลักสูตรในระดับ คณะ - ติดตามและประเมิน คุณภาพหลักสูตรราย ปี	- แบบสัมภาษณ์	
6	ตัวแทนนักศึกษาปัจจุบัน ชั้นปีที่ 1-4	LP/ HI	- ให้ข้อมูลสะท้อนผล การเรียนรู้ ประสบการณ์การ เรียน และความพึง พอใจต่อหลักสูตร - เข้าร่วมกิจกรรมการ พัฒนาหลักสูตรและ การประกันคุณภาพ - เป็นผู้รับผลโดยตรง จากการจัดการเรียน การสอนและการ ประเมินผล	- แบบสัมภาษณ์	ภาคเรียนที่ 2/2567
กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก					
7	บริษัทเล็งเล็ง จำกัด บริษัทโตโยต้าสกลนคร (จำกัด) ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน สาขา สกลนคร รัฐวิสาหกิจ เช่น ธนาคารเพื่อ การเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร	LP/HI	- ให้ข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับสมรรถนะ และทักษะของบัณฑิต ที่พึงประสงค์ใน ตลาดแรงงาน - ประเมินความพร้อม และคุณภาพของ นักศึกษาฝึกงาน - เป็นภาคีร่วมพัฒนา หลักสูตรและกิจกรรม เสริมสมรรถนะ - สนับสนุนโอกาสฝึก ประสบการณ์วิชาชีพ	- แบบประเมินการ ฝึกประสบการณ์ วิชาชีพ - แบบสัมภาษณ์	ภาคเรียนที่ 2/2567

ที่	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	อิทธิพล ผลกระทบ	บทบาท	เครื่องมือ เก็บรวบรวมข้อมูล	ความถี่ ในการเก็บข้อมูล
8	บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาของ หลักสูตรหรือจากคณะ ไม่เกิน 5 ปี	LP/Hi	- ให้ข้อมูลสะท้อน ผลลัพธ์การเรียนรู้ (Learning Outcomes) ที่ตน ได้รับจากการเรียนรู้ ในหลักสูตรและการ ประยุกต์ใช้ในสถานที่ ทำงานจริง - ร่วมตอบ แบบสอบถามความ พึงพอใจของบัณฑิต ต่อหลักสูตรและความ พร้อมในการทำงาน - ให้ข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับทักษะที่ จำเป็นเพิ่มเติมสำหรับ ตลาดแรงงานใน ปัจจุบัน - เป็นเครือข่าย สนับสนุนกิจกรรม ของหลักสูตร เช่น การแนะแนว การฝึก ประสบการณ์วิชาชีพ หรือการบรรยาย พิเศษ - เป็นแบบอย่าง (Role Model) และ ผู้ให้แรงบันดาลใจแก่ รุ่นน้องนักศึกษา	แบบสอบถามทาง ออนไลน์	ภาคเรียนที่ 2/2567

ที่	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	อิทธิพล ผลกระทบ	บทบาท	เครื่องมือ เก็บรวบรวมข้อมูล	ความถี่ ในการเก็บข้อมูล
	นักเรียนที่มีความสนใจจะเข้า ศึกษาในคณะภายในระยะเวลา 5 ปี	LP/Hi	- สะท้อนแนวโน้ม ความต้องการของ ผู้เรียนและทิศทาง การศึกษาต่อ - เป็นข้อมูลเชิง นโยบายในการวางกล ยุทธ์การ ประชาสัมพันธ์และ ปรับเนื้อหาหลักสูตร ให้สอดคล้องกับความ คาดหวังของผู้เรียนรุ่น ใหม่ - ร่วมกิจกรรมแนะ แนว/ค่ายภาษา/ กิจกรรมเตรียมความ พร้อมก่อนเข้าศึกษา	- แบบสอบถามใน กิจกรรมแนะแนว	ภาคเรียนที่ 2/2567
9	เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) เป้าหมายที่ 4 การศึกษาที่มี คุณภาพ (เป้าหมายย่อยที่ 4.7) มุ่งเน้นการพัฒนาผู้เรียนให้มี ความรู้และทักษะที่ส่งเสริมการ พัฒนาที่ยั่งยืน การอยู่ร่วมกัน อย่างสันติ การเคารพสิทธิ มนุษยชน	HP/ LI	เป็นแนวทางในการ กำหนดกิจกรรมการ เรียนการสอนใน รายวิชา รวมถึง โครงการต่างๆ ของ หลักสูตร	- เอกสารนโยบาย	ภาคเรียนที่ 2/2567
10	การพัฒนาเศรษฐกิจชีวภาพ หมุนเวียน สีเขียว (Bio Circular Green Economic Model: BCG)	HP/ LI	เป็นแนวทางในการ กำหนดกิจกรรมการ เรียนการสอนใน รายวิชา รวมถึง	- เอกสารนโยบาย	ภาคเรียนที่ 2/2567

ที่	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	อิทธิพล ผลกระทบ	บทบาท	เครื่องมือ เก็บรวบรวมข้อมูล	ความถี่ ในการเก็บข้อมูล
	ด้านที่ 3 เศรษฐกิจสีเขียว มุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจที่ ยั่งยืนและเป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อม		โครงการต่างๆ ของ หลักสูตร		

* บทบาท โดยเฉพาะ SH ภายนอก ให้คำนึงถึงบทบาทการให้ข้อมูลความต้องการสำหรับการปรับปรุงหลักสูตร

* บทบาท เอาเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเรียนการสอนของหลักสูตรเท่านั้น

ตาราง ก-2 ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของหลักสูตร

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	บทบาท/ความร่วมมือ	ความต้องการให้ดำเนินการ
ภายใน		
มหาวิทยาลัย ราชภัฏสกลนคร	หน่วยงานอนุมัติหลักสูตร จัดสรรงบประมาณในการ บริหารจัดการหลักสูตร กำกับติดตามการบริหาร จัดการหลักสูตรให้มีคุณภาพ ต้องการให้หลักสูตร จัดการศึกษาให้สอดคล้องกับ บริบทและการจัดกลุ่มของ มหาวิทยาลัย	ปรัชญาของมหาวิทยาลัย: “มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร เป็นสถาบันอุดมศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มุ่งความเป็นเลิศทางวิชาการ บนพื้นฐานแห่งคุณธรรม ร่วมชี้นำการพัฒนาท้องถิ่นและสังคม” ปรัชญาการศึกษาของมหาวิทยาลัย: “การจัดการศึกษาที่มุ่งผลลัพธ์การเรียนรู้ เน้นผู้เรียนใช้ความรู้ควบคู่การปฏิบัติ เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นอย่างสร้างสรรค์” วิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัย: “สถาบันอุดมศึกษาชั้นนำเพื่อพัฒนาท้องถิ่นสู่สากล ด้วยนวัตกรรม ภูมิปัญญา และธรรมาภิบาล” พันธกิจมหาวิทยาลัย: - ผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพและคุณธรรม พร้อมเป็นนวัตกรสังคม เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นและสากล - สร้างองค์ความรู้และนวัตกรรมเพื่อพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน - บริการวิชาการและถ่ายทอดเทคโนโลยี เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนท้องถิ่น - ทะนุบำรุงศิลปและวัฒนธรรมเพื่อเสริมสร้างคุณค่าและมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคม - พัฒนาระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและธรรมาภิบาลสู่องค์กรสมรรถนะสูง

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	บทบาท/ความร่วมมือ	ความต้องการที่ให้ดำเนินการ
		อัตลักษณ์: “บัณฑิตเป็นคนดี มีจิตสาธารณะ และทักษะวิชาชีพ”
คณะวิทยาการจัดการ	เห็นชอบหลักสูตรและควบคุม กำกับ ติดตามการบริหารจัดการหลักสูตร	ปรัชญาคณะวิทยาการจัดการ: วิทยาการจัดการก้าวหน้า พัฒนาองค์ความรู้คู่คุณธรรม เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นและสังคม วิสัยทัศน์คณะวิทยาการจัดการ: “มุ่งผลิตบัณฑิตวิทยาการจัดการก้าวหน้า พัฒนาการเรียนการสอน การวิจัย และการบริการวิชาการด้วยองค์ความรู้คู่คุณธรรม เป็นแหล่งเรียนรู้ด้านการจัดการที่มีมาตรฐานและคุณภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของท้องถิ่นและสังคม” พันธกิจคณะวิทยาการจัดการ: - ผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ทางวิทยาการจัดการและมีคุณธรรม - พัฒนาและสนับสนุนการจัดการเรียนการสอนให้มีคุณภาพ - ผลิตผลงานวิจัยหรืองานสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการถ่ายทอดองค์ความรู้สู่ท้องถิ่น - พัฒนาเครือข่ายการเรียนรู้และให้บริการทางวิชาการแก่ท้องถิ่น - ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม อัตลักษณ์คณะวิทยาการจัดการ: “บัณฑิตมีจิตอาสา และทักษะวิชาชีพ”
คณะกรรมการบริหารหลักสูตร	สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของนักศึกษาของหลักสูตรต่อการจัดการเรียนการสอน	- นักศึกษาสำเร็จการศึกษาตามระยะเวลาที่กำหนด - มีความพร้อมและมีความรับผิดชอบ ในการทำวิจัย - ได้รับการตีพิมพ์ผลงานวิจัยตามกลุ่มศาสตร์ที่เชี่ยวชาญ - ให้ความสำคัญกับการออกแบบการวิจัย การสร้างเครื่องมือการวิจัย การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง แบบแผนการทดลอง กระบวนการเก็บรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูลจากการทำวิจัย เทคโนโลยีแพลตฟอร์มใหม่ๆ ทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลและเทคโนโลยีสารสนเทศสารสนเทศ - มีองค์ความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่พร้อมสำหรับการศึกษาค้นคว้า การเรียนรู้ เพื่อการพัฒนาต่อยอด สร้างนวัตกรรม หรือองค์ความรู้ใหม่ด้วยกระบวนการวิจัย

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	บทบาท/ความร่วมมือ	ความต้องการที่ให้ดำเนินการ
ภายนอก		
ยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580)	นำมาเป็นกรอบในการพัฒนาหลักสูตร ที่ส่งเสริมและมุ่งเน้นการจัดการศึกษาให้สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาประเทศ	กำหนดกรอบและแนวทางการพัฒนาให้หน่วยงานของรัฐทุกภาคส่วนต้องทำตาม เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ประเทศไทย ที่ว่า”ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” โดยเฉพาะยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันการลงทุนเพื่อการวิจัยและพัฒนา สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการยุคใหม่ ที่มีทักษะและจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการ ที่มีความสามารถในการแข่งขันและมีอัตลักษณ์ชัดเจน รวมถึงยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญ เพื่อพัฒนาคนในทุกมิติและในทุกช่วงวัยให้เป็นคนดี เก่ง และมีคุณภาพมีหลักคิดที่ถูกต้อง มีทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 มีทักษะสื่อสารภาษาอังกฤษและภาษาที่ 3
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ.2566 – 2570)	นำมาเป็นกรอบในการพัฒนาหลักสูตร ที่ส่งเสริมและมุ่งเน้นการจัดการศึกษาให้สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ	ยุทธศาสตร์มุ่งเน้นการพัฒนาประเทศเข้าสู่เศรษฐกิจสร้างคุณค่า สังคมเดินหน้าอย่างยั่งยืน ซึ่งการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศจำเป็นต้องอาศัยความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยเฉพาะในส่วนของการศึกษาวิจัยในเชิงลึกเพื่อให้มีการลงทุนในการสร้าง การพัฒนา และการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพสูง และเกิดอุตสาหกรรมใหม่ (New-Wave Industries) รวมทั้งอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานทางด้านชีวภาพ (Bio-Based Industry) จะเห็นว่าจากทิศทางและนโยบายดังกล่าว ทำให้จำเป็นต้องมีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพเพื่อเตรียมผลักดันนโยบายด้านต่าง ๆ ให้สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้
โมเดลเศรษฐกิจ BCG	นำมาเป็นกรอบในการพัฒนาหลักสูตร ที่ ส่งเสริมและมุ่งเน้นการจัดการศึกษาให้สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนา BCG Model	สร้างองค์ความรู้และเทคโนโลยี การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน และภูมิภาค การท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เทคโนโลยีดิจิทัลสมัยใหม่เป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งและความสามารถในการแข่งขันของประเทศ การใช้เทคโนโลยี Blockchain เป็นแพลตฟอร์มในการบริหารจัดการ การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytics) การใช้เทคโนโลยี IoT ในการจัดทำสมาร์ทฟาร์ม (Smart Farm) สร้าง Blockchain เพื่อระบุ

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	บทบาท/ความร่วมมือ	ความต้องการที่ให้ดำเนินการ
		ตัวตนเกษตรกรและที่มาของผลผลิต การทำเกษตรแม่นยำสูง (Precision Agriculture) กระแสสื่อโซเชียล ผ่านเครือข่ายยุคหน้า 5G และดิจิทัลแพลตฟอร์ม เพื่อนำมาประมวลผลและวิเคราะห์ด้วยระบบปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence, AI) เพื่อคาดการณ์โรคระบาดหรือภัยธรรมชาติได้ล่วงหน้า การใช้ระบบดิจิทัลในการตรวจสอบที่มาที่ไปของผลผลิตทางการเกษตร (Traceability) สร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวโบราณสถานโดยทำให้โบราณสถานกลับมามีชีวิตย้อนประวัติศาสตร์เสมือนจริง (Virtual Reality) การเชื่อมระบบสารสนเทศการท่องเที่ยวแบบเรียลไทม์ ช่วยสร้างแผนการท่องเที่ยวพร้อมการสำรองที่พักและตัวเดินทางด้วยระบบปัญญาประดิษฐ์ให้ตรงกับไลฟ์สไตล์ของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ทำให้เกิดการท่องเที่ยวเมืองรอง และส่งเสริมให้เกิดจำนวนของนักท่องเที่ยวเชิงคุณภาพมากขึ้น รวมถึงการหาโมเดลธุรกิจท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ท้ายที่สุดเมื่อเกิดการใช้ เทคโนโลยีดิจิทัลสมัยใหม่ในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมจะก่อให้เกิดเศรษฐกิจดิจิทัลและธุรกิจดิจิทัลสำหรับเทคโนโลยีชีวภาพใหม่ การใช้ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อเศรษฐกิจเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน ประชาชนมีรายได้ดี คุณภาพชีวิตดี รักษาและฟื้นฟูฐานทรัพยากรและความหลากหลายทางชีวภาพให้มีคุณภาพที่ดี การเตรียมกำลังคน ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ประกอบการ การยกระดับความสามารถของกำลังคน
เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน หรือ Sustainable Development Goals (SDGs)	นำมาเป็นกรอบในการพัฒนาหลักสูตร ที่ ส่งเสริมและมุ่งเน้นการจัดการศึกษาให้สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน	ทิศทางการพัฒนาดังแต่ เดือนกันยายน 2558 ถึง เดือนสิงหาคม 2573 ครอบคลุมระยะเวลา 15 ปี โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป้าหมายที่ 4 ในการสร้างหลักประกันว่าทุกคนมีการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างครอบคลุมและเท่าเทียม และสนับสนุนโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิต ให้ทุกคนเข้าถึงการศึกษาวิชาเทคนิค อาชีวศึกษา อุดมศึกษา รวมถึงมหาวิทยาลัย ที่มีราคาที่สามารถจ่ายได้และมีคุณภาพภายในปี 2573 รวมถึงด้านการเพิ่มจำนวนเยาวชนและผู้ใหญ่ที่มีทักษะที่จำเป็น รวมถึงทักษะทางเทคนิคและอาชีพ สำหรับการจ้างงาน การมีงานที่ดี และการเป็นผู้ประกอบการ และสนับสนุน

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	บทบาท/ความร่วมมือ	ความต้องการที่ให้ดำเนินการ
		โอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิต ตลอดจนการใช้โปรแกรมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร ภายในปี 2573 ประกอบกับในเป้าหมายที่ 9 ที่ต้องการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ครอบคลุมและยั่งยืน และส่งเสริมนวัตกรรมที่มุ่งเน้นในการเพิ่มพูนการวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ยกระดับขีดความสามารถทางเทคโนโลยีของภาคอุตสาหกรรมในทุกประเทศ โดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนา และกำหนดให้ภายในปี 2573 มีการส่งเสริมนวัตกรรมและให้เพิ่มจำนวนผู้ทำงานวิจัยและพัฒนา และส่งเสริมภาคสาธารณะ และเอกชนในการวิจัยและพัฒนาให้เพิ่มมากขึ้น สนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยี การวิจัย และนวัตกรรมภายในประเทศในประเทศกำลังพัฒนา
นโยบาย กระทรวง อว.ประกาศ กระทรวง อว. เรื่อง การกำหนดให้ สถาบันอุดมศึกษา สังกัดกลุ่ม สถาบันอุดมศึกษา	นำมาเป็นกรอบในการพัฒนา หลักสูตร ที่ ส่งเสริมและ มุ่งเน้นการจัดการศึกษาให้ สอดคล้องกับ นโยบาย กระทรวง อว.	ประกาศกระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เรื่อง การกำหนดให้สถาบันอุดมศึกษาสังกัดกลุ่มสถาบันอุดมศึกษา โดยมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร เป็นสถาบันอุดมศึกษาในกลุ่มที่ 3 กลุ่มพัฒนาชุมชนท้องถิ่นหรือชุมชนอื่น การพัฒนาชุมชนท้องถิ่น การพัฒนาความรู้ ทักษะ คุณลักษณะ และจริยธรรม การเรียนรู้ตลอดชีวิต นวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ คิตรีเริ่มสร้างสิ่งใหม่ ประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง รายละเอียดผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skills) จริยธรรม (Ethics) และ ลักษณะบุคคล (Character) โดยพัฒนาผ่านการเรียนรู้ และการฝึกประสบการณ์จากหลักสูตร ให้มีความเหมาะสมกับแต่ละระดับมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา ด้านความรู้ ความรู้ที่จำเป็นและเพียงพอต่อการนำไปปฏิบัติต่อยอดความรู้ เชื่อมโยงความรู้ และการใช้กระบวนการวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ที่นำไปสู่การแก้ปัญหาแบบองค์รวม ซึ่งเป็นที่ยอมรับ และอ้างอิงได้ และหรือปรับใช้ในบริบทอื่นได้ ด้านทักษะ การเรียนรู้การเรียนรู้ด้วยตนเอง และทักษะการสร้างความรู้ในการปฏิบัติ การคิตรีเริ่มสร้างสรรค์ เพื่อสร้างองค์

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	บทบาท/ความร่วมมือ	ความต้องการที่ให้งานดำเนินการ
		ความรู้ใหม่เชิงวิชาการหรือวิชาชีพในระดับที่อ้างอิงหรือปรับใช้ในบริบทอื่นได้ และทักษะด้านดิจิทัล ด้านจริยธรรม เป็นพฤติกรรมหรือการกระทำระดับบุคคลที่สะท้อนถึงความเป็นผู้มีคุณธรรม ศีลธรรม และจรรยาบรรณเพื่อประโยชน์ส่วนรวมและส่วนตนทั้งต่อหน้าและลับหลังผู้อื่น โดยการกระทำที่เป็นไปตามกฎกติกา และเกิดประโยชน์ต่อสังคม การหลีกเลี่ยงการกระทำสิ่งผิดกฎกติกาของสังคม และไม่ทำผิดกฎหมาย ทั้งนี้ หลักสูตรต้องกำหนดจริยธรรมที่เหมาะสมกับสาขาวิชาในแต่ละระดับคุณวุฒิ และจริยธรรมเฉพาะวิชาชีพที่กำหนดโดยสภาวิชาชีพ หรือประชาคมวิชาชีพ หรือจรรยาบรรณในการประกอบอาชีพ ด้านลักษณะบุคคล เป็นบุคลิกภาพ ลักษณะนิสัย ค่านิยม ที่สะท้อนคุณลักษณะเฉพาะศาสตร์ วิชาชีพ และสถาบัน โดยพัฒนาผ่านการเรียนรู้และการฝึกประสบการณ์จากหลักสูตร ทั้งลักษณะบุคคลทั่วไป และ ลักษณะบุคคลตามวิชาชีพ หรือตามศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง
ประกาศ คณะกรรมการ มาตรฐานการ อุดมศึกษา เรื่อง รายละเอียดผลลัพธ์ การเรียนรู้ตาม มาตรฐานคุณวุฒิ ระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565	นำมาเป็นกรอบในการพัฒนา หลักสูตร ที่ส่งเสริมและ มุ่งเน้นการจัดการศึกษาให้ สอดคล้องกับ ผลลัพธ์การ เรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิ ระดับอุดมศึกษา	ที่กำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ตามคุณวุฒิแต่ละระดับที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของหลักสูตร 4 ด้านคือ ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skills) จริยธรรม (Ethics) และลักษณะบุคคล (Character) มีการพัฒนาให้เกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต
กรอบคุณวุฒิแห่งชาติ (National Qualifications Framework: NQF)	นำมาเป็นกรอบในการพัฒนา หลักสูตร ที่ ส่งเสริมและ มุ่งเน้นการจัดการศึกษาให้ สอดคล้องกับ กรอบคุณวุฒิ แห่งชาติ	การกำหนดกรอบคุณวุฒิการศึกษาาระดับปริญญาปริญญาตรี โดยกำหนดในระดับที่ 6 ได้กำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ตามระดับคุณวุฒิ ตามกรอบคุณวุฒิแห่งชาติ ดังนี้ 1. ความรู้ (Knowledge) ความรู้ทางทฤษฎีและเทคนิคเฉพาะทางอย่างกว้างขวางและเป็นระบบในงานอาชีพ 2. ทักษะ (Skills) ทักษะในการคิดวิเคราะห์ วิจัยและเปรียบเทียบปัญหา

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	บทบาท/ความร่วมมือ	ความต้องการที่ให้ดำเนินการ
		3. ความสามารถในการประยุกต์ใช้และความรับผิดชอบ (Application and Responsibility) 3.1 แก้ไขปัญหาที่ซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา (Complex and Changing) 3.2 สามารถริเริ่มปรับปรุงวางแผนกลยุทธ์ในการแก้ปัญหาที่ซับซ้อนและเป็นนามธรรมในการปฏิบัติงานรวมทั้งวางแผนและการบริหารและการจัดการในสาขาอาชีพ
ประกาศ คณะกรรมการ มาตรฐานการ อุดมศึกษา เรื่อง เกณฑ์มาตรฐาน หลักสูตรระดับ ปริญญาตรี พ.ศ.2565	นำมาเป็นกรอบในการพัฒนา หลักสูตร ที่ ส่งเสริมและ มุ่งเน้นการจัดการศึกษาให้ สอดคล้องกับมาตรฐานการ อุดมศึกษา	ปรัชญาและวัตถุประสงค์ มุ่งให้การผลิตบัณฑิตมีความสัมพันธ์ สอดคล้องกับแผนพัฒนาการศึกษาระดับอุดมศึกษาของชาติ ปรัชญาของการอุดมศึกษา ปรัชญาของสถาบันอุดมศึกษา และ มาตรฐานวิชาการและวิชาชีพที่เป็นสากลให้การผลิตบัณฑิต ระดับอุดมศึกษาอยู่บนฐานความเชื่อว่าการศึกษามีคุณภาพ ต้อง เป็นบุคคลที่มีจิตสำนึกของความเป็นพลเมืองดีที่สร้างสรรค์ ประโยชน์ต่อสังคม และมีศักยภาพในการพึ่งพาตนเอง บนฐานภูมิปัญญาไทยภายใต้กรอบศีลธรรมจรรยาอันดีงาม เพื่อ นำพาประเทศสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนและทัดเทียมมาตรฐานสากล มี วัตถุประสงค์เพื่อกำกับส่งเสริมกระบวนการผลิตบัณฑิตที่เน้น การพัฒนาผู้เรียน ให้มีลักษณะของความเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ สามารถดำรงตนอยู่ในสังคมพหุวัฒนธรรมภายใต้กระแส โลกาภิ วัตน์ที่มีการสื่อสารแบบไร้พรมแดน มีศักยภาพในการเรียนรู้ ตลอดชีวิต มีความสามารถในการปฏิบัติงานได้ตามกรอบ มาตรฐานและจรรยาบรรณที่กำหนด สามารถสร้างสรรค์งานที่ เกิดประโยชน์ ต่อตนเองและสังคมทั้งในระดับท้องถิ่นและสากล

ตาราง ก-3 การสกัดความต้องการ (Needs) ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

กลุ่ม SHs	Needs/ Requirements	Sum of Needs	Corresponding. PLOs
มหาวิทยาลัย	ประยุกต์ใช้ความรู้ด้าน บริหารธุรกิจเพื่อ ท้องถิ่น	- ความรู้เกี่ยวกับการ บริหารธุรกิจ และ ความรู้	PLO 1 อธิบายความรู้ ด้านบริหารธุรกิจและ

กลุ่ม SHs	Needs/ Requirements	Sum of Needs	Corresponding. PLOs
คณะวิทยาการจัดการ	มีความรู้เกี่ยวกับ บริหารธุรกิจและ สามารถทำงานร่วมกับ ผู้อื่นได้	ด้านการตลาด - ประยุกต์ใช้ทักษะ ทางการตลาดเพื่อ ส่งเสริมการ	โปรแกรมประยุกต์ทาง ธุรกิจดิจิทัลได้ PLO 2 ประยุกต์ใช้องค์ ความรู้ทางการตลาดใน
อาจารย์	- มีการพัฒนาหลักสูตร ที่เน้นการฝึกทักษะและ ปฏิบัติจริง - มีรายวิชาที่เน้น การตลาดเพื่อธุรกิจ สมัยใหม่ และวิเคราะห์ ข้อมูลทางธุรกิจ	บริหารธุรกิจได้ - มีทักษะการผลิตสื่อ และสร้างเนื้อหาดิจิทัล การใช้งานซอฟต์แวร์ เพื่อการจัดการธุรกิจ - มีความซื่อสัตย์และมี จริยธรรมทางการตลาด	การออกแบบกิจกรรม ทางการตลาดเพื่อ ตอบสนองความต้องการ ของผู้บริโภคที่มีการ เปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย (K) PLO 3 จัดกิจกรรม
ผู้ใช้บัณฑิตและหน่วย ฝึกประสบการณ์ วิชาชีพ	- ต้องการบัณฑิตที่มี ทักษะด้านการใช้ เทคโนโลยีใหม่ และตรง ตามความต้องการของ สถานประกอบการ - ต้องการบัณฑิตที่มี ทักษะในการนำเสนอ งานคิดวิเคราะห์ และ ออกแบบงานแบบ สร้างสรรค์ตาม สถานการณ์	และศีลธรรมในการ ดำเนินธุรกิจ ตลอดจน มีทัศนคติต่อวิชาชีพ - มีความสามารถในการ ทำงานเป็นทีม ร่วมกับผู้อื่น และชุมชน ท้องถิ่นได้ มี บุคลิกภาพที่ดีและ ความมั่นใจในตนเอง รับผิดชอบต่อหน้าที่ มี ความมุ่งมั่นในการทำ ประโยชน์เพื่อสังคม และชุมชน	ทางการตลาด โดยใช้ ทักษะการเรียนรู้ด้วย ตนเอง และทางดิจิทัล (S) PLO 4 ปฏิบัติตนอย่างมี จรรยาบรรณในวิชาชีพ ของนักการตลาดโดย แสดงออกถึงการมี จรรยาบรรณในวิชาชีพ ของนักการตลาด อย่าง มีความรับผิดชอบ ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
ศิษย์เก่า	- มีความสามารถในการ ใช้สื่อดิจิทัล และ สามารถสื่อสาร ภาษาอังกฤษได้		(E) PLO 5 ปฏิบัติตนในการ ทำงานร่วมกับบุคคลทุก

กลุ่ม SHs	Needs/ Requirements	Sum of Needs	Corresponding. PLOs
	- การสร้างรายได้จากด้านออนไลน์ การไลฟ์สด และได้ปฏิบัติจริงเพื่อสร้างรายได้ - มีบุคลิกภาพที่ดีและคำนึงถึงจริยธรรม		ระดับในสถานการณ์ที่หลากหลาย (C)
นักศึกษา	- เพิ่มรายวิชาเกี่ยวกับด้านดิจิทัล เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง - มีการส่งเสริมการทำงานเป็นทีม และการสื่อสารในองค์กร - มีการปฏิบัติการบ่มเพาะการเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ และสามารถสร้างรายได้ระหว่างเรียนได้		

ตาราง ก-4 ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs)

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)	ประเภทของ PLOs		Bloom's Taxonomy		
	GLOs	SSLOs	Knowledge	Skill	Attitude*
PLO1: อธิบายความรู้ด้านบริหารธุรกิจและโปรแกรมประยุกต์ทางธุรกิจดิจิทัลได้	✓		Ap	S3	
PLO2: ประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางการตลาดในการออกแบบกิจกรรมทางการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย (K3)		✓	AP		
PLO3: จัดกิจกรรมทางการตลาด โดยใช้ทักษะการเรียนรู้ด้วยตนเอง และทางดิจิทัล (S3)		✓	C	S3	

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)	ประเภทของ PLOs		Bloom's Taxonomy		
	GLOs	SSLOs	Knowledge	Skill	Attitude*
PLO4: ปฏิบัติตนอย่างมีจรรยาบรรณในวิชาชีพของนักการตลาดโดยแสดงออกถึงการมีจรรยาบรรณในวิชาชีพของนักการตลาด อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (E)		✓	K	✓	E3
PLO5: ปฏิบัติตนในการทำงานร่วมกับบุคคลทุกระดับในสถานการณ์ที่หลากหลาย (C)	✓				✓

ตารางที่ ก-5 ตารางวิเคราะห์ความสอดคล้องของ PLOs

ปรัชญา วิสัยทัศน์ พันธกิจ คุณลักษณะของบัณฑิต และ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ความสอดคล้องของ PLOs				
	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5
1. ปรัชญาการศึกษาของมหาวิทยาลัย	P	F	F	F	M
2. วิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัย	P	P	P	F	P
3. พันธกิจของมหาวิทยาลัย	F	P	M	M	P
4. อัตลักษณ์นักศึกษาของมหาวิทยาลัย	P	P	M	M	M
5. วิสัยทัศน์ของคณะ	F	F	M	F	M
6. พันธกิจของคณะ	F	F	M	F	M
7. ปรัชญาของหลักสูตร	F	F	F	F	F
8. วัตถุประสงค์ของหลักสูตร	F	F	F	F	F
9. ผู้ใช้บัณฑิต	F	F	F	F	M
10. ศิษย์เก่า/บัณฑิต	F	F	F	F	M
11. นักศึกษาปัจจุบัน	F	F	F	F	M
12. นักศึกษาในอนาคต	F	F	F	M	M
13. สป.อว.	M	P	F	M	P
14. นโยบายภาครัฐ	M	P	F	M	P

หมายเหตุ F: Fully fulfilled, M: Moderate fulfilled, P: Partially fulfilled

ตารางที่ ก-6 ความสัมพันธ์ของผลลัพธ์การเรียนรู้ (PLOs) กับความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs)	อาจารย์	มรм./ คณะ	นักศึกษา ปัจจุบัน	ผู้ใช้ บัณฑิต	ศิษย์เก่า	นักศึกษา ในอนาคต
PLO1: อธิบายความรู้ด้านบริหารธุรกิจ และโปรแกรมประยุกต์ทางธุรกิจดิจิทัล ได้	✓		✓			✓
PLO2: ประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทาง การตลาดในการออกแบบกิจกรรม ทางการตลาดเพื่อตอบสนองความ ต้องการของผู้บริโภคที่มีการ เปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย	✓	✓	✓	✓	✓	✓
PLO3: จัดกิจกรรมทางการตลาด โดยใช้ ทักษะการเรียนรู้ด้วยตนเอง และทาง ดิจิทัล	✓		✓	✓	✓	✓
PLO4: ดำเนินงานทางการตลาดโดย แสดงออกถึงการมีจรรยาบรรณใน วิชาชีพของนักการตลาด ด้วยการ ดำเนินงานทางการตลาดที่มีความ รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	✓	✓		✓		
PLO5: ทำงานร่วมกับบุคคลทุกระดับใน สถานการณ์ที่หลากหลาย		✓	✓	✓	✓	

PLO1: อธิบายความรู้ด้านบริหารธุรกิจและโปรแกรมประยุกต์ทางธุรกิจดิจิทัลได้
ความต้องการของ SH's
- ความรู้ทางด้านภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ - ความรู้ด้านหลักการตลาด - ความรู้ด้านบัญชี - ความรู้ด้านกฎหมายธุรกิจ - ความรู้ด้านภาษีอากรและการเงินทางธุรกิจ - ความรู้ด้านเทคโนโลยีเพื่อการดำเนินงานทางธุรกิจ - ความรู้ด้านเศรษฐศาสตร์ - ความรู้พื้นฐานทางด้านสถิติ

PLO2: ประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางการตลาดในการออกแบบกิจกรรมทางการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย
ความต้องการของ SH's
- การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค - การตลาดเชิงข้อมูล - นวัตกรรมทางการตลาด - การตลาดเพื่อสร้างความสามารถในการทำกำไร - การเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ทางการตลาด - การสื่อสารการตลาดและเทคนิคการขาย - การตลาดบริการ - การออกแบบเนื้อหาการตลาดออนไลน์ - การจัดการช่องทางการตลาด - การออกแบบตราสินค้า - การตลาดเพื่อสร้างธุรกิจใหม่ - การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ - การวัดและการประเมินผลทางการตลาด

PLO3: ประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางการตลาดในการออกแบบกิจกรรมทางการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย
ความต้องการของ SH's
- การคิดเชิงสร้างสรรค์ - การนำเสนอสินค้าหรือบริการที่เหมาะสม - การมีปฏิสัมพันธ์ - การทำงานเป็นทีม - การสื่อสารภาษาอังกฤษ - การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ทางการตลาด

PLO4: ดำเนินงานทางการตลาดโดยแสดงออกถึงการมีจรรยาบรรณในวิชาชีพของนักการตลาด ด้วยการดำเนินงานทางการตลาดที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
ความต้องการของ SH's
- การมีจรรยาบรรณในวิชาชีพ - ความซื่อสัตย์และความรับผิดชอบต่อสังคม - การมีจิตอาสา - การมีความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น - การยอมรับความหลากหลายทางสังคมและ วัฒนธรรม

PLO5: ทำงานร่วมกับบุคคลทุกระดับในสถานการณ์ที่หลากหลาย
- การใฝ่หาความรู้เพื่อพัฒนาตนเอง - ความเป็นผู้นำ เชื่อมั่นในตนเอง - การมีบุคลิกภาพที่ดี การแต่งกายสุภาพ รู้จักกาลเทศะ - การทำงานเป็นทีม

ภาคผนวก ข ตารางการออกแบบรายวิชาของหลักสูตร ตามแนวทาง BCD
(หมวดวิชาบังคับ)

ตารางที่ ข-1 การออกแบบรายวิชาตามแนวทาง BCD

PLOs	ความรู้ (Knowledge)	ทักษะเฉพาะ (Specific Skill)	ทักษะทั่วไป (Generic skill)	เจตคติ (Affection)		รายวิชา (Course)
				Ethics	Character	
PLO 1 อธิบาย ความรู้ด้าน บริหารธุรกิจ และโปรแกรม ประยุกต์ทาง ธุรกิจดิจิทัลได้ (K2)	ความรู้เกี่ยวกับการใช้ ภาษาอังกฤษในบริบทของ ธุรกิจ ความรู้เบื้องต้น เกี่ยวกับหลักการตลาด ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ การวางแผน และจัดทำกล ยุทธ์การตลาด ความรู้ด้าน บริหารธุรกิจและการ จัดการองค์กร ความรู้ เกี่ยวกับการบริหาร ทรัพยากรมนุษย์ หลักการใช้งานคลาวด์ ความรู้ในการใช้โปรแกรม ประยุกต์ ความรู้เบื้องต้น และวิเคราะห์รายการค้า รายการในสมุดรายวัน สมุดบัญชีแยกประเภท และทำงบทดลอง ความรู้ในการจัดทำ กระดาษทำ การงบผลดำเนินงานและ งบฐานะการเงิน การ ปรับปรุงและปิดบัญชี ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ รายการบันทึกบัญชีขั้นต้น การจัดทำงบการเงิน เกี่ยวกับกิจการให้บริการ และกิจการซื้อมาขายไป ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ การบัญชี ต้นทุนและ อัตราส่วนทางการเงิน ความรู้ในการวิเคราะห์	1. วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติในเชิง ธุรกิจ 2. เลือกใช้สถิติที่ เหมาะสมกับการ วิจัย 3. สร้างเครื่องมือ ในการเก็บข้อมูล และหาคุณภาพ ของเครื่องมือ 4. ใช้โปรแกรม ประยุกต์ 5. วิเคราะห์ข้อมูล ทางการบัญชีเพื่อ การตัดสินใจทาง ธุรกิจ 6. วิเคราะห์ อัตราส่วนทาง การเงิน 7. วางแผนและ จัดทำงบการเงิน 8. วางแผนทาง การเงินและภาษี อากรธุรกิจ 9. วิเคราะห์ความ เสี่ยงทางการเงิน 10. วิเคราะห์ หลักการและ ทฤษฎี เศรษฐศาสตร์	1. วิเคราะห์ สังเคราะห์สรุป ข้อมูล 2. ใช้งาน อินเทอร์เน็ต เพื่อจัดการ ข้อมูล 3. ใช้โปรแกรม พิมพ์สัมผัส 4. จัดการข้อมูล บนคลาวด์	1. ใช้ โปรแกรม ประยุกต์ที่มี ลิขสิทธิ์ 2. มี จรรยาบรรณ ในการทำวิจัย 3. ความ ซื่อสัตย์ ความ รับผิดชอบ 4. วุฒิภาวะ ทางอารมณ์ เคารพ กฎระเบียบ 5. มี จริยธรรมต่อ สังคมและ องค์กร 6. ใช้งาน เทคโนโลยี ดิจิทัลอย่าง มีจริยธรรม	1. มี บุคลิกภาพ การเป็นนัก จัดการธุรกิจ ดิจิทัล 2. กล้าแสดง ออกและ ทำงานเป็น ทีม 3. ปรับตัว และเรียนรู้ สิ่งใหม่ ๆ อย่างรวดเร็ว 4. กรอบ ความ คิดแบบเติบโต (Growth Mindset) 5. ความ รอบคอบ และมั่นใจใน ตนเอง	1. รายวิชา ภาษาอังกฤษ ธุรกิจ 2. รายวิชา หลักการ ตลาด 3. รายวิชา องค์การและ พฤติกรรม องค์การ 4. ทักษะการ ใช้เทคโนโลยี ดิจิทัล 5. รายวิชา หลักการ บัญชี 6. รายวิชา บัญชีเพื่อการ จัดการ 7. รายวิชา เศรษฐศาสตร์ สำหรับ บริหารธุรกิจ 8. รายวิชา กฎหมาย ธุรกิจ 9. รายวิชา สถิติเพื่อ ธุรกิจและ การวิจัย 10. รายวิชา การเงินและ

PLOs	ความรู้ (Knowledge)	ทักษะเฉพาะ (Specific Skill)	ทักษะทั่วไป (Generic skill)	เจตคติ (Affection)		รายวิชา (Course)
				Ethics	Character	
	ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อ การตัดสินใจทางธุรกิจ ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ หลัก และ ทฤษฎี เศรษฐศาสตร์ที่นำไป ประยุกต์ใช้ในทางธุรกิจ ความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย ในการดำเนินธุรกิจ แนวคิดพื้นฐานของสถิติ และข้อมูล การวิเคราะห์ และออกแบบ เลือกใช้ สถิติที่เหมาะสมกับการ วิจัย ความรู้พื้นฐาน ทางการเงิน ความรู้ พื้นฐานทางด้านภาษีอากร ธุรกิจ					ภาษีอากร ธุรกิจ
PLO2 ประยุกต์ใช้องค์ ความรู้ทาง การตลาดใน การออกแบบ กิจกรรม ทางการตลาด เพื่อตอบสนอง ความต้องการ ของผู้บริโภคที่มี การ เปลี่ยนแปลง ตามยุคสมัย(K3)	ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรม ผู้บริโภค ความรู้พื้นฐาน ด้านการตลาด การ วางแผน และกลยุทธ์ การตลาด ความรู้ด้าน การตลาดดิจิทัล นวัตกรรมทางการตลาด และความรู้ทางการตลาด เฉพาะด้าน ความรู้ทางสถิติ การ วิเคราะห์ ระเบียบวิธีวิจัย ทางการตลาด และการ สร้างองค์ความรู้ทาง การตลาด ความรู้พื้นฐาน ทางด้านการธุรกิจและ การตลาดสำหรับการเป็น ผู้ประกอบการรายใหม่ ความรู้ด้านการประเมิน ผลตอบแทน และ	1. ออกแบบ กิจกรรมทางการ ตลาด 2. วิเคราะห์ พฤติกรรมผู้บริโภค 3. การวางแผน การตลาด 4. การติดตาม ความ เคลื่อนไหว ทางการตลาด 5. การทำ การตลาด ดิจิทัล	1. บอกร วิธีการ 2. ยกตัวอย่าง/ สถิติ 3. วิเคราะห์ สังเคราะห์ สรุป ข้อมูล 4. พยากรณ์ แนวโน้ม 5. สืบค้น ข้อมูลจาก แหล่งต่างๆ 6. ใช้ เทคโนโลยี เพื่อสืบค้น ข้อมูล 7. ประยุกต์ใช้ เทคโนโลยี คอมพิวเตอร์	1. ความ ซื่อสัตย์ ความ รับผิดชอบ 2.จรรยาบรรณ ของนักการ ตลาด 3. วุฒิภาวะ ทางอารมณ์ เคารพ กฎระเบียบ 4. การยอมรับ ความ แตกต่างทาง วัฒนธรรม 5. ความมี วินัย	1. กรอบ ความคิด แบบเติบโต (Growth Mindset) 2. ความ กระตือรือร้น ใฝ่รู้ ใฝ่เรียน 3. ความ มั่นใจใน ตนเอง 4. ความ รอบคอบ	1. รายวิชา การสื่อสาร การตลาด และเทคนิค การขาย 2. รายวิชา ดิจิทัลและ การตลาด เชิงข้อมูล 3. รายวิชา การตลาด บริการใน ยุคดิจิทัล 4. รายวิชา การตลาด เพื่อสังคม สิ่งแวดล้อม และ จริยธรรม5. รายวิชา

PLOs	ความรู้ (Knowledge)	ทักษะเฉพาะ (Specific Skill)	ทักษะทั่วไป (Generic skill)	เจตคติ (Affection)		รายวิชา (Course)
				Ethics	Character	
	ประสิทธิผลในการดำเนิน กิจกรรมทางการตลาด		8. เลือกใช้ สื่อ 9. การ สื่อสาร 10. การคิด เชิง สร้างสรรค์ 11. การ ทำงานเป็น ทีม 12. การปรับตัว เข้าสังคม 13. การนำเสนอ			การวิจัยทาง การตลาด 6. รายวิชา สัมมนา ทางการ ตลาด 7. รายวิชา การตลาด สินค้าแฟชั่น ยุคดิจิทัล 8. รายวิชา การออกแบบ เนื้อหา การตลาด ออนไลน์ 9. รายวิชา การจัดการ การตลาด และห่วงโซ่ อุปทาน 10. รายวิชา การตลาด ผ่านผู้มี อิทธิพลบน สื่อออนไลน์ 11. รายวิชา การ ออกแบบ ตราสินค้า และบรรจุ ภัณฑ์ 12. รายวิชา การตลาด เพื่อการ สร้างธุรกิจ ใหม่และ

PLOs	ความรู้ (Knowledge)	ทักษะเฉพาะ (Specific Skill)	ทักษะทั่วไป (Generic skill)	เจตคติ (Affection)		รายวิชา (Course)
				Ethics	Character	
						ธุรกิจ ท้องถิ่น 13. รายวิชา การตลาด ผลิตภัณฑ์ คราม สกลนคร 14. รายวิชา การจัดการ ลูกค้า สัมพันธ์ทาง สื่อสังคม 15. รายวิชา การวัดและ การ ประเมินผล ทาง การตลาด 16. รายวิชา การตลาด ข้าม วัฒนธรรม ระดับโลก
PLO3 จัด กิจกรรม ทางการตลาด โดยใช้ทักษะ การเรียนรู้ด้วย ตนเอง และทาง ดิจิทัล (S3)	ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรม ผู้บริโภค ความรู้พื้นฐาน ด้านการตลาด การ วางแผน และกลยุทธ์ การตลาด ความรู้ด้าน การตลาด ดิจิทัล นวัตกรรมทางการตลาด และความรู้ทางการตลาด เฉพาะด้าน ความรู้ทางสถิติ การ วิเคราะห์ ระเบียบวิธีวิจัย ทางการตลาด และการ สร้างองค์ความรู้ทาง	1. ออกแบบ กิจกรรมทาง การตลาด 2. วิเคราะห์ พฤติกรรมผู้บริโภค 3. การวางแผน การตลาด 4. การติดตาม ความ เคลื่อนไหว ทางการตลาด 5. การทำ การตลาด	1. อธิบาย ความหมาย วิธีการ 2. บอก ความสำคัญ วิธีการ ความรู้ 3. ยกตัวอย่าง 4. วิเคราะห์ สังเคราะห์ สรุป ข้อมูล	1. ความ ซื่อสัตย์ ความ รับผิดชอบ 2. จรรยาบรรณ ของนักการ ตลาด 3. ภูมิภาวะ ทางอารมณ์ เคารพ กฎระเบียบ	1. กรอบ ความคิด แบบเติบโต (Growth Mindset) 2. ความ กระตือรือร้น ใฝ่รู้ใฝ่เรียน 3. ความ มั่นใจ ในตนเอง	1. รายวิชา การจัดการ ผลิตภัณฑ์ ราคา และ โครงสร้าง ต้นทุน 2. รายวิชา การจัดการ ช่องทาง การตลาด และโลจิสติกส์

PLOs	ความรู้ (Knowledge)	ทักษะเฉพาะ (Specific Skill)	ทักษะทั่วไป (Generic skill)	เจตคติ (Affection)		รายวิชา (Course)
				Ethics	Character	
	การตลาด ความรู้พื้นฐานทางด้านธุรกิจและการตลาดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ ความรู้ด้านการประเมินผลตอบแทนและประสิทธิผลในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด ความรู้ด้านการสื่อสารทางการตลาด	ดิจิทัล	5. พยากรณ์แนวโน้ม 6. สืบค้นข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ 7. ใช้เทคโนโลยีเพื่อสืบค้นข้อมูล 8. เลือกใช้สื่อ 9. การสื่อสาร 10. การคิดเชิงสร้างสรรค์ 11. การทำงานเป็นทีม 12. การปรับตัวเข้าสู่สังคม 13. การนำเสนอ	4. การยอมรับความแตกต่างทางวัฒนธรรม 5. การรู้จักกาลเทศะ		3. รายวิชาการสื่อสารการตลาดและเทคนิคการขาย 4. รายวิชาเทคโนโลยีดิจิทัลและการตลาดเชิงข้อมูล 5. รายวิชาการตลาดผ่านผู้มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์ 6. รายวิชาการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ 7. รายวิชาการตลาดเพื่อการสร้างธุรกิจใหม่และธุรกิจท้องถิ่น 8. รายวิชาการตลาดผลิตภัณฑ์ครามสกกลนคร 9. รายวิชาการจัดการลูกค้า

PLOs	ความรู้ (Knowledge)	ทักษะเฉพาะ (Specific Skill)	ทักษะทั่วไป (Generic skill)	เจตคติ (Affection)		รายวิชา (Course)
				Ethics	Character	
						สัมพันธ์ทาง สื่อสังคม 10. รายวิชา การวัดและ การ ประเมินผล ทาง การตลาด
PLO4 ปฏิบัติ ตนอย่างมี จรรยาบรรณใน วิชาชีพของ นักการตลาด โดยแสดงออก ถึงการมี จรรยาบรรณใน วิชาชีพของ นักการตลาด อย่างมีความ ความ รับผิดชอบต่อ สังคมและ สิ่งแวดล้อม	จ ร ย ิ ย ธิ ร ร ม และ จรรยาบรรณทางการ ตลาด การวิจัย และการ ประกอบการ การ ดำเนินงานทางการตลาด ที่มีความรับผิดชอบต่อ สังคม การจัดกิจกรรมทางการ ตลาดที่ความเคารพสิทธิ ส่วนบุคคล ความเข้าใจในการ ดำเนินงานทางการตลาด ภายใต้วัฒนธรรมที่ หลากหลาย	1. การบริหาร ความสัมพันธ์กับ ลูกค้า 2. การดูแล ช่วยเหลือลูกค้า กลุ่มพิเศษ 3. การดำเนินงาน ทาง การตลาดในพหุ วัฒนธรรม		1. ความ ซื่อสัตย์ ความ รับผิดชอบ 2.จรรยาบรรณ และจริยธรรม ของนักการ ตลาด 3. วุฒิภาวะ ทางอารมณ์ 4. การยอมรับ ความ แตกต่างทาง วัฒนธรรม 5. การรู้จัก กาลเทศะ 6. ความเห็น อกเห็นใจ ผู้อื่น 7. เคารพ กฎระเบียบ	1. โอบอ้อม อารี ช่วยเหลือ ลูกค้า 2. อ่อนโยน อ่อนน้อม 3. แต่งกายดี สะอาด 4. มีมารยาท 5. มุ่งมั่น ไม่ย่อท้อต่อ อุปสรรค	1. รายวิชา จิตวิทยาและ พฤติกรรม ผู้บริโภคทาง การตลาด 2. รายวิชา การสื่อสาร การตลาด และเทคนิค การขาย 3. รายวิชา เทคโนโลยี ดิจิทัลและ การตลาด เชิงข้อมูล 4. รายวิชา การ ออกแบบ เนื้อหา การตลาด ออนไลน์ 5. รายวิชา การจัดการ การตลาด และห่วงโซ่ อุปทาน 6. รายวิชา การตลาด

PLOs	ความรู้ (Knowledge)	ทักษะเฉพาะ (Specific Skill)	ทักษะทั่วไป (Generic skill)	เจตคติ (Affection)		รายวิชา (Course)
				Ethics	Character	
						เพื่อการ สร้างธุรกิจ ใหม่และ ธุรกิจ ท้องถิ่น 7. รายวิชา การจัดการ ลูกค้า สัมพันธ์ทาง สื่อสารสังคม
PLO5 ปฏิบัติ ตนในการ ทำงานร่วมกับ บุคคลทุกระดับ ในสถานการณ์ ที่หลากหลาย	การจัดกิจกรรมทางการ ตลาดที่ความเคารพสิทธิ ส่วนบุคคล ความเข้าใจในการ ดำเนินงานทางการตลาด ภายใต้วัฒนธรรมที่ หลากหลาย ความรู้ในการพัฒนา และ การบริหารจัดการตัวเอง และผู้อื่น ความรู้เกี่ยวกับการ ประกอบอาชีพ ความรู้ ด้านการบริหารจัดการ องค์การทางการตลาด	ดำเนินงานทาง การตลาดในพหุ วัฒนธรรม	1. บริหารจัดการ เพื่อจัดกิจกรรม ร่วมกับผู้อื่น 2. สร้างสรรค์ เสนอวิธีการ แก้ปัญหา 3. ใช้ภาษาอังกฤษ ได้ 4. ทักษะติดต่อ สื่อสาร ประสานงาน ระดับหน่วยงาน 5. เคารพ ความคิดเห็น ของผู้อื่น 6. ทักษะการเป็น ผู้ประกอบการ 7. ทักษะ การเจรจา ต่อรอง และ ภาวะผู้นำ	1. กรยอมรับ ความ แตกต่างทาง วัฒนธรรม 2. การ ยอมรับความ หลากหลาย ของตัวบุคคล 3. การ ปรับตัวให้ เข้ากับ สถานการณ์ ต่างๆ 4. ความเห็น อกเห็นใจ ผู้อื่น 5. มี จริยธรรมใน การทำงาน 6. มีจิต สาธารณะ	1. แสดง บทบาทผู้นำ และผู้ตามที่ดีเมื่อทำงาน ร่วมกับผู้อื่น 2. การรับฟัง ความคิดเห็น ของผู้อื่น 3. มี ความคิด ที่ทันสมัย ทัน เหตุการณ์	1. รายวิชา จิตวิทยาและ พฤติกรรม ผู้บริโภคทาง การตลาด 2. รายวิชา การจัดการ ช่องทาง การตลาด และโลจิสติกส์ 3. รายวิชา การตลาด ผ่านผู้มี อิทธิพลบน สื่อออนไลน์ 4. รายวิชา การ ออกแบบ ตราสินค้า และบรรจุ ภัณฑ์ 5. รายวิชา การตลาด เพื่อการ สร้างธุรกิจ

PLOs	ความรู้ (Knowledge)	ทักษะเฉพาะ (Specific Skill)	ทักษะทั่วไป (Generic skill)	เจตคติ (Affection)		รายวิชา (Course)
				Ethics	Character	
						ใหม่และ ธุรกิจ ท้องถิ่น

ภาคผนวก ค ตารางเปรียบเทียบการปรับปรุงหลักสูตร

หัวข้อ	หลักสูตรฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2569	สาระของการปรับปรุง
ชื่อหลักสูตร			
ภาษาไทย	บริหารธุรกิจบัณฑิต	บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด	เนื่องจากให้ตรงตามคุณวุฒิ การศึ กษาของอาจารย์ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ความ ต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วน เสีย และความเชี่ยวชาญของ อาจารย์
ภาษาอังกฤษ	Bachelor of Business Administration	Bachelor of Business Administration Program in Marketing	
ชื่อปริญญาและสาขาวิชา			
ชื่อเต็ม (ไทย)	บริหารธุรกิจบัณฑิต	บริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาวิชาการตลาด)	เนื่องจากการบริหารจัดการ ของคณะวิทยาการจัดการ กำหนดให้มีการแยกหลักสูตร ตามสาขาวิชาเพื่อ ความ คล่องตัวในการบริหารจัดการ และความเป็นเอกเทศ
ชื่อย่อ (ไทย)	บธ.บ.	บธ.บ. (การตลาด)	
ชื่อเต็ม (อังกฤษ)	Bachelor of Business Administration	Bachelor of Business Administration (Marketing)	
ชื่อย่อ (อังกฤษ)	B.B.A.	B.B.A. (Marketing)	
โครงสร้างหลักสูตร			
หน่วยกิตรวม ตลอดหลักสูตร	ไม่น้อยกว่า 127 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิต	ลดจำนวนหน่วยกิตจาก จำนวนวิชาศึกษาทั่วไปที่ ลดลง
หมวดวิชา			
1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต	เนื่องจากความต้องการของ ผู้ มี ส่วนได้ ส่วนเสียใน การจัดการเนื่อหาของ หลักสูตรมีความเหมาะสมใน ด้านหน่วยกิต และเนื้อหา สาระในการเรียนรู้ และ นโยบายจากสำนักวิชาศึกษา ทั่วไป
1.1) รายวิชาบังคับ	12	9	
1.2) รายวิชาเลือก	18	ไม่น้อยกว่า 15	
2) หมวดวิชาเฉพาะ	ไม่น้อยกว่า 91 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 90 หน่วยกิต	
2.1) กลุ่มวิชาแกน บริหารธุรกิจ	36	30	
2.2) กลุ่มวิชาเอกบังคับ	30	30	
2.3) กลุ่มวิชาเอกเลือก	ไม่น้อยกว่า 18	ไม่น้อยกว่า 24	

หัวข้อ	หลักสูตรฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2569	สาระของการปรับปรุง
2.3) กลุ่มประสบการณ์วิชาชีพ	7	6	
3) หมวดวิชาเสรี	ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต	
หมวดวิชาเฉพาะ			
1. กลุ่มวิชาแกนบริหารธุรกิจ			
	ภาษาอังกฤษธุรกิจ	ภาษาอังกฤษธุรกิจ	แก้ไขคำอธิบายรายวิชา
	กฎหมายธุรกิจ	กฎหมายธุรกิจ	แก้ไขคำอธิบายรายวิชา
	สถิติเพื่อธุรกิจและการวิจัย	สถิติเพื่อธุรกิจและการวิจัย	แก้ไขคำอธิบายรายวิชา
	หลักการบัญชี	หลักการบัญชี	แก้ไขคำอธิบายรายวิชา
	การบัญชีเพื่อการจัดการ	การบัญชีเพื่อการจัดการ	แก้ไขคำอธิบายรายวิชา
	การเงินธุรกิจ	การเงินและภาษีอากรธุรกิจ	รวม 2 วิชาเป็นวิชาใหม่
	การภาษีอากรธุรกิจ		
	หลักการตลาด	หลักการตลาด	รายวิชาเดิม
	ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ	องค์การและพฤติกรรมองค์การ	แก้ไขคำอธิบายรายวิชา
	การจัดการเชิงกลยุทธ์	ทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล	รายวิชาใหม่
	เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ	เศรษฐศาสตร์สำหรับบริหารธุรกิจ	ปรับชื่อและรหัสรายวิชา
2. กลุ่มวิชาเอกบังคับ			
	การตลาดออนไลน์แบบบูรณาการในยุคดิจิทัล	การสื่อสารการตลาดและเทคนิคการขาย	ปรับชื่อวิชาและคำอธิบายรายวิชา
	พฤติกรรมผู้บริโภค	จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อการบริหารการตลาด	ปรับชื่อวิชาและคำอธิบายรายวิชา
	การบริหารการขายและศิลปะการขาย	-	ปิดวิชา
	การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาด	-	ปิดวิชา

หัวข้อ	หลักสูตรฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2569	สาระของการปรับปรุง
	การตลาดระดับโลก	การตลาดข้ามวัฒนธรรม ระดับโลก	ปรับเนื้อหาและคำอธิบาย รายวิชา
	การจัดการผลิตภัณฑ์ และราคา	-	ปิดวิชา
	การบริหารการตลาด	-	ปิดวิชา
	การตลาดบริการ	การจัดการช่องทางการตลาด และโลจิสติกส์	ปรับเนื้อหาและคำอธิบาย รายวิชา
	การวิจัยทางการตลาด	กลยุทธ์การตลาด การ พยากรณ์ และการวิเคราะห์ ผลตอบแทน	ปรับเนื้อหาและคำอธิบาย รายวิชา
	สัมมนาทางการตลาด	การตลาดบริการในยุคดิจิทัล	ปรับคำอธิบายรายวิชา
	-	การวิจัยทางการตลาด	ปรับคำอธิบายรายวิชา
	-	สัมมนาทางการตลาด	ปรับคำอธิบายรายวิชา
	-	เทคโนโลยีดิจิทัลและ การตลาดเชิงข้อมูล	รายวิชาใหม่
3. กลุ่มวิชาเอกเลือก			
	การตลาดสมัยใหม่	-	ปิดวิชา นำเนื้อหาไปรวมกับ วิชาเทคโนโลยีการตลาด และดิจิทัล
	การตลาดเชิงข้อมูล	การตลาดเชิงข้อมูล	รวม 2 วิชาเป็นวิชาใหม่
	การขายส่งและการขาย ปลีก	-	ปิดรายวิชา
	การตลาดเกษตรและ สหกรณ์	-	ปิดรายวิชา
	การตลาดเพื่อธุรกิจ ท้องถิ่น	การตลาดเพื่อการสร้างธุรกิจ ใหม่และธุรกิจท้องถิ่น	รายวิชาใหม่
	การตลาดเพื่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม	การตลาดเพื่อสังคม สิ่งแวดล้อมและจริยธรรม	ย้ายไปเป็นบังคับ

หัวข้อ	หลักสูตรฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2569	สาระของการปรับปรุง
	การบริหารช่องทางการ จัดจำหน่าย	-	รวมเนื้อหาไปรายวิชาการ จัดการช่องทางการตลาด และการกระจายสินค้า
	การบริหารการจัดส่ง สินค้า	-	รวมเนื้อหาไปรายวิชาการ จัดการช่องทางการตลาด และการกระจายสินค้า
	กลยุทธ์การตลาด	กลยุทธ์การตลาด การ พยากรณ์ และการวิเคราะห์ ผลตอบแทน	ปรับคำอธิบายรายวิชา
	การตลาดธุรกิจขนาด กลางและขนาดย่อม	-	ปิดรายวิชา และนำเนื้อหา ไปรวมกับวิชาการตลาดเพื่อ การสร้างธุรกิจใหม่และ ธุรกิจท้องถิ่น
	-	การวัดและประเมินผล ทางการตลาด	รายวิชาใหม่
	กลยุทธ์การตลาด การ พยากรณ์ และการ วิเคราะห์ผลตอบแทน	-	รายวิชาใหม่
	การจัดซื้อ	-	ปิดวิชา
	-	การออกแบบเนื้อหา การตลาดออนไลน์	รายวิชาใหม่
	-	การจัดการการตลาดและห่วง โซ่อุปทาน	รายวิชาใหม่
	-	การตลาดผลิตภัณฑ์คราม สกลนคร	รายวิชาใหม่
	-	การออกแบบตราสินค้าและ บรรจุภัณฑ์	รายวิชาใหม่
	-	การตลาดผ่านผู้มีอิทธิพลบน สื่อออนไลน์	รายวิชาใหม่

หัวข้อ	หลักสูตรฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2569	สาระของการปรับปรุง
	-	การวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนทางการตลาด	รายวิชาใหม่
	-	การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ทางสื่อสังคม	รายวิชาใหม่
	-	การตลาดสินค้าแฟชั่นยุคดิจิทัล	รายวิชาใหม่
	-	การตลาดข้ามวัฒนธรรมระดับโลก	รายวิชาใหม่
4. กลุ่มประสบการณ์วิชาชีพ			
	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพ	โครงการทางการตลาด 1 หรือ เตรียมฝึกสหกิจศึกษาทางบริหารธุรกิจ	ปรับจำนวนชั่วโมง
	ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ	โครงการทางการตลาด 2 หรือ สหกิจศึกษา	ปรับจำนวนชั่วโมง

ภาคผนวก จ ข้อเสนอแนะของคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดได้ดำเนินการวิพากษ์หลักสูตรโดยผู้ทรงคุณวุฒิ ตามคำสั่งคณะวิทยาการจัดการที่ 29/ 2567 เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาปรับปรุงหลักสูตรและการ วิพากษ์หลักสูตร หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด สั ง ณ วันที่ 6 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2567 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนครคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตรได้มีข้อเสนอแนะ และหลักสูตรได้นำมา ทบทวนและปรับปรุงหลักสูตรในประเด็น ดังนี้

หมวด	ข้อเสนอแนะ	การดำเนินงานของหลักสูตร
หมวด 1	หลักสูตรควรเน้นการออกแบบ รายวิชาให้สอดคล้องกับ ความ ต้องการของผู้ใช้ผลิต ให้ทันสมัย เข้า กับปัจจุบัน ไม่เพียงแต่มุ่งเน้น การ พัฒนาท้องถิ่นเพียงอย่างเดียว โดย หลักสูตรสามารถตอบสนองความต้องการ ของผู้ใช้บัณฑิตได้ทั้งระดับภาค ระดับประเทศได้ เช่น การเน้น Knowledge Skills และ Attitude	จัดรายวิชาที่สอดคล้องกับสถานการณ์ ทางการตลาดในปัจจุบัน และเหมาะสมกับ ความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต
หมวด 4	หลักสูตรควรเน้น learning outcome โดยเพิ่มเติมในประเด็น ของ Digital Marketing การจัดการ ทางการเงิน การเป็นผู้ประกอบการ	จัดรายวิชาและเพิ่มเติมคำอธิบายรายวิชา ในหัวข้อ Digital Marketing การจัดการ ทางการเงิน เช่น วิชาเทคโนโลยีการตลาด และดิจิทัล และวิชาการวิเคราะห์ ผลตอบแทนและการลงทุนทางการตลาด
หมวด 4	หลักสูตรควรจะเน้นการเรียนการสอนในด้านจริยธรรม เช่น การ เปิดเผยข้อมูลลูกค้าเป็นสิ่งที่ไม่ควร	จัดรายวิชาและเพิ่มเติมคำอธิบายรายวิชา ในรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมทาง การตลาด ได้แก่ วิชาการตลาดเพื่อสังคม สิ่งแวดล้อมและจริยธรรม
หมวด 4	หลักสูตรควรเน้นทักษะภาษาอังกฤษ ทั้งการใช้ในทางธุรกิจและการใช้ ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน	การจัดการเรียนการสอนให้มีรายวิชาทาง ภาษาอังกฤษเพิ่มมากขึ้นจากเดิม

ภาคผนวก ข ข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการ



บันทึกความเข้าใจ

ว่าด้วย การร่วมผลิตบัณฑิต การจัดการเรียนการสอนแบบสหกิจศึกษาและบูรณาการกับการทำงาน
ระหว่าง

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร และ บริษัท เค.เอ็น. คอร์ป. จำกัด

บันทึกความเข้าใจฉบับนี้ทำขึ้นเมื่อ วันที่ 19 เดือนมีนาคม พ.ศ. 2567 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
ระหว่าง

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ตั้งอยู่ที่ 680 ถนนนิตโย ตำบลธาตุเชิงชุม อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร
47000 โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชาคริต ขาญขิตปรีชา ตำแหน่ง รักษาการแทนอธิการบดีมหาวิทยาลัย
ราชภัฏสกลนคร ซึ่งต่อไปในบันทึกความเข้าใจนี้ จะเรียกว่า “สถาบันอุดมศึกษา” ฝ่ายหนึ่ง กับ

บริษัท เค.เอ็น. คอร์ป. จำกัด ตั้งอยู่ที่ 888/15 หมู่ที่ 22 หมู่บ้าน วิ พร็อพเพอร์ตี้ ซอยนวลวง
ถนนสีหราชเดโชไชย ตำบลบ้านเปิด อำเภอเมืองขอนแก่น จ.ขอนแก่น 40000 โดยมี นายณัฐพงษ์ ขมภู
ตำแหน่ง ประธานกรรมการบริหาร บริษัท เค.เอ็น. คอร์ป. จำกัด ซึ่งต่อไปในบันทึกความเข้าใจนี้ จะเรียกว่า
“องค์กรร่วมผลิต” ฝ่ายหนึ่ง

ทั้งสองฝ่ายได้เห็นชอบร่วมกันที่จะร่วมมือทางวิชาการระหว่างหน่วยงาน ในการร่วมผลิตบัณฑิต
การจัดการเรียนการสอนแบบสหกิจศึกษาและบูรณาการกับการทำงาน (Cooperative and Work Integrated
Education; CWIE) จึงได้บันทึกความเข้าใจกัน โดยมีข้อความดังนี้

ข้อ 1 วัตถุประสงค์

ทั้งสองฝ่ายตกลงที่จะร่วมมือดำเนินการร่วมกันผลิตบัณฑิต การจัดการเรียนการสอนแบบสหกิจศึกษา
และบูรณาการกับการทำงาน เพื่อพัฒนาคุณลักษณะ ทักษะ และสมรรถนะของนักศึกษาตามผลลัพธ์การเรียนรู้
ที่กำหนด (Learning Outcome) ในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ และหลักสูตร
อื่น ๆ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ด้วยการจัดการเรียนการสอนแบบสหกิจศึกษาและบูรณาการกับการ
ทำงานให้แก่นักศึกษา โดยเชื่อมโยงสาระการเรียนรู้ในชั้นเรียนหรือสถาบันอุดมศึกษา กับประสบการณ์การ
ทำงานในสภาพจริงขององค์กรร่วมผลิต ที่ได้ออกแบบไว้ในหลักสูตรอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ให้นักศึกษาบรรลุ
ผลลัพธ์การเรียนรู้ตามที่กำหนด



มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

บริษัท เค.เอ็น. คอร์ป. จำกัด



ข้อ 2 แนวทางความร่วมมือ ประกอบด้วย

2.1 องค์กรร่วมผลิต ยินดีให้ความร่วมมือสนับสนุน ดังนี้

2.1.1 ร่วมมือกับสถาบันอุดมศึกษาในการร่วมผลิตบัณฑิต การจัดการเรียนการสอนแบบสหกิจศึกษา และบูรณาการกับการทำงาน เพื่อพัฒนาคุณลักษณะ ทักษะ และสมรรถนะของนักศึกษาตามผลลัพธ์การเรียนรู้ที่หลักสูตรกำหนด

2.1.2 มอบหมายให้บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ โดยมีคุณวุฒิ ความรู้ หรือประสบการณ์ในสาขาวิชาเดียวกันกับหลักสูตร เพื่อทำหน้าที่เป็นอาจารย์ผู้สอน วิทยากร หรือพี่เลี้ยงทำหน้าที่สอนงาน ถ่ายทอดประสบการณ์ กำกับดูแล และประเมินผลการปฏิบัติงานของนักศึกษา

2.1.3 ร่วมมือกับคณาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษาในการออกแบบระบบการเรียนรู้เชิงบูรณาการ ที่เน้นการลงมือปฏิบัติ มีการสะท้อนความคิด/ทบทวนไตร่ตรอง เพื่อให้นักศึกษาสามารถกำกับการเรียนรู้ของตนเองได้

2.1.4 เปิดโอกาสให้คณาจารย์จากสถาบันอุดมศึกษาร่วมจัดการเรียนการสอนกับบุคลากรในองค์กรร่วมผลิต

2.1.5 อำนวยความสะดวกให้นักศึกษาสามารถเข้าถึงแหล่งเรียนรู้ในองค์กรร่วมผลิตตามความเหมาะสมและจำเป็น เช่น ข้อมูล วัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือที่เกี่ยวข้องกับการเรียนการสอนในหลักสูตร เป็นต้น

2.1.6 ร่วมมือกับคณาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษาเทียบเคียงผลลัพธ์การเรียนรู้ (Learning Benchmark) ของนักศึกษากับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่กำหนดในหลักสูตรอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงาน

2.1.7 พิจารณากำหนดประกาศนียบัตร เกียรติบัตร คำตอบแทน หรือสวัสดิการอื่น ๆ ตามความเหมาะสมและจำเป็นแก่นักศึกษาในระหว่างการปฏิบัติงาน

2.1.8 ให้ข้อคิดเห็นที่มีประโยชน์ในการปรับปรุงเนื้อหา วิธีการจัดการเรียนการสอน และหลักสูตรของสถาบันอุดมศึกษาที่เกี่ยวข้อง

2.2 สถาบันอุดมศึกษา ยินดีให้ความร่วมมือสนับสนุน ดังนี้

2.2.1 ร่วมมือกับบุคลากรจากองค์กรร่วมผลิตในการจัดการเรียนการสอนแบบสหกิจศึกษาและบูรณาการกับการทำงาน เพื่อพัฒนาคุณลักษณะ ทักษะ และสมรรถนะของนักศึกษาตามผลลัพธ์การเรียนรู้ที่หลักสูตรกำหนด

2.2.2 ร่วมมือกับบุคลากรในองค์กรร่วมผลิตออกแบบระบบการเรียนรู้เชิงบูรณาการ ที่เน้นการลงมือปฏิบัติ มีการสะท้อนความคิด/ทบทวนไตร่ตรอง เพื่อให้นักศึกษาสามารถกำกับการเรียนรู้ของตนเองได้

2.2.3 มอบหมายให้คณาจารย์ทำหน้าที่ร่วมจัดการเรียนการสอนกับบุคลากรในองค์กรร่วมผลิต

2.2.4 พัฒนาบุคลากรในองค์กรร่วมผลิตให้มีทักษะการจัดการเรียนการสอน การวัดผลประเมินผล ให้สอดคล้องกับปรัชญา วัตถุประสงค์ของหลักสูตร และผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร ตามแนวทางของกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ

2.2.5 ร่วมมือกับบุคลากรในองค์กรร่วมผลิตเทียบเคียงผลลัพธ์การเรียนรู้ของนักศึกษากับผลลัพธ์การเรียนรู้ ที่กำหนดในหลักสูตรอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงาน

2.2.6 เปิดโอกาสให้บุคลากรในองค์กรร่วมผลิตสามารถเข้าถึงแหล่งเรียนรู้และสิ่งอำนวยความสะดวกในสถาบันอุดมศึกษาตามความเหมาะสมและจำเป็น เช่น ข้อมูล ข่าวสาร วัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องมือที่เกี่ยวข้องกับการเรียนการสอนในหลักสูตร เป็นต้น



หน้า 3/5

2.2.7 อำนวยความสะดวกให้คณาจารย์ในการจัดการเรียนการสอนแบบสหกิจศึกษาและบูรณาการ
กับการทำงาน เช่น การกำหนดภาระงาน และการจัดสรรทรัพยากร เป็นต้น สำหรับการเดินทาง การติดต่อ
ประสานงาน และจัดการเรียนการสอนในองค์กรร่วมผลิต

2.2.8 ติดตามความก้าวหน้าของผู้เรียนอย่างต่อเนื่องในระหว่างการปฏิบัติงานในองค์กรร่วมผลิตตาม
ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่หลักสูตรกำหนด

2.2.9 ให้ข้อคิดเห็นที่มีประโยชน์ในการปรับปรุงเนื้อหาและวิธีการจัดการเรียนการสอนในองค์กร
ร่วมผลิต

2.2.10 อำนวยความสะดวกให้อาจารย์และบุคลากรในการพัฒนาการวิจัย

2.3 ให้ความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ด้านวิชาการ และมีการพัฒนาบุคลากร
ร่วมกันทั้งการแลกเปลี่ยนวิทยากรและการศึกษาวิจัย เพื่อให้การจัดการเรียนการสอนแบบสหกิจศึกษาและ
บูรณาการกับการทำงานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2.4 ให้ความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์หลักสูตร และการจัดการเรียนการสอนแบบสหกิจศึกษา
และบูรณาการกับการทำงานร่วมกัน

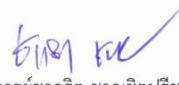
2.5 ให้ความร่วมมือด้านอื่น ๆ ตามที่ตกลงร่วมกันทั้งสองฝ่าย

ข้อ 3 การบังคับใช้

บันทึกความเข้าใจนี้มีอายุ 5 ปี นับตั้งแต่วันที่ได้ลงนาม ทั้งนี้ ทั้งสองฝ่ายอาจพิจารณาและตกลงปรับปรุง
เปลี่ยนแปลงหรือแก้ไข เพื่อให้เกิดความเหมาะสมได้ โดยให้จัดทำเป็นบันทึกข้อตกลงความร่วมมือแนบท้าย
บันทึกความเข้าใจนี้ และหากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งประสงค์จะยกเลิกบันทึกความเข้าใจนี้ ก็สามารถทำได้ โดยแจ้ง
เป็นลายลักษณ์อักษรให้อีกฝ่ายหนึ่งทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วัน

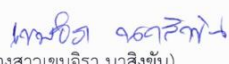
บันทึกความเข้าใจนี้ ได้จัดทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความถูกต้องทุกประการ ทั้งสองฝ่ายได้อ่านและเข้าใจ
ข้อความโดยละเอียดทั้งหมดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อต่อหน้าพยาน และต่างยึดถือไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงนาม ณ วันที่ 19 เดือนมีนาคม พ.ศ. 2567


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชาคริต ชาญชิตปริชา)
รักษาราชการแทนอธิการบดี
มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
สถาบันอุดมศึกษา


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมบูรณ์ ขาวชายโขง)
รองอธิการบดี
พยาน


(นายณัฐพงษ์ ชมภู)
ประธานกรรมการบริหาร
บริษัท เค.เอ็น. คอร์ป. จำกัด
องค์กรร่วมผลิต


(นางสาวชมจิรา นาสิงข์)
กรรมการบริหาร บริษัท เค.เอ็น. คอร์ป. จำกัด
พยาน



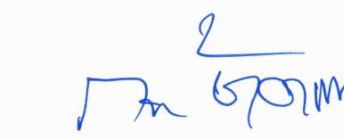
มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

บริษัท เค.เอ็น. คอร์ป. จำกัด



หน้า 4/5


(ศาสตราจารย์ ดร.ทศวรรษ สีตะวัน)
รองอธิการบดี
พยาน


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ก้องภพ ชามาคย์)
รองอธิการบดี
พยาน


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์รัฐพล ฤทธิธรรม)
รองอธิการบดี
พยาน


(อาจารย์ ดร.อุบลศิลป์ โพธิ์พรม)
รองอธิการบดี
พยาน


(อาจารย์ ดร.พรเทพ เสถียรพเก้า)
รองอธิการบดี
พยาน


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รื่องฤทธิ์ หาญมนตรี)
ผู้ช่วยอธิการบดีด้านวิชาการและการจัดการศึกษานอกที่ตั้ง
พยาน


(อาจารย์วุฒิพงษ์ พันธมนันท์)
ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน
พยาน


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพรัตน์ สิทธิวงศ์)
รองผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน
พยาน


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรณภา หาญมนตรี)
รองผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน
พยาน


(อาจารย์เสริมวิช บุตรโยธี)
รองผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน
พยาน


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สามารถ อัยกร)
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ
พยาน


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศักดาเดช กุลกุล)
รองคณบดีฝ่ายวิชาการ คณะวิทยาการจัดการ
พยาน



หน้า 5/5



(อาจารย์จิระนันต์ เจริญรัตน์)
ประธานสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
พยาน



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เด่นชัย สมpong)
ประธานหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
พยาน





บันทึกความเข้าใจ

ว่าด้วย การร่วมผลิตบัณฑิต การจัดการเรียนการสอนแบบสหกิจศึกษาและบูรณาการกับการทำงาน

ระหว่าง

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร และ บริษัท นิว เอ็น เอ็น มอลล์ จำกัด

บันทึกความเข้าใจฉบับนี้ทำขึ้นเมื่อ วันที่ 19 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2567 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ระหว่าง

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ตั้งอยู่ที่ 680 ถนนนิตโย ตำบลธาตุเชิงชุม อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร 47000 โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชาคริต ขาญชิดปริชา ตำแหน่ง รักษาการแทนอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ซึ่งต่อไปในบันทึกความเข้าใจนี้ จะเรียกว่า “สถาบันอุดมศึกษา” ฝ่ายหนึ่ง กับ

บริษัท นิว เอ็น เอ็น มอลล์ จำกัด ตั้งอยู่ที่ 11/12 ถนนใสสว่าง ตำบลธาตุเชิงชุม อำเภอเมืองสกลนคร จังหวัดสกลนคร 47000 โดยมี นางวิลาสิณี วุฒิวรรณวนิช ตำแหน่ง ประธานกรรมการ ซึ่งต่อไปในบันทึกความเข้าใจนี้ จะเรียกว่า “องค์กรร่วมผลิต” ฝ่ายหนึ่ง

ทั้งสองฝ่ายได้เห็นชอบร่วมกันที่จะร่วมมือทางวิชาการระหว่างหน่วยงาน ในการร่วมผลิตบัณฑิต การจัดการเรียนการสอนแบบสหกิจศึกษาและบูรณาการกับการทำงาน (Cooperative and Work Integrated Education; CWIE) จึงได้บันทึกความเข้าใจกัน โดยมีข้อความดังนี้

ข้อ 1 วัตถุประสงค์

ทั้งสองฝ่ายตกลงที่จะร่วมมือดำเนินการร่วมกันผลิตบัณฑิต การจัดการเรียนการสอนแบบสหกิจศึกษาและบูรณาการกับการทำงาน เพื่อพัฒนาคุณลักษณะ ทักษะ และสมรรถนะของนักศึกษาตามผลลัพธ์การเรียนรู้ที่กำหนด (Learning Outcome) ในหลักสูตรของคณะวิทยาการจัดการ และหลักสูตรอื่น ๆ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ด้วยการจัดการเรียนการสอนแบบสหกิจศึกษาและบูรณาการกับการทำงาน ให้แก่นักศึกษา โดยเชื่อมโยงสาระการเรียนรู้ในชั้นเรียนหรือสถาบันอุดมศึกษา กับประสบการณ์การทำงานในสภาพจริงขององค์กรร่วมผลิต ที่ได้ออกแบบไว้ในหลักสูตรอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ นักศึกษาบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ตามที่กำหนด



มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

บริษัท นิว เอ็น เอ็น มอลล์ จำกัด



ข้อ 2 แนวทางความร่วมมือ ประกอบด้วย

2.1 องค์การร่วมผลิต ยินดีให้ความร่วมมือสนับสนุน ดังนี้

2.1.1 ร่วมมือกับสถาบันอุดมศึกษาในการร่วมผลิตบัณฑิต การจัดการเรียนการสอนแบบสหกิจศึกษา และบูรณาการกับการทำงาน เพื่อพัฒนาคุณลักษณะ ทักษะ และสมรรถนะของนักศึกษาตามผลลัพธ์การเรียนรู้ที่หลักสูตรกำหนด

2.1.2 มอบหมายให้บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ โดยมีคุณวุฒิ ความรู้ หรือประสบการณ์ ในสาขาวิชาเดียวกันกับหลักสูตร เพื่อทำหน้าที่เป็นอาจารย์ผู้สอน วิทยากร หรือพี่เลี้ยงทำหน้าที่สอนงาน ถ่ายทอดประสบการณ์ กำกับดูแล และประเมินผลการปฏิบัติงานของนักศึกษา

2.1.3 ร่วมมือกับคณาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษาในการออกแบบระบบการเรียนรู้เชิงบูรณาการ ที่เน้นการลงมือปฏิบัติ มีการสะท้อนความคิด/ทบทวนไตร่ตรอง เพื่อให้นักศึกษาสามารถกำกับการเรียนรู้ของตนเองได้

2.1.4 เปิดโอกาสให้คณาจารย์จากสถาบันอุดมศึกษาร่วมจัดการเรียนการสอนกับบุคลากรในองค์การร่วมผลิต

2.1.5 อำนวยความสะดวกให้นักศึกษาสามารถเข้าถึงแหล่งเรียนรู้ในองค์การร่วมผลิตตามความเหมาะสมและจำเป็น เช่น ข้อมูล วัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือที่เกี่ยวข้องกับการเรียนการสอนในหลักสูตร เป็นต้น

2.1.6 ร่วมมือกับคณาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษาเทียบเคียงผลลัพธ์การเรียนรู้ (Learning Benchmark) ของนักศึกษา กับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่กำหนดในหลักสูตรอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงาน

2.1.7 พิจารณากำหนดประกาศนียบัตร เกียรติบัตร คำตอบแทน หรือสวัสดิการอื่น ๆ ตามความเหมาะสมและจำเป็นแก่นักศึกษาในระหว่างการศึกษา

2.1.8 ให้ข้อคิดเห็นที่มีประโยชน์ในการปรับปรุงเนื้อหา วิธีการจัดการเรียนการสอน และหลักสูตรของสถาบันอุดมศึกษาที่เกี่ยวข้อง

2.2 สถาบันอุดมศึกษา ยินดีให้ความร่วมมือสนับสนุน ดังนี้

2.2.1 ร่วมมือกับบุคลากรจากองค์การร่วมผลิตในการจัดการเรียนการสอนแบบสหกิจศึกษาและบูรณาการกับการทำงาน เพื่อพัฒนาคุณลักษณะ ทักษะ และสมรรถนะของนักศึกษาตามผลลัพธ์การเรียนรู้ที่หลักสูตรกำหนด

2.2.2 ร่วมมือกับบุคลากรในองค์การร่วมผลิตออกแบบระบบการเรียนรู้เชิงบูรณาการ ที่เน้นการลงมือปฏิบัติ มีการสะท้อนความคิด/ทบทวนไตร่ตรอง เพื่อให้นักศึกษาสามารถกำกับการเรียนรู้ของตนเองได้

2.2.3 มอบหมายให้คณาจารย์ทำหน้าที่ร่วมจัดการเรียนการสอนกับบุคลากรในองค์การร่วมผลิต

2.2.4 พัฒนาบุคลากรในองค์การร่วมผลิตให้มีทักษะการจัดการเรียนการสอน การวัดผลประเมินผลให้สอดคล้องกับปรัชญา วัตถุประสงค์ของหลักสูตร และผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร ตามแนวทางของกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ

2.2.5 ร่วมมือกับบุคลากรในองค์การร่วมผลิตเทียบเคียงผลลัพธ์การเรียนรู้ของนักศึกษา กับผลลัพธ์การเรียนรู้ ที่กำหนดในหลักสูตรอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงาน

2.2.6 เปิดโอกาสให้บุคลากรในองค์การร่วมผลิตสามารถเข้าถึงแหล่งเรียนรู้และสิ่งอำนวยความสะดวกในสถาบันอุดมศึกษาตามความเหมาะสมและจำเป็น เช่น ข้อมูล ข่าวสาร วัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องมือที่เกี่ยวข้องกับการเรียนการสอนในหลักสูตร เป็นต้น



หน้า 3/5

2.2.7 อำนวยความสะดวกให้คณาจารย์ในการจัดการเรียนการสอนแบบสหกิจศึกษาและบูรณาการกับการทำงาน เช่น การกำหนดภาระงาน และการจัดสรรทรัพยากร เป็นต้น สำหรับการเดินทาง การติดต่อประสานงาน และจัดการเรียนการสอนในองค์กรร่วมผลิต

2.2.8 ติดตามความก้าวหน้าของผู้เรียนอย่างต่อเนื่องในระหว่างการทำงานในองค์กรร่วมผลิตตามผลลัพธ์การเรียนรู้ที่หลักสูตรกำหนด

2.2.9 ให้ข้อคิดเห็นที่มีประโยชน์ในการปรับปรุงเนื้อหาและวิธีการจัดการเรียนการสอนในองค์กรร่วมผลิต

2.2.10 อำนวยความสะดวกให้อาจารย์และบุคลากรในการพัฒนาการวิจัย

2.3 ให้ความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ด้านวิชาการ และมีการพัฒนาบุคลากรร่วมกันทั้งการแลกเปลี่ยนวิทยากรและการศึกษาวิจัย เพื่อให้การจัดการเรียนการสอนแบบสหกิจศึกษาและบูรณาการกับการทำงานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2.4 ให้ความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์หลักสูตร และการจัดการเรียนการสอนแบบสหกิจศึกษาและบูรณาการกับการทำงานร่วมกัน

2.5 ให้ความร่วมมือด้านอื่น ๆ ตามที่ตกลงร่วมกันทั้งสองฝ่าย

ข้อ 3 การบังคับใช้

บันทึกความเข้าใจนี้มีอายุ 5 ปี นับตั้งแต่วันที่ได้ลงนาม ทั้งนี้ ทั้งสองฝ่ายอาจพิจารณาและตกลงปรับปรุงเปลี่ยนแปลงหรือแก้ไข เพื่อให้เกิดความเหมาะสมได้ โดยให้จัดทำเป็นบันทึกข้อตกลงความร่วมมือแนบท้ายบันทึกความเข้าใจนี้ และหากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งประสงค์จะยกเลิกบันทึกความเข้าใจนี้ ก็สามารถทำได้ โดยแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรให้อีกฝ่ายหนึ่งทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วัน

บันทึกความเข้าใจนี้ ได้จัดทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความถูกต้องทุกประการ ทั้งสองฝ่ายได้อ่านและเข้าใจข้อความโดยละเอียดทั้งหมดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อต่อหน้าพยาน และต่างยึดถือไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงนาม ณ วันที่ 19 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2567

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชาคริต ชาญชิตปรีชา)

รักษาราชการแทนอธิการบดี

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

สถาบันอุดมศึกษา

(นายนคร วุฒิวรรณวานิช)

ประธาน กรรมการ บริษัท นิว เอ็น เอ็น มอลล์ จำกัด

องค์กรร่วมผลิต

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมบูรณ์ ขาวชายโขง)

รองอธิการบดี

พยาน

(นางวิลาสิณี วุฒิวรรณวานิช)

ประธานเจ้าหน้าที่ บริหาร บริษัท

บริษัท นิว เอ็น เอ็น มอลล์ จำกัด

พยาน



มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

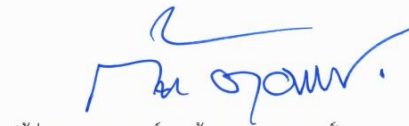
บริษัท นิว เอ็น เอ็น มอลล์ จำกัด



หน้า 4/5



(ศาสตราจารย์ ดร.ทศวรรษ สีตะวัน)
รองอธิการบดี
พยาน



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ก้องภพ ช่ออามาตย์)
รองอธิการบดี
พยาน



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์รัฐพล ฤทธิธรรม)
รองอธิการบดี
พยาน



(อาจารย์ ดร.อุบลศิลป์ โพธิ์พรม)
รองอธิการบดี
พยาน



(อาจารย์ ดร.พรเทพ เสถียรนพเก้า)
รองอธิการบดี
พยาน



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เสงิดุทธิ หาญมนตรี)
ผู้ช่วยอธิการบดีด้านวิชาการและการจัดการศึกษานอกที่ตั้ง
พยาน



(อาจารย์วุฒิพงษ์ พันธมนนท์)
ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน
พยาน



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพรัตน์ สิทธิวงศ์)
รองผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน
พยาน



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรณภา หาญมนตรี)
รองผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน
พยาน



(อาจารย์เสริมวิช บุตรโยธี)
รองผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน
พยาน



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สามารถ อัยกร)
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ
พยาน



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศักดิ์เดช กุลากุล)
รองคณบดีฝ่ายวิชาการ คณะวิทยาการจัดการ
พยาน



หน้า 5/5



(อาจารย์สุพิชญา นิลจินดา)
รองคณบดีฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ
คณะวิทยาการจัดการ
พยาน



(อาจารย์ ดร.กัทรศิณี แสนสำแดง)
รองคณบดีฝ่ายพัฒนานักศึกษา
คณะวิทยาการจัดการ
พยาน



ภาคผนวก ข ประวัติและผลงานทางวิชาการของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และ อาจารย์ประจำหลักสูตร

ข-1 ประวัติอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร

1. ชื่อ-นามสกุล นางนันทกาญจน์ เกิดมัลย์

1.1 ตำแหน่งทางวิชาการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (สาขาบริหารธุรกิจ)

1.2 ประวัติการศึกษา

ระดับ	ชื่อปริญญา (สาขาวิชา)	ชื่อสถาบัน	ปีที่จบ
ปริญญาเอก	ปร.ด. (การบริหารการพัฒนา)	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร	2548
ปริญญาโท	บธ.ม. (บริหารธุรกิจ)	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	2549
ปริญญาตรี	บธ.บ. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล	2540

1.3 ผลงานทางวิชาการ (พ.ศ. 2565 – พ.ศ. 2569)

1.3.1 ตำรา หรือ หนังสือ

-

1.3.2 ผลงานวิจัยที่ได้รับการเผยแพร่

นันทิยา ผิวงาม นันทกาญจน์ เกิดมัลย์ และกาญจนาภรณ์ นิลจินดา. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ของผู้บริโภคแต่ละเจนเนอเรชัน : กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร. วารสารการจัดการและการพัฒนา, 10(1); 1-6.

ชนินทร์ วะสีนนท์, นันทกาญจน์ เกิดมัลย์, ประทุมทิพย์ ม่านโคกสูง, มาลี ศรีพรหม, กาญจนา วงสวัสดิ์, ภาวิณี แสนชนม์, นิรมล เนื่องสิทธิ์, ปริฉัตร ภูจิตร และระจิตรา กาญจบุตร. (2567). การสร้างต้นแบบนโยบายการแก้ไขปัญหาความยากจนในพื้นที่น้ำร่อง ตำบลกุดบาก อำเภอกุดบาก จังหวัดสกลนคร. วารสารวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร, 4(1); 13-28.

นันทกาญจน์ เกิดมัลย์, สุพิชญา นิลจินดา, นิรมล เนื่องสิทธิ์, ศุภกร อาจหาญ, กนกวรรณ วรดง, ปริฉัตร ภูจิตร และชนินทร์ วะสีนนท์. (2567). การศึกษาการผลิตสารสกัดครามสกลนครสู่การแปรรูปผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณ วิสาหกิจชุมชนแสงจันทร์สมุนไพรแปรรูปอินทรีย์ จังหวัดสกลนคร. วารสารวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร, 4(2); 465-481.

นันทกาญจน์ เกิดมัลย์, ชรินทร์ วัฒนันท์, วราธร พรหมนิล, เมธวี ยี่มิน, นิรมล เนื่องสิทธิ์ และ พลลภ จันทร์กระจ่าง. (2567). การพัฒนาระดับรายได้เกษตรกรบ้านกกตูม กกกอก เกษตรสมบูรณ์ อำเภอดงหลวง จังหวัดมุกดาหาร. วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 11(1); 35-45.

Kirdmalai, N, Vaseenonta & C. T. Vaseenonta. (2021). *Development and Creation of Value Added for Commercial Thao En On Herbal (Cryptolepis Buchanani Roem) Products of Small and Medium-Sized Community Enterprises*. Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues (JLERI). 24(1S); 1554-0044.

1.4 รายวิชาที่ได้รับผิดชอบในหลักสูตร

รหัสวิชา	ชื่อวิชาภาษาไทย	ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ
43543117	การตลาดบริการในยุคดิจิทัล	Service Marketing in Digitals
43544401	การตลาดเพื่อสังคมสิ่งแวดล้อมและจริยธรรม	Social Marketing and Marketing Ethics
43543115	การวิจัยทางการตลาด	Marketing Research
43542208	การออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์	Branding and Packaging Design
43544112	การตลาดผลิตภัณฑ์ครามสกลนคร	Marketing of Sakon Nakhon Indigo Products

2. ชื่อ-นามสกุล นายวราธร พรหมนิล

2.1 ตำแหน่งทางวิชาการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (สาขาบริหารธุรกิจ)

2.2 ประวัติการศึกษา

ระดับ	ชื่อปริญญา (สาขาวิชา)	ชื่อสถาบัน	ปีที่จบ
ปริญญาโท	บช.บ. (บัญชี)	มหาวิทยาลัยเอเซียอาคเนย์	2543
ปริญญาตรี	บธ.ม. (การเงินการธนาคาร)	มหาวิทยาลัยเอเซียอาคเนย์	2539

2.3 ผลงานทางวิชาการ (พ.ศ. 2563 – 2567)

2.3.1 ตำรา หรือ หนังสือ

-

2.3.2 ผลงานวิจัยที่ได้รับการเผยแพร่

นันทกาญจน์ เกิดมัลย์, ชนินทร์ วะสินนท์, วราธร พรหมนิล, เมธาวี ยี่มิน, นิรมล เนื่องสิทธิ์ และ พลลภ จันทร์กระจ่าง. (2567). การพัฒนาระดับรายได้เกษตรกรบ้านกกตูม กกกกอก เกษตรสมบูรณ์ อำเภอดงหลวง จังหวัดมุกดาหาร. วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 11(1); 35-45.

2.4 รายวิชาที่ได้รับผิดชอบในหลักสูตร

รหัสวิชา	ชื่อวิชาภาษาไทย	ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ
43542207	การจัดการผลิตภัณฑ์ ราคา และโครงสร้างต้นทุน	Innovative Product Management Pricing and Marketing Profitability
43543116	กลยุทธ์การตลาด การพยากรณ์ และการวิเคราะห์ผลตอบแทน	Marketing strategy Marketing Forecasting Marketing Return Analysis
43543123	การตลาดผ่านผู้มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์	Influencer Marketing on Social Media
43543121	การตลาดข้ามวัฒนธรรมระดับโลก	Cross-cultural Marketing

3. ชื่อ-นามสกุล นางสาวกาญจนาภรณ์ นิลจินดา

3.1 ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์

3.2 ประวัติการศึกษา

ระดับ	ชื่อปริญญา (สาขาวิชา)	ชื่อสถาบัน	ปีที่จบ
ปริญญาโท	บธ.ม. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	2549
ปริญญาตรี	บธ.บ. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	2546

3.3 ผลงานทางวิชาการ (พ.ศ. 2563 – 2567)

3.3.1 ตำรา หรือ หนังสือ

-

3.3.2 ผลงานวิจัยที่ได้รับการเผยแพร่

ชฎาพร แบนชิด, จินตนา จันทนนท์, กาญจนาภรณ์ นิลจินดา. (2565). การพัฒนาตลาดสายผ้าทอมือที่เป็นเอกลักษณ์และการบริหารต้นทุนของบ้านดงอิด้อย ตำบลแพด อำเภอดำรงวิทยารัษฎา จังหวัดสกลนคร. วารสารการบริหารนิเทศบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น, 8(2); 333-343.

นันทกาญจน์ เกิดมัลย์, นันทิยา ผิวงาม และกาญจนาภรณ์ นิลจินดา. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ของผู้บริโภคแต่ละเจนเนอเรชั่น : กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏ สกลนคร. วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 10(2); 167-183.

3.4 รายวิชาที่ได้รับผิดชอบในหลักสูตร

รหัสวิชา	ชื่อวิชาภาษาไทย	ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ
43542307	การจัดการช่องทางการตลาด และโลจิสติกส์	Modern Marketing Channel Management and Logistics
43542207	การจัดการผลิตภัณฑ์ ราคา และโครงสร้างต้นทุน	Innovative Product Management Pricing and Marketing Profitability
43541201	การตลาดเพื่อการสร้างธุรกิจ ใหม่และธุรกิจท้องถิ่น	Marketing for New Venture Creation and Local Business
43543122	การจัดการการตลาดและห่วงโซ่ อุปทาน	Marketing Management and Supply Chain
43543121	การตลาดข้ามวัฒนธรรมระดับ โลก	Cross-cultural Marketing

4. ชื่อ-นามสกุล นายวิวัฒน์ ปานศุภวัชร

4.1 ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์

4.2 ประวัติการศึกษา

ระดับ	ชื่อปริญญา (สาขาวิชา)	ชื่อสถาบัน	ปีที่จบ
ปริญญาเอก	ปร.ด. (การจัดการตลาด)	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	2560
ปริญญาโท	นศ.ม. (การโฆษณา)	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2552
ปริญญาตรี	บธ.บ. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	2549

4.3 ผลงานทางวิชาการ (พ.ศ. 2563 - พ.ศ. 2567)

4.3.1 ตำรา หนังสือ เอกสารประกอบการสอน

4.3.2 ผลงานวิจัยที่ได้รับการเผยแพร่

วิวัฒน์ ปานศุภวัชร, วันวิภา ปานศุภวัชร และชัยณรงค์ พูลเกษม (2567). อิทธิพลของกลยุทธ์การสร้างตราผลิตภัณฑ์ที่มีต่อความสามารถในการทำกำไรทางการตลาดของธุรกิจเครื่องดื่มในประเทศไทย.

วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. 11(1); 1-23.

4.4 รายวิชาที่ได้รับผลิตขอใบหลักสูตร

รหัสวิชา	ชื่อวิชาภาษาไทย	ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ
43541106	เทคโนโลยีดิจิทัล และการตลาดเชิงข้อมูล	Marketing Technologies and Data-Driven Marketing
43542116	จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด	Consumer Psychology and Behavior
43543116	กลยุทธ์การตลาด การพยากรณ์ และการวิเคราะห์ผลตอบแทน	Marketing strategy Marketing Forecasting Marketing Return Analysis
43543115	การวิจัยทางการตลาด	Marketing Research
43544302	การสื่อสารการตลาดและเทคนิคการขาย	Marketing Communications and Selling Techniques

5. ชื่อ-นามสกุล นางสาวอริษฐาน ทองเชื้อ

5.1 ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์

5.2 ประวัติการศึกษา

ระดับ	ชื่อปริญญา (สาขาวิชา)	ชื่อสถาบัน	ปีที่จบ
ปริญญาโท	บธ.ม. (บริหารธุรกิจ)	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	2548
ปริญญาตรี	บธ.บ. (การเงิน)	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	2545

5.3 ผลงานทางวิชาการ (พ.ศ. 2563 - พ.ศ. 2567)

5.3.1 ตำรา หนังสือ เอกสารประกอบการสอน

5.3.2 ผลงานวิจัยที่ได้รับการเผยแพร่

เจตน์ธรรมา พรหมทะสาร, กฤตกร มั่นสุวรรณ, อริษฐาน ทองเชื้อ, จินตนา จันทนันท และนวรรณ์ สุริตวรพัทธ์. (2567). *ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตของประชาชนในเขตเทศบาลสกลนคร*. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร, 4(4); 1258-1274.

อริษฐาน ทองเชื้อ, ขนิษฐา ทองเชื้อ และจตุรงค์ จิตติยพล. (2568). *การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินจากการท่องเที่ยวอ้อมครามของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสกลนคร*. Interdisciplinary Academic and Research Journal, 5(2); 47-60.

อริษฐาน ทองเชื้อ, จตุรงค์ จิตติยพล และขนิษฐา ทองเชื้อ. (2568). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า OTOP บนแพลตฟอร์มออนไลน์ของผู้บริโภคจังหวัดสกลนคร*. Journal of Integration Social Sciences and Development. 5(1); 182-190.

5.4 รายวิชาที่ได้รับผลิตขอในหลักสูตร

รหัสวิชา	ชื่อวิชาภาษาไทย	ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ
43543118	การตลาดสินค้าแฟชั่นยุคดิจิทัล	Fashion Product Marketing
43542308	การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ทางสื่อสังคม	Social Media Customer Relationship Management
43543120	การวัดและการประเมินผลทางการตลาด	Marketing Measurement and Evaluation
43543401	การออกแบบเนื้อหาการตลาดออนไลน์	Online Marketing Content Design

ภาคผนวก ข คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาและวิพากษ์หลักสูตร



คำสั่งคณะกรรมการจัดการ

ที่ ๒๙ /๒๕๖๗

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาปรับปรุงหลักสูตรและการวิพากษ์หลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

ด้วยหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต ได้ดำเนินการจัดการเรียนการสอน ตั้งแต่ปีการศึกษา ๒๕๕๔ และเปิดรับนักศึกษาตั้งแต่ปีการศึกษา ๒๕๕๔ ถึงปีการศึกษา ๒๕๖๗ โดยสภามหาวิทยาลัยอนุมัติหลักสูตรในการปรับปรุงหลักสูตรครั้งล่าสุดในการประชุมครั้งที่ ๑/๒๕๖๔ วันศุกร์ที่ ๒๒ มกราคม ๒๕๖๔ ตามเกณฑ์ตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๕๘ จากการดำเนินการของหลักสูตรมีการประเมินเพื่อพัฒนาหลักสูตรอย่างต่อเนื่องทุก ๕ ปีและเพื่อปรับปรุงหลักสูตรให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานการอุดมศึกษาแห่งชาติ นั้น

เพื่อให้การพัฒนาปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร เป็นไปด้วยความเรียบร้อย จึงขอแต่งตั้งแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาปรับปรุงหลักสูตรและการวิพากษ์หลักสูตร หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ดังนี้

๑. คณะกรรมการปรับปรุงหลักสูตร

๑.๑. ดร.วิหวัธ	ปานศุภวัชร	ประธาน
๑.๒. ผศ.นันทิยา	ผิวงาม	รองประธาน
๑.๓. ผศ.อริยา	มณีเขียว	รองประธาน
๑.๔. ผศ.ดร.ปิยะวดี	ยอดนา	รองประธาน
๑.๕. ผศ.รารัต	พรหมนิล	กรรมการ
๑.๖. ผศ.ดร.นันทกาญจน์	เกิดมาลัย	กรรมการ
๑.๗. อาจารย์อชิษฐาน	ทองเชื้อ	กรรมการ
๑.๘. อาจารย์อรรถเดช	อุบชัย	กรรมการ
๑.๙. อาจารย์กาญจนาภรณ์	นิลจินดา	กรรมการและเลขานุการ

๒. คณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตร

๒.๑ ผศ.ดร.วัชรพงษ์	อินทรวงศ์	ประธานกรรมการ
๒.๒. คุณกมลลักษณ์	นามประกาย	กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
๒.๓. คุณสุรศักดิ์	อิงอารี	กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
๒.๔. คุณสุรัชย์	จักพูนจินดา	กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
๒.๕. คุณอภิมุข	คุณวงศ์	กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
๒.๖ อาจารย์กาญจนาภรณ์	นิลจินดา	กรรมการและเลขานุการ

- ๒ -

หน้าที่

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต กำหนดการจัดทำโครงการ ปรับปรุงหลักสูตรหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้ที่เกี่ยวข้องรวมทั้งดำเนินการในกระบวนการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง นำไปปรับปรุง หลักสูตรให้มีความทันสมัยตรงตามความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต

๑. กิจกรรมประชุมคณะกรรมการจัดทำร่างหลักสูตรและวางแผนการดำเนินงาน
๒. กิจกรรมจัดประชุมเพื่อวิพากษ์หลักสูตรจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก และผู้ที่เกี่ยวข้อง
๓. กระบวนการนำเสนอร่างหลักสูตรเพื่อพิจารณาอนุมัติจากคณะกรรมการที่เกี่ยวข้อง
๔. ดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ของการปรับปรุงวิพากษ์หลักสูตรให้บรรลุตามวัตถุประสงค์

ทั้งนี้ตั้งแต่วันที่ ๖ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๗

ลง ณ วันที่ ๖ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๗


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สามารถ อัยกร)
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

ภาคผนวก ณ ข้อบังคับ ระเบียบ ประกาศ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร



ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี

พ.ศ. ๒๕๖๕

โดยที่เป็นการสมควรปรับปรุงข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๔๘ รวมทั้งที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๕๐ และ (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๕๗ เพื่อให้ เหมาะสมและเกิดประสิทธิภาพในการดำเนินการยิ่งขึ้น

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๑๘ (๒) และมาตรา ๕๗ แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. ๒๕๔๗ ประกอบกับมติคณะกรรมการสภามหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ในคราวประชุมครั้งที่ 2/2565 เมื่อวันที่ 18 มีนาคม พ.ศ. 2565 มติคณะกรรมการบริหารมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร (ก.บ.) ในคราวประชุม ครั้งที่ 5/2565 เมื่อวันที่ 20 เมษายน พ.ศ. 2565 และสภามหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ในคราวประชุม ครั้งที่ 3/2565 เมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม พ.ศ. 2565 จึงออกข้อบังคับไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ข้อบังคับนี้เรียกว่า “ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๖๕ ”

ข้อ ๒ ข้อบังคับนี้ให้ใช้บังคับสำหรับนักศึกษาที่เข้าศึกษาตั้งแต่ปีการศึกษา ๒๕๖๕ เป็นต้นไป

ข้อ ๓ ให้ยกเลิก

(1) ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี

พ.ศ. ๒๕๔๘

(2) ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี

(ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๕๐

(3) ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี
(ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๕๗

ข้อ ๔ บรรดาข้อบังคับ ระเบียบ ประกาศ คำสั่ง หรือมติอื่นใดซึ่งขัดแย้งกับข้อบังคับนี้
ให้ใช้ข้อบังคับนี้แทน

ข้อ ๕ ในข้อบังคับนี้

“มหาวิทยาลัย”	หมายความว่า	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
“สภามหาวิทยาลัย”	หมายความว่า	สภามหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
“สภาวิชาการ”	หมายความว่า	สภาวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
“อธิการบดี”	หมายความว่า	อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
“คณะ”	หมายความว่า	คณะของมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

และให้หมายความรวมถึงหน่วยงานที่เรียกชื่ออย่างอื่นที่ดำเนินการจัดการเรียนการสอน และมีฐานะ
เทียบเท่าคณะ

“คณบดี” หมายความว่า หัวหน้าส่วนราชการที่เป็นคณะ และให้
หมายความรวมถึงหัวหน้าหน่วยงานอื่นที่มีฐานะเทียบเท่าคณะที่มีการจัดการเรียนการสอน ของ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

“กรรมการบริหารวิชาการ (ก.วช.)” หมายความว่า คณะกรรมการตามมาตรา ๑๘
(๑๔) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. ๒๕๔๗ แต่งตั้งคณะกรรมการ คณะอนุกรรมการ หรือ
บุคคลหนึ่งบุคคลใดเพื่อพิจารณา และเสนอความเห็นในเรื่องหนึ่งเรื่องใด หรือมอบหมายให้ปฏิบัติการ
อย่างหนึ่งอย่างใดอันอยู่ในอำนาจ และหน้าที่ของสภามหาวิทยาลัย

“ คณะกรรมการบริหารคณะ” หมายความว่า ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏ
สกลนคร ว่าด้วย คณะกรรมการประจำสถาบัน สำนัก หรือส่วนราชการหรือหน่วยงานที่เรียกชื่ออย่างอื่นที่
มีฐานะเทียบเท่าคณะ พ.ศ. ๒๕๖๐

“สถาบันอุดมศึกษา” หมายความว่า สถาบันการศึกษาที่สำนักงานคณะกรรมการ
การอุดมศึกษารับรองให้มีสถานะเทียบเท่าสถาบันอุดมศึกษา

“สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน” หมายความว่า ส่วนราชการของ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนครที่รับผิดชอบงานทะเบียนและประมวลผลการศึกษา

“อาจารย์ที่ปรึกษา” หมายความว่า อาจารย์ที่ได้รับการแต่งตั้งโดยมหาวิทยาลัย เพื่อให้ทำหน้าที่ควบคุมแนะนำ และให้คำปรึกษาด้านการเรียนและด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเรียนของ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

“อาจารย์ผู้สอน” หมายความว่า อาจารย์ที่คณะมอบหมายให้สอนรายวิชา ในหลักสูตรระดับปริญญาตรี ของมหาวิทยาลัย

“นักศึกษา” หมายความว่า นักศึกษาภาคปกติและนักศึกษาภาคพิเศษ ระดับปริญญาตรี

“นักศึกษาภาคปกติ” หมายความว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่มหาวิทยาลัย จัดให้เรียนในเวลาราชการ หรือหากมีความจำเป็นมหาวิทยาลัยอาจจัดให้เรียนนอกเวลาราชการด้วยก็ได้

“นักศึกษาภาคพิเศษ” หมายความว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่มหาวิทยาลัย จัดให้เรียนในวันหยุดราชการหรือนอกเวลาราชการ หรือหากมีความจำเป็นมหาวิทยาลัยอาจจัดให้เรียน ในเวลาราชการ ด้วยก็ได้

ข้อ ๖ ให้อธิการบดีเป็นผู้รักษาการตามข้อบังคับนี้และมีอำนาจออกคำสั่งหรือประกาศ เพื่อประโยชน์ในการปฏิบัติตามข้อบังคับนี้

ในกรณีที่มีปัญหาในการปฏิบัติตามข้อบังคับ หรือในกรณีไม่อาจปฏิบัติตามข้อกำหนด ในข้อบังคับนี้ให้อธิการบดี เป็นผู้วินิจฉัยชี้ขาดการวินิจฉัยของอธิการบดีถือเป็นที่สุด

หมวด ๑

ระบบการศึกษา และหลักสูตร

ข้อ ๗ การจัดการศึกษาให้ใช้ระบบ ดังนี้

๗.๑ ระบบทวิภาค โดยหนึ่งปีการศึกษาแบ่งออกเป็น ๒ ภาคการศึกษาปกติ ๑ ภาค การศึกษาปกติมีระยะเวลาการศึกษาไม่น้อยกว่า ๑๕ สัปดาห์ มหาวิทยาลัยอาจจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน โดยกำหนดระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๘ สัปดาห์ และจำนวนหน่วยกิตโดยมีสัดส่วนเทียบเคียงกันได้กับ การศึกษาภาคปกติ

๗.๒ ระบบไตรภาค หนึ่งปีการศึกษาแบ่งออกเป็น ๓ ภาคการศึกษาปกติรวมภาค ฤดูร้อนหนึ่งภาคการศึกษาปกติมีระยะเวลาศึกษาไม่น้อยกว่า ๑๒ สัปดาห์

การกำหนดและการปรับเปลี่ยนวันเปิดและหรือวันปิด ของแต่ละภาคการศึกษาให้จัดทำเป็นประกาศมหาวิทยาลัย ทั้งนี้ ต้องมีระยะเวลาศึกษารวมกันในแต่ละภาคการศึกษาตามวรรคหนึ่ง

กรณีที่มีมหาวิทยาลัยจะใช้ระบบการจัดการศึกษาอื่นเฉพาะหลักสูตรใด ให้แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการศึกษานั้น รวมทั้งรายละเอียดการเทียบเคียงหน่วยกิตกับระบบทวิภาคที่กำหนดไว้ในหลักสูตรให้ชัดเจน

ข้อ ๘ รูปแบบการจัดการศึกษา

มหาวิทยาลัยอาจจัดการศึกษาในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง หรือรูปแบบผสมผสาน ดังนี้

๘.๑ โปรแกรมเรียนในเวลาราชการ

๘.๒ โปรแกรมเรียนสุดสัปดาห์ เป็นการจัดการเรียนการสอนในวันหยุดสุดสัปดาห์

๘.๓ โปรแกรมการเรียนนอกเวลาราชการ เป็นการจัดการเรียนการสอนโดยใช้เวลานอกเวลาราชการ

๘.๔ โปรแกรมเรียนทางไกล โดยใช้ระบบทางไกล ผ่านไปรษณีย์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุทัศน์สองทางหรือเครือข่ายคอมพิวเตอร์ หรือระบบอินเทอร์เน็ต

๘.๕ โปรแกรมชุดวิชา (Module System) เป็นการจัดการเรียนการสอนเป็นคราว ๆ คราวละ ๑ รายการ หรือหลายรายวิชา ซึ่งอาจจัดเป็นชุดของรายวิชาที่มีเนื้อหาสัมพันธ์กัน

๘.๖ โปรแกรมนานาชาติ เป็นการจัดการเรียนการสอน โดยความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในต่างประเทศ หรือหลักสูตรของมหาวิทยาลัยที่มีการจัดการและมาตรฐานเช่นเดียวกันกับหลักสูตรนานาชาติ โดยอาจจัดในเวลาและเนื้อหาที่สอดคล้องกับโปรแกรมในต่างประเทศ

๘.๗ โปรแกรมการเรียนการสอนผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E- Learning) ให้เป็นไปตามประกาศของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

๘.๘ โปรแกรมโครงการพิเศษ

การจัดการเรียนการสอนแต่ละรูปแบบให้พิจารณาตามความเหมาะสมกับแต่ละหลักสูตร ทั้งนี้จะต้องจัดให้ได้เนื้อหาสอดคล้องกับจำนวนหน่วยกิตรวมของหลักสูตร โดยการเทียบหน่วยกิตตามข้อ ๙ และให้จัดทำเป็นประกาศของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๙ การคิดหน่วยกิต

๙.๑ ระบบทวิภาค

๙.๑.๑ รายวิชาภาคทฤษฎี ที่ใช้เวลาบรรยายหรืออภิปรายไม่น้อยกว่า ๑๕ ชั่วโมง ต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ ๑ หน่วยกิต

๙.๑.๒ รายวิชาภาคปฏิบัติ ที่ใช้เวลาฝึกหรือทดลองไม่น้อยกว่า ๓๐ ชั่วโมง
ต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ ๑ หน่วยกิต

๙.๑.๓ การฝึกประสบการณ์วิชาชีพหรือฝึกภาคสนาม ที่ใช้เวลาฝึกไม่น้อยกว่า
๔๕ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ ๑ หน่วยกิต

๙.๑.๔ การทำโครงการหรือกิจกรรมอื่นใดตามที่ได้รับมอบหมาย ที่ใช้เวลาทำ
โครงการหรือกิจกรรมนั้น ๆ ไม่น้อยกว่า ๔๕ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ ๑ หน่วยกิต

การจัดการศึกษาระบบไตรภาค ให้เทียบเคียงหน่วยกิตกับระบบทวิภาค ดังนี้

๙.๒ ระบบไตรภาค

๙.๒.1 หน่วยกิตระบบไตรภาค เทียบได้กับ ๑๒/๑๕ หน่วยกิตระบบทวิภาค
หรือ ๔ หน่วยกิตระบบทวิภาค เทียบได้กับ ๕ หน่วยกิตระบบไตรภาค

ข้อ ๑๐ เกณฑ์มาตรฐานสำหรับหลักสูตรระดับปริญญาตรีตามข้อบังคับนี้ตามหมวดนี้
เป็นต้นไปให้ใช้ระบบทวิภาค

ข้อ ๑๑ ให้จัดหลักสูตรระดับปริญญาตรี ๔ ปี ให้มีจำนวนหน่วยกิตรวมไม่น้อยกว่า
๑๒๐ หน่วยกิต ใช้เวลาการศึกษาไม่น้อยกว่า ๖ ภาคการศึกษาปกติ สำหรับการลงทะเบียนเรียนของ
นักศึกษาภาคปกติ และไม่น้อยกว่า ๙ ภาคการศึกษา รวมภาคฤดูร้อน สำหรับการลงทะเบียนเรียนภาค
พิเศษของนักศึกษาภาคพิเศษ

ในกรณีที่มีความจำเป็น สภามหาวิทยาลัยอาจอนุมัติจำนวนหน่วยกิตแตกต่างจากที่
กำหนดไว้ในข้อบังคับนี้ได้ แต่ทั้งนี้ ต้องไม่กระทบต่อมาตรฐานและคุณภาพการศึกษา โดยต้องเรียนให้
ครบหลักสูตรตามจำนวนหน่วยกิตที่ระบุไว้ในหลักสูตร

หมวด ๒

การรับเข้าเป็นนักศึกษา และสภาพนักศึกษา

ข้อ ๑๒ คุณสมบัติของผู้มีสิทธิสมัครเข้าเป็นนักศึกษา

๑๒.๑ เป็นผู้สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า จากสถาบัน
การศึกษาที่กระทรวงศึกษาธิการ ให้การรับรอง หรือ

๑๒.๒ เป็นผู้สำเร็จการศึกษาชั้นอนุปริญญา หรือปริญญาชั้นใดชั้นหนึ่งหรือ
เทียบเท่าจากสถาบันอุดมศึกษาที่สภามหาวิทยาลัยรับรอง

๑๒.๓ เป็นผู้มีคุณสมบัติอื่นตามเกณฑ์คุณสมบัติผู้มีสิทธิเข้าศึกษาที่กำหนดไว้ในหลักสูตรระดับปริญญาตรีสาขานั้น ๆ และ/หรือตามประกาศมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนครที่เกี่ยวข้องกับการรับเข้าศึกษาในหลักสูตรระดับปริญญาตรีสาขานั้น ๆ หรือตามที่กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม กำหนด

ผู้มีคุณสมบัติครบถ้วนตามประกาศที่มหาวิทยาลัยกำหนด หรือตามที่กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมกำหนด ให้มหาวิทยาลัยดำเนินการออกประกาศรับสมัครเป็นคราว ๆ ไป

ข้อ ๑๓ การรับบุคคลเข้าเป็นนักศึกษา สามารถดำเนินการได้ ดังนี้

๑๓.๑ การรับบุคคลเข้าเป็นนักศึกษา ของผู้มีคุณสมบัติตามข้อ ๑๒ กำหนดการและวิธีการรับเข้า ให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

๑๓.๒ การรับเข้าศึกษาตามข้อตกลงความร่วมมือระหว่างสถาบัน หรือตามนโยบายของมหาวิทยาลัย

๑๓.๓ การรับโดยวิธีอื่น ๆ ตามประกาศที่มหาวิทยาลัยกำหนด โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการบริหารวิชาการ (ก.วช.)

ข้อ ๑๔ การขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษา

๑๔.๑ ผู้ที่ได้รับการคัดเลือกให้เข้าเป็นนักศึกษาจะมีสภาพเป็นนักศึกษาเมื่อได้ขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาแล้ว โดยต้องส่งหลักฐาน พร้อมทั้งชำระเงินค่าธรรมเนียมการศึกษาและค่าธรรมเนียมอื่น ๆ ตามประกาศที่มหาวิทยาลัยกำหนด

๑๔.๒ ผู้ที่ได้รับการคัดเลือกให้เข้าเป็นนักศึกษาที่ไม่รายงานตัวและขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาตามวัน เวลา และสถานที่ที่มหาวิทยาลัยกำหนดเป็นอันหมดสิทธิ์ที่จะขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษา เว้นแต่จะได้แจ้งเหตุขัดข้องให้มหาวิทยาลัยทราบเป็นลายลักษณ์อักษรภายในวันที่กำหนดให้รายงานตัว และเมื่อได้รับอนุมัติแล้วต้องมารายงานตัวภายใน ๗ วัน นับจากวันสุดท้ายที่มหาวิทยาลัยกำหนดให้รายงานตัว ตามประกาศที่มหาวิทยาลัยกำหนด

๑๔.๓ ผู้ที่ขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาและได้ชำระเงินค่าธรรมเนียมการศึกษาและค่าธรรมเนียมอื่น ๆ ตามประกาศที่มหาวิทยาลัยกำหนดแล้ว มหาวิทยาลัยจะไม่คืนเงินให้ เว้นแต่มีเหตุจำเป็น โดยความเห็นชอบของอธิการบดี หรือรองอธิการบดีที่ได้รับมอบหมาย

ข้อ ๑๕ สภาพนักศึกษา

๑๕.๑ สภาพนักศึกษาแบ่งออกเป็น ๒ สภาพ ดังนี้

๑๕.๑.๑ นักศึกษาสภาพสมบูรณ์ ได้แก่ นักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนเป็นภาคการศึกษาแรกหรือนักศึกษาที่สอบได้แต่มีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า ๒.๐๐

๑๕.๑.๒ นักศึกษาสภาพรอพินิจ ได้แก่ นักศึกษาที่สอบได้แต่มีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า ๒.๐๐

๑๕.๒ ผู้ที่มีสภาพนักศึกษาจะมีบัตรประจำตัวนักศึกษาเป็นหลักฐาน เพื่อประกอบการใช้หรือสิทธิต่าง ๆ ที่นักศึกษาพึงมีในมหาวิทยาลัย

๑๕.๓ การจำแนกสภาพนักศึกษา

การจำแนกสภาพนักศึกษาจะกระทำทุก ๆ ๒ ภาคการศึกษาในแต่ละปีการศึกษา เว้นแต่ในกรณีลงทะเบียนเรียนภาคฤดูร้อนให้ถือว่าเป็นภาคการศึกษาต่อเนื่อง

๑๕.๔ การพ้นสภาพนักศึกษาให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ต่อไปนี้

๑๕.๔.๑ ขาดคุณสมบัติตามข้อ ๑๒

๑๕.๔.๒ ตาย

๑๕.๔.๓ ลาออก

๑๕.๔.๔ สำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

๑๕.๔.๕ ได้รับอนุมัติจากมหาวิทยาลัยให้ลาออกหรือโอนไปยังสถาบันอุดมศึกษาอื่น

๑๕.๔.๖ ไม่ลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษาแรกที่ขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาหรือไม่ลงทะเบียนเรียนให้เสร็จสิ้นภายใน ๓ สัปดาห์ นับแต่วันเปิดภาคการศึกษา เว้นแต่จะได้รับการผ่อนผันจากมหาวิทยาลัย

๑๕.๔.๗ ไม่ลงทะเบียนเรียน หรือไม่ชำระเงินค่าธรรมเนียมการศึกษา เพื่อรักษาสภาพนักศึกษาภายใน ๓ สัปดาห์ นับแต่วันเปิดภาคการศึกษา หรือไม่ลงทะเบียนรักษาสภาพต่อเนื่อง ๒ ภาคการศึกษา เว้นแต่จะได้รับการผ่อนผันจากมหาวิทยาลัยไม่น้อยกว่า ๒ สัปดาห์ก่อนสอบปลายภาคในแต่ละปีการศึกษา

๑๕.๔.๘ นักศึกษาที่ได้แต่มีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า ๑.๖๐ ในการจำแนกสภาพนักศึกษาเป็นครั้งแรก หรือได้แต่มีระดับคะแนนเฉลี่ยต่ำกว่า ๑.๗๐ ในการจำแนกสภาพนักศึกษาครั้งที่ ๒ หรือได้แต่มีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า ๑.๘๐ ในการจำแนกสภาพนักศึกษาครั้งที่ ๓

๑๕.๔.๙ นักศึกษาลงทะเบียนครบตามที่หลักสูตรกำหนดแต่ยังได้แต่มีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า ๑.๘๐

๑๕.๔.๑๐ มหาวิทยาลัยให้พ้นสภาพนักศึกษาเนื่องจากกระทำผิดวินัยนักศึกษา ตามข้อบังคับ ระเบียบ ประกาศ หรือคำสั่งของมหาวิทยาลัย ที่เกี่ยวกับวินัยนักศึกษา

๑๕.๕ การคืนสภาพนักศึกษา

นักศึกษาที่พ้นสภาพการเป็นนักศึกษาด้วยเหตุสุดวิสัย โดยไม่ได้กระทำผิดทางวินัย และไม่ได้พ้นสภาพเนื่องจากมีผลการเรียนต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดในข้อ ๑๕.๔.๘ อาจขอคืนสภาพนักศึกษาได้ ตามประกาศที่มหาวิทยาลัยกำหนด

ข้อ ๑๖ การเปลี่ยนสาขาวิชา

๑๖.๑ นักศึกษาที่จะเปลี่ยนสาขาวิชา จะต้องใช้เวลาศึกษาอยู่ในสาขาวิชาเดิมแล้วไม่น้อยกว่า ๑ ภาคการศึกษาปกติ และให้ทำการยื่นเรื่องขอเปลี่ยนแปลงสาขาวิชาก่อนเปิดภาคเรียนอย่างน้อย ๒ สัปดาห์

๑๖.๒ การเปลี่ยนสาขาวิชา นักศึกษาจะต้องยื่นคำร้องต่อสำนักส่งเสริมวิชาการ และงานทะเบียน ภายในระยะเวลาที่กำหนดตามปฏิทินการศึกษา โดยแนบปฏิบัติให้จัดทำเป็นประกาศมหาวิทยาลัย

๑๖.๓ นักศึกษาที่ได้รับอนุมัติให้เปลี่ยนสาขาวิชา จะต้องชำระค่าธรรมเนียม ตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด และสามารถเปลี่ยนสาขาวิชาได้ไม่เกิน ๑ ครั้ง

ข้อ ๑๗ การรับโอนนักศึกษา

๑๗.๑ มหาวิทยาลัยอาจพิจารณารับโอนนิสิตหรือนักศึกษาจากสถาบันอุดมศึกษาอื่นที่สำนักงานปลัดกระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมรับรองและกำลังศึกษาในหลักสูตรที่มีระดับและมาตรฐานเทียบเคียงกับหลักสูตรของมหาวิทยาลัย

๑๗.๒ การพิจารณารับโอนให้อยู่ในดุลพินิจของคณบดีคณะที่จะรับโอน และต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการประจำคณะ

๑๗.๓ นักศึกษาที่จะได้รับการพิจารณารับโอนต้องมีคุณสมบัติดังนี้

๑๗.๓.๑ มีคุณสมบัติครบถ้วนตามข้อ ๑๒ แห่งข้อบังคับนี้

๑๗.๓.๒ ได้ศึกษาอยู่ในสถาบันอุดมศึกษามาแล้วไม่น้อยกว่า ๒ ภาคการศึกษา ปกติทั้งนี้ไม่นับภาคการศึกษาที่ลาพักการศึกษา

๑๗.๔ นักศึกษาที่ประสงค์จะโอนมาศึกษาในมหาวิทยาลัย จะต้องยื่นคำร้องต่อมหาวิทยาลัยเป็นเวลาไม่น้อยกว่า ๔ สัปดาห์ ก่อนวันเปิดภาคการศึกษาของภาคที่ประสงค์จะเข้าศึกษานั้น พร้อมทั้งแนบเอกสารตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

๑๗.๕ นักศึกษาที่รับโอนจะต้องมีเวลาศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยไม่น้อยกว่า ๒ ภาคการศึกษา

๑๗.๖ การนับเวลาให้นับระยะต่อเนื่องจากสถานศึกษาเดิม

ข้อ ๑๘ การโอนหน่วยกิตและการยกเว้นรายวิชา

นักศึกษาหลักสูตรระดับปริญญาตรีอาจขอโอนหน่วยกิตหรือยกเว้นรายวิชาในหลักสูตรที่ได้เคยศึกษามาแล้วจากการศึกษาในหลักสูตรอื่น หรือหลักสูตรเดียวกันในมหาวิทยาลัยหรือจากสถาบันการศึกษาอื่นที่สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมรับรอง และ/หรือการศึกษานอกระบบ การศึกษาตามอัธยาศัย การฝึกอาชีพ ทั้งนี้ให้เป็นไปตามข้อบังคับ หรือระเบียบมหาวิทยาลัยว่าด้วยการโอนผลการเรียน การยกเว้นรายวิชา การเทียบโอนความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ ตามหลักสูตรของมหาวิทยาลัยผู้ที่ขอโอนผลการเรียนและขอยกเว้นรายวิชา ต้องดำเนินการตามประกาศของมหาวิทยาลัย

หมวด ๓

อาจารย์ที่ปรึกษา

ข้อ ๑๙ ให้นักศึกษาแต่ละคนมีอาจารย์ที่ปรึกษาเป็นผู้แนะนำการวางแผนการศึกษา และในการลงทะเบียนรายวิชาทุกครั้ง ต้องให้อาจารย์ที่ปรึกษาลงลายมือชื่อไว้เป็นหลักฐาน

ข้อ ๒๐ หน้าที่ของอาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ที่ปรึกษามีหน้าที่ดังนี้

๒๐.๑ ให้คำแนะนำและทำแผนการเรียนของนักศึกษาร่วมกับนักศึกษา ให้ถูกต้องตามหลักสูตรที่กำหนดไว้

๒๐.๒ ให้คำแนะนำในเรื่องระเบียบ ข้อบังคับ หรือประกาศเกี่ยวกับการศึกษาแก่นักศึกษา

๒๐.๓ รับผิดชอบในการลงทะเบียนเรียน การขอถอน ขอเพิ่ม หรือขอยกเลิก รายวิชา และจำนวนหน่วยกิตต่อภาคการศึกษาของนักศึกษา

๒๐.๔ แนะนำวิธีเรียน ให้คำปรึกษา และติดตามผลการเรียนของนักศึกษา

๒๐.๕ พิจารณาคำร้องต่าง ๆ ของนักศึกษา และดำเนินการให้ถูกต้องตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

๒๐.๖ ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับความเป็นอยู่และการศึกษาของนักศึกษาในมหาวิทยาลัย

๒๐.๗ รับผิดชอบดูแลความประพฤติของนักศึกษาให้เป็นไปตามระเบียบที่มหาวิทยาลัยกำหนดไว้ในกรณีที่นักศึกษากระทำผิดวินัยให้อาจารย์ที่ปรึกษารายงานให้ประธานสาขาวิชาและคณบดีทราบ เพื่อพิจารณานำเสนอรองอธิการบดีฝ่ายกิจการนักศึกษาพิจารณาโทษทางวินัยต่อไป

หมวด ๔

การลงทะเบียนเรียน

ข้อ ๒๑ การลงทะเบียนเรียน ให้ดำเนินการดังต่อไปนี้

๒๑.๑ กำหนดการ ขั้นตอนและวิธีการลงทะเบียนรายวิชาเรียนให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

๒๑.๒ นักศึกษาทุกคนต้องลงทะเบียนเรียน และชำระเงินตามระเบียบมหาวิทยาลัยว่าด้วยการเก็บเงินค่าธรรมเนียมการศึกษา และค่าธรรมเนียมอื่น ๆ ในแต่ละภาคการศึกษาให้เสร็จสิ้นภายในวันและเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด

๒๑.๓ การลงทะเบียนในแต่ละภาคการศึกษา กรณีนักศึกษาภาคปกติสามารถลงทะเบียนได้ไม่เกิน ๒๒ หน่วยกิต กรณีศึกษาภาคพิเศษสามารถลงทะเบียนได้ไม่เกิน ๑๒ หน่วยกิต

๒๑.๔ การลงทะเบียนในภาคฤดูร้อนของนักศึกษาภาคปกติ ให้ลงทะเบียนเรียนได้ไม่เกิน ๙ หน่วยกิต และนักศึกษาภาคพิเศษ ลงทะเบียนเรียนได้ไม่เกิน ๑๒ หน่วยกิต

หากนักศึกษามีเหตุผลและความจำเป็น ในการลงทะเบียนเรียนที่มีจำนวนหน่วยกิตแตกต่างไปจาก ๒๑.๓ หรือ ๒๑.๔ ก็อาจทำได้ แต่ทั้งนี้ต้องไม่กระทบต่อมาตรฐานและคุณภาพการศึกษา และต้องเรียนให้ครบตามจำนวนหน่วยกิตตามที่ระบุไว้ในหลักสูตร โดยต้องได้รับอนุมัติจากอธิการบดีหลักเกณฑ์และวิธีการลงทะเบียนเรียน ตามวรรคสองให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

๒๑.๕ เมื่อพ้นระยะเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด มหาวิทยาลัยจะไม่อนุญาตให้นักศึกษาลงทะเบียนเรียน เว้นแต่จะมีเหตุผลอันสมควรและต้องได้รับอนุมัติจากอธิการบดี หรือรองอธิการบดีที่ได้รับมอบหมายหรือผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน

ข้อ ๒๒ การลงทะเบียนเรียนรายวิชาพิเศษ (Audit)

๒๒.๑ การลงทะเบียนเรียนรายวิชาพิเศษ เป็นการลงทะเบียนเรียนเพื่อเพิ่มพูนความรู้โดยไม่นับหน่วยกิตไม่บังคับให้นักศึกษาสอบ และมีผลการเรียนเป็น AU

๒๒.๒ นักศึกษาจะลงทะเบียนเรียนรายวิชาพิเศษ โดยไม่นับหน่วยกิตได้ เมื่อได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ผู้สอนรายวิชานั้น และให้ระบุในการลงทะเบียนเรียนด้วยว่าเป็นการลงทะเบียนเรียนรายวิชาพิเศษโดยไม่นับหน่วยกิต

๒๒.๓ การลงทะเบียนรายวิชาพิเศษโดยไม่นับหน่วยกิตให้ลงในช่องผลการเรียนโดยไม่นับหน่วยกิตเฉพาะผู้ที่ใช้เวลาเรียนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ ของเวลาเรียนทั้งหมดของรายวิชานั้น

๒๒.๔ มหาวิทยาลัยอาจอนุมัติให้บุคคลภายนอกใด ๆ ที่มีไข่นักศึกษาเข้าเรียนบางรายวิชาพิเศษได้แต่ผู้นั้นจะต้องมีคุณสมบัติและพื้นฐานความรู้การศึกษา ตามที่มหาวิทยาลัยเห็นสมควร และจะต้องปฏิบัติตามข้อบังคับและระเบียบต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยและต้องเสียค่าธรรมเนียมการศึกษา ตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

ข้อ ๒๓ การขอเพิ่ม ขอลถอน หรือขอยกเลิกรายวิชา

๒๓.๑ การขอเพิ่มรายวิชา ให้ทำได้ภายใน ๓ สัปดาห์ โดยนับถัดจากวันเปิดภาคการศึกษาปกติและภาคการศึกษาพิเศษ หรือภายใน ๑ สัปดาห์ โดยนับถัดจากวันเปิดภาคฤดูร้อน ทั้งนี้ต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ผู้สอน และอาจารย์ที่ปรึกษา

๒๓.๒ การขอลถอนรายวิชา ให้ทำได้ภายใน ๓ สัปดาห์ โดยนับถัดจากวันเปิดภาคการศึกษาปกติและภาคการศึกษาพิเศษ หรือภายใน ๑ สัปดาห์ โดยนับถัดจากวันเปิดภาคฤดูร้อน ทั้งนี้ต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา

๒๓.๓ การยกเลิกรายวิชา จะกระทำได้เมื่อพ้นกำหนดการถอนรายวิชา และต้องดำเนินการให้เสร็จสิ้นก่อนกำหนดการสอบปลายภาคการศึกษาไม่น้อยกว่า ๒ สัปดาห์ ทั้งนี้ต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ผู้สอนและอาจารย์ที่ปรึกษา

การยกเลิกรายวิชาจะได้สัญลักษณ์ W และนับรวมจำนวนหน่วยกิตการลงทะเบียนตามข้อ ๒๑.๓ หรือ ๒๑.๔ แล้วแต่กรณี

ข้อ ๒๔ การลงทะเบียนเรียนรายวิชาหนึ่งรายวิชาใดที่มีวิชาบังคับก่อน มีหลักเกณฑ์ดังนี้

๒๔.๑ การลงทะเบียนเรียนรายวิชาใดที่มีวิชาบังคับก่อน นักศึกษาจะต้องสอบได้วิชาบังคับก่อน มิฉะนั้นให้ถือว่าการลงทะเบียนเรียนรายวิชานั้น ๆ เป็นโมฆะ

๒๔.๒ นักศึกษาอาจลงทะเบียนเรียนวิชาต่อเนื่องควบคู่กับรายวิชาบังคับก่อนที่เคยสอบได้ F มาแล้ว ตามประกาศที่มหาวิทยาลัยกำหนด

ข้อ ๒๕ การลงทะเบียนเพื่อรักษาสภาพนักศึกษา

๒๕.๑ นักศึกษาที่ลาพักการศึกษา หรือถูกสั่งให้พักการศึกษาตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยว่าด้วยวินัยนักศึกษาจะต้องลงทะเบียนเพื่อรักษาสภาพนักศึกษาและชำระค่าธรรมเนียมรักษาสภาพนักศึกษาตามอัตราที่มหาวิทยาลัยกำหนด โดยให้ดำเนินการให้แล้วเสร็จภายใน ๒ สัปดาห์ นับจากวันเปิดภาคการศึกษาปกติ หรือภายในสัปดาห์แรก นับจากวันเปิดภาคฤดูร้อน มิฉะนั้นจะต้องเสียค่าธรรมเนียมเพิ่มตามอัตราที่มหาวิทยาลัยกำหนด

๒๕.๒ นักศึกษาที่เรียนได้จำนวนหน่วยกิตครบตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตรแล้วและได้แต่มีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่ถึง ๒.๐๐ ทั้งนี้ต้องอยู่ในระหว่างเวลาที่กำหนดสภาพการเป็นนักศึกษาของการจัดการศึกษานั้น ๆ

ข้อ ๒๖ ค่าธรรมเนียมการศึกษาและการชำระค่าธรรมเนียมการศึกษา

นักศึกษาจะต้องชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาตามอัตราที่มหาวิทยาลัยกำหนดโดยให้ปฏิบัติตามวิธีการ ขั้นตอน ที่มหาวิทยาลัยประกาศกำหนด

การผ่อนผันการชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาให้เป็นอำนาจของอธิการบดีโดยผ่อนผันได้ไม่เกิน ๑ ภาคการศึกษา

การยกเว้นหรือลดค่าธรรมเนียมการศึกษา ให้เป็นอำนาจของสภามหาวิทยาลัย โดยให้จัดทำเป็นประกาศของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๒๗ การลา

๒๗.๑ นักศึกษามีสิทธิลาป่วยหรือการลากิจได้ไม่เกินร้อยละ ๒๐ ของเวลาเรียนทั้งหมดในภาคการศึกษานั้น กรณีลาป่วยหรือการลากิจที่ไม่เกิน ๑๕ วัน ให้อยู่ในดุลยพินิจของอาจารย์ที่ปรึกษาในการอนุมัติหากเกินจากนี้ต้องได้รับความเห็นชอบจากประธานสาขาวิชาและอนุมัติจากคณบดีเจ้าสังกัด

๒๗.๒ นักศึกษาที่ได้รับอนุมัติให้ลาแล้ว มีสิทธิได้รับการผ่อนผันการสอบ การนับเวลาเรียนและสิทธิ์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเรียนหรือการสอบ

ข้อ ๒๘ การลาพักการศึกษา

๒๘.๑ นักศึกษาอาจยื่นคำร้องขอลาพักการศึกษาได้ ในกรณีใดกรณีหนึ่ง ดังต่อไปนี้

๒๘.๑.๑ ถูกเกณฑ์ หรือระดมพลเข้ารับราชการกองประจำการ

๒๘.๑.๒ ได้รับทุนการแลกเปลี่ยนนักศึกษาระหว่างประเทศ หรือทุนอื่นใดที่มหาวิทยาลัยเห็นสมควรสนับสนุน

๒๘.๑.๓ ประสบอุบัติเหตุ ภัยอันตราย หรือเจ็บป่วยจนต้องเข้ารักษาตัวเป็นเวลานานเกินร้อยละ ๒๐ ของเวลาเรียนทั้งหมดในภาคการศึกษานั้นตามคำสั่งแพทย์ โดยมีใบรับรองแพทย์จากสถานพยาบาลของทางราชการ หรือสถานพยาบาลของเอกชนตามกฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาลซึ่งเป็นของเอกชนที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด

๒๘.๑.๔ เมื่อนักศึกษามีความจำเป็นส่วนตัว อาจยื่นคำร้องขอลาพักการศึกษา ได้ถ้าได้ลงทะเบียนโดยสมบูรณ์ในมหาวิทยาลัยแล้วอย่างน้อย ๑ ภาคการศึกษา

๒๘.๒ การลาพักการศึกษา นักศึกษาต้องยื่นคำร้องภายในสัปดาห์ที่ ๓ ของภาคการศึกษาที่ลาพักการศึกษา ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนเป็นผู้พิจารณาอนุมัติ ยกเว้นการลาพักการศึกษาในกรณีข้อ ๒๘.๑.๑ – ๒๘.๑.๓ โดยให้อธิการบดีเป็นผู้พิจารณาอนุมัติ

๒๘.๓ การลาพักการศึกษา กระทำได้ครั้งละไม่เกิน ๒ ภาคการศึกษาติดต่อกัน ถ้า นักศึกษายังมีความจำเป็นที่จะต้องขอลาพักการศึกษาในภาคการศึกษาต่อไป ให้นักศึกษายื่นคำร้องขอลาพักการศึกษาใหม่ทั้งนี้การลาพักการศึกษาทุกครั้งต้องได้รับความยินยอมจากผู้ปกครอง

๒๘.๔ ในกรณีที่นักศึกษาได้รับอนุมัติให้ลาพักการศึกษา ให้นับระยะเวลาที่ลาพัก การศึกษารวมอยู่ในระยะเวลาการศึกษาด้วย

๒๘.๕ นักศึกษาที่ได้รับอนุมัติให้ลาพักการศึกษา เมื่อจะกลับเข้าเรียนต้องยื่นคำร้อง กลับเข้าเรียนต่อคนบติ ก่อนวันเปิดภาคการศึกษาไม่น้อยกว่า ๒ สัปดาห์ และให้คนบติเจ้าสังกัดแจ้ง สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน

๒๘.๖ นักศึกษาที่ได้รับอนุมัติให้ลาพักการศึกษา ต้องชำระค่าธรรมเนียมการรักษา สภาพ นักศึกษาตามอัตราที่มหาวิทยาลัยกำหนด

ข้อ ๒๙ การลาออก

นักศึกษาจะต้องยื่นใบลาออกต้องดำเนินการตามประกาศของมหาวิทยาลัยกำหนด

หมวด ๕

การวัด และการประเมินผลการศึกษา

ข้อ ๓๐ การมีสิทธิ์เข้าสอบ

๓๐.๑ นักศึกษาผู้มีสิทธิ์ในสอบปลายภาคการศึกษาต้องอยู่ในเกณฑ์ต่อไปนี้

๓๐.๑.๑ มีเวลาเรียนรายวิชาใดไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ ของเวลาเรียนทั้งหมด

๓๐.๑.๒ กรณีที่มีเวลาเรียนรายวิชาใดไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ แต่ไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๖๐ และคณบดีพิจารณาเห็นสมควรให้มีสิทธิ์สอบ

๓๐.๒ นักศึกษาผู้ขาดคุณสมบัติตามข้อ ๓๐.๑.๑ หรือข้อ ๓๐.๑.๒ ให้อาจารย์ผู้สอนพิจารณาให้ผลการเรียนเป็น F หรือ U แล้วแต่กรณี

ข้อ ๓๑ ระเบียบการสอบ

๓๑.๑ การกำหนดจำนวนครั้ง วิธีการสอบ ให้อยู่ในดุลยพินิจของอาจารย์ประจำวิชา

๓๑.๒ ระเบียบการสอบ ให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

๓๑.๓ นักศึกษาที่ไม่ได้เข้าสอบตามกำหนดโดยมีเหตุผลความจำเป็น จะต้องยื่นคำร้องขอสอบต่อคณะภายในเจ็ดวัน นับตั้งแต่วันสอบวิชานั้น และสอบให้เสร็จสิ้นภายใน ๑๕ วัน นับตั้งแต่วันสอบตามปกติของวิชานั้น หากพ้นกำหนดให้ถือว่าขาดสอบ กรณีที่มีความจำเป็นต้องสอบเกิน ๑๕ วัน ให้อยู่ในดุลยพินิจของคณบดี ทั้งนี้ หากไม่อาจปฏิบัติตามความดังกล่าวได้ ให้อยู่ในดุลยพินิจของคณบดี

๓๑.๔ นักศึกษาที่ทุจริตในการสอบ ให้ถือว่าสอบตกได้ F ในวิชานั้น และถือว่าผิดวินัยทางการศึกษาจะต้องได้รับการพิจารณาโทษตามระเบียบหรือข้อบังคับของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๓๒ การวัดผลการศึกษา

การวัดผลการศึกษาอาจจะกระทำได้ระหว่างภาคการศึกษา ด้วยวิธีสอบย่อย ทำรายงานงานที่แบ่งกันทำเป็นหมู่คณะการทดสอบระหว่างการศึกษ การเขียนสารนิพนธ์ประจำรายวิชา หรืออื่น ๆ และเมื่อสิ้นสุดภาคการศึกษาจะมีผลการสอบปลายภาคสำหรับรายวิชาที่ศึกษานั้น โดยคิดคะแนนระหว่างการศึกษาไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕๐ แต่ต้องไม่เกินร้อยละ ๗๐ เว้นแต่รายวิชาที่กำหนดให้วัดผลการศึกษาลักษณะอื่นโดยให้ทำเป็นประกาศมหาวิทยาลัย ทั้งนี้ให้อาจารย์ผู้สอนส่งผลการเรียนหลังสอบปลายภาคการศึกษาในวันและเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด แต่ต้องไม่เกิน ๑๕ วัน นับตั้งแต่วันสิ้นสุดการสอบปลายภาคการศึกษา โดยให้ปฏิบัติตามประกาศการส่งผลการเรียนของมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยอาจใช้วิธีทดสอบเทียบความรู้แทนการวัดผลการศึกษาตามความในวรรคก่อนก็ได้

ข้อ ๓๓ การประเมินผลการศึกษา

๓๓.๑ ให้คณะกรรมการบริหารคณะ ตรวจสอบผลการศึกษาของแต่ละรายวิชา โดยกำหนดให้ใช้ระบบระดับคะแนนและแต้มระดับคะแนนในการวัดและประเมินผล ดังนี้

ระดับคะแนน A ความหมาย ดีเยี่ยม (Excellent)	แต้มระดับคะแนน ๔.๐๐
ระดับคะแนน B+ ความหมาย ดีมาก (Very Good)	แต้มระดับคะแนน ๓.๕๐
ระดับคะแนน B ความหมาย ดี (Good)	แต้มระดับคะแนน ๓.๐๐
ระดับคะแนน C + ความหมาย ค่อนข้างดี (Fairly Good)	แต้มระดับคะแนน ๒.๕๐
ระดับคะแนน C ความหมาย พอใช้ (Fair)	แต้มระดับคะแนน ๒.๐๐
ระดับคะแนน D+ ความหมาย อ่อน (Poor)	แต้มระดับคะแนน ๑.๕๐
ระดับคะแนน D ความหมาย อ่อนมาก (Very Poor)	แต้มระดับคะแนน ๑.๐๐
ระดับคะแนน F ความหมาย ตก (Fail)	แต้มระดับคะแนน ๐

๓๓.๑.๑ ระบบนี้ใช้สำหรับการประเมินรายวิชาที่เรียนตามหลักสูตร ระดับคะแนนที่ถือว่าสอบได้ตามระบบนี้ต้องไม่ต่ำกว่า D ถ้านักศึกษาได้รับคะแนนในรายวิชาใดเป็น F ต้องลงทะเบียนเรียนซ้ำจนกว่าจะสอบได้ ยกเว้นรายวิชาเลือกสามารถลงทะเบียนและเรียนรายวิชาเดิมซ้ำหรือรายวิชาอื่นที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันแทนได้ แล้วให้เปลี่ยนระดับคะแนนวิชาเลือกจาก F เป็น W

๓๓.๑.๒ ส่วนการประเมินรายวิชาเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพ/รายวิชาเตรียมสหกิจศึกษา และรายวิชาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ / รายวิชาสหกิจศึกษา ถ้าได้ระดับคะแนนต่ำกว่า C หรือคะแนนไม่ผ่านเกณฑ์ ถือว่าสอบตก นักศึกษาจะต้องลงทะเบียนเรียนซ้ำ

๓๓.๒ ในกรณีที่ไม่สามารถประเมินผลเป็นค่าระดับคะแนนได้ให้ประเมินผลโดยสัญลักษณ์ ดังนี้

สัญลักษณ์ S	ความหมาย ผลการประเมินผ่านเกณฑ์ (Satisfactory)
สัญลักษณ์ U	ความหมาย ผลการประเมินไม่ผ่านเกณฑ์ (Unsatisfactory)
สัญลักษณ์ I	ความหมาย ผลการประเมินยังไม่สมบูรณ์ (Incomplete)
สัญลักษณ์ W	ความหมาย การถอนรายวิชาเรียนโดยได้รับอนุมัติ

(Withdrawal)

สัญลักษณ์ AU ความหมาย การเรียนรายวิชาพิเศษโดยไม่นับหน่วยกิต (Audit)

ระบบนี้ใช้สำหรับการประเมินรายวิชาที่หลักสูตรบังคับให้เรียนเพิ่มตามข้อกำหนดเฉพาะของแต่ละสาขาวิชาและรายวิชาที่สภามหาวิทยาลัยกำหนดให้เรียนเพิ่ม รายวิชาที่ได้ผลการเรียน U นักศึกษาจะต้องลงทะเบียนเรียนซ้ำจนกว่าจะสอบได้

๓๓.๓ การให้ F ในรายวิชาใดจะกระทำได้ในกรณีต่อไปนี้ด้วย

๓๓.๓.๑ นักศึกษาสอบตก

๓๓.๓.๒ นักศึกษาขาดสอบปลายภาคการศึกษา

๓๓.๓.๓ นักศึกษามีเวลาเรียนไม่ครบตามเกณฑ์ในข้อ ๓๐.๑

๓๓.๓.๔ นักศึกษาทุจริตในการสอบ

๓๓.๓.๕ นักศึกษาที่ได้ I แต่มีได้ดำเนินการขอประเมินผลเพื่อแก้ I ให้เสร็จสิ้นภายใน ๓ สัปดาห์แรกของภาคการศึกษาถัดไปที่นักศึกษามีสิทธิลงทะเบียนเรียน

๓๓.๔ การให้ S หรือ U ใช้สำหรับประเมินรายวิชาเรียนที่ไม่นำค่าของหน่วยกิตมาคำนวณแต่มีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม

๓๓.๕ การให้ I ในรายวิชาใดจะกระทำได้ในกรณีต่อไปนี้

๓๓.๕.๑ นักศึกษามีเวลาเรียนครบตามเกณฑ์ในข้อ ๓๐.๑.๑ หรือข้อ ๓๐.๑.๒ แต่ขาดสอบปลายภาคเนื่องจากป่วย หรือเหตุสุดวิสัย และได้รับอนุมัติจากคณบดี

๓๓.๕.๒ อาจารย์ผู้สอนและคณบดีเห็นสมควรให้รอผลการศึกษาเพราะนักศึกษายังปฏิบัติงานซึ่งเป็นส่วนประกอบการศึกษาวิชานั้นไม่สมบูรณ์ โดยไม่ใช่เป็นความบกพร่องหรือความผิดของนักศึกษา ในกรณีที่มีเหตุผลความจำเป็นอย่างยิ่งให้อธิการบดีอนุมัติขยายเวลาได้ไม่เกิน ๑ ภาคการศึกษา

๓๓.๖ นักศึกษาที่ได้ I จะต้องดำเนินการขอรับการประเมินผลเพื่อเปลี่ยนสัญลักษณ์ I ให้เสร็จสิ้นตามอาจารย์ผู้สอนกำหนด ภายในภาคการศึกษาปกติถัดไป หากพ้นกำหนดดังกล่าวให้อาจารย์ผู้สอนพิจารณาผลงานที่ค้างอยู่เป็นศูนย์ และประเมินผลการเรียนจากคะแนนที่มีอยู่แล้วและหากอาจารย์ผู้สอนไม่ส่ง ผลการประเมินใหม่ภายในภาคการศึกษาถัดไป ให้นายทะเบียนของมหาวิทยาลัยเปลี่ยนระดับคะแนนเป็น F หรือ U แล้วแต่กรณีเว้นแต่อธิการบดีอนุมัติให้ขยายเวลา เนื่องจากเหตุสุดวิสัย อันมิใช่เกิดจากการกระทำของนักศึกษาผู้นั้น ทั้งนี้ต้องดำเนินการให้เสร็จสิ้นภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้ในข้อ ๓๓.๕.๒

๓๓.๗ การให้ W ในรายวิชาใดจะกระทำได้ในกรณีต่อไปนี้

๓๓.๗.๑ นักศึกษาได้รับอนุมัติให้ออนรายวิชาเรียนตามข้อ ๒๓.๒

๓๓.๗.๒ นักศึกษาได้รับอนุมัติให้ลาพักการศึกษาตามข้อ ๒๘

๓๓.๗.๓ นักศึกษาถูกสั่งให้พ้นการศึกษาหลังจากลงทะเบียนในภาคการศึกษา

นั้น ๆ

๓๓.๗.๔ รายวิชาเลือกที่ได้ F และได้รับอนุมัติให้เรียนรายวิชาอื่นแทน

๓๓.๗.๕ นักศึกษาได้รับอนุมัติจากคณบดี ให้เปลี่ยนจาก I ที่นักศึกษาได้รับตามข้อ ๓๓.๕.๑ และครบกำหนดเวลาของการเปลี่ยน I แล้ว แต่การป่วยหรือเหตุอันสุดวิสัยยังไม่สิ้นสุด โดยมีหลักฐานที่เชื่อถือได้

๓๓.๘ การให้ AU ในรายวิชาใดจะกระทำในกรณีที่นักศึกษาได้รับอนุมัติให้ลงทะเบียนเรียนเป็นพิเศษโดยไม่นับหน่วยกิตตามข้อ ๒๒

๓๓.๙ การนับจำนวนหน่วยกิต

๓๓.๙.๑ การนับจำนวนหน่วยกิตเพื่อใช้ในการคำนวณหาแต้มระดับคะแนนเฉลี่ย ให้นับจากทุกรายวิชาที่มีระบบการให้คะแนนแบบระดับคะแนน ในกรณีที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียนซ้ำหรือเรียนแทนในรายวิชาใดให้อำนาจหน่วยกิต และแต้มระดับคะแนนที่ได้ไปใช้ในการคำนวณหาแต้มระดับคะแนนเฉลี่ยด้วย

๓๓.๙.๒ การนับจำนวนหน่วยกิตสะสมของนักศึกษาเพื่อให้ครบหลักสูตร ให้นับเฉพาะหน่วยกิตของรายวิชาที่สอบได้เท่านั้น

๓๓.๑๐ การคำนวณแต้มระดับคะแนนเฉลี่ย

๓๓.๑๐.๑ แต้มระดับคะแนนเฉลี่ยเฉพาะรายภาคการศึกษา ให้คำนวณจากผลการเรียนของนักศึกษาภาคการศึกษานั้น โดยนำผลรวมของผลคูณของจำนวนหน่วยกิตกับแต้มระดับคะแนนของ แต่ละรายวิชาเป็นตัวตั้งหารด้วยจำนวนหน่วยกิตรวมของภาคการศึกษานั้น การคำนวณดังกล่าวให้ตั้งหารถึงทศนิยมตำแหน่งที่ ๒ โดยไม่ปัดเศษสำหรับรายวิชาที่ยังมีผลการเรียนเป็น I ไม่ให้นำหน่วยกิตมารวมเป็นตัวหารเฉลี่ย

๓๓.๑๐.๒ แต้มระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม ให้คำนวณจากผลการเรียนของนักศึกษาตั้งแต่เริ่มเข้าศึกษาจนถึงภาคการศึกษาสุดท้าย โดยนำผลรวมของผลคูณของจำนวนหน่วยกิตกับแต้มระดับคะแนนของแต่ละรายวิชาที่เรียนทั้งหมดตามข้อ ๓๓.๑๐.๑ เป็นตัวตั้งหารด้วยจำนวนหน่วยกิตรวมทั้งหมด การคำนวณดังกล่าวให้ตั้งหารถึงทศนิยมตำแหน่งที่ ๒ โดยไม่ปัดเศษสำหรับรายวิชาที่ยังมีผลการเรียนเป็น I ไม่ให้นำหน่วยกิตมารวมเป็นตัวหารเฉลี่ย กรณีที่สอบตกและต้องเรียนซ้ำ ให้นับรวมทั้งหน่วยกิตและผลการเรียนครั้งสุดท้ายไปคำนวณแต้มระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม

๓๓.๑๐.๓ การคำนวณแต้มระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมของนักศึกษาที่ย้ายสาขาวิชาเอก ย้ายหลักสูตร ย้ายคณะ ให้คำนวณแต้มระดับคะแนนของทุกรายวิชาที่มีปรากฏในหลักสูตรสาขาวิชาเอกที่รับเข้า ไม่ว่าจะเป็นรายวิชาที่เทียบหรือไม่ก็ตาม

๓๓.๑๐.๔ การคำนวณแต้มระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมที่โอนมาจากสถานศึกษาอื่นและนักศึกษาที่สำเร็จอนุปริญญาหรือเทียบเท่า และได้รับอนุมัติให้เข้าศึกษาต่อให้คิดเฉพาะแต้มระดับคะแนนของรายวิชาที่เรียนใหม่เท่านั้น

๓๓.๑๑ การแจ้งผลการเรียน

๓๓.๑๑.๑ มหาวิทยาลัยจะแจ้งผลการเรียนหลังจากการประมวลผลการเรียนแล้วเสร็จในแต่ละภาคการศึกษาผ่านระบบการรายงานผลการศึกษาของมหาวิทยาลัย

๓๓.๑๑.๒ มหาวิทยาลัยจะระงับการออกใบแสดงผลการศึกษาและใบรับรองใด ๆ ให้แก่นักศึกษาหากนักศึกษาค้างชำระหนี้สินต่อมหาวิทยาลัย ถึงแม้จะได้มีการแจ้งผลการเรียนไปแล้วก็ตาม

ข้อ ๓๔ การเรียนเพื่อเปลี่ยนแต้มระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม

๓๔.๑ นักศึกษาอาจขอเรียนรายวิชาเดิมเพื่อเปลี่ยนแต้มระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม โดยความเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษาและได้รับอนุมัติจากคณบดีเจ้าสังกัดของนักศึกษา ทั้งนี้ การคำนวณแต้มระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมให้ใช้ผลการเรียนครั้งใหม่

๓๔.๒ ในแต่ละภาคการศึกษา นักศึกษาจะลงทะเบียนเรียนซ้ำได้โดยต้องเรียนวิชาอื่น ๆ ในหลักสูตรไม่ต่ำกว่า ๙ หน่วยกิต ยกเว้นในกรณีที่นักศึกษาเรียนครบหน่วยกิตตามหลักสูตรปริญญาตรีแล้วแต่แต้มระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่ถึงเกณฑ์ให้เรียนซ้ำเฉพาะรายวิชาที่จะเรียนเพื่อยกระดับคะแนนได้ ทั้งนี้ ต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาทุกรายวิชา

ข้อ ๓๕ การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพ เตรียมสหกิจศึกษา การฝึกประสบการณ์วิชาชีพและสหกิจศึกษานักศึกษาจะต้องรับการเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพ เตรียมสหกิจศึกษาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพและสหกิจศึกษาที่ระบุไว้ในหลักสูตรถ้าผู้ใดปฏิบัติงานไม่ครบถ้วน เนื่องจากประพฤติดนและปฏิบัติงานขัดต่อระเบียบวินัย ผู้ควบคุมซึ่งเป็นอาจารย์หรือบุคคลจากภายนอกอาจพิจารณาส่งตัวกลับ ให้ถือว่าการศึกษายังไม่สมบูรณ์ตามความต้องการแห่งหลักสูตรและจะได้รับการประเมินผลไม่ผ่าน (U) นักศึกษาจะต้องลงทะเบียนเรียนใหม่

หมวด ๖

การสำเร็จการศึกษา การขอรับปริญญา และการอนุมัติปริญญา

ข้อ ๓๖ การขอสำเร็จการศึกษาสำหรับนักศึกษาที่คาดว่าจะสำเร็จการศึกษาในภาคการศึกษาใดต้องยื่นคำร้องขอสำเร็จการศึกษาภายในระยะเวลา ตามขั้นตอนและวิธีการตามประกาศของมหาวิทยาลัย

๓๖.๑ วันสำเร็จการศึกษาให้นับตั้งแต่วันที่คณะกรรมการบริหารวิชาการ (ก.วช.) มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร อนุมัติผลการสำเร็จการศึกษา

๓๖.๒ สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน เสนอผลการอนุมัติวันสำเร็จการศึกษาต่อสภาวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร เพื่อพิจารณารับรองผลการสำเร็จการศึกษาและเสนอสภามหาวิทยาลัยเพื่ออนุมัติปริญญาต่อไป

๓๖.๓ ผู้สำเร็จการศึกษาตามหลักสูตรต้องมีคุณสมบัติครบถ้วน ดังนี้

๓๖.๓.๑ มีความประพฤติดีและมีคุณธรรม

๓๖.๓.๒ ต้องเรียนและสอบผ่านรายวิชาต่าง ๆ ครบถ้วนตามหลักสูตรสาขาวิชาและเป็นไปตามข้อ ๑๑ แห่งข้อบังคับนี้

๓๖.๓.๓ ต้องได้แต้มระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า ๒.๐๐

๓๖.๓.๔ ต้องไม่อยู่ระหว่างการถูกสอบสวนทางวินัยอย่างร้ายแรงตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยว่าด้วยวินัยนักศึกษา

๓๖.๓.๕ กรณีเทียบโอนรายวิชา ต้องมีเวลาศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยไม่น้อยกว่า ๒ ภาคการศึกษา

ข้อ ๓๗ การขอรับปริญญา

๓๗.๑ นักศึกษาต้องสำเร็จการศึกษาตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในข้อ ๓๖

๓๗.๒ ให้นักศึกษายื่นคำร้องแสดงความจำนงขอรับปริญญา

ต่อมหาวิทยาลัย ตามวิธีการ และขั้นตอน ภายในวันที่มหาวิทยาลัยกำหนด พร้อมทั้งต้องชำระค่าธรรมเนียมตามอัตราที่มหาวิทยาลัยกำหนด

๓๗.๓ นักศึกษาที่สมควรได้รับการเสนอชื่อให้ได้รับปริญญา จะต้องไม่มีพันธะด้านหนี้สินใด ๆ ต่อมหาวิทยาลัยและเป็นผู้ที่มีความประพฤติไม่ขัดต่อข้อบังคับและระเบียบของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๓๘ การให้ปริญญา

๓๘.๑ ให้มหาวิทยาลัยเสนอรายชื่อนักศึกษาที่มีสิทธิได้รับการเสนอชื่อเพื่อรับปริญญาในสาขาวิชาต่าง ๆ เพื่อขออนุมัติปริญญาจากสภามหาวิทยาลัย

๓๘.๒ การให้ปริญญาเกียรตินิยมมหาวิทยาลัยจะพิจารณาให้ปริญญาเกียรตินิยมแก่ผู้สำเร็จการศึกษาที่ได้แต่ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ ๓.๖๐ ขึ้นไปสำหรับปริญญาบัณฑิตเกียรตินิยมอันดับ ๑ หรือได้แต่ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ ๓.๒๕ ขึ้นไปสำหรับปริญญาบัณฑิตเกียรตินิยมอันดับ ๒

๓๘.๓ การที่ไม่มีสิทธิได้รับปริญญาเกียรตินิยม

- หลักสูตร
- ๓๘.๓.๑ นักศึกษามีผลการเรียน F หรือ U ตามระบบค่าระดับคะแนน
 - ๓๘.๓.๒ นักศึกษาสำเร็จการศึกษาเกินจำนวนปีการศึกษาปกติที่ระบุไว้ในหลักสูตร
 - ๓๘.๓.๓ นักศึกษาที่ขอเทียบโอนรายวิชาและยกเว้นรายวิชา
 - ๓๘.๓.๔ นักศึกษาที่ขอลงทะเบียนเพื่อปรับค่าระดับคะแนน
 - ๓๘.๓.๕ นักศึกษาสาขาวิชานิติศาสตร์ที่สำเร็จการศึกษาโดยมีการสอบแก้ตัว
 - ๓๘.๓.๖ นักศึกษาที่มีผลการเรียนต่ำกว่า C ไม่มีสิทธิได้รับเกียรตินิยม
 - ๓๘.๓.๗ นักศึกษาที่มีผลการเรียน W ตามเกณฑ์ในข้อ ๓๓.๗.๔

ข้อ ๓๙ การอนุมัติปริญญา ให้สภาวิชาการเสนอชื่อผู้สมควรได้รับปริญญาต่อสภามหาวิทยาลัยเพื่ออนุมัติ ให้มีผลนับแต่วันที่สภามหาวิทยาลัยมีมติอนุมัติ

บทเฉพาะกาล

ข้อ ๔๐ ในระหว่างที่ไม่มีการออกคำสั่ง หรือประกาศใดเพื่อปฏิบัติตามข้อบังคับนี้ให้นำประกาศหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีผลบังคับใช้อยู่ก่อนข้อบังคับนี้มาใช้บังคับโดยอนุโลม จนกว่าจะได้มีการออกคำสั่ง หรือประกาศตามข้อบังคับนี้

ประกาศ ณ วันที่ 12 พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๕



(นายปัญญา มหาชัย)

นายกสภามหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร



ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

ว่าด้วย การโอนผลการเรียน การเทียบโอนผลการเรียน การเทียบโอนความรู้ ทักษะ และประสบการณ์
พ.ศ. ๒๕๖๕

โดยที่เป็นการสมควรออกข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ว่าด้วย การโอนผลการเรียน การเทียบโอนผลการเรียน การเทียบโอนความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ พ.ศ. ๒๕๖๕

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๑๘ (๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. ๒๕๔๗ สภามหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนครจึงออกข้อบังคับเกี่ยวกับการโอนผลการเรียน การเทียบโอนผลการเรียน การเทียบโอนความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ ตามหลักสูตรที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร และสถาบันอุดมศึกษาอื่น ประกอบกับมติคณะกรรมการบริหารมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร (ก.บ.) ในคราวประชุม ครั้งที่ 5/2565 เมื่อวันที่ 21 เมษายน พ.ศ. 2565 และมติสภามหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ในคราวประชุม ครั้งที่ 3/2565 เมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม พ.ศ. 2565 จึงออกข้อบังคับไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ข้อบังคับนี้เรียกว่า “ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ว่าด้วย การโอนผลการเรียน การเทียบโอนผลการเรียน การเทียบโอนความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ พ.ศ. ๒๕๖๕”

ข้อ ๒ ข้อบังคับนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศเป็นต้นไป

ข้อ ๓ ให้ยกเลิกข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ว่าด้วย การโอนผลการเรียน การเทียบโอนผลความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ พ.ศ. 2549 และ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2550 โดยใช้ข้อบังคับฉบับนี้แทน

ข้อ ๔ ในข้อบังคับนี้

“มหาวิทยาลัย” หมายความว่า มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

“คณะ” หมายความว่า ส่วนราชการตามกฎหมายกระทรวงจัดตั้งส่วนราชการ ในมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร กระทรวงศึกษาธิการ พ.ศ. 2548 และให้หมายความรวมถึงโครงการจัดตั้งบัณฑิตวิทยาลัย

“อธิการบดี” หมายความว่า อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

“นักศึกษา” หมายความว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

“สถาบันอุดมศึกษาอื่น” หมายความว่า สถาบันการศึกษาที่จัดการเรียนการสอนในระดับหลังมัธยมศึกษาตอนปลาย หลักสูตรไม่ต่ำกว่าระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่าตามที่สภามหาวิทยาลัยให้การรับรองหรือกระทรวงศึกษาธิการให้การรับรอง หรือกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ให้การรับรอง หรือได้รับการรับรองตามกฎหมายอื่น

“การโอนผลการเรียน” หมายความว่า การขอโอนหน่วยกิตของรายวิชาในระดับเดียวกันที่ได้เคยศึกษามาแล้วจากมหาวิทยาลัย เพื่อใช้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในมหาวิทยาลัย

“การเทียบโอนผลการเรียน” หมายความว่า การขอเทียบโอนหน่วยกิตของรายวิชาในระดับเดียวกันที่ได้เคยศึกษามาแล้วจากสถาบันอุดมศึกษาอื่น เพื่อใช้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในมหาวิทยาลัย

“การเทียบโอนความรู้ ทักษะ และประสบการณ์” หมายความว่า การขอเทียบโอนความรู้ ทักษะ และประสบการณ์จากการศึกษานอกระบบ การศึกษาตามอัธยาศัย การจัดการศึกษาตลอดชีวิตตามแนวทาง การดำเนินงานระบบคลังหน่วยกิตระดับอุดมศึกษา ความรู้จากการฝึกอาชีพ หรือความรู้จากประสบการณ์ของนักศึกษา เพื่อนับเป็นหน่วยกิตเทียบเท่ารายวิชา ตามหลักสูตรการศึกษาในมหาวิทยาลัย

ข้อ ๕ การโอนผลการเรียน มีหลักเกณฑ์ดังนี้

(๑) นักศึกษาหลักสูตรระดับปริญญาตรีหรือบัณฑิตศึกษา ที่สำเร็จการศึกษาหรือเคยศึกษาในหลักสูตรที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัย อาจขอโอนหน่วยกิตรายวิชาในระดับเดียวกับที่ได้เคยศึกษามาแล้ว เพื่อใช้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา โดยยื่นคำร้องต่อสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน หรือสำนักงานบัณฑิตศึกษาภายในระยะเวลา ๑๕ วัน นับแต่วันเปิดภาคเรียนที่เข้าศึกษา

(๒) ให้คณะกรรมการบริหารคณะ หรือคณะกรรมการบริหารสำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย แต่งตั้งคณะกรรมการจากสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องพิจารณาดำเนินการโอนผลการเรียนของนักศึกษาที่ยื่นคำร้อง เฉพาะรายวิชาที่มีผลการเรียนในหลักสูตรระดับปริญญาตรีไม่ต่ำกว่าระดับ C หรือ S หรือ P

แล้วแต่กรณี และในหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับ B หรือ S หรือ P แล้วแต่กรณี แล้วนำเสนอ คณะกรรมการบริหารคณะ หรือคณะกรรมการบริหารสำนักงานบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อพิจารณาอนุมัติ

(๔) นักศึกษาต้องชำระค่าธรรมเนียมการโอนผลการเรียนตามที่มหาวิทยาลัย กำหนดทั้งนี้จำนวนรายวิชาและผลการเรียนที่โอนได้ ให้รวมเป็นหน่วยกิตตามหลักสูตรที่เข้าศึกษาและ สามารถนำไปคิดค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมได้

(๕) นักศึกษาที่โอนผลการเรียนแล้วต้องลงทะเบียนศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยอย่างน้อยหนึ่งปีการศึกษา

ข้อ ๖ การเทียบโอนผลการเรียน มีหลักเกณฑ์ดังนี้

(๑) นักศึกษาหลักสูตรระดับอนุปริญญา ปริญญาตรี หรือบัณฑิตศึกษา ที่เคยศึกษา ในหลักสูตรที่เปิดสอนในสถาบันอุดมศึกษาอื่น หรือสำเร็จการศึกษาจากสถาบันอุดมศึกษาอื่น อาจขอ เทียบโอนหน่วยกิตรายวิชาในระดับเดียวกับที่ได้เคยศึกษามาแล้วเพื่อใช้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา โดยยื่นคำร้องต่อสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน หรือสำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย ภายในระยะเวลา ๑๕ วัน นับแต่วันเปิดภาคเรียนที่เข้าศึกษา

(๒) รายวิชาที่นำมาขอเทียบโอนผลการเรียน ต้องมีเนื้อหาสาระครอบคลุมไม่น้อย กว่าสามในสี่ของรายวิชาใหม่ที่เทียบโอน และจำนวนหน่วยกิตที่เทียบโอนได้จะต้องไม่เกินสามในสี่ของ จำนวนหน่วยกิตรวมของหลักสูตรระดับอนุปริญญา หรือปริญญาตรีที่รับเทียบโอนหรือไม่เกินหนึ่งในสาม ของจำนวนหน่วยกิตรวมของหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาที่รับโอน และให้เทียบโอนรายวิชาวิทยานิพนธ์ได้ ตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการบัณฑิตและสภาวิชาการ โดยจัดทำเป็น ประกาศมหาวิทยาลัย

(๓) ให้คณะกรรมการบริหารคณะ หรือคณะกรรมการบริหารสำนักงานบัณฑิต วิทยาลัย แต่งตั้งคณะกรรมการจากสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องพิจารณาดำเนินการเทียบโอนผลการเรียนของ นักศึกษาที่ยื่นคำร้อง เฉพาะรายวิชาที่มีผลการเรียนในหลักสูตรระดับอนุปริญญาหรือปริญญาตรี ไม่ต่ำ กว่าระดับชั้น C หรือ S หรือ P แล้วแต่กรณี และในหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับ B หรือ S หรือ P แล้วแต่กรณี แล้วนำเสนอคณะกรรมการบริหารคณะ หรือคณะกรรมการบริหารสำนักงานบัณฑิต วิทยาลัยเพื่อพิจารณาอนุมัติ

(๔) นักศึกษาต้องชำระค่าธรรมเนียมการเทียบโอนผลการเรียนตามที่มหาวิทยาลัย กำหนด ทั้งนี้จำนวนรายวิชาและผลการเรียนที่เทียบโอนได้ ให้รวมเป็นหน่วยกิตตามหลักสูตรที่ศึกษาได้ แต่ไม่ต้องนำไปคิดค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม

(๕) นักศึกษาที่เทียบโอนผลการเรียนแล้ว ต้องลงทะเบียนศึกษาในมหาวิทยาลัย อย่างน้อยหนึ่งปีการศึกษา

ข้อ ๗ การเทียบโอนความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ มีหลักเกณฑ์ดังนี้

(๑) นักศึกษาของมหาวิทยาลัย อาจยื่นคำร้องต่อสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนหรือสำนักงานบัณฑิตวิทยาลัยให้เทียบโอนความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ของนักศึกษาเพื่อ นับเป็นหน่วยกิต เทียบเท่ากับรายวิชาที่เปิดสอนในหลักสูตรของมหาวิทยาลัยภายในภาคเรียนแรกที่เข้า ศึกษา โดยมีความรู้ ทักษะและประสบการณ์ที่ขอเทียบโอน

(๒) ให้คณะกรรมการบริหารคณะ หรือคณะกรรมการบริหารสำนักงานบัณฑิต วิทยาลัยแต่งตั้งคณะกรรมการสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องพิจารณาดำเนินการเทียบระดับความรู้ ความสามารถ ทักษะ และประสบการณ์ของนักศึกษาที่ยื่นคำร้องด้วยวิธีการที่หลากหลายทั้งด้วยการทดสอบ การ ประเมินแฟ้มสะสมงาน หรือการสังเกตพฤติกรรม ให้ครอบคลุมลักษณะของนักศึกษาตามมาตรฐานของ รายวิชาที่เทียบโอน แล้วนำผลการพิจารณาเสนอคณะกรรมการบริหารคณะ หรือคณะกรรมการบริหาร สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย เพื่อพิจารณาอนุมัติ

(๓) องค์ความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ที่จะนำมาเทียบโอน ต้องตรงหรือสัมพันธ์หรือ เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของรายวิชาที่จะขอเทียบโอน และจำนวนหน่วยกิตที่เทียบโอนได้จะต้องไม่เกินสามใน สี่ของจำนวนหน่วยกิตรวมของหลักสูตรระดับอนุปริญญา หรือปริญญาตรีที่ขอเทียบ และไม่เกินหนึ่งใน สามของจำนวนหน่วยกิตรวมของหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาที่ขอเทียบ ทั้งนี้ นักศึกษาจะต้องชำระ ค่าธรรมเนียมการเทียบโอนตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

(๔) รายวิชาที่ได้รับการเทียบโอนความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ ให้บันทึกไว้ใน ระเบียนการเรียนของนักศึกษาโดยใช้อักษรย่อ “P” ในช่องระดับคะแนน ในหลักสูตรระดับอนุปริญญา และปริญญาตรี และใช้อักษร S สำหรับรายวิชาในหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา

(๕) ความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่เทียบโอนได้ ให้รวมเป็นหน่วยกิตตาม หลักสูตร ที่ศึกษาแต่ไม่ต้องนำไปคิดค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม

(๖) นักศึกษาที่ขอเทียบโอนความรู้ ทักษะ และประสบการณ์แล้ว ต้องลงทะเบียน ศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยอย่างน้อยหนึ่งปีการศึกษา

ข้อ ๘ กรณีเคยศึกษาในรายวิชาที่จะขอเทียบโอน หรือ สำเร็จการศึกษามาแล้ว อาจให้ มีการทดสอบความรู้ก่อนขอเทียบโอน โดยให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๙ นักศึกษาที่เทียบโอนผลการเรียน เทียบโอนความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ ไม่ มีสิทธิ์ได้รับปริญญาเกียรตินิยม

ข้อ ๑๐ กรณีศึกษามาแล้วหรือสำเร็จการศึกษามาแล้วอาจให้มีการทดสอบความรู้ตามประกาศของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๑1 ให้อธิการบดีเป็นผู้รักษาการให้เป็นไปตามข้อบังคับนี้ ให้มีอำนาจออกคำสั่งหรือ ประกาศเพื่อปฏิบัติการตามข้อบังคับฉบับนี้ และเป็นผู้วินิจฉัยชี้ขาดในกรณีที่เกิดปัญหาจากการใช้ข้อบังคับนี้ การวินิจฉัยของอธิการบดีถือเป็นที่สุด

ประกาศ ณ วันที่ 12 พฤษภาคม พ.ศ. 2565



(นายปัญญา มหาชัย)

นายกสภามหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

หมายเหตุ :- เพื่อให้กระบวนการโอนผลการเรียน การเทียบโอนผลการเรียนการเทียบโอนความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ ที่นักศึกษานำผลการเรียน มาจากสถาบันการศึกษาที่จัดการเรียนการสอนในระดับหลังมัธยมศึกษาตอนปลาย หลักสูตรไม่ต่ำกว่าระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่าในสาขาที่สภามหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนครและกระทรวงศึกษาธิการให้การรับรอง จึงต้องกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการในการดำเนินการให้เกิดความชัดเจน จึงมีความจำเป็นต้องจัดทำข้อบังคับฉบับนี้ใช้บังคับ



ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

ว่าด้วย การยกเว้นรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป พ.ศ. ๒๕๖๕

เพื่อให้การจัดการศึกษาสอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม และเปิดโอกาสให้บุคคลได้ศึกษาตามอัธยาศัย จึงเห็นเป็นการสมควรให้มีข้อบังคับว่าด้วยการยกเว้นรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ตามหลักสูตรมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนครอาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๑๘ (๒) แห่งพระราชบัญญัติ มหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. ๒๕๔๗ ประกอบกับมติคณะกรรมการบริหารมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร (ก.บ.) ในคราวประชุม ครั้งที่ 4/2565 เมื่อวันที่ 21 เมษายน พ.ศ. 2565 และมติสภามหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ในคราวประชุม ครั้งที่ 3/2565 เมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม พ.ศ. 2565 จึงออกข้อบังคับไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ข้อบังคับนี้เรียกว่า “ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ว่าด้วย การยกเว้นรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป พ.ศ. ๒๕๖๕”

ข้อ 2 ข้อบังคับนี้ให้ใช้ตั้งแต่ปีการศึกษา ๒๕๖๕ เป็นต้นไป

ข้อ 3 ให้ยกเลิกข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ว่าด้วย การยกเว้นรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป พ.ศ. 2550 และ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2556 โดยใช้ข้อบังคับฉบับนี้แทน

ข้อ 4 ในข้อบังคับนี้

“นักศึกษา” หมายความว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

“อธิการบดี” หมายความว่า อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

“มหาวิทยาลัย” หมายความว่า มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

“สถาบันอุดมศึกษาอื่น” หมายความว่า สถาบันการศึกษาที่จัดการเรียนการสอน ในระดับหลังมัธยมศึกษาตอนปลาย หลักสูตรไม่ต่ำกว่าระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่าตามที่สภา

มหาวิทยาลัยให้การรับรองหรือกระทรวงศึกษาธิการให้การรับรอง หรือกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ให้การรับรอง หรือได้รับการรับรองตามกฎหมายอื่น

ข้อ 5 นักศึกษาที่มีสิทธิได้รับการยกเว้นรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ได้แก่ ผู้สำเร็จ การศึกษาระดับปริญญาตรี จากมหาวิทยาลัยหรือสถาบันอุดมศึกษาอื่น เข้ามาศึกษาในมหาวิทยาลัยใน ระดับปริญญาตรี หรือปริญญาตรี ๒ ปี หลังอนุปริญญา ทุกสาขาวิชาและหลักสูตรกำหนดให้เรียนหมวด วิชาศึกษาทั่วไป ให้ได้รับการยกเว้นไม่ต้องเรียนรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป

ข้อ 6 ผู้สำเร็จการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่าจากสถาบันอุดมศึกษาอื่น ต้อง ลงทะเบียนเรียนในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปอย่างน้อย ๑๒ หน่วยกิต และมีสิทธิได้รับการยกเว้นหน่วยกิตที่ เหลือตามโครงสร้างหมวดวิชาศึกษาทั่วไปที่กำหนดใช้กับหลักสูตรนั้น ๆ โดยให้คณะกรรมการศูนย์ศึกษา ทั่วไปแต่งตั้งคณะกรรมการเพื่อพิจารณาการยกเว้นและเทียบโอนรายวิชา

ข้อ 7 รายวิชาที่ได้รับการยกเว้น ตามข้อ 5 ให้บันทึกผลการเรียนเป็น “ S ” และให้นับ หน่วยกิต รวมในเกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

ข้อ 8 กรณีที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีมาแล้ว อาจจัดให้มีการทดสอบความรู้ ในรายวิชาศึกษาทั่วไปบางรายวิชาก่อนได้รับการยกเว้น โดยรายละเอียดให้เป็นไปตามประกาศของ มหาวิทยาลัย

ข้อ 9 นักศึกษามีสิทธิที่จะขอโอนผลการเรียน หรือเทียบโอนผลการเรียน รายวิชาใน หมวดวิชาอื่น ๆ ของหลักสูตร ตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ว่าด้วย การโอนผลการเรียน การเทียบโอนผลการเรียน การเทียบโอนความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ พ.ศ. ๒๕๖๕

ทั้งนี้ การได้รับการยกเว้นรายวิชาตามข้อ 5 กับการใช้สิทธิขอโอนรายวิชาตามวรรคแรก จำนวนหน่วยกิตรวมกันแล้วต้องไม่เกิน ๓ ใน ๔ ของหน่วยกิตรวมขั้นต่ำ ซึ่งกำหนดไว้ในหลักสูตรที่กำลัง ศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร และเมื่อได้รับการยกเว้นแล้ว ต้องมีเวลาศึกษาอยู่ใน มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ไม่น้อยกว่า ๑ ปีการศึกษา

ข้อ 10 ผู้ได้รับการยกเว้นรายวิชาตามข้อบังคับนี้ ไม่มีสิทธิได้รับปริญญาเกียรตินิยม

ข้อ ๑1 ให้อธิการบดีเป็นผู้รักษาการให้เป็นไปตามข้อบังคับนี้ ให้มีอำนาจออกคำสั่ง หรือประกาศเพื่อปฏิบัติการตามข้อบังคับฉบับนี้ และเป็นผู้วินิจฉัยชี้ขาดในกรณีที่เกิดปัญหาจากการใช้ ข้อบังคับนี้ การวินิจฉัยของอธิการบดีถือเป็นที่สุด

ประกาศ ณ วันที่ 12 พฤษภาคม พ.ศ. 2565



(นายปัญญา มหาชัย)

นายกสภามหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

หมายเหตุ:- เนื่องจากกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการยกเว้นรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป และกระบวนการเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนการเรียนรู้ตลอดชีวิต ยังมิได้กำหนดวิธีการและหลักเกณฑ์ในการยกเว้น จึงมีความจำเป็นต้องจัดทำข้อบังคับฉบับนี้เพื่อใช้บังคับ