



หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567)

คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม



หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567)
ตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565

คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

คำนำ

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567) เป็นหลักสูตรที่ปรับปรุงจากหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564) รหัสหลักสูตร 25491471106702 ซึ่งการปรับปรุงหลักสูตรเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565 โดยสาระสำคัญของการปรับปรุงหลักสูตรในครั้งนี้ ได้ปรับหลักสูตรแนวทาง Outcome-based education (OBE) เพื่อให้ได้หลักสูตรที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต และได้บัณฑิตที่มีความรู้ด้านวิชาการ และทักษะการปฏิบัติ ที่มีลักษณะเป็นบัณฑิตนักปฏิบัติที่ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต

การจัดทำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567) ได้รับความร่วมมือจากอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตร อาจารย์ประจำ ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาและวิพากษ์หลักสูตรให้ได้หลักสูตรที่มีมาตรฐานสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต

รองศาสตราจารย์ ดร.จันทนา วัฒนกาญจนะ

คณบดีคณะคณะวิทยาการจัดการ

15 สิงหาคม 2566

สารบัญ

	หน้า
คำนำ.....	(1)
สารบัญ.....	(2)
หมวดที่ 1 ชื่อหลักสูตร ชื่อปริญญา และข้อมูลทั่วไปของหลักสูตร	1
หมวดที่ 2 ปรัชญา วัตถุประสงค์ วิสัยทัศน์ พันธกิจ และผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร.....	7
หมวดที่ 3 โครงสร้างของหลักสูตร รายวิชาและหน่วยกิต	17
หมวดที่ 4 การจัดกระบวนการเรียนรู้	51
หมวดที่ 5 ความพร้อมและศักยภาพในการบริหารจัดการหลักสูตร.....	59
หมวดที่ 6 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา จำนวนรับนักศึกษา และงบประมาณ.....	72
หมวดที่ 7 การประเมินผลการเรียนและเกณฑ์การสำเร็จการศึกษา.....	74
หมวดที่ 8 การประกันคุณภาพหลักสูตร	76
หมวดที่ 9 ระบบและกลไกการพัฒนาหลักสูตร	77
ภาคผนวก ก ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมว่าด้วยการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2566	85
ภาคผนวก ข ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมว่าด้วยการเทียบโอนผลการเรียน ระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2566	100
ภาคผนวก ค พระราชกฤษฎีกา ว่าด้วยปริญญาในสาขาวิชา อักษรย่อสำหรับสาขาวิชา ครุวิทยฐานะ เข็มวิทยฐานะ และครุยประจำตำแหน่งของมหาวิทยาลัยราชภัฏ นครปฐม (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2565	105
ภาคผนวก ง คณะกรรมการพัฒนาหลักสูตร.....	112
ภาคผนวก จ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร.....	115
ภาคผนวก ฉ ตารางเปรียบเทียบโครงสร้างหลักสูตรก่อนและหลังการปรับปรุง.....	121
ภาคผนวก ช การพัฒนาหลักสูตรตามแนวทางของ Outcome-based Education (OBE).....	144
ภาคผนวก ซ รายงานสรุปผลการประชุมสภามหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ครั้งที่	281

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567)

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
คณะ คณะวิทยาการจัดการ

หมวดที่ 1 ชื่อหลักสูตร ชื่อปริญญา และข้อมูลทั่วไปของหลักสูตร

1. รหัสและชื่อหลักสูตร

รหัสหลักสูตร 25491471106702

ชื่อหลักสูตร (ไทย) หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

ชื่อหลักสูตร (อังกฤษ) Bachelor of Business Administration Program in Marketing

2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

2.1 หลักเกณฑ์การเรียกชื่อปริญญา

☒ เป็นไปตามพระราชบัญญัติว่าด้วยปริญญาในสาขาวิชา อักษรย่อสำหรับสาขาวิชา ครุยวิทยฐานะ
เช่น วิทยาศาสตรบัณฑิต และครุยประจำตำแหน่งของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2565

2.2 ชื่อปริญญา (ภาษาไทย)

ชื่อเต็ม บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)

ชื่อย่อ บธ.บ. (การตลาด)

2.3 ชื่อปริญญา (ภาษาอังกฤษ)

ชื่อเต็ม Bachelor of Business Administration (Marketing)

ชื่อย่อ B.B.A. (Marketing)

2.4 ชื่อสาขาวิชา

ภาษาไทย การตลาด

ภาษาอังกฤษ Marketing

3. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร

ไม่น้อยกว่า 124 หน่วยกิตของระบบทวิภาค

4. รูปแบบของหลักสูตร

4.1 รูปแบบหลักสูตร

☒ หลักสูตรปริญญาตรี 4 ปี

4.2 ประเภทของหลักสูตร

- ☒ หลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาการ

4.3 ภาษาที่ใช้

- ☒ หลักสูตรจัดการศึกษาเป็นภาษาไทย

4.4 การรับเข้าศึกษา

- ☒ รับทั้งนักศึกษาไทยและนักศึกษาต่างชาติ โดยมีเงื่อนไขคือสามารถสื่อสารภาษาไทยได้ (การฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน)

4.5 ความร่วมมือกับสถาบันอื่น

- ☒ เป็นหลักสูตรเฉพาะของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

4.6 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา

- ☒ ให้ปริญญาเพียงสาขาวิชาเดียว (ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด)

5. สถานที่จัดการเรียนการสอน

- ☒ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

6. อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

- 6.1 นักการตลาด / นักการตลาดออนไลน์
6.2 นักวางแผนกลยุทธ์การตลาด ได้แก่ ผู้จัดการผลิตภัณฑ์ ผู้จัดการแบรนด์ เจ้าหน้าที่การตลาด
เจ้าหน้าที่การขาย เจ้าหน้าที่วิเคราะห์ราคา เจ้าหน้าที่บริหารช่องทางการจัดจำหน่าย
6.3 นักวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด ได้แก่ Marketing Analyst
6.4 พนักงานฝ่ายการตลาดในหน่วยงานภาครัฐและเอกชน
6.5 นักวางแผนการสื่อสารการตลาด ได้แก่ ผู้จัดการแคมเปญ นักวางแผนสื่อและประชาสัมพันธ์
6.6 ผู้ประกอบการอิสระ สตาร์ทอัพ

7. ค่าธรรมเนียมการศึกษา

- 7.1 ค่าธรรมเนียมการศึกษาภาคเรียนละ 9,600 บาท
7.2 ค่าธรรมเนียมการศึกษาตลอดหลักสูตร 76,800 บาท

8. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

8.1 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567) ปรับปรุงจากหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564) รหัสหลักสูตร 25491471106702 เริ่มใช้หลักสูตรครั้งแรกเมื่อปีการศึกษา 2549

8.2 คณะกรรมการประจำคณะวิทยาการจัดการ ในการประชุมครั้งที่ 8/2566 วันที่ 15 สิงหาคม 2566

8.3 สภาวิชาการ ในการประชุมครั้งที่ 2/2567 วันที่ 31 มกราคม 2567

8.4 สภามหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมเห็นชอบหลักสูตรในการประชุมครั้งที่ 4/2567 เมื่อวันที่ 9 มีนาคม 2567

8.5 เริ่มใช้จัดการเรียนการสอนในปีการศึกษา 2567

9. สถานการณ์ภายนอกหรือการพัฒนาที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนหลักสูตร

9.1 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางเศรษฐกิจ

ปัจจุบันโลกยังคงเผชิญกับวิกฤตการณ์ที่เชื่อมโยงกันท่ามกลางการฟื้นตัวของเศรษฐกิจอย่างช้า ๆ จากผลกระทบของการระบาดใหญ่ของโควิด-19 ที่ผ่านมา วิกฤตค่าครองชีพของหลายประเทศทั่วโลก โดยเฉพาะประเทศกำลังพัฒนา รวมถึงวิกฤตสภาพภูมิอากาศที่ยังคงสร้างความเสียหายให้กับประเทศและพลเมืองทั่วโลกอย่างต่อเนื่อง การบริโภคภาพรวมที่ลดลงและ การลงทุนภาคเอกชนที่ชะลอตัว ปัจจัยดังกล่าวมีความสำคัญอย่างยิ่งการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกและเป็นสิ่งกระตุ้นให้ทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยจำเป็นต้องขับเคลื่อนธุรกิจในรูปแบบดิจิทัลมากขึ้น โดยรัฐบาลไทยให้ความสำคัญของการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจ สร้างระบบดิจิทัลที่เหมาะสมกับการตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เพื่อพัฒนาระบบการตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 จึงให้ความสำคัญกับ 4 มิติการพัฒนา 13 จุดหมาย เน้นนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวทางจัดทำแผน โดยปลายทางของแผนคือ ทำให้ไทยเดินไปข้างหน้าอย่างมั่นคง เป็นประเทศที่ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการพัฒนา ลดความเหลื่อมล้ำ สิ่งแวดล้อมดีขึ้น และสามารถแข่งขันในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้ ซึ่งหมายความว่าเกี่ยวข้องกับทางสาขาวิชา นั้น ได้แก่ หมายความว่า 6 ผลักดันการเติบโตเศรษฐกิจดิจิทัล โดยการสร้างระบบนิเวศที่เหมาะสม ทั้งในด้านโครงสร้างพื้นฐานและกฎระเบียบ รวมถึงการสนับสนุนให้อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์เดิมสามารถปรับเปลี่ยนไปสู่อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ หมายความว่า 7 พัฒนาศักยภาพเอสเอ็มอีสู่การเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัล หมายความว่า 8 สร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานราก สร้างความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน โลจิสติกส์ และดิจิทัล และหมายความว่า 12 สนับสนุนให้คนทุกช่วงวัยมีโอกาสพัฒนาทักษะอย่างเต็มศักยภาพ มีการเรียนรู้ตลอดชีวิต และมีสมรรถนะที่สอดคล้องกับบริบทของโลกยุคใหม่ ส่วนกองเศรษฐกิจการแรงงาน, กระทรวงแรงงาน (2565) รายงานผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการแรงงาน การขาดแคลนแรงงาน การเข้าออกของแรงงานในสถานประกอบการ การประมาณการอุปสงค์แรงงาน และประมาณการอุปทานแรงงานเข้าใหม่ ระดับประเทศปี 2565 พบว่าอุตสาหกรรมที่มีความต้องการแรงงานณ ปัจจุบัน 3 ลำดับแรก ได้แก่ (1) การขายส่งและขายปลีก การซ่อมยานยนต์ และจักรยานยนต์ (2) การผลิตและ (3) การก่อสร้าง ตามลำดับจะเห็นได้ว่าการค้าขายหรือการตลาดยังมีความสำคัญเพียงแต่พัฒนารูปแบบไปสู่โลกยุคดิจิทัลมากขึ้นจากการเติบโตของเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างก้าวกระโดด ข้อมูลจากสภาพพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2566) สรุปว่ารวมทั้งปี 2565 เศรษฐกิจไทย ขยายตัวร้อยละ 2.6 ปรับตัวขึ้นจากร้อยละ 1.5 ในปี 2564 และพยากรณ์แนวโน้มเศรษฐกิจไทยในปี 2566 คาดว่าจะขยายตัวในช่วงร้อยละ 2.7-3.7 (ค่ากลางของการประมาณการอยู่ที่ร้อยละ 3.2)

จะเห็นได้ว่าเศรษฐกิจไทยกำลังฟื้นตัวแต่ก็ไม่ใช่ตัวเลขที่เคยเติบโตแบบในอดีต การสร้างความเข้มแข็งด้านเศรษฐกิจให้กับประเทศจึงเป็นปัญหาใหญ่

ดังนั้นสาขาวิชาการตลาด จะต้องทำการปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้อง และเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน

9.2 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางสังคม วัฒนธรรม หรือหน่วยงานในกำกับ (สป.อว.)

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580 ได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน โดยมีแนวคิด 3 ประการ ได้แก่ ต่อยอดอดีต , ปรับปัจจุบัน และสร้างคุณค่าใหม่ในอนาคต โดยเฉพาะแนวคิดประการที่ 3 คือ การสร้างคุณค่าใหม่ ด้วยการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ พัฒนาคนรุ่นใหม่ รวมถึงปรับปรุงแบบธุรกิจ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาด ผสมผสานกับยุทธศาสตร์ที่รองรับอนาคต บนพื้นฐานของการต่อยอดอดีตและปรับปัจจุบัน พร้อมทั้งการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐ ให้ประเทศไทยสามารถสร้างฐานรายได้และการจ้างงานใหม่ขยายโอกาสทางการค้าและการลงทุนในเวทีโลก ควบคู่ไปกับการยกระดับรายได้และการกินดีอยู่ดี รวมถึงการเพิ่มขึ้นของชนชั้นกลางและลดความเหลื่อมล้ำของคนในประเทศได้ในคราวเดียวกัน

จากสถานการณ์ข้างต้น อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567) ได้ร่วมกันปรับปรุงหลักสูตรตามประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่องเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565 ลงวันที่ 18 กรกฎาคม พ.ศ. 2565 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกำกับส่งเสริมกระบวนการผลิตบัณฑิตที่เน้นการพัฒนาผู้เรียนให้มีลักษณะของความเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ สามารถดำรงตนอยู่ในพหุวัฒนธรรมภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ที่มีการสื่อสารแบบไร้พรมแดน มีศักยภาพในการเรียนรู้ตลอดชีวิตมีความสามารถในการปฏิบัติงานได้ตามกรอบมาตรฐานและจรรยาบรรณที่กำหนด สามารถสร้างสรรค์งานที่เกิดประโยชน์ต่อตนเองและสังคมทั้งในระดับท้องถิ่นและสากล ซึ่งหลักสูตรฯ ยังคงจัดการศึกษาที่เน้นผลลัพธ์การเรียนรู้ 4 ด้าน คือ ด้านความรู้ ด้านทักษะ ด้านจริยธรรม และด้านคุณลักษณะบุคคล รวมถึงการเสริมสร้างทักษะในศตวรรษที่ 21 เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งและเพิ่มขีดความสามารถแรงงานในอนาคต ให้มีคุณลักษณะที่แสดงถึงความก้าวหน้าทางวิทยาการต่าง ๆ ทักษะด้านการคิดอย่างมีวิจารณญาณและการแก้ปัญหา ทักษะการทำงานเป็นทีมและภาวะผู้นำ ทักษะความเข้าใจความแตกต่างทางวัฒนธรรม ทักษะทางด้านการสื่อสารภายในองค์กร ทักษะทางด้านคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัล ทักษะทางวิชาการเฉพาะด้านวิชาชีพ และการเสริมสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมที่ดีงามของไทย การเป็นผู้ที่มีคุณธรรม มีน้ำใจ ใฝ่เรียนรู้อยู่เสมอ มีความขยันมุ่งมั่นในความสำเร็จ เท้าตันต่อความเจริญก้าวหน้าของโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง

9.3 Stakeholders ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตร

9.3.1 ผู้ใช้บัณฑิต

9.3.2 ศิษย์เก่า นักศึกษา และผู้ที่สนใจเข้าศึกษา

9.3.3 อาจารย์ประจำหลักสูตร/ อาจารย์ผู้สอน

9.3.4 คณะกรรมการบริหารสถาบัน

9.3.5 สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สป.อว.)

9.4 Stakeholders' need ต่อการพัฒนาหลักสูตร

ลำดับ	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ความต้องการจำเป็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
1	ผู้ใช้บัณฑิต	1. มีความรู้พื้นฐานด้านการตลาด 2. สามารถนำความรู้ที่เรียนมาไปประยุกต์ใช้ในการทำงาน การวางแผนงาน และการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและการขายได้ 3. ผู้ใช้บัณฑิตต้องการให้บัณฑิตมีความรู้ ความสามารถทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศดิจิทัล เช่น โปรแกรม MS Office, การใช้เครื่องมือทางการตลาดฯ 4. ความสามารถทางด้านภาษาอังกฤษเบื้องต้น 5. ความสามารถในการนำเสนอสินค้าและบริการ 6. ทักษะภาวะผู้นำ และการทำงานเป็นทีม 8. มีทักษะการเป็นผู้ประกอบการ เช่น การทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย การอ่านงบการเงิน การวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต ความรู้ด้านภาษีอากร การจัดการทรัพยากรมนุษย์
2	ศิษย์เก่า/นักเรียน/ผู้ที่สนใจเข้าศึกษา	1. ความรู้ด้านการตลาดที่ทันสมัย 2. หลักสูตรที่เน้นให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติเพื่อทำให้เกิดความเชี่ยวชาญในการทำงาน 3. การประยุกต์ความรู้ด้านการตลาดในการทำงาน 4. ความสามารถทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการตลาด 5. ความสามารถในการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ 6. ทักษะการเป็นผู้ประกอบการ 7. ต้องการเรียนจบตามระยะเวลาของหลักสูตร และได้งานทำตามสาขาที่เรียน
3	อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน	1. มีความรู้ทางด้านการตลาดเพื่อวางแผนการตลาดตามความต้องการของผู้บริโภคได้ 2. สามารถใช้งานโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อจัดการข้อมูลให้พร้อมสำหรับการนำเสนอสินค้าและบริการ 3. สามารถอ่าน และเขียนภาษาอังกฤษ เพื่อการสื่อสารทางการตลาดได้ 4. ความรู้ในการวิเคราะห์ข้อมูล การวางแผนการตลาด
4	คณะกรรมการบริหารสถาบัน	1. การพัฒนาหลักสูตรที่เน้นให้ผู้เรียนฝึกปฏิบัติมีความสามารถทักษะด้านดิจิทัลสำหรับการตลาด 2. พัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์คณะและยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัย 3. ส่งเสริมทักษะการเป็นผู้ประกอบการ 4. พัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับการประกอบอาชีพ 5. มีจิตอาสาสาธารณะ มีน้ำใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

ลำดับ	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ความต้องการจำเป็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
5	สำนักงาน ปลัดกระทรวง การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและ นวัตกรรม (สป.อว.)	1. ความรู้เฉพาะทางในศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการตลาด 2. ส่งเสริมทักษะการปฏิบัติงาน โดยการบูรณาการเรียนกับการทำงาน (WIL) เช่น สหกิจศึกษา 3. ทักษะการคิดอย่างมีวิจารณญาณ 4. มีทักษะภาษาอังกฤษ และทักษะด้านดิจิทัลสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม 5. ปฏิบัติตนตามหลักการของการเป็นพลเมืองเข้มแข็งเคารพกฎหมาย กฎกระทรวงเรื่องมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา 2565 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้

หมวดที่ 2 ปรัชญา วัตถุประสงค์ วิสัยทัศน์ พันธกิจ และผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร

1. ปรัชญา วิสัยทัศน์ พันธกิจ และอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

1.1 ปรัชญา

การศึกษาสร้างคน คิดค้นภูมิปัญญา พัฒนาท้องถิ่น

1.2 ปรัชญาการศึกษา

มุ่งเน้นการพัฒนาผู้เรียนให้เกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต รองรับความเปลี่ยนแปลง มุ่งเน้นการผลิตและพัฒนาบัณฑิตนักปฏิบัติที่มีความรู้ ความสามารถ ทักษะและสมรรถนะทางวิชาชีพอย่างรอบด้าน มีคุณธรรม จริยธรรม นำไปสู่การสร้างสรรค์ ประยุกต์ใช้ให้สอดคล้อง เหมาะสมกับบริบทของสังคม

1.3 วิสัยทัศน์

ผลิตบัณฑิตนักปฏิบัติ เสริมสมรรถนะวิชาชีพ สร้างนวัตกรรมที่มีคุณค่า เป็นพลังปัญญาของสังคม

1.4 พันธกิจ

ตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. 2547 ระบุไว้ในมาตรา 7 “ให้มหาวิทยาลัยเป็นสถาบันอุดมศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นที่เสริมสร้างพลังปัญญาของแผ่นดิน ฟื้นฟูพลังการเรียนรู้ เชิดชูภูมิปัญญาของท้องถิ่น สร้างสรรค์ศิลปวิทยา เพื่อความเจริญก้าวหน้าอย่างมั่นคงและยั่งยืนของปวงชน มีส่วนร่วมในการจัดการ การบำรุงรักษา การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน โดยมีวัตถุประสงค์ให้การศึกษา ส่งเสริมวิชาการและวิชาชีพชั้นสูง ทำการสอนวิจัย ให้บริการทางวิชาการแก่สังคม ปรับปรุง ถ่ายทอด และพัฒนาเทคโนโลยี ทะนุบำรุงศิลปและวัฒนธรรม ผลิตครูและส่งเสริมวิทยะฐานะครู” จึงกำหนดพันธกิจของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมไว้เป็น 6 ประการ คือ

1. ผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพคู่คุณธรรมและขยายโอกาสทางการศึกษา
2. ผลิตบัณฑิตครูและส่งเสริมวิทยฐานะครู
3. ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง
4. วิจัยเพื่อพัฒนาท้องถิ่นสู่มาตรฐานสากล และสืบสานพัฒนาโครงการพระราชดำริ
5. พัฒนาระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล
6. พัฒนาศักยภาพของชุมชน

1.5 อัตลักษณ์

พอเพียง มีวินัย สุจริต จิตอาสา

2. ปรัชญา วิสัยทัศน์ พันธกิจ และอัตลักษณ์ของคณะวิทยาการจัดการ

2.1 ปรัชญา

มุ่งบรรลุพันธกิจ ด้วยการบริหารอย่างมีส่วนร่วม เพื่อพัฒนาท้องถิ่นสู่สากล

2.2 ปรัชญาการศึกษา

การเรียนรู้สร้างบัณฑิตนักปฏิบัติมืออาชีพ ด้านบริหารจัดการ บัญชี และนิเทศศาสตร์

2.3 วิสัยทัศน์

ผลิตบัณฑิตนักปฏิบัติที่มีสมรรถนะสูงด้านบริหารธุรกิจ และนิเทศศาสตร์ เพื่อเป็นพลังปัญญาจากท้องถิ่นสู่สากล

2.4 พันธกิจ

1. ยกระดับคุณภาพบัณฑิตนักปฏิบัติให้มีศักยภาพพร้อมทำงานรองรับระดับชาติและนานาชาติ
2. ผลิตงานวิจัยเพื่อพัฒนาท้องถิ่นและสืบสานพัฒนาโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ
3. บริการวิชาการเพื่อส่งเสริมศักยภาพเศรษฐกิจชุมชน ท้องถิ่นในด้านบริหารการเกษตรอาหารและการท่องเที่ยว
4. ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง
5. พัฒนาระบบบริหารจัดการด้วยรูปแบบ SMART Faculty และหลักธรรมาภิบาล

2.5 อัตลักษณ์

พอเพียง มีวินัย สุจริต จิตอาสา

3. ปรัชญา วิสัยทัศน์ พันธกิจ จุดเด่น ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)

3.1 ปรัชญา

การเรียนรู้สร้างบัณฑิตนักปฏิบัติด้านการตลาดในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลง

3.2 วิสัยทัศน์

มุ่งมั่นผลิตบัณฑิตนักปฏิบัติด้านตลาด เพื่อตอบสนองการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาเครื่องมือทางดิจิทัล

3.3 พันธกิจ

ยกระดับคุณภาพบัณฑิตนักปฏิบัติ ด้านงานวิจัย บริการวิชาการ และทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมและประเพณีไทยให้มีศักยภาพพร้อมทำงาน

3.4 จุดเด่น

1. มีการความรู้ แนวคิดทฤษฎี ด้านการตลาดอย่างมืออาชีพ
2. มีทักษะการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเป็นเครื่องมือจัดการด้านการตลาดและการตลาดดิจิทัล
3. ประยุกต์ใช้การความรู้ แนวคิดทฤษฎี ด้านการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. วิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค และข้อมูลด้านการตลาด เพื่อวางแผนการตลาด
5. มีคุณธรรมและจริยธรรมทางการตลาด ภาวะผู้นำ มนุษยสัมพันธ์และความรับผิดชอบต่อสังคม

3.5 ความสำคัญ

จัดการศึกษาโดยเน้นการพัฒนานักศึกษาให้มีความรู้ ทักษะทางปัญญา การคิดวิเคราะห์และปฏิบัติงานอย่างสร้างสรรค์ร่วมกับเพื่อนร่วมงานอย่างดียิ่ง มีความสามารถในการประยุกต์ใช้ทฤษฎีไปสู่การปฏิบัติ รวมทั้งมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น มีความรับผิดชอบต่อตนเอง งาน ธุรกิจ

และสังคมอย่างมีวิจารณ์ญาณ มีคุณธรรมและจริยธรรม เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงานระดับท้องถิ่น ภูมิภาคและระดับชาติ รวมทั้งสามารถสร้างอาชีพอิสระให้กับตนเองด้วย ทั้งนี้หลักสูตรยังเน้นการส่งเสริมให้เกิดเครือข่ายความร่วมมือระหว่างสาขาวิชาการตลาดกับสถาบันการศึกษาอื่น หน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานภาคเอกชนทั้งในทุกระดับเพื่อการสอน การฝึกประสบการณ์วิชาชีพ การบริการวิชาการและวิจัย รวมทั้งทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมและประเพณี

3.6 วัตถุประสงค์ เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีคุณลักษณะ มีความรู้ และมีทักษะ ดังนี้

3.6.1. มีความรู้ทั้งทฤษฎีพื้นฐานด้านการตลาด และการบริการรวมถึงการประกอบธุรกิจ ประยุกต์ความรู้จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติจริงได้

3.6.2. สามารถออกแบบและพัฒนากระบวนการทำงานทางการตลาด โดยเน้นประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

3.6.3. มีแนวความคิดเป็นผู้ประกอบการ สามารถเขียนแผนการตลาด

3.6.4. มีความเป็นผู้นำ มีมนุษยสัมพันธ์ สามารถทำงานเป็นทีม และมีจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพ

3.6.5. สามารถใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารทางการตลาด

4. การออกแบบหลักสูตร (PLOs) ที่สอดคล้องกับปรัชญาการศึกษา ปรัชญา วิสัยทัศน์ และพันธกิจของมหาวิทยาลัย

4.1 การออกแบบหลักสูตรที่สอดคล้องกับปรัชญาการศึกษาของมหาวิทยาลัย

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด นำปรัชญาการศึกษาของมหาวิทยาลัย “มุ่งเน้นการพัฒนาผู้เรียนให้เกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต รองรับการเปลี่ยนแปลง มุ่งเน้นการผลิตและพัฒนาบัณฑิต นักปฏิบัติที่มีความรู้ ความสามารถ ทักษะและสมรรถนะทางวิชาชีพอย่างรอบด้าน มีคุณธรรม จริยธรรม นำไปสู่การสร้างสรรค์ ประยุกต์ใช้ให้สอดคล้อง เหมาะสมกับบริบทของสังคม” มาใช้ในการออกแบบหลักสูตร ดังนี้

1. กำหนดทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตของหลักสูตร คือ ทักษะการใช้ Microsoft Office และทักษะการใช้โปรแกรมการตลาด

2. เน้นการผลิตบัณฑิตนักปฏิบัติ โดยออกแบบรายวิชาเอกใหม่/ที่มีการบูรณาการ/ย้ายเข้า ที่เน้นการฝึกปฏิบัติ จำนวน 4 รายวิชา จากทั้งสิ้น 15 รายวิชา

3. เน้นการพัฒนาสมรรถนะด้านการตลาด โดยมีรายวิชาใหม่ที่สอดคล้องกับบริบทของสังคมปัจจุบัน ได้แก่ การตลาดสร้างสรรค์ แพลตฟอร์มการตลาด การตลาดผ่านเครื่องมือค้นหา การถ่ายภาพเพื่อการตลาด เป็นต้น

4.2 การออกแบบหลักสูตรที่สอดคล้องกับปรัชญา วิสัยทัศน์ และพันธกิจของมหาวิทยาลัย

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด นำปรัชญา วิสัยทัศน์ และพันธกิจของมหาวิทยาลัยมาใช้ในการออกแบบหลักสูตร ดังนี้

1. การออกแบบผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร เช่น PLO9 อธิบายความรู้ และทฤษฎีด้านการตลาดได้อย่างถูกต้อง PLO10 ประยุกต์ความรู้ แนวคิดทฤษฎี ด้านการตลาดได้อย่างถูกต้อง PLO11 วิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค และข้อมูลด้านการตลาด เพื่อวางแผนการตลาดต้องเหมาะสมกับสถานการณ์ PLO12 ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเป็นเครื่องมือจัดการด้านการตลาดดิจิทัล ได้อย่างถูกต้อง PLO13 แสดงออกถึงการมีจริยธรรมทางการตลาด ภาวะผู้นำ มนุษยสัมพันธ์และความรับผิดชอบต่อสังคม ได้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่ตอบสนองความต้องการของท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสมสอดคล้องกับ วิสัยทัศน์ ของมหาวิทยาลัย ผลิตบัณฑิตนักปฏิบัติ เสริมสมรรถนะวิชาชีพ สร้างนวัตกรรมที่มีคุณค่า เป็นพลังปัญญาของสังคม

2. การจัดการเรียนรู้เน้นการลงมือปฏิบัติ ด้วยกิจกรรม active learning ตามพันธกิจของมหาวิทยาลัยที่เน้นการผลิตบัณฑิตนักปฏิบัติ

5. ทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong learning) ของนักศึกษาตลอดหลักสูตร

ทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต	การประเมินทักษะ	ช่วงเวลาที่ประเมิน
ทักษะการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป	ประเมินจากทักษะการใช้โปรแกรมการตลาด เช่น การใช้โปรแกรม Microsoft dynamic 365 เป็นต้น	ชั้นปีที่ 4 ภาคเรียนที่ 1

6. ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes)

6.1 หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

PLO1 ใช้ภาษาไทยและภาษาต่างประเทศในชีวิตประจำวันและสื่อสารทางวิชาการได้ตามหลัก 7C และสัมพันธ์กับกลุ่มผู้รับสาร

PLO2 เลือกใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย และจัดการข้อมูลในฐานะผู้ใช้งาน ได้ตามหลักการและเป็นไปตามกฎหมาย ICT

PLO3 ประยุกต์ใช้ทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 (3R8C) เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และใช้ในชีวิตประจำวัน

PLO4 ประพฤติตนตามอัตลักษณ์ พอเพียง มีวินัย สุจริต จิตอาสา

6.2 หมวดวิชาเฉพาะ

6.2.1 กลุ่มวิชาแกน

PLO5 อธิบายหลักการเบื้องต้นด้านการบริหารธุรกิจ การตลาด ทรัพยากรมนุษย์ โลจิสติกส์ ธุรกิจระหว่างประเทศ การเงินและการบัญชี ได้อย่างถูกต้องตามหลักวิชาการบริหารธุรกิจ

PLO6 ประยุกต์หลักการด้านการบริหารธุรกิจ การตลาด ทรัพยากรมนุษย์ โลจิสติกส์ ธุรกิจระหว่างประเทศ การเงินและการบัญชี ได้อย่างถูกต้องตามหลักวิชาการบริหารธุรกิจ

PLO7 เลือกใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และภาษาเพื่อการสื่อสารด้านการบริหารธุรกิจ การตลาด ทรัพยากรมนุษย์ โลจิสติกส์ ธุรกิจระหว่างประเทศ การเงินและการบัญชี ได้อย่างถูกต้องตามศาสตร์

PLO8 ปฏิบัติตามกติกาของสังคม กฎหมาย ทำงานร่วมกับผู้อื่น แสดงออกถึงคุณธรรม จริยธรรมด้านการบริหารธุรกิจ การตลาด ทรัพยากรมนุษย์ โลจิสติกส์ ธุรกิจระหว่างประเทศ การเงินและการบัญชี

6.2 กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน

PLO9 อธิบายความรู้ และทฤษฎีด้านการตลาดได้อย่างถูกต้อง

PLO10 ประยุกต์ความรู้ แนวคิด ทฤษฎี และทักษะด้านการตลาดได้อย่างเข้าใจ และสอดคล้องกับการปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการ

PLO11 วิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค และข้อมูลด้านการตลาด เพื่อวางแผนการตลาดให้เหมาะสมกับสถานการณ์

PLO12 ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเป็นเครื่องมือจัดการด้านการตลาดดิจิทัล ได้อย่างถูกต้อง

PLO13 แสดงออกถึงการมีจริยธรรมทางการตลาด ภาวะผู้นำ มนุษยสัมพันธ์และความรับผิดชอบต่อสังคมได้เหมาะสมกับสถานการณ์

6.3 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายวิชาในหลักสูตรกับผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes, PLOs)

รหัสวิชา	รายวิชา	Program Learning Outcomes												
		หมวดวิชาศึกษา ทั่วไป				หมวดวิชาเฉพาะ								
						กลุ่มวิชาแกน				กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน				
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
วิชาศึกษาทั่วไปบังคับ 15 หน่วยกิต														
1000010	ภาษาอังกฤษระดับกลางขั้นต้น	✓												
1000011	ภาษาอังกฤษระดับกลาง	✓												
1000012	ภาษาอังกฤษระดับกลางขั้นสูง	✓												
2000010	จิตวิญญาณราชภัฏนครปฐม	✓		✓	✓									
4000010	เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม	✓	✓	✓										
วิชาศึกษาทั่วไปเสริม (ไม่นับหน่วยกิต)														
1000001	ภาษาอังกฤษสำหรับระดับ A1	✓												
1000002	ภาษาอังกฤษสำหรับระดับ A1+	✓												

รหัสวิชา	รายวิชา	Program Learning Outcomes												
		หมวดวิชาศึกษา ทั่วไป				หมวดวิชาเฉพาะ								
						กลุ่มวิชาแกน				กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน				
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
วิชาศึกษาทั่วไปเลือก 9 หน่วยกิต														
2000011	ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง	✓		✓										
2000012	พลเมืองเข้มแข็ง	✓		✓										
2000013	สังคมไทยและภูมิปัญญาไทยในการพัฒนาท้องถิ่น	✓		✓										
2000014	วัยใส ใจสะอาด	✓		✓										
3000010	ผู้ประกอบการสร้างสรรค์	✓		✓	✓									
4000011	รักษ์เรา รักโลก	✓		✓										
4000012	การรู้สารสนเทศ	✓	✓	✓	✓									
4000013	การคิดในศตวรรษที่ 21	✓		✓										
1000013	ศิลปะการสื่อสารแบบผู้นำ	✓		✓										
1000014	ภาษาอังกฤษเพื่อการสมัครงาน	✓		✓										
1000015	ภาษาอังกฤษเพื่อการนำเสนอ	✓		✓										
1000016	ภาษาอังกฤษเชิงวิชาการ	✓												
1000017	ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเบื้องต้น	✓			✓									
1000018	ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสารเบื้องต้น	✓		✓										
1000019	ภาษาพม่าเพื่อการสื่อสารเบื้องต้น	✓												
2000015	สมดุลสุข	✓		✓										
2000016	กฎหมายน่ารู้ในชีวิตประจำวัน	✓	✓	✓										
2000017	สมาร์ทไลฟ์	✓		✓	✓									
4000014	ฟิต ฟอร์ เฟิร์ม	✓		✓	✓									
4000015	งานช่างพื้นฐานในชีวิตประจำวัน	✓		✓	✓									
วิชาเฉพาะด้าน														
กลุ่มวิชาแกน 42 หน่วยกิต														
1551605	ภาษาอังกฤษธุรกิจ 1					✓	✓	✓						
2562302	กฎหมายธุรกิจ					✓	✓		✓					
3521101	การบัญชีขั้นต้น 1					✓			✓					
3521102	การบัญชีขั้นต้น 2					✓			✓					
3522301	การบัญชีเพื่อการจัดการ					✓	✓		✓					
3531101	การเงินธุรกิจ					✓			✓					
3532201	การภาษีอากรธุรกิจ					✓		✓	✓					
3541101	หลักการตลาด					✓		✓	✓					

รหัสวิชา	รายวิชา	Program Learning Outcomes												
		หมวดวิชาศึกษาทั่วไป				หมวดวิชาเฉพาะ								
						กลุ่มวิชาแกน				กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน				
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
3562307	การบริหารการผลิต					✓	✓		✓					
3564201	การจัดการเชิงกลยุทธ์					✓	✓	✓						
3592101	เศรษฐศาสตร์จุลภาค					✓	✓		✓					
3592102	เศรษฐศาสตร์มหภาค					✓	✓		✓					
3632105	โลจิสติกส์และธุรกิจระหว่างประเทศเบื้องต้น					✓		✓	✓					
3651401	การจัดการทรัพยากรมนุษย์					✓		✓	✓					
กลุ่มวิชาเฉพาะบังคับ 39 หน่วยกิต														
3542103	การบริหารช่องทางการตลาดและห่วงโซ่อุปทาน									✓	✓			
3542107	พฤติกรรมผู้บริโภคสมัยใหม่									✓		✓	✓	✓
3542402	การตลาดดิจิทัล									✓		✓	✓	
3542407	การสื่อสารการตลาด									✓		✓		✓
3542408	การตลาดสร้างสรรค์									✓		✓		
3543102	การวางแผนการตลาด										✓	✓	✓	✓
3543104	การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา									✓	✓	✓		
3543113	ภาษาอังกฤษเพื่อการตลาดสมัยใหม่									✓	✓			✓
3543404	การตลาดเชิงกิจกรรม										✓			✓
3544904	การวิจัยการตลาดเบื้องต้น									✓	✓	✓	✓	
3544905	สัมมนาการตลาดสมัยใหม่										✓	✓	✓	✓
3601110	ผู้ประกอบการยุคดิจิทัล					✓		✓	✓		✓	✓		✓
3562501	สถิติธุรกิจ					✓	✓	✓					✓	
กลุ่มวิชาเฉพาะด้านเลือก ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต														
1551606	ภาษาอังกฤษธุรกิจ 2									✓				
3542101	การตลาดท้องถิ่น										✓			✓
3542403	การออกแบบเนื้อหาทางการตลาดดิจิทัล											✓		✓
3542404	กลยุทธ์การตลาด									✓		✓		
3542405	การออกแบบและการผลิตสื่อดิจิทัลเพื่อการตลาด												✓	✓
3542406	เทคโนโลยีดิจิทัล												✓	

รหัสวิชา	รายวิชา	Program Learning Outcomes												
		หมวดวิชาศึกษา ทั่วไป				หมวดวิชาเฉพาะ								
						กลุ่มวิชาแกน				กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน				
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
3542409	แพลตฟอร์มการตลาด											✓	✓	
3542410	การตลาดผ่านเครื่องมือค้นหา												✓	✓
3543101	การบริหารการตลาด									✓	✓			
3543108	การตลาดระหว่างประเทศ									✓	✓			
3543114	การบริหารการขายสมัยใหม่									✓	✓			
3543115	การจัดการการตลาดบริหาร สมัยใหม่									✓	✓			
3543405	การถ่ายภาพเพื่อการตลาด									✓			✓	
3601104	การใช้โปรแกรมประยุกต์ทางธุรกิจ											✓	✓	
กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพและวิชาชีพ 7 หน่วยกิต														
แผนฝึกประสบการณ์วิชาชีพ														
3544801	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพ การตลาด										✓	✓		✓
3544802	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพ การตลาด										✓	✓		✓
แผนสหกิจศึกษา														
3544803	การเตรียมสหกิจศึกษาการตลาด										✓	✓		✓
3544804	สหกิจศึกษาการตลาด										✓	✓		✓

**6.4 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์ของหลักสูตรและผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร
หมวดวิชาเฉพาะ**

วัตถุประสงค์ของหลักสูตร	PLOs หมวดวิชาเฉพาะ									
	กลุ่มวิชาแกน				กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน					
	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
1. มีความรู้ทั้งทฤษฎีพื้นฐานด้านการตลาด และการบริการรวมถึงการประกอบธุรกิจ ประยุกต์ความรู้จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติจริงได้	✓	✓	✓		✓	✓			✓	
2. สามารถออกแบบและพัฒนากระบวนการทำงานทางการตลาด โดยเน้นประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓		
3. มีแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ สามารถเขียนแผนการตลาด		✓		✓		✓	✓		✓	
4. มีความเป็นผู้นำ มีมนุษยสัมพันธ์ สามารถทำงานเป็นทีม และมีจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพ				✓			✓		✓	
5. สามารถใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารทางการตลาด			✓			✓			✓	

6.5 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรกับรายละเอียดผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565

PLOs	ผลลัพธ์การเรียนรู้			
	ความรู้ (Knowledge)	ทักษะ (Skills)	จริยธรรม (Ethics)	ลักษณะบุคคล (Character)
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป				
PLO1 ใช้ภาษาไทยและภาษาต่างประเทศในชีวิตประจำวันและสื่อสารทางวิชาการได้ตามหลัก 7C และสัมพันธ์กับกลุ่มผู้รับสาร	✓	✓		✓
PLO2 เลือกใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย และจัดการข้อมูลในฐานะผู้ใช้งาน ได้ตามหลักการและเป็นไปตามกฎหมาย ICT	✓	✓		✓
PLO3 ประยุกต์ใช้ทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 (3R8C) เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และใช้ในชีวิตประจำวัน	✓	✓	✓	✓
PLO4 ประพฤติตนตามอัตลักษณ์ พอเพียง มีวินัย สุจริต จิตอาสา		✓	✓	✓
หมวดวิชาเฉพาะ				
กลุ่มวิชาแกน				
PLO5 อธิบายหลักการเบื้องต้นด้านการบริหารธุรกิจ การตลาด ทรัพยากรมนุษย์ โลจิสติกส์ ธุรกิจระหว่างประเทศ การเงินและการบัญชี ได้อย่างถูกต้องตามหลักการ	✓			

PLOs	ผลลัพธ์การเรียนรู้			
	ความรู้ (Knowledge)	ทักษะ (Skills)	จริยธรรม (Ethics)	ลักษณะบุคคล (Character)
PLO6 ประยุกต์หลักการด้านการบริหารธุรกิจ การตลาด ทรัพยากรมนุษย์ โลจิสติกส์ ธุรกิจระหว่างประเทศ การเงินและการบัญชี ได้อย่างถูกต้องตามหลักการ	✓			
PLO7 เลือกใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และภาษาเพื่อการสื่อสารด้านการบริหารธุรกิจ การตลาด ทรัพยากรมนุษย์ โลจิสติกส์ ธุรกิจระหว่างประเทศ การเงินและการบัญชี ได้อย่างถูกต้องตามศาสตร์	✓	✓		
PLO8 ปฏิบัติตามกติกาของสังคม กฎหมาย ทำงานร่วมกับผู้อื่น แสดงออกถึงคุณธรรมจริยธรรม ด้านการบริหารธุรกิจ การตลาด ทรัพยากรมนุษย์ โลจิสติกส์ ธุรกิจระหว่างประเทศ การเงินและการบัญชี	✓		✓	✓
กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน				
PLO9 อธิบายความรู้ และทฤษฎีด้านการตลาดได้อย่างถูกต้อง	✓	✓		
PLO10 ประยุกต์ความรู้ แนวคิด ทฤษฎี และทักษะด้านการตลาด ได้อย่างเข้าใจ และสอดคล้องกับการปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการ	✓	✓	✓	
PLO11 วิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค และข้อมูลด้านการตลาด เพื่อหาประยุกต์ความรู้ แนวคิดทฤษฎี ด้านการตลาดได้อย่างถูกต้องแผนการตลาดต้องเหมาะสมกับสถานการณ์	✓	✓		✓
PLO12 ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเป็นเครื่องมือจัดการด้านการตลาดดิจิทัล ได้อย่างถูกต้อง	✓	✓		✓
PLO13 แสดงออกถึงการมีจริยธรรมทางการตลาด ภาวะผู้นำ มนุษยสัมพันธ์และความรับผิดชอบต่อสังคมได้เหมาะสมกับสถานการณ์			✓	✓

หมวดที่ 3 โครงสร้างของหลักสูตร รายวิชาและหน่วยกิต

1. โครงสร้างของหลักสูตร

1.1 จำนวนหน่วยกิต

จำนวนหน่วยกิตตลอดหลักสูตรไม่น้อยกว่า 124 หน่วยกิต

1.2 โครงสร้างหลักสูตร

โครงสร้างหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567) มีรายละเอียด ดังนี้

จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตรไม่น้อยกว่า		124	หน่วยกิต
1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป จำนวนไม่น้อยกว่า		24	หน่วยกิต
1.1	กลุ่มวิชาศึกษาทั่วไปบังคับ	15	หน่วยกิต
1.2	กลุ่มวิชาศึกษาทั่วไปเลือก ไม่น้อยกว่า	9	หน่วยกิต
2. หมวดวิชาเฉพาะ จำนวนไม่น้อยกว่า		94	หน่วยกิต
2.1	กลุ่มวิชาแกน	42	หน่วยกิต
2.2	กลุ่มวิชาเฉพาะด้านบังคับ	39	หน่วยกิต
2.3	กลุ่มวิชาเฉพาะด้านเลือก ไม่น้อยกว่า	6	หน่วยกิต
2.4	กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพและวิชาชีพ	7	หน่วยกิต
3. หมวดวิชาเลือกเสรี จำนวนไม่น้อยกว่า		6	หน่วยกิต
2. รายวิชาและหน่วยกิต			
2.1 หมวดวิชาศึกษาทั่วไป จำนวนไม่น้อยกว่า		24	หน่วยกิต
2.1.1 กลุ่มวิชาศึกษาทั่วไปบังคับ		15	หน่วยกิต
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น(ท-ป-ค)	
1000010	ภาษาอังกฤษระดับกลางขั้นต้น Pre-intermediate English	3(3-0-6)	
1000011	ภาษาอังกฤษระดับกลาง Intermediate English	3(3-0-6)	
1000012	ภาษาอังกฤษระดับกลางขั้นสูง Upper-intermediate English	3(3-0-6)	
2000010	จิตวิญญาณราชภัฏนครปฐม NPRU Spirit	3(3-0-6)	
4000010	เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม Digital Technology and Innovation	3(2-2-5)	

วิชาเสริม (ไม่นับหน่วยกิต) ให้นักศึกษาลงทะเบียนเรียนเพื่อเสริมความรู้ด้านภาษาอังกฤษตามที่มหาวิทยาลัยกำหนดโดยไม่นับหน่วยกิต ประกอบด้วยรายวิชาดังต่อไปนี้

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น(ท-ป-ค)
1000001	ภาษาอังกฤษสำหรับระดับ A1 English for A1 Level	ไม่นับหน่วยกิต
1000002	ภาษาอังกฤษสำหรับระดับ A1+ English for A1+ Level	ไม่นับหน่วยกิต

หมายเหตุ หากนักศึกษามีผลสอบภาษาอังกฤษเป็นไปตามประกาศที่มหาวิทยาลัยกำหนดไม่ต้องลงทะเบียนเรียนในกลุ่มวิชาเสริม

1.2 กลุ่มวิชาศึกษาทั่วไปเลือก ไม่น้อยกว่า 9 หน่วยกิต

ให้เลือกเรียนรายวิชาใด ๆ โดยไม่ซ้ำกับรายวิชาที่เคยเรียนมาแล้วในรายวิชาดังต่อไปนี้

1) กลุ่มพลเมืองเข้มแข็ง

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น(ท-ป-ค)
2000011	ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง Philosophy of Sufficiency Economy	3(2-2-5)
2000012	พลเมืองเข้มแข็ง Active Citizen	3(2-2-5)
2000013	สังคมไทยและภูมิปัญญาไทยกับการพัฒนาท้องถิ่น Thai Society and Thai Wisdom in Local Development	3(3-0-6)
2000014	วัยใส ใจสะอาด Good Heart Youngster	3(3-0-6)

2) กลุ่มก้าวหน้าทันโลก

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น(ท-ป-ค)
3000010	ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ Creative Entrepreneur	3(3-0-6)
4000011	รักษัเรา รักษาโลก Save Us Save the World	3(3-0-6)
4000012	การรู้สารสนเทศ Information Literacy	3(3-0-6)

4000013	การคิดในศตวรรษที่ 21 21 st Century Thinking	3(3-0-6)
3) กลุ่มการเรียนรู้ตลอดชีวิต		
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น(ท-ป-ค)
1000013	ศิลปะการสื่อสารอย่างผู้นำ Art of Leadership Communication	3(3-0-6)
1000014	ภาษาอังกฤษเพื่อการสมัครงาน English for Job Application	3(3-0-6)
1000015	ภาษาอังกฤษเพื่อการนำเสนอ English for Presentation	3(3-0-6)
1000016	ภาษาอังกฤษเชิงวิชาการ Academic English	3(3-0-6)
1000017	ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเบื้องต้น Chinese for Basic Communication	3(3-0-6)
1000018	ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสารเบื้องต้น Japanese for Basic Communication	3(3-0-6)
1000019	ภาษาพม่าเพื่อการสื่อสารเบื้องต้น Burmese for Basic Communication	3(3-0-6)
2000015	สมดุลสุข Life Balance and Happiness	3(3-0-6)
2000016	กฎหมายน่ารู้ในชีวิตประจำวัน Laws for Daily Life	3(3-0-6)
2000017	สมาร์ทไลฟ์ Smart Life	3(3-0-6)
4000014	ฟิต ฟอ์ เฟิร์ม Fit for Firm	3(2-2-5)
4000015	งานช่างพื้นฐานในชีวิตประจำวัน Handicraft in Daily Life	3(2-2-5)

2. หมวดวิชาเฉพาะ จำนวนไม่น้อยกว่า		94	หน่วยกิต
2.1 กลุ่มวิชาแกน		42	หน่วยกิต
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น(ท-ป-ค)	
1551605	ภาษาอังกฤษธุรกิจ 1 Business English 1	3(3-0-6)	
2562302	กฎหมายธุรกิจ Business Law	3(3-0-6)	
3521101	การบัญชีขั้นต้น 1 Fundamental Accounting 1	3(2-2-5)	
3521102	การบัญชีขั้นต้น 2 Fundamental Accounting 2	3(2-2-5)	
3522301	การบัญชีเพื่อการจัดการ Managerial Accounting	3(3-0-6)	
3531101	การเงินธุรกิจ Business Finance	3(3-0-6)	
3532201	การภาษีอากรธุรกิจ Business Taxation	3(3-0-6)	
3541101	หลักการตลาด Principle of Marketing	3(3-0-6)	
3562307	การบริหารการผลิต Production Management	3(3-0-6)	
3564201	การจัดการเชิงกลยุทธ์ Strategic Management	3(3-0-6)	
3592101	เศรษฐศาสตร์จุลภาค Microeconomics	3(3-0-6)	
3592102	เศรษฐศาสตร์มหภาค Macroeconomics	3(3-0-6)	
3632105	โลจิสติกส์และธุรกิจระหว่างประเทศเบื้องต้น Fundamental Logistics and International Business	3(3-0-6)	
3651401	การจัดการทรัพยากรมนุษย์ Human Resource Management	3(3-0-6)	

2.2 กลุ่มวิชาเฉพาะด้านบังคับ

39 หน่วยกิต

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น(ท-ป-ค)
3542103	การบริหารช่องทางการตลาดและห่วงโซ่อุปทาน Marketing Channel and Supply Chain Management	3(3-0-6)
3542107	พฤติกรรมผู้บริโภคสมัยใหม่ Modern Consumption Behavior	3(3-0-6)
3542402	การตลาดดิจิทัล Digital Marketing	3(2-2-5)
3542407	การสื่อสารการตลาด Marketing Communication	3(3-0-6)
3542408	การตลาดสร้างสรรค์ Creative Marketing	3(2-2-5)
3543102	การวางแผนการตลาด Marketing Planning	3(2-2-5)
3543104	การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา Product and Price Management	3(3-0-6)
3543113	ภาษาอังกฤษเพื่อการตลาดสมัยใหม่ English for Modern Marketing	3(3-0-6)
3543404	การตลาดเชิงกิจกรรม Event Marketing	3(2-2-5)
3544904	การวิจัยการตลาดเบื้องต้น Introduction to Research in Marketing	3(2-2-5)
3544905	สัมมนาทางการตลาดสมัยใหม่ Seminar on Modern Marketing	3(2-2-5)
3601110	ผู้ประกอบการยุคดิจิทัล Entrepreneur in Digital Era	3(2-2-5)
3562501	สถิติธุรกิจ Business Statistics	3(3-0-6)

รหัสวิชา	2.3 กลุ่มวิชาเฉพาะด้านเลือก ไม่น้อยกว่า	6 หน่วยกิต
	ชื่อวิชา	น(ท-ป-ค)
1551606	ภาษาอังกฤษธุรกิจ 2 Business English 2	3(3-0-6)
3542101	การตลาดท้องถิ่น Local Marketing	3(2-2-5)
3542403	การออกแบบเนื้อหาทางการตลาดดิจิทัล Digital Marketing Content Design	3(2-2-5)
3542404	กลยุทธ์การตลาด Marketing Strategy in Digital Era	3(3-0-6)
3542405	การออกแบบและการผลิตสื่อดิจิทัลเพื่อการตลาด Digital Media Design and Production for Marketing	3(2-2-5)
3542406	เทคโนโลยีดิจิทัล Digital Technology	3(2-2-5)
3542409	แพลตฟอร์มการตลาด Marketing Plattform	3(2-2-5)
3542410	การตลาดผ่านเครื่องมือค้นหา Search Engine Marketing	3(2-2-5)
3543101	การบริหารการตลาด Marketing Management	3(3-0-6)
3543108	การตลาดระหว่างประเทศ International Marketing	3(3-0-6)
3543114	การบริหารการขายสมัยใหม่ Modern Sales Management	3(3-0-6)
3543115	การจัดการการตลาดบริการสมัยใหม่ Modern Service Marketing Management	3(3-0-6)
3543405	การถ่ายภาพเพื่อการตลาด Photography for Marketing	3(2-2-5)
3601104	การใช้โปรแกรมประยุกต์ทางธุรกิจ Computer Application in Business	3(2-2-5)

2.4 กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพและวิชาชีพ

7 หน่วยกิต

ก. แบบฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น (ชั่วโมง)
3544801	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด Pre-practicum in Marketing	2(90)
3544802	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด Practicum in Marketing	5(450)

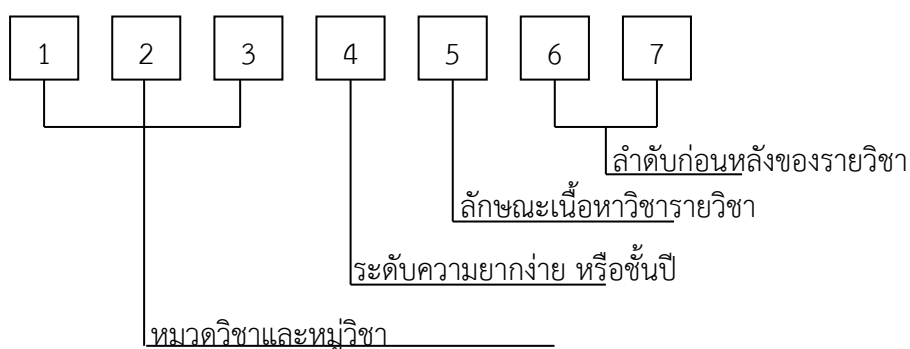
ข. แบบสหกิจศึกษา

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น (ชั่วโมง)
3544803	การเตรียมสหกิจศึกษาด้านการตลาด Pre-cooperative Education in Marketing	1(45)
3544804	สหกิจศึกษาด้านการตลาด Cooperative Education in Marketing	6(540)

3. หมวดวิชาเลือกเสรี จำนวนไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

ให้เลือกเรียนรายวิชาใด ๆ ได้ทุกรายวิชาที่ตนถนัดหรือสนใจ โดยเป็นรายวิชาที่เปิดสอนในระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

ความหมายของเลขรหัสวิชา



- เลขตัวที่ 1-3 บ่งบอกถึงหมวดวิชาและหมู่วิชา
- เลขตัวที่ 4 บ่งบอกถึงระดับความยากง่ายหรือชั้นปี
- เลขตัวที่ 5 บ่งบอกถึงลักษณะเนื้อหาหารายวิชา
- เลขตัวที่ 6,7 บ่งบอกถึงลำดับก่อนหลังของรายวิชา

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

เลขตัวที่ 1- 3	บ่งบอกถึงหมวดวิชาและหมู่วิชา มีรายละเอียด ดังนี้
100	หมายถึง ศาสตร์ด้านภาษา
200	หมายถึง ศาสตร์ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
300	หมายถึง ศาสตร์ด้านการบริหารและการจัดการ
400	หมายถึง ศาสตร์ด้านวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์และเทคโนโลยี

หมวดวิชาเฉพาะ

เลขตัวที่ 1-3 บ่งบอกถึงหมวดวิชาและหมู่วิชา มีรายละเอียดดังนี้

320	หมายถึง ธุรกิจอีสปอร์ต
352	หมายถึง การบัญชี
353	หมายถึง การเงินและการธนาคาร
354	หมายถึง การตลาด
356	หมายถึง การจัดการทั่วไป
358	หมายถึง ประกันภัยและวินาศภัย
359	หมายถึง เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ
360	หมายถึง คอมพิวเตอร์ธุรกิจ
361	หมายถึง โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน
363	หมายถึง ธุรกิจระหว่างประเทศ
365	หมายถึง การจัดการทรัพยากรมนุษย์

เลขตัวที่ 4 บ่งบอกถึงระดับความยากง่ายหรือชั้นปี

เลขตัวที่ 5 บ่งบอกถึงลักษณะเนื้อหาวิชา ดังนี้

1	หมายถึง กลุ่มวิชาที่เป็นพื้นฐาน
2	หมายถึง กลุ่มวิชาการจัดการ การวางแผน และการควบคุม
3	หมายถึง กลุ่มวิชาการเงินและการบัญชี
4	หมายถึง กลุ่มวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์
5	หมายถึง กลุ่มวิชาการประกันภัย
6	หมายถึง กลุ่มวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ
7	หมายถึง กลุ่มวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ
8	หมายถึง กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพและวิชาชีพ
9	หมายถึง กลุ่มวิชาสัมมนาและโครงการวิจัย

เลขตัวที่ 6 และ 7 บ่งบอกถึงลำดับก่อนหลังของวิชา

4.แผนการเรียนรู้ตลอดหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2567)

ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 1

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น(ท-ป-ค)	หมวดวิชา
1000001	ภาษาอังกฤษสำหรับระดับ A1	ไม่นับหน่วยกิต	วิชาเสริม
2000010	จิตวิญญาณราชภัฏนครปฐม	3(3-0-6)	ศึกษาทั่วไป (บังคับ) (1)
4000010	เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม	3(2-2-5)	ศึกษาทั่วไป (บังคับ) (2)
XXXXXX	วิชาศึกษาทั่วไป	3(X-X-X)	ศึกษาทั่วไป (เลือก) (1)
3521101	การบัญชีขั้นต้น 1	3(2-2-5)	เฉพาะ (แกน) (1)
3541101	หลักการตลาด	3(3-0-6)	เฉพาะ (แกน) (2)
3651401	การจัดการทรัพยากรมนุษย์	3(3-0-6)	เฉพาะ (แกน) (3)
3592101	เศรษฐศาสตร์จุลภาค	3(3-0-6)	เฉพาะ (แกน) (4)
รวม		21	หน่วยกิต

ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 2

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น(ท-ป-ค)	หมวดวิชา
1000002	ภาษาอังกฤษสำหรับระดับ A1+	ไม่นับหน่วยกิต	วิชาเสริม
XXXXXX	วิชาศึกษาทั่วไป	3(X-X-X)	ศึกษาทั่วไป (เลือก) (2)
XXXXXX	วิชาศึกษาทั่วไป	3(X-X-X)	ศึกษาทั่วไป (เลือก) (3)
3521102	การบัญชีขั้นต้น 2	3(2-2-5)	เฉพาะ (แกน) (5)
3531101	การเงินธุรกิจ	3(3-0-6)	เฉพาะ (แกน) (6)
3592102	เศรษฐศาสตร์มหภาค	3(3-0-6)	เฉพาะ (แกน) (7)
3632105	โลจิสติกส์และธุรกิจระหว่างประเทศเบื้องต้น	3(3-0-6)	เฉพาะ (แกน) (8)
3522301	การบริหารช่องทางการตลาดและห่วงโซ่อุปทาน	3(3-0-6)	เฉพาะ (บังคับ) (1)
รวม		21	หน่วยกิต

ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 1

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น(ท-ป-ค)	หมวดวิชา
1000010	ภาษาอังกฤษระดับกลางขั้นต้น	3(3-0-6)	ศึกษาทั่วไป (บังคับ) (3)
1551605	ภาษาอังกฤษธุรกิจ 1	3(3-0-6)	เฉพาะ (แกน) (9)
3522301	การบัญชีเพื่อการจัดการ	3(3-0-6)	เฉพาะ (แกน) (10)
2562302	กฎหมายธุรกิจ	3(3-0-6)	เฉพาะ (แกน) (11)
3542407	การสื่อสารการตลาด	3(3-0-6)	เฉพาะ (บังคับ) (2)
3601110	ผู้ประกอบการยุคดิจิทัล	3(2-2-5)	เฉพาะ (บังคับ) (3)
3532201	การภาษีอากรธุรกิจ	3(3-0-6)	เฉพาะ (แกน) (12)
รวม		21	หน่วยกิต

ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น(ท-ป-ค)	หมวดวิชา
1000011	ภาษาอังกฤษระดับกลาง	3(3-0-6)	ศึกษาทั่วไป (บังคับ) (4)
3542107	พฤติกรรมกรรมการบริโภคสมัยใหม่	3(3-0-6)	เฉพาะ (บังคับ) (4)
3543104	การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา	3(3-0-6)	เฉพาะ (บังคับ) (5)
XXXXXX	วิชาเฉพาะด้านเลือก	3(X-X-X)	เฉพาะ (เลือก) (1)
XXXXXX	วิชาเลือกเสรี	3(X-X-X)	เลือก (เสรี) (1)
รวม		15	หน่วยกิต

ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น(ท-ป-ค)	หมวดวิชา
1000012	ภาษาอังกฤษระดับกลางขั้นสูง	3(3-0-6)	ศึกษาทั่วไป (บังคับ) (5)
3562307	การบริหารการผลิต	3(3-0-6)	เฉพาะ (แกน) (13)
3542402	การตลาดดิจิทัล	3(2-2-5)	เฉพาะ (บังคับ) (6)
3542408	การตลาดสร้างสรรค์	3(3-0-6)	เฉพาะ (บังคับ) (7)
3562501	สถิติธุรกิจ	3(3-0-6)	เฉพาะ (บังคับ) (8)
XXXXXX	วิชาเฉพาะด้านเลือก	3(X-X-X)	เฉพาะ (เลือก) (2)
รวม		18	หน่วยกิต

ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น(ท-ป-ค)	หมวดวิชา
3564201	การจัดการเชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)	เฉพาะ (แกน) (14)
3543113	ภาษาอังกฤษเพื่อการตลาดสมัยใหม่	3(3-0-6)	เฉพาะ (บังคับ) (9)
3543404	การตลาดเชิงกิจกรรม	3(2-2-5)	เฉพาะ (บังคับ) (10)
3544904	การวิจัยการตลาดเบื้องต้น	3(2-2-5)	เฉพาะ (บังคับ) (11)
XXXXXX	วิชาเลือกเสรี	3(X-X-X)	เลือก (เสรี) (2)
รวม		15	หน่วยกิต

ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 1

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น(ท-ป-ค)	หมวดวิชา
3544905	สัมมนาทางการตลาดสมัยใหม่	3(2-2-5)	เฉพาะ (บังคับ) (12)
3543102	การวางแผนการตลาด	3(2-2-5)	เฉพาะ (บังคับ) (13)
3544801	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด	2(90)	เฉพาะ (พื้นฐานวิชาชีพ)(1)
	หรือ		
3544803	การเตรียมสหกิจศึกษาด้านการตลาด	1(45)	เฉพาะ (พื้นฐานวิชาชีพ)(1)
รวม		7 หรือ 8	หน่วยกิต

ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 2

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น(ท-ป-ค)	หมวดวิชา
3544802	ฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด	5(450)	เฉพาะ (พื้นฐานวิชาชีพ)(2)
	หรือ		
3544804	สหกิจศึกษาด้านการตลาด	6(540)	เฉพาะ (พื้นฐานวิชาชีพ)(2)
รวม		5 หรือ 6	หน่วยกิต

สรุป จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า	124	หน่วยกิต
1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า	24	หน่วยกิต
2. หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า	94	หน่วยกิต
3. หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า	6	หน่วยกิต

5. ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังรายชั้นปี (Year Learning Outcomes, YLOs)

ชั้นปี	ความรู้ ทักษะ จริยธรรม และลักษณะบุคคลที่นักศึกษาจะได้รับเมื่อเรียนจบแต่ละชั้นปี
1	YLO1.1 นักศึกษามีความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับด้านบริหารธุรกิจ เรื่องหลักการตลาด การบัญชีขั้นต้นการเงิน ภาษาอังกฤษเบื้องต้น YLO1.2 ทักษะความเข้าใจพื้นฐานด้านการตลาด บัญชี การเงิน และทักษะภาษาอังกฤษเบื้องต้น YLO1.3 ตระหนักถึงคุณธรรม จริยธรรม และซื่อสัตย์ สุจริต YLO1.4 แสดงออกถึงวินัย ความตรงต่อเวลา และมีความรับผิดชอบต่องานของตนเอง
2	YLO2.1 นักศึกษามีความรู้การใช้เทคโนโลยีในการพัฒนาออกแบบตราสินค้า เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และสามารถสร้างเนื้อหาในการทำตลาดดิจิทัล YLO2.2 ทักษะการออกแบบ และพัฒนาตราสินค้า และสร้างเนื้อหาในการทำตลาดดิจิทัล YLO2.3 ส่งเสริมถึงคุณธรรม จริยธรรม และจิตอาสา YLO2.4 แสดงออกถึงความเท่าทันสื่อ การติดตามสถานการณ์ในปัจจุบัน
3	YLO3.1 นักศึกษาสามารถนำเครื่องมือทางการตลาด และความรู้ในการวางแผนการตลาดมาใช้ในการประกอบธุรกิจ YLO3.2 ทักษะการใช้เครื่องมือทางการตลาดและการวางแผนการตลาด YLO3.3 นำหลักคุณธรรม จริยธรรมทางวิชาการในการให้คำปรึกษาทางด้านการตลาด YLO3.4 สามารถทำงานเป็นทีม รับฟังและเคารพความคิดเห็นของผู้อื่น
4	YLO4.1 นักศึกษานำความรู้มาบูรณาการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะกับธุรกิจและการจัดกิจกรรมทางการตลาด YLO4.2 ทักษะการใช้กลยุทธ์การตลาดและทักษะการจัดกิจกรรมทางการตลาด YLO4.3 แสดงพฤติกรรม การมีจริยธรรมไปใช้ในการปฏิบัติงานในสถานประกอบการ YLO4.4 แสดงออกถึงการมีวุฒิภาวะทางอารมณ์ เคารพกฎระเบียบ รับผิดชอบต่องาน ชุมชนและสังคม

6. คำอธิบายรายวิชา

6.1 หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

6.1.1 กลุ่มวิชาศึกษาทั่วไปบังคับ

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-ค)
1000010	ภาษาอังกฤษระดับกลางขั้นต้น	3(3-0-6)
	Pre-intermediate English	

คำศัพท์ สำนวน และไวยากรณ์ภาษาอังกฤษที่ใช้ในชีวิตประจำวัน การพัฒนาทักษะการฟัง พูด อ่าน และเขียนเพื่อใช้ในการสื่อสารสำหรับเหตุการณ์สำคัญในชีวิต การบรรยายลักษณะบุคลิกภาพของตนเองและผู้อื่น การขอร้องและการตอบสนอง และเทคนิคการทำข้อสอบภาษาอังกฤษระดับ A2

Vocabulary, expression, and grammar in English for daily life; developing listening, speaking, reading, and writing skills for communication for important life event; describing personality of oneself and others, request and response; and technique for taking A2 English examination

1000011 ภาษาอังกฤษระดับกลาง

3(3-0-6)

Intermediate English

คำศัพท์ สำนวน และไวยากรณ์ภาษาอังกฤษเพื่อใช้ในการสื่อสารในสังคม การพัฒนาทักษะการฟัง พูด อ่าน และเขียนในการแสดงความคิดเห็น ประกาศ ข่าวสาร กิจกรรมในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต การแสดงทักษะเกี่ยวกับเหตุการณ์ในสังคม และเทคนิคการทำข้อสอบภาษาอังกฤษระดับ B1

Vocabulary, expression, and grammar in English for social communication; developing listening, speaking, reading, and writing skills for expressing opinions; notification; message; past, present, and future activity; expressing attitude toward social situation; and technique for taking B1 English examination

1000012 ภาษาอังกฤษระดับกลางขั้นสูง

3(3-0-6)

Upper-intermediate English

คำศัพท์ สำนวน และไวยากรณ์ภาษาอังกฤษเพื่อใช้ในการสื่อสารในสังคมที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม เทคนิคการฟัง พูด อ่าน และการเขียนเพื่อการสื่อสารในบริบทสากล ข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ ประวัติศาสตร์ เหตุการณ์สำคัญ เทศกาล สื่อบันเทิง ประเด็นทางสังคมและวัฒนธรรมที่หลากหลาย และเทคนิคในการทำข้อสอบภาษาอังกฤษระดับ B1+

Vocabulary, expression, and grammar in English for communication in multicultural society; listening, speaking, reading, and writing techniques for communication in international context; news from online social media, history, important event, festival, entertainment media, social issue and diverse culture; and technique for taking B1+ English examination

2000010 จิตวิญญาณราชภัฏนครปฐม

3(3-0-6)

NPRU Spirit

ประวัติและความเป็นมาของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม อัตลักษณ์ พันธกิจ ความเชี่ยวชาญของสาขาวิชา คณะ และแนวโน้มทิศทางของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม การสร้างการรับรู้ ความรักต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ส่งเสริมคุณลักษณะเฉพาะของบัณฑิตในการพัฒนาการเป็นบัณฑิตนักปฏิบัติที่มีความอดทน ใฝ่รู้ และการพัฒนาบุคลิกภาพของนักศึกษาให้เหมาะสมกับวิชาชีพ การปฏิบัติตามอัตลักษณ์พอเพียง มีวินัย สุจริต จิตอาสา การพัฒนาตนเองในการเรียนรู้และการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นโดยกระบวนการวิศวกรสังคม การปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ความเป็นผู้นำ เสริมสร้างความรัก ความศรัทธา ความผูกพัน และความภาคภูมิใจในความเป็นมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

History and background of Nakhon Pathom Rajabhat University; identity, mission, and expertise of program, faculty, and trend of Nakhon Pathom Rajabhat University; creating perception and affection to Nakhon Pathom Rajabhat University; promoting unique characteristic of graduate in developing practitioner graduate with tolerance and hardworking, and developing student personality appropriate to profession; conducting oneself as a self-sufficient identity, discipline, honesty, volunteer mind; developing oneself through learning and developing local community through social engineering process; adjusting oneself to change in society; having leadership; enhancing love, faith, commitment, and pride in being Nakhon Pathom Rajabhat University

4000010 เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม

3(2-2-5)

Digital Technology and Innovation

หลักการ แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัล ความเป็นพลเมืองดิจิทัล เทคนิคการสืบค้นข้อมูล และการอ้างอิง มีจรรยาบรรณในการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ ความปลอดภัยในยุคดิจิทัล การรู้เท่าทันสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงฉับพลันทางดิจิทัล ทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในศตวรรษที่ 21 การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและแอปพลิเคชันเพื่อประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิต และการสร้างสรรค์นวัตกรรมที่สอดคล้องกับวิชาชีพ

Principle and concept of digital technology, digital citizenship, information searching technique and referencing, adhering to ethics in using social media creatively, digital security, awareness of digital disruption, digital skills in the 21st century, use of information technology and application in daily life, and creation of innovation relating to profession

วิชาเสริม (ไม่นับหน่วยกิต)

รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา

น(ท-ป-ค)

1000001 ภาษาอังกฤษสำหรับระดับ A1

ไม่นับหน่วยกิต

English for A1 Level

คำศัพท์และไวยากรณ์ภาษาอังกฤษระดับต้นสำหรับการปรับปรุงพื้นฐานทักษะการฟัง พูด อ่าน และเขียน การทักทาย การแนะนำตัว การให้ข้อมูลเบื้องต้น และการอธิบายลักษณะของคน สิ่งของ และสถานที่

Basic English vocabulary and grammar for brushing up listening, speaking, reading, and writing skills; greeting, introducing oneself, giving basic information, and describing person, thing, and place

1000002 ภาษาอังกฤษสำหรับระดับ A1+

ไม่นับหน่วยกิต

English for A1+ Level

คำศัพท์และไวยากรณ์ภาษาอังกฤษระดับต้นสำหรับการพัฒนาทักษะการฟัง พูด อ่าน และเขียนข้อความ การเขียนประกาศเพื่อการสื่อสารในระดับต้น การสนทนาในชีวิตประจำวัน งานอดิเรกและเรื่องที่น่าสนใจ การถามและการตอบในระดับต้น

Basic English vocabulary and grammar for developing skills in listening, speaking, reading, and writing; short message, notification for basic communication, daily conversation, leisure and interesting issue, asking and answering basic question

6.1.2 กลุ่มวิชาศึกษาทั่วไปเลือก

1) กลุ่มพลเมืองเข้มแข็ง

รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา น(ท-ป-ค)

2000011 ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง 3(2-2-5)

Philosophy of Sufficiency Economy

ประยุกต์ใช้หลักการทรงงานตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของในหลวงรัชกาลที่ 9 เพื่อการดำเนินชีวิตในระดับตนเอง ครอบครัว ชุมชน ท้องถิ่น การจัดการวางแผนการเงินเพื่อความมั่นคงของชีวิตและครอบครัว การเรียนรู้ในการพัฒนาชุมชนและสังคมหรือโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ เพื่อการประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสังคม และชุมชนท้องถิ่นสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

Application of working principles based on King Rama IX's Sufficiency Economy Philosophy for living at levels of self, family, community, and locality; financial planning management for life and family security; learning from community and society development or royal initiative project for application to society and local community for sustainable development

2000012 พลเมืองเข้มแข็ง 3(2-2-5)

Active Citizen

การปฏิบัติตนที่แสดงออกถึงการเคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ เคารพสิทธิ เสรีภาพ หลักสิทธิมนุษยชน การอยู่ร่วมกันในสังคมไทยและสังคมโลกอย่างสันติตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ยอมรับความแตกต่างของบุคคล ความเสมอภาคและความเท่าเทียม การปฏิบัติตนตามกฎหมาย และกฎเกณฑ์ของสังคม ตลอดจนหน้าที่ของตนเองในฐานะของพลเมืองไทยตามระบอบการปกครองแบบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข การเป็นพลเมืองที่เข้มแข็งตามหลักธรรมาภิบาล ออกแบบการปฏิบัติและจัดทำโครงการโดยการเรียนรู้ผ่านกรณีศึกษา

Conducting oneself to show respect for human dignity, rights, and liberty; human rights principle, peaceful coexistence in Thai society and global society in accordance with sustainable development goals; acceptance of individual differences, equity and equality; conducting oneself according to laws and regulations of society, as well as one's duty as Thai citizen under the democratic regime of government with the King as Head of State; being active citizen according to good governance principle; practical design and organizing project through case study

2000013 สังคมไทยและภูมิปัญญาไทยกับการพัฒนาท้องถิ่น

3(3-0-6)

Thai Society and Thai Wisdom in Local Development

วิวัฒนาการและการเปลี่ยนแปลงทางสังคม วัฒนธรรม การเมือง และเศรษฐกิจของสังคมไทย ความหมาย และความสำคัญ การศึกษาประเภทของภูมิปัญญาไทย การวิเคราะห์ภูมิปัญญาท้องถิ่นแต่ละภูมิภาคของประเทศไทย บูรณาการความรู้ด้านวิชาการและภูมิปัญญาไทยในการพัฒนาท้องถิ่นให้เกิดความยั่งยืน

Evolution and changes in society, culture, politics, and economy of Thai society; meaning, and importance; study of type of Thai wisdom; analysis of local wisdom in each region of Thailand; integration of academic knowledge and Thai wisdom for sustainable local development

2000014 วัยใส ใจสะอาด

3(3-0-6)

Good Heart Youngster

การอธิบายและการแยกแยะระหว่างผลประโยชน์ส่วนตนกับผลประโยชน์ส่วนรวม การเกิดค่านิยมในการละอายและความไม่ทนต่อการทุจริต รู้หน้าที่ของพลเมืองและรับผิดชอบต่อสังคมในการต่อต้านการทุจริต จิตพอเพียงต่อต้านการทุจริต การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่มุ่งให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ ทักษะ เจตคติ การคิดวิเคราะห์อย่างมีวิจารณญาณเพื่อการป้องกันการทุจริต

Explaining and distinguishing between personal benefit and public interest, creating values of conscience and intolerance to corruption, recognizing citizen duty and social responsibility in anti-corruption and sufficient mind against corruption; organizing learning activities that focus on knowledge, understanding, skills, attitudes, and analytical and ceitical thanking toward corruption prevention

2) กลุ่มก้าวหน้าโลก

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-ค)
3000010	ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ Creative Entrepreneur	3(3-0-6)

ความสำคัญของระบบเศรษฐกิจ หลักการทำธุรกิจ การเป็นผู้ประกอบการอย่างสร้างสรรค์ การออกแบบธุรกิจ การแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ การตลาดออนไลน์ การบัญชีเบื้องต้น การใช้ประโยชน์สารสนเทศ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การเงินและการลงทุน การภาษีอากร และจริยธรรมผู้ประกอบการ

Importance of economy system, business principle, creative entrepreneurship, business design, exploiting business opportunity, online marketing, fundamental accounting, information utilization, human resource management, finance and investment, taxation, and entrepreneurial ethics

4000011	รักษ์เรา รักโลก Save Us Save the World	3(3-0-6)
---------	---	----------

ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ความหลากหลายทางชีวภาพ ภัยธรรมชาติและวิฤตการณ์ทางสิ่งแวดล้อม จริยธรรมทางสิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วมเพื่อการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

Natural resources and environment, biodiversity, natural disaster and environmental crisis, environmental ethics, sustainable natural resources and environmental management participation

4000012	การรู้สารสนเทศ Information Literacy	3(3-0-6)
---------	--	----------

การศึกษาเกี่ยวกับการเข้าถึงแหล่งสารสนเทศและการให้บริการ การประเมินและประยุกต์ใช้สารสนเทศจากการสืบค้น การพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ การคิดอย่างมีวิจารณญาณ การสื่อสารข้อมูล การใช้ห้องสมุด การใช้คอมพิวเตอร์ การมีจริยธรรมทางสารสนเทศ และการรู้เท่าทันสื่อ

Study of access to information sources and service, information evaluation and application from searching, analytical thinking and critical thinking skill development, learning, information communication, library usage, computer usage, information ethics, and media literacy

4000013 การคิดในศตวรรษที่ 21

3(3-0-6)

21st Century Thinking

ธรรมชาติของการคิดบนพื้นฐานการคิดในศตวรรษที่ 21 การคิดอย่างมีวิจารณญาณในการแก้ปัญหา การคิดเชิงสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรม ตรรกศาสตร์กับการให้เหตุผล องค์ประกอบของการให้เหตุผล การพัฒนาการให้เหตุผลและประยุกต์ใช้ในวิชาชีพและการดำเนินชีวิต

Nature of thinking based on fundamentals of thinking in the 21st century, critical thinking in problem solving; creative and innovative thinking, logic and reasoning, elements of reasoning, development of reasoning and application in profession and living

3) กลุ่มการเรียนรู้ตลอดชีวิต

รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา

น(ท-ป-ค)

1000013 ศิลปะการสื่อสารอย่างผู้นำ

3(3-0-6)

Art of Leadership Communication

หลักการ แนวคิด และทักษะการสื่อสารอย่างผู้นำ การพัฒนาบุคลิกภาพ มารยาทในการเข้าสังคม และภาวะผู้นำ ประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อนำเสนองานด้วยวาจา ลายลักษณ์อักษร และใช้สื่อประสมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Principle, concept, and leadership communication skills; personality development, social manners, and leadership; application of knowledge for effective verbal, written, and multimedia presentation

1000014 ภาษาอังกฤษเพื่อการสมัครงาน

3(3-0-6)

English for Job Application

คำศัพท์ สำนวน และไวยากรณ์ภาษาอังกฤษที่ใช้ในการสมัครงานตามสาขาวิชาชีพการอ่าน ประกาศ ข้อความ อีเมล การกรอกใบสมัครงาน การเขียนประวัติย่อ การเขียนจดหมายสมัครงาน การนัดหมายเพื่อสัมภาษณ์งาน และการพูดโต้ตอบในการสอบสัมภาษณ์งาน

Vocabulary, expression, and grammar in English for job application related to profession; reading announcement, message, e-mail; filling in application form, writing resumes, letter of job application, making appointment and interactive speaking in job interviews

1000015 ภาษาอังกฤษเพื่อการนำเสนอ

3(3-0-6)

English for Presentation

คำศัพท์ สำนวน และไวยากรณ์เพื่อการนำเสนอภาษาอังกฤษ การพูดภาษาอังกฤษในการนำเสนออย่างเป็นทางการ การรวบรวมข้อมูลและการนำเสนอโดยใช้สื่อประสม ขั้นตอนในการนำเสนอ การแก้ปัญหาเฉพาะหน้าในขณะนำเสนอ และเทคนิคในการนำเสนออย่างมีประสิทธิภาพ

Vocabulary, expression, and grammar for English presentation; English speaking skill for formal presentation, data collection and presentation using multimedia, steps of presentation, problem solving in presentation, and effective presentation technique

1000016 ภาษาอังกฤษเชิงวิชาการ

3(3-0-6)

Academic English

คำศัพท์ สำนวน และไวยากรณ์ภาษาอังกฤษทางวิชาการ การอ่านบทความเชิงวิชาการ การพัฒนาทักษะการฟังบรรยายทางวิชาการ การแสดงความคิดเห็น การนำเสนองานด้านวิชาการ การตอบข้อซักถาม การเขียนบทความวิจัย และการเขียนสรุปสาระสำคัญจากการอ่านบทความและการฟังบรรยายทางวิชาการอย่างมีประสิทธิภาพ

Vocabulary, expression, and grammar for academic English, reading academic article, developing academic listening skill, expressing opinions, giving academic presentation, asking and responding to questions, writing research abstract, effective writing summary of article and academic lecture

1000017 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเบื้องต้น

3(3-0-6)

Chinese for Basic Communication

ตัวอักษรและการออกเสียงภาษาจีนเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน การทักทายและการลา การแนะนำตนเองและผู้อื่น การกล่าวคำขอบคุณและขอโทษ การสั่งอาหารและเครื่องดื่ม การซื้อสินค้า การขอร้องและการตอบสนอง และการเรียนรู้สังคม เทศกาล และวัฒนธรรมจีน

Chinese alphabet and pronunciation for everyday communication; greeting and saying goodbye; introducing oneself and others; saying thank and making apology, ordering food and beverage, shopping, request and response, and Chinese society, festival, and culture learning

1000018 ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสารเบื้องต้น

3(3-0-6)

Japanese for Basic Communication

ตัวอักษรและการออกเสียงภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน การทักทายและการลา การแนะนำตนเองและผู้อื่น การกล่าวคำขอบคุณและขอโทษ การสั่งอาหารและเครื่องดื่ม การซื้อสินค้า การขอร้องและการตอบสนอง และการเรียนรู้สังคม เทศกาล และวัฒนธรรมญี่ปุ่น

Japanese alphabet and pronunciation for everyday communication; greeting and saying goodbye; introducing oneself and others, saying thank and making apology, ordering food and beverage, shopping; request and response; and Japanese society, festival, and culture learning

1000019 ภาษาพม่าเพื่อการสื่อสารเบื้องต้น

3(3-0-6)

Burmese for Basic Communication

ตัวอักษรและการออกเสียงภาษาพม่าเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน การทักทายและการลา การแนะนำตนเองและผู้อื่น การกล่าวคำขอบคุณและขอโทษ การสั่งอาหารและเครื่องดื่ม การซื้อสินค้า การขอร้องและการตอบสนอง และการเรียนรู้สังคม เทศกาล และวัฒนธรรมพม่า

Burmese alphabet and pronunciation for everyday communication, greeting and saying goodbye; introducing oneself and others; saying thank and making apology, ordering food and beverage; shopping request and response, and Burmese society, festival, and culture learning

2000015 สมดุลสุข

3(3-0-6)

Life Balance and Happiness

แนวทางในการพัฒนาทักษะชีวิตและการทำงานอย่างยั่งยืนตามหลักปรัชญา ศาสนา และจิตวิทยา การบริหารจัดการอารมณ์ด้วยการใช้สุนทรียศาสตร์ทางศิลปะ ดนตรี และศิลปะการแสดง เพื่อประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตอย่างมีความสุข

Guideline for sustainable life and work skill development based on philosophy, religion, and psychology; emotion management using aesthetics in art, music, and performing arts for applying in happy living

2000016 กฎหมายน่ารู้ในชีวิตประจำวัน

3(3-0-6)

Laws for Daily Life

การศึกษาเกี่ยวกับกฎหมายทั่วไปที่ควรรู้ในชีวิตประจำวันเบื้องต้น กฎหมายเกี่ยวกับความผิดทางอาญา การทะเบียนราษฎร ประกันสังคมและกองทุนเงินทดแทน ภาษีมูลค่าเพิ่ม กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ จราจรทางบก แรงงานข้ามชาติ คຸ້ມครองแรงงานและแรงงานสัมพันธ์ ทรัพย์สินทางปัญญา การกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ การคุ้มครองผู้บริโภค และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

Study of common law in daily life; law on criminal offence, civil registration, social security and compensation fund, value added tax, civil and commercial law, land transportation, foreign labor, labor protection and labor relations, intellectual property, computer crime, consumer protection, and personal data protection

2000017 **สมาร์ทไลฟ์**

3(3-0-6)

Smart Life

การบริหารจัดการการทำงาน การเพิ่มศักยภาพในการทำงาน การบริหารจัดการทางการเงิน การจัดการเงินรายรับรายจ่ายอย่างสมดุล หลักการออม การทำบัญชีครัวเรือน การบริหารจัดการเวลาในชีวิตประจำวันอย่างสมดุล การบริหารจัดการความคิด ความรู้สึก อารมณ์ทัศนคติและการปรับตัวเพื่อการอยู่ร่วมกันในสังคมศตวรรษที่ 21 อย่างมีความสุขแบบยั่งยืน

Working management, enhancing working potential, financial management, balanced income and expense management, principle of saving, household accounting, balanced time management in daily life, management of thought, feeling, emotion, attitude, and self-adjustment for sustainably happy living in the 21st century society

4000014 **ฟิต ฟอ์ เฟิร์ม**

3(2-2-5)

Fit for Firm

การอธิบายความหมาย ความสำคัญ ประเภท และประโยชน์ของกิจกรรมทางกาย ปฏิบัติกิจกรรมทางกายอย่างเหมาะสมกับสุขภาพของตนเอง การป้องกันการบาดเจ็บและการปฐมพยาบาล การส่งเสริมโภชนาการ ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการประเมินกิจกรรมทางกายของตนเอง เห็นคุณค่าของกิจกรรมทางกายที่มีต่อสุขภาพ

Explaining meaning, importance, type, and benefit of physical activity; practicing physical activity appropriate to one's health, injury prevention and first aid, nutrition promotion, applying digital *technology* to assess physical activity, appreciating physical activity for health

4000015 **งานช่างพื้นฐานในชีวิตประจำวัน**

3(2-2-5)

Handicraft in Daily Life

ความหมาย ประเภท ประโยชน์ และเครื่องมือของงานช่างพื้นฐาน การเรียนรู้งานช่างประเภทงานเครื่องกล งานไฟฟ้า งานโยธา และสุขาภิบาลเบื้องต้นที่สามารถนำมาใช้ได้ในชีวิตประจำวัน เรียนรู้เทคนิคและประยุกต์ใช้เครื่องมือช่าง ความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน และฝึกปฏิบัติการซ่อมบำรุงเบื้องต้น

Definition, type, benefit, and tool of basic handicraft; learning handicraft in basic mechanical, electrical, civil, and sanitary work in daily life; learning technique for applying tool, work safety, and practice of basic maintenance

6.2 หมวดวิชาเฉพาะ

6.2.1 กลุ่มวิชาแกน

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-ค)
1551605	ภาษาอังกฤษธุรกิจ 1	3(3-0-6)

Business English 1

คำศัพท์และสำนวนเบื้องต้นในบริบททางธุรกิจ ทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษธุรกิจ ในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสำนักงาน และความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมทางธุรกิจ

Basic vocabulary and expression in business context, business English communicative skill in situation focusing on office work, and business cultural understanding

2562302	กฎหมายธุรกิจ	3(3-0-6)
---------	--------------	----------

Business Law

หลักกฎหมายทั่วไป องค์การธุรกิจ กฎหมายที่เกี่ยวกับการควบคุมธุรกิจ ประมวลกฎหมายแพ่ง และพาณิชย์ว่าด้วยนิติกรรม สัญญา หินี้และเอกเทศสัญญา กฎหมายว่าด้วยหลักประกันสินเชื่อกฎหมาย เกี่ยวกับการส่งเสริมการลงทุน การคุ้มครองผู้บริโภคและป้องกันการค้าที่ไม่เป็นธรรม กฎหมายเกี่ยวกับการ ฟิ้นฟูกิจการและระงับข้อพิพาททางธุรกิจ

Principle of law, business organization, law of business control; civil and commercial code of legal transaction, contract, liability and specific contract; law of security and credit, law of investment promotion, consumer protection and prevention of unfair trade, law of business rehabilitation and business dispute settlement

3521101	การบัญชีขั้นต้น 1	3(2-2-5)
---------	-------------------	----------

Fundamental Accounting 1

พื้นฐานเกี่ยวกับการบัญชี กฎหมายวิชาชีพการบัญชี จริยธรรมของวิชาชีพบัญชี กรอบแนวคิด สำหรับการรายงานทางการเงิน ระบบบัญชีคู่ การวิเคราะห์รายการค้า การบันทึกรายการในสมุดบันทึก รายการขั้นต้นและขั้นปลาย การจัดทำงบทดลอง กระจายทำการ งบการเงิน การปรับปรุงรายการบัญชีและการ ปิดบัญชี การบัญชีสำหรับกิจการซื้อขายสินค้าและการบันทึกบัญชีภาษีมูลค่าเพิ่ม และฝึกปฏิบัติ

Fundamentals of accounting; accounting law, ethics of accounting profession, conceptual framework for financial reporting, double-entry accounting, transaction analysis, recording of accounting entry in journal and ledger, preparation of trial balance, working paper, financial statement, adjusting and closing entry, accounting for trading business, and value-added tax recording, and practice

3521102 การบัญชีขั้นต้น 2

3(2-2-5)

Fundamental Accounting 2

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน 3521101 การบัญชีขั้นต้น 1

Pre-requisite: 3521101 Fundamental Accounting 1

พื้นฐานเกี่ยวกับระบบเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด การควบคุมภายในเกี่ยวกับเงินสด งบพิสูจน์ยอดเงินฝากธนาคาร ลูกหนี้ ตัวเงินรับ สินค้าคงเหลือ เงินลงทุนในตราสาร ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนและทรัพยากรธรรมชาติ หนี้สินหมุนเวียน ระบบใบสำคัญจ่าย ส่วนของเจ้าของ และการบัญชีสำหรับกิจการอุตสาหกรรม

Fundamentals of cash and cash equivalent accounting system, internal control of cash, bank reconciliation, account receivable, note receivable, inventory; investment in instrument, land, building, and equipment; intangible asset and natural resource, current liability, payment voucher, equity, and accounting of manufacturing business

3522301 การบัญชีเพื่อการจัดการ

3(3-0-6)

Managerial Accounting

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน 3521102 การบัญชีขั้นต้น 2

Pre-requisite: 3521102 Fundamental Accounting 2

ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการบัญชีเพื่อการจัดการ งบการเงิน การวิเคราะห์งบการเงิน การจัดทำงบการเงินกับการเปลี่ยนแปลงระดับราคา งบแสดงการเปลี่ยนแปลงฐานะการเงิน งบกระแสเงินสด ต้นทุนและพฤติกรรมต้นทุน การบัญชีต้นทุนรวมและการบัญชีต้นทุนผันแปร การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของต้นทุน-ปริมาณ-กำไร การใช้ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อการตัดสินใจ การวิเคราะห์การลงทุนและงบประมาณ

Information involving managerial accounting, financial statement and financial statement analysis, preparation of financial statement and price level change, statement of change in financial position, cash flow statement, cost and cost behavior, absorption costing and variable costing, cost-volume-profit analysis, using accounting information for decision making, investment analysis, and budget

3531101 การเงินธุรกิจ

3(3-0-6)

Business Finance

บทบาท หน้าที่ความรับผิดชอบ และจริยธรรมของผู้บริหารทางการเงินในองค์กรธุรกิจ มูลค่าของเงินตามเวลา การวิเคราะห์ทางการเงิน การวางแผนทางการเงิน การวางแผนกำไร การบริหารเงินทุนหมุนเวียน งบประมาณเงินทุน ต้นทุนและโครงสร้างของเงินทุน การจัดหาเงินทุน นโยบายการจัดสรรกำไร และเงินปันผล

Role, responsibility, and ethics of financial manager in business organization; time value of money, financial analysis, financial planning, profit planning, working capital management, capital budgeting, cost of capital and capital structure, financing, profit and dividend policy

3532201 การภาษีอากรธุรกิจ

3(3-0-6)

Business Taxation

หลักเกณฑ์และวิธีการจัดเก็บภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ อากรแสตมป์ ภาษีสรรพสามิต ภาษีศุลกากร ภาษีดิจิทัล ภาษีที่จัดเก็บโดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และการยื่นแบบแสดงรายการชำระภาษี

Criteria and collection procedure of personal income tax, corporate income tax, value-added tax, specific business tax, stamp duty, excise tax, custom tax, digital tax, local tax, and tax filing

3541101 หลักการตลาด

3(3-0-6)

Principle of Marketing

พื้นฐานเกี่ยวกับการตลาดและการตลาดดิจิทัล ส่วนประสมการตลาด สภาพแวดล้อมทางการตลาด ระบบตลาด ข้อมูลการตลาด การแบ่งส่วนการตลาดและการเลือกตลาดเป้าหมาย พฤติกรรมผู้บริโภค แนวโน้มและการประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ

Fundamentals of marketing and digital marketing; marketing mix, marketing environment, marketing system, marketing data, marketing segmentation and target selection, consumer behavior, trend and application in conducting business

3562307 การบริหารการผลิต

3(3-0-6)

Production Management

พื้นฐานเกี่ยวกับการบริหารการผลิตและการบริการ การพยากรณ์ความต้องการ การตัดสินใจด้านการผลิต การเลือกทำเลที่ตั้ง การวางแผนโรงงาน การวางแผนกำลังและการควบคุมการผลิต การจัดการคุณภาพ การจัดการโลจิสติกส์และตัวแบบการขนส่ง การจัดการโซ่อุปทาน ระบบการบริหารสินค้าคงคลัง การวางแผนและควบคุมโครงการ ระบบการบำรุงรักษา และระบบความปลอดภัยในโรงงาน

Fundamentals of production and service management; demand forecasting, production decision, location selection, factory layout planning, capacity planning and production control, quality management, logistics management and transportation model, supply chain management, inventory management system, project planning and control, maintenance system, and factory safety system

3564201 การจัดการเชิงกลยุทธ์**3(3-0-6)****Strategic Management**

พื้นฐานเกี่ยวกับการจัดการเชิงกลยุทธ์ เทคนิคการวางแผนเชิงกลยุทธ์ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์กร การวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ การกำหนดกลยุทธ์ระดับองค์กร ระดับธุรกิจ และระดับหน้าที่ แนวทางการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ การติดตาม การประเมินผล การปรับปรุงกลยุทธ์ และกรณีศึกษา

Fundamentals of strategic management; strategic planning technique, analysis of internal and external environment of organization, business strategic planning; strategy formulation at organizational level, business level, and functional level; guidelines for strategic implementation, tracking, evaluation, and improvement; and case study

3592101 เศรษฐศาสตร์จุลภาค**3(3-0-6)****Microeconomics**

พื้นฐานเกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์จุลภาค อุปสงค์ อุปทาน ดุลยภาพของตลาด ความยืดหยุ่น พฤติกรรมผู้บริโภค ต้นทุนการผลิต รายรับและกำไรของผู้ผลิต การกำหนดราคาและปริมาณการผลิตสินค้าของผู้ผลิตในตลาด และความล้มเหลวของระบบตลาด

Fundamentals of microeconomics, demand, supply, market equilibrium, elasticity, consumer behavior, production cost, revenue and profit of producer, determination of price and quantity of production in market, and market system failure

3592102 เศรษฐศาสตร์มหภาค**3(3-0-6)****Macroeconomics**

พื้นฐานเกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์มหภาค รายได้ประชาชาติ การกำหนดรายได้ประชาชาติ ดุลยภาพ วัฏจักรธุรกิจ อุปสงค์และอุปทานมวลรวม เงิน สถาบันการเงิน ตลาดการเงิน การคลังสาธารณะ ภาษีและมาตรการของนโยบายการเงินและนโยบายการคลัง ระดับราคา การว่างงาน เงินเฟ้อ เงินฝืด และเงินตึง การค้าและการเงินระหว่างประเทศ การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และการพัฒนาเศรษฐกิจเปรียบเทียบ

Fundamentals of macroeconomics, national income, determination of equilibrium national income, business cycle, aggregate demand and supply, money, financial institution, financial market, public finance, theory and measure of monetary and fiscal policy, price level, unemployment; inflation, deflation, and tight money; international trade and finance, economic growth, and comparative economic development

3632105 โลจิสติกส์และธุรกิจระหว่างประเทศเบื้องต้น

3(3-0-6)

Fundamental Logistics and International Business

พื้นฐานเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน การบริการลูกค้า การจัดการพัสดุ และสินค้าคงคลัง การขนส่ง บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง การจัดซื้อจัดหา กระบวนการธุรกิจระหว่างประเทศ เอกสารการค้า กฎระเบียบ พิธีการศุลกากร การจัดการข้ามวัฒนธรรม และกฎกติกาการค้าโลก

Fundamentals of logistics and supply chain, customer service, material and inventory management, transportation, transport packaging, procurement, international business process, trading document, rule and regulation, customs procedure, cross-cultural management, and world trade organization rule and regulation

3651401 การจัดการทรัพยากรมนุษย์

3(3-0-6)

Human Resource Management

พื้นฐานเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การวิเคราะห์งาน การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ ในยุคดิจิทัล สมรรถนะในธุรกิจยุคใหม่ การสรรหา การคัดเลือก การฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรในยุคดิจิทัล การประเมินผลการปฏิบัติงาน ค่าตอบแทนและสวัสดิการ การจัดการความผูกพันต่อองค์กร และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

Fundamentals of human resource management; job analysis, human resource planning in digital era, competency in modern business; recruitment, selection, training and personnel development in digital era, performance appraisal; compensation and benefit, organizational commitment management, and related law

6.2.2 กลุ่มวิชาเฉพาะด้านบังคับ

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-ค)
----------	------------------------	----------

3542103	การบริหารช่องทางการตลาดและห่วงโซ่อุปทาน	3(3-0-6)
---------	---	----------

Marketing Channel and Supply Chain Management

พื้นฐานเกี่ยวกับการบริหารช่องทางการตลาด สภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบ โครงสร้าง และการออกแบบช่องทางการตลาด คนกลางทางการตลาด กลยุทธ์การจัดการช่องทางการตลาด การค้าส่งและการค้าปลีก และการบริหารโซ่อุปทานและโลจิสติกส์

Fundamentals of marketing channel management; effecting of environment, structure, and design of marketing channel; middlemen, marketing channel management strategy, wholesale and retail, and supply chain and logistics management

- 3542107 พฤติกรรมการบริโภคสมัยใหม่ 3(3-0-6)**
Modern Consumption Behavior
 พื้นฐานเกี่ยวกับรูปแบบพฤติกรรมการบริโภคสมัยใหม่ สารสนเทศเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภค กระบวนการตัดสินใจซื้อและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ
 Fundamentals of modern consumption behavior; information of consumption behavior, buying decision process, and factor affecting buying decision
- 3542402 การตลาดดิจิทัล 3(2-2-5)**
Digital Marketing
 พื้นฐานเกี่ยวกับการตลาดดิจิทัล วิวัฒนาการของการตลาดดิจิทัล การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดดิจิทัล พฤติกรรมผู้บริโภค การกำหนดตลาดเป้าหมาย การวางแผนการตลาดดิจิทัล การตลาดผ่านเครื่องมือค้นหา การตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และจริยธรรมธุรกรรมตลาดออนไลน์
 Fundamentals of digital marketing Evolution of digital marketing, digital marketing environment analysis, consumer behavior, defining target market, digital marketing planning, search engine marketing, electronic commerce marketing, and ethics for online marketing transaction
- 3542407 การสื่อสารการตลาด 3(3-0-6)**
Marketing Communication
 พื้นฐานเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด การกำหนดรูปแบบและวิธีการสื่อสารการตลาด การวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ จริยธรรมในการสื่อสารทางการตลาด และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างธุรกิจกับลูกค้าและสังคม
 Fundamentals of marketing communication in digital era; setting format and method of marketing communication in digital era, integrated marketing communication strategic planning, marketing communication ethics; and building good relationship between business and consumer and society
- 3542408 การตลาดสร้างสรรค์ 3(2-2-5)**
Creative Marketing
 พื้นฐานเกี่ยวกับกระบวนการคิดสร้างสรรค์ทางการตลาด การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ การประยุกต์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การออกแบบนวัตกรรมที่ตอบสนองความต้องการของตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ และฝึกปฏิบัติ
 Fundamentals of creative marketing thinking procedure; development of creative thinking, application of creative marketing in developing new products, designing innovation for responding to market need, developing local product for increasing economic value, and practice

3543102	การวางแผนการตลาด Marketing Planning พื้นฐานเกี่ยวกับการวางแผนการตลาด การกำหนดกลยุทธ์การตลาด การเขียนแผนการตลาดเพื่อการนำเสนอสินค้าและบริการ และฝึกปฏิบัติ Fundamentals of marketing planning, marketing strategy formulation, marketing plan writing for product and service presentation, and practice	3(2-2-5)
3543104	การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา Product and Price Management พื้นฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการผลิตภัณฑ์และราคา การกำหนดกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และราคา และบทบาทความรับผิดชอบของผู้บริหารผลิตภัณฑ์และราคา Fundamentals of factor affecting product and price management; setting product and price strategy, and role and responsibility of product and price manager	3(3-0-6)
3543113	ภาษาอังกฤษเพื่อการตลาดสมัยใหม่ English for Modern Marketing ทักษะการฟัง พูด อ่าน และเขียนทางการตลาดสมัยใหม่ คำศัพท์ทางการตลาด การสื่อสารและการนำเสนอในบริบททางการตลาดสมัยใหม่ Listening, speaking, reading and writing skill for modern marketing; marketing terminology, communication and presentation in modern marketing context	3(3-0-6)
3543404	การตลาดเชิงกิจกรรม Event Marketing พื้นฐานเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดด้วยกิจกรรม การกำหนดกลยุทธ์การตลาดเชิงกิจกรรม การปฏิบัติการตามกลยุทธ์ การประเมินผล และฝึกปฏิบัติ Fundamentals of marketing communication through event; event marketing strategy formulation, strategy implementation, evaluation, and practice	3(2-2-5)
3544904	การวิจัยการตลาดเบื้องต้น Introduction to Research in Marketing พื้นฐานเกี่ยวกับการวิจัยการตลาด จริยธรรมการวิจัย การกำหนดปัญหาและวัตถุประสงค์ การวิจัย การทบทวนวรรณกรรม การพัฒนาแผนการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ผล การสรุปผลการวิจัย และการนำเสนอผลการวิจัย Fundamentals of marketing research; setting research problem and objective, literature review, development of research plan, data collection, result analysis, research summarization, and research result presentation	3(2-2-5)

3544905	สัมมนาทางการตลาดสมัยใหม่ Seminar on Modern Marketing การอภิปรายประเด็นปัญหาและกรณีศึกษา การแก้ไขปัญหาทางการตลาด และการจัด สัมมนา Discussion of problematic issue and case study, problem-solving in marketing, and seminar organization	3(2-2-5)
3601110	ผู้ประกอบการดิจิทัล Entrepreneur in Digital Era พื้นฐานเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจยุคดิจิทัล การเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล การเขียนแผน ธุรกิจ การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางธุรกิจ การบริหารความเสี่ยง การตลาดออนไลน์ การวิเคราะห์และ การประยุกต์ใช้ข้อมูลทางธุรกิจ และกรณีศึกษา Fundamentals of business administration in digital era; digital entrepreneurship, business plan writing, business feasibility analysis, risk management, online marketing, analysis and application of business data, and case study	3(2-2-5)
3562501	สถิติธุรกิจ Business Statistics พื้นฐานเกี่ยวกับสถิติ การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปและโปรแกรมออนไลน์สำหรับงานทางสถิติ การแปลผลทางสถิติและนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้อง และการประยุกต์ใช้สถิติกับการวิจัยเพื่อวางแผนธุรกิจ Fundamentals of statistics, using software package and online program for statistical work, statistical interpretation and accurate data presentation, and application of statistics to research for business planning	3(3-0-6)

6.2.3 กลุ่มวิชาเฉพาะด้านเลือก

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-ค)
1551606	ภาษาอังกฤษธุรกิจ 2 Business English 2 คำศัพท์และสำนวนในบริบททางธุรกิจ ทักษะการสื่อสารทางธุรกิจ การเจรจา การ นำเสนอทางธุรกิจ และวัฒนธรรมทางธุรกิจ Vocabulary and expression in business context; skill in business communication, negotiation, presentation; and business culture	3(3-0-6)

3542101	การตลาดท้องถิ่น Local Marketing พื้นฐานเกี่ยวกับการตลาดท้องถิ่น การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพของตลาด การกำหนดกลยุทธ์การตลาดท้องถิ่น และฝึกปฏิบัติ Fundamentals of local marketing, analysis of marketing environment and potential, formulation of local marketing strategy, and practice	3(2-2-5)
3542403	การออกแบบเนื้อหาทางการตลาดดิจิทัล Digital Marketing Content Design การสืบค้น การลำดับเนื้อหา การเขียนและการสร้างเนื้อหาทางการตลาดดิจิทัล หลักการ กระบวนการ การสร้างตราสินค้า การเชื่อมโยงเนื้อหา การเล่าเรื่อง และจริยธรรมในการนำเสนอ และฝึกปฏิบัติ Searching, content sequencing , writing and composing digital marketing content; principle, process, brand building, content integration, story telling, and ethics in presentation and practice	3(2-2-5)
3542404	กลยุทธ์การตลาด Marketing Strategy การวางแผนกลยุทธ์การตลาด รูปแบบกลยุทธ์ทางการตลาด การบูรณาการกลยุทธ์การตลาด และการจัดทำแผนกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจ Planning of marketing strategy, marketing strategy model, integration of marketing strategy, and formulation of marketing strategic plan of business	3(3-0-6)
3542405	การออกแบบและการผลิตสื่อดิจิทัลเพื่อการตลาด Digital Media Design and Production for Marketing แนวคิดและทฤษฎีการออกแบบและการผลิตสื่อดิจิทัลเพื่อการตลาด การประยุกต์ใช้นวัตกรรมในการตลาดเชิงสร้างสรรค์ การใช้เทคโนโลยีออกแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการตลาด การออกแบบและผลิตสื่อบนสังคมออนไลน์ และฝึกปฏิบัติ Concept and theory of designing and producing digital media for marketing, adaptation of innovation for creative marketing, using technology for digital media design for marketing, designing and producing online social media, and practice	3(2-2-5)

3542406	เทคโนโลยีดิจิทัล Digital Technology หลักการพื้นฐานของระบบคอมพิวเตอร์ ทักษะการใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีเพื่อการปฏิบัติงานและการสื่อสารทางการตลาด การใช้โปรแกรมสำเร็จรูป การประยุกต์ใช้ระบบปฏิบัติการและการใช้ซอฟต์แวร์ทางธุรกิจ การใช้แอปพลิเคชัน และฝึกปฏิบัติ Basic principles of computer system, skill in using technology tool for work and marketing communication, using software package, application of operating system and marketing software, using applications, and practice	3(2-2-5)
3542409	แพลตฟอร์มการตลาด Marketing Platform พื้นฐานเกี่ยวกับแพลตฟอร์มการตลาด ความสำคัญของแพลตฟอร์มการตลาดต่อธุรกิจและผู้บริโภค รูปแบบของธุรกิจบนแพลตฟอร์ม เครื่องมือ การวิเคราะห์แพลตฟอร์มธุรกิจ กลยุทธ์ธุรกิจบนแพลตฟอร์ม การวางแผนธุรกิจบนแพลตฟอร์ม และการวิเคราะห์ฐานข้อมูลบนแพลตฟอร์มเพื่อประโยชน์กับธุรกิจและฝึกปฏิบัติ Fundamentals of marketing platform, importance of marketing platform to business and consumer, platform business model, tool, business analytics platform, platform business strategy, platform business planning, and platform database analysis for business advantage	3(2-2-5)
3542410	การตลาดผ่านเครื่องมือค้นหา Search Engine Marketing การใช้เครื่องมือค้นหาในการทำการตลาด กลยุทธ์การตลาดผ่านเครื่องมือค้นหา ลูกเล่นและเทคนิค การเลือกและวางแผนคำค้นหา การเขียนคำโฆษณา ความสำคัญของคะแนนที่มีคุณภาพ การอ่านข้อมูลสถิติ การนำข้อมูลไปปรับปรุงแผนงาน การวิเคราะห์การแข่งขันทางธุรกิจ และฝึกปฏิบัติ Use of search engine tool for marketing, search engine marketing (SEM) strategy, trick and technique, selecting and planning of search term, copywriting, importance of quality score, reading statistical data, employment of information for improving plan, analysis of business competitiveness, and practice	3(2-2-5)
3543101	การบริหารการตลาด Marketing Management พื้นฐานเกี่ยวกับกระบวนการบริหารการตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการตลาด บทบาทหน้าที่ของผู้บริหารการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค ระบบข้อมูลทางการตลาด การวัดและการพยากรณ์ตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย การวางแผนการบริหารผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาดบนแพลตฟอร์ม	3(3-0-6)

3543108	การตลาดระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
---------	----------------------	----------

พื้นฐานเกี่ยวกับการตลาดระหว่างประเทศ การวิเคราะห์บริบทและวัฒนธรรมข้ามชาติ เทคโนโลยีสารสนเทศ กลยุทธ์การตลาดเพื่อการนำเข้าและการส่งออก พิธีการศุลกากร และการตอบสนองความต้องการของตลาดต่างประเทศ

3543114	การบริหารการขายสมัยใหม่	3(3-0-6)
---------	-------------------------	----------

พื้นฐานเกี่ยวกับของการบริหารการขายสมัยใหม่ ความรับผิดชอบและจรรยาบรรณของผู้บริหาร
การขายและพนักงานขาย การจัดโครงสร้างองค์กรการขาย การพยากรณ์การขาย และการบริหารพนักงานขายสมัยใหม่

3543115 การจัดการการตลาดบริการสมัยใหม่ 3(3-0-6)

พื้นฐานเกี่ยวกับการตลาดบริการสมัยใหม่ ประเภทของธุรกิจบริการ ส่วนประสม
การตลาดบริการ พฤติกรรมและกระบวนการตัดสินใจ คุณภาพบริการ และการกำหนดกลยุทธ์การตลาด
สมัยใหม่

3543405 การถ่ายภาพเพื่อการตลาด 3(2-2-5)

NPRU | 48

Fundamentals of photography, visual interpretation, photography equipment, composition, camera angle and image size, photography techniques and performance evaluation, software package for image retouching, photography ethics, and practice

3601104 การใช้โปรแกรมประยุกต์ทางธุรกิจ 3(2-2-5)

Computer Application in Business

พื้นฐานเกี่ยวกับระบบปฏิบัติการ การประยุกต์ใช้โปรแกรมในงานธุรกิจ งานธุรการ การจัดการงานเอกสาร การจัดทำรายงาน การคำนวณ การสรุปข้อมูลสำหรับผู้บริหาร การนัดหมาย การประชุม และการนำเสนอข้อมูลทางธุรกิจ

Fundamentals of operating system, use of computer application in business; administrative work, document management, reporting, calculating, executive summary, meeting appointment, business information presentation, and practice

6.2.4 กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพและวิชาชีพ

สามารถเลือกเรียนได้แผนใดแผนหนึ่ง ดังต่อไปนี้

6.2.4.1 แผนฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ชั่วโมง)
-----------------	-------------------------------	-------------------

3544801	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด	2(90)
----------------	---	--------------

Pre-practicum in Marketing

การประยุกต์หลักการและทฤษฎีทางการตลาด การเตรียมความพร้อมทักษะการใช้ภาษา บุคลิกภาพ คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี การปรับตัวในการอยู่ร่วมกับผู้อื่น และการเสริมสร้างจรรยาบรรณในวิชาชีพ

Application of principle and theory of marketing; preparation of language skill, personality, computer and technology; adaptation for living with others, and professional ethics enhancement

3544802	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด	5(450)
----------------	---------------------------------------	---------------

Practicum in Marketing

รายวิชาที่ต้องสอบผ่านมาก่อน : 3544801 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด

Pre-requisite: 3654801 Pre-practicum in Marketing

การฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านการตลาดในหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน การจัดโครงการพิเศษหรือภาคินิพนธ์ที่เกี่ยวข้องกับการตลาด

Practicum in marketing in public and private sector, organization of special project or term paper in marketing

2.4.2 แผนสหกิจศึกษา

3544803 การเตรียมสหกิจศึกษาด้านการตลาด 1(45)

Pre-cooperative Education in Marketing

การบูรณาการหลักการและทฤษฎีทางการตลาด การเตรียมความพร้อมทักษะการใช้ภาษา บุคลิกภาพ คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี การปรับตัวในการอยู่ร่วมกับผู้อื่น และการเสริมสร้างจรรยาบรรณ ในวิชาชีพ

Integration of principle and theory of marketing; preparation of language skill, personality, computer and technology; adaptation for living with others, and professional ethics enhancement

3544804 สหกิจศึกษาด้านการตลาด 6(540)

Cooperative Education in Marketing

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 3544803 การเตรียมสหกิจศึกษาด้านการตลาด

Pre-requisite: 3654803 Pre-cooperative Education in Marketing

การฝึกสหกิจศึกษาที่เน้นการบูรณาการกับปฏิบัติงานด้านการตลาดในองค์การ การจัดโครงการพิเศษหรือภาคินพนธ์ที่เกี่ยวข้องกับการตลาด

Cooperative education with emphasis on integrated work operation in marketing in organization, organization of special project or term paper in marketing

6.2 หมวดวิชาเลือกเสรี

ให้เลือกเรียนรายวิชาใด ๆ ได้ทุกรายวิชาที่เปิดสอนในระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม โดยไม่ซ้ำกับรายวิชาที่เคยเรียนมาแล้ว และต้องไม่เป็นรายวิชาที่กำหนดให้เรียนโดยไม่นับหน่วยกิตรวมในเกณฑ์การสำเร็จการศึกษาของหลักสูตร

หมวดที่ 4 การจัดการกระบวนการเรียนรู้

1. ระบบการจัดการศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

1.1 ระบบ

ระบบทวิภาค โดย 1 ปีการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ภาคการศึกษาปกติ 1 ภาคการศึกษาปกติมีระยะเวลาศึกษาไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์ ทั้งนี้ การจัดการศึกษาเป็นไปตามข้อบังคับของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมว่าด้วยการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2566

1.2 การจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน

อาจมีการจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน โดยกำหนดให้มีระยะเวลาการจัดการเรียนการสอนให้มีสัดส่วนเทียบเคียงกันได้กับการศึกษาภาคปกติ และจำนวนหน่วยกิตไม่เกิน 9 หน่วยกิต ทั้งนี้ให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

1.3 การเทียบเคียงหน่วยกิตในระบบทวิภาค

ไม่มีการเทียบเคียงหน่วยกิต ทั้งนี้เป็นไปตามบังคับของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมว่าด้วยการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2566

2. การดำเนินการของหลักสูตร

2.1 วัน-เวลาในการดำเนินการเรียนการสอน

ภาคการศึกษาที่ 1 กรกฎาคม – พฤศจิกายน

ภาคการศึกษาที่ 2 ธันวาคม – เมษายน

ภาคฤดูร้อน พฤษภาคม – มิถุนายน

ทั้งนี้ กำหนดการเปิด-ปิดภาคการศึกษาให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

2.2 วิธีการจัดการเรียนการสอน

☒ แบบชั้นเรียนและแบบอื่น ๆ เช่น ระบบการศึกษาเป็นแบบชั้นเรียนหรือแบบออนไลน์ โดยการจัดการเรียนการสอนเป็นไปตามข้อบังคับของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ว่าด้วยการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี ฉบับปัจจุบัน และ/หรือประกาศมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

2.3 การเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชาและการลงทะเบียนเรียนข้ามมหาวิทยาลัย

มีการเทียบโอนหน่วยกิต โดยเป็นไปตามข้อบังคับของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมว่าด้วยการเทียบโอนผลการเรียนระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2566

3. ความสอดคล้องของผลลัพธ์การเรียนรู้ กลยุทธ์การสอน การวัดและประเมินผล

ผลลัพธ์การเรียนรู้ (PLOs)	กลยุทธ์การสอน	การวัดและประเมินผล
PLO1 ใช้ภาษาไทยและภาษาต่างประเทศในชีวิตประจำวัน และสื่อสารทางวิชาการได้ตามหลัก 7C และสัมพันธ์กับกลุ่มผู้รับสาร	1. ใช้การเรียนการสอนในหลากหลายรูปแบบ โดยเน้นหลักการทางทฤษฎี และประยุกต์ทางปฏิบัติในสภาพจริงตามลักษณะของรายวิชา 2. ฝึกให้นักศึกษาใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน การนำเสนองาน และฝึกพูดในโอกาสต่าง ๆ 3. กระตุ้นให้นักศึกษาคิด วิเคราะห์จากสถานการณ์ต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน ร่วมกันแสดงความคิดเห็นอย่างมีวิจารณญาณในหัวข้อที่สนใจ	1. การทดสอบย่อย การสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน 2. งานที่ได้รับมอบหมาย เช่น รายงาน แผนหรือโครงการ เป็นต้น 3. ผลงานของนักศึกษาที่ได้รับมอบหมาย การนำเสนอหรือการอภิปรายในชั้นเรียน 4. สังเกตพัฒนาการและพฤติกรรมในชั้นเรียน 5. การทดสอบโดยใช้แบบทดสอบหรือสัมภาษณ์ หรือการลงมือปฏิบัติงาน
PLO2 เลือกใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย และจัดการข้อมูลในฐานะผู้ใช้งานได้ตามหลักการ และเป็นไปตามกฎหมาย ICT	1. ฝึกปฏิบัติโดยให้นักศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ในการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสมกับงานที่ได้รับมอบหมาย 2. จัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการความรู้ของศาสตร์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีดิจิทัล การข้อมูลตามหลักการ และเป็นไปตามกฎหมาย ICT	1. ผลงานที่ได้รับมอบหมายเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของกิจกรรม 2. ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายได้อย่างถูกต้อง
PLO3 ประยุกต์ใช้ทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 (3R8C) เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และใช้ในชีวิตประจำวัน	1. จัดกิจกรรมประเภทการระดมสมองหรือการระดมความคิดในประเด็นที่นักศึกษาให้ความสนใจ 2. มอบหมายงานให้ได้มีการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเป็นรายบุคคล และเป็นกลุ่ม ครอบคลุมสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดในปัจจุบันหรือประเด็นที่เป็นที่สนใจ 3. ปลุกฝังให้ผู้เรียนมีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียนให้ตรงเวลา การแต่งกายที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย มีความซื่อสัตย์โดยไม่กระทำทุจริตในการสอบ	1. ผลงานของนักศึกษาที่ได้รับมอบหมาย การนำเสนอหรือการอภิปรายในชั้นเรียน 2. การทดสอบโดยใช้แบบทดสอบหรือสัมภาษณ์ หรือการลงมือปฏิบัติงาน 3. ความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริตในการสอบ ปฏิบัติตนได้อย่างมีระเบียบวินัย ตามกฎระเบียบและข้อบังคับขององค์กรและสังคม

ผลลัพธ์การเรียนรู้ (PLOs)	กลยุทธ์การสอน	การวัดและประเมินผล
PLO4 ประพฤติตนตามอัตลักษณ์ พอเพียง มีวินัย สุจริต จิตอาสา	1. ใช้การสอนที่มีการกำหนดกิจกรรมให้มีการทำงานเป็นกลุ่ม ให้ผู้เรียนได้มีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น มีการทำงานเป็นกลุ่ม ประสานงานกับผู้อื่นได้ ประพฤติตนได้ตามอัตลักษณ์อัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย 2. จัดกิจกรรมเสริมในหัวข้อเกี่ยวกับการปฏิบัติตนตามอัตลักษณ์มหาวิทยาลัย การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการทำงาน การทำงานเป็นทีม บทบาท หน้าที่และความรับผิดชอบต่องานตนเองและสังคม การเคารพสิทธิของผู้อื่น	1. ผลงานที่ทำงานกลุ่ม การพูดนำเสนองานที่ได้รับมอบหมาย ครบถ้วน ชัดเจน ตรงประเด็นของข้อมูล 2. สังเกตพฤติกรรมของผู้เรียนในการปฏิบัติตามอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย 3. ความสำเร็จในการเข้าร่วมกิจกรรมที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย
PLO5 อธิบายหลักการเบื้องต้นด้านการบริหารธุรกิจ การตลาด ทรัพยากรมนุษย์ โลจิสติกส์ ธุรกิจระหว่างประเทศ การเงินและการบัญชี ได้อย่างถูกต้องตามหลักการบริหารธุรกิจ	1. ใช้การเรียนการสอนในหลากหลายรูปแบบ โดยเน้นหลักการทางทฤษฎีหลักการบริหารธุรกิจ 2. ให้นักศึกษาค้นคว้างานตามหัวข้อที่ได้รับมอบหมายและการนำเสนอ	1. การทดสอบย่อย การสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน 2. ผลงานของนักศึกษาที่ได้รับมอบหมาย การนำเสนอหรือการอภิปรายในชั้นเรียน
PLO6 ประยุกต์หลักการด้านการบริหารธุรกิจ การตลาด ทรัพยากรมนุษย์ โลจิสติกส์ ธุรกิจระหว่างประเทศ การเงินและการบัญชี ได้อย่างถูกต้องตามหลักการบริหารธุรกิจ	มอบหมายงานให้นักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเป็นรายบุคคลหรือเป็นกลุ่ม ตามสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดในปัจจุบัน หรือประเด็นที่เป็นที่สนใจ	ผลงานของนักศึกษาที่ได้รับมอบหมาย
PLO7 เลือกใช้เทคโนโลยี และภาษาเพื่อการสื่อสารด้านการบริหารธุรกิจ การตลาด ทรัพยากรมนุษย์ โลจิสติกส์ ธุรกิจระหว่างประเทศ การเงินและการบัญชี ได้อย่างถูกต้องตามศาสตร์	มอบหมายงานให้นักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง โดยใช้เทคโนโลยีได้อย่างเหมาะสมกับงานที่ได้รับมอบหมาย	ผลงานของนักศึกษาที่ได้รับมอบหมายสอดคล้องกับการเลือกใช้เทคโนโลยี
PLO8 ปฏิบัติตามกติกาของสังคม กฎหมาย ทำงานร่วมกับผู้อื่น แสดงออกถึงคุณธรรมจริยธรรมด้านการบริหารธุรกิจ การตลาด ทรัพยากรมนุษย์ โลจิสติกส์ ธุรกิจระหว่างประเทศ การเงินและการบัญชี	ปลูกฝังให้นักศึกษาปฏิบัติตามกติกาของสังคม ทำงานร่วมกับผู้อื่น	สังเกตพฤติกรรมของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานที่ได้รับมอบหมายตรงเวลา และไม่คัดลอกผลงานของผู้อื่น

ผลลัพธ์การเรียนรู้ (PLOs)	กลยุทธ์การสอน	การวัดและประเมินผล
PLO9 อธิบายความรู้ และทฤษฎีด้านการตลาดได้อย่างถูกต้อง	1. ใช้การเรียนการสอนในหลากหลายรูปแบบ โดยเน้นหลักการทางทฤษฎีการตลาด และประยุกต์ในทางปฏิบัติ 2. การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ โดยเป็นรายบุคคลและการแบ่งกลุ่มทำงาน การให้คำปรึกษา และการระดมสมองโดยให้นักศึกษาคิด วิเคราะห์และประยุกต์ใช้ 3. การมอบหมายหัวข้อหรือชิ้นงาน การค้นคว้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์และรูปแบบอื่น ๆ การจัดทำชิ้นงาน การอภิปราย และการนำเสนอ 4. ฝึกให้นักศึกษาใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน การนำเสนองาน และฝึกพูดในโอกาสต่าง ๆ	1. การทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน การสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน 2. งานที่ได้รับมอบหมาย 3. การนำเสนอชิ้นงาน โครงการหรือรายงาน งานที่ได้รับมอบหมายในชั้นเรียน 4. การประเมินทักษะการใช้และการนำเสนอผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างถูกต้องเหมาะสม 5. สังเกตพฤติกรรมในการแก้ปัญหาและการตัดสินใจโดยการประยุกต์ใช้ความรู้ได้อย่างเหมาะสม
PLO10 ประยุกต์ความรู้ แนวคิด ทฤษฎี และทักษะด้านการตลาดได้อย่างเข้าใจ และสอดคล้องกับการปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการ	1. ใช้การเรียนการสอนในหลากหลายรูปแบบ โดยเน้นหลักการทางทฤษฎีการตลาด และประยุกต์ในทางปฏิบัติ 2. การจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยการแบ่งกลุ่มทำงาน การให้คำปรึกษา และการระดมสมอง โดยบูรณาการศาสตร์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน 3. การมอบหมายหัวข้อ ชิ้นงานหรือโครงการวิจัย ค้นคว้าด้วยตนเองผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์และรูปแบบอื่น ๆ เป็นรายบุคคลและเป็นกลุ่ม ครอบคลุมประเด็นปัญหาด้านคุณธรรม จริยธรรม	1. การทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน การสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน 2. งานที่ได้รับมอบหมาย 3. การนำเสนอชิ้นงาน โครงการหรือรายงานในชั้นเรียนได้อย่างถูกต้อง 4. การประเมินทักษะการใช้และการนำเสนอผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างถูกต้องเหมาะสม 5. สังเกตพฤติกรรมของนักศึกษาในด้านต่าง ๆ ในชั้นเรียน
PLO11 วิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค และข้อมูลด้านการตลาด เพื่อหาประยุกต์ความรู้ แนวคิดทฤษฎี ด้านการตลาดได้อย่างถูกต้องแผนการตลาดต้องเหมาะสมกับสถานการณ์	1. ใช้การเรียนการสอนในหลากหลายรูปแบบ โดยเน้นพฤติกรรมผู้บริโภคสมัยใหม่ และประยุกต์ทางปฏิบัติตามลักษณะของรายวิชา เช่น กรณีศึกษา การศึกษาดูงาน เชิญผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ตรงมาเป็นวิทยากรพิเศษ	1. การสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน 2. งานที่ได้รับมอบหมาย 3. การนำเสนอชิ้นงาน โครงการหรือรายงาน งานที่ได้รับมอบหมายในชั้นเรียน

ผลลัพธ์การเรียนรู้ (PLOs)	กลยุทธ์การสอน	การวัดและประเมินผล
	เฉพาะเรื่อง 2. การจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยการแบ่งกลุ่มทำงาน การให้คำปรึกษา และการระดมสมอง โดยบูรณาการศาสตร์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน 3. จัดให้มีการเรียนรู้จากสถานการณ์จริง เช่น การศึกษาดูงานเชิญผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ตรงมาเป็นวิทยากรพิเศษ เป็นต้น 4. การมอบหมายหัวข้อ ชิ้นงานหรือโครงการงาน	4. การประเมินทักษะการใช้และการนำเสนอผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างถูกต้องเหมาะสม 5. สังเกตพฤติกรรมในการแก้ปัญหาและการตัดสินใจโดยการประยุกต์ใช้ความรู้ได้อย่างเหมาะสม
PLO12 ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเป็นเครื่องมือจัดการด้านการตลาดดิจิทัล ได้อย่างถูกต้อง	1. ใช้การเรียนการสอนในหลากหลายรูปแบบ โดยเน้นการตลาดดิจิทัล การสร้างเนื้อหาการตลาดดิจิทัล และประยุกต์ทางปฏิบัติตามลักษณะของรายวิชา 2. การจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยการแบ่งกลุ่มทำงาน การให้คำปรึกษา และการระดมสมอง โดยบูรณาการศาสตร์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน 3. การมอบหมายหัวข้อหรือชิ้นงาน การค้นคว้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์และรูปแบบอื่น ๆ การจัดทำชิ้นงาน การอภิปราย และการนำเสนอ 4. ใช้การสอนที่มีการกำหนดกิจกรรมให้มีการทำงานเป็นกลุ่ม ให้ผู้เรียนได้มีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น มีการทำงานเป็นกลุ่มสามารถประสานงานและให้คำปรึกษากับผู้อื่นได้	1. การสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน 2. งานที่ได้รับมอบหมาย เช่น ชิ้นงาน โครงการหรือรายงานที่มีความเกี่ยวข้องกับรายวิชาการตลาดดิจิทัล 3. การนำเสนอชิ้นงาน โครงการหรือรายงานในชั้นเรียน ชิ้นงานหรือรายงานที่ได้รับมอบหมายได้อย่างถูกต้องเหมาะสม 4. สังเกตพฤติกรรมของนักศึกษาในด้านต่าง ๆ ในชั้นเรียน เช่น การตรงต่อเวลาในการเข้าชั้นเรียนและการส่งงานที่ได้รับมอบหมาย การมีส่วนร่วมและการให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรมต่าง ๆ
PLO13 แสดงออกถึงการมีจริยธรรมทางการตลาด ภาวะผู้นำมนุษยสัมพันธ์และความรับผิดชอบต่อสังคมได้เหมาะสมกับสถานการณ์	1. ใช้การเรียนการสอนในหลากหลายรูปแบบ โดยเน้นหลักการทางทฤษฎีการตลาด และประยุกต์ทางปฏิบัติตามลักษณะของรายวิชา	1. การสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน 2. สังเกตพฤติกรรมในการแก้ปัญหา ภาวะผู้นำและการตัดสินใจโดยการประยุกต์ใช้ความรู้ได้อย่างเหมาะสม

ผลลัพธ์การเรียนรู้ (PLOs)	กลยุทธ์การสอน	การวัดและประเมินผล
	2. การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ โดยเป็นรายบุคคลและการแบ่งกลุ่มทำงาน การให้คำปรึกษา และการระดมสมองโดยให้นักศึกษาคิด วิเคราะห์และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศภายใต้ความหลากหลายสถานการณ์โดยบูรณาการศาสตร์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน 3. การมอบหมายหัวข้อหรือชิ้นงาน การค้นคว้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์และรูปแบบอื่น ๆ การจัดทำชิ้นงาน การอภิปราย และการนำเสนอ	

4. องค์ประกอบเกี่ยวกับประสบการณ์ภาคสนาม (ฝึกประสบการณ์วิชาชีพหรือสหกิจศึกษา)

4.1 มาตรฐานผลการเรียนรู้ของฝึกประสบการณ์วิชาชีพหรือ/และสหกิจศึกษา ความคาดหวังในผลการเรียนรู้ประสบการณ์ภาคสนามของนักศึกษา มีดังนี้

4.1.1 มีความรู้ ทักษะและความเข้าใจการปฏิบัติงานในวิชาชีพจากประสบการณ์ที่ได้จริงมากขึ้น

4.1.2 เรียนรู้ที่จะสื่อสาร ติดต่อประสานงานและทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดียิ่งขึ้น ตลอดจนรู้จักการปรับตัวให้เข้ากับองค์กรได้อย่างเหมาะสม

4.1.3 ประยุกต์ใช้ทฤษฎีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

4.1.4 มีความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์และเข้าใจ จริยธรรมทางการตลาด

4.1.5 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และรู้จักแก้ปัญหาเฉพาะหน้า

4.2 ช่วงเวลา

ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 2

4.3 การจัดเวลาและตารางสอน

จัดเต็มเวลาใน 1 ภาคการศึกษาจำนวน 450 ชั่วโมง

5. ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงการหรืองานวิจัย

5.1 คำอธิบายโดยย่อ

การทำโครงการหรืองานวิจัยด้านการตลาด มีวัตถุประสงค์เพื่อฝึกฝนนักศึกษาให้มีทักษะการวิเคราะห์สำหรับค้นคว้าหาคำตอบของปัญหาด้านการตลาดที่น่าสนใจนำไปสู่การสังเคราะห์วิธีการแก้ไขปัญหา หาแนวทางปรับปรุงและพัฒนางานด้านการตลาดให้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

5.2 มาตรฐานผลการเรียนรู้

5.2.1 มีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการทำโครงการ หรืองานวิจัยด้านการตลาด

5.2.2 เกิดทักษะการวิเคราะห์ปัญหาในกระบวนการทำโครงการหรืองานวิจัยด้านการตลาด

5.2.3 สามารถสังเคราะห์วิธีการแก้ไขปัญหา หาแนวทางปรับปรุงและพัฒนางานด้านการตลาดให้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

5.2.4 ทราบถึงความถนัดหรือความสนใจงานด้านการตลาดที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพ

5.3 ช่วงเวลา

ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 2

5.4 รายวิชาและจำนวนหน่วยกิต

วิชาสหกิจศึกษา จำนวน 6 หน่วยกิต

5.5 การเตรียมการ

5.5.1 ให้นักศึกษาค้นคว้าโครงการหรืองานวิจัยด้านการตลาดที่น่าสนใจ

5.5.2 ให้อาจารย์ผู้สอนชี้แนะและกำหนดแนวทางการค้นคว้าโครงการหรืองานวิจัยด้านการตลาดแก่นักศึกษา

5.5.3 นักศึกษานำเสนอผลการศึกษาต่ออาจารย์ผู้สอนและอาจารย์ที่ปรึกษาทุกคน เพื่อรับข้อเสนอแนะและประเมินผล

5.6 กระบวนการประเมินผล

5.6.1 ผู้สอนและผู้เรียนกำหนดหัวข้อและเกณฑ์การประเมินผลทวนสอบมาตรฐานโดยกำหนดเกณฑ์/มาตรฐานการประเมินผลรายวิชา

5.6.2 ผู้สอนประเมินผลการเรียนรู้ของผู้เรียน

5.6.3 ผู้เรียนนำเสนอผลการศึกษาและรับประเมินโดยอาจารย์ผู้สอนและอาจารย์ที่ปรึกษา

หมวดที่ 5 ความพร้อมและศักยภาพในการบริหารจัดการหลักสูตร

1. ความพร้อมด้านการจัดการศึกษา

1.1 สถานที่จัดการเรียนการสอน

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

1.2 ทรัพยากรและสิ่งสนับสนุนการจัดการเรียนการสอน

1.2.1 อาคารเรียน จำนวน 20 อาคาร (ณ ปัจจุบัน พ.ศ. 2566) ได้แก่ อาคารเรียน A-1 A-2 A-3 A-4 A-5 A-6 A-7 อาคารเฉลิมพระเกียรติ 50 พรรษามหาวชิราลงกรณ อาคารคณะครุศาสตร์ อาคารคณะพยาบาลศาสตร์ อาคารศูนย์ศึกษาพัฒนาจังหวัดนครปฐม อาคาร 100 ปี ผีกัดครุไทย อาคารทวารวดี อาคาร UBI อาคารวิศวกรรมโยธา อาคารศูนย์ศึกษาปฐมวัย อาคารศูนย์วิทยาศาสตร์และวิทยาศาสตร์ประยุกต์ อาคารสถาบันภาษา อาคารเรียนรวมปฏิบัติการบัญชีและโลจิสติกส์ อาคารศูนย์ปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ และอาคารที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

1.2.2 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในมหาวิทยาลัย

1) สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการ ได้แก่ บริการยืม-คืนหนังสือ บริการวารสาร บริการพื้นที่นั่งอ่านแบบเดี่ยวและแบบกลุ่ม บริการห้องประชุมกลุ่มย่อย หอจดหมายเหตุมหาวิทยาลัย บริการโสตทัศนวัสดุ โสตทัศนอุปกรณ์ ห้องชมโทรทัศน์ ระบบ VDO on-demand ด้วยหูฟังไร้สาย ห้องคาราโอเกะ ห้องมินิเธียเตอร์ ห้อง RelaxTime เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง ห้องประชุม ห้องอบรม และห้องโถงกลางเอนกประสงค์

2) ศูนย์คอมพิวเตอร์ สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการ ได้แก่ ห้องบริการคอมพิวเตอร์ ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ ห้องอบรมคอมพิวเตอร์ การบริการระบบอินเทอร์เน็ตระบบ wifi ทั้งมหาวิทยาลัย การบริการศูนย์สอบมาตรฐานไอที การบริการศูนย์สอบ Microsoft Office Specialist (MOS) Certificate บริการอีเมลสำหรับอาจารย์ เจ้าหน้าที่และนักศึกษา บริการระบบ NPRU E-Learning บริการ NPRU Open Courseware

3) สถาบันภาษา สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการ ได้แก่ อบรมพัฒนานักศึกษาด้านภาษาทั้งในประเทศและต่างประเทศ บริการฝึก-อบรมกิจกรรมเสริมหลักสูตร ศูนย์การเรียนรู้ด้วยตนเอง บริการสื่อด้านการเรียน การสอนสำหรับภาษาต่างประเทศ บริการซอฟต์แวร์สำหรับพัฒนาด้านภาษาต่างประเทศ บริการบทเรียนออนไลน์ ศูนย์ทดสอบ TOEFL/ITP ศูนย์ทดสอบ CEPT และการบริการแปลภาษา

4) Sports complex เช่น สระว่ายน้ำขนาดมาตรฐาน สนามฟุตบอล สนามตะกร้อ สนามวอลเลย์บอล สนามบาสเกตบอล สนามแบดมินตัน สนามปิงปอง เวทีมวย ฟิตเนส ลานกลางแจ้งสำหรับการออกกำลังกาย เป็นต้น

5) โรงอาหาร จำนวน 4 อาคาร ได้แก่ โรงอาหารกลาง โรงอาหารใหญ่ โรงอาหาร A-6 และโรงอาหารเล็ก

6) การบริการส่วนอื่น ๆ เช่น สหกรณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม เซเว่น-อีเลฟเว่น คาเฟ่ อเมซอน U-Store ศูนย์จัดส่งพัสดุ Flash Express จุดขายอาหารและเครื่องดื่มทุกอาคาร รถไฟฟ้ารับ-ส่ง ภายในมหาวิทยาลัย เป็นต้น

2. ชื่อ นามสกุล เลขประจำตัวบัตรประชาชน ตำแหน่ง คุณวุฒิการศึกษา และผลงานทางวิชาการ

2.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร

ลำดับ	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่อ-นามสกุล เลขประจำตัวบัตรประชาชน	คุณวุฒิและปีที่สำเร็จการศึกษา	ผลงานทางวิชาการ 5 ปีย้อนหลัง
1	☒ อาจารย์	นางสาวพิชามญช์ เลิศวัฒนพรชัย 3-1024-XXXXX-XX-7	บธ.ม (การตลาด) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2546 บธ.บ. (ธุรกิจระหว่างประเทศ) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2540	พิชามญช์ เลิศวัฒนพรชัย , พงษ์สันต์ ต้นหยง และผ่องใส สีนธสกุล. (2566). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดนครปฐม. <i>วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์</i> , 6(1), 141-156. TCI(1) ผ่องใส สีนธสกุล, พงษ์สันต์ ต้นหยง และพิชามญช์ เลิศวัฒนพรชัย. (2566). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบอกต่อแบบปากต่อปากของผู้บริโภคออนไลน์ในประเทศไทย. <i>วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์</i> , 6(3), 1549-1565. TCI1
2	☒ อาจารย์	นายธีรเดช ทิวนอม 3-7306-XXXXX-XX-8	บธ.ด. (การตลาด) มหาวิทยาลัยสยาม, 2562 บธ.ม. (การจัดการอุตสาหกรรม) มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2554 บธ.บ. (คอมพิวเตอร์ธุรกิจ) มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 2548	Thewtanom, T. (2022). The Effective of Digital Marketing to SMEs Bussiness in Thailand. <i>Asia Pacific Journal of Religions and Cultures</i> , 6(1), 79–93. TCI(2)
3	☒ อาจารย์	นายณพดล มณีรัตน์ 3-7306-XXXXX-XX-9	บธ.ม. (การตลาด) มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2554 ศศ.บ. (การจัดการทั่วไป) สถาบันราชภัฏนครปฐม, 2538	นิตยา งามยิ่งยง, เสาวนีย์ มะหะพรหม, ณพดล มณีรัตน์. (2566). การยกระดับมาตรฐานการจัดการธุรกิจจัดเลี้ยงโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ จังหวัดนครปฐม. <i>วารสารนวัตกรรมและการจัดการ</i> , 8(2), 32-45. TCI(2)

ลำดับ	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่อ-นามสกุล เลขประจำตัวบัตรประชาชน	คุณวุฒิและปีที่สำเร็จการศึกษา	ผลงานทางวิชาการ 5 ปีย้อนหลัง
4	☒ อาจารย์	นายพงษ์สันต์ ดันหยง 3-6201-XXXXX-XX-5	ปร.ด. (การจัดการ) มหาวิทยาลัยสยาม, 2560 บธ.ม. (การบริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2543 วท.บ. (เทคนิคการแพทย์) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2535	พงษ์สันต์ ดันหยง และพัชรกานต์ นิมิตรศติกุล. (2565). การพัฒนาความสำเร็จอย่างยั่งยืนในการประกอบธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครปฐม. วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 5(4), 1493-1512. TCI(1) พงษ์สันต์ ดันหยง และพัชรกานต์ นิมิตรศติกุล. (2565). องค์ประกอบคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย. วารสารศิลปการจัดการ, 6(4), 1713-1732. TCI(1)
5	☒ อาจารย์	นายธรรมรัตน์ ธารีรักษ์ 1-1599-XXXXX-XX-9	บธ.ม. (การตลาด) มหาวิทยาลัยสยาม, 2564 บธ.บ. (คอมพิวเตอร์ธุรกิจ) มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, 2558	พิชญะ อุทัยรัตน์, ชัยพร ธนถาวรกิจ, วรเศรษฐ์ สุพรรณพงศ์, ธรรมรัตน์ ธารีรักษ์ และ ศิรินันท์ ทิพย์เจริญ. (2566). การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ที่ส่งผลต่อการเข้าถึงเทคโนโลยีของผู้สูงอายุในประเทศไทย. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, 10(2), 56-68. TCI (2).

2.2 อาจารย์ผู้สอน

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่งทางวิชาการ	คุณวุฒิการศึกษา/ปีจบ	ภาระการสอนเฉลี่ย				
				ชั่วโมง/สัปดาห์/ปีการศึกษา				
				2567	2568	2569	2570	2571
1	นางสาวพิชามญช์ เลิศวัฒนพรชัย	อาจารย์	บธ.ม. (การตลาด) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2546 บธ.บ. (ธุรกิจระหว่างประเทศ) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2540	15	15	15	15	15
2	นายธีรเดช ทิวถนอม	อาจารย์	บธ.ด. (การตลาด) มหาวิทยาลัยสยาม, 2562 บธ.ม. (การจัดการอุตสาหกรรม) มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2554 บธ.บ. (คอมพิวเตอร์ธุรกิจ) มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 2548	15	15	15	15	15
3	นายนพดล มณีรัตน์	อาจารย์	บธ.ม. (การตลาด) มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2554 ศศ.บ. (การจัดการทั่วไป) สถาบันราชภัฏนครปฐม, 2538	15	15	15	15	15
4	นายพงษ์สันต์ ดันหยง	อาจารย์	ปร.ด. (การจัดการ) มหาวิทยาลัยสยาม, 2560 บธ.ม. (บริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2546 วท.บ. (เทคนิคการแพทย์) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2535	15	15	15	15	15
5	นายธรรมรัตน์ ธารีรักษ์	อาจารย์	บธ.ม. (การจัดการการตลาด) มหาวิทยาลัยสยาม, 2564 บธ.บ. (คอมพิวเตอร์ธุรกิจ) มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, 2558	15	15	15	15	15
6	นางสาวสุพินดา ฤทธิจันทร์	อาจารย์	กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2547 กศ.บ. (ธุรกิจศึกษา-การตลาด) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2540	15	15	15	15	15
7	นางสาวจันจิราภรณ์ ปานยีนดี	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์	ปร.ด. (การจัดการ) มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2559	15	15	15	15	15

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่งทางวิชาการ	คุณวุฒิการศึกษา/ปีที่ยับ	ภาระการสอนเฉลี่ย				
				ชั่วโมง/สัปดาห์/ปีการศึกษา				
				2567	2568	2569	2570	2571
			วท.ม. (การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์การ) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2550 บธ.(การจัดการ) .บ. (เกียรตินิยมอันดับ 1) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2548					
8	นางสาวจุฑามาส ศรีชมภู	อาจารย์	บธ.ด. (การพัฒนารัฐกิจอุตสาหกรรมและทรัพยากรมนุษย์) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, 2562 บธ.ม. การบริหารทรัพยากรมนุษย์และองค์การ(มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2553 ส.บ. (อาชีวอนามัยและความปลอดภัย) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2549 วท.บ. (สุขศึกษาและพลศึกษา) มหาวิทยาลัยบูรพา, 2546	15	15	15	15	15
9	นางแพรวพรรณ ตรีชั้น	อาจารย์	บธ.ม. (การบริหารงานบุคคล) มหาวิทยาลัยสยาม, 2546 ศศ(อุตสาหกรรมท่องเที่ยว) .บ. วิทยาลัยครูสวนดุสิต, 2533	15	15	15	15	15
10	นายวิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ปร.ด. (การจัดการ) มหาวิทยาลัยสยาม, 2553 บธ.ม. (การจัดการ) มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2542 บธ.บ. (การจัดการทั่วไป) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2538	15	15	15	15	15
11	นางนุสรา เจนลาภวัฒนกุล	1. อาจารย์	วท.ม. (เศรษฐศาสตร์เกษตร) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2541 วท.บ. (เศรษฐศาสตร์เกษตร) มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2530	15	15	15	15	15
12	นางสาวผ่องใส ลินธุสกุล	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	บธ.ม. (การบัญชี) มหาวิทยาลัยสยาม, 2546	15	15	15	15	15

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่งทางวิชาการ	คุณวุฒิการศึกษา/ปีที่ยับ	ภาระการสอนเฉลี่ย				
				ชั่วโมง/สัปดาห์/ปีการศึกษา				
				2567	2568	2569	2570	2571
			บธ.บ. (การบริหารธุรกิจ) สถาบันราชภัฏนครปฐม, 2538					
13	นางสาวเสาวนีย์ มะหะพรหม	อาจารย์	บธ.ม. (การจัดการ) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2555 ศศ.บ. (นิเทศศาสตร์) มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 2550	15	15	15	15	15
14	นางสมใจ เกาต์วง	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์	บธ.ม. (การบัญชี) วิทยาลัยทองสุข, 2548 บช.บ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม, 2531	15	15	15	15	15
15	นางสาวปาริชาติ ขำเรือง	อาจารย์	ปร.ด. (การจัดการ) มหาวิทยาลัยสยาม, 2554 บธ.ม. (การบัญชี) มหาวิทยาลัยสยาม, 2540 ศศ.บ.(การจัดการ (เน้นการบัญชี)) วิทยาลัยครุนครปฐม, 2536 ศศ.บ.(การจัดการทั่วไป) วิทยาลัยครุนครปฐม, 2533	15	15	15	15	15
16	นางสาววัลลภา วิษยะวงค์	อาจารย์	บธ.ม. (การจัดการการตลาด) มหาวิทยาลัยสยาม, 2550 บธ.บ. (การตลาด) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร, 2544	15	15	15	15	15
17	นายเดช ธรรมศิริ	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์	ปร.ด. (เทคโนโลยีสารสนเทศ) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า พระนครเหนือ, 2556 วท.ม. (เทคโนโลยีสารสนเทศ) มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2547 วท.บ. (วิทยาการคอมพิวเตอร์) สถาบันราชภัฏจันทรเกษม, 2541	15	15	15	15	15
18	นายพงศ์สุภา เฉลิมกลิ่น	อาจารย์	ปร.ด. (การจัดการภาครัฐและเอกชน) มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2559 บธ.ม. (บริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2550 ปว.ค. ประกาศนียบัตรวิชาชีพครู มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชา, 2545	15	15	15	15	15

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่งทางวิชาการ	คุณวุฒิการศึกษา/ปีที่ยับ	ภาระการสอนเฉลี่ย				
				ชั่วโมง/สัปดาห์/ปีการศึกษา				
				2567	2568	2569	2570	2571
			ศศ.บ. (การจัดการทั่วไป) สถาบันราชภัฏนครปฐม, 2541					
19	นางสาวปิยะดา คัมภีรานนท์	อาจารย์	บธ.ม. (การเงิน) มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ, 2557 บช.บ. (การบัญชี) มหาวิทยาลัยมหิดล, 2550	15	15	15	15	15
20	นางสาวดวงใจ คงคาหลวง	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์	บธ.ด. มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2558 บธ.ม. (การบริหารงานบุคคลและการ บริหารธุรกิจระหว่างประเทศ) มหาวิทยาลัยสยาม, 2547 ศศ.บ. (การจัดการทั่วไป) สถาบันราชภัฏนครปฐม, 2544	15	15	15	15	15
21	นางสาวพัชรกัณฑ์ นิมิตรศติกุล	อาจารย์	บธ.ม. มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2559 บธ.บ. (การจัดการทั่วไป) มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, 2551	15	15	15	15	15
22	นางสาวขวัญฤพา ศรีสว่าง	อาจารย์	คอ.ม. (คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี สารสนเทศ) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า ธนบุรี, 2552 ศศ.บ.(การจัดการทั่วไป แขนงการตลาด) สถาบันราชภัฏนครปฐม, 2542	15	15	15	15	15
23	นางสาวอัญศณี เพียรเจริญวงศ์	อาจารย์	วท.ม. (เทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546 นท.บ. (การประชาสัมพันธ์/การโฆษณา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540	15	15	15	15	15
24	นายกิตติพงษ์ ภูพัฒน์วิบูลย์	อาจารย์	บธ.ม. (ระบบสารสนเทศ) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ธัญบุรี, 2551 ศษ.บ. (คอมพิวเตอร์ศึกษา) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ธัญบุรี, 2549	15	15	15	15	15
25	นางพิมพ์ประวีร์ รอดอุณา	อาจารย์	ปร.ด. (เทคโนโลยีสารสนเทศ) มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2559	15	15	15	15	15

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่งทางวิชาการ	คุณวุฒิการศึกษา/ปีที่ยัง	ภาระการสอนเฉลี่ย				
				ชั่วโมง/สัปดาห์/ปีการศึกษา				
				2567	2568	2569	2570	2571
			วท.ม. (เทคโนโลยีสารสนเทศ) มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2542 วท.บ. (วิทยาการคอมพิวเตอร์) มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี, 2540 ค.บ. (จิตวิทยาและการแนะแนว) วิชาโทสุขศึกษา สถาบันราชภัฏเพชรบุรี, 2539					
26	นางสาวมาลินี นาคใหญ่	อาจารย์	วท.ม. (วิทยาการคอมพิวเตอร์) มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2549 วท.บ. (เทคโนโลยีสารสนเทศ) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, 2540	15	15	15	15	15
27	นางกสมล ชนะสุข	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	คอ.ม. (คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี พระจอมเกล้าธนบุรี, 2550 บธ.บ. (การตลาด) มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง, 2545	15	15	15	15	15
28	นางสาวพันธิการ์ วัฒนกุล	อาจารย์	ปร.ด. (เทคโนโลยีสารสนเทศ) มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2561 วท.ม. (การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 2550 คอ.บ.(วิศวกรรมคอมพิวเตอร์) สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล, 2543	15	15	15	15	15
29	นางสาวณณามินทร์ เศรษฐธีรารักษ์	อาจารย์	MBA. (International Business) University of Wales, UK, 2011 ศป.บ. (นิเทศศิลป์) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2551	15	15	15	15	15
30	นายศานติ ดิฐสถาพรเจริญ	อาจารย์	ปร.ด. (การจัดการโลจิสติกส์) มหาวิทยาลัยบูรพา, 2560 บธ.ม. (การจัดการโลจิสติกส์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2551	15	15	15	15	15

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่งทางวิชาการ	คุณวุฒิการศึกษา/ปีที่ยับ	ภาระการสอนเฉลี่ย				
				ชั่วโมง/สัปดาห์/ปีการศึกษา				
				2567	2568	2569	2570	2571
			วศ.บ. (วิศวกรรมอุตสาหการ) มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2549					
31	นางสาวณัฐวรรณ สมรรถจันทร์	อาจารย์	ปร.ด. (โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน) มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2563 บธ.ม. (การจัดการโลจิสติกส์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2553 บธ.บ. (การบัญชี) มหาวิทยาลัยทักษิณ, 2549	15	15	15	15	15
32	นางสาวสุปรัชญา บุญมาก	อาจารย์	วท.ม. (การจัดการด้านโลจิสติกส์) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2559 วท.บ. (คณิตศาสตร์ประยุกต์) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2555	15	15	15	15	15
33	นายธนาริพ พัวพรพงษ์	อาจารย์	บช.บ. (บัญชี) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2548 บธ.ม. (การเงิน) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2551	15	15	15	15	15
34	นางสุชาร์ตน์ บุญอยู่	อาจารย์	บธ.ม. (การเงิน) มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์, 2563 บธ.ม. (การจัดการ) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2554 บช.บ. (การบัญชี) มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2550	15	15	15	15	15
35	นางสาวกิงกาญจน์ จารุกรุณา	อาจารย์	บช.ม. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2558 บช.บ. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, 2552	15	15	15	15	15

2.3 อาจารย์พิเศษ

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่งทางวิชาการ	คุณวุฒิการศึกษา/ปีจบ	ความเชี่ยวชาญ
1	นายสุวัฒน์ ฉิมะสังคนันท์	รอง ศาสตราจารย์	DMS. (Management Science) Technological University of the Philippines, 2003 บธ.ม. (การตลาด) มหาวิทยาลัยสยาม, 2533 ศศ.บ. (รัฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2528	การวิจัยธุรกิจ และการวิจัยทาง การตลาด
2	นางสาวภาวนา บำรุงสุข	อาจารย์	บธ.ม. (การตลาด) มหาวิทยาลัยสยาม, 2533 ร.บ. (รัฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2526	การจัดกิจกรรมทางการตลาด และ การสื่อสารทางการตลาด
3	นายชัยยันต์ ชูตระกูล	อาจารย์	บธ.ม.(โฆษณา) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ศศ.บ. (การจัดการทั่วไป) สถาบันราชภัฏนครปฐม	การบริหารธุรกิจ และการบริหาร ทางการตลาด การประกอบการ
4	นายรชต หวังจันทร์	อาจารย์	บธ.ด. (การตลาด) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บธ.ม. (การตลาด) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ บธ.บ (การตลาด) มหาวิทยาลัยรามคำแหง น.บ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	การประกอบการ ภาษาอังกฤษที่ใช้ ในชีวิตประจำวัน และภาษาอังกฤษ ทางการตลาด
5	นางสาวชัตชนก แยมจินดา	อาจารย์	บธ.ม. (บริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยธนบุรี บธ.บ (การตลาด) มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม	การประกอบการ การวางแผนทาง การตลาด

3. ความพร้อมด้านการบริหารจัดการหลักสูตร

3.1 ความพร้อมในการเผยแพร่หลักสูตรที่มีคุณภาพและมาตรฐาน

หลักสูตรมีความพร้อมในการเผยแพร่หลักสูตร

3.2 การเตรียมการสำหรับอาจารย์ใหม่

มีการจัดปฐมนิเทศสำหรับอาจารย์ที่เข้าใหม่และอาจารย์พิเศษ เกี่ยวกับนโยบายและเป้าหมายของมหาวิทยาลัย คณะ และหลักสูตรที่สอน บทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบ รวมถึงแนวทางการพัฒนา เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับอาจารย์ประจำที่รับเข้าใหม่ต้องมีคะแนนทดสอบความสามารถภาษาอังกฤษได้ตามเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมกำหนด

3.3 การพัฒนาความรู้และทักษะให้แก่คณาจารย์

3.3.1 การพัฒนาทักษะการจัดการเรียนการสอน การวัดและการประเมินผล

1) ส่งเสริมอาจารย์ให้มีการเพิ่มพูนความรู้ สร้างเสริมประสบการณ์เพื่อส่งเสริมการสอนและการวิจัยอย่างต่อเนื่องโดยผ่านการทำวิจัยสายตรงในสาขาวิชา การสนับสนุนด้านการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น ฝึกอบรม ศึกษาดูงานทางวิชาการและวิชาชีพในองค์กรต่าง ๆ การประชุมทางวิชาการทั้งในประเทศและ/หรือต่างประเทศ หรือการทำผลงานทางวิชาการเพื่อสนับสนุนการเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ

2) การเพิ่มพูนทักษะการจัดการเรียนการสอนและการประเมินผลให้ทันสมัย

3.3.2 การพัฒนาวิชาการและวิชาชีพด้านอื่น ๆ

1) การมีส่วนร่วมในกิจกรรมบริการวิชาการแก่ชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความรู้และคุณธรรม

2) มีการกระตุ้นอาจารย์ทำผลงานทางวิชาการ การเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการในระดับที่สูงขึ้น

3) ส่งเสริมการทำวิจัยสร้างองค์ความรู้ใหม่และเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนและมีความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาชีพ

4) จัดสรรงบประมาณสำหรับการทำวิจัย

5) จัดให้อาจารย์ทุกคนเข้าร่วมกลุ่มวิจัยต่าง ๆ ของคณะ

6) จัดให้อาจารย์เข้าร่วมกิจกรรมบริการวิชาการต่าง ๆ ของคณะ

3.4 ความสัมพันธ์กับหลักสูตรอื่นที่เปิดสอนในคณะ/สาขาวิชาอื่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม (เช่น รายวิชาที่เปิดสอนเพื่อให้บริการคณะ/สาขาวิชาอื่น หรือต้องเรียนจากคณะ/สาขาวิชาอื่น)

3.4.1 กลุ่มวิชา/รายวิชาในหลักสูตรที่เปิดสอนโดยคณะ/หลักสูตรอื่น

1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต

ดำเนินการจัดการเรียนการสอนโดยคณะครุศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ คณะพยาบาลศาสตร์ และสถาบันภาษา

2) วิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

นักศึกษาสามารถเลือกเรียนรายวิชาที่ตนเองถนัดหรือสนใจ ได้ทุกรายวิชาที่เปิดสอนในระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

3.4.2 รายวิชาที่เปิดสอนให้คณะ/หลักสูตรอื่น ๆ/สาขาวิชา

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการเงินและการลงทุน ดำเนินจัดการเรียนรายวิชาให้หลักสูตรอื่น ๆ ดังนี้

ลำดับ	รหัสวิชา/ชื่อวิชา/จำนวนหน่วยกิต	จัดการเรียนการสอนให้หลักสูตร/สาขาวิชา
1	3541101 หลักการตลาด 3(3-0-6)	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต - สาขาการเงินและการลงทุน - สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ - สาขาวิชาการจัดการทั่วไป - สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ - สาขาวิชาธุรกิจดิจิทัล - สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน หลักสูตรบัญชีบัณฑิต - สาขาวิชาการบัญชี หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต - สาขาวิชาการจัดการอาหาร หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต - ภาษาอังกฤษธุรกิจ
2	3652107 พฤติกรรมการบริโภคสมัยใหม่ 3(3-0-6)	หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต - การจัดการอาหาร

3.5 การบริหารจัดการ

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ดำเนินการจัดผู้สอนแต่ละรายวิชาโดยการวางแผนร่วมกันของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตร อาจารย์ผู้สอน และนักศึกษาในการกำหนดเนื้อหาและกลยุทธ์การสอน ตลอดจนการวัดและประเมินผล เพื่อให้นักศึกษาได้บรรลุผลการเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

หมวดที่ 6 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา จำนวนรับนักศึกษา และงบประมาณ

1. คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา ปัญหาแรกเข้า และกลยุทธ์การแก้ไข

1.1 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

1.1.1 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า หรือประกาศนียบัตรวิชาชีพ จากสถาบันการศึกษาที่กระทรวงศึกษาธิการรับรอง

1.1.2 คุณสมบัติอื่น ๆ เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

1.2 ปัญหาของนักศึกษาแรกเข้า

1.2.1 นักศึกษาที่มีข้อจำกัดทางทักษะด้านการบริหารธุรกิจ ทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ทักษะการสื่อสารด้านภาษา

1.2.2 การปรับตัวในการเรียนของนักศึกษาจากมัธยมศึกษาสู่มหาวิทยาลัย

1.3 กลยุทธ์ในการแก้ไขปัญหาของนักศึกษาแรกเข้า

1.3.1 ทดสอบความสามารถด้านสารสนเทศและภาษาอังกฤษ

1.3.2 ปรับพื้นฐานทางด้านการประกอบธุรกิจและการตลาดการศึกษาก่อนมีการเข้าเรียน

1.3.3 มีการปฐมนิเทศก่อนเปิดเทอม

2. แผนการรับนักศึกษาและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี

จำนวนนักศึกษาแต่ละปีการศึกษา (คน)					
ชั้นปี	2567	2568	2569	2570	2571
ชั้นปีที่ 1	80	80	80	80	80
ชั้นปีที่ 2	-	80	80	80	80
ชั้นปีที่ 3	-	-	80	80	80
ชั้นปีที่ 4	-	-	-	80	80
รวม	80	160	240	320	320
คาดว่าจะสำเร็จการศึกษา	-	-	-	80	80

3. งบประมาณตามแผนการรับนักศึกษา

ประมาณการค่าใช้จ่ายต่อหัวในการผลิตบัณฑิตตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม เท่ากับ 19,200 บาท/คน/ปี ดังนั้น สาขาวิชาการตลาด ขอเสนอ ตั้งงบประมาณรายรับตามจำนวนนักศึกษาแรกเข้าปีละ 80 คน ดังนี้

3.1 งบประมาณรายรับ (หน่วย บาท)

หมวดเงิน	ปีงบประมาณ				
	2567	2568	2569	2570	2571
1. ค่าบำรุงการศึกษา	1,536,000	3,072,000	4,608,000	6,144,000	6,144,000
2. เงินอุดหนุนจากรัฐบาล	64,000	128,000	192,000	256,000	256,000
รวมรายรับ	1,600,000	3,200,000	4,800,000	6,400,000	6,400,000

3.2 งบประมาณรายจ่าย (หน่วย: บาท)

หมวดเงิน	ปีงบประมาณ				
	2567	2568	2569	2570	2571
งบดำเนินการ					
งบบุคลากร	-	14,400	43,200	72,000	72,000
งบดำเนินงาน	30,000	60,000	120,000	140,000	140,000
รายจ่ายระดับมหาวิทยาลัย	1,250,000	2,500,000	3,720,000	4,980,000	4,980,000
รวม	1,280,000	2,574,400	3,883,200	5,192,000	5,192,000
งบลงทุน					
ค่าครุภัณฑ์	30,000	-	40,000	-	-
รวม	30,000	-	40,000	-	-
รวม (งบดำเนินการ)+(งบลงทุน)	1,310,000	2,574,400	3,923,200	5,192,000	5,192,000
จำนวนนักศึกษา	80	160	240	320	320
ค่าใช้จ่ายต่อหัวนักศึกษา	16,375	16,090	16,347	16,225	16,225

หมวดที่ 7 การประเมินผลการเรียนและเกณฑ์การสำเร็จการศึกษา

1. การประเมินผลการเรียน

1.1 กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน (เกรด)

การวัดผลและประเมินผลการศึกษาเป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ว่าด้วย
การจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2566

1.2 กระบวนการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา

1.2.1 การทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ของนักศึกษายังไม่สำเร็จการศึกษา

ให้กำหนดระบบการทวนสอบผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนักศึกษาเป็นส่วนหนึ่งของระบบ
การประกันคุณภาพภายในของสถาบันอุดมศึกษาที่จะต้องทำความเข้าใจตรงกันทั้งสถาบัน และนำไป
ดำเนินการจนบรรลุผลสัมฤทธิ์ ซึ่งผู้ประเมินภายนอกจะต้องสามารถตรวจสอบได้

1) การทวนสอบในระดับรายวิชาควรให้นักศึกษาประเมินการเรียนการสอนในระดับ
รายวิชา มีคณะกรรมการประเมินข้อสอบและพิจารณาความเหมาะสมของข้อสอบให้เป็นไปตามแนวการ
จัดการเรียนรู้ มีการประเมินข้อสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

2) การทวนสอบในระดับหลักสูตรสามารถทำได้โดยมีระบบประกันคุณภาพภายใน
สถาบันการศึกษาดำเนินการทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้และรายงานผล

1.2.2 การทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้หลังจากนักศึกษาสำเร็จการศึกษา

การกำหนดวิธีการทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ของนักศึกษา ควรเน้นการสำรวจ
สัมฤทธิ์ผลของการประกอบอาชีพของบัณฑิต ที่ทำอย่างต่อเนื่องและนำผลที่ได้ย้อนกลับมาปรับปรุง
กระบวนการการเรียนการสอน และหลักสูตร รวมทั้งการประเมินคุณภาพของหลักสูตร โดยอาจจะ
ดำเนินการ ดังนี้

1) ภาวะการได้งานทำของบัณฑิต ประเมินจากบัณฑิตแต่ละรุ่นที่จบการศึกษาในด้าน
ระยะเวลาในการหางานทำ ความเห็นต่อความรู้ ความสามารถ ความมั่นใจของบัณฑิตในการประกอบอาชีพ

2) การตรวจสอบจากสถานประกอบการ โดยการขอเข้าสัมภาษณ์ หรือการส่ง
แบบสอบถาม เพื่อประเมินความพึงพอใจในบัณฑิตที่จบการศึกษาและเข้าทำงานในสถานประกอบการใน
ระยะเวลาต่าง ๆ

3) การประเมินจากสถานประกอบการอื่นโดยการส่งแบบสอบถาม หรือสอบถามเมื่อมี
โอกาสในระดับความพึงพอใจในด้านความรู้ ความพร้อม และสมบัติด้านอื่น ๆ ของบัณฑิตที่จบการศึกษา
และเข้าศึกษาเพื่อปริญญาที่สูงขึ้น

4) การประเมินจากบัณฑิตที่ไปประกอบอาชีพ ในประเด็นของความพร้อมและความรู้
จากสาขาวิชาที่เรียน รวมทั้งเปิดโอกาสให้บัณฑิตเสนอข้อคิดเห็นในการปรับหลักสูตรให้ดียิ่งขึ้นด้วย

5) ความเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกที่มาประเมินหลักสูตร หรือเป็นอาจารย์พิเศษต่อความพร้อมของนักศึกษาในการเรียน และสมบัติอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการเรียนรู้ และการพัฒนาองค์ความรู้ของนักศึกษา

6) ผลงานของนักศึกษาที่วัดเป็นรูปธรรมได้ เช่น

- จำนวนรางวัลทางสังคมและวิชาชีพ
- จำนวนกิจกรรมการกุศลเพื่อสังคมและประเทศชาติ
- จำนวนกิจกรรมอาสาสมัครในองค์กรที่ทำประโยชน์ต่อสังคม

2. เกณฑ์การสำเร็จการศึกษา

เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ว่าด้วยการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2566 ผู้สำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร ต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนทุกหัวข้อดังต่อไปนี้

1. มีความประพฤติดี
2. ผ่านกิจกรรมที่มหาวิทยาลัยกำหนด

3. มีระยะเวลาการศึกษาเป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ว่าด้วยการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2566 ดังนี้

3.1 การเรียนการสอนภาคปกติ ระยะเวลาที่ใช้ศึกษาตลอดหลักสูตรของหลักสูตรระดับปริญญาตรี 4 ปี มีระยะเวลาที่ใช้ศึกษาตลอดหลักสูตรไม่เกิน 8 ภาคการศึกษาปกติติดต่อกัน

3.2 การเรียนการสอนภาคพิเศษ ระยะเวลาที่ใช้ศึกษาตลอดหลักสูตร ของหลักสูตรระดับปริญญาตรี 4 ปี มีระยะเวลาที่ใช้ศึกษาตลอดหลักสูตรไม่เกิน 12 ภาคการศึกษาปกติติดต่อกัน

4. สอบได้ตามรายวิชาต่าง ๆ ครบตามโครงสร้างของหลักสูตรและเกณฑ์การประเมินผลบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรี

5. ได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยตลอดหลักสูตรไม่ต่ำกว่า 2.00 และคะแนนเฉลี่ยสะสมกลุ่มวิชาเอกไม่ต่ำกว่า 2.00

6. สอบผ่านประมวลผลความรู้และทักษะที่มหาวิทยาลัยกำหนด

หมวดที่ 8 การประกันคุณภาพหลักสูตร

การประกันคุณภาพของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567) เป็นไปตามประกาศคณะกรรมการการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขในการแต่งตั้งหรือมอบหมายผู้ตรวจสอบและการตรวจสอบการดำเนินการจัดการศึกษาของสถาบันอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 และเกณฑ์การตรวจประกันคุณภาพการศึกษา AUN-QA เวอร์ชัน 4 หรือเกณฑ์อื่น ๆ ที่มหาวิทยาลัยเห็นชอบ ประกอบด้วย 8 เกณฑ์คุณภาพ ดังนี้

เกณฑ์คุณภาพที่ 1 ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง (Expected Learning Outcomes)

เกณฑ์คุณภาพที่ 2 โครงสร้างหลักสูตรและเนื้อหา (Program Structure and Content)

เกณฑ์คุณภาพที่ 3 แนวทางการจัดการเรียนการสอน (Teaching and Learning Approach)

เกณฑ์คุณภาพที่ 4 การประเมินผู้เรียน (Student Assessment)

เกณฑ์คุณภาพที่ 5 คุณภาพของบุคลากรสายวิชาการ (Academic Staff)

เกณฑ์คุณภาพที่ 6 การบริการและการช่วยเหลือผู้เรียน (Student Support Services)

เกณฑ์คุณภาพที่ 7 สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้และโครงสร้างพื้นฐาน (Facilities and Infrastructure)

เกณฑ์คุณภาพที่ 8 ผลผลิตและผลลัพธ์ (Output and Outcomes)

หมวดที่ 9 ระบบและกลไกการพัฒนาหลักสูตร

1. ระบบและกลไกการพัฒนาหลักสูตร

1.1 จัดให้มีระบบของคณะกรรมการบริหารหลักสูตรเพื่อทำการตรวจสอบ ควบคุม กำกับการพัฒนาหลักสูตรทุก ๆ 5 ปี ให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรที่ประกาศใช้ฉบับปัจจุบัน

1.2 การบริหารหลักสูตรของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรมีภาระหน้าที่ในการบริหารและพัฒนาหลักสูตรและการเรียนการสอน ตั้งแต่การวางแผน การควบคุมคุณภาพ การติดตามประเมินผล และการพัฒนาหลักสูตร

1.3 กลไกการพัฒนาหลักสูตร/การปรับปรุงหลักสูตรมีขั้นตอน ดังนี้

1.3.1 กรณีการจัดทำหลักสูตรใหม่ ต้องมีการสำรวจความเป็นไปได้ในการเปิดหลักสูตร และสำรวจความต้องการของตลาด พร้อมทั้งจัดทำรายงานผลสำหรับเสนอมหาวิทยาลัยพิจารณาในการดำเนินการจัดทำหลักสูตร และหากได้รับการอนุมัติต้องมีการสำรวจความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อนำข้อมูลจัดทำหลักสูตรที่ตอบสนองความต้องการของตลาด

1.3.2 กรณีการปรับปรุงหลักสูตร เริ่มจากการสำรวจความต้องการของผู้ใช้บัณฑิตที่สำคัญ และรวบรวมต้องการ พร้อมทั้งทำการวิเคราะห์ความต้องการและนำมาออกแบบผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLO) ให้เป็นไปตามความต้องการของตลาด เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร

1.3.3 เสนอโครงการในการพัฒนาหลักสูตร/การปรับปรุงหลักสูตร/เพื่อของบประมาณต่อมหาวิทยาลัย

1.3.4 ทำคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตร/กรรมการการปรับปรุงหลักสูตรเสนอมหาวิทยาลัยฯ โดยคณะกรรมการต้องมียกประกอบที่ครบถ้วน คือ มีคณะกรรมการอย่างน้อย 5 คน ประกอบด้วยอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรอย่างน้อย 2 คน ผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชาซึ่งเป็นบุคคลภายนอกอย่างน้อย 2 คน ผู้แทนองค์กรวิชาชีพอย่างน้อย 1 คน (ถ้ามี)

1.3.5 ดำเนินการยกร่างหลักสูตรตามแนวทาง Outcome-based education (OBE) พร้อมทั้งทำการวิพากษ์หลักสูตรให้มีโครงสร้างและเนื้อหาเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร

1.3.6 นำเสนอ (ร่าง) หลักสูตรต่อคณะกรรมการประจำคณะพิจารณา

1.3.7 นำเสนอ (ร่าง) หลักสูตรต่อคณะกรรมการระดับมหาวิทยาลัย ดังนี้

1) คณะอนุกรรมการกลั่นกรองคำอธิบายรายวิชา พิจารณาคำอธิบายรายวิชาภาษาไทย และภาษาอังกฤษในหลักสูตรถูกต้อง เหมาะสมและเป็นไปด้วยความเรียบร้อย

2) คณะอนุกรรมการกำกับมาตรฐานหลักสูตร พิจารณา ตรวจสอบและกำกับมาตรฐานหลักสูตร เสนอแนะแนวทางในการจัดการเรียนการสอนให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร และข้อกำหนดของสภาวิชาชีพ

3) คณะอนุกรรมการกลั่นกรองหลักสูตรของสภาวิชาการ พิจารณา กลั่นกรองและตรวจสอบ (ร่าง) หลักสูตรให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรและข้อกำหนดของสภาวิชาชีพ ให้ถูกต้อง และเรียบร้อยก่อนนำเสนอต่อสภาวิชาการ

4) สภาวิชาการ พิจารณาพร้อมให้ข้อเสนอแนะ (ร่าง) หลักสูตรต่อสาขาวิชา

5) คณะอนุกรรมการกลั่นกรองงานวิชา พิจารณา กลั่นกรอง ตรวจสอบ (ร่าง) หลักสูตรให้ ถูกต้องและเรียบร้อยก่อนนำเสนอต่อสภามหาวิทยาลัย

1.3.8 นำเสนอ (ร่าง) หลักสูตรต่อสภามหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม พิจารณาและให้ความเห็นชอบ หลักสูตร

1.3.9 ดำเนินการจัดทำหลักสูตรฉบับสมบูรณ์ และส่งข้อมูลหลักสูตรให้สำนักงานปลัดกระทรวง การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมผ่านระบบพิจารณาความสอดคล้องของหลักสูตร ระดับอุดมศึกษา (CHE Curriculum Online: CHECO) ภายใน 30 วันหลังจากที่สภามหาวิทยาลัยเห็นชอบ หลักสูตร

2. การบริหารอาจารย์

2.1 หลักสูตรจัดทำแผนอัตรากำลังของหลักสูตร บริหารงานตามแผนให้มีอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ผู้สอนเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร

2.2 ภาระงานของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรพิจารณาความเหมาะสมจากคุณสมบัติ ความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์และความถนัด

2.3 หลักสูตรส่งเสริมให้อาจารย์มีสมรรถนะตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

3. การจัดกระบวนการเรียนรู้

3.1 หลักสูตรจัดกิจกรรมเสริมความความรู้และเตรียมความพร้อมนักศึกษาตลอดหลักสูตร เพื่อให้ นักศึกษามีความพร้อมในประกอบอาชีพ

3.2 ทุกรายวิชาในหลักสูตรจัดการเรียนรู้แบบ active learning

3.3 หลักสูตรกำหนดทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตที่จำเป็นของหลักสูตร และมีการประเมินผลทักษะ ที่กำหนด

3.4 หลักสูตรมีกิจกรรมการเรียนรู้ที่ปลูกฝังให้นักศึกษาเกิด ความคิดใหม่ ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และการเป็นผู้ประกอบการ

3.5 ทุกรายวิชาในหลักสูตรมีการทบทวนการจัดการเรียนการสอนอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับ ความต้องการของสถานประกอบการ และ PLOs โดยมีคนนอกหลักสูตรร่วมพิจารณา

4. การวัดและประเมินผลการเรียนรู้

4.1 ทุกราายวิชาในหลักสูตรมีการประเมินผู้เรียนตาม CLOs วิธีการ และเครื่องมือที่ใช้ในการประเมินผล มีความหลากหลาย สอดคล้องกับ CLOs

4.2 ทุกราายวิชาในหลักสูตรกำหนดเกณฑ์การประเมินผลชัดเจนและแจ้งนักศึกษารับทราบ

4.3 ทุกราายวิชาในหลักสูตรมีวิธีการประเมินผลที่มีคุณภาพ ที่แสดงถึงการวัดในสิ่งที่ต้องการ วัดได้ถูกต้อง มีความตรง ความเที่ยง และยุติธรรม (validity, reliability, and fairness)

4.4 ทุกราายวิชาในหลักสูตรมีการวัดการบรรลุ CLOs

4.5 ทุกราายวิชาในหลักสูตรมีการทบทวนกระบวนการประเมินผู้เรียนอย่างต่อเนื่อง

4.6 หลักสูตรมีระบบในการจัดการข้อสงสัยของนักศึกษาเกี่ยวกับการประเมินผล

4.7 หลักสูตรมีการประเมินผลผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียนระดับชั้นปี (YLOs) และระดับหลักสูตร (PLOs)

5. แผนพัฒนาปรับปรุง

แผนการพัฒนา/เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
1. ตรวจสอบและปรับปรุงหลักสูตร บริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาดให้ สอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร ระดับปริญญาตรี	1. ปรับปรุงหลักสูตรทุก 5 ปีให้สอดคล้อง กับเกณฑ์มาตรฐานคุณวุฒิ ระดับอุดมศึกษา 2. ติดตามประเมินหลักสูตรอย่างสม่ำเสมอ	1. คณะกรรมการดำเนินโครงการปรับปรุง หลักสูตร สาขาวิชาการตลาด 2. เอกสารปรับปรุงหลักสูตร 3. รายงานผลการประเมินหลักสูตร
2. ตรวจสอบและปรับปรุงหลักสูตรให้มีความทันสมัย	สำรวจการเปลี่ยนแปลงทางด้าน การตลาดทุกปีการศึกษา	1. แบบสำรวจผู้สอน 2. เอกสารการปรับปรุงหลักสูตร
3. พัฒนาบุคลากรด้านการเรียน การสอนและบริการวิชาการให้มี ประสิทธิภาพและความเชี่ยวชาญ	1. สนับสนุนให้ผู้สอนได้รับการพัฒนา ความรู้และทักษะวิชาชีพ ไม่ว่าใน ประเทศหรือต่างประเทศอย่างน้อยปี การศึกษาละ 1 ครั้ง 2. ส่งเสริมให้อาจารย์ในหลักสูตรทำ ผลงานทางวิชาการและเผยแพร่ผลงาน แก่องค์กรภายนอกอย่างสม่ำเสมอ	1. แผนพัฒนาอาจารย์ 2. จำนวนบุคลากรที่ได้รับการพัฒนา ความรู้และทักษะวิชาชีพทั้งในประเทศ และต่างประเทศ 3. ปริมาณผลงานด้านวิชาการของ อาจารย์ในหลักสูตร
4. พัฒนาผู้เรียนให้ทักษะการปฏิบัติงาน จริงเพื่อเป็นบัณฑิตนักปฏิบัติทาง การตลาด	จัดทำโครงการหรือกิจกรรมที่ ส่งเสริม หรือเพิ่มทักษะการปฏิบัติงานด้าน การตลาดแก่นักศึกษาแต่ละชั้นปีอย่างน้อย 1 ครั้งต่อปีการศึกษา	โครงการปรับกระบวนการจัดการเรียนรู้ สนับสนุนการผลิตบัณฑิตนักปฏิบัติ
5. แผนพัฒนาการปรับปรุงที่สนับสนุน การเรียนการสอน	1. สสำรวจความต้องการของนักศึกษาและผู้สอนไม่น้อยกว่า 1 ครั้งต่อปี การศึกษา	1. แบบสำรวจความต้องการ 2. จำนวนอุปกรณ์/ กิจกรรม/ โครงการที่ ปรับปรุง บัณฑิตที่สนับสนุนการเรียน

แผนการพัฒนา/เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
	2. จัดหาและจัดสรรงบประมาณเพื่อปรับปรุงปัจจัยสนับสนุนการเรียนการสอนให้มีความทันสมัยและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น	การสอน

6. การประเมินหลักสูตรในภาพรวม

การประเมินหลักสูตรในภาพรวมนั้นจัดทำทุกปี ซึ่งจะมีการรวบรวมข้อมูลทั้งหมด เพื่อทำการปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตร ตลอดจนปรับปรุงกระบวนการจัดการเรียนการสอนทั้งในภาพรวมและในแต่ละรายวิชา

7. การประเมินผลการดำเนินงานตามหลักสูตร

7.1 จัดให้มีการประเมินคุณภาพหลักสูตรภายในเป็นประจำทุกปี โดยยึดหลักเกณฑ์ AUN-QA เวอร์ชัน 4 หรือเกณฑ์อื่น ๆ ที่มหาวิทยาลัยเห็นชอบ

7.2 กำหนดให้หลักสูตรมีการทบทวนหลักสูตรให้มีความทันสมัยเป็นระยะ ๆ หากหลักสูตรยังคงมีความทันสมัยเป็นไปตามความต้องการของผู้ใช้บัณฑิตกำหนดให้ปรับปรุงหลักสูตรทุก ๆ 5 ปีการศึกษา แต่หากหลักสูตรไม่เป็นไปตามที่ต้องการของผู้ใช้บัณฑิตควรทำการปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัยและเป็นไปตามแนวทางที่ผู้ใช้บัณฑิตต้องการได้ก่อนครบวงจรปรับปรุงหลักสูตร

8. การทบทวนการประเมินและวางแผนปรับปรุง

8.1 นำผลการประเมินคุณภาพการศึกษาที่ทำการประเมินภายในประจำปีมาวิเคราะห์และจัดทำแผนในการพัฒนาหลักสูตรโดยยึดแนวทางในการปรับปรุงหลักสูตรให้เป็นไปตามแนวทาง OBE และคำนึงถึงเกณฑ์การตรวจประกันคุณภาพ AUN-QA เวอร์ชัน 4 หรือเกณฑ์อื่น ๆ ที่มหาวิทยาลัยเห็นชอบ

8.2 นำผลการประเมินหลักสูตรในภาพรวมมาทบทวนและปรับปรุงหลักสูตรให้มีคุณภาพ และสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน

9. การตรวจสอบความสอดคล้องของหลักสูตรตามแนวทางการศึกษาที่มุ่งผลลัพธ์

ประเด็นการพิจารณา	คำอธิบาย
1. ผลลัพธ์การเรียนรู้	ผู้เรียนมีการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาการของผลลัพธ์การเรียนรู้แต่ละด้านระหว่างเรียน และมีการสะสม จนมีแนวโน้มที่มั่นใจได้ว่าจะบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ โดยรวมที่กำหนดในหลักสูตร
2. โครงสร้างหลักสูตร การศึกษาและรายวิชา	2.1 หลักสูตรมีการกำหนดผู้มีส่วนได้เสีย และวิธีการได้มาซึ่งความต้องการและความคาดหวังที่นำไปสู่การกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่สะท้อนความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย ที่ครอบคลุมตามมาตรฐานผลลัพธ์การเรียนรู้ และสะท้อนเป้าหมายการพัฒนาผู้เรียนทั้ง

ประเด็นการพิจารณา	คำอธิบาย
	ระยะสั้นและระยะยาว 2.2 การออกแบบโครงสร้างหลักสูตรและรายวิชา หรือโมดูลการเรียนรู้มีความสัมพันธ์กับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตรทำให้ผู้เรียนสามารถสร้างองค์ความรู้ ทักษะ คุณลักษณะทางวิชาการและวิชาชีพได้จริง
3. การจัดการกระบวนการเรียนรู้	3.1 การจัดการกระบวนการเรียนรู้กระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ รู้จักวิธีแสวงหาความรู้ ปฏิบัติให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต เกิดรอบคอบ คิดแบบเติบโต 3.2 การจัดการกระบวนการเรียนรู้ทำให้มั่นใจได้ว่าผู้เรียนสามารถนำสิ่งที่เรียนรู้ไปใช้กับการทำงานจริงได้ และตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย และสอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง
4. วิธีการวัดและประเมินผลผู้เรียน	4.1 การออกแบบการวัดและประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ และพัฒนาการของผู้เรียน มีวิธีการ เครื่องมือ และการกำหนดเกณฑ์การตัดสินผลที่น่าเชื่อถือ สะท้อนผลลัพธ์การเรียนรู้ที่แท้จริงของผู้เรียน 4.2 มีวิธีการในการทบทวน ตรวจสอบ กำกับ การให้ข้อมูลป้อนกลับ และการรายงานผลการเรียนรู้ที่นำมาสู่การปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการเรียนการสอน ทั้งของผู้สอนและผู้เรียน เพื่อให้มั่นใจว่า ผู้เรียนบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ตามที่หลักสูตรและรายวิชาคาดหวัง
5. ระบบและกลไกการพัฒนาหลักสูตร และการบริหารคุณภาพ	5.1 หลักสูตรมีการวางแผนคุณภาพ การควบคุมคุณภาพ และการบริหารความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในระหว่างดำเนินการของหลักสูตร รวมถึงมีการจัดการข้อร้องเรียน และการอุทธรณ์ได้อย่างเหมาะสม 5.2 หลักสูตรมีการนำข้อมูลการประเมินผลการจัดการศึกษามาใช้ในการทบทวน การปรับปรุง และพัฒนาคุณภาพ ของหลักสูตร เพื่อให้ผู้เรียนบรรลุมาตรฐานผลลัพธ์การเรียนรู้ที่กำหนด และทำให้ผู้ใช้บัณฑิตมั่นใจว่าจะได้บุคลากรที่มีความสามารถ ตรงตามความต้องการ และความคาดหวัง 5.3 มีวิธีการในการสื่อสารและเผยแพร่ข้อมูลหลักสูตรให้ผู้มีส่วนได้เสียได้รับทราบ

10. การจัดการข้อร้องเรียนและการอุทธรณ์ของนักศึกษา

หลักสูตรมีช่องทางให้นักศึกษาร้องเรียนและอุทธรณ์เกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนและการวัดประเมินผลของอาจารย์ ดังนี้

ประเด็นการร้องเรียนและอุทธรณ์	ช่องทางการร้องเรียนและอุทธรณ์
1. การจัดการเรียนการสอนตามผลลัพธ์การเรียนรู้	1.1 ช่องทางร้องเรียนผ่านอาจารย์ที่ปรึกษา หรืออาจารย์ในหลักสูตร หรือประธานหลักสูตรโดยผ่านช่องทางการเข้าพบอาจารย์ ยื่นหนังสือร้องเรียนต่อประธานหลักสูตร หรือช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ 1.2 ช่องทางร้องเรียนผ่านทางคณะ โดยยื่นหนังสือร้องเรียนผ่านสำนักงานคณะ หรือช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ 1.3 ช่องทางร้องเรียนผ่านทางสำนักส่งเสริมวิชาการ และมหาวิทยาลัย โดยยื่นหนังสือร้องเรียนผ่านสำนักงาน หรือช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ 1.4 ช่องทางร้องเรียนผ่านสายด่วนอธิการบดี โดยยื่นหนังสือร้องเรียนสำนักงานอธิการบดี หรือช่องทางอิเล็กทรอนิกส์
2. การวัดและประเมินผลตามผลลัพธ์การเรียนรู้	2.1 ช่องทางร้องเรียนผ่านอาจารย์ที่ปรึกษา หรืออาจารย์ในหลักสูตร หรือประธานหลักสูตรโดยผ่านช่องทางการเข้าพบอาจารย์ ยื่นหนังสือร้องเรียนประธานหลักสูตร หรือช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ 2.2 ช่องทางร้องเรียนผ่านทางคณะ โดยยื่นหนังสือร้องเรียนผ่านสำนักงานคณะ หรือช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ 2.3 ช่องทางร้องเรียนผ่านทางสำนักส่งเสริมวิชาการ และมหาวิทยาลัย โดยยื่นหนังสือร้องเรียนผ่านสำนักงาน หรือช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ 2.4 ช่องทางร้องเรียนผ่านสายด่วนอธิการบดี โดยยื่นหนังสือร้องเรียนสำนักงานอธิการบดี หรือช่องทางอิเล็กทรอนิกส์
3. การบริการและช่วยเหลือนักศึกษา 1) Student progress 2) Academic performance 3) Workload monitoring	3.1 ช่องทางร้องเรียนผ่านอาจารย์ที่ปรึกษา หรืออาจารย์ในหลักสูตร หรือประธานหลักสูตรโดยผ่านช่องทางการเข้าพบอาจารย์ ยื่นหนังสือร้องเรียนประธานหลักสูตร หรือช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ 3.2 ช่องทางร้องเรียนผ่านทางคณะ โดยยื่นหนังสือร้องเรียนผ่านสำนักงานคณะ หรือช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ 3.3 ช่องทางร้องเรียนผ่านทางสำนักส่งเสริมวิชาการ และมหาวิทยาลัย โดยยื่นหนังสือร้องเรียนผ่านสำนักงาน หรือช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ 3.4 ช่องทางร้องเรียนผ่านสายด่วนอธิการบดี โดยยื่นหนังสือร้องเรียนสำนักงานอธิการบดี หรือช่องทางอิเล็กทรอนิกส์

11. การสื่อสารและเผยแพร่ข้อมูลหลักสูตรให้ผู้มีส่วนได้เสียรับทราบ

หลักสูตรกำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย วิธีการในการเผยแพร่ข้อมูลหลักสูตร และแหล่งเผยแพร่ข้อมูลหลักสูตร ดังนี้

ผู้มีส่วนได้เสีย	วิธีการสื่อสารและเผยแพร่ข้อมูลหลักสูตร	แหล่งเผยแพร่ข้อมูลหลักสูตร
1. นักศึกษา	1.1 ปฐมนิเทศนักศึกษาในระดับคณะ และระดับหลักสูตร ก่อนเปิดเรียนชี้แจงข้อมูลหลักสูตร ปรัชญาการศึกษา ปรัชญาและวัตถุประสงค์ของหลักสูตร ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร รายชั้นปี และระดับรายวิชา โครงสร้างหลักสูตรและแผนการเรียนรู้ ทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ข้อกำหนดเฉพาะในการผ่านเกณฑ์ของหลักสูตร การจัดการเรียนการสอนและการวัดประเมินผลรายวิชา 1.2 แนะนำแหล่งเผยแพร่ข้อมูลหลักสูตร	1.1 ไลน์กลุ่มนักศึกษา 1.2 เว็บไซต์ของสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน https://academic.npru.ac.th/ 1.3 เว็บไซต์หลักสูตรทุกหลักสูตร
2. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	2.1 ประชุมอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรชี้แจงข้อมูลหลักสูตร ปรัชญาการศึกษา ปรัชญาและวัตถุประสงค์ของหลักสูตร ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร รายชั้นปี และระดับรายวิชา โครงสร้างหลักสูตรและแผนการเรียนรู้ ทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ข้อกำหนดเฉพาะในการผ่านเกณฑ์ของหลักสูตร การจัดการเรียนการสอนและการวัดประเมินผลรายวิชา ให้เข้าใจถูกต้อง ครบถ้วน และตรงกัน 2.2 แนะนำแหล่งเผยแพร่ข้อมูลหลักสูตร	2.1 ไลน์กลุ่มอาจารย์ 2.2 เว็บไซต์ของสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน https://academic.npru.ac.th/ 2.3 เว็บไซต์หลักสูตรทุกหลักสูตร
3. อาจารย์ประจำหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน	3.1 บันทึกข้อความชี้แจงข้อมูลหลักสูตร ปรัชญาการศึกษา ปรัชญาและวัตถุประสงค์ของหลักสูตร ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร รายชั้นปี และระดับรายวิชา โครงสร้างหลักสูตรและแผนการเรียนรู้ ทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ข้อกำหนดเฉพาะในการผ่านเกณฑ์ของหลักสูตร การจัดการเรียนการสอนและการวัดประเมินผลรายวิชาให้เข้าใจถูกต้อง ครบถ้วน และตรงกัน 3.2 แนะนำแหล่งเผยแพร่ข้อมูลหลักสูตร	3.1 บันทึกข้อความ 3.2 เว็บไซต์ของสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน https://academic.npru.ac.th/ 3.3 เว็บไซต์หลักสูตรทุกหลักสูตร
4. นักเรียนในโรงเรียน	4.1 การประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน แนะนำหลักสูตร อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร โครงสร้างหลักสูตรและแผนการเรียนรู้ 4.2 แนะนำแหล่งเผยแพร่ข้อมูลหลักสูตร	4.1 แผ่นพับประชาสัมพันธ์หลักสูตร 4.2 เว็บไซต์ของสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน https://academic.npru.ac.th/ 4.3 เว็บไซต์หลักสูตรทุกหลักสูตร