



รายงานการประเมินตนเอง
(SAR : Self Assessment Report)
ตามเกณฑ์ AUN-QA Version 4.0
ปีการศึกษา 2563
(1 กรกฎาคม 2563 – 30 มิถุนายน 2564)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด

คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย



ขอรับรองว่าข้อความในรายงานผลการดำเนินงานของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด ถูกต้องเป็นความจริงทุกประการ

1. ประธานหลักสูตร วันที่ 30 มิถุนายน 2564
(นางวัลลภา พัฒนา)
2. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร วันที่ 30 มิถุนายน 2564
(นางฉันทยาภรณ์ คำจตุติ)
3. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร วันที่ 30 มิถุนายน 2564
(นางอันธิกา ทิพย์จำนงค์)
4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร วันที่ 30 มิถุนายน 2564
(นางธัญญภัทร อัมพันธ์สุขโข)
5. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร วันที่ 30 มิถุนายน 2564
(นายสุริยา นิตย์มี)

.....
(นางวัลลภา พัฒนา)
หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด
วันที่ 30 มิถุนายน 2564

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชัยนันทปัญญาภูทโส)
คณบดีคณะบริหารธุรกิจ
วันที่ 30 มิถุนายน 2564



หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563)

คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย



คำนำ

รายงานผลการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยประจำปีการศึกษา 2563 เล่มนี้เป็นการประเมินคุณภาพ การศึกษาภายในระดับหลักสูตรซึ่งได้มีการดำเนินงานระหว่างวันที่ 1 กรกฎาคม 2564 – วันที่ 30 มิถุนายน 2564

หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาดเป็นศาสตร์ทางวิชาชีพภายใต้กระบวนการบริหารจัดการทางด้านการตลาด ปัจจุบันได้รับความสนใจแพร่หลายเป็นอย่างมาก ในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และความสำเร็จขององค์กร การเล็งเห็นถึงผลที่เกิดขึ้นเพื่อสร้างและถ่ายทอดองค์ความรู้ไปสู่ผู้ปฏิบัติ ก่อให้เกิดเป็นอาชีพ หลักสูตรจัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการจัดการเรียน การสอน ของสาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ และคณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ที่ได้ผ่านการพิจารณาถึงความสอดคล้อง ของสภาพสังคม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีสารสนเทศ ตลอดจนความเหมาะสมกับสภาวะการทำงาน มาปรับใช้กับ หลักสูตร ซึ่งจะทำให้การเรียน การสอน มีการพัฒนาและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

การดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาตามระบบการประกันคุณภาพการศึกษา “ศรีวิชัย QA” ซึ่งเป็นไปตามกระบวนการในการบริหารจัดการทางการเรียนการสอนตามแนวทางของ AUNQAโดยมีการกำหนดอาจารย์ ผู้รับผิดชอบหลักสูตรของสาขาวิชา ประสานงานกับอาจารย์ผู้แทนจากสาขาวิชาอื่นหรือหลักสูตรหรือคณะอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อบริหารจัดการการเรียนการสอนให้มีผลมาตรฐานการเรียนรู้เป็นไปตามที่ระบุในหลักสูตร รวมทั้งกำหนดให้อาจารย์ ผู้สอนจัดทำรายละเอียดของวิชาและรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา เพื่อเป็นมาตรฐานในการติดตามและประเมิน คุณภาพการเรียนการสอนตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิอันจะส่งผลต่อคุณภาพของบัณฑิตตามอัตลักษณ์ นั่นคือ “มีทักษะ การสื่อสาร เชี่ยวชาญปฏิบัติ” ซึ่งมุ่งเน้นผลิตบัณฑิตนักปฏิบัติ



สารบัญ

	หน้า
คำนำ	3
สารบัญ	4
บทสรุปผู้บริหาร	6
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป	12
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	12
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับหลักสูตร	16
ส่วนที่ 2 ผลการดำเนินงานตามตัวบ่งชี้	21
องค์ประกอบที่ 1 : ผลการประเมินตนเอง ระดับหลักสูตร ตามเกณฑ์ สกอ.	21
องค์ประกอบที่ 2 : ผลการดำเนินตามเกณฑ์ AUN-QA	31
ส่วนที่ 3 : สรุปผลการประเมินตนเอง	62
ผลการประเมินตนเองตามเกณฑ์ AUN-QA	62
จุดเด่น จุดที่ควรพัฒนา และแผนพัฒนา	68
ส่วนที่ 4 : ภาคผนวก	109
ตารางที่ 1.1-1 จำนวนอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร (ตามที่เสนอใน มคอ.2)	109
ตารางที่ 1.1-2 จำนวนอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร (ปัจจุบัน-กรณีมีการเปลี่ยนแปลงจาก มคอ.2)	110
ตารางที่ 1.1-3 จำนวนอาจารย์ประจำหลักสูตร (ตามที่เสนอใน มคอ.2)	112
ตารางที่ 1.1-4 จำนวนอาจารย์ประจำหลักสูตร (ปัจจุบัน-กรณีมีการเปลี่ยนแปลงจาก มคอ.2)	114
ตารางที่ 1.1-5 จำนวนอาจารย์ผู้สอนที่เป็นอาจารย์ประจำในมหาวิทยาลัย ปีการศึกษา	115
ตารางที่ 1.1-6 จำนวนอาจารย์ผู้สอนที่เป็นอาจารย์พิเศษจากภายนอกมหาวิทยาลัย ปีการศึกษา	117
ตารางที่ 1.1-7 ผลงานวิจัยของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร นับรวมผลงาน 5 ปีย้อนหลัง	118
ตารางที่ 1.1-8 ผลงานวิจัยของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ที่ตีพิมพ์เผยแพร่ นับรวมผลงาน 5 ปีย้อนหลัง	120
ตารางที่ 1.1-9 ผลงานวิจัยของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และการค้นคว้าอิสระ นับรวมผลงาน 5 ปีย้อนหลัง	121
ตารางที่ 1.1-10 ผลงานวิจัยของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และการค้นคว้าอิสระ ที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ นับรวมผลงาน 5 ปีย้อนหลัง	121



สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 2.1-1 บทความวิจัยหรือบทความวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์ในรายงาน สืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ ปีปฏิทิน.....	122
ตารางที่ 2.1-2 บทความวิจัยหรือบทความวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์และผลงานที่ ได้รับการจดอนุสิทธิบัตร ปีปฏิทิน.....	123
ตารางที่ 2.1-3 บทความวิจัยหรือบทความวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการที่ปรากฏ ในฐานข้อมูล TCI กลุ่มที่ 2 ปีปฏิทิน.....	125
ตารางที่ 2.1-4 บทความวิจัยหรือบทความวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการระดับ นานาชาติที่ไม่อยู่ในฐานข้อมูล ปีปฏิทิน.....	126
ตารางที่ 2.1-5 บทความวิจัยหรือบทความวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการระดับ นานาชาติที่ปรากฏในฐานข้อมูลระดับนานาชาติและได้รับการรับรองใน รูปแบบอื่น ๆ ปีปฏิทิน.....	128
ตารางที่ 2.1-6 งานสร้างสรรค์ที่มีการเผยแพร่ ปีปฏิทิน.....	131
ส่วนที่ 5 : ภาพกิจกรรมการดำเนินงาน	137



บทสรุปผู้บริหาร

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มีการพัฒนาการจากการจัดตั้งเป็นสถาบันอุดมศึกษาในระดับปริญญาครั้งแรกเมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2518 โดยพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา พ.ศ. 2518 ใช้ชื่อสถาบันว่า “วิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา” ต่อมาเมื่อวันที่ 15 กันยายน 2531 ได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว พระราชทานนามว่า “สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล” และมีพระราชบัญญัติเปลี่ยนชื่อวิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา เป็นสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลใน พ.ศ. 2532

ต่อมาเมื่อวันที่ 17 พฤศจิกายน 2547 รัฐสภามีมติให้ความเห็นชอบร่างพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล และวันอังคารที่ 18 พฤศจิกายน 2548 พระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ประกาศใช้ในพระราชกฤษฎีกา โดยพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ปี พ.ศ. 2548 ที่มุ่งกระจายอำนาจและการบริการทางการศึกษาที่ตอบสนองต่อพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ ที่มุ่งให้จัดการศึกษาที่มีความคล่องตัว มีอิสระทางการบริหารและวิชาการ และเป็นนิติบุคคลที่สามารถบริหารจัดการด้วยตัวเองอย่างสมบูรณ์ จึงได้เปลี่ยนสถานะเป็น “มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย”

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด เป็นศาสตร์ทางวิชาชีพภายใต้กระบวนการบริหารจัดการทางด้านการตลาด ปัจจุบันได้รับความสนใจแพร่หลายเป็นอย่างมาก ในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผล และความสำเร็จขององค์กร การเล็งเห็นถึงผลที่เกิดขึ้นเพื่อสร้างและถ่ายทอดองค์ความรู้ ไปสู่ผู้ประกอบการให้เกิดเป็นอาชีพ หลักสูตรจัดขึ้นเพื่อใช้ในการตลาด การเรียน การสอน ของสาขาการตลาด คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ที่ได้ผ่านการพิจารณาถึงความสอดคล้องของสภาพสังคม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีสารสนเทศ ตลอดจนความเหมาะสมกับสภาวการณ์การจ้างงาน มาปรับใช้กับหลักสูตร ซึ่งจะทำให้การเรียน การสอน มีการพัฒนาและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ได้รับการประเมินคุณภาพครั้งแรกประจำปีการศึกษา 2557 จำนวน 7 หมวด ได้แก่ หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป, หมวดที่ 2 อาจารย์, หมวดที่ 3 นักศึกษา บัณฑิต, หมวดที่ 4 ข้อมูลผลการเรียนรายวิชาของหลักสูตรและคุณภาพการสอนในหลักสูตร, หมวดที่ 5 การบริหารหลักสูตร, หมวดที่ 6 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับคุณภาพหลักสูตรจากผู้ประเมิน, หมวดที่ 7 แผนการดำเนินการเพื่อพัฒนาหลักสูตร พบว่าที่จะต้องทำการปรับปรุง เช่น ผลที่เกิดกับนักศึกษาซึ่งเป็นประเด็นเกี่ยวกับการคงอยู่ของนักศึกษา



โดยหลักสูตรควรจะต้องหาวิธีการ กระบวนการ หรือขั้นตอนที่ดี เป็นต้นแบบที่ทำให้นักศึกษาลาออกกลางคันให้น้อยที่สุด อย่างไรก็ตามหลักสูตรนี้มีอาจารย์ที่มีความโดดเด่นมีคุณวุฒิตรงตามหลักสูตร และประสบการณ์พร้อมที่จะถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่นักศึกษา ซึ่งเป็นภารกิจสำคัญที่หลักสูตรและมหาวิทยาลัยควรเร่งพัฒนา และส่งเสริมให้ทำผลงานวิชาการหรือศึกษาต่อ



สรุปผลการประเมินตามเกณฑ์ AUN-QA

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดมีการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาตามระบบการประกันคุณภาพการศึกษา “ศรีวิชัย QA” ซึ่งเป็นไปตามกระบวนการในการบริหารจัดการทางการเรียนการสอนซึ่งได้มีการดำเนินงานระหว่างวันที่ 1 กรกฎาคม 2564 – วันที่ 30 มิถุนายน 2564 ตามมาตรฐานของ สกอ. และแนวทางของ AUN-QA Version 4.0 จำนวน 8 ด้าน ได้แก่

ด้านที่ 1 : ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง

ด้านที่ 2 : โครงสร้างโปรแกรมและเนื้อหา

คณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดได้นำผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง (PLOs) ซึ่งร่วมกันกำหนดจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มาเป็นเป้าหมายหลักสำคัญในการกำหนดรายละเอียดของหลักสูตร (Programme Specification) ซึ่งเขียนตามแบบฟอร์มกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (มคอ.2) คณะกรรมการประจำหลักสูตรได้นำรายละเอียดของหลักสูตร ซึ่งประกอบด้วย 8 หมวด ประชุมทบทวนร่วมกับอาจารย์ประจำหลักสูตร อาจารย์ผู้สอน บุคลากรสายสนับสนุน เพื่อพิจารณาความสอดคล้องของรายละเอียดในแต่ละประเด็นกับผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง (PLOs) ของหลักสูตร การดำเนินงานของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดได้ออกแบบรายวิชาที่เน้นการมีส่วนร่วมการเรียนการสอนระหว่างผู้เรียนและสถานประกอบการ มุ่งเน้นการเรียนการสอนแบบ Active Learning โดยเฉพาะวิชาทางการตลาดที่เน้นการปฏิบัติงานจริงโดยใช้รูปแบบการเรียนแบบ Problem-Based Learning เพื่อให้นักศึกษาได้ฝึกทักษะและบูรณาการการตลาด เพื่อแก้ปัญหาจนสามารถนำไปต่อยอดสู่ธุรกิจและสังคมต่อไป ดังนั้นการจัดการเรียนการสอนในรายวิชา จำเป็นต้องปรับปรุงเนื้อหา เครื่องมือ และการประเมินผลให้ทันสมัย มาเป็นกระบวนการเรียนการสอนทางหลักสูตรฯ กำหนดการประเมินการบรรลุผลการเรียนรู้เป็นรายวิชา เพื่อให้แน่ใจว่าผู้เรียนบรรลุตาม YLO และ PLO ที่กำหนดไว้ ในปีการศึกษา 2563 ที่ผ่านมาจากหลักสูตรการประเมินตนเองในระดับ 2

ด้านที่ 3 : แนวทางการจัดเรียนการสอน

ด้านที่ 4 : การประเมินผู้เรียน

ด้านที่ 5 : คุณภาพของบุคลากรสายวิชาการ

ด้านที่ 6 : การบริการและการช่วยเหลือผู้เรียน

หลักสูตรการตลาด ได้กำหนดและประกาศนโยบายการรับผู้เรียนพร้อมระบุเกณฑ์การรับเข้าและขั้นตอนการรับเข้าเรียนในหลักสูตรอย่างชัดเจน โดยมีการสื่อสารเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โดยการใช้สื่อออนไลน์ของมหาวิทยาลัย คณะบริหารธุรกิจ และสาขาการตลาด นอกจากนี้ยังมีป้ายประชาสัมพันธ์ที่ทางมหาวิทยาลัยจัดทำขึ้น รวมถึงคณะบริหารธุรกิจได้มีการออกไปแนะนำนักศึกษาตามสถานศึกษาต่างๆที่เป็นกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกจังหวัดสงขลา โดยมีการรับผู้เรียนตามเกณฑ์และขั้นตอนของมหาวิทยาลัย จำนวน 3 หลักสูตรในปีการศึกษา 2563 ดังนี้



1. หลักสูตร 4 ปี ภาคปกติ จำนวน 84 คน โดยรับผู้สำเร็จการศึกษาระดับ ปวช. และมีมัธยมศึกษาปีที่ 6 ทุกสาขา
 2. หลักสูตรเทียบโอนภาคปกติ จำนวน 123 คน โดยรับผู้สำเร็จการศึกษาระดับปวส. สายบริหารธุรกิจ
 3. หลักสูตรเทียบโอนภาคสมทบ จำนวน 71 คน โดยรับผู้สำเร็จการศึกษาระดับปวส. สายบริหารธุรกิจ
- ในส่วนของเจ้าหน้าที่บริการและสนับสนุนด้านบริการวิชาการ มีการวางแผนทั้งระยะสั้นและระยะยาวของการบริการสนับสนุนทางด้านวิชาการและที่ไม่ใช่ทางวิชาการเพื่อให้แน่ใจว่าการบริการสนับสนุนงานด้านการสอนการวิจัยและการบริการวิชาการมีความเพียงพอและมีคุณภาพ โดยหลักสูตรฯ ได้จัดเตรียมอุปกรณ์สื่อการเรียนการสอน มีการวางแผนการจัดซื้อตามแบบสำรวจของทางคณะบริหารธุรกิจเพื่อใช้สนับสนุนการเรียนการสอนและกิจกรรม เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ถังขยะ เครื่องสแกนอุณหภูมิ เจลล้างมือเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ที่มาใช้บริการภายในอาคาร

แผนระยะสั้น

ปัจจุบันหลักสูตรการตลาด มีเจ้าหน้าที่ประจำจำนวน 1 คน วุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาการจัดการทรัพยากรบุคคล มีหน้าที่ในการบริการอาจารย์จำนวน 11 คนและนักศึกษาจำนวน 18 ห้องเรียน ซึ่งถือว่ามีความน้อยเมื่อเทียบกับจำนวนอาจารย์และนักศึกษา ที่เจ้าหน้าที่ต้องให้บริการในขณะนี้ หากเป็นไปได้บางช่วงที่หลักสูตร/สาขา มีภาระงานมากเป็นพิเศษจะมีการจัดจ้างนักศึกษาที่มีเหตุหรือความจำเป็นมาช่วยงานเพื่อแบ่งเบาภาระงานเจ้าหน้าที่ประจำ

แผนระยะยาว

อาจจะมีการรับเจ้าหน้าที่คนใหม่หรือจัดเจ้าหน้าที่จากส่วนกลางเพิ่ม ทั้งนี้เพื่อทำงานในหลักสูตร/สาขา มีเพียงพอและมีคุณภาพเพิ่มขึ้นให้สอดคล้องกับพันธกิจของมหาวิทยาลัย มีระบบติดตามความก้าวหน้า ผลการเรียน และการตรวจสอบภาระการเรียนของผู้เรียนที่เพียงพอโดยมีการบันทึกไว้อย่างเป็นระบบโดยมีการให้ข้อมูลย้อนกลับ และข้อเสนอแนะแก่ผู้เรียนและดำเนินการแก้ไขข้อบกพร่องได้ทันเวลาที่หากจำเป็น ระบบการติดตามความก้าวหน้า ผลการเรียน และตรวจสอบภาระการเรียนของผู้เรียนโดยปกติอาจารย์ที่ปรึกษาที่ได้รับการแต่งตั้งจากคณะฯซึ่งจะเริ่มให้คำแนะนำตั้งแต่การลงทะเบียนเรียน การให้คำปรึกษาระหว่างการเรียน หากผู้เรียนเกิดปัญหาการเรียนตลอดจนพิจารณาผลการเรียน อาจารย์ที่ปรึกษาจะกระทำหลายรูปแบบทั้งการติดตามแบบเข้าพบเป็นรายบุคคล การเข้าพบเป็นรายกลุ่มห้องเรียนหรือการติดต่อสื่อสารโดยใช้ช่องทางออนไลน์ เช่น ไลน์หรือเฟสบุ๊ก เป็นต้น โดยปกติการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาจะมีแบบฟอร์ม Home room ซึ่งอาจารย์ที่ปรึกษาจะจัดทำขึ้นเพื่อเป็นหลักฐาน และแจ้งไปยังคณะฯ ต่อไป อีกทั้งในการพิจารณาผลการเรียนของนักศึกษา หัวหน้าสาขาและหัวหน้าหลักสูตรจะเข้าร่วมประชุมพร้อมกับคณะกรรมการบริหารคณะฯ เพื่อพิจารณาผลการเรียนของนักศึกษา หากมีปัญหาประการใดก็จะนำมาแจ้งแก่อาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อติดต่อประสานงานและดำเนินการให้ข้อเสนอแนะนักศึกษาในความรับผิดชอบต่อไป นอกจากนี้ยังมีการให้คำแนะนำทางวิชาการ กิจกรรมเสริมหลักสูตร รวมถึงการเข้าแข่งขันของผู้เรียนและการบริการสนับสนุนช่วยเหลือผู้เรียนด้านต่างๆ เพื่อปรับปรุงสร้างเสริมประสบการณ์การเรียนรู้ ทั้งทางด้านความรู้ ทักษะและความสามารถในการทำงาน หลักสูตรได้มีกิจกรรมเสริมหลักสูตร โดยการส่งนักศึกษาเข้าร่วมประกวดผลงานด้าน



การวิจัย การจัดโครงการหรือกิจกรรมเสริม เช่น น้้ายาเซ็ดกระจกลดโลกร้อนและการผลิตกระทงเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และกิจกรรมอื่นๆ ของคณะ อีกทั้งยังให้นักศึกษามีส่วนร่วมลงพื้นที่การบริการวิชาการแก่ชุมชน สังคม เพื่อให้เกิดความรู้อีกขึ้น นอกจากนี้ หลักสูตรยังให้นักศึกษาที่จะสำเร็จการศึกษาเข้าร่วมอบรมและทดสอบความรู้ทางด้านเทคโนโลยีและภาษาอังกฤษตามหลักเกณฑ์ของมหาวิทยาลัยและหลักสูตรได้มีการกำหนดสมรรถนะความสามารถของเจ้าหน้าที่สายสนับสนุนที่ชัดเจน เกี่ยวข้องกับความสามารถในการให้บริการผู้เรียน มีการกำหนดวิธีการประเมินผลที่มีความชัดเจน เพื่อให้มั่นใจว่า สามารถให้บริการได้อย่างราบรื่น มีประสิทธิภาพแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหรือผู้มารับบริการได้อย่างมีราบริ่นและมีประสิทธิภาพ

หลักสูตรฯ มีเจ้าหน้าที่สายสนับสนุนประจำสาขาจำนวน 1 คนให้บริการผู้เรียนโดยทางคณะฯ ได้กำหนดสมรรถนะและภาระงานให้แก่เจ้าหน้าที่อย่างชัดเจน ภายใต้การดูแลและปฏิบัติงานของหัวหน้าสาขา นอกจากนี้ยังได้ทำการประเมินผลการปฏิบัติงานโดย หัวหน้าสาขามีการประเมินผลการให้บริการและช่วยเหลือผู้เรียน โดยมีการเทียบเคียงสมรรถนะ ปรับปรุงอย่างต่อเนื่องทางหลักสูตรได้มีการประเมินคุณภาพบริการของเจ้าหน้าที่ พร้อมกับส่งผลการประเมินไปยังคณะฯ เพื่อให้ฝ่ายที่เกี่ยวข้องนำผลการประเมินมาใช้เทียบเคียงกับสมรรถนะที่ทางคณะฯ เป็นผู้กำหนด หากมีผลต่ำกว่าสมรรถนะ ทางคณะฯ จะแจ้งผลมายังหัวหน้าสาขา เพื่อให้พิจารณาดำเนินการต่อเจ้าหน้าที่ในการพัฒนาและปรับปรุงการทำงานต่อไป

ด้านที่ 7 : สิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐาน

หลักสูตรสาขาวิชาการตลาดร่วมกับคณะบริหารและมหาวิทยาลัยทำการจัดหาสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ ทั้งทรัพยากรทางกายภาพ เช่นห้องบรรยาย ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ และห้องประชุมเป็นต้น นอกจากนี้จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกเช่น อุปกรณ์การเรียนการสอนและระบบอินเทอร์เน็ตเป็นต้น มีการจัดเตรียมห้องสมุดดิจิทัลเพื่อให้สอดคล้องกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารโดยอยู่ในความรับผิดชอบของทางมหาวิทยาลัย มีการติดตั้งระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคลากรและผู้เรียนได้แก่ระบบสารสนเทศสำหรับอาจารย์ ระบบสารสนเทศนักศึกษา ระบบการจัดการเรียนการสอน (LMS) ระบบกิจกรรมเสริมหลักสูตร ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 ได้นำระบบเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยมาช่วยสนับสนุนกิจกรรมการเรียนการสอนได้แก่ ZOOM, Google Classroom, Microsoft Teams เป็นต้น นอกจากนี้ยังสามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการเรียนการสอน การวิจัย การบริการและการบริหารงานตามมาตรฐาน IEEE802.11b, 802.11a และ 802.11AC มีการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมตามกำหนดมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม สุขภาพและความปลอดภัย อาทิ การปรับปรุงอาคารสถานที่ชำรุด การปรับปรุงสัญญาณอินเทอร์เน็ต การจัดทำห้องน้ำสำหรับผู้พิการ การติดตั้งกล่องวงจรปิดภายในและภายนอกอาคารเป็นต้น นอกจากนี้มีการกำหนดสมรรถนะของบุคลากรสายสนับสนุนโดยคำนึงถึงความสามารถเฉพาะทางและมีการประเมินผลสมรรถนะประจำปี ในปีการศึกษา 2563 ที่ผ่านมาจากหลักสูตรมีผลการประเมินความพึงพอใจด้านสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้เท่ากับ 4.89

ด้านที่ 8 : ผลผลิตและผลลัพธ์



สรุปจุดแข็ง จุดที่ควรพัฒนาและแนวทางพัฒนาจากผลการประเมินคุณภาพในเชิงวิเคราะห์ในแต่ละด้าน
(สรุปแบบมองภาพรวมของทุกองค์ประกอบแยกเป็นจุดแข็ง จุดที่ควรพัฒนาและแนวทางพัฒนาเร่งด่วน)

จุดแข็งและแนวทางเสริมจุดแข็ง

1. อาจารย์ในหลักสูตรมีคุณวุฒิระดับปริญญาเอก และมีตำแหน่งทางวิชาการ มีผลงานวิชาการตีพิมพ์เผยแพร่อย่างต่อเนื่อง
2. หลักสูตรมีการดูแลและให้คำปรึกษานักศึกษาอย่างใกล้ชิด

จุดที่ควรพัฒนาและข้อเสนอแนะ

1. การวางแผนรองรับอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรที่ใกล้กำหนดวาระเกษียณอายุราชการ

แนวทางพัฒนาเร่งด่วน

1. เร่งสนับสนุนให้อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรทำผลงานในระดับสูงขึ้น
2. ควรเผยแพร่ผลงานวิชาการในฐานที่สูงกว่าขึ้นไปกว่าเดิมและจัดแผนพัฒนาอาจารย์ของหลักสูตรเอง



ส่วนที่1: ข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

1. ภาพรวมของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย



ในปี พ.ศ. 2531 นับเป็นพระมหากรุณาธิคุณที่มีต่อนักเรียนอาชีวศึกษา เมื่อพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชฯ โปรดเกล้าฯ พระราชทานชื่อให้วิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษาใหม่ว่า “สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล” มีความหมายว่าสถาบันเทคโนโลยีอันเป็นมิ่งมงคลแห่งพระราชธา เมื่อวันที่ 15 กันยายน พ.ศ. 2531 ประกอบกับการปฏิรูปการศึกษาตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติพุทธศักราช 2542 ที่มุ่งเน้นการกระจายอำนาจการบริหารจัดการสู่สถานศึกษาระดับอุดมศึกษาเพื่อให้สถานศึกษาของรัฐดำเนินการโดยบริหารจัดการได้ด้วยอิสระและมีความคล่องตัวในการบริหารจัดการภายใต้การกำกับดูแลสภาพการศึกษาแห่งชาติ ดังนั้นเพื่อให้สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล มีความคล่องตัวในการบริหารจัดการและยกระดับสถานะสถาบันอุดมศึกษาของรัฐที่เน้นทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี อีกทั้งสามารถจัดการศึกษาได้ถึงระดับปริญญาโท ปริญญาเอก จึงได้มีการยกร่างพระราชบัญญัติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ทั้ง 9 แห่งขึ้น โดยมีการรวมวิทยาเขตที่อยู่ใกล้เคียงกันจัดตั้งเป็นมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลจำนวน 9 แห่ง

จากพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พ.ศ. 2548 ซึ่งได้ประกาศใช้ในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 18 มกราคม พ.ศ. 2548 มีผลให้สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลเดิม ตามพระราชบัญญัติสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล พ.ศ. 2518 ปรับเปลี่ยนเป็นมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ทั้ง 9 แห่ง

พระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พ.ศ. 2548 มาตรา 7 กำหนดให้มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เป็นสถาบันอุดมศึกษาด้านวิชาชีพและเทคโนโลยี มีวัตถุประสงค์ให้การศึกษา ส่งเสริมวิชาการและวิชาชีพชั้นสูงที่เน้นการปฏิบัติ ทำการสอน ทำการวิจัย ผลิตครูวิชาชีพ ให้บริการทางวิชาการในด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแก่สังคม ทำนุบำรุงศิลปและวัฒนธรรม และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ปัจจุบันมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มีหน่วยงานจัดการศึกษาระดับคณะ จำนวน 15 หน่วยงาน มีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 5,806 ไร่ ครอบคลุมพื้นที่ 4 จังหวัด ได้แก่ สงขลา นครศรีธรรมราช ตรังและชุมพร แบ่งเขตจัดการศึกษาและการบริหารจัดการออกเป็น 5 พื้นที่ ได้แก่



- 1) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พื้นที่จังหวัดสงขลา
- 2) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พื้นที่จังหวัดตรัง
- 3) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ใสใหญ่
- 4) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ทุ่งใหญ่
- 5) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ขนอม

2. ปรัชญา/วิสัยทัศน์/พันธกิจของมหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยมีพันธกิจที่มุ่งผลิต บัณฑิตนักปฏิบัติมืออาชีพที่สร้างสรรค์สังคมอย่างยั่งยืน โดยใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี รวมทั้งองค์ความรู้ที่มีอยู่ร่วมกันขับเคลื่อนภารกิจของมหาวิทยาลัย ไปสู่องค์กรที่มีความทันสมัย มีใจบริการและคนทำงานอย่างมีความสุข อีกทั้งร่วมกันแก้ไขปัญหาของชุมชนและสังคมอย่างแท้จริง

นับจากการก่อตั้งจนถึงปัจจุบันบัณฑิตแห่งมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยเป็นผู้ที่มีคุณลักษณะเฉพาะที่พร้อมจะทำงานด้วยความใส่ใจ ห่วงใย และมีเจตนาร่วมกันที่มุ่งสร้างสรรค์สิ่งดีให้กับสังคมและชุมชน อีกทั้งพันธกิจและบทบาทหน้าที่ในการผลิตกำลังคนเฉพาะทางที่มีคุณภาพ ตอบสนองอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ ในการสร้างงานวิจัย สิ่งประดิษฐ์และนวัตกรรมสู่การนำไปใช้ประโยชน์ต่อสังคมหรือสร้างมูลค่าเชิงพาณิชย์ การให้บริการวิชาการแก่สังคมด้วยนวัตกรรมสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนและสืบทอดศิลปวัฒนธรรมบนแนวทางวัฒนธรรมสร้างสรรค์ ซึ่งภารกิจต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนสะท้อนตัวตนที่ชัดเจนของมหาวิทยาลัย “มหาวิทยาลัยนวัตกรรมเพื่อสังคม”

ปรัชญาการศึกษา: ผลิตบัณฑิตนักปฏิบัติ

ปรัชญา: มืออาชีพด้านนวัตกรรม เพื่อพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน

พันธกิจ : มุ่งผลิตนักปฏิบัติมืออาชีพที่สร้างสรรค์สังคม

วัฒนธรรมองค์กร: มีความสุข ทันสมัย ใจบริการ

วิสัยทัศน์: มหาวิทยาลัยนวัตกรรมเพื่อสังคม

พันธกิจ :

1. ผลิตกำลังคนเฉพาะทางที่มีคุณภาพตอบสนองอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ
2. สร้างงานวิจัย สิ่งประดิษฐ์และนวัตกรรมสู่การนำไปใช้ประโยชน์ต่อสังคมหรือสร้างมูลค่าเชิงพาณิชย์
3. ให้บริการวิชาการแก่สังคมด้วยนวัตกรรมสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน
4. สืบทอดศิลปวัฒนธรรมบนแนวทางวัฒนธรรมสร้างสรรค์

อัตลักษณ์: มีทักษะการสื่อสาร เชี่ยวชาญปฏิบัติ

เอกลักษณ์: สร้างนักปฏิบัติมืออาชีพ



ยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัย

1. สร้างความโดดเด่นและเป็นเลิศเฉพาะทางตามอัตลักษณ์เชิงพื้นที่
2. สร้างงานวิจัยเพื่อพัฒนาเชิงพื้นที่และก่อให้เกิดคุณค่าทางเศรษฐศาสตร์
3. สร้างนวัตกรรมบริการวิชาการที่ก่อให้เกิดโอกาสทางธุรกิจ
4. สร้างสรรค์มรดกทางวัฒนธรรมบนแนวคิดวิสาหกิจวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน
5. สร้างระบบการบริหารจัดการสมัยใหม่เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง

3. ภาพรวมของคณะ/วิทยาลัย

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เป็นสถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษาด้านวิชาชีพ และเทคโนโลยีมุ่งเน้นผลิตนักศึกษาที่มีคุณธรรม จริยธรรม มีการฝึกงานนอกสถานศึกษาเพื่อให้มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี และมีความด้านรอบรู้ทางด้านวิชาการออกสู่สังคม ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ผู้ที่สำเร็จการศึกษาจากคณะบริหารธุรกิจ จะเป็นที่ยอมรับขององค์กร ทั้งนี้ยังสามารถปฏิบัติงานและทำงานร่วมกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี จนทำให้มีความเจริญก้าวหน้าในอาชีพการงานต่างๆ

ปัจจุบันทางคณะบริหารธุรกิจ ได้เปิดสอนในระดับปริญญาตรีและปริญญาโท ดังนี้

1. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม)
2. หลักสูตรบัญชีบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี
3. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
4. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาระบบสารสนเทศทางธุรกิจ
5. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
6. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการเงิน

4. ปรัชญา/วิสัยทัศน์/พันธกิจของคณะ/วิทยาลัย

ปรัชญา

"มีมืออาชีพด้านบริหารจัดการด้วย นวัตกรรมเพื่อพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน"

วิสัยทัศน์

"องค์กรแห่งนวัตกรรมด้านบริหารจัดการเพื่อการพัฒนาภูมิภาคอย่างมั่นคง"

พันธกิจ

1. ผลิตกำลังคนด้านบริหารจัดการที่มีคุณภาพ ตอบสนองอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ
2. สร้างงานวิจัยและนวัตกรรมด้านบริหารจัดการ เพื่อนำไปสู่การใช้ประโยชน์ต่อสังคมหรือสร้างมูลค่าเชิงพาณิชย์



3. ให้บริการวิชาการแก่สังคมด้วยนวัตกรรมด้านบริหารจัดการสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน
4. สืบสานศิลปวัฒนธรรมและสร้างวิสาหกิจวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์



ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับหลักสูตร

หลักสูตรตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี/ระดับปริญญาโท พ.ศ. 2558 ประเภท [วิชาการ/วิชาชีพหรือปฏิบัติการและหลักสูตรปริญญาตรี \(ต่อเนื่อง\)](#) หรือหลักสูตรตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี/ระดับปริญญาโท พ.ศ. 2548

1. รหัส (14 หลัก) และชื่อหลักสูตร

รหัสหลักสูตร	25551971101372
ชื่อภาษาไทย	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด
ชื่อภาษาอังกฤษ	Bachelor of Business Administration Program in Marketing

2. ชื่อปริญญา

ชื่อเต็มภาษาไทย	บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)
ชื่อย่อภาษาไทย	บธ.บ. (การตลาด)
ชื่อเต็มภาษาอังกฤษ	Bachelor of Business Administration (Marketing)
ชื่อย่อภาษาอังกฤษ	B.B.A. (Marketing)

3. วิชาเอก

ไม่มี

4. จำนวนหน่วยกิตตลอดหลักสูตร

ไม่น้อยกว่า 132 หน่วยกิต

5. รูปแบบของหลักสูตร

- 5.1 รูปแบบ หลักสูตรระดับปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปี
- 5.2 ประเภทของหลักสูตร หลักสูตรทางวิชาการ
- 5.3 ภาษาที่ใช้ ภาษาไทยและภาษาอังกฤษไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของทุกวิชา
- 5.4 การรับนักศึกษา รับนักศึกษาไทยและ/หรือนักศึกษาต่างชาติที่สามารถเข้าใจภาษาไทยได้เป็นอย่างดี
- 5.5 ความร่วมมือกับสถาบันอื่น เป็นหลักสูตรเฉพาะของมหาวิทยาลัย
- 5.6 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จ ให้ปริญญาเพียงสาขาวิชาเดียว



6. ปรัชญาของหลักสูตร

ผลิตบัณฑิตด้านการตลาดมืออาชีพที่มีคุณธรรมและความคิดสร้างสรรค์ มีความรู้ด้านการตลาดและเทคโนโลยีที่ทันสมัย สามารถสื่อสารและปฏิบัติงานได้ในระดับสากล

7. ความสำคัญของหลักสูตร

พัฒนาการทางสังคมภายใต้พหุวัฒนธรรมที่มีความแตกต่างหลากหลาย สมาชิกในสังคมมุ่งที่จะให้ตนเอง ครอบครัว หรือกลุ่ม สามารถรักษาผลประโยชน์ของตนหรือใช้ความได้เปรียบในการแข่งขันสร้างความมั่งคั่งทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งในบางกรณีคุณธรรม จริยธรรม ทั้งต่อมนุษย์และสิ่งแวดล้อมอาจจะถูกละเลยไป ซึ่งอาจก่อให้เกิดผลเสียหายในอนาคต ในขณะที่เดียวกันการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลก และการรวมตัวกันของประเทศต่าง ๆ ทั้งระดับทวีปและพหุภาคี รวมถึงการเป็นกลุ่มประชาคมอาเซียนสมบูรณ์ ทำให้เกิดการแข่งขันทางเศรษฐกิจ และนำมาประยุกต์ใช้กับงานได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว เหมาะสมกับสถานการณ์ รวมถึงสามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมของคน หน่วยงานวัฒนธรรม และใช้ความคิดสร้างสรรค์อย่างมีคุณค่าต่อองค์กร

ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศได้เข้ามาเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต ความคิด ความเชื่อ และรูปแบบทางเศรษฐกิจ ทั้งระดับภาครัฐ ภาคธุรกิจและส่วนบุคคล การเปลี่ยนแปลงย่อมมีผลกระทบต่อองค์กรต่าง ๆ อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ สถาบันการศึกษาเป็นหน่วยงานที่ผลิตบัณฑิตหรือพัฒนากำลังคนเพื่อตอบสนองความต้องการของภาครัฐและภาคเอกชน ดังนั้นบทบาทของสถาบันการศึกษาจะต้องรับหน้าที่ในการพัฒนาคุณลักษณะและศักยภาพของบัณฑิตที่สามารถตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีสารสนเทศได้เป็นอย่างดี

จากเหตุผลดังกล่าวหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2563) ฉบับนี้เป็นหลักสูตรที่พัฒนาขึ้นเพื่อผลิตนักปฏิบัติการทางการตลาด ที่มีความรู้คู่คุณธรรม มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในด้านการตลาดได้ดี สื่อสารและทำงานได้ในระดับสากล สามารถตอบสนองความต้องการของภาคเอกชนหรือภาครัฐ อันจะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับชาติหรือระดับนานาชาติและเป็นส่วนหนึ่งของบุคลากรที่ช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศได้เป็นอย่างดี

8. วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

เพื่อผลิตบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ที่มีคุณสมบัติดังนี้

8.1 มีคุณธรรม จริยธรรม มีจรรยาบรรณในวิชาชีพ มีระเบียบวินัย ซื่อสัตย์สุจริต ตลอดจนจรรยาวัชซึ่งขนบธรรมเนียมประเพณีและศิลปวัฒนธรรมอันดีงามของไทย

8.2 มีองค์ความรู้ด้านการตลาดและศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง มีทักษะในการปฏิบัติการในงานด้านการตลาดและงานที่เกี่ยวข้องกับการตลาดหรือธุรกิจได้ดี



8.3 มีความสามารถในการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ด้านการตลาดและศาสตร์ที่เกี่ยวข้องเพื่อแก้ไขปัญหาทางด้านการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลภายใต้การเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคม

8.4 ความเป็นผู้นำ หรือผู้ร่วมงานที่ดี มีมนุษยสัมพันธ์ ความคิดสร้างสรรค์ สามารถทำงานเป็นทีมร่วมกับผู้อื่นได้ดี มีทักษะชีวิตและจิตสาธารณะ เข้าใจตนเองและวัฒนธรรมที่แตกต่างรวมถึงสามารถพัฒนาตนเองและพัฒนางานได้อย่างต่อเนื่อง

8.5 มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสืบค้นการประมวลผลการวิเคราะห์ในงานทางด้านการตลาด ตลอดจนการตัดสินใจหรือการสื่อสารได้ดี



9. ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง

ผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร (PLOs)	ประเภทผลการเรียนรู้		Bloom's Taxonomy	TQF
	Generic	Specific		
PLO1 มีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพ มีความซื่อสัตย์ สุจริต ใช้ชีวิตได้อย่างสร้างสรรค์ในสังคม และมีพฤติกรรมจิตสาธารณะ				
1A มีคุณลักษณะด้านคุณธรรม จริยธรรม มีระเบียบวินัย ปฏิบัติตาม กฎ ระเบียบ และซื่อสัตย์สุจริต	✓		R,U	1.1, 1.2
1B ปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงจรรยาบรรณได้อย่างสร้างสรรค์ และมีพฤติกรรมจิตสาธารณะ	✓		AP	1.3, 1.4
PLO2 สามารถใช้แนวคิด หลักการ ทฤษฎีเกี่ยวกับธุรกิจและการตลาดมาประยุกต์ใช้ในอาชีพ รวมถึงสามารถรับรู้ และเข้าใจ ความเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจและการตลาดได้ทันสถานการณ์				
2A ประยุกต์องค์ความรู้ด้านธุรกิจและการตลาดได้อย่างเหมาะสมกับความการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง		✓	AP	2.1, 2.2
2B พยากรณ์ความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและสังคมที่มีความเกี่ยวข้องด้านธุรกิจและการตลาด		✓	AN, EV	2.3, 2.4
PLO3 ใช้หลักแนวคิดและเครื่องมือทางการตลาด มาประยุกต์ใช้แก้ปัญหาทางธุรกิจและงานด้านการตลาด รวมถึงสามารถตัดสินใจได้อย่างถูกต้องเหมาะสมอย่างมืออาชีพ				
3A วิเคราะห์และประยุกต์ใช้ข้อมูลทางการตลาดได้ สอดคล้องกับปัญหาการตลาดในแต่ละสถานการณ์ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม		✓	AP, AN	3.1
3B สร้างเครื่องมือทางการตลาด หรือนวัตกรรมทางการตลาด เพื่อใช้แก้ปัญหาทางด้านการตลาดที่สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างมืออาชีพ		✓	EV, C	3.2, 3.3
PLO 4 ปฏิบัติงานภายใต้สภาพแวดล้อมการทำงานแบบพหุวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ สามารถใช้ทักษะด้านการสื่อสารระดับสากล มีภาวะผู้นำและผู้ตามที่ดีในการทำงานให้สำเร็จและพัฒนาตนเองด้านวิชาการและวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง				
4A สามารถปฏิบัติงานภายใต้พหุวัฒนธรรมได้อย่างสร้างสรรค์และปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสม	✓		AP	4.1, 4.2



4B แสดงออกถึงภาวะผู้นำหรือผู้ตามและสามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพและพัฒนาตนเองได้อย่างต่อเนื่อง	✓		AP	4.3, 4.4
PLO 5 สามารถเลือกและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับกิจกรรมทางการตลาด				
5A ใช้เทคโนโลยีเพื่อการสืบค้น การประมวลผล วิเคราะห์ในงานการตลาด		✓	AN,EV	5.1
5B ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อออกแบบกิจกรรมทางการตลาด		✓	C	5.2, 5.3

R = Remember, U = Understand, AP = Apply, AN = Analyze, EV = Evaluate, C = Create

10. โครงสร้างหลักสูตร

1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	ไม่น้อยกว่า 32 หน่วยกิต
1.1 กลุ่มวิชาภาษา	12 หน่วยกิต
1.2 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	6 หน่วยกิต
1.3 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	3 หน่วยกิต
1.4 กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์	3 หน่วยกิต
1.5 กลุ่มวิชาสุขภาพอนามัยและนันทนาการ	2 หน่วยกิต
1.6 กลุ่มวิชาเลือก (ศึกษาทั่วไป)	6 หน่วยกิต
2. หมวดวิชาเฉพาะ	ไม่น้อยกว่า 94 หน่วยกิต
2.1 กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	34 หน่วยกิต
2.2 กลุ่มวิชาชีพบังคับ	45 หน่วยกิต
2.3 กลุ่มวิชาชีพเลือก	15 หน่วยกิต
3. หมวดวิชาเลือกเสรี	ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

11. อาชีพที่สามารถประกอบได้

1. ผู้ประกอบอาชีพอิสระ
2. พนักงานภาคเอกชน
3. เจ้าหน้าที่ภาครัฐหรือพนักงานวิสาหกิจ



ส่วนที่ 2: ผลการดำเนินงานตามตัวบ่งชี้

องค์ประกอบที่ 1: ผลการประเมินตนเอง ระดับหลักสูตร ตามเกณฑ์ สกอ. (ตัวบ่งชี้ 1.1)

****สำหรับเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร ฉบับ พ.ศ.2558 (ระดับปริญญาตรี)****

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร มีภาระหน้าที่ในการบริหาร พัฒนาหลักสูตรและควบคุมคุณภาพการจัดการเรียนการสอน(รายละเอียดดังภาคผนวกตารางที่ 1.1)

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร มีภาระหน้าที่ในการบริหาร พัฒนาหลักสูตรและควบคุมคุณภาพการจัดการเรียนการสอน(รายละเอียดดังภาคผนวกตารางที่ 1.1)

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ตาม มคอ. 2	ปัจจุบัน อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ปีการศึกษา 2563	หมายเหตุ (ระบุครั้งที่/วันที่ผ่านสภา มหาวิทยาลัย)
1. นางวัลลภา พัฒนา Ph.D.(Marketing) M.B.A.(International Business) บธ.บ.(การตลาด) ศศ.บ.(ภาษามลายู)	1. นางวัลลภา พัฒนา Ph.D.(Marketing) M.B.A.(International Business) บธ.บ.(การตลาด) ศศ.บ.(ภาษามลายู)	ประชุมครั้งที่ 9/2559 วันที่ 4 กรกฎาคม 2559
2. นางยุพาภรณ์ อุไรรัตน์ ปร.ด.(บริหารธุรกิจ) บธ.ม.(บริหารธุรกิจ) บธ.บ.(การตลาด)	2. นางยุพาภรณ์ อุไรรัตน์ ปร.ด.(บริหารธุรกิจ) บธ.ม.(บริหารธุรกิจ) บธ.บ.(การตลาด)	ประชุมครั้งที่ 9/2559 วันที่ 4 กรกฎาคม 2559
3.นางอันธิกา ทิพย์จำนง บธ.ม.(การตลาด) บธ.บ.(การตลาด)	3.นางอันธิกา ทิพย์จำนง บธ.ม.(การตลาด) บธ.บ.(การตลาด)	ประชุมครั้งที่ 9/2559 วันที่ 4 กรกฎาคม 2559
4.นางชญัญภัทร อัมพันธ์สุขโข บธ.ม.(บริหารธุรกิจ) บธ.บ.(การตลาด)	4.นางชญัญภัทร อัมพันธ์สุขโข บธ.ม.(บริหารธุรกิจ) บธ.บ.(การตลาด)	ประชุมครั้งที่ 8/2562 วันที่ 7 ตุลาคม 2562
5.นางสาวบุษรินทร์ คูนิอาจ บธ.ม.(บริหารธุรกิจ) บธ.บ.(การตลาด)	5.นางสาวบุษรินทร์ คูนิอาจ บธ.ม.(บริหารธุรกิจ) บธ.บ.(การตลาด)	ประชุมครั้งที่ 183- 11/2562 วันที่ 26 ธันวาคม 2562



อาจารย์ประจำหลักสูตร อาจารย์ประจำที่มีคุณวุฒิตรงหรือสัมพันธ์กับสาขาของหลักสูตรที่เปิดสอน และทำ
หน้าที่สอนและค้นคว้า วิจัย ในสาขาดังกล่าว(รายละเอียดดังภาคผนวกตารางที่ 1.1-1 ถึง 1.1-2)

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ตาม มคอ. 2	ปัจจุบัน อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ปีการศึกษา 2563	หมายเหตุ (ระบุครั้งที่/วันที่ผ่านสภา มหาวิทยาลัย)
1. นางวัลลภา พัฒนา Ph.D.(Marketing) M.B.A.(International Business) บธ.บ.(การตลาด) ศศ.บ.(ภาษามลายู)	1. นางวัลลภา พัฒนา Ph.D.(Marketing) M.B.A.(International Business) บธ.บ.(การตลาด) ศศ.บ.(ภาษามลายู)	ประชุมครั้งที่ 9/2559 วันที่ 4 กรกฎาคม 2559
2. นางยุพาภรณ์ อุไรรัตน์ ปร.ด.(บริหารธุรกิจ) บธ.ม.(บริหารธุรกิจ) บธ.บ.(การตลาด)	2. นางยุพาภรณ์ อุไรรัตน์ ปร.ด.(บริหารธุรกิจ) บธ.ม.(บริหารธุรกิจ) บธ.บ.(การตลาด)	ประชุมครั้งที่ 9/2559 วันที่ 4 กรกฎาคม 2559
3.นางอันธิกา ทิพย์จำนง บธ.ม.(การตลาด) บธ.บ.(การตลาด)	3.นางอันธิกา ทิพย์จำนง บธ.ม.(การตลาด) บธ.บ.(การตลาด)	ประชุมครั้งที่ 9/2559 วันที่ 4 กรกฎาคม 2559
4.นางชญัญภัทร อัมพันธ์สุขโข บธ.ม.(บริหารธุรกิจ) บธ.บ.(การตลาด)	4.นางชญัญภัทร อัมพันธ์สุขโข บธ.ม.(บริหารธุรกิจ) บธ.บ.(การตลาด)	ประชุมครั้งที่ 8/2562 วันที่ 7 ตุลาคม 2562
5.นางสาวบุษรินทร์ คูนิอาจ บธ.ม.(บริหารธุรกิจ) บธ.บ.(การตลาด)	5.นางสาวบุษรินทร์ คูนิอาจ บธ.ม.(บริหารธุรกิจ) บธ.บ.(การตลาด)	ประชุมครั้งที่ 183- 11/2562 วันที่ 26 ธันวาคม 2562

หมายเหตุ:

- 1) อาจารย์ประจำหลักสูตร ไม่จำกัดจำนวน ชั่วได้
- 2) อาจารย์ประจำหลักสูตร ต้องมีวุฒิการศึกษาปริญญาโทหรือเทียบเท่า หรือ ผศ.
 - เฉพาะหลักสูตรร่วมผลิต กลุ่มวิชาชีพ/ปฏิบัติการ อนุโลมให้บุคลากรของสถาบันร่วมผลิตที่มีวุฒิปริญญาตรีแต่ต้องมีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 6 ปี
- 3) อาจารย์ประจำหลักสูตรต้องมีผลงานทางวิชาการในรอบ 5 ปีย้อนหลัง 1 รายการ
 - เฉพาะหลักสูตรร่วมผลิต กลุ่มวิชาชีพ/ปฏิบัติการ ใช้ประสบการณ์ได้ สำหรับบุคลากรของสถาบันร่วมผลิต



อาจารย์ผู้สอนเป็นอาจารย์ประจำภายในสถาบันที่มีคุณวุฒิในสาขาวิชานั้นหรือสาขาวิชาที่สัมพันธ์กันหรือในสาขาวิชาของรายวิชาที่สอน(รายละเอียดดังภาคผนวกตารางที่ 1.1-3)

ชื่อ-นามสกุล	คุณวุฒิ	ตำแหน่งทางวิชาการ	รายวิชาที่สอน
คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด			
1.ผศ.วัลลภา พัฒนา	Ph.D.(Marketing)	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	-การจัดการช่องทางการตลาด -การจัดการผลิตภัณฑ์ราคา -การวิจัยการตลาด -หลักการตลาด
2.ผศ.ยุพภรณ์ อุไรรัตน์	ปร.ด.(บริหารธุรกิจ)	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	-การจัดการการตลาด -การจัดการช่องทางการตลาด -หลักการตลาด -การจัดการผลิตภัณฑ์ราคา
3.ผศ.อันธิกา ทิพย์จำนง	บธ.ม.(การตลาด)	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	-การตลาดระหว่างประเทศ -กลยุทธ์การตลาด -หลักการตลาด
4.ผศ.ชัยญภัทร อัมพันสุขโข	บธ.ม.(บริหารธุรกิจ)	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	-การจัดการขาย -พฤติกรรมผู้บริโภค -หลักการตลาด
5.ผศ.สุทธยา สมสุข	บธ.ม.(การตลาด)	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	-การตลาดดิจิทัล -การจัดการตราสินค้า -การตลาดธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยว -หลักการตลาด
6.ผศ.พิเชษฐ เกิดใหม่	ปร.ด. (บริหารธุรกิจ)	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	-ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจ -การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ -หลักการตลาด
7.ผศ.ปรีชญา ชุมศรี	ปร.ด. (บริหารธุรกิจ)	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	-การจัดการลูกค้าสัมพันธ์



			-การจัดการการค้าปลีก -การวิจัยการตลาด -การตลาดกิจกรรม
8.ผศ.สุริยา นิตยมี	บธ.ม.(บริหารธุรกิจ)	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	-การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ -การศึกษาความเป็นไปได้เพื่องานทางการตลาด
9. ผศ.ธันยาภรณ์ คำจตุ	บธ.ม.(บริหารธุรกิจ)	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	-โครงการทางการตลาด -การเตรียมความพร้อมการฝึกประสบการณ์วิชาชีพและสหกิจศึกษา -การจัดการการค้าปลีก -หลักการตลาด
10.นางสาวบุษรินทร์ คูนิอาจ	บธ.ม.(บริหารธุรกิจ)		-สัมมนาการตลาด -การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมและสังคม -หลักการตลาด
11.ผศ.ปรีศนีย์ กายพันธ์	บช.ม.(การบัญชี)	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	หลักการบัญชี
12.นางชิตชนก หมาดหมาน	บช.ม.(การบัญชี)		หลักการบัญชี
13.นางสาวรักธิภา เอี่ยมวิจารณ์	บช.ม.(การบัญชี)		หลักการบัญชี
14.นายณัฐวุฒิ จันทร์ศรีบุตร	นม.(นิติศาสตร์)		กฎหมายธุรกิจและภาษีอากร
15.			หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค
16.นางสุภาพร ทองราช			การเงินธุรกิจ
17.			เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อธุรกิจ
18.			หลักเศรษฐศาสตร์มหภาค
19.			ภาษาอังกฤษทางธุรกิจ 1
20.			ภาษาอังกฤษทางธุรกิจ 2
21.			การสร้างธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ



22.			ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร
23. ดร.กิตติมา ตันติหาชัย	Teaching English to Speakers of Other Languages (TESOL)	อาจารย์	ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน
24. อ.สุภิตา กาทสินธุ์	ศศ.ม. (การสอนภาษาอังกฤษเป็นภาษานานาชาติ)	อาจารย์จ้างสอนรายชั่วโมง	ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน
25. อ.ศศิธร สุวรรณปัทมะ	ศศ.ม.(ภาษาศาสตร์ประยุกต์)	อาจารย์	ภาษาอังกฤษเพื่อการทำงาน
26. ผศ.บุญฤทธิ์ โอมณี	Ph.D. (Sociolinguistics)	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ภาษาอังกฤษเพื่อการทำงาน
27. ผศ.จุฑาภรณ์ ภารพบ	ศศ.ม.(ภาษาศาสตร์ประยุกต์)	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ภาษาอังกฤษเพื่อการทำงาน
28.อ.ณัฐธนา บุญทอง	Ph.D. (Sociolinguistics)	อาจารย์	ภาษาอังกฤษเพื่อการทำงาน
29. อ.พัลลภา คทาบุตร	Ph.D. (Education and Communication)	อาจารย์	ทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ
30. นางวิไลลักษณ์ เกตุแก้ว	กศ.ม (เทคโนโลยีการศึกษา)	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	จิตวิทยาทั่วไป
31. นางสาวอำไพ หมั่นสิทธิ์	ปร.ด. (สังคมวิทยา)	อาจารย์	พลเมืองกับจิตสำนึกต่อสังคม
32. นายไพจิตร พันธุ์ทอง	คศ.ม. (ไทยคดีศึกษา)	อาจารย์	พลเมืองกับจิตสำนึกต่อสังคม
33. นางสาวสมิทธา ศิริศรี	วท.ม. (คณิตศาสตร์ประยุกต์และวิทยาการคำนวณ)	อาจารย์	คณิตศาสตร์สำหรับธุรกิจ
34.นายสืบสกุล ใจสมุทร	ปร.ด. (วิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา)	อาจารย์	กีฬาลีลาศ



อาจารย์ผู้สอน เป็นอาจารย์พิเศษนอกสถาบันที่มีคุณวุฒิในสาขาวิชานั้นหรือสาขาวิชาที่สัมพันธ์กันหรือในสาขาวิชาของรายวิชาที่สอน(ผู้สอนที่ไม่ใช่อาจารย์ประจำ)(รายละเอียดดังภาคผนวกตารางที่ 1.1-4)

ชื่อ-นามสกุล	คุณวุฒิ	ตำแหน่งทางวิชาการ	รายวิชาที่สอน
มหาวิทยาลัย.....คณะ.....			
1.นางสาว	ระบุอักษรย่อและสาขาวิชาที่สำเร็จ ในปริญญาสูงสุดเท่านั้น	ระบุ ผู้ช่วยศาสตราจารย์/ รองศาสตราจารย์/ ศาสตราจารย์/ อาจารย์	
2.ผศ			
3.			
4.			
5.			
6.			
7.			
8.			
9.			
10.			
มหาวิทยาลัย.....คณะ.....			
11.			
12.			
13.			
14.			
15.			



สถานที่จัดการเรียนการสอนคณะ.....มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
วิทยาเขต.....จังหวัด.....(พื้นที่สงขลาไม่มีวิทยาเขต)

การกำกับให้เป็นไปตามมาตรฐานหลักสูตร(ตัวบ่งชี้ 1.1)เกณฑ์ 5 ข้อ

เกณฑ์การประเมิน		ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ ตารางอ้างอิง
1	<p>จำนวนอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร <u>ประเภทวิชาการ</u> -ไม่น้อยกว่า 5 คน และ -เป็นอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรเกินกว่า 1 หลักสูตรไม่ได้ และ -ประจำหลักสูตรตลอดระยะเวลาที่จัดการศึกษาตามหลักสูตรนั้น</p>	<p>ในปีการศึกษา 2563 มีอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรจำนวน 5 คน และทั้ง 5 ไม่เป็นอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรเกินกว่า 1 หลักสูตร และประจำหลักสูตรตลอดระยะเวลาที่จัดการศึกษานี้</p>	<p>- มคอ.2 - ตารางที่</p>
2	<p>คุณสมบัติอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร <u>ประเภทวิชาการ</u> -คุณวุฒิระดับปริญญาโทหรือเทียบเท่าหรือดำรงตำแหน่งทางวิชาการไม่ต่ำกว่าผู้ช่วยศาสตราจารย์ในสาขาที่ตรงหรือสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่เปิดสอน -มีผลงานทางวิชาการอย่างน้อย 1 รายการในรอบ 5 ปีย้อนหลัง <u>ประเภทวิชาชีพ/ปฏิบัติการ</u> -คุณวุฒิระดับปริญญาโทหรือเทียบเท่าหรือดำรงตำแหน่งทางวิชาการไม่ต่ำกว่าผู้ช่วยศาสตราจารย์ในสาขาที่ตรงหรือสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่เปิดสอน -มีผลงานทางวิชาการอย่างน้อย 1</p>	<p><u>ประเภทวิชาการ</u> - อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรมีคุณวุฒิระดับปริญญาโทจำนวน 3 คน และมีคุณวุฒิระดับปริญญาเอกจำนวน 2 คน - อาจารย์ประจำหลักสูตรดำรงตำแหน่งทางผู้ช่วยศาสตราจารย์จำนวน 4 คนในสาขาที่ตรงและสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่เปิดสอน - อาจารย์ประจำหลักสูตรทุกคนมีผลงานทางวิชาการอย่างน้อย 1 รายการในรอบ 5 ปีย้อนหลัง</p>	<p>- มคอ.2 - เอกสารงานวิจัยย้อนหลัง 5 ปี (งานวิจัยฝ่ายวิชาการ คณะบริหารธุรกิจ) - ตาราง</p>



	เกณฑ์การประเมิน	ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ ตารางอ้างอิง
	<p>รายการในรอบ 5 ปีย้อนหลัง</p> <p>-อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร จำนวน 2 ใน 5 คน ต้องมี ประสบการณ์ในด้านการปฏิบัติการ</p>		
3	<p>คุณสมบัติอาจารย์ประจำหลักสูตร <u>ประเภทวิชาการ</u></p> <p>-คุณวุฒิระดับปริญญาโทหรือ เทียบเท่าหรือดำรงตำแหน่งทาง วิชาการไม่ต่ำกว่าผู้ช่วยศาสตราจารย์ ในสาขาที่ตรงหรือสัมพันธ์กับ สาขาวิชาที่เปิดสอน</p> <p>-มีผลงานทางวิชาการอย่างน้อย 1 รายการในรอบ 5 ปีย้อนหลัง</p> <p>-ไม่จำกัดจำนวนและประจำได้ มากกว่าหนึ่งหลักสูตร</p>	<p>- อาจารย์ประจำหลักสูตรรับผิดชอบ หลักสูตรมีคุณวุฒิระดับปริญญาโท จำนวน 3 คน และมีคุณวุฒิระดับ ปริญญาเอกจำนวน 2 คน ดำรงตำแหน่งทางผู้ช่วยศาสตราจารย์ จำนวน 4 คนในสาขาที่ตรงและสัมพันธ์ กับสาขาวิชาที่เปิดสอน</p> <p>- อาจารย์ประจำหลักสูตรทุกคนมี ผลงานทางวิชาการอย่างน้อย 1 รายการ ในรอบ 5 ปีย้อนหลัง</p> <p>- อาจารย์ประจำหลักสูตรทุกคนเป็น อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจ บัณฑิต สาขาวิชาการตลาดเพียงหนึ่ง หลักสูตรเท่านั้น</p>	<p>- มคอ.2</p> <p>- เอกสารงานวิจัย ย้อนหลัง 5 ปี (งานวิจัยฝ่าย วิชาการ คณะ บริหารธุรกิจ)</p> <p>- ตาราง</p>
4	<p>คุณสมบัติอาจารย์ผู้สอน <u>ประเภทวิชาการ</u></p> <p><u>-อาจารย์ประจำ</u></p> <p>-คุณวุฒิระดับปริญญาโทหรือ เทียบเท่าหรือดำรงตำแหน่งทาง วิชาการไม่ต่ำกว่าผู้ช่วยศาสตราจารย์</p>	<p><u>อาจารย์ประจำ</u></p> <p>หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขา การตลาดมีอาจารย์ประจำ จำนวน 10 คน โดยอาจารย์ประจำมีคุณวุฒิระดับ ปริญญาเอกจำนวน 4 คน และมีคุณวุฒิ ระดับปริญญาโทจำนวน 6 คน ดำรง</p>	<p>ตาราง</p>



เกณฑ์การประเมิน	ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ ตารางอ้างอิง
<p>ในสาขาวิชานั้นหรือสาขาวิชาที่สัมพันธ์กันหรือสาขาวิชาของรายวิชาที่สอน</p> <p>-หากเป็นอาจารย์ผู้สอนก่อนเกณฑ์นี้ ประกาศใช้คุณวุฒิระดับปริญญาตรีได้</p> <p><u>-อาจารย์พิเศษ</u></p> <p>-คุณวุฒิระดับปริญญาโทหรือคุณวุฒิปริญญาตรีหรือเทียบเท่าและ</p> <p>-มีประสบการณ์ทำงานที่เกี่ยวข้องกับวิชาที่สอนไม่น้อยกว่า 6 ปี</p> <p>-ทั้งนี้ชั่วโมงสอนไม่เกินร้อยละ 50 ของรายวิชา โดยมีอาจารย์ประจำเป็นผู้รับผิดชอบรายวิชานั้น</p>	<p>ตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์จำนวน 9 คนในสาขาวิชาการตลาดและสาขาวิชาที่สัมพันธ์</p> <p>ในปีการศึกษา 2563 หลักสูตรบริหารธุรกิจสาขาวิชาการตลาดไม่มีอาจารย์พิเศษ</p>	
<p>10 การปรับปรุงหลักสูตรตามรอบระยะเวลาที่กำหนด</p> <p><u>ประเภทวิชาการ</u></p> <p>-ต้องไม่เกิน 5 ปี ตามรอบระยะเวลาของหลักสูตรหรืออย่างน้อยทุก ๆ 5 ปี</p>	<p>1) มีการปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560) เริ่มดำเนินการใช้หลักสูตรในภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2560 สภาวิชาการให้ความเห็นชอบหลักสูตรในคราวประชุมครั้งที่ 19/2559 วันที่ 4 กรกฎาคม 2559 และสภามหาวิทยาลัยให้ความเห็นชอบหลักสูตรในคราวประชุมครั้งที่ 144-9/2559</p> <p>2) ทำการปรับปรุงหลักสูตรย่อย โดยการปรับปรุงในแต่ละรายวิชาเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน โดยทำการปรับปรุงทุกๆ ปีการศึกษา</p>	<p>- มคอ.2</p> <p>- มคอ.3</p>



สรุปผลการประเมินตนเอง องค์กรประกอบที่ 1 : การกำกับมาตรฐาน

(แสดงเครื่องหมาย ให้ตรงกับผลการประเมินข้างต้น)

ตัวบ่งชี้	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	ผลการประเมิน
1.1	ผ่าน	<input checked="" type="checkbox"/> ผ่าน <input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน	<input checked="" type="checkbox"/> หลักสูตรได้มาตรฐาน <input type="checkbox"/> หลักสูตรไม่ได้มาตรฐาน



องค์ประกอบที่ 2: ผลการดำเนินงานตามเกณฑ์ AUN-QA

เกณฑ์คุณภาพที่ 1 ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง(Expected Learning Outcomes)

1.1. The programme to show that the expected learning outcomes are appropriately formulated in accordance with an established learning taxonomy, are aligned to the vision and mission of the university, and are known to all stakeholders.

1.2. The programme to show that the expected learning outcomes for all courses are appropriately formulated and are aligned to the expected learning outcomes of the programme.

1.3. The programme to show that the expected learning outcomes consist of both generic outcomes (related to written and oral communication, problemsolving, information technology, teambuilding skills, etc) and subject specific outcomes (related to knowledge and skills of the study discipline).

1.4. The programme to show that the requirements of the stakeholders, especially the external stakeholders, are gathered, and that these are reflected in the expected learning outcomes.

1.5. The programme to show that the expected learning outcomes are achieved by the students by the time they graduate.

ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ตารางอ้างอิง
<p>➤ 1.1 การกำหนดผลการเรียนรู้ที่คาดหวังได้รับการจัดทำขึ้นอย่างเหมาะสมตามหลักผลการเรียนรู้ (learning taxonomy) โดยผลการเรียนรู้ที่กำหนดขึ้นสอดคล้องกับวิสัยทัศน์และพันธกิจของมหาวิทยาลัยและมีการสื่อสารไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด</p> <p>หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ได้ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการบุคลากรด้านการตลาดที่สามารถทำงานอย่างมืออาชีพ มีคุณธรรม จริยธรรม รวมถึงการใช้เครื่องมือทางการตลาดและเทคโนโลยีสารสนเทศในการพัฒนางานได้อย่างสร้างสรรค์ โดยผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง ของหลักสูตรนั้นได้ถูกจัดขึ้นโดยการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการจากผู้มีส่วนได้เสีย ได้แก่ ผู้ประกอบการ ศิษย์เก่า ศิษย์ปัจจุบัน อาจารย์ และปรัชญา วิสัยทัศน์ และพันธกิจของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย และคณะบริหารธุรกิจเป็นต้น ซึ่งในส่วนของมหาวิทยาลัยนั้น ได้มีการกำหนด</p>	<p>ตารางที่ 1.1</p>



ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ตารางอ้างอิง
<p>ปรัชญา วิสัยทัศน์ และพันธกิจ ไว้ดังนี้</p> <p>ปรัชญาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย คือ มีอาชีพ ด้านนวัตกรรม เพื่อพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน</p> <p>วิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย คือ มหาวิทยาลัยแห่ง“นวัตกรรม” เพื่อการพัฒนาภูมิภาคอย่างมั่นคง</p> <p>พันธกิจของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มีดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ผลิตรกำลังคนเฉพาะทางที่มีคุณภาพ ตอบสนองอุตสาหกรรม เป้าหมายของประเทศ 2. สร้างงานวิจัย สิ่งประดิษฐ์ และนวัตกรรม ส่งการนำไปใช้ประโยชน์ ต่อสังคมหรือสร้างมูลค่าเชิงพาณิชย์ 3. ให้บริการวิชาการแก่สังคมด้วยนวัตกรรมสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน 4. สืบทอดศิลปวัฒนธรรมบนแนวทางวัฒนธรรมสร้างสรรค์ <p>ในส่วนของคณะกรรมการธุรกิจ ได้มีการกำหนดปรัชญา วิสัยทัศน์ และ พันธกิจ ไว้ดังนี้</p> <p>ปรัชญาของคณะกรรมการธุรกิจ คือ มีอาชีพด้านบริหารจัดการด้วย นวัตกรรมเพื่อพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน</p> <p>วิสัยทัศน์ของคณะกรรมการธุรกิจ คือ องค์กรแห่งนวัตกรรมด้านบริหาร จัดการเพื่อการพัฒนาภูมิภาคอย่างมั่นคง</p> <p>พันธกิจของคณะกรรมการธุรกิจ มีดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ผลิตรกำลังคนด้านบริหารจัดการที่มีคุณภาพ ตอบสนอง อุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ 2. สร้างงานวิจัยและนวัตกรรมด้านบริหารจัดการ เพื่อนำไปสู่การใช้ ประโยชน์ต่อสังคมหรือสร้างมูลค่าเชิงพาณิชย์ 3. ให้บริการวิชาการแก่สังคมด้วยนวัตกรรมด้านบริหารจัดการสู่การ พัฒนาอย่างยั่งยืน 4. สืบสานศิลปวัฒนธรรมและสร้างวิสาหกิจวัฒนธรรมอย่าง สร้างสรรค์ <p>จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลนี้ คณะกรรมการบริหารหลักสูตรฯ ได้มี การกำหนดและเผยแพร่ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง (Expected Learning Outcome) ให้ผู้มีส่วนได้เสียรับทราบผ่านทางเล่มหลักสูตร เว็บไซต์คณะ โดย</p>	



ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ตารางอ้างอิง
<p>หลักสูตรสาขาวิชาการตลาดได้กำหนดผลการเรียนรู้ที่คาดหวังดังต่อไปนี้</p> <p>PLO1 มีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพ มีความซื่อสัตย์ สุจริต ใช้ชีวิตได้อย่างสร้างสรรค์ในสังคม และมีพฤติกรรมจิตสาธารณะ</p> <p>PLO2 สามารถใช้แนวคิด หลักการ ทฤษฎีเกี่ยวกับธุรกิจและการตลาดมาประยุกต์ใช้ในอาชีพ รวมถึงสามารถรับรู้และเข้าใจ ความเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจและการตลาดได้ทันสถานการณ์</p> <p>PLO3 ใช้หลักแนวคิดและเครื่องมือทางการตลาด มาประยุกต์ใช้แก้ปัญหาทางธุรกิจและงานด้านการตลาด รวมถึงสามารถตัดสินใจได้อย่างถูกต้องเหมาะสมอย่างมืออาชีพ</p> <p>PLO 4 ปฏิบัติงานภายใต้สภาพแวดล้อมการทำงานแบบพหุวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ สามารถใช้ทักษะด้านการสื่อสารระดับสากล มีภาวะผู้นำและผู้ตามที่ดีในการทำงานให้สำเร็จและพัฒนาตนเองด้านวิชาการ และวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง</p> <p>PLO 5 สามารถเลือกและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับกิจกรรมทางการตลาด</p> <p>ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง (Expected Learning Outcome: ELO) สอดคล้องกับปรัชญาของหลักสูตร ที่ว่า “ผลิตบัณฑิตด้านการตลาด มืออาชีพ ที่มีคุณธรรมและความคิดสร้างสรรค์ มีความรู้ด้านการตลาด และด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย สามารถสื่อสารและปฏิบัติงานได้ในระดับสากล”</p> <p>จาก PLO ดังกล่าว สามารถเห็นได้อย่างชัดเจนว่า หลักสูตรบริหารธุรกิจ บัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มีผลการเรียนรู้ที่คาดหวังที่ชัดเจน สามารถวัดได้ โดยนักศึกษา มีความรู้ในการแก้ปัญหาที่ซับซ้อน สื่อสาร และทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ อีกทั้งยังมีจริยธรรม ซึ่งสอดคล้องกับ วิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัย</p>	
<p>➤ 1.2. หลักสูตรแสดงผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง โดยถูกออกแบบมาและได้รับการจัดรูปแบบอย่างเหมาะสมต่อผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง และสอดคล้องกับผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร</p> <p>หลักสูตรมีการประชุมอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน กำหนดอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาให้สอดคล้องกับความเชี่ยวชาญของแต่ละ</p>	มคอ.3



ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ตารางอ้างอิง
<p>รายบุคคล ตามมาตรฐานการเรียนรู้ที่กำหนดไว้ในหลักสูตรที่แสดงในแผนที่การกระจายความรับผิดชอบผลการเรียนรู้สู่รายวิชา (Curriculum Mapping) จากนั้นนำมากำหนดกระบวนการเรียนการสอนให้มีความสอดคล้องกับการบรรลุผลสำเร็จตามผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง PLOs (ตามรายละเอียดในตารางที่ 1.1)</p>	
<p>➤ 1.3. ผลการเรียนรู้ที่คาดหวังประกอบด้วยทั้งผลลัพธ์การเรียนรู้ทั่วไป (ที่เกี่ยวข้องกับสื่อสารต่างๆ ทั้ง การเขียน การพูด การแก้ไขปัญหาเทคโนโลยีสารสนเทศทักษะการทำงานเป็นทีม ฯลฯ) และผลลัพธ์การเรียนรู้เฉพาะทาง (ที่เกี่ยวข้องกับความรู้และทักษะของสาขาวิชา)</p> <p>หลักสูตรสาขาวิชาการตลาดมีการกำหนดผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง PLOs ซึ่งมีความครอบคลุมทั้งผลการเรียนรู้ทั่วไปและผลการเรียนรู้เฉพาะทั้งนี้หลักสูตรสาขาวิชาการตลาดได้จัดการเรียนการสอนให้ผู้เรียนมีองค์ความรู้เฉพาะด้านวิชาชีพทางการตลาดในเชิงลึก</p>	
<p>➤ 1.4. มีการรวบรวมข้อกำหนดหรือความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียครบถ้วน โดยเฉพาะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกและสะท้อนให้เห็นในผลการเรียนรู้ที่คาดหวังตามความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย</p> <p>หลักสูตรสาขาวิชาการตลาดมีการรวบรวมข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประกอบด้วย ผู้ใช้บัณฑิต ศิษย์เก่า นักศึกษาปัจจุบัน คณาจารย์ เป็นประจำทุกปีเพื่อใช้ในการปรับปรุงการเรียนการสอนและพัฒนารายวิชาให้มีความสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและตอบสนองความต้องการของบัณฑิตและผู้ใช้บัณฑิต</p>	
<p>➤ 1.5. ผลการเรียนรู้ที่คาดหวังจะสามารถบรรลุผลกับผู้เรียนเมื่อสำเร็จการศึกษา</p> <p>หลักสูตรสาขาวิชาการตลาดมีกระบวนการเรียนการสอนที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนบรรลุผลการเรียนรู้ที่คาดหวังโดยกำหนดให้นักศึกษาแต่ละชั้นปี เมื่อผ่านการศึกษาในแต่ละชั้นปีจะมีคุณลักษณะตามหลักสูตรกำหนด ทั้งนี้มีกระบวนการจัดการเรียนรู้ โดยใช้กลยุทธ์หลากหลาย เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญในรูปแบบ Active Learning รวมถึงวิธีการสอนรูปแบบอื่น ๆ ที่เหมาะสมในแต่ละรายวิชา และมีการประเมินการเรียนการสอนตามกลยุทธ์ที่ใช้ในการจัดการเรียนรู้ เมื่อสิ้นสุดภาคการศึกษาได้มีการทบทวนผลสัมฤทธิ์การประเมินผลในแต่ละ</p>	



ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ตารางอ้างอิง
ละรายให้ให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่หลักสูตรกำหนด	



ผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร (PLOs)	ประเภทผลการเรียนรู้		Bloom's Taxonomy	TQF
	Generic	Specific		
PLO1 มีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพ มีความซื่อสัตย์ สุจริต ใช้ชีวิตได้อย่างสร้างสรรค์ในสังคม และมีพฤติกรรมจิตสาธารณะ				
1A มีคุณลักษณะด้านคุณธรรม จริยธรรม มีระเบียบวินัย ปฏิบัติตาม กฎ ระเบียบ และซื่อสัตย์สุจริต	✓		R,U	1.1, 1.2
1B ปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงจรรยาบรรณได้อย่างสร้างสรรค์ และมีพฤติกรรมจิตสาธารณะ	✓		AP	1.3, 1.4
PLO2 สามารถใช้แนวคิด หลักการ ทฤษฎีเกี่ยวกับธุรกิจและการตลาดมาประยุกต์ใช้ในอาชีพ รวมถึงสามารถรับรู้และเข้าใจ ความเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจและการตลาดได้ทันสถานการณ์				
2A ประยุกต์องค์ความรู้ด้านธุรกิจและการตลาดได้อย่างเหมาะสม กับการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง		✓	AP	2.1, 2.2
2B พยากรณ์ความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและสังคมที่มีความเกี่ยวข้องด้านธุรกิจและการตลาด		✓	AN,EV	2.3, 2.4
PLO3 ใช้หลักแนวคิดและเครื่องมือทางการตลาด มาประยุกต์ใช้แก้ปัญหาทางธุรกิจและงานด้านการตลาด รวมถึงสามารถตัดสินใจได้อย่างถูกต้องเหมาะสมอย่างมืออาชีพ				
3A วิเคราะห์และประยุกต์ใช้ข้อมูลทางการตลาดได้สอดคล้องกับปัญหาการตลาดในแต่ละสถานการณ์ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม		✓	AP,AN	3.1
3B สร้างเครื่องมือทางการตลาด หรือนวัตกรรมทางการตลาด เพื่อใช้แก้ปัญหาทางด้านการตลาดที่สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างมืออาชีพ		✓	EV,C	3.2, 3.3
PLO 4 ปฏิบัติงานภายใต้สภาพแวดล้อมการทำงานแบบพหุวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ สามารถใช้ทักษะด้านการสื่อสารระดับสากล				



มีภาวะผู้นำและผู้ตามที่ดีในการทำงานให้สำเร็จและพัฒนาตนเองด้านวิชาการและวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง				
4A สามารถปฏิบัติงานภายใต้พหุวัฒนธรรมได้อย่างสร้างสรรค์และปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสม	✓		AP	4.1, 4.2
4B แสดงออกถึงภาวะผู้นำหรือผู้ตามและสามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพและพัฒนาตนเองได้อย่างต่อเนื่อง	✓		AP	4.3, 4.4
PLO 5 สามารถเลือกและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับกิจกรรมทางการตลาด				
5A ใช้เทคโนโลยีเพื่อการสืบค้น การประมวลผล วิเคราะห์ ในงานการตลาด		✓	AN, EV	5.1
5B ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อออกแบบกิจกรรมทางการตลาด		✓	C	5.2, 5.3

R = Remember, U= Understand, AP = Apply, AN = Analyze, EV = Evaluate, C = Create



ตารางที่ 1.2

กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (TQF) ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง (PLOs)	ผลการเรียนรู้ที่คาดหวังข้อที่																	
	คุณธรรม จริยธรรม				ความรู้				ทักษะทางปัญญา			ทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและความ รับผิดชอบ				ทักษะการวิเคราะห์เชิง ตัวเลข การสื่อสาร และ การใช้เทคโนโลยี		
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3
1A มีคุณลักษณะด้านคุณธรรม จริยธรรม มีระเบียบวินัย ปฏิบัติตาม กฎ ระเบียบ และข้อสั่งสุจริต	●	●																
1B ปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงจรรยาบรรณได้อย่างสร้างสรรค์ และมี พฤติกรรมจิตสาธารณะ			●	●					●	○	○							
2A ประยุกต์องค์ความรู้ด้านธุรกิจและการตลาดได้อย่างเหมาะสมกับ ความการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง					●	●			●	○	○				●	○		
2B พยากรณ์ความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและสังคมที่ มีความเกี่ยวข้องด้านธุรกิจและการตลาด							●	●		●	○			○		●		○
3A วิเคราะห์และประยุกต์ใช้ข้อมูลทางการตลาดได้สอดคล้องกับปัญหา การตลาดในแต่ละสถานการณ์ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม					○	●		○	●	○	●	○				●		●
3B สร้างเครื่องมือทางการตลาด หรือนวัตกรรมทางการตลาด เพื่อใช้ แก้ปัญหาทางด้านการตลาดที่สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง อย่างมีอาชีพ					○	●	○	●		●	●	○		●	○	●	○	●



ตารางที่ 1.3

รายวิชา	PLO 1		PLO 2		PLO 3		PLO 4		PLO 5	
	1A	1B	2A	2B	3A	3B	4A	4B	5A	5B
กลุ่มวิชาชีพพื้นฐาน										
หลักการบัญชี	●	○	●	○	○	●	●	○	●	●
หลักการตลาด*	●	○	●		●	●	●	○	●	○
สถิติธุรกิจ	●	○	●		●		●	○	●	○
กฎหมายธุรกิจและภาษีอากร	●	○	●			●	●			●
หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค	●		●		●	○			●	
หลักเศรษฐศาสตร์มหภาค	●		●		●	○	●		●	
องค์การและการจัดการ	●	○	●	○	●		●			●
ภาษาอังกฤษทางธุรกิจ 1	●	○	●	○	●		●			●
ภาษาอังกฤษทางธุรกิจ 2	●	○	●	○	●		●			●
การสร้างธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ	●	○	●		●		●			●
การเงินธุรกิจ	●	○	●		●		●			
เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อธุรกิจ	●	○	●	○		●	○	●	●	●
พฤติกรรมผู้บริโภค	●		●			●	○		○	○
การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา	●	○	●		○	●	○		○	○



รายวิชา	PLO 1		PLO 2		PLO 3		PLO 4		PLO 5	
	1A	1B	2A	2B	3A	3B	4A	4B	5A	5B
การจัดการช่องทางการตลาด	●	●	●			●	○		○	○
ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจ	●	○	●		●	●	●	○	●	●
การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	●	○	●		●	○	●	○	○	●
การจัดการการตลาด	●	○	●	○	●	●	○		○	○
กลยุทธ์การตลาด	●		●		●		●			●
การตลาดดิจิทัล	●		●			●	●	○	○	●
สัมมนาการตลาด	●		●		●	●	●			●
การตลาดระหว่างประเทศ	●		●		●		○			○
การวิจัยการตลาด	●		○	●		●		●		●
การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด	●	○	●		●	●	●		●	○
การศึกษาคำเป็นไปได้เพื่อโครงการทางการตลาด	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●
การเตรียมความพร้อมการฝึกประสบการณ์วิชาชีพและสหกิจศึกษา	●		●		●		●		●	●
โครงการทางการตลาด	●	○	●	○	●	●	●	○	○	●
การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●
สหกิจศึกษาทางการตลาด	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●



รายวิชา	PLO 1		PLO 2		PLO 3		PLO 4		PLO 5	
	1A	1B	2A	2B	3A	3B	4A	4B	5A	5B
กลุ่มวิชาชีพพื้นฐาน										
หลักการบัญชี	R,U	AP	AP	AN,EV	AP,AN	EV/C	-	-	-	-
หลักการตลาด*	R,U	AP	AP	AN,EV	AP,AN	EV/C	AP	AP	AN/EV	C
สถิติธุรกิจ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
กฎหมายธุรกิจและภาษีอากร	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
หลักเศรษฐศาสตร์มหภาค	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
องค์การและการจัดการ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ภาษาอังกฤษทางธุรกิจ 1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ภาษาอังกฤษทางธุรกิจ 2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
การสร้างธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
การเงินธุรกิจ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อธุรกิจ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-



รายวิชา	PLO 1		PLO 2		PLO 3		PLO 4		PLO 5	
	1A	1B	2A	2B	3A	3B	4A	4B	5A	5B
กลุ่มวิชาชีพบังคับ										
พฤติกรรมผู้บริโภค	R,U	-	AP	-	-	EV/C	AP	-	AN/EV	C
การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา	R,U	AP	AP	-	AP,AN	EV/C	AP	-	AN/EV	C
การจัดการช่องทางการตลาด	R,U	AP	AP	-	-	EV/C	AP	-	AN/EV	C
ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจ	R,U	AP	AP	AN,EV	AP,AN	EV/C	AP	AP	AN/EV	C
การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	R,U	AP	AP	-	AP,AN	EV/C	AP	AP	AN/EV	C
การจัดการการตลาด	R,U	AP	AP	AN,EV	AP,AN	EV/C	AP	-	AN/EV	C
กลยุทธ์การตลาด	R,U	-	AP	-	AP,AN	-	AP	-	-	C
การตลาดดิจิทัล	R,U	-	AP	-	AP,AN	EV/C	AP	AP	AN/EV	C
สัมมนาการตลาด	R,U	-	AP	-	AP,AN	EV/C	AP	-	-	C
การตลาดระหว่างประเทศ	R,U	AP	AP	AP	AP,AN	-	AP	-	-	C
การวิจัยการตลาด	R,U	AP	AP	AN,EV	-	EV/C	-	AP	-	C
การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด	R,U	AP	AP	-	AP,AN	EV/C	AP	-	AN/EV	C
การศึกษาคำเป็นไปได้เพื่อโครงการทางการตลาด	R,U	AP	AP	AN,EV	AP,AN	EV/C	AP	AP	AN/EV	C



รายวิชา	PLO 1		PLO 2		PLO 3		PLO 4		PLO 5	
	1A	1B	2A	2B	3A	3B	4A	4B	5A	5B
การเตรียมความพร้อมการฝึกประสบการณ์ วิชาชีพและสหกิจศึกษา	R,U	-	AP	-	AP,AN	EV/C	AP	-	AN/EV	C
โครงการทางการตลาด	R,U	AP	AP	AN,EV	AP,AN	EV/C	AP	AP	AN/EV	C
การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C
สหกิจศึกษาทางการตลาด	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C

R = Remember, U= Understand, AP = Apply, AN = Analyze, EV = Evaluate, C = Create



เป้าหมายของปีนี้ :ระดับ...3.... ผลการประเมินตนเองครั้งนี้ : ระดับ..2...

ผลการดำเนินงาน บรรลุเป้าหมาย ไม่บรรลุเป้าหมาย

หมายเหตุระบุเป้าหมายและผลการประเมินตนเองตาม Rating Scale 7 ระดับ ดังนี้

ระดับ 1 คุณภาพไม่เพียงพออย่างชัดเจน

ไม่ปรากฏผลการดำเนินการ ไม่มีเอกสาร ไม่มีแผน หรือไม่มีหลักฐานที่สนับสนุนการดำเนินงาน คุณภาพไม่เพียงพออย่างชัดเจน จำเป็นต้องปรับปรุง แก้ไข หรือพัฒนาอย่างเร่งด่วน

ระดับ 2 คุณภาพไม่เพียงพอ จำเป็นต้องมีการปรับปรุง

มีการวางแผนแต่ยังไม่ได้เริ่มดำเนินการ เนื่องจากมีข้อมูล เอกสารและหลักฐานไม่เพียงพอในการดำเนินการ จึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุง แก้ไขหรือพัฒนา

ระดับ 3 คุณภาพไม่เพียงพอ แต่การปรับปรุง แก้ไข หรือพัฒนาเพียงเล็กน้อยสามารถทำให้มีคุณภาพเพียงพอได้

มีเอกสารแต่ยังไม่เชื่อมโยงต่อการปฏิบัติ หรือมีการดำเนินการตามเกณฑ์ประกันคุณภาพ พบแนวทางการพัฒนาบ้าง มีหลักฐาน เอกสารบ้าง แต่ขาดความชัดเจน ผลการดำเนินงานยังไม่สมบูรณ์ในบางผลลัพธ์

ระดับ 4 มีคุณภาพของการดำเนินการของหลักสูตรตามเกณฑ์

มีเอกสารและหลักฐานการดำเนินการตามเกณฑ์ ผลลัพธ์เกิดขึ้นตามที่คาดหวัง

ระดับ 5 มีคุณภาพของการดำเนินการของหลักสูตรดีกว่าเกณฑ์

มีเอกสารและหลักฐานชัดเจนที่แสดงถึงการดำเนินการที่มีประสิทธิภาพดีกว่า เกณฑ์ส่งผลให้เกิดผลดีในการพัฒนาระบบ

ระดับ 6 เป็นตัวอย่างของแนวปฏิบัติที่ดี

มีเอกสาร หลักฐานสนับสนุนที่ดีตามเกณฑ์อย่างมีประสิทธิภาพ มีผลลัพธ์การดำเนินการที่ดีและมีแนวโน้มผลการดำเนินการในเชิงบวก

ระดับ 7 ระดับดีเยี่ยม เป็นแนวปฏิบัติในระดับโลกหรือแนวปฏิบัติชั้นนำ

มีการดำเนินการตามเกณฑ์อย่างมีนวัตกรรม มีผลลัพธ์ที่โดดเด่นในระดับโลก มีแนวโน้มเชิงบวกให้เป็นอย่างชัดเจน ซึ่งผลงานการดำเนินงานสามารถนำไปเป็นแนวปฏิบัติชั้นนำได้



เกณฑ์คุณภาพที่ 2 โครงสร้างโปรแกรมและเนื้อหา(Programme Structure and Content)

2.1. The specifications of the programme and all its courses are shown to be comprehensive, up-to-date, and made available and communicated to all stakeholders.

2.2. The design of the curriculum is shown to be constructively aligned with achieving the expected learning outcomes.

2.3. The design of the curriculum is shown to include feedback from stakeholders, especially external stakeholders.

2.4. The contribution made by each course in achieving the expected learning outcomes is shown to be clear.

2.5. The curriculum to show that all its courses are logically structured, properly sequenced (progression from basic to intermediate to specialised courses), and are integrated.

2.6. The curriculum to have option(s) for students to pursue major and/or minor specialisations.

2.7. The programme to show that its curriculum is reviewed periodically following an established procedure and that it remains up-to-date and relevant to industry.

ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ตารางอ้างอิง
<p>➤ 2.1. ข้อกำหนดของโปรแกรมและหลักสูตรทั้งหมดมีความครอบคลุมทันสมัยและพร้อมใช้งานและมีการสื่อสารไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด</p> <p>หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560) ปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2555) เริ่มดำเนินหลักสูตรในภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2560 สภาวิชาการให้ความเห็นชอบหลักสูตรในคราวประชุมครั้งที่ 9/2559 วันที่ 4 กรกฎาคม 2559 สภามหาวิทยาลัยให้ความเห็นชอบหลักสูตรในคราวประชุม ครั้งที่ 144/2559 วันที่ 20 กันยายน 2559 มีการบริหารจัดการหลักสูตรให้เป็นไปตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2552 และระบบประกันคุณภาพการศึกษาระดับอุดมศึกษาของสำนักคณะกรรมการการอุดมศึกษา รวมทั้งเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 132 หน่วยกิต โดยมีกระบวนการดำเนินงาน เพื่อให้หลักสูตรมีความสมบูรณ์แบบ และมีความทันสมัยหรือสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ดังนี้</p> <p>1. คณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด</p>	<p>มคอ.2 (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2560)</p>



ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ตารางอ้างอิง
<p>(ตามคำสั่งที่ ๐๕๐/๒๕๕๙) ได้นำผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง (PLOs) ซึ่งร่วมกันกำหนดจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ดังรายละเอียดที่กล่าวไว้ใน AUN-QA-1.1) มาเป็นเป้าหมายหลักสำคัญในการกำหนดรายละเอียดของหลักสูตร (Programme Specification) ซึ่งเขียนตามแบบฟอร์มกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (มคอ.2)</p> <p>2. คณะกรรมการประจำหลักสูตรได้นำรายละเอียดของหลักสูตร ซึ่งประกอบด้วย 8 หมวด คือ</p> <ul style="list-style-type: none"> - หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป - หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร - หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร - หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล - หมวดที่ 5 หลักเกณฑ์ในการประเมินผลนิสิต - หมวดที่ 6 การพัฒนาคณาจารย์ - หมวดที่ 7 การประกันคุณภาพหลักสูตร - หมวดที่ 8 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของหลักสูตร <p>คณะกรรมการผู้รับผิดชอบหลักสูตรประชุมทบทวนร่วมกับอาจารย์ประจำหลักสูตร อาจารย์ผู้สอน บุคลากรสายสนับสนุน เพื่อพิจารณาความสอดคล้องของรายละเอียดในแต่ละประเด็นกับผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง (PLOs) ของหลักสูตร</p> <p>3. คณะกรรมการผู้รับผิดชอบหลักสูตรจัดประชุมวิพากษ์หลักสูตร โดยมีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม นอกจากคณาจารย์ของคณะ นักศึกษาปัจจุบัน และศิษย์เก่าแล้ว ยังมีผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านการตลาด สถาบันการศึกษาที่มีประสบการณ์ในการจัดการเรียนการสอนแบบ Work Based รวมถึงตัวแทนสถานประกอบการและผู้ใช้บัณฑิต เช่น ผศ.ดร.ธีรศักดิ์ จินดาบท (หัวหน้าภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ ม.อ.หาดใหญ่ ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด) ดร.วาสนา สุวรรณวิจิตร (ประธานอาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ ม.ทักษิณ) คุณก่าพง กิตติธรรกุล (จาก บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ในฐานะผู้บริหารของกิจการซึ่งเป็นผู้รับนักศึกษาของหลักสูตรไปฝึกงาน และเป็นผู้ใช้บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาจากหลักสูตร) รายละเอียดตามคำสั่งมหาวิทยาลัย</p>	



ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ตารางอ้างอิง
<p>เทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยฉบับที่ 189/2559 วันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2559)</p> <p>4. คณะกรรมการผู้รับผิดชอบหลักสูตรนำข้อเสนอแนะจากการประชุมวิพากษ์ตามรายละเอียดในข้อ 3 มาปรับปรุงแก้ไขรายละเอียดของหลักสูตร (Programme Specification) เพื่อให้มีความครบถ้วน และสมบูรณ์มากขึ้น</p> <p>5. คณะกรรมการประจำหลักสูตรจัดประชุมชี้แจงทำความเข้าใจในรายละเอียดของหลักสูตร (Programme Specification) เพื่อให้อาจารย์ผู้สอนได้นำข้อมูลดังกล่าวไปกำหนดและเขียนเป็นรายละเอียดของรายวิชา (Course specification) เป็นลำดับต่อไป</p> <p>จากการวิเคราะห์กระบวนการดำเนินงานข้างต้น พบว่า หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2560 ที่ถูกพัฒนามาจากกระบวนการต่างๆ เหล่านี้ มีความทันสมัยหลายประการ ที่สอดคล้องกับบริบทของสภาพแวดล้อมทางการตลาดในปัจจุบัน เช่น แบ่งกลุ่มวิชา เพื่อให้สอดคล้องกับตลาดแรงงานที่มีการประกอบอาชีพส่วนตัวมากขึ้น และการประกอบอาชีพในหน่วยงานภาครัฐและเอกชน การปรับรายชื่อและคำอธิบายรายวิชาให้มีความทันสมัยสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน เช่น การตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน การตลาดดิจิทัล การตลาดสื่อสังคมออนไลน์ การตลาดกิจกรรม การตลาดธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยว การตลาดประชาคมอาเซียน เป็นต้นนอกจากนี้ หลักสูตรเปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีทักษะการนำองค์ความรู้ มีการวิจัยการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน เขียนบทความวิจัย โครงการทางการตลาดจัดทำแผนการตลาดให้กับสถานประกอบการในระดับชุมชน การออกแบบหลักสูตรจะทำให้หลักสูตรสามารถผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ความสามารถทางการตลาดอย่างแท้จริง มีความพร้อมในการปฏิบัติงาน และมีศักยภาพสูงในการปรับตัวและพัฒนาตนเองให้เข้ากับลักษณะงานด้านการตลาด รวมทั้งเป็นบุคลากรที่พร้อมด้วยคุณธรรม จริยธรรม และมีความรับผิดชอบต่อสังคม มีศักยภาพในการเรียนรู้และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง สามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการประกอบวิชาชีพได้อย่างเหมาะสม ตลอดจนปฏิบัติหน้าที่อย่างมีคุณธรรม จริยธรรม มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับ PLOs ที่หลักสูตรกำหนดไว้ทั้ง 5 ข้อหลัก</p> <p>หลักสูตรได้กำหนดให้มีประเมินช่องทางการสื่อสาร โดยการสอบถามนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ว่าได้รับทราบข้อมูลจากช่องทางใดบ้าง ซึ่งนักศึกษาส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า ครูแนะแนวในโรงเรียนเดิม เป็นบุคคลที่ให้ข้อมูลเบื้องต้นของ</p>	



ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ตารางอ้างอิง
<p>หลักสูตร จากนั้นจึงได้เข้าช่องทางต่างๆด้วยตนเองอีกครั้ง โดยส่วนใหญ่จะเป็นช่องทางทางสื่อออนไลน์ ส่วนนักศึกษาปัจจุบันสามารถเข้าถึง ข้อมูลหลักสูตรได้อย่างสะดวก</p> <p>ในปีการศึกษา 2563 ทางหลักสูตรจึงได้เน้นการสื่อสารข้อมูลของหลักสูตรไปยังช่องทางต่างๆให้มากยิ่งขึ้น โดยใช้ช่องทางจำแนกตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และให้นักศึกษาปัจจุบันเป็นผู้ช่วยกระจายข้อมูลไปยังรุ่นน้องใน รร ที่จบการศึกษามา โดยมีตัวแทนนักศึกษาสาขาวิชาการตลาดเป็นทีมประชาสัมพันธ์หลักสูตรแก่กลุ่มเป้าหมาย</p>	
<p>➢ 2.2. การออกแบบหลักสูตรสอดคล้องอย่างสร้างสรรค์และเหมาะสมกับการบรรลุผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง</p> <p>โครงสร้างและเนื้อหาของหลักสูตรทั้งหลักสูตรเก่าและหลักสูตรใหม่ ใช้ผลการเรียนรู้ (LO) เป็นตัวตั้งหรือเป้าหมายหลัก (โดยหลักสูตรเก่าใช้คำว่า PLOs ขณะที่หลักสูตรใหม่ใช้คำว่า PLOs และ SubPLOs) ตาม กระบวนการจัดการศึกษาแบบมุ่งเน้นผลลัพธ์ หรือ Outcome Based Education (OBE) และอาศัยแนวทาง การออกแบบหลักสูตรแบบย้อนกลับ (Backward Design) โดยมีรายละเอียด ดังนี้</p> <p>หลักสูตรเก่า (ใช้ในปีการศึกษา 2559-2563)</p> <p>หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2555 มีจำนวน 134 หน่วยกิต ประกอบด้วยหมวดศึกษาทั่วไป 34 หน่วยกิต หมวดวิชาเฉพาะ (กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ) 35 หน่วยกิต กลุ่มวิชาชีพบังคับ 44 หน่วยกิต กลุ่มวิชาชีพเลือก 15 หน่วยกิต และหมวดวิชาเลือกเสรี 6 หน่วยกิต (หลักฐานเล่มหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2555)</p> <p>หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560 มีจำนวน 132 หน่วยกิต ประกอบด้วยหมวดศึกษาทั่วไป 32 หน่วยกิต หมวดวิชาเฉพาะ (กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ) 34 หน่วยกิต กลุ่มวิชาชีพบังคับ 45 หน่วยกิต กลุ่มวิชาชีพเลือก 15 หน่วยกิต และหมวดวิชาเลือกเสรี 6 หน่วยกิต (หลักฐานเล่มหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560)</p> <p>*** เนื่องจากเป็นหลักสูตรที่พัฒนาขึ้นก่อนที่มหาวิทยาลัย จะกำหนดให้นำระบบ AUN-QA มาใช้ในการประกันคุณภาพหลักสูตร ดังนั้น ในแบบฟอร์ม มคอ.2 จะไม่ปรากฏ PLOs ให้เห็นชัดเจน หลักสูตรใช้กระบวนการ Working PLOs โดยใช้กรอบของวัตถุประสงค์ของหลักสูตรมาเป็นแนวทางในการกำหนด</p>	<p>ตารางที่ 1.3</p>



ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ตารางอ้างอิง
<p>PLOs และถ่ายทอกลงสู่รายวิชาหรือ CLOs ตามลำดับ โดยมีแผนที่กระจายผลการเรียนรู้สู่รายวิชาต่างๆ ในหลักสูตรใน มคอ.2 ด้วย ทั้งนี้ การออกแบบหลักสูตร มุ่งเน้นให้โครงสร้างของหลักสูตรและรายวิชา เชื่อมโยงกับทักษะการเรียนรู้ 5 ด้าน ตามกรอบ TQF และที่สำคัญเชื่อมโยงกับผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง (PLOs) ทั้ง 5 ข้อ</p>	



ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ตารางอ้างอิง
<p>➤ 2.3. ในการออกแบบหลักสูตรมีการคำนึงถึงและนำข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยเฉพาะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกมาออกแบบหลักสูตร</p> <p>ในการออกแบบหลักสูตรวิชาการตลาดได้มีการปรับแผนการเรียนและเพิ่มรายละเอียดเนื้อหาในรายวิชาเพื่อให้สอดคล้องกับผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง (Expected Learning Outcomes) ซึ่งสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผู้ใช้บัณฑิต/ สถานประกอบการ อาจารย์ ผู้เรียนเป้าหมายหลักสูตร นักศึกษาปัจจุบัน ผู้บริหาร และศิษย์เก่า โดยใช้การสำรวจแบบออนไลน์ แล้วทำการสรุปรายละเอียดในหลักสูตร การดำเนินการดังกล่าวได้ผ่านที่ประชุมอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และคณะกรรมการประจำสาขาวิชาการตลาด จากการสำรวจความต้องการได้มีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สามารถสรุปได้ดังตารางที่ ได้นำไปสู่การปรับปรุงเนื้อหาวิชา แผนการเรียนให้มีความทันสมัยและสอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง ดังตารางที่</p> <p>กระบวนการในการออกแบบหลักสูตร เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. คณะกรรมการผู้รับผิดชอบหลักสูตรจัดประชุมวิพากษ์หลักสูตร โดยมีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม นอกจากคณาจารย์ของคณะ นักศึกษาปัจจุบัน และศิษย์เก่าแล้วยังมีผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านการตลาดสถาบันการศึกษาที่มีประสบการณ์ในการจัดการเรียนการสอนแบบ Work Based รวมถึงตัวแทนสถานประกอบการและผู้ใช้บัณฑิต เช่น <p>ผศ.ดร.ธีรศักดิ์ จินดาบท (หัวหน้าภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ ม.อ.หาดใหญ่ ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด) ดร.วาสนา สุวรรณวิจิตร (ประธานอาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ ม.ทักษิณ) คุณกัมพาง กิตติธรรกุล (จาก บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ในฐานะผู้บริหารของกิจการซึ่งเป็นผู้รับนักศึกษาของหลักสูตรไปฝึกงาน และเป็นผู้ใช้บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาจากหลักสูตร) รายละเอียดตามคำสั่งมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยฉบับที่ 189/2559 วันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2559)</p> 2. คณะกรรมการผู้รับผิดชอบหลักสูตรนำข้อเสนอแนะจากการประชุมวิพากษ์ตามรายละเอียดในข้อ 1 มาปรับปรุงแก้ไขรายละเอียดของหลักสูตร (Programme Specification) เพื่อให้มีความครบถ้วน และสมบูรณ์มากขึ้น 3. นำผลลัพธ์ข้อเสนอแนะจากผู้ประกอบการ/สถานประกอบการ/ผู้ใช้บัณฑิตมาออกแบบหลักสูตรในภาพรวมของรายวิชาให้สอดคล้องกับความต้องการตลาดแรงงาน ดังนี้ <p>-จัดการรายวิชาที่สอดคล้องกับความต้องการด้านการใช้โปรแกรมเทคโนโลยี เช่น</p>	<p>คำสั่งการวิพากษ์หลักสูตร</p> <p>ข้อมูลส่วนได้ส่วนเสีย</p> <p>ตารางที่ 1.1</p> <p>ตารางที่ 1.2</p> <p>ตารางที่ 1.3</p> <p>ตารางที่ 1.-4</p> <p>URL ของคณะบริหารธุรกิจ</p> <p>เฟสบุ๊กของสาขาการตลาด</p> <p>Rmutsv marketing มคอ.3</p>



ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ตารางอ้างอิง
<p>2. คณะกรรมการผู้รับผิดชอบหลักสูตรนำข้อเสนอแนะจากการประชุม วิพากษ์ตามรายละเอียดในข้อ 1 มาปรับปรุงแก้ไขรายละเอียดของหลักสูตร (Programme Specification) เพื่อให้มีความครบถ้วน และสมบูรณ์มากขึ้น</p> <p>3. นำผลลัพธ์ข้อเสนอแนะจากผู้ประกอบการ/สถานประกอบการ/ผู้ใช้บัณฑิต มาออกแบบหลักสูตรในภาพรวมของรายวิชาให้สอดคล้องกับความต้องการ ตลาดแรงงาน ดังนี้</p> <p>-จัดการรายวิชาที่สอดคล้องกับความต้องการด้านการใช้โปรแกรมเทคโนโลยี เช่น กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ 05-411-101 เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อธุรกิจ กลุ่มวิชาชีพ บังคับ: 05-211-402 การตลาดดิจิทัล 05-212-306 การวิเคราะห์เชิงปริมาณทาง การตลาด และนักศึกษาสามารถเรียนกลุ่มวิชาชีพเลือกในรายวิชา 05-211-305 ระบบสารสนเทศทางการตลาด</p> <p>-จัดรายวิชาที่สอดคล้องกับความต้องการผู้ใช้บัณฑิต ด้านภาษาอังกฤษในการสื่อสาร และทำงาน เช่น หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ รายวิชา 05-311-107 ภาษาอังกฤษทางธุรกิจ 1 และ 05-311-108 ภาษาอังกฤษทางธุรกิจ 2</p> <p>1. คณะกรรมการผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตรจัด ประชุมร่วมกันในการออกแบบกิจกรรมการเรียนการสอนในโครงสร้างรายวิชาและ ปรับกลยุทธ์การจัดการเรียนการสอนทั้งในมหาวิทยาลัยและสถานประกอบการ เพื่อบูรณาการกระบวนการเรียนรู้ของชุดรายวิชา ให้บรรลุตาม YLO และ PLO ที่ กำหนดไว้</p> <p>จากการวิเคราะห์กระบวนการดำเนินงานข้างต้นทำให้หลักสูตรฯ จัด กระบวนการเรียนการสอน ในแต่ละกลุ่มวิชาชีพบังคับและวิชาชีพเลือก โดยมีการ มอบหมายงานทั้งเดี่ยวและงานกลุ่มและให้นักศึกษามีส่วนร่วม โดยนักศึกษาแสดง ความเห็น นำเสนองานในทุกๆรายวิชาบังคับและวิชาชีพเลือก มีเกณฑ์การ ประเมินผลงานภายใต้คุณภาพของงานและระยะเวลาในการส่งงาน จึงทำ ให้นักศึกษาต้องทำงานในสภาวะที่กดดันก่อนนักศึกษาออกสู่ตลาดแรงงานจริง หลักสูตรฯ มีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนในการบูรณาการของเนื้อหาวิชา กับสถานการณ์ธุรกิจ เช่น รายวิชาการจัดการผลิตภัณฑ์และราคาจัดกิจกรรมให้ นักศึกษาผลิตภัณฑ์ใหม่และหลักสูตรฯ จัดกระบวนการเรียนการสอน ในแต่ละ กลุ่มวิชาชีพบังคับและวิชาชีพเลือก โดยมีการมอบหมายงานทั้งเดี่ยวและงานกลุ่ม และให้นักศึกษามีส่วนร่วม โดยนักศึกษาแสดงความเห็น นำเสนองานในทุกๆราย</p>	<p>ตารางที่ 1.6 ตารางที่ 1.7</p>



ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ตารางอ้างอิง
<p>วิชาชีพบังคับและวิชาชีพเลือก มีเกณฑ์การประเมินผลงานภายใต้คุณภาพของงาน และระยะเวลาในการส่งงาน จึงทำให้นักศึกษาต้องทำงานในสภาวะที่กดดันก่อน นักศึกษาออกสู่ตลาดแรงงานจริง หลักสูตรฯ มีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน ในการบูรณาการของเนื้อหาวิชากับสถานการณ์ธุรกิจ เช่น รายวิชาการจัดการผลิตภัณฑ์และราคาจัดกิจกรรมให้นักศึกษาผลิตภัณฑ์ใหม่และนำออกสู่ตลาดจริง เพื่อเป็นกิจกรรมที่ทำให้นักศึกษาทราบแนวทางในการดำเนินงานทางการตลาดให้ สอดคล้องกับสถานการณ์</p>	
<p>➢ 2.4. การดำเนินการของหลักสูตรที่เน้นการมีส่วนร่วมเพื่อให้เห็นถึงการบรรลุผล การเรียนรู้ที่คาดหวังอย่างชัดเจน</p> <p>การดำเนินงานของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดได้ออกแบบ รายวิชาที่เน้นการมีส่วนร่วมการเรียนการสอนระหว่างผู้เรียนและสถาน ประกอบการ เช่น รายวิชาการจัดการการค้าปลีกได้ออกแบบกระบวนการเรียน การสอนให้ผู้เรียนจัดรูปแบบภายในร้านค้าปลีกที่เป็นสถานที่จริง</p>	
<p>➢ 2.5. หลักสูตรมีโครงสร้างรายวิชามีการจัดลำดับวิชาอย่างเป็นระบบและ เหมาะสมเหมาะสม (ตั้งแต่ ระดับขั้นพื้นฐานระดับกลางไปจนถึงรายวิชาเฉพาะ ทาง) และมีการบูรณาการ (ซึ่งกันและกัน)</p> <p>หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดจัดการเรียนการสอน ตามแผนการเรียน โดยกำหนดรายวิชาในชั้นปีที่ 1 เป็นรายวิชาที่เน้น Soft skill รายวิชาที่เน้นการเรียนรู้ความเป็นมนุษย์ ซึ่งอยู่ในกลุ่มรายวิชาศึกษาทั่วไป และ เรียนกลุ่มพื้นฐานวิชาชีพ เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมแก่ผู้เรียนในการเรียน ศาสตร์ของบริหารธุรกิจ เมื่อผู้เรียนได้เรียนรายวิชาพื้นฐานทั้งกลุ่มศึกษาทั่วไป และกลุ่มพื้นฐานวิชาชีพ หลักสูตรได้จัดรายวิชาต่อเนื่องในชั้นปีที่ 2 โดยเน้นการ เรียนรู้รายกลุ่มวิชาชีพบังคับด้านการตลาด กลุ่มรายวิชาทำให้ผู้เรียนเกิดทักษะ ระหว่างการพัฒนาตนเองและสังคมกับความถนัดเฉพาะทาง โดยให้ผู้เรียนเลือก เรียนในรายวิชากลุ่มซีพีเลือก สำหรับชั้นปีที่ 3 มุ่งเน้น Hard skill ทางวิชาชีพ ทางการตลาดแบบเชิงลึก บูรณาการผู้เรียนและวิเคราะห์องค์ความรู้ในการนำไปสู่</p>	



ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ตารางอ้างอิง
<p>การประยุกต์ใช้งานในชั้นปีที่ 4 และในชั้นปีที่ 4 ผู้เรียนประยุกต์องค์ความรู้ด้านการตลาด เน้นการสร้างเครื่องมือและการใช้เทคโนโลยีทางการตลาด นำไปใช้ในสถานประกอบการจริง</p>	
<p>➤ 2.6. หลักสูตรที่มีตัวเลือกสำหรับผู้เรียนในการเรียนวิชาเอกและ/หรือความเชี่ยวชาญพิเศษ</p> <p>หลักสูตรฯ จัดการเรียนการสอนให้นักศึกษาลงทะเบียนตามรายวิชาที่หลักสูตรฯ จัดแผนการเรียนไว้สำหรับนักศึกษาในแต่ละชั้นปี หลักสูตรฯ จัดกลุ่มวิชาเป็น 2 กลุ่มวิชา ประกอบด้วย กลุ่มวิชาการจัดการการตลาด และกลุ่มวิชาการตลาดเพื่อผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นทางเลือกแก่นักศึกษาในการเสริมความรู้เฉพาะทางในด้านการจัดการการตลาด หรือการตลาดเพื่อผู้ประกอบการ โดยนักศึกษาสามารถลงทะเบียนในกลุ่มรายวิชาซีพีเลือกจำนวน 15 หน่วยกิตตามความถนัดรายบุคคล และกลุ่มวิชาเลือกเสรี จำนวน 6 หน่วยกิต</p>	<p>มคอ.2</p>
<p>➤ 2.7. หลักสูตรได้รับการทบทวนเป็นระยะๆ ตามขั้นตอนที่กำหนดเพื่อให้มั่นใจว่าหลักสูตรมีความทันสมัยเป็นปัจจุบันและมีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม</p> <p>หลักสูตรฯ ได้ดำเนินการตามปรัชญา ทั้งของมหาวิทยาลัยฯ และคณะฯ มีการวางแผนการเรียนตาม มคอ. 2 และ มคอ.3 ที่วางกรอบไว้ให้ รวมถึงรายวิชาทางบริหารธุรกิจ เพื่อให้บัณฑิตสามารถที่จะใช้ทั้งวิชาทางการตลาดและบริหารธุรกิจเป็นเครื่องมือในการพัฒนาธุรกิจ จนก้าวสู่การเป็นผู้ประกอบการในอนาคต ดังโครงสร้างแผนผังความสัมพันธ์ของรายวิชา</p> <p>รายวิชาในหลักสูตรฯ มุ่งเน้นการเรียนการสอนแบบ Active Learning โดยเฉพาะวิชาทางการตลาดที่เน้นการปฏิบัติงานจริงโดยใช้รูปแบบการเรียนแบบ Problem-Based Learning เพื่อให้นักศึกษาได้ฝึกทักษะ และบูรณาการการตลาด เพื่อแก้ปัญหาจนสามารถนำไปต่อยอดสู่ธุรกิจและสังคมต่อไป</p> <p>การออกสหกิจและฝึกงานของนักศึกษา ก็มุ่งเน้นให้นักศึกษาได้ปฏิบัติงานโดยอาศัยทักษะและความรู้ร่วมกับสถานประกอบการในการปฏิบัติงานทางการตลาด</p>	<p>มคอ.3 ตารางที่ 1.7 ตารางที่ 1.8</p>



ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ตารางอ้างอิง
<p>ในการแก้ปัญหาของสถานประกอบการได้ เนื่องจากเป็นหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการตลาด ที่สถานการณ์มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นการจัดการเรียนการสอนในรายวิชา จำเป็นต้องปรับปรุงเนื้อหา เครื่องมือ และการประเมินผลให้ทันสมัย มาเป็นกระบวนการเรียนการสอน ทางหลักสูตรฯ</p> <p>หลักสูตรมีการปรับการพัฒนาผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน และกลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ รายละเอียดตาม มคอ.02 หน้า 74-78 ซึ่งสอดคล้องกับกิจกรรมการเรียนการสอนทั้งในมหาวิทยาลัยและสถานประกอบการ และเพื่อให้การประเมินผู้เรียนเป็นระบบมากขึ้น หลักสูตรกำหนดการประเมินการบรรลุผลการเรียนรู้เป็นรายวิชา เช่น วิชาการเตรียมความพร้อมการฝึกประสบการณ์วิชาชีพและสหกิจศึกษาซึ่งเป็นรายวิชาที่นำบูรณาการผลการเรียนรู้ก่อนการฝึกประสบการณ์วิชาชีพภาคปฏิบัติ เป็นต้น เพื่อให้แน่ใจว่าผู้เรียนบรรลุตาม YLO และ PLO ที่กำหนดไว้</p>	

เป้าหมายของปีนี้ :ระดับ...3... ผลการประเมินตนเองครั้งนี้ : ระดับ...2..
 ผลการดำเนินงาน บรรลุเป้าหมาย ไม่บรรลุเป้าหมาย



ตารางที่ 2.1

PLOs	ตัวอย่างรายวิชาในหลักสูตร	กลยุทธ์/กิจกรรมเพื่อให้ผู้เรียนบรรลุ PLOs
<p>PLO1 มีความรู้ ความ เข้าใจ เกี่ยวกับคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณ วิชาชีพ มีความซื่อสัตย์ สุจริต ใช้ชีวิตได้อย่าง สร้างสรรค์ในสังคม และมีพฤติกรรมจิตสาธารณะ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - หลักการตลาด - การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา - ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจ - การจัดการการขาย - การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม - การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ - การตลาดธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยว 	<p>การสอนได้สอดแทรกเรื่องคุณธรรม จริยธรรม คุณค่า แห่งวิชาชีพจรรยาบรรณวิชาชีพในการสอนของรายวิชา และส่งเสริมการทำงานเป็นกลุ่มโดยให้นักศึกษารู้น้ำที่ ของการเป็นผู้นำกลุ่มและสมาชิกกลุ่ม</p> <p>รายวิชาการจัดการผลิตภัณฑ์และราคา</p>



<p>PLO2 สามารถใช้แนวคิด หลักการ ทฤษฎีเกี่ยวกับธุรกิจและการตลาดมาประยุกต์ใช้ในอาชีพ รวมถึงสามารถรับรู้และเข้าใจ ความเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจและการตลาดได้ทันสถานการณ์</p>	<ul style="list-style-type: none"> - พฤติกรรมผู้บริโภค - การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา - การจัดการช่องทางการตลาด - การจัดการตราสินค้า - การตลาดกิจกรรม - การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ - การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ 	<p>จัดการเรียนการสอนหลากหลายรูปแบบ โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เช่น การเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นหลัก (Problem-Based Learning: PBL) การสอนแบบสร้างสรรค์เป็นพื้นฐาน (Creativity Based Learning: CBL) และการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ (Active learning) ตามความเหมาะสมในแต่ละ รายวิชาและเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้มีการแสดงความคิดเห็นและซักถามข้อสงสัยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ และความเข้าใจในวิชาชีพและวิชาชีพอื่นที่เกี่ยวข้อง</p> <p>รายวิชาการจัดการผลิตภัณฑ์และราคาให้ นักศึกษาสร้างผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางการตลาด และกำหนดราคาโดย มีการจำลองให้มีการขายผ่านตลาดออนไลน์จริง และนำผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบกิจกรรมผ่านการนำเสนอในรูปแบบวิดีโอ</p>
<p>PLO3 ใช้หลักแนวคิดและเครื่องมือทางการตลาด มาประยุกต์ใช้แก้ปัญหาทางธุรกิจและงานด้านการตลาด รวมถึงสามารถตัดสินใจได้อย่างถูกต้องเหมาะสมอย่างมืออาชีพ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - การวิจัยการตลาด - กลยุทธ์การตลาด - การจัดการการตลาด - การศึกษาความเป็นไปได้เพื่อโครงการทางการตลาด - โครงการทางการตลาด 	<ul style="list-style-type: none"> - จัดกิจกรรมการเรียนการสอนให้ผู้เรียนมีโอกาสนบูรณาการความรู้ทางวิชาชีพกับศาสตร์อื่นๆ ได้ - การสอนโดยใช้กรณีศึกษา การอภิปราย การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม การสัมมนาการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นหลัก (Problem-Based Learning: PBL) การสอนแบบสร้างสรรค์เป็นพื้นฐาน (Creativity Based Learning: CBL) และการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ (Active



		<p>learning) ตามความเหมาะสมในแต่ละรายวิชา</p> <ul style="list-style-type: none">- การฝึกปฏิบัติทั้งในห้องเรียน หรือในสถานประกอบการ การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด หรือสหกิจศึกษาทางการตลาด- มอบหมายงาน การศึกษาค้นคว้า และรายงานเป็นเอกสาร หรือรายงานหน้าชั้นเรียน <p>หลักสูตรสาขาวิชาการตลาดมีการบริหารจัดการ กำกับ ติดตามด้านผลงานวิจัยของนักศึกษาในหลักสูตร ดังนี้</p> <p>หลักสูตรมีรายวิชาวิจัย คือ วิชาการวิจัยตลาด โดยการกำหนดหัวข้อวิจัยจะสอดคล้องกับทักษะวิชาชีพด้านการตลาดและพันธกิจและวัตถุประสงค์ของหลักสูตรที่ตอบสนองต่อพันธกิจของคณะและมหาวิทยาลัย</p> <p>ชื่อผลงาน : การรับรู้ด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคาขนมพื้นบ้าน บ้านวรรณดี ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในพื้นที่จังหวัดสงขลา</p> <p>แหล่งเผยแพร่ : มหาวิทยาลัยพะเยา</p> <p>ชื่อผลงาน : การรับรู้ด้านราคา การรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ ทศนคติ ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบเห็ดบ้านยี่นบุรี</p> <p>แหล่งเผยแพร่ : มหาวิทยาลัยพะเยา</p>
--	--	--



<p>PLO 4 ปฏิบัติงานภายใต้สภาพแวดล้อมการทำงานแบบพหุวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ สามารถใช้ทักษะด้านการสื่อสารระดับสากล มีภาวะผู้นำและผู้ตามที่ดีในการทำงานให้สำเร็จและพัฒนาตนเองด้านวิชาการและวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง</p>	<ul style="list-style-type: none"> - การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ - สัมมนาการตลาด - การตลาดธุรกิจขนาดย่อม - การตลาดระหว่างประเทศ - การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด - สหกิจศึกษาทางการตลาด 	<ul style="list-style-type: none"> - จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นการทำงานเป็นกลุ่มและงานที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เช่น การระดมความคิด การอภิปรายหรือการสัมมนาเกี่ยวกับประเด็นที่นักศึกษาสนใจ - ส่งเสริมให้นักศึกษากล้าแสดงออกและเสนอความคิดเห็นผ่านงานกลุ่ม งานเดี่ยว รวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ - จัดกิจกรรมและการทำงานที่ต้องประสานกับบุคลากรทั้งภายในและภายนอก เช่น โครงการแข่งขันทักษะด้านวิชาชีพ - อาจารย์ผู้สอนสอดแทรกเรื่องความรับผิดชอบต่องานตนเองและองค์กร การมีมนุษยสัมพันธ์ การเข้าใจวัฒนธรรมขององค์กร ความรับผิดชอบต่อสังคมและสภาวะแวดล้อมการยอมรับความแตกต่างในพหุวัฒนธรรม เป็นต้น
<p>PLO 5 สามารถเลือกและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับกิจกรรมทางการตลาด</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ระบบสารสนเทศทางการตลาด - การตลาดดิจิทัล - การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด - การศึกษาความเป็นไปได้เพื่อโครงการทางการตลาด 	<ul style="list-style-type: none"> - มอบหมายงานและจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ค้นคว้าหาความรู้โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ - จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่หลากหลายรูปแบบและวิธีการ รวมถึงการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการทำงานทางการตลาด - มอบหมาย และจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่ให้



		<p>นักศึกษามีโอกาสค้นคว้าเรียบเรียงข้อมูล พร้อมการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูล และสามารถนำเสนอให้ผู้อื่นเข้าใจได้อย่างถูกต้องและให้ความสำคัญในการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูล</p> <ul style="list-style-type: none">- มอบหมายงานที่ต้องค้นคว้าหาข้อมูลเชิงตัวเลข และนำเสนองานที่ต้องมีการตัดสินใจบนฐานข้อมูลและข้อมูลเชิงตัวเลข- มอบหมายงานค้นคว้าองค์ความรู้จากแหล่งข้อมูลต่างๆ และให้นักศึกษานำเสนอหน้าชั้นเรียน
--	--	---



เป้าหมายของปีนี้ :ระดับ..3... ผลการประเมินตนเองครั้งนี้ : ระดับ...2..

ผลการดำเนินงาน บรรลุเป้าหมาย ไม่บรรลุเป้าหมาย

หมายเหตุ ระบุเป้าหมายและผลการประเมินตนเองตาม Rating Scale 7 ระดับ ดังนี้

ระดับ 1 คุณภาพไม่เพียงพออย่างชัดเจน

ไม่ปรากฏผลการดำเนินการ ไม่มีเอกสาร ไม่มีแผน หรือไม่มีหลักฐานที่สนับสนุนการดำเนินงาน คุณภาพไม่เพียงพออย่างชัดเจน จำเป็นต้องปรับปรุง แก้ไข หรือพัฒนาอย่างเร่งด่วน

ระดับ 2 คุณภาพไม่เพียงพอ จำเป็นต้องมีการปรับปรุง

มีการวางแผนแต่ยังไม่ได้เริ่มดำเนินการ เนื่องจากมีข้อมูล เอกสารและหลักฐานไม่เพียงพอในการดำเนินการ จึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุง แก้ไขหรือพัฒนา

ระดับ 3 คุณภาพไม่เพียงพอ แต่การปรับปรุง แก้ไข หรือพัฒนาเพียงเล็กน้อยสามารถทำให้มีคุณภาพเพียงพอได้

มีเอกสารแต่ยังไม่เชื่อมโยงต่อการปฏิบัติ หรือมีการดำเนินการตามเกณฑ์ประกันคุณภาพ พบแนวทางการพัฒนาบ้าง มีหลักฐาน เอกสารบ้าง แต่ขาดความชัดเจน ผลการดำเนินงานยังไม่สมบูรณ์ในบางผลลัพธ์

ระดับ 4 มีคุณภาพของการดำเนินการของหลักสูตรตามเกณฑ์

มีเอกสารและหลักฐานการดำเนินการตามเกณฑ์ ผลลัพธ์เกิดขึ้นตามที่คาดหวัง

ระดับ 5 มีคุณภาพของการดำเนินการของหลักสูตรดีกว่าเกณฑ์

มีเอกสารและหลักฐานชัดเจนที่แสดงถึงการดำเนินการที่มีประสิทธิภาพดีกว่า เกณฑ์ส่งผลให้เกิดผลดีในการพัฒนาระบบ

ระดับ 6 เป็นตัวอย่างของแนวปฏิบัติที่ดี

มีเอกสาร หลักฐานสนับสนุนที่ดีตามเกณฑ์อย่างมีประสิทธิภาพ มีผลลัพธ์การดำเนินการที่ดีและมีแนวโน้มผลการดำเนินการในเชิงบวก

ระดับ 7 ระดับดีเยี่ยม เป็นแนวปฏิบัติในระดับโลกหรือแนวปฏิบัติชั้นนำ

มีการดำเนินการตามเกณฑ์อย่างมีนวัตกรรม มีผลลัพธ์ที่โดดเด่นในระดับโลก มีแนวโน้มเชิงบวกให้เป็นอย่างชัดเจน ซึ่งผลงานการดำเนินงานสามารถนำไปเป็นแนวปฏิบัติชั้นนำได้



เกณฑ์คุณภาพที่ 3 แนวทางการจัดการเรียนการสอน (Teaching and Learning Approach)

3.1. The educational philosophy is shown to be articulated and communicated to all stakeholders. It is also shown to be reflected in the teaching and learning activities.

3.2. The teaching and learning activities are shown to allow students to participate responsibly in the learning process.

3.3. The teaching and learning activities are shown to involve active learning by the students.

3.4. The teaching and learning activities are shown to promote learning, learning how to learn, and instilling in students a commitment for life-long learning (e.g., commitment to critical inquiry, information-processing skills, and a willingness to experiment with new ideas and practices).

3.5. The teaching and learning activities are shown to inculcate in students, new ideas, creative thought, innovation, and an entrepreneurial mindset.

3.6. The teaching and learning processes are shown to be continuously improved to ensure their relevance to the needs of industry and are aligned to the expected learning outcomes.

ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ตารางอ้างอิง
<p>➢ 3.1. ปรัชญาการศึกษาที่มีความชัดเจนและมีการสื่อสารถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นกิจกรรมในการจัดการเรียนการสอน</p> <p>ปรัชญาการศึกษาของหลักสูตรคือ “ผลิตบัณฑิตด้านการตลาดมืออาชีพที่มีคุณธรรมและความคิดสร้างสรรค์ มีความรู้ด้านการตลาดและเทคโนโลยีที่ทันสมัย สามารถสื่อสารและปฏิบัติงานได้ในระดับสากล” โดยหลักสูตรได้เผยแพร่ปรัชญาการศึกษาไว้ในเล่มหลักสูตรและเว็บไซต์ของคณะบริหารธุรกิจ เพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทราบถึงปรัชญาการศึกษาของหลักสูตร</p>	<p>1) ปรัชญาหลักสูตรในเล่ม มคอ.2 และ เว็บไซต์คณะบริหารธุรกิจ</p>



ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ตารางอ้างอิง
<p>➤ 3.2. มีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในกระบวนการจัดการเรียนรู้</p> <p>หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด มีการจัดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างทักษะการมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้ให้กับนักศึกษาผ่านรายวิชาเชิงปฏิบัติการ เช่น</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) การจัดกิจกรรมสัมมนาทางการตลาด ในรายวิชาสัมมนาการตลาด การนำเสนอโครงการทางการตลาดในรายวิชา การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด 2) การนำเสนอผลงานวิจัยของนักศึกษาในการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ในรายวิชาการวิจัยการตลาด 3) การฝึกปฏิบัติงาน ณ สถานประกอบการทั้งการฝึกงานสหกิจศึกษา 	<ol style="list-style-type: none"> 1) มคอ. 2 รายวิชาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพและสหกิจศึกษา 2) เอกสารการตีพิมพ์ผลงานนักศึกษา 3) ภาพการเข้าร่วมกิจกรรมและการประกวดแข่งขันทักษะ
<p>➤ 3.3. มีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่หลากหลาย ยึดหยุ่นสอดคล้องกับผู้เรียน</p> <p>หลักสูตรมีการประชุมร่วมกันเพื่อวางแผนการจัดการเรียนการสอนด้วยกิจกรรมที่หลากหลาย เพื่อให้เป็นไปตามการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 และการเรียนรู้แบบ Active learning ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) พัฒนารายวิชาซีฟเลือกและเลือกเสรีให้หลากหลาย สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางบริบทสังคมและเศรษฐกิจ เพื่อให้ให้นักศึกษาได้มีส่วนร่วมในการเลือกรายวิชาที่สนใจอย่างแท้จริง 2) จัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เน้นการเรียนการสอนแบบ Active Learning กำหนดให้แต่ละรายวิชาใช้สื่อการสอนและวิธีการสอนที่หลากหลาย เช่น การบรรยาย การอภิปราย การถามตอบ การจัดสัมมนา การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง การให้นักศึกษาเรียนรู้จากประสบการณ์จริงจากกรณีศึกษา จากการวิจัย จากการจัดทำโครงการทางการตลาด จากการนำเสนอผลงานในงานประชุมวิชาการ การฝึกงานและสหกิจศึกษา เป็นต้น ตลอดจนกำหนดให้แต่ละรายวิชาสอดแทรกเนื้อหาด้านคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณในวิชาชีพและศีลธรรมอันดีงามระหว่างการเรียนการสอน เพื่อพัฒนาทักษะด้านความรู้ และปัญญา ส่งเสริมให้ผู้เรียนใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสืบค้นข้อมูล และการนำเสนอผลงาน การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ความรับผิดชอบ และคุณธรรมจริยธรรมทางวิชาชีพ ซึ่งจะส่งเชื่อมโยงไปสู่การเรียนรู้ที่คาดหวัง 	<ol style="list-style-type: none"> 1) รายงานการประชุมหลักสูตร 2) มคอ. 2 และ 3) มคอ. 3 4) วัตถุประสงค์หลักสูตร



ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ตารางอ้างอิง
<p>และได้คุณลักษณะบัณฑิตบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาดที่มีคุณสมบัติตรงตาม วัตถุประสงค์ 5 ด้าน</p>	
<p>➢ 3.4. มีกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อช่วยสนับสนุนส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดการ เรียนรู้รู้จักวิธีแสวงหาความรู้และปลูกฝังให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต (เช่น การตั้งคำถามอย่างสร้างสรรค์และมีวิวิจารณ์ญาณทักษะในการรับและ ประมวลผลข้อมูล การนำเสนอแนวความคิดใหม่ๆ และแนวทางปฏิบัติใหม่ๆ)</p> <p>หลักสูตรมุ่งเน้นพัฒนาคุณลักษณะการเรียนรู้ตลอดชีวิต (life long learning) ในทุกรายวิชาด้วยกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อให้นักศึกษาเกิด ทักษะการเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง มีทักษะการอยู่ร่วมกันและการทำงานเป็น ทีม สามารถบูรณาการและเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ได้ตลอดเวลา ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) มอบหมายให้นักศึกษา ค้นคว้า ประเด็นการจัดการสัมมนา การวิจัย การตลาด การจัดทำโครงการทางการตลาด ด้วยหัวข้อที่นักศึกษาสนใจและ นำเสนองานประชุมวิชาการด้วยตนเอง 2) เรียนรู้การใช้เครื่องมือ สื่อการสอนและเทคโนโลยีใหม่ๆ ร่วมกันระหว่าง ผู้สอนและผู้เรียนในสอนออนไลน์ 3) ส่งเสริมให้นักศึกษาเข้าร่วมกิจกรรมนอกหลักสูตรเพื่อพัฒนาตนเอง เช่น การอบรม การสัมมนา การเข้าร่วมโครงการต่างๆ 	<ol style="list-style-type: none"> 1) กิจกรรมการเรียนการ สอน อาทิ บทความ วิชาการ บทความวิจัย รายงานวิจัย และการ สัมมนา 2) เอกสารการเข้าร่วม โครงการอบรม สัมมนา งานวิชาการของ นักศึกษา 3) เอกสารการเรียนรู้ ผ่านสื่อออนไลน์ในแต่ละ รายวิชา
<p>➢ 3.5. มีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อปลูกฝังผู้เรียน มีความคิดใหม่ๆ มี ความคิดสร้างสรรค์ การคิดค้นนวัตกรรมและความคิดของการเป็นผู้ประกอบการ</p> <p>หลักสูตรมุ่งหวังให้ผู้เรียนมีความคิดสร้างสรรค์ เป็นผู้คิดค้นนวัตกรรมและ การเป็นผู้ประกอบการด้วยกิจกรรมการเรียนการสอนดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) สอดแทรกการเรียนรู้เครื่องมือและเทคโนโลยีที่ใช้ในการประกอบ ธุรกิจธุรกิจ ในทุกรายวิชาที่เกี่ยวข้อง เช่น การตลาดดิจิทัล 2) ส่งนักศึกษาร่วมกิจกรรมอบรมโครงการ “ความรู้ทางธุรกิจแก่ ผู้ประกอบการเริ่มต้น (2564)” ซึ่งประกอบด้วยหลักสูตรย่อย 7 หลักสูตรคือ (1) แนวคิดนวัตกรรมประกอบการ (2) การพัฒนาลูกค้าจาก 0-1 (3) หลัก แผนภาพโอกาสทางการประกอบการ (4) การพัฒนาไอเดียสู่ต้นแบบ (5) บัญชี และการเงินสำหรับผู้ประกอบการ (6) การออกแบบแผนการตลาดสำหรับ 	<ol style="list-style-type: none"> 1) มคอ. 2 2) รายชื่อส่งนักศึกษา เข้าร่วมโครงการ



ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ตารางอ้างอิง
สตาร์อัพ (7) กฎหมายและการจดทะเบียนทางธุรกิจ	
<p>➢ 3.6. กระบวนการและกลยุทธ์การจัดการเรียนการสอนมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเพื่อให้แน่ใจว่ามีความสอดคล้องกับความต้องการของอุตสาหกรรมและสอดคล้องกับผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง</p> <p>หลักสูตรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงกลยุทธ์การเรียนการสอนให้สอดคล้องกับความต้องการของอุตสาหกรรมและผลการเรียนรู้ที่คาดหวังดังนี้</p> <p>1) ปรับปรุงหลักสูตร ทุกๆ 5 ปี ให้มีให้สอดคล้องกับความต้องการของภาครัฐและเอกชนโดยคำนึงถึงเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคม นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลที่เปลี่ยนไป</p> <p>2) หลักสูตรส่งเสริมให้อาจารย์ผู้สอนพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนด้วยเครื่องมือ และสื่อสมัยใหม่ ทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ ใช้เทคโนโลยีและฐานข้อมูลในการเรียนการสอนมากขึ้น</p> <p>3) มีการประเมินผลการเรียนการสอนหลังจบภาคการศึกษาในแต่ละรายวิชาเพื่อนำมาปรับปรุงกลยุทธ์การจัดการเรียนการสอน</p>	<p>1) แผนการปรับปรุงหลักสูตรรายทุก 5 ปี และรายวิชาใหม่ๆ ทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัล</p> <p>2) ระบบฐานข้อมูลเพื่อสนับสนุนการเรียนการสอน และ หลักฐานการพัฒนาตนเองของอาจารย์ผู้สอนผ่านการอบรมสัมมนา ฯลฯ</p> <p>3) ผลการประเมินการสอน และมคอ. 5</p>

เป้าหมายของปีนี้ :ระดับ...3.. ผลการประเมินตนเองครั้งนี้ : ระดับ...3.

ผลการดำเนินงาน บรรลุเป้าหมาย ไม่บรรลุเป้าหมาย

หมายเหตุ ระดับเป้าหมายและผลการประเมินตนเองตาม Rating Scale 7 ระดับ ดังนี้

ระดับ 1 คุณภาพไม่เพียงพออย่างชัดเจน

ไม่ปรากฏผลการดำเนินการ ไม่มีเอกสาร ไม่มีแผน หรือไม่มีหลักฐานที่สนับสนุนการดำเนินงาน คุณภาพไม่เพียงพออย่างชัดเจน จำเป็นต้องปรับปรุง แก้ไข หรือพัฒนาอย่างเร่งด่วน

ระดับ 2 คุณภาพไม่เพียงพอ จำเป็นต้องมีการปรับปรุง

มีการวางแผนแต่ยังไม่ได้เริ่มดำเนินการ เนื่องจากมีข้อมูล เอกสารและหลักฐานไม่เพียงพอในการดำเนินการ จึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุง แก้ไขหรือพัฒนา

ระดับ 3 คุณภาพไม่เพียงพอ แต่การปรับปรุง แก้ไข หรือพัฒนาเพียงเล็กน้อยสามารถทำให้มีคุณภาพเพียงพอได้

มีเอกสารแต่ยังไม่เชื่อมโยงต่อการปฏิบัติ หรือมีการดำเนินการตามเกณฑ์ประกันคุณภาพ พบแนวทางการพัฒนาบ้าง มีหลักฐาน เอกสารบ้าง แต่ขาดความชัดเจน ผลการดำเนินงานยังไม่สมบูรณ์ในบางผลลัพธ์

ระดับ 4 มีคุณภาพของการดำเนินการของหลักสูตรตามเกณฑ์



- มีเอกสารและหลักฐานการดำเนินการตามเกณฑ์ ผลลัพธ์เกิดขึ้นตามที่คาดหวัง
- ระดับ 5 มีคุณภาพของการดำเนินการของหลักสูตรดีกว่าเกณฑ์
มีเอกสารและหลักฐานชัดเจนที่แสดงถึงการดำเนินการที่มีประสิทธิภาพดีกว่า เกณฑ์ส่งผลให้เกิดผลดีในการพัฒนาระบบ
- ระดับ 6 เป็นตัวอย่างของแนวปฏิบัติที่ดี
มีเอกสาร หลักฐานสนับสนุนที่ดีตามเกณฑ์อย่างมีประสิทธิภาพ มีผลลัพธ์การดำเนินการที่ดีและมีแนวโน้มผลการดำเนินการในเชิงบวก
- ระดับ 7 ระดับดีเยี่ยม เป็นแนวปฏิบัติในระดับโลกหรือแนวปฏิบัติชั้นนำ
มีการดำเนินการตามเกณฑ์อย่างมีนวัตกรรม มีผลลัพธ์ที่โดดเด่นในระดับโลก มีแนวโน้มเชิงบวกให้เป็นอย่างชัดเจน ซึ่งผลงานการดำเนินงานสามารถนำไปเป็นแนวปฏิบัติชั้นนำได้



เกณฑ์คุณภาพที่ 4 การประเมินผู้เรียน (Student Assessment)

4.1. A variety of assessment methods are shown to be used and are shown to be constructively aligned to achieving the expected learning outcomes and the teaching and learning objectives.

4.2. The assessment and assessment-appeal policies are shown to be explicit, communicated to students, and applied consistently.

4.3. The assessment standards and procedures for student progression and degree completion, are shown to be explicit, communicated to students, and applied consistently.

4.4. The assessments methods are shown to include rubrics, marking schemes, timelines, and regulations, and these are shown to ensure validity, reliability, and fairness in assessment.

4.5. The assessment methods are shown to measure the achievement of the expected learning outcomes of the programme and its courses.

4.6. Feedback of student assessment is shown to be provided in a timely manner.

4.7. The student assessment and its processes are shown to be continuously reviewed and improved to ensure their relevance to the needs of industry and alignment to the expected learning outcomes.

ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ตารางอ้างอิง
<p>➤ 4.1. มีวิธีการประเมินผู้เรียนที่หลากหลายและสอดคล้องกันอย่างสร้างสรรค์ เพื่อให้ผู้เรียนบรรลุผลการเรียนรู้ที่คาดหวังและวัตถุประสงค์การเรียนการสอน . หลักสูตรมีการแจ้งในที่ประชุมอาจารย์ประจำสาขาวิชา ให้จัดระบบการเรียน การสอน การทดสอบ การมอบหมายงานต่างๆ ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การเรียนการสอนในแต่ละรายวิชา พร้อมทั้งให้อาจารย์ผู้สอนในแต่ละรายวิชา ออกแบบวิธีการประเมินผลให้มีความหลากหลายและสร้างสรรค์เพื่อให้ผู้เรียนบรรลุผลการเรียนรู้ตามความคาดหวังของวัตถุประสงค์การเรียนการสอน โดย กำหนดให้มีการระบุไว้ในมคอ.3 ของแต่ละรายวิชา และกำหนดให้มีการ ตรวจสอบและติดตามโดยหัวหน้าสาขาและหัวหน้าหลักสูตร</p> <p>2. ในระหว่างภาคการศึกษา หัวหน้าสาขาและหัวหน้าหลักสูตรจะมีการติดตาม ความก้าวหน้าระหว่างการศึกษาของนักศึกษาในการให้ความร่วมมือในการ จัดการเรียนการสอน และ การทดสอบ โดยอาจารย์ผู้สอนผ่านระบบสารสนเทศ ของมหาวิทยาลัยฯ</p> <p>3. กำหนดให้ในแต่ละรายวิชาของหลักสูตร ดำเนินการเรียนการสอนโดยให้มี</p>	<p>4.4 รายงานการจัด สัมมนาโดย วิทยากรภายนอก</p> <p>4-5 รายงานผลการ ประเมินความพึง พอใจของผู้ใช้ บัณฑิตสาขาวิชา บริหารธุรกิจที่ สำรวจโดยคณะ และมหาวิทยาลัย</p> <p>4-6 คำสั่งแต่งตั้ง คณะกรรมการ ประเมินข้อสอบ ทวนสอบและ</p>



ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ตารางอ้างอิง
<p>วิธีการประเมินนักศึกษาที่หลากหลายครอบคลุมตามผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตรและรายวิชาตามที่ระบุไว้ใน มคอ.3 โดยแยกอธิบายตาม PLOs ดังนี้</p> <p>3.1. PLOs ข้อที่ 1 และ ข้อที่ 2 สามารถพิจารณาจากผลการเรียนในทุก รายวิชาของหลักสูตร เนื่องจากในแต่ละรายวิชามีวัตถุประสงค์การเรียนรู้หลักคือ การเสริมสร้างความรู้ และทักษะด้านการตลาด รวมทั้งการมุ่งหวังให้นักศึกษามีแนวคิดเชิงบริหาร โดยมีรายวิชาที่เกี่ยวข้อง เช่น การจัดการขาย การค้าปลีก กลยุทธ์การตลาด การจัดการตราสินค้า เป็นต้น ซึ่งมีองค์ความรู้ที่แตกต่างกันไป ในบริบทของแต่ละรายวิชา ตามที่ได้ระบุไว้ใน มคอ.3 (หลักฐาน 4-1) ทั้งนี้สามารถวัดความรู้และทักษะทางปัญญาในเชิงวิชาการของนักศึกษาแต่ละรายวิชาได้หลายวิธี เช่น การทดสอบย่อย สอบกลางภาค และสอบปลายภาค การจัดทำรายงานและการนำเสนอผลงานทางสื่อวิดีโอหน้าชั้นเรียน</p> <p>3.2. PLOs ข้อที่ 3 และ ข้อที่ 4 มุ่งเน้นให้นักศึกษามีความคิดเชิงสร้างสรรค์ (Creative Thinking) ที่เกี่ยวข้องกับการตลาดสมัยใหม่ ที่นักศึกษาต้องมีความพร้อมในเชิงปฏิบัติการ (Practitioner) เพื่อรองรับการเข้าสู่ตลาดแรงงานในอนาคต กิจกรรมการเรียนการสอนจะเป็นแบบ Active Learning ประกอบการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่และสื่อการเรียนรู้ต่าง ๆ เพื่อให้นักศึกษาสามารถพัฒนาสินค้าสร้างนวัตกรรมใหม่ทั้งรูปแบบของสินค้า บริการ และกระบวนการทำงาน รวมถึงการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ให้สอดคล้องกับบริบททางการจัดตลาด ในสถานการณ์ปัจจุบัน อีกทั้งมีการฝึกปฏิบัติจริง โดยรายวิชาที่เกี่ยวข้อง เช่น การตลาดสินค้าเกษตรกรรม การตลาดสิ่งแวดล้อม โครงการทางการตลาด การจัดการขาย การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ รายวิชาการเรียนรู้ภาคปฏิบัติ ด้านการตลาดธุรกิจขนาดย่อม และสหกิจศึกษา ซึ่งได้ระบุไว้ในมคอ.3 (หลักฐาน 4-1) ของแต่ละรายวิชา โดยในบางรายวิชาอาจจะมีการทดสอบย่อยหรือมีการสอบภาคปฏิบัติ มีเกณฑ์การวัดประเมินผลการเรียนของผู้เรียนอย่างชัดเจน สำหรับการประเมินกลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์ภาคสนาม มี 2 รายวิชา คือ สหกิจศึกษาและการฝึกงาน ซึ่งเป็นรายวิชาที่นักศึกษาต้องไปปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการพร้อมกับการนำเสนอแนวคิด งานวิจัยหรือโครงการเพื่อใช้ในการพัฒนางานให้แก่สถานประกอบการ ซึ่งทางหลักสูตรฯและสถานประกอบการ เป็นผู้ร่วมกันกำหนดในการปฏิบัติงาน นักศึกษาต้องออกไปฝึกปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการ พร้อมนำส่งรายงานตามเกณฑ์ที่กำหนด โดยจะต้องได้รับ</p>	<p>วัดผลสัมฤทธิ์การ เรียนรู้</p>



ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ตารางอ้างอิง
<p>การประเมินจากทั้งสถานประกอบการซึ่งเป็นผู้ดูแลและใกล้ชิดการทำงานกับนักศึกษา และการประเมินจากการนิเทศโดยอาจารย์นิเทศ นอกจากนี้ยังสามารถประเมินผลได้จากการลงบันทึกประจำวันซึ่งเป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ต่อการฝึกภาคปฏิบัติ</p> <p>3.3. PLOs ในข้อที่ 5 หลักสูตรมีรายวิชาที่ตอบสนองต่อ ELO ข้อนี้โดยตรง คือ รายวิชา “การตลาดสิ่งแวดล้อม” (หลักฐาน 4-1) รวมถึงมีสอดแทรกคุณธรรม จริยธรรมผ่านการบรรยาย ในรายวิชาต่าง ๆ และการอ้างอิงผลงานในการจัดทำรายงาน โดยสามารถประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมในภาพรวม ขณะอยู่ในมหาวิทยาลัย ประกอบกับข้อมูลย้อนกลับจากสถานประกอบการ นอกจากนี้หลักสูตรได้ประเมินจากการตรวจสอบการอ้างอิงในรายวิชาที่นักศึกษาทำรายงาน อีกทางหนึ่งเพื่อให้ผู้เรียนสามารถปฏิบัติตนในด้านคุณธรรม จริยธรรม พร้อมทั้งมีความรับผิดชอบต่อสังคมและจรรยาบรรณในวิชาชีพได้ตามที่หลักสูตรคาดหวัง</p> <p>3.4.การประเมินผลสำเร็จการศึกษา: ก่อนจบการศึกษา หลักสูตรมีการจัดโครงการปัจฉิมนิเทศสำหรับนักศึกษา (หลักฐาน 4-2) และ โครงการนำเสนอผลงานหลังการฝึกงานภาคสนามหรือสหกิจ (หลักฐาน 4-3) โดยผลงานในโครงการนี้จัดทำขึ้นในช่วงตลอดการฝึกงานภาคสนามในระยะเวลา 4 เดือน ภายใต้การกำกับดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ และพี่เลี้ยงในสถานประกอบการ ทั้งนี้เพื่อประเมินการความรู้ความสามารถ ความเข้าใจเชิงวิชาการสู่การประยุกต์ใช้จริงให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร เพื่อให้มีความมั่นใจว่าผู้เรียนได้บรรลุผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตรทั้ง 5 ข้อก่อนจบการศึกษาและออกไปสู่ตลาดแรงงาน นอกจากนี้หลักสูตรยังมีการจัดสัมมนาทางการตลาด โดยการเชิญวิทยากรที่ประสบความสำเร็จด้านการทำงานในวงการธุรกิจมาสร้างแรงบันดาลใจให้นักศึกษาชั้นปีสุดท้าย(หลักฐาน 4-4) เพื่อให้นักศึกษาเป็นบัณฑิตที่มีคุณลักษณะพร้อมสมบูรณ์ทั้งทักษะ ความรู้ ความสามารถ ดังผลการเรียนรู้ที่คาดหวังให้เข้าสู่ตลาดแรงงานตามความคาดหวังของสถานประกอบการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม</p> <p>การดำเนินงานของหลักสูตรได้ใช้กระบวนการ PDCA โดยวัดและประเมินผู้เรียนตั้งแต่กระบวนการรับเข้า ระหว่างการรับเข้า และก่อนสำเร็จการศึกษา รวมถึงโครงการนอกชั้นเรียนต่างๆ ที่ดำเนินการอยู่เหมาะสมและ</p>	



ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ตารางอ้างอิง
<p>เชื่อมโยงกับ PLOs ซึ่งสอดคล้องกับผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจที่สำรวจโดยคณะและมหาวิทยาลัย (หลักฐาน 4-5) โดยมีระดับคะแนนความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตในด้านต่าง ๆ เพิ่มขึ้นกว่าปีก่อนที่ได้ทำการสำรวจทุกแถบด้าน ได้แก่ ด้านคุณธรรมจริยธรรม ด้านความรู้ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ และด้านทักษะเชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ</p> <p>4. มีการแต่งตั้งคณะกรรมการประเมินข้อสอบ ทวนสอบและวัดผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ (หลักฐาน 4-6) และมีการประชุมประเมินข้อสอบก่อนนำไปใช้สอบเพื่อพิจารณาความถูกต้องเหมาะสมของข้อสอบและการประเมินผลคะแนน</p> <p>5. มีการประเมินการจัดการเรียนการสอนและประเมินหลักสูตร ตามผลการเรียนรู้ที่คาดหวังในแต่ละด้านโดยแต่งตั้งคณะกรรมการทวนสอบผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้และมีการรายงานการประเมินผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติใน มคอ 5(หลักฐาน 4-14) ของทุกรายวิชา</p> <p>6. มีการทวนสอบ วัดผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้และนำไปปรับปรุงการเรียนการสอนในแต่ละรายวิชาในปีการศึกษาต่อไป</p>	
<p>➢ 4.2. มีนโยบายการประเมินผลและการอุทธรณ์ผลการประเมินที่ชัดเจน มีการสื่อสารไปยังผู้เรียนและนำไปใช้อย่างสม่ำเสมอ</p> <p>1. มีการแต่งตั้งคณะกรรมการประเมินผลการสอบ(หลักฐาน4-6)เพื่อพิจารณาความถูกต้องเหมาะสมของคะแนนสอบ</p> <p>2. ให้อาจารย์ผู้สอนดำเนินการแจ้งระดับผลคะแนนที่มีความเกี่ยวข้องในการเรียนการสอนให้กับนักศึกษาทราบเป็นระยะๆ เพื่อให้ นักศึกษาทราบผลคะแนนของตนเอง จะได้มีการพัฒนาปรับปรุงแก้ไขงานที่ได้รับมอบหมายและวางแผนการเรียนได้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของรายวิชาต่อไป</p> <p>3. หลักสูตรมีการแจ้งในที่ประชุมอาจารย์ประจำสาขาวิชาให้ทราบเกี่ยวกับกระบวนการขอทวนสอบของนักศึกษาในระดับผลคะแนนการสอบในแต่ละรายวิชาที่นักศึกษามีความประสงค์ขอทวนสอบ โดยให้อาจารย์ผู้สอนแจ้งให้นักศึกษาทราบถึงกระบวนการดำเนินการ โดยส่งเอกสารขอทวนสอบตามลำดับจากอาจารย์ผู้สอน หัวหน้าหลักสูตร หัวหน้าสาขา</p> <p>4. หลักสูตรจัดดำเนินการประชุมเพื่อทวนสอบให้กับนักศึกษาเป็นรายๆไป พร้อมสรุปรายงานการประชุม เพื่อดำเนินการวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางการ</p>	<p>4-6 คำสั่งแต่งตั้ง คณะกรรมการ ประเมินข้อสอบ ทวนสอบและ วัดผลสัมฤทธิ์การ เรียนรู้</p> <p>4-7 หลักฐานการให้ คำปรึกษาในคาบ โฮมรูมนักศึกษา</p>



ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ตารางอ้างอิง
<p>แก้ปัญหาต่อไป</p> <p>หลักสูตรมีช่องทางในการอุทธรณ์ร้องทุกข์ขอทวนสอบของนักศึกษาเกี่ยวกับผลคะแนนผ่านช่องทาง ดังนี้</p> <p>4.1. ภายหลังจากที่อาจารย์ผู้สอนแจ้งให้นักศึกษาทราบถึงคะแนน อาจารย์ผู้สอนต้องแจ้งสิทธิและช่องทางการในการขอตรวจสอบคะแนนและค่าระดับค่าคะแนนให้กับนักศึกษา</p> <p>4.2. คณะมีกรจัดตั้งกรรมการทวนสอบค่าระดับคะแนน (หลักฐาน4-6) เพื่อพิจารณาค่าระดับชั้น ก่อนนำเสนอคณะกรรมการประจำคณะ</p> <p>4.3. กรณีที่เกิดความไม่ถูกต้องใด ๆ อาจารย์ผู้สอนสามารถดำเนินการขอปรับแก้ค่าระดับคะแนนชั้นผ่านอนุกรรมการประกันคุณภาพประจำหลักสูตร และคณะกรรมการประจำคณะเพื่อรับรอง</p> <p>4.4. กรณีอาจารย์ผู้สอนไม่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนตรวจสอบคะแนนและค่าระดับคะแนน นักศึกษาสามารถทำบันทึกข้อความขอตรวจสอบคะแนนดังกล่าวผ่านอาจารย์ที่ปรึกษา หัวหน้าสาขาและนำเสนอต่อคณบดี หรืออาจารย์ร้องเรียนถึงอธิการบดีผ่านทางคณะฯ</p> <p>4.5 หลักสูตรมีการจัดการข้อร้องเรียนของนักศึกษา นอกจากดำเนินการร่วมกับคณะ ด้วยการเปิดโอกาสให้นักศึกษาร้องเรียนผ่านทางสาขาฯในประเด็นต่างๆที่เกี่ยวข้อง ตามลำดับขั้นตอนผ่านอาจารย์ที่ปรึกษาในคาบโฮมรูม(หลักฐาน 4-7) หัวหน้าหลักสูตร หัวหน้าสาขาเพื่อดำเนินการแก้ไขปัญหา</p> <p>หลักสูตรจะมีการประเมินผลการดำเนินงานเกี่ยวกับการอุทธรณ์ร้องทุกข์เรื่องผลการให้คะแนนดังกล่าว หากพบว่า นักศึกษาเกิดความเข้าใจผิดในการรับรองผลคะแนน หลักสูตรจึงมีการชี้แจงและสื่อสารเพิ่มเติมเพื่อให้มีความเข้าใจตรงกัน</p>	
<p>➢ 4.3. มีมาตรฐานและขั้นตอนการประเมินผลผู้เรียนที่ชัดเจน สำหรับติดตามความก้าวหน้าของผู้เรียนและการสำเร็จการศึกษาของผู้เรียน มีการสื่อสารไปยังผู้เรียนและนำไปใช้อย่างสม่ำเสมอ</p> <p>1. หลักสูตรมีการแจ้งในที่ประชุมอาจารย์ประจำสาขาวิชา ให้จัดระบบการเรียนการสอน การทดสอบ การมอบหมายงานต่างๆ ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การเรียนการสอนในแต่ละรายวิชา พร้อมทั้งให้อาจารย์ผู้สอนในแต่ละรายวิชา ออกแบบวิธีการประเมินผลให้มีความหลากหลายและสร้างสรรค์เพื่อให้ผู้เรียน</p>	<p>4-1 ตัวอย่างมคอ.3 รายวิชาที่ส่งเสริม การบรรลุELO</p> <p>4-9 แบบฟอร์ม รายละเอียดใน การประเมิน ชั้นงาน</p>



ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ตารางอ้างอิง
<p>บรรลุผลการเรียนรู้ที่หลากหลายตามความคาดหวังของวัตถุประสงค์การเรียนการสอน โดยกำหนดให้มีการระบุไว้ในมคอ.3 (หลักฐานที่ 4-1) ของแต่ละรายวิชา โดยอาจารย์ผู้สอนต้องแจ้งรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับการเรียนการสอนดังต่อไปนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.1 ระบุสัดส่วนการให้คะแนนและเกณฑ์การประเมินที่ระบุไว้ในมคอ.3 (หลักฐาน4-1) 1.2 แจ้งผู้เรียนเกี่ยวกับกฎเกณฑ์ และข้อปฏิบัติต่าง ๆ ในวันแรกของการเรียน (หลักฐาน 4-1) 1.3 สื่อสารกับนักศึกษาในระหว่างเรียนโดยสอดแทรกการอธิบายประเด็นการวัดการประเมินผลผู้เรียน ที่หลักสูตรจัดขึ้นตลอดภาคเรียน 1.4 ระบุรายละเอียดเพิ่มเติมในการประเมินกรณีเป็นรายวิชาที่มีการทำรายงานกลุ่ม/โครงงาน/รายงานวิจัย (หลักฐาน4-9) 1.5 ประเมินผลงานกลุ่มในนำเสนอผลงานรูปแบบต่างๆ (หลักฐาน 4-10) 1.6 อาจารย์ผู้สอนดำเนินการแจ้งระดับผลคะแนนที่มีความเกี่ยวข้องในการเรียนการสอนให้กับนักศึกษาทราบเป็นระยะๆ เพื่อให้ นักศึกษาทราบผลคะแนนของตนเอง จะได้มีการพัฒนาปรับปรุงแก้ไขงานที่ได้รับมอบหมาย และวางแผนการเรียนได้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของรายวิชาต่อไป 	<p>4-10 รายงานโครงการวิจัยและรายงานการจัดสัมมนา</p>
<p>➤ 4.4. มีวิธีการประเมินผลที่ครอบคลุมวิธีการแบบรูปิก ระยะเวลาการประเมิน การกำหนดเกณฑ์การประเมิน การกระจายค่าน้ำหนักการประเมิน ไปจนถึงเกณฑ์การให้คะแนนและการตัดเกรดที่มีความถูกต้องเชื่อถือได้และเป็นธรรมในการประเมิน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. หลักสูตรมีการแจ้งในที่ประชุมอาจารย์ประจำสาขาวิชา(หลักฐานที่ 4-8) ให้จัดระบบการเรียนการสอน การทดสอบ การมอบหมายงานต่างๆ ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การเรียนการสอนในแต่ละรายวิชา พร้อมทั้งให้อาจารย์ผู้สอนในแต่ละรายวิชาออกแบบวิธีการประเมินผลให้มีความหลากหลายและสร้างสรรค์ เพื่อให้ผู้เรียนบรรลุผลการเรียนรู้ตามของวัตถุประสงค์การเรียนการสอน โดย 	<p>4-9 แบบฟอร์มรายละเอียดในการประเมินชิ้นงาน</p> <p>4-10 รายงานโครงการวิจัยและรายงานการจัดสัมมนา</p> <p>4-11 สมุดบันทึกการฝึกงาน/สหกิจ</p>



ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ตารางอ้างอิง
<p>กำหนดให้มีการระบุระยะเวลาการประเมิน การกำหนดเกณฑ์การประเมิน การกระจายค่าน้ำหนักการประเมิน ไปจนถึงเกณฑ์การให้คะแนนและการตัดเกรดไว้ในมคอ.3 (หลักฐานที่ 4-1) ของแต่ละรายวิชา</p> <p>รูปแบบการประเมินการเรียนของนักศึกษา สามารถดำเนินการได้ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) การประเมินด้วยการทดสอบกลางภาค ปลายภาค ทดสอบย่อย แบบฝึกหัด ในกลุ่มกลุ่มวิชาบรรยายหรือทฤษฎี อาจารย์ผู้สอนต้องดำเนินการดังนี้ <ol style="list-style-type: none"> 1.1 ระบุสัดส่วนการให้คะแนนและเกณฑ์การประเมินที่ระบุไว้ในมคอ.3 (หลักฐาน4-1) 1.2 แจ้งผู้เรียนเกี่ยวกับกฎเกณฑ์ และข้อปฏิบัติต่าง ๆ ในวันแรกของการเรียน (หลักฐาน 4-1) 1.3 สื่อสารกับนักศึกษาในระหว่างเรียนโดยสอดแทรกการอธิบายประเด็นการวัดการประเมินผลผู้เรียน ที่หลักสูตรจัดขึ้นตลอดภาคเรียน 2) การประเมินเกี่ยวกับการนำเสนอรายบุคคล/รายกลุ่ม และการมีส่วนร่วมในชั้นเรียนอาจารย์ผู้สอนต้องดำเนินการดังนี้ <ol style="list-style-type: none"> 1.1 ระบุสัดส่วนการให้คะแนนและเกณฑ์การประเมินที่ระบุไว้ในมคอ.3 (หลักฐาน4-1) 1.2 แจ้งผู้เรียนเกี่ยวกับกฎเกณฑ์ และข้อปฏิบัติต่าง ๆ ในวันแรกของการเรียน (หลักฐาน 4-1) 1.3 สื่อสารกับนักศึกษาในระหว่างเรียนโดยสอดแทรกการอธิบายประเด็นการวัดการประเมินผลผู้เรียน ที่หลักสูตรจัดขึ้นตลอดภาคเรียน 1.4 ระบุรายละเอียดในการประเมินชิ้นงาน (หลักฐาน4-9) 1.5 ประเมินผลงานกลุ่มในนำเสนอผลงานรูปแบบต่างๆ (หลักฐาน 4-10) 3) การประเมินในส่วนการฝึกงานและสหกิจศึกษา จากสถานประกอบการ และอาจารย์นิเทศ การสัมภาษณ์เพื่อนร่วมงาน <ol style="list-style-type: none"> 1.1 ระบุสัดส่วนการให้คะแนนและเกณฑ์การประเมินที่ระบุไว้ใน 	<p>4-12 รายงานการฝึกงาน/สหกิจ</p>



ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ตารางอ้างอิง
<p>มคอ.3 (หลักฐาน4-1)</p> <p>1.2 แจ้งผู้เรียนเกี่ยวกับกฎเกณฑ์ และข้อปฏิบัติต่าง ๆ ในวันแรก ของ การเรียน (หลักฐาน 4-1)</p> <p>1.3 สื่อสารและทำความเข้าใจกับนักศึกษาให้ทราบเกี่ยวกับ ประเด็น การวัดประเมินผลของการฝึกงาน/สหกิจศึกษา</p> <p>1.4 ระบุและอธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับบันทึกการฝึกงาน/สหกิจ (หลักฐาน4-11)</p> <p>1.5 ประเมินผลการฝึกงาน/สหกิจ โดยอาจารย์นิเทศ ผู้รับผิดชอบ การฝึกงาน/สหกิจของสถานประกอบการ (หลักฐาน 4-12)</p>	
<p>➢ 4.5. มีวิธีการประเมินเพื่อวัดผลสำเร็จของผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของ หลักสูตรที่มีความชัดเจน</p> <p>1. ในแต่ละรายวิชาของหลักสูตรจะมีวิธีการประเมินนักศึกษาที่หลากหลาย ครอบคลุมตามผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง ตามที่ระบุไว้ใน มคอ.3 (หลักฐาน 4-1) ด้วยรูปแบบการประเมินความรู้ความเข้าใจทั้งจากการสอบแบบข้อเขียน อัตนัย หรือ การใช้ข้อสอบแบบปรนัย รวมทั้งมีการประเมินผลการคิดวิเคราะห์ แก้ปัญหา ในบางรายวิชา เช่น รายวิชาวิจัยและโครงการ และ สัมมนาทางการ ตลาด (หลักฐาน 4-10) ดดยอาจารย์ผู้สอนต้องชี้แจงรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับ วิชาเรียนดังนี้</p> <p>1.1 ระบุสัดส่วนการให้คะแนนและเกณฑ์การประเมินที่ระบุไว้ใน มคอ.3 (หลักฐาน4-1)</p> <p>1.2 แจ้งผู้เรียนเกี่ยวกับกฎเกณฑ์ และข้อปฏิบัติต่าง ๆ ในวันแรกของ การเรียน (หลักฐาน 4-1)</p> <p>1.3 สื่อสารกับนักศึกษาในระหว่างเรียนโดยสอดแทรกการอธิบาย ประเด็นการวัดการประเมินผลผู้เรียนในรายวิชาที่เป็นทฤษฎี /ปฏิบัติ ที่ หลักสูตรจัดขึ้นตลอดภาคเรียน</p> <p>1.4 ระบุรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับคะแนนการประเมินในกรณีเป็น รายวิชา ที่มีการทำรายงานกลุ่ม/โครงการ/รายงานวิจัย (หลักฐาน4-9)</p>	



ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ตารางอ้างอิง
<p>1.5 ประเมินผลงานกลุ่มในนำเสนอผลงานรูปแบบต่างๆ (หลักฐาน 4-10)</p> <p>2. มีการแต่งตั้งคณะกรรมการประเมินข้อสอบ(หลักฐาน 4-6) และมีการประชุมประเมินข้อสอบก่อนนำไปใช้สอบ เพื่อพิจารณาความถูกต้องเหมาะสมของการประเมินผลคะแนน</p> <p>3. มีการประเมินผลการเรียน และ การทำงานตามที่นักศึกษาได้รับมอบหมายในระหว่างภาคการศึกษาเป็นระยะ ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของรายวิชาที่ระบุไว้ใน มคอ.3 (หลักฐาน 4-1)</p>	
<p>➢ 4.6. มีการให้ข้อมูลย้อนกลับเกี่ยวกับการประเมินผู้เรียนที่เหมาะสมแก่เวลา และช่วยพัฒนาการเรียนรู้</p> <p>1. ให้อาจารย์ผู้สอนดำเนินการแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีการเรียนการสอน การทดสอบ การมอบหมายงานต่างๆ ในแต่ละรายวิชา พร้อมทั้งระบุระยะเวลาการประเมิน การกำหนดเกณฑ์การประเมิน การกระจายค่าน้ำหนักการประเมิน ไปจนถึงเกณฑ์การให้คะแนนและการตัดเกรดตามที่กำหนดไว้ใน มคอ.3 (หลักฐาน 4-1) ให้นักศึกษาทราบ เพื่อการวางแผนการเรียนของนักศึกษา</p> <p>2. ภายหลังจากวัดผลจากการเรียนและการมอบหมายงาน ให้อาจารย์ผู้สอนดำเนินการแจ้งระดับผลคะแนนที่มีความเกี่ยวข้องในการเรียนการสอน และชิ้นงานที่มอบหมายให้นักศึกษา ทราบเกี่ยวกับรายงานผลคะแนนเก็บ (หลักฐาน 4-13) เป็นระยะๆ โดยอาจารย์ผู้สอนแต่ละรายวิชา เพื่อให้ นักศึกษาทราบผลคะแนนของตนเอง จะได้มีการพัฒนาปรับปรุงแก้ไขงานที่ได้รับมอบหมายและวางแผนการเรียนได้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของรายวิชาต่อไป</p>	<p>4-1 ตัวอย่างมคอ.3 รายวิชาที่ส่งเสริม การบรรลุELO</p> <p>4-13 รายงานผล คะแนนเก็บของ นักศึกษา</p>
<p>➢ 4.7. การประเมินผลผู้เรียนและกระบวนการต่างๆ มีการทบทวนและปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเพื่อให้มั่นใจว่ามีความสอดคล้องกับความต้องการของอุตสาหกรรม และสอดคล้องกับผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง</p> <p>3. มีการประเมินการจัดการเรียนการสอน (หลักฐาน4-9) ตามผลการเรียนรู้ที่คาดหวังในแต่ละด้านโดยแต่งตั้งคณะกรรมการทวนสอบผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ (หลักฐาน 4-6) และมีการรายงานการประเมินผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติใน มคอ 5 (หลักฐาน 4-14) ของทุกรายวิชา</p> <p>- มีการทวนสอบ วัดผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ในแต่ละรายวิชาและนำไปปรับปรุงการ</p>	<p>4-6 คำสั่งแต่งตั้ง คณะกรรมการ ประเมินข้อสอบ ทวนสอบและ วัดผลสัมฤทธิ์การ เรียนรู้</p> <p>4-9 แบบฟอร์ม รายละเอียดใน การประเมิน</p>



ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ตารางอ้างอิง
เรียนการสอนในปีการศึกษาต่อไป	ชิ้นงาน
4. ในรายวิชากลุ่มการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และสหกิจศึกษาจะมีอาจารย์ไปนิเทศงานถึงสถานประกอบการ (หลักฐาน 4-11) โดยร่วมปรึกษากับผู้รับผิดชอบดูแลการฝึกงาน/สหกิจของนักศึกษา เกี่ยวกับพฤติกรรมและสมรรถนะของนิสิต รวมถึงติดตาม ความก้าวหน้าของโครงการ พร้อมทั้งมีการสื่อสารให้นักศึกษาทราบในประเด็นต่าง ๆ ที่ต้องได้รับการปรับปรุง พัฒนางานให้สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการ ทั้งนี้เพื่อเติมเต็มทักษะหรือความรู้ที่จำเป็นต้องใช้ในการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตรในการผลิตนักรบการตลาดที่มีความพร้อมในเชิงปฏิบัติการ (PLOs ข้อ 4) และมีความสอดคล้องกับความต้องการของอุตสาหกรรม(หลักฐาน 4-12 และ 4-15)	4-11 สมุดบันทึกการฝึกงาน/สหกิจ 4-12 รายงานการฝึกงาน/สหกิจ 4-14 ตัวอย่างมคอ.5 4-15 หนังสือรับรองการผ่านการฝึกงาน/สหกิจจากสถานประกอบการ

เป้าหมายของปีนี้

:ระดับ...3...

ผลการประเมินตนเองครั้งนี้ : ระดับ...3..

ผลการดำเนินงาน

บรรลุเป้าหมาย ไม่บรรลุเป้าหมาย

หมายเหตุ ระบุเป้าหมายและผลการประเมินตนเองตาม Rating Scale 7 ระดับ ดังนี้

ระดับ 1 คุณภาพไม่เพียงพออย่างชัดเจน

ไม่ปรากฏผลการดำเนินการ ไม่มีเอกสาร ไม่มีแผน หรือไม่มีหลักฐานที่สนับสนุนการดำเนินงาน คุณภาพไม่เพียงพออย่างชัดเจน จำเป็นต้องปรับปรุง แก้ไข หรือพัฒนาอย่างเร่งด่วน

ระดับ 2 คุณภาพไม่เพียงพอ จำเป็นต้องมีการปรับปรุง

มีการวางแผนแต่ยังไม่ได้เริ่มดำเนินการ เนื่องจากมีข้อมูล เอกสารและหลักฐานไม่เพียงพอในการดำเนินการ จึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุง แก้ไขหรือพัฒนา

ระดับ 3 คุณภาพไม่เพียงพอ แต่การปรับปรุง แก้ไข หรือพัฒนาเพียงเล็กน้อยสามารถทำให้มีคุณภาพเพียงพอได้

มีเอกสารแต่ยังไม่เชื่อมโยงต่อการปฏิบัติ หรือมีการดำเนินการตามเกณฑ์ประกันคุณภาพ พบแนวทางการพัฒนาบ้าง มีหลักฐาน เอกสารบ้าง แต่ขาดความชัดเจน ผลการดำเนินงานยังไม่สมบูรณ์ในบางผลลัพธ์

ระดับ 4 มีคุณภาพของการดำเนินการของหลักสูตรตามเกณฑ์

มีเอกสารและหลักฐานการดำเนินการตามเกณฑ์ ผลลัพธ์เกิดขึ้นตามที่คาดหวัง

ระดับ 5 มีคุณภาพของการดำเนินการของหลักสูตรดีกว่าเกณฑ์

มีเอกสารและหลักฐานชัดเจนที่แสดงถึงการดำเนินการที่มีประสิทธิภาพดีกว่า เกณฑ์ส่งผลให้เกิดผลดีในการพัฒนาระบบ

ระดับ 6 เป็นตัวอย่างของแนวปฏิบัติที่ดี

มีเอกสาร หลักฐานสนับสนุนที่ดีตามเกณฑ์อย่างมีประสิทธิภาพ มีผลลัพธ์การดำเนินการที่ดีและมีแนวโน้มผลการดำเนินการในเชิงบวก



ระดับ 7 ระดับดีเยี่ยม เป็นแนวปฏิบัติในระดับโลกหรือแนวปฏิบัติชั้นนำ
มีการดำเนินการตามเกณฑ์อย่างมีนวัตกรรม มีผลลัพธ์ที่โดดเด่นในระดับโลก มีแนวโน้มเชิงบวกให้เป็นอย่างชัดเจน ซึ่ง
ผลงานการดำเนินงานสามารถนำไปเป็นแนวปฏิบัติชั้นนำได้



เกณฑ์คุณภาพที่ 5 คุณภาพของบุคลากรสายวิชาการ (Academic Staff)

5.1. The programme to show that academic staff planning (including succession, promotion, re-deployment, termination, and retirement plans) is carried out to ensure that the quality and quantity of the academic staff fulfil the needs for education, research, and service.

5.2. The programme to show that staff workload is measured and monitored to improve the quality of education, research, and service.

5.3. The programme to show that the competences of the academic staff are determined, evaluated, and communicated.

5.4. The programme to show that the duties allocated to the academic staff are appropriate to qualifications, experience, and aptitude.

5.5. The programme to show that promotion of the academic staff is based on a merit system which accounts for teaching, research, and service.

5.6. The programme to show that the rights and privileges, benefits, roles and relationships, and accountability of the academic staff, taking into account professional ethics and their academic freedom, are well defined and understood.

5.7. The programme to show that the training and developmental needs of the academic staff are systematically identified, and that appropriate training and development activities are implemented to fulfil the identified needs.

5.8. The programme to show that performance management including reward and recognition is implemented to assess academic staff teaching and research quality.

ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ตารางอ้างอิง
<p>➤ 5.1. มีการวางแผนบุคลากรสายวิชาการ (รวมถึงการสืบทอดตำแหน่ง การเลื่อนตำแหน่ง การโปรโมทขึ้นทำงานในตำแหน่งใหม่ การเลิกจ้างและแผนการเกษียณอายุ) ดำเนินการเพื่อให้แน่ใจว่าคุณภาพและปริมาณของบุคลากรสายวิชาการตอบสนองความต้องการด้านการศึกษาค้นคว้าวิจัยและการบริการทางวิชาการ</p> <p><u>การสอน</u> เปิดโอกาสให้อาจารย์สามารถพัฒนาตนเองเพื่อสอนในรายวิชาใหม่ๆ ในหลักสูตร</p> <p><u>การวิจัย</u> ส่งเสริมสนับสนุนให้อาจารย์ทุกท่านมีผลงานวิจัย โดยการเขียนขอทุนสนับสนุนวิจัย ทั้งงบประมาณเงินรายได้ งบประมาณแผ่นดิน และจากหน่วยงาน</p>	<p>แผนพัฒนารายบุคคล สำหรับบุคลากรสายวิชาการ</p>



ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ตารางอ้างอิง
<p>ภายนอก</p> <p><u>การบริการวิชาการ</u> มีการบริการวิชาการ โดยนำความรู้ในสาขาวิชาการตลาดไปใช้ให้เกิดประโยชน์กับชุมชนในพื้นที่ และหน่วยงานธุรกิจภายนอก</p> <p>หลักสูตรมีการดำเนินการวางแผนบุคลากรสายวิชาการ ซึ่งเป็นไปตามที่คณะกำหนด โดยมีการจัดทำแผนพัฒนาบุคลากรรายบุคคลสาขาวิชาการตลาดรายละเอียดดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. นายพิเชษฐ์ พรหมใหม่ พัฒนาทักษะด้านวิชาชีพในปีงบประมาณ 2546 2. นางยุพาภรณ์ อุไรรัตน์ เกษียณอายุราชการ 3. นางชญัญภัทร อัมพันสุขโข ขอกำหนดตำแหน่งวิชาการ ระดับรองศาสตราจารย์ และพัฒนาทักษะวิชาชีพในปีงบประมาณ 2565 4. นางปรีชญา ชุมศรี พัฒนาทักษะวิชาชีพในปีงบประมาณ 2566 5. นางอันธิกา ทิพย์จำนงค์ พัฒนาทักษะวิชาชีพในปีงบประมาณ 2565 6. นางธันยาภรณ์ คำจตุติ ขอกำหนดตำแหน่งวิชาการ ระดับรองศาสตราจารย์ ในปีงบประมาณ 2567 7. นางสุทธยา สมสุข ขอกำหนดตำแหน่งวิชาการ ระดับรองศาสตราจารย์ ในปีงบประมาณ 2567 8. นางสาวบุษรินทร์ คูนิอาจ ขอกำหนดตำแหน่งวิชาการ ระดับผู้ช่วยศาสตราจารย์ ในปีงบประมาณ 2565 และพัฒนาทักษะวิชาชีพในปีงบประมาณ 2566 9. นายสุรียา นิตยมี ขอกำหนดตำแหน่งวิชาการ ระดับรองศาสตราจารย์ ในปีงบประมาณ 2567 10. นางวัลลภา พัฒนา พัฒนาทักษะวิชาชีพในปีงบประมาณ 2566 11. นางทิพย์สุดา จันทร์เกื้อ พัฒนาทักษะวิชาชีพในปีงบประมาณ 2565-2567 	
<p>➤ 5.2 มีการวัดและติดตามปริมาณงานของบุคลากรสายวิชาการเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพและคุณภาพของงาน ด้านการศึกษาค้นคว้าวิจัยและการบริการทางวิชาการ</p> <p>อัตรากำลังปีการศึกษา 2563 รายละเอียดดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 นายพิเชษฐ์ พรหมใหม่ สอนจำนวน 20 คาบต่อสัปดาห์ 2 นางยุพาภรณ์ อุไรรัตน์ สอนจำนวน 12 คาบต่อสัปดาห์ 3 นางชญัญภัทร อัมพันสุขโข สอนจำนวน 12 คาบต่อสัปดาห์ 	<p>-อัตรากำลังภาคการศึกษาที่ 1 และ 2 ประจำปีการศึกษา 2563</p>



ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ตารางอ้างอิง
<p>4 นางปรีชญา ชุมศรี สอนจำนวน 16 คาบต่อสัปดาห์</p> <p>5 นางอันธิกา ทิพย์จำนงค์ สอนจำนวน 18 คาบต่อสัปดาห์</p> <p>6 นางธันยาภรณ์ ดำจตุติ สอนจำนวน 16 คาบต่อสัปดาห์</p> <p>7 นางสุทธยา สมสุข สอนจำนวน 18 คาบต่อสัปดาห์</p> <p>8 นางสาวบุษรินทร์ คูนิอาจ สอนจำนวน 15 คาบต่อสัปดาห์</p> <p>9 นายสุริยา นิตยมี สอนจำนวน 20 คาบต่อสัปดาห์</p> <p>10 นางวัลลภา พัฒนา สอนจำนวน 17 คาบต่อสัปดาห์</p> <p>การดำเนินการเปิดรับอาจารย์ผู้สอนมาเพิ่มเพื่อลดภาระการสอนอาจารย์ในสาขาวิชาและทดแทนอัตรากำลังที่จะเกษียณอายุราชการในอนาคต</p>	
<p>➢ 5.3. มีการกำหนดสมรรถนะความสามารถของบุคลากรสายวิชาการ การประเมินผล และมีการสื่อสารให้ทราบ</p> <p>สมรรถนะความสามารถของบุคลากรในสาขาวิชาการตลาด รายละเอียดดังนี้</p> <p>1 นายพิเชษฐ์ พรหมใหม่ มีความถนัดในรายวิชาการสื่อสารทางการตลาดและระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจ</p> <p>2 นางยุพาภรณ์ อุไรรัตน์ มีความถนัดในรายวิชาการจัดการทางการตลาด</p> <p>3 นางชญัญภัทร อำพันสุขโข มีความถนัดในรายวิชาพฤติกรรมผู้บริโภคและการจัดการขาย</p> <p>4 นางปรีชญา ชุมศรี มีความถนัดในรายวิชาการตลาดกิจกรรมและการจัดการลูกค้าสัมพันธ์</p> <p>5 นางอันธิกา ทิพย์จำนงค์ มีความถนัดในรายวิชาการตลาดระหว่างประเทศและกลยุทธ์ทางการตลาด</p> <p>6 นางธันยาภรณ์ ดำจตุติ มีความถนัดในรายวิชาการจัดการการค้าปลีก</p> <p>7 นางสุทธยา สมสุข มีความถนัดในรายวิชาการจัดการตราสินค้า และการตลาดดิจิทัล</p> <p>8 นางสาวบุษรินทร์ คูนิอาจ มีความถนัดในรายวิชาสัมมนาทางการตลาด และการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม</p> <p>9 นายสุริยา นิตยมี มีความถนัดในรายวิชาการวิเคราะห์เชิงปริมาณ และการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด</p> <p>10 นางวัลลภา พัฒนา มีความถนัดในรายวิชาการวิจัยการตลาด และการจัดการผลิตภัณฑ์และราคา</p>	



ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ตารางอ้างอิง
<p>➤ 5.4. มีการกำหนดตำแหน่งหน้าที่และจัดสรรบุคลากรสายวิชาการที่มีความเหมาะสมกับคุณสมบัติ ความรู้ความสามารถ ประสบการณ์และความถนัด</p> <p>หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาดมีการจัดสรรภาระงานตามพันธกิจ โดย</p> <p><u>ภาระการสอน</u> พิจารณาตามประสบการณ์ที่เคยสอน ความเชี่ยวชาญของอาจารย์แต่ละท่าน</p> <p><u>การวิจัย</u> มีการส่งเสริมสนับสนุนให้อาจารย์ทุกท่านมีผลงานวิจัย โดยการเขียนขอทุนสนับสนุนวิจัย ทั้งงบประมาณเงินรายได้ งบประมาณแผ่นดิน และจากหน่วยงานภายนอก</p> <p><u>การบริการวิชาการ</u> พิจารณาจากความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ของอาจารย์แต่ละท่านในการทำงานร่วมกับชุมชนหรือมีประสบการณ์ในการเป็นที่ปรึกษาของหน่วยงานภายนอก</p>	
<p>➤ 5.5. มีการวัดประเมินผล และการเลื่อนตำแหน่งของบุคลากรสายวิชาการ ที่มีความเหมาะสมตามระบบคุณธรรม ที่สอดคล้องกับงานด้านการศึกษาการวิจัย และการบริการทางวิชาการ</p> <p>มีการประเมินผลปฏิบัติราชการตามแบบประเมินผลปฏิบัติราชการ ประจำปีงบประมาณ 2563 รายละเอียด ดังนี้</p> <p>1. การประเมินผลปฏิบัติราชการ จากผลสัมฤทธิ์ด้านการปฏิบัติงาน ร้อยละ 80 ประกอบด้วย ด้านการปฏิบัติงาน ด้านยุทธศาสตร์ และงานที่หน่วยงานกำหนด</p> <p>2. การประเมินผลปฏิบัติราชการ จากพฤติกรรมการปฏิบัติราชการ (สมรรถนะ) ร้อยละ 20 ประกอบด้วย ความรับผิดชอบ เชี่ยวชาญสร้างสรรค์ คุณธรรมและจริยธรรม การพัฒนา และความสามัคคี</p>	



ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ตารางอ้างอิง
<p>➤ 5.6. มีการกำหนดบทบาท หน้าที่ ความความรับผิดชอบของบุคลากรสายวิชาการที่ชัดเจน โดยคำนึงถึงคุณธรรมจริยธรรม จรรยาบรรณทางวิชาชีพและเสรีภาพทางวิชาการ และมีการสื่อสารให้ทราบ</p> <p>บทบาทหน้าที่ของอาจารย์ผู้สอน ดำเนินการสอนตามที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มที่ที่สุดความสามารถและเป็นไปตามระเบียบราชการ และมีอิสระในการกำหนดการสอนในรายวิชาที่ได้รับมอบหมายโดยต้องสอดคล้องกับหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด</p>	
<p>➤ 5.7. มีการกำหนดและวางแผนความต้องการด้านการฝึกอบรมและพัฒนาการของบุคลากรสายวิชาการอย่างเป็นระบบและมีการดำเนินกิจกรรมด้านการฝึกอบรมและพัฒนาที่เหมาะสมเพื่อตอบสนองความต้องการที่ได้กำหนดไว้</p> <p>การฝึกอบรมของอาจารย์ในสาขาแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ อาจารย์สามารถขอเข้ารับการฝึกอบรมกับหน่วยงานที่สนใจ และเข้ารับการฝึกอบรมตามที่คณะจัดสรรให้ ซึ่งคณาจารย์สามารถเลือกการฝึกอบรมตามที่ตนเองสนใจและเป็นประโยชน์ต่อการจัดการเรียนการสอน</p>	
<p>➤ 5.8. มีการบริหารจัดการผลการปฏิบัติงานรวมถึงการให้รางวัลและการยอมรับเพื่อประเมินคุณภาพที่สอดคล้องกับงานด้านการศึกษาค้นคว้าวิจัยและการบริการทางวิชาการ</p> <p>มีการประเมินผลปฏิบัติราชการตามแบบประเมินผลปฏิบัติราชการ ประจำปีงบประมาณ 2563 รายละเอียด ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การประเมินผลปฏิบัติราชการ จากผลสัมฤทธิ์ด้านการปฏิบัติงาน ร้อยละ 80 ประกอบด้วย ด้านการปฏิบัติงาน ด้านยุทธศาสตร์ และงานที่หน่วยงานกำหนด 2. การประเมินผลปฏิบัติราชการ จากพฤติกรรมการปฏิบัติราชการ (สมรรถนะ) ร้อยละ 20 ประกอบด้วย ความรับผิดชอบ เชี่ยวชาญสร้างสรรค์ คุณธรรมและจริยธรรม การพัฒนา และความสามัคคี <p>ในการให้รางวัลสำหรับผลงานของคณาจารย์ ทางคณะมีรางวัลสำหรับการนำเสนอผลงานวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์ ตั้งแต่ 5,000-20,000 บาท ขึ้นอยู่กับฐานข้อมูลในการเผยแพร่ เช่น ตีพิมพ์ในฐาน TCI กลุ่มที่ 1 ได้รับรางวัล 5,000 บาท เป็นต้น</p>	



ตารางที่ 2.4 จำนวนบุคลากรสายวิชาการ

ประเภท	ชาย	หญิง	รวม		ร้อยละของ ปริญญาเอก
			จำนวน	FTE	
ศาสตราจารย์	-	-	-	-	-
รองศาสตราจารย์	-	-	-	-	-
ผู้ช่วยศาสตราจารย์	2	7	9		44.44
อาจารย์	-	2	2		-
อาจารย์พิเศษ					
ผู้บรรยายพิเศษ					
อื่นๆ (ระบุ)					

เป้าหมายของปีนี้ :ระดับ...3. ผลการประเมินตนเองครั้งนี้ : ระดับ...3.

ผลการดำเนินงาน บรรลุเป้าหมาย ไม่บรรลุเป้าหมาย

หมายเหตุ ระบุเป้าหมายและผลการประเมินตนเองตาม Rating Scale 7 ระดับ ดังนี้

ระดับ 1 คุณภาพไม่เพียงพออย่างชัดเจน

ไม่ปรากฏผลการดำเนินการ ไม่มีเอกสาร ไม่มีแผน หรือไม่มีหลักฐานที่สนับสนุนการดำเนินงาน คุณภาพไม่เพียงพออย่างชัดเจน จำเป็นต้องปรับปรุง แก้ไข หรือพัฒนาอย่างเร่งด่วน

ระดับ 2 คุณภาพไม่เพียงพอ จำเป็นต้องมีการปรับปรุง

มีการวางแผนแต่ยังไม่ได้เริ่มดำเนินการ เนื่องจากมีข้อมูล เอกสารและหลักฐานไม่เพียงพอในการดำเนินการ จึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุง แก้ไขหรือพัฒนา

ระดับ 3 คุณภาพไม่เพียงพอ แต่การปรับปรุง แก้ไข หรือพัฒนาเพียงเล็กน้อยสามารถทำให้มีคุณภาพเพียงพอได้

มีเอกสารแต่ยังไม่เชื่อมโยงต่อการปฏิบัติ หรือมีการดำเนินการตามเกณฑ์ประกันคุณภาพ พบแนวทางการพัฒนาบ้าง มีหลักฐาน เอกสารบ้าง แต่ขาดความชัดเจน ผลการดำเนินงานยังไม่สมบูรณ์ในบางผลลัพธ์

ระดับ 4 มีคุณภาพของการดำเนินการของหลักสูตรตามเกณฑ์

มีเอกสารและหลักฐานการดำเนินการตามเกณฑ์ ผลลัพธ์เกิดขึ้นตามที่คาดหวัง

ระดับ 5 มีคุณภาพของการดำเนินการของหลักสูตรดีกว่าเกณฑ์

มีเอกสารและหลักฐานชัดเจนที่แสดงถึงการดำเนินการที่มีประสิทธิภาพดีกว่า เกณฑ์ส่งผลให้เกิดผลดีในการพัฒนาระบบ

ระดับ 6 เป็นตัวอย่างของแนวปฏิบัติที่ดี

มีเอกสาร หลักฐานสนับสนุนที่ดีตามเกณฑ์อย่างมีประสิทธิภาพ มีผลลัพธ์การดำเนินการที่ดีและมีแนวโน้มผลการดำเนินการในเชิงบวก

ระดับ 7 ระดับดีเยี่ยม เป็นแนวปฏิบัติในระดับโลกหรือแนวปฏิบัติชั้นนำ

มีการดำเนินการตามเกณฑ์อย่างมีนวัตกรรม มีผลลัพธ์ที่โดดเด่นในระดับโลก มีแนวโน้มเชิงบวกให้เป็นอย่างชัดเจน ซึ่งผลงานการดำเนินงานสามารถนำไปเป็นแนวปฏิบัติชั้นนำได้



เกณฑ์คุณภาพที่ 6 การบริการและการช่วยเหลือผู้เรียน(Student Support Services)

6.1. The student intake policy, admission criteria, and admission procedures to the programme are shown to be clearly defined, communicated, published, and up-to-date.

6.2. Both short-term and long-term planning of academic and non-academic support services are shown to be carried out to ensure sufficiency and quality of support services for teaching, research, and community service.

6.3. An adequate system is shown to exist for student progress, academic performance, and workload monitoring. Student progress, academic performance, and workload are shown to be systematically recorded and monitored. Feedback to students and corrective actions are made where necessary.

6.4. Co-curricular activities, student competition, and other student support services are shown to be available to improve learning experience and employability.

6.5. The competences of the support staff rendering student services are shown to be identified for recruitment and deployment. These competences are shown to be evaluated to ensure their continued relevance to stakeholders needs. Roles and relationships are shown to be well-defined to ensure smooth delivery of the services.

6.6. Student support services are shown to be subjected to evaluation, benchmarking, and enhancement.

ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ตารางอ้างอิง
<p>➤ 6.1. มีการกำหนดและประกาศนโยบายการรับผู้เรียนเกณฑ์การรับเข้าและขั้นตอนการรับเข้าเรียนในหลักสูตรอย่างชัดเจนมีการสื่อสารเผยแพร่และเป็นปัจจุบัน</p> <p>หลักสูตรการตลาด ได้กำหนดและประกาศนโยบายการรับผู้เรียนพร้อมระบุเกณฑ์การรับเข้าและขั้นตอนการรับเข้าเรียนในหลักสูตรอย่างชัดเจน โดยมีการสื่อสารเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โดยการใช้สื่อออนไลน์ของมหาวิทยาลัย คณะบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด นอกจากนี้ยังมีป้ายประชาสัมพันธ์ที่ทางมหาวิทยาลัยจัดทำขึ้น รวมถึงคณะบริหารธุรกิจได้มีการออกไปแนะแนวนักศึกษาตามสถานศึกษาต่างๆที่เป็นกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกจังหวัดสงขลา</p> <p>หลักสูตรได้มีการรับผู้เรียนตามเกณฑ์และขั้นตอนของมหาวิทยาลัย จำนวน 3</p>	<p>-เพจของมหาวิทยาลัย , คณะบริหารธุรกิจและ สาขาวิชาการตลาด</p>



ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ตารางอ้างอิง
<p>หลักสูตรในปีการศึกษา 2563 ดังนี้</p> <p>1. หลักสูตร 4 ปี ภาคปกติ จำนวน 84 คน โดยรับผู้สำเร็จการศึกษาระดับ ปวช. และมีมัธยมศึกษาปีที่ 6 ทุกสาขา ซึ่งมีรายละเอียดการรับแต่ละรอบดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - รอบPortfolio จำนวน 30 คน - รอบโควตา จำนวน 14 คน - รอบรับตรง จำนวน 6 คน - รอบAdmission จำนวน 3 คน - รอบที่ 5 จำนวน 12 คน - รอบ TCAS จำนวน 65 คน <p>2. หลักสูตรเทียบโอนภาคปกติ จำนวน 123 คน โดยรับผู้สำเร็จการศึกษาระดับ ปวส. สายบริหารธุรกิจ ซึ่งมีรายละเอียดการรับแต่ละรอบดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - รอบโควตา จำนวน 77 คน - รอบรับตรง จำนวน 38 คน - รอบรับตรงอิสระ จำนวน 8 คน <p>3. หลักสูตรเทียบโอนภาคสมทบ จำนวน 71 คน โดยรับผู้สำเร็จการศึกษาระดับ ปวส. สายบริหารธุรกิจ ซึ่งมีรายละเอียดการรับแต่ละรอบดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - รอบโควตา จำนวน 46 คน - รอบรับตรง จำนวน 14 คน - รอบรับตรงอิสระ จำนวน 11 คน <p>สรุป รับนักศึกษาไว้รวมทั้งสิ้น จำนวน 278 คน</p>	
<p>➤ 6.2. มีการวางแผนทั้งระยะสั้นและระยะยาวของการบริการสนับสนุนทางด้านวิชาการและที่ไม่ใช่ทางวิชาการเพื่อให้แน่ใจว่าการบริการสนับสนุนงานด้านการสอนการวิจัยและการบริการวิชาการมีความเพียงพอและมีคุณภาพ</p> <p>หลักสูตร/สาขาการตลาด ได้จัดเตรียมอุปกรณ์สื่อการเรียนการสอน โดยได้วางแผนการจัดซื้อตามแบบสำรวจของทางคณะบริหารธุรกิจเพื่อใช้สนับสนุนการเรียนการสอนและกิจกรรม เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ถังขยะ เครื่องสแกน อุณหภูมิ เจลล้างมือเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ที่มาใช้บริการภายในอาคาร</p>	<p>- แบบฟอร์มสำรวจการจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์</p>



ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ตารางอ้างอิง
<p><u>แผนระยะสั้น</u></p> <p>ปัจจุบันหลักสูตรการตลาด มีเจ้าหน้าที่ประจำจำนวน 1 คน วุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาการจัดการทรัพยากรบุคคล มีหน้าที่ในการบริการอาจารย์จำนวน 11 คนและนักศึกษาจำนวน 18 ห้องเรียน ซึ่งถือว่ามีความน้อยเมื่อเทียบกับจำนวนอาจารย์และนักศึกษา ที่เจ้าหน้าที่ต้องให้บริการในขณะนี้ หากเป็นไปได้บางช่วงที่หลักสูตร/สาขา มีภาระงานมากเป็นพิเศษอาจจะจัดจ้างนักศึกษาที่มีเหตุหรือความจำเป็นมาช่วยงานเพื่อแบ่งเบาภาระงานเจ้าหน้าที่ประจำ</p> <p><u>แผนระยะยาว</u></p> <p>อาจจะมีการรับเจ้าหน้าที่คนใหม่หรือจัดเจ้าหน้าที่จากส่วนกลางเพิ่ม ทั้งนี้เพื่อทำงานในหลักสูตร/สาขา มีเพียงพอและมีคุณภาพเพิ่มขึ้นให้สอดคล้องกับพันธกิจของมหาวิทยาลัย</p>	
<p>➤ 6.3. มีระบบติดตามความก้าวหน้า ผลการเรียนรู้ และการตรวจสอบภาระการเรียนรู้ของผู้เรียนที่เพียงพอโดยมีการบันทึกไว้อย่างเป็นระบบโดยมีการให้ข้อมูลย้อนกลับ และข้อเสนอแนะแก่ผู้เรียนและดำเนินการแก้ไขข้อบกพร่องได้ทันทีหากจำเป็น</p> <p>ระบบการติดตามความก้าวหน้า ผลการเรียนรู้ และตรวจสอบภาระการเรียนรู้ของผู้เรียนโดยปกติอาจารย์ที่ปรึกษาที่ได้รับการแต่งตั้งจากคณะฯ ซึ่งจะเริ่มให้คำแนะนำตั้งแต่การลงทะเบียนเรียน การให้คำปรึกษาระหว่างการเรียน หากผู้เรียนเกิดปัญหาการเรียน ตลอดจนพิจารณาผลการเรียน อาจารย์ที่ปรึกษาจะกระทำหลายรูปแบบทั้งการติดตามแบบเข้าพบเป็นรายบุคคล การเข้าพบเป็นรายกลุ่มห้องเรียนหรือการติดต่อสื่อสารโดยใช้ช่องทางออนไลน์ เช่น ไลน์หรือเฟสบุ๊ก เป็นต้น โดยปกติการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาจะมีแบบฟอร์ม Home room ซึ่งอาจารย์ที่ปรึกษาจะจัดทำขึ้นเพื่อเป็นหลักฐานและแจ้งไปยังคณะฯ ต่อไป อีกทั้งในการพิจารณาผลเกรดของนักศึกษา หัวหน้าสาขาและหัวหน้าหลักสูตรจะเข้าร่วมประชุมพร้อมกับคณะกรรมการบริหารคณะฯ เพื่อพิจารณาผลเกรดของนักศึกษา หากมีปัญหาประการใดก็จะนำมาแจ้งแก่อาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อติดต่อประสานงานและดำเนินการให้ข้อเสนอแนะแก่นักศึกษาในความรับผิดชอบต่อไป</p>	<p>-การลงทะเบียนเรียนของนักศึกษาในระบบของสำนักงานวัดผลและงานทะเบียน</p>



ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ตารางอ้างอิง
<p>➤ 6.4. มีการให้คำแนะนำทางวิชาการ กิจกรรมเสริมหลักสูตรการแข่งขันของผู้เรียนและการบริการสนับสนุนช่วยเหลือผู้เรียนด้านต่างๆ เพื่อปรับปรุงประสบการณ์การเรียนรู้ ทั้งทางด้านความรู้ ทักษะและความสามารถในการทำงาน</p> <p>หลักสูตรได้มีกิจกรรมเสริมหลักสูตร โดยการส่งนักศึกษาเข้าร่วมประกวดผลงานด้านการวิจัย การจัดโครงการหรือกิจกรรมเสริม เช่น นั้ยาเซ็ด กระจกลดโลกร้อนและการผลิตกระทงเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และกิจกรรมอื่นๆ ของคณะ อีกทั้งยังให้นักศึกษามีส่วนร่วมลงพื้นที่การบริการวิชาการแก่ชุมชน สังคม เพื่อให้เกิดความรู้มากขึ้น นอกจากนี้ หลักสูตรยังให้นักศึกษาที่จะสำเร็จการศึกษาเข้าร่วมอบรมและทดสอบความรู้ทางด้านเทคโนโลยีและภาษาอังกฤษตามหลักเกณฑ์ของมหาวิทยาลัย</p>	<p>-รูปถ่ายการเข้าร่วมโครงการและกิจกรรมต่างๆของนักศึกษา</p> <p>-ผลคะแนนการทดสอบภาษาอังกฤษ</p>
<p>➤ 6.5. มีการกำหนดสมรรถนะ ความสามารถของเจ้าหน้าที่สายสนับสนุนที่ชัดเจน เกี่ยวข้องกับความสามารถในการให้บริการผู้เรียนมีการกำหนดวิธีการประเมินผลที่มีความชัดเจน เพื่อให้มั่นใจว่า สามารถให้บริการได้อย่างราบรื่น มีประสิทธิภาพแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหรือผู้มารับบริการได้อย่างมีราบรินและมีประสิทธิภาพ</p> <p>หลักสูตรฯ มีเจ้าหน้าที่สายสนับสนุนประจำสาขาจำนวน 1 คน ให้บริการผู้เรียนโดยทางคณะฯได้กำหนดสมรรถนะและภาระงานให้แก่เจ้าหน้าที่อย่างชัดเจนภายใต้การดูแลและปฏิบัติงานของหัวหน้าสาขา นอกจากนี้ยังได้ทำการประเมินผลการปฏิบัติงานโดย หัวหน้าสาขา</p>	<p>-ภาระงานของของเจ้าหน้าที่</p> <p>-ผลการประเมินการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่</p>



ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ตารางอ้างอิง
<p>➤ 6.6. มีการประเมินผลการให้บริการและช่วยเหลือผู้เรียน โดยมี การเทียบเคียงสมรรถนะ ปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง</p> <p>ทางหลักสูตรได้มีการประเมินคุณภาพบริการของเจ้าหน้าที่ พร้อมกับส่งผลการประเมินไปยังคณะฯ เพื่อให้ฝ่ายที่เกี่ยวข้องนำผลการประเมินมาใช้เทียบเคียงกับสมรรถนะที่ทางคณะฯ เป็นผู้กำหนด หากมีผลต่ำกว่าสมรรถนะทางคณะฯ จะแจ้งผลมายังหัวหน้าสาขาเพื่อให้พิจารณาดำเนินการต่อเจ้าหน้าที่ในการพัฒนาและปรับปรุงการทำงานต่อไป</p>	-ผลการประเมินเจ้าหน้าที่

ตารางที่ 2.5 จำนวนเจ้าหน้าที่สายสนับสนุน

เจ้าหน้าที่สนับสนุน	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก	จำนวนทั้งหมด
บุคลากรห้องสมุด	ใช้บริการร่วมกับมหาวิทยาลัย				
บุคลากรห้องปฏิบัติการ	-	-	-	-	-
บุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	-	2	-	-	2
บุคลากรด้านงานบริหารงานบุคคล	-	1	-	-	1
บุคลากรด้านงานบริการนักศึกษา					
(ฝ่ายพัฒนานักศึกษา					
-งานกองทุนนักศึกษา	-	1	-	-	
(กยศ)/	-	-	1	-	
กิจกรรมเสริมหลักสูตร					
-งานสโมสร/งานทหาร	-	-	1	-	
(ฝ่ายวิชาการและวิจัย)					
-งานสหกิจและฝึกงาน		1	-	-	4
-งานทะเบียน					
บุคลากรด้านงานบริการนักศึกษา					
(ประจำสาขา)					
-การบัญชี	-	1	.	.	
-การตลาด	-	1	.	.	
-การจัดการ	-	1	-	-	5
-ระบบสารสนเทศทาง	-	1			



ธุรกิจ -การจัดการธุรกิจขนาด กลาง และขนาดย่อม					
อื่นๆ (ระบุ)					
จำนวนทั้งหมด	-	10	2	-	12

ตารางที่ 2.6 ปริมาณนักศึกษาปีแรก (ห้าปีย้อนหลัง)

ปีการศึกษา	ผู้สมัคร		
	จำนวนที่สมัครเรียน	จำนวนที่ประกาศรับ	จำนวนที่รับเข้า/จำนวนที่ ลงทะเบียน
2559	390	70	90
2560	244	68	78
2561	115	60	66
2562	208	60	94
2563	166	70	84

ตารางที่ 2.7 จำนวนนักเรียนทั้งหมด (ห้าปีย้อนหลัง)

ปีการศึกษา	นักศึกษา					รวม
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	>ปีที่ 4	
2559	90	79	68	75	6	318
2560	78	68	78	68	9	300
2561	66	66	66	76	9	283
2562	94	60	59	64	8	285
2563	84	69	58	57	10	278

หมายเหตุ กรณีที่หลักสูตรจัดการศึกษาเป็นจำนวนเวลา 5 ปี ให้ระบุ ปีที่ 1- ปีที่ 5 และ >ปีที่ 5

เป้าหมายของปีนี้ :ระดับ .3.... ผลการประเมินตนเองครั้งนี้ : ระดับ....3

ผลการดำเนินงาน บรรลุเป้าหมาย ไม่บรรลุเป้าหมาย

หมายเหตุ ระบุเป้าหมายและผลการประเมินตนเองตาม Rating Scale 7 ระดับ ดังนี้

ระดับ 1 คุณภาพไม่เพียงพออย่างชัดเจน

ไม่ปรากฏผลการดำเนินการ ไม่มีเอกสาร ไม่มีแผน หรือไม่มีหลักฐานที่สนับสนุนการดำเนินงาน คุณภาพไม่เพียงพออย่างชัดเจน จำเป็นต้องปรับปรุง แก้ไข หรือพัฒนาอย่างเร่งด่วน



- ระดับ 2 คุณภาพไม่เพียงพอ จำเป็นต้องมีการปรับปรุง
มีการวางแผนแต่ยังไม่ได้เริ่มดำเนินการ เนื่องจากมีข้อมูล เอกสารและหลักฐานไม่เพียงพอในการดำเนินการ จึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุง แก้ไขหรือพัฒนา
- ระดับ 3 คุณภาพไม่เพียงพอ แต่การปรับปรุง แก้ไข หรือพัฒนาเพียงเล็กน้อยสามารถทำให้มีคุณภาพเพียงพอได้
มีเอกสารแต่ยังไม่เชื่อมโยงต่อการปฏิบัติ หรือมีการดำเนินการตามเกณฑ์ประกันคุณภาพ พบแนวทางการพัฒนาบ้าง มีหลักฐาน เอกสารบ้าง แต่ขาดความชัดเจน ผลการดำเนินงานยังไม่สมบูรณ์ในบางผลลัพธ์
- ระดับ 4 มีคุณภาพของการดำเนินการของหลักสูตรตามเกณฑ์
มีเอกสารและหลักฐานการดำเนินการตามเกณฑ์ ผลลัพธ์เกิดขึ้นตามที่คาดหวัง
- ระดับ 5 มีคุณภาพของการดำเนินการของหลักสูตรดีกว่าเกณฑ์
มีเอกสารและหลักฐานชัดเจนที่แสดงถึงการดำเนินการที่มีประสิทธิภาพดีกว่า เกณฑ์ส่งผลให้เกิดผลดีในการพัฒนาระบบ
- ระดับ 6 เป็นตัวอย่างของแนวปฏิบัติที่ดี
มีเอกสาร หลักฐานสนับสนุนที่ดีตามเกณฑ์อย่างมีประสิทธิภาพ มีผลลัพธ์การดำเนินการที่ดีและมีแนวโน้มผลการดำเนินการในเชิงบวก
- ระดับ 7 ระดับดีเยี่ยม เป็นแนวปฏิบัติในระดับโลกหรือแนวปฏิบัติชั้นนำ
มีการดำเนินการตามเกณฑ์อย่างมีนวัตกรรม มีผลลัพธ์ที่โดดเด่นในระดับโลก มีแนวโน้มเชิงบวกให้เป็นอย่างชัดเจน ซึ่งผลงานการดำเนินงานสามารถนำไปเป็นแนวปฏิบัติชั้นนำได้



เกณฑ์คุณภาพที่ 7 สิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐาน (Facilities and Infrastructure)

7.1. The physical resources to deliver the curriculum, including equipment, material, and information technology, are shown to be sufficient.

7.2. The laboratories and equipment are shown to be up-to-date, readily available, and effectively deployed.

7.3. A digital library is shown to be set-up, in keeping with progress in information and communication technology.

7.4. The information technology systems are shown to be set up to meet the needs of staff and students.

7.5. The university is shown to provide a highly accessible computer and network infrastructure that enables the campus community to fully exploit information technology for teaching, research, service, and administration.

7.6. The environmental, health, and safety standards and access for people with special needs are shown to be defined and implemented.

7.7. The university is shown to provide a physical, social, and psychological environment that is conducive for education, research, and personal wellbeing.

7.8. The competences of the support staff rendering services related to facilities are shown to be identified and evaluated to ensure that their skills remain relevant to stakeholder needs.

7.9. The quality of the facilities (library, laboratory, IT, and student services) are shown to be subjected to evaluation and enhancement.

ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ตารางอ้างอิง
<p>➢ 7.1 มีทรัพยากรทางกายภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ใช้ในการดำเนินการหลักสูตรรวมถึงเครื่องมือ วัสดุอุปกรณ์และเทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ เพียงพอ</p> <p>หลักสูตรสาขาวิชาการตลาดได้จัดสิ่งสนับสนุนการเรียนการสอนหลายประการ (ซึ่งใช้ร่วมกันทั้งคณะและของมหาวิทยาลัย) ได้แก่</p> <p>1. ทรัพยากรทางกายภาพ เช่น ห้องบรรยาย ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ ห้องเรียนรวม ห้องฝึกปฏิบัติงานขาย ห้องระดมความคิดเห็น ห้องสมุด ระบบสาธารณูปโภค พื้นที่ลานพักผ่อนของนักศึกษาพร้อมโต๊ะ-เก้าอี้ เป็นต้น</p> <p>นอกจากนี้มหาวิทยาลัยฯ ยังมีศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นหน่วยงาน</p>	<p>- ผลสำรวจความพึงพอใจของนักศึกษาและอาจารย์ต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้</p> <p>- แผนการบริหารจัดการสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้</p>



กลางในการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการใช้ระบบสืบค้นข้อมูล และห้องสมุด
กลางที่เป็นกลไกสนับสนุนการเรียนรู้ทางด้านการจัดการให้กับนักศึกษา เพื่อให้
สามารถดำเนินการจัดการเรียนการสอนได้อย่างมีคุณภาพ

2. สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น อุปกรณ์การเรียนการสอน สื่อ
อิเล็กทรอนิกส์ ฐานข้อมูลเพื่อการสืบค้น แหล่งเรียนรู้ ระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อการ
สืบค้นข้อมูล (ระบบ WIFI) หนังสือ ตำรา สิ่งพิมพ์ วารสาร

ทั้งนี้ทรัพยากรทางกายภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกที่หลักสูตร
สาขาวิชาการตลาดใช้ร่วมกับคณะกรรมการธุรกิจ มีดังตารางนี้

ทรัพยากรทางกายภาพ

ลำดับที่	ชนิดของห้อง	ขนาด/ที่นั่ง	จำนวน/ห้อง
1.	ห้องบรรยาย	40	4
2.	ห้องบรรยาย	50	4
3.	ห้องบรรยาย	60	10
4.	ห้องบรรยาย	70	14
5.	ห้องบรรยาย	90	4
6.	ห้องบรรยาย	120	1
7.	ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์	35	4
8.	ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์	50	2
9.	ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์	60	2
10.	ห้องเรียนรวม	750	1
11.	ห้องฝึกปฏิบัติงานขาย	160 ตร.เมตร	1
12.	ห้องระดมความคิด	145 ตร.เมตร	1

สิ่งอำนวยความสะดวก

ลำดับที่	ชื่อครุภัณฑ์	จำนวน
1.	เครื่องไมโครคอมพิวเตอร์	265 เครื่อง
2.	เครื่องคอมพิวเตอร์ชนิดพกพา	11 เครื่อง
3.	เครื่องฉายภาพสามมิติ	48 เครื่อง
4.	เครื่องมัลติมีเดียโปรเจคเตอร์	48 เครื่อง
5.	เครื่องเซิร์ฟเวอร์	2 เครื่อง
6.	เครื่องถ่ายเอกสาร	7 เครื่อง
7.	เครื่องขยายเสียง	48 เครื่อง
8.	แอดเซสพอยท์อินเทอร์เน็ตไร้สาย	33 ตัว



9.	กระดานอัจฉริยะ	1 เครื่อง	<p> ทั้งนี้เพื่อให้สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้มีความพร้อมต่อการใช้งานทั้งทางกายภาพและสิ่งอำนวยความสะดวก หรือทรัพยากรที่เอื้อต่อการเรียนรู้จากฝ่ายต่างๆที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นก่อนเปิดภาคการศึกษา ทางหลักสูตรสาขาวิชาการตลาดจึงได้ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของนักศึกษาและอาจารย์ต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ เพื่อนำไปจัดทำข้อเสนองบประมาณประจำปี เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการจำเป็นในการจัดการเรียนการสอนของหลักสูตร ซึ่งผลสำรวจความพึงพอใจของนักศึกษาและอาจารย์ต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้มีรายละเอียดดังตารางนี้</p> <table border="1" data-bbox="193 864 1046 1146"> <thead> <tr> <th rowspan="2">กลุ่ม</th> <th colspan="5">ปีการศึกษา</th> <th rowspan="2">สถานะการเปลี่ยนแปลง</th> </tr> <tr> <th>2559</th> <th>2560</th> <th>2561</th> <th>2562</th> <th>2563</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>นักศึกษา</td> <td>3.98</td> <td>4.21</td> <td>4.82</td> <td>4.89*</td> <td></td> <td>เพิ่มขึ้น</td> </tr> <tr> <td>อาจารย์</td> <td>3.44</td> <td>4.50</td> <td>4.20</td> <td>4.20*</td> <td></td> <td>คงที่</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	กลุ่ม	ปีการศึกษา					สถานะการเปลี่ยนแปลง	2559	2560	2561	2562	2563	นักศึกษา	3.98	4.21	4.82	4.89*		เพิ่มขึ้น	อาจารย์	3.44	4.50	4.20	4.20*		คงที่							
กลุ่ม	ปีการศึกษา					สถานะการเปลี่ยนแปลง																														
	2559	2560	2561	2562	2563																															
นักศึกษา	3.98	4.21	4.82	4.89*		เพิ่มขึ้น																														
อาจารย์	3.44	4.50	4.20	4.20*		คงที่																														
<p>➢ 7.2 มีห้องปฏิบัติการ เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีความทันสมัยพร้อมใช้งานและสามารถปรับใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p>			-																																	
<p> ในส่วนของห้องปฏิบัติการ อุปกรณ์และสื่อการสอนที่สำคัญ หลักสูตรสาขาวิชาการตลาดได้ใช้ร่วมกับทางคณะบริหารธุรกิจ มีดังตารางนี้</p>																																				
<p><u>ห้องปฏิบัติการ</u></p> <table border="1" data-bbox="177 1429 1062 1630"> <thead> <tr> <th>ลำดับที่</th> <th>ชนิดของห้อง</th> <th>ขนาด/ที่นั่ง</th> <th>จำนวน/ห้อง</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1.</td> <td>ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์</td> <td>35</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>2.</td> <td>ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์</td> <td>50</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>3.</td> <td>ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์</td> <td>60</td> <td>2</td> </tr> </tbody> </table> <p><u>อุปกรณ์และสื่อการสอนที่สำคัญ</u></p> <table border="1" data-bbox="177 1727 1062 2020"> <thead> <tr> <th>ลำดับที่</th> <th>ชื่อครุภัณฑ์</th> <th>จำนวน</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1.</td> <td>เครื่องไมโครคอมพิวเตอร์</td> <td>265 เครื่อง</td> </tr> <tr> <td>2.</td> <td>เครื่องคอมพิวเตอร์ชนิดพกพา</td> <td>11 เครื่อง</td> </tr> <tr> <td>3.</td> <td>เครื่องฉายภาพสามมิติ</td> <td>48 เครื่อง</td> </tr> <tr> <td>4.</td> <td>เครื่องมัลติมีเดียโปรเจคเตอร์</td> <td>48 เครื่อง</td> </tr> <tr> <td>5.</td> <td>เครื่องเซิร์ฟเวอร์</td> <td>2 เครื่อง</td> </tr> </tbody> </table>				ลำดับที่	ชนิดของห้อง	ขนาด/ที่นั่ง	จำนวน/ห้อง	1.	ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์	35	4	2.	ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์	50	2	3.	ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์	60	2	ลำดับที่	ชื่อครุภัณฑ์	จำนวน	1.	เครื่องไมโครคอมพิวเตอร์	265 เครื่อง	2.	เครื่องคอมพิวเตอร์ชนิดพกพา	11 เครื่อง	3.	เครื่องฉายภาพสามมิติ	48 เครื่อง	4.	เครื่องมัลติมีเดียโปรเจคเตอร์	48 เครื่อง	5.	เครื่องเซิร์ฟเวอร์
ลำดับที่	ชนิดของห้อง	ขนาด/ที่นั่ง	จำนวน/ห้อง																																	
1.	ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์	35	4																																	
2.	ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์	50	2																																	
3.	ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์	60	2																																	
ลำดับที่	ชื่อครุภัณฑ์	จำนวน																																		
1.	เครื่องไมโครคอมพิวเตอร์	265 เครื่อง																																		
2.	เครื่องคอมพิวเตอร์ชนิดพกพา	11 เครื่อง																																		
3.	เครื่องฉายภาพสามมิติ	48 เครื่อง																																		
4.	เครื่องมัลติมีเดียโปรเจคเตอร์	48 เครื่อง																																		
5.	เครื่องเซิร์ฟเวอร์	2 เครื่อง																																		



6.	เครื่องถ่ายเอกสาร	7 เครื่อง
7.	เครื่องขยายเสียง	48 เครื่อง
8.	แอมป์เซสพอยท์อินเทอร์เน็ตร้าสาย	33 ตัว
9.	กระดานอัจฉริยะ	1 เครื่อง

➢ 7.3 มีการจัดเตรียมห้องสมุดดิจิทัลเพื่อให้สอดคล้องกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

หลักสูตรสาขาวิชาการตลาดไม่มีห้องสมุดของหลักสูตร แต่ใช้ห้องสมุดกลางของมหาวิทยาลัยที่อำนวยความสะดวกในการจัดสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ที่สำคัญ ได้แก่ บริการทรัพยากรสิ่งพิมพ์ บริการทรัพยากรอิเล็กทรอนิกส์

สำหรับบริการทรัพยากรอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นแหล่งรวมทรัพยากรออนไลน์ ประกอบด้วยรายการ ดังต่อไปนี้

1. ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ได้แก่ ProQuest Dissertation & Theses Global, Web of Science, EBSCO Discovery Service Plus Full Text, Emerald Management (EM92)
2. ฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ Thai Journals Online (ThaiJO)
3. ฐานข้อมูลหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ E-Library@RUTS, E-BOOK@RUTS
4. ฐานข้อมูลนิตยสารอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ E-Magazine@RUTS
5. คลังวิจัย/ฐานข้อมูลงานวิจัย ได้แก่ Thai Digital Collection, คลังข้อมูลงานวิจัยไทย เป็นต้น

ทั้งนักศึกษา อาจารย์ และบุคลากร สามารถใช้งานห้องสมุดกลางของมหาวิทยาลัย และสามารถสืบค้นข้อมูลได้ที่ <http://lib.rmutsv.ac.th/site/>

➢ 7.4 มีการติดตั้งระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคลากรและผู้เรียน

หลักสูตรสาขาวิชาการตลาดได้มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและ e-learning เพื่อสนับสนุนการเรียนการสอนผ่านการให้บริการของศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศกลางของมหาวิทยาลัย โดยในส่วนของระบบสารสนเทศได้มีการพัฒนาให้ทันสมัย เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการจัดการเรียนการสอน ได้แก่ ระบบ



<p>สารสนเทศสำหรับอาจารย์ ระบบสารสนเทศนักศึกษา ระบบการจัดการเรียนการสอน (LMS) ระบบกิจกรรมเสริมหลักสูตร</p> <p>นอกจากนี้ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 อาจารย์ในหลักสูตรฯ ยังได้ใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ ที่มีความทันสมัย และสามารถเข้าถึงผู้เรียนได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว มาช่วยสนับสนุนกิจกรรมด้านการเรียนการสอน ได้แก่ ZOOM, Google Classroom, Microsoft Teams เป็นต้น</p> <p>ทั้งนี้ยังรวมถึงการมีระบบอินเทอร์เน็ตในทุกจุดของมหาวิทยาลัย ทำให้นักศึกษาสามารถเชื่อมกับข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตได้อย่างสะดวกรวดเร็ว เพื่อช่วยสนับสนุนการเรียนการสอนและการค้นคว้าทำวิจัยหรือส่วนของการสืบค้นของนักศึกษาในหลักสูตรฯ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น</p>	
<p>➢ 7.5 มหาวิทยาลัยมีการจัดเตรียมโครงสร้างพื้นฐานด้านคอมพิวเตอร์และระบบเครือข่ายที่สามารถเข้าถึงได้ในพื้นที่ในมหาวิทยาลัย โดยสามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการเรียนการสอน การวิจัย การบริการและการบริหารงานได้อย่างเต็มที่</p> <p>ในภาพรวมของคณะบริหารธุรกิจสามารถอำนวยความสะดวกในการจัดการเรียนการสอนให้กับหลักสูตรฯ โดยได้จัดสรรงบประมาณเงินรายได้ประจำปีงบประมาณ 2563 ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เกี่ยวกับสื่อ/เอกสารและอุปกรณ์การเรียนการสอน ได้แก่ โครงการจัดหาเครื่องคอมพิวเตอร์เพิ่มเติมและทดแทนที่เสียไป 2. เกี่ยวกับสถานที่จัดการเรียนการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ โครงการกระดานอัจฉริยะ 3. เกี่ยวกับการให้บริการด้านต่างๆ ได้แก่ ครุภัณฑ์โปรแกรมบัญชีสำเร็จรูป ครุภัณฑ์จัดนิทรรศการ คณะบริหารธุรกิจ ครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์ โครงการปรับปรุงห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ โครงการก่อสร้างห้องปฏิบัติการ โครงการก่อสร้างห้อง Co-Working Space <p>สำหรับระบบเครือข่ายไร้สายที่หลักสูตรฯใช้ประโยชน์ในการจัดการเรียนการสอน การวิจัย การบริการและการบริหารงานนั้น หลักสูตรฯได้ใช้ระบบเครือข่ายไร้สายของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย (Srivijaya WiFi) ซึ่งเปิดบริการแก่อาจารย์ เจ้าหน้าที่ และนักศึกษา สามารถใช้ระบบเครือข่ายไร้สายของมหาวิทยาลัยตามภารกิจต่าง ๆ ได้ โดยอยู่ภายใต้ข้อกำหนดของความ</p>	<p>- เล่มรายงานการจัดทำงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ 2563</p> <p>- รายงานผลการดำเนินการติดตามผลความเพียงพอและเหมาะสมต่อการจัดการเรียนการสอน</p>



ปลอดภัยทางระบบเครือข่าย เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงระบบเครือข่ายไร้สายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตามมาตรฐาน IEEE 802.11b ,802.11g,802.11a และ 802.11AC

ทั้งนี้แล้วสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งเป็นศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศกลางของมหาวิทยาลัย มีบทบาทในการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการใช้ระบบเครือข่ายไร้สาย ได้ปรับเปลี่ยน SSID ชื่อสัญญาณเครือข่ายไร้สาย ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าระบบสารสนเทศที่มีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น แบ่งแยกตามกลุ่มผู้ใช้งานแต่ละประเภท ให้ครอบคลุมผู้ใช้งานทั้งบุคลากรภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย โดยได้ติดตั้งจุดบริการเครือข่ายไร้สายทั่วทั้งมหาวิทยาลัย เน้นจุดบริการที่บุคลากรสามารถเข้าถึงระบบเครือข่ายได้สะดวก เพื่อการใช้งานที่ต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ จะให้บริการ 3 ชื่อสัญญาณดังนี้

- Srivijaya WiFi [Guest_&_IoT] เป็นชื่อสัญญาณเครือข่ายไร้สายของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย อีกชื่อหนึ่งที่เปิดบริการแก่บุคลากรภายนอกมหาวิทยาลัย เพื่อให้สามารถใช้เครือข่ายไร้สายของมหาวิทยาลัยตามภารกิจต่างๆได้ เช่น ทำกิจกรรมโครงการต่าง ๆ ประชุม สัมมนา อบรม หรือแม้กระทั่งมาติดตั้งหรือซ่อมบำรุงอุปกรณ์ต่างๆ ซึ่งสัญญาณดังกล่าวสามารถรองรับตามมาตรฐาน IEEE 802.11b ,802.11g,802.11a และ 802.11AC

- Srivijaya WiFi [e-Passport] เป็นชื่อสัญญาณเครือข่ายไร้สายของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย อีกชื่อหนึ่งที่เปิดบริการแก่บุคลากรภายในมหาวิทยาลัยเท่านั้น เพื่อให้บุคลากรภายในสามารถใช้ระบบเครือข่ายไร้สายของมหาวิทยาลัยได้อย่างปลอดภัยเพื่อใช้งานระบบสารสนเทศ ในการใช้งานนั้นสามารถใช้รหัส e-Passport เข้าสู่ระบบเครือข่ายไร้สายได้เลย

- Eduroam เป็นชื่อสัญญาณเครือข่ายไร้สายของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย อีกชื่อหนึ่งที่เปิดบริการเป็นเครือข่ายโรมมิ่งเพื่อการศึกษาและวิจัย สำหรับนักศึกษา และบุคลากรของสถาบันการศึกษาที่เป็นสมาชิกเครือข่าย Eduroam เพื่ออำนวยความสะดวกในการใช้งานเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้โดยอยู่ภายใต้เงื่อนไขการใช้งานของสถาบันผู้ให้บริการเครือข่าย (Service Provider) บุคลากรหรือนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย กล่าวคือ กลุ่มบุคลากรที่เป็นสมาชิกของเครือข่าย Eduroam สามารถใช้



<p>งานระบบเครือข่ายไร้สายในชื่อนี้ได้ทุกมหาวิทยาลัย</p>	
<p>➢ 7.6 มีการกำหนดและดำเนินการตามมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม สุขภาพและความปลอดภัย รวมถึงในการเข้าถึงสำหรับผู้ที่มีความต้องการพิเศษ</p> <p>โดยทางมหาวิทยาลัยได้มีการจัดสภาพแวดล้อมให้เป็นไปตามมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม สุขภาพและความปลอดภัย รวมถึงในการเข้าถึงสำหรับผู้ที่มีความต้องการพิเศษ ดังต่อไปนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การปรับปรุงสัญญาณอินเทอร์เน็ต เนื่องจากมีความล่าช้า ไม่สามารถค้นหาข้อมูลได้ทันทั้งที่ 2. การแก้ไขปัญหาเรื่องไฟฟ้าดับในอาคารเรียน เพื่อลดผลกระทบที่มีต่อการจัดการเรียนการสอน 3. ทางลาดสำหรับผู้พิการภายในอาคารเรียน 4. การติดตั้งกล่องวงจรปิดทั้งในและนอกอาคารที่ตั้งของคณะเพื่อเสริมสร้างความปลอดภัย 5. การสแกนลายนิ้วมือสำหรับการเข้าออกอาคาร เพื่อเป็นการป้องกันชีวิตและทรัพย์สินของนักศึกษา <p>ทางหลักสูตรร่วมกับทางคณะบริหารในการดำเนินการตามมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม สุขภาพและความปลอดภัย รวมถึงในการเข้าถึงสำหรับผู้ที่มีความต้องการพิเศษ โดยเฉพาะในช่วงการระบาดของโควิด-19 ได้จัดให้มีเครื่องวัดอุณหภูมิ เจลล้างมือ และคิวอาร์โค้ดเพื่อสแกนการเข้าห้องเรียนของนักศึกษารวมถึงการจัดทำ 5ส. ตามนโยบายของทางคณะฯ นอกจากนี้ยังมีแม่บ้านคอยดูแลและทำความสะอาดสถานที่ให้มีความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยอยู่เสมอ</p>	
<p>➢ 7.7 มหาวิทยาลัยมีสภาพแวดล้อมทางกายภาพ สังคมและจิตใจที่เอื้อต่อการเรียน การวิจัยและคุณภาพชีวิตส่วนบุคคล</p> <p>โดยทางมหาวิทยาลัยได้มีการจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพ สังคมและจิตใจที่เอื้อต่อการเรียน การวิจัยและคุณภาพชีวิตส่วนบุคคล ดังต่อไปนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การปรับปรุงห้องพยาบาลให้มีความเหมาะสมและเพียงพอต่อการให้บริการ 2. การพัฒนาสภาพแวดล้อมโรงอาหารโดยรวม (เช่น โครงการปรับปรุง 	



<p>โรงอาหารของมหาวิทยาลัย ให้มีความสะอาด แสงสว่าง การถ่ายเทอากาศ)</p> <p>3. การพัฒนาสภาพแวดล้อมภายในห้องน้ำ/ห้องสุขาโดยรวม (เช่น ความสะอาด แสงสว่าง การถ่ายเทอากาศ)</p> <p>4. ลานกิจกรรมให้กับนักศึกษาไว้แสดงออกถึงความคิดริเริ่มสร้างสรรค์</p> <p>5. บริการน้ำดื่ม มีโต๊ะเก้าอี้นั่งพักผ่อนระหว่างคาบเรียน หรือนั่งสัปดาห์ ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ส่วนตัวหรือปรึกษาหารือกันภายในกลุ่มเพื่อน</p> <p>6. การปรับปรุงสถานที่จอดรถให้มีความเพียงพอและปลอดภัย</p> <p>ในส่วนของหลักสูตรมีการพัฒนาและปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้น่าอยู่ สะอาด มีอุปกรณ์ที่เพียงพอต่อการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานเพื่อให้เกิดสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการเรียนการสอน และคุณภาพชีวิตของบุคคล</p>	
<p>➢ 7.8 มีการกำหนดสมรรถนะของเจ้าหน้าที่สายสนับสนุนที่ทำหน้าที่ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อให้แน่ใจว่าเจ้าหน้าที่สายสนับสนุนมีทักษะที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย</p> <p>การกำหนดสมรรถนะของบุคลากรสายสนับสนุน คณะได้กำหนดสมรรถนะหลัก และสมรรถนะเฉพาะงานของบุคลากรสายสนับสนุนตามสมรรถนะมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย โดยคำนึงถึงความสามารถในการปฏิบัติงานตามตำแหน่งงาน ในหลักสูตรการตลาดมีบุคลากรสายสนับสนุนตำแหน่งเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป สมรรถนะหลักคือ มีความรับผิดชอบ ปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายให้ประสบผลสำเร็จ มีความเชี่ยวชาญสร้างสรรค์ ความสนใจใฝ่รู้ มีคุณธรรมและจริยธรรม มีการพัฒนา ปรับปรุงผลสัมฤทธิ์ของงาน มีความสามัคคีความตั้งใจที่จะทำงานร่วมกับผู้อื่นมีทัศนคติที่ดีต่อผู้ร่วมงาน</p> <p>เมื่อสิ้นปีงบประมาณจะมีการประเมินสมรรถนะผ่านการประเมินการปฏิบัติงานประจำปี มีการประเมินสมรรถนะของบุคลากรสายสนับสนุนให้สอดคล้องกับภาระงาน โดยผ่านกระบวนการติดตามผลการปฏิบัติงานของหัวหน้าสำนักงานคณะ เพื่อตรวจสอบการปฏิบัติงานของบุคลากรและคอยให้คำชี้แนะเกี่ยวกับการปฏิบัติงานต่าง ๆ เพื่อให้การปฏิบัติงานตอบสนองต่อความต้องการของคณะ อาจารย์ นักศึกษา และบุคลากรที่เกี่ยวข้อง และคณะจะแจ้งให้ทราบผลการประเมินและให้คำชี้แนะการปรับปรุงพัฒนางานในปีต่อ ๆ ไป</p> <p>ในส่วนของหลักสูตรการประเมินเจ้าหน้าที่สายสนับสนุนประจำหลักสูตรซึ่งมีจำนวน 1 คน กระทำโดยหัวหน้าสาขาวิชาการตลาดเป็นผู้ประเมินและนำผลการประเมินส่งให้ทางคณะฯทำการรวบรวม หากเจ้าหน้าที่สาย</p>	<p>- แบบประเมินบุคลากรสายสนับสนุน</p>



<p>สนับสนุนมีผลการประเมินที่ต่ำ ทางคณะจะทำการแจ้งมายังหัวหน้าสาขาให้เป็น ผู้ดำเนินการพิจารณาเพื่อปรับปรุงและพัฒนาให้เจ้าหน้าที่สายสนับสนุนทำงาน อย่างมีประสิทธิภาพ แต่ผลการประเมินในรอบที่ผ่านมาเจ้าหน้าที่สายสนับสนุน สาขาวิชาการตลาดผ่านการประเมิน</p>	
<p>➢ 7.9 มีการประเมินและการปรับปรุงคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก (ห้องสมุดห้องปฏิบัติการไอทีและบริการนักศึกษา)</p> <p>หลักสูตรสาขาวิชาการตลาดมีระบบและกลไกการดำเนินงาน โดยมีส่วน ร่วมของอาจารย์ประจำหลักสูตร เพื่อปรับปรุงคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวก ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรรวบรวมความต้องการสิ่งสนับสนุนการ เรียนรู้จากผลการประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาและอาจารย์ผู้สอนต่อสิ่ง สนับสนุนการเรียนรู้ และข้อเสนอแนะต่างๆจากปีที่ผ่านมาก่อนหน้านี้เพื่อเสนอต่อ ที่ประชุม 2. ประชุมวางแผนการจัดการหาสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ โดยอาจารย์ ผู้รับผิดชอบหลักสูตรดำเนินการสำรวจและตรวจสอบสภาพปัจจุบันของสิ่ง สนับสนุนการเรียนรู้เพื่อเสนอสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ที่เหมาะสมและเพียงพอ ตามมาตรฐานของหลักสูตรร่วมกับข้อมูลจากผลการสำรวจความพึงพอใจของ นักศึกษาและอาจารย์ผู้สอนต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ และข้อเสนอแนะจากปีที่ ผ่านมา เพื่อพิจารณาร่วมกันว่ามีความเพียงพอหรือเหมาะสมหรือไม่ 3. ในกรณีที่สิ่งสนับสนุนไม่เพียงพอ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรจัดทำ แผนการจัดการหาสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ตามมาตรฐานหลักสูตรและจัดทำข้อเสนอ งบประมาณเสนอต่อคณะและระดับมหาวิทยาลัยเพื่อพิจารณาอนุมัติและ สนับสนุนให้มีจำนวนเพียงพอ เหมาะสม และมีคุณภาพพร้อมการใช้งาน และ หลังจากนั้นดำเนินการจัดหาสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ตามงบประมาณที่ได้รับการ อนุมัติโดยมหาวิทยาลัย 4. ติดตามผลโดยอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรพิจารณาสิ่งสนับสนุนการ เรียนรู้ที่ได้รับว่ามีคุณลักษณะตรงตามคำขอหรือไม่ และเก็บรวบรวมข้อมูลผล การประเมินความพึงพอใจต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ในปัจจุบัน (จำนวนความ เหมาะสมและคุณภาพในการใช้งาน) โดยอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและ นักศึกษาเป็นผู้ประเมินความพึงพอใจ เพื่อนำผลการประเมิน/ข้อเสนอแนะไป ปรับปรุงและหรือพัฒนาต่อไป 	<p>-แบบสำรวจความ ต้องการวัสดุและ ครุภัณฑ์ประจำปี</p>



<p>ในการประเมินคุณภาพมีการประเมินและการปรับปรุงคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก (ห้องสมุดห้องปฏิบัติการไอทีและบริการนักศึกษา) ซึ่งทางหลักสูตรได้ใช้การประเมินทางระบบออนไลน์ซึ่งมหาวิทยาลัยเป็นผู้จัดทำโดยสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนเป็นผู้รับผิดชอบโดยในปีการศึกษา 2563 ที่ผ่านมามีผลการประเมินดังนี้ 4.89</p>	
--	--

เป้าหมายของปีนี้ :ระดับ ..3... ผลการประเมินตนเองครั้งนี้ : ระดับ..3..
 ผลการดำเนินงาน บรรลุเป้าหมาย ไม่บรรลุเป้าหมาย

หมายเหตุ ระบุเป้าหมายและผลการประเมินตนเองตาม Rating Scale 7 ระดับ ดังนี้

- ระดับ 1 คุณภาพไม่เพียงพออย่างชัดเจน
ไม่ปรากฏผลการดำเนินการ ไม่มีเอกสาร ไม่มีแผน หรือไม่มีหลักฐานที่สนับสนุนการดำเนินงาน คุณภาพไม่เพียงพออย่างชัดเจน จำเป็นต้องปรับปรุง แก้ไข หรือพัฒนาอย่างเร่งด่วน
- ระดับ 2 คุณภาพไม่เพียงพอ จำเป็นต้องมีการปรับปรุง
มีการวางแผนแต่ยังไม่ได้เริ่มดำเนินการ เนื่องจากมีข้อมูล เอกสารและหลักฐานไม่เพียงพอในการดำเนินการ จึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุง แก้ไขหรือพัฒนา
- ระดับ 3 คุณภาพไม่เพียงพอ แต่การปรับปรุง แก้ไข หรือพัฒนาเพียงเล็กน้อยสามารถทำให้มีคุณภาพเพียงพอได้
มีเอกสารแต่ยังไม่เชื่อมโยงต่อการปฏิบัติ หรือมีการดำเนินการตามเกณฑ์ประกันคุณภาพ พบแนวทางการพัฒนาบ้าง มีหลักฐาน เอกสารบ้าง แต่ขาดความชัดเจน ผลการดำเนินงานยังไม่สมบูรณ์ในบางผลลัพธ์
- ระดับ 4 มีคุณภาพของการดำเนินการของหลักสูตรตามเกณฑ์
มีเอกสารและหลักฐานการดำเนินการตามเกณฑ์ ผลลัพธ์เกิดขึ้นตามที่คาดหวัง
- ระดับ 5 มีคุณภาพของการดำเนินการของหลักสูตรดีกว่าเกณฑ์
มีเอกสารและหลักฐานชัดเจนที่แสดงถึงการดำเนินการที่มีประสิทธิภาพดีกว่า เกณฑ์ส่งผลให้เกิดผลดีในการพัฒนาระบบ
- ระดับ 6 เป็นตัวอย่างของแนวปฏิบัติที่ดี
มีเอกสาร หลักฐานสนับสนุนที่ดีตามเกณฑ์อย่างมีประสิทธิภาพ มีผลลัพธ์การดำเนินการที่ดีและมีแนวโน้มผลการดำเนินการในเชิงบวก
- ระดับ 7 ระดับดีเยี่ยม เป็นแนวปฏิบัติในระดับโลกหรือแนวปฏิบัติชั้นนำ
มีการดำเนินการตามเกณฑ์อย่างมีนวัตกรรม มีผลลัพธ์ที่โดดเด่นในระดับโลก มีแนวโน้มเชิงบวกให้เป็นอย่างชัดเจน ซึ่งผลงานการดำเนินงานสามารถนำไปเป็นแนวปฏิบัติชั้นนำได้



เกณฑ์คุณภาพที่ 8 ผลผลิตและผลลัพธ์(Output and Outcomes)

8.1. The pass rate, dropout rate, and average time to graduate are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.

8.2. Employability as well as self-employment, entrepreneurship, and advancement to further studies, are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.

8.3. Research and creative work output and activities carried out by the academic staff and students, are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.

8.4. Data are provided to show directly the achievement of the programme outcomes, which are established and monitored.

8.5. Satisfaction level of the various stakeholders are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.

ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ตารางอ้างอิง
<p>➢ 8.1 มีระบบการกำกับติดตาม และเทียบเคียงสมรรถนะ อัตราการจบการศึกษา อัตราการออกกลางคันและเวลาเฉลี่ยในการจบการศึกษา เพื่อใช้ในการปรับปรุง</p> <p>โดยสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนของมหาวิทยาลัย ได้จัดทำฐานข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนนักศึกษารับเข้า จำนวนนักศึกษาคงอยู่ จำนวนนักศึกษาสำเร็จการศึกษาและจำนวนนักศึกษาที่ลาออก/สิ้นสุดสภาพฯ ระหว่างศึกษาโดยหลักสูตรสาขาวิชาการตลาดมีกระบวนการในการติดตามดูแลเรื่องอัตราการสำเร็จของนักศึกษา โดยการนำข้อมูลอัตราการสำเร็จการศึกษาของนักศึกษา</p> <p>ระหว่าง ปีการศึกษา 2558 -2563 มาทำการสรุปและคำนวณเป็นสัดส่วน (ร้อยละ) ของจำนวนการสำเร็จการศึกษาและจำนวนลาออก/สิ้นสุดสภาพฯ ระหว่างศึกษาของนักศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดหลักสูตร 4 ปี จากตาราง 2.8 จะเห็นได้ว่า</p> <p>-เป้าหมายการรับนักศึกษาปี 2559 จำนวน 70 คน อัตราแรกเข้า 77คนคิดเป็น 110% ปีการศึกษา 2560 อัตราแรกเข้าจำนวน 76 คน คิดเป็น 108%ปีการศึกษา2561 นักศึกษาแรกเข้าจำนวน 65 คนคิดเป็น 92.95 % ลดลงจากปี 2560 15.05% ปีการศึกษา 2562นักศึกษาแรกเข้าจำนวน 91 คนคิดเป็น 130% และและปี2563 จำนวนนักศึกษา 84 คน คิดเป็น 120 % ของเป้าหมายการรับนักศึกษาตามลำดับ แสดงให้เห็นถึงจำนวนนักศึกษาที่รับเข้าโดยภาพรวมมี</p>	<p>อัตราการจบการศึกษา และอัตราการออกกลางคัน</p>



แนวโน้มลดลงแต่ยังเกินเป้าหมายการรับนักศึกษาแต่ละปีการศึกษาที่กำหนดไว้จากการมีแนวโน้มที่ลดลงของนักศึกษาเกิดจาก โครงสร้างประชากรของประเทศที่เปลี่ยนแปลงไป การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่สามารถเรียนรู้ได้หลายช่องทางและสะดวกขึ้นนักศึกษาให้ความสำคัญกับหลักสูตรที่ตรงตามความต้องการและมีความทันสมัยชื่อเสียงของสถาบันการมีโอกาสได้รับทุนการศึกษาแนวทางในการปรับตัวของหลักสูตรการตลาด ควรที่จะปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรที่ตรงตามความต้องการและทันสมัย การมอบทุนการศึกษาหรือส่วนลดและสร้างชื่อเสียงของสถาบันให้เป็นที่ยอมรับและรู้จักมากยิ่งขึ้น

ตลอดจนทางหลักสูตรร่วมมือกับคณะบริหารธุรกิจวางแผนงานเพื่อทำการประชาสัมพันธ์หลักสูตร โดยผ่านการร่วมโครงการ Road Show/Open House ของคณะฯและมหาวิทยาลัย รวมทั้งหลักสูตรได้ทำการประชาสัมพันธ์และสื่อสารข้อมูลของหลักสูตรไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกลุ่มต่างๆ ได้แก่ นักเรียน อาจารย์และแนวโรงเรียน และสถานประกอบการศิษย์เก่า เพื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรในการรับนักศึกษาในปีการศึกษา 2564 ให้ได้จำนวนตามแผนการรับนักศึกษาแรกเข้าของหลักสูตรที่ได้กำหนดไว้ใน มคอ.2

- อัตราการสำเร็จการศึกษาของนักศึกษา ปี 2559สำเร็จการศึกษาจำนวน 63 คนจากจำนวนนักศึกษา 77 คน คิดเป็น 81.82% ตกออกระหว่างปีการศึกษา จำนวน 14 คน คิดเป็น 18.18 % ปีการศึกษา2560 สำเร็จการศึกษาจำนวน 56 คนคิดเป็น73.69 % ตกออกระหว่างปีการศึกษา 20 คน คิดเป็น 26.31 % ปีการศึกษา2561 นักศึกษาแรกเข้าจำนวน 65 คน สำเร็จการศึกษา 57 คน คิดเป็น 87.70 % ตกออกระหว่างปีการศึกษาจำนวน 8 คน คิดเป็น 12.30 %ปีการศึกษา 2562 สำเร็จการศึกษา 69 คน คิดเป็น 75.83 % ตกออกระหว่างปีการศึกษาจำนวน 22 คน คิดเป็น 24.17 % จากนักศึกษาแรกเข้าจำนวน 91 คน

- ปัญหาการตกออกระหว่างปีการศึกษาแยกออกเป็นประเด็นใหญ่ ๆ ได้ 3 ประเด็นคือ

1. ปัญหาจากการปรับตัวในการเรียนระดับมหาวิทยาลัยของนักศึกษาทำให้ผลการเรียนมีสถานะวิกฤต รอพินิจจำนวนมากสาขาการตลาดได้ดำเนินการโดยทางหลักสูตรได้มีการวางแผนติดตามดูแลนักศึกษาที่คาดว่าจะพ้นสภาพ โดยมีอาจารย์ที่ปรึกษาคอยให้คำแนะนำในเรื่องปัญหาทางการเรียน การลงทะเบียน



<p>เพื่อช่วยเหลือให้คำปรึกษานักศึกษาที่มีสภาพผลการเรียนอยู่ในเกณฑ์รอพินิจ และให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบสถานะทางการเรียนของนักศึกษาอย่างสม่ำเสมอและมีการวางแผนการเรียนของนักศึกษาแบบรายบุคคลซึ่งส่งผลให้จำนวนนักศึกษาที่มีสภาวะวิกฤตและรอพินิจน้อยลงในปีถัดไป โดยมีการติดตามผลเรื่องดังกล่าวผ่านการประชุมของอาจารย์ประจำหลักสูตร</p> <p>2. ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจของครอบครัวส่วนใหญ่ไม่มีเงินจ่ายค่าเล่าเรียนนักศึกษาและปัญหาส่วนตัวอื่น ๆ นัยมีวิธีการแก้ปัญหาคือการให้ทุนสนับสนุนการเรียนทั้งระดับคณะ มหาวิทยาลัยและสมาคมศิษย์เก่ามหาวิทยาลัยฯ</p> <p>3. นักศึกษาภาคสมทบลาออกออกจำนวนมากที่สุดเนื่องจากนักศึกษาสาขาการตลาดได้งานทำในขณะที่เรียนไปแล้ว จึงลาออกเพื่อไปทำงานอย่างเดียว เนื่องจากสถานประกอบการมักไม่ให้ลาเรียน เมื่อเริ่มต้นทำงานใหม่</p>	
<p>➢ 8.2 มีระบบการกำกับติดตาม และเทียบเคียงสมรรถนะ อัตราการได้งานทำ การเป็นผู้ประกอบการและการศึกษาต่อของผู้เรียน เพื่อใช้ในการปรับปรุง-ภาวะการมีงานทำของบัณฑิตปี 2562 หลักสูตรสาขาวิชาการตลาดได้รายงานภาวะการมีงานทำของบัณฑิตตารางที่ 2.11 + ประจำปี 2561พบว่า ปีการศึกษา 2562 ร้อยละการมีงานทำ คิดเป็นร้อยละ99.62และปีการศึกษา 2562 ร้อยละการมีงานทำคิดเป็นร้อยละ 95.24ทั้งนี้ เป็นผลมาจากการที่ทางหลักสูตรได้พยายามให้นักศึกษาที่จะสำเร็จการศึกษาในหลักสูตรได้มีงานทำหลังจากจบการศึกษาและได้งานทำที่ตรงกับสาขาวิชาที่เรียน โดยทางหลักสูตรได้มีแนวทางในการปฏิบัติเพื่อส่งเสริมให้บัณฑิตมีงานทำ ดังนี้</p> <p>1. ในปีการศึกษา 2563 การฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษาและฝึกประสบการณ์วิชาชีพ นักศึกษาที่จะออกฝึกต้องได้รับความเห็นชอบในการเลือกสถานที่ฝึก ที่สอดคล้องกับ Outcome ของ ELOs ของหลักสูตร โดยนักศึกษาจะต้องกรอกเอกสารขอออกฝึกประสบการณ์วิชาชีพและฝึกสหกิจ โดยมีรายละเอียดของตำแหน่งงาน และลักษณะงาน โดยที่จะได้รับอนุมัติโดยอาจารย์ที่ปรึกษา และประธานหลักสูตร โดยการออกฝึกงานในสถานประกอบการนั้นนักศึกษาจะต้องออกฝึกในสถานประกอบการที่ต้องตรงกับสายงานและสอดคล้องกับผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร เพื่อให้นักศึกษาได้มีทักษะและประสบการณ์ในการทำงาน และนำเอาความรู้ที่ได้รับสามารถก้าวสู่สายงานที่ตรงสายเมื่อสำเร็จการศึกษา</p> <p>2. การสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานและองค์กรที่รับนักศึกษาฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษา</p> <p>3. การเพิ่มทักษะการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อให้นักศึกษาสามารถเป็นเจ้าของธุรกิจ โดยการ จัดโครงการพัฒนานักศึกษาและการเข้าร่วมกิจกรรมที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ เช่น โครงการพัฒนาศักยภาพผู้เรียนสู่ Start Up ซึ่งทางหลักสูตรได้เข้าร่วมกับคณะ</p>	<p>-เอกสารรายงานผลการดำเนินงานโครงการ -ข้อมูลอัตราการผลิตอาชีพ</p>



<p>4. การส่งเสริมกิจกรรมพัฒนานักศึกษาและเพิ่มทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตผ่านกิจกรรมต่างๆ ของหลักสูตร และคณะ</p> <p>5. การเพิ่มสมรรถภาพการเรียนรู้การทำงาน (Work-IntegatedLerning)จัดกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่พัฒนาความรู้และทักษะด้านการตลาดจากการฝึกประสบการณ์จริง โดยการฝึกปฏิบัติด้านการตลาดในสถานประกอบการ</p>													
<p>➢8.3 มีระบบการกำกับติดตาม และเทียบเคียงสมรรถนะในการทำงานวิจัยของผู้เรียนที่สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินการโดยเจ้าหน้าที่วิชาการเพื่อปรับปรุงหลักสูตรสาขาวิชาการตลาดมีการบริหารจัดการ กำกับติดตามด้านผลงานวิจัย และงานสหกิจศึกษาของนักศึกษาในหลักสูตร ดังนี้</p> <p>1. หลักสูตรมีรายวิชาวิจัย คือ วิชาการวิจัยตลาด โดยการกำหนดหัวข้อวิจัยจะสอดคล้องกับทักษะวิชาชีพด้านการตลาดและพันธกิจและวัตถุประสงค์ของหลักสูตรที่ตอบสนองต่อพันธกิจของคณะและมหาวิทยาลัย 3. ผลงานวิจัยของนักศึกษา</p> <p>ข้อมูลผลงานการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการของนักศึกษา ปีการศึกษา 2563 . ผลงานวิจัยของนักศึกษา</p> <p>ข้อมูลผลงานการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการของนักศึกษา ปีการศึกษา 2563</p>	<p>- หนังสือรับรองนำผลงานไปใช้</p> <p>- วารสารงานประชุมวิชาการระดับชาติ</p>												
<table border="1"> <thead> <tr> <th>ลำดับ</th> <th>ชื่อผลงาน</th> <th>แหล่งเผยแพร่</th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1.</td> <td>การรับรู้ด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคาขนมพื้นบ้าน บ้านวรรณดี ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในพื้นที่จังหวัดสงขลา</td> <td>มหาวิทยาลัยพะเยา</td> <td>แบบ</td> </tr> <tr> <td>2.</td> <td>การรับรู้ด้านราคา การรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ ทศนคติ ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบเห็ดบ้านยี่นบุรี</td> <td>มหาวิทยาลัยพะเยา</td> <td>แบบ</td> </tr> </tbody> </table>	ลำดับ	ชื่อผลงาน	แหล่งเผยแพร่		1.	การรับรู้ด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคาขนมพื้นบ้าน บ้านวรรณดี ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในพื้นที่จังหวัดสงขลา	มหาวิทยาลัยพะเยา	แบบ	2.	การรับรู้ด้านราคา การรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ ทศนคติ ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบเห็ดบ้านยี่นบุรี	มหาวิทยาลัยพะเยา	แบบ	
ลำดับ	ชื่อผลงาน	แหล่งเผยแพร่											
1.	การรับรู้ด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคาขนมพื้นบ้าน บ้านวรรณดี ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในพื้นที่จังหวัดสงขลา	มหาวิทยาลัยพะเยา	แบบ										
2.	การรับรู้ด้านราคา การรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ ทศนคติ ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบเห็ดบ้านยี่นบุรี	มหาวิทยาลัยพะเยา	แบบ										
<p>จากการตรวจสอบข้อมูลย้อนหลังเพื่อการพัฒนาและปรับปรุงกิจกรรมและผลงานวิจัยของนักศึกษา ในปีการศึกษา 2563 นั้นได้มีผลงานการเผยแพร่</p>													



ทางวิชาการของนักศึกษา สืบเนื่องจากการจัดกิจกรรมและโครงการการวิจัยอย่างต่อเนื่องของสาขาการตลาดและของคณะกรรมการธุรกิจ และการให้คำปรึกษาจากผู้สอนในรายวิชาของอาจารย์ประจำวิชาอย่างใกล้ชิด ซึ่งในการกำหนดหัวข้อวิจัยนั้นยังคงยึดหลักในการหาหัวข้อวิจัยที่เกี่ยวข้องกับด้านแผนในปีการศึกษา 2564 หลักสูตรมีแนวทางในการส่งเสริมสนับสนุนการผลิตผลงานวิจัยของนักศึกษาอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากการจัดสรรงบประมาณพัฒนานักศึกษาของคณะกรรมการธุรกิจเพื่อส่งเสริมการเผยแพร่ เพื่อเป็นการส่งเสริมให้นักศึกษาสามารถเขียนบทความวิจัยและนำเสนอผลงานทางวิชาการ

2. ผลงานนักศึกษาจากฝึกสหกิจศึกษา ณ สถานประกอบการ
ปีการศึกษา 2563

ลำดับ		ชื่อผลงาน
1.	นางสาวพิมพ์พิชชาพร้อมมูล	การพัฒนาช่องทางการจำหน่ายสินค้าขอ เคียว จำกัดผ่านแอปพลิเคชันลาซาต้าแ
2.	นายภานุพงศ์ ศุภรัตน์วัฒนกุล	Content marketing การตลาดออนไลน์ สองเล
3.	นายกนกศักดิ์ ศิลป์สังเสศ	กระบวนการออกแบบกราฟฟิกหน้าเข้า กาลตลอดทั้งปีโดยใช้โปรแกรม illustra เว็บไซต์ของบริษัทบ้านชาหาดใหญ่
4.	นางสาวจรรยา มุสิกเกษม	Content marketing การตลาดออนไลน์ สองเล

จากตารางการออกฝึกสหกิจศึกษาของนักศึกษาสาขาการตลาดมีนักศึกษาเข้าร่วมน้อยเนื่องจากสาเหตุคือ

1. ในภาคใต้มีบริษัทที่พร้อมจะรับนักศึกษาฝึกสหกิจมีน้อย
2. ใช้งานนักศึกษาฝึกงานแบบพนักงานประจำ โดยให้มาทำงานทดแทนในตำแหน่งงานที่พนักงานเดิมลาออกไป โดยไม่มีการสอนงาน จะมีเพียงพนักงานมาบอก ๆ สิ่ง ๆ ให้ทำงานตามที่บอกให้เสร็จเท่านั้น เรียกว่าใช้งานนักศึกษาเหมือนพนักงานประจำซึ่งนักศึกษบอกว่ามันหนักเกินไป
3. บางองค์กรก็ให้นักศึกษาทำงานล่วงเวลา คือทำงานให้เสร็จตามที่สั่งโดยไม่มีค่าล่วงเวลา ค่าพาหนะให้
4. ไม่จ่ายค่าฝึกงานให้นักศึกษาฝึกงาน เพราะถือว่าบริษัทมีบุญคุณกับ



<p>นักศึกษา บริษัทฝึกงานให้ก็ดีแล้ว</p> <p>5. ถ้าบริษัทประเมินผลการฝึกงานให้ไม่ดี นักศึกษาก็ไม่จบการศึกษา</p> <p>6. นักศึกษาไม่เข้าใจกระบวนการฝึกสหกิจศึกษา</p> <p>และแจ้งรายชื่อบริษัทให้นักศึกษาทราบล่วงหน้า</p> <p>นักศึกษานำข้อมูลไปใช้ในการตัดสินใจเลือกวิธีการแก้ไขปัญห</p> <p>1. หลักสูตร คณะฯ และ ผู้บริหารมหาวิทยาลัย ต้องติดต่อสถานประกอบการเพื่อส่งนักศึกษา เข้าฝึกสหกิจศึกษา</p> <p>2. หลักสูตร คณะฯ และ ผู้บริหารมหาวิทยาลัย ต้องทำ MOU กับสถานประกอบการ โดยชี้แจงรายละเอียดและเงื่อนไขในการรับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษา</p> <p>3. หลักสูตรจะต้องจัดประชุมชี้แจงรายละเอียดของการฝึกสหกิจศึกษาก่อนอย่างน้อย 1 ภาคการศึกษาเพื่อให้</p>	
---	--



<p><input type="checkbox"/> 8.4 มีระบบกำกับติดตามข้อมูลเพื่อแสดงให้เห็นถึงความสำเร็จของหลักสูตรตามเป้าหมายที่มีการจัดตั้งและกำหนดขึ้น</p> <p>หลักสูตรสาขาวิชาการตลาดได้มีกระบวนการติดตามข้อมูลเพื่อแสดงให้เห็นถึงความสำเร็จของหลักสูตรตามเป้าหมายที่กำหนดขึ้น ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การติดตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ขณะนักศึกษายังไม่สำเร็จการศึกษา เป็นการทวนสอบในระดับรายวิชา โดยมีการประเมินทั้งในภาคทฤษฎีและปฏิบัติ และมีการประเมินการสอนของผู้สอนโดยนักศึกษาเพื่อการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพการเรียนรู้ของนักศึกษา 2. อาจารย์ประจำหลักสูตรประชุมเพื่อวางแผน ติดตามและทบทวนการดำเนินงานของหลักสูตรแจ้งในที่ประชุมคณะกรรมการหลักสูตร เพื่อจัดให้อาจารย์ผู้สอนนำผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เรียนในแต่ละรายวิชามาจัดกระบวนการเรียนการสอน โดยให้มีการระบุไว้ใน มคอ.3 ของแต่ละรายวิชา 3. การติดตามมาตรฐานผลการเรียนรู้หลังนักศึกษาสำเร็จการศึกษาดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> - ภาวะการดำเนินงานทำของบัณฑิตโดยประเมินจากบัณฑิตแต่ละรุ่นที่สำเร็จการศึกษาทั้งด้านของระยะเวลาในการหางานทำ ความเห็นต่อความรู้ความสามารถความมั่นใจของบัณฑิตในการประกอบงานอาชีพ เงินเดือนที่ได้รับ และการดำเนินงานทำตรงตามสาขา - การทวนสอบจากผู้ประกอบการเพื่อประเมินความพึงพอใจในบัณฑิตที่จบการศึกษาและเข้าทำงานในสถานประกอบการนั้น ๆ - การประเมินจากบัณฑิตที่ไปประกอบอาชีพในส่วนของความพร้อมและความรู้จากสาขาวิชาที่เรียนตามหลักสูตรเพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการพัฒนาหลักสูตรให้ดียิ่งขึ้น 	
<p>➢ 8.5 มีระบบการกำกับติดตาม และเทียบเคียงสมรรถนะระดับความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ เพื่อใช้ในการปรับปรุง</p> <p><input type="checkbox"/> 8.5 มีระบบการกำกับติดตาม และเทียบเคียงสมรรถนะระดับความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ เพื่อใช้ในการปรับปรุง</p> <p>หลักสูตรสาขาวิชาการตลาดมีการประเมินความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อนำมาปรับปรุงพัฒนาการบริหารจัดการหลักสูตร ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. นักศึกษาปัจจุบันการสำรวจความพึงพอใจผ่านระบบการประเมินการ 	<p>-ผลการประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาของสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน</p> <p>-ผลการประเมินนักศึกษาที่ออกฝึกประสบการณ์วิชาชีพทั้ง</p>



<p>เรียนการสอนของมหาวิทยาลัยซึ่งจะทำทุกๆปีการศึกษา การสำรวจความพึงพอใจของนักศึกษาปัจจุบัน และการประเมินความต้องการและความคาดหวังของนักศึกษาใหม่ ซึ่งจะทำผ่านระบบของสำนักงานส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนรวมถึงการประเมินอาจารย์ที่ปรึกษา และการประชุมนักศึกษา (Home Room) กับอาจารย์ที่ปรึกษา</p> <p>โดยทางหลักสูตรจะนำผลการสำรวจดังกล่าวไปดำเนินการปรับปรุงการบริหารจัดการภายในหลักสูตรและเป็นเสียงสะท้อนไปยังหน่วยงานสนับสนุนที่เกี่ยวข้องต่อไป</p> <p>2. นักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาในปี 2563 โดยทำการสำรวจแบบประเมินหลักสูตรสำหรับนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาในปี 2563 มีต่อหลักสูตรผลการสำรวจพบว่า (ให้ปี 4 ตอบ)</p> <p>ใส่ผลที่ได้จากแบบสอบถาม ชั้นปีที่ 4</p> <p>โดยทางหลักสูตรจะนำผลการสำรวจดังกล่าวไปดำเนินการปรับปรุงการบริหารจัดการภายในหลักสูตรและเป็นเสียงสะท้อนไปยังหน่วยงานสนับสนุนที่เกี่ยวข้องต่อไป</p> <p>3. ผู้ใช้บัณฑิต/สถานประกอบการโดยนำผลการประเมินความพึงพอใจต่อคุณภาพบัณฑิตของสาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ รุ่นปีการศึกษา 2562 จากผลการสำรวจ พบว่า บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาในปี 2562 มีร้อยละของบัณฑิตที่ได้งานทำหรือประกอบอาชีพอิสระภายใน 1 ปีเท่ากับ 99.42 จากจำนวนบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาจำนวน 193 คน แยกออกเป็นทำงานที่ตรงสาขาที่เรียน ร้อยละ 131 และไม่ตรงสาขาที่เรียน ร้อยละ 41 ไม่มีจำนวนบัณฑิตที่ศึกษาต่อ (แสดงรายละเอียดในตาราง 2.11) ทั้งนี้ได้สรุปตัวเลขแนวโน้มของภาวะการมีงานทำของบัณฑิต</p> <p>ทั้งนี้ทางหลักสูตรได้สรุปผลการประเมินนักศึกษาที่ออกฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ทั้งด้านฝึกงานและฝึกสหกิจศึกษาภาคการศึกษาที่ 2 ปี 2563 มาใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนการปรับปรุงการบริหารจัดการหลักสูตรพบว่า สถานประกอบการต้องการให้นักศึกษาปรับปรุงด้านที่สำคัญ ดังต่อไปนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ด้านการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ <ul style="list-style-type: none"> - ทักษะทางด้านภาษาอังกฤษ - ทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่น <p>4. อาจารย์มีการจัดประชุมหลักสูตรเพื่อชี้แจงประเด็นต่างและสอบถามปัญหา</p>	<p>ด้านฝึกงานและฝึกสหกิจศึกษา</p> <p>-ผลการประเมินความพึงพอใจต่อคุณภาพบัณฑิตของสาขาวิชาการตลาดของคณะกรรมการธุรกิจ รุ่นปีการศึกษา 2562</p>
---	---



<p>และการดำเนินการต่างๆของหลักสูตร</p> <p>จากผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางหลักสูตร จึงได้วางแผนและปฏิบัติในปีการศึกษา 2564 อย่างต่อเนื่อง เช่น การพัฒนาทักษะด้านภาษา การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ยังต้องได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง</p>	
---	--

ตารางที่ 2.8 อัตราการจบการศึกษาและอัตราการออกกลางคัน (ห้าปีย้อนหลัง)(กรณีหลักสูตร 4 ปี)

ปีการศึกษา	จำนวนนักศึกษาแรกเข้า	ร้อยละของผู้เรียนที่จบภายใน			ร้อยละของผู้เรียนที่ออกกลางคัน			
		3 ปี	4 ปี	>4ปี	ชั้นปีที่ 1	ชั้นปีที่ 2	ชั้นปีที่ 3	ชั้นปีที่ 4 ขึ้นไป
2559	77	-	57	-	9	3	2	-
2560	76	-	-	-	10	7	3	-
2561	65	-	-	-	4	4	-	-
2562	91	-	-	-	22	-	-	-
2563	84							

<https://reg.rmutsv.ac.th/regInfo2019/studentR/>

ตารางที่ 2.8 อัตราการจบการศึกษาและอัตราการออกกลางคัน (ห้าปีย้อนหลัง)(กรณีหลักสูตร 5 ปี)

ปีการศึกษา	จำนวนนักศึกษาแรกเข้า	ร้อยละของผู้เรียนที่จบภายใน			ร้อยละของผู้เรียนที่ออกกลางคัน				
		4 ปี	5 ปี	>5 ปี	ชั้นปีที่ 1	ชั้นปีที่ 2	ชั้นปีที่ 3	ชั้นปีที่ 4	ชั้นปีที่ 5 ขึ้นไป



ตารางที่ 2.9 ประเภทและจำนวนสิ่งพิมพ์งานวิจัย

ปี (ปฏิทิน)	ประเภทผลงานตีพิมพ์						จำนวน ผลงาน ตีพิมพ์ ต่อ บุคลากร
	Proceeding ระดับชาติ	Proceeding ระดับ นานาชาติ/ อนุสิทธิบัตร	TCI กลุ่ม 2	TCI กลุ่ม 1	วารสาร ระดับ นานาชาติ/ สิทธิบัตร/ ตำรา	รวม	
2559	1		1		3	5	
2560	4		1			5	
2561	1	4	-			10	
2562	6	3	1			10	
2563		1	2				

หมายเหตุ อ้างอิงตารางในภาคผนวกที่ 2.1-1 ถึง 2.1-5

ตารางที่ 2.10 ประเภทและจำนวนสิ่งพิมพ์ผลงานสร้างสรรค์

ปี (ปฏิทิน)	ประเภทผลงานตีพิมพ์						จำนวน ผลงาน ตีพิมพ์ ต่อ บุคลากร
	งานสร้างสรรค์ ที่มีการเผยแพร่ สู่สาธารณะใน ลักษณะใด ลักษณะหนึ่ง หรือผ่านสื่อ อิเล็กทรอนิกส์ online	งานสร้างสรรค์ ที่ได้รับการ เผยแพร่ใน ระดับสถาบัน	งาน สร้างสรรค์ที่ ได้รับการ เผยแพร่ใน ระดับชาติ	งาน สร้างสรรค์ที่ ได้รับการ เผยแพร่ใน ระดับความ ร่วมมือ ระหว่าง ประเทศ	งาน สร้างสรรค์ที่ ได้รับการ เผยแพร่ใน ระดับ ภูมิภาค อาเซียน/ นานาชาติ	รวม	

หมายเหตุ อ้างอิงตารางในภาคผนวกที่ 2.1-



ตารางที่ 2.11 ภาวะการมีงานทำของบัณฑิตภายในเวลา 1 ปี รุ่นจบปีการศึกษา 2562 (แสดงปีก่อนประเมิน 1 ปี)
หลักสูตรระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด

ข้อมูลพื้นฐาน	จำนวน	ร้อยละ	หลักฐาน/ตารางประกอบ
จำนวนบัณฑิตทั้งหมด	193	100	
จำนวนบัณฑิตระดับปริญญาตรีที่ตอบแบบสำรวจ	185	95.85	
จำนวนบัณฑิตระดับปริญญาตรีที่ได้งานทำภายใน 1 ปี หลังสำเร็จการศึกษา (ไม่นับรวมผู้ที่ประกอบอาชีพอิสระ)	65	35.14	
จำนวนบัณฑิตระดับปริญญาตรีที่ประกอบอาชีพอิสระ	107	57.84	
จำนวนบัณฑิตระดับปริญญาตรีที่ได้งานทำภายใน 1 ปี หลังสำเร็จการศึกษาทั้งหมด	172	92.97	
<input type="checkbox"/> ตรงสาขาที่เรียน	131	76.16	
<input type="checkbox"/> ไม่ตรงสาขาที่เรียน	41	23.84	
จำนวนผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีงานทำ ก่อนเข้าศึกษา	12	6.49	
จำนวนบัณฑิตระดับปริญญาตรีที่ศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษา	0	0	
จำนวนบัณฑิตระดับปริญญาตรีที่อุปสมบท	0	0	
จำนวนบัณฑิตระดับปริญญาตรีที่เกณฑ์ทหาร	0	0	
จำนวนบัณฑิตระดับปริญญาตรีที่มีกิจการของตนเอง ที่มีรายได้ประจำอยู่แล้ว	107	62.21	
ร้อยละของบัณฑิตที่ได้งานทำหรือประกอบอาชีพอิสระภายใน 1 ปี		99.42	
ค่าคะแนนร้อยละของบัณฑิตที่ได้งานทำหรือประกอบอาชีพอิสระภายใน 1 ปี			

เป้าหมายของปีนี้ :ระดับ .3.... ผลการประเมินตนเองครั้งนี้ : ระดับ...2.

ผลการดำเนินงาน บรรลุเป้าหมาย ไม่บรรลุเป้าหมาย

หมายเหตุ ระบุเป้าหมายและผลการประเมินตนเองตาม Rating Scale 7 ระดับ ดังนี้

ระดับ 1 คุณภาพไม่เพียงพออย่างชัดเจน

ไม่ปรากฏผลการดำเนินการ ไม่มีเอกสาร ไม่มีแผน หรือไม่มีหลักฐานที่สนับสนุนการดำเนินงาน คุณภาพไม่เพียงพออย่างชัดเจน จำเป็นต้องปรับปรุง แก้ไข หรือพัฒนาอย่างเร่งด่วน

ระดับ 2 คุณภาพไม่เพียงพอ จำเป็นต้องมีการปรับปรุง



- มีการวางแผนแต่ยังไม่ได้เริ่มดำเนินการ เนื่องจากมีข้อมูล เอกสารและหลักฐานไม่เพียงพอในการดำเนินการ จึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุง แก้ไขหรือพัฒนา
- ระดับ 3 คุณภาพไม่เพียงพอ แต่การปรับปรุง แก้ไข หรือพัฒนาเพียงเล็กน้อยสามารถทำให้มีคุณภาพเพียงพอได้
มีเอกสารแต่ยังไม่เชื่อมโยงต่อการปฏิบัติ หรือมีการดำเนินการตามเกณฑ์ประกันคุณภาพ พบแนวทางการพัฒนาบ้าง
มีหลักฐาน เอกสารบ้าง แต่ขาดความชัดเจน ผลการดำเนินงานยังไม่สมบูรณ์ในบางผลลัพธ์
- ระดับ 4 มีคุณภาพของการดำเนินการของหลักสูตรตามเกณฑ์
มีเอกสารและหลักฐานการดำเนินการตามเกณฑ์ ผลลัพธ์เกิดขึ้นตามที่คาดหวัง
- ระดับ 5 มีคุณภาพของการดำเนินการของหลักสูตรดีกว่าเกณฑ์
มีเอกสารและหลักฐานชัดเจนที่แสดงถึงการดำเนินการที่มีประสิทธิภาพดีกว่า เกณฑ์ส่งผลให้เกิดผลดีในการพัฒนาระบบ
- ระดับ 6 เป็นตัวอย่างของแนวปฏิบัติที่ดี
มีเอกสาร หลักฐานสนับสนุนที่ดีตามเกณฑ์อย่างมีประสิทธิภาพ มีผลลัพธ์การดำเนินการที่ดีและมีแนวโน้มผลการดำเนินการในเชิงบวก
- ระดับ 7 ระดับดีเยี่ยม เป็นแนวปฏิบัติในระดับโลกหรือแนวปฏิบัติชั้นนำ
มีการดำเนินการตามเกณฑ์อย่างมีนวัตกรรม มีผลลัพธ์ที่โดดเด่นในระดับโลก มีแนวโน้มเชิงบวกให้เป็นอย่างชัดเจน ซึ่งผลงานการดำเนินงานสามารถนำไปเป็นแนวปฏิบัติชั้นนำได้



ส่วนที่ 3: สรุปผลการประเมินตนเอง

ผลการประเมินตนเองตามเกณฑ์ AUN-QA(เป้าหมายและผลการประเมินตนเองตาม Rating Scale 7 ระดับ)

เกณฑ์	รายละเอียด	เป้าหมาย	คะแนนประเมินตนเอง	คะแนนประเมินโดยกรรมการ
1. ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง(Expected Learning Outcomes)				
1.1	The programme to show that the expected learning outcomes are appropriately formulated in accordance with an established learning taxonomy, are aligned to the vision and mission of the university, and are known to all stakeholders.	3	2	
1.2	The programme to show that the expected learning outcomes for all courses are appropriately formulated and are aligned to the expected learning outcomes of the programme.	3	2	
1.3	The programme to show that the expected learning outcomes consist of both generic outcomes (related to written and oral communication, problemsolving, information technology, teambuilding skills, etc) and subject specific outcomes (related to knowledge and skills of the study discipline).	3	2	
1.4	The programme to show that the requirements of the stakeholders, especially the external stakeholders, are gathered, and that these are reflected in the expected learning outcomes.	3	2	
1.5	The programme to show that the expected learning outcomes are achieved by the students by the time they graduate.	3	2	
ระดับคะแนนในภาพรวม (Overall Opinion)		3	2	
2. โครงสร้างโปรแกรมและเนื้อหา(Programme Structure and Content)				
2.1	The specifications of the programme and all its courses are shown to be comprehensive, up-to-date, and made available and communicated to all stakeholders.	3	2	
2.2	The design of the curriculum is shown to be	3	2	



	constructively aligned with achieving the expected learning outcomes.			
2.3	The design of the curriculum is shown to include feedback from stakeholders, especially external stakeholders.	3	2	
2.4	The contribution made by each course in achieving the expected learning outcomes is shown to be clear.	3	2	
2.5	The curriculum to show that all its courses are logically structured, properly sequenced (progression from basic to intermediate to specialised courses), and are integrated.	3	2	
2.6	The curriculum to have option(s) for students to pursue major and/or minor specialisations.	3	2	
2.7	The programme to show that its curriculum is reviewed periodically following an established procedure and that it remains up-to-date and relevant to industry.	3	2	
ระดับคะแนนในภาพรวม (Overall Opinion)		3	2	
3.แนวทางการจัดเรียนการสอน (Teaching and Learning Approach)				
3.1	The educational philosophy is shown to be articulated and communicated to all stakeholders. It is also shown to be reflected in the teaching and learning activities.	3	3	
3.2	The teaching and learning activities are shown to allow students to participate responsibly in the learning process.	3	3	
3.3	The teaching and learning activities are shown to involve active learning by the students.	3	3	
3.4	The teaching and learning activities are shown to promote learning, learning how to learn, and instilling in students a commitment for life-long learning (e.g., commitment to critical inquiry, information-processing skills, and a willingness to experiment with new ideas and practices).	3	3	



3.5	The teaching and learning activities are shown to inculcate in students, new ideas, creative thought, innovation, and an entrepreneurial mindset.	3	3	
3.6	The teaching and learning processes are shown to be continuously improved to ensure their relevance to the needs of industry and are aligned to the expected learning outcomes.	3	3	
ระดับคะแนนในภาพรวม (Overall Opinion)		3	3	
4.การประเมินผู้เรียน (Student Assessment)				
4.1	A variety of assessment methods are shown to be used and are shown to be constructively aligned to achieving the expected learning outcomes and the teaching and learning objectives.	3	3	
4.2	The assessment and assessment-appeal policies are shown to be explicit, communicated to students, and applied consistently.	3	3	
4.3	The assessment standards and procedures for student progression and degree completion, are shown to be explicit, communicated to students, and applied consistently.	3	3	
4.4	The assessments methods are shown to include rubrics, marking schemes, timelines, and regulations, and these are shown to ensure validity, reliability, and fairness in assessment.	3	3	
4.5	The assessment methods are shown to measure the achievement of the expected learning outcomes of the programme and its courses.	3	3	
4.6	Feedback of student assessment is shown to be provided in a timely manner.	3	3	
4.7	The student assessment and its processes are shown to be continuously reviewed and improved to ensure their relevance to the needs of industry and alignment to the expected learning outcomes.	3	3	
ระดับคะแนนในภาพรวม (Overall Opinion)		3	3	



5.คุณภาพของบุคลากรสายวิชาการ (Academic Staff)				
5.1	The programme to show that academic staff planning (including succession, promotion, re-deployment, termination, and retirement plans) is carried out to ensure that the quality and quantity of the academic staff fulfil the needs for education, research, and service.	3	3	
5.2	The programme to show that staff workload is measured and monitored to improve the quality of education, research, and service.	3	3	
5.3	The programme to show that the competences of the academic staff are determined, evaluated, and communicated.	3	3	
5.4	The programme to show that the duties allocated to the academic staff are appropriate to qualifications, experience, and aptitude.	3	3	
5.5	The programme to show that promotion of the academic staff is based on a merit system which accounts for teaching, research, and service.	3	3	
5.6	The programme to show that the rights and privileges, benefits, roles and relationships, and accountability of the academic staff, taking into account professional ethics and their academic freedom, are well defined and understood.	3	3	
5.7	The programme to show that the training and developmental needs of the academic staff are systematically identified, and that appropriate training and development activities are implemented to fulfil the identified needs.	3	3	
5.8	The programme to show that performance management including reward and recognition is implemented to assess academic staff teaching and research quality.	3	3	
ระดับคะแนนในภาพรวม (Overall Opinion)		3	3	



6. การบริการและการช่วยเหลือผู้เรียน(Student Support Services)				
6.1	The student intake policy, admission criteria, and admission procedures to the programme are shown to be clearly defined, communicated, published, and up-to-date.	3	3	
6.2	Both short-term and long-term planning of academic and non-academic support services are shown to be carried out to ensure sufficiency and quality of support services for teaching, research, and community service.	3	3	
6.3	An adequate system is shown to exist for student progress, academic performance, and workload monitoring. Student progress, academic performance, and workload are shown to be systematically recorded and monitored. Feedback to students and corrective actions are made where necessary.	3	3	
6.4	Co-curricular activities, student competition, and other student support services are shown to be available to improve learning experience and employability.	3	3	
6.5	The competences of the support staff rendering student services are shown to be identified for recruitment and deployment. These competences are shown to be evaluated to ensure their continued relevance to stakeholders needs. Roles and relationships are shown to be well-defined to ensure smooth delivery of the services.	3	3	
6.6	Student support services are shown to be subjected to evaluation, benchmarking, and enhancement.	3	3	
ระดับคะแนนในภาพรวม (Overall Opinion)		3	3	
7. คุณภาพบุคลากรสายสนับสนุน (Support Staff Quality)				
7.1	The physical resources to deliver the curriculum, including equipment, material, and information technology, are shown to be sufficient.	3	3	



7.2	The laboratories and equipment are shown to be up-to-date, readily available, and effectively deployed.	3	3	
7.3	A digital library is shown to be set-up, in keeping with progress in information and communication technology.	3	3	
7.4	The information technology systems are shown to be set up to meet the needs of staff and students.	3	3	
7.5	The university is shown to provide a highly accessible computer and network infrastructure that enables the campus community to fully exploit information technology for teaching, research, service, and administration.	3	3	
7.6	The environmental, health, and safety standards and access for people with special needs are shown to be defined and implemented.	3	3	
7.7	The university is shown to provide a physical, social, and psychological environment that is conducive for education, research, and personal wellbeing.	3	3	
7.8	The competences of the support staff rendering services related to facilities are shown to be identified and evaluated to ensure that their skills remain relevant to stakeholder needs.	3	3	
7.9	The quality of the facilities (library, laboratory, IT, and student services) are shown to be subjected to evaluation and enhancement.	3	3	
ระดับคะแนนในภาพรวม (Overall Opinion)		3	3	
8. ผลผลิตและผลลัพธ์(Output and Outcomes)				
8.1	The pass rate, dropout rate, and average time to graduate are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.	3	2	
8.2	Employability as well as self-employment, entrepreneurship, and advancement to further studies, are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.	3	2	



8.3	Research and creative work output and activities carried out by the academic staff and students, are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.	3	2	
8.4	Data are provided to show directly the achievement of the programme outcomes, which are established and monitored.	3	2	
8.5	Satisfaction level of the various stakeholders are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.	3	2	
ระดับคะแนนในภาพรวม (Overall Opinion)		3	2	
ระดับคะแนนในภาพรวมทั้งหมด		3	2	

จุดเด่น จุดที่ควรพัฒนา และแผนพัฒนา

เกณฑ์	รายละเอียด
1.ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง(Expected Learning Outcomes)	
1.1	The programme to show that the expected learning outcomes are appropriately formulated in accordance with an established learning taxonomy, are aligned to the vision and mission of the university, and are known to all stakeholders.
	จุดเด่น -หลักสูตรสาขาวิชาการตลาดมีกระบวนการสร้าง PLOs โดยพิจารณาจากผลการสำรวจความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และกำหนดขึ้นภายใต้ พันธกิจและวิสัยทัศน์ของคณะและมหาวิทยาลัย ทั้งยังมีการระบุช่องทางการสื่อสาร PLOs ไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม
	จุดที่ควรพัฒนา -ปรับ PLOs ให้เข้ากับสถานการณ์ในอนาคตที่อาจจะเปลี่ยนแปลงไป -สถานการณ์ในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทำให้โปรแกรมการเรียนการสอนที่กำหนดไว้ส่งผลต่อผลการเรียนรู้โดยอาจไม่ครอบคลุมในทุกหัวข้อที่กำหนด
	แผนพัฒนา -พัฒนาแผนการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในแต่ละช่วงเวลา
1.2	The programme to show that the expected learning outcomes for all courses are appropriately formulated and are aligned to the expected learning outcomes of the programme.
	จุดเด่น กำหนดอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรตามความเชี่ยวชาญเพื่อให้ผลการเรียนรู้มีความชัดเจน



เกณฑ์	รายละเอียด
	<p>จุดที่ควรพัฒนา</p> <p>ในบางสถานการณ์ไม่สามารถทำการสอนตามผลการเรียนรู้อย่างครบถ้วนเช่นการสอนออนไลน์ในช่วงสถานการณ์โควิด</p> <p>แผนพัฒนา</p> <p>ปรับปรุงแผนการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับสถานการณ์การสอนแบบปกติและแบบออนไลน์</p>
1.3	<p>The programme to show that the expected learning outcomes consist of both generic outcomes (related to written and oral communication, problemsolving, information technology, teambuilding skills, etc) and subject specific outcomes (related to knowledge and skills of the study discipline).</p> <p>จุดเด่น</p> <p>มีการจัดการเรียนการสอนให้ผู้เรียนมีองค์ความรู้เฉพาะด้านวิชาชีพการตลาดในเชิงลึก</p> <p>จุดที่ควรพัฒนา</p> <p>นักศึกษาที่มีพื้นฐานทางการตลาดไม่เท่ากันดังนั้นอาจส่งผลต่อผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง</p> <p>แผนพัฒนา</p> <p>ปรับปรุงพื้นฐานทางการตลาดให้นักศึกษาชั้นปีที่</p>
1.4	<p>The programme to show that the requirements of the stakeholders, especially the external stakeholders, are gathered, and that these are reflected in the expected learning outcomes.</p> <p>จุดเด่น</p> <p>นำข้อมูลที่ได้รับจากการรวบรวมจากผู้มีส่วนได้เสียมาใช้ในการจัดโปรแกรมการเรียนการสอน</p> <p>จุดที่ควรพัฒนา</p> <p>การสื่อสารจากผู้มีส่วนได้เสียในบางครั้งอาจทำได้ยากเนื่องจากปัจจัยด้านเวลา</p> <p>แผนพัฒนา</p> <p>หาแหล่งข้อมูลจากผู้มีส่วนได้เสียเพิ่มมากขึ้นโดยให้ความหลากหลายเพื่อนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์ในหลายๆ ด้าน</p>
1.5	<p>The programme to show that the expected learning outcomes are achieved by the students by the time they graduate.</p> <p>จุดเด่น</p> <p>มีการใช้กลยุทธ์การเรียนการสอนที่หลากหลาย</p> <p>จุดที่ควรพัฒนา</p> <p>กลยุทธ์การเรียนการสอนบางอย่างไม่เหมาะสมกับสถานการณ์การเรียนการสอนแบบออนไลน์ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องปรับเกณฑ์ที่มีผลให้เนื้อหาไม่ครอบคลุมผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง</p> <p>แผนพัฒนา</p> <p>ปรับปรุงกลยุทธ์การเรียนการสอนให้มีความหลากหลายและทันสมัย</p>



เกณฑ์	รายละเอียด
2. โครงสร้างโปรแกรมและเนื้อหา(Programme Structure and Content)	
2.1	The specifications of the programme and all its courses are shown to be comprehensive, up-to-date, and made available and communicated to all stakeholders.
	จุดเด่น โครงสร้างโปรแกรมและเนื้อหาสอดคล้องกับสอดคล้องและตอบสนอง PLOs และปรัชญาของสาขาวิชาการตลาด
	จุดที่ควรพัฒนา เนื่องจากสถานการณ์มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาทำให้ โครงสร้างโปรแกรมของหลักสูตรที่จัดไว้เดิมอาจล้าสมัยดังนั้นควรพิจารณาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง
	แผนพัฒนา จัดทำโครงสร้างโปรแกรมและเนื้อหาของหลักสูตรที่สามารถปรับเปลี่ยนในช่วงระยะเวลาสั้นได้เพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์ในช่วงเวลาต่างๆ
2.2	The design of the curriculum is shown to be constructively aligned with achieving the expected learning outcomes.
	จุดเด่น มีกระบวนการออกแบบที่ชัดเจนเห็นเป็นรูปธรรมและครอบคลุมทักษะด้านต่างๆ
	จุดที่ควรพัฒนา ในบางรายวิชาต้องปรับปรุงโปรแกรมและเนื้อหาการเรียนการสอนเพื่อให้เห็นผลการเรียนรู้ที่คาดหวังได้ชัดเจนมากขึ้น
	แผนพัฒนา ปรับปรุงและพัฒนาให้มีความทันสมัยให้สอดคล้องกับผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง
2.3	The design of the curriculum is shown to include feedback from stakeholders, especially external stakeholders.
	จุดเด่น จัดรูปแบบการเรียนการสอนให้นักศึกษาและผู้มีส่วนได้เสียร่วมแสดงความคิดเห็น
	จุดที่ควรพัฒนา ควรเน้นทักษะด้านเทคโนโลยีเพิ่มมากขึ้นในแต่ละรายวิชา
	แผนพัฒนา ให้ผู้มีส่วนได้เสียมีส่วนร่วมพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างและเนื้อหาหลักสูตร
2.4	The contribution made by each course in achieving the expected learning outcomes is shown to be clear.
	จุดเด่น เน้นการเรียนการสอนที่ผู้เรียนมีส่วนร่วมกับสถานประกอบการ
	จุดที่ควรพัฒนา การเรียนการสอนที่มีส่วนร่วมกับสถานประกอบการทำได้ยากในช่วงสถานการณ์โควิด จำเป็นต้องปรับรูปแบบเพื่อให้เข้ากับสถานการณ์



เกณฑ์	รายละเอียด
	<p>แผนพัฒนา</p> <p>ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการเรียนการสอนร่วมกับสถานประกอบการในแต่ละรายวิชาเพิ่มมากขึ้น</p>
2.5	<p>The curriculum to show that all its courses are logically structured, properly sequenced (progression from basic to intermediate to specialised courses), and are integrated.</p> <p>จุดเด่น</p> <p>จัดลำดับรูปแบบรายวิชาที่เหมาะสมกับแต่ละช่วงชั้นปี</p> <p>จุดที่ควรพัฒนา</p> <p>การจัดรูปแบบรายวิชาแต่ละช่วงชั้นควรเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ</p> <p>แผนพัฒนา</p> <p>พัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างรายวิชาให้เหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันให้มากที่สุด</p>
2.6	<p>The curriculum to have option(s) for students to pursue major and/or minor specialisations.</p> <p>จุดเด่น</p> <p>จัดรูปแบบการเรียนการสอนแบบกระเช้าโดยจะมีรายวิชาในหมวดวิชาชีพและซีพีเลือกให้นักศึกษาได้เลือกตามความต้องการ</p> <p>จุดที่ควรพัฒนา</p> <p>วิชาชีพเลือกจากเป็นวิชาชีพของทางสาขาการตลาดเท่านั้น ดังนั้นจึงอาจเป็นการปิดโอกาสสำหรับนักศึกษาที่ต้องการศึกษาในรายวิชาอกสาขา</p> <p>แผนพัฒนา</p> <p>เปิดสอนในรายวิชาในหมวดวิชาชีพเลือกเพิ่มมากขึ้นเพื่อเพิ่มตัวเลือกให้นักศึกษา</p>
2.7	<p>The programme to show that its curriculum is reviewed periodically following an established procedure and that it remains up-to-date and relevant to industry.</p> <p>จุดเด่น</p> <p>มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ประเมินการเรียนรู้และกิจกรรมการเรียนการสอนเป็นไปตามแผนกิจกรรมในมคอ.3 และให้สอดคล้องกับผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง</p> <p>จุดที่ควรพัฒนา</p> <p>การทวนสอบแต่ละครั้งควรแจ้งให้อาจารย์ประจำวิชารับทราบเพื่อนำไปปรับปรุง</p> <p>แผนพัฒนา</p> <p>ส่งเสริมและสนับสนุนให้อาจารย์ผู้สอนเน้นกิจกรรมในการเรียนรู้เพื่อให้เกิดทักษะนอกเหนือจากการเรียนรู้ในชั้นเรียน</p>



เกณฑ์	รายละเอียด
3. แนวทางการจัดเรียนการสอน (Teaching and Learning Approach)	
3.1	The educational philosophy is shown to be articulated and communicated to all stakeholders. It is also shown to be reflected in the teaching and learning activities.
	จุดเด่น ปรัชญาหลักสูตรมีความทันสมัย ผสมผสานวิชาชีพทางการตลาดและเทคโนโลยีดิจิทัลเข้าด้วยกันสามารถสร้างนักรการตลาดที่ปฏิบัติงานได้ทั้งในระดับประเทศและสากล
	จุดที่ควรพัฒนา การเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารปรัชญาการศึกษาของหลักสูตรควรเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและผู้มีส่วนได้เสีย ทางการศึกษามากกว่านี้ ไม่ควรใช้แค่ช่องทางเว็บไซต์ของคณะฯ และ เล่ม มคอ. 2
	แผนพัฒนา เพิ่มจำนวนสื่อ วิธีการ และช่องทางการสื่อสารปรัชญาการศึกษาของหลักสูตรให้เข้าถึงและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น
3.2	The teaching and learning activities are shown to allow students to participate responsibly in the learning process.
	จุดเด่น รายวิชาในหลักสูตรหลายๆ รายวิชา เอื้อต่อการดำเนินกิจกรรมการเรียนรู้ที่ให้นักศึกษาได้มีส่วนร่วมและปฏิบัติงานได้จริง
	จุดที่ควรพัฒนา เพิ่มกิจกรรมการเรียนการสอนที่ให้นักศึกษามีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้ในทุกรายวิชา
	แผนพัฒนา ส่งเสริมให้อาจารย์ผู้สอนพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนที่มีให้นักศึกษามีส่วนร่วมระหว่างการเรียนมากขึ้น
3.3	The teaching and learning activities are shown to involve active learning by the students.
	จุดเด่น หลักสูตรเน้นการสอนแบบ Active learning ที่มุ่งเน้นสื่อและวิธีการสอนที่หลากหลายโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ
	จุดที่ควรพัฒนา สถานการณ์โควิดใช้การสอนออนไลน์ นักศึกษาบางส่วนขาดแคลนเครื่องมือและสื่อการเรียนที่ทันสมัย
	แผนพัฒนา -
3.4	The teaching and learning activities are shown to promote learning, learning how to learn, and instilling in students a commitment for life-long learning (e.g., commitment to critical inquiry, information-processing skills, and a willingness to experiment with new ideas and practices).
	จุดเด่น หลักสูตรเน้นกิจกรรมการเรียนการสอนที่ให้นักศึกษาเรียนรู้และค้นคว้าด้วยตนเองตลอดเวลาด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ



เกณฑ์	รายละเอียด
	<p>จุดที่ควรพัฒนา</p> <p>ขาดแคลนห้องสืบค้น อุปกรณ์คอมพิวเตอร์และระบบอินเทอร์เน็ตไม่เสถียร</p>
	<p>แผนพัฒนา</p> <p>จัดให้มีห้องสืบค้น เครื่องคอมพิวเตอร์รองรับนักศึกษา รวมถึงระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง</p>
3.5	<p>The teaching and learning activities are shown to inculcate in students, new ideas, creative thought, innovation, and an entrepreneurial mindset.</p>
	<p>จุดเด่น</p> <p>มีความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกเพื่อพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการ เช่น ความร่วมมือกับ 6.ออมสิน</p>
	<p>จุดที่ควรพัฒนา</p> <p>ความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกด้านนวัตกรรมและการเป็นผู้ประกอบการยังมีน้อยราย</p>
	<p>แผนพัฒนา</p> <ul style="list-style-type: none"> - แสวงหาความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกเพิ่มขึ้นทั้งหน่วยงานด้านการเป็นผู้ประกอบการ หน่วยงานด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการประกอบธุรกิจและการสร้างนวัตกรรม - ส่งเสริมให้นักศึกษาเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อพัฒนาแนวคิดของการเป็นผู้ประกอบการ เทคโนโลยี และนวัตกรรมเพิ่มมากขึ้น
3.6	<p>The teaching and learning processes are shown to be continuously improved to ensure their relevance to the needs of industry and are aligned to the expected learning outcomes.</p>
	<p>จุดเด่น</p> <p>นำข้อมูลความต้องการของผู้ใช้บัณฑิตทั้งภาครัฐและเอกชนมาประกอบการพัฒนาหลักสูตรทุกๆ 5 ปี</p>
	<p>จุดที่ควรพัฒนา</p> <p>ควรนำข้อมูลความต้องการผู้ใช้บัณฑิตทั้งภาครัฐและเอกชนมาพัฒนากระบวนการเรียนการสอนทุกปีการศึกษา เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคม เศรษฐกิจและเทคโนโลยีตลอดเวลา</p>
	<p>แผนพัฒนา</p> <p>สำรวจข้อมูลความต้องการผู้ใช้บัณฑิตทุกๆ ปีการศึกษาเพื่อนำมาพัฒนากระบวนการเรียนการสอนสอดคล้องกับความต้องการของอุตสาหกรรมและสอดคล้องกับผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง</p>
4.การประเมินผู้เรียน (Student Assessment)	
4.1	<p>A variety of assessment methods are shown to be used and are shown to be constructively aligned to achieving the expected learning outcomes and the teaching and learning objectives.</p>
	<p>จุดเด่น</p> <p>มีวิธีการประเมินผู้เรียนที่หลากหลายและสร้างสรรค์เพื่อให้ผู้เรียนบรรลุผลการเรียนรู้ตามความคาดหวังและวัตถุประสงค์การเรียนการสอนอย่างชัดเจน</p>
	<p>จุดที่ควรพัฒนา</p> <p>ควรปรับปรุงเกณฑ์การประเมินผู้เรียนให้สอดคล้องกับจุดประสงค์และเนื้อหาของรายวิชาในแต่ละรายวิชา</p>



เกณฑ์	รายละเอียด
	<p>แผนพัฒนา</p> <p>สนับสนุนให้อาจารย์ผู้สอนศึกษาถึงเกณฑ์ และรูปแบบการประเมินเพื่อจะได้พิจารณาเลือกให้สอดคล้องกับรายวิชาที่รับผิดชอบ</p>
4.2	<p>The assessment and assessment-appeal policies are shown to be explicit, communicated to students, and applied consistently.</p> <p>จุดเด่น</p> <ul style="list-style-type: none"> -มีการแจ้งระดับคะแนนของนักศึกษาโดยทั่วถึงเพื่อให้นักศึกษานำมาใช้ในการพิจารณาการตัดสินใจในการเรียนต่อไป -ทางหลักสูตรเปิดโอกาสให้นักศึกษายื่นอุทธรณ์ผลการเรียนเมื่อนักศึกษามีข้อสงสัย -มีการประชุมในระดับคณะฯและระดับหลักสูตรในส่วนผลการเรียนของนักศึกษาก่อนประกาศของทางมหาวิทยาลัย <p>จุดที่ควรพัฒนา</p> <p>อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาควรทำการรวบรวมคะแนนให้แล้วเสร็จและแจ้งให้นักศึกษาทราบคะแนนก่อนวันสิ้นสุดการเพิกถอนรายวิชา</p> <p>แผนพัฒนา</p> <p>สนับสนุนให้อาจารย์ประจำหลักสูตรทุกท่านเข้าร่วมกระบวนการทวนสอบรายวิชา</p>
4.3	<p>The assessment standards and procedures for student progression and degree completion, are shown to be explicit, communicated to students, and applied consistently.</p> <p>จุดเด่น</p> <p>มีมาตรฐานขั้นตอนการประเมินผลผู้เรียนชัดเจนซึ่งรับผิดชอบโดยอาจารย์ประจำวิชาและหลักสูตร</p> <p>จุดที่ควรพัฒนา</p> <p>อาจารย์ประจำรายวิชาควรติดตามความก้าวหน้าของผู้เรียนอย่างสม่ำเสมอ และแจ้งระดับคะแนนให้นักศึกษาทราบทุกครั้ง</p> <p>แผนพัฒนา</p> <p>ส่งเสริมและสนับสนุนให้อาจารย์ประจำรายวิชาให้เกณฑ์ในการประเมินผู้เรียนที่หลากหลาย เหมาะสมกับสถานการณ์ และกระทำอย่างชัดเจน</p>
4.4	<p>The assessments methods are shown to include rubrics, marking schemes, timelines, and regulations, and these are shown to ensure validity, reliability, and fairness in assessment.</p> <p>จุดเด่น</p> <p>จัดระบบการเรียนการสอน การทดสอบ การมอบหมายงานต่างๆ ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การเรียนการสอนในแต่ละรายวิชา</p> <p>จุดที่ควรพัฒนา</p> <p>อาจารย์ประจำรายวิชาควรแจ้งเกณฑ์การประเมินให้นักศึกษาได้รับทราบทุกครั้ง</p> <p>แผนพัฒนา</p> <p>ส่งเสริมให้อาจารย์ผู้สอนแต่ละรายวิชาศึกษาการประเมินผลที่ครอบคลุมวิธีการแบบรูบิค</p>



เกณฑ์	รายละเอียด
4.5	The assessment methods are shown to measure the achievement of the expected learning outcomes of the programme and its courses.
	จุดเด่น มีวิธีการประเมินเพื่อวัดผลสำเร็จอย่างหลากหลายครอบคลุมผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง
	จุดที่ควรพัฒนา วิธีการประเมินควรปรับให้สอดคล้องกับช่วงการเรียนการสอนออนไลน์ในสถานกาณ์โควิด-19
	แผนพัฒนา ส่งเสริมให้อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาศึกษาถึงวิธีการและขั้นตอนการประเมินในรูปแบบต่างๆเพิ่มขึ้นเพื่อการวัดผลสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ
4.6	Feedback of student assessment is shown to be provided in a timely manner.
	จุดเด่น มีการแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีการสอน การทดสอบ การมอบหมายงานต่างๆ พร้อมระบุระยะเวลาการประเมินและแจ้งให้นักศึกษาทราบอย่างชัดเจน
	จุดที่ควรพัฒนา การให้ข้อมูลป้อนกลับให้แก่นักศึกษาไม่ควรกระทำอย่างล่าช้าเพราะจะมีผลกระทบต่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา
	แผนพัฒนา ส่งเสริมให้อาจารย์ผู้สอนประจำวิชาใช้วิธีการเสริมทักษะนอกเหนือจากการเรียนรู้ในชั้นเรียนมาใช้เพื่อช่วยพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา
4.7	The student assessment and its processes are shown to be continuously reviewed and improved to ensure their relevance to the needs of industry and alignment to the expected learning outcomes.
	จุดเด่น มีการจัดตั้งคณะกรรมการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา
	จุดที่ควรพัฒนา วิธีการประเมินผลผู้เรียนในบางรายวิชาอาจไม่สอดคล้องกับผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง
	แผนพัฒนา ส่งเสริมให้อาจารย์ผู้สอนในแต่ละรายวิชาปรับปรุงรูปแบบกระบวนการสอนเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของอุตสาหกรรมและสอดคล้องกับผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง
5.คุณภาพของบุคลากรสายวิชาการ (Academic Staff)	
5.1	The programme to show that academic staff planning (including succession, promotion, re-deployment, termination, and retirement plans) is carried out to ensure that the quality and quantity of the academic staff fulfil the needs for education, research, and service.



เกณฑ์	รายละเอียด
	<p>จุดเด่น ทางหลักสูตรได้วางแผนล่วงหน้าในการกำหนดอัตรากำลังโดยการขออัตรากำลังใหม่เพื่อทดแทนอัตรากำลังเก่าที่จะเกษียณ รวมถึงการส่งเสริมสนับสนุนการเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง</p> <p>จุดที่ควรพัฒนา เน้นการวิจัยและบริการทางวิชาการแก่บุคลากรให้มากขึ้น</p> <p>แผนพัฒนา กำหนดแผนในการขออัตรากำลังใหม่ทดแทนอัตรากำลังที่จะเกษียณอายุราชการ</p>
5.2	<p>The programme to show that staff workload is measured and monitored to improve the quality of education, research, and service.</p> <p>จุดเด่น ทางหลักสูตรดำเนินการจัดอัตรากำลังทุกภาคการศึกษา รวมถึงจำนวนผู้ทำวิจัยและบริการวิชาการ</p> <p>จุดที่ควรพัฒนา จำนวนภาระโหลดที่มากทำให้บุคลากรไม่สามารถทำงานด้านวิจัยและบริการวิชาการได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>แผนพัฒนา วางแผนปรับปรุงภาระงานให้มีความเหมาะสมในแต่ละปีการศึกษา</p>
5.3	<p>The programme to show that the competences of the academic staff are determined, evaluated, and communicated.</p> <p>จุดเด่น ทางหลักสูตรจัดรายวิชาสอนตามความรู้ความสามารถของอาจารย์ประจำวิชา</p> <p>จุดที่ควรพัฒนา ภาระโหลดของอาจารย์แต่ละรายวิชาอาจไม่เท่ากันสืบเนื่องจากจำนวนคาบของแต่ละรายวิชาและจำนวนห้องเรียนของนักศึกษา ดังนั้นหลักสูตรควรแนวทางในการแก้ไขเพื่อลดปัญหาภาระโหลดของอาจารย์บางคนมากเกินไป</p> <p>แผนพัฒนา ส่งเสริมและสนับสนุนให้อาจารย์ประจำวิชาพัฒนาด้านความรู้ความสามารถเพิ่มขึ้นในแต่ละปีการศึกษา</p>
5.4	<p>The programme to show that the duties allocated to the academic staff are appropriate to qualifications, experience, and aptitude.</p> <p>จุดเด่น หลักสูตรพิจารณารายวิชาสอนตามความถนัดของอาจารย์ผู้สอน กำหนดความรับผิดชอบด้านการวิจัยและการบริการวิชาการตามประสบการณ์อย่างชัดเจน</p> <p>จุดที่ควรพัฒนา อาจารย์ที่มีประสบการณ์ควรถ่ายทอดประสบการณ์ให้แก่อาจารย์คนอื่นๆ เพื่อให้มีความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ต่อไป</p>



เกณฑ์	รายละเอียด
	<p>แผนพัฒนา</p> <p>ส่งเสริมและสนับสนุนให้อาจารย์เข้าร่วมอบรม สัมมนาหรือลงพื้นที่เพื่อเพิ่มความรู้ความสามารถให้ตนเอง</p>
5.5	<p>The programme to show that promotion of the academic staff is based on a merit system which accounts for teaching, research, and service.</p> <p>จุดเด่น</p> <p>ทางคณะฯและหลักสูตรมีเกณฑ์การประเมินผลอย่างชัดเจนและครอบคลุมภาระงานที่ต้องรับผิดชอบ</p> <p>จุดที่ควรพัฒนา</p> <p>ควรส่งเสริมให้มีการทำงานร่วมกับเพิ่มมากขึ้นเช่นงานวิจัย งานบริการวิชาการเพื่อให้อาจารย์ทุกคนได้มีผลงานในการนำไปประเมินผลการปฏิบัติงาน</p> <p>แผนพัฒนา</p> <p>ส่งเสริมและสนับสนุนให้อาจารย์ทุกคนศึกษาเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินพร้อมกับเตรียมวางแผนงานเพื่อให้ได้ผลงานมาใช้ในการประเมิน</p>
5.6	<p>The programme to show that the rights and privileges, benefits, roles and relationships, and accountability of the academic staff, taking into account professional ethics and their academic freedom, are well defined and understood.</p> <p>จุดเด่น</p> <p>มีการกำหนดบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของบุคลากรสายวิชาการอย่างชัดเจน โดยคำนึงถึงคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณทางวิชาชีพ และสื่อสารให้ทราบ โดยทางหลักสูตรได้กำหนดบทบาทหน้าที่ตามความถนัดของอาจารย์แต่ละคน</p> <p>จุดที่ควรพัฒนา</p> <p>ควรหมุนเวียนงานให้รับผิดชอบอย่างทั่วถึง</p> <p>แผนพัฒนา</p> <p>ให้จัดรายละเอียดของงานแต่ละด้านอย่างชัดเจนเพื่อให้ทราบถึงขอบเขตของงานแต่ละด้าน</p>
5.7	<p>The programme to show that the training and developmental needs of the academic staff are systematically identified, and that appropriate training and development activities are implemented to fulfil the identified needs.</p> <p>จุดเด่น</p> <p>คณะฯได้จัดทำแผนความต้องการในการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรสายวิชาการอย่างเป็นระบบทุกภาคการศึกษาโดยส่งผ่านมายังหลักสูตรให้ทำการสำรวจ โดยมีงบประมาณส่งเสริมและสนับสนุนอย่างเพียงพอ</p> <p>จุดที่ควรพัฒนา</p> <p>ควรเน้นย้ำให้อาจารย์ทุกท่านเข้ารับการสัมมนา การฝึกอบรมหรือการพัฒนาด้านอื่นๆ ให้ทั่วถึงทุกคน</p> <p>แผนพัฒนา</p> <p>ส่งเสริมและสนับสนุนให้อาจารย์ในสาขาวิชาเข้าร่วมรับการฝึกอบรมเพื่อการพัฒนาตนเองอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง</p>



เกณฑ์	รายละเอียด
5.8	The programme to show that performance management including reward and recognition is implemented to assess academic staff teaching and research quality.
	จุดเด่น ทางคณงบประมาณที่เพียงพอในการส่งอาจารย์เข้าร่วมเผยแพร่งานวิจัย และงานบริการวิชาการที่เพียงพอ
	จุดที่ควรพัฒนา จำนวนผลงานที่ได้รับตีพิมพ์เผยแพร่ในแต่ละปีการศึกษายังมีจำนวนน้อย
	แผนพัฒนา ส่งเสริมและสนับสนุนให้อาจารย์จัดทำกรวิจัยและงานบริการวิชาและนำไปเผยแพร่เพิ่มมากขึ้น
6. การบริการและการช่วยเหลือผู้เรียน(Student Support Services)	
6.1	The student intake policy, admission criteria, and admission procedures to the programme are shown to be clearly defined, communicated, published, and up-to-date.
	จุดเด่น มีหลักเกณฑ์การรับนักศึกษาที่มีความชัดเจน และมีช่องทางการกระจายข่าวสารที่ทันสมัยเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย
	จุดที่ควรพัฒนา เพิ่มช่องทางการกระจายข่าวสารให้มีความหลากหลายมากขึ้น เช่นการกระจายข่าวสารโดยใช้ช่องทางอินเทอร์เน็ต สื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบต่างๆ และการเข้าไปประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษาให้หลากหลายมากขึ้น
	แผนพัฒนา ปรับปรุงช่องทางการกระจายข่าวสารให้ดูน่าสนใจ ระบุรายละเอียดที่จำเป็น และปรับปรุงข้อมูลให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ
6.2	Both short-term and long-term planning of academic and non-academic support services are shown to be carried out to ensure sufficiency and quality of support services for teaching, research, and community service.
	จุดเด่น มีการวางแผนระยะสั้นและระยะยาวในการจัดเตรียมสิ่งสนับสนุนเพื่อใช้ในการบริการด้านวิชาการและไม่ใช่วิชาการ
	จุดที่ควรพัฒนา ขั้นตอนการจัดหาวัสดุอุปกรณ์มีความล่าช้า
	แผนพัฒนา การจัดหาสิ่งสนับสนุนการบริการด้านวิชาการและไม่ใช่วิชาการตามปีงบประมาณ
6.3	An adequate system is shown to exist for student progress, academic performance, and workload monitoring. Student progress, academic performance, and workload are shown to be systematically recorded and monitored. Feedback to students and corrective actions are made where necessary.



เกณฑ์	รายละเอียด
	<p>จุดเด่น อาจารย์ที่ปรึกษามีระบบการติดตามผลการเรียนของผู้เรียนอย่างใกล้ชิด</p> <p>จุดที่ควรพัฒนา การกำหนดตารางเวลาที่แน่นอนในการติดตามความก้าวหน้า ผลการเรียนและภาระการเรียนของผู้เรียน</p> <p>แผนพัฒนา กำหนดช่องทางที่หลากหลายในการติดตามความก้าวหน้า ผลการเรียนและภาระการเรียนของผู้เรียน</p>
6.4	<p>Co-curricular activities, student competition, and other student support services are shown to be available to improve learning experience and employability.</p> <p>จุดเด่น ทางหลักสูตรส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้เรียนเข้าร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับสาขาของผู้เรียนอย่างสม่ำเสมอ</p> <p>จุดที่ควรพัฒนา การส่งเสริมสนับสนุนให้อาจารย์ผู้สอนนำผู้เรียนเข้าร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตรให้มากขึ้น</p> <p>แผนพัฒนา มุ่งเน้นในการจัดหากิจกรรมเสริมหลักสูตรของผู้เรียนให้หลากหลายขึ้นเช่นการเผยแพร่งานวิจัย การเข้าร่วมประกวด และการเข้าร่วมงานบริการวิชาการ</p>
6.5	<p>The competences of the support staff rendering student services are shown to be identified for recruitment and deployment. These competences are shown to be evaluated to ensure their continued relevance to stakeholders needs. Roles and relationships are shown to be well-defined to ensure smooth delivery of the services.</p> <p>จุดเด่น มีการกำหนดสมรรถนะ และความสามารถของเจ้าหน้าที่สายสนับสนุนอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม</p> <p>จุดที่ควรพัฒนา การประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานสายสนับสนุนควรให้อาจารย์ทุกคนมีส่วนร่วม นอกจากนี้ควรกระจายภาระงานให้แก่พนักงานสายสนับสนุนให้มีปริมาณที่เหมาะสมในแต่ละฝ่าย</p> <p>แผนพัฒนา ส่งเสริมให้พนักงานสายสนับสนุนเข้าร่วมประชุม หรืออบรมเพื่อเพิ่มความรู้ในแต่ละสายงานอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง</p>
6.6	<p>Student support services are shown to be subjected to evaluation, benchmarking, and enhancement.</p> <p>จุดเด่น พนักงานสายสนับสนุนมีความรู้ความสามารถในการทำงาน</p>



เกณฑ์	รายละเอียด
	จุดที่ควรพัฒนา การประเมินผลการให้บริการของพนักงานสายสนับสนุนควรถูกผู้เรียนมีส่วนร่วม
	แผนพัฒนา
7. คุณภาพบุคลากรสายสนับสนุน (Support Staff Quality)	
7.1	The physical resources to deliver the curriculum, including equipment, material, and information technology, are shown to be sufficient.
	จุดเด่น มีทรัพยากรทางกายภาพและสิ่งสนับสนุนการสอนหลากหลายและครบครันสามารถตอบสนองต่อผู้เรียนได้เป็นอย่างดี
	จุดที่ควรพัฒนา การจัดการทรัพยากรและสิ่งสนับสนุนการศึกษาควรให้ทุกฝ่ายมีส่วนร่วม
	แผนพัฒนา ตรวจสอบและปรับปรุงระบบอินเทอร์เน็ตให้มีความเสถียรอยู่ตลอดเวลา
7.2	The laboratories and equipment are shown to be up-to-date, readily available, and effectively deployed.
	จุดเด่น มีห้องปฏิบัติการ เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีความทันสมัยและมีเพียงพอต่อความต้องการใช้งาน
	จุดที่ควรพัฒนา เพิ่มเจ้าหน้าที่ในการดูแลห้องปฏิบัติการให้มากขึ้น โดยความรับผิดชอบของทางคณะฯ
	แผนพัฒนา สอบถามความต้องการประจำปีของอาจารย์และนักศึกษาในการใช้งานของอุปกรณ์ทางกายภาพและสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้อื่นๆ
7.3	A digital library is shown to be set-up, in keeping with progress in information and communication technology.
	จุดเด่น มีห้องสมุดที่มีฐานข้อมูลที่หลากหลายและมีความทันสมัยโดยความรับผิดชอบของทางมหาวิทยาลัย
	จุดที่ควรพัฒนา คณะบริหารควรจัดทำห้องสมุดดิจิทัลของทางคณะฯ เพื่อให้สามารถตอบสนองกับความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีและการสื่อสาร
	แผนพัฒนา หลักสูตรมีส่วนร่วมเข้าร่วมโดยการติดตามการดำเนินงานเพื่อเสนอแนวทางแก้ไข
7.4	The information technology systems are shown to be set up to meet the needs of staff and students.



เกณฑ์	รายละเอียด
	<p>จุดเด่น</p> <p>มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและ e-learning เพื่อสนับสนุนการเรียนการสอนผ่านการให้บริการของศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศกลางของมหาวิทยาลัย</p> <p>จุดที่ควรพัฒนา</p> <p>ปรับปรุงระบบให้มีประสิทธิภาพและมีความทันสมัยอยู่ตลอดเวลา</p> <p>แผนพัฒนา</p> <p>สนับสนุนอาจารย์ผู้สอนทำการปรับปรุงรายละเอียดโดยวิธีการสอนแบบ e-learning ให้มีความทันสมัยในทุกปีการศึกษา</p>
7.5	<p>The university is shown to provide a highly accessible computer and network infrastructure that enables the campus community to fully exploit information technology for teaching, research, service, and administration.</p> <p>จุดเด่น</p> <p>มีการจัดสรรงบประมาณที่เพียงพอในการจัดเตรียมโครงสร้างพื้นฐานด้านคอมพิวเตอร์และระบบเครือข่ายที่สามารถเข้าถึงได้ในพื้นที่ของมหาวิทยาลัย โดยสามารถใช้ประโยชน์ในทุกๆด้าน</p> <p>จุดที่ควรพัฒนา</p> <p>ระบบเครือข่ายมีความล่าช้าเมื่อมีผู้เข้าใช้ระบบพร้อมกันเป็นจำนวนมาก</p> <p>แผนพัฒนา</p> <p>พัฒนาพื้นที่เพื่อตอบสนองการใช้งานในระบบเครือข่ายเพื่อเพิ่มความสะดวกให้แก่พนักงานสายวิชาการ สายสนับสนุน และผู้เรียนของทางหลักสูตร</p>
7.6	<p>The environmental, health, and safety standards and access for people with special needs are shown to be defined and implemented.</p> <p>จุดเด่น</p> <p>มีการกำหนดและดำเนินการตามมาตรฐานสิ่งแวดล้อม สุขภาพและความปลอดภัยอย่างครอบคลุมพื้นที่ โดยมีกำหนดเจ้าหน้าที่รับผิดชอบอย่างชัดเจน</p> <p>จุดที่ควรพัฒนา</p> <p>บางอย่างหลักสูตรไม่สามารถดำเนินการเองได้ เนื่องจากเป็นความรับผิดชอบของทางคณะฯ เช่นการจัดการวัสดุอุปกรณ์เพิ่มเติมเพื่อดำเนินการตามมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม สุขภาพและความปลอดภัย</p> <p>แผนพัฒนา</p> <p>ปรับปรุงสิ่งแวดล้อมเพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม สุขภาพและความปลอดภัยอยู่เสมอ</p>
7.7	<p>The university is shown to provide a physical, social, and psychological environment that is conducive for education, research, and personal wellbeing.</p> <p>จุดเด่น</p> <p>มีความพร้อมทางด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ สังคมและจิตใจที่เอื้อต่อการเรียน การวิจัยและคุณภาพชีวิตส่วน</p>



เกณฑ์	รายละเอียด
	<p>บุคคลอย่างครบครัน และเพียงพอ เช่นห้องพยาบาล โรงอาหาร ห้องน้ำ สถานที่จอดรถ ระบบอินเทอร์เน็ต เป็นต้น</p> <p>จุดที่ควรพัฒนา</p> <p>กวดขันฝ่ายที่รับผิดชอบในการดูแลให้ทั่วถึง</p> <p>แผนพัฒนา</p> <p>หลักสูตรติดตามการดำเนินงานเพื่อเสนอแนวทางแก้ไข</p>
7.8	<p>The competences of the support staff rendering services related to facilities are shown to be identified and evaluated to ensure that their skills remain relevant to stakeholder needs.</p> <p>จุดเด่น</p> <p>ทางคณะได้กำหนดสมรรถนะเฉพาะงานของเจ้าหน้าที่สายสนับสนุนอย่างมีประสิทธิภาพ และมีการประเมินการปฏิบัติงานที่ชัดเจน</p> <p>จุดที่ควรพัฒนา</p> <p>จัดสรรเจ้าหน้าที่สายสนับสนุนในแต่ละฝ่ายให้เพียงพอกับงานที่รับผิดชอบ</p> <p>แผนพัฒนา</p> <p>ปรับปรุงสมรรถนะของเจ้าหน้าที่สายสนับสนุนให้สอดคล้องกับงานและสถานการณ์ในปัจจุบัน</p>
7.9	<p>The quality of the facilities (library, laboratory, IT, and student services) are shown to be subjected to evaluation and enhancement.</p> <p>จุดเด่น</p> <p>มีระบบการประเมินและปรับปรุงคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างชัดเจนด้วยระบบที่มีความทันสมัย</p> <p>จุดที่ควรพัฒนา</p> <p>ขั้นตอนในการจัดหาสิ่งสนับสนุนเพื่ออำนวยความสะดวกในบางครั้งมีความล่าช้า</p> <p>แผนพัฒนา</p> <p>รวบรวมความต้องการของอาจารย์ เจ้าหน้าที่สายสนับสนุนและนักศึกษา เพื่อยื่นต่อคณะฯในการจัดหา</p>
8. ผลผลิตและผลลัพธ์(Output and Outcomes)	
8.1	<p>The pass rate, dropout rate, and average time to graduate are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.</p> <p>จุดเด่น</p> <p>มีระบบการกำกับติดตาม และเทียบเคียงสมรรถนะ อัตราการจบการศึกษา อัตราการออกกลางคันและเวลาเฉลี่ยในการจบการศึกษา อย่างชัดเจนโดยใช้เทคโนโลยีด้าน IT และทำการรวบรวม และแสดงผลที่เป็นรูปธรรมอย่างชัดเจน</p> <p>จุดที่ควรพัฒนา</p> <p>ใช้รูปแบบการติดตามผลหลากหลายวิธีเพื่อให้นักศึกษาติดต่อสะดวก อาจารย์สามารถแก้ไขปัญหาของนักศึกษาได้ทันที</p> <p>แผนพัฒนา</p> <p>จัดทำรูปแบบการติดตามผลให้เป็นแนวทางเดียวกันสำหรับอาจารย์ที่ปรึกษาทุกคน</p>



เกณฑ์	รายละเอียด
8.2	Employability as well as self-employment, entrepreneurship, and advancement to further studies, are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.
	จุดเด่น มีระบบการติดตามและเทียบเคียงสมรรถนะ อัตราการได้งานทำ การเป็นผู้ประกอบการและการศึกษาต่อของผู้เรียนอย่างชัดเจน โดยมีแบบฟอร์มที่เป็นมาตรฐานของทั้งคณะฯ และมีเนื้อหาขอการติดตามผลครบถ้วน
	จุดที่ควรพัฒนา ข้อมูลจากบัณฑิตมีความล่าช้าและไม่ครบถ้วนในการให้ข้อมูลที่รวมเร็วและครบถ้วน
	แผนพัฒนา พัฒนากระบวนการติดตามมาผลเพื่อให้บัณฑิตให้ข้อมูลที่รวดเร็วและครบถ้วน
8.3	Research and creative work output and activities carried out by the academic staff and students, are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.
	จุดเด่น ทางหลักสูตรมีนโยบายในการส่งเสริมและสนับสนุนให้นักศึกษานำผลการวิจัยออกเผยแพร่อย่างสม่ำเสมอ
	จุดที่ควรพัฒนา จำนวนผลงานของนักศึกษาในการออกเผยแพร่มียังมีจำนวนน้อยในแต่ละปีการศึกษา
	แผนพัฒนา ส่งเสริมและสนับสนุนให้อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาวิจัยตลาดนำผลงานของนักศึกษาออกเผยแพร่ในแต่ละปีการศึกษาเพิ่มมากขึ้น
8.4	Data are provided to show directly the achievement of the programme outcomes, which are established and monitored.
	จุดเด่น หลักสูตรเข้าร่วมการประชุมร่วมกับคณะกรรมการบริหารทางคณะฯ เพื่อพิจารณาผลสำเร็จของนักศึกษา พร้อมทั้งผลงานของหลักสูตรในแต่ละปีการศึกษา
	จุดที่ควรพัฒนา ควรทำการพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นอย่างต่อเนื่องเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จของหลักสูตรที่กำหนด
	แผนพัฒนา ส่งเสริมและสนับสนุนให้อาจารย์ผู้สอนทำการพัฒนาปรับปรุงหลักสูตรระยะสั้นอย่างต่อเนื่องเพื่อผลสัมฤทธิ์ของหลักสูตรตามที่กำหนด
8.5	Satisfaction level of the various stakeholders are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.
	จุดเด่น มีระบบการกำกับติดตามและเทียบเคียงสมรรถนะระดับความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสียอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรมด้วยวิธีการต่างๆ โดยเริ่มตั้งแต่พัฒนาหลักสูตร จนกระทั่งนักศึกษาจบการศึกษาเป็นบัณฑิต
	จุดที่ควรพัฒนา



เกณฑ์	รายละเอียด
	<p>ผู้มีส่วนได้เสียในบางครั้งอาจมีข้อจำกัดด้านเวลา ดังนั้นทางหลักสูตรความหาเครือข่ายของผู้มีส่วนได้เสียเพิ่มมากขึ้น</p> <p>แผนพัฒนา</p> <p>สรรหาผู้มีส่วนได้เสียและนำชื่อเข้าสู่ระบบ ผู้มีส่วนได้เสียของหลักสูตรอย่างชัดเจน โดยให้มีจำนวนที่เพียงพอ มีความรู้ และประสบการณ์ที่ตรงและ/หรือสัมพันธ์กับหลักสูตร</p>



ส่วนที่ 4: ภาคผนวก

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร มีภาระหน้าที่ในการบริหาร พัฒนาหลักสูตรและควบคุมคุณภาพการจัดการเรียนการสอน(รายละเอียดดังภาคผนวกตารางที่ 1.1)

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ตาม มคอ. 2	ปัจจุบัน อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ปีการศึกษา 2563	หมายเหตุ (ระบุครั้งที่/วันที่ผ่านสภา มหาวิทยาลัย)
1. นางวัลลภา พัฒนา Ph.D.(Marketing) M.B.A.(International Business) บธ.บ.(การตลาด) ศศ.บ.(ภาษามลายู)	1. นางวัลลภา พัฒนา Ph.D.(Marketing) M.B.A.(International Business) บธ.บ.(การตลาด) ศศ.บ.(ภาษามลายู)	ประชุมครั้งที่ 9/2559 วันที่ 4 กรกฎาคม 2559
2. นางยุพาภรณ์ อุไรรัตน์ ปร.ด.(บริหารธุรกิจ) บธ.ม.(บริหารธุรกิจ) บธ.บ.(การตลาด)	2. นางยุพาภรณ์ อุไรรัตน์ ปร.ด.(บริหารธุรกิจ) บธ.ม.(บริหารธุรกิจ) บธ.บ.(การตลาด)	ประชุมครั้งที่ 9/2559 วันที่ 4 กรกฎาคม 2559
3.นางอันธิกา ทิพย์จำนง บธ.ม.(การตลาด) บธ.บ.(การตลาด)	3.นางอันธิกา ทิพย์จำนง บธ.ม.(การตลาด) บธ.บ.(การตลาด)	ประชุมครั้งที่ 9/2559 วันที่ 4 กรกฎาคม 2559
4.นางชญัญภัทร อัมพันธ์สุขโข บธ.ม.(บริหารธุรกิจ) บธ.บ.(การตลาด)	4.นางชญัญภัทร อัมพันธ์สุขโข บธ.ม.(บริหารธุรกิจ) บธ.บ.(การตลาด)	ประชุมครั้งที่ 8/2562 วันที่ 7 ตุลาคม 2562
5.นางสาวบุษรินทร์ คูนิอาจ บธ.ม.(บริหารธุรกิจ) บธ.บ.(การตลาด)	5.นางสาวบุษรินทร์ คูนิอาจ บธ.ม.(บริหารธุรกิจ) บธ.บ.(การตลาด)	ประชุมครั้งที่ 183- 11/2562 วันที่ 26 ธันวาคม 2562



อาจารย์ประจำหลักสูตร อาจารย์ประจำที่มีคุณวุฒิตรงหรือสัมพันธ์กับสาขาของหลักสูตรที่เปิดสอน และทำ
หน้าที่สอนและค้นคว้า วิจัย ในสาขาดังกล่าว(รายละเอียดดังภาคผนวกตารางที่ 1.1-1 ถึง 1.1-2)

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ตาม มคอ. 2	ปัจจุบัน อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ปีการศึกษา 2563	หมายเหตุ (ระบุครั้งที่/วันที่ผ่านสภา มหาวิทยาลัย)
1. นางวัลลภา พัฒนา Ph.D.(Marketing) M.B.A.(International Business) บธ.บ.(การตลาด) ศศ.บ.(ภาษามลายู)	1. นางวัลลภา พัฒนา Ph.D.(Marketing) M.B.A.(International Business) บธ.บ.(การตลาด) ศศ.บ.(ภาษามลายู)	ประชุมครั้งที่ 9/2559 วันที่ 4 กรกฎาคม 2559
2. นางยุพาภรณ์ อุไรรัตน์ ปร.ด.(บริหารธุรกิจ) บธ.ม.(บริหารธุรกิจ) บธ.บ.(การตลาด)	2. นางยุพาภรณ์ อุไรรัตน์ ปร.ด.(บริหารธุรกิจ) บธ.ม.(บริหารธุรกิจ) บธ.บ.(การตลาด)	ประชุมครั้งที่ 9/2559 วันที่ 4 กรกฎาคม 2559
3.นางอันธิกา ทิพย์จำนง บธ.ม.(การตลาด) บธ.บ.(การตลาด)	3.นางอันธิกา ทิพย์จำนง บธ.ม.(การตลาด) บธ.บ.(การตลาด)	ประชุมครั้งที่ 9/2559 วันที่ 4 กรกฎาคม 2559
4.นางชญัญภัทร อัมพันธ์สุขโข บธ.ม.(บริหารธุรกิจ) บธ.บ.(การตลาด)	4.นางชญัญภัทร อัมพันธ์สุขโข บธ.ม.(บริหารธุรกิจ) บธ.บ.(การตลาด)	ประชุมครั้งที่ 8/2562 วันที่ 7 ตุลาคม 2562
5.นางสาวบุษรินทร์ คูนิอาจ บธ.ม.(บริหารธุรกิจ) บธ.บ.(การตลาด)	5.นางสาวบุษรินทร์ คูนิอาจ บธ.ม.(บริหารธุรกิจ) บธ.บ.(การตลาด)	ประชุมครั้งที่ 183- 11/2562 วันที่ 26 ธันวาคม 2562

หมายเหตุ:

- 1) อาจารย์ประจำหลักสูตร ไม่จำกัดจำนวน ชั่วได้
- 2) อาจารย์ประจำหลักสูตร ต้องมีวุฒิการศึกษาปริญญาโทหรือเทียบเท่า หรือ ผศ.
 - เฉพาะหลักสูตรร่วมผลิต กลุ่มวิชาชีพ/ปฏิบัติการ อนุมัติให้บุคลากรของสถาบันร่วมผลิตที่มีวุฒิปริญญาตรีแต่ต้องมีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 6 ปี
- 3) อาจารย์ประจำหลักสูตรต้องมีผลงานทางวิชาการในรอบ 5 ปีย้อนหลัง 1 รายการ
 - เฉพาะหลักสูตรร่วมผลิต กลุ่มวิชาชีพ/ปฏิบัติการ ใช้ประสบการณ์ได้ สำหรับบุคลากรของสถาบันร่วมผลิต



อาจารย์ผู้สอนเป็นอาจารย์ประจำภายในสถาบันที่มีคุณวุฒิในสาขาวิชานั้นหรือสาขาวิชาที่สัมพันธ์กันหรือในสาขาวิชาของรายวิชาที่สอน(รายละเอียดดังภาคผนวกตารางที่ 1.1-3)

ชื่อ-นามสกุล	คุณวุฒิ	ตำแหน่งทางวิชาการ	รายวิชาที่สอน
คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด			
1.ผศ.วัลลภา พัฒนา	Ph.D.(Marketing)	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	-การจัดการช่องทางการตลาด -การจัดการผลิตภัณฑ์ราคา -การวิจัยการตลาด -หลักการตลาด
2.ผศ.ยุพภรณ์ อุไรรัตน์	ปร.ด.(บริหารธุรกิจ)	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	-การจัดการการตลาด -การจัดการช่องทางการตลาด -หลักการตลาด -การจัดการผลิตภัณฑ์ราคา
3.ผศ.อันธิกา ทิพย์จำนง	บธ.ม.(การตลาด)	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	-การตลาดระหว่างประเทศ -กลยุทธ์การตลาด -หลักการตลาด
4.ผศ.ชญญภัทร อัมพันธ์สุขโข	บธ.ม.(บริหารธุรกิจ)	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	-การจัดการขาย -พฤติกรรมผู้บริโภค -หลักการตลาด
5.ผศ.สุทธยา สมสุข	บธ.ม.(การตลาด)	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	-การตลาดดิจิทัล -การจัดการตราสินค้า -การตลาดธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยว -หลักการตลาด
6.ผศ.พิเชษฐ์ เกิดใหม่	ปร.ด. (บริหารธุรกิจ)	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	-ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจ -การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ -หลักการตลาด



7. ผศ.ปรีชญา ชุมศรี	ปร.ด. (บริหารธุรกิจ)	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	-การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ -การจัดการการค้าปลีก -การวิจัยการตลาด -การตลาดกิจกรรม
8. ผศ.สุริยา นิตยัม	บธ.ม.(บริหารธุรกิจ)	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	-การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ -การศึกษาความเป็นไปได้เพื่องานทางการตลาด
9. ผศ.ธัญญาภรณ์ คำจตุ	บธ.ม.(บริหารธุรกิจ)	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	-โครงการทางการตลาด -การเตรียมความพร้อมการฝึก ประสบการณ์วิชาชีพและสหกิจศึกษา -การจัดการการค้าปลีก -หลักการตลาด
10. นางสาวบุสรินทร์ คูนิอาจ	บธ.ม.(บริหารธุรกิจ)		-สัมมนาการตลาด -การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมและสังคม -หลักการตลาด
11. ผศ.ปรีศนีย์ กายพันธ์	บช.ม.(การบัญชี)	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	หลักการบัญชี
12. นางชิดชนก หมาดหมาน	บช.ม.(การบัญชี)		หลักการบัญชี
13. นางสาวรักชญา เอี่ยมวิจารณ์	บช.ม.(การบัญชี)		หลักการบัญชี
14. นายณัฐวุฒิ จันทร์ศรีบุตร	นม.(นิติศาสตร์)		กฎหมายธุรกิจและภาษีอากร
15.			หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค
16. นางสุภาพร ทองราช			การเงินธุรกิจ
17.			เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อธุรกิจ
18.			หลักเศรษฐศาสตร์มหภาค
19.			ภาษาอังกฤษทางธุรกิจ 1
20.			ภาษาอังกฤษทางธุรกิจ 2
			การสร้างธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ
			ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร
			ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน



คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ตารางที่ 1.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผลการเรียนรู้ที่คาดหวังกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ ของมหาวิทยาลัย คณะ และปรัชญาของสาขาการตลาด

มหาวิทยาลัย	คณะ	ปรัชญาทางการศึกษาสาขาการตลาด	
		วัตถุประสงค์ของหลักสูตร	ปรัชญาทางการศึกษา
	วิสัยทัศน์		
มหาวิทยาลัยแห่ง “นวัตกรรม” เพื่อการพัฒนาภูมิภาคอย่างมั่นคง	องค์กรกรแห่งนวัตกรรม ด้านบริหารเพื่อการพัฒนาภูมิภาคอย่างมั่นคง	1. มีองค์ความรู้ด้านการตลาดและศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง มีทักษะการปฏิบัติงานด้านการตลาดและงานที่เกี่ยวข้องกับการตลาดหรือธุรกิจได้ดี 2. มีความรู้ความสามารถในการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ด้านการตลาดและศาสตร์ที่เกี่ยวข้องเพื่อแก้ปัญหาทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลภายใต้การเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ทางการทางเศรษฐกิจและสังคม	
	อัตลักษณ์		
มีทักษะการสื่อสาร เชี่ยวชาญปฏิบัติ	อัตลักษณ์บัณฑิตคณะบริหารธุรกิจ “ENTREPRENEUR” ดังนี้ E: Expert =มีความเชี่ยวชาญวิชาชีพ N: Network =มีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ T: Technology =มีทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ R: Responsibility =มีความรับผิดชอบตนเองและสังคม E: Ethics = มีคุณธรรม จริยธรรม P: Polite = มีความสุภาพ เรียบร้อย อ่อนโยน และเป็นกันเอง R: Respect =มีความเคารพ และยอมรับ E: Electronics =มีความสามารถในการใช้ระบบสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ได้ N: Nature Minded =มีความใส่ใจธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม E: Emotion = มีความฉลาดทางอารมณ์ U: Unity =มีความเป็นหนึ่งเดียวกัน กลมเกลียวสามัคคี R: Reason =มีเหตุผล สติ		ผลิตบัณฑิตด้านการตลาด มีอาชีพที่มีคุณธรรมและความคิด สร้างสรรค์ มีความรู้ด้านการตลาด และด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย สามารถ สื่อสารและปฏิบัติงานได้ในระดับ สากล
	พันธกิจ		



คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

1. ผลิตกำลังคนเฉพาะทางที่มีคุณภาพ ตอบสนอง อุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ	1. ผลิตกำลังคนด้านบริหารจัดการอย่างมีคุณภาพตอบสนองอุตสาหกรรม เป้าหมายของประเทศ		
มหาวิทยาลัย	คณะ	วัตถุประสงค์ของหลักสูตร	
พันธกิจ			
2. สร้างงานวิจัย สิ่งประดิษฐ์ และนวัตกรรม สู่การนำไปใช้ประโยชน์ต่อสังคมหรือสร้างมูลค่าเชิง พาณิชย์	2. สร้างงานวิจัยและนวัตกรรมด้านบริหารจัดการ เพื่อนำไปสู่การใช้ ประโยชน์ต่อสังคมหรือสร้างมูลค่าเชิงพาณิชย์	3. มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อการสืบค้นประมวลผลการวิเคราะห์ในงาน ทางด้านการตลาด ตลอดจนการตัดสินใจหรือการ สื่อสารได้ดี	
3. ให้บริการวิชาการแก่สังคมด้วยนวัตกรรม สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน	3. ให้บริการวิชาการแก่สังคมด้วยนวัตกรรมด้านการบริหารจัดการสู่การ พัฒนาที่ยั่งยืน	4. มีความเป็นผู้นำ หรือผู้ร่วมงานที่ดี มีมนุษย สัมพันธ์ ความคิดสร้างสรรค์ สามารถทำงานเป็น ทีมร่วมกับผู้อื่นได้ดี มีทักษะชีวิตและจิต สาธารณะ เข้าใจตนเองและวัฒนธรรมที่แตกต่าง รวมถึงสามารถพัฒนาตนเองและพัฒนางานได้ อย่างต่อเนื่อง	
4. สืบทอดศิลปวัฒนธรรมบนแนวทางวัฒนธรรม สร้างสรรค์	4. สืบสานศิลปวัฒนธรรมและสร้างวิสาหกิจวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์	5. มีคุณธรรม จริยธรรม มีจรรยาบรรณในวิชาชีพ มีระเบียบวินัย ซื่อสัตย์สุจริต ตลอดจนดำรงไว้ซึ่ง ขนบธรรมเนียมประเพณี และศิลปวัฒนธรรมอัน ดีงามของไทย	



Stakeholder	Need and or Requirement	Sum of Needs	PLOs
ประธานหลักสูตร/อาจารย์ ประจำหลักสูตร	<ul style="list-style-type: none"> - คุณวุฒิทางการศึกษาและมีตำแหน่งทางวิชาการ - ความเชี่ยวชาญทางการตลาดทั้งในเชิงทฤษฎีและเชิงปฏิบัติ - ไม่มีปัญหาเรื่องข้อร้องเรียน 	<ol style="list-style-type: none"> 1. คุณวุฒิทางการศึกษาและมีตำแหน่งทางวิชาการ 2. ความเชี่ยวชาญทางการตลาดทั้งในเชิงทฤษฎีและเชิงปฏิบัติ 	<p>PLO1 มีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพ มีความซื่อสัตย์ สุจริต ใช้ชีวิตได้อย่างสร้างสรรค์ในสังคม และมีพฤติกรรมจิตสาธารณะ</p>
นักศึกษาปัจจุบัน	<ul style="list-style-type: none"> - กระบวนการจัดการเรียนการสอนที่เน้นการปฏิบัติ - การใช้เครื่องมือสารสนเทศที่เน้นเป็นโปรแกรมคำนวณสำเร็จรูป - ดูงานและฝึกงานกับสถานประกอบการจริง 	<ol style="list-style-type: none"> 3. กระบวนการจัดการเรียนการสอนที่เน้นการปฏิบัติ 4. การใช้เครื่องมือสารสนเทศที่เน้นเป็นโปรแกรมคำนวณสำเร็จรูป 5. ดูงานและฝึกงานกับสถานประกอบการจริง 6. การใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร และการทำงาน 7. การอัปเดตทฤษฎีวิชาให้เป็นการตลาดทางดิจิทัล 	<p>PLO2 สามารถใช้แนวคิด หลักการ ทฤษฎีเกี่ยวกับธุรกิจและการตลาดมาประยุกต์ใช้ในอาชีพ รวมถึงสามารถรับรู้และเข้าใจความเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจและการตลาดได้ทันสถานการณ์</p> <p>PLO3 ใช้หลักแนวคิด และเครื่องมือทางการตลาด มาประยุกต์ใช้แก้ปัญหาทางธุรกิจและงานด้านการตลาด รวมถึงสามารถตัดสินใจได้อย่างถูกต้องเหมาะสมอย่างมืออาชีพ</p>
ผู้สำเร็จการศึกษา	<ul style="list-style-type: none"> - การใช้ภาษาอังกฤษ - การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ - การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในงานด้านการตลาด - การอัปเดตทฤษฎีวิชาให้เป็นการตลาดทางดิจิทัล มีความทันสมัยมากขึ้น 	<ol style="list-style-type: none"> 8. กล้าแสดงออก และกล้าแสดงความคิดเห็น 9. สามารถทำงานทนต่อแรงกดดันได้เมื่อออกสู่ตลาดแรงงาน 	<p>PLO 4 ปฏิบัติงานภายใต้สภาพแวดล้อมการทำงานแบบพหุวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ สามารถใช้ทักษะด้านการสื่อสารระดับสากล มีภาวะผู้นำและผู้ตามที่ดีในการทำงานให้สำเร็จและพัฒนาตนเองด้านวิชาการและวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง</p> <p>PLO 5 สามารถเลือกและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับกิจกรรมทางการตลาด</p>
ผู้ใช้บัณฑิต	<ul style="list-style-type: none"> - การใช้โปรแกรม Microsoft Excel ให้มีความชำนาญมากยิ่งขึ้น - การใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร และการทำงาน - กล้าแสดงออก และกล้าแสดงความคิดเห็น - สามารถทำงานทนต่อแรงกดดันได้เมื่อออกสู่ตลาดแรงงาน 		



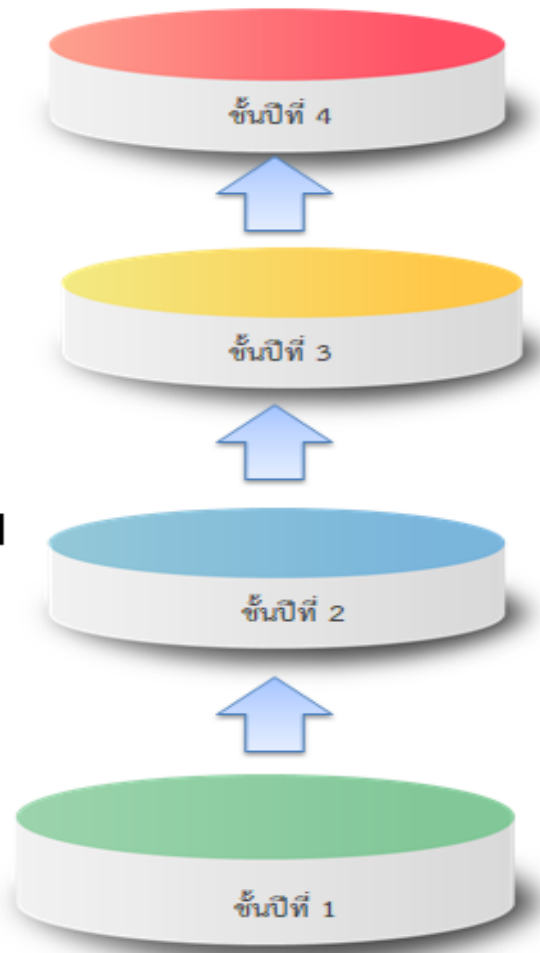
ตารางที่ 1.3 มิติผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร

ผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร (PLOs)	มิติผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง							
	มหาวิทยาลัย	คณะ	ปรัชญา	อาจารย์ ประจำ หลักสูตร	นักศึกษา ปัจจุบัน	ผู้สำเร็จ การศึกษา	ผู้ใช้บัณฑิต	
1A มีคุณลักษณะด้านคุณธรรม จริยธรรม มีระเบียบวินัย ปฏิบัติตาม กฎ ระเบียบ และข้อสัยสุจริต	✓	✓	✓	-	-	-	✓	
1B ปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงจรรยาบรรณได้อย่างสร้างสรรค์ และมีพฤติกรรมจิตสาธารณะ	✓	✓	✓	-	-	-	✓	
2A ประยุกต์องค์ความรู้ด้านธุรกิจและการตลาดได้อย่างเหมาะสมกับความการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
2B พยากรณ์ความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและสังคมที่มีความเกี่ยวข้องด้านธุรกิจและการตลาด	-	-	-	-	-	✓	✓	
3A วิเคราะห์และประยุกต์ใช้ข้อมูลทางการตลาดได้สอดคล้องกับปัญหาการตลาดในแต่ละสถานการณ์ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม	✓	✓	✓	✓	-	-	✓	
3B สร้างเครื่องมือทางการตลาด หรือนวัตกรรมทางการตลาด เพื่อใช้แก้ปัญหาทางด้านการตลาดที่สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างมีอาชีพ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
4A สามารถปฏิบัติงานภายใต้พหุวัฒนธรรมได้อย่างสร้างสรรค์และปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสม	✓	✓	✓	-	-	-	✓	
4B แสดงออกถึงภาวะผู้นำหรือผู้ตามและสามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพและพัฒนาตนเองได้อย่างต่อเนื่อง	✓	✓	✓	-	-	-	✓	
5A ใช้เทคโนโลยีเพื่อการสืบค้น การประมวลผลวิเคราะห์ในงานการตลาด	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
5B ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อออกแบบกิจกรรมทางการตลาด	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	



ตารางที่ 1.4 มิติผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร

ผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร (PLOs)	ประเภทผลการเรียนรู้		Bloom's Taxonomy	TQF
	Generic	Specific		
PLO1 มีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพ มีความซื่อสัตย์ สุจริต ใช้ชีวิตได้อย่างสร้างสรรค์ในสังคม และมีพฤติกรรมจิตสาธารณะ				
1A มีคุณลักษณะด้านคุณธรรม จริยธรรม มีระเบียบวินัย ปฏิบัติตาม กฎ ระเบียบ และซื่อสัตย์สุจริต	✓		R,U	1.1, 1.2
1B ปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงจรรยาบรรณได้อย่างสร้างสรรค์ และมีพฤติกรรมจิตสาธารณะ	✓		AP	1.3, 1.4
PLO2 สามารถใช้แนวคิด หลักการ ทฤษฎีเกี่ยวกับธุรกิจและการตลาดมาประยุกต์ใช้ในอาชีพ รวมถึงสามารถรับรู้และเข้าใจ ความเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจและการตลาดได้ทันสถานการณ์				
2A ประยุกต์องค์ความรู้ด้านธุรกิจและการตลาดได้อย่างเหมาะสมกับ ความการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง		✓	AP	2.1, 2.2
2B พยากรณ์ความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและสังคม ที่มีความเกี่ยวข้องด้านธุรกิจและการตลาด		✓	AN, EV	2.3, 2.4
PLO3 ใช้หลักแนวคิดและเครื่องมือทางการตลาด มาประยุกต์ใช้แก้ปัญหาทางธุรกิจและงานด้านการตลาด รวมถึงสามารถตัดสินใจได้อย่าง ถูกต้องเหมาะสมอย่างมืออาชีพ				
3A วิเคราะห์และประยุกต์ใช้ข้อมูลทางการตลาดได้สอดคล้องกับ ปัญหาการตลาดในแต่ละสถานการณ์ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม		✓	AP, AN	3.1
3B สร้างเครื่องมือทางการตลาด หรือนวัตกรรมทางการตลาด เพื่อใช้ แก้ปัญหางานด้านการตลาดที่สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง อย่างมืออาชีพ		✓	EV, C	3.2, 3.3
PLO 4 ปฏิบัติงานภายใต้สภาพแวดล้อมการทำงานแบบพหุวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ สามารถใช้ทักษะด้านการสื่อสารระดับสากล มี ภาวะผู้นำและผู้ตามที่ดีในการทำงานให้สำเร็จและพัฒนาตนเองด้านวิชาการและวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง				
4A สามารถปฏิบัติงานภายใต้พหุวัฒนธรรมได้อย่างสร้างสรรค์และ ปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสม	✓		AP	4.1, 4.2
4B แสดงออกถึงภาวะผู้นำหรือผู้ตามและสามารถสื่อสารได้อย่างมี ประสิทธิภาพและพัฒนาตนเองได้อย่างต่อเนื่อง	✓		AP	4.3, 4.4
PLO 5 สามารถเลือกและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับกิจกรรมทางการตลาด				
5A ใช้เทคโนโลยีเพื่อการสืบค้น การประมวลผล วิเคราะห์ ในงานการตลาด		✓	AN, EV	5.1
5B ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อออกแบบกิจกรรมทางการตลาด		✓	C	5.2, 5.3



ตารางที่ 1.5 โครงสร้างรายวิชา

ชั้นปีที่ 4

ภาคการศึกษาที่ 1	จำนวนวิชา	ภาคการศึกษาที่ 2	จำนวนวิชา
กลุ่มวิชาชีพบังคับ	5	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด	
กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	1	หรือ สหกิจศึกษาทางการตลาด	1

- ภาษาอังกฤษเพื่อการตลาด
- การตลาดดิจิทัล
- การศึกษาค้นคว้าอิสระทางการตลาด
- โครงการงานทางการตลาด
- วิชาชีพรองรับการฝึกสหกิจศึกษา
- ฝึกประสบการณ์ทางการตลาด
- การเตรียมความพร้อมการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ
- ภาควิชาส่งเสริมการขาย

ชั้นปีที่ 3

ภาคการศึกษาที่ 1	จำนวนวิชา	ภาคการศึกษาที่ 2	จำนวนวิชา
กลุ่มวิชาเลือก (ศึกษาทั่วไป)	1	กลุ่มวิชาชีพบังคับ	2
กลุ่มวิชาชีพบังคับ	3	กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	2
กลุ่มวิชาเลือก	1	กลุ่มวิชาเลือก	1
กลุ่มวิชาเลือกเสรี	1	กลุ่มวิชาเลือกเสรี	1

- กลุ่มวิชาเลือก (ศึกษาทั่วไป)
- กลุ่มวิชาเลือก
- กลุ่มวิชาเลือกเสรี
- การวิจัยการตลาด
- การสร้างธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ
- กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ
- การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ
- การจัดการการตลาด
- การตลาดระหว่างประเทศ
- การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด
- ภาควิชาส่งเสริมการขาย
- ภาควิชาการตลาด

ชั้นปีที่ 2

ภาคการศึกษาที่ 1	จำนวนวิชา	ภาคการศึกษาที่ 2	จำนวนวิชา
กลุ่มวิชาศึกษาทั่วไป	3	กลุ่มวิชาศึกษาทั่วไป (ศึกษาทั่วไป)	1
กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	2	กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	1
กลุ่มวิชาชีพบังคับ	1	กลุ่มวิชาชีพบังคับ	2
กลุ่มวิชาเลือก	1	กลุ่มวิชาเลือก	2

- กลุ่มวิชาภาษา
- กลุ่มวิชาเลือก (ศึกษาทั่วไป)
- กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
- กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์
- การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา
- กฎหมายธุรกิจและภาษีอากร
- พลัสวาระอุตสาหกรรมภาค
- ระบบบัญชีคอมพิวเตอร์
- สถิติธุรกิจ
- กลุ่มวิชาเลือก

ชั้นปีที่ 1

ภาคการศึกษาที่ 1	จำนวนวิชา	ภาคการศึกษาที่ 2	จำนวนวิชา
กลุ่มวิชาศึกษาทั่วไป	4	กลุ่มวิชาศึกษาทั่วไป	3
กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	3	กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	3
		กลุ่มวิชาชีพบังคับ	1

- กลุ่มวิชาภาษา (1) (2) (3)
- พหุเมืองกับจิตสำนึกต่อสังคม
- กลุ่มวิชาสุขภาพอนามัยและนันทนาการ
- พหุวัฒนธรรมผู้บริโภคร
- พลัสวาระอุตสาหกรรมภาค
- การเงินธุรกิจ



กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (TQF) ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง (PLOs)	ผลการเรียนรู้ที่คาดหวังข้อที่																	
	คุณธรรม จริยธรรม				ความรู้				ทักษะทางปัญญา			ทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและความ รับผิดชอบ				ทักษะการวิเคราะห์เชิง ตัวเลข การสื่อสาร และ การใช้เทคโนโลยี		
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3
1A มีคุณลักษณะด้านคุณธรรม จริยธรรม มีระเบียบวินัย ปฏิบัติตาม กฎ ระเบียบ และข้อสั่งสุจริต	●	●																
1B ปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงจรรยาบรรณได้อย่างสร้างสรรค์ และมี พฤติกรรมจิตสาธารณะ			●	●					●	○	○							
2A ประยุกต์องค์ความรู้ด้านธุรกิจและการตลาดได้อย่างเหมาะสมกับ ความการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง					●	●			●	○	○				●	○		
2B พยากรณ์ความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและสังคมที่ มีความเกี่ยวข้องด้านธุรกิจและการตลาด							●	●		●	○			○		●		○
3A วิเคราะห์และประยุกต์ใช้ข้อมูลทางการตลาดได้สอดคล้องกับปัญหา การตลาดในแต่ละสถานการณ์ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม					○	●		○	●	○	●	○				●		●
3B สร้างเครื่องมือทางการตลาด หรือนวัตกรรมทางการตลาด เพื่อใช้ แก้ปัญหางานด้านการตลาดที่สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง อย่างมีอาชีพ					○	●	○	●		●	●	○		●	○	●	○	●
4A สามารถปฏิบัติงานภายใต้พหุวัฒนธรรมได้อย่างสร้างสรรค์และ ปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสม			○			○				○				●	●		●	



กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (TQF) ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง (PLOs)	ผลการเรียนรู้ที่คาดหวังข้อที่																		
	คุณธรรม จริยธรรม				ความรู้				ทักษะทาง ปัญญา			ทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและความ รับผิดชอบ				ทักษะการวิเคราะห์เชิง ตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	
4B แสดงออกถึงภาวะผู้นำหรือผู้ตามและสามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพและพัฒนาตนเองได้อย่างต่อเนื่อง			○	●			○				○	●	●					●	
5A ใช้เทคโนโลยีเพื่อการสืบค้น การประมวลผล วิเคราะห์ ในงานการตลาด			○	●			○			○	○			●	●			○	
5B ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อออกแบบกิจกรรมทางการตลาด	○			○		○			●	●				●				●	●



ตารางที่ 1.1-3 อาจารย์ผู้สอน เป็นอาจารย์ประจำภายในสถาบันที่มีคุณวุฒิในสาขาวิชาชีพนั้นหรือสาขาวิชาที่สัมพันธ์กันหรือในสาขาวิชาของรายวิชาที่สอน									
ลำดับที่	ชื่อ-สกุลอาจารย์ผู้สอน	คุณวุฒิ		ตำแหน่งทางวิชาการ	รายวิชาที่สอน	สอนในสาขาวิชา คณะบริหารธุรกิจ ปีการศึกษา .2563		สาขา	
		ข้อมูลการศึกษา	ปริญญาโท			1-2563	2-2563	ตรง	สัมพันธ์
1	ดร.กิตติมา ตันติหาชัย	ระดับการศึกษา	ปริญญาเอก	อาจารย์	ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน	ตล 1/2 กลุ่ม 19		✓	
		หลักสูตร	Doctor of Education						
		กลุ่มการศึกษา	Teaching English to Speakers of Other Languages (TESOL)						
		สาขาวิชา	-						
		สถาบัน	University of Exeter						
		ประเทศ	United Kingdom						
2	อ.สุกิตา กาทสินธุ์	ระดับการศึกษา	ปริญญาโท	อาจารย์จ้างสอนรายชั่วโมง	ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน	ตล 1/1 กลุ่ม 15		✓	
		หลักสูตร	ศศ.ม. (การสอนภาษาอังกฤษเป็นภาษานานาชาติ)						
		กลุ่มการศึกษา	-						
		สาขาวิชา	การสอนภาษาอังกฤษเป็นภาษานานาชาติ						
		สถาบัน	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์						
		ประเทศ	ไทย						
6	อ.ศศิธร สุวรรณปัทมะ	ระดับการศึกษา	ปริญญาโท	อาจารย์	ภาษาอังกฤษเพื่อการทำงาน	ตล 3/1 กลุ่ม 4	ตล 1/5 กลุ่ม 18	✓	
		หลักสูตร	ศศ.ม. (ภาษาศาสตร์ประยุกต์)			ตล 3/ กลุ่ม 4			
		กลุ่มการศึกษา	-						
		สาขาวิชา	ภาษาศาสตร์ประยุกต์						
		สถาบัน	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์						



		ประเทศ	ไทย						
3	ผศ.บุญฤทธิ์ โอมณี	ระดับการศึกษา	ปริญญาเอก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ภาษาอังกฤษเพื่อการทำงาน		ตล 1/1 กลุ่ม 4	✓	
		หลักสูตร	Ph.D. (Sociolinguistics)						
		กลุ่มการศึกษา	-						
		สาขาวิชา	Sociolinguistics						
		สถาบัน	University of Science						
		ประเทศ	Malaysia						
4	ผศ.จุฑาภรณ์ ภารพ	ระดับการศึกษา	ปริญญาโท	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ภาษาอังกฤษเพื่อการทำงาน		ตล 1/4 กลุ่ม 17	✓	
		หลักสูตร	ศศ.ม.				ตล 2/1 กลุ่ม 3		
		กลุ่มการศึกษา	-						
		สาขาวิชา	ภาษาศาสตร์ประยุกต์						
		สถาบัน	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์						
		ประเทศ	ไทย						
9	อ.ณัฐธนา บุญทอง	ระดับการศึกษา	ปริญญาเอก	อาจารย์	ภาษาอังกฤษเพื่อการทำงาน		ตล 1/2 กลุ่ม 15	✓	
		หลักสูตร	Ph.D. (Sociolinguistics)						
		กลุ่มการศึกษา	-						
		สาขาวิชา	Sociolinguistics						
		สถาบัน	University of Science						
		ประเทศ	Malaysia						
10	อ.พัลลภา คทายุทธ์	ระดับการศึกษา	ปริญญาเอก	อาจารย์	ทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ		ตล 1/1 กลุ่ม 5	✓	
		หลักสูตร	Ph.D. (Education and Communication)				ตล 1/2 กลุ่ม 7		
		กลุ่มการศึกษา	-						
		สาขาวิชา	Education and Communication						



		สถาบัน	University of Newcastle upon Tyne						
		ประเทศ	United Kingdom						
2	นางวิไลลักษณ์ เกตุแก้ว	ระดับการศึกษา	ปริญญาโท	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	จิตวิทยาทั่วไป			ตล 1/1 กลุ่ม 1	
		หลักสูตร	กศ.ม					ตล 1/1 กลุ่ม 2	
		กลุ่มการศึกษา							
		สาขาวิชา	เทคโนโลยีการศึกษา						
		สถาบัน	มศว.มหาสารคาม						
		ประเทศ	ไทย						
10	นางสาวอำไพ หมั่นสิทธิ์	ระดับการศึกษา	ปริญญาเอก	อาจารย์	พลเมืองกับจิตสำนึกต่อสังคม			ตล 1/2 กลุ่ม 11	
		หลักสูตร	ปร.ด.						
		กลุ่มการศึกษา							
		สาขาวิชา	สังคมวิทยา						
		สถาบัน	มหาวิทยาลัยขอนแก่น						
		ประเทศ	ไทย						
9	นายไพจิตร พันธุ์ทอง	ระดับการศึกษา	ปริญญาโท	อาจารย์	พลเมืองกับจิตสำนึกต่อสังคม			ตล 1/1 กลุ่ม 15	
		หลักสูตร	คศ.ม.						
		กลุ่มการศึกษา							
		สาขาวิชา	ไทยคดีศึกษา						
		สถาบัน	มหาวิทยาลัยทักษิณ						
		ประเทศ	ไทย						
15	นางสาวสมิหลา ศิริศรี	ระดับการศึกษา	ปริญญาโท	อาจารย์	คณิตศาสตร์สำหรับธุรกิจ			ตล 2/2 กลุ่ม 4	
		หลักสูตร	วท.ม.					ตล 2/1 กลุ่ม 4	
		กลุ่มการศึกษา							



		สาขาวิชา	คณิตศาสตร์ประยุกต์และวิทยาการคอมพิวเตอร์							
		สถาบัน	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย							
		ประเทศ	ไทย							
2	นายสืบสกุล ใจสมุทร	ระดับการศึกษา	ปริญญาเอก	อาจารย์	กีฬาสมัคร	ตล 1/1 กลุ่ม 1				
		หลักสูตร	ปร.ด.			ตล 1/2 กลุ่ม 1				
		กลุ่มการศึกษา				ตล 1/2 กลุ่ม 3				
		สาขาวิชา	วิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา			ตล 1/1 กลุ่ม 2				
		สถาบัน	มหาวิทยาลัยบูรพา							
		ประเทศ	ไทย							



แผนพัฒนารายบุคคลสำหรับบุคลากรสายสนับสนุน

ลำดับ	ชื่อ -สกุล	ระดับการศึกษา	ตำแหน่ง	ความต้องการในการพัฒนาดตนเอง (u)															
				ปีงบประมาณ ๒๕๖๔				ปีงบประมาณ ๒๕๖๕				ปีงบประมาณ ๒๕๖๖				ปีงบประมาณ ๒๕๖๗			
				เรียนต่อ ป.โท	ขอตำแหน่งที่สูงขึ้น	พัฒนาทักษะการให้บริการที่ดี	พัฒนาทักษะชีวิต	เรียนต่อ ป.โท	ขอตำแหน่งที่สูงขึ้น	พัฒนาทักษะการให้บริการที่ดี	พัฒนาทักษะชีวิต	เรียนต่อ ป.โท	ขอตำแหน่งที่สูงขึ้น	พัฒนาทักษะการให้บริการที่ดี	พัฒนาทักษะชีวิต	เรียนต่อ ป.โท	ขอตำแหน่งที่สูงขึ้น	พัฒนาทักษะการให้บริการที่ดี	พัฒนาทักษะชีวิต
1	น.ส.นลินรัตน์ คลังธารชูลิน	ป.โท	นักวิชาการการศึกษา		✓	✓	✓			✓	✓			✓	✓		✓	✓	
2	นางณัฏฐนันท์ นิवासุดมกิจ	ป.ตรี	จหน.บริหารงานทั่วไป			✓	✓			✓	✓			✓	✓		✓	✓	
3	นางวิไลพร พึ่งเกียรติไพบุลย์	ป.โท	จหน.บริหารงานทั่วไป			✓	✓			✓	✓		✓	✓	✓		✓	✓	
4	น.ส.จรรยา จันทวงศ์	ป.โท	จหน.บริหารงานทั่วไป			✓	✓			✓	✓			✓	✓		✓	✓	
5	นางนงนลชร บุญเลิศ	ป.โท	จหน.บริหารงานทั่วไป			✓	✓			✓	✓		✓	✓	✓		✓	✓	
6	น.ส.กิตติธัญญา มานพสิน	ป.โท	นักวิชาการการศึกษา			✓	✓			✓	✓		✓	✓	✓		✓	✓	
7	น.ส.เบมิกา แป้นประดิษฐ์	ป.ตรี	จหน.บริหารงานทั่วไป			✓	✓			✓	✓			✓	✓		✓	✓	
8	น.ส.พัชรี เถาว์ถวิล	ป.ตรี	จหน.บริหารงานทั่วไป			✓	✓			✓	✓			✓	✓		✓	✓	
9	นางพิมพ์อักษร แก้วกักดี	ป.ตรี	นักวิชาการการศึกษา			✓	✓		✓	✓				✓	✓		✓	✓	
10	น.ส.วิริยา ปิ่นสุวรรณ	ป.ตรี	จหน.บริหารงานทั่วไป			✓	✓			✓	✓			✓	✓		✓	✓	
11	น.ส.กานต์รวี สงค์หนูอินี	ป.โท	นักวิชาการการศึกษา			✓	✓			✓	✓		✓	✓	✓		✓	✓	
12	น.ส.สรिता ชื่นชม	ป.ตรี	จหน.บริหารงานทั่วไป			✓	✓			✓	✓			✓	✓		✓	✓	
13	นายกมลเทพ เขียนอ้อย	ป.ตรี	นักวิชาการคอมพิวเตอร์			✓	✓			✓	✓			✓	✓		✓	✓	
14	นายนันทชัย แก้วขวัญ	ป.ตรี	นักวิชาการโสตทัศนศึกษา			✓	✓			✓	✓			✓	✓		✓	✓	
15	น.ส.น้ำทิพย์ สุขแก้ว	ป.ตรี	จหน.บริหารงานทั่วไป			✓	✓			✓	✓			✓	✓		✓	✓	
16	น.ส.รัตดาวรรณ แก้วสวัสดิ์	ป.ตรี	จหน.บริหารงานทั่วไป			✓	✓			✓	✓			✓	✓		✓	✓	
17	น.ส.ประทุม แก่นคง	ป.ตรี	จหน.บริหารงานทั่วไป			✓	✓			✓	✓			✓	✓		✓	✓	



คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

18	น.ส.อารมณี รอดลอยทรัพย์	ป.ตรี	นักวิชาการคอมพิวเตอร์			✓	✓			✓	✓			✓	✓			✓	✓
19	น.ส.ศิราณี สุนทรวิจิตร	ป.ตรี	จหน.บริหารงานทั่วไป			✓	✓			✓	✓			✓	✓			✓	✓
20	นายเมธี จันทโร	ป.โท	จหน.บริหารงานทั่วไป			✓	✓			✓	✓			✓	✓			✓	✓
21	นายณรงค์กร ศรีสวัสดิ์	ป.ตรี	จหน.บริหารงานทั่วไป			✓	✓			✓	✓			✓	✓			✓	✓
22	นายฐาปกรณ์ จารุวรรณกุล	ป.ตรี	นักวิชาการโสตทัศนศึกษา			✓	✓			✓	✓			✓	✓			✓	✓
23	น.ส.ปิยวรรณ สะระมะหมื่น	ป.ตรี	จหน.บริหารงานทั่วไป			✓	✓			✓	✓			✓	✓			✓	✓
24	น.ส.เสาวลักษณ์ ชัยกิจ	ป.ตรี	จหน.บริหารงานทั่วไป			✓	✓			✓	✓			✓	✓			✓	✓
25	ว่าที่ร้อยตรีธนภัทร พันธุ์ทอง	ป.ตรี	นักประชาสัมพันธ์			✓	✓			✓	✓			✓	✓			✓	✓
26	น.ส.ชชาติยา ลิมเจริญ	ป.ตรี	จหน.บริหารงานทั่วไป			✓	✓			✓	✓			✓	✓			✓	✓
27	นายศรัณยู สงนวล	ป.ตรี	นักวิชาการคอมพิวเตอร์			✓	✓			✓	✓			✓	✓			✓	✓
28	นายณัฐกฤษณ์ พฤษเลิศตระกูล	ป.ตรี	จหน.บริหารงานทั่วไป			✓	✓			✓	✓			✓	✓			✓	✓
29	น.ส.กรณพณัฐ ชนะชนม์	ป.ตรี	จหน.บริหารงานทั่วไป			✓	✓			✓	✓			✓	✓			✓	✓
30	น.ส.วรทิพย์ ลีมาชิโรติ	ป.ตรี	จหน.บริหารงานทั่วไป			✓	✓			✓	✓			✓	✓			✓	✓



ข้อมูลจำนวนนักศึกษาที่เข้าศึกษา ปีการศึกษา 2559 สำหรับการจัดทำรายงานประเมินคุณภาพหลักสูตร (SAR) ข้อมูล ณ วันที่ 2 กรกฎาคม 2563

คณะ	สาขา	หลักสูตร	ภาค	จำนวนนักศึกษาคงอยู่ (จำนวนจริง) ในแต่ละปีการศึกษา										
				2559	2560	2561	2562	สำเร็จการศึกษา			ลาออก/สิ้นสุดสภาพฯ ระหว่างศึกษา			
								2560	2561	2562	2559	2560	2561	2562
บริหารธุรกิจ	การตลาด	4 ปี	ปกติ	77	68	65	63	-	-	57	9	3	2	-

ข้อมูลจำนวนนักศึกษาที่เข้าศึกษา ปีการศึกษา 2560 สำหรับการจัดทำรายงานประเมินคุณภาพหลักสูตร (SAR) ข้อมูล ณ วันที่ 2 กรกฎาคม 2563

คณะ	สาขา	หลักสูตร	ภาค	จำนวนนักศึกษาคงอยู่ (จำนวนจริง) ในแต่ละปีการศึกษา									
				2560	2561	2562	สำเร็จการศึกษา		ลาออก/สิ้นสุดสภาพฯ ระหว่างศึกษา				
							2561	2562	2560	2561	2562		
บริหารธุรกิจ	การตลาด	4 ปี	ปกติ	76	66	59	-	-	10	7	3		



ข้อมูลจำนวนนักศึกษาที่เข้าศึกษา ปีการศึกษา 2561 สำหรับการจัดทำรายงานประเมินคุณภาพหลักสูตร (SAR) ข้อมูล ณ วันที่ 2 กรกฎาคม 2563

คณะ	สาขา	หลักสูตร	ภาค	จำนวนนักศึกษาคงอยู่ (จำนวนจริง) ในแต่ละปีการศึกษา				
				2561	2562	สำเร็จการศึกษา	ลาออก/สิ้นสุดสภาพฯ ระหว่างศึกษา	
						2562	2561	2562
บริหารธุรกิจ	การตลาด	4 ปี	ปกติ	65	61		4	4

ข้อมูลจำนวนนักศึกษาที่เข้าศึกษา ปีการศึกษา 2562 สำหรับการจัดทำรายงานประเมินคุณภาพหลักสูตร (SAR) ข้อมูล ณ วันที่ 2 กรกฎาคม 2563

คณะ	สาขา	หลักสูตร	ภาค	จำนวนนักศึกษาคงอยู่ (จำนวนจริง) ในแต่ละปีการศึกษา	
				2562	ลาออก/สิ้นสุดสภาพฯ ระหว่างศึกษา
					2562
บริหารธุรกิจ	การตลาด	4 ปี	ปกติ	91	22



สรุปผลรายด้านแบบประเมินสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ ประจำปีภาคการศึกษา 1 ปีการศึกษา 2563 ข้อมูล ณ วันที่ 25 ธันวาคม 2563							
คณะ	สาขา	จำนวนผู้ประเมิน	ค่าเฉลี่ยคะแนน				
			ด้านที่ 1	ด้านที่ 2	ด้านที่ 3	ด้านที่ 4	ด้านที่ 5
บริหารธุรกิจ	การตลาด	646	4.89	4.89	4.91	4.91	4.91

สรุปผลรายด้านแบบประเมินสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ ประจำปีภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2563 ข้อมูล ณ วันที่ 18 พฤษภาคม 2564							
คณะ	สาขา	จำนวนผู้ประเมิน	ค่าเฉลี่ยคะแนน				
			ด้านที่ 1	ด้านที่ 2	ด้านที่ 3	ด้านที่ 4	ด้านที่ 5
คณะบริหารธุรกิจ	การตลาด	616	4.87	4.87	4.9	4.9	4.91

*** หมายเหตุ**

ด้านที่1 ด้านสื่อ/เอกสารและอุปกรณ์การเรียนการสอน

ด้านที่2 ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม

ด้านที่3 ด้านการให้บริการวิชาการ

ด้านที่4 ด้านการให้บริการทั่วไปภายในคณะ

ด้านที่5 ด้านการให้บริการทั่วไปภายนอกคณะ



ตารางประกอบการเก็บข้อมูลการประเมินระดับหลักสูตร

องค์ประกอบที่ 1 การกำกับมาตรฐาน

ตารางที่ 1.1-1 จำนวนอาจารย์ประจำหลักสูตร (ตามที่เสนอใน มคอ. 2)

ลำดับ	ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง ทางวิชาการ	คุณวุฒิ (ทุกระดับ การศึกษา)	สาขาวิชา	ตรง/สัมพันธ์กับ หลักสูตร	สำเร็จการศึกษา	
						สถาบัน	ปีที่สำเร็จ
1	นางวัลลภา พัฒนา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	Ph.D.	Marketing	ตรง	University Utrara Malaysia	2553
			M.B.A.	International Business		Johnson&Wales U.S.A	2543
			บธ.บ.	การตลาด		มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช	2549
			ศศ.บ.	ภาษามลายู		มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	2538
2	นางวีรารรณ มารังกูร	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	Ph.D.	Marketing	ตรง	University Utrara Malaysia	2560
			บธ.ม.	บริหารธุรกิจ		มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2540
			บธ.บ.	ธุรกิจศึกษา-การตลาด		สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล	2530
3	นางยุพารณ อูไรรัตน์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ปร.ด.	บริหารธุรกิจ	ตรง	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2553
			บธ.ม.	บริหารธุรกิจ		มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2542



			บธ.บ.	การตลาด		มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช	2543
			บธ.บ.	การตลาด		มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	2525
4	นางอันธิกา ทิพย์จำนงค์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	บธ.ม.	การตลาด	ตรง	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2545
			บธ.บ.	การตลาด		สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล	2540
5	นางธันยาภรณ์ ดำจตุติ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	บธ.ม.	บริหารธุรกิจ	สัมพันธ์	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2544
			บธ.บ.	การตลาด		สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล	2539

ตารางที่ 1.1-2 จำนวนอาจารย์ประจำหลักสูตร (ปัจจุบัน-กรณีมีการเปลี่ยนแปลงจาก มคอ. 2)

ลำดับ	ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง ทางวิชาการ	คุณวุฒิ (ทุกระดับ การศึกษา)	สาขาวิชา	ตรง/สัมพันธ์กับ หลักสูตร	สำเร็จการศึกษา	
						สถาบัน	ปีที่สำเร็จ
1	นางวัลลภา พัฒนา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	Ph.D.	Marketing	ตรง	University Utrara Malaysia	2553
			M.B.A.	International Business		Johnson&Wales U.S.A	2543
			บธ.บ.	การตลาด		มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช	2549
			ศศ.บ.	ภาษามลายู		มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	2538



คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

2	นางยุพาภรณ์ อุไรรัตน์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ปร.ด.	บริหารธุรกิจ	ตรง	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2553
			บธ.ม.	บริหารธุรกิจ		มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2542
			บธ.บ.	การตลาด		มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช	2543
			บธ.บ.	การตลาด		มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	2525
3	นางอันธิกา ทิพย์จำนงค์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	บธ.ม.	การตลาด	ตรง	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2545
			บธ.บ.	การตลาดระหว่างประเทศ		สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล	2540
4	นางชญัญภัทร อำพันสุขโข	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	บธ.ม.	บริหารธุรกิจ	สัมพันธ์	มหาวิทยาลัยโยนก	2541
			บธ.บ.	การตลาด		มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	2535
5	นางสาวบุษรินทร์ คุนิอาจ	อาจารย์	บธ.ม.	บริหารธุรกิจ	สัมพันธ์	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2543
			บธ.บ.	การตลาดระหว่างประเทศ		สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล	2532



ตารางที่ 1.1-3 จำนวนอาจารย์ผู้สอน ที่เป็นอาจารย์ประจำในมหาวิทยาลัย ปีการศึกษา2563

ลำดับ	ชื่อ – นามสกุล	ตำแหน่ง ทางวิชาการ	คุณวุฒิ (ทุกระดับ การศึกษา)	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษา	
					สถาบัน	ปีที่สำเร็จ
1	นางวัลลภา พัฒนา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	Ph.D.	Marketing	University Utrara Malaysia	2553
			M.B.A.	International Business	Johnson&Wales U.S.A	2543
			บธ.บ.	การตลาด	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช	2549
			ศศ.บ.	ภาษามลายู	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	2538
2	นางยุพาภรณ์ อุไรรัตน์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ปร.ด.	บริหารธุรกิจ	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2553
			บธ.ม.	บริหารธุรกิจ	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2542
			บธ.บ.	การตลาด	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช	2543
			บธ.บ.	การตลาด	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	2525
3	นางอันธิกา ทิพย์จำนงค์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	บธ.ม.	การตลาด	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2545
			บธ.บ.	การตลาดระหว่างประเทศ	สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล	2540



คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

4	นางชัญญภัทร อัมพันธ์สุขโข	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	บธ.ม.	บริหารธุรกิจ	มหาวิทยาลัยโยนก	2541
			บธ.บ.	การตลาด	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	2535
5	นางสาวบุษรินทร์ คุนิอาจ	อาจารย์	บธ.ม.	บริหารธุรกิจ	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2543
			บธ.บ.	การตลาดระหว่างประเทศ	สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล	2532
6	นางธันยาภรณ์ ดำจตุติ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	บธ.ม.	บริหารธุรกิจ	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2544
			บธ.บ.	การตลาด	สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล	2539
7	นางปรีชญา ชุมศรี	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ปร.ด.	บริหารธุรกิจ	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2558
			บธ.ม.	บริหารธุรกิจ	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2548
			กศ.บ.	ธุรกิจศึกษา-การตลาด	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	2535
8	นายพิเชษฐ์ พรหมใหม่	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ปร.ด.	บริหารธุรกิจ	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2548
			บธ.ม.	บริหารธุรกิจ	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2542
			บธ.บ.	การตลาด	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2533
9	นายสุริยา นิตย์มี	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	บธ.ม.	บริหารธุรกิจ	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2543
			บธ.บ.	การตลาด	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	2537



			น.บ.	นิติศาสตร์	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2548
10	นางสุทธยา สมสุข	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	บธ.ม.	การตลาด	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	2545
			บธ.บ.	การตลาดระหว่างประเทศ	สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล	2540

ตารางที่ 1.1-4 จำนวนอาจารย์ผู้สอน ที่เป็นอาจารย์พิเศษจากภายนอกมหาวิทยาลัย ปีการศึกษา

ลำดับ	ชื่อ - นามสกุล	หน่วยงาน/ตำแหน่ง	คุณวุฒิ (ทุกระดับการศึกษา)	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษา	
					สถาบัน	ปีที่สำเร็จ
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						



ลำดับ	ชื่อ - นามสกุล	หน่วยงาน/ตำแหน่ง	คุณวุฒิ (ทุกระดับการศึกษา)	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษา	
					สถาบัน	ปีที่สำเร็จ
11						
12						
13						

ตารางที่ 1.1-5 จำนวนอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก/การค้นคว้าอิสระ ปีการศึกษา

ลำดับ	ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง ทาง วิชาการ	คุณวุฒิ (ทุกระดับ การศึกษา)	สาขาวิชา	ประสบการณ์การ วิจัย	ที่ปรึกษา		จำนวนคุณ วิทยานิพนธ์/ ค้นคว้าอิสระ (ระบุชื่อนักศึกษา)	รหัส นักศึกษา	ชื่อ วิทยานิพนธ์/ การค้นคว้า อิสระ	หมายเหตุ (การอนุมัติ จากสภา มหาวิทยาลัย)
						วิทยานิ พนธ์	การ ค้นคว้า อิสระ				
1								1.			
								2.			
								3.			
								4.			
								5.			
2								1.			



ลำดับ	ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง ทาง วิชาการ	คุณวุฒิ (ทุกระดับ การศึกษา)	สาขาวิชา	ประสบการณ์การ วิจัย	ที่ปรึกษา		จำนวนคน วิทยานิพนธ์/ ค้นคว้าอิสระ (ระบุชื่อนักศึกษา)	รหัส นักศึกษา	ชื่อ วิทยานิพนธ์/ การค้นคว้า อิสระ	หมายเหตุ (การอนุมัติ จากสภา มหาวิทยาลัย)
						วิทยานิ พนธ์	การ ค้นคว้า อิสระ				
								2.			
								3.			
								4.			
								5.			
3								1.			
								2.			
								3.			
								4.			
								5.			



ตารางที่ 1.1-6 จำนวนอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ปีการศึกษา

ลำดับ	ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง ทาง วิชาการ	คุณวุฒิ (ทุกระดับ การศึกษา)	สาขาวิชา	ประสบการณ์การ วิจัย	ที่ปรึกษา		จำนวนคุม วิทยานิพนธ์/ คั่นคว้าอิสระ (ระบุชื่อนักศึกษา)	รหัส นักศึกษา	ชื่อ วิทยานิพนธ์/ การคั่นคว้า อิสระ	หมายเหตุ (การอนุมัติ จากสภา มหาวิทยาลัย)
						วิทยานิ พนธ์	การ คั่นคว้า อิสระ				
1								1.			
								2.			
								3.			
								4.			
								5.			
2								1.			
								2.			
								3.			
								4.			
								5.			
3								1.			
								2.			
								3.			
								4.			



ลำดับ	ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง ทาง วิชาการ	คุณวุฒิ (ทุกระดับ การศึกษา)	สาขาวิชา	ประสบการณ์การ วิจัย	ที่ปรึกษา		จำนวนคุณ วิทยานิพนธ์/ ค้นคว้าอิสระ (ระบุชื่อนักศึกษา)	รหัส นักศึกษา	ชื่อ วิทยานิพนธ์/ การค้นคว้า อิสระ	หมายเหตุ (การอนุมัติ จากสภา มหาวิทยาลัย)
						วิทยานิ พนธ์	การ ค้นคว้า อิสระ				
								5.			

ตารางที่ 1.1-7 จำนวนอาจารย์ผู้สอบวิทยานิพนธ์ ปีการศึกษา

ลำดับ	ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง ทาง วิชาการ	คุณวุฒิ (ทุกระดับ การศึกษา)	สาขาวิชา	ประสบการณ์การ วิจัย	ที่ปรึกษา		จำนวนคุณ วิทยานิพนธ์/ ค้นคว้าอิสระ (ระบุชื่อนักศึกษา)	ชื่อ วิทยานิพนธ์/ การค้นคว้า อิสระ	หมายเหตุ (การอนุมัติ จากสภา มหาวิทยาลัย)
						วิทยานิ พนธ์	การ ค้นคว้า อิสระ			
1								1.		
								2.		
								3.		
								4.		
								5.		
2								1.		
								2.		



ลำดับ	ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง ทาง วิชาการ	คุณวุฒิ (ทุกระดับ การศึกษา)	สาขาวิชา	ประสบการณ์การ วิจัย	ที่ปรึกษา		จำนวนคู่มือวิทยานิพนธ์/ ค้นคว้าอิสระ (ระบุชื่อนักศึกษา)	ชื่อ วิทยานิพนธ์/ การค้นคว้า อิสระ	หมายเหตุ (การอนุมัติ จากสภา มหาวิทยาลัย)
						วิทยานิ พนธ์	การ ค้นคว้า อิสระ			
								3.		
								4.		
								5.		
3								1.		
								2.		
								3.		
								4.		
								5.		



ตารางที่ 1.1-8 การตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานของผู้สำเร็จการศึกษา ปีการศึกษา ..2563.....

ลำดับ	ชื่อ - นามสกุล	ชื่อวิทยานิพนธ์ /การค้นคว้าอิสระ	ชื่อวารสารวิชาการที่ได้รับการตีพิมพ์ปี ที่/ฉบับที่ วัน-เดือน-ปี ที่ตีพิมพ์และ เลขหน้า)	วารสารหรือสื่อสิ่งพิมพ์วิชาการที่มี กรรมการภายนอกร่วมกลั่นกรอง	การจดทะเบียนสิทธิบัตร /อนุสิทธิบัตร
1	ณัฐนรี หมวดเพชร	การรับรู้ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคาขนม พื้นบ้าน บ้านขนมวรรณ ดี ส่งผลต่อการตัดสินใจ ซื้อของผู้บริโภคในพื้นที่ จังหวัดสงขลา			
2	พัชรินทร์ ชัยประดิษฐ์	การรับรู้ด้านราคา การ รับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ ทัศนคติ ส่งผลต่อความ ตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ข้าว เกรียบเห็ดบ้านยี่นบุรี			



ตารางที่ 1.1-9 ผลงานวิจัยของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และการค้นคว้าอิสระ นับรวมผลงาน 5 ปีย้อนหลัง

ลำดับ	ชื่อ - นามสกุล	ชื่องานวิจัย	ระยะเวลาทำวิจัย (ว/ด/ป)	งบประมาณ	แหล่งทุน	
					ภายใน	ภายนอก
1						
2						
2						
3						
4						

ตารางที่ 1.1-10 ผลงานวิจัยของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และการค้นคว้าอิสระ ที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ นับรวมผลงาน 5 ปีย้อนหลัง

ลำดับ ที่	ชื่อบทความวิจัยฉบับสมบูรณ์ (Full Paper) ที่ ได้รับการตีพิมพ์สืบเนื่องจากการประชุม วิชาการ (ไทย/อังกฤษ)	ชื่อเจ้าของ ผลงานและผู้ ร่วม	ชื่อการประชุมวิชาการ วัน-เดือน-ปี สถานที่/จังหวัด/ประเทศที่จัด / เลข หน้า ไม่นับซ้ำ แม้ว่าบทความวิจัยนั้นจะได้รับการตีพิมพ์สืบเนื่องจาก การประชุมวิชาการ หลายครั้งก็ตาม	หลักฐาน /ตาราง ประกอบ



องค์ประกอบที่ 2 ตัวชี้วัดตามเกณฑ์ AUN-QA (ผลงานอาจารย์)

ตารางที่ 2.1-1 บทความวิจัยหรือบทความวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการปีปฏิทิน....2563.....

(ค่าน้ำหนัก 0.20)

ลำดับที่	ชื่อบทความวิจัยฉบับสมบูรณ์ (Full Paper) ที่ได้รับการตีพิมพ์สืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ (ไทย/อังกฤษ)	ชื่อเจ้าของผลงานและผู้ร่วม	ชื่อการประชุมวิชาการ วัน-เดือน-ปี สถานที่/จังหวัด/ประเทศที่จัด / เลขหน้า ไม้ฉบับซ้ำ แม้ว่าบทความวิจัยนั้นจะได้รับการตีพิมพ์สืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ หลายครั้งก็ตาม	หลักฐาน / ตารางประกอบ
บทความวิจัยฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ				
2. คณะบริหารธุรกิจ				
1	กลยุทธ์การตลาดสำหรับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน	พัชรี ทิพย์ประชา และบุสรินทร์ คูนิอาจ	การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ครั้งที่ 15 ประจำปี 2563 วันที่ 18 ธันวาคม 2563 หน้า 575 - 582	



ตารางที่ 2.1-2บทความวิจัยหรือบทความวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์ และผลงานที่ได้รับการจดอนุสิทธิบัตรปีปฏิทิน..... (ค่าน้ำหนัก 0.40)

ลำดับที่	ชื่อบทความวิจัยฉบับสมบูรณ์ (Full Paper) ที่ได้รับการตีพิมพ์สืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ (ไทย/อังกฤษ)	ชื่อเจ้าของผลงานและผู้ร่วม	ชื่อการประชุมวิชาการ วัน-เดือน-ปี สถานที่/จังหวัด/ประเทศที่จัด / เลขหน้า ไม่นับซ้ำ แม้ว่าบทความวิจัยนั้นจะได้รับการตีพิมพ์สืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ หลายครั้งก็ตาม	หลักฐาน/ตารางประกอบ
บทความวิจัยฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับนานาชาติ				
	-			
บทความวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับนานาชาติ				
	-			
บทความวิจัยฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์ในวารสารทางวิชาการที่ไม่อยู่ในประกาศของ ก.พ.อ.แต่สถาบันนำเสนอสถาบันเพื่ออนุมัติและจัดทำเป็นประกาศให้ทราบเป็นการทั่วไป และแจ้งให้ กพอ./กกอ. ทราบภายใน 30 วันนับแต่วันที่ออกประกาศ				
	-			



ลำดับที่	ชื่อบทความวิจัยฉบับสมบูรณ์ (Full Paper) ที่ได้รับการตีพิมพ์สืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ (ไทย/อังกฤษ)	ชื่อเจ้าของผลงานและผู้ร่วม	ชื่อการประชุมวิชาการ วัน-เดือน-ปี สถานที่/จังหวัด/ประเทศที่จัด / เลขหน้า ไม่นับซ้ำ แม้ว่าบทความวิจัยนั้นจะได้รับการตีพิมพ์สืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ หลายครั้งก็ตาม	หลักฐาน /ตาราง ประกอบ
บทความวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์ในวารสารทางวิชาการที่ไม่อยู่ในประกาศของ ก.พ.อ.แต่สถาบันนำเสนอสภาสถาบันเพื่ออนุมัติและจัดทำเป็นประกาศให้ทราบเป็นการทั่วไปและแจ้งให้ กพอ./กกอ. ทราบภายใน 30 วันนับแต่วันที่ออกประกาศ				
	-			
ผลงานที่ได้รับการจดอนุสิทธิบัตร				
ลำดับที่	ชื่อผลงานวิจัยและ /หรืองานสร้างสรรค์ที่ได้รับการจดทะเบียนอนุสิทธิบัตร (ทั้งในประเทศและต่างประเทศ)	ชื่อเจ้าของผลงานและผู้ร่วม	วัน / เดือน / ปี ที่กรมทรัพย์สินทางปัญญาออกให้เพื่อรับรองการจดทะเบียน	หลักฐาน /ตาราง ประกอบ
	-			



ตารางที่ 2.1-3บทความวิจัยหรือบทความวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการที่ปรากฏในฐานข้อมูล TCI กลุ่มที่ 2 ปีปฏิทิน.....

(ค่าน้ำหนัก 0.60)

ลำดับที่	ชื่อบทความวิจัยฉบับสมบูรณ์ (Full Paper) ที่ได้รับการตีพิมพ์สืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ (ไทย/อังกฤษ)	ชื่อเจ้าของผลงานและผู้ร่วม	ชื่อการประชุมวิชาการ วัน-เดือน-ปี สถานที่/จังหวัด/ประเทศที่จัด / เลขหน้า ไม้ฉบับซ้ำ แม้ว่าบทความวิจัยนั้นจะได้รับการตีพิมพ์สืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ หลายครั้งก็ตาม	หลักฐาน /ตารางประกอบ
บทความวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการที่ปรากฏในฐานข้อมูล TCI กลุ่มที่ 2				
	-			
บทความวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการที่ปรากฏในฐานข้อมูล TCI กลุ่มที่ 2				
	-			



ตารางที่ 2.1-4บทความวิจัยหรือบทความวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการระดับนานาชาติที่ไม่อยู่ในฐานข้อมูล ปีปฏิทิน.....

(ค่าน้ำหนัก 0.80)

ลำดับที่	ชื่อบทความวิจัยฉบับสมบูรณ์ (Full Paper) ที่ได้รับการตีพิมพ์สืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ (ไทย/อังกฤษ)	ชื่อเจ้าของผลงานและผู้ร่วม	ชื่อการประชุมวิชาการ วัน-เดือน-ปี สถานที่/จังหวัด/ประเทศที่จัด / เลขหน้า ไม่นับซ้ำ แม้ว่าบทความวิจัยนั้นจะได้รับการตีพิมพ์สืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ หลายครั้งก็ตาม	หลักฐาน /ตารางประกอบ
บทความวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการระดับนานาชาติที่ไม่อยู่ในฐานข้อมูลตามประกาศ ก.พ.อ.แต่สถาบันนำเสนอสภาสถาบันเพื่ออนุมัติและจัดทำเป็นประกาศให้ทราบเป็นการทั่วไปและแจ้งให้ กพอ./กกอ. ทราบภายใน 30 วันนับแต่วันที่ออกประกาศ				
1	คุณค่าตราสินค้าส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ในเขตจังหวัดสงขลา	วัลลภา พัฒนาและอันธิกา ทิพย์จันทน์	วารสารศรีนครินทร์วิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) ปีที่ 12 ฉบับที่ 23 มกราคม - มิถุนายน 2563 หน้า 63 - 72	
2	พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ	สุทธยา สมสุข	วารสารปริชาตมหาวิทยาลัยทักษิณ ปีที่ 33 ฉบับที่ 1 มกราคม - เมษายน 2563 หน้า 62 - 77	
บทความวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการระดับนานาชาติที่ไม่อยู่ในฐานข้อมูลตามประกาศ ก.พ.อ.แต่สถาบันนำเสนอสภาสถาบันเพื่ออนุมัติและจัดทำเป็นประกาศให้ทราบเป็นการทั่วไปและแจ้งให้ กพอ./กกอ. ทราบภายใน 30 วันนับแต่วันที่ออกประกาศ				
	-			
บทความวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการที่ปรากฏในฐานข้อมูล TCI กลุ่มที่ 1				



ลำดับที่	ชื่อบทความวิจัยฉบับสมบูรณ์ (Full Paper) ที่ได้รับการตีพิมพ์สืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ (ไทย/อังกฤษ)	ชื่อเจ้าของผลงานและผู้ร่วม	ชื่อการประชุมวิชาการ วัน-เดือน-ปี สถานที่/จังหวัด/ประเทศที่จัด / เลขหน้า ไม่นับซ้ำ แม้ว่าบทความวิจัยนั้นจะได้รับการตีพิมพ์สืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ หลายครั้งก็ตาม	หลักฐาน /ตาราง ประกอบ
-				
บทความวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการที่ปรากฏในฐานข้อมูลTCI กลุ่มที่ 1				
-				



ตารางที่ 2.1-5บทความวิจัยหรือบทความวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการระดับนานาชาติที่ปรากฏในฐานข้อมูลระดับนานาชาติและได้รับการรับรองในรูปแบบอื่นๆ
ปีปฏิทิน..... (ค่าน้ำหนัก 1.00)

ลำดับที่	ชื่อบทความวิจัยฉบับสมบูรณ์ (Full Paper) ที่ได้รับการตีพิมพ์สืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ (ไทย/อังกฤษ)	ชื่อเจ้าของผลงานและผู้ร่วม	ชื่อการประชุมวิชาการ วัน-เดือน-ปี สถานที่/จังหวัด/ประเทศที่จัด / เลขหน้า ไม่นับซ้ำ แม้ว่าบทความวิจัยนั้นจะได้รับการตีพิมพ์สืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ หลายครั้งก็ตาม	หลักฐาน /ตาราง ประกอบ
บทความวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการระดับนานาชาติที่ปรากฏในฐานข้อมูลระดับนานาชาติตามประกาศ ก.พ.อ. หรือระเบียบคณะกรรมการการอุดมศึกษา ว่าด้วย หลักเกณฑ์การพิจารณาวารสารทางวิชาการสำหรับการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ พ.ศ. 2556				
	-			
บทความวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการระดับนานาชาติที่ปรากฏในฐานข้อมูลระดับนานาชาติตามประกาศ ก.พ.อ. หรือระเบียบคณะกรรมการการอุดมศึกษา ว่าด้วย หลักเกณฑ์การพิจารณาวารสารทางวิชาการสำหรับการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ พ.ศ. 2556				
	-			



ลำดับที่	ชื่อบทความวิจัยฉบับสมบูรณ์ (Full Paper) ที่ได้รับการตีพิมพ์สืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ (ไทย/อังกฤษ)	ชื่อเจ้าของผลงานและผู้ร่วม	ชื่อการประชุมวิชาการ วัน-เดือน-ปี สถานที่/จังหวัด/ประเทศที่จัด / เลขหน้า ไม่นับซ้ำ แม้ว่าบทความวิจัยนั้นจะได้รับการตีพิมพ์สืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ หลายครั้งก็ตาม	หลักฐาน /ตารางประกอบ
ผลงานที่ได้รับการจดสิทธิบัตร				
ลำดับที่	ชื่อผลงานวิจัยและ /หรืองานสร้างสรรค์ที่ได้รับการจดทะเบียนสิทธิบัตร (ทั้งในประเทศและต่างประเทศ)	ชื่อเจ้าของผลงานและผู้ร่วม	วัน / เดือน / ปี ที่กรมทรัพย์สินทางปัญญาออกให้เพื่อรับรองการจดทะเบียน	หลักฐาน /ตารางประกอบ
	-			
ผลงานวิชาการรับใช้สังคมที่ได้รับการประเมินผ่านการประเมินตำแหน่งทางวิชาการแล้ว				
ลำดับที่	ชื่อผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ (ไทย/อังกฤษ)	ชื่อเจ้าของผลงานและผู้ร่วม	วัน/เดือน/ปี/ที่ผ่านประเมิน	หลักฐาน /ตารางประกอบ
	-			
ผลงานวิจัยที่หน่วยงานหรือองค์กรระดับชาติว่าจ้างให้ดำเนินการ				
ลำดับที่	ชื่อผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ (ไทย/อังกฤษ)	ชื่อเจ้าของผลงานและผู้ร่วม	หน่วยงานที่ว่าจ้าง	หลักฐาน /ตาราง



ลำดับที่	ชื่อบทความวิจัยฉบับสมบูรณ์ (Full Paper) ที่ได้รับการตีพิมพ์สืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ (ไทย/อังกฤษ)	ชื่อเจ้าของผลงานและผู้ร่วม	ชื่อการประชุมวิชาการ วัน-เดือน-ปี สถานที่/จังหวัด/ประเทศที่จัด / เลขหน้า ไม่นับซ้ำ แม้ว่าบทความวิจัยนั้นจะได้รับการตีพิมพ์สืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ หลายครั้งก็ตาม	หลักฐาน /ตาราง ประกอบ
				ประกอบ
	-			
ผลงานค้นพบพันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ ที่ค้นพบใหม่และได้รับการจดทะเบียน				
ลำดับที่	ผลงานค้นพบพันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ ที่ค้นพบใหม่และได้รับการจดทะเบียน	ชื่อเจ้าของผลงานและผู้ร่วม	วัน / เดือน / ปี ที่กรมทรัพยากรชีววิทยาออกให้เพื่อรับรองการจดทะเบียน	หลักฐาน /ตาราง ประกอบ
	-			
ตำราหรือหนังสือหรืองานแปลที่ได้รับการประเมินผ่านเกณฑ์การขอตำแหน่งทางวิชาการแล้ว				
ลำดับที่	ชื่อผลงานวิชาการ	ชื่อเจ้าของผลงานและผู้ร่วม	วัน/เดือน/ปี/ที่ผ่านประเมิน	หลักฐาน /ตาราง ประกอบ
	-			



ลำดับที่	ชื่อบทความวิจัยฉบับสมบูรณ์ (Full Paper) ที่ได้รับการตีพิมพ์สืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ (ไทย/อังกฤษ)	ชื่อเจ้าของผลงานและผู้ร่วม	ชื่อการประชุมวิชาการ วัน-เดือน-ปี สถานที่/จังหวัด/ประเทศที่จัด / เลขหน้า ไม่นับซ้ำ แม้ว่าบทความวิจัยนั้นจะได้รับการตีพิมพ์สืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ หลายครั้งก็ตาม	หลักฐาน /ตาราง ประกอบ
ตำราหรือหนังสือหรืองานแปลที่ผ่านการพิจารณาตามหลักเกณฑ์การประเมินตำแหน่งทางวิชาการแต่ไม่ได้นำมาขอรับการประเมินตำแหน่งทางวิชาการ				
ลำดับที่	ชื่อผลงานวิชาการ	ชื่อเจ้าของผลงานและผู้ร่วม	วัน/เดือน/ปี/ที่ผ่านประเมิน	หลักฐาน /ตาราง ประกอบ
	-			

ตารางที่ 2.1-6งานสร้างสรรค์ที่มีการเผยแพร่ ปีปฏิทิน.....

ลำดับที่	ชื่องานสร้างสรรค์	ชื่อเจ้าของผลงานและผู้ร่วม	แหล่งเผยแพร่	หลักฐาน /ตาราง ประกอบ
งานสร้างสรรค์ที่มีการเผยแพร่สู่สาธารณะในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง หรือผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ online (ค่าน้ำหนัก 0.20)				
	-			



ลำดับที่	ชื่องานสร้างสรรค์	ชื่อเจ้าของผลงานและผู้ร่วม	แหล่งเผยแพร่	หลักฐาน /ตาราง ประกอบ
งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับสถาบัน (ค่าน้ำหนัก 0.40)				
	-			
งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับชาติ(ค่าน้ำหนัก 0.60)				
	-			
งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับความร่วมมือระหว่างประเทศ(ค่าน้ำหนัก 0.80)				
	-			
งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับภูมิภาคอาเซียน/นานาชาติ(ค่าน้ำหนัก 1.00)				
	-			

ลำดับ	ชื่อเจ้าของผลงานและผู้ร่วม	ชื่อบทความวิจัย	ชื่อการประชุมวิชาการ/ชื่อวารสารวิชาการวัน-เดือน-ปี สถานที่/
-------	----------------------------	-----------------	---



ที่			จังหวัด/ประเทศที่จัด / เลขหน้า
1	สิรินาถ อมตพันธ์วัลลภา พัฒนา และ สุธี ไฉ่วศิริ	ทัศนคติและค่านิยมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่ส่งผลต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในนครศรีธรรมราช	การประชุมวิชาการระดับชาติเนเรศวรวิจัย ครั้งที่ 13 วันที่ 20 - 21 กรกฎาคม 2560 ณ อาคารเอกาทศรถมมหาวิทยาลัยนเรศวร หน้า 1107 - 1116
2	วาสนา ละอองพันธ์วัลลภา พัฒนา และยุพภรณ์อุไรรัตน์	พฤติกรรมของผู้บริโภคกาแฟในอำเภอเมืองจังหวัดสงขลา	การประชุมวิชาการระดับชาติเนเรศวรวิจัย ครั้งที่ 13 วันที่ 20 - 21 กรกฎาคม 2560 ณ อาคารเอกาทศรถมมหาวิทยาลัยนเรศวร หน้า 1207-1216
3	ธิดารัตน์ เป็นไชยวัลลภาพัฒนาและ สุธีไฉ่วศิริ	ปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตั้งใจซื้อบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภาคใต้ของประเทศไทย	การประชุมวิชาการระดับชาติ ม.อ. ตรัง วิจัย ประจำปี 2561 วันที่ 29 - 30 มีนาคม 2561 หน้า 159 - 167
4	วัลลภาพัฒนาและวีระศักดิ์ตุลยาพร	ผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจในบทบาทคนกลางของประเทศไทยต่อระบบตลาดผักและผลไม้ของไทยในมาเลเซียและสิงคโปร์ภายใต้กรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากรปีที่ 39 ฉบับที่ 2 มีนาคม - เมษายน 2562 หน้า 79 - 97
5	ชนิษฐาแก้วรัตนะวัลลภา พัฒนาและ สุธี ไฉ่วศิริ	ปัจจัยในการสร้างความจงรักภักดีกรณีศึกษา โรงแรมบีพีแกลนด์ สวิตหาดใหญ่	การประชุมระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 1 ประจำปี 2562 เรื่อง "เครือข่ายนวัตกรรมและงานสร้างสรรค์ 2019" วันที่ 17 มิถุนายน 2562 ณ อาคารเฉลิมพระเกียรติมหาวิทยาลัยราชภัฏวชิราวุธราชวิทยาลัยนครินทร์ หน้า 172 - 190
6	ขวัญใจ เศรษฐช่วยวัลลภาพัฒนาและ นัยนาไฉ่วศิริ	ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยในภาคใต้ตอนบน	การประชุมวิชาการทางธุรกิจและนวัตกรรมทางการจัดการระดับชาติประจำปี 2562 วันที่ 21 กันยายน 2562 ณ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น หน้า 543 - 548



7	วัลลภา พัฒนาและอันธิกา ทิพย์ จำนงค์	คุณค่าตราสินค้าส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ OTOF ในเขตจังหวัดสงขลา	วารสารศรีนครินทร์วิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์) ปีที่ 12 ฉบับที่ 23 มกราคม - มิถุนายน 2563 หน้า 63 - 72
8	ธัญภรณ์ คำจตุพิเชษฐ์ พรหมใหม่ และสุริยา นิตยมี	ความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์จากชาใบช่อกุ่มชุมชน ท่าเมรุ ตำบลบางกล้า อำเภอบางกล่ำ จังหวัดสงขลา	การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 10 วันที่ 12 กรกฎาคม 2562 ณ มหาวิทยาลัยมหาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลาหน้า 1266 - 1283
9	สุทธยาสมสุข สุภภัทร อำพันสุขโข และ ธัญภรณ์ คำจตุ	การให้บริการการท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองแห	วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - มิถุนายน 2561 หน้า 43 - 60
10	พัชรี ทิพย์ประชา และบุสรินทร์ คูนิอาจ	กลยุทธ์การตลาดสำหรับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ศรีวิชัยสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน	การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติมหาวิทยาลัยศรีปทุม ครั้งที่ 15 ประจำปี 2563 วันที่ 18 ธันวาคม 2563 หน้า 575 - 582
11	บุสรินทร์ คูนิอาจและวีรารวรรณ มารังกูร	Marketing mix relate to tourism motivations of international tourists to participate Thai Boxing activity in Phuket Province	International Academic Multidisciplinary Research Conference 2018 ณ เมืองออสโลประเทศนอร์เวย์ (25 - 27 กรกฎาคม 2561) หน้า 251 - 258
12	บุสรินทร์ คูนิอาจและวีรารวรรณ มารังกูร	Marketing mix relate to tourism motivations of international tourists to participate Thai Boxing activity in Phuket Province	International Academic Multidisciplinary Research Conference 2018 ณ เมืองออสโลประเทศนอร์เวย์ (25 - 27 กรกฎาคม 2561) หน้า 251 - 258
13	อรพรรณ จันทร์อินทร์สุภภัทร อำพันสุขโขและเพ็ญพิศศรี ประเสริฐ	แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของ จังหวัดสงขลาเพื่อรองรับการเปิดเสรีทางการค้าของ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	ราชภัฏเพชรบูรณ์สาร ปีที่ 18 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2559 หน้า 89 - 96
14	สุทธยาสมสุขสุภภัทร อำพันสุขโขและ ธัญภรณ์ คำจตุ	การให้บริการการท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองแห	วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - มิถุนายน 2561 หน้า 43 - 60



15	อันธกาทิพย์จำนงค์และมนต์ทนา คงแก้ว	The Decision Making Process towards Thai Traditional Massage of the Government Medical Health Service in Songkhla Province	International Academic Multidisciplinary Research Conference 2018 ณ เมืองออสโลประเทศนอร์เวย์ (25 - 27 กรกฎาคม 2561) หน้า 259 - 267
16	ชวณพิศเจयाคม และอันธกา ทิพย์จำนงค์	วผลกระทบของวัฒนธรรมองค์การและความสามารถทางการบริหารจัดการที่มีผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานบุคคลภายใต้การแข่งขันในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานครปีที่ 14 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2560) หน้า 137 - 158
17	วีราวรรณมารังกูร และอันธกา ทิพย์จำนงค์	The Relationship Between Marketing Promotion of Historical Tourism and Tourist Motivation of Domestic Tourists : Case Study of Koh Yoh, Songkhla Province, Thailand	Journal of Tourism and Hospitality Management Jan-Feb 2017, Vol.5, No 1, 25-37
18	สุทธยา สมสุขสุวรรณ อัมพันธ์สุขโข และธันยาภรณ์ คำจตุติ	การให้บริการการท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองแห	วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - มิถุนายน 2561 หน้า 43 - 60
19	สุทธยาสมสุข	พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ	วารสารปาริชาติมหาวิทยาลัยทักษิณ ปีที่ 33 ฉบับที่ 1 มกราคม - เมษายน 2563 หน้า 62 - 77
20	วาสนา ละอองพันวัลลภา พัฒนาและยุพภรณ์อุไรรัตน์	พฤติกรรมของผู้บริโภคกาแฟในอำเภอเมืองจังหวัดสงขลา	การประชุมวิชาการระดับชาติเนเรศวรครั้งที่ 13 วันที่ 20 - 21 กรกฎาคม 2560 ณ อาคารเอกาทศรถมหาวิทยาลัยเนเรศวร หน้า 1207-1216
21	กรทัช สรภกิจศักดิ์ดา พิเชษฐุ์ พรหมใหม่ และยุพภรณ์อุไรรัตน์	รูปแบบธุรกิจสถานที่พักผ่อนระหว่างการเดินทางบนเส้นทาง 1330-1338 จังหวัดเชียงราย	การประชุมระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 1 ประจำปี 2562 เรื่อง "เครือข่ายนวัตกรรมและงานสร้างสรรค์ 2019" วันที่ 17 มิถุนายน 2562 ณ อาคารเฉลิมพระเกียรติมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ หน้า 36 - 43



22	วิไลพร พึ่งเกียรติไพบูลย์ยุทธภรณ์อุไรรัตน์และพิเชษฐ์พรหมใหม่	ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจังหวัดภาคใต้ชายแดนของประเทศไทย	การประชุมวิชาการระดับชาติ "วลัยลักษณ์วิจัย" ครั้งที่ 11 วันที่ 27 - 28 มีนาคม 2562 หน้า
23	ประณิธาน วารีกุล พิเชษฐ์ พรหมใหม่ และยุทธภรณ์ อุไรรัตน์	คุณภาพการให้บริการของธุรกิจอพาร์ทเมนต์ในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา	การประชุมทางวิชาการระดับชาติ ด้านวิทยาการจัดการสาขาวิทยาการจัดการ ครั้งที่ 6 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช วันที่ 24 สิงหาคม 2562 หน้า 177 - 182
24	ปรีชญา ชุมศรี และยุทธภรณ์ อุไรรัตน์	ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อนโยบายการพัฒนาองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา	การประชุมวิชาการระดับชาติมหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช ครั้งที่ 11 ประจำปี 2562 วันที่ 24 - 26 กรกฎาคม 2562 ณ จังหวัดเชียงใหม่ หน้า 121- 133
25	ธัญยาภรณ์ คำจตุติ พิเชษฐ์ พรหมใหม่ และสุริยานิตย์มี	ความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์จากชาใบชุก่อกลุ่มชุมชนท่าเมรุ ตำบลบางกล้า อำเภอบางกล่ำ จังหวัดสงขลา	การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 10 วันที่ 12 กรกฎาคม 2562 ณ มหาวิทยาลัยมหาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลาหน้า 1266 - 1283



ส่วนที่ 5 : ภาพกิจกรรมการดำเนินงาน





