



# รายงานการประเมินตนเองระดับหลักสูตร

(Self – Assessment report: SAR)

ประจำปีการศึกษา 2565

บริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล

คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์

มหาวิทยาลัยพะเยา

## คำนำ

รายงานการประเมินตนเอง บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2565 ฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อแสดงผลการดำเนินงานของหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ ตามองค์ประกอบและเกณฑ์การประกันคุณภาพระดับหลักสูตร CUPT QA ของ ที่ประชุมอธิการบดีแห่งประเทศไทย (ทปอ.) ประกอบด้วย องค์ประกอบที่ 1 การกำกับมาตรฐาน ตัวบ่งชี้ที่ 1.1 การบริหารจัดการหลักสูตรตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรที่กำหนดโดยสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร พ.ศ. 2558 และ องค์ประกอบที่ 2 การพัฒนาคุณภาพหลักสูตรตามเกณฑ์ AUN-QA ระดับหลักสูตร สำคัญของรายงานการประเมินตนเอง ระดับหลักสูตร มหาวิทยาลัยพะเยา ปีการศึกษา 2564 ฉบับนี้ แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ส่วนที่ 1 โครงร่างหลักสูตร (Program Profile) ส่วนที่ 2 ผลการดำเนินงานตามตัวบ่งชี้ ส่วนที่ 3 สรุปผลการประเมินตนเอง และส่วนที่ 4 ภาคผนวก

บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์) หวังเป็นอย่างยิ่งว่า รายงานการประเมินตนเอง ระดับหลักสูตร มหาวิทยาลัยพะเยา ปีการศึกษา 2565 ฉบับนี้ จะเป็นเอกสารสำคัญที่แสดงผลการดำเนินงานที่คำนึงถึงคุณภาพในการจัดการศึกษาที่จะนำไปสู่การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดความเชื่อมั่น และความมั่นใจในมาตรฐานและคุณภาพของบัณฑิตของมหาวิทยาลัยพะเยา

.....  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประกอบศิริ ภัคดีพิณิจ)

( กรกฎาคม 2566)

## สารบัญ

	หน้า
คำนำ	2
สารบัญ	3
สารบัญตาราง	
สารบัญแผนภูมิ	
สารบัญรูปภาพ	
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	4
วิสัยทัศน์ พันธกิจของมหาวิทยาลัยพะเยา	
<b>ส่วนที่ 1 โครงร่างหลักสูตร (Program Profile)</b>	
ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร	7
ผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร (ELO)	8
โครงสร้างหลักสูตร	
<b>ส่วนที่ 2 ผลการดำเนินงานตามตัวบ่งชี้ CUPT QA ตามเกณฑ์ AUN QA ระดับหลักสูตร</b>	
องค์ประกอบที่ 1 การกำกับมาตรฐาน	
องค์ประกอบที่ 2 การพัฒนาคุณภาพหลักสูตรตามเกณฑ์ AUN-QA ระดับหลักสูตร	
AUN. 1 Expected Learning Outcomes	22
AUN. 2 Programme Structure and Content	37
AUN. 3 Teaching and Learning Approach	54
AUN. 4 Student Assessment	72
AUN. 5 Academic Staff	84
AUN. 6 Student Support Services	92
AUN. 7 Facilities and Infrastructure	115
AUN. 8 Output and Outcomes	122
<b>ส่วนที่ 3 สรุปผลการประเมินตนเอง</b>	147
ตารางสรุปผลการประเมินตนเอง ระดับหลักสูตร ตามเกณฑ์ สกอ. และ AUN QA	
รายงานจุดเด่น และจุดที่ควรพัฒนา	
<b>ส่วนที่ 4 ภาคผนวก</b>	156

รายการหลักฐานอ้างอิง



## บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

ในปีการศึกษา 2565 บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา ได้เปิดสอนในระดับปริญญาตรี มีนิสิตเท่ากับ 342 คน อาจารย์ประจำ 6 คน คณาจารย์มีตำแหน่งทางวิชาการระดับผู้ช่วยศาสตราจารย์ จำนวน 1 คน โดยคณาจารย์ที่มีวุฒิปริญญาเอกหรือเทียบเท่าจำนวน 2 คน

ผลการประเมินทั้ง 2 องค์กรประกอบ 11 ตัวบ่งชี้ พบว่า ในภาพรวม มีระดับการประเมินเท่ากับ 4 เมื่อพิจารณาเป็นรายองค์ประกอบ ได้แก่

องค์กรประกอบที่ 1 การกำกับมาตรฐาน เป็นไปตามเกณฑ์

องค์กรประกอบที่ 2 การพัฒนาคุณภาพหลักสูตรตามเกณฑ์ AUN-QA ระดับหลักสูตร

AUN. 1 Expected Learning Outcomes	ระดับ .....4.....
AUN. 2 Programme Structure and Content	ระดับ .....4.....
AUN. 3 Teaching and Learning Approach	ระดับ .....4.....
AUN. 4 Student Assessment	ระดับ .....4.....
AUN. 5 Academic Staff	ระดับ .....4.....
AUN. 6 Student Support Services	ระดับ .....4.....
AUN. 7 Facilities and Infrastructure	ระดับ .....4.....
AUN. 8 Output and Outcomes	ระดับ .....4.....

### จุดเด่น และจุดที่ควรพัฒนา

#### จุดเด่น

1. มีกระบวนการกำหนด Expected Learning Outcomes และ Programme Structure and Content ที่ชัดเจน สอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
2. รูปแบบการเรียนการสอน การประเมินที่หลากหลาย มีภาคีความร่วมมือจำนวนมาก
3. บัณฑิตมีฐานเงินเดือนเฉลี่ยสูงกว่าที่รัฐบาลประกาศ 31.33%

#### จุดที่ควรพัฒนา

1. การเพิ่มทางเลือกความชำนาญของศาสตร์ย่อยในหลักสูตร (minor)
2. ....
3. ....

ส่วนที่ 1  
โครงร่างหลักสูตร  
(Program Profile)

## ส่วนที่ 1

### โครงร่างหลักสูตร (Program Profile)

1. ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร<sup>1</sup>
2. ผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร (ELO)
3. โครงสร้างหลักสูตร (แบบกระชับ)

#### 1.1 ปรัชญาหลักสูตร

“การตลาดดิจิทัล สร้างบุคลากรทางการตลาดเพื่อสังคมสู่สากล”

#### 1.2 ความสำคัญ

ในมุมมองทางการตลาด การเปลี่ยนแปลงคือโอกาส ในสถานการณ์ที่มีเปลี่ยนแปลงใดๆก็ตาม มักจะมีโอกาสใหม่ๆเกิดขึ้นเสมอ ปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญในหลายๆด้านทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจ เทคโนโลยี ไปจนถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคสิ่งเหล่านี้ไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะในประเทศไทย แต่กำลังเกิดขึ้นกับทุกประเทศทั่วโลกการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นดังกล่าวทำให้บางอย่างลดความสำคัญและไม่เหมาะกับการดำเนินชีวิตในปัจจุบันและจะหายไปในอนาคตอันใกล้(Disruption) ในขณะที่เดียวการตลาดก็มองว่าผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงเข้าสู่การดำเนินชีวิตรูปแบบใหม่ และจะเกิดโอกาสใหม่ๆ เพื่อรองรับความต้องการใหม่ๆของผู้บริโภค การเปลี่ยนแปลงเข้าสู่วิถีชีวิตใหม่นี้นำไปสู่กำลังซื้ออย่างมากมายมหาศาล โดยเฉพาะคนยุค Millennial และ Gen Z ที่มีพฤติกรรมแตกต่างจากคนรุ่นก่อนมาก ชอบประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ยากต่อการเข้าถึงหรือเข้าใจในพฤติกรรม ชอบใช้โซเชียลมีเดียและให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์บนโลกออนไลน์ ชอบความยุติธรรม โปร่งใส ชอบคิดวิธีการหาเงินตั้งแต่อายุน้อยและให้ความสำคัญกับสินค้าที่ดีที่สุด คุ่มค่าที่สุด และเหมาะสมกับตัวเองที่สุด

สำหรับภาคธุรกิจที่กำลังปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจ เทคโนโลยี ไปจนถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคนั้นได้ใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเป็นแนวทางการขยายตัวภาคธุรกิจซึ่งให้ความสำคัญในยุทธศาสตร์ต่างๆในแผนฯ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ความเข้มแข็งภาคเกษตรความมั่นคงของอาหารและพลังงาน ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน ยุทธศาสตร์การสร้างเชื่อมโยงกับประเทศในภูมิภาคเพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม ยุทธศาสตร์การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนเพื่อให้องค์กรธุรกิจมีความเข้มแข็งและอยู่รอด รวมถึงผลักดันธุรกิจ ให้ก้าวไปสู่การค้าระดับสากล

<sup>1</sup> ข้อ 1 – 3 ให้ทุกหลักสูตรอธิบายรายละเอียดของโครงร่างหลักสูตร (Program Profile) ประมาณ 1 – 2 หน้า โดยให้ครอบคลุมเนื้อหา มีความเชื่อมโยงเกี่ยวข้องกับหลักสูตร

และเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลกมากขึ้น ในสภาพการแข่งขันของธุรกิจที่ทวีความรุนแรงขึ้น ศาสตร์ทางด้านการตลาดยังมีความสำคัญในการสร้างความรุ่งเรืองให้กับองค์กรธุรกิจ และสามารถนำพาธุรกิจไปสู่ความเป็นผู้นำ ศาสตร์ทางด้านการตลาดสามารถสร้างโอกาสจากสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง ศาสตร์ทางด้านการตลาดยังสามารถทำให้องค์กรธุรกิจดำรงอยู่รอดได้ในสถานการณ์คับขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการถูกคุกคามจากคู่แข่งทางตรงหรือคู่แข่งทางอ้อมก็ตาม นอกจากนี้การตลาดยังสามารถประยุกต์กับศาสตร์อื่นๆ ตลอดจนสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ ดังนั้นศาสตร์การตลาดจึงเป็นกระบวนการการคิด วิเคราะห์ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า บริการ และองค์รวมถึงชุมชนสังคม โดยที่ผู้บริโภคก็ซาบซึ้งถึงคุณค่านั้นด้วย

สำหรับสาขาวิชาการตลาดดิจิทัล คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา ได้มีเครือข่ายและข้อตกลงความร่วมมือกับองค์กรเอกชนในเรื่องการบูรณาการกิจกรรมการเรียนการสอน การพัฒนาหลักสูตรให้ตอบโจทย์ผู้ประกอบการ การฝึกงานและสหกิจศึกษา เช่น โครงการบัณฑิตพรีเมียมร่วมกับหลายองค์กรได้แก่ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) บริษัท เบทาโกร จำกัด (มหาชน) บริษัท สยามแมคโคร จำกัด (มหาชน) บริษัท เดลิเวอรี่ ฮีโร่ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท เน็กซ์เทคฟีด จำกัด บริษัท อังกฤษตรางู (แอล.พี) จำกัด บริษัท เซ็นทรัล ฟู้ด รีเทล จำกัด บริษัท สิงห์คอร์เปอเรชั่น จำกัด บริษัท เพนกวิน กรุ๊ป จำกัด บริษัท ไทโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด บริษัท อวาล์ เดย์ เฮาส์ จำกัด (บริษัท สตาร์ทอัพ) และสมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย ที่เปรียบเสมือนพันธมิตรทางยุทธศาสตร์ ที่ร่วมกันกำหนดเนื้อหา ลำดับรายวิชา และกระบวนการการเรียนการสอน รวมไปถึงกิจกรรมเสริมหลักสูตรต่างๆ ที่ส่งผลให้ผู้เรียนได้ผลการเรียนรู้ตามที่ระบุไว้ในเล่มหลักสูตร และยังมีศิษย์เก่าที่เป็นนักการตลาดดิจิทัลและประกอบธุรกิจด้านออนไลน์อีก 7 ราย ที่มีรายได้จากการทำธุรกิจปีละ 5-25 ล้านบาทต่อปี ที่สามารถให้คำปรึกษาและสนับสนุนการเรียนการสอนให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไป

ดังนั้น สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา ได้เห็นถึงความสำคัญถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นข้างต้น และได้ประเมินตนเองในเรื่องของความพร้อมและปัจจัยสนับสนุนต่างๆ อย่างรอบด้าน จึงได้ทำการพัฒนาหลักสูตรสาขาวิชาการตลาดดิจิทัลขึ้น เพื่อสร้างองค์ความรู้ทางด้านการตลาดยุคใหม่ ให้กับบัณฑิตที่เหมาะสมกับความต้องการของตลาดแรงงานในอนาคต โดยบัณฑิตมีเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) เพื่อวิจัย พัฒนาและส่งมอบสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพสู่สังคม มีแนวคิดเรื่องการเรียนรู้เพื่อการเปลี่ยนแปลง (Transformative Learning) เพื่อให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทางด้านธุรกิจและเข้าใจถึงพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ที่เกิดขึ้น และยังสามารถสื่อสารข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งออนไลน์และออฟไลน์ สามารถวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์และนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานทางการตลาดอย่างมีคุณธรรมและจริยธรรม ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

### 1.3 วัตถุประสงค์

1.3.1 เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ ความสามารถทางการตลาดและการตลาดดิจิทัล สามารถประยุกต์และบูรณาการความรู้ทางวิชาการ ในการสร้างสรรค์ผลงานให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง องค์กร และสังคม

1.3.2 เพื่อผลิตบัณฑิตสาขาวิชาการตลาดดิจิทัลที่มีศักยภาพและประสิทธิภาพมีความสามารถในการพัฒนาตนเอง สามารถเรียนรู้สิ่งใหม่ มีความสามารถในการแข่งขันรอบด้านและสามารถรับมือเผชิญกับปัญหาที่เกิดขึ้นจริงในการทำธุรกิจได้

1.3.3 เพื่อผลิตบัณฑิตสาขาวิชาการตลาดดิจิทัลให้มีคุณธรรมจริยธรรมมีความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติหน้าที่ มีระเบียบวินัยในการปฏิบัติงานและมีสำนึกในจรรยาบรรณแห่งอาชีพ

1.3.4 เพื่อผลิตบัณฑิตสาขาวิชาการตลาดดิจิทัลที่มีความรู้ความสามารถในการใช้เครื่องมือดิจิทัลในการทำวิจัยทางการตลาดสามารถออกแบบ เลือกวิธีการวิจัย รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ผล ข้อมูลและสื่อสารข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## 2. ผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร (ELO)

1. บัณฑิตมีความรู้ทางการตลาดดิจิทัล และสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ทางวิชาการได้
2. บัณฑิตสามารถสร้างสรรค์ผลงานที่บูรณาการศาสตร์ทางการตลาดดิจิทัลให้เกิดประโยชน์เพื่อรับมือเผชิญกับปัญหาที่เกิดขึ้นจริงในการทำธุรกิจได้
3. บัณฑิตสามารถใช้เครื่องมือทางการตลาดดิจิทัลในการวางแผนและวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด ตัดสินใจทางการตลาดหรือทำวิจัยทางการตลาด เพื่อส่งมอบข้อมูลทางการตลาดให้กับผู้บริโภครได้
4. บัณฑิตสามารถถ่ายทอด นำเสนอแนวคิด แผนการตลาด และสื่อสารข้อมูลให้กับผู้บริโภครได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## 3. โครงสร้างหลักสูตร (แบบกระชับ)

1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	30 หน่วยกิต
1.1 หมวดวิชาศึกษาทั่วไปบังคับ	
1.2 หมวดวิชาศึกษาทั่วไปเลือก	
2. หมวดวิชาเฉพาะ	
2.1 กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	24 หน่วยกิต
2.2 กลุ่มวิชาเอก	
2.2.1 วิชาเอกบังคับ	46 หน่วยกิต
2.2.2 วิชาเอกเลือก	15 หน่วยกิต
2.2.3 วิชาการศึกษาอิสระ การฝึกงานและสหกิจศึกษา	6 หน่วยกิต
3. หมวดวิชาเลือกเสรี	6 หน่วยกิต

รวม (หน่วยกิต)

127 หน่วยกิต

## ส่วนที่ 2

ผลการดำเนินงานตามตัวบ่งชี้

**รายงานผลการดำเนินงานของหลักสูตรตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร  
สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.)**

ตารางสรุปผลการดำเนินงานตามเกณฑ์การประเมินองค์ประกอบที่ 1

สถานที่จัดการเรียนการสอน มหาวิทยาลัยพะเยา

เกณฑ์การประเมิน  เกณฑ์ปี 2548  เกณฑ์ปี 2558

ประเภทหลักสูตร (สำหรับเกณฑ์ปี 2558)

วิชาการ  ปฏิบัติการหรือวิชาชีพ

การกำกับให้เป็นไปตามมาตรฐาน

ข้อ	เกณฑ์การประเมิน	ผลการดำเนินงาน
1	จำนวนอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	เป็นไปตามเกณฑ์
2	คุณสมบัติของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	เป็นไปตามเกณฑ์
3	คุณสมบัติของอาจารย์ประจำหลักสูตร	เป็นไปตามเกณฑ์
4	คุณสมบัติของอาจารย์ผู้สอน	เป็นไปตามเกณฑ์
5	คุณสมบัติของ อาจารย์ผู้สอน ที่เป็นอาจารย์พิเศษ (ถ้ามี)	-
6	คุณสมบัติของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลักและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	-
7	คุณสมบัติของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม (ถ้ามี)	-
8	อาจารย์ผู้สอบวิทยานิพนธ์	-
9	คุณสมบัติอาจารย์ผู้สอบวิทยานิพนธ์	-
10	การตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานของผู้สำเร็จการศึกษา	-
11	ภาระงานอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และการค้นคว้าอิสระในระดับบัณฑิตศึกษา	-
12	การปรับปรุงหลักสูตรตามรอบระยะเวลาของหลักสูตร หรือทุกรอบ 5 ปี	เป็นไปตามเกณฑ์

หมายเหตุ สำหรับหลักสูตรระดับปริญญาตรี ประเมินใน 6 ประเด็นตามข้อ 1, 2, 3, 4, 5 และ 12

สรุปผลการดำเนินงานองค์ประกอบที่ 1 ตามเกณฑ์ข้อ 1 – 12

เป็นไปตามเกณฑ์

ข้อสังเกต.....

### ผลการกำกับมาตรฐาน

#### เกณฑ์ข้อ 1 จำนวนอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

(ปริญญาดุษฎี) จำนวนอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 5 คนและเป็นอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร เกินกว่า 1 หลักสูตรไม่ได้และประจำหลักสูตรตลอดระยะเวลาที่จัดการศึกษาตามหลักสูตรนั้น

เป็นไปตามเกณฑ์

#### ผลการดำเนินการกำกับมาตรฐาน

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มีจำนวนอาจารย์ผู้รับผิดชอบ 3 คน และมีอาจารย์ประจำหลักสูตร 6 คน และไม่มีผู้ได้รับผิดชอบหลักสูตรเกินกว่า 1 หลักสูตรและประจำหลักสูตรตลอดระยะเวลาที่จัดการศึกษาตามหลักสูตร

จำนวนอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร / คุณสมบัติของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร / คุณสมบัติของอาจารย์ประจำหลักสูตร (ตัวบ่งชี้ 1.1 เกณฑ์ข้อ 1, 2, 3)

#### อาจารย์ประจำหลักสูตร ในมคอ. 2

ชื่ออาจารย์ประจำหลักสูตร	ตำแหน่งทางวิชาการ	วุฒิการศึกษาสูงสุด	คุณวุฒิ (สาขาวิชา)	ประเภท <<อาจารย์ผู้รับผิดชอบหรืออาจารย์ประจำหลักสูตร>>	ผลงานทางวิชาการเป็นไปตามเกณฑ์	หมายเหตุ
1.นายกมลพงษ์ รัตนสงวนวงศ์	-	ป. โท	เทคโนโลยี อินเทอร์เน็ต และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	ผู้รับผิดชอบ	✓	ประธานหลักสูตร
2. นายคณิสส์ คณิสราพรพงศ์	-	ป. โท	การตลาด	ผู้รับผิดชอบ	✓	



3. นายบุรินทร์ บัณฑิตวงค์	-	ป. โท	International Business	ผู้รับผิดชอบ	✓	
4. ดร. กิตติศักดิ์ ศรีไพโรจน์	-	ป. เอก	บริหารธุรกิจ	ประจำหลักสูตร	✓	
5. ดร. ธัญทิพย์ คลุโยธิน	-	ป. เอก	การตลาด	ประจำหลักสูตร	✓	
6. นายชาญชัย พรหมมี	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ป. โท	บริหารธุรกิจ	ประจำหลักสูตร	✓	ลาศึกษาต่อ

### อาจารย์ประจำหลักสูตร ณ สิ้นปีการศึกษาที่ประเมิน

ชื่ออาจารย์ประจำหลักสูตร	ตำแหน่งทางวิชาการ	วุฒิการศึกษาสูงสุด	คุณวุฒิ (สาขาวิชา)	ประเภท <<อาจารย์ผู้รับผิดชอบหรืออาจารย์ประจำหลักสูตร>>	ผลงานทางวิชาการเป็นไปตามเกณฑ์	หมายเหตุ
1.นายกมลพงศ์ รัตนสงวนวงศ์	-	ป. โท	เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	ผู้รับผิดชอบ	✓	ประธานหลักสูตร
2.นายคณิตส์ คณิสราพรพงศ์	-	ป. โท	การตลาด	ผู้รับผิดชอบ	✓	
3.นายบุรินทร์ บัณฑิตวงค์	-	ป. โท	International Business	ผู้รับผิดชอบ	✓	
4. นายชาญชัย พรหมมี	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ป. โท	บริหารธุรกิจ	ประจำหลักสูตร	✓	ลาศึกษาต่อ
5. ดร. ธัญทิพย์ คลุโยธิน	-	ป. เอก	การตลาด	ประจำหลักสูตร	✓	
6. ดร. กิตติศักดิ์ ศรีไพโรจน์	-	ป. เอก	การตลาด	ประจำหลักสูตร	✓	

### เกณฑ์ข้อ 2 คุณสมบัติของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

(ปริญญาตรี) คุณสมบัติของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร มีคุณวุฒิปริญญาโทหรือเทียบเท่า หรือดำรงตำแหน่งทางวิชาการไม่ต่ำกว่าผู้ช่วยศาสตราจารย์ และมีผลงานทางวิชาการ 1 รายการใน 5 ปี ย้อนหลัง

(ปริญญาตรี เพิ่มเติมเฉพาะหลักสูตรปฏิบัติการหรือวิชาชีพ) อาจารย์ 2 ใน 5 คน ต้องมีประสบการณ์ ในด้านการปฏิบัติการ

เป็นไปตามเกณฑ์

#### ผลการดำเนินการกำกับมาตรฐาน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มีคุณวุฒิปริญญาโท 4 ท่านและปริญญาเอก 1 ท่าน และ ทุกท่านมีผลงานทางวิชาการ 1 รายการใน 5 ปี ย้อนหลัง

ชื่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	จำนวนโครงการวิจัย					
	2560	2561	2562	2563	2564	2565
1.นายกมลพงศ์ รัตนสงวนวงศ์	1	1	1	1		3
2. นายคณิตส์ คณิสราพรพงศ์			1	1		1
3. นายบุรินทร์ บัณฑิตวงค์			1	1		1
4. นายชาญชัย พรหมมี			1	4		
5. ดร. ธัญทิพย์ คฤหโยธิน		1	3		1	1
6.ดร. กิตติศักดิ์ ศรีไพโรจน์				1	1	1

ชื่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	จำนวนผลงานทางวิชาการ					
	2560	2561	2562	2563	2564	2565
1.นายกมลพงศ์ รัตนสงวนวงศ์	1	1	1	1		2
2. นายคณิตส์ คณิสราพรพงศ์			1	1		
3. นายบุรินทร์ บัณฑิตวงค์			1	1		
4. นายชาญชัย พรหมมี			1	4		1
5. ดร. ธัญทิพย์ คฤหโยธิน		1	3		1	
6.ดร. กิตติศักดิ์ ศรีไพโรจน์				1	1	

### เกณฑ์ข้อ 3 คุณสมบัติของอาจารย์ประจำหลักสูตร

(ปริญญาตรี) คุณสมบัติของอาจารย์ประจำหลักสูตร มีคุณวุฒิปริญญาโทหรือเทียบเท่า หรือ ดำรงตำแหน่งทางวิชาการไม่ต่ำกว่าผู้ช่วยศาสตราจารย์ และ มีผลงานทางวิชาการ 1 รายการใน 5 ปี ย้อนหลัง

เป็นไปตามเกณฑ์

#### ผลการดำเนินการกำกับมาตรฐาน

อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มีคุณวุฒิปริญญาโท 4 ท่านและปริญญาเอก 2 ท่าน และ ทุกท่านมีผลงานทางวิชาการอย่างน้อย 1 รายการใน 5 ปี ย้อนหลัง

ทั้งนี้ในปี 2565 อาจารย์ชาญชัย พรหมมี ได้ตำแหน่งทางวิชาการเป็นผู้ช่วยศาสตราจารย์เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ซึ่งเป็นไปตามแผนการพัฒนาของสาขาวิชา และในปี 2566 ดร. ัญญัติย์ ศฤทธิโยธินได้เข้าสู่กระบวนการขอตำแหน่งทางวิชาการเรียบร้อยแล้ว

### เกณฑ์ข้อ 4 คุณสมบัติของอาจารย์ผู้สอน

(ปริญญาตรี) คุณสมบัติของอาจารย์ผู้สอน ที่เป็นอาจารย์ประจำ มีคุณวุฒิปริญญาโทหรือเทียบเท่า หรือดำรงตำแหน่งทางวิชาการไม่ต่ำกว่าผู้ช่วยศาสตราจารย์ ในสาขาวิชานั้นหรือสาขาวิชาที่สัมพันธ์กันหรือสาขาวิชาของรายวิชาที่สอนรายละเอียด

เป็นไปตามเกณฑ์

#### ผลการดำเนินการกำกับมาตรฐาน

อาจารย์ผู้สอนประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มีคุณวุฒิปริญญาโท 4 ท่านและปริญญาเอก 2 ท่าน และ มีผลงานทางวิชาการอย่างน้อย 1 รายการใน 5 ปี ย้อนหลัง

### เกณฑ์ข้อ 5 คุณสมบัติของ อาจารย์ผู้สอน ที่เป็นอาจารย์พิเศษ (ถ้ามี)

(ปริญญาตรี) คุณสมบัติของ อาจารย์ผู้สอน ที่เป็นอาจารย์พิเศษ (ถ้ามี) มีคุณวุฒิปริญญาโท หรือคุณวุฒิปริญญาตรีหรือเทียบเท่าและมีประสบการณ์ทำงานที่เกี่ยวข้องกับวิชาที่สอนไม่น้อยกว่า 6 ปี ทั้งนี้ มีชั่วโมงสอนไม่เกินร้อยละ 50 ของรายวิชา โดยมีอาจารย์ประจำเป็นผู้รับผิดชอบรายวิชานั้น

เป็นไปตามเกณฑ์

#### ผลการดำเนินการกำกับมาตรฐาน

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ไม่มีอาจารย์พิเศษ

**ตารางอาจารย์ที่ปรึกษาหลักวิทยานิพนธ์หลัก และอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ**

(ตัวบ่งชี้ 1.1 เกณฑ์ข้อ 6, 11)

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก วิทยานิพนธ์หลัก และอาจารย์ที่ ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	คุณวุฒิ/สาขาวิชา/ ปีที่สำเร็จการศึกษา	ประสบการณ์การทำวิจัย		ภาระงานอาจารย์ ที่ปรึกษา (จำนวนนักศึกษา ที่อาจารย์เป็นอาจารย์ ที่ปรึกษาหลัก)
		มี	ไม่มี	
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

**เกณฑ์ข้อ 6 คุณสมบัติของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลักและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ**

(ปริญญาโท) คุณสมบัติของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลักและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ 1. เป็นอาจารย์ประจำหลักสูตรที่มีคุณวุฒิปริญญาเอกหรือเทียบเท่า หรือ ชั้นต่ำปริญญาโทหรือเทียบเท่าและดำรงตำแหน่งทางวิชาการไม่ต่ำกว่ารองศาสตราจารย์ ในสาขาวิชานั้นหรือสาขาวิชาที่สัมพันธ์กัน และ 2. มีผลงานทางวิชาการอย่างน้อย 3 รายการใน 5 ปีย้อนหลัง โดยอย่างน้อย 1 รายการต้องเป็นผลงานวิจัย

(ปริญญาเอก) คุณสมบัติของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลักและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ 1. เป็นอาจารย์ประจำหลักสูตรที่มีคุณวุฒิปริญญาเอกหรือเทียบเท่า หรือ ชั้นต่ำปริญญาโทหรือเทียบเท่าและดำรงตำแหน่งทางวิชาการไม่ต่ำกว่ารองศาสตราจารย์ ในสาขาวิชานั้นหรือสาขาวิชาที่สัมพันธ์กัน และ 2. มีผลงานทางวิชาการอย่างน้อย 3 รายการใน 5 ปีย้อนหลัง โดยอย่างน้อย 1 รายการต้องเป็นผลงานวิจัย

เป็นไปตามเกณฑ์

**ผลการดำเนินการกำกับมาตรฐาน**

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดในปีการศึกษา 2565 ไม่มีนิสิตลงทะเบียนในรายวิชาการค้นคว้าอิสระ

### เกณฑ์ข้อ 11 ภาระงานอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และการค้นคว้าอิสระในระดับบัณฑิตศึกษา

(ปริญญาโท) ภาระงานอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และการค้นคว้าอิสระในระดับบัณฑิตศึกษา วิทยานิพนธ์ อาจารย์คุณวุฒิปริญญาเอก 1 คน ต่อ นักศึกษา 5 คน การค้นคว้าอิสระ อาจารย์คุณวุฒิปริญญาเอก 1 คน ต่อ นักศึกษา 15 คน หากเป็นที่ปรึกษาทั้ง 2 ประเภทให้เทียบสัดส่วนนักศึกษาที่ทำวิทยานิพนธ์ 1 คนเทียบเท่ากับ นักศึกษาที่ค้นคว้าอิสระ 3 คน หากอาจารย์คุณวุฒิปริญญาเอกและมีตำแหน่งทางวิชาการหรือปริญญาโทและตำแหน่งทางวิชาการระดับรองศาสตราจารย์ขึ้นไป 1 คน ต่อ นักศึกษา 10 คน

(ปริญญาเอก) ภาระงานอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และการค้นคว้าอิสระในระดับบัณฑิตศึกษา วิทยานิพนธ์ อาจารย์คุณวุฒิปริญญาเอก 1 คน ต่อ นักศึกษา 5 คน การค้นคว้าอิสระ อาจารย์คุณวุฒิปริญญาเอก 1 คน ต่อ นักศึกษา 15 คน หากเป็นที่ปรึกษาทั้ง 2 ประเภทให้เทียบสัดส่วนนักศึกษาที่ทำวิทยานิพนธ์ 1 คนเทียบเท่ากับ นักศึกษาที่ค้นคว้าอิสระ 3 คน หากอาจารย์คุณวุฒิปริญญาเอกและมีตำแหน่งทางวิชาการหรือปริญญาโทและตำแหน่งทางวิชาการระดับรองศาสตราจารย์ขึ้นไป 1 คน ต่อ นักศึกษา 10 คน

เป็นไปตามเกณฑ์

### ผลการดำเนินการกำกับมาตรฐาน

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดในปีการศึกษา 2565 ไม่มีการเรียนการสอนในระดับบัณฑิตศึกษา

### เกณฑ์ข้อ 7 คุณสมบัติอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

(ปริญญาโท) คุณสมบัติของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม (ถ้ามี) กรณี เป็นอาจารย์ประจำ ต้องมีคุณวุฒิปริญญาเอกหรือเทียบเท่า หรือ ขั้นต่ำปริญญาโทหรือเทียบเท่าและดำรงตำแหน่งทางวิชาการไม่ต่ำกว่ารองศาสตราจารย์ ในสาขาวิชานั้นหรือสาขาวิชาที่สัมพันธ์กัน และมีผลงานทางวิชาการอย่างน้อย 3 รายการใน 5 ปีย้อนหลัง โดยอย่างน้อย 1 รายการต้องเป็นผลงานวิจัย หรือ กรณี เป็นผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก 1. มีคุณวุฒิปริญญาเอกหรือเทียบเท่าและมีผลงานทางวิชาการที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในระดับชาติ ซึ่งตรงหรือสัมพันธ์กับหัวข้อวิทยานิพนธ์หรือการค้นคว้าอิสระไม่น้อยกว่า 10 เรื่อง หากไม่มีคุณวุฒิหรือประสบการณ์ตามที่กำหนดจะต้องมีความรู้ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์สูงเป็นที่ยอมรับซึ่งตรงหรือสัมพันธ์กับหัวข้อวิทยานิพนธ์หรือการค้นคว้าอิสระ โดยผ่านการเห็นชอบของสภาสถาบันและ  
แจ้ง กกอ ทราบ

(ปริญญาเอก) คุณสมบัติของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม (ถ้ามี) กรณี เป็นอาจารย์ประจำ ต้องมีคุณวุฒิปริญญาเอกหรือเทียบเท่า หรือ ขั้นต่ำปริญญาโทหรือเทียบเท่าและดำรงตำแหน่งทางวิชาการ ไม่ต่ำกว่ารองศาสตราจารย์ ในสาขาวิชานั้นหรือสาขาวิชาที่สัมพันธ์กัน และมีผลงานทางวิชาการอย่างน้อย 3 รายการใน 5 ปีย้อนหลัง โดยอย่างน้อย 1 รายการต้องเป็นผลงานวิจัย หรือ กรณี เป็นผู้ทรงคุณวุฒิ ภายนอก 1. มีคุณวุฒิปริญญาเอกหรือเทียบเท่าและมีผลงานทางวิชาการที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในระดับนานาชาติ ซึ่งตรงหรือสัมพันธ์กับหัวข้อวิทยานิพนธ์หรือการค้นคว้าอิสระไม่น้อยกว่า 5 เรื่อง หากไม่มีคุณวุฒิหรือประสบการณ์ตามที่กำหนดจะต้องมีความรู้ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์สูงเป็นที่ยอมรับ ซึ่งตรงหรือสัมพันธ์กับหัวข้อวิทยานิพนธ์หรือการค้นคว้าอิสระ โดยผ่านการเห็นชอบของสภาสถาบันและ แจ่ง กกอ ทราบ

เป็นไปตามเกณฑ์

#### ผลการดำเนินการกำกับมาตรฐาน

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดในปีการศึกษา 2565 ไม่มีการเรียนการสอน ในระดับบัณฑิตศึกษา

#### ตารางอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม (ถ้ามี) (ตัวบ่งชี้ 1.1 เกณฑ์ข้อ 7)

อาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ร่วม	คุณวุฒิ/ สาขาวิชา/ ปีที่สำเร็จ การศึกษา	ประสบการณ์การทำวิจัย		สถานภาพ	
		มี	ไม่มี	อาจารย์ ประจำ	ผู้ทรงคุณวุฒิ ภายนอก
1.					
2.					
3.					
4.					
5.					

#### เกณฑ์ข้อ 8 อาจารย์ผู้สอบวิทยานิพนธ์

(ปริญญาโท) อาจารย์ผู้สอบวิทยานิพนธ์ ประกอบด้วย อาจารย์ประจำหลักสูตรและผู้ทรงคุณวุฒิ จากภายนอกไม่น้อยกว่า 3 คน ประธานผู้สอบวิทยานิพนธ์ต้องไม่เป็นที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลักหรือที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

(ปริญญาเอก) อาจารย์ผู้สอบวิทยานิพนธ์ ประกอบด้วย อาจารย์ประจำหลักสูตรและผู้ทรงคุณวุฒิ จากภายนอกไม่น้อยกว่า 5 คน ประธานผู้สอบวิทยานิพนธ์ต้องเป็นผู้ทรงคุณวุฒิจากภายนอก

เป็นไปตามเกณฑ์

### ผลการดำเนินการกำกับมาตรฐาน

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดในปีการศึกษา 2565 ไม่มีการเรียนการสอน  
ในระดับบัณฑิตศึกษา

### ตารางอาจารย์ผู้สอบวิทยานิพนธ์ (ตัวบ่งชี้ 1.1 เกณฑ์ข้อ 8, 9)

อาจารย์ผู้สอบวิทยานิพนธ์	คุณวุฒิ/สาขาวิชา/ ปีที่สำเร็จการศึกษา	ประสบการณ์การทำวิจัย		สถานภาพ	
		มี (ตั้งแนบ :ระบุ เลข เอกสารอ้างอิง)	ไม่มี	อาจารย์ ประจำ	ผู้ทรง คุณวุฒิ ภายนอก
1.					
2.					
3.					
4.					
5.					

### เกณฑ์ข้อ 9 คุณสมบัติอาจารย์ผู้สอบวิทยานิพนธ์

(ปริญญาโท) คุณสมบัติอาจารย์ผู้สอบวิทยานิพนธ์ กรณี เป็นอาจารย์ประจำหลักสูตรต้องมีคุณวุฒิ  
ปริญญาเอกหรือเทียบเท่า หรือ ชั้นต่ำปริญญาโทหรือเทียบเท่าและดำรงตำแหน่งทางวิชาการไม่ต่ำกว่า  
รองศาสตราจารย์ ในสาขาวิชานั้นหรือสาขาวิชาที่สัมพันธ์กัน และมีผลงานทางวิชาการอย่างน้อย 3  
รายการใน 5 ปีย้อนหลัง โดยอย่างน้อย 1 รายการต้องเป็นผลงานวิจัย หรือ กรณี เป็นผู้ทรงคุณวุฒิ  
ภายนอก 1. มีคุณวุฒิปริญญาเอกหรือเทียบเท่าและมีผลงานทางวิชาการที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ใน  
ระดับชาติ ซึ่งตรงหรือสัมพันธ์กับหัวข้อวิทยานิพนธ์หรือการค้นคว้าอิสระไม่น้อยกว่า 10 เรื่อง หากไม่มี  
คุณวุฒิหรือประสบการณ์ตามที่กำหนดจะต้องมีความรู้ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์สูงเป็นที่ยอมรับ  
ซึ่งตรงหรือสัมพันธ์กับหัวข้อวิทยานิพนธ์หรือการค้นคว้าอิสระ โดยผ่านการเห็นชอบของสภาสถาบันและ  
แจ้ง กกอ ทราบ

(ปริญญาเอก) คุณสมบัติอาจารย์ผู้สอบวิทยานิพนธ์ กรณี เป็นอาจารย์ประจำหลักสูตรต้องมี  
คุณวุฒิปริญญาเอกหรือเทียบเท่า หรือ ชั้นต่ำปริญญาโทหรือเทียบเท่าและดำรงตำแหน่งทางวิชาการไม่ต่ำ  
กว่ารองศาสตราจารย์ ในสาขาวิชานั้นหรือสาขาวิชาที่สัมพันธ์กัน และมีผลงานทางวิชาการอย่างน้อย 3

รายการใน 5 ปีย้อนหลัง โดยอย่างน้อย 1 รายการต้องเป็นผลงานวิจัย หรือ กรณี เป็นผู้ทรงคุณวุฒิ ภายนอก 1. มีคุณวุฒิปริญญาเอกหรือเทียบเท่าและมีผลงานทางวิชาการที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในระดับนานาชาติ ซึ่งตรงหรือสัมพันธ์กับหัวข้อวิทยานิพนธ์หรือการค้นคว้าอิสระไม่น้อยกว่า 5 เรื่อง หากไม่มีคุณวุฒิหรือประสบการณ์ตามที่กำหนดจะต้องมีความรู้ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์สูงเป็นที่ยอมรับ ซึ่งตรงหรือสัมพันธ์กับหัวข้อวิทยานิพนธ์หรือการค้นคว้าอิสระ โดยผ่านการเห็นชอบของสภาสถาบันและ  
แจ้ง กกอ ทราบ

เป็นไปตามเกณฑ์

#### ผลการดำเนินการกำกับมาตรฐาน

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดในปีการศึกษา 2565 ไม่มีการเรียนการสอน ในระดับบัณฑิตศึกษา

#### เกณฑ์ข้อ 10 การตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานของผู้สำเร็จการศึกษา

(ปริญญาโท) การตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานของผู้สำเร็จการศึกษา กรณี แผน ก1 ต้องได้รับการยอมรับให้ตีพิมพ์ในวารสารระดับชาติหรือนานาชาติที่มีคุณภาพตามประกาศของ กกอ. กรณี แผน ก2 ต้องได้รับการยอมรับให้ตีพิมพ์ในวารสารระดับชาติหรือนานาชาติที่มีคุณภาพตามประกาศของ กกอ. หรือนำเสนอต่อที่ประชุมวิชาการโดยบทความที่นำเสนอได้รับการตีพิมพ์ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมทางวิชาการ (proceedings) กรณี แผน ข รายงานการค้นคว้าหรือส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระต้องได้รับการเผยแพร่ในลักษณะใดลักษณะหนึ่งที่สืบค้นได้

(ปริญญาเอก) การตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานของผู้สำเร็จการศึกษา กรณี แบบ 1 ต้องได้รับการยอมรับให้ตีพิมพ์ในวารสารระดับชาติหรือนานาชาติที่มีคุณภาพตามประกาศของ กกอ. อย่างน้อย 2 เรื่อง กรณี แบบ 2 ต้องได้รับการยอมรับให้ตีพิมพ์ในวารสารระดับชาติหรือนานาชาติที่มีคุณภาพตามประกาศของ กกอ.

เป็นไปตามเกณฑ์

#### ผลการดำเนินการกำกับมาตรฐาน

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดในปีการศึกษา 2565 ไม่มีการเรียนการสอน ในระดับบัณฑิตศึกษา

#### ตารางการตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานของผู้สำเร็จการศึกษา (ตัวบ่งชี้ 1.1 เกณฑ์ข้อ 10)

ผู้สำเร็จการศึกษา	ชื่อผลงาน	แหล่งเผยแพร่
-------------------	-----------	--------------




### เกณฑ์ข้อ 12 การปรับปรุงหลักสูตรตามรอบระยะเวลาที่กำหนด

คณะได้เริ่มดำเนินการเปิดหลักสูตรครั้งแรกในปี พ.ศ. 2555 หลักสูตรปัจจุบันได้ปรับปรุงตามรอบหลักสูตร และได้รับการอนุมัติจากสภามหาวิทยาลัยพะเยา ในปี พ.ศ. 2559 นับเป็นการปรับปรุงในรอบที่หนึ่งของหลักสูตร และในการปรับปรุงหลักสูตรรอบที่สอง สำหรับปีการศึกษา 2564 ได้ทำการเปลี่ยนชื่อหลักสูตรเป็น หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานและผู้ประกอบ

### สรุปผลการดำเนินงานตามเกณฑ์ 12 ข้อ

- เป็นไปตามเกณฑ์ทุกข้อ
- ไม่เป็นไปตามเกณฑ์ โปรดระบุข้อ.....

## องค์ประกอบที่ 1 การพัฒนาคุณภาพหลักสูตรตามเกณฑ์ AUN-QA ระดับหลักสูตร

### AUN - QA criterion 1 Expected Learning Outcomes

#### Sub Criterion 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.
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. The programme to show that the expected learning outcomes consist of both generic outcomes (related to written and oral communication, problem-solving, information technology, teambuilding skills, etc) and subject specific outcomes (related to knowledge and skills of the study discipline).
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.
5. The programme to show that the expected learning outcomes are achieved by the students by the time they graduate.

#### ผลการดำเนินงาน

**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.**

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล ได้กำหนดปรัชญาของหลักสูตรไว้ว่า “การตลาดดิจิทัล สร้างบุคลากรทางการตลาดเพื่อสังคมสู่สากล”

โดยวัตถุประสงค์ของหลักสูตรคือ

1. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ ความสามารถทางการตลาดและการตลาดดิจิทัลสามารถประยุกต์และบูรณาการความรู้ทางวิชาการ ในการสร้างสรรค์ผลงานให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง องค์กร และสังคม
2. เพื่อผลิตบัณฑิตสาขาวิชาการตลาดดิจิทัลที่มีศักยภาพและประสิทธิภาพมีความสามารถในการพัฒนาตนเอง สามารถเรียนรู้สิ่งใหม่ มีความสามารถในการแข่งขันรอบด้านและสามารถรับมือเผชิญกับปัญหาที่เกิดขึ้นจริงในการทำธุรกิจได้
3. เพื่อผลิตบัณฑิตสาขาวิชาการตลาดดิจิทัลให้มีคุณธรรมจริยธรรมมีความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติหน้าที่ มีระเบียบวินัยในการปฏิบัติงานและมีสำนึกในจรรยาบรรณแห่งอาชีพ
4. เพื่อผลิตบัณฑิตสาขาวิชาการตลาดดิจิทัลที่มีความรู้ความสามารถในการใช้เครื่องมือดิจิทัลในการทำวิจัยทางการตลาดสามารถออกแบบ เลือกรูปแบบการวิจัย รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ผลข้อมูล และสื่อสารข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ซึ่งทางหลักสูตรฯ ได้มีประชุมคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตร เพื่อดำเนินการกำหนดปรัชญาหลักสูตรและวัตถุประสงค์ของหลักสูตร จากการรวบรวมข้อมูลหลักฐานจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของหลักสูตร วิเคราะห์สถานการณ์และสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การตลาด แนวโน้ม นำมาประกอบกับความต้องการของผู้ประกอบการในหลายอุตสาหกรรม ทั้งอุตสาหกรรมค้าปลีก บริการ การผลิต เอเจนซี โฆษณา และข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งหมด แล้วนำมาสรุปร่วมกันเพื่อกำหนดปรัชญาและวัตถุประสงค์ของหลักสูตร และในทุกๆปีในภาคการศึกษาปลาย หลักสูตรฯ จะมีการทบทวน ติดตาม ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจในทุกด้านเพื่อนำมาใช้ในการยืนยันและปรับปรุงพัฒนาให้หลักสูตรมีความทันสมัยอยู่เสมอ ซึ่งในทุกๆปี หลักสูตรฯ ได้มีการเปลี่ยนแปลงเนื้อหาในรายวิชาอย่างต่อเนื่อง ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นคือนิสิตมีความรู้ความสามารถที่ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการ

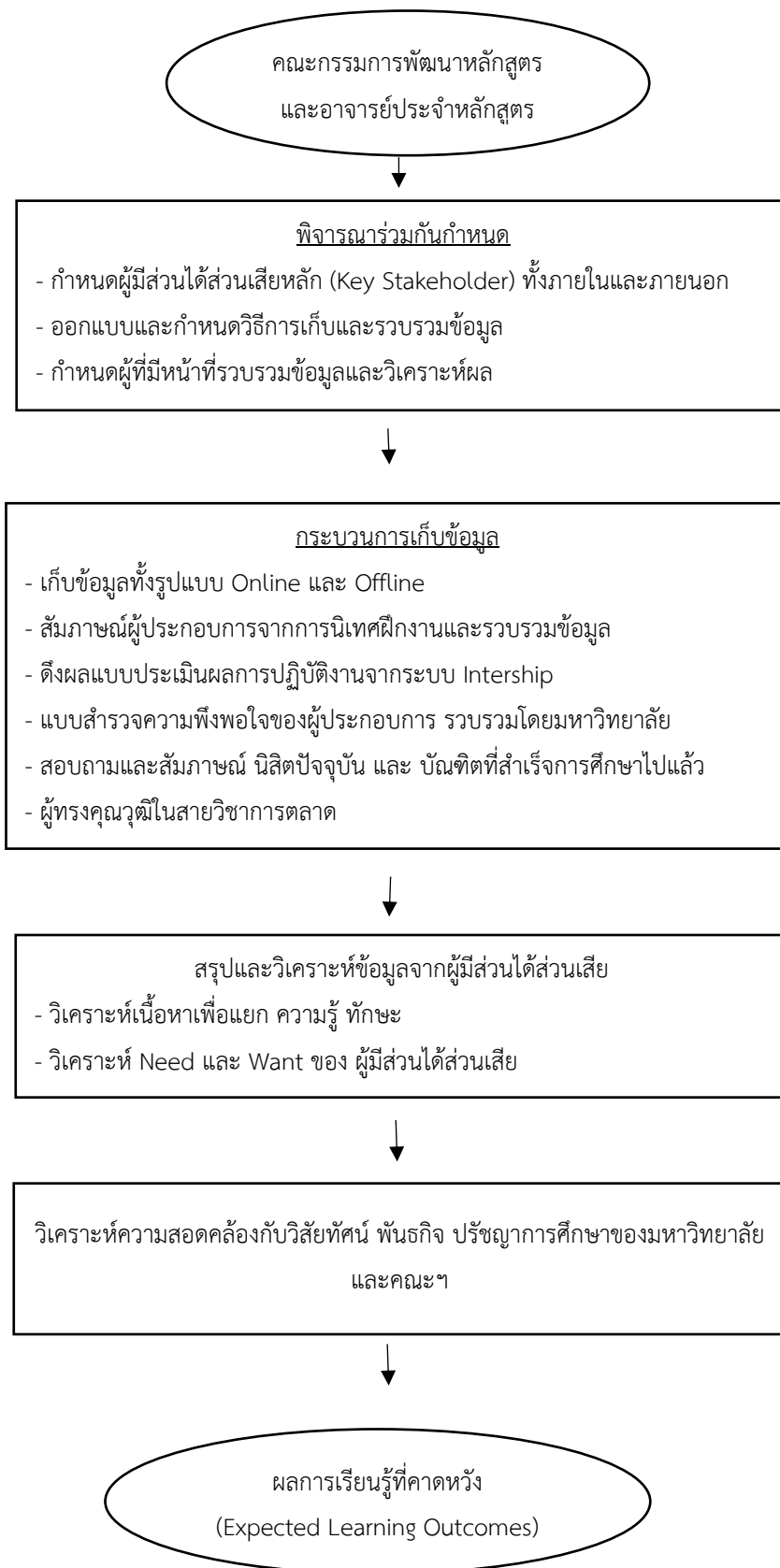
ทางหลักสูตรฯ ได้มีกระบวนการการกำหนดผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง (Expected Learning Outcomes) โดยมีกระบวนการตามแผนภาพ (ด้านล่าง) ดังนี้

คณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตรพิจารณาาร่วมกัน กำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก (Key Stakeholder) ทั้งภายในและภายนอก ออกแบบและกำหนดวิธีการเก็บและรวบรวมข้อมูล และกำหนดผู้ที่มีหน้าที่รวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ผล ตามความเหมาะสมของอาจารย์แต่ละท่าน เนื่องจากอาจารย์ในหลักสูตรมี 5 ท่านพอดี อาจารย์ทุกท่านจึงเป็นทั้งอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร

ในขั้นตอนกระบวนการเก็บข้อมูล หลักสูตรเลือกใช้เก็บข้อมูลทั้งรูปแบบ Online และ Offline เพื่อให้เหมาะสมกับ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลที่หลากหลายทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ช่วง ได้แก่ ภาคการศึกษาต้น และ ภาคการศึกษาปลาย โดยในช่วงภาคการศึกษาต้นนั้น หลักสูตรฯ ได้เก็บข้อมูลศิษย์ปัจจุบัน ทั้ง 4 ชั้นปี ในช่วงเปิดภาคการศึกษา สำหรับนิสิตปี 1 จะเก็บข้อมูลในช่วงวันปฐมนิเทศและในคลาสเรียนสัปดาห์ต้นๆ เพื่อเก็บข้อมูลถึงความคาดหวัง ความต้องการต่อหลักสูตร สำหรับนิสิตชั้นปีที่ 2-4 จะสอบถามถึงความต้องการ ความพึงพอใจ ความคาดหวัง ซึ่งนอกจากจะได้ข้อมูลสำหรับการนำไปกำหนด ELO แล้ว ยังทราบถึงความพึงพอใจต่อกระบวนการเรียนการสอนของแต่ละชั้นปีในภาพรวมอีกด้วย ส่วนในช่วงภาคการศึกษาปลาย อาจารย์แต่ละท่านจะสัมภาษณ์พี่เลี้ยง พี่นิเทศ และผู้ประกอบการที่นิสิตไปฝึกงาน ในช่วงการนิเทศฝึกงาน และนำผลไปประกอบกับ ผลการประเมินการปฏิบัติงานจากระบบ Internship ของคณะอีกที สำหรับบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาไปแล้ว หลักสูตรฯ ใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบออนไลน์โดยส่งแบบสอบถามเข้าไปในกลุ่ม facebook ของสาขา และนำข้อมูลจากการสำรวจความพึงพอใจของผู้ประกอบการ ที่รวบรวมโดยมหาวิทยาลัย ที่ได้จากการที่บัณฑิตลงทะเบียนในพิธีพระราชทานปริญญาบัตร ข้อมูลภาวการณ์มีงานทำ มาประกอบ และกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิในสายวิชาชีพการตลาด ได้ทำการสัมภาษณ์จากการเชิญมาเป็นผู้วิพากษ์หลักสูตร

ในขั้นตอน สรุปและวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หลักสูตรฯ วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อแยก Need และ Want ของ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม และเพื่อแยกสิ่งที่ต้องการออกเป็นสองกลุ่มคือความรู้ และทักษะ เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบรายวิชาตามหลัก Bloom's Taxonomy ต่อไป



โดยในปี 2565 คณาจารย์ในสาขาได้กำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ได้แก่ ผู้มีส่วนได้เสียภายนอก ได้แก่ กลุ่มผู้ใช้บัณฑิต ศิษย์เก่า และผู้ที่คาดว่าจะเข้ามาศึกษา (นักเรียนชั้นมัธยมศึกษา กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียภายใน ได้แก่ศิษย์ปัจจุบัน คณาจารย์หรือผู้ทรงคุณวุฒิ

ซึ่งแตกต่างจากปีก่อน คือได้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาเข้ามาเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก เนื่องจากในปีการศึกษา 2565 ทางหลักสูตรได้มีการทำ MOU ร่วมกับโรงเรียนพะเยาพิทยาคม และได้ทำกิจกรรมร่วมกันกับเด็กสายศิลป์ธุรกิจแล้วพบว่า เด็กรุ่นใหม่ซึ่งอยู่ในวัย Gen Z มีพฤติกรรมและทัศนคติที่แตกต่างจากเด็ก Gen Y อย่างมาก อีกทั้งการเรียนการสอนในระดับมัธยมศึกษา ได้เปลี่ยนแปลงไปมาก มีบางกิจกรรมในการเรียนการสอนเหมือนกับ หรือดีกว่า ที่ทางหลักสูตรฯ ใช้สอนกับนิสิตในระดับปริญญาตรี หลักสูตรจึงได้วิเคราะห์ว่ากลุ่มนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาจึงมีความสำคัญต่อการเป็นผู้มีส่วนได้เสียของหลักสูตร

สาขาวิชาการตลาด มีกระบวนการการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียดังนี้

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	วิธีการเก็บข้อมูล	ช่วงการเก็บข้อมูล
ศิษย์เก่า	แบบสอบถามออนไลน์และการสัมภาษณ์	เมษายน-พฤษภาคม ของทุกปี
ผู้ใช้บัณฑิต/ สถานประกอบการ	สัมภาษณ์ช่วงนิเทศนิสิตฝึกงานและผลการประเมินนิสิตฝึกงาน	ช่วงก่อนสอบปลายภาคของทุกภาคการศึกษา
ผู้ที่คาดว่าจะมาศึกษา	สัมภาษณ์และกิจกรรมของหลักสูตรฯร่วมกับโรงเรียนมัธยมใน MOU	ตลอดทั้งปี
ศิษย์ปัจจุบัน	สอบถามในชั้นเรียน การให้คำปรึกษา การประเมินผู้สอนในระบบ REG และแบบสอบถามออนไลน์	ตลอดปีการศึกษา 2565
คณาจารย์ และผู้ทรงคุณวุฒิ	สัมภาษณ์และประชุมร่วมกัน	ช่วงหลังสอบปลายภาคของทุกภาคการศึกษา

โดยหลังจากรวบรวมข้อมูลทั้งหมดแล้วสาขาวิชาจะนำข้อมูลทั้งหมดมาประมวลผลร่วมกัน เพื่อสรุปข้อมูลทั้งหมดที่ได้มาเพื่อนำไปกำหนดทิศทางในการพัฒนาหลักสูตรและผู้เรียนต่อไป

โดยสาขาวิชา ได้ให้ความสำคัญกับทุกผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แต่ได้ให้สัดส่วนความสำคัญของข้อมูลจากศิษย์เก่าที่สำเร็จการศึกษาแล้วและผู้ใช้บัณฑิต เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญ เนื่องจากได้ปริมาณข้อมูลที่ค่อนข้างเยอะ อีกทั้งข้อมูลของบัณฑิตได้เข้าไปปฏิบัติงานจริงแล้ว หรือประกอบอาชีพ ธุรกิจส่วนตัวแล้ว กลับมาแนะนำ บอกกล่าวว่าเนื้อหาที่เรียนในหลักสูตรยังขาดทักษะ หรือองค์ความรู้ในด้านใดบ้าง ต้องปรับปรุงอะไรบ้าง เพื่อนำมาปรับปรุงเนื้อหาวิชาในแต่ละปีให้สอดคล้องต่อความต้องการ แต่ในปีการศึกษานี้สาขาวิชาได้ประมวลผลจากข้อมูลในปีก่อนๆ และข้อมูลในปีปัจจุบัน เพื่อกำหนดทิศทางของบัณฑิตที่พึงประสงค์ และเนื้อหาการเรียนการสอนในอนาคตข้างหน้าด้วย เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจ โดยใช้ข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดประกอบเข้าด้วยกันและร่วมกันพิจารณา พยากรณ์ และกำหนดแนวโน้ม ร่วมกับสถานประกอบการและผู้ใช้บัณฑิตอย่างเข้มข้น เพื่อผลิตบัณฑิตสำหรับอนาคต

โดยผลการศึกษาล่าสุดพบว่าผู้ประกอบการหรือผู้ใช้บัณฑิต นิสิตปัจจุบัน ศิษย์เก่า และผู้ที่คาดว่า ได้ให้ความสำคัญในเรื่องของธุรกิจออนไลน์เป็นอย่างมาก ทั้งเรื่องการวิเคราะห์ข้อมูล การซื้อขายผ่านทางช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ การใช้ช่องทางสื่อสารบนสื่อสังคมออนไลน์ การโฆษณาและการสร้างแบรนด์บนสื่อสังคมออนไลน์ การสร้างคอนเท้น การประกอบธุรกิจออนไลน์ โดยข้อมูลนี้ได้นำไปใช้ในการพัฒนาหลักสูตรใหม่ “การตลาดดิจิทัล” ซึ่งเริ่มใช้ตั้งแต่ปีการศึกษา 2564 และจะปรับปรุงเพื่อพัฒนาหลักสูตรปรับปรุงในปี 2569 อีกครั้ง

หลังจากได้นำข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดแล้ว หลักสูตรฯได้นำมาวิเคราะห์ร่วมกัน เพื่อแยก Need และ want ของผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งนี้ได้ให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้เสียภายนอกเป็นอันดับแรก เนื่องจาก เป็นผู้ที่มีผลกระทบต่อตรงกับหลักสูตร และใช้ความถี่ (Frequency) เข้ามากำหนดความสำคัญ โดยกลุ่มผู้ใช้บัณฑิตเป็นผู้ที่รับบัณฑิตไปทำงานด้วยโดยตรง กลุ่มศิษย์เก่าคือผู้ที่ผ่านกระบวนการศึกษาของหลักสูตรแล้วนำความรู้ ทักษะที่ได้ไปประกอบการทำงาน ธุรกิจและการดำรงชีวิต กลุ่มนักเรียนมัธยม คือผู้ที่กำลังจะเข้ามาอยู่ในหลักสูตร ซึ่งหลังจากได้วิเคราะห์ความต้องการทั้งหมดแล้ว มาวิเคราะห์ร่วมกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ และปรัชญาการศึกษาของมหาวิทยาลัยพะเยา จึงนำมากำหนดเป็น PLO ของหลักสูตรแล้วนำมาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้เสีย ดังนี้

โดยผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง (ELO) มีดังนี้

1. บัณฑิตมีความรู้ทางการตลาดดิจิทัล และสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ทางวิชาการได้

2. บัณฑิตสามารถสร้างสรรค์ผลงานที่บูรณาการศาสตร์ทางการตลาดดิจิทัลให้เกิดประโยชน์เพื่อรับมือเผชิญกับปัญหาที่เกิดขึ้นจริงในการทำธุรกิจได้
3. บัณฑิตสามารถใช้เครื่องมือทางการตลาดดิจิทัลในการวางแผนและวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด ตัดสินใจทางการตลาดหรือทำวิจัยทางการตลาด เพื่อส่งมอบข้อมูลทางการตลาดให้กับผู้บริโภคได้
4. บัณฑิตสามารถถ่ายทอด นำเสนอแนวคิด แผนการตลาด และสื่อสารข้อมูลให้กับผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ELO กับ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของหลักสูตร

ผู้มีส่วนได้เสีย	ภายนอก			ภายใน	
	ผู้ใช้บัณฑิต / สถานประกอบการ	ศิษย์เก่า	ผู้ที่คาดว่าจะมาศึกษา	ศิษย์ปัจจุบัน	คณาจารย์ และ ผู้ทรงคุณวุฒิ
1. บัณฑิตมีความรู้ทางการตลาดดิจิทัล และสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ทางวิชาการได้	✓	✓	✓	✓	✓
2. บัณฑิตสามารถสร้างสรรค์ผลงานที่บูรณาการศาสตร์ทางการตลาดดิจิทัลให้เกิดประโยชน์เพื่อรับมือเผชิญกับปัญหาที่เกิดขึ้นจริงในการทำธุรกิจได้	✓	✓	✓	✓	✓
3. บัณฑิตสามารถใช้เครื่องมือทางการตลาดดิจิทัลในการวางแผนและวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด ตัดสินใจทางการตลาดหรือทำวิจัยทางการตลาด เพื่อส่งมอบ	✓	✓			✓



ผู้มีส่วนได้เสีย	ภายนอก			ภายใน	
	ผู้ใช้บัณฑิต / สถาน ประกอบ การ	ศิษย์เก่า	ผู้ที่คาดว่าจะมา ศึกษา	ศิษย์ ปัจจุบัน	คณาจารย์ และ ผู้ทรงคุณวุฒิ
ข้อมูลทางการตลาดให้กับ ผู้บริโภคได้					
4. บัณฑิตสามารถถ่ายทอด นำเสนอแนวคิด แผนการ ตลาด และสื่อสารข้อมูล ให้กับผู้บริโภคได้อย่างมี ประสิทธิภาพ	✓	✓			✓

อาชีพที่ผู้มีส่วนได้เสียให้ความสนใจและต้องการ มีดังนี้

- นักการตลาดดิจิทัล
- ผู้จัดการโซเชียลมีเดีย
- นักสื่อสารการตลาดเชิงเนื้อหา
- ผู้เชี่ยวชาญการตลาดทางด้านเครื่องมือค้นหา (SEO & SEM)
- นักวางแผนโฆษณาดิจิทัล
- นักวิจัยทางการตลาด
- นักวิเคราะห์และวางแผนทางการตลาด
- ที่ปรึกษาทางการตลาด
- ผู้บริหารฝ่ายการตลาด
- ผู้บริหารผลิตภัณฑ์
- ผู้บริหารตราผลิตภัณฑ์
- เจ้าของธุรกิจหรือผู้ประกอบการธุรกิจ

ทั้งนี้ หลังจากการติดตาม ทบทวนความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มพบว่า มีความต้องการทักษะด้านการตลาดออนไลน์ ตามที่ได้ระบุไว้ก่อนหน้านี้ ทำให้หลักสูตรได้มีการปรับเนื้อหาในรายวิชาเดิมกับหลักสูตรเดิม ที่ใช้ตั้งแต่ปี 2559 และยังมีผู้เรียนชั้นปีที่ 3-4 ในปัจจุบัน ให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น โดยการสอดแทรกเนื้อหาใหม่ด้านการตลาดออนไลน์เข้าไปในหลายรายวิชา ทำให้ผู้เรียนในปัจจุบันได้ทักษะและองค์ความรู้ใหม่ไปพร้อมกับองค์ความรู้เดิมที่หลักสูตรฯได้กำหนดไว้ ทั้งนี้อาชีพใหม่ที่เพิ่มขึ้นสำหรับนักการตลาดในยุคปัจจุบันได้แก่

1. นักการตลาดดิจิทัล
2. ผู้จัดการโซเชียลมีเดีย
3. นักสื่อสารการตลาดเชิงเนื้อหา
4. ผู้เชี่ยวชาญการตลาดทางด้านเครื่องมือค้นหา (SEO & SEM)
5. นักวางแผนโฆษณาดิจิทัล

ซึ่งทั้งผู้เรียนในปัจจุบัน (หลักสูตรการตลาด)และในหลักสูตรใหม่ หลักสูตรการตลาดดิจิทัล (เริ่มใช้ปีการศึกษา2564) ก็สามารถที่จะประกอบอาชีพที่เกิดขึ้นใหม่ในธุรกิจเหล่านี้ได้

#### ตารางแสดงความสอดคล้องระหว่าง ELO กับ วิสัยทัศน์ และพันธกิจ

ที่	Learning outcome	วิสัยทัศน์ของสถาบัน	พันธกิจ
1	บัณฑิตมีความรู้ทางการตลาดดิจิทัล และสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ทางวิชาการได้	✓	พัฒนากำลังคนที่มีสมรรถนะ และทักษะแห่งอนาคต
2	บัณฑิตสามารถสร้างสรรค์ผลงานที่บูรณาการศาสตร์ทางการตลาดดิจิทัลให้เกิดประโยชน์เพื่อรับมือเผชิญกับปัญหาที่เกิดขึ้นจริงในการทำธุรกิจได้	✓	พัฒนากำลังคนที่มีสมรรถนะ และทักษะแห่งอนาคต, บริการวิชาการด้วยองค์ความรู้และนวัตกรรม, บริหารจัดการทันสมัยมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และมีธรรมาภิบาล
3	บัณฑิตสามารถใช้เครื่องมือทางการตลาดดิจิทัลในการวางแผนและวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด ตัดสินใจทางการตลาดหรือทำวิจัย	✓	พัฒนากำลังคนที่มีสมรรถนะ และทักษะแห่งอนาคต, วิจัยและนวัตกรรมพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและชุมชน, บริหารจัดการ

	ทางการตลาด เพื่อส่งมอบข้อมูลทางการตลาดให้กับผู้บริโภคได้		ทันสมัยมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และมีธรรมาภิบาล
4	บัณฑิตสามารถถ่ายทอด นำเสนอแนวคิด แผนการตลาด และสื่อสารข้อมูลให้กับผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ	✓	พัฒนากำลังคนที่มีสมรรถนะ และทักษะแห่งอนาคต, บริการวิชาการด้วยองค์ความรู้และนวัตกรรม, ทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมและสืบสานเอกลักษณ์ความเป็นไทย

หลักสูตรฯ ยังได้นำพันธกิจ วิสัยทัศน์ ของมหาวิทยาลัยมาร่วมในการกำหนดผลการเรียนรู้ที่คาดหวังด้วย เพื่อให้ไปในทิศทางเดียวกันและเป็นอัตลักษณ์ของนิสิตในหลักสูตรที่มีสมรรถนะตรงความต้องการของตลาดแรงงาน สามารถนำความรู้ในการทำวิจัยไปช่วยสังคม หรือต่อยอดทางวิชาการหรือทางธุรกิจได้ ทั้งนี้ มหาวิทยาลัยพะเยาได้กำหนด วิสัยทัศน์ (Vision) มหาวิทยาลัยสร้างปัญญา เพื่อนวัตกรรม ชุมชน สู่สากล อย่างยั่งยืน (University to Create Wisdom for Sustainable Community Development with Innovations of International Standards) และพันธกิจ พันธกิจ (Mission) 5 ข้อได้แก่ 1. พัฒนากำลังคนที่มีสมรรถนะและทักษะแห่งอนาคต 2. วิจัยและนวัตกรรมพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและชุมชน 3. บริการวิชาการด้วยองค์ความรู้และนวัตกรรม 4. ทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมและสืบสานเอกลักษณ์ความเป็นไทย 5. บริหารจัดการทันสมัยมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และมีธรรมาภิบาล

โดยข้อมูลผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง จะถูกสื่อสารผ่านหลายช่องทาง ได้แก่การประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์คณะ ผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ กลุ่มเฟสบุคของสาขา เพจเฟสบุคของสาขา Next Gen Marketing การปฐมนิเทศนิสิตใหม่ในทุกปี เพื่อให้ผู้เรียนได้ทราบถึงความคาดหวังของหลักสูตร โดยจากการประเมินพบว่า ช่องทางการสื่อสารที่ดีที่สุดสำหรับการสื่อสารผลการเรียนรู้ที่คาดหวังไปสู่ผู้มีส่วนได้แต่ละกลุ่ม เป็นไปตามตารางนี้

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ช่องทางการสื่อสาร PLO
1. ศิษย์เก่า	เว็บคณะ เพจเฟสบุคสาขา กลุ่มเฟสบุคการตลาด
2. ผู้ใช้บัณฑิต/ สถานประกอบการ	การยื่นใบขออนุเคราะห์ฝึกงานและช่วงนิเทศนิสิตฝึกงาน
3. ผู้ที่คาดว่าจะมาศึกษา	กิจกรรมของหลักสูตรฯร่วมกับโรงเรียนมัธยมใน MOU

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ช่องทางการสื่อสาร PLO
4. ศิษย์ปัจจุบัน	ปฐมนิเทศ แจ้งในชั้นเรียน
5. คณาจารย์ และผู้ทรงคุณวุฒิ	การประชุมหลักสูตร

อย่างไรก็ดี จากการสอบถามความเข้าใจและการจดจำ PLO ของหลักสูตรของทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย พบว่ามีความเข้าใจระดับหนึ่ง จดจำได้ไม่ครบถ้วน เนื่องจากมีความยาวมากเกินไป หากได้พูดคุยหรืออธิบายก็สามารถเข้าใจได้ตรงกัน ทั้งนี้ได้วิเคราะห์สาเหตุของการจดจำหรือเข้าใจ PLO ได้น้อย พบว่าเกิดจากความถี่ในการสื่อสารมีน้อยเกินไป หลักสูตรฯ ได้มีวางแผนในอนาคตที่จะสื่อสารเรื่อง PLO ไปยังผู้มีส่วนได้เสียให้มากกว่านี้ หรือระบุให้ชัดเจน เข้าใจง่ายมากยิ่งขึ้น

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.

หลักสูตรบริหารธุรกิจสาขาวิชาการตลาดดิจิทัลได้นำความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ประกอบการพันธกิจ วิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัย แล้วนำมากำหนดเป็นรายวิชา ทั้งนี้ได้กำหนดกลุ่ม รายวิชาทั่วไปและรายวิชาเฉพาะ สรุปเป็นตารางได้ดังนี้

รายวิชา / หน่วยกิต	PLO				Stakeholder				
	1	2	3	4	1	2	3	4	5
128110 หลักการตลาด (G)	✓				✓		✓		
128111 พฤติกรรมผู้บริโภค (G)	✓				✓				
128112 การตลาดดิจิทัล (G)	✓				✓		✓	✓	
128220 การวิเคราะห์ทางการตลาด (S)		✓			✓				
128221 การใช้เครื่องมือการตลาดดิจิทัลเพื่อการตัดสินใจ (S)		✓			✓				
128222 การบริหารผลิตภัณฑ์และราคา (S)		✓			✓			✓	
128223 การบริหารช่องทางการกระจายสินค้าดิจิทัล (S)		✓			✓			✓	
128224 การบริหารการส่งเสริมการตลาด (S)		✓			✓			✓	
128320 การบริหารการค้าปลีก (S)		✓			✓			✓	
128321 ระเบียบวิธีวิจัย (S)		✓			✓				
128322 การตลาดเชิงปริมาณ (S)		✓			✓				
128323 นวัตกรรมการตลาดบริการดิจิทัล (S)	✓						✓		
128324 กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล (S)		✓			✓			✓	
128325 การออกแบบเนื้อหาการตลาดดิจิทัล (S)		✓			✓		✓		
128326 การตลาดที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (S)		✓			✓				
128420 ผู้ประกอบการยุคดิจิทัล (S)		✓				✓		✓	
128421 การจัดการการตลาด (S)			✓		✓				
128422 สัมมนา (S)				✓	✓				✓
128330 การตลาดเชิงกิจกรรม (S)				✓	✓		✓		
128331 การบริหารการขาย (S)			✓		✓		✓	✓	
128332 การบริหารตราสินค้า (S)				✓		✓			
128333 การบริหารผลิตภัณฑ์ใหม่และการบรรจุภัณฑ์ (S)				✓			✓	✓	
128334 การตลาดอิงการกุศล (S)		✓							✓

รายวิชา / หน่วยกิต	PLO				Stakeholder				
	1	2	3	4	1	2	3	4	5
128335 การตลาดการเกษตร (S)		✓				✓		✓	
128336 การตลาดอุตสาหกรรมอาหาร (S)		✓							✓
128337 การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม (S)		✓							✓
128338 การตลาดออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน (S)		✓							✓
128430 การบริหารตลาดสินค้าออนไลน์ (S)		✓			✓	✓	✓	✓	
128431 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์และการตลาดสัมพันธ์ภาพ (S)				✓					
128441 สหกิจศึกษา (S)		✓	✓	✓	✓				✓
128440 การฝึกงาน (S)		✓	✓	✓	✓				✓
128442 การศึกษาอิสระ (S)		✓	✓	✓					✓

\* G = Generic, S = Specific

ในทุกๆรายวิชาของหลักสูตรได้ถูกออกแบบมา จากข้อมูลที่หลักสูตรฯได้สอบถามจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ตลอดระยะเวลาทั้งปี โดยหากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีข้อเสนอแนะ หรือความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไป แม้ว่าจะไม่ถึงรอบปรับหลักสูตรใหญ่ทุก 5 ปีก็ตาม ทางหลักสูตรจะหารือร่วมกันถึงการปรับเนื้อหาในรายวิชาที่สอดคล้องกับความต้องการ เพื่อให้ผู้เรียนได้มีความรู้ความสามารถที่ตรงกับความต้องการตลาดมากที่สุด โดยการปรับเปลี่ยนคำอธิบายรายวิชาหากอยู่ในช่วงต้นของภาคการศึกษา คณาจารย์จะแทรกเนื้อหาเข้าไปในบทเรียนเลย หลักสูตรจะนำมารวบรวม ตรวจสอบ และจัดทำเป็นแนวทางการพัฒนาหลักสูตรในระยะยาวต่อไป

โดยการเก็บข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดเวลาทั้งปีนั้น มาจากการออกไปนิเทศฝึกงาน การบริการวิชาการของคณาจารย์ แบบประเมินของผู้ใช้บัณฑิตที่ทางคณะเป็นผู้ดำเนินการ รวมไปถึงภาคเอกชนต่างๆที่เข้ามาร่วมทำกิจกรรมกับทางหลักสูตร หรือเซ็น MOU เพื่อร่วมผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพ

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

หลักสูตรฯได้ใช้หลัก Backward Curriculum Design หลังจากได้วิเคราะห์ PLO ได้กำหนด CLO เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย

รายวิชา / หน่วยกิต	Generic	Specific
128110 หลักการตลาด (G)	✓	
128111 พฤติกรรมผู้บริโภค (G)	✓	
128112 การตลาดดิจิทัล (G)	✓	
128220 การวิเคราะห์ทางการตลาด (S)		✓
128221 การใช้เครื่องมือการตลาดดิจิทัลเพื่อการตัดสินใจ (S)		✓
128222 การบริหารผลิตภัณฑ์และราคา (S)		✓
128223 การบริหารช่องทางการกระจายสินค้าดิจิทัล (S)		✓
128224 การบริหารการส่งเสริมการตลาด (S)		✓
128320 การบริหารการค้าปลีก (S)		✓
128321 ระเบียบวิธีวิจัย (S)		✓
128322 การตลาดเชิงปริมาณ (S)		✓
128323 นวัตกรรมการตลาดบริการดิจิทัล (S)		✓
128324 กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล (S)		✓
128325 การออกแบบเนื้อหาการตลาดดิจิทัล (S)		✓
128326 การตลาดที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (S)		✓
128420 ผู้ประกอบการยุคดิจิทัล (S)		✓
128421 การจัดการการตลาด (S)		✓
128422 สัมมนา (S)		✓
128330 การตลาดเชิงกิจกรรม (S)		✓
128331 การบริหารการขาย (S)		✓
128332 การบริหารตราสินค้า (S)		✓
128333 การบริหารผลิตภัณฑ์ใหม่และการบรรจุภัณฑ์ (S)		✓
128334 การตลาดอสังหาริมทรัพย์ (S)		✓

รายวิชา / หน่วยกิต	Generic	Specific
128335 การตลาดการเกษตร (S)		✓
128336 การตลาดอุตสาหกรรมอาหาร (S)		✓
128337 การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม (S)		✓
128338 การตลาดออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน (S)		✓
128430 การบริหารตลาดสินค้าออนไลน์ (S)		✓
128431 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์และการตลาดสัมพันธ์ภาพ (S)		✓
128441 สหกิจศึกษา (S)		✓
128440 การฝึกงาน (S)		✓
128442 การศึกษาอิสระ (S)		✓

นอกจากทางหลักสูตรได้ออกแบบรายวิชาตามความต้องการของตลาดแรงงานหรือผู้ประกอบการแล้วยัง มีการระบุผลการเรียนรู้ตามหลัก การเรียนรู้ตามทฤษฎีของบลูม (Bloom's taxonomy) โดยวิชาแบบ Generic จะอยู่ในชั้นปีที่ 1 เนื่องจากเป็นวิชาแบบ transferable skill สำหรับศาสตร์บริหารธุรกิจเช่น แล้ววิชา ในปีที่ 2-4 จะเป็นแบบ Specific เนื่องจากเป็นความรู้เฉพาะศาสตร์ และเน้นเรื่องใช้เครื่องมือทางการตลาดในการวิเคราะห์และวางแผนในสายงานด้านการตลาด

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.

หลักสูตรมีการสำรวจความต้องการจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนด้วยแบบสอบถามออนไลน์ โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เป็นนิสิตปัจจุบัน ศิษย์เก่า จะส่งลิงค์ให้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของหลักสูตร ส่วนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกจะใช้วิธีการสัมภาษณ์จากการไปนิเทศฝึกงานและแบบสอบถามออนไลน์ โดยให้บัณฑิตที่ทำงานแล้วส่งให้หัวหน้างานตอบแบบสอบถาม

โดยหลังจากได้ผลลัพธ์แล้ว หลักสูตรจะนำมาปรับปรุงในรายวิชา เพื่อไปพัฒนาหลักสูตรต่อไป โดยหัวข้อใดที่สามารถเพิ่มหรือสอดแทรกได้เลยก็จะปรับใช้ทันที หากหัวข้อใดที่มีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงในหลายวิชา จะนำไปประชุมร่วมกันเพื่อวางแผนการสอนในทุกรายวิชาที่เกราวบข้องและพัฒนาหลักสูตรในการปรับใหญ่ครั้งต่อไป



adobe illustrator / adobe photoshop /premiere
: Digital marketing
i Photoshop. ภาษา/คำที่ใช้โฆษณา/ทางด้านการตลาด
Skill การเข้าหาลูกค้า แบบชีวิตจริง
กราฟฟิค การออกแบบผลิตภัณฑ์ ระบบดิจิทัล
การกล้าที่จะคิดที่จะทำ การกล้าที่จะถามหรือแสดงความคิดเห็น
การขายตรง ทักษะการคุยกับลูกค้าให้เปิดการขายได้ วิธีรับมือลูกค้าแต่ละรูปแบบ
การขายสินค้าให้กับลูกค้า
การจัดอบรมให้ผลิตได้ทำกิจกรรมกับบุคคลที่มีประสบการณ์
การตลาดออนไลน์
การปลูกฝังให้ผลิตติดตามและเรียนรู้ข่าวสาร อย่างจริงจังเพื่อให้ผลิตเรียนรู้และเข้าใจทั่วทั้งโลก เพื่อค้นหาว่าจบไปแล้วควรจะไปทางไหน
การยิงโฆษณาและการทำตลาดผ่าน Social Media
ใ้การรับมือ+แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าเมื่อเจอเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง
การเรียนรู้พร้อมปฏิบัติจริงเพื่อให้ผลิตจดจำได้ง่ายกว่าการที่ต้องเรียนแต่ในห้องและทักษะด้านเทคโนโลยีโปรแกรมต่างๆซึ่งมีจำนวนเพิ่มขึ้นต่อการเรียนรู้และการทำงาน
การลงมือทำ
การวิเคราะห์สถานการณ์การตลาดในปัจจุบันเพื่อการตลาดในอนาคต
กิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและทางด้านศาสนาคุณธรรมจริยธรรมจิตอาสา พัฒนาทั้งทางร่างกายจิตใจ
ครบถ้วน
วิเคราะห์การเรียนการสอนในเรื่องของการทำงานหน้างาน หลังงาน การจัดงานอีเวนต์เพราะมีงานอีเวนต์ถือเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่ดีอีกช่องทางหนึ่ง จึงอยากให้ทางอา
ด้านการขาย
ด้านการติดต่อและผลิตสื่อ
ด้านการอยู่ร่วมกับสังคมการเจอผู้คน
ด้านการแต่งรูปภาพ อาทิ โปรแกรม PS Ai เพราะต้องการควบคุมการทำโฆษณา ซึ่งสำคัญมากและการซื้อขายระหว่างประเทศแบบพื้นฐาน อีกอย่างการบริหารด้านการเงิน ควรจะมีบ้างเ
ด้านความกล้าแสดงออก ในการเจอลูกค้า
ด้านคอมพิวเตอร์
ดูงานภายนอกเพื่อสร้างคอนเน็คชั่นวันข้างหน้า และพบเจอในชีวิตจริง
ทักษะการขาย การนำเสนอ การกล้าแสดงออกต่อคนหมู่มากและองค์กรอื่นๆ
ทักษะการชักนำหรือการพูดเพื่อเกิดการกระตุ้น ในลูกค้าคล้ายตาม
ทักษะการทำงานเป็นทีม และการแนะนำการนำไปใช้จริง
ทักษะด้าน graphics design ทักษะด้านการตัดต่อวิดีโอ การทำการตลาดออนไลน์ ทุกรูปแบบ Facebook LINE Twitter Instagram แบบละเอียด เจาะลึก
ทักษะด้านการเจรจา พบปะลูกค้า บุคลิกภาพ
ทักษะที่ควรมึคือ การเข้าถึงคนที่ตีที่เหมาะสม มารยาท ความเคารพ อธิปไตย บุคลิก
ทักษะภาษาอังกฤษ
เทคนิคการตอบคำถามกับลูกค้า มองให้เห็นปัญหาของการตลาด
เทคโนโลยีและภาษา
ธุรกิจออนไลน์
เน้นการทำข้อมูลแบบสมจริง มีข้อมูลอ้างอิงต่างๆให้ได้ก็นำข้อเท็จจริงมาวิเคราะห์ ดีกว่าสมมุติขึ้นมา
เนื้อหาการปฏิบัติงาน เช่น การศึกษาจากผู้ประกอบการและการฝึกงานที่อยากให้โยกกว่าให้หอม
แนวคิด นวก การเข้าถึงคน การทำความคิด
ปฏิบัติ
ปฏิบัติจริงเยอะๆ
ผลักดันด้านการแข่งขัน สู่ระดับประเทศ
ศึกษานานาชาติ

จากภาพ ตัวอย่างความต้องการจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของหลักสูตร ที่มุ่งเน้นการฝึกปฏิบัติให้พร้อมทำงานจริง และทักษะอื่นๆที่ต้องการ ซึ่งสามารถวิเคราะห์โดยใช้ความถี่แล้วสรุปได้ผล ดังนี้

	Need	Want	PLO
<b>SH ภายนอก</b>			
ผู้ใช้บัณฑิต / สถานประกอบการ	เครื่องมือ Digital Marketing Social Media Marketing การวิเคราะห์และประเมินผลทางการ	ภาษาอังกฤษ ทักษะการปรับตัว ทักษะการแก้ไขปัญหา ทักษะการอยู่ร่วมกับสังคม ทักษะการสื่อสาร	2,3,4

	Need	Want	PLO
	ตลาด CRM Content Marketing	ทักษะการเจรจาต่อรอง การใช้โปรแกรม กราฟฟิก	
ศิษย์เก่า	เครื่องมือ Digital Marketing Social Media Marketing Content Marketing	ภาษาอังกฤษ ทักษะการปรับตัว ทักษะการแก้ไขปัญหา ทักษะการอยู่ร่วมกับ สังคม ทักษะการสื่อสาร	2,3,4
ผู้ที่คาดว่าจะมาศึกษา	ทักษะการขาย เครื่องมือ Digital Marketing Social Media Marketing การไลฟ์ กราฟฟิคดีไซน์	การปฏิบัติจริง	2,3,4
SH ภายใน			
ศิษย์ปัจจุบัน	ทักษะการขาย เครื่องมือ Digital Marketing Social Media Marketing Content Marketing ทักษะการประกอบ ธุรกิจ	การปฏิบัติจริง ภาษาอังกฤษ ภาษา การค้าระหว่างประเทศ บุคลิกภาพ	1,2,3,4
คณาจารย์ และ ผู้ทรงคุณวุฒิ	การใช้เครื่องมือทาง การตลาดทั้งออนไลน์ และออฟไลน์		1,2,3,4

	Need	Want	PLO
	การวางแผนทาง ทักษะการประกอบ ธุรกิจ การตลาด การสื่อสารและการ นำเสนอ		

ทั้งนี้หลักสูตรฯได้ประชุมหารือร่วมกันเพื่อนำความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียมากำหนด PLO หลักสูตร ส่วนที่เป็น Need เป็นสิ่งที่ต้องบรรจุลงไปในคำอธิบายรายวิชาและกำหนดเป็น CLO ต่อไป ส่วนที่เป็น Want ส่วนใหญ่อยู่ในความรับผิดชอบของรายวิชาศึกษาทั่วไปของมหาวิทยาลัยอยู่แล้ว ทั้งนี้ในส่วน  
ของภาษาอังกฤษ หลักสูตรได้เพิ่มวิชาภาษาอังกฤษวัตถุประสงค์เฉพาะจากวิชาศึกษาทั่วไป เนื่องจากพบว่ามีความต้องการมากกว่าการเรียนทั่วไป ในส่วนของความต้องการอื่นๆ ทางหลักสูตรได้นำไปทำในลักษณะโครงการเสริมหลักสูตรแทน

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

จากรายวิชาที่ออกแบบจากการทำ backward design เพื่อกำหนด PLO แล้วแตกออกมาเป็นรายวิชาต่างๆ หลักสูตรฯประกอบการจัดเรียงรายวิชาด้วย Bloom's Taxonomy ตามลำดับชั้น แล้ววิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ในแต่ละชั้นปี สรุปได้ตามตาราง

	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4
	25%	50%	75%	100%
PLO1	X	X	X	X
PLO2			X	X
PLO3		X	X	X
PLO4			X	X

โดยในรายวิชาที่เรียนในแต่ละภาคการศึกษา ผู้เรียนจะมีความรู้และทักษะที่เพียงพอต่อการศึกษาต่อในภาคการศึกษาถัดไป และจะสามารถบรรลุได้ในชั้นปีที่ 4

## ผลการประเมินตนเอง

AUN-QA Criterion 1 – Checklist	ระดับ
	2564
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.	4
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.	4
1.3 The programme to show that the expected learning outcomes consist of both generic outcomes (related to written and oral communication, problem-solving, information technology, teambuilding skills, etc) and subject specific outcomes (related to knowledge and skills of the study discipline).	4
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.	4
1.5 The programme to show that the expected learning outcomes are achieved by the students by the time they graduate.	4
<b>ความคิดเห็นโดยรวม (Overall opinion)</b>	<b>4</b>

## AUN - QA criterion 2 Programme Structure and Content

### Sub Criterion 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. The design of the curriculum is shown to be constructively aligned with achieving the expected learning outcomes.
3. The design of the curriculum is shown to include feedback from stakeholders, especially external stakeholders.
4. The contribution made by each course in achieving the expected learning outcomes is shown to be clear.
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.
6. The curriculum to have option(s) for students to pursue major and/or minor specialisations.
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

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.

คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยได้มีโครงการแนะนำสัจจอร์เพื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรและรายละเอียดของหลักสูตร โดยมีทีมคณาจารย์และนิสิตที่กำลังศึกษาอยู่ลงพื้นที่ร่วมกัน และยังมีเว็บไซต์ของคณะ และ Landing page ของสาขาวิชาการตลาดเพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์หลักสูตรและรายละเอียดของหลักสูตร เพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีข้อมูลประกอบการตัดสินใจ จาก URL : <http://www.bca.up.ac.th/>

ซึ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถเข้าถึงรายละเอียดของหลักสูตร ได้แก่ ชื่อปริญญา จำนวนหน่วยกิต ที่เรียนตลอดหลักสูตร ปรัชญาและวัตถุประสงค์ของหลักสูตร อาชีพที่ปฏิบัติได้หลังสำเร็จการศึกษา แผนการศึกษาตลอด 4 ชั้นปี คำอธิบายรายวิชาทุกวิชา

สาขาวิชาการตลาดยังมี Facebook Fanpage ของคณะ “คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา” <https://www.facebook.com/bcaup.official> ที่ใช้ประชาสัมพันธ์หลักสูตรอีกช่องทางหนึ่ง รวมไปถึง Facebook Fanpage ของสาขาวิชาการตลาดเองชื่อ Next Gen Marketing ที่บริหารงานโดยทีมของอาจารย์และนิสิตแต่ละชั้นปี ในการช่วยบริหาร Content เพื่อสื่อสารและประชาสัมพันธ์และยังมีการประชาสัมพันธ์อีกหลายช่องทาง โดยสรุปในตารางด้านล่างนี้

ช่องทาง	กลุ่มเป้าหมาย	ข้อมูลที่เผยแพร่
คู่มือนิสิต	1.ผู้เรียนที่เป็นนิสิตใหม่ของหลักสูตร โดยมหาวิทยาลัยพะเยาจะดำเนินการจัดทำขึ้นทุกปีการศึกษาที่มีการรับนิสิตใหม่ 2.อาจารย์ที่ปรึกษานิสิตใหม่ 3.สาขาวิชาการตลาด	ตอนที่ 1 มหาวิทยาลัยพะเยา ตอนที่ 2 ข้อบังคับ ระเบียบ ประกาศสำหรับนิสิตระดับปริญญาตรี ตอนที่ 3 โครงสร้างหลักสูตร/สาขาวิชา ตอนที่ 4 คำอธิบายรายวิชา
เว็บไซต์ของคณะ <a href="http://www.bca.up.ac.th">www.bca.up.ac.th</a> หน้าหลัก หลักสูตรที่เปิดสอน -หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด	ผู้เรียน ผู้สอน กรรมการประจำหลักสูตร บุคคลากร และบุคคลทั่วไป โดยข้อมูลที่เป็นรายวิชาจะมีทั้ง	ชื่อหลักสูตร ชื่อปริญญา จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอด หลักสูตร ปรัชญาและ วัตถุประสงค์ของหลักสูตร อาชีพที่ปฏิบัติได้หลังสำเร็จ

ช่องทาง	กลุ่มเป้าหมาย	ข้อมูลที่เผยแพร่
	ภาษาไทยและ ภาษาอังกฤษ	การศึกษาทั้งราชการและ รัฐวิสาหกิจ หน่วยงาน ภาคเอกชนบริษัทและแผนการ ศึกษาและคำอธิบายรายวิชา
มคอ. 2	ผู้สอน กรรมการประจำ หลักสูตร บุคคลากร	ประกอบด้วย 8 หมวด หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของ หลักสูตร หมวดที่ 3 ระบบการจัดการ การศึกษา การดำเนินการ และ โครงสร้างของหลักสูตร หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ ก ล ย ุ ท ธ์ ก อ ร ส อ น แ ล อ ก ร ประเมิณผล หมวดที่ 5 หลักเกณฑ์ในการ ประเมินผลนิสิต หมวดที่ 6 การพัฒนาอาจารย์ หมวดที่ 7 การประกันคุณภาพ หลักสูตร หมวดที่ 8 การประเมินและ ปรับปรุงการดำเนินการของ หลักสูตร
1. Facebook คณะบริหารธุรกิจและนิติศาสตร์ <a href="https://www.facebook.com/bcaup.official">https://www.facebook.com/bcaup.official</a> 2. Email <a href="mailto:bcaup.official@gmail.com">bcaup.official@gmail.com</a> 3. โทรศัพท์ 054466666 -ต่อ1508 4. เว็บไซต์ 4.1 คณะบริหารธุรกิจและนิติศาสตร์- มหาวิทยาลัยพะเยา ( <a href="http://www.bca.up.ac.th/">www.bca.up.ac.th/</a> )	ประชาชนทั่วไป อาจารย์ ผู้เรียนม.6 ครูแนะแนว ผู้ประกอบการ หน่วยงานราชการและ เอกชน ผู้ประกอบการ	-หลักสูตรที่เปิดสอนในแต่ละ หลักสูตรของคณะบริหารธุรกิจ และนิติศาสตร์ -ประวัติความเป็นมา -ประเมินโอกาสสอบคิดคณะ บริหารธุรกิจและนิติศาสตร์ หลักสูตร
Facebook สาขาวิชาการตลาด Next Gen Marketing <a href="https://www.facebook.com/Next-Gen-Marketing-741832892678591/">https://www.facebook.com/Next-Gen-Marketing-741832892678591/</a>	ประชาชนทั่วไป อาจารย์ ผู้เรียนม.6 ครูแนะแนว	รายละเอียดของหลักสูตร ผลงานนิสิต ตารางวันเวลารับสมัครนิสิต

ช่องทาง	กลุ่มเป้าหมาย	ข้อมูลที่เผยแพร่
Line Official Account : @mktup	ผู้ประกอบการ หน่วยงานราชการและ เอกชน ผู้ประกอบการ	กิจกรรมและโครงการเสริม หลักสูตรต่างๆของนิสิต อาชีพที่สามารถทำได้
สิ่งพิมพ์ โครงการแนะแนวสัจจรของมหาวิทยาลัยพะเยา โครงการแนะแนวสัจจรคณะบริหารธุรกิจและนิเทศ ศาสตร์ 9 จังหวัด	1.นักเรียน ครูแนะแนว โรงเรียนมัธยม 2.แนะแนวสัจจรของ มหาวิทยาลัยพะเยา แนะแนวสัจจรของ คณะ 3. OPEN HOUSE UP	1.หลักสูตรที่เปิดสอนโดยคณะ บริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ 2.โบรชัวร์คณะ
Line Official Account	ประชาชนทั่วไป อาจารย์ นิสิตปัจจุบัน ศิษย์เก่า	ข่าวสาร กิจกรรมของสาขาวิชา การรับสมัครนิสิตใหม่

โดยในรายละเอียดของหลักสูตรแสดงถึงรายละเอียดของรายวิชา และได้กำหนดผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง โดยครอบคลุมทั้งความรู้ ทักษะ และทัศนคติ ที่ช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจถึงวิธีการเรียนการสอน ซึ่งผลการเรียนรู้ที่คาดหวังได้รายงานแล้วในข้างต้น หัวข้อ AUN - QA criterion 1 ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง (Expected Learning Outcomes)

ทั้งนี้ ในส่วนของสื่อที่คณะฯเป็นผู้ดำเนินการ จะผ่านการตรวจสอบโดยหลักสูตรฯ เพื่อให้ข้อมูล มีความถูกต้องและเป็นข้อมูลที่ล่าสุด เช่นข้อมูลโครงสร้างหลักสูตร วัตถุประสงค์หลักสูตร แผนการศึกษา ฯลฯ โดยข้อมูลทั้งหมดที่ถูกสื่อสารในทุกช่องทางจะเป็นข้อมูลชุดเดียวกัน เพียงแต่ด้วยข้อจำกัดด้านขนาด หรือพื้นที่ของสื่อบางชนิดทำให้นางสื่ออาจใส่ข้อมูลได้ไม่ครบทั้งหมด แต่ได้ระบุให้ช่องทางอื่นๆ ที่สามารถให้รายละเอียดที่มากกว่าลงไปในทุกสื่อด้วยผ่านทาง LINK หรือ QR CODE

ซึ่งจากปีที่ผ่านมา จากการประเมินวัดผลประสิทธิภาพของสื่อในช่องทางต่างๆที่หลักสูตรได้ รวบรวมข้อมูลและหลักฐาน พบว่า ผู้เรียนได้ใช้ช่องทางเว็บไซต์คณะ และ เพจเฟซบุคคณะ เป็นช่องทาง สื่อสารหลักเพื่อหาข้อมูลหลักเช่น ตารางรอบรับเข้าศึกษา เอกสารในการสมัคร การเตรียมความพร้อม ก่อนเข้าศึกษา และผู้เรียนจะใช้เพจเฟซบุคสาขา (Next Gen Marketing) ในการศึกษาหาข้อมูลเชิงลึกใน สาขาเช่นกิจกรรมการเรียนการสอน ผลงานนิสิต ข่าวสารต่างๆของทางหลักสูตรฯ ส่วนกลุ่มผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียภายนอกมหาวิทยาลัยจะใช้เว็บไซต์ของทางคณะฯเป็นหลักในการค้นหาข้อมูลต่างๆ



โดยสามารถสรุปรายละเอียดเส้นทางการรับสื่อ (Customer Journey) ข้อมูลของหลักสูตร รายวิชา และความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียดังนี้

	ศิษย์เก่า	ผู้ใช้บัณฑิต	ศิษย์ปัจจุบัน	สถานประกอบการ	คณาจารย์ และ ผู้ทรงคุณวุฒิ
<b>Program Specification</b>					
- ชื่อหลักสูตร / ปริญญา	- เว็บไซต์ - เพจสาขา	- โบรชัวร์ - เว็บไซต์ - นิเทศฝึกงาน	- ปฐมนิเทศ - ชั้นเรียน	- โบรชัวร์ - เว็บไซต์	- เว็บไซต์ - เอกสารการประชุม - ไฟล์ใน cloud
- โครงสร้างหลักสูตร	- เว็บไซต์ - เพจสาขา	- โบรชัวร์ - เว็บไซต์ - นิเทศฝึกงาน	- ปฐมนิเทศ - ชั้นเรียน	- โบรชัวร์ - เว็บไซต์	- เว็บไซต์ - เอกสารการประชุม - ไฟล์ใน cloud
- วัตถุประสงค์ของหลักสูตร	- เว็บไซต์ - เพจสาขา	- โบรชัวร์ - เว็บไซต์ - นิเทศฝึกงาน	- ปฐมนิเทศ - ชั้นเรียน	- โบรชัวร์ - เว็บไซต์	- เว็บไซต์ - เอกสารการประชุม - ไฟล์ใน cloud
- ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง	- เว็บไซต์ - เพจสาขา	- โบรชัวร์ - เว็บไซต์ - นิเทศฝึกงาน	- ปฐมนิเทศ - ชั้นเรียน	- โบรชัวร์ - เว็บไซต์	- เว็บไซต์ - เอกสารการประชุม - ไฟล์ใน cloud
- รายวิชาและคำอธิบายรายวิชา	- เว็บไซต์ - เพจสาขา	- โบรชัวร์ - เว็บไซต์ - นิเทศฝึกงาน	- ปฐมนิเทศ - ชั้นเรียน	- โบรชัวร์ - เว็บไซต์	- เว็บไซต์ - เอกสารการประชุม - ไฟล์ใน cloud
- แผนการศึกษา	- เว็บไซต์ - เพจสาขา	- โบรชัวร์ - เว็บไซต์ - นิเทศฝึกงาน	- ปฐมนิเทศ - ชั้นเรียน	- เว็บไซต์	- เว็บไซต์ - เอกสารการประชุม - ไฟล์ใน cloud

	ศิษย์เก่า	ผู้เข้าบัณฑิต	ศิษย์ปัจจุบัน	สถานประกอบการ	คณาจารย์ และ ผู้ทรงคุณวุฒิ
- หน่วยกิต	- เว็บไซต์ - เพจสาขา	- โบรชัวร์ - เว็บไซต์ - นิเทศฝึกงาน	- ปฐมนิเทศ - ชั้นเรียน	- โบรชัวร์ - เว็บไซต์	- เอกสารการ ประชุม
- รายชื่อและประวัติ อาจารย์	- เว็บไซต์	- โบรชัวร์ - เว็บไซต์ - นิเทศฝึกงาน	- ปฐมนิเทศ - ชั้นเรียน	- เว็บไซต์	- เว็บไซต์ - เอกสารการ ประชุม - ไฟล์ใน cloud
Course Specification					
รายละเอียด รายวิชา - ชื่อรายวิชาและหน่วย กิต	- เว็บไซต์ - เว็บไซต์ มหาวิทยาลัย (คู่มือนิสิต) - เพจสาขา	- เว็บไซต์ - เพจสาขา	- เว็บไซต์ - เว็บไซต์ มหาวิทยาลัย (คู่มือนิสิต) - ระบบ REG - Microsoft Team - เพจสาขา	- เว็บไซต์ - เพจสาขา	- ระบบ REG - Microsoft Team - เพจสาขา - เว็บไซต์
- ผลการเรียนรู้ที่ คาดหวังในแต่ละ รายวิชา (ความรู้ ทักษะ)	X	X	- ระบบ REG - Microsoft Team	X	X
- รูปแบบการเรียนการ สอน	X	X	- ระบบ REG - Microsoft Team	X	X
- วิธีการประเมินผู้เรียน	X	X	- ระบบ REG - Microsoft Team	X	X
- ใบประมวลผลการสอน (Course Outline)	X	X	- ระบบ REG - Microsoft Team	X	X

	ศิษย์เก่า	ผู้ใช้บัณฑิต	ศิษย์ปัจจุบัน	สถานประกอบการ	คณาจารย์ และ ผู้ทรงคุณวุฒิ
- ระบุวันที่ของการ ทบทวนรายวิชา	X	X	- ระบบ REG - Microsoft Team	X	X
ความพึงพอใจใน ภาพรวม (Self Assessment)	ดี	ดี	ดี	ดี	ดี

จากตารางข้างต้น ทางหลักสูตรได้พิจารณาแล้ว ประเมินประสิทธิภาพของช่องทางการสื่อสารไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ ของข้อมูล Program และ Course Specification พบว่า ข้อมูล เนื้อหาในแต่ละช่องทางการสื่อสารมีความครบถ้วน เพียงพอแล้ว สำหรับแต่ละผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ในส่วนของรายละเอียด Course Specification ได้แก่ ผลการเรียนรู้ที่คาดหวังในแต่ละรายวิชา (ความรู้ ทักษะ) รูปแบบการเรียนการสอน วิธีการประเมินผู้เรียน ใบประมวลผลการสอน (Course Outline) ระบุวันที่ของการทบทวนรายวิชา ในปีก่อน ทางหลักสูตรได้ประเมินแล้วว่า เป็นข้อมูลที่มีจำนวนมากจนเกินไป นำไปสื่อสารให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มทั้งหมดได้ยาก และเป็นข้อมูลที่บางกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไม่ได้ให้ความสนใจมากนัก เนื่องจากไม่เกี่ยวข้องกัน อย่างไรก็ตาม ในปีการศึกษาปัจจุบันได้ หลักสูตรได้พบแนวโน้มใหม่ คือมีการสอบถามข้อมูลจากกลุ่มนิสิตและผู้ประกอบการมากขึ้นในเรื่อง “ผลการเรียนรู้ที่คาดหวังในแต่ละรายวิชา (ความรู้ ทักษะ)” และ “รูปแบบการเรียนการสอนในแต่ละรายวิชาของหลักสูตร” ซึ่งทางหลักสูตรได้มีข้อมูลในส่วนนี้พร้อมแล้ว เนื่องจากในทุกปีการศึกษา ทางหลักสูตรจะทำการประเมินร่วมกัน เพื่อหาแนวทางพัฒนาหลักสูตรและรายวิชาให้ไปในทิศทางเดียวกัน

ดังนั้นในปีนี้และปีหน้า ทางหลักสูตรจะเริ่มจัดเรียงข้อมูลสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความต้องการทราบ นำมาเสนอผ่านช่องทางที่เหมาะสมต่อไป โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มนอคมหาวิทยาลัย จะใช้ช่องทางเพจเฟซบุ๊กของสาขา และเว็บคณะ เนื่องจากได้ประเมินแล้วว่า เป็นช่องทางที่เข้าถึงง่ายที่สุดและเป็นช่องทางที่นิยมใช้ ส่วนกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในมหาวิทยาลัยเช่น นิสิต ศิษย์เก่าจะใช้กลุ่มเฟซบุ๊กของสาขา ในแต่ละรุ่นเพื่อให้ทราบโดยทั่วกัน และในอนาคตจะกำหนดช่องทางสื่อสารใหม่ ผ่านเว็บไซต์เฉพาะของหลักสูตรเอง หรือในลักษณะอื่น ที่สามารถสื่อสารข้อมูลจำนวนมากของหลักสูตรและของแต่ละรายวิชาได้ เพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถเข้าไปอ่านได้ทั้งหมด

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

หลักสูตรได้ใช้ backward curriculum design นำผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง (ELOs) ที่ได้จากความ ต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมากำหนดในการออกแบบโครงสร้างหลักสูตร (Constructive Alignment) เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยรายวิชาต่าง ๆ ตลอดทั้งหลักสูตรจะมีการกำหนด CLOs ที่สอดคล้องกับ ELOs ที่ ปรากฏในหลักสูตรเพื่อให้ผู้เรียนเกิดทักษะด้าน Knowledge (Cognitive) ทักษะด้าน Attitude (Affective) และทักษะด้าน Skill (Psychomotor) ตาม Bloom's Taxonomy

#### ตารางที่ 16 การกำหนด CLOs ที่สอดคล้องกับ ELOs ของหลักสูตร

Knowledge: K (Cognitive)	Attitude: A (Affective)	Skill: S (Psychomotor)
K1 การตลาดดิจิทัล	A1 การเป็นนักการตลาดมืออาชีพ	S1 ใช้เครื่องมือทางการตลาดดิจิทัล
K2 เครื่องมือทางการตลาดดิจิทัล		S2 วางแผนและวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด
K3 การวิเคราะห์ทางการตลาด		S3 วิจัยทางการตลาด
K4 กลยุทธ์ทางการตลาด		S4 เขียนแผนการตลาด
K5 องค์ประกอบการเขียนแผนการตลาด		
K6 การนำเสนอแผนการตลาด		

หากนำ PLO มาเทียบกับ KSA ตามปีการศึกษา สามารถสรุปได้ดังนี้

	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4
PLO1	K1			
PLO2		K2, K3, K3, K4, S1, S2		
PLO3			K5, S3	
PLO4				K6, A1, S4

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

จากการทำแบบสอบถามออนไลน์ผู้ที่เคยได้สัมผัสประสบการณ์กับผู้ใช้งานจริง และได้รวบรวมข้อมูลมาตลอดทุกปีนั้น ได้ถูกนำมาเพิ่มรายวิชา รวมไปถึงปรับคำอธิบายรายวิชาเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการ SH โดยเฉพาะผู้ใช้งานจริง โดยส่วนใหญ่ได้มุ่งเน้นไปที่การฝึกปฏิบัติจริง ทำให้หลักสูตรกำหนดให้ทุกรายวิชาเป็นวิชาปฏิบัติ ยกเว้นรายวิชาที่มุ่งเน้นให้รู้และเข้าใจ ส่วนเนื้อหาที่ผู้ประกอบการให้เพิ่มนั้นส่วนใหญ่เป็นหัวข้อที่เป็นเทรนด์ของการตลาดสมัยใหม่ ที่เกิดขึ้นในแต่ละปี ซึ่งหลักสูตรไม่ได้นิ่งนอนใจ และนำมาเพิ่มในรายวิชา ทั้งนี้ไม่ได้ทำเรื่องปรับคำอธิบายในหลักสูตร แต่ได้มีการรวบรวมข้อมูลและระบุในการประชุมหลักสูตร เพื่อเตรียมไว้ใช้ตอนปรับหลักสูตรรอบใหญ่ โดยสรุปรายละเอียดได้ดังนี้

รายวิชา / หน่วยกิต	รายวิชาใหม่	ปรับเนื้อหา
128110 หลักการตลาด (G)		✓
128111 พฤติกรรมผู้บริโภค (G)		✓
128112 การตลาดดิจิทัล (G)		✓
128220 การวิเคราะห์ทางการตลาด (S)	✓	
128221 การใช้เครื่องมือการตลาดดิจิทัลเพื่อการตัดสินใจ (S)	✓	
128222 การบริหารผลิตภัณฑ์และราคา (S)		✓
128223 การบริหารช่องทางการกระจายสินค้าดิจิทัล (S)		✓
128224 การบริหารการส่งเสริมการตลาด (S)		✓
128320 การบริหารการค้าปลีก (S)		✓
128321 ระเบียบวิธีวิจัย (S)	-	-
128322 การตลาดเชิงปริมาณ (S)	✓	
128323 นวัตกรรมการตลาดบริการดิจิทัล (S)	✓	
128324 กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล (S)		✓
128325 การออกแบบเนื้อหาการตลาดดิจิทัล (S)	✓	
128326 การตลาดที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (S)	✓	
128420 ผู้ประกอบการยุคดิจิทัล (S)		✓
128421 การจัดการการตลาด (S)		✓
128422 สัมมนา (S)	-	-
128330 การตลาดเชิงกิจกรรม (S)	✓	
128331 การบริหารการขาย (S)		✓
128332 การบริหารตราสินค้า (S)		✓

รายวิชา / หน่วยกิต	รายวิชาใหม่	ปรับเนื้อหา
128333 การบริหารผลิตภัณฑ์ใหม่และการบรรจุภัณฑ์ (S)		✓
128334 การตลาดเชิงการกุศล (S)	✓	
128335 การตลาดการเกษตร (S)		✓
128336 การตลาดอุตสาหกรรมอาหาร (S)	✓	
128337 การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม (S)		✓
128338 การตลาดออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน (S)	✓	
128430 การบริหารตลาดสินค้าออนไลน์ (S)	✓	
128431 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์และการตลาดสัมพันธ์ภาพ (S)		✓
128441 สหกิจศึกษา (S)	-	-
128440 การฝึกงาน (S)	-	-
128442 การศึกษาอิสระ (S)	-	-

โดยผลจากการปรับเนื้อหาและเพิ่มรายวิชาใหม่ ยังไม่ได้เสียงสะท้อนกลับจากผู้ใช้บัณฑิต เนื่องจากนิสิตยังคงศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 3 แต่ได้ทำการสำรวจและสอบถามนิสิตปัจจุบัน พบว่านิสิตมีความรู้สึกหลักสูตรฯมีความทันสมัยมาก

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

ผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของแต่ละรายวิชาของหลักสูตรแสดงให้เห็นถึงการมีส่วนร่วมที่ชัดเจนในการทำให้บรรลุผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง ทั้งในหมวดวิชาพื้นฐานและหมวดวิชาเฉพาะด้าน โดยทุกวิชาจะแสดงภาพรวมของการบรรลุผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง ดังแสดงในแผนที่กระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ

การออกแบบรายวิชาจะใช้ผลการเรียนรู้ที่คาดหวังเป็นแนวทางในการตั้งวัตถุประสงค์ วิธีการสอน และการประเมินผลให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของแต่ละรายวิชา มีการจำแนกผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง ซึ่งได้ระบุถึงผลการเรียนรู้ที่นิสิตจะได้รับหลังการเรียน โดยมีการกำหนดในแผนที่กระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชาตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ ในภาพรวมจะเห็นได้ว่า แต่ละรายวิชาในหลักสูตรสนับสนุนการบรรลุผลการเรียนรู้ที่คาดหวังอย่างชัดเจน

รายวิชา / หน่วยกิต	PLO				Stakeholder				
	1	2	3	4	1	2	3	4	5
128110 หลักการตลาด (G)	✓				✓		✓		
128111 พฤติกรรมผู้บริโภค (G)	✓				✓				
128112 การตลาดดิจิทัล (G)	✓				✓		✓	✓	
128220 การวิเคราะห์ทางการตลาด (S)		✓			✓				
128221 การใช้เครื่องมือการตลาดดิจิทัลเพื่อการตัดสินใจ (S)		✓			✓				
128222 การบริหารผลิตภัณฑ์และราคา (S)		✓			✓			✓	
128223 การบริหารช่องทางการกระจายสินค้าดิจิทัล (S)		✓			✓			✓	
128224 การบริหารการส่งเสริมการตลาด (S)		✓			✓			✓	
128320 การบริหารการค้าปลีก (S)		✓			✓			✓	
128321 ระเบียบวิธีวิจัย (S)		✓			✓				
128322 การตลาดเชิงปริมาณ (S)		✓			✓				
128323 นวัตกรรมการตลาดบริการดิจิทัล (S)	✓						✓		
128324 กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล (S)		✓			✓			✓	
128325 การออกแบบเนื้อหาการตลาดดิจิทัล (S)		✓			✓		✓		
128326 การตลาดที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (S)		✓			✓				
128420 ผู้ประกอบการยุคดิจิทัล (S)		✓				✓		✓	
128421 การจัดการการตลาด (S)			✓		✓				
128422 สัมมนา (S)				✓	✓				✓
128330 การตลาดเชิงกิจกรรม (S)				✓	✓		✓		
128331 การบริหารการขาย (S)			✓		✓		✓	✓	
128332 การบริหารตราสินค้า (S)				✓		✓			
128333 การบริหารผลิตภัณฑ์ใหม่และการบรรจุภัณฑ์ (S)				✓			✓	✓	
128334 การตลาดอิงการกุศล (S)		✓							✓
128335 การตลาดการเกษตร (S)		✓				✓		✓	
128336 การตลาดอุตสาหกรรมอาหาร (S)		✓							✓
128337 การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม (S)		✓							✓
128338 การตลาดออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน (S)		✓							✓
128430 การบริหารตลาดสินค้าออนไลน์ (S)		✓			✓	✓	✓	✓	
128431 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์และการตลาดสัมพันธ์ภาพ (S)				✓					
128441 สหกิจศึกษา (S)		✓	✓	✓	✓				✓
128440 การฝึกงาน (S)		✓	✓	✓	✓				✓

รายวิชา / หน่วยกิต	PLO				Stakeholder				
	1	2	3	4	1	2	3	4	5
128442 การศึกษาอิสระ (S)		✓	✓	✓					✓

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.

หลักสูตรฯ ได้กำหนดรายวิชาที่สอดคล้องกับ PLO และ KSA ที่กำหนด โดยรายวิชาที่พื้นฐานจะเรียนชั้นปีที่ 1 และมีความเข้มข้นสูงขึ้นไป ก็จะได้ KSA ที่อยู่ในระดับสูงขึ้น

		K1	K2, K3, K3, K4, S1, S2	K5, S3	K6, A1, S4
PLO1		128110 หลักการตลาด (G) 128111 พฤติกรรม ผู้บริโภค (G) 128112 การตลาดดิจิทัล (G)			
PLO2			128220 การ วิเคราะห์ทาง การตลาด (S) 128221 การใช้ เครื่องมือ การตลาดดิจิทัล เพื่อการตัดสินใจ (S) 128222 การ บริหารผลิตภัณฑ์ และราคา (S) 128223 การ		



			บริหารช่องทาง การกระจาย สินค้าดิจิทัล (S) 128224 การ บริหารการ ส่งเสริมการตลาด (S)		
PLO3				128320 การ บริหารการค้า ปลีก (S) 128321 ระเบียบ วิธีวิจัย (S) 128322 การตลาดเชิง ปริมาณ (S) 128323 นวัตกรรม การตลาดบริการ ดิจิทัล (S) 128324 กลยุทธ์ การตลาดดิจิทัล (S) 128325 การ ออกแบบเนื้อหา การตลาดดิจิทัล (S) 128326 การตลาดที่ ขับเคลื่อนด้วย ข้อมูล (S)	
PLO4					128420 ผู้ประกอบการยุค ดิจิทัล (S) 128421 การ จัดการการตลาด (S)

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

เนื่องจากในการปรับหลักสูตรรอบปี 2564 ทางมหาวิทยาลัยยังไม่ได้สนับสนุนให้มีการแยกย่อยหลักสูตรเป็น minor ในปี 3 จึงทำให้ทางหลักสูตรปัจจุบัน ไม่ได้มีการให้นิสิตเลือก minor ได้ ทั้งนี้ อาจารย์ในหลักสูตรได้มีการแนะนำนิสิตตั้งแต่ชั้นปีที่ 2 เทอม 2 หากนิสิตมีความสนใจประกอบอาชีพด้านใด สามารถเรียนวิชาเอกเลือกที่เกี่ยวข้อง หรือส่งเสริมต่ออาชีพที่สนใจได้

จากการสำรวจอาชีพหลังสำเร็จการศึกษา นิสิตสนใจเป็นผู้ประกอบการ 60.7% รองลงมาคือนักการตลาดดิจิทัล 39.3% หลักสูตรจึงได้แนะนำวิชาเอกเลือกตามสิ่งที่สนใจดังนี้

สำหรับผู้สนใจเป็นผู้ประกอบการ ให้ลงเรียน 128331 การบริหารการขาย 128332 การบริหารตราสินค้า 128333 การบริหารผลิตภัณฑ์ใหม่และการบรรจุภัณฑ์ 128430 การบริหารตลาดสินค้าออนไลน์ 128431 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์และการตลาดสัมพันธ์ภาพ

สำหรับผู้สนใจเป็นนักการตลาดดิจิทัล ให้ลงเรียน 128338 การตลาดออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน 128430 การบริหารตลาดสินค้าออนไลน์ 128431 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์และการตลาดสัมพันธ์ภาพ 128330 การตลาดเชิงกิจกรรม

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.

หลักสูตรฯ ใช้กลไกจากการประชุมสาขาทางแบบทางการและไม่เป็นทางการในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับรายวิชา ความต้องการของผู้ประกอบการในทุกปี และได้มีการทำสรุป เพื่อแจ้งในการประชุมหลักสูตร โดยในปลายสุดมีผลสรุปดังนี้

สรุปผลสำรวจ คุณลักษณะของบัณฑิตที่พึงประสงค์และความคาดหวังของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย เรื่องการพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ปีพ.ศ. 2565 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มได้แก่

1. ผู้ใช้บัณฑิต (บริษัทเอกชนในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด หน่วยงานราชการและสถานประกอบการที่รับนิสิตการตลาดฝึกงาน)
2. ศิษย์เก่า

3. ศิษย์ปัจจุบัน
4. องค์กรวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับการตลาด

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม

- |   |         |
|---|---------|
| 1. ผู้ใช้บัณฑิต                         | 225 ราย |
| 2. ศิษย์เก่า                            | 112 ราย |
| 3. ศิษย์ปัจจุบัน                        | 102 ราย |
| 4. องค์กรวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับการตลาด | 5 ราย   |

ข้อมูลเพิ่มเติม

44% ผู้เรียนสาขาวิชาการตลาด มีธุรกิจครอบครัว

90% ผู้เรียนสาขาวิชาการตลาดมีภูมิลำเนาอยู่ภาคเหนือตอนบนและล่าง อีก 10% อยู่ภาคอื่นๆ

สรุปผล (ตามเอกสารแนบ)

คุณลักษณะของบัณฑิตที่พึงประสงค์และความคาดหวังของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่มีต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด พบว่าบัณฑิตต้องสามารถใช้เครื่องมือการตลาดดิจิทัลยุคใหม่ (Digital Marketing) ได้ และยังสามารถใช้เครื่องมือที่เกี่ยวข้องเพื่อปรับเปลี่ยนธุรกิจไปสู่ดิจิทัล (Digital Transformation) ในการวิเคราะห์ข้อมูลและนำข้อมูลไปใช้ทางการตลาดได้ และยังคงมีความเชี่ยวชาญในทักษะอื่นๆ เช่น การขาย การนำเสนอ การสื่อสาร บุคลิกภาพ การสร้าง Content โปรแกรมตัดต่อภาพและวิดีโอ การเป็นผู้ประกอบการ คณิตศาสตร์ ภาษาต่างประเทศและภาษาที่สาม

ความต้องการ	ผู้ประกอบการ	ศิษย์เก่า	ศิษย์ปัจจุบัน	องค์กรวิชาชีพ
การใช้เครื่องมือการตลาดดิจิทัลยุคใหม่ (Line OA, Google Adwords, Keyword Planner, Facebook Ads, Email marketing, Social Media Marketing) การใช้ Online MarketPlace	✓	✓	✓	✓
การออกแบบสื่อ และ Content Marketing	✓	✓	✓	✓

ความต้องการ	ผู้ประกอบการ	ศิษย์ เก่า	ศิษย์ ปัจจุบัน	องค์กร วิชาชีพ
ทักษะการขาย การปิดการขาย การเจรจาต่อรอง วิธี รับมือลูกค้า	✓	✓	✓	✓
Event Marketing		✓		
การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อธุรกิจ Data Mining, Big Data	✓	✓		✓
Microsoft office และโปรแกรมอื่นๆที่ใช้ในธุรกิจ	✓	✓	✓	✓
ทักษะการพูด สื่อสาร นำเสนอ การประสานงาน การ กล้าแสดงออก	✓	✓	✓	✓
Social Skill การเข้าสังคม และการพัฒนาบุคลิกภาพ	✓	✓	✓	✓
ด้านการติดต่อและผลิตสื่อ	✓	✓	✓	✓
การทำงานเป็นทีม	✓	✓	✓	✓
การฝึกปฏิบัติการทำธุรกิจจริง แบบลงมือจริง		✓	✓	
วิชาภาษาและการส่งออก		✓		
การฝึกปฏิบัติให้นำสินค้ามาขายจริงทั้ง online & offline		✓	✓	
ทักษะการเป็นผู้ประกอบการ		✓	✓	✓
ทักษะทางคณิตศาสตร์เบื้องต้น	✓	✓	✓	
ภาษาต่างประเทศ ภาษาที่ 3	✓	✓	✓	✓

### ผลการประเมินตนเอง

AUN-QA Criterion 2 – Checklist	ระดับ
	2564
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.	4
2.2 The design of the curriculum is shown to be constructively aligned with achieving the expected learning outcomes.	4
2.3 The design of the curriculum is shown to include feedback from stakeholders, especially external stakeholders.	4
2.4 The contribution made by each course in achieving the expected learning outcomes is shown to be clear.	4
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.	4
2.6 The curriculum to have option(s) for students to pursue major and/or minor specialisations.	3
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.	4
<b>ความคิดเห็นโดยรวม (Overall opinion)</b>	4

## AUN - QA criterion 3 Teaching and Learning Approach

### Sub Criterion 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.
2. The teaching and learning activities are shown to allow students to participate responsibly in the learning process.
3. The teaching and learning activities are shown to involve active learning by the students.
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).
5. The teaching and learning activities are shown to inculcate in students, new ideas, creative thought, innovation, and an entrepreneurial mindset.
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

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.

คณะกรรมการพัฒนาหลักสูตร ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ได้ร่วมกำหนดปรัชญาของหลักสูตรฯ ว่า “การตลาดดิจิทัล สร้างบุคลากรทางการตลาดเพื่อสังคมสู่สากล” ได้มีการเผยแพร่ผ่านทางหลายช่องทาง ทั้งออนไลน์และออฟไลน์

ช่องทางออนไลน์ ได้ถูกเผยแพร่ผ่านทางเว็บไซต์ฯ (<http://www.bca.up.ac.th/>) โดยมุ่งเข้าไปที่นักเรียนมัธยมที่สนใจเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี จากการทำแบบสอบถามนิสิตที่เข้ามาเรียนพบว่า

73% ได้เคยเข้ามาดูข้อมูล รายละเอียดของหลักสูตรเช่นรายวิชา อาชีพหลังสำเร็จการศึกษา อีกทั้งยังสามารถสื่อสารไปยังศิษย์เก่าด้วย

ช่องทางออนไลน์ หลักสูตรฯได้ใช้หลายวิธีการกับแต่ละกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย โดยนิติตปัจจุบัน ใช้การสื่อสาร ได้แก่ วันปฐมนิเทศ กิจกรรมโครงการต่างๆของสาขา และ ในชั้นเรียน เพื่อให้ นิสิตเข้าใจถึงทิศทางและความคาดหวังของหลักสูตร สำหรับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ ได้แก่ กลุ่มผู้ใช้บัณฑิต ทางหลักสูตรได้ใช้วิธีนำเสนอขณะไปนิเทศฝึกงานเนื่องจากเป็นช่องทางที่เหมาะสมที่สุด เนื่องจากสามารถให้ข้อมูล และอธิบายได้มากกว่า

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการสื่อสาร	ประสิทธิภาพ / การเข้าถึง
ภายนอก		
ผู้ใช้บัณฑิต	บุคคล (นิเทศนิสิตฝึกงาน)	เข้าถึง 70% แต่ยังไม่วัดผลไม่ได้
บัณฑิต (ศิษย์เก่า)	เว็บไซต์	n/a แต่เหมาะสมที่สุด
ผู้ที่สนใจเรียน (มัธยม)	เว็บไซต์, โครงการสาขา	73%
ภายใน		
ศิษย์ปัจจุบัน	วันปฐมนิเทศ กิจกรรมโครงการของสาขา ชั้นเรียน	ดี (
อาจารย์ในหลักสูตร	ประชุม	ดีมาก

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

หลักสูตรยึดปรัชญาการศึกษาของมหาวิทยาลัยและของหลักสูตร ที่มุ่งเน้นการเรียนแบบ active learning เพื่อไม่หวั่นผล PLO ตามที่กำหนด ได้ใช้กลวิธีการสอนที่หลากหลาย รวมไปถึงรูปแบบการสอนที่บูรณาการข้ามรายวิชา หรือบูรณาการเข้ากับงานบริการวิชาการของคณะ หรือกิจกรรมเสริมหลักสูตรของ UPITI ซึ่งเป็นกิจกรรมที่นิสิตต้องลงมือถือและออกแบบวางแผนเอง ทั้งนี้ นิสิตที่มีปัญหา หรือไม่สะดวกในการลงพื้นที่เช่น นิสิตที่ตั้งครรภ์ มีภาวะซึมเศร้า หรือประสบอุบัติเหตุ นิสิตมีสิทธิ์เลือกที่จะทำรายงานคนเดียวได้ หรือเลือกการเรียน 100% แล้วสอบ

รายวิชา	CLOs	Assessment Tools	ปัญหา/ข้อสังเกตที่พบปีก่อน	ผลประเมิน การสอน	Solution	ผลลัพธ์จากการแก้ไข / แนวโน้ม
128120 หลักการ ตลาด 3(3-0-6)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตสามารถอธิบายลักษณะและกระบวนการ หน้าที่ทางการตลาดได้</li> <li>- นิสิตสามารถวิเคราะห์และออกแบบแผน การตลาดเบื้องต้นได้</li> <li>- นิสิตสามารถนำองค์ความรู้ไปปรับเป็น แผนการตลาดได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แบบฝึกหัด</li> <li>- ข้อสอบ</li> <li>- รายงานกลุ่ม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตขาดพื้นฐานเกี่ยวกับองค์คว ามรู้ทางการตลาด</li> <li>- นิสิตยังปรับตัวเข้ากับการเรียนใน ระดับมหาวิทยาลัยไม่ได้</li> </ul>	4.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เน้นการพูดคุยและยกค้ าวอย่างสินค้าในชีวิตประจ ำวัน</li> <li>- เน้นถาม-ตอบ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตสามารถอธิบายลักษณะและ กระบวนการทางการตลาดได้ชัดเจน ขึ้น</li> <li>- นิสิตสามารถปรับเอากลยุทธ์ทาง การตลาดได้จัดทำเป็นแผนการต ลาดเบื้องต้นได้</li> </ul>
128121 จริยธรรม ธุรกิจและธรรมาภิ บาลสำหรับการตลาด 3(3-0-6)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตสามารถอธิบายการบริหารจัดการ องค์กรธุรกิจที่มีคุณธรรม จริยธรรม ได้</li> <li>- สามารถอธิบายคุณลักษณะและ องค์ประกอบขององค์กรธุรกิจที่มีจริยธรรม ได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ข้อสอบ</li> <li>- การนำเสนอ</li> <li>- รายงาน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตพบว่าเป็นเรื่องไกลตัว ไม่ เข้าใจระบบธุรกิจ</li> </ul>	4.30	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เพิ่มเนื้อหารายวิชา อธิบาย ถึงฟังก์ชันการทำงานของ องค์กร และองค์ประกอบ ของธุรกิจในภาพรวม เพื่อให้ เห็นภาพมากขึ้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตมีความสนใจมากขึ้น เข้าใจได้ ว่าการไม่มีคุณธรรม จริยธรรม ไม่ได้ มีผลกระทบต่อบุคคลภายนอก เท่านั้น ยังส่งผลต่อภายในองค์กร ด้วย ตามห่วงโซ่อุปทาน</li> </ul>
128221 พฤติกรรม ผู้บริโภค 3(2-2-5)	<ul style="list-style-type: none"> <li>-สามารถวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค ในการตัดสินใจซื้อ</li> <li>-สามารถวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ กระบวนการตัดสินใจซื้อ</li> <li>-สามารถอธิบายถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อ(Buying Process)และCustomer Journey ของลูกค้าได้</li> <li>-สามารถวิเคราะห์ Customer Persona ได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แบบฝึกหัด</li> <li>- ข้อสอบ</li> <li>- กิจกรรมในชั้น เรียน</li> <li>- รายงานกลุ่ม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับ ศาสตร์ที่เกี่ยวข้องน้อย เช่น ทฤษฎีกระบวนการทางจิตวิทยา ภายในผู้บริโภค</li> <li>นิสิตยังมีความกล้าแสดงออกน้อย</li> </ul>	4.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ให้นักเรียนศึกษาเพิ่มเติม ในทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เป็น กิจกรรมในชั้นเรียน เช่น ทฤษฎีการเรียนรู้แล้วมี กิจกรรมการนำเสนอในชั้น เรียน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตมีความรู้ในศาสตร์เกี่ยวข้อง สัมพันธ์ดีขึ้นส่งผลให้มีความเข้าใจใน กระบวนการที่เกี่ยวข้องและปัจจัย ต่างๆที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ และพฤติกรรมของลูกค้าได้</li> </ul>
128222 การ ตัดสินใจทาง การตลาด3(2-2-5)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สามารถใช้เครื่องมือในการคำนวณหา มูลค่าตลาด</li> <li>- สามารถวิเคราะห์แก้ไขปัญหามาแบบ Multi-criteria decision analysis ได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แบบฝึกหัด</li> <li>- ข้อสอบ</li> <li>- การนำเสนอ</li> <li>- งานกลุ่ม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตที่ไม่มีพื้นฐานการคำนวณหา ความเข้าใจเนื้อหาได้ยาก</li> </ul>	4.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ปูพื้นฐานการคำนวณที่ จำเป็นในสองสัปดาห์แรก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตที่พื้นฐานการคำนวณไม่ตี สามารถใช้เครื่องมือในการหา ผลลัพธ์ เพื่อนำไปวิเคราะห์ และ ประยุกต์ใช้ในชั้นเรียน กิจกรรมนอก</li> </ul>



รายวิชา	CLOs	Assessment Tools	ปัญหา/ข้อสังเกตที่พบปีก่อน	ผลประเมิน การสอน	Solution	ผลลัพธ์จากการแก้ไข / แนวโน้ม
	- สามารถ วิเคราะห์ความชอบความเอนเอียงที่จะชอบของกลุ่มลูกค้าได้		- นิสิตไม่มีคอมพิวเตอร์หรือนำโน้ตบุค ทำให้ไม่สามารถใช้โปรแกรม SPSS ในการคำนวณได้ - นิสิตไม่เข้าใจว่าคำนวณแล้วเอาไปใช้ยังไง		- ออกแบบการคำนวณใน excel ในรูปแบบสำเร็จรูป ให้นิสิตนำไปใช้ได้เลย - วางแผนจะปรับปรุง คำอธิบายรายวิชาเพิ่ม เนื้อหาเกี่ยวกับความสำคัญของรายวิชา	หลักสูตรต่างๆ เช่น Startup Thailand League, R2M หรือในรายวิชาอื่นได้
128321 การบริหารผลิตภัณฑ์และราคา 3(2-2-5)	- นิสิตมีความเข้าใจและสามารถอธิบายแนวคิดการบริหารกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์การตั้งราคาที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานทางการตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ - นิสิตมีความเข้าใจเข้าใจและสามารถอธิบายกระบวนการในการจัดการผลิตภัณฑ์ รวมถึงปัจจัยสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และราคา - นิสิตสามารถเลือกแผนการบริหารผลิตภัณฑ์และราคา นโยบายและกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ รวมถึงการจัดการส่วนประสมผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	- แบบฝึกหัด - ข้อสอบ - กิจกรรมในชั้นเรียน - รายงานกลุ่ม	- นิสิตมีความรู้พื้นฐานทางการคำนวณในด้านบัญชีต้นทุนค่อนข้างน้อย	4.00	- เพิ่มเวลาจำนวนคาบในการบรรยาย ทำความเข้าใจในเนื้อหาพื้นฐานทางการคำนวณในด้านบัญชี	- นิสิตมีความเข้าใจในพื้นฐานทางการคำนวณด้านบัญชีมากขึ้น และสามารถนำมาคำนวณราคาที่เหมาะสมได้
128322 การบริหารช่องทางทางการตลาด	- สามารถอธิบายรูปแบบของช่องทางการตลาดได้	- แบบฝึกหัดท้ายบท - ข้อสอบ - รายงานกลุ่ม	- นิสิตขาดทักษะการวิเคราะห์และการสังเกต	4.00	- ปรับรูปแบบการสอนเน้นการอภิปรายกรณีศึกษา	- นิสิตสามารถอภิปรายเกี่ยวกับกรณีศึกษาได้ชัดเจนขึ้น

รายวิชา	CLOs	Assessment Tools	ปัญหา/ข้อสังเกตที่พบปีก่อน	ผลประเมิน การสอน	Solution	ผลลัพธ์จากการแก้ไข / แนวโน้ม
3(2-2-5)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สามารถประเมินประสิทธิภาพของช่องทางการตลาดแต่ละรูปแบบได้</li> <li>- สามารถพยากรณ์และวิเคราะห์สินค้าค้ำคลังได้</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตขาดองค์ความรู้ด้านภาษาอังกฤษทางธุรกิจ</li> <li>-</li> <li>- นิสิตขาดความเข้าใจในกระบวนการพยากรณ์</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการแปลคำศัพท์ภาษาอังกฤษเป็นภาษาไทยให้นิสิตเข้าใจ</li> <li>- เน้นการสอนคำนวณแบบไม่เร็วเพื่อให้นิสิตตามทัน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตเข้าใจในศัพท์ภาษาอังกฤษที่สำคัญ</li> <li>- นิสิตสามารถเข้าในกระบวนการคำนวณที่ถูกต้อง รวดเร็ว</li> </ul>
128323 การบริหารการส่งเสริมการตลาด 3(2-2-5)	<ul style="list-style-type: none"> <li>-สามารถเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสื่อ</li> <li>-สามารถเขียนแผนการสื่อสารทางการตลาดได้</li> <li>-สามารถวิเคราะห์ กำหนดกลุ่มเป้าหมาย กำหนดกลยุทธ์ และงบประมาณในการบริหารแคมเปญการสื่อสารทางการตลาดได้</li> <li>-สามารถวิเคราะห์สภาพเศรษฐกิจ และสภาพแวดล้อมทางการตลาดได้</li> <li>-สามารถประเมินผลและควบคุมโปรแกรมการสื่อสารทางการตลาดได้</li> </ul>	-ข้อสอบ รายงานกลุ่ม	<ul style="list-style-type: none"> <li>-นิสิตไม่สามารถกำหนดกิจกรรมหรือเลือกเครื่องมือทางการตลาดที่ไปในทิศทางเดียวกันได้</li> <li>-นิสิตขาดความเข้าใจในการกำหนดงบประมาณ และประเมินผลโปรแกรมการสื่อสารทางการตลาด</li> </ul>	4.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>-ปูพื้นฐานความสำคัญของการเลือกเครื่องมือที่ไปในทิศทางเดียวกัน รวมไปถึงยกตัวอย่างกรณีศึกษาของผลการตอบรับของผู้บริโภคต่อการออกแบบเครื่องมื่อดังกล่าว</li> <li>- เน้นการใช้กรณีศึกษาการกำหนดงบประมาณและประเมินผลโปรแกรมการสื่อสารทางการตลาด</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตสามารถกำหนดกิจกรรมหรือเลือกเครื่องมือทางการตลาดที่ไปในทิศทางเดียวกันได้</li> <li>-นิสิตมีความเข้าใจในการกำหนดงบประมาณ และการประเมินผลโปรแกรมการสื่อสารทางการตลาดมากขึ้น</li> </ul>
128324 การตลาดดิจิทัล 3(2-2-5)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สามารถอธิบายกระบวนการทางการตลาดดิจิทัลได้</li> <li>- สามารถออกแบบเนื้อหาการตลาดดิจิทัลได้</li> <li>- สามารถใช้เครื่องมือโฆษณาบนแพลตฟอร์มดิจิทัลต่างๆได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นำเสนอ</li> <li>- สอบข้อเขียน</li> <li>- แบบฝึกหัด</li> <li>- สอบปฏิบัติรายคน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตขาดคอมพิวเตอร์ที่สามารถตัดต่อภาพได้</li> <li>- นิสิตยังโฆษณาไม่ได้เนื่องจากต้องใช้คอมพิวเตอร์</li> </ul>	4.3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ให้ใช้คอมพิวเตอร์สาขาที่จัดหา</li> <li>- การยิงโฆษณาปรับแก้ให้ทำเป็นกลุ่ม โดยในกลุ่มต้องมีนิสิตที่มีบัตรเอทีเอ็มที่มี</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตมีความเข้าใจมากยิ่งขึ้น อย่งเห็นได้ชัด ว่ากระบวนการทำงานของเครื่องมือการตลาดดิจิทัล โดยเฉพาะเครื่องมือโฆษณาเป็นอย่างไร</li> </ul>

รายวิชา	CLOs	Assessment Tools	ปัญหา/ข้อสังเกตที่พบปีก่อน	ผลประเมิน การสอน	Solution	ผลลัพธ์จากการแก้ไข / แนวโน้ม
			- นิสิตต้องมีบัตรเอทีเอ็มที่มีสัญลักษณ์วีซ่า/มาสเตอร์การ์ด เพื่อใช้ในการยิงโฆษณา - ศัพท์เทคนิค เป็นภาษาอังกฤษ เยอะ		สัญลักษณ์วีซ่า/มาสเตอร์การ์ด	
128325 การตลาดบริการ 3(2-2-5)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สามารถอธิบายลักษณะและกระบวนการของการตลาดบริการได้</li> <li>- สามารถออกแบบกระบวนการให้บริการโดยใช้ Service blueprint และ Customer persona ได้</li> <li>- นิสิตสามารถออกแบบกลยุทธ์การบริการได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- กรณีศึกษาประจำบท</li> <li>- ข้อสอบ</li> <li>- รายงานกลุ่ม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตขาดความสามารถในการแสดงออกและการทำงานเป็นทีม</li> <li>- นิสิตขาดความสามารถในการสื่อสารถึงรายละเอียดของรายงานกลุ่ม</li> </ul>	4.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เน้นการสอนแบบ Active learning</li> <li>- ให้นิสิตลงมือทำงานจริงมากกว่าการบรรยายเนื้อหา</li> <li>- เน้นการให้คำปรึกษากับนิสิต โดยเฉลี่ยสัปดาห์ละ 5-6 ชั่วโมง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตกล้าที่จะแสดงความคิดเห็นและการสื่อสารกับเพื่อนร่วมชั้นเรียน</li> <li>- นิสิตเข้าใจในเนื้อหาที่ได้ทำงานอย่างแท้จริง และได้ฝึกฝนการค้นหาค้นหาข้อมูลจากแหล่งที่น่าเชื่อถือ</li> </ul>
128330 กลยุทธ์ทางการตลาด 3(2-2-5)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตเข้าใจและสามารถอธิบายกระบวนการออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดได้</li> <li>- นิสิตสามารถวิเคราะห์สถานการณ์และกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับธุรกิจได้</li> <li>- นิสิตมีทักษะการทำงานเป็นทีมและมีภาวะผู้นำ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- กรณีศึกษาประจำบท</li> <li>- ข้อสอบ</li> <li>- รายงานกลุ่ม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตขาดทักษะด้านภาษาอังกฤษ เนื่องจากมีคำศัพท์ที่เป็นภาษาอังกฤษจำนวนมาก</li> <li>- นิสิตขาดการสังเคราะห์และวิเคราะห์ข้อมูล</li> </ul>	4.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เน้นการถาม-ตอบ และอภิปรายในชั้นเรียน</li> <li>- ยกตัวอย่างกรณีศึกษาให้นิสิตมองเห็นภาพ</li> <li>- แปลงภาษาอังกฤษและทดสอบความรู้เกี่ยวกับภาษาอังกฤษกับนิสิต เพื่อกระตุ้นให้นิสิตเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตสามารถอธิบายได้ชัดเจนมากขึ้น</li> <li>- นิสิตสามารถวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมได้ดีขึ้น</li> </ul>

รายวิชา	CLOs	Assessment Tools	ปัญหา/ข้อสังเกตที่พบปีก่อน	ผลประเมิน การสอน	Solution	ผลลัพธ์จากการแก้ไข / แนวโน้ม
128421 ระเบียบวิธีวิจัย 3(2-2-5)	-นิสิตเข้าใจความสำคัญ และ กระบวนการวิจัยทางการตลาด -นิสิตสามารถเขียนโครงร่างงานวิจัยได้ -นิสิตสามารถทำการวิจัยและเขียนรายงาน การวิจัยได้	-ข้อสอบ -รายงานวิจัย -โครงร่างงานวิจัย	-นิสิตขาดทักษะการออกแบบ เครื่องมือทางการวิจัย -นิสิตต้องฝึกทักษะการวิเคราะห์ ข้อมูลงานวิจัยที่ถูกต้อง	4.00	-เน้นการยกตัวอย่างงานวิจัย ว่าหัวข้อวิจัยลักษณะไหน ควรใช้เครื่องมืออย่างไร -ให้นิสิตฝึกทำการวิเคราะห์ ข้อมูลในการทำงานกลุ่ม	-นิสิตสามารถเลือกเครื่องมือวิจัยที่ เหมาะสมในการเขียนโครงร่าง งานวิจัยได้ -นิสิตสามารถทำการวิจัย วิเคราะห์ และเขียนรายงานการวิจัยได้
128423 การจัดการการตลาด 3(2-2-5)	- นิสิตสามารถวิเคราะห์และประเมินโอกาสทางการธุรกิจได้ - นิสิตสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับกรณีศึกษาจริงได้ - นิสิตมีความสามารถในการสื่อสารไปยัง นักลงทุนได้	- กรณีศึกษาจริง - รายงานแผนการตลาด	- นิสิตขาดการสังเคราะห์และวิเคราะห์ข้อมูล - นิสิตขาดความรู้เชิงลึกเกี่ยวกับสถานการณ์และกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อปรับใช้กับการจัดทำแผนการตลาด	4.00	- เน้นลงมือปฏิบัติจริงกับผู้ประกอบการ - เน้นการให้คำปรึกษาแบบเจาะลึก	- นิสิตเข้าใจและสามารถออกแบบกลยุทธ์และแผนการตลาดได้ - นิสิตมีความสามารถในการสื่อสาร เพื่อโน้มน้าวได้ดีขึ้น
128424 สัมมนา 1(0-3-2)	- นิสิตสามารถออกแบบกระบวนการสัมมนาได้ - นิสิตมีความสามารถในการกำหนดหัวข้อหลักและรายละเอียดการสัมมนาที่ทันสมัยได้ - นิสิตมีความสามารถในการทำงานเป็นทีม	- กรณีศึกษา - การลงมือปฏิบัติ	- นิสิตขาดกระบวนการคิดอย่างมีแบบแผน - นิสิตยังไม่เข้าใจในรายละเอียดเชิงลึกในประเด็นการสัมมนา	4.00	- เน้นการลงมือทำ และการร่วมประชุมหารือ - ให้อิสระแก่นิสิตในการกำหนดประเด็นและแนวทางการการสัมมนา	- นิสิตสามารถออกแบบงานสัมมนาทางออนไลน์ได้อย่างดีเยี่ยม - นิสิตมีความสามารถในการทำงานเป็นทีม
128311 การบริหารการขาย 3(2-2-5)	- นิสิตมีความเข้าใจและสามารถอธิบายกระบวนการบริหารการขายได้	- แบบฝึกหัด - ข้อสอบ	- การเรียนในเชิงปฏิบัติ มีข้อจำกัดในเรื่องเงินหรือต้นทุนสินค้าที่นิสิตจะนำมาขาย	4.00	- ใช้รูปแบบการจำลองสถานการณ์ในการทดสอบการนำเสนอขายของนิสิต	- นิสิตมีความกล้าแสดงออก และสามารถนำเสนอขายสินค้าโดยใช้

รายวิชา	CLOs	Assessment Tools	ปัญหา/ข้อสังเกตที่พบปีก่อน	ผลประเมิน การสอน	Solution	ผลลัพธ์จากการแก้ไข / แนวโน้ม
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตมีความเข้าใจสามารถใช้ศิลปะในการขาย เทคนิคการขายของพนักงานขายจิตบริการ</li> <li>- นิสิตสามารถวางแผนการขายสินค้า และประยุกต์ใช้การบริหารงานที่เหมาะสมได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- กิจกรรมในชั้นเรียน</li> <li>- รายงานกลุ่ม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตมีความกล้าแสดงออก หรือการมีปฏิสัมพันธ์กับคนไม่คุ้นเคยค่อนข้างน้อย</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้ช่องทางในการขายรูปแบบออนไลน์ในการนำเสนอผลงานการนำเสนอขายของกลุ่ม</li> </ul>	เทคนิคในการขายและศิลปะในการขายได้
128326 การบริหารตราสินค้า 3(2-2-5)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตสามารถเขียนแผนการสื่อสารตราสินค้าได้</li> <li>- นิสิตสามารถออกแบบตราสินค้าวิเคราะห์ กำหนดกลุ่มเป้าหมายกำหนดกลยุทธ์ทางตราสินค้าในการบริหารแคมเปญการสื่อสารตราสินค้าได้</li> <li>- นิสิตสามารถประเมินผลและควบคุมโปรแกรมการสื่อสารตราสินค้าได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ข้อสอบ</li> <li>- รายงานกลุ่ม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตขาดความเข้าใจในการออกแบบแผนการสื่อสารแบรนด์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย</li> <li>- นิสิตไม่สามารถแปล และอธิบายคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารตราสินค้าได้</li> </ul>	4.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ปูพื้นฐานความสำคัญของ การออกแบบการสื่อสารตราสินค้าให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายโดยเน้นการยกตัวอย่างกรณีศึกษา</li> <li>- อธิบายความหมายของ คำศัพท์ และให้นิสิตเขียนส่งในรายงานกลุ่ม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตสามารถออกแบบตราสินค้ากลยุทธ์ทางตราสินค้าในการบริหารแคมเปญการสื่อสารตราสินค้าให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายได้</li> <li>- นิสิตมีความเข้าใจคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารตราสินค้ามากขึ้น</li> </ul>
128327 การบริหารการค้าปลีก 3(2-2-5)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. นิสิตสามารถเข้าใจแนวคิดของการค้าปลีกในแต่ละสมัย</li> <li>2. นิสิตสามารถออกแบบร้านค้าปลีกโดยใช้ Business Model Canvas ได้</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. กรณีศึกษา</li> <li>2. แบบฝึกหัดท้ายบท</li> <li>3. แบบจำลองรูปแบบธุรกิจ</li> <li>4. การรายงานความคืบหน้า</li> <li>5. นำเสนอแบบจำลองธุรกิจ</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. นิสิตขาดการมีส่วนร่วมในการคิดแบบจำลองธุรกิจ</li> <li>2. นิสิตขาดประสบการณ์จริงกับการประกอบธุรกิจค้าปลีก</li> <li>3. นิสิตไม่สามารถเชื่อมโยงองค์ประกอบของธุรกิจได้</li> </ol>	4	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เน้นการมีส่วนร่วมในห้องเรียนโดยใช้กรณีศึกษาและนำแบบฝึกหัดท้ายบทมาอภิปรายร่วมกัน</li> <li>2. ให้นิสิตรายงานความคืบหน้าแบบจำลองธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ</li> <li>3. ให้นิสิตร่วมกิจกรรมส่งเสริมร้านค้าปลีกในพื้นที่ชุมชนจริง</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. นิสิตมีส่วนร่วมและแสดงความคิดเห็นในการออกแบบแบบจำลองธุรกิจของตนเองได้เป็นอย่างดี</li> <li>2. นิสิตมีความสามารถออกแบบจำลองธุรกิจได้อย่างเหมาะสม</li> </ol>

รายวิชา	CLOs	Assessment Tools	ปัญหา/ข้อสังเกตที่พบปีก่อน	ผลประเมิน การสอน	Solution	ผลลัพธ์จากการแก้ไข / แนวโน้ม
128328 การตลาด การเกษตร 3(2-2-5)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตเข้าใจลักษณะการตลาดการเกษตรได้ และออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาด การเกษตรได้</li> <li>- นิสิตสามารถวิเคราะห์สถานการณ์และกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับธุรกิจ การเกษตรได้</li> </ul> <p>นิสิตมีทักษะการทำงานเป็นทีมและมีภาวะผู้นำ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-กรณีศึกษาประจำบท</li> <li>- ข้อสอบ</li> <li>- งานวิจัย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตขาดความเข้าใจถึงหลักการของตลาดการเกษตร ซึ่งเป็นหน่วยเศรษฐกิจหลักของประเทศ</li> <li>-</li> <li>- นิสิตขาดการสังเคราะห์และวิเคราะห์ข้อมูลในหน่วยเศรษฐกิจภาคการเกษตรที่ดี</li> <li>- - นิสิตขาดความรู้ทางการใช้สถิติวิเคราะห์ในการทำการวิจัยทางการตลาด</li> <li>- นิสิตไม่มีความรู้เกี่ยวกับสถาบันหลักในตลาดการเกษตร ที่เป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจภาคการเกษตรของประเทศ</li> </ul>	4.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เน้นการถาม-ตอบ และอภิปรายในชั้นเรียน</li> <li>- ยกตัวอย่างกรณีศึกษาให้นิสิตเข้าใจในภาพรวมของตลาดการเกษตร</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตสามารถอภิปรายได้ชัดเจนมากขึ้น</li> <li>- นิสิตสามารถวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมได้ดีขึ้น</li> <li>- นิสิตสามารถทำรายงานวิจัย และวิเคราะห์ตลาดการเกษตรได้ดี</li> </ul>
128329 ผู้ประกอบการและการพัฒนาธุรกิจ 3(2-2-5)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. นิสิตสามารถวิเคราะห์ความเป็นผู้ประกอบการของตนเองได้</li> <li>2. นิสิตสามารถมีวิสัยทัศน์ของการเป็นผู้ประกอบการ</li> <li>3. นิสิตออกแบบจำลองธุรกิจ (LEAN) สำหรับผู้ประกอบการได้</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. กรณีศึกษา</li> <li>2. แบบฝึกหัดท้ายบท</li> <li>3. แบบจำลองรูปแบบธุรกิจ</li> <li>4. การรายงานความคืบหน้า</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. นิสิตขาดการมีส่วนร่วมในการคิดแบบจำลองธุรกิจ</li> <li>2. นิสิตขาดประสบการณ์จริงกับการประกอบธุรกิจ</li> <li>3. มีความยุ่งยากเมื่อมีการทำงานเป็นทีม</li> </ol>	4	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เน้นการมีส่วนร่วมในห้องเรียนโดยใช้กรณีศึกษาและนำแบบฝึกหัดท้ายบทมาอภิปรายร่วมกัน</li> <li>2. ให้นิสิตรายงานความคืบหน้าแบบจำลองธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. นิสิตมีความสามารถวิเคราะห์ความเป็นผู้ประกอบการของตนเองได้อย่างเหมาะสม</li> <li>2. นิสิตมีวิสัยทัศน์ของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจได้เป็นอย่างดี</li> <li>3. นิสิตมีความสามารถใช้งานแบบจำลองธุรกิจออกแบบ</li> </ol>

รายวิชา	CLOs	Assessment Tools	ปัญหา/ข้อสังเกตที่พบปีก่อน	ผลประเมิน การสอน	Solution	ผลลัพธ์จากการแก้ไข / แนวโน้ม
		5. นำเสนอ แบบจำลอง ธุรกิจ			ให้นักศึกษามีส่วนร่วมกันในการ นำเสนอแบบจำลองธุรกิจ อย่างทั่วถึง	ธุรกิจของตนเองได้อย่าง เหมาะสม
128422 การบริหาร ลูกค้าสัมพันธ์ และการตลาด สัมพันธภาพ 3(2-2-5)	1. นิสิตสามารถออกแบบกระบวนการ สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าได้ 2. นิสิตสามารถนำเสนอการสร้าง ประสบการณ์การตลาดให้กับลูกค้า ได้	1. กรณีศึกษา 2. แบบฝึกหัดท้าย บท 3. รายงาน	1. นิสิตไม่กล้าแบ่งปันความคิดเห็นในชั้นเรียน 2. นิสิตขาดทักษะการนำเสนอ	4	1. มอบหมายให้นักศึกษ เตรียมกรณีศึกษาแล้ว นำมาแบ่งปันกับเพื่อน ในชั้นเรียน 2. นำเสนอแนวความคิด ที่ออกแบบ กระบวนการสร้าง ความสัมพันธ์และการ สร้างประสบการณ์ การตลาดให้กับลูกค้า ของตนเองได้	1. นิสิตมีความสามารถใน วิเคราะห์กรณีศึกษาและนำมา แบ่งปันในชั้นเรียนได้เป็นอย่างดี 2. นิสิตมีความสามารถในการ ออกแบบกระบวนการสร้าง ความสัมพันธ์และการสร้าง ประสบการณ์การตลาดให้กับ ลูกค้าของตนเองได้อย่าง เหมาะสม
128425 การ พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และการบรรจุภัณฑ์ 3(2-2-5)	- นิสิตสามารถออกแบบบรรจุภัณฑ์และโล โกที่สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ฟังก์ชันการทำงานและวัตถุประสงค์ ทางการตลาดได้ - นิสิตสามารถออกแบบ prototype ผลิตภัณฑ์ใหม่ ตามความต้องการของ ตลาดและข้อมูลจากการวิเคราะห์ทาง การตลาดได้	1. แบบฝึกหัด 2. ชิ้นงาน prototype 3. การนำเสนอ 4. รายงาน	1. นิสิตบางคนไม่มีคอมพิวเตอร์ 2. ไม่มีซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ที่สามารถ ใช้ได้ทุกฟังก์ชันเมนูการทำงาน	4.00	1. ผู้สอนได้หาเว็บที่สามารถ ใช้โปรแกรมที่เหมือน photoshop ได้ทุกประการ และฟรี 2. จัดหาคอมพิวเตอร์และ ห้องคอมสาขา มีการลงเวลา ใช้งานเพื่อให้ทุกคนเข้าถึงได้	1. นิสิตสามารถใช้โปรแกรมออนไลน์ ฟรีเป็น 2. สามารถพัฒนาชิ้นงานตามที่ ต้องการได้

รายวิชา	CLOs	Assessment Tools	ปัญหา/ข้อสังเกตที่พบปีก่อน	ผลประเมิน การสอน	Solution	ผลลัพธ์จากการแก้ไข / แนวโน้ม
128426 การตลาด อิงการกุศล 3(2-2-5)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตเข้าใจลักษณะกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถประยุกต์ใช้ร่วมกับกิจกรรมทางการกุศล</li> <li>- นิสิตสามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาด อิงการกุศลที่เหมาะสมได้</li> <li>- นิสิตมีทักษะการทำงานเป็นทีมและมีภาวะผู้นำ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- กรณีศึกษาประจำท</li> <li>- ข้อสอบ</li> <li>- งานวิจัย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตขาดไม่มีความรู้และขาดการให้ความสำคัญเกี่ยวกับองค์การ การกุศลระดับประเทศและระดับโลก</li> <li>-</li> <li>- นิสิตขาดการสังเคราะห์และวิเคราะห์ ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการตลาดอಂಗการกุศล</li> <li>- นิสิตขาดความรู้ทางด้านการใช้ สถิติวิเคราะห์ในการทำการวิจัยทางการตลาด</li> </ul>	4.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เน้นการถาม-ตอบ และอภิปรายในชั้นเรียน</li> <li>- ยกตัวอย่างกรณีศึกษาให้นิสิตเข้าใจในภาพรวมของกลยุทธ์ทางการตลาดที่ต้องประยุกต์ใช้กับการกุศล</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตสามารถอภิปรายได้ชัดเจนมากขึ้น</li> <li>- นิสิตสามารถวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมได้ดีขึ้น</li> <li>- นิสิตสามารถทำรายงานวิจัย และวิเคราะห์พฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการตลาดอಂಗการกุศลได้</li> </ul>



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

ในปีการศึกษา 2565 หลักสูตรได้มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงในรายวิชาค่อนข้างมาก เนื่องด้วยโลกธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้เรียนต้องสามารถทำงานได้จริงและทำงานได้หลากหลายอย่างในศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง อาจารย์ประจำรายวิชามีการปรับกลยุทธ์การเรียนการสอนอย่างชัดเจน มีการใช้กลยุทธ์การสอนที่หลากหลายมากในแต่ละรายวิชา ตาม CLOs และความเหมาะสมในแต่ละรายวิชา มีการสำรองที่นั่งในรายวิชาเลือกเสรีที่ทางหลักสูตรเห็นว่าสอดคล้องต่อ PLOs ของหลักสูตร และสอดคล้องกับความสนใจของผู้เรียนด้วย เนื่องจากทางหลักสูตรจะสอบถามนิสิตว่ามีความสนใจเรียนวิชาเลือกเสรีวิชาใดบ้าง

ทางหลักสูตรยังได้ทำห้องคอมพิวเตอร์ และจัดหาเครื่องคอมพิวเตอร์ได้ 1 เครื่อง สำหรับนิสิตในสาขาเพื่อมาใช้ในการประกอบการเรียน การฝึกปฏิบัติในหลายรายวิชาเล่นการตลาดดิจิทัล วิจัย และอื่นๆ โดยมีศิษย์เก่าได้ให้ความอนุเคราะห์บริจาคเครื่องเลเซอร์ปริ้นเตอร์ด้วย ส่งผลให้นิสิตที่มีฐานะไม่ดี สามารถใช้คอมพิวเตอร์ได้ อีกทั้งได้แนะนำให้นิสิตใช้โปรแกรมฟรี ที่มีคุณสมบัติเหมือนโปรแกรมลิขสิทธิ์ราคาแพง เช่น Adobe Photoshop, Adobe Illustrator เพื่อป้องกันการลงโปรแกรมละเมิดลิขสิทธิ์

ทั้งนี้ กระบวนการทุกอย่างมีผลลัพธ์เป็นที่น่าพึงพอใจ มีแนวโน้มทิศทางที่ดีขึ้น นำไปใช้ได้ในปีการศึกษาต่อไป

นอกเหนือไปจากนั้น ได้มีการบูรณาการการเรียนการสอนในบางรายวิชาเข้าร่วมกับกิจกรรมบริการวิชาการเช่น โครงการอมสินยุวพัฒน์รักษ์ถิ่น และธุรกิจผลิตภัณฑ์สบู่ cold process ยี่ห้อโดยนิสิตได้ลงพื้นที่ นำความรู้ลงไปพัฒนาชุมชนตามศาสตร์ที่ได้เรียน และชุมชนได้นำผลงานไปใช้จริงในธุรกิจ โดยอาจารย์ใช้ผลงานที่ได้ เป็นส่วนหนึ่งของการประเมินด้วย แต่เนื่องด้วยสถานการณ์โควิด ทำให้ต้องบริหารจัดการด้วยการให้นิสิตส่งตัวแทนบางคนในการลงพื้นที่ และกลับมาสื่อสารกับคนในกลุ่ม เพื่อวางแผนพัฒนาชุมชนต่อไป

นิสิตสร้างเพจเฟซบุค และสร้างสื่อดิจิทัลทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวเพื่อใช้ในการสื่อสารกับกลุ่มลูกค้า (รายวิชาการตลาดดิจิทัล) และออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ร่วมกับชุมชน (รายวิชาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และบรรจุภัณฑ์) และวางแผนช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออฟไลน์ (รายวิชาการบริหารช่องทางการตลาด) โดยผลลัพธ์ทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมรยอดขยายเพิ่มขึ้น มีช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้นด้วยทั้งออนไลน์และออฟไลน์

ในหลักสูตรมีหลายรายวิชาที่มีการใช้การบูรณาการกับงานวิจัย บริการวิชาการ หรือผู้ประกอบการ ซึ่งเป็น การเรียนแบบ Active Learning โดยมีรายละเอียดดังนี้

128324 การตลาดดิจิทัลร่วมกับผู้ประกอบการแบรนด์ละมุนละไม ในการร่วมคิด Content หาจุดขาย และออกแบบบรรจุภัณฑ์และยังได้ช่วยเสนอแนวทางในการพัฒนาคอนเทนต์เพื่อนำไปใช้ในการสื่อสาร การตลาด

ตัวอย่าง บรรจุภัณฑ์และโลโก้ก่อนและหลังที่นิสิตสาขาวิชาการตลาดเข้าไปช่วยออกแบบ



ก่อน

หลัง

และยังได้ช่วยเสนอแนวทางในการพัฒนาคอนเทนต์เพื่อนำไปใช้ในการสื่อสารการตลาด



128222 การตัดสินใจทางการตลาด บุณณาการ การเรียนการสอนร่วมกับงานวิจัย ระเบียบกวีาน ซึ่งทำการสำรวจมูลค่าตลาดและ ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อโคมไฟโซลาเซลล์



โดยนิตจะใช้ทฤษฎีที่เรียนในรายวิชานี้ มาปฏิบัติจริง จากโจทย์งานวิจัยจริง เพื่อหามูลค่าตลาดของสินค้าชุมชนที่คิดค้นขึ้นมาใหม่ เพื่อนำไปวางแผนการตลาดต่อไป

128327 การบริหารการค้าปลีก บุนณาการกับบริษัท Makroในโครงการ U Project ร่วมกันบริหารร้านค้าปลีก โดยได้มีการทำ MOU ในทุกๆปีด้วย

**makro**      **บันทึกข้อตกลงความร่วมมือ**  
ระหว่าง

**บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) และ คณะบริหารธุรกิจและนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา**

**ด้วยความร่วมมือระหว่างบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) และ คณะบริหารธุรกิจและนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา ในการส่งเสริมกิจกรรมแม็คโคร และนักศึกษา มหาวิทยาลัย ร่วมพัฒนาร้านค้าปลีกท้องถิ่น ทั้งสองฝ่ายเห็นชอบร่วมกันทำข้อตกลงความร่วมมือดังต่อไปนี้**


1. แม็คโครถ่ายทอดความรู้ และประสบการณ์ เนื่องการบริหารจัดการร้านค้าปลีกให้กับนักศึกษา มหาวิทยาลัยของพื้นที่สนใจเข้าร่วมกิจกรรม โดยจัดการบรรยาย และสื่อความรู้ ผ่านช่องทางออนไลน์
2. มหาวิทยาลัยให้การสนับสนุนโดยการพัฒนาร้านค้าปลีกท้องถิ่น ผ่านทางนักศึกษามหาวิทยาลัยที่เข้าร่วมกิจกรรม ภายใต้โครงการแม็คโคร มิตรเพื่อชุมชน
3. มหาวิทยาลัย และแม็คโคร ร่วมกันทำการประชาสัมพันธ์กิจกรรมนี้ทางเว็บไซต์มหาวิทยาลัย


การดำเนินการในกิจกรรมต่าง ๆ ดังกล่าว ตลอดจนอื่นใดที่จะเสริมสร้างเจตนารมณ์ของความร่วมมือดังกล่าวให้มีประสิทธิภาพ และตกลงร่วมกันระหว่างสองฝ่ายในรายละเอียดเป็นกรณี ๆ ไป

ระยะเวลาความร่วมมือในกิจกรรมแม็คโคร และนักศึกษามหาวิทยาลัย ร่วมพัฒนาร้านค้าปลีกท้องถิ่น ประจำปีการศึกษา 2564 มีระยะเวลา 3 เดือน โดยเริ่มต้นเดือนสิงหาคม - ตุลาคม 2564

ข้อตกลงนี้มีผลบังคับใช้ได้นับจากวันลงนามเป็นต้นไป การเปลี่ยนแปลงแก้ไขข้อความใด ๆ ของบันทึกข้อตกลงนี้ จะกระทำด้วยความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรของทั้งสองฝ่าย

ลงนาม ณ วันที่ 12 ตุลาคม 2564

  
 (นางสมใจ สุธิยาสิน)  
 ผู้จัดการอาวุโส ฝ่ายประสานงานนักค้าปลีก  
 กลุ่มธุรกิจและนวัตกรรม  
 บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)

  
 (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปิทธิพิชญ)  
 คณบดีคณะบริหารธุรกิจและนิติศาสตร์  
 มหาวิทยาลัยพะเยา

128328 การตลาดการเกษตร บูณณาการกับงานวิจัยของสาขาฯ และบริการวิชาการของคณะ เพื่อช่วยส่งเสริมการขาย และทดสอบผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่คิดค้นขึ้นใหม่ ในงานต่างๆเช่น กาดหลายต้า (แม่ต้าสายโน) ซึ่งจัดขึ้นทุกเดือนๆละครั้ง นิสิตทุกคนจะผลิตกันมาลงพื้นที่ ออกงานแสดงสินค้า งาน สสว. Connexx ริมก้าวนพะเยา







128425 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และการบรรจุภัณฑ์ ได้มีการบูรณาการกับโครงการ U2T ตำบลอําเภोजุนที่คณะรับผิดชอบ โดยนิตลงไปเก็บปัญหาที่เกิดขึ้นของวิสาหกิจชุมชน แล้วนำวางแผน

การตลาด ซึ่งในภาพเป็นสินค้าสบู่ที่ชุมชนบอกว่าดีที่สุดในตำบล แต่บรรจุภัณฑ์ไม่สวย นิสิตจึงไปออกแบบบรรจุภัณฑ์ และคิดราคาขายให้ใหม่ตามมูลค่าที่เพิ่มขึ้น



128423 การจัดการการตลาด ในปี2562-2564ได้บูรณาการกับบริษัทแอปพลิเคชันเดลิเวอรี่ ไอ อีม ๖รายละเอียดตามในองค์ประกอบ 2.5) และในสองปีก่อนเป็นผู้ประกอบการโรงแรม M2 Hotel Waterside ซึ่งผู้ประกอบการจะมาให้โจทย์ด้วยตนเอง และให้นิสิตออกแบบแผนการตลาดและชิ้นงานตามโจทย์ที่ได้ ในปี 2565 เป็นธุรกิจ เฮียอู๊ดข้าวต้มได้รุ่ง



128426 การตลาดเชิงการกุศล เป็นการบูรณาการกับโครงการบริการวิชาการของคณะ ด้านทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ที่สาขาได้รับผิดชอบ โดยให้นิสิตลงไปสืบสาน ถ่ายทอดกระบวนการทำผ้าทอที่ตำบลหนองหล่ม อำเภอดอกคำใต้ และทำการตลาดให้กับสินค้าในชุมชน



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.

สาขาวิชาการตลาดได้มีการบูรณาการในหลายรูปแบบ ในเรื่องการเรียนการสอน โดยในรายวิชาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และการบรรจุภัณฑ์ ได้เชิญอาจารย์จากคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์มาเป็นผู้สอนร่วม เนื่องจากเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ในรายวิชาการตัดสินใจทางการตลาด ก็ได้เชิญผู้ประกอบการในจังหวัดพะเยา มาร่วมบรรยายในหัวข้อของการค้นหาต้นทุนที่แท้จริงในการทำธุรกิจ ในรายวิชาการตลาดดิจิทัล ก็ได้เชิญนิสิตจากสาขาวิศวกรรมซอฟต์แวร์ ที่ชนะเลิศการแข่งขันรายการ Startup Thailand League มาบรรยายเรื่องของแนวคิดการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการสร้างนวัตกรรม และโมเดลธุรกิจใหม่ๆ ในการยกระดับสินค้าหรือบริการ เพื่อเป็นการเปิดโลกทัศน์ และกรอบ

แนวคิดของนิสิต ให้อายากศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมด้วยตนเอง เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของ ตนเอง และยังให้นิสิตได้ทดลองปฏิบัติจริง โดยการใช้ Facebook marketing เพื่อการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชา โดยนิสิตจะต้องออกแบบ content และเลือกใช้กลยุทธ์ได้ตามความถนัดของตัวเอง

ทั้งนี้รายวิชาของนิสิตชั้นปีที่ 3-4 ของสาขาการตลาด เป็นวิชาที่เน้นฝึกปฏิบัติ โดยบรรยากาศของ การเรียนการสอน จะมุ่งเน้นไปให้นิสิตคิดหรือทดลองทำจากความคิดของนิสิตเอง ยกตัวอย่างเช่นรายวิชา การตัดสินใจทางการตลาด ที่นิสิตจะต้องเลือกผลิตภัณฑ์ขึ้นมา 1 อย่าง ที่คิดว่าน่าลงทุน โดยใช้ข้อมูล ต่างๆมาประกอบการตัดสินใจ และใช้ทฤษฎีทางการตลาดมาประกอบเพื่อสรุปผลออกมาเป็นเชิงปริมาณ และในรายวิชา รายวิชาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และการบรรจุภัณฑ์ นิสิตจะต้องออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ เพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าเดิมหรือกลุ่มลูกค้าใหม่ ตามความคิดเห็นการวิเคราะห์ของนิสิตเอง และยังต้อง สร้าง mockup ผลิตภัณฑ์ขึ้นมาจริงๆด้วย ซึ่งจะได้ประยุกต์ใช้ทั้งความรู้เชิงวิชาการและฝึกฝนทักษะด้าน ศิลปะและสุนทรียภาพด้วย โดยวิธีการประเมินผลทั้งสองรายวิชานี้ เป็นการประเมินร่วมกันแบบไตรภาคี มีทั้งอาจารย์การตลาด อาจารย์สถาปัตยกรรมศาสตร์และ ภาคเอกชน

อีกทั้งยังมีการนำผู้ประกอบการจริงในจังหวัดพะเยา มาเป็นโจทย์ที่ใช้ในการเรียนการสอน บูรณา การหลายวิชาในปีที่ 4 โดยร่วมกับผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกหอการค้าจังหวัดพะเยา หรือกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชน หรือกลุ่ม OTOP โดยทางสาขาวิชาฯ จะทำการคัดเลือกผู้ประกอบการในแต่ละปี ให้ความหลากหลาย และเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม ซึ่งเป็นผู้ประกอบการที่มีขนาดไม่ใหญ่มาก ไม่มีความ เชี่ยวชาญด้านการตลาดมากนัก หรือต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ในช่องทางใหม่เช่น ช่องทางออนไลน์ รวมไปถึงการคิดโมเดลธุรกิจใหม่ ช่องทางหรือแหล่งรายได้ใหม่ โดยให้นิสิตชั้นปีที่ 4 คิด แผนการตลาด เพื่อเพิ่มยอดขาย กำไร ฐานลูกค้า ฯลฯ ตามโจทย์ที่ผู้ประกอบการต้องการ โดยให้ ผู้ประกอบการเป็นผู้ให้คะแนนร่วมกับคณาจารย์ในสาขา

### กิจกรรมการเรียนการสอนส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต

สาขาวิชาการตลาดเป็นวิชาที่อยู่ใกล้ชิดกับคนทุกคนในชีวิตประจำวัน ซึ่งซึ่งการเรียนรู้ถือว่าทุกคน โดยทั่วไปต้องมีการเรียนรู้โดยการปรับตนเองให้อยู่ในสังคมในสถานะสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่ เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ซึ่งการเรียนรู้นี้เป็นการเรียนรู้ตลอดชีวิต หลักสูตรดำเนินการสอนโดยเน้นผู้เรียน เป็นสำคัญโดยใช้ปัญหาเป็นโจทย์ และให้นักศึกษาแสวงหาความรู้เพื่อพัฒนาตนเอง แก้ไขปัญหา การ สืบค้นข้อมูลผ่านการเรียนรู้ด้วยตนเอง และประยุกต์ใช้เครื่องมือทางการตลาดและธุรกิจ ไปวิเคราะห์ สถานการณ์ทางการตลาดและการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน และคาดการณ์สถานการณ์ในอนาคต

หลักสูตรดำเนินการสอนโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญโดยใช้กรณีศึกษาที่เกิดขึ้นจริงในภาคธุรกิจเป็นโจทย์ และให้นักศึกษาแสวงหาความรู้เพื่อพัฒนาตนเอง แก้ไขปัญหา การสืบค้นข้อมูลผ่านการเรียนรู้ด้วยตนเอง



และประยุกต์ใช้เครื่องมือทางการตลาด ไปวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดและสามารถวางแผนงาน ทางด้านการตลาดรวมถึงการลงมือปฏิบัติงานทางการตลาดที่เหมาะสมได้

กิจกรรมการเรียนการสอนที่ส่งเสริมความเป็นผู้ใฝ่รู้ตลอดชีวิต มีดังนี้

1. การสอนบรรยายให้ชั้นเรียน การมอบหมายงาน และมีการทดสอบความสามารถโดยการสอบกลางภาค และปลายภาค ซึ่งวิธีการเหล่านี้มีกลยุทธ์เพื่อให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ตามปกติที่กำหนดไว้ซึ่งทุกรายวิชาทางการตลาดจะมีการจัดกิจกรรมในลักษณะนี้
2. มีการทบทวนบทเรียนท้ายชั่วโมงและก่อนสอบทั้งกลางภาคและปลายภาคเพื่อสรุปประเด็นหลักที่สำคัญในแต่ละเรื่องแต่ละบทและให้ผู้เรียนได้มองเห็นหัวใจของเนื้อหาและเห็นจุดย่อยที่ต้องศึกษาเพิ่มเติม
3. มีการจัดฝึก Focus Group การวิเคราะห์ร่วมกันเพื่อให้ผู้เรียนได้ใช้ความรู้นำมาแก้ปัญหาของบทเรียนที่มอบหมายได้
4. มีการนำเสนอหน้าชั้นเรียนเพื่อฝึกฝนในการสื่อสารและสภาวะความเป็นผู้นำกล้าพูดกล้าเสนอให้สาธารณชนในห้องได้ทราบ
5. มอบหมายงานทำเป็นกลุ่มเพื่อฝึกทักษะของการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม
6. มีงานวิจัยหรือโครงการในระหว่างการเรียนการสอนเพื่อเพิ่มทักษะในการใช้เครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์ วิชาทางเศรษฐมิติมาใช้และบูรณาการในเนื้อหาและสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้

เนื่องด้วยหลักสูตรได้มีการผลักดัน ให้นิสิตทำกิจการเสริมหลักสูตรจากหน่วยงานภายนอกต่างๆ ในแต่ละรายวิชาจะให้นิสิตทุกคนไปเข้าร่วมอบรมต่างๆ ที่สอดคล้องกับรายวิชาและ CLO ของรายวิชา โดยหลังจากอบรมแล้ว หากนิสิตต้องการแข่งขันต่อสามารถทำได้ตามความต้องการ ทั้งนี้เพื่อให้นิสิตเห็นภาพที่ใหญ่ขึ้น ถึงสภาพทางเศรษฐกิจ หรือประเด็นต่างๆทางการตลาดที่เปลี่ยนไปรวดเร็ว รวมไปถึงการมีทักษะความเป็นผู้ประกอบการ ที่สอดคล้องกับนโยบายของทางคณะฯและมหาวิทยาลัย โดยข้อมูลต่างๆ จะแจ้งในช่องทางเฟสบุ๊คของสาขา โดยมีตัวอย่างกิจกรรมที่ให้นิสิตเข้าร่วมดังนี้

ทั้งนี้หลังจากอบรมแล้ว นิสิตที่มีความสนใจในกิจกรรมต่างๆ ได้เข้าร่วมดำเนินการแข่งขันต่อ เช่นรายการ Startup Thailand League R2M และ Entrepreneurial Ecosystem Development โดยมีได้มีการ บังคับ แต่นิสิตที่มรความสนใจจะเป็นผู้เลือกเอง ซึ่งผลที่ได้คือมีนิสิตไม่ต่ำกว่า 20 คน ต่อปี ที่ได้เข้าร่วม การแข่งขันต่างๆ



#### ผลการประเมินตนเอง

AUN-QA Criterion 3 – Checklist	ระดับ
	2564
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.	4
3.2 The teaching and learning activities are shown to allow students to participate responsibly in the learning process.	4
3.3 The teaching and learning activities are shown to involve active learning by the students.	4
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).	4
3.5 The teaching and learning activities are shown to inculcate in students, new ideas, creative thought, innovation, and an entrepreneurial mindset.	4

AUN-QA Criterion 3 – Checklist	ระดับ
	2564
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.	4
<b>ความคิดเห็นโดยรวม (Overall opinion)</b>	<b>4</b>

**AUN - QA criterion 4 Student Assessment****Sub Criterion 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.
2. The assessment and assessment- appeal policies are shown to be explicit, communicated to students, and applied consistently.
3. The assessment standards and procedures for student progression and degree completion, are shown to be explicit, communicated to students, and applied consistently.
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.
5. The assessment methods are shown to measure the achievement of the expected learning outcomes of the programme and its courses.
6. Feedback of student assessment is shown to be provided in a timely manner.
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**

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

หลักสูตรได้มีกระบวนการทบทวนและกำกับดูแลคุณภาพ มาตรฐานในการเรียนการสอนอย่างเป็นระบบ โดยยึดตาม มคอ.2 วัตถุประสงค์หลักสูตร ELOs มคอ.3 และ มคอ.5 อย่างเคร่งครัด โดยในทุกปีการศึกษา จะรวบรวมข้อมูลทั้งหมด ประชุมหารือร่วมกันเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาแต่ละรายวิชา หรือความร่วมมือข้ามรายวิชา หรือภาคเอกชน เพื่อผลิตบัณฑิตให้ตรงกับความต้องการของตลาดมากที่สุด โดยหลักสูตรจะดูไปถึง CLOs วิธีการประเมิน วิธีการสอน ผลลัพธ์และแนวทางการพัฒนา ตามตารางต่อไปนี้

รายวิชา	CLOs	Assessment Tools	ปัญหา/ข้อสังเกตที่พบปีก่อน	ผลประเมิน การสอน	Solution	ผลลัพธ์จากการแก้ไข / แนวโน้ม
128120 หลักการ ตลาด 3(3-0-6)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตสามารถอธิบายลักษณะและกระบวนการ หน้าที่ทางการตลาดได้</li> <li>- นิสิตสามารถวิเคราะห์และออกแบบแผน การตลาดเบื้องต้นได้</li> <li>- นิสิตสามารถนำองค์ความรู้ไปปรับเป็น แผนการตลาดได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แบบฝึกหัด</li> <li>- ข้อสอบ</li> <li>- รายงานกลุ่ม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตขาดพื้นฐานเกี่ยวกับองค์คว ามรู้ทางการตลาด</li> <li>- นิสิตยังปรับตัวเข้ากับการเรียนใน กระดับมหาวิทยาลัยไม่ได้</li> </ul>	4.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เน้นการพูดคุยและยกค้ วอย่างสินค้าในชีวิตประ จำวัน</li> <li>- เน้นถาม-ตอบ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตสามารถอธิบายลักษณะและ กระบวนการทางการตลาดได้ชัดเจน ขึ้น</li> <li>- นิสิตสามารถปรับเอากลยุทธ์ทาง การตลาดได้จัดทำเป็นแผนการต ลาดเบื้องต้นได้</li> </ul>
128121 จริยธรรม ธุรกิจและธรรมาภิ บาลสำหรับการตลาด 3(3-0-6)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตสามารถอธิบายการบริหารจัดการ องค์กรธุรกิจที่มีคุณธรรม จริยธรรม ได้</li> <li>- สามารถอธิบายคุณลักษณะและ องค์ประกอบขององค์กรธุรกิจที่มีจริยธรรม ได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ข้อสอบ</li> <li>- การนำเสนอ</li> <li>- รายงาน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตพบว่าเป็นเรื่องไกลตัว ไม่ เข้าใจระบบธุรกิจ</li> </ul>	4.30	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เพิ่มเนื้อหารายวิชา อธิบาย ถึงฟังก์ชันการทำงานของ องค์กร และองค์ประกอบ ของธุรกิจในภาพรวม เพื่อให้ เห็นภาพมากขึ้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตมีความสนใจมากขึ้น เข้าใจได้ ว่าการไม่มีคุณธรรม จริยธรรม ไม่ได้ มีผลกระทบต่อบุคคลภายนอก เท่านั้น ยังส่งผลต่อภายในองค์กร ด้วย ตามห่วงโซ่อุปทาน</li> </ul>
128221 พฤติกรรม ผู้บริโภค 3(2-2-5)	<ul style="list-style-type: none"> <li>-สามารถวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค ในการตัดสินใจซื้อ</li> <li>-สามารถวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ กระบวนการตัดสินใจซื้อ</li> <li>-สามารถอธิบายถึงกระบวนการตัดสินใจ ซื้อ(Buying Process)และCustomer Journey ของลูกค้าได้</li> <li>-สามารถวิเคราะห์ Customer Persona ได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แบบฝึกหัด</li> <li>- ข้อสอบ</li> <li>- กิจกรรมในชั้น เรียน</li> <li>- รายงานกลุ่ม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับ ศาสตร์ที่เกี่ยวข้องน้อย เช่น ทฤษฎีกระบวนการทางจิตวิทยา ภายในผู้บริโภค</li> <li>นิสิตยังมีความกล้าแสดงออกน้อย</li> </ul>	4.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ให้นักเรียนศึกษาเพิ่มเติม ในทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เป็น กิจกรรมในชั้นเรียน เช่น ทฤษฎีการเรียนรู้แล้วมี กิจกรรมการนำเสนอในชั้น เรียน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตมีความรู้ในศาสตร์เกี่ยวข้อง สัมพันธ์ดีขึ้นส่งผลให้มีความเข้าใจใน กระบวนการที่เกี่ยวข้องและปัจจัย ต่างๆที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ และพฤติกรรมของลูกค้าได้</li> </ul>
128222 การ ตัดสินใจทาง การตลาด3(2-2-5)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สามารถใช้เครื่องมือในการคำนวณหา มูลค่าตลาด</li> <li>- สามารถวิเคราะห์แก้ไขปัญหาแบบ Multi-criteria decision analysis ได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แบบฝึกหัด</li> <li>- ข้อสอบ</li> <li>- การนำเสนอ</li> <li>- งานกลุ่ม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตที่ไม่มีพื้นฐานการคำนวณหา ความเข้าใจเนื้อหาได้ยาก</li> </ul>	4.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ปูพื้นฐานการคำนวณที่ จำเป็นในสองสัปดาห์แรก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตที่พื้นฐานการคำนวณไม่ตี สามารถใช้เครื่องมือในการหา ผลลัพธ์ เพื่อนำไปวิเคราะห์ และ ประยุกต์ใช้ในชั้นเรียน กิจกรรมนอก</li> </ul>

รายวิชา	CLOs	Assessment Tools	ปัญหา/ข้อสังเกตที่พบปีก่อน	ผลประเมิน การสอน	Solution	ผลลัพธ์จากการแก้ไข / แนวโน้ม
	- สามารถ วิเคราะห์ความชอบความเอนเอียงที่จะชอบของกลุ่มลูกค้าได้		- นิสิตไม่มีคอมพิวเตอร์หรือนำโน้ตบุค ทำให้ไม่สามารถใช้โปรแกรม SPSS ในการคำนวณได้ - นิสิตไม่เข้าใจว่าคำนวณแล้วเอาไปใช้ยังไง		- ออกแบบการคำนวณใน excel ในรูปแบบสำเร็จรูป ให้นิสิตนำไปใช้ได้เลย - วางแผนจะปรับปรุง คำอธิบายรายวิชาเพิ่ม เนื้อหาเกี่ยวกับความสำคัญของรายวิชา	หลักสูตรต่างๆ เช่น Startup Thailand League, R2M หรือในรายวิชาอื่นได้
128321 การบริหารผลิตภัณฑ์และราคา 3(2-2-5)	- นิสิตมีความเข้าใจและสามารถอธิบายแนวคิดการบริหารกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์การตั้งราคาที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานทางการตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ - นิสิตมีความเข้าใจเข้าใจและสามารถอธิบายกระบวนการในการจัดการผลิตภัณฑ์ รวมถึงปัจจัยสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และราคา - นิสิตสามารถเลือกแผนการบริหารผลิตภัณฑ์และราคา นโยบายและกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ รวมถึงการจัดการส่วนประสมผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	- แบบฝึกหัด - ข้อสอบ - กิจกรรมในชั้นเรียน - รายงานกลุ่ม	- นิสิตมีความรู้พื้นฐานทางการคำนวณในด้านบัญชีต้นทุนค่อนข้างน้อย	4.00	- เพิ่มเวลาจำนวนคาบในการบรรยาย ทำความเข้าใจในเนื้อหาพื้นฐานทางการคำนวณในด้านบัญชี	- นิสิตมีความเข้าใจในพื้นฐานทางการคำนวณด้านบัญชีมากขึ้น และสามารถนำมาคำนวณราคาที่เหมาะสมได้
128322 การบริหารช่องทางทางการตลาด	- สามารถอธิบายรูปแบบของช่องทางการตลาดได้	- แบบฝึกหัดท้ายบท - ข้อสอบ - รายงานกลุ่ม	- นิสิตขาดทักษะการวิเคราะห์และการสังเกต	4.00	- ปรับรูปแบบการสอนเน้นการอภิปรายกรณีศึกษา	- นิสิตสามารถอภิปรายเกี่ยวกับกรณีศึกษาได้ชัดเจนขึ้น

รายวิชา	CLOs	Assessment Tools	ปัญหา/ข้อสังเกตที่พบปีก่อน	ผลประเมิน การสอน	Solution	ผลลัพธ์จากการแก้ไข / แนวโน้ม
3(2-2-5)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สามารถประเมินประสิทธิภาพของช่องทางการตลาดแต่ละรูปแบบได้</li> <li>- สามารถพยากรณ์และวิเคราะห์สินค้าค้ำคลังได้</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตขาดองค์ความรู้ด้านภาษาอังกฤษทางธุรกิจ</li> <li>-</li> <li>- นิสิตขาดความเข้าใจในกระบวนการพยากรณ์</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการแปลคำศัพท์ภาษาอังกฤษเป็นภาษาไทยให้นิสิตเข้าใจ</li> <li>- เน้นการสอนคำนวณแบบไม่เร็วเพื่อให้นิสิตตามทัน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตเข้าใจในศัพท์ภาษาอังกฤษที่สำคัญ</li> <li>- นิสิตสามารถเข้าในกระบวนการคำนวณที่ถูกต้อง รวดเร็ว</li> </ul>
128323 การบริหารการส่งเสริมการตลาด 3(2-2-5)	<ul style="list-style-type: none"> <li>-สามารถเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสื่อ</li> <li>-สามารถเขียนแผนการสื่อสารทางการตลาดได้</li> <li>-สามารถวิเคราะห์ กำหนดกลุ่มเป้าหมาย กำหนดกลยุทธ์ และงบประมาณในการบริหารแคมเปญการสื่อสารทางการตลาดได้</li> <li>-สามารถวิเคราะห์สภาพเศรษฐกิจ และสภาพแวดล้อมทางการตลาดได้</li> <li>-สามารถประเมินผลและควบคุมโปรแกรมการสื่อสารทางการตลาดได้</li> </ul>	-ข้อสอบ รายงานกลุ่ม	<ul style="list-style-type: none"> <li>-นิสิตไม่สามารถกำหนดกิจกรรมหรือเลือกเครื่องมือทางการตลาดที่ไปในทิศทางเดียวกันได้</li> <li>-นิสิตขาดความเข้าใจในการกำหนดงบประมาณ และประเมินผลโปรแกรมการสื่อสารทางการตลาด</li> </ul>	4.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>-ปูพื้นฐานความสำคัญของการเลือกเครื่องมือที่ไปในทิศทางเดียวกัน รวมไปถึงยกตัวอย่างกรณีศึกษาของผลการตอบรับของผู้บริโภคต่อการออกแบบเครื่องมื่อดังกล่าว</li> <li>- เน้นการใช้กรณีศึกษาการกำหนดงบประมาณและประเมินผลโปรแกรมการสื่อสารทางการตลาด</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตสามารถกำหนดกิจกรรมหรือเลือกเครื่องมือทางการตลาดที่ไปในทิศทางเดียวกันได้</li> <li>-นิสิตมีความเข้าใจในการกำหนดงบประมาณ และการประเมินผลโปรแกรมการสื่อสารทางการตลาดมากขึ้น</li> </ul>
128324 การตลาดดิจิทัล 3(2-2-5)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สามารถอธิบายกระบวนการทางการตลาดดิจิทัลได้</li> <li>- สามารถออกแบบเนื้อหาการตลาดดิจิทัลได้</li> <li>- สามารถใช้เครื่องมือโฆษณาบนแพลตฟอร์มดิจิทัลต่างๆได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นำเสนอ</li> <li>- สอบข้อเขียน</li> <li>- แบบฝึกหัด</li> <li>- สอบปฏิบัติรายคน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตขาดคอมพิวเตอร์ที่สามารถตัดต่อภาพได้</li> <li>- นิสิตยังโฆษณาไม่ได้เนื่องจากต้องใช้คอมพิวเตอร์</li> </ul>	4.3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ให้ใช้คอมพิวเตอร์สาขาที่จัดหา</li> <li>- การยิงโฆษณาปรับแก้ให้ทำเป็นกลุ่ม โดยในกลุ่มต้องมีนิสิตที่มีบัตรเอทีเอ็มที่มี</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตมีความเข้าใจมากยิ่งขึ้น อย่งเห็นได้ชัด ว่ากระบวนการทำงานของเครื่องมือการตลาดดิจิทัล โดยเฉพาะเครื่องมือโฆษณาเป็นอย่างไร</li> </ul>



รายวิชา	CLOs	Assessment Tools	ปัญหา/ข้อสังเกตที่พบปีก่อน	ผลประเมิน การสอน	Solution	ผลลัพธ์จากการแก้ไข / แนวโน้ม
			- นิสิตต้องมีบัตรเอทีเอ็มที่มีสัญลักษณ์วีซ่า/มาสเตอร์การ์ด เพื่อใช้ในการยิงโฆษณา - ศัพท์เทคนิค เป็นภาษาอังกฤษ เยอะ		สัญลักษณ์วีซ่า/มาสเตอร์การ์ด	
128325 การตลาดบริการ 3(2-2-5)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สามารถอธิบายลักษณะและกระบวนการของการตลาดบริการได้</li> <li>- สามารถออกแบบกระบวนการให้บริการโดยใช้ Service blueprint และ Customer persona ได้</li> <li>- นิสิตสามารถออกแบบกลยุทธ์การบริการได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- กรณีศึกษาประจำบท</li> <li>- ข้อสอบ</li> <li>- รายงานกลุ่ม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตขาดความสามารถในการแสดงออกและการทำงานเป็นทีม</li> <li>- นิสิตขาดความสามารถในการสื่อสารถึงรายละเอียดของรายงานกลุ่ม</li> </ul>	4.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เน้นการสอนแบบ Active learning</li> <li>- ให้นิสิตลงมือทำงานจริงมากกว่าการบรรยายเนื้อหา</li> <li>- เน้นการให้คำปรึกษากับนิสิต โดยเฉลี่ยสัปดาห์ละ 5-6 ชั่วโมง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตกล้าที่จะแสดงความคิดเห็นและการสื่อสารกับเพื่อนร่วมชั้นเรียน</li> <li>- นิสิตเข้าใจในเนื้อหาที่ได้ทำงานอย่างแท้จริง และได้ฝึกฝนการค้นหาค้นหาข้อมูลจากแหล่งที่น่าเชื่อถือ</li> </ul>
128330 กลยุทธ์ทางการตลาด 3(2-2-5)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตเข้าใจและสามารถอธิบายกระบวนการออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดได้</li> <li>- นิสิตสามารถวิเคราะห์สถานการณ์และกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับธุรกิจได้</li> <li>- นิสิตมีทักษะการทำงานเป็นทีมและมีภาวะผู้นำ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- กรณีศึกษาประจำบท</li> <li>- ข้อสอบ</li> <li>- รายงานกลุ่ม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตขาดทักษะด้านภาษาอังกฤษ เนื่องจากมีคำศัพท์ที่เป็นภาษาอังกฤษจำนวนมาก</li> <li>- นิสิตขาดการสังเคราะห์และวิเคราะห์ข้อมูล</li> </ul>	4.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เน้นการถาม-ตอบ และอภิปรายในชั้นเรียน</li> <li>- ยกตัวอย่างกรณีศึกษาให้นิสิตมองเห็นภาพ</li> <li>- แปลงภาษาอังกฤษและทดสอบความรู้เกี่ยวกับภาษาอังกฤษกับนิสิต เพื่อกระตุ้นให้นิสิตเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตสามารถอธิบายได้ชัดเจนมากขึ้น</li> <li>- นิสิตสามารถวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมได้ดีขึ้น</li> </ul>

รายวิชา	CLOs	Assessment Tools	ปัญหา/ข้อสังเกตที่พบปีก่อน	ผลประเมิน การสอน	Solution	ผลลัพธ์จากการแก้ไข / แนวโน้ม
128421 ระเบียบวิธีวิจัย 3(2-2-5)	-นิสิตเข้าใจความสำคัญ และกระบวนการวิจัยทางการตลาด -นิสิตสามารถเขียนโครงร่างงานวิจัยได้ -นิสิตสามารถทำการวิจัยและเขียนรายงานการวิจัยได้	-ข้อสอบ -รายงานวิจัย -โครงร่างงานวิจัย	-นิสิตขาดทักษะการออกแบบเครื่องมือทางการวิจัย -นิสิตต้องฝึกทักษะการวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยที่ถูกต้อง	4.00	-เน้นการยกตัวอย่างงานวิจัยว่าหัวข้อวิจัยลักษณะไหนควรใช้เครื่องมืออย่างไร -ให้นิสิตฝึกทำการวิเคราะห์ข้อมูลในการทำงานกลุ่ม	-นิสิตสามารถเลือกเครื่องมือวิจัยที่เหมาะสมในการเขียนโครงร่างงานวิจัยได้ -นิสิตสามารถทำการวิจัย วิเคราะห์ และเขียนรายงานการวิจัยได้
128423 การจัดการการตลาด 3(2-2-5)	- นิสิตสามารถวิเคราะห์และประเมินโอกาสทางธุรกิจได้ - นิสิตสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับกรณีศึกษาจริงได้ - นิสิตมีความสามารถในการสื่อสารไปยังนักลงทุนได้	- กรณีศึกษาจริง - รายงานแผนการตลาด	- นิสิตขาดการสังเคราะห์และวิเคราะห์ข้อมูล - นิสิตขาดความรู้เชิงลึกเกี่ยวกับสถานการณ์และกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อปรับใช้กับการจัดทำแผนการตลาด	4.00	- เน้นลงมือปฏิบัติจริงกับผู้ประกอบการ - เน้นการให้คำปรึกษาแบบเจาะลึก	- นิสิตเข้าใจและสามารถออกแบบกลยุทธ์และแผนการตลาดได้ - นิสิตมีความสามารถในการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวได้ดีขึ้น
128424 สัมมนา 1(0-3-2)	- นิสิตสามารถออกแบบกระบวนการสัมมนาได้ - นิสิตมีความสามารถในการกำหนดหัวข้อหลักและรายละเอียดการสัมมนาที่ทันสมัยได้ - นิสิตมีความสามารถในการทำงานเป็นทีม	- กรณีศึกษา - การลงมือปฏิบัติ	- นิสิตขาดกระบวนการคิดอย่างมีแบบแผน - นิสิตยังไม่เข้าใจในรายละเอียดเชิงลึกในประเด็นการสัมมนา	4.00	- เน้นการลงมือทำและการร่วมประชุมหารือ - ให้อิสระแก่นิสิตในการกำหนดประเด็นและแนวทางการการสัมมนา	- นิสิตสามารถออกแบบงานสัมมนาทางออนไลน์ได้อย่างดีเยี่ยม - นิสิตมีความสามารถในการทำงานเป็นทีม
128311 การบริหารการขาย 3(2-2-5)	- นิสิตมีความเข้าใจและสามารถอธิบายกระบวนการบริหารการขายได้	- แบบฝึกหัด - ข้อสอบ	- การเรียนในเชิงปฏิบัติ มีข้อจำกัดในเรื่องเงินหรือต้นทุนสินค้าที่นิสิตจะนำมาขาย	4.00	- ใช้รูปแบบการจำลองสถานการณ์ในการทดสอบการนำเสนอขายของนิสิต	- นิสิตมีความกล้าแสดงออก และสามารถนำเสนอขายสินค้าโดยใช้

รายวิชา	CLOs	Assessment Tools	ปัญหา/ข้อสังเกตที่พบปีก่อน	ผลประเมิน การสอน	Solution	ผลลัพธ์จากการแก้ไข / แนวโน้ม
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตมีความเข้าใจสามารถใช้ศิลปะในการขาย เทคนิคการขายของพนักงานขายจิตบริการ</li> <li>- นิสิตสามารถวางแผนการขายสินค้า และประยุกต์ใช้การบริหารงานที่เหมาะสมได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- กิจกรรมในชั้นเรียน</li> <li>- รายงานกลุ่ม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตมีความกล้าแสดงออก หรือการมีปฏิสัมพันธ์กับคนไม่คุ้นเคยค่อนข้างน้อย</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้ช่องทางในการขายรูปแบบออนไลน์ในการนำเสนอผลงานการนำเสนอขายของกลุ่ม</li> </ul>	เทคนิคในการขายและศิลปะในการขายได้
128326 การบริหารตราสินค้า 3(2-2-5)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตสามารถเขียนแผนการสื่อสารตราสินค้าได้</li> <li>- นิสิตสามารถออกแบบตราสินค้าวิเคราะห์ กำหนดกลุ่มเป้าหมายกำหนดกลยุทธ์ทางตราสินค้าในการบริหารแคมเปญการสื่อสารตราสินค้าได้</li> <li>- นิสิตสามารถประเมินผลและควบคุมโปรแกรมการสื่อสารตราสินค้าได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ข้อสอบ</li> <li>- รายงานกลุ่ม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตขาดความเข้าใจในการออกแบบแผนการสื่อสารแบรนด์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย</li> <li>- นิสิตไม่สามารถแปล และอธิบายคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องของการบริหารตราสินค้าได้</li> </ul>	4.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ปูพื้นฐานความสำคัญของ การออกแบบการสื่อสารตราสินค้าให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายโดยเน้นการยกตัวอย่างกรณีศึกษา</li> <li>- อธิบายความหมายของ คำศัพท์ และให้นิสิตเขียนส่งในรายงานกลุ่ม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตสามารถออกแบบตราสินค้ากลยุทธ์ทางตราสินค้าในการบริหารแคมเปญการสื่อสารตราสินค้าให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายได้</li> <li>- นิสิตมีความเข้าใจคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารตราสินค้ามากขึ้น</li> </ul>
128327 การบริหารการค้าปลีก 3(2-2-5)	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. นิสิตสามารถเข้าใจแนวคิดของการค้าปลีกในแต่ละสมัย</li> <li>4. นิสิตสามารถออกแบบร้านค้าปลีกโดยใช้ Business Model Canvas ได้</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>6. กรณีศึกษา</li> <li>7. แบบฝึกหัดท้ายบท</li> <li>8. แบบจำลองรูปแบบธุรกิจ</li> <li>9. การรายงานความคืบหน้า</li> <li>10. นำเสนอแบบจำลองธุรกิจ</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. นิสิตขาดการมีส่วนร่วมในการคิดแบบจำลองธุรกิจ</li> <li>5. นิสิตขาดประสบการณ์จริงกับการประกอบธุรกิจค้าปลีก</li> <li>6. นิสิตไม่สามารถเชื่อมโยงองค์ประกอบของธุรกิจได้</li> </ol>	4	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. เน้นการมีส่วนร่วมในห้องเรียนโดยใช้กรณีศึกษาและนำแบบฝึกหัดท้ายบทมาอภิปรายร่วมกัน</li> <li>5. ให้นิสิตรายงานความคืบหน้าแบบจำลองธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ</li> <li>6. ให้นิสิตร่วมกิจกรรมส่งเสริมร้านค้าปลีกในพื้นที่ชุมชนจริง</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. นิสิตมีส่วนร่วมและแสดงความคิดเห็นในการออกแบบแบบจำลองธุรกิจของตนเองได้เป็นอย่างดี</li> <li>4. นิสิตมีความสามารถออกแบบจำลองธุรกิจได้อย่างเหมาะสม</li> </ol>

รายวิชา	CLOs	Assessment Tools	ปัญหา/ข้อสังเกตที่พบปีก่อน	ผลประเมิน การสอน	Solution	ผลลัพธ์จากการแก้ไข / แนวโน้ม
128328 การตลาด การเกษตร 3(2-2-5)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตเข้าใจลักษณะการตลาดการเกษตรได้ และออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาด การเกษตรได้</li> <li>- นิสิตสามารถวิเคราะห์สถานการณ์และกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับธุรกิจ การเกษตรได้</li> </ul> <p>นิสิตมีทักษะการทำงานเป็นทีมและมีภาวะผู้นำ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- กรณีศึกษาประจำบท</li> <li>- ข้อสอบ</li> <li>- งานวิจัย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตขาดความเข้าใจถึงหลักการของตลาดการเกษตร ซึ่งเป็นหน่วยเศรษฐกิจหลักของประเทศ</li> <li>-</li> <li>- นิสิตขาดการสังเคราะห์และวิเคราะห์ข้อมูลในหน่วยเศรษฐกิจภาคการเกษตรที่ดี</li> <li>- - นิสิตขาดความรู้ทางการใช้สถิติวิเคราะห์ในการทำการวิจัยทางการตลาด</li> <li>- นิสิตไม่มีความรู้เกี่ยวกับสถาบันหลักในตลาดการเกษตร ที่เป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจภาคการเกษตรของประเทศ</li> </ul>	4.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เน้นการถาม-ตอบ และอภิปรายในชั้นเรียน</li> <li>- ยกตัวอย่างกรณีศึกษาให้นิสิตเข้าใจในภาพรวมของตลาดการเกษตร</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตสามารถอภิปรายได้ชัดเจนมากขึ้น</li> <li>- นิสิตสามารถวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมได้ดีขึ้น</li> <li>- นิสิตสามารถทำรายงานวิจัย และวิเคราะห์ตลาดการเกษตรได้ดี</li> </ul>
128329 ผู้ประกอบการและการพัฒนาธุรกิจ 3(2-2-5)	<ul style="list-style-type: none"> <li>4. นิสิตสามารถวิเคราะห์ความเป็นผู้ประกอบการของตนเองได้</li> <li>5. นิสิตสามารถมีวิสัยทัศน์ของการเป็นผู้ประกอบการ</li> <li>6. นิสิตออกแบบจำลองธุรกิจ (LEAN) สำหรับผู้ประกอบการได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>6. กรณีศึกษา</li> <li>7. แบบฝึกหัดท้ายบท</li> <li>8. แบบจำลองรูปแบบธุรกิจ</li> <li>9. การรายงานความคืบหน้า</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>4. นิสิตขาดการมีส่วนร่วมในการคิดแบบจำลองธุรกิจ</li> <li>5. นิสิตขาดประสบการณ์จริงกับการประกอบธุรกิจ</li> <li>6. มีความยุ่งยากเมื่อมีการทำงานเป็นทีม</li> </ul>	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>3. เน้นการมีส่วนร่วมในห้องเรียนโดยใช้กรณีศึกษาและนำแบบฝึกหัดบทบาทอภิปรายร่วมกัน</li> <li>4. ให้นิสิตรายงานความคืบหน้าแบบจำลองธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>4. นิสิตมีความสามารถวิเคราะห์ความเป็นผู้ประกอบการของตนเองได้อย่างเหมาะสม</li> <li>5. นิสิตมีวิสัยทัศน์ของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจได้เป็นอย่างดี</li> <li>6. นิสิตมีความสามารถใช้อย่างเหมาะสม</li> </ul>

รายวิชา	CLOs	Assessment Tools	ปัญหา/ข้อสังเกตที่พบปีก่อน	ผลประเมิน การสอน	Solution	ผลลัพธ์จากการแก้ไข / แนวโน้ม
		10. นำเสนอ แบบจำลอง ธุรกิจ			ให้นักศึกษามีส่วนร่วมกันในการ นำเสนอแบบจำลองธุรกิจ อย่างทั่วถึง	ธุรกิจของตนเองได้อย่าง เหมาะสม
128422 การบริหาร ลูกค้าสัมพันธ์ และการตลาด สัมพันธภาพ 3(2-2-5)	3. นิสิตสามารถออกแบบกระบวนการ สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าได้ 4. นิสิตสามารถนำเสนอการสร้าง ประสบการณ์การตลาดให้กับลูกค้า ได้	4. กรณีศึกษา 5. แบบฝึกหัดท้าย บท 6. รายงาน	3. นิสิตไม่กล้าแบ่งปันความคิดเห็นในชั้นเรียน 4. นิสิตขาดทักษะการนำเสนอ	4	3. มอบหมายให้นักศึกษ เตรียมกรณีศึกษาแล้ว นำมาแบ่งปันกับเพื่อน ในชั้นเรียน 4. นำเสนอแนวความคิด ที่ออกแบบ กระบวนการสร้าง ความสัมพันธ์และการ สร้างประสบการณ์ การตลาดให้กับลูกค้า ของตนเองได้	3. นิสิตมีความสามารถใน วิเคราะห์กรณีศึกษาและนำมา แบ่งปันในชั้นเรียนได้เป็นอย่างดี 4. นิสิตมีความสามารถในการ ออกแบบกระบวนการสร้าง ความสัมพันธ์และการสร้าง ประสบการณ์การตลาดให้กับ ลูกค้าของตนเองได้อย่าง เหมาะสม
128425 การ พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และการบรรจุภัณฑ์ 3(2-2-5)	- นิสิตสามารถออกแบบบรรจุภัณฑ์และโล โกที่สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ฟังก์ชันการทำงานและวัตถุประสงค์ ทางการตลาดได้ - นิสิตสามารถออกแบบ prototype ผลิตภัณฑ์ใหม่ ตามความต้องการของ ตลาดและข้อมูลจากการวิเคราะห์ทาง การตลาดได้	1. แบบฝึกหัด 2. ชิ้นงาน prototype 3. การนำเสนอ 4. รายงาน	1. นิสิตบางคนไม่มีคอมพิวเตอร์ 2. ไม่มีซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ที่สามารถ ใช้ได้ทุกฟังก์ชันเมนูการทำงาน	4.00	1. ผู้สอนได้หาเว็บที่สามารถ ใช้โปรแกรมที่เหมือน photoshop ได้ทุกประการ และฟรี 2. จัดหาคอมพิวเตอร์และ ห้องคอมสาขา มีการลงเวลา ใช้งานเพื่อให้ทุกคนเข้าถึงได้	1. นิสิตสามารถใช้โปรแกรมออนไลน์ ฟรีเป็น 2. สามารถพัฒนาชิ้นงานตามที่ ต้องการได้

รายวิชา	CLOs	Assessment Tools	ปัญหา/ข้อสังเกตที่พบปีก่อน	ผลประเมิน การสอน	Solution	ผลลัพธ์จากการแก้ไข / แนวโน้ม
128426 การตลาด อิงการกุศล 3(2-2-5)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตเข้าใจลักษณะกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถประยุกต์ใช้ร่วมกับกิจกรรมทางการกุศล</li> <li>- นิสิตสามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาด อิงการกุศลที่เหมาะสมได้</li> <li>- นิสิตมีทักษะการทำงานเป็นทีมและมีภาวะผู้นำ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-กรณีศึกษาประจำท</li> <li>- ข้อสอบ</li> <li>- งานวิจัย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตขาดไม่มีความรู้และขาดการให้ความสำคัญเกี่ยวกับองค์การ การกุศลระดับประเทศและระดับโลก</li> <li>-</li> <li>- นิสิตขาดการสังเคราะห์และวิเคราะห์ ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการตลาดอಂಗการกุศล</li> <li>- นิสิตขาดความรู้ทางด้านการใช้ สถิติวิเคราะห์ในการทำการวิจัยทางการตลาด</li> </ul>	4.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เน้นการถาม-ตอบ และอภิปรายในชั้นเรียน</li> <li>- ยกตัวอย่างกรณีศึกษาให้นิสิตเข้าใจในภาพรวมของกลยุทธ์ทางการตลาดที่ต้องประยุกต์ใช้กับการกุศล</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตสามารถอภิปรายได้ชัดเจนมากขึ้น</li> <li>- นิสิตสามารถวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมได้ดีขึ้น</li> <li>- นิสิตสามารถทำรายงานวิจัย และวิเคราะห์พฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการตลาดอಂಗการกุศลได้</li> </ul>

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

หลักสูตรได้ชี้แจงนิสิตถึงวิธีการประเมิน เกณฑ์การประเมินในการปฐมนิเทศสัปดาห์แรกของแต่ละรายวิชา และในแต่ละกิจกรรมในการเรียนจะแจ้งนิสิตอีกครั้งว่ามีการให้คะแนนอย่างไร โดยเมื่อนิสิตสอบปลายภาคแล้ว หรือประกาศคะแนนในแต่ละกิจกรรมของรายวิชาแล้ว อาจารย์จะแจ้งคะแนนให้ทราบแล้วให้นิสิตที่มีความสงสัย สามารถสอบถามถึงคะแนนตัวเองได้ ให้โอกาสนิสิตได้แก้ไข

โดยคณาจารย์ในหลักสูตรได้รับทราบถึงข้อกำหนดนี้จากที่ประชุมหลักสูตรฯ ทั้งถึงกัน และจากการสุ่มสอบถามนิสิต โดยผู้รับผิดชอบหลักสูตรพบว่า ทุกวิชามีการดำเนินการในเรื่องนี้

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

หลักสูตรใช้เกณฑ์การตัดเกรดด้วยคะแนนรวมทั้งหมด ไม่ใช้การตัดเกรดแบบอิงเกณฑ์ เพื่อคงไว้ซึ่งมาตรฐานและเพื่อให้นิสิตได้ ELO ตามที่ได้ออกแบบไว้ในหลักสูตร ซึ่งได้ถูกแจ้งไว้ในคาบแรก

เกณฑ์การสำเร็จการศึกษานั้นได้ถูกแจ้งให้นิสิตตั้งแต่ระดับคณะในวันปฐมนิเทศนิสิตใหม่ และทางหลักสูตรได้ย้ำอีกทีในวันปฐมนิเทศ และในคาบแรกของทุกรายวิชาในทุกเทอม ซึ่งเป็นข้อกำหนดร่วมกันในหลักสูตรให้แจ้งนิสิตและตรวจสอบวิชาที่เรียน ด้วยการดู UP23 เพื่ออัปเดตการสำเร็จการศึกษาของตนเองว่าเป็นไปตามแผนการศึกษาหรือไม่

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.

เกณฑ์การประเมินในหลายวิชาใช้การประมวลแบบ comprehensive ใช้หลายองค์ประกอบประมวงพร้อมกัน เช่นรายวิชาที่ให้นิสิตเขียนแผนการตลาด หรือผลิตชิ้นงาน จะเป็นการให้คะแนนแบบองค์รวม แต่ถ้าเป็นรายวิชาที่ประเมินจากรายงานหรือการนำเสนอจะสามารถกำหนด rubrics ในการประเมินได้

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

หลังจากที่อาจารย์ได้แจ้งคะแนนในแต่ละกิจกรรมแล้วหรือแจ้งคะแนนสอบลงระบบ REG แล้ว จะเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้ตรวจสอบความถูกต้อง จำนวนงานที่ส่ง คะแนนที่ได้ หากมีข้อสงสัยนักศึกษาสามารถ ติดต่อมายังอาจารย์ผู้สอนได้ โดยหลักสูตรได้มีข้อกำหนดว่าผู้สอนจะต้องแจ้งคะแนนสอบกลางภาคก่อน วันครบ อย่างน้อย 10 วัน เพื่อให้นักศึกษาได้มีโอกาสสอบถามถึงข้อผิดพลาด ตรวจสอบคะแนน ได้แย้งๆ

สำหรับคะแนนเก็บ ให้ผู้สอนกำหนดวันแจ้งคะแนนเก็บ ทั้งนี้จะต้องให้แล้วเสร็จก่อนสอบปลาย ภาค เว้นแต่ในรายวิชาใช้การส่งงานแทนการสอบปลายภาค ให้แจ้งคะแนนงานก่อนวันส่งเกรดตามวันที่ มหาวิทยาลัยกำหนด 10 วันเช่นกัน

AUN-QA Criterion 4 – Checklist	ระดับ
	2564
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
4.2 The assessment and assessment-appeal policies are shown to be explicit, communicated to students, and applied consistently.	4
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
4.4 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
4.5 The assessment methods are shown to measure the achievement of the expected learning outcomes of the programme and its courses.	4
4.6 Feedback of student assessment is shown to be provided in a timely manner.	4



AUN-QA Criterion 4 – Checklist	ระดับ
	2564
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.	4
ความคิดเห็นโดยรวม (Overall opinion)	4

**AUN - QA criterion 5 Academic Staff****Sub Criterion 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.
2. The programme to show that staff workload is measured and monitored to improve the quality of education, research, and service.
3. The programme to show that the competences of the academic staff are determined, evaluated, and communicated.
4. The programme to show that the duties allocated to the academic staff are appropriate to qualifications, experience, and aptitude.
5. The programme to show that promotion of the academic staff is based on a merit system which accounts for teaching, research, and service.
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.
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.
8. The programme to show that performance management including reward and recognition is implemented to assess academic staff teaching and research quality.

## ผลการดำเนินงาน

ทางคณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ได้มีการวางแผนอัตรากำลังล่วงหน้า 10 ปี เพื่อให้ทางหลักสูตรได้ดำเนินการอย่างเหมาะสม และไม่เกิดผลกระทบต่อหลักสูตร



**แผนอัตรากำลัง** | จำนวนบุคลากรสายวิชาการที่จะเกษียณอายุราชการในปีงบประมาณ 2568 – 2577

หลักสูตร	ปีงบประมาณ										รวม
	2568	2569	2570	2571	2572	2573	2574	2575	2576	2577	
สาขาวิชาการจัดการสื่อสาร	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
สาขาวิชาการสื่อสารสื่อใหม่	-	-	-	-	-	-	2	-	1	-	3
สาขาวิชาการบัญชี	-	1	-	-	-	-	1	-	-	-	2
สาขาวิชาการเงินและการลงทุน	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1
สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	2
สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1
สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1
คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์	1	1	2	-	-	-	3	-	1	4	12

## ตารางข้อมูลอาจารย์ประจำหลักสูตร

ประเภท	ชาย	หญิง	รวม		จำนวนอาจารย์ที่มีวุฒิปริญญาเอก หรือคุณสมบัตเทียบเท่าปริญญาเอก
			จำนวน (ราย)	FTE	
1. ศาสตราจารย์					
2. รองศาสตราจารย์					
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์					
4. อาจารย์	5	1	6	6.63	2
5. อาจารย์ชาวต่างชาติ					
6. อาจารย์พิเศษ (Visiting professors/ lecturers)					
<b>รวม</b>					

จากตารางพบว่า ค่า FTE อยู่ในอัตราส่วนที่เหมาะสม คณาจารย์สามารถปฏิบัติงานตามพันธกิจทุกด้านของมหาวิทยาลัยได้ โดยที่ยังคงคุณภาพการเรียนการสอนได้อย่างดี

ตารางข้อมูลการพัฒนาทางวิชาชีพของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลำดับ	ชื่ออาจารย์ ผู้รับผิดชอบ หลักสูตร	รายละเอียดการพัฒนาทางวิชาชีพ การอบรม/ สัมมนา/ประชุมทางวิชาการ/ดูงาน ฯลฯ	ความสอดคล้อง		
			ELO	CLO	พันธ กิจ
1.	นายกมลพงศ์ รัตนสงวนวงศ์	คอร์สออนไลน์ Content Marketing (Dots Academy) คอร์สออนไลน์ เทคนิคFacebook Ads เพิ่ม ยอดขายอย่างถาวร (the Biz)	✓	✓	✓
2.	นายบุรินทร์ บัณฑิตวงศ์	อบรมโครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรการพัฒนา โจทย์การวิจัย "เขียนข้อเสนอโครงการอย่างไรให้ตรง ใจแหล่งทุน" หลักสูตร การใช้สมาร์ทโฟนเพื่อธุรกิจออนไลน์ (หอการค้าจังหวัดพะเยา)	✓	✓	✓
3.	นายคณิสส์ คณิสราพรพงศ์	อบรมโครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรการพัฒนา โจทย์การวิจัย "เขียนข้อเสนอโครงการอย่างไรให้ตรง ใจแหล่งทุน" แนวทางการกระตุ้นการลงทุนในพื้นที่ภายใต้ เศรษฐกิจไทยหลังสถานการณ์ covid 19 ผู้จัด สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม	✓	✓	✓
4.	นายชาญชัย พรหมิ	1. การอบรมออนไลน์ในระบบ CMU MOOC ใน หัวข้อ intro to influencer เส้นทางสู่การเป็นอิน ฟลูเอนเซอร์ โดยคณะกรรมการสื่อสารมวลชน และ วิทยาลัยการศึกษาดลัดชีวิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	✓	✓	✓

ลำดับ	ชื่ออาจารย์ ผู้รับผิดชอบ หลักสูตร	รายละเอียดการพัฒนาทางวิชาชีพ การอบรม/ สัมมนา/ประชุมทางวิชาการ/ดูงานฯลฯ	ความสอดคล้อง		
			ELO	CLO	พันธกิจ
		<p>2. การอบรมออนไลน์ในระบบ CMU MOOC ในหัวข้อ The art of storytelling in business communication: case study of Thai enterprises โดยคณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยนวัตกรรมดิจิทัล ศูนย์บริการเทคโนโลยีสารสนเทศและวิทยาลัยการศึกษาตลอดชีวิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่</p> <p>3. การอบรมออนไลน์ในระบบ CMU MOOC ในหัวข้อ Design based thinking in Thailand โดยวิทยาลัยนานาชาตินวัตกรรมดิจิทัล ศูนย์บริการเทคโนโลยีสารสนเทศ และวิทยาลัยการศึกษาตลอดชีวิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ วันที่ 6 มิถุนายน 2564</p> <p>4. Short-course quick nano-MBA online ความรู้ธุรกิจพื้นฐานระยะสั้นออนไลน์ โดนคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย</p> <p>5. อบรมออนไลน์หลักสูตร innovation mindset โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย</p> <p>6. อบรมโครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรการพัฒนาโจทย์การวิจัย "เขียนข้อเสนอโครงการอย่างไรให้ตรงใจแหล่งทุน"</p>			
5.	ดร. ธีรวิทย์ คุณไยอิน	1.อบรมโครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรการพัฒนาโจทย์การ1. The Association for Consumer Research (ACR) 2020 Virtual Conference,	✓	✓	✓

ลำดับ	ชื่ออาจารย์ ผู้รับผิดชอบ หลักสูตร	รายละเอียดการพัฒนาทางวิชาชีพ การอบรม/ สัมมนา/ประชุมทางวิชาการ/ดูงาน ฯลฯ	ความสอดคล้อง		
			ELO	CLO	พันธกิจ
		<p>2. อบรมเชิงปฏิบัติการ การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม Social Return on Investment (SROI) รุ่นที่ 1 ณ ห้องประชุมคณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา</p> <p>3. อบรมโครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรการพัฒนาโจทย์การวิจัย “การเขียนข้อเสนอโครงการอย่างไรให้ตรงใจแหล่งทุน” ณ Wintree City Resort Chiang Mai จังหวัดเชียงใหม่</p> <p>4. อบรม เชิงปฏิบัติการ “การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม Social Return on Investment (SROI)” รุ่นที่ 1 รอบที่ 2: Advance and Practice ณ Wintree City Resort Chiang Mai จังหวัดเชียงใหม่</p> <p>5. อบรม เชิงปฏิบัติการ “การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม Social Return on Investment (SROI)” รุ่นที่ 1 รอบที่ 3: Academic Writing ณ Wintree City Resort Chiang Mai จังหวัดเชียงใหม่</p> <p>6. American Marketing Association (AMA)/American Collegiate Retailing Association (ACRA) 2021 Virtual Conference, (Academic paper presenter - accepted with proceeding to be published at the end of June 2021)</p> <p>7. Journal of Business Ethics Special Issue “Ethical Consumerism in Emerging Markets: Opportunities &amp; Challenges” Paper</p>			

ลำดับ	ชื่ออาจารย์ ผู้รับผิดชอบ หลักสูตร	รายละเอียดการพัฒนาทางวิชาชีพ การอบรม/ สัมมนา/ประชุมทางวิชาการ/ดูงานฯลฯ	ความสอดคล้อง		
			ELO	CLO	พันธกิจ
		<p>Developmental Workshop, (Academic paper presenter)</p> <p>8. London College of Fashion - Fashion Business School Research Seminar, May 28, 2021 (Book chapter presenter)</p> <p>9. Sasin's International Research Collaboration on Research Impact Assessment: Publishing Research with Impact Seminar, (Attendee)</p> <p>10. Better Marketing for a Better World (BMBW) special issue forum: Sustainability and Climate Concerns – a discussion with the authors of the special issue of the Journal of Marketing, (Attendee)</p>			
6.	ดร. กิตติศักดิ์ ศรีไพโรจน์	<p>1. RDM The Series เทคนิคการขอทุนกับสำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร (องค์การมหาชน) (สกว.) 18/06/2563</p> <p>2. RDM The Series เทคนิคการขอทุนกับสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) 25/06/2563</p> <p>3. RDM The Series เทคนิคการเขียนบทความวิจัยกลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 21/07/2563</p> <p>4. การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่องการเขียนบทความวิชาการและวิจัยเพื่อตีพิมพ์ในวารสารระดับนานาชาติ ครั้งที่ 10.1 ประจำปี 2564</p> <p>5. โครงการมุ่งเป้าสู่การพัฒนาวิจัยบนเส้นทางความก้าวหน้าทางวิชาการที่สูงขึ้น EP2</p>	✓	✓	✓

ลำดับ	ชื่ออาจารย์ ผู้รับผิดชอบ หลักสูตร	รายละเอียดการพัฒนาทางวิชาชีพ การอบรม/ สัมมนา/ประชุมทางวิชาการ/ดูงานฯลฯ	ความสอดคล้อง		
			ELO	CLO	พันธกิจ
		6. โครงการมุ่งเป้าสู่การพัฒนาบัณฑิตวิจัยบนเส้นทาง ความก้าวหน้าทางวิชาการที่สูงขึ้น EP3 2 7. อบรมเชิงปฏิบัติการ การวิเคราะห์ผลตอบแทน ทางสังคม Social Return on Investment (SROI) รุ่นที่ 1 ระหว่างวันที่ ณ ห้องประชุมคณะ บริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา 8. อบรมโครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรการ พัฒนาโจทย์การวิจัย “การเขียนข้อเสนอโครงการ อย่างไรให้ตรงใจแหล่งทุน” ณ Wintree City Resort Chiang Mai จังหวัดเชียงใหม่ 9. อบรม เชิงปฏิบัติการ “การวิเคราะห์ผลตอบแทน ทางสังคม Social Return on Investment (SROI)” รุ่นที่ 1 รอบที่ 2: Advance and Practice ระหว่างวันที่ ณ Wintree City Resort Chiang Mai จังหวัดเชียงใหม่			

โดยทางหลักสูตรได้มีการกำหนดแนวทางการใช้งบประมาณของคณะในการไปพัฒนาตนเองไว้หลายประการ ได้แก่

1. ต้องเป็นสิ่งที่จำเป็นหรือสอดคล้องต่อวัตถุประสงค์ของหลักสูตร
2. ต้องสอดคล้องต่อ ELOs ของหลักสูตร หรือ CLOs ในรายวิชาที่รับผิดชอบ
3. เพื่อส่งเสริมหรือสนับสนุนกระบวนการเรียนการสอน หรือ การวิจัย การบริการวิชาการ ตามพันธกิจและวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัย

ทั้งนี้จะมีการประชุมหารือก่อนทำการอนุมัติงบประมาณไปพัฒนาทางวิชาชีพของอาจารย์แต่ละท่าน เนื่องจาก หลักสูตรอยากให้อาจารย์ได้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยมีการวางแผนรวบรวมความต้องการไปอบรมของอาจารย์แต่ละคนในแต่ละปี เพื่อให้ทุกคนเห็นภาพรวมไปในทิศทางเดียวกัน หากการอบรมใด



สามารถไปร่วมกันได้ หรือต้องใช้งบประมาณเกินกว่าที่คณะกำหนดไว้ อาจารย์ในสาขาท่านอื่นสามารถโอนงบประมาณของตนเองไปสนับสนุนอาจารย์ท่านที่ต้องการหรือจำเป็นต้องไปอบรมได้

### ผลการประเมินตนเอง

AUN-QA Criterion 5 – Checklist	ระดับ
	2564
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.	4
5.2 The programme to show that staff workload is measured and monitored to improve the quality of education, research, and service.	4
5.3 The programme to show that the competences of the academic staff are determined, evaluated, and communicated.	4
5.4 The programme to show that the duties allocated to the academic staff are appropriate to qualifications, experience, and aptitude.	4
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.	4
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.	4
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.	4
5.8 The programme to show that performance management including reward and recognition is implemented to assess academic staff teaching and research quality.	4
<b>ความคิดเห็นโดยรวม (Overall opinion)</b>	<b>4</b>

## AUN - QA criterion 6 Student Support Services

### Sub Criterion 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.
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. 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.
4. Co-curricular activities, student competition, and other student support services are shown to be available to improve learning experience and employability.
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. Student support services are shown to be subjected to evaluation, benchmarking, and enhancement.

### ผลการดำเนินงาน

6.1 มีการวางแผนและดำเนินการตามแผนบริหารและพัฒนา ทรัพยากรบุคคลสายวิชาการ (เช่น แผนความก้าวหน้าทางสายงาน ยกย่องชมเชย การสับเปลี่ยนอัตรากำลัง การเลิกจ้าง และการเกษียณอายุงาน) เพื่อเติมเต็ม ความจำเป็นด้านการเรียนการสอน การวิจัย และ การบริการวิชาการ

อาจารย์แต่ละท่านได้รับหนังสือสัญญาการว่าจ้างและระบุรายละเอียดการสิ้นสุดการจ้างและการเกษียณอายุงานจากมหาวิทยาลัยอีกทั้งคณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ได้ให้สาขาวิชาทำแผนพัฒนาบุคลากรฝ่ายวิชาการ แผนการขอตำแหน่งทางวิชาการ แผนการกลับเข้ามาปฏิบัติงานหลังการลาศึกษาต่อ และแผนการเกษียณอายุราชการ

## 6.2 มีการวัดสัดส่วนของผู้สอนต่อผู้เรียน และภาระงานของผู้สอน และกำกับติดตามเพื่อพัฒนาคุณภาพด้านการเรียนการสอน การวิจัย และการบริการวิชาการ

สาขาวิชาการตลาดมีการคำนึงถึงภาระงานสอนของอาจารย์ในสาขา โดยอิงตามเกณฑ์ภาระงานที่มหาวิทยาลัยกำหนด และมีการประชุมสาขาวิชา เพื่อกำหนดหมู่เรียน และจำนวนวิชาที่ต้องสอน เพื่อให้จำนวนนิสิตที่ต้องสอนตลอดเทอมไม่มากหรือน้อยจนเกินไป โดยเฉพาะวิชาหลักการตลาด ซึ่งเป็นวิชาพื้นฐานวิชาชีพ และถูกนำไปบรรจุในหลายหลักสูตร รวมไปถึงวิชาในคณะอื่นๆ ที่ขอความอนุเคราะห์อาจารย์ในสาขาวิชาการตลาดเป็นผู้สอน โดยการกำหนดจำนวนวิชาที่เรียนนั้น นอกจากจะยึดตามความถนัดของอาจารย์ จำนวนนิสิต แล้วยังคำนึงถึงจำนวนโครงการของสาขาวิชา ภาระงานด้านอื่นๆ ประกอบด้วย

## 6.3 กำหนดเกณฑ์การสรรหาและคัดเลือก รวมถึง จริยธรรมวิชาชีพ และเสรีภาพทางวิชาการ สำหรับตำแหน่งงาน การจ้างงาน ความก้าวหน้าทางสายงาน และเผยแพร่ให้ทราบโดยทั่วกัน

สาขาวิชาการตลาดมีระบบการสรรหาทรัพยากรบุคคล ดังนี้

1. สาขาวิชาดำเนินการจัดร่างประกาศโดยกำหนดรายละเอียดคุณสมบัติเฉพาะตำแหน่งอย่างชัดเจน รวมถึงเกณฑ์การคัดเลือกและอัตราค่าจ้างตามมาตรฐานที่มหาวิทยาลัยพะเยากำหนดและนำเข้าที่ประชุมคณะกรรมการประจำคณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์และนำเสนอมหาวิทยาลัยเพื่อขอ กำหนดตำแหน่งอาจารย์

2. เมื่อได้รับการอนุมัติให้บรรจุอาจารย์ได้ สาขาวิชาดำเนินการจัดทำประกาศการรับสมัคร อาจารย์และกองการเจ้าหน้าที่จะปิดประกาศรับสมัครต่อไป

3. ประชาสัมพันธ์การรับสมัครในช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ เช่น การประกาศและประชาสัมพันธ์ผ่าน website หรือ การปิดประกาศในที่ต่าง ๆ ตลาดแรงงาน เป็นต้น

4. กองการเจ้าหน้าที่จะแจ้งวันสอบคัดเลือก

5. กองการเจ้าหน้าที่จัดสอบคัดเลือกและเชิญคณบดี/ผู้แทนเข้าสัมภาษณ์ร่วมกับอธิการบดี รองอธิการบดี โดยมีผู้อำนวยการกองการเจ้าหน้าที่เป็นเลขานุการ โดยเกณฑ์ในการคัดเลือกอยู่บนฐาน **จริยธรรม และ เสรีภาพทางวิชาการ การวางแผนกำลังคน**

6. กองการเจ้าหน้าที่ประกาศผลการคัดเลือก โดยประกาศผ่านช่องทางต่าง ๆ พร้อมกำหนดให้ อาจารย์ใหม่มารายงานตัวตามวันที่กำหนด

7. เมื่อผู้สมัครผ่านการคัดเลือกแล้วจะต้องผ่านการตรวจสุขภาพร่างกายและสุขภาพจิตตามที่ มหาวิทยาลัยกำหนด กรณีที่ผลการตรวจสุขภาพผ่านถือว่าเป็นผู้ที่มีลักษณะครบตามที่กำหนดแต่ถ้าการตรวจสุขภาพไม่ผ่านถือว่าเป็นผู้มีลักษณะต้องห้ามของการเป็นพนักงานของมหาวิทยาลัย ซึ่ง มหาวิทยาลัย



ระหว่าง เดือนตุลาคม- มีนาคม และรอบที่ 2 เดือนเมษายน-กันยายน โดยแบบประเมินออกแบบทั้งที่เป็น Competence และ แบบ Performance โดยเป็นการหนดตาม Rating Scale ทั้งนี้

ผู้ประเมินจะต้องจัดทำเอกสารภาระงานตามแบบฟอร์มที่มหาวิทยาลัยกำหนด โดยมีหัวข้อ ดังนี้

1. งานวิชาการ (การจัดการเรียนการสอน)
2. งานพัฒนาวิชาการ ซึ่งจำแนกเป็นประเภทของผลงานทางวิชาการ เช่น เอกสารประกอบการสอน ตำรา เป็นต้น
3. งานวิจัย
4. งานบริการวิชาการ เช่นการไปเป็นวิทยากรรับเชิญบรรยาย เป็นกรรมการงานวารสารและอื่น ๆ เป็นต้น
5. ตำแหน่งบริหารงาน เช่น ประธานหลักสูตร หัวหน้าสาขาวิชา รองคณบดี คณะกรรมการต่าง ๆ เป็นต้น
6. งานสภาอาจารย์มหาวิทยาลัย
7. ผู้อำนวยการ/หัวหน้างานอื่น ๆ ที่สังกัดสำนักงานอธิการบดีหรือคณะ
8. สรุปรภาระงาน

## 2. การประเมินเพื่อพิจารณาความดีความชอบ

คณะจะพิจารณาความดีความชอบโดยการกำหนดเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของสายวิชาการ ประกอบด้วย

### 1) ปัจจัยที่จะประเมินผลการปฏิบัติงาน

1.1) งานสอน พิจารณาจากปริมาณงานสอน รวมถึงเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และคุณภาพการสอนได้แก่ ผลการประเมิน เช่น การเตรียมการสอน วิธีการสอน เอกสารและสื่อการสอน สอน วิธีการประเมินและวัดผลข้อสอบ ความรู้ ความเข้าใจของผู้เรียน เป็นต้น รวมทั้งผลงานทางวิชาการที่สนับสนุนการเรียนการสอน เช่น การเขียนตำรา ผลสื่อประกอบการเรียนการสอน ตำราที่มีคุณค่า

1.2) งานวิจัย พิจารณาจากปริมาณงานวิจัย การอุทิศตนต่องานวิจัย ศักยภาพการทำงานวิจัย การเผยแพร่งานวิจัย งบประมาณงานวิจัย และคุณภาพของงานวิจัย

1.3) งานเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาของนิสิต โดยการให้คำปรึกษา หรือแนะนำนิสิตด้านวิชาการและด้านการบริการและพัฒนา นิสิตตลอดทั้งการเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาชมรมต่าง ๆ ซึ่งเป็นกิจกรรมเสริมหลักสูตรและเป็นที่ปรึกษาในกิจกรรมทางวิชาการ

1.4) งานบริการทางวิชาการ เป็นการให้คำปรึกษาแนะนำด้านวิชาการ หรือวิชาชีพ ในการวางระบบงานการวิจัย หน่วยงานธุรกิจ เอกชน หน่วยงานระหว่างประเทศหรือนิติบุคคล

1.5) ผลงานทางวิชาการด้านอื่น ๆ เป็นผลงานทางวิชาการที่ส่งเสริมความก้าวหน้าทางวิชาการหรือนำไปสู่การใช้ประโยชน์เพื่อการแก้ปัญหา เช่น การเขียนบทความทางวิชาการ การนำผลงานการวิจัยไปสู่สิ่งประดิษฐ์คิดค้นใหม่

1.6) อื่น ๆ ได้แก่ การเป็นกรรมการต่าง ๆ และงานอื่น ๆ

2) ขั้นตอนการดำเนินงานพิจารณาความดีความชอบ

2.1) คณะแจ้งกำหนดการประชุมเพื่อพิจารณาความดีความชอบในที่ประชุมคณะกรรมการประจำของคณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์

2.2) หัวหน้าสาขาวิชาแจ้งให้อาจารย์ในสาขาวิชาดำเนินการจัดทำเอกสาร

2.3) อาจารย์ในสาขาวิชาดำเนินการจัดทำเอกสารและนำส่งหัวหน้าสาขาวิชาตามปีการศึกษา

2.4) หัวหน้าสาขาวิชาดำเนินการจัดส่งเอกสารที่งานบุคคลของคณะ ไม่เกินวันที่ 5 สิงหาคมของปีงบประมาณนั้น ๆ

2.5) คณะดำเนินการจัดทำคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการพิจารณาความดีความชอบประกอบด้วย

1. คณบดี เป็นประธาน

2. รองคณบดี เป็นกรรมการ

3. หัวหน้าสาขาวิชา/ผู้ช่วยคณบดี เป็นกรรมการ

4. ผู้บริหาร/อาจารย์/พนักงานที่คณบดีเห็นชอบ เป็นกรรมการและเลขานุการ

- คณะกรรมการที่คณบดีแต่งตั้งจัดประชุมพิจารณาความดีความชอบ

- คณะจัดส่งผลให้มหาวิทยาลัยตามกำหนด

3) การเทียบคะแนนกับผลการประเมิน

ระดับผลการประเมิน	คะแนน	ผลการประเมิน (ชั่วโมงการปฏิบัติงาน)
ดีมาก	80.01-100.00	1,764 หรือมากกว่า
ดี	70.01-80.00	1,638-1,753
ปานกลาง	60.01-70.00	1,512-1,637
พอใช้	50.00-60.00	1,636-1,511
ปรับปรุง	ต่ำกว่า 50.00	1,260-1,385

4) เงื่อนไขในการพิจารณาขึ้นเงินเดือน

- 4.1) การพิจารณาเลื่อนเงินเดือน ขึ้นอยู่กับงบประมาณที่จะได้รับและจำนวนผู้ปฏิบัติงานที่มีสิทธิได้รับการพิจารณาเลื่อนเงินเดือนของปีงบประมาณนั้น ๆ
- 4.2) การพิจารณาเลื่อนเงินเดือนจะเรียงลำดับจากผู้ที่มีคะแนนมากที่สุดตามลำดับ
- 4.3) กรณีที่มีคะแนนการประเมินผลการปฏิบัติงานเท่ากันหลายคนและมีจำนวนชั่วโมงการปฏิบัติงานต่ำกว่า 1,260 ชั่วโมงให้คณะกรรมการประจำคณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์พิจารณา
- 4.4) ในบางปีงบประมาณ ถ้าดำเนินการพิจารณาตามขั้นตอนต่าง ๆ ไม่ทันเนื่องจากเหตุปัจจัยอื่น ๆ การพิจารณาอาจขึ้นอยู่กับกรณีข้อยกเว้นของคณบดีจะพิจารณากำหนด
- 4.5) เกณฑ์ภาระงานของอาจารย์จะใช้เกณฑ์ภาระงานของมหาวิทยาลัยพะเยากำหนด

#### **6.5 มีการระบุความต้องการอบรมเพื่อพัฒนาบุคลากรสายวิชาการ และจัดกิจกรรมอบรมและพัฒนาตามความต้องการนั้น**

คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์มีการทำแบบสอบถามทุกสาขาวิชาถึงความต้องการการพัฒนาด้านวิชาการของบุคลากรแต่ละท่าน เพื่อรวบรวมแล้วจะเป็นตัวกลางในการจัดวิทยากร หรือการอบรมทั้งในและระหว่างคณะ โดยคณาจารย์สาขาวิชาการตลาดทุกคนได้ใช้เงินงบประมาณสนับสนุนของคณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์เพื่อการพัฒนาด้านวิชาการทุกปี

#### **6.6 การบริหารผลการปฏิบัติงาน เช่น ให้อาจารย์ ยกย่องให้เกียรติเพื่อสร้างแรงจูงใจ และสนับสนุนการเรียนการสอน การวิจัย และการบริการวิชาการ**

คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ได้ปฏิบัติใช้กฎ ระเบียบของทางมหาวิทยาลัยในการมอบรางวัลให้แก่คณาจารย์ที่สามารถตีพิมพ์ผลงานทางวิชาการได้ และเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักโดยใช้ช่องทางสังคมออนไลน์กลุ่ม นอกจากนี้ ในแผนการบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคลของสาขาวิชาการตลาดยังมีการกำหนดเรื่องความผูกพันของบุคลากร (Workforce Engagement) และการรักษาบุคลากรไว้ในข้อที่ 6 ในเรื่องของสวัสดิการและผลประโยชน์ คือ

##### **สวัสดิการและผลประโยชน์**

นอกจากอาจารย์สาขาวิชาการตลาดจะได้รับค่าตอบแทนเป็นเงินเดือนแล้ว มหาวิทยาลัยพะเยายังต้องจูงใจและธำรงรักษาให้อาจารย์การตลาดสามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็มความสามารถและเต็มใจ โดยการให้สวัสดิการ ผลประโยชน์และบริการอื่น ๆ ซึ่งส่งผลต่อ

- 1) ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยพะเยา/คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ ในสายตาของอาจารย์การตลาดเป็นไปในทางบวกซึ่งจะเป็นสายโซ่ที่เชื่อมต่อกับแนวความคิดด้านอื่น ๆ ตามมาเช่น ความศรัทธาในมหาวิทยาลัยหรือคณะ

2) อาจารย์ที่ปฏิบัติงานมีขวัญและกำลังใจเพื่อได้รับรู้ว่ามหาวิทยาลัย/คณะวิทยาการการจัดการ และสารสนเทศศาสตร์ที่ตนเองสังกัดอยู่ไม่ทอดทิ้งและยังให้การพิทักษ์คุ้มครอง ซึ่งจะก่อให้เกิดผลในด้านความตั้งใจในการปฏิบัติงานของอาจารย์เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล

3) จูงใจให้บุคคลอื่นที่มีความรู้ความสามารถเข้ามาเป็นอาจารย์ทางการตลาดเพราะมองเห็นว่ามหาวิทยาลัยพะเยา/คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์มีความมั่นคงในการจัดสวัสดิการต่าง ๆ ให้แก่บุคลากรทุกคน

4) มหาวิทยาลัยพะเยา/คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ใช้สวัสดิการและผลประโยชน์เป็นเครื่องมือในการธำรงรักษาอาจารย์ให้ทำงานอยู่กับคณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์เป็นระยะเวลาที่ยาวนาน

ทั้งนี้ สวัสดิการที่มหาวิทยาลัยพะเยา/คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์จัดให้กับบุคลากรทุกคนรวมทั้งอาจารย์สาขาวิชาการตลาด เพื่อให้บุคลากรมีความสุขขั้นพื้นฐาน 8H ดังนี้

#### มีสุขภาพแข็งแรงทั้งกายและใจ (Happy Body)

1. การประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลกลุ่ม โดยคณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์มหาวิทยาลัยพะเยาจัดสรรงบประมาณหัวละ 300 บาท จัดสวัสดิการประกันภัยอุบัติเหตุบุคลากรกลุ่มให้กับอาจารย์สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์และสาขาอื่น ๆ ทั้งที่ปฏิบัติงานในปัจจุบันและลาศึกษาต่อโดยผลประโยชน์ความคุ้มครองวงเงินประกัน ดังนี้

ผลประโยชน์ความคุ้มครองวงเงินเอาประกัน	วงเงินเอาประกัน
1. การเสียชีวิต การสูญเสียอวัยวะ สายตา การรับฟังเสียง การพูดออกเสียง หรือทุพพลภาพถาวรจาก	
1.1 อุบัติเหตุ	100,000
1.2 จากการถูกฆาตกรรมหรือถูกทำร้าย	100,000
1.3 จากอุบัติเหตุที่ผู้ได้รับความคุ้มครอง ขับขี่หรือโดยสารรถจักรยานยนต์	100,000
2. ค่ารักษาพยาบาลต่ออุบัติเหตุแต่ละครั้ง	10,000
3. ค่าปลงศพหรือค่าใช้จ่ายในการจัดงานศพ (กรณีเสียชีวิตที่มีสาเหตุจากอุบัติเหตุ)	10,000

2. สวัสดิการการรักษาพยาบาล มหาวิทยาลัยพะเยากำหนดหลักเกณฑ์ในการเบิกจ่ายเงินสวัสดิการเกี่ยวกับการรักษาพยาบาลของพนักงานมหาวิทยาลัยพะเยา 2 กรณี คือ

2.1 สิทธิการเบิกจ่ายตามประกาศของมหาวิทยาลัยพะเยา



1) เงินสวัสดิการเกี่ยวกับการรักษาพยาบาลพนักงานมหาวิทยาลัยมีการกำหนดในประกาศมหาวิทยาลัยเรื่อง เงินสวัสดิการเกี่ยวกับการรักษาพยาบาล 2554 โดยให้ปฏิบัติตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยระเบียบสวัสดิการเกี่ยวกับค่ารักษาพยาบาล พ.ศ. 2523 โดยเป็นค่ารักษาพยาบาลสำหรับผู้เจ็บไข้ได้ป่วยด้วยโรคต่าง ๆ ทั่วไป รวมทั้งการรักษาโรคฟัน และการตรวจสุขภาพ โดยทั่วไปให้กับพนักงานมหาวิทยาลัยพะเยา พนักงานราชการของมหาวิทยาลัยพะเยา ผู้มีความรู้ความสามารถพิเศษที่จ้างเป็นอาจารย์ และลูกจ้างชั่วคราวชาวต่างประเทศ ดังนั้นจากประกาศดังกล่าวทำให้อาจารย์สาขาวิชาการตลาดพึงได้สิทธิในประกาศดังกล่าวด้วย ทั้งนี้ยังครอบคลุมถึงบุคคลในครอบครัวของพนักงานมหาวิทยาลัย คือ

1.1) บิดา-มารดา โดยชอบด้วยกฎหมายของพนักงานมหาวิทยาลัย

1.2) คู่สมรสโดยชอบด้วยกฎหมายของพนักงานมหาวิทยาลัย

1.3) บุตรชอบด้วยกฎหมายของพนักงานมหาวิทยาลัย ซึ่งยังไม่บรรลุนิติภาวะหรือบรรลุนิติภาวะแล้วแต่คำสั่งศาลให้เป็นคนไร้ความสามารถซึ่งอยู่ในความอุปการะเลี้ยงดูของบิดาหรือมารดา ซึ่งเป็นผู้มีสิทธิได้รับเงินสวัสดิการเกี่ยวกับการรักษาพยาบาลแต่ทั้งนี้ไม่รวมบุตรบุญธรรม หรือบุตรซึ่งได้ยกให้เป็นบุตรบุญธรรม

2) กรณีบุคคลในครอบครัวขอยกเลิกสิทธิหรือสละสิทธิจากกองทุนประกันสังคมหรือสละสิทธิในสิทธิสวัสดิการการรักษาพยาบาลเดิม บุคคลนั้นยังได้สิทธิค่ารักษาพยาบาลจากกองทุนประกันสุขภาพถ้วนหน้าฯ ซึ่งเป็นสวัสดิการการรักษาพยาบาลที่ประชาชนไทยพึงได้รับ และกรณีให้คนใดครอบครัวสละสิทธิหรือบุคคลในครอบครัวสละสิทธิสวัสดิการการรักษาพยาบาลเองก็จะไม่สามารถนำมาเบิกเงินสวัสดิการค่ารักษาพยาบาลกับทางมหาวิทยาลัยได้ เนื่องจากเป็นกรณีที่มีสิทธิเบิกเงินสวัสดิการรักษาพยาบาลจากแหล่งอื่นซึ่งต้องใช้สิทธินั้นก่อนแต่สละสิทธิ

2.2 สิทธิจากกองทุนประกันสังคม โดยพนักงานมหาวิทยาลัยต้องเป็นผู้ประกันตนในกองทุนประกันสังคมตามพระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ. 2533 โดยพนักงานและมหาวิทยาลัยจ่ายเข้าระบบประกันสังคมฝ่ายละ 5% สำหรับลูกจ้างชั่วคราวที่เบิกจ่ายจากเงินของคณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ทางคณะฯจะจ่ายเข้าระบบประกันสังคม 5% เช่นกัน แต่ไม่เกิน 750 บาท ทั้งนี้ผู้ประกันตนจะได้สิทธิประโยชน์และความคุ้มครอง 7 ประการ คือ

1) กรณีเจ็บป่วยหรือประสบภัยอันตรายอันมิใช่เนื่องจากการทำงาน

2) กรณีทุพพลภาพอันมิใช่เนื่องจากการทำงาน

3) กรณีการคลอดบุตรโดยต้องจ่ายเงินสมทบมาแล้วไม่น้อยกว่า 7 เดือนก่อนวันคลอดบุตรจะได้รับเงินค่าคลอดบุตรเหมาจ่าย 13,000 บาทต่อครั้งไม่จำกัดจำนวนครั้งและสิทธิรับเงินสงเคราะห์การหยุดงานเพื่อการคลอดบุตรในตราร้อยละ 50 ของค่าจ้างเฉลี่ยเป็นระยะเวลา 90 วัน ทั้งนี้ถ้าสามีภรรยาเป็นผู้ประกันตนทั้งคู่ให้ใช้สิทธิฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งต่อการคลอดบุตร 1 ครั้ง

4) กรณีเสียชีวิตอันมิใช่เนื่องจากการทำงาน ซึ่งจ่ายเงินสมทบมาแล้วไม่น้อยกว่า 1 เดือนภายในระยะเวลา 6 เดือนก่อนวันที่ถึงแก่ความตายผู้จัดการศพมีสิทธิได้รับค่าทำศพ 30,000 บาท แต่ถ้าได้ส่งเงินสมทบมาแล้ว 12 เดือนขึ้นไปให้จ่ายเงินสงเคราะห์เป็นจำนวน 50% ของค่าจ้างรายเดือนคูณด้วย 12

5) กรณีสงเคราะห์บุตรต้องเป็นบุตรชอบด้วยกฎหมายตั้งแต่แรกเกิดจนถึงอายุไม่เกิน 6 บริบูรณ์ ทั้งนี้ต้องจ่ายเงินสมทบมาแล้วไม่น้อยกว่า 12 เดือนภายในระยะเวลา 36 เดือนก่อนเดือนที่มีสิทธิได้รับประโยชน์ทดแทนจะมีสิทธิได้รับเงินสงเคราะห์บุตรเดือนละ 400 บาทต่อบุตร 1 คน คราวละไม่เกิน 3 คน

6) กรณีชราภาพ กรณีจ่ายเงินสมทบไม่น้อยกว่า 180 เดือนไม่ว่าระยะเวลา 180 วันจะติดต่อกันหรือไม่ก็ตามและมีอายุครบ 55 ปีบริบูรณ์และความเป็นผู้ประกันตนสิ้นสุดลง มีสิทธิรับบำนาญชราภาพรายเดือนตลอดชีพในอัตราร้อยละ 15 ของค่าจ้างเฉลี่ย 60 เดือนสุดท้าย หากจ่ายเงินสมทบเกิน 180 วัน ให้ปรับเพิ่มอัตราเงินบำนาญชราภาพจากอัตราร้อยละ 15 เพิ่มอีกร้อยละ 1 ต่อระยะเวลาการตายเงินสมทบทุก 12 เดือน

7) กรณีว่างงานไม่น้อยกว่า 6 เดือนภายในระยะเวลา 15 เดือนก่อนการว่างงาน (ถูกเลิกจ้างหรือลาออกหรือสิ้นสุดสัญญาจ้างตามกำหนดระยะเวลา) โดยไม่มีความผิดตามกฎหมาย กรณีการเลิกจ้างจะได้รับเงินทดแทนระหว่างการว่างงานปีละไม่เกิน 180 วันในอัตราร้อยละ 50 ของค่าจ้างเฉลี่ย หรือกรณีลาออกหรือสิ้นสุดสัญญาจ้างตามระยะเวลาที่กำหนดได้รับเงินทดแทนระหว่างการว่างงานปีละไม่เกิน 90 วัน ในอัตราร้อยละ 30 ของค่าจ้างเฉลี่ย

ทั้งนี้ระยะเวลาการยื่นคำขอรับประกันทดแทนภายใน 2 ปี

3. โครงการ มพ.เยี่ยมไข้และให้กำลังใจบุคลากร ดำเนินการโดยงานสวัสดิการ กองการเจ้าหน้าที่ มหาวิทยาลัยพะเยา โดยอัตรากำหนดการเบิกจ่ายค่ากระเช้าเยี่ยมบุคลากรที่เจ็บป่วยและเข้ารับการรักษาตัวในโรงพยาบาลคนละ 1,000 บาท

4. ศูนย์การแพทย์มหาวิทยาลัยพะเยา เปิดให้บริการบุคลากรของมหาวิทยาลัยพะเยาด้านการรักษาพยาบาลเมื่อบุคลากรเกิดปัญหาสุขภาพทั่วไปหรือเฉียบพลัน ปัญหาสุขภาพเรื้อรัง บริหารเบื้องต้นกรณีผู้ป่วยฉุกเฉิน อุบัติเหตุรุนแรงก่อนส่งต่อ ด้านส่งเสริมสุขภาพโดยการให้บริการตรวจสุขภาพแก่นิสิต อาจารย์ บุคลากร และประชาชนทั่วไป ตลอดทั้งบริการให้ความรู้ด้านการส่งเสริมสุขภาพแก่นิสิต อาจารย์ บุคลากร และประชาชนทั่วไป ด้านการป้องกันโรค ดำเนินการฉีดวัคซีนป้องกันโรค เช่นบาดทะยัก ไขหวัดใหญ่ ค้นหาเฝ้าระวังโรคร้ายแรง แรงงานต่างด้าว และสุดท้ายด้านการฟื้นฟูสุขภาพ ได้แก่ การนวดแผนไทยเพื่อฟื้นฟูสุขภาพและบำบัดรักษาโรค และส่งต่อเพื่อการรักษา

นอกจากนี้ยังมีบริการรถฉุกเฉินเพื่อรับการรักษาที่โรงพยาบาลพะเยา

5. การตรวจสุขภาพบุคลากรมหาวิทยาลัยประจำปี มหาวิทยาลัยพะเยาจัดให้มีบริการตรวจสุขภาพประจำปี ปีละครั้ง จัดโดยคณะแพทยศาสตร์ ร่วมกับกองการเจ้าหน้าที่และโรงพยาบาลพะเยาโดยเป็นการตรวจตามเกณฑ์กระทรวงการคลังตามกลุ่มอายุต่ำกว่า 35 ปีและกลุ่มอายุ 35 ปีขึ้นไปสำรวจคัดกรองความเสี่ยงทั่วไปของบุคลากรมหาวิทยาลัยพะเยา เช่น ตรวจร่างกายทั่วไป ตรวจวัดความดันโลหิต วัดส่วนสูง ชั่งน้ำหนัก คำนวณ BMI วัดรอบเอว การตรวจเลือด เอกซเรย์ทรวงอก ตรวจมะเร็งปากมดลูก และพบแพทย์ เป็นต้น

6. คลินิกแพทย์แผนไทยประยุกต์ ซึ่งเบิกค่ารักษาบำบัดได้ตามสิทธิ ดังนี้

การบำบัดรักษา	อัตราบริการ
1. คำนวณพร้อมประคบสมุนไพรเพื่อการบำบัดรักษาโรค	250
2. คำนวณพร้อมประคบสมุนไพรเพื่อการฟื้นฟูสมรรถภาพ อาทิ อัมพฤกษ์ อัมพาต	250
3. ค่าอบไอน้ำสมุนไพรเพื่อการบำบัดรักษา	100
4. คำนวณเพื่อการบำบัดรักษาโรค	200
5. คำนวณเพื่อการฟื้นฟูสมรรถภาพ อาทิ อัมพฤกษ์ อัมพาต	200
6. ค่าประคบสมุนไพรเพื่อการบำบัดรักษาโรค	100
7. การดูแลมารดาหลังคลอด	500
8. จ่ายยาสมุนไพร	

7. บริการด้านการออกกำลังกาย โดยคณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ได้จัดซื้อเครื่องออกกำลังกายจำนวน 4 เครื่องไว้บริการบุคลากรของคณะในขณะเดียวกันมหาวิทยาลัยพะเยาได้จัดสถานที่สำหรับออกกำลังกาย เช่น สนามกีฬาฟุตบอล สนามกีฬา สระว่ายน้ำ บาสเกตบอล เทนนิส แบดมินตัน ตระกร้อ เป็นต้น

### มีน้ำใจเอื้ออาทรต่อกันและกัน (Happy Heart)

1. เครื่องราชอิสริยาภรณ์ โดยมหาวิทยาลัยพะเยาได้ร่างการขอพระราชทานเครื่องราชอิสริยาภรณ์ให้แก่ผู้ดำรงตำแหน่งต่าง ๆ ดังนี้

ลำดับที่	ตำแหน่ง	เริ่มต้นขอ	เลื่อนได้ถึง	หมายเหตุ
1	ประจำแผนกหรือตำแหน่งเทียบเท่า	บ.ม.	จ.ช.	ชั้นที่ 5 มงกุฎไทย บ.ม. เภยจมาภรณ์มงกุฎไทย ชั้นที่ 4 ข้างเผือก จ.ช. จัตุรถาภรณ์ข้างเผือก

2	หัวหน้าแผนกหรือตำแหน่งเทียบเท่า	จ.ช.	ต.ม.	ชั้นที่ 3 มงกุฎไทย ต.ม. ตริตาภรณ์มงกุฎไทย
3.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์หรือ อาจารย์	จ.ช.	ท.ม.	ชั้นที่ 2 มงกุฎไทย ท.ม. ทวีติยาภรณ์มงกุฎไทย
4.	ผู้ช่วยอธิการบดี รองคณบดี รองผู้อำนวยการศูนย์ รองผู้อำนวยการสถาบัน หัวหน้าภาควิชาหรือตำแหน่งเทียบเท่า	ต.ม.	ท.ม.	
ลำดับ ที่	ตำแหน่ง	เริ่มต้น ขอ	เลื่อนได้ ถึง	หมายเหตุ
5.	รองศาสตราจารย์	ต.ม.	ป.ม.	ชั้นที่ 1 มงกุฎไทย ป.ม. ประถมาภรณ์มงกุฎไทย
6.	รองอธิการบดี คณบดี ผู้อำนวยการสถาบัน ผู้อำนวยการศูนย์หรือตำแหน่งเทียบเท่า	ท.ม.	ท.ช.	ชั้นที่ 2 ช้างเผือก ท.ช. ทวีติยาภรณ์ช้างเผือก
7.	ศาสตราจารย์	ท.ม.	ป.ช.	ชั้นที่ 1 ช้างเผือก ป.ช. ประถมาภรณ์ช้างเผือก
8.	อธิการบดีหรือตำแหน่งเทียบเท่า	ท.ม.	ป.ม.	

2. สวัสดิการทั่วไป มหาวิทยาลัยพะเยามีประกาศเรื่องกำหนดอัตราการเบิกจ่ายเงินสวัสดิการ  
(9 กันยายน 2554) ดังนี้

รายการ	รายละเอียดไม่เกิน(บาท)
1.บุคลากรเจ็บป่วยเข้ารับการรักษาในสถานพยาบาลเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 15 วันให้เบิกจ่ายเงินช่วยเหลือ ในวงเงิน	1,000
2.การสมรส	
2.1บุคลากรสมรสระหว่างพนักงานด้วยกันและจดทะเบียนสมรสตามกฎหมายให้จ่ายเงินขวัญลุง คู่ ละ	5,000
2.2 บุคลากรสมรสกับบุคคลภายนอกและจดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมาย	1,000
3.บุคลากรมีบุตรให้จ่ายเงินแสดงความยินดี ไม่เกิน 3 คน	1,000
รายการ	รายละเอียดไม่เกิน(บาท)
4.เกษียณอายุการปฏิบัติงาน ให้จัดหาของที่ระลึก	2,000
5.บุคลากรถึงแก่กรรม ให้จัดหาพวงหรีดในนามมหาวิทยาลัย	1,000
6.เงินสมทบคู่สมรส บุตร บิดา มารดาไม่รวมบุตรบุญธรรมถึงแก่กรรมรายละเอียด	1,000
7.จัดพวงหรีดคู่สมรส บุตร บิดา มารดาไม่รวมบุตรบุญธรรมถึงแก่กรรมรายละเอียด	1,000
8.บุคลากรประสบอัคคีภัย ว่างภัย อุทกภัยให้จ่ายเงินช่วยเหลือ	10,000
9.บุคลากรอุปสมบทตามประเพณีให้จ่ายเงินเพื่อช่วยงานหรือร่วมทำบุญ	1,000

รู้จักผ่อนคลายต่อสิ่งต่าง ๆ ในการดำเนินชีวิต(Happy Relax)

1. สิทธิการลาของพนักงานมหาวิทยาลัยใช้สิทธิตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการลาของข้าราชการ พ.ศ. 2555 ซึ่งอาจารย์สาขาวิชาการตลาดสามารถใช้ ระเบียบนี้ได้ ดังนี้

ประเภทการลา	สิทธิการลา
ลาป่วย	-มีสิทธิได้รับเงินเดือนระหว่างลาป่วย 1 ปีงบประมาณละ 60 วันทำการ -ลาป่วยเพื่อรักษาตัวเป็นเวลานานปีงบประมาณละไม่เกิน 120 วันทำการ -ลาป่วยติดต่อกันตั้งแต่ 30 วันขึ้นไป ต้องมีใบรับรองแพทย์ -ให้ยื่นใบลาต่อผู้บังคับบัญชาภายในวันแรกที่กลับมาปฏิบัติงานตามปกติ
คลอดบุตร	-ครั้งหนึ่งไม่เกิน 90 วันรวมวันหยุดโดยไม่ต้องมีใบรับรองแพทย์และได้รับเงินเดือนปกติ -สามารถลาก่อนหรือหลังวันคลอดก็ได้แต่เมื่อรวมวันลาต้องไม่เกิน 90 วัน
ลาไปช่วยเหลือภริยาที่คลอดบุตร	-ส่งใบลาต่อผู้บังคับบัญชาก่อนหรือในวันที่ลาภายใน 90 วันนับแต่วันที่คลอดบุตร -มีสิทธิลาไปช่วยเหลือภริยาที่คลอดบุตรครั้งหนึ่งติดต่อกันไม่เกิน 15 วันทำการโดยได้รับเงินเดือนในวันที่ลา
ลากิจส่วนตัว	-ลาได้ไม่เกิน 45 วันแต่ในปีแรกที่เริ่มปฏิบัติงานให้ได้รับเงินเดือนระหว่างลาไม่เกิน 15 วันทำการ -ให้ยื่นใบลาต่อผู้บังคับบัญชาเหนือขึ้นไปหนึ่งชั้นล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 3 วันทำการ เมื่อได้รับอนุมัติแล้วจึงจะหยุดงานได้
ลากิจส่วนตัวเพื่อเลี้ยงดูบุตรต่อเนื่องจากลาคลอดบุตร	-ให้สิทธิลาเพื่อเลี้ยงดูบุตรต่อเนื่องจากการคลอดบุตรไม่เกิน 150 วันทำการโดยไม่มีสิทธิรับเงินเดือนระหว่างลาและไม่มีสิทธิเลื่อนขั้นเงินเดือน/ค่าจ้าง
ลาพักผ่อน	-มีสิทธิลาพักผ่อนปีละ 10 วันทำการ มีสิทธิสะสมวันลาได้ -ทำงานไม่ครบ 10 ปี ได้รับสิทธิสะสมวันลารวมปีงบประมาณปัจจุบันจะต้องไม่เกิน 20 วันทำการ -ทำงานครบ 10 ปีได้รับสิทธิสะสมวันลารวมปีงบประมาณปัจจุบันต้องไม่เกิน 30 วันทำการ -ผู้ปฏิบัติงานยังไม่ครบ 6 เดือน ไม่มีสิทธิลาพักผ่อน
การลาเข้ารับการตรวจเลือกหรือเข้ารับการเตรียมพล	-เมื่อได้รับหมายเรียกให้รายงานลาต่อผู้บังคับบัญชาภายใน 48 ชั่วโมง นับแต่เวลารับหมายเรียกโดยไม่ต้องรอรับคำสั่งอนุญาต -ให้มารายงานตัวเข้าปฏิบัติงานภายใน 7 วัน เว้นแต่มีเหตุจำเป็นขยายเวลารวมไม่เกิน 15 วัน

2. สิทธิการลาของพนักงานราชการ ใช้สิทธิตามประกาศคณะกรรมการบริหารพนักงานราชการ เรื่อง ค่าตอบแทน และสิทธิประโยชน์ของพนักงานราชการ (ฉบับที่ 7) พ.ศ. 2552

ประเภทการลา	สิทธิการลา
ลาป่วย	-มีสิทธิลาป่วยได้เท่าที่ป่วยจริงแต่ให้ได้รับค่าตอบแทนระหว่างลาปีหนึ่งไม่เกิน 30 วัน -กรณีลาติดต่อกันตั้งแต่ 3 วัน ขึ้นไป ผู้มีอำนาจอนุญาตอาจสั่งให้มีใบรับรองแพทย์ประกอบการลาได้

คลอดบุตร	-มีสิทธิลาได้ไม่เกิน 90 วัน โดยได้รับค่าจ้างระหว่างลาจากส่วนราชการ 45 วัน อีก 45 วันรับจากสำนักงานประกันสังคม -สามารถลา ก่อนหรือหลังวันคลอดก็ได้แต่เมื่อรวมวันลาต้องไม่เกิน 90 วัน
ลาจิสส่วนตัว	-มีสิทธิลาจิสส่วนตัวได้ปีละไม่เกิน 10 วันทำการ
ลาพักผ่อน	-มีสิทธิลาพักผ่อนปีละ 10 วันทำการ -ปีแรกที่ยังไม่ครบ 6 เดือน ไม่มีสิทธิลาพักผ่อนและสะสมวันลา
การลาเข้ารับราชการทหาร ในการเรียกพล	-มีสิทธิลาโดยได้รับค่าตอบแทนปีหนึ่งไม่เกิน 60 วัน -ให้กลับรายงานตัวปฏิบัติงานภายใน 7 วัน
การลาอุปสมบทหรือการ ลาไปประกอบพิธีฮัจญ์	-ได้รับการจ้างต่อเนื่องไม่เกิน 4 ปี มีสิทธิลาได้จำนวน 1 ครั้ง - มีสิทธิลาอุปสมบทได้ไม่เกิน 120 วัน พิธีฮัจญ์ได้ไม่เกิน 120 วัน

หมายเหตุ กรณีพนักงานราชการเข้าทำงานไม่ถึง 1 ปี ให้ทอนสิทธิที่จะได้รับค่าตอบแทนการลาจิสส่วนตัว และการลาพักผ่อนลงตามส่วนของจำนวนวันที่จ้าง

การศึกษาหาความรู้พัฒนาตนเองตลอดเวลาจากแหล่งต่างๆ นำไปสู่การเป็นมืออาชีพและความมั่นคง  
ก้าวหน้าในการทำงาน (Happy Brain)

1. การพัฒนาบุคลากร เพื่อให้การพัฒนาอาจารย์สาขาการตลาดให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงานที่สาขาวิชาการตลาดนั้น อาจารย์สาขาวิชาการตลาดสามารถพัฒนาตนเอง ดังนี้

1.1 การไปศึกษา ฝึกอบรม ดูงาน

1) การลาศึกษาต่อ แบ่งเป็น

1.1) ทูน่าประเภท ก หมายความว่า ทูน่าศึกษาต่อต่างประเทศ ผู้รับทุนต้องมีผลสอบ TOEFL(Paper) ไม่น้อยกว่า 580 คะแนน หรือผลสอบ IELTS ไม่น้อยกว่า 7.0

1.2) ทูน่าประเภท ข หมายความว่า ทูน่าศึกษาต่อต่างประเทศ ผู้ขอทุนต้องมีผลสอบ TOEFL(Paper) ไม่น้อยกว่า 513 คะแนน หรือผลสอบ IELTS ไม่น้อยกว่า 5.5 สำหรับประเทศออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ญี่ปุ่น จีน สหรัฐอเมริกา อังกฤษ ฝรั่งเศส เยอรมัน รวมทั้งประเทศในแถบทวีปยุโรป และถ้ามีผลสอบ TOEFL(Paper) ไม่น้อยกว่า 510 คะแนน หรือผลสอบ IELTS ไม่น้อยกว่า 5 สำหรับประเทศอินเดียและฟิลิปปินส์ หรือกลุ่มประเทศนอกจากออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ญี่ปุ่น จีน สหรัฐอเมริกา อังกฤษ ฝรั่งเศส เยอรมันและประเทศในแถบทวีปยุโรป

1.3) ทูน่าประเภท ค หมายความว่า ทูน่าศึกษาต่อภายในประเทศ ผู้ขอทุนจะต้องมีผลสอบ TOEFL(Paper) ไม่น้อยกว่า 510 คะแนน หรือผลสอบ IELTS ไม่น้อยกว่า 5

ประเทศที่ไปศึกษา	รายละเอียดการเบิกจ่าย
ทูน่าประเภท ก 1.กรณีศึกษาต่อต่างประเทศ	ทุนการศึกษาแบบเหมาจ่าย 1,500,000 บาทต่อปี

2. กรณีศึกษาต่อในประเทศอังกฤษ	ทุนการศึกษาแบบเหมาจ่าย 1,800,000 บาทต่อปี
<p>ทุนประเภท ข</p> <p>1. กรณีศึกษาต่อต่างประเทศ เช่นออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ญี่ปุ่น จีน สหรัฐอเมริกา อังกฤษ ฝรั่งเศส เยอรมัน และประเทศในแถบทวีปยุโรป</p> <p>2. กรณีศึกษาต่อประเทศอินเดียและฟิลิปปินส์ หรือกลุ่มประเทศนอกเหนือออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ญี่ปุ่น จีน สหรัฐอเมริกา อังกฤษ ฝรั่งเศส เยอรมัน และประเทศในแถบทวีปยุโรป</p>	<p>ทุนการศึกษาแบบเหมาจ่าย 800,000 บาทต่อปี</p> <p>ทุนการศึกษาแบบเหมาจ่าย 350,000 บาทต่อปี</p>
<p>ทุนประเภท ค</p> <p>1.กรณีศึกษาต่อในประเทศ</p> <p>2.กรณีหลักสูตรนานาชาติจัดสอนในประเทศไทย</p>	<p>-ค่าลงทะเบียนเรียน ค่าธรรมเนียมและค่าบำรุงการศึกษา เบิกค่าใช้จ่ายเท่าที่จ่ายจริงตามที่สถานศึกษานั้น ๆ กำหนดไว้ในหลักสูตร (หลักฐานใบเสร็จรับเงิน)</p> <p>- ค่าหนังสือ ในอัตราเหมาจ่ายปีละ 1,200 สำหรับทุนปริญญาโทและปีละ 1,400 บาทสำหรับทุนการศึกษาในระดับปริญญาเอก</p> <p>- ค่าใช้จ่ายในการทำวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโทหรือระดับปริญญาเอก ทยอยละ 8,000 บาท</p>

การกำหนดอัตราเงินเดือนตามวุฒิ ดังนี้

- เมื่อได้รับอนุมัติให้ลาศึกษาต่อและได้รับวุฒิเพิ่มขึ้นก่อนวันรายงานตัวกลับเข้าปฏิบัติหน้าที่ราชการให้กำหนดอัตราเงินเดือนตามคุณวุฒิได้ก่อนวันมารายงานตัวกลับเข้าปฏิบัติหน้าที่ราชการ
- ผู้ประสงค์จะขอกำหนดอัตราเงินเดือนตามคุณวุฒิจะต้องเสนอเรื่องให้มหาวิทยาลัยพิจารณาภายใน 60 วันนับแต่วันรายงานตัวกลับเข้าปฏิบัติหน้าที่ราชการตามข้อ 1. หรือภายใน 60 วันนับแต่วันที่สำเร็จการศึกษาตามข้อ 2 หากเสนอเรื่องขอกำหนดอัตราเงินเดือนตามคุณวุฒิเกินกำหนดเวลาดังกล่าวให้กำหนดอัตราเงินเดือนตามคุณวุฒิได้ไว้ก่อนวันที่มหาวิทยาลัยได้รับเรื่อง
- กรณีศึกษานอกเวลาราชการให้กำหนดอัตราเงินเดือนตามคุณวุฒิได้ไม่ก่อนวันที่สำเร็จการศึกษา

1.2 การไปปฏิบัติงานวิจัย

1.3 การไปปฏิบัติงานบริการวิชาการ

1.4 การไปเพิ่มพูนความรู้ทางวิชาการ

1.5 การแลกเปลี่ยนอาจารย์หรือนักวิชาการ

1.6 การอื่นใดที่จำเป็นหรือเหมาะสม เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาอาจารย์

2. การบริการของห้องสมุดและบริการอินเทอร์เน็ต ของศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา ที่ให้บริการยืมคณทรพยากรสารสนเทศ สืบค้นสารสนเทศ บริการอินเทอร์เน็ต ห้องชมภาพยนตร์ บริการห้อง tablet เพื่อการศึกษาและจัดเครื่องคอมพิวเตอร์จำนวน 50 เครื่องสำหรับบริการสืบค้นข้อมูลสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ยังบริการวารและหนังสือพิมพ์ บริการ Journal link เป็นฐานข้อมูลชี้แหล่งวารสารในประเทศอันเกิดจากความร่วมมือระหว่างห้องสมุดทั้งประเทศไทย
3. ศูนย์บริการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อบริการระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ เช่น อินเทอร์เน็ต อีเมล และให้บริการระบบสารสนเทศ สนับสนุนการเรียนรู้ด้วยตนเอง ฝึกอบรมเพื่อเสริมทักษะ บริการสืบค้นข้อมูลผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
4. ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

#### มีความศรัทธาในศาสนาและมีศีลธรรมในการดำเนินชีวิต (Happy Soul)

1. พระพุทธรูปนาคปรก
2. พระบรมรูปสมเด็จพระนเรศวรมหาราช

#### มีเงินรู้จักเก็บ รู้จักใช้ ไม่เป็นหนี้ (Happy Money)

1. กองทุนสำรองเลี้ยงชีพสำหรับพนักงานมหาวิทยาลัย โดยสมาชิกหักเงินสะสมจากค่าจ้างที่มหาวิทยาลัยจ่ายให้แก่สมาชิกในอัตราร้อยละ 5 ของค่าจ้างสมทบและมหาวิทยาลัยจ่ายเงินสมทบเข้ากองทุนในวันเดียวกันในอัตราร้อยละ 5 ของค่าจ้าง ถ้าสมาชิกภาพสิ้นสุดลง สมาชิกจะได้รับเงินสมทบและผลประโยชน์จากเงินสมทบ ดังนี้

อายุสมาชิก	เงินสมทบและผลประโยชน์จากเงินสมทบ (ร้อยละ)
ไม่เกิน 1 ปี	0
ตั้งแต่ 1 ปีแต่ไม่ถึง 5 ปี	20
ตั้งแต่ 5 ปีแต่ไม่ถึง 10 ปี	60
ตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป	100

2. โรงอาหารภายในมหาวิทยาลัย จำนวน 5 แห่งในมหาวิทยาลัย
3. ร้านจำหน่ายของที่ระลึก
4. ไปรษณีย์มหาวิทยาลัยพะเยา



5. สหกรณ์ออมทรัพย์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จำกัด-พะเยา ซึ่งบริการรับฝากเงิน บริการเงินกู้ สวัสดิการต่าง ๆ แก่สมาชิก ดังนี้

รายการ	ความช่วยเหลือ
1.เงินช่วยเหลือค่ารักษาพยาบาลเหมาจ่ายอัตราคืนละ 500 บาท ไม่เกิน 1,000 บาท ปีละไม่เกิน	5 ครั้ง
2.เงินทุนสาธารณประโยชน์เพื่อให้สวัสดิการแก่สมาชิกและครอบครัว	
2.1 สมาชิกถึงแก่กรรม	10,000-40,000
2.2 คู่สมรสหรือทายาทของสมาชิกถึงแก่กรรม	1,000-4,000
2.3 สมาชิกประสบอุบัติเหตุหรือเจ็บป่วยจนเกิดทุพพลภาพ	5,000-20,000
2.4 สมาชิกประสบสาธารณภัย ไม่เกิน	10,000
รายการ	ความช่วยเหลือ
3.เงินสงเคราะห์กรณีสมาชิกถึงแก่กรรม	50,000-100,000
4.กองทุนสวัสดิการสงเคราะห์ (สวส.)	150,000
5.เงินช่วยเหลือสมาชิกถึงแก่กรรมด้วยอุบัติเหตุรายละ	100,000
6.เงินบำเหน็จให้สมาชิก	
6.1 เงินบำเหน็จเป็นสมาชิกสหกรณ์ครบ 25 ปี	1,000-8,000
6.2 เงินบำเหน็จ 60 แก่สมาชิกที่มีอายุครบ 60 ปี	1,500-12,000
7. เงินบำเหน็จแก่กุลสมาชิกอาวุโส	
7.1 อายุครบ 65 ปีบริบูรณ์	5,000
7.2 อายุครบ 70 ปีบริบูรณ์	10,000
7.3 อายุครบ 75 ปีบริบูรณ์	15,000
7.4 อายุครบ 80 ปีบริบูรณ์	20,000
8.ทุนส่งเสริมการศึกษา(บุตรสมาชิก)	
8.1 ทุนสงเคราะห์การศึกษาตั้งแต่ประถมศึกษาปีที่ 1 ถึงปริญญาตรี	
8.2 ทุนเรียนดีตั้งแต่ประถมศึกษาปีที่ 2 ถึงปริญญาตรี	

6. เงินกู้ธนาคารเพื่อซื้อที่อยู่อาศัยและเอนกประสงค์ โดยมหาวิทยาลัยพะเยาได้ทำข้อตกลงกับธนาคารอาคารสงเคราะห์ ธนาคารออมสินและธนาคารกรุงไทย ในการกู้เงินของบุคลากรในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำกว่าบุคคลทั่วไปสำหรับการซื้อที่อยู่อาศัย หรือเงินกู้เอนกประสงค์

#### มีครอบครัวที่อบอุ่นและมั่นคง (Happy Family)

##### 1. สวัสดิการการศึกษาของบุตร

เป็นสวัสดิการที่มหาวิทยาลัยจัดให้กับบุตรของบุคลากรซึ่งเป็นบุตรคนที่หนึ่งถึงคนที่สาม อายุ 3 ปีบริบูรณ์และไม่เกิน 25 ปีบริบูรณ์ในวันที่ 1 พฤษภาคมของทุกปี เป็นการให้สวัสดิการเฉพาะบุตรที่กำลังศึกษาในสถานศึกษาของทางราชการและเอกชนและมหาวิทยาลัยกำหนด ทั้งนี้ มหาวิทยาลัยพะเยาได้ออก

ข้อบังคับมหาวิทยาลัยพะเยา ว่าด้วยสวัสดิการการศึกษาของบุตรพนักงานมหาวิทยาลัย พ.ศ. 2554 ประกาศมหาวิทยาลัยพะเยาเรื่อง การกำหนดประเภท อัตราและวิธีการเบิกเงินสวัสดิการศึกษามหาวิทยาลัยพะเยา 2554 และมีการออกข้อบังคับเพิ่มเติมฉบับที่ 1 ว่าด้วยสวัสดิการการศึกษาของบุตรพนักงานมหาวิทยาลัย พ.ศ. 2557 ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2558 จำแนกประเภทดังนี้

#### 1.1 อัตราเงินบำรุงการศึกษาในสถานศึกษาของทางราชการ

ระดับการศึกษา (ปีการศึกษาจะไม่เกิน)	อัตราค่าบำรุงการศึกษา
1.ระดับอนุบาลหรือเทียบเท่า	5,800
2.ระดับประถมศึกษาหรือเทียบเท่า	4,000
3.ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า	4,800
4.ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	4,800
5.ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า	13,700
6.ระดับปริญญาตรี	25,000

#### 1.2 อัตราเงินบำรุงการศึกษาในสถานศึกษาเอกชน ประเภทสามัญศึกษา

ระดับการศึกษา	ค่าเล่าเรียน (ไม่รับเงินอุดหนุน)	ค่าเล่าเรียน (รับเงินอุดหนุน)
ระดับอนุบาล	13,600	4,800
ระดับประถมศึกษา	13,200	4,200
ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น	15,800	3,300
ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย	16,200	3,200

1.3 สถานศึกษาเอกชน ประเภทอาชีวศึกษา หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) หรือเทียบเท่า

ระดับการศึกษา	ค่าเล่าเรียน (ไม่รับเงินอุดหนุน)	ค่าเล่าเรียน (รับเงินอุดหนุน)
1.คหกรรมศาสตร์	16,500	3,400
2.พาณิชยหรือบริหารธุรกิจ	19,900	5,100
3.ศิลปหัตถกรรม	20,000	3,600
4.เกษตรกรรม	21,000	5,000
5.ช่างอุตสาหกรรม	24,400	7,200
6.ประมง	21,100	5,000
7.การท่องเที่ยว	19,900	5,100
8.อุตสาหกรรมสิ่งทอ	24,400	7,200

1.4. หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) หรือเทียบเท่า และหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพเทคนิค (ปวท.) หรือเทียบเท่า ให้เบิกได้ครึ่งหนึ่งของจำนวนที่จ่ายจริงของค่าเล่าเรียนปีการศึกษาละไม่เกินในประเภทรายวิชาหรือสาขาวิชา ดังนี้

สายวิชา/รายวิชา	ปีการศึกษาละไม่เกิน
1.ช่างอุตสาหกรรม หรืออุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ทัศนศาสตร์	30,000
2.พาณิชยกรรม หรือบริหารธุรกิจ ศิลปหัตถกรรม หรือศิลปกรรม เกษตรกรรม หรือเกษตรศาสตร์ คหกรรม หรือคหกรรมศาสตร์ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	25,000

1.5. หลักสูตรระดับปริญญาตรี ให้เบิกจ่ายได้ครึ่งหนึ่งของจำนวนที่จ่ายไปจริงของค่าเล่าเรียน ปีการศึกษาละไม่เกิน 25,000 บาท

2. โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยพะเยา กรณีนักเรียนเป็นบุตรที่ขอด้วยกฎหมายของพนักงานมหาวิทยาลัยพะเยา ให้ได้รับการลดหย่อนค่าบำรุงการศึกษาในอัตราร้อยละ 40 ของอัตราค่าบำรุงการศึกษาและไม่สามารถนำไปเสริมจรับเงินค่าบำรุงการศึกษามาเบิกเงินสวัสดิการการศึกษาของบุตรตามข้อบังคับว่าด้วยสวัสดิการการศึกษาของบุตรพนักงานมหาวิทยาลัย พ.ศ. 2554 ได้

3. ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กมหาวิทยาลัยพะเยา คณะพยาบาลศาสตร์ รับเลี้ยงบุตรหลานของบุคลากรมหาวิทยาลัยพะเยา ตั้งแต่อายุ 3 เดือน- 3 ปี เพื่อส่งเสริมให้เด็กมีการเจริญเติบโตทั้งด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สังคม และพัฒนาการให้เป็นไปตามวัย

4. สวัสดิการเกี่ยวกับเงินค่าทำขวัญและเงินค่าทำศพแก่พนักงานของมหาวิทยาลัยพะเยา กรณีที่พนักงานมหาวิทยาลัยพะเยาประสบอันตรายหรือเจ็บป่วยจนถึงแก่ความตายหรือสูญหาย ทูพพลภาพเนื่องจากการปฏิบัติหน้าที่หรือถูกประทุษร้ายเพราะเหตุปฏิบัติงานตามหน้าที่ สูญเสียอวัยวะอันเนื่องจากการปฏิบัติหน้าที่หรือถูกประทุษร้ายเพราะเหตุปฏิบัติงานตามหน้าที่ ตลอดจนได้รับบาดเจ็บอันเนื่องมาจากการปฏิบัติหน้าที่หรือถูกประทุษร้ายเพราะเหตุปฏิบัติงานตามหน้าที่

4.1 มหาวิทยาลัยพะเยาจะจ่ายเงินค่าทำศพกรณีพนักงานเสียชีวิตหรือสูญหาย อันมิใช่เนื่องมาจากการปฏิบัติหน้าที่ และมีได้อยู่ในระหว่างการขาดงาน หรือหนึ่งงาน ให้แก่ทายาท ตามอัตราดังนี้

รายการ	จ่ายในอัตรา
1.พนักงานที่มีระยะเวลาการปฏิบัติงานน้อยกว่า 5 ปี	100,000
2.พนักงานที่มีระยะเวลาการปฏิบัติงานครบ 5 ปี แต่ไม่ถึง 10 ปี	200,000
3.พนักงานที่มีระยะเวลาการปฏิบัติงานครบ 10 ขึ้นไป	300,000

a. เงินค่าทำศพ กรณีพนักงานเสียชีวิตหรือสูญหายอันเนื่องจากการปฏิบัติหน้าที่หรือถูกประทุษร้ายเพราะเหตุปฏิบัติงานที่ให้แก่ทายาท จำนวน 30 เท่าของค่าจ้างเต็มที่พนักงานผู้มีสิทธิได้รับ แต่ทั้งนี้เป็นอัตราไม่ต่ำกว่า 300,000 บาท

4.3 เงินค่าทำขวัญให้แก่พนักงานที่ได้รับบาดเจ็บอันเนื่องจากการปฏิบัติงานตามหน้าที่หรือถูกประทุษร้ายเพราะเหตุปฏิบัติหน้าที่ตามหน้าที่ กรณีต้องเข้ารับการรักษาพยาบาลประเภทผู้ป่วยในของโรงพยาบาลของรัฐ หรือสถานพยาบาลของเอกชนซึ่งได้รับการรับรองตามกฎหมาย โดยให้ได้รับเงินค่าทำขวัญตามอัตราที่คณะกรรมการกำหนด

การจ่ายเงินค่าทำขวัญ	อัตราไม่ต่ำกว่า
1.แขนขาดข้างหนึ่ง ให้ได้รับ 24.5 เท่าของค่าจ้าง	245,000
2.ขาขาดข้างหนึ่งได้ได้รับ 22.5 เท่าของค่าจ้าง	225,000
3.มือขาดข้างหนึ่งให้ได้รับ 18.5 เท่าของค่าจ้าง	185,000
4.เท้าขาดข้างหนึ่ง ให้ได้รับ 15 เท่าของค่าจ้าง	150,000
5.ตาบอดข้างหนึ่งให้ได้รับ 11.5 ของค่าจ้าง	115,000
6.สูญเสียสมรรถภาพในการมองเห็นเต็มร้อยละเกาสิบขึ้นไป หรือสูญเสียความสามารถในการมองเห็น ตั้งแต่สามต่อหกสิบหรือมากกว่าของตาข้างหนึ่ง หรือสูญเสียความสามารถในการใช้สายตาสองข้างร่วมกันให้ได้รับ 11.5 เท่าของค่าจ้าง	115,000
7.หูหนวกทั้งสองข้างให้ได้รับ 9 เท่าของค่าจ้าง	90,000
8.หูหนวกข้างหนึ่งให้ได้รับ 4.5 เท่าของค่าจ้าง	45,000
9.นิ้วหัวแม่มือขาดนิ้วหนึ่งให้ได้รับ 4.5 เท่าของค่าจ้าง	45,000
10.นิ้วชี้ขาดนิ้วหนึ่งให้ได้รับ 3.5 เท่าของค่าจ้าง	35,000
11.นิ้วกลางขาดนิ้วหนึ่งให้ได้รับ 3 เท่าของค่าจ้าง	30,000
12.นิ้วนางขาดนิ้วหนึ่งให้ได้รับ 2.5 เท่าของค่าจ้าง	25,000
การจ่ายเงินค่าทำขวัญ	อัตราไม่ต่ำกว่า
13.นิ้วก้อยขาดนิ้วหนึ่งให้ได้รับ 1 เท่าของค่าจ้าง	10,000
14.นิ้วหัวแม่มือเท้าขาดนิ้วหนึ่งให้ได้รับ 3 เท่าของค่าจ้าง	30,000
15.นิ้วเท้าขาดนิ้วหนึ่งให้ได้รับ 1 เท่าของค่าจ้าง	10,000
16.สูญเสียอวัยวะสืบพันธุ์หรือความสามารถในการสืบพันธุ์ให้ได้รับ 25 เท่าของค่าจ้าง	250,000
17.สูญเสียอวัยวะอื่น ๆ นอกเหนือจากนี้ให้คณะกรรมการบริหารงานบุคคลเป็นผู้พิจารณากำหนดเงินค่าทำขวัญ	

ผู้ใดสูญเสียอวัยวะในหลายส่วนของร่างกายให้คำนวณเงินค่าทำขวัญทุกส่วนแต่เมื่อรวมกันแล้วไม่เกินสามสิบเท่าของค่าจ้าง

4.4 กรณีพนักงานได้รับสิทธิประโยชน์จากการที่มหาวิทยาลัยได้ทำประกันอุบัติเหตุให้และได้รับสิทธิประโยชน์จากการทำประกันแล้วหากสิทธิที่ได้รับน้อยกว่าที่กำหนดไว้ในประกาศนี้ให้จ่ายเพิ่มแต่ไม่

เกินสิทธิที่กำหนดไว้ในประกาศนี้ ทั้งนี้สิทธิประโยชน์จากการทำประกันดังกล่าวให้พนักงานและหรือทายาทมีสิทธิได้รับทั้งหมด

4.5 การจ่ายเงินค่าทำขวัญและเงินค่าทำศพให้แก่ทายาท มีหลักเกณฑ์ คือ

1) บุตรซึ่งชอบด้วยกฎหมายที่มีชีวิตอยู่ ให้ได้รับสองส่วน ถ้ามีบุตรตั้งแต่ 3 คนขึ้นไปให้ได้รับสามส่วน

2) คู่สมรสที่มีชีวิตอยู่ให้ได้รับหนึ่งส่วน

3) บิดามารดาหรือบิดา หรือมารดาที่มีชีวิตอยู่ให้ได้รับหนึ่งส่วน ถ้าไม่มีทายาทให้บุคคลอื่นที่มหาวิทยาลัยพิจารณาเห็นว่ามีหลักฐานแสดงว่าเป็นผู้อุปการะผู้ตายหรือผู้อยู่ในอุปการะของผู้ตาย เป็นผู้รับเงินค่าทำขวัญและเงินค่าทำศพ ดังกล่าว

5. ฌาปนกิจสงเคราะห์สำหรับบุคลากรและคู่สมรส (ชพค.-ชพส) สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา รับสมัครสมาชิกบุคลากรที่มีอายุไม่เกิน 35 ปี บริบูรณ์และบุคลากรที่มีอายุ 35 ปีบริบูรณ์ขึ้นไปประสงค์สมัครสมาชิกโดยสมาชิกชำระเงินสงเคราะห์ศพ เมื่อสมาชิกถึงแก่กรรม โดยสมาชิกจะได้รับสิทธิประโยชน์เมื่อถึงแก่กรรม ครอบครัวจะได้รับเงิน ดังนี้

5.1 ค่าจัดการศพและสงเคราะห์ครอบครัว ช.พ.ค. ประมาณ 940,000 บาท

5.2 ค่าจัดการศพ และสงเคราะห์ครอบครัว ช.พ.ส. ประมาณ 400,000 บาท

ทั้งนี้ จำนวนเงินที่จะได้รับอาจเพิ่มขึ้นตามจำนวนสมาชิก

มีความรักสามัคคีเอื้อเฟื้อต่อชุมชนที่ตนทำงานและพักอาศัย มีสังคมและสภาพแวดล้อมที่ดี

(Happy Society)

1. หอพักสวัสดิการบุคลากรสายวิชาการจำนวน 260 ห้อง
2. รถโดยสารภายในมหาวิทยาลัยพะเยาจำนวน 39 คัน
3. บัตรผ่านเข้า-ออกสำหรับติดรถบุคลากร
4. การรักษาความปลอดภัยภายในมหาวิทยาลัย

**6.7 มีการกำหนดเป้าหมายและการกำกับติดตาม ประเภทและจำนวนงานวิจัย เงินทุนวิจัย ผลงานตีพิมพ์ ที่ทำโดยบุคลากรสายวิชาการ เพื่อการพัฒนา**

คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์มีการนำข้อมูลจำนวนผลงานวิจัยของบุคลากรสายวิชาการมาเทียบเคียงกับปีที่ผ่านมา เพื่อให้เห็นถึงความก้าวหน้าทางด้านผลงานวิจัยที่เพิ่มขึ้นเป็นลำดับ

**จุดแข็ง:**

มีความรู้ความสามารถ และมีประสบการณ์ด้านการวิจัย มุ่งมั่นที่จะพัฒนาองค์ความรู้ทางวิชาการเพื่อบูรณาการจัดการเรียนการสอน การวิจัย การบริการวิชาการ การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

**จุดอ่อน:**

บุคลากรบางรายมีแผนที่จะต้องลาศึกษาต่อ ทำให้มีผลต่อการพัฒนาหลักสูตร

**โอกาส:**

หน่วยงานภาครัฐสนับสนุนให้ทุนการศึกษาต่อต่างประเทศแก่บุคลากรในสาขา และมหาวิทยาลัยมีนโยบายสนับสนุนให้ทุนการศึกษาต่อแก่บุคลากร

**อุปสรรค:**

ระบบและกลไกด้านการประกันคุณภาพการศึกษามีการปรับเปลี่ยนเกณฑ์

### 6.7 มีการสร้าง กำกับ และการเทียบเคียงเพื่อการพัฒนาเกี่ยวกับประเภท และปริมาณของกิจกรรม ด้านการวิจัยของบุคลากรสายวิชาการ

คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศ มีระบบการสร้าง กำกับ และพัฒนากิจกรรมต่างๆ เพื่อยกระดับคุณภาพงานวิจัย และปริมาณงานวิจัยให้เพิ่มขึ้น ผ่านคณะกรรมการวิจัยของคณะ ซึ่งมีตัวแทนจากอาจารย์ทั้ง 8 สาขาวิชา เช่นการเชิญผู้ทรงคุณวุฒิจากแหล่งทุนมาอธิบายถึงกรอบทุนวิจัยและเงื่อนไขการสนับสนุนให้บูรณาการศาสตร์ในการยื่นขอทุนวิจัย การให้ทุนคณะแก่นักวิจัยรุ่นใหม่ การให้เงินรางวัล top Up จากคณะสำหรับอาจารย์ที่เผยแพร่ผลงานทางวิชาการ ฯลฯ

#### ตารางข้อมูลการรับเข้าของนิสิตในหลักสูตร (ใช้ได้กับหลักสูตรในทุกระดับการศึกษา)

ภาคการศึกษา/ ปีการศึกษา	จำนวนที่ประกาศรับ (No. Offered)	จำนวนผู้สมัคร (No. Applied)	จำนวนผู้มีสิทธิเข้า ศึกษา (No. Admitted)	จำนวนที่ลงทะเบียน (No. Enrolled)
1/2560	100		60	60
1/2561	100		72	72
1/2562	100		82	82
1/2563	100		57	57
1/2564	100		77	77
1/2565	120		141	141

#### ตารางข้อมูลจำนวนนิสิตในแต่ละชั้นปี (ใช้ได้กับหลักสูตรในทุกระดับการศึกษา)

ปีการศึกษา	นิสิต					รวม
	ปี 1	ปี 2	ปี 3	ปี 4	> ปี 4	

2560	60	110	86	62	5	323
2561	72	68	114	88	2	344
2562	79	72	64	115	2	332
2563	57	82	72	60	15	286
2564	75	58	76	72	10	291
2565	141	72	57	72	5	347

จากตารางพบว่าจำนวนนิสิตที่ลงทะเบียนน้อยกว่าจำนวนที่ประกาศรับเข้า แต่ยังคงอยู่ในระดับที่เหมาะสม อัตราส่วนอาจารย์ต่อนิสิตอยู่ระหว่าง 1 :50 ถึง 1 : 60

#### ผลการประเมินตนเอง

AUN-QA Criterion 6 – Checklist	ระดับ
	2564
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.	4
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.	4
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.	4
6.4 Co-curricular activities, student competition, and other student support services are shown to be available to improve learning experience and employability.	4
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	4

AUN-QA Criterion 6 – Checklist	ระดับ
	2564
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.	4
ความคิดเห็นโดยรวม (Overall opinion)	4



## AUN - QA criterion 7 Facilities and Infrastructure

### Sub Criterion 7

1. The physical resources to deliver the curriculum, including equipment, material, and information technology, are shown to be sufficient.
2. The laboratories and equipment are shown to be up-to-date, readily available, and effectively deployed.
3. A digital library is shown to be set-up, in keeping with progress in information and communication technology.
4. The information technology systems are shown to be set up to meet the needs of staff and students.
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.
6. The environmental, health, and safety standards and access for people with special needs are shown to be defined and implemented.
7. The university is shown to provide a physical, social, and psychological environment that is conducive for education, research, and personal well-being.
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.
9. The quality of the facilities (library, laboratory, IT, and student services) are shown to be subjected to evaluation and enhancement.

### ผลการดำเนินงาน

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

มีทรัพยากรทางกายภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ใช้ในการดำเนินการหลักสูตร รวมถึงเครื่องมือ วัสดุอุปกรณ์และเทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ เพียงพอ

มหาวิทยาลัยพะเยาจัดให้ห้องเรียนทุกห้องมีการติดตั้งอุปกรณ์การเรียนการสอน เพื่อความสะดวกในการใช้งาน ประกอบด้วย กระดาน อุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์ ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องฉายภาพ จอภาพ เครื่องขยายเสียง เครื่องปรับอากาศ เครื่องระบายอากาศ โต๊ะเก้าอี้ที่เพียงพอ มีการจัดระบบการใช้ห้องเรียน ทั้งในตารางและนอกตารางซึ่งมีเจ้าหน้าที่ดูแลอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการจัดเตรียมระบบออนไลน์ เช่น Microsoft Team, Zoom เป็นต้น เพื่อใช้ในการจัดการเรียนการสอน การติดตามให้คำปรึกษา การประชุม เป็นต้น

คณะฯ จัดให้มีห้องสารสนเทศ ห้องตลาดหลักทรัพย์ เพื่อสนับสนุนการเรียนการสอนของนิสิตในหลักสูตรที่เกี่ยวข้อง หรือสำหรับนิสิตและผู้สนใจทั่วไป สำหรับนิสิตระดับบัณฑิตศึกษาคณะฯ ได้จัดห้องให้นิสิตระดับบัณฑิตศึกษาเพื่อใช้สำหรับการศึกษาค้นคว้าวิจัย และการหาข้อมูลในการเรียนการสอนเพิ่มเติม

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

**มีห้องปฏิบัติการ เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีความทันสมัยพร้อมใช้งานและสามารถปรับใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ**

คณะฯ มีห้องปฏิบัติการนิเทศศาสตร์ ห้องปฏิบัติการท่องเที่ยวและโรงแรม และห้องปฏิบัติการบัญชี สำหรับการเรียนการสอนเพื่อให้นิสิตได้ลงมือปฏิบัติในสถานการณ์จริง

คณะฯ มีการจัดเตรียมห้องสำหรับนิสิตบัณฑิตศึกษา เพื่อให้นิสิตระดับบัณฑิตศึกษาได้มาศึกษาค้นคว้าและทำงานกลุ่ม โดยจัดเตรียมอุปกรณ์ อาทิ คอมพิวเตอร์ โปรเจคเตอร์ ปริ้นเตอร์ เพื่อสนับสนุนการทำงานของนิสิต และนิสิตสามารถใช้คอมพิวเตอร์ จากห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ จากสำนักหอสมุด

นอกจากนี้แล้วคณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ ได้จัดเตรียมห้องที่สามารถให้บริการออนไลน์ทั้งการประชุม และการสอน รวมทั้งหมด 6 ห้อง เพื่อบริการอาจารย์และนิสิต

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

**มีการจัดเตรียมห้องสมุดดิจิทัลเพื่อให้สอดคล้องกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร**

ศูนย์บรรณสารมีระบบห้องสมุดดิจิทัล มีฐานข้อมูล E-book E-Journal มีระบบการยืมคืน online มีฐานข้อมูลนานาชาติเพื่อสนับสนุนการจัดการศึกษาในหลักสูตร และเปิดให้เข้าใช้บริการทุกวัน นอกจากนี้หลักสูตรได้มีการ รวบรวมเอกสารงานวิจัยทางด้านการท่องเที่ยวให้นิสิตได้ยืมได้ที่ห้องเรียนบัณฑิตศึกษา และมีคอมพิวเตอร์สำหรับค้นคว้าข้อมูลสำหรับนิสิต

ในส่วนของคุณฯ ได้จัดตั้งห้องสารสนเทศเพื่อให้บัณฑิตได้ทำการศึกษา ค้นคว้า โดยใช้ฐานข้อมูลกลางของมหาวิทยาลัย

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

มีการติดตั้งระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคลากรและ  
ผู้เรียน

มหาวิทยาลัยจัดให้มีระบบสารสนเทศเพื่อรองรับการจัดการเรียนการสอน เช่น

- การลงทะเบียน ระบบทะเบียนนิสิต ตารางสอน ตารางสอบ
- การจัดการเรียนการสอนผ่าน Microsoft Team, LMS, การจองห้องประชุมในระบบ

Zoom

- การยืม-คืนหนังสือ การสืบค้นฐานข้อมูลนานาชาติ
- โปรแกรมประมวลผลต่างๆ เช่น SPSS STATA
- ระบบฐานข้อมูล TQF เพื่อการบริหารจัดการหลักสูตร

ในส่วนของคุณฯ มีระบบเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากร เช่น ระบบการบันทึกภาระงาน ระบบการลา การจองห้องประชุม การจองห้องสอนออนไลน์ การจองรถ เป็นต้น

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.

มหาวิทยาลัยมีการจัดเตรียมโครงสร้างพื้นฐานด้านคอมพิวเตอร์และระบบเครือข่ายที่สามารถเข้าถึงได้ในพื้นที่มหาวิทยาลัย โดยสามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการเรียนการสอน การวิจัย การบริการและการบริหารงานได้อย่างเต็มที่

มหาวิทยาลัยจัดให้มีระบบเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต และ wifi สำหรับบุคลากรและนิสิตในทุกอาคาร มีระบบ [www.reg.up.ac.th](http://www.reg.up.ac.th) ที่สามารถอำนวยความสะดวกด้านงานทะเบียนให้กับทั้งนิสิตและอาจารย์ได้

ในส่วนของคุณฯ ได้จัดให้อาจารย์ทุกคนมีคอมพิวเตอร์ มีปรีนเตอร์ทุกห้องพักอาจารย์ และมีนักวิชาการคอมพิวเตอร์ในการให้คำปรึกษาและแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ

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

**มีการกำหนดและดำเนินการตามมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม สุขภาพและความปลอดภัย รวมถึงในการเข้าถึงสำหรับผู้ที่มีความต้องการพิเศษ**

มหาวิทยาลัยพะเยามีนโยบายเป็นสถานศึกษาที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม Green University มีการจัดให้มีพื้นที่สำหรับสูบบุหรี่โดยเฉพาะ มีการจัดการขยะและน้ำเสีย มีห้องสุขาเป็นจำนวนมากและถูกสุขลักษณะ เป็นสถานที่มีความปลอดภัยสูง โดยมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตลอดเวลา และติดตั้งเครื่องมือดับเพลิงในทุกอาคารเรียน มีแม่บ้านประจำอาคารเพื่อดูแลรักษาความสะอาดของพื้นที่ รวมถึงมีรถโดยสารขนส่งระหว่างอาคารเรียน

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

**มหาวิทยาลัยมีสภาพแวดล้อมทางกายภาพ สังคม และจิตใจที่เอื้อต่อการเรียน การวิจัย และคุณภาพชีวิตส่วนบุคคล**

มหาวิทยาลัยมีการจัดเตรียมสภาพแวดล้อมในด้านต่าง ๆ เพื่อให้บริการบุคลากรและนิสิต

- ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพให้มีสนามกีฬา เช่น สนามฟุตบอล แบดมินตัน บาสเก็ตบอล สระว่ายน้ำ

- สภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อจิตใจ เช่น พื้นที่สีเขียว ร้านกาแฟ

- สภาพแวดล้อมด้านสังคม เช่น ที่จอดรถ รถสาธารณะขนส่งภายในมหาวิทยาลัย

ในส่วนของคณะฯ ได้จัดที่นั่งให้นิสิต ให้บริการห้องประชุม ห้องสารสนเทศ และจัดพื้นที่สีเขียวให้นิสิตและบุคลากรได้ผ่อนคลาย

**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.**

**มีการกำหนดสมรรถนะของเจ้าหน้าที่สายสนับสนุนที่ทำหน้าที่ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อให้แน่ใจว่าเจ้าหน้าที่สายสนับสนุนมีทักษะที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย**

คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ กำหนดสมรรถนะของเจ้าหน้าที่สายสนับสนุนตามตำแหน่งงาน และกำหนดภาระงานของแต่ละตำแหน่งเป็นลายลักษณ์อักษร โดยคณะฯ กำหนดการประเมินสมรรถนะเจ้าหน้าที่สายสนับสนุนแบบการประเมิน 360 องศา จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในคณะและภายนอกคณะฯ โดยข้อมูลที่ได้จากการประเมิน จะถูกนำมาใช้เพื่อทบทวนสมรรถนะและภาระงานให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทั้งทางตรงและทางอ้อม ในกิจกรรมการทบทวนแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการประจำปีของคณะฯ หลังจากการทบทวนสมรรถนะเรียบร้อยแล้ว คณะฯ จัดทำแผนปฏิบัติการและจัดสรรงบประมาณสำหรับการพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถที่จำเป็นต่อการทำงาน รวมถึง

แผนพัฒนางานด้วยการวิจัย (Routine to Research) เพื่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของสำนักงานคณะฯ

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

มีการประเมินและการปรับปรุงคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก (ห้องสมุด ห้องปฏิบัติการไอทีและบริการนักศึกษา)

มหาวิทยาลัยกำหนดให้มีการประเมินการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานภาครัฐ (Integrity and Transparency Assessment: ITA) โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะให้เกิดการปรับปรุงพัฒนาด้านคุณธรรมและความโปร่งใสในหน่วยงาน ซึ่งมีการประเมินในทุกหน่วยงานของมหาวิทยาลัย โดยจัดทำขึ้นปีละ 1 ครั้ง

อีกทั้งมีการประเมินความเสี่ยงในทุกๆ ด้านของหน่วยงาน เช่น การจัดซื้อจัดจ้าง การเงิน การให้บริการ เป็นต้น จัดทำปีละ 1 ครั้ง

นอกจากนี้แล้วยังมีการประเมินผลการใช้บริการของหน่วยงานต่างภายในมหาวิทยาลัย เช่น การประเมินการให้บริการศูนย์บรรณสาร ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ ผลการประเมินเหล่านี้หน่วยงานได้ใช้ในการปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

#### ผลการประเมินตนเอง

AUN-QA Criterion 7 – Checklist	ระดับ
	2564
7.1 The physical resources to deliver the curriculum, including equipment, material, and information technology, are shown to be sufficient.	3
7.2 The laboratories and equipment are shown to be up-to-date, readily available, and effectively deployed.	3
7.3 A digital library is shown to be set-up, in keeping with progress in information and communication technology.	3
7.4 The information technology systems are shown to be set up to meet the needs of staff and students.	3

AUN-QA Criterion 7 – Checklist	ระดับ
	2564
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
7.6 The environmental, health, and safety standards and access for people with special needs are shown to be defined and implemented.	3
7.7 The university is shown to provide a physical, social, and psychological environment that is conducive for education, research, and personal well - being.	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
7.9 The quality of the facilities (library, laboratory, IT, and student services) are shown to be subjected to evaluation and enhancement.	3
<b>ความคิดเห็นโดยรวม (Overall opinion)</b>	<b>3</b>

## AUN - QA criterion 8 Output and Outcomes

### Sub Criterion 8

1. The pass rate, dropout rate, and average time to graduate are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.
2. Employability as well as self-employment, entrepreneurship, and advancement to further studies, are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.
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.
4. Data are provided to show directly the achievement of the Programme outcomes, which are established and monitored.
5. Satisfaction level of the various stakeholders are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.

### ผลการดำเนินงาน

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

มีระบบการกำกับติดตาม และเทียบเคียงสมรรถนะ อัตราการจบการศึกษา อัตราการออกกลางคันและเวลาเฉลี่ยในการจบการศึกษา เพื่อใช้ในการปรับปรุง

มหาวิทยาลัยมีกระบวนการดำเนินงาน โดยมีระบบบริการการศึกษา reg.up.ac.th เป็นระบบสนับสนุนด้านการวัดผลและประเมินผลการศึกษา ซึ่งอาจารย์ที่ปรึกษาสามารถตรวจสอบอัตราการจบการศึกษา อัตราการออกกลางคันและเวลาเฉลี่ยในการจบการศึกษา เพื่อใช้ในการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการเรียนการสอน และหลักสูตร

ทั้งนี้หลักสูตรฯได้มีการ ติดตามสาเหตุของการ Drop Out ของนิสิตทุกคนที่ลาออก หรือพ้นสภาพนิสิตทุกคน ด้วยการปรับให้อาจารย์ได้สอนนิสิตตั้งแต่ปี 1 เทอม 1 เพื่อให้ได้เจอนิสิตและนิสิตเกิดความกล้าในการเข้าหาอาจารย์เพื่อปรึกษาถึงการเรียน การใช้ชีวิตในรั้วมหาวิทยาลัย ซึ่งในหลักสูตรแรก ปี 2555 นิสิตจะได้เจออาจารย์ในสาขาเมื่อเข้าปี 2 เทอม 2 แล้ว ซึ่งซ้ำเกินไปแล้วมีนิสิต drop out จำนวนมาก แต่ในปัจจุบันหลักสูตรปี 2564 นิสิตมีอัตรา dropout ลดลงอย่างเห็นได้ชัด จากการเก็บข้อมูลพบว่า

นิสิตที่ดรอปส่วนใหญ่มีปัญหาทางการเงิน เนื่องจากสถานการณ์โควิด แอลและเศรษฐกิจถดถอย ส่วนนิสิตอีกกลุ่มออกเนื่องจากย้ายไปเรียนใกล้บ้าน

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

**มีระบบการกำกับติดตาม และเทียบเคียงสมรรถนะ อัตราการได้งานทำ การเป็นผู้ประกอบการและการศึกษาต่อของผู้เรียน เพื่อใช้ในการปรับปรุง**

มหาวิทยาลัยมีระบบติดตามภาวะการดำเนินงานทำ การเป็นผู้ประกอบการและการศึกษาต่อของศิษย์เก่า ซึ่งมีการดำเนินการรวบรวมข้อมูลในช่วงที่บัณฑิตมาเข้าร่วมพิธีพระราชทานปริญญาบัตร เพื่อใช้ในการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการเรียนการสอน และหลักสูตร

ในส่วนของคณะฯ มีการดำเนินการจัดตั้งชมรมศิษย์เก่า มีการจัดทำฐานข้อมูลศิษย์เก่า อาชีพ สถานที่ทำงาน และการจัดกิจกรรมให้ศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบันได้ทำกิจกรรมร่วมกัน และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ด้านต่างๆ รวมถึงการแนะแนวอาชีพ

และทางหลักสูตรเองได้มีการกำกับติดตามบัณฑิตที่จบไปแล้วถึงภาวะการดำเนินงานทำ การเป็นเจ้าของกิจการ การทำธุรกิจส่วนตัวของนิสิตจากการสอบถามด้วยแบบฟอร์มออนไลน์ แล้วส่งให้กอรกทางช่องทางออนไลน์ของสาขา โดยนิสิตจบใหม่จะถูกถามแบ่งเป็นรอบ 3 เดือน 6 เดือน และจะครบ 12 เดือน หรือ 1 ปี ตอนกลับมารับปริญญา

ส่วนบัณฑิตที่ทำธุรกิจส่วนตัว ทางสาขาได้ทราบข้อมูลจากการประชาสัมพันธ์โครงการต่างๆ ของสถาบันนวัตกรรม ที่ทางหลักสูตรได้นำเสนอไปทางช่องทางออนไลน์ของสาขาและมีบัณฑิตที่สนใจเข้าร่วมโครงการ

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.

**มีระบบการกำกับติดตาม และเทียบเคียงสมรรถนะในการทำงานวิจัยของผู้เรียนที่สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินการโดยเจ้าหน้าที่วิชาการเพื่อปรับปรุง**

มหาวิทยาลัยมีกระบวนการสนับสนุน ดังนี้



1. ระบบ iThesis หรือ Integrated Thesis & Research Management System (iThesis) เพื่อติดตามและสนับสนุนการทำวิทยานิพนธ์ การศึกษาค้นคว้าอิสระ และข้อมูลวิจัย ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับนิสิตในการ

1.1 จัดทำรูปเล่มตามรูปแบบเอกสารที่กำหนด

1.2 รองรับการจัดส่งโครงร่างวิทยานิพนธ์ วิทยานิพนธ์ฉบับร่าง และวิทยานิพนธ์ฉบับสมบูรณ์ไปยังอาจารย์ที่ปรึกษา

1.3 บันทึกผลการสอบ ข้อมูลวิทยานิพนธ์ และการเผยแพร่ผลงานวิจัย

นอกจากนี้ยังสามารถจัดเก็บไฟล์วิทยานิพนธ์ฉบับสมบูรณ์ไปยังคลังปัญญาของสถาบันการศึกษา (Intellectual Repository) เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับห้องสมุดในการสร้างคลังข้อมูลงานวิจัย และจัดส่งไปยังสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) เพื่อบันทึกคลังข้อมูลวิทยานิพนธ์ของประเทศ (Thai Digital Collection) และเผยแพร่ให้แก่ประชาคมวิจัยและประชาชนผู้สนใจ

2. หน่วยพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ เพื่ออำนวยความสะดวกในการยื่นขอพิจารณาจริยธรรมการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์หรือสัตว์ สำหรับการทำวิทยานิพนธ์ และการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองของนิสิต

คณะมีการสนับสนุนการดำเนินงาน ดังต่อไปนี้

1. การจัดทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ข้อมูล การสัมภาษณ์ และขออนุญาตเข้าพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูล

2. การจัดทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3. การตรวจรูปแบบสารนิพนธ์ และการยื่นสำเร็จการศึกษา

4. การให้ทุนสนับสนุนการเผยแพร่ผลงานวิจัย

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

มีระบบกำกับติดตามข้อมูลเพื่อแสดงให้เห็นถึงความสำเร็จของหลักสูตรตามเป้าหมายที่มีการจัดตั้งและกำหนดขึ้น

มหาวิทยาลัยมีการดำเนินการดังนี้

1. มีคณะกรรมการวิชาการ ในการพิจารณากลับกรองหลักสูตรเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานการอุดมศึกษา เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับอุดมศึกษา และกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ

ระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552 รวมทั้งการดำเนินงานด้านวิชาการ ให้เป็นไปตามนโยบายของมหาวิทยาลัยพะเยา

2. มีคณะกรรมการกลั่นกรองหลักสูตร เพื่อกลั่นกรองหลักสูตรให้เป็นไปตามมาตรฐานอุดมศึกษาฯ
3. มีสภามหาวิทยาลัยในการอนุมัติหลักสูตร และกำกับติดตาม การดำเนินงานของหลักสูตรให้เป็นไปตามมาตรฐานอุดมศึกษาฯ
4. มีกรรมการบริหารงานวิชาการ ในการกำกับติดตาม และบริหารงานหลักสูตร ให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร รวมถึงสภาวิชาชีพ และมาตรฐานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
  1. คณะมีคณะกรรมการวิชาการประจำคณะฯ ในการกำกับ ติดตาม และบริหารงานหลักสูตร ให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร
  2. คณะมีคณะกรรมการประจำคณะฯ ในการกำกับ ติดตาม และบริหารงานหลักสูตร ให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร
  3. หลักสูตรมีอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ในการกำกับ ติดตาม และบริหารงานหลักสูตร ให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร

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

มีระบบการกำกับติดตาม และเทียบเคียงสมรรถนะระดับความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ เพื่อใช้ในการปรับปรุง

มหาวิทยาลัยมีระบบการกำกับติดตาม และเทียบเคียงสมรรถนะระดับความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียต่าง ๆ เพื่อใช้ในการปรับปรุงการเรียนการสอน และหลักสูตรโดยมีการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต และการสำรวจภาวะการมีงานของบัณฑิต ก่อนการรับพระราชทานปริญญาทุกปี คณะมีระบบบริหารจัดการการฝึกงานและสหกิจศึกษา ซึ่งมีการประเมินผลความพึงพอใจของสถานประกอบการ/สถานฝึกงาน ทั้งนี้ดำเนินการภายใต้การกำกับดูแลของศูนย์ฝึกประสบการณ์วิชาชีพและสหกิจศึกษาของคณะฯ

ตารางข้อมูลการคงอยู่และการจบการศึกษาของนิสิตในหลักสูตรปริญญาตรี

รหัส แรกเข้า	จำนวนที่ ลงทะเบียน	จำนวนนิสิตที่จบภายในระยะเวลา			จำนวนนิสิตที่พ้นสภาพแต่ละชั้นปี			
		< 4 ปี	4 ปี	> 4 ปี	1	2	3	4 เป็นต้นไป
2555	45	-	29	16	5	5	2	-

2556	86	-	67	19	10	2	1	-
2557	63	-	56	7	16	12	3	-
2558	94	-	86	8	17	6	2	-
2559	113	-	95	18	12	11	2	-
2560	62	-	53	9	8	1	4	1
2561	68	-	59	9	7	5	1	3
2562	72		66	6	1	2	0	0

จากตารางข้างต้น ตัวเลขด้านจำนวนนิสิตที่พ้นสภาพแต่ละชั้นปี ทางหลักสูตรได้ทำการรวบรวมข้อมูลพบว่า 99% นิสิตลาออกไปศึกษาต่อที่สถาบันอื่นไกลบ้าน หรือ ลาออกไปเนื่องจากสอบติดตำรวจ มีนิสิตเพียง 1% ที่มีผลการเรียนต่ำกว่าเกณฑ์จนพ้นสภาพนิสิต

#### ตารางข้อมูลผลงานของอาจารย์ประจำหลักสูตร และนักวิจัย

ดร. ธัญทิพย์ คฤหโยธิน

อาจารย์ประจำหลักสูตร /นักวิจัย	หลักสูตรระดับตรี/โท/เอก (ระบุ)	อาจารย์ประจำหลักสูตร /นักวิจัยผู้ทำผลงานร่วม	ชื่อผลงาน/แหล่งเผยแพร่	วัน/เดือน/ปีที่เผยแพร่
2561	ปริญญาตรี	ดร. ธัญทิพย์ คฤหโยธิน และ ศ. ดร. Ben Kerrane	“Learning from the past? An exploratory study of familial food socialization processes using the lens of emotional reflexivity”, European Journal of Marketing, 52(12), 12 November	12 November 2018

			2018, pp. 2312-2333.	
		ดร. ชัญทิพย์ คฤหา โยธิน	A Behavioural Study of Functional Food Consumption in Contemporary Thailand, Chiaranai Bejra: A Collection of Preliminary Research Papers by Participants in the TRF's Multi-Mentoring System Training Project (Concentration: Humanities, Social Sciences, and Arts), July 2018 – June 2019, Bangkok: Thailand Science Research and Innovation. pp. 275-310.	
2562	ปริญญาตรี	ชาญชัย พรหมมิ	ปัจจัยเชิง ประชากรศาสตร์ที่มี	6 กันยายน 2562

		<p>ดร. ธัญทิพย์ คฤห โยธิน กมลพงศ์ รัตนสงวนวงศ์ บุรินทร์ บัณฑิตวงค์ คณิสส์ คณิสราพร พงศ์</p>	<p>ผลต่อความพึงพอใจ และพฤติกรรมการ ใช้บริการรถโดยสาร ของบริษัท ขนส่ง จำกัด ใน จังหวัดพะเยา. รายงานการประชุม วิชาการ การ ประชุมวิชาการ ระดับชาติ ครั้งที่ 4 มหาวิทยาลัยราช ภัฏกาญจนบุรี</p>	
		<p>ผศ. วรัญญา ไชยธารินทร์ และดร. ธัญทิพย์ คฤหโยธิน</p>	<p>หนังสือในระบบของ ครัวเรือนเกษตรกร จังหวัดพะเยา. วารสารการพัฒนา ชุมชนและคุณภาพ ชีวิต. 7(3), กันยายน-ธันวาคม 2562, หน้า 283 - 294.</p>	3 กันยายน 2562
2564	ปริญญาตรี	<p>ดร. ธัญทิพย์ คฤห โยธิน และผศ.ดร. ยุพิน ภัทรพงศ์สันต์</p>	<p>“Will I follow my ideal self everywhere? Exploring consumers’ perceptions towards fast fashion influencers on Instagram,” in The American Collegiate Retailing</p>	25 มีนาคม 2564

			Association (Eds), American Collegiate Retailing Association (ACRA) 2021 Conference Proceedings.	
2565	ปริญญาตรี	ดร. ัญญทิพย์ คฤท โยธิน และผศ.ดร. ยุพิน ภัทรพงศ์สันต์	“(Un)Ethical Consumption? Prostitution Services in Thailand,” in The Society for Consumer Psychology (Eds), SCP 2022 Conference Proceedings.	3 มีนาคม 2565
2565	ปริญญาตรี	ดร. ัญญทิพย์ คฤทโยธิน และผศ.ดร. ยุพิน ภัทรพงศ์สันต์	Social Media Influencers for Fast Fashion - Thailand Study. In F. Brooksworth, E. Mogaji, G. Bosah (Eds.) Fashion Marketing in Emerging Economies (in Palgrave Studies of Marketing in Emerging Economies).	กันยายน 2565

			Switzerland: Palgrave Macmillan.	
			(Un)Ethical Consumption? Prostitution Services in Thailand/The Society for Consumer Psychology 2022 Conference Proceedings	5 มีนาคม 2565
			การสำรวจ ศักยภาพการผลิต ผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมเชิง วัฒนธรรมชุมชน และการจัดกลุ่ม ผู้บริโภคเป้าหมาย ด้วยการ วิเคราะห์คลัสเตอร์ โดยใช้ทฤษฎี แบบจำลองอ้างอิง การปฏิบัติการห่วง โซ่อุปทาน และ แบบจำลองการ ยอมรับ เทคโนโลยี/ วารสารวิชาการ บริหารธุรกิจ สมาคม	16 ธันวาคม 2565

			<p>สถาบันอุดมศึกษา เอกชนแห่ง ประเทศไทย ใน พระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพ รัตนราชสุดาฯ สยามบรมราช กุมารี. ปีที่ 11, เล่ม 1, กรกฎาคม - ธันวาคม 2565. หน้า 182 - 204.</p> <p>Will I Follow My Ideal Self Everywhere? Exploring Consumers' Perceptions Towards Fast Fashion Influencers on Instagram. In: Brooksworth, F., Mogaji, E., Bosah, G. (eds) Fashion Marketing in Emerging Economies Volume I. Palgrave Studies of</p>	7 ธันวาคม 2565
--	--	--	--	----------------



			Marketing in Emerging Economies. Palgrave Macmillan, Cham. pp. 77 - 108.	
--	--	--	--	--

นายกมลพงศ์ รัตนสงวนวงศ์

อาจารย์ ประจำ หลักสูตร / นักวิจัย	หลักสูตร ระดับ ตรี/โท/เอก (ระบุ)	อาจารย์ประจำหลักสูตร /นักวิจัยผู้ทำผลงาน ร่วม	ชื่อผลงาน/ แหล่งเผยแพร่	วัน/เดือน/ปี ที่เผยแพร่
2561	ปริญญาตรี	กมลพงศ์ รัตนสงวนวงศ์	การวิจัยเชิงปฏิบัติการโดยใช้ แนวคิดการประเมินชุมชนแบบ มีส่วนร่วมเพื่อสร้างความ เข้มแข็งกลุ่มอาชีพสานแข่งปลา หมู่บ้านสันจกปก จังหวัดพะเยา	4 กรกฎาคม 2561
2562	ปริญญาตรี	ชาญชัย พรหมมี ดร. ธัญทิพย์ คฤหโยธิน กมลพงศ์ รัตนสงวนวงศ์ บุรินทร์ บัณฑะวงศ์ คณิสส์ คณิสราพรพงศ์	ปัจจัยเชิงประชากรศาสตร์ที่มี ผลต่อความพึงพอใจและ พฤติกรรมการใช้บริการรถ โดยสารของบริษัท ขนส่ง จำกัด ในจังหวัดพะเยา. รายงานการประชุมวิชาการ การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 4 มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี	6 กันยายน 2562

2563	ปริญาตรี	กมลพงศ์ รัตนสงวนวงศ์ ปฐินทร์ บัณพะวงค์ คณิสส์ คณิสราพรพงศ์.	การพัฒนาช่องทางทาง การตลาดแบบออนไลน์ของ วิสาหกิจชุมชนในอำเภอดอก คำใต้.  การประชุมวิชาการระดับชาติ พะเยาวิจัย กลุ่มมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ (ครั้งที่ 9)  23-24 มกราคม 2563 หน้า 1018- 1029. พะเยา : มหาวิทยาลัย พะเยา	23-24 มกราคม 2563
2565		Satit Chuayounan, Nawaporn Ketsuwan, Nattawut Somyarone, Kamolpong Ratanasanguanvongs, Preeyachanok Ketsuwan, Wuthichai Chairinkam, Jaruan Poshyananda.(2022).	Analysis of the characteristics of cultural business entrepreneurship. International Journal of Entrepreneurship. Volume 26, Speical Issue 2, 2022.	
		Kamolpong Ratanasanguanvongs; Nawaporn Ketsuwan; Thanatip Chankong; Nopadon Maneetien (2022).	Developing a community- based collaborative learning model for bridging the skills gap of higher education students and informal workers. 5th IEEE Eurasian Conference	

			on Educational Innovation 2022 (IEEE ECEI 2022).	
--	--	--	---	--

นายชาญชัย พรหมมี

อาจารย์ประจำ หลักสูตร / นักวิจัย	หลักสูตรระดับ ตรี/โท/เอก (ระบุ)	อาจารย์ประจำ หลักสูตร / นักวิจัย ผู้ทำผลงานร่วม	ชื่อผลงาน/ แหล่งเผยแพร่	วัน/เดือน/ปี ที่เผยแพร่
2562	ปริญญาตรี	ชาญชัย พรหมมี ดร. ธัญทิพย์ คฤห โยธิน กมลพงศ์ รัตนสงวนวงศ์ บุรินทร์ บัณฑิตวงค์ คณิสส์ คณิสราพร พงศ์	ปัจจัยเชิง ประชากรศาสตร์ที่มี ผลต่อความพึงพอใจ และพฤติกรรมการ ใช้บริการรถโดยสาร ของบริษัท ขนส่ง จำกัด ใน จังหวัดพะเยา. รายงานการประชุม วิชาการ การ ประชุมวิชาการ ระดับชาติ ครั้งที่ 4 มหาวิทยาลัยราช ภัฏกาญจนบุรี	6 กันยายน 2562
2563	ปริญญาตรี	ชาญชัย พรหมมี	การวิเคราะห์ องค์ประกอบเชิง ยืนยันการรับรู้ คุณภาพบริการ โรงแรมจากมุมมอง นักท่องเที่ยวใน จังหวัดพะเยา. การ ประชุมวิชาการ ระดับชาติ ด้าน บริหารธุรกิจ ครั้งที่ 7 มหาวิทยาลัยแม่ โจ้	7 กุมภาพันธ์ 2563

		<p>ชาญชัย พรหมมี</p>	<p>ความสัมพันธ์ ระหว่างองค์การ เพื่อการเรียนรู้และ ความพึงพอใจใน งานของพนักงาน สายวิชาการ มหาวิทยาลัย พะเยา. รายงานการ ประชุมวิชาการ การประชุมวิชาการ ระดับชาติด้าน บริหารจัดการ (ครั้งที่ 12) 6 มิถุนายน 2563 หน้า 744- 754. สงขลา: คณะ วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลา นครินทร์ ชาญชัย พรหมมี. (2563). อิทธิพล ของภูมิทัศน์การ บริการและคุณภาพ การบริการต่อความ ตั้งใจใช้บริการซ้ำ ของผู้ใช้บริการศูนย์ หนังสือจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย. วารสารการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัย ลักษณ์, 9(4), 88- 97.</p> <p>ชาญชัย พรหมมี และ สิริมา นาคสาย.</p>	<p>6 มิถุนายน 2563</p> <p>วันที่เผยแพร่ 26 ตุลาคม 2563</p>
--	--	----------------------	--	--

			(2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนิสิต หลักสูตรที่มุ่งเน้นการเป็นผู้ประกอบการมหาวิทยาลัย พะเยา. วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 3(3), 65-80.	วันที่เผยแพร่ 30 ธันวาคม 2563
2565			โมเดลสมการโครงสร้างของความรักในตราสินค้าต่อความภักดีต่อตราสินค้าและการบอกต่อแบบปากต่อปากของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทย	27 เมษายน 2565

บุรินทร์ บัณฑะวงศ์

อาจารย์ประจำหลักสูตร / นักวิจัย	หลักสูตรระดับตรี/โท/เอก (ระบุ)	อาจารย์ประจำหลักสูตร / นักวิจัยผู้ทำผลงานร่วม	ชื่อผลงาน/แหล่งเผยแพร่	วัน/เดือน/ปีที่เผยแพร่
---------------------------------	--------------------------------	---	------------------------	------------------------

2562	ปริญญาตรี	<p>ชาญชัย พรหมมี  ดร. ธัญทิพย์ คฤห  โยธิน  กมลพงศ์  รัตน์สงวนวงศ์  บุรินทร์ บัณฑิตวงค์  คณิตส์ คณิตสรพร  พงศ์</p>	<p>ปัจจัยเชิง  ประชากรศาสตร์ที่มี  ผลต่อความพึงพอใจ  และพฤติกรรมการ  ใช้บริการรถโดยสาร  ของบริษัท  ขนส่ง จำกัด ใน  จังหวัดพะเยา.  รายงานการประชุม  วิชาการ การ  ประชุมวิชาการ  ระดับชาติ ครั้งที่ 4  มหาวิทยาลัยราช  ภัฏกาญจนบุรี</p>	6 กันยายน 2562
2563	ปริญญาตรี	<p>กมลพงศ์  รัตน์สงวนวงศ์  บุรินทร์ บัณฑิตวงค์  คณิตส์ คณิตสรพร  พงศ์.</p>	<p>การพัฒนาช่องทาง  ทางการตลาดแบบ  ออนไลน์ของ  วิสาหกิจชุมชนใน  อำเภอดอกคำใต้.  การประชุมวิชาการ  ระดับชาติ พะเยา  วิจัย กลุ่ม  มนุษยศาสตร์และ  สังคมศาสตร์ (ครั้งที่  9) 23-24  มกราคม 2563  หน้า 1018-1029.  พะเยา :  มหาวิทยาลัยพะเยา</p>	23-24 มกราคม 2563

## คณิสต์ คณิสราพรพงศ์.

อาจารย์ประจำ หลักสูตร / นักวิจัย	หลักสูตรระดับ ตรี/โท/เอก (ระบุ)	อาจารย์ประจำ หลักสูตร / นักวิจัย ผู้ทำผลงานร่วม	ชื่อผลงาน/ แหล่งเผยแพร่	วัน/เดือน/ปี ที่เผยแพร่
2562	ปริญญาตรี	ชาญชัย พรหมมี ดร. ธัญทิพย์ คฤห โยธิน กมลพงศ์ รัตนสงวนวงศ์ บุรินทร์ บัณฑิตวงค์ คณิสต์ คณิสราพร พงศ์	ปัจจัยเชิง ประชากรศาสตร์ที่มี ผลต่อความพึงพอใจ และพฤติกรรมการ ใช้บริการรถโดยสาร ของบริษัท ขนส่ง จำกัด ใน จังหวัดพะเยา. รายงานการประชุม วิชาการ การ ประชุมวิชาการ ระดับชาติ ครั้งที่ 4 มหาวิทยาลัยราช ภัฏกาญจนบุรี	6 กันยายน 2562
2563	ปริญญาตรี	กมลพงศ์ รัตนสงวนวงศ์ บุรินทร์ บัณฑิตวงค์ คณิสต์ คณิสราพร พงศ์.	การพัฒนาช่องทาง ทางการตลาดแบบ ออนไลน์ของ วิสาหกิจชุมชนใน อำเภอดอกคำใต้. การประชุมวิชาการ ระดับชาติ พะเยา วิจัย กลุ่ม มนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์ (ครั้งที่ 9) 23-24 มกราคม 2563 หน้า 1018-1029. พะเยา : มหาวิทยาลัยพะเยา	23-24 มกราคม 2563

ดร. กิตติศักดิ์ ศรีไพโรจน์

อาจารย์ ประจำ หลักสูตร /นักวิจัย	หลักสูตร ระดับ ตรี/โท/ เอก (ระบุ)	อาจารย์ ประจำ หลักสูตร /นักวิจัย ผู้ทำ ผลงาน ร่วม	ชื่อผลงาน/ แหล่งเผยแพร่	วัน/ เดือน/ปี ที่เผยแพร่
2563	ปริญญา ตรี	ชาญชัย พรหมมี กิตติศักดิ์ ศรีไพโรจน์	การวิเคราะห์ห้องค้ประกอบเชิงยืนยันการรับรู้คุณภาพ บริการโรงแรมจากมุมมองนักท่องเที่ยวในจังหวัดพะเยา. การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านบริหารธุรกิจ ครั้งที่ 7 มหาวิทยาลัยแม่โจ้	7 กุมภาพันธ์ 2563
2564	ปริญญา ตรี	กิตติศักดิ์ ศรีไพโรจน์ และ ชนิดาภา ดีสุxonันต์	กิตติศักดิ์ ศรีไพโรจน์ และ ชนิดาภา ดีสุxonันต์, สมการโครงสร้างพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำผึ้ง กรณีศึกษาจังหวัดพะเยา, วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, ปีที่ 4 ฉบับที่ 2, พฤษภาคม- สิงหาคม 2564.	

ตารางข้อมูลผลงานวิชาการของอาจารย์ประจำหลักสูตร และนักวิจัยในหลักสูตร

ผลงานวิชาการ

ปี	ผลงานเผยแพร่				รวม	จำนวนผลงานต่อ อาจารย์และ นักวิจัย
	ระดับชาติ		ระดับนานาชาติ			
	Proceeding	วารสาร	Proceeding	วารสาร		
2560						
2561	2	1			3	0.5
2562	2	6			8	1.33



2563	2	2			4	0.67
2564	2				2	0.33
2565		2	1	1	4	0.67

### ผลงานสร้างสรรค์

ปี	ผลงานเผยแพร่				รวม	จำนวนผลงานต่อ อาจารย์และ นักวิจัย	
	ระดับ ภูมิภาค	ระดับชาติ		ระดับนานาชาติ			
		Proceeding	วารสาร	Proceeding			วารสาร
2560							
2561							
2562							
2563							

### รายงานภาวะการมีงานทำของบัณฑิต มหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2564

ใช้เป็นข้อมูลพื้นฐาน (Common Data Set) สำหรับสนับสนุนระดับคณะวิทยาลัย/

#### 14. คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์

ลำดับ	ประเด็น	หลักสูตร นิเทศศาสตร์ บัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ การสื่อสาร	หลักสูตร นิเทศศาสตร์ บัณฑิต สาขาวิชาการ ประชาสัมพันธ์	หลักสูตร นิเทศศา สตร บัณฑิต สาขาวิชา การสื่อสาร สื่อใหม่	หลักสูตร บริหารธุรกิจ บัณฑิต สาขาวิชา การเงินและ การธนาคาร	หลักสูตร บริหารธุรกิจ บัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ ธุรกิจ
1	จำนวนบัณฑิตระดับปริญญา ตรีทั้งหมด	16	10	46	71	78
2	จำนวนบัณฑิตระดับปริญญา ตรีที่ตอบแบบสำรวจเรื่อง การมีงานทำภายใน 1 ปี หลังสำเร็จการศึกษา	15	6	40	70	74
3	จำนวนบัณฑิตระดับปริญญา ตรีที่ได้งานทำหลังสำเร็จ การศึกษา (ไม่นับรวมผู้ที่ ประกอบอาชีพอิสระ)	7	4	21	37	44

4	จำนวนบัณฑิตระดับปริญญาตรีที่ประกอบอาชีพอิสระ	-	3	3	2	10
5	จำนวนผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีงานทำก่อนเข้าศึกษา	1	-	5	6	3
6	จำนวนบัณฑิตระดับปริญญาตรีที่มีกิจการของตนเองที่มีรายได้ประจำอยู่แล้ว	-	3	3	2	10
7	จำนวนบัณฑิตระดับปริญญาตรีที่ศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษา	-	-	-	-	-
8	จำนวนบัณฑิตระดับปริญญาตรีที่อุปสมบท	-	-	-	2	-
9	จำนวนบัณฑิตระดับปริญญาตรีที่เกณฑ์ทหาร	-	1	2	2	3
10	เงินเดือนหรือรายได้ต่อเดือนของผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีที่ได้งานทำหรือประกอบอาชีพอิสระ (ค่าเฉลี่ย)	13,637.50	13,250.00	14,580.77	12,458.42	12,367.79

#### 14. คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์(ต่อ)

ลำดับ	ประเด็น	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ และหลักสูตรเศรษฐศาสตร์บัณฑิต	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยว	หลักสูตรบัญชีบัณฑิต	หลักสูตรเศรษฐศาสตร์บัณฑิต
1	จำนวนบัณฑิตระดับปริญญาตรีทั้งหมด	12	70	12	115	37
2	จำนวนบัณฑิตระดับปริญญาตรีที่ตอบแบบสำรวจเรื่องการทำงานภายใน 1 ปี หลังสำเร็จการศึกษา	11	65	6	111	36
3	จำนวนบัณฑิตระดับปริญญาตรีที่	6	41	2	72	20

	ตรีที่ได้งานทำหลังสำเร็จการศึกษา (ไม่นับรวมผู้ที่ประกอบอาชีพอิสระ)					
4	จำนวนบัณฑิตระดับปริญญาตรีที่ประกอบอาชีพอิสระ	-	10	-	6	2
5	จำนวนผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีงานทำก่อนเข้าศึกษา	2	6	-	6	-
6	จำนวนบัณฑิตระดับปริญญาตรีที่มีกิจการของตนเองที่มีรายได้ประจำอยู่แล้ว	-	10	-	6	2
7	จำนวนบัณฑิตระดับปริญญาตรีที่ศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษา	2	-	-	-	-
8	จำนวนบัณฑิตระดับปริญญาตรีที่อุปสมบท	-	-	-	-	-
9	จำนวนบัณฑิตระดับปริญญาตรีที่เกณฑ์ทหาร	-	1	-	1	-
10	เงินเดือนหรือรายได้ต่อเดือนของผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีที่ได้งานทำหรือประกอบอาชีพอิสระ (ค่าเฉลี่ย)	12,718.75	19,706.38	9,700.00	14,601.65	13,380.00

จากตารางพบว่า ค่าเฉลี่ยเงินเดือนของบัณฑิตสาขาวิชาการตลาดสูงกว่าที่รัฐบาลประกาศที่ 15,000 บาท อยู่ 31.33%

ลำดับที่	หลักสูตร	จำนวนผู้รับ บัณฑิต	จำนวน ผู้ตอบแบบ ประเมิน	ร้อยละ	ด้านคุณธรรม จริยธรรม	ด้านความรู้	ด้านทักษะทาง ปัญญา	ด้านทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ	ด้านทักษะ วิเคราะห์ ข้อมูล การ สื่อสารและการใช้ เทคโนโลยี	ด้านสุนทรียศิลป์	ด้านทักษะการ ส่งเสริมสุขภาพ และพัฒนา บุคลิกภาพ	ด้านทักษะในการ ทำงาน	รวม									
14.	คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์	331	185	55.89	4.71	94.29	4.40	88.00	4.44	88.84	4.48	89.80	4.30	85.83	4.49	89.89	4.63	92.60	4.35	86.93	4.48	89.51
	หลักสูตรนิเทศศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการสื่อสาร	8	4	50.00	4.75	95.00	4.63	92.60	4.36	87.60	4.63	92.60	4.25	85.00	4.25	85.00	4.75	95.00	4.08	81.60	4.46	89.20
	หลักสูตรนิเทศศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์	6	1	16.67	4.75	95.00	4.00	80.00	4.50	90.00	4.00	80.00	4.00	80.00	5.00	100.00	5.00	100.00	4.00	80.00	4.41	88.20
	หลักสูตรนิเทศศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารดิจิทัล	27	12	44.44	4.58	91.60	4.31	86.20	4.35	87.00	4.25	85.00	3.96	79.20	4.33	86.60	4.17	83.40	4.06	81.20	4.25	85.00
	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการเงินและการธนาคาร	43	28	65.12	4.71	94.20	4.51	90.20	4.47	89.40	4.55	90.60	4.43	88.60	4.46	89.20	4.64	92.80	4.44	88.80	4.52	90.40
	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ	48	29	60.42	4.63	92.60	4.49	89.80	4.55	91.00	4.52	90.40	4.49	89.80	4.41	88.20	4.55	91.00	4.47	89.40	4.52	90.40
	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ และหลักสูตร เศรษฐศาสตร์บัณฑิต	9	5	55.56	4.65	93.00	4.30	86.00	4.15	83.00	4.25	85.00	4.10	82.00	4.00	80.00	4.50	90.00	4.27	85.40	4.28	85.60
	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด	49	26	53.06	4.85	93.40	4.46	89.20	4.43	88.60	4.40	88.00	4.42	88.40	4.42	88.40	4.54	90.80	4.45	89.00	4.47	89.40
	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยว	5	1	20.00	5.00	100.00	4.25	85.00	4.50	90.00	5.00	100.00	4.25	85.00	5.00	100.00	5.00	100.00	4.67	93.40	4.71	94.20
	หลักสูตรปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยว	81	46	56.79	4.68	93.60	4.44	88.80	4.44	88.80	4.51	90.20	4.44	88.80	4.41	88.20	4.62	92.40	4.38	87.60	4.49	89.80
	หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยว	35	17	48.57	4.65	93.00	4.46	89.20	4.51	90.20	4.49	89.80	4.34	86.80	4.47	89.40	4.38	87.60	4.49	89.80	4.47	89.40
	หลักสูตรเศรษฐศาสตร์บัณฑิต	20	16	80.00	4.81	96.20	4.55	91.00	4.58	91.60	4.70	94.00	4.58	91.60	4.69	93.80	4.78	95.60	4.50	90.00	4.65	93.00

จากตารางพบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ภาพรวมอยู่ที่ 4.47 หรือ 89.40% ซึ่งอยู่ในระดับที่ดีมาก

จำนวนนิสิตที่เข้าร่วมการแข่งขันทางวิชาการตลอดปี 2565 และรางวัลที่ได้ ทั้งระดับประเทศและระดับภูมิภาคดังนี้

**Startup Thailand League : STL เข้าร่วมการแข่งขันระดับภูมิภาค**

นายเศรษฐานุกูล ปินจะ 65078103

นายกฤษฎี หอมนาน 65078005

นายรัตนชัย อธิรงค์ 65078087

นายไพบุลย์ บุญเรือง 65078072

นาย ลูติวัฒน์ รัชิวะ 65078023

นางสาวจิตตมาส บุญชาญ 65078013

นางสาวกรรณิการ์ เครือกลัด 65078004

**โครงการเส้นทางสู่นวัตกรรมวิจัย Research To Market : R2M ร่วมแข่งขันระดับภูมิภาค**

นาย ลูติวัฒน์ รัชิวะ 65078023

P1 ได้รับรางวัลและทุน 75,000 (ปี65)

นายเศรษฐานุกูล ปินจะ 65078103

**แผนงานการสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ในภูมิภาค (New Regional Startups Platform) :P1 เข้าร่วมการแข่งขัน(ปี65)**

นาย ลูติวัฒน์ รัชิวะ 65078023

**แผนงานการสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ในภูมิภาค (New Regional Startups Platform) :P1 ได้รับรางวัล (ปี66)**

นางสาวจิตตมาส บุญชาญ 65078013

นางสาวกรรณิการ์ เครือกลัด 65078004

**โครงการยุววิสาหกิจ TED YOUTH STARTUP ได้ร่วมการแข่งขัน**

นาย ลูติวัฒน์ รัชิวะ 65078023

**โครงการสร้างผู้ประกอบการ Micropreneur(GSB MicropreneurAcademy)**

SMART START IDEA by GSB Startup ได้รับรางวัล

นางสาวจิตตมาส บุญชาญ 65078013

นางสาวกรรณิการ์ เครือกลัด 65078004

**โครงการสร้างผู้ประกอบการ Micropreneur (GSB MicropreneurAcademy)**

SMART START IDEA by GSB Startup ได้เข้าร่วมแข่งขัน

นาย ลูติวัฒน์ รัชิวะ 65078023

**BCA Young Entrepreneurs Challenge ได้รางวัลรองชนะเลิศอันดับที่1**

นายเศรษฐานุกูล ปินจะ 65078103

นายกฤษฎี หอมนาน 65078005

นายรัตนชัย อธิวงค์ 65078087

นายไพบูลย์ บุญเรือง 65078072

นาย อูติวัฒน์ รีชีวะ 65078023

**โครงการ Business Brotherhood ได้รับรางวัล (250,000)**

นาย อูติวัฒน์ รีชีวะ 65078023

### ปี 3

**Startup Thailand League : STL เข้าร่วมการแข่งขัน/ได้รับรางวัลระดับภูมิภาค**

-นายทรงพล สว่างมงคลชัย 64078018

-นางสาวฉัตรภาภรณ์ หมื่นคำตัน 64078086 (รางวัลชนะเลิศอันดับ1)

-นางสาวพิมพ์ขวัญ โพธิตา 64078063 (รางวัลรองชนะเลิศอันดับ1)

-นางสาวศรุตตา อินทร์จันทร์ 64078071

**โครงการเส้นทางสู่นวัตกรรม Research To Market : R2M รองชนะเลิศอันดับที่ 1 ระดับประเทศ**

-นายทรงพล สว่างมงคลชัย 64078018

-นางสาวฉัตรภาภรณ์ หมื่นคำตัน 64078086

**•เข้าร่วม Research To Market : R2M ปี 2565 (ระดับมหาวิทยาลัย)**

-นางสาวศรุตตา อินทร์จันทร์ 64078071

-นางสาวเสาวลักษณ์ ดวนพล 64078076

**แผนงานการสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ในภูมิภาค (New Regional Startups Platform) :P1 เข้าร่วมการแข่งขัน(ปี65)**

**แผนงานการสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ในภูมิภาค (New Regional Startups Platform) :P1 ได้รับรางวัล (ปี66)**

-นายทรงพล สว่างมงคลชัย 64078018

-นางสาวฉัตรภาภรณ์ หมื่นคำตัน 64078086

-นางสาวศรุตตา อินทร์จันทร์ 64078071

**โครงการยูวีวิสาหกิจ TED YOUTH STARTUP ได้ร่วมการแข่งขัน/รับรางวัล**

**โครงการสร้างผู้ประกอบการ Micropreneur(GSB MicropreneurAcademy)**

**SMART START IDEA by GSB Startup ได้เข้าร่วมการแข่งขัน / รับรางวัล**

-นายทรงพล สว่างมงคลชัย 64078018(รางวัลรองชนะเลิศอันดับ1)

-นางสาวพิมพ์ขวัญ โพธิตา 64078063

-นางสาวศรุตตา อินทร์จันทร์ 64078071 (รางวัลชนะเลิศ)

**โครงการสร้างผู้ประกอบการ Micropreneur(GSB MicropreneurAcademy)**

**SMART START IDEA by GSB Startup (ผ่านเข้ารอบคัดเลือก 40 ผลงานระดับประเทศ)**

-นางสาวศรุตตา อินทร์จันทร์ 64078071

-นางสาวเสาวลักษณ์ ดวนพล 64078076

-นางสาวรสนันท์ สารเถื่อนแก้ว 64078068

**•Smart Start Idea by GSB Startup 2565 (ได้รับรางวัลรองชนะเลิศอันดับ 2 ระดับมหาวิทยาลัย)**

-นางสาวศรุตตา อินทร์จันทร์ 64078071

-นางสาวเสาวลักษณ์ ดวนพล 64078076

-นางสาวรสนันท์ สารเถื่อนแก้ว 64078068

## ปี 4

**Startup Thailand League : STL เข้าร่วมการแข่งขัน/ได้รับรางวัลระดับภูมิภาค**

นายวีรภัทร์ สิ้นธวงค์ 63074345

นายภาณุพันธุ์ ล้ำเลิศ 63074339

**โครงการเส้นทางสู่นวัตกรรมวิจัย Research To Market : R2M ร่วมแข่งขันระดับภูมิภาค**

นายวีรภัทร์ สิ้นธวงค์ 63074345

นายสัจจพล แก้วใบงาม 63074348

**โครงการเส้นทางสู่นวัตกรรมวิจัย Research To Market : R2M รางวัลรองชนะเลิศอันดับที่ 2 ระดับประเทศ**

นายวีรภัทร์ สิ้นธวงค์ 63074345

**แผนงานการสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ในภูมิภาค (New Regional Startups Platform) :P1 เข้าร่วมการแข่งขัน(ปี65)**

นายวีรภัทร์ สิ้นธวงค์ 63074345

**โครงการยุววิสาหกิจ TED YOUTH STARTUP ได้ร่วมการแข่งขันรับรางวัล**

นายสัจจพล แก้วใบงาม 63074348

**โครงการยุววิสาหกิจ TED YOUTH STARTUP ได้รับรางวัล (100,000)**

นายวีรภัทร์ สิ้นธวงค์ 630474345

**โครงการสร้างผู้ประกอบการ Micropreneur(GSB MicropreneurAcademy)**

**SMART START IDEA by GSB Startup ได้เข้าร่วมการแข่งขัน**

นายวีรภัทร์ สิ้นธวงค์ 63074345

**BCA Young Entrepreneurs Challenge ได้รางวัลรองชนะเลิศอันดับที่ 2**

นายวีรภัทร์ สิ้นธวงค์ 63074345

**โครงการ Business Brotherhood ได้รับรางวัล (250,000)**

นายวีรภัทร์ สิ้นธวงค์ 63074345

**WHAT IF : DPA Creative Advertising Contest เข้าร่วมการแข่งขันระดับภูมิภาค**

นายวีรภัทร์ สิ้นธวงค์ 63074345

นายสัจจพล แก้วใบงาม 63074348

นายเดชอุดม จันทนุเดช 63074330

**Regional to Global Platform: R2G แผนงาน “การส่งเสริมผู้ประกอบการภูมิภาคสู่ตลาดโลก”**

นายวีรภัทร์ สิ้นธวงค์ 63074345

จากรายละเอียดพบว่ามินิสิตเข้าร่วมโครงการต่างๆมากมายและยังสามารถคว้ารางวัลระดับประเทศได้เป็นจำนวนมากซึ่งสะท้อนถึงผลลัพธ์ของการเรียนรู้ของหลักสูตรได้เป็นอย่างดีทั้งนี้ทางหลักสูตรได้จัดกิจกรรมนำลิสิตที่ไปเข้าร่วมการแข่งขันต่างๆมาเล่าประสบการณ์ให้กับรุ่นน้องและบอกเทคนิคการแข่งขัน การเรียนและการใช้เครื่องมือใหม่ใหม่ที่ได้จากการแข่งขันมาบอกต่อกับรุ่นน้องเพื่อเป็นการส่งเสริมศักยภาพให้แก่รุ่นน้องด้วย

## ผลการประเมินตนเอง

AUN-QA Criterion 8 – Checklist	ระดับ
	2564
8.1 The pass rate, dropout rate, and average time to graduate are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.	4
8.2 Employability as well as self-employment, entrepreneurship, and advancement to further studies, are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.	4
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
8.4 Data are provided to show directly the achievement of the programme outcomes, which are established and monitored.	4
8.5 Satisfaction level of the various stakeholders are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.	4
<b>ความคิดเห็นโดยรวม (Overall opinion)</b>	<b>4</b>





## ส่วนที่ 3

# สรุปผลการประเมินตนเอง

ตารางสรุปผลการประเมินตนเอง ระดับหลักสูตร ตามเกณฑ์ สกอ. และ AUN QA

ตัวบ่งชี้ (Indicators)	ระดับ
องค์ประกอบที่ 1 การกำกับมาตรฐาน	เป็นไปตามเกณฑ์
องค์ประกอบที่ 2 การพัฒนาคุณภาพหลักสูตรตามเกณฑ์ AUN-QA ระดับหลักสูตร	
<b>AUN. 1 Expected Learning Outcomes</b>	
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.	4
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.	4
1.3 The programme to show that the expected learning outcomes consist of both generic outcomes (related to written and oral communication, problem-solving, information technology, teambuilding skills, etc) and subject specific outcomes (related to knowledge and skills of the study discipline).	4
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.	4
1.5 The programme to show that the expected learning outcomes are achieved by the students by the time they graduate.	4
<b>AUN. 2 Programme Structure and Content</b>	
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.	4
2.2 The design of the curriculum is shown to be constructively aligned with achieving the expected learning outcomes.	4
2.3 The design of the curriculum is shown to include feedback from stakeholders, especially external stakeholders.	4

ตัวบ่งชี้ (Indicators)	ระดับ
2.4 The contribution made by each course in achieving the expected learning outcomes is shown to be clear.	4
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.	4
2.6 The curriculum to have option(s) for students to pursue major and/or minor specialisations.	3
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.	4
<b>AUN. 3 Teaching and Learning Approach</b>	
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.	4
3.2 The teaching and learning activities are shown to allow students to participate responsibly in the learning process.	4
3.3 The teaching and learning activities are shown to involve active learning by the students.	4
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).	4
3.5 The teaching and learning activities are shown to inculcate in students, new ideas, creative thought, innovation, and an entrepreneurial mindset.	4
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.	4
<b>AUN. 4 Student Assessment</b>	

ตัวบ่งชี้ (Indicators)	ระดับ
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
4.2 The assessment and assessment-appeal policies are shown to be explicit, communicated to students, and applied consistently.	4
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
4.4 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
4.5 The assessment methods are shown to measure the achievement of the expected learning outcomes of the programme and its courses.	4
4.6 Feedback of student assessment is shown to be provided in a timely manner.	4
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.	4
<b>AUN. 5 Academic Staff</b>	
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.	4
5.2 The programme to show that staff workload is measured and monitored to improve the quality of education, research, and service.	4
5.3 The programme to show that the competences of the academic staff are determined, evaluated, and communicated.	4
5.4 The programme to show that the duties allocated to the academic staff are appropriate to qualifications, experience, and aptitude.	4
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.	4

ตัวบ่งชี้ (Indicators)	ระดับ
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.	4
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.	4
5.8 The programme to show that performance management including reward and recognition is implemented to assess academic staff teaching and research quality.	4
<b>AUN. 6 Student Support Services</b>	
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.	4
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.	4
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.	4
6.4 Co-curricular activities, student competition, and other student support services are shown to be available to improve learning experience and employability.	4
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.	4

ตัวบ่งชี้ (Indicators)	ระดับ
6.6 Student support services are shown to be subjected to evaluation, benchmarking, and enhancement.	4
<b>AUN. 7 Facilities and Infrastructure</b>	
7.1 The physical resources to deliver the curriculum, including equipment, material, and information technology, are shown to be sufficient.	4
7.2 The laboratories and equipment are shown to be up-to-date, readily available, and effectively deployed.	4
7.3 A digital library is shown to be set-up, in keeping with progress in information and communication technology.	4
7.4 The information technology systems are shown to be set up to meet the needs of staff and students.	4
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.	4
7.6 The environmental, health, and safety standards and access for people with special needs are shown to be defined and implemented.	4
7.7 The university is shown to provide a physical, social, and psychological environment that is conducive for education, research, and personal well-being.	4
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.	4
7.9 The quality of the facilities (library, laboratory, IT, and student services) are shown to be subjected to evaluation and enhancement.	4
<b>AUN. 8 Output and Outcomes</b>	
8.1 The pass rate, dropout rate, and average time to graduate are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.	4
8.2 Employability as well as self-employment, entrepreneurship, and	4

ตัวบ่งชี้ (Indicators)	ระดับ
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.	3
8.4 Data are provided to show directly the achievement of the Programme outcomes, which are established and monitored.	4
8.5 Satisfaction level of the various stakeholders are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.	4
<b>ระดับในภาพรวม (Overall opinion)</b>	<b>4</b>

### รายงานจุดเด่น และจุดที่ควรพัฒนา

สำหรับปีการศึกษา 2565	
<b>AUN. 1 Expected Learning Outcomes</b>	
จุดเด่น	จุดที่สามารถพัฒนาได้
1. มีการวางแผนการเรียนอย่างเป็นระบบ มี ELO ตามแต่ละชั้นปี	1. การสื่อสาร ELO ไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
2. สามารถผลิตบัณฑิตให้เป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมีรายได้หลักล้านบาทต่อปี หลายนราย	2. การรวบรวมข้อมูลความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเชิงลึก และปริมาณที่มากขึ้น
3.	3.
<b>AUN. 2 Programme Structure and Content</b>	
จุดเด่น	จุดที่สามารถพัฒนาได้
1. มี facebook Fanpage ของสาขาวิชา	1. พัฒนารายวิชาให้มีความทันสมัยและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ตามสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
2. รายวิชาที่มุ่งเน้นการฝึกปฏิบัติและลงมือทำจริง	2.

สำหรับปีการศึกษา 2565	
3. มีเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภาค จำนวนมาก	3.
AUN. 3 Teaching and Learning Approach	
จุดเด่น	จุดที่สามารถพัฒนาได้
1. มีกิจกรรมที่บูรณาการการเรียนการสอนและ โครงการเสริมหลักสูตรที่เหมาะสม ทันสมัย ใช้ได้ จริง เกิดผลประโยชน์จริงต่อผู้เรียนและชุมชน	1. มีการพัฒนาการเรียนการสอนให้ทันต่อ สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น การสอน ออนไลน์
2. เชิญผู้ประกอบการมาร่วมบรรยายและให้โปร เจคฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน	
3. มีพันธมิตรกับหน่วยงานต่างๆเพิ่มขึ้นมากทั้ง บริษัท Lamun Lamai, Next Digital, Owl Day House	3.
AUN. 4 Student Assessment	
จุดเด่น	จุดที่สามารถพัฒนาได้
1. คณาจารย์ร่วมกันสอบประมวลความรู้ทาง วิชาการและการฝึกปฏิบัติด้านการตลาดใน รายวิชาของปี 4	1.มีการพัฒนาระบบประเมินผู้เรียนร่วมกันที่ ทันสมัย เก็บข้อมูลได้ละเอียด ง่ายต่อการสรุปผล ภาพรวม
2. มีวิธีการประเมินที่หลากหลายและวัดผลได้ดีกว่า แบบเดิมเช่นข้อสอบเพียงอย่างเดียว	2.
3. มีการประเมินร่วมกับผู้ประกอบการ	3.
AUN. 5 Academic Staff	
จุดเด่น	จุดที่สามารถพัฒนาได้
1.	1.
2.	2.
3.	3.
AUN. 6 Student Support Services	
จุดเด่น	จุดที่สามารถพัฒนาได้



สำหรับปีการศึกษา 2565	
1. มีโครงการอบรม ส่งเสริมและพัฒนาทักษะนิสิตด้านวิชาชีพทางการตลาด อย่างเหมาะสมและทันสมัย	1. การสร้างเครือข่ายกับผู้ประกอบการเพื่อร่วมพัฒนาการเตรียมการสอนแบบบูรณาการ
2. นำธุรกิจภาคเอกชน เข้ามามีส่วนร่วม ในการเรียนการสอน	2. การมีสถานที่หรือ ecosystem องค์กรประกอบอื่นๆที่สามารถให้นิสิตสามารถได้ลงมือทำจริงๆ
3. การบูรณาการการเรียนการสอนเข้ากับกิจกรรมเสริมหลักสูตร และโครงการบริการวิชาการเช่นโครงการออมสินยุวพัฒน์รักษ์ถิ่น โครงการยุวชนจิตอาสา	3.
AUN. 7 สิ่ง Facilities and Infrastructure	
จุดเด่น	จุดที่สามารถพัฒนาได้
1. มีห้องประชุมสาขาวิชาการตลาด	1. ปรับปรุงห้องสำหรับนิสิตให้สามารถพูดคุยร่วมกันทำงาน และปรึกษางานด้านการตลาดกับคณาจารย์ได้
2. มีห้องคอมพิวเตอร์เฉพาะสาขาและปรี้นเตอร์สำหรับการเรียนและฝึกปฏิบัติ สำหรับนิสิตที่ไม่มีคอมพิวเตอร์	2. เพิ่มจำนวนคอมพิวเตอร์และขนาดของสถานที่
3.	3.
AUN. 8 Output and Outcomes	
จุดเด่น	จุดที่สามารถพัฒนาได้
1. มีบัณฑิตที่เป็นผู้ประกอบการหรือทำงานขายที่ใช้ทักษะด้านดิจิทัลค่อนข้างมาก	1. เครือข่ายทางธุรกิจที่จะช่วยสนับสนุนด้านการฝึกงาน สหกิจฯ และ CWIE มีเพิ่มมากขึ้นหลากหลายบริษัท
2. มีบัณฑิตที่เป็นผู้ประกอบการ ที่ประสบความสำเร็จ	2.
3. บัณฑิตที่จบไปแล้วมีเงินเดือนเฉลี่ยรวมมากกว่าที่รัฐบาลประกาศ	3.

# ส่วนที่ 4

## ภาคผนวก

## รายการหลักฐานอ้างอิง

[1]

[2]