



สภามหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

อนุมัติหลักสูตรนี้แล้ว

เมื่อวันที่ 11 พ.ย. 2566



หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์
(หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2567)

สำนักวิชาการจัดการ
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

สารบัญ

หมวดที่		หน้า
1	ข้อมูลทั่วไป	1
2	ปรัชญา วัตถุประสงค์ และผลลัพธ์การเรียนรู้	16
3	โครงสร้างของหลักสูตร รายวิชา และหน่วยกิต	20
4	การจัดกระบวนการเรียนรู้	65
5	ความพร้อมและศักยภาพในการบริหารจัดการหลักสูตรซึ่งรวมถึงคณาจารย์	81
6	คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา	93
7	การประเมินผลการเรียนและเกณฑ์การสำเร็จการศึกษา	97
8	การประกันคุณภาพหลักสูตร	103
9	ระบบและกลไกในการพัฒนาหลักสูตร	108
10	ระบบอาจารย์ที่ปรึกษา	117
ภาคผนวก		
1	ข้อบังคับมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ว่าด้วยการศึกษาชั้นปริญญาตรี ระบบ ทวิภาค พ.ศ. 2566	120
2	ข้อบังคับของมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ว่าด้วยระบบคลังหน่วยกิต พ.ศ. 2564	136
3	ประกาศมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์เรื่อง นโยบายและทิศทางในการผลิตบัณฑิต และพัฒนาผู้เรียนของมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ พ.ศ.2566	143
4	ประกาศมหาวิทยาลัย เรื่องแนวทางการจัดการเรียนการสอนเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับรายวิชาในหลักสูตร	145
5	คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ ปีการศึกษา 2567	146
6	ประวัติอาจารย์และเจ้าหน้าที่ในหลักสูตร	147

7	รายละเอียดการบริหารจัดการของชุดวิชา (Module) ในหลักสูตร	211
8	ตารางเปรียบเทียบหลักสูตรเดิมกับหลักสูตรปรับปรุง (กรณีหลักสูตรปรับปรุง)	213
9	การเปรียบเทียบโครงสร้างหลักสูตรที่สอดคล้องกับมาตรฐานตามที่สภาวิชาชีพกำหนด (กรณีมีสภาวิชาชีพ)	222
10	หนังสือความร่วมมือกับสถาบันอื่น ๆ (ถ้ามี)	223
11	บทสรุปผู้บริหารผลการประเมินคุณภาพย้อนหลัง 3 ปี	230
12	ตารางแสดงความต้องการจำเป็น การวิเคราะห์และจัดลำดับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับหลักสูตร	233
13	ตารางแสดงความสอดคล้องของผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLO) กับวิสัยทัศน์ พันธกิจ อัตลักษณ์บัณฑิต และคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์และความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	241
14	เงื่อนไขการเรียนรายวิชากลุ่มวิชาภาษาต่างประเทศและเงื่อนไขการเทียบคะแนนสอบวัดความรู้และทักษะทางเทคโนโลยีสารสนเทศ	245

รายละเอียดของหลักสูตร
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์
(หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2567)

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา
สำนักวิชา/วิทยาลัย

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
สำนักวิชาวิชาการจัดการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อหลักสูตร

รหัสหลักสูตร : 25620231100625
ชื่อหลักสูตรภาษาไทย : หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์
ชื่อหลักสูตรภาษาอังกฤษ : Bachelor of Business Administration Program in
Digital Marketing and Branding

2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

ภาษาไทย : ชื่อเต็ม (ไทย) : บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาดดิจิทัลและ
การสร้างแบรนด์)
ชื่อย่อ (ไทย) : บธ.บ. (การตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์)
ภาษาอังกฤษ : ชื่อเต็ม (อังกฤษ) : Bachelor of Business Administration (Digital
Marketing and Branding)
ชื่อย่อ (อังกฤษ) : B.B.A. (Digital Marketing and Branding)

3. จุดเด่นหรือจุดเน้นของหลักสูตรที่สร้างความสามารถในการแข่งขัน

- 3.1 หลักสูตรมุ่งเน้นการสร้างนักรการตลาดที่มีทักษะดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ พร้อมทั้งจะเป็น
ผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลโดยกระบวนการสหกิจศึกษาซึ่งเพิ่มโอกาสการได้งานทำจากการ
ปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการ 8 เดือน
- 3.2 หลักสูตรผลิตนักรการตลาดดิจิทัล และนักสร้างแบรนด์ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและ
สิ่งแวดล้อม โดยใช้เครื่องมือการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์สมัยใหม่ผ่านโครงการ
ความร่วมมือกับธุรกิจภาคอุตสาหกรรม บริษัทชั้นนำ และมหาวิทยาลัยในต่างประเทศ

4. อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

อาชีพ	ลักษณะงาน (Job Description)
1. อาชีพทางด้าน Digital Marketing - นักรการตลาดออนไลน์ (Digital Marketing Officer)	1. วางแผน บริหารจัดการสื่อช่องทางออนไลน์ของบริษัท โดยการใช้สื่อออนไลน์สมัยใหม่ ในการเผยแพร่ เนื้อหา ทั้ง ภาพ วิดีโอ และบทความให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

อาชีพ	ลักษณะงาน (Job Description)
<p>- เจ้าหน้าที่ฝ่ายโฆษณาออนไลน์ (Advertising Officer)</p> <p>- นักการตลาดเนื้อหา/ SEO (Content Marketing Officer/ SEO Officer)</p> <p>-นักวิเคราะห์การตลาดออนไลน์ (Online-Market Research Analyst)</p> <p>-นักการตลาดโซเชียลมีเดีย (Social Media Marketing Officer)</p> <p>-นักบริการลูกค้าออนไลน์ (Online Customer Service Representative)</p> <p>- ตัวแทนขายออนไลน์มืออาชีพ (Professional Online Sales Representative)</p>	<p>2. นำเสนอโปรโมชั่นสำหรับการตลาดทั้งออนไลน์ และ ออฟไลน์ได้ Event หรือ แคมเปญ และกิจกรรมออนไลน์ ต่างๆ</p> <p>3. ทำให้เกิดการรับรู้ต่อแบรนด์ (Brand Awareness), เกิด การใช้งาน (Traffic), การมีส่วนร่วม (Engagement), การ โน้มน้าวลูกค้า (Leads) เพิ่มขึ้น เพื่อเพิ่มยอดขายและรักษา ฐานลูกค้า</p> <p>4. นำเสนอความคิดสร้างสรรค์ สำหรับสื่อออนไลน์ สามารถ อธิบาย และกระจายงานสำหรับการทำสื่อ และ ประสานงานแผนกอื่นๆ เพื่อคิดและจัดทำสื่อโฆษณา ออนไลน์ต่างๆ</p> <p>5. วัดผลและรายงานประสิทธิภาพของแคมเปญการตลาด ดิจิทัลทั้งหมด และประเมินตามเป้าหมาย</p> <p>6. ชื้อโฆษณาออนไลน์ ควบคุมและดูแล โฆษณาออนไลน์ สำหรับแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ เช่น Facebook Ads, Google Ads</p> <p>7. วางแผนและใช้งบประมาณให้เหมาะสม ในการพัฒนา แผนการตลาดออนไลน์ เพื่อส่งเสริมยอดขายให้เติบโต รวมไปถึงวางแผนโฆษณาเพื่อสื่อไอเดีย สินค้าหรือบริการต่าง ๆ และซื้อสื่อเพื่อให้ได้พื้นที่ทำโฆษณา</p>
<p>2. อาชีพทางด้าน Branding</p> <p>- นักสร้างแบรนด์ (Brand Designer)</p> <p>- ผู้จัดการแบรนด์ (Brand Manager)</p> <p>- นักสร้างสรรค์คอนเทนต์ (Content Creator)</p> <p>- นักสร้างกลยุทธ์และบริหารติดตามแบรนด์ (Brand Strategist)</p> <p>- นักการตลาดและการสื่อสารแบรนด์ (Marketing and Brand Communications Specialist)</p> <p>- นักสร้างสรรค์แบรนด์ (Brand Creative Officer)</p>	<p>1. เป็นอาชีพที่มุ่งเน้นในการสร้างและออกแบบแบรนด์ผ่าน กระบวนการต่างๆ เพื่อสร้างการรับรู้ การรู้จัก และเป็น ที่จดจำในกลุ่มเป้าหมายของแบรนด์ รวมทั้งการพัฒนาและ บริหารจัดการแบรนด์ให้เป็นไปตามเป้าหมายขององค์กร งานของผู้บริหารแบรนด์รวมถึงการวางแผนกลยุทธ์ การตลาด การจัดการโฆษณา การเพิ่มการรับรู้และความ นิยมของแบรนด์ และการดูแลและสร้างความสัมพันธ์กับ ลูกค้า</p> <p>2. งานของผู้สร้างแบรนด์รวมถึงการออกแบบสื่ออัตลักษณ์ แบรนด์ โลโก้ พื้นหลังแบรนด์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ สินค้า การออกแบบเว็บไซต์ และสื่อต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การสร้างแบรนด์</p>
<p>3. อาชีพทางด้านนักพัฒนาธุรกิจ (Business Development)</p>	<p>1. พัฒนากลยุทธ์การสื่อสารและทำงานเกี่ยวกับการสร้าง แบรนด์ให้กับบริษัท</p>

อาชีพ	ลักษณะงาน (Job Description)
<p>ความเป็นผู้ประกอบการและธุรกิจ Start up</p> <ul style="list-style-type: none"> - นักพัฒนาธุรกิจ (Business Development Officer) - นักให้คำปรึกษาธุรกิจออนไลน์ (Online Business Consultant) - นักพัฒนากลยุทธ์ธุรกิจ (Strategic Planning) - นักวิเคราะห์การแข่งขันของธุรกิจ (Competitive Analysis) - นักการขายและการสร้างรายได้ (Sales and Revenue Generation) - นักจัดการโครงการ/อีเว้นท์ (Project/Event Manager) - นักพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดออนไลน์ (Product Online-marketing) 	<ol style="list-style-type: none"> 2. พัฒนากลยุทธ์การขายและการพัฒนาธุรกิจที่แข่งขันได้ ซึ่งคาดการณ์การกระทำของคู่แข่งและวางทิศทางการขาย ให้ดีที่สุดในตลาดเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ของลูกค้า 3. สร้างความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นกับลูกค้า ผู้ขาย และลูกค้า 4. ประเมินกลยุทธ์ กระบวนการพัฒนาธุรกิจ และวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการพัฒนาธุรกิจ 5. ส่งเสริมบริการและผลิตภัณฑ์ของทุกหน่วยงาน และประสานงานการขายกับฝ่ายขายอื่นๆ 6. เจรจาและรับผิดชอบต่อสัญญา ด้านการพัฒนาสินค้าและบริการ และช่องทางในการลงทุน เพื่อขยายโอกาสทางธุรกิจ

5. วิชาเอก/แขนงวิชา (ถ้ามี)

ไม่มี

6. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร

120 หน่วยกิตระบบทวิภาค

7. ระบบการจัดการศึกษา

7.1 ระบบ

ระบบทวิภาค

โดย 1 ปีการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ภาคการศึกษาปกติ 1 ภาคการศึกษาปกติมี ระยะเวลาศึกษา ไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์

7.2 การจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน

มีภาคการศึกษาฤดูร้อน

มีการจัดการเรียนการสอนแบบ Credit Bank ให้บุคคลที่ไม่ได้อยู่ในระบบปกติ

7.3 การดำเนินการหลักสูตร

วัน – เวลาในการดำเนินการเรียนการสอน

วัน เวลาราชการปกติ

ภาคการศึกษาที่ 1 เดือนมิถุนายน – เดือนตุลาคม

ภาคการศึกษาที่ 2 เดือนพฤศจิกายน – เดือนมีนาคม

8. รูปแบบของหลักสูตร

8.1 รูปแบบ

- หลักสูตรปริญญาตรี (4 ปี)

8.2 ประเภทของหลักสูตรฯ

- หลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาการ

8.3 ภาษาที่ใช้

- ภาษาไทย และภาษาอังกฤษในบางรายวิชา

8.4 ความร่วมมือกับองค์กรภายนอก

เป็นหลักสูตรที่มีความร่วมมือกับองค์กรภายนอก ได้แก่ สถาบันการศึกษา และสถานประกอบการที่รับนักศึกษาฝึกสหกิจศึกษาที่มีการทำ MOU ในระดับมหาวิทยาลัย และระดับสำนักวิชา (ภาคผนวกที่ 10)

- รูปแบบของการร่วมมือ

- ร่วมมือกัน โดยมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ เป็นผู้ให้ปริญญา

8.5 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา

- หลักสูตรฯเดียว

8.6 สถานที่จัดการเรียนการสอน

- ในสถานที่
- นอกสถานที่ ได้แก่ การฝึกสหกิจศึกษา ณ สถานประกอบการ (ภาคผนวกที่ 10)

9. กระบวนการตรวจสอบการดำเนินการจัดการศึกษา

หลักสูตรฯมีความพร้อมในการรองรับการประเมินเพื่อรับรองมาตรฐานการอุดมศึกษาภายในปีการศึกษา 2568 โดยคณะกรรมการจากกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

10. สถานภาพของหลักสูตรฯและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตรฯ

10.1 สถานภาพหลักสูตรฯ

หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2567 เปิดสอน ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2567 ปรับปรุงจากหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2562

10.2 การพิจารณาหลักสูตรฯจากคณะกรรมการของมหาวิทยาลัย

- คณะกรรมการประจำสำนักวิชาการจัดการเห็นชอบหลักสูตร ในการประชุมครั้งที่ 10/2566 วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2566
- สภาวิชาการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ เห็นชอบหลักสูตร ในการประชุมครั้งที่ 10/2566 วันที่ 25 ตุลาคม 2566
- สภามหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ อนุมัติหลักสูตร ในการประชุมครั้งที่ 10/2566 วันที่ 11 พฤศจิกายน 2566
- ประกาศรับรองหลักสูตรฯของ กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ตามบันทึกที่ [คลิกพิมพ์] เมื่อวันที่ [คลิกพิมพ์]

11. ความสอดคล้องของหลักสูตรกับยุทธศาสตร์ชาติ SDG และแผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัย

11.1 ความสอดคล้องของหลักสูตรกับทิศทางนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนากำลังคนของประเทศ และตามพันธกิจหลักของสถาบันที่สอดคล้องกับการจัดกลุ่มสถาบันอุดมศึกษา

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปีได้กำหนดวิสัยทัศน์ประเทศไทยว่า “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” โดยให้ความสำคัญกับการกำหนดแนวทางการขับเคลื่อนประเทศระยะยาวด้วยการยกระดับศักยภาพในหลากหลายมิติเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง ในมิติความมั่นคงทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ประชาชนมีความมั่นคงในการใช้ชีวิตตามปัจจัย 4 เป็นอย่างน้อย มีงานและรายได้มั่นคง รวมถึงอาหารและที่อยู่อาศัยที่เหมาะสมและสร้างความมั่นคงทางอาหาร

โดยหลักสูตรฯ มีการพัฒนาปรับปรุงให้มีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580 ดังประเด็นดังต่อไปนี้

ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน หลักสูตรการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ มุ่งเน้นผลิตบัณฑิตให้เป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีศักยภาพตามยุทธศาสตร์ด้านที่ 2 โดยมีเป้าหมาย คือ การพัฒนาบัณฑิตที่มีศักยภาพในการร่วมขับเคลื่อนความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจเพื่อใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการขับเคลื่อนประเทศไทยให้ก้าวข้ามกับดักการเป็นประเทศรายได้ปานกลาง ลดการเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ รวมถึงมีความสามารถทางการแข่งขัน (สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561) รวมถึงการร่วมขับเคลื่อนประเทศภายใต้ระบบเศรษฐกิจคุณค่า (Value Economy) ที่จะนำไปสู่การสร้างระบบเศรษฐกิจมูลค่าสูงภายใต้ต้นนโยบายประเทศไทย 4.0 ที่ต้องวางระบบและเตรียมการรับมือกับกระแสการเปลี่ยนแปลงในโลกยุคดิจิทัลตั้งเห็นได้จากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา หรือ COVID-19 ที่ทำให้โลกธุรกิจถูกขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล การทำการตลาดและการสร้างแบรนด์ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลจึงกลายเป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนธุรกิจในยุคปัจจุบันและอนาคต

ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ หลักสูตรการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ มุ่งเน้นผลิตบัณฑิตให้เป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีศักยภาพตามยุทธศาสตร์ชาติ โดยมีเป้าหมาย คือ การสร้างคนเก่ง มีความซื่อสัตย์ ใฝ่รู้ เป็นคนดี รวมถึงเป็นผู้ที่มีสุขภาพที่ดีเป็นกำลังคนที่มีคุณภาพของประเทศและเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศ เป็นพลเมืองที่ดีของประเทศ

นอกจากนี้ ในการปรับปรุงหลักสูตรในครั้งนี้นี้ยังได้ยึดแนวทางตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ปี พ.ศ. 2566 – 2570 เนื่องจากในการพัฒนาประเทศ สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ หรือสภาพัฒน์ฯ ได้มีการวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ปี พ.ศ. 2566 – 2570 มีการกำหนดเป้าหมายและทิศทางที่ชัดเจนในการสร้างและขับเคลื่อนประเทศ โดยด้านที่สำคัญเกี่ยวข้องกับการพัฒนาพื้นฐานศักยภาพ ทางทรัพยากร และวัฒนธรรมของของพื้นที่ และการสร้างความสมดุลในการกระจายผลประโยชน์จากการพัฒนาแก่ทุกภาคส่วนเศรษฐกิจและสังคมอย่างเป็น ด้านที่สอง เกี่ยวข้องกับการดำเนินการลดความเปราะบางต่อความเปลี่ยนแปลงทั้งจากภายนอก และภายในประเทศ การสร้างความพร้อมของประเทศในการรับมือและปรับตัวให้อยู่รอดได้ในสภาวะวิกฤติ พร้อมทั้งมีความสามารถในการสร้างสรรค์ประโยชน์

จากการเปลี่ยนแปลง หรือการพลิกวิกฤตให้เป็นโอกาส เพื่อสร้างการเติบโตที่มีคุณภาพและยั่งยืน (สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565) ซึ่งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ปี พ.ศ. 2566 – 2570 หรือ แผน 13 มีการตอบสนองต่อวิสัยทัศน์ของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ที่น้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงด้วยการขับเคลื่อนประเทศภายใต้หลักความมีเหตุผล พอประมาณ มีภูมิคุ้มกันบนฐานความรู้ คุณธรรมและความเพียร แผน 13 นี้ ยังให้ความสำคัญกับการสร้างภูมิคุ้มกันให้กับประเทศด้วยการกำหนดแนวทางการพัฒนาทุนมนุษย์ให้พร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง ถ้าล้มต้องลุกไว้ หรือกล่าวได้ว่าต้องมีความพร้อมในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลง พร้อมต่อการเติบโตอย่างยั่งยืน โดยมีคำสำคัญว่า “ไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง” หมายถึงการมุ่งเน้นในการพัฒนาคนทุกกลุ่มทุกระดับ ภายใต้โมเดลธุรกิจใหม่ BCG Model ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียนและเศรษฐกิจสีเขียว

จากสิ่งที่ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570) ได้มุ่งเน้นนั้นสอดคล้องกับทิศทางของโลกธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับ “คุณค่า” (Value) ในมิติที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นต่อทุกฝ่าย ซึ่งเป็นมิติของการให้ความสำคัญกับคุณค่าของลูกค้า (Customer Value) ที่ต้องอาศัยกระบวนการสร้างคุณค่าร่วมกัน และสอดคล้องกับแนวคิดประเทศไทย 4.0 ในมิติของการพัฒนาระบบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบรนด์และใช้เครื่องมือการตลาดดิจิทัลในการสร้างมูลค่าทางธุรกิจมากกว่าการมุ่งเน้นการเป็นฐานการผลิต เนื่องจากโลกธุรกิจในปัจจุบันก้าวข้ามระบบเศรษฐกิจการผลิต (Production Based Economy) มาเป็นระบบเศรษฐกิจคุณค่า (Value Based Economy) ผู้ที่มีความได้เปรียบทางธุรกิจไม่ใช่ผู้ที่มีความสามารถในการผลิต แต่กลับเป็นผู้ที่มีความสามารถในการสร้างแบรนด์ เพราะสิ่งที่ลูกค้าหรือผู้บริโภคในปัจจุบันให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการคือ “แบรนด์” และสินค้าที่มีแบรนด์สามารถจำหน่ายได้ในราคาที่สูงกว่าสินค้าแบบเดียวกันที่ไม่มีแบรนด์ ซึ่งสอดคล้องกับมาตรฐานการอุดมศึกษาปี พ.ศ. 2565 ทักษะที่พึงประสงค์ของกำลังคนในสาขาการตลาดดิจิทัล ปี พ.ศ. 2565 ตลอดจนความคาดหวังและความต้องการด้านกำลังคนของธุรกิจและผู้ใช้บัณฑิตต่อการได้บัณฑิตสาขาการตลาดที่มีความรู้ด้านการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ ภายใต้กรอบการยกระดับคุณภาพของระบบอุดมศึกษาให้เกิดการพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ที่เป็นปัจจัยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและความยั่งยืนของสังคมไทย

โดยหลักสูตรการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์มีความสอดคล้องกับพันธกิจหลักของสถาบันการศึกษาที่สอดคล้องกับการจัดกลุ่มสถาบันอุดมศึกษาซึ่งมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์จัดอยู่ในกลุ่ม 1 กลุ่มการพัฒนาการวิจัยระดับแนวหน้าของโลกตามกฎกระทรวง การจัดกลุ่มสถาบันอุดมศึกษา พ.ศ. 2564 ในการพัฒนาให้นักศึกษามีทักษะในการทำวิจัยเพื่อแก้ปัญหาด้านบริหารธุรกิจ การตลาด รวมถึงการสร้างนวัตกรรมทางธุรกิจในยุคดิจิทัล และส่งเสริมให้นักศึกษามีพัฒนาการงานวิชาการเพื่อนำเสนอในงานประชุมวิชาการระดับชาติหรือนานาชาติ

11.2 ความเสี่ยงและผลกระทบจากภายนอก อาทิ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี นโยบาย สิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ในบริบทโลกและประเทศ

ในการปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจ การตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อรับมือกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งเป็นความเสี่ยงที่ไม่สามารถคาดการณ์หรือทำนายได้ สิ่งที่สามารถทำได้มีเพียงการเตรียมการและการน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในการพัฒนาบุคลากรที่มีหลักคิดความมีเหตุผล ความพอประมาณ และการมีภูมิคุ้มกันที่ดีบนฐาน 2 เงื่อนไข ได้แก่ ความรู้และความมีคุณธรรม ให้รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต โดยมีความเสี่ยงที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ดังนี้

- การพัฒนาและความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ปัจจุบันมีการกล่าวถึงเทคโนโลยี 5.0 ที่มีการสื่อสารด้วยภาพและเสียง รวมถึง Virtual Reality/Augmented Reality (VR/AR) ที่อาจจะมีการพัฒนาไปจนถึงการสื่อสารด้วยภาพโฮโลแกรมหรือเทคโนโลยีอื่น ๆ ที่เป็นวิวัฒนาการทางการตลาดอีกขั้น ที่เทคโนโลยีใหม่ก่อให้เกิดพฤติกรรมผู้บริโภคที่แตกต่างจากเดิม ที่นอกจากจะผสมช่องทางแบบออนไลน์และออฟไลน์เข้าด้วยกันแล้ว ยังนำเสนอประสบการณ์แบบไร้ขีดจำกัดที่ผู้บริโภคมีส่วนร่วมได้อย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งนักการตลาดจำเป็นต้องสามารถเข้าใจพฤติกรรมและการให้คุณค่าของลูกค้าเพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์การตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- การเกิดโรคอุบัติใหม่ที่ส่งผลให้เกิดการหยุดชะงักของธุรกิจ ดังเช่นการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรน่า หรือ COVID-19 ดังเช่นช่วงที่ผ่านมา ธุรกิจต้องการคนที่สามารถปรับตัวและรับมือกับการเปลี่ยนแปลงได้เร็วและดีที่สุด ดังคำว่า “ปลาเร็วกินปลาช้า” ใครพร้อมก่อน ลูกเดินได้ก่อน ถึงเส้นชัยก่อน ด้วยเหตุนี้ จึงได้มีการวางแผนการจัดการเรียนการสอนและการพัฒนานักศึกษาให้มีความพร้อมรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาธุรกิจที่พร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลง รวมถึงการพัฒนาธุรกิจภายใต้โมเดลธุรกิจใหม่ที่พร้อมปรับเปลี่ยนภายใต้รายวิชาโมเดลทางธุรกิจและการออกแบบความคิดระบบในยุคดิจิทัล และนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์
- การกำหนดกฎเกณฑ์และกติกาใหม่ด้านสิ่งแวดล้อมที่ประชาคมโลกมีเป้าหมายร่วมกันในการขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจที่มีการปล่อยก๊าซคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ การใช้เครื่องมือทางการตลาดที่คืนกำไรให้กับสังคม และสิ่งแวดล้อม การดำเนินงานทางการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมจึงต้องใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพ รวมทั้งยังต้องส่งเสริมสร้างสรรค์ให้เกิดผลดีต่อสังคมส่งผลให้ธุรกิจและการดำเนินการตลาดพร้อมรับมือกับภาวะเปราะบางหรือมาตรการการค้าระดับนานาชาติ โดยมีการเตรียมความพร้อมในการพัฒนานักศึกษาผ่านกิจกรรมเสริมหลักสูตรและบูรณาการกับงานวิจัยของคณาจารย์ในพื้นที่ธุรกิจจริง

11.3 การตอบสนองเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน 17 ข้อขององค์การสหประชาชาติ (SDGs)

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (SDGs)	ความเกี่ยวข้องกับ หลักสูตรฯ
SDG 1 ขจัดความยากจนทุกรูปแบบทุกสถานที่ (No poverty)	✓
SDG 2 ขจัดความหิวโหย บรรลุความมั่นคงทางอาหาร ส่งเสริมเกษตรกรรมอย่างยั่งยืน (Zero hunger)	-
SDG 3 สร้างหลักประกันว่าคนมีชีวิตที่มีสุขภาพดีและส่งเสริมสวัสดิภาพสำหรับทุกคนในทุกวัย (Ensure healthy lives and promote well-being for all at all ages)	-
SDG 4 สร้างหลักประกันว่าทุกคนมีการศึกษาที่มีคุณภาพและเท่าเทียม และสนับสนุนโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Ensure inclusive and equitable and promote lifelong learning opportunities for all)	✓
SDG 5 บรรลุความเสมอภาคระหว่างเพศและให้อำนาจของผู้หญิงและเด็กหญิงทุกคน (Achieve gender equality and empower all women and girls)	✓
SDG 6 สร้างหลักประกันเรื่องน้ำและการสุขาภิบาลให้มีการจัดการอย่างยั่งยืน และมีสภาพพร้อมใช้สำหรับทุกคน (Ensure availability and sustainable management of water and sanitation for all)	-
SDG 7 สร้างหลักประกันว่าทุกคนเข้าถึงพลังงานสมัยใหม่ในราคาที่สามารถซื้อหาได้ เชื่อถือได้ และยั่งยืน (Ensure access to affordable, reliable, sustainable and modern energy for all)	-
SDG 8 ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง ครอบคลุมและยั่งยืน การจ้างงานเต็มที่ และมีผลิตภาพ และการมีงานที่เหมาะสมสำหรับทุกคน (Promote sustained, inclusive and sustainable economic growth, full and productive employment and decent work for all)	✓
SDG 9 สร้างโครงสร้างพื้นฐานที่มีความทนทาน ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ครอบคลุมและยั่งยืน และส่งเสริมนวัตกรรม (Build resilient infrastructure, promote inclusive and sustainable industrialization and foster innovation)	✓
SDG 10 ลดความไม่เสมอภาคภายในและระหว่างประเทศ (Reduce inequality within and among countries)	-
SDG 11 ทำให้เมืองและการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์มีความปลอดภัย ทั่วถึงและพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืน (Make cities and human settlements inclusive, safe, resilient and sustainable)	-
SDG 12 สร้างหลักประกันให้มีแบบแผนการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน (Ensure sustainable consumption and production pattern)	✓

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (SDGs)	ความเกี่ยวข้องกับ หลักสูตรฯ
SDG 13 ปฏิบัติการอย่างเร่งด่วนเพื่อต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและผลกระทบที่เกิดขึ้น (Take urgent action to combat climate change and its impacts)	-
SDG 14 อนุรักษ์และใช้ประโยชน์จากมหาสมุทร ทะเล และทรัพยากรทางทะเลและทรัพยากรทางทะเลอย่างยั่งยืน (Conserve and sustainably use the oceans, seas and marine resources for sustainable development)	-
SDG 15 ปกป้อง ฟื้นฟู และสนับสนุนการใช้ระบบนิเวศบนบกอย่างยั่งยืน ต่อกู้การกลายสภาพเป็นทะเลทราย หยุดการเสื่อมโทรมของที่ดินและฟื้นฟูสภาพกลับมาใหม่ และหยุดการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ (Protect, restore and promote sustainable use of terrestrial ecosystems, sustainably manage forests, combat desertification, and halt and reverse land degradation and halt biodiversity loss)	-
SDG 16 ส่งเสริมสังคมที่สงบสุขและครอบคลุม เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนให้ทุกคนเข้าถึงความยุติธรรม และสร้างสถาบันที่มีประสิทธิภาพ รับผิดชอบ และครอบคลุมในทุกระดับ (Promote peaceful and inclusive societies for sustainable development, provide access to justice for all and build effective, accountable and inclusive institutions at all levels)	✓
SDG 17 เสริมความเข้มแข็งให้แก่กลไกการดำเนินงานและฟื้นฟูสภาพหุ้นส่วนความร่วมมือระดับโลกสำหรับการพัฒนาที่ยั่งยืน (Strengthen the means of implementation and revitalize the Global Partnership for Sustainable Development)	-

11.4 การตอบสนองนโยบายกลยุทธ์ของมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

1) แผนยุทธศาสตร์ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

แผนยุทธศาสตร์ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	ความสอดคล้อง กับยุทธศาสตร์
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาความเป็นเลิศทางการวิจัย บริการวิชาการและการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม เพื่อตอบสนองต่อการพัฒนาประเทศ	<ul style="list-style-type: none"> - อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ มีผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและการสร้างแบรนด์ที่มีการใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ และบทความตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานทางวิชาการระดับนานาชาติ - หลักสูตรฯ ดำเนินการจัดบริการวิชาการให้แก่สถานประกอบการและชุมชนภายนอก โดยบูรณาการร่วมกับการจัดการเรียนการสอน

แผนยุทธศาสตร์ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	ความสอดคล้อง กับยุทธศาสตร์
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 การปฏิรูปการเรียนการสอนโดยใช้รูปแบบและวิทยาการสมัยใหม่เพื่อมุ่งสู่ความเป็นสากล	หลักสูตรฯจัดการเรียนการสอนในกลุ่มวิชา/รายวิชาที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ทั้งเครื่องมือการตลาดดิจิทัลสมัยใหม่ และเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่าง ๆ โดยมุ่งสู่ความเชี่ยวชาญสากลของบัณฑิตที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีการเรียนที่ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างและพัฒนาคุณภาพบัณฑิต เพื่อตอบสนองต่อ ยุทธศาสตร์ชาติ	หลักสูตรฯมุ่งผลิตบัณฑิตที่มุ่งตอบสนองต่อยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน และด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ โดยผ่านการจัดการเรียนการสอน และการฝึกปฏิบัติการในแหล่งฝึก และการบูรณาการการเรียนการสอนกับงานวิจัย
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 6 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก เพื่อการพัฒนามหาวิทยาลัย	ด้วยการมุ่งเน้นในการพัฒนางานวิจัยและบูรณาการกับการเรียนการสอนกับสถานประกอบการและธุรกิจต่าง ๆ หลักสูตรฯมีการสร้างเครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชน (Government and industrial link) ในการผสมความร่วมมือในการพัฒนาศักยภาพของอาจารย์และนักศึกษา

2) ประเด็นยุทธศาสตร์ของแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ.2566-2570)

ประเด็นยุทธศาสตร์ของแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ.2566-2570)	ความสอดคล้อง กับยุทธศาสตร์
<p>ยุทธศาสตร์ที่ 1 การขับเคลื่อนให้ เป็นมหาวิทยาลัยแห่งคุณภาพ</p> <p><u>ประเด็นย่อยที่ 1</u> การนำองค์กรให้เป็นองค์กรสมรรถนะสูงและเป็นมหาวิทยาลัยอัจฉริยะ</p> <p><u>ประเด็นย่อยที่ 2</u> การพัฒนาการเรียนการสอนตามมาตรฐานสากล</p> <p><u>ประเด็นย่อยที่ 3</u> การขับเคลื่อนให้บัณฑิตมีสมรรถนะสูง</p> <p><u>ประเด็นย่อยที่ 4</u> การทำนุบำรุง ศิลปะวัฒนธรรมและสืบสานประเพณีไทย</p>	<p>- ประเด็นย่อยที่ 2 หลักสูตรขับเคลื่อนความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในต่างประเทศทั้งด้านการเรียนการสอน การวิจัยและการพัฒนานักศึกษา โดยหลักสูตรจัดการเรียนการสอน ตลอดจนการวัดและการประเมินผลตามมาตรฐานสากล UKPSF และใช้ Active Learning และเชื่อมโยงกับภาคธุรกิจเพื่อใช้สถานการณ์จริงเป็นกรณีศึกษา เพื่อฝึกฝนให้นักศึกษามีสมรรถนะด้านต่างๆ ทั้งการคิดวิเคราะห์เพื่อแก้ปัญหา มีความคิดสร้างสรรค์ คิดอย่างเป็นระบบ มีความสามารถในการสื่อสาร การทำงานเป็นทีมร่วมกับผู้อื่นที่มีความแตกต่าง และหลากหลาย รวมทั้งมีแผนการจัดกิจกรรมระดับ</p>

ประเด็นยุทธศาสตร์ของแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ.2566-2570)	ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์
	<p>หลักสูตรในการสืบสานประเพณีและอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมต่อไป</p> <p>- ประเด็นย่อยที่ 3 หลักสูตรฯ มีการบูรณาการการเรียนการสอนกับการวิจัยด้วยการนำองค์ความรู้จากกระบวนการวิจัยมาบูรณาการกับการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาบัณฑิตให้มีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง และรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ นอกจากนี้ หลักสูตรส่งเสริมให้นักศึกษาเข้าแข่งขันทางวิชาการเพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้นักศึกษามีความมุ่งมั่นที่จะก้าวไปสู่ความสำเร็จ ได้ประเมินเปรียบเทียบความสามารถทางวิชาการของตนเองกับผู้อื่น</p> <p>- ประเด็นย่อยที่ 4 หลักสูตรฯ มีการจัดการเรียนการสอนโดยมุ่งเน้นให้บัณฑิตสามารถบูรณาการอัตลักษณ์ท้องถิ่นสู่การออกแบบสร้างสรรค์แบรนด์</p>
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การขับเคลื่อนให้บรรลุเป้าหมายมหาวิทยาลัยในกลุ่มที่ 1 (Global & Frontier Research)	อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ มีการพัฒนาผลงานวิจัยและบทความตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานทางวิชาการระดับนานาชาติ
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 การขับเคลื่อนให้บรรลุเป้าหมายการให้บริการวิชาการและพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน	- หลักสูตรฯ ดำเนินการจัดบริการวิชาการให้แก่สถานประกอบการและชุมชนภายนอกอย่างต่อเนื่อง และนำผลการดำเนินงานมาต่อยอดพัฒนาโครงการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน

11.5 กระบวนการได้มาซึ่งความต้องการ และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders)

ในการสำรวจผู้มีส่วนได้ส่วนเสียถึงความคาดหวังและความต้องการ หลักสูตรได้ทำการสำรวจผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 5 กลุ่ม ประกอบด้วย ผู้ใช้บัณฑิต นักศึกษาปัจจุบัน ศิษย์เก่า อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในช่วงเดือนธันวาคม 2565 - เมษายน 2566 ได้ผลดังนี้

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	เครื่องมือ	ความต้องการ (Needs)
<i>ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก (External Stakeholders)</i>		
ผู้ใช้บัณฑิต ¹ (จำนวน 21 ราย)	แบบสอบถามออนไลน์ และ	ด้านความรู้ (Knowledge)

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	เครื่องมือ	ความต้องการ (Needs)
<p>โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 16 ราย และใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก 5 สถานประกอบการ เก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 1 ธันวาคม 2565 - 28 กุมภาพันธ์ 2566</p>	<p>การสัมภาษณ์เชิงลึก</p>	<p>1. แนวคิดพื้นฐานการตลาด กลยุทธ์ทางการตลาด การตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ และการวัดผล KPI ด้านการตลาด</p> <p>ด้านทักษะ (Skills)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ทักษะการนำเสนอและสื่อความหมาย 2. ทักษะการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Google, Youtube, Facebook, Instagram, Tiktok, Twitter และสื่ออื่นๆ 3. ทักษะทางด้านการใช้เครื่องมือในการวัดประสิทธิภาพการดำเนินการตลาดดิจิทัล เช่น Google Analytics, Google Data Studio, และ Facebook Ads Manager 4. มีทักษะในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ การใช้โปรแกรม Photoshop Illustrators หรือ การทำเว็บไซต์ 5. มีความสามารถในการสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศ 6. มีความสามารถในการรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงทางด้านดิจิทัลในยุคปัจจุบัน 7. มีความสามารถในการตีความในการทำความเข้าใจกับผู้บริโภค 8. มีความสามารถในการเขียนหรือสร้าง บอกล่าเรื่องราว (Content Creator) ได้ <p>ด้านจริยธรรม (Ethics)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การมีจิตใจมุ่งเน้นความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม <p>ด้านคุณลักษณะ (Character)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ทศนคติและความตั้งใจในการทำงาน สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ และมองเห็นถึงเป้าหมายโดยรวมขององค์กรเป็นสำคัญ 2. มีแนวคิดการทำงานที่จริงจัง มุ่งมั่น และพร้อมลุยและพัฒนาตัวเองเสมอ 3. เป็นผู้ใฝ่รู้ สามารถหาความรู้ได้ด้วยตนเองและนำความรู้นั้นไปประยุกต์ต่อยอดในการแก้ไขปัญหา หรือวางแผนการตลาด
<p>ศิษย์เก่า² (จำนวน 32 ราย)</p>	<p>แบบสอบถามออนไลน์</p>	<p>ด้านความรู้ (Knowledge)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ด้านการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	เครื่องมือ	ความต้องการ (Needs)
		<p>2. ด้านเครื่องมือการตลาดดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์</p> <p>ด้านทักษะ (Skills)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านการตลาดและพฤติกรรมและผู้บริโภค 2. ความสามารถด้านภาษา และการสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศ 3. ทักษะในการตีความพฤติกรรมและการให้คุณค่าของลูกค้า 4. ความสามารถในการประยุกต์ใช้ความรู้ทางวิชาการและทฤษฎีในการทำงานหรือดำเนินธุรกิจ
		<p>ด้านจริยธรรม (Ethics)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การปฏิบัติตามกฎระเบียบขององค์กร <p>ด้านคุณลักษณะ (Character)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การมีทัศนคติที่ดี 2. มีความคิดสร้างสรรค์ การกล้าแสดงออก
<p>นักเรียนชั้นมัธยมปลาย (65 ราย)</p> <p>นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายสมัครเข้าศึกษาต่อและนักศึกษาที่มาเข้าค่ายและทำกิจกรรมกับสำนักวิชาการจัดการเก็บข้อมูลโดยใช้การสนทนากลุ่มระหว่างวันที่ 28 – 29 มกราคม 2566</p>	<p>การสอบถามออนไลน์</p> <p>การสนทนากลุ่ม</p>	<p>ด้านความรู้ (Knowledge)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ความรู้ด้านเครื่องมือการตลาดดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ 2. ความรู้ด้านการสร้างแบรนด์ <p>ด้านทักษะ (Skills)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ทักษะการเป็นผู้ประกอบการ 2. ทักษะการสร้างแบรนด์ 3. ทักษะการเป็น Start Up
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน (Internal Stakeholders)		
<p>นักศึกษาปัจจุบัน (จำนวน 93 ราย)</p>	<p>1) แบบสอบถามออนไลน์ และ</p>	<p>ด้านความรู้ (Knowledge)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ด้านการตลาดสมัยใหม่ 2. ด้านเครื่องมือการตลาดดิจิทัล

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	เครื่องมือ	ความต้องการ (Needs)
เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามระหว่าง วันที่ 1 ธันวาคม 2565 - 28 กุมภาพันธ์ 2566 และการเสนอข้อเสนอแนะหลังจากกลับจากสหกิจศึกษาภาคการศึกษา 3/2565	2) การประชุมกลุ่มย่อย นศ. ชั้นปี 4 ที่ผ่านการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา	ด้านทักษะ (Skills) <ol style="list-style-type: none"> 1. ทักษะการปฏิบัติงานจริงด้านการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ 2. ทักษะการเป็นผู้ประกอบการ Start Up 3. ทักษะภาษาอังกฤษ
อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และนักวิชาการ (จำนวน 6 ราย) สนทนากลุ่ม เก็บข้อมูลระหว่าง วันที่ 8 - 15 กุมภาพันธ์ 2566	จัดประชุมเพื่อระดมความคิดเห็น	ด้านความรู้ (Knowledge) <ol style="list-style-type: none"> 1. ด้านทฤษฎีการบริโภคและวัฒนธรรมการบริโภค 2. ด้านกระบวนการสร้างคุณค่าของลูกค้า (Value Co-Creation Process) 3. ด้านการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ ด้านทักษะ (Skills) <ol style="list-style-type: none"> 1. ความสามารถในการออกแบบหรือพัฒนาแบบแผนการสร้างคุณค่า (Value Proposition) 2. ความสามารถเขียนหรือสร้าง บอกเล่าเรื่องราว (Content Creator) ได้ 3. ความสามารถในการสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศ 4. ความสามารถในการสื่อสารและเล่าเรื่องโดยใช้ภาพและข้อความ 5. ความสามารถในการวางกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล การสร้างแบรนด์ 6. ความคิดสร้างสรรค์ (Creative Thinking) และความคิดเป็นระบบ (Systematic Thinking) 7. ความคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) และทักษะการแก้ไขปัญหา (Problem Solving Skills) ด้านจริยธรรม (Ethics) <ol style="list-style-type: none"> 1. การปฏิบัติตามกฎระเบียบขององค์กร 2. การมีจิตสำนึกในการรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 3. การมีจริยธรรมทางการตลาด

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	เครื่องมือ	ความต้องการ (Needs)
		ด้านคุณลักษณะ (Character) 1. ทศนคติและความตั้งใจในการทำงาน 2. สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้

¹ผู้ใช้บัณฑิต มาจากกลุ่มลักษณะงานที่หลากหลาย ประกอบด้วย งานการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ งานบริการลูกค้า งานการตลาด

²ศิษย์เก่า ที่สำเร็จการศึกษาในช่วงระยะเวลาไม่เกิน 3 ปี

ทั้งนี้ นักศึกษาปัจจุบันยังระบุถึงกิจกรรมที่ต้องการเพื่อสร้างเสริมประสบการณ์ชีวิต ได้แก่ กิจกรรมสานสัมพันธ์ระหว่างนักศึกษาด้วยกัน และระหว่างนักศึกษากับอาจารย์ การจัดอบรมเสริมทักษะเพิ่มเติมเช่น ทักษะภาษาอังกฤษ หรือการจัดติวเพื่อทบทวนเนื้อหาก่อนสอบ รวมถึงการจัดศึกษาดูงานเพื่อเพิ่มประสบการณ์และมุมมองของธุรกิจด้านการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์

นอกจากนี้หลักสูตรได้นำนำวิสัยทัศน์และพันธกิจของมหาวิทยาลัย และสำนักวิชาการจัดการ มาพิจารณาในการกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร และกำหนดสมรรถนะที่จำเป็น ร่วมกับการพิจารณาผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 ของ สปอว.

11.6 วิสัยทัศน์ พันธกิจของมหาวิทยาลัย

วิสัยทัศน์ : เป็นองค์การธรรมรัฐ เป็นแหล่งเรียนรู้ เป็นหลักในถิ่น เป็นเลิศสู่สากล

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ มีพันธกิจหลัก 4 ประการ ดังนี้

- 1) ผลิตและพัฒนากำลังคนระดับสูง ให้มีมาตรฐานที่สอดคล้องกับความต้องการในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ภาคใต้และของประเทศ
- 2) ดำเนินการศึกษา ค้นคว้า วิจัยและพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ให้สามารถนำไปใช้ในการผลิตให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพ เพื่อความสามารถในการพึ่งตนเองและการแข่งขันในระดับนานาชาติ
- 3) ให้บริการทางวิชาการแก่หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนในด้านการให้คำปรึกษา และแนะนำการวิจัย และพัฒนา การทดสอบ การสำรวจ รวมทั้งการฝึกอบรมและพัฒนาอันก่อให้เกิดการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่จำเป็น และเหมาะสม เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของภูมิภาคและประเทศชาติ
- 4) อนุรักษ์และฟื้นฟูศิลปและวัฒนธรรม อันเป็นจารีตประเพณี รวมทั้งศิลปะบริสุทธิ์และศิลปะประยุกต์ เพื่อให้มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์รวมของชุมชนและเป็นแบบอย่างที่ดีของสังคม

11.7 วิสัยทัศน์และพันธกิจของสำนักวิชา

วิสัยทัศน์ : สำนักวิชาการจัดการเป็นแหล่งพัฒนาบุคลากรที่มีทักษะ ความรู้และจริยธรรม สามารถปรับตัวให้เข้ากับพลวัตการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคดิจิทัล รวมถึงการพัฒนานวัตกรรมและองค์ความรู้ทางการจัดการและบริหารธุรกิจที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล

สำนักวิชาการจัดการมีพันธกิจ ดังนี้

1. พัฒนาหลักสูตรและจัดการเรียนการสอนที่ครอบคลุมด้านโลจิสติกส์ การตลาดดิจิทัล การท่องเที่ยวและศิลปะการประกอบอาหารแบบมีอาชีพ รวมทั้งผลิตบัณฑิตที่มีทักษะและความชำนาญ และมีจริยธรรม สามารถปรับตัวได้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของโลกในยุคดิจิทัล
2. พัฒนางานวิจัยเพื่อสร้างนวัตกรรมและองค์ความรู้ทางด้านการจัดการและบริหารธุรกิจที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาสังคมและประเทศชาติทั้งภาครัฐและภาคเอกชนให้เป็นที่ยอมรับในระดับประเทศและระดับสากล
3. เป็นแหล่งเรียนรู้และสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้เพื่อการเติบโตและพัฒนาของชุมชนท้องถิ่น และธุรกิจอย่างยั่งยืนบนฐานการบูรณาการงานวิจัยและการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ
4. ทำนุบำรุง อนุรักษ์ ฟื้นฟู และเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต ประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่น

หมวดที่ 2 ปรัชญา วัตถุประสงค์ และผลลัพธ์การเรียนรู้

1. ปรัชญาของหลักสูตร

มุ่งผลิตบัณฑิตที่มีความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม สามารถประยุกต์ใช้เครื่องมือการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ในการสร้างหรือต่อยอดธุรกิจ ภายใต้กรอบแนวคิด “เก่งวิชาการ เชี่ยวชาญการปฏิบัติ”

2. วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

2.1 เพื่อผลิตบัณฑิตนักการตลาดที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ทางการตลาดดิจิทัล การสร้างแบรนด์และมีความเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล สอดคล้องกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรมและยุทธศาสตร์ชาติ ในด้านขีดความสามารถในการแข่งขัน การพัฒนาเศรษฐกิจและการกระจายรายได้เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานผู้ประกอบการยุคใหม่

2.2 เพื่อผลิตบัณฑิตนักการตลาด และนักสร้างแบรนด์ที่สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างมูลค่าทางการตลาดและพัฒนาธุรกิจบนฐานเศรษฐกิจคุณค่าสูงตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13

2.3 เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีทักษะวิจัยทางด้านการตลาด ตอบสนองนโยบายการพัฒนากำลังคนของประเทศตามพันธกิจหลักของมหาวิทยาลัย สอดคล้องกับการจัดกลุ่มสถาบันอุดมศึกษาที่เป็นมหาวิทยาลัยวิจัย

2.4 เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีคุณลักษณะสอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ทั้ง 4 ด้านตามประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง รายละเอียดผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565

3. ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLOs)

หลักสูตรมุ่งผลิตบัณฑิตที่ตอบสนองทิศทาง นโยบาย ยุทธศาสตร์และมหาวิทยาลัย ตลอดจนความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและเพื่อผลิตบัณฑิตที่มีสมรรถนะ 4 ด้าน ตาม

ประกาศคณะกรรมการมาตรฐานอุดมศึกษา เรื่อง รายละเอียดผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ.2565 รวมทั้งการมุ่งเน้นในการผลิตบัณฑิตที่มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์และสังเคราะห์ สามารถแสวงหาความรู้ตลอดชีวิต บนฐานของการมีจิตสำนึกในการรักชาติ รักแผ่นดิน มีความกตัญญู มีวินัย รับผิดชอบต่อสังคมและยึดมั่นตามหลักจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ โดยบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาในหลักสูตรนี้มีความสามารถแต่ละด้านดังต่อไปนี้

ด้านความรู้ (Knowledge)

PLO1 อธิบายแนวคิด หลักการทางด้านบริหารธุรกิจ การตลาดดิจิทัล และการสร้างแบรนด์ตามบริบทที่มีการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และการพัฒนาที่ยั่งยืน (GELO1)

PLO2 อธิบายแนวคิดการตลาดดิจิทัล และการสร้างแบรนด์ ภายใต้การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสารสนเทศในยุคดิจิทัล (GELO5)

PLO3 วิเคราะห์ความรู้ทางด้านการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์อย่างมีเหตุผลและนำไปสู่การแก้ปัญหาทางธุรกิจได้ (GELO4)

PLO4 ประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์เพื่อวางแผนการตลาดและกำหนดกลยุทธ์แบรนด์โดยคำนึงถึงความแตกต่างทางเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้บริโภค (GELO2)

PLO5 ประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางด้านบริหารธุรกิจและการจัดการนวัตกรรมในการพัฒนาไปสู่ความเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (GELO3)

ด้านทักษะ (Skills)

PLO6 มีทักษะการสื่อสารและนำเสนอเรื่องราวทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษในงานธุรกิจ ในกรณีที่นักศึกษาเลือกภาษาจีนสามารถสื่อสารภาษาจีนในชีวิตประจำวันได้ (GELO6)

PLO7 มีทักษะในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและซอฟต์แวร์เพื่อสืบค้นข้อมูล คัดกรอง รวบรวม วิเคราะห์และนำเสนอในงานทางด้านบริหารธุรกิจ การตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ได้ (GELO7, GELO8)

PLO8 มีทักษะในการดูแลสุขภาพร่างกายและจิตใจตนเองและสามารถออกแบบการสร้างเสริมสุขภาพและสภาพแวดล้อมการทำงานในองค์กรธุรกิจได้ (GELO9)

PLO9 มีทักษะในการปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและสภาพแวดล้อมธุรกิจยุคดิจิทัล

PLO10 มีทักษะความเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัล สามารถพัฒนาแผนการตลาดและกลยุทธ์แบรนด์ที่นำไปสู่การประกอบธุรกิจ

ด้านจริยธรรม (Ethics)

PLO11 แสดงออกถึงความซื่อสัตย์ กตัญญู มีวินัย ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบและมีความเป็นผู้ประกอบการที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (GELO10)

ด้านลักษณะบุคคล (Character)

PLO12 แสดงออกซึ่งการเป็นผู้มีใจอาสาและมีภาวะผู้นำ สามารถเป็นได้ทั้งผู้นำและผู้ตาม มีจิตอาสา กล้าแสดงความคิดเห็น ทำงานร่วมกับผู้อื่นในองค์กรได้ (GELO11, GELO12)

PLO13 กระตือรือร้น ใฝ่รู้ ใฝ่เรียน สามารถพัฒนาตนเองในงานด้านบริหารธุรกิจ การตลาด และการสร้างแบรนด์ ได้อย่างต่อเนื่อง (GELO13)

4. ผลลัพธ์การเรียนรู้เมื่อสิ้นปีการศึกษา (Year Learning Outcomes: YLOs)

ชั้นปี	ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skills) จริยธรรม (Ethics) และลักษณะบุคคล (Character) ของนักศึกษาจะได้รับเมื่อเรียนจบแต่ละชั้นปี
ชั้นปีที่ 1	<p>ด้านความรู้ นักศึกษาสามารถอธิบายหลักการพื้นฐานทางด้านภาษาไทย การรับส่งสารในชีวิตประจำวัน ความรู้สำหรับผู้ใช้ภาษาอังกฤษระดับต้น โปรแกรมสำเร็จรูป พื้นฐาน ความสัมพันธ์ของสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศที่มีต่อมนุษย์ เศรษฐศาสตร์ การบัญชี การตลาดดิจิทัลและพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อการจัดการธุรกิจดิจิทัล</p> <p>ด้านทักษะ สามารถสื่อสาร นำเสนองานด้วยวาจาฟัง พูด ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษพื้นฐานได้ ในกรณีที่เลือกภาษาจีน สามารถสื่อสารภาษาจีนพื้นฐานในชีวิตประจำวันและสามารถใช้ซอฟต์แวร์เบื้องต้นในการวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างเหมาะสม สามารถดูแลสุขภาพร่างกายและจิตใจตนเองได้</p> <p>ด้านจริยธรรม มีความกตัญญู รู้วินัย ซื่อสัตย์ ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบและมีความรับผิดชอบ</p> <p>ด้านลักษณะบุคคล มีใจอาสา สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ ตระหนักถึงคุณค่าของทรัพยากร</p>
ชั้นปีที่ 2	<p>ด้านความรู้ นักศึกษาสามารถอธิบาย และประยุกต์ใช้ความรู้ทางด้านภาษาในการนำเสนอ ตีความการพูดในที่สาธารณะ แนวคิดนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ การตลาดดิจิทัล โมเดลทางธุรกิจ และการสร้างแบรนด์ วิเคราะห์ความรู้ทางด้านการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์อย่างมีเหตุผลและนำไปสู่การแก้ปัญหาทางธุรกิจได้</p> <p>ด้านทักษะ สามารถสื่อสาร นำเสนองานด้วยวาจา อ่าน เขียน ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษพื้นฐานได้ มีทักษะในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและซอฟต์แวร์เพื่อการสืบค้นข้อมูล คัดกรอง รวบรวม วิเคราะห์ สถิติธุรกิจ ข้อมูลการตลาดดิจิทัลและเครือข่ายสังคมออนไลน์ และมีทักษะการถ่ายภาพประกอบการเล่าเรื่อง การตลาดเชิงสร้างสรรค์ สื่อสารและนำเสนองานทางบริหารธุรกิจได้</p> <p>ด้านจริยธรรม</p>

ชั้นปี	ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skills) จริยธรรม (Ethics) และลักษณะบุคคล (Character) ของนักศึกษาจะได้รับเมื่อเรียนจบแต่ละชั้นปี
	<p>แสดงออกถึง ความกตัญญู รับผิดชอบ ซื่อสัตย์ ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบและแนวปฏิบัติของสังคม</p> <p>ด้านลักษณะบุคคล เป็นผู้ที่คิดเป็นระบบ มีวิจารณ์ญาณ มีเหตุผล สามารถปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อม สามารถทำงานที่มียอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น</p>
ชั้นปีที่ 3	<p>ด้านความรู้ นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ และประยุกต์ความรู้วัฒนธรรมการบริโภค แนวคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ การเขียนเพื่อการสร้างแบรนด์ การพัฒนาอินฟลูเอนเซอร์ทางการตลาดไปใช้ในการวางแผนพัฒนากลยุทธ์แบรนด์และการสื่อสารแบรนด์แบบบูรณาการ คำนึงถึงความแตกต่างของผู้บริโภค</p> <p>ด้านทักษะ สามารถจัดการข้อมูลดิจิทัลเพื่อการตลาด ออกแบบเชิงสร้างสรรค์เพื่อการสร้างแบรนด์และบรรจุภัณฑ์ สามารถพัฒนาแผนการตลาดและกลยุทธ์แบรนด์ที่นำไปสู่การประกอบธุรกิจที่ปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและสภาพแวดล้อมธุรกิจ</p> <p>ด้านจริยธรรม แสดงออกถึงความกตัญญู รับผิดชอบต่อสังคม มีวินัย ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ มีจิตสาธารณะ และมีความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการที่รับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม</p> <p>ด้านลักษณะบุคคล เป็นผู้มีภาวะผู้นำ กระตือรือร้น ใฝ่รู้ ใฝ่เรียน สุขภาพ กตัญญู รอบคอบ คิดเป็นระบบอย่างมีวิจารณ์ญาณมีเหตุผล และมีความอดทนในการทำงาน</p>
ชั้นปีที่ 4	<p>ด้านทักษะ สามารถปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการ โดยสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ทางด้านบริหารธุรกิจ การตลาดและการสร้างแบรนด์ไปปฏิบัติงานตามภาระหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย สามารถปรับตัวกับเพื่อนร่วมงาน หัวหน้างานในสถานประกอบการได้</p> <p>ด้านจริยธรรม มีความกตัญญู รับผิดชอบต่อสังคม มีวินัย ตรงต่อเวลา สามารถปฏิบัติตามกฎระเบียบขององค์กร มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย</p> <p>ด้านลักษณะบุคคล ทำงานคล่องแคล่ว กระตือรือร้น ขวนขวายหาความรู้ในการพัฒนาตนเอง และสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นในองค์กรได้</p>

หมวดที่ 3 โครงสร้างของหลักสูตร รายวิชา และหน่วยกิต

โครงสร้างหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ (หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2567) ได้กำหนดรายวิชาเพื่อตอบสนองต่อคุณลักษณะของบัณฑิตที่พึงประสงค์ของหลักสูตรฯ ซึ่งสอดคล้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ ระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ และปรัชญา ตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565 พร้อมกับข้อมูลจากระบบวิเคราะห์ความต้องการตลาดแรงงาน (Skill Mapping) การสำรวจความคิดเห็นและความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อนำมาออกแบบโครงสร้างหลักสูตรฯ

การจำแนกกลุ่มวิชาจัดทำให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต และตลาดแรงงานต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจ และความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมและการให้คุณค่าของลูกค้าในยุคปัจจุบันและอนาคต รวมถึงความคาดหวังและความต้องการด้านกำลังคนของภาคธุรกิจและผู้ใช้บัณฑิตที่มีความรู้ด้านการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580) ในประเด็นยุทธศาสตร์ชาติที่ 2 กล่าวคือ ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ปี พ.ศ. 2566 – 2570 ในการพัฒนาทุนมนุษย์ให้สามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลง และดำเนินการเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน และทักษะที่พึงประสงค์ของกำลังคนในสาขาการตลาดดิจิทัล พ.ศ. 2565 โดยจัดลำดับรายวิชาให้สะท้อนต่อผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับชั้นปี (Year-Learning Outcomes : YLOs) โดยกำหนดให้โครงสร้างหลักสูตรฯ ประกอบด้วย 4 หมวดวิชา ได้แก่ หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชาแกนธุรกิจ กลุ่มวิชาเอก และกลุ่มวิชาสหกิจศึกษา

1. หลักสูตรและโครงสร้างหลักสูตร

1.1 จำนวนหน่วยกิต รวมตลอดหลักสูตร 120 หน่วยกิต

1.2 โครงสร้างหลักสูตร

1) ปริญญาตรีทางวิชาการ

หมวดวิชา	หน่วยกิตตาม เกณฑ์ อว. พ.ศ. 2565	หน่วยกิตของหลักสูตร ปรับปรุง ปีการศึกษา 2567
ก) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า	24	26 โดยเลือกภาษาอังกฤษ 9 หน่วยกิต หรือภาษาจีน 9 หน่วยกิต
ข) หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า	72	88
ง) หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า	6	6
หน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า	120	120

หมายเหตุ: มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์มุ่งเน้นให้ผู้เรียนพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพิ่มมากขึ้นโดยเพิ่มหน่วยกิต 2 หน่วยกิตในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป จากเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565 ที่กำหนดไว้ให้วิชาศึกษาทั่วไปมีจำนวนหน่วยกิตรวม ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต

2. ความหมายของเลขรหัสรายวิชา

รหัสรายวิชาของมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ประกอบด้วย 3 ส่วน โดยมีรูปแบบดังนี้

xxx|67-|xxx

ส่วนที่ 1 เป็นตัวอักษร 3 ตัว หมายถึงตัวย่อของหลักสูตรหรือหมวดวิชา

ส่วนที่ 2 เป็นปีการศึกษาที่เริ่มใช้รายวิชา

ส่วนที่ 3 เป็นตัวเลข 3 หลัก โดยตัวเลขหลักที่ 1 เป็นชั้นปี ตัวเลขหลักที่ 2 เป็นกลุ่มวิชา ตัวเลขหลักที่ 3 เป็นลำดับรายวิชาในกลุ่ม

กรณีที่มีตัวอักษร E ท้ายรหัสรายวิชา หมายถึง รายวิชาที่มีการจัดการเรียนการสอนเป็นภาษาอังกฤษทั้งรายวิชา

2.1. การกำหนดตัวเลขรหัสรายวิชา

1) ความหมายของรหัสวิชาส่วนที่ 1

รหัสวิชาส่วนที่ 1	ความหมาย
GEN	รายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปที่รับผิดชอบโดยสำนักวิชาพหุภาษาและการศึกษาทั่วไป
CHI	รายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปที่รับผิดชอบโดยสำนักวิชาศิลปศาสตร์
CSP	รายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปที่รับผิดชอบโดยศูนย์ส่งเสริมวัฒนธรรมและการกีฬา
ECN	รายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปที่รับผิดชอบโดยสำนักวิชาการบัญชีและการเงิน
INF	รายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปที่รับผิดชอบโดยสำนักวิชาสารสนเทศศาสตร์
ACT	รายวิชาในหมวดวิชาเฉพาะที่รับผิดชอบโดยสำนักวิชาการบัญชีและการเงิน
LGT	รายวิชาในหมวดวิชาเฉพาะที่รับผิดชอบโดยหลักสูตรการจัดการโลจิสติกส์ สำนักวิชาการจัดการ
MGT	รายวิชาในหมวดวิชาเฉพาะที่รับผิดชอบโดยสำนักวิชาการจัดการ

รหัสวิชาส่วนที่ 1	ความหมาย
MKT	รายวิชาในหมวดวิชาเฉพาะที่รับผิดชอบโดยหลักสูตรการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ สำนักวิชาการจัดการ

ส่วนที่ 2 เป็นตัวเลข 67 หลังรหัสตัวอักษร หมายถึง ปีการศึกษาที่เริ่มใช้ในหลักสูตร

2) ความหมายของรหัสวิชาส่วนที่ 3

หลักที่	ความหมาย
1	ชั้นปี
2	ลำดับกลุ่มวิชา
3	ลำดับรายวิชาในกลุ่ม

2.1) ลำดับกลุ่มวิชา (หลักที่ 2)

2.1.1) กลุ่มวิชาศึกษาทั่วไป

ตัวเลขหลักที่ 2	ความหมาย
1	กลุ่มวิชาภาษาไทย
2	กลุ่มวิชาภาษาต่างประเทศ
3	กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ และสุนทรียศาสตร์
4	กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
5 และ 6	กลุ่มวิชากีฬาและสุขภาพ และ กลุ่มวิชาธุรกิจและการประกอบการ
7	กลุ่มวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ

2.1.2) กลุ่มวิชาของหลักสูตรการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์

ตัวเลขหลักที่ 2	ความหมาย
0	กลุ่มวิชาแกนธุรกิจ
1	กลุ่มวิชาพื้นฐานสาขาการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์
2	กลุ่มวิชาบูรณาการและวิเคราะห์เชิงลึก
9	กลุ่มวิชาสหกิจศึกษา

2.2) ลำดับกลุ่มวิชา (หลักที่ 3)

2.2.1) รายวิชาในหมวดศึกษาทั่วไป กำหนดรหัสดังนี้

0-9 หมายถึง รายวิชา

2.2.2) รายวิชาในกลุ่มวิชาของหลักสูตร กำหนดรหัสดังนี้

1-9 หมายถึง รายวิชา

หมายเหตุ 1. รหัสวิชาและชื่อวิชาทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ต้องไม่ซ้ำกับวิชาอื่น และชื่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษต้องใช้ให้สอดคล้องกัน

2. อักษรย่อ ซึ่งเป็นอักษรย่อของสาขาวิชา จะต้องไม่ซ้ำกับสาขาวิชาอื่น

1.3 รายวิชา/กลุ่มสาระ/ชุดวิชา (Module)

(1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป		26 หน่วยกิต
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
GEN67-011	ภาษาไทยพื้นฐาน Fundamental Thai	2(2-0-4)*
GEN67-111	ภาษาไทยเพื่อการนำเสนอ Thai for Presentation	2(2-0-4)
GEN67-021	ภาษาอังกฤษพื้นฐาน Fundamental English	2(2-0-4)*
GEN67-121	ภาษาอังกฤษแบบบูรณาการสำหรับผู้ใช้ภาษาขั้นเริ่มต้น ระดับสูง Integrated English Skills for Upper Beginners	3(2-3-6)

หมายเหตุ *ไม่นับหน่วยกิตในโครงสร้างหลักสูตร

นักศึกษาสามารถเลือกเรียนรายวิชาที่เหลือในกลุ่มภาษาต่างประเทศได้ 1 ใน 2 กลุ่มวิชา
เลือกรายวิชาภาษาอังกฤษ 9 หน่วยกิต หรือเลือกรายวิชาภาษาจีน 9 หน่วยกิต

กลุ่มวิชาภาษาอังกฤษ		
GEN67-122	ภาษาอังกฤษการฟัง-พูดสำหรับผู้ใช้ภาษาระดับต้น English Listening and Speaking for Basic Users	3(2-3-6)
GEN67-123	ภาษาอังกฤษการอ่าน-เขียนสำหรับผู้ใช้ภาษาระดับต้น English Reading and Writing for Basic Users	3(2-2-5)
GEN67-124	ภาษาอังกฤษเพื่อการพูดในที่สาธารณะและการนำเสนอสำหรับผู้ ใช้ ภาษาขั้นอิสระ English for Public Speaking and Presentation for Independent Users	3(2-2-5)
กลุ่มวิชาภาษาจีน		
CHI67-121	ภาษาจีนพื้นฐาน Basic Chinese	3(2-2-5)
CHI67-122	ภาษาจีนสำหรับชีวิตประจำวัน Chinese for Daily Life	3(2-2-5)

CHI67-123	ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร	3(2-2-5)
	Chinese for Communication	

GEN67-133	สุนทรียศาสตร์เพื่อคุณภาพชีวิต Aesthetics for Quality of Life	2(1-2-3)
GEN67-141	การแสวงหาความรู้และการวิจัยเบื้องต้น Knowledge Inquiry and Fundamental Research	2(2-0-4)
GEN67-142	การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและสภาวะโลกร้อน Environmental Conservation and Global Warming	2(1-2-3)
GEN67-161	นวัตกรรมและผู้ประกอบการ Innovation and Entrepreneurship	2(1-2-3)
INF67-171	เทคโนโลยีสารสนเทศในยุคดิจิทัล Information Technology in Digital Era	1(1-0-2)
INF67-173	การใช้ซอฟต์แวร์ตารางคำนวณเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล Use of Spreadsheet Software for Data Analysis	1(0-2-1)

นักศึกษาสามารถเลือกเรียนรายวิชาในกลุ่มวิชากีฬาและสันทนาการ ได้ 1 รายวิชา ดังต่อไปนี้

วิชาสร้างเสริมสุขภาพกีฬา

CSP67-151	กีฬาฟุตบอล Football	1(0-2-1)
CSP67-152	กีฬาฟุตซอล Futsal	1(0-2-1)
CSP67-153	กีฬาบาสเกตบอล Basketball	1(0-2-1)
CSP67-154	กีฬาวอลเลย์บอล Volleyball	1(0-2-1)
CSP67-155	กีฬาแบดมินตัน Badminton	1(0-2-1)
CSP67-156	กีฬาเปตอง Petanque	1(0-2-1)
CSP67-157	กีฬาเทนนิส Tennis	1(0-2-1)
CSP67-158	กีฬากอล์ฟ Golf	1(0-2-1)

CSP67-159	กีฬาว่ายน้ำ Swimming	1(0-2-1)
CSP67-160	กีฬามวยไทย Thai Boxing	1(0-2-1)
CSP67-161	กีฬาเทเบิลเทนนิส Table Tennis	1(0-2-1)
CSP67-162	กรีฑา Athletics	1(0-2-1)
CSP67-163	การฝึกด้วยน้ำหนัก Weight Training	1(0-2-1)
CSP67-164	โยคะเพื่อสุขภาพ Yoga for Health	1(0-2-1)
CSP67-165	แอโรบิกเพื่อสุขภาพ Aerobic for Health	1(0-2-1)

(2) หมวดวิชาเฉพาะ

88 หน่วยกิต

2.1) กลุ่มวิชาแกนธุรกิจ

27 หน่วยกิต

ให้ศึกษารายวิชาต่อไปนี้

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
ACT67-105	การบัญชีเพื่อการจัดการธุรกิจ Accounting for Business Management	3(3-0-6)
LGT67-101	การจัดการการดำเนินงาน Operations Management	3(3-0-6)
MKT67-101	หลักการตลาดยุคดิจิทัล Principles of Marketing in Digital Era	3(3-0-6)
MKT67-102	เศรษฐศาสตร์เพื่อการจัดการยุคดิจิทัล Managerial Economics in Digital Era	3(3-0-6)
MKT67-103	พฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัล Consumer Behavior in Digital Era	3(3-0-6)
MKT67-201	การจัดการทรัพยากรมนุษย์และพฤติกรรมองค์การ Human Resource Management and Organization Behavior	3(3-0-6)
MKT67-202	การจัดการการเงินยุคดิจิทัล Finance Management in Digital Era	3(3-0-6)
MKT67-203	สถิติธุรกิจ Business Statistics	3(3-0-6)

MKT67-204 กฎหมายธุรกิจและภาษีอากร 3(3-0-6)
Business law and Taxation

2.2) กลุ่มวิชาเฉพาะด้านการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ 48 หน่วยกิต
ให้ศึกษาทุกรายวิชาต่อไปนี้

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง)
MKT67-211	สุนทรียภาพในการสร้างแบรนด์ Aesthetics in Branding	3(3-0-6)
MKT67-212	การสื่อสารของนักการตลาดอย่างมืออาชีพ Professional Communication for Marketer	3(2-2-5)
MKT67-213	การถ่ายภาพและเล่าเรื่องการตลาดเชิงสร้างสรรค์ Creative Photography and Marketing Storytelling	3(2-2-5)
MKT67-221	โมเดลทางธุรกิจและการออกแบบความคิดระบบในยุคดิจิทัล Business Model and Design Thinking in Digital Era	3(3-0-6)
MKT67-222	นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ Innovation and Creative Marketing	3(3-0-6)
MKT67-223	การตลาดดิจิทัลและเครือข่ายสังคมออนไลน์ Online Social Network and Digital Marketing	3(2-2-5)
MKT67-311	วิจัยทางการตลาด Research in Marketing	3(2-2-5)
MKT67-312	การจัดการข้อมูลดิจิทัลเพื่อการตลาด Digital Data Management for Marketing	3(3-0-6)
MKT67-313	หัวข้อเฉพาะทางด้านการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ Selected Topics in Digital Marketing and Branding	3(2-2-5)
MKT67-314	การตลาดประสาทวิทยา Neuromarketing	3(3-0-6)
MKT67-321	วัฒนธรรมการบริโภคในการตลาดดิจิทัลและสร้างแบรนด์ Consumption Culture in Digital Marketing and Branding	3(3-0-6)
MKT67-322	การออกแบบเชิงสร้างสรรค์เพื่อการสร้างแบรนด์และบรรจุภัณฑ์ Creative Design for Branding and Packaging	3(2-2-5)
MKT67-323	กลยุทธ์แบรนด์และการสื่อสารแบรนด์แบบบูรณาการ Branding Strategy and Integrated Brand Communications	3(3-0-6)
MKT67-324	การพัฒนาอินฟลูเอนเซอร์ทางการตลาด Marketing Influencer Development	3(2-2-5)
MKT67-325	การเขียนเพื่อการสร้างแบรนด์ Copywriting for Branding	3(2-2-5)

MKT67-326 แนวคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ 3(2-2-5)
Design Concept for Product and Service Development

(3) กลุ่มวิชาสหกิจกลุ่มวิชาสหกิจศึกษา 13 หน่วยกิต

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
MKT67-391	เตรียมสหกิจศึกษา Pre-Cooperative Education	1(0-2-1)
MKT67-491	สหกิจศึกษา 1 Cooperative Education I	6(ปฏิบัติงานสหกิจศึกษาไม่น้อยกว่า 40 ชั่วโมงต่อสัปดาห์)
MKT67-492	สหกิจศึกษา 2 Cooperative Education II	6(ปฏิบัติงานสหกิจศึกษาไม่น้อยกว่า 40 ชั่วโมงต่อสัปดาห์)

(4) หมวดวิชาเลือกเสรี 6 หน่วยกิต

ให้เลือกเรียนรายวิชาที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ หรือสถาบันอุดมศึกษาอื่นโดยสามารถเทียบโอนรายวิชาได้หากสอดคล้องตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ว่าด้วยการศึกษาชั้นปริญญาตรี ระบบทวิภาค พ.ศ. 2566

3. แผนการศึกษา

หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ จำนวนหน่วยกิตรวม
120 หน่วยกิต

3.1 แผนการศึกษา (สำหรับนักศึกษาที่เลือกเรียนกลุ่มวิชาภาษาอังกฤษ)

ชั้นปีที่ 1

ภาคการศึกษาที่ 1		ภาคการศึกษาที่ 2	
รหัสและชื่อรายวิชา	หน่วยกิต	รหัสและชื่อรายวิชา	หน่วยกิต
GEN67-011 ภาษาไทยพื้นฐาน	2(2-0-4)*	GEN67-161 นวัตกรรมและ ผู้ประกอบการ	2(1-2-3)
GEN67-111 ภาษาไทยเพื่อการนำเสนอ	2(2-0-4)	GEN67-141 การแสวงหาความรู้และ การวิจัยเบื้องต้น	2(2-0-4)
GEN67-021 ภาษาอังกฤษพื้นฐาน	2(2-0-4)*	INF67-171 เทคโนโลยีสารสนเทศในยุค ดิจิทัล	1(1-0-2)
GEN67-121 ภาษาอังกฤษแบบบูรณาการ สำหรับผู้ใช้ภาษาขั้นเริ่มต้นระดับสูง	3(2-3-6)	INF67-173 การใช้ซอฟต์แวร์ตาราง คำนวณเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล	1(0-2-1)
GEN67-133 สุนทรียศาสตร์เพื่อคุณภาพ ชีวิต	2(1-2-3)	GEN67-122 ภาษาอังกฤษการฟัง-พูด สำหรับผู้ใช้ภาษาระดับต้น	3(2-3-6)
GEN67-142 การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและ สภาวะโลกร้อน	2(1-2-3)	CSP67-15x กีฬา	1(0-2-1)
CSP67-15x กีฬา	1(0-2-1)	ACT67-105 การบัญชีเพื่อการจัดการ ธุรกิจ	3(3-0-6)
MKT67-101 หลักการตลาดยุคดิจิทัล	3(3-0-6)	LGT67-101 การจัดการการดำเนินงาน	3(3-0-6)
MKT67-102 เศรษฐศาสตร์เพื่อการจัดการ ยุคดิจิทัล	3(3-0-6)	MKT67-103 พฤติกรรมผู้บริโภคยุค ดิจิทัล	3(3-0-6)
รวม	16 หน่วยกิต	รวม	19 หน่วยกิต

หมายเหตุ * หมายถึงรายวิชาที่ไม่คิดหน่วยกิต

ชั้นปีที่ 2

ภาคการศึกษาที่ 1		ภาคการศึกษาที่ 2	
รหัสและชื่อรายวิชา	หน่วยกิต	รหัสและชื่อรายวิชา	หน่วยกิต
GEN67-123 ภาษาอังกฤษการอ่าน-เขียน สำหรับผู้ใช้ภาษาระดับต้น	3(2-2-5)	GEN67-124 ภาษาอังกฤษเพื่อการพูด ในที่สาธารณะและการนำเสนอสำหรับ ผู้ใช้ภาษาขั้นอิสระ	3(2-2-5)
MKT67-201 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ และพฤติกรรมองค์การ	3(3-0-6)	MKT67-203 สถิติธุรกิจ	3(3-0-6)
MKT67-202 การจัดการการเงินยุคดิจิทัล	3(3-0-6)	MKT67-204 กฎหมายธุรกิจและภาษี อากร	3(3-0-6)
MKT67-211 สุนทรียภาพในการสร้าง แบรนด์	3(3-0-6)	MKT67-221 โมเดลทางธุรกิจและการ ออกแบบความคิดระบบในยุคดิจิทัล	3(3-0-6)

ภาคการศึกษาที่ 1		ภาคการศึกษาที่ 2	
รหัสและชื่อรายวิชา	หน่วยกิต	รหัสและชื่อรายวิชา	หน่วยกิต
MKT67-212 การสื่อสารของนักการตลาดอย่างมืออาชีพ	3(2-2-5)	MKT67-222 นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์	3(3-0-6)
MKT67-213 การถ่ายภาพและเล่าเรื่องการตลาดเชิงสร้างสรรค์	3(2-2-5)	MKT67-223 การตลาดดิจิทัลและเครือข่ายสังคมออนไลน์	3(2-2-5)
		MKT67-391 เตรียมสหกิจศึกษา	1(0-2-1)
รวม	18 หน่วยกิต	รวม	19 หน่วยกิต

ชั้นปีที่ 3

ภาคการศึกษาที่ 1		ภาคการศึกษาที่ 2	
รหัสและชื่อรายวิชา	หน่วยกิต	รหัสและชื่อรายวิชา	หน่วยกิต
MKT67-311 วิจัยทางการตลาด	3(2-2-5)	MKT67-323 กลยุทธ์แบรนด์และการสื่อสารแบรนด์แบบบูรณาการ	3(3-0-6)
MKT67-312 การจัดการข้อมูลดิจิทัลเพื่อการตลาด	3(3-0-6)	MKT67-324 การพัฒนาอินฟลูเอนเซอร์ทางการตลาด	3(2-2-5)
MKT67-313 หัวข้อเฉพาะทางด้านการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์	3(2-2-5)	MKT67-325 การเขียนเพื่อการสร้างแบรนด์	3(2-2-5)
MKT67-314 การตลาดประสาทวิทยา	3(3-0-6)	MKT67-326 แนวคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ	3(2-2-5)
MKT67-321 วัฒนธรรมการบริโภคในการตลาดดิจิทัลและสร้างแบรนด์	3(3-0-6)	XXX-XXX วิชาเลือกเสรี	6 หน่วยกิต
MKT67-322 การออกแบบเชิงสร้างสรรค์เพื่อการสร้างแบรนด์และบรรจุภัณฑ์	3(2-2-5)		
รวม	18 หน่วยกิต	รวม	18 หน่วยกิต

ชั้นปีที่ 4

ภาคการศึกษาที่ 1		ภาคการศึกษาที่ 2	
รหัสและชื่อรายวิชา	หน่วยกิต	รหัสและชื่อรายวิชา	หน่วยกิต
MKT67-491 สหกิจศึกษา I	6(ปฏิบัติ งานสหกิจ ศึกษาไม่ น้อยกว่า 40 ชั่วโมงต่อ สัปดาห์)	MKT67-492 สหกิจศึกษา II	6(ปฏิบัติ งานสหกิจ ศึกษาไม่ น้อยกว่า 40 ชั่วโมง ต่อสัปดาห์)
รวม	6 หน่วยกิต	รวม	6 หน่วยกิต

3.2 แผนการศึกษา (สำหรับนักศึกษาที่เลือกเรียนกลุ่มวิชาภาษาจีน)

ชั้นปีที่ 1

ภาคการศึกษาที่ 1		ภาคการศึกษาที่ 2	
รหัสและชื่อรายวิชา	หน่วยกิต	รหัสและชื่อรายวิชา	หน่วยกิต
GEN67-011 ภาษาไทยพื้นฐาน	2(2-0-4)*	GEN67-161 นวัตกรรมและ ผู้ประกอบการ	2(1-2-3)
GEN67-111 ภาษาไทยเพื่อการนำเสนอ	2(2-0-4)	GEN67-141 การแสวงหาความรู้และ การวิจัยเบื้องต้น	2(2-0-4)
GEN67-021 ภาษาอังกฤษพื้นฐาน	2(2-0-4)*	INF67-171 เทคโนโลยีสารสนเทศในยุค ดิจิทัล	1(1-0-2)
GEN67-121 ภาษาอังกฤษแบบบูรณาการ สำหรับผู้ใช้ภาษาขั้นเริ่มต้นระดับสูง	3(2-3-6)	INF67-173 การใช้ซอฟต์แวร์ตาราง คำนวณเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล	1(0-2-1)
GEN67-133 สุนทรียศาสตร์เพื่อคุณภาพ ชีวิต	2(1-2-3)	CHI67-121 ภาษาจีนพื้นฐาน	3(2-2-5)
GEN67-142 การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและ สภาวะโลกร้อน	2(1-2-3)	CSP67-15x กีฬา	1(0-2-1)
CSP67-15x กีฬา	1(0-2-1)	ACT67-105 การบัญชีเพื่อการจัดการ ธุรกิจ	3(3-0-6)
MKT67-101 หลักการตลาดยุคดิจิทัล	3(3-0-6)	LGT67-101 การจัดการการดำเนินงาน	3(3-0-6)
MKT67-102 เศรษฐศาสตร์เพื่อการจัดการ ยุคดิจิทัล	3(3-0-6)	MKT67-103 พฤติกรรมผู้บริโภคยุค ดิจิทัล	3(3-0-6)
รวม	16 หน่วยกิต	รวม	19 หน่วยกิต

หมายเหตุ * หมายถึงรายวิชาที่ไม่คิดหน่วยกิต

ชั้นปีที่ 2

ภาคการศึกษาที่ 1		ภาคการศึกษาที่ 2	
รหัสและชื่อรายวิชา	หน่วยกิต	รหัสและชื่อรายวิชา	หน่วยกิต
CHI67-122 ภาษาจีนสำหรับชีวิตประจำวัน	3(2-2-5)	CHI67-123 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร	3(2-2-5)
MKT67-201 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ และพฤติกรรมองค์การ	3(3-0-6)	MKT67-203 สถิติธุรกิจ	3(3-0-6)
MKT67-202 การจัดการการเงินยุคดิจิทัล	3(3-0-6)	MKT67-204 กฎหมายธุรกิจและภาษี อากร	3(3-0-6)
MKT67-211 สุนทรียภาพในการสร้างแบ รอนด์	3(3-0-6)	MKT67-221 โมเดลทางธุรกิจและการ ออกแบบความคิดระบบในยุคดิจิทัล	3(3-0-6)
MKT67-212 การสื่อสารของนักการตลาด อย่างมืออาชีพ	3(2-2-5)	MKT67-222 นวัตกรรมและการตลาด เชิงสร้างสรรค์	3(3-0-6)
MKT67-213 การถ่ายภาพและเล่าเรื่อง การตลาดเชิงสร้างสรรค์	3(2-2-5)	MKT67-223 การตลาดดิจิทัลและ เครือข่ายสังคมออนไลน์	3(2-2-5)
		MKT67-391 เตรียมสหกิจศึกษา	1(0-2-1)
รวม	18 หน่วยกิต	รวม	19 หน่วยกิต

ชั้นปีที่ 3

ภาคการศึกษาที่ 1		ภาคการศึกษาที่ 2	
รหัสและชื่อรายวิชา	หน่วยกิต	รหัสและชื่อรายวิชา	หน่วยกิต
MKT67-311 วิจัยทางการตลาด	3(2-2-5)	MKT67-323 กลยุทธ์แบรนด์และการสื่อสารแบรนด์แบบบูรณาการ	3(3-0-6)
MKT67-312 การจัดการข้อมูลดิจิทัลเพื่อการตลาด	3(3-0-6)	MKT67-324 การพัฒนาอินฟลูเอนเซอร์ทางการตลาด	3(2-2-5)
MKT67-313 หัวข้อเฉพาะทางด้านการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์	3(2-2-5)	MKT67-325 การเขียนเพื่อการสร้างแบรนด์	3(2-2-5)
MKT67-314 การตลาดประสาทวิทยา	3(3-0-6)	MKT67-326 แนวคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ	3(2-2-5)
MKT67-321 วัฒนธรรมการบริโภคในการตลาดดิจิทัลและสร้างแบรนด์	3(3-0-6)	XXX-XXX วิชาเลือกเสรี	6 หน่วยกิต
MKT67-322 การออกแบบเชิงสร้างสรรค์เพื่อการสร้างแบรนด์และบรรจุภัณฑ์	3(2-2-5)		
รวม	18 หน่วยกิต	รวม	18 หน่วยกิต

ชั้นปีที่ 4

ภาคการศึกษาที่ 1		ภาคการศึกษาที่ 2	
รหัสและชื่อรายวิชา	หน่วยกิต	รหัสและชื่อรายวิชา	หน่วยกิต
MKT67-491 สหกิจศึกษา I	6(ปฏิบัติ งานสหกิจ ศึกษาไม่ น้อยกว่า 40 ชั่วโมงต่อ สัปดาห์)	MKT67-492 สหกิจศึกษา II	6(ปฏิบัติ งานสหกิจ ศึกษาไม่ น้อยกว่า 40 ชั่วโมง ต่อสัปดาห์)
รวม	6 หน่วยกิต	รวม	6 หน่วยกิต

4. คำอธิบายรายวิชา

GEN67-011 ภาษาไทยพื้นฐาน 2(2-0-4)*
Fundamental Thai

วิชาบังคับก่อน: ไม่มี

Prerequisite: None

รายวิชานี้เป็นการสอบวัดความรู้พื้นฐานภาษาไทย 3 ด้าน ได้แก่ หลักภาษาไทย วรรณคดีไทย และการใช้ภาษาไทย โดยหลักภาษาไทยครอบคลุมเนื้อหาได้แก่ ธรรมชาติของภาษา อักษรสามหมู่ สระ การผันวรรณยุกต์ พยางค์ ชนิดของคำ การสร้างคำ และประโยคชนิดต่าง ๆ วรรณคดีไทยครอบคลุมเนื้อหาได้แก่ ความรู้เบื้องต้นทางวรรณคดี ความเข้าใจวรรณคดีระดับก่อนอุดมศึกษา และการตีความ ส่วนการใช้ภาษาไทยครอบคลุมเนื้อหาเรื่องระดับของภาษา การจับ

ใจความสำคัญ การย่อความสรุปความ การอธิบายความ การฟังอย่างมีวิจารณ์ญาณ การพูดอย่างมีศิลปะ การใช้สำนวนไทย และคำราชาศัพท์

This course is a fundamental Thai test required designed to measure students basic knowledge to take a test on 3 categories in Thai Grammar, Thai Literatures and Thai Usage; Thai Grammar covers nature of the language, 3 groups of Thai alphabets, vowels, order of tone marks, syllable, genre of words, word creation and genre of sentences; Thai literatures cover basic knowledge of literatures, the understanding of pre -university education literatures and interpretation; Thai usage covers orders of language, comprehension, recapitulation, explanation, judgmental listening, oratory, Thai idiom usage and Royal Register.

หมายเหตุ * รายวิชานี้ไม่นับหน่วยกิต และนักศึกษาทุกคนต้องสอบผ่านรายวิชา GEN67-011 ภาษาไทยพื้นฐาน ในช่วงก่อนเริ่มเรียนภาคการศึกษาที่ 1 หรือตามวันเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด สำหรับนักศึกษาที่สอบไม่ผ่านสามารถลงทะเบียนเรียนรายวิชา GEN67-111 ภาษาไทยเพื่อการนำเสนอควบคู่กับการเข้าเรียนเสริมและเข้าสอบรายวิชา GEN67-011 ภาษาไทยพื้นฐาน จนกว่าจะผ่านเกณฑ์ (S) ได้ โดยรายวิชานี้ผลการศึกษาเป็นระบบ S/U

GEN67-111 ภาษาไทยเพื่อการนำเสนอ 2(2-0-4)

Thai for Presentation

วิชาบังคับก่อน: ไม่มี

Prerequisite: None

รายวิชานี้มุ่งเน้นการพัฒนาทักษะภาษาไทยด้านการรับสารและการส่งสาร โดยเน้นความสัมพันธ์ของทักษะการฟัง การพูด การอ่าน การเขียน และการคิด โดยผ่านเทคนิคการสื่อสารร่วมสมัย ที่สอดคล้องกับวิชาชีพ สามารถนำเสนอ และทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

This course focuses on developing Thai usage skills in recognition and transmission messages. Emphasis is placed on the relationship between listening, speaking, reading, writing, and thinking skills through contemporary communication techniques that correspond to the professional career path namely: able to perform a proper speech or presentation and cooperate with others.

GEN67-021 ภาษาอังกฤษพื้นฐาน 2(2-0-4)*

Fundamental English

วิชาบังคับก่อน: ไม่มี

Prerequisite: None

รายวิชาภาษาอังกฤษพื้นฐานเป็นรายวิชาที่ไม่นับหน่วยกิตสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรีทุกคนที่เข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ และมีความสามารถทางภาษาอังกฤษในระดับ pre-A1 หรือระดับเริ่มต้น รายวิชานี้เน้นไวยากรณ์ภาษาอังกฤษเบื้องต้น คำศัพท์ และรูปแบบภาษาพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับชีวิตประจำวันและการใช้ในห้องเรียน เพื่อเตรียมความพร้อมให้นักศึกษาเข้าเรียนในรายวิชาภาษาอังกฤษที่นับหน่วยกิตต่อไป ดังนั้นนักศึกษาต้องผ่านการสอบปลายภาคและ

ได้รับเกรดผ่าน (S) ซึ่งเทียบเท่ากับร้อยละ 60 ของคะแนนทั้งหมด ก่อนจะทำการลงทะเบียนในรายวิชาภาษาอังกฤษในระดับอื่นๆ ได้

This is a non-credit course required for all undergraduate students entering the university whose English proficiency is equivalent to pre-A1 or beginner level. It focuses on introductory English grammar, vocabulary and basic language patterns needed for everyday life and classroom settings, and prepares the students to take the regular (credit) English classes. Students are required to pass the final test and must receive the satisfactory (S) grade equivalent to 60% of the total score, as a prerequisite to enroll in the regular English class.

หมายเหตุ * รายวิชานี้ไม่นับหน่วยกิต และนักศึกษาทุกคนต้องสอบ GEN67-021 Fundamental English ในช่วงก่อนเริ่มเรียนภาคการศึกษาที่ 1 หรือตามวันเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด นักศึกษาที่สอบไม่ผ่านเกณฑ์ต้องเข้าเรียนเสริมและเข้าสอบรายวิชา GEN67-021 Fundamental English จนกว่าจะผ่านเกณฑ์ (S) ควบคู่กับการลงทะเบียนเรียน GEN67-121 Integrated English Skills for Upper Beginners โดยรายวิชานี้ผลการศึกษาเป็นระบบ S/U

GEN67-121 ภาษาอังกฤษแบบบูรณาการสำหรับผู้ใช้ภาษาขั้นเริ่มต้นระดับสูง 3(2-3-6)
Integrated English Skills for Upper Beginners

วิชาบังคับก่อน: ไม่มี

Prerequisite: None

รายวิชานี้สำหรับนักศึกษาผู้ใช้ภาษาขั้นเริ่มต้นระดับสูง มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาทักษะด้านการรับรู้ข้อมูล (การฟังและการอ่าน) และทักษะการผลิตข้อมูล (การพูดและการเขียน) ผ่านการมีส่วนร่วมในชั้นเรียนและกิจกรรมนอกห้องเรียน ส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ย่อย เช่น การออกเสียง การใช้คำศัพท์ ไวยากรณ์ โครงสร้างประโยคได้อย่างถูกต้อง และสามารถประยุกต์ใช้ทักษะภาษาอังกฤษที่ได้เรียนรู้จากในชั้นเรียนสู่บริบทชีวิตประจำวัน

This course is for upper beginner students, designed to improve their receptive (listening and reading) and productive (speaking and writing) English skills. Through engaging in in-class and out-of-class activities, it also improves students' sub-skills, such as proper pronunciation, vocabulary, grammar, and sentence structure. Additionally, this course promotes students' abilities to use English confidently, learn independently, and apply the acquired communication skills in daily life.

GEN67-122 ภาษาอังกฤษการฟัง-พูดสำหรับผู้ใช้ภาษาระดับต้น 3(2-3-6)
English Listening and Speaking for Basic Users

วิชาบังคับก่อน: GEN67-121 ภาษาอังกฤษแบบบูรณาการสำหรับผู้ใช้ภาษาขั้นเริ่มต้นระดับสูง

Prerequisite: GEN67-121 Integrated English Skills for Upper Beginners

รายวิชานี้สำหรับนักศึกษาผู้มีความสามารถทางภาษาระดับ A2 หรือผู้ใช้ภาษาระดับต้น ซึ่งเน้นการฝึกทักษะการฟังและพูดภาษาอังกฤษผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ในชั้นเรียน เช่น งานเดี่ยวและงานกลุ่ม เพื่อเพิ่มพูนความรู้พื้นฐานที่จำเป็นและกลยุทธ์เพื่อใช้พัฒนาทักษะต่าง

ๆ อาทิ การศึกษาคำศัพท์ การออกเสียง การพูดและการฟังของนักศึกษา เพื่อช่วยพัฒนาความสามารถของนักศึกษาในการสื่อสารและการเข้าใจในภาษาพูดจากแหล่งต่าง ๆ

This course is designed for the students in A2 level (Basic Users), which focuses on the development of listening and speaking skills in English. Through individual and group activities, it imparts students with the requisite knowledge and strategies to improve their vocabulary, pronunciation, speaking, and listening abilities. It strengthens students' capabilities in verbal communication and understanding spoken English from various sources.

GEN67-123 **ภาษาอังกฤษการอ่าน-เขียนสำหรับผู้ใช้ภาษาระดับต้น** **3(2-2-5)**
English Reading and Writing for Basic Users

วิชาบังคับก่อน: **GEN67-121 ภาษาอังกฤษแบบบูรณาการสำหรับผู้ใช้ภาษาขั้นเริ่มต้นระดับสูง**
GEN67-122 ภาษาอังกฤษการฟัง-พูดสำหรับผู้ใช้ภาษาระดับต้น

Prerequisite: **GEN67-121 Integrated English Skills for Upper Beginners**

GEN67-122 English Listening and Speaking for Basic Users

รายวิชานี้เป็นรายวิชาเพิ่มเติมสำหรับนักศึกษาระดับ A2 หรือผู้ใช้ภาษาระดับต้น จัดทำขึ้นเพื่อพัฒนาทักษะการอ่านและการเขียนของนักศึกษา ผ่านกิจกรรมปฏิสัมพันธ์ที่หลากหลาย และแบบฝึกหัดที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของนักศึกษา โดยกลวิธีการสอนผ่านข้อความ การอ่านและเขียนตามหัวข้อเรื่อง รวมถึงกลไกการเขียนที่มีประสิทธิภาพ การอ่านเพื่อพัฒนาการออกเสียงของผู้เรียน อีกทั้งมีการชี้แนะนักศึกษาผ่านกระบวนการอ่านและเขียนโดยให้ใช้หลักคิดอย่างมีวิจารณญาณและใช้การตัดสินใจเพื่อให้การเขียนย่อหน้าและเรียงความเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

This course is a complementary course for the students in A2 level (Basic Users). It is designed to develop students' reading and writing skills through a variety of interactive and engaging exercises and activities. Its emphasis is on text-based, theme-based reading and writing tasks. Moreover, it integrates mechanics of effective writing, and oral reading to enhance students' pronunciation. It also guides students through the reading and writing process, which requires critical thinking and decision-making for writing effective paragraphs and essays.

GEN67-124 **ภาษาอังกฤษเพื่อการพูดในที่สาธารณะและการนำเสนอ** **3(2-2-5)**
สำหรับผู้ใช้ภาษาขั้นอิสระ

วิชาบังคับก่อน: **GEN67-121 ภาษาอังกฤษแบบบูรณาการสำหรับผู้ใช้ภาษาขั้นเริ่มต้นระดับสูง**
GEN67-122 ภาษาอังกฤษการฟัง-พูดสำหรับผู้ใช้ภาษาระดับต้น

GEN67-123 ภาษาอังกฤษการอ่าน-เขียนสำหรับผู้ใช้ภาษาระดับต้น

Prerequisite: **GEN67-121 Integrated English Skills for Upper Beginners**

GEN67-122 English Listening and Speaking for Basic Users

GEN67-123 English Reading and Writing for Basic Users

รายวิชานี้สำหรับนักศึกษาผู้มีความสามารถทางภาษาอังกฤษระดับปานกลาง มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษสำหรับการพูดในที่สาธารณะและการนำเสนองานภาษาอังกฤษ เน้นการสอนด้านไวยากรณ์และคำศัพท์เฉพาะทางในด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี รวมทั้งมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ เพื่อให้ นักศึกษาสามารถใช้ภาษาอังกฤษในการนำเสนอได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังเสริมทักษะทางศตวรรษที่ 21 เพื่อให้การนำเสนอมีโครงสร้างที่มีประสิทธิภาพและมีการใช้ภาษาในการนำเสนอได้อย่างเหมาะสม

This course is for intermediate level students, designed to develop their expressive skills for public speaking and presentation. It focuses on grammar and terminology that effectively enables students to deliver presentations in the field of Health Sciences, Sciences and Technology, and Humanities and Social Sciences. It also equips students with 21st-century skills to build effective structure and properly deliver oral presentations.

CHI67-121 ภาษาจีนพื้นฐาน 3(2-2-5)
Basic Chinese

วิชาบังคับก่อน: ไม่มี

Prerequisite: None

รายวิชานี้เป็นการศึกษาคำศัพท์อย่างน้อย 150 คำ ศึกษาวิธีการออกเสียงภาษาจีน โดยใช้ระบบสัทอักษรจีน (Pinyin) ฝึกการออกเสียงภาษาจีนให้ถูกต้องชัดเจน ศึกษาลำดับการเขียนอักษรจีนที่ถูกต้อง โดยศึกษาอักษรจีน รูปประโยคพื้นฐานและไวยากรณ์ภาษาจีน

This course focuses on fundamental Chinese vocabularies with the targeted 150 words and Chinese pronunciation through Pinyin phonetic alphabet system, for learners to practice Chinese with a clear and correct pronunciation. This course also studies Chinese character writing strokes, basic sentence structure and grammar.

CHI67-122 ภาษาจีนสำหรับชีวิตประจำวัน 3(2-2-5)
Chinese for Daily Life

วิชาบังคับก่อน: ไม่มี

Prerequisite: None

รายวิชานี้เป็นการศึกษาคำศัพท์เพิ่มประมาณ 200 คำ เรียนรู้รูปประโยคพื้นฐาน ฝึกสื่อสาร สนทนาภาษาจีนในชีวิตประจำวันโดยการใช้คำศัพท์และรูปประโยคที่ได้เรียนอย่างถูกต้อง ฝึกฟัง พูด อ่าน และเขียนภาษาจีนพื้นฐานได้

This course focused on the minimum of 200 Chinese vocabularies, basic sentence structure and Chinese usage for communication in daily life

conversation by correctly using the vocabularies and sentence patterns which had learned in class. The course also offers a good practice of fundamental Chinese listening, speaking, reading and writing skills.

CHI67-123 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร 3(2-2-5)
Chinese for Communication

วิชาบังคับก่อน: ไม่มี

Prerequisite: None

รายวิชานี้เป็นการศึกษาคำศัพท์เพิ่มประมาณ 250 คำ และศึกษารูปแบบประโยคภาษาจีน ประยุกต์ใช้คำศัพท์และไวยากรณ์ เพื่อสื่อสารให้สอดคล้องตามบริบทได้อย่างถูกต้อง

This course studies approximately 250 chinese vocabularies basic, sentence patterns and applied the vocabularies and grammars for communicative purpose correctly according to the context.

GEN67-133 สุนทรียศาสตร์เพื่อคุณภาพชีวิต 2(1-2-3)
Aesthetics for Quality of Life

วิชาบังคับก่อน: ไม่มี

Prerequisite: None

รายวิชานี้มีจุดมุ่งหมายศึกษา ความหมาย ความสำคัญ ประเภทของสุนทรียศาสตร์และแนวคิดเกี่ยวกับคุณค่าและความงามของศิลปะ เพื่อให้เกิดทักษะในการประเมินค่าและเลือกสรรงานศิลปะที่เสริมสร้างรสนิยมและยกระดับคุณภาพชีวิตและสุขภาวะทางจิตใจ เกิดความซาบซึ้งถึงความหมาย คุณค่าของความเป็นมนุษย์ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ ของสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม เพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างเกื้อกูลในสังคมที่มีความหลากหลาย

This course aims to explore the meanings, categories, and significant of aesthetics in human life. It touches upon the concepts of value and beauty of arts to create students 'skill in art evaluation and appreciation which could contribute to the better living standard and personal well-being, both physically and mentally by enhancing students' understanding and respect in human dignity and identities ,which are highly diverse in a context of the changing global spectrum namely; society, economy, and environment, that would create the sustainable and harmoniously coexistence multiculturalism society.

GEN67-141 การแสวงหาความรู้และการวิจัยเบื้องต้น 2(2-0-4)
Knowledge Inquiry and Fundamental Research

วิชาบังคับก่อน: ไม่มี

Prerequisite: None

รายวิชานี้ศึกษาแนวคิด กระบวนการ และเทคโนโลยีสารสนเทศในการแสวงหาความรู้ เพื่อพัฒนาความสามารถในการค้นคว้า ทั้งความรู้จากการฟัง การอ่าน การถกเถียง การสังเกตการณ์ การคิดและการวิจัย ทั้งนี้โดยมุ่งเน้นการแสวงหาความรู้เชิงประจักษ์ ยึดหลักความสมเหตุสมผล ที่ผ่านกระบวนการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ รวมทั้งการศึกษการวิจัยเบื้องต้นเพื่อให้นักศึกษามีศักยภาพในการค้นคว้าเชิงวิชาการ มีความสามารถในการตั้งโจทย์การวิจัย การรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์และการประเมินค่าด้วยหลักสถิติเบื้องต้น สามารถนำเสนอผลข้อค้นพบอย่างเป็นระบบและมีการอ้างอิงทางวิชาการอย่างถูกต้อง

This course examines the concepts, processes and information technology of knowledge inquiry. Students could develop knowledge inquiry skills by listening, reading, debating, observing, thinking, and conducting research studies through evidence-based investigations, systematic analysis, and principles of reasoning. Fundamental research is actively used during the course to develop skills required for academic research. Skills covered include research questioning, data gathering, data analysis using basic statistics, and valuation ability to present findings systematically and have accurate academic references.

GEN67-142 การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและสภาวะโลกร้อน 2(1-2-3)
Environmental Conservation and Global Warming

วิชาบังคับก่อน: ไม่มี

Prerequisite: None

รายวิชานี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อกระตุ้นให้ผู้เรียนตระหนักถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อมและการใช้ประโยชน์ทรัพยากร โดยสอนหลักการของสิ่งแวดล้อม ทรัพยากร และระบบนิเวศที่สัมพันธ์กับมนุษย์ทั้งในระดับโลกและระดับท้องถิ่น ใช้กรณีศึกษาและการอภิปรายช่วยส่งเสริมความสามารถในการวิเคราะห์กิจกรรมในชีวิตประจำวันที่ส่งผลต่อสิ่งแวดล้อมและสภาวะโลกร้อน นอกจากนี้ยังมุ่งส่งเสริมทักษะในการรับมือและการปรับตัวในการดำรงชีวิตได้อย่างมีคุณภาพและยั่งยืน โดยการบูรณาการแนวคิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการพัฒนาอย่างยั่งยืนภายใต้พหุวัฒนธรรม รายวิชานี้กระตุ้นให้ผู้เรียนมีจิตอาสาและสร้างกิจกรรมที่คำนึงถึงหลักการใช้ทรัพยากร การคมนาคม และการจัดการของเสียอย่างยั่งยืน ผ่านกิจกรรมอาชีพที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตลอดจนศึกษาบทบาทขององค์กรทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศในแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมและปรับตัวต่อสภาวะโลกร้อน

This course aims to enhance the students' awareness of the value of the environment and the use of resources through the principles of environment, resources, and ecosystem related to humans, both on the global and local scales. The case studies and discussion approaches are applied to enhance students' analytical skills regarding personal daily life activities which cast an effect on the environment and global warming. Moreover, it also promotes resilience and adaptation skills for sustainability and life quality by integrating the concept of environmental conservation

and sustainable development under a multiculturalism context. The course also enhances the volunteering mindset and student's ability to create activities based on concepts of sustainability of resource utilization, transportation, and waste management, through environmental-friendly career activity. As well as study the roles of the national and international organizations in solving environmental problems and adaptation to global warming.

GEN67-161 นวัตกรรมและผู้ประกอบการ 2(1-2-3)
Innovation and Entrepreneurship

วิชาบังคับก่อน: ไม่มี

Prerequisite: None

รายวิชานี้ศึกษาแนวคิดและกระบวนการในการออกแบบ การแนะนำสินค้าใหม่ และการดำเนินธุรกิจใหม่ที่เป็นผลผลิตจากนวัตกรรมโดยมุ่งเน้นการพัฒนาความรู้ ทักษะ และความเข้าใจ เกี่ยวกับการนำแนวคิดเชิงนวัตกรรมการผลิตสินค้า บริการหรือกระบวนการผลิตใหม่มาใช้ในการสร้างธุรกิจใหม่ให้สำเร็จ หรือการช่วยให้ธุรกิจที่มีอยู่สามารถเติบโตและขยายตัวได้ ด้วยการใช้ความรู้ทางการจัดการตลาด การเงิน การปฏิบัติการ และห่วงโซ่อุปทาน ที่เป็นความรู้พื้นฐานในการบริหารงานให้สำเร็จ นอกจากนี้รายวิชานี้มุ่งเน้นให้นักศึกษามีจริยธรรมและมีความรับผิดชอบต่อสังคม

This course explores designing concepts and process, innovative product and developing an innovation to a new business model. It focuses on creating a body of knowledge, skills, and understanding of innovative thinking, creative business start-up model, business management, marketing, financial, operation and supply chain techniques that could ensure business growth and success. In addition, this course aims to enable students to gain ethics and social responsibilities.

INF67-171 เทคโนโลยีสารสนเทศในยุคดิจิทัล 1(1-0-2)
Information Technology in Digital Era

วิชาบังคับก่อน: ไม่มี

Prerequisite: None

รายวิชานี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ผู้เรียนตระหนักถึงความสำคัญของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้เพื่อแก้ปัญหาหรือสนับสนุนในงานต่าง ๆ โดยครอบคลุมเนื้อหา ดังนี้ การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล อินเทอร์เน็ตประสานสรรพสิ่งในยุคหน้า บล็อกเชนและฟินเทค วิทยาการข้อมูลและวิศวกรรมข้อมูล ความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ ความเป็นพลเมืองดิจิทัล ความเป็นจริงเสริม/ความเป็นจริงเสมือน/ความเป็นจริงผสม พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ดิจิทัลทวิน และ การประมวลผลแบบเอจด์และฟ็อก

This course aims to raise learners aware of the importance of using information technology that used to solve problems solving or tasks supporting purpose. The topics include digital transformation, the next generation of IoT, blockchain and fintech, data science and data engineering, cybersecurity, digital citizenship, augmented/virtual/mixed reality, the Personal Data Protection Act (PDPA), digital twin, and edge & fog computing.

INF67-173 **การใช้ซอฟต์แวร์ตารางคำนวณเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล** **1(0-2-1)**
Use of Spreadsheet Software for Data Analysis

วิชาบังคับก่อน: **ไม่มี**

Prerequisite: **None**

รายวิชานี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ผู้เรียนพัฒนาทักษะในการใช้ซอฟต์แวร์ตารางคำนวณเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล และตระหนักถึงความสำคัญในการเลือกใช้เครื่องมือที่มีในซอฟต์แวร์ตารางคำนวณ โดยครอบคลุมเนื้อหา ดังนี้ การสร้างและจัดการแผ่นงานและสมุดงาน การจัดการเซลล์และช่วง การจัดการตาราง การกรองข้อมูล การใช้งานสูตรและฟังก์ชัน การสร้างแผนภูมิและวัตถุ และการจัดทำตารางคำนวณด้วยเครื่องมือออนไลน์

This course aims to develop the skills of using spreadsheet software for data analysis and realize the importance of choosing the tools available in spreadsheet software. The topics include creating and managing worksheets and workbooks, managing cells and ranges, table management, data filtering, using formulas and functions, creating charts and objects, and creating spreadsheets with online tools.

CSP67-151 **กีฬาฟุตบอล** **1(0-2-1)**
Football

วิชาบังคับก่อน: **ไม่มี**

Prerequisite: **None**

รายวิชานี้มุ่งเน้นให้นักศึกษาได้เรียนรู้กฎ-กติกา-มารยาทในการเล่นกีฬาฟุตบอล การเตรียมความพร้อมของตนเองก่อนและหลังการเล่นกีฬาฟุตบอล ฝึกพื้นฐานสมรรถภาพทางกาย และจิตใจ ทักษะพื้นฐานในการเล่นกีฬาฟุตบอล การเล่นกีฬาฟุตบอลที่ถูกต้องตามกฎกติกา การป้องกันและแก้ไขอาการบาดเจ็บจากกีฬาฟุตบอล

This course focuses on teaching students the rules- regulations- measures of playing football. Preparing themselves before and after playing football, training the basics of physical and mental erection. Basic skills in playing football, playing football correctly in accordance with the rules of football. Prevention and correction of football injury.

หมายเหตุ * รายวิชานี้ผลการศึกษาคือเป็นระบบ S/U

CSP67-152 กีฬาฟุตซอล 1(0-2-1)

Futsal

วิชาบังคับก่อน: ไม่มี

Prerequisite: None

รายวิชานี้มุ่งเน้นให้นักศึกษาได้เรียนรู้กฎ-กติกา-มารยาทในการเล่นกีฬาฟุตซอล การเตรียมความพร้อมของตนเองก่อนและหลังการเล่นกีฬาฟุตซอล ฝึกพื้นฐานสมรรถภาพทางกาย และจิตใจ ทักษะพื้นฐานในการเล่นกีฬาฟุตซอล การเล่นกีฬาฟุตซอลที่ถูกต้องตามกฎกติกา และการป้องกันและแก้ไขอาการบาดเจ็บจากกีฬาฟุตซอล

This course focuses on teaching students the rules- regulations- measures of playing futsal. Preparing themselves before and after playing futsal , training the basics of physical and mental erection. Basic skills in playing futsal, playing futsal correctly in accordance with the rules of futsal. Prevention and correction of futsal injury.

หมายเหตุ * รายวิชานี้ผลการศึกษาคือเป็นระบบ S/U

CSP67-153 กีฬาบาสเกตบอล 1(0-2-1)

Basketball

วิชาบังคับก่อน: ไม่มี

Prerequisite: None

รายวิชานี้มุ่งเน้นให้นักศึกษาได้เรียนรู้กฎ-กติกา-มารยาทในการเล่นกีฬาบาสเกตบอล การเตรียมความพร้อมของตนเองก่อนและหลังการเล่นกีฬาบาสเกตบอล ฝึกพื้นฐานสมรรถภาพทางกายและจิตใจ ทักษะพื้นฐานในการเล่นกีฬาบาสเกตบอล การเล่นกีฬาบาสเกตบอลที่ถูกต้องตามกฎกติกา และการป้องกันและแก้ไขอาการบาดเจ็บจากกีฬาบาสเกตบอล

This course focuses on teaching students the rules- regulations- measures of playing basketball. Preparing themselves before and after playing basketball, training the basics of physical and mental erection. Basic skills in playing basketball, playing basketball correctly in accordance with the rules of basketball. Prevention and correction of basketball injury.

หมายเหตุ * รายวิชานี้ผลการศึกษาคือเป็นระบบ S/U

CSP67-154 กีฬาวอลเลย์บอล 1(0-2-1)

Volleyball

วิชาบังคับก่อน: ไม่มี

Prerequisite: None

รายวิชานี้มุ่งเน้นให้นักศึกษาได้เรียนรู้กฎ-กติกา-มารยาทในการเล่นกีฬาวอลเลย์บอล การเตรียมความพร้อมของตนเองก่อนและหลังการเล่นกีฬาวอลเลย์บอล ฝึกพื้นฐาน

สมรรถภาพทางกายและจิตใจ ทักษะพื้นฐานในการเล่นกีฬาวอลเลย์บอล การเล่นกีฬาวอลเลย์บอลที่ถูกต้องตามกฎกติกา และการป้องกันและแก้ไขอาการบาดเจ็บจากกีฬาวอลเลย์บอล

This course focuses on teaching students the rules-regulations-measures of playing volleyball. Preparing themselves before and after playing volleyball, training the basics of physical and mental erection. Basic skills in playing volleyball, playing volleyball correctly in accordance with the rules of volleyball. Prevention and correction of volleyball injury.

หมายเหตุ * รายวิชานี้ผลการศึกษาระบบ S/U

CSP67-155 กีฬาแบดมินตัน 1(0-2-1)

Badminton

วิชาบังคับก่อน: ไม่มี

Prerequisite: None

รายวิชานี้มุ่งเน้นให้นักศึกษาได้เรียนรู้กฎ-กติกา-มารยาทในการเล่นกีฬาแบดมินตัน การเตรียมความพร้อมของตนเองก่อนและหลังการเล่นกีฬาแบดมินตัน ฝึกพื้นฐานสมรรถภาพทางกายและจิตใจ ทักษะพื้นฐานในการเล่นกีฬาแบดมินตัน การเล่นกีฬาแบดมินตันที่ถูกต้องตามกฎกติกา และการป้องกันและแก้ไขอาการบาดเจ็บจากกีฬาแบดมินตัน

This course focuses on teaching students the rules-regulations-measures of playing badminton. Preparing themselves before and after playing badminton, training the basics of physical and mental erection. Basic skills in playing badminton, playing badminton correctly in accordance with the rules of badminton. Prevention and correction of badminton injury.

หมายเหตุ * รายวิชานี้ผลการศึกษาระบบ S/U

CSP67-156 กีฬาเปตอง 1(0-2-1)

Petanque

วิชาบังคับก่อน: ไม่มี

Prerequisite: None

รายวิชานี้มุ่งเน้นให้นักศึกษาได้เรียนรู้กฎ-กติกา-มารยาทในการเล่นกีฬาเปตอง การเตรียมความพร้อมของตนเองก่อนและหลังการเล่นกีฬาเปตอง ฝึกพื้นฐานสมรรถภาพทางกายและจิตใจ ทักษะพื้นฐานในการเล่นกีฬาเปตอง การเล่นกีฬาเปตองที่ถูกต้องตามกฎกติกา และการป้องกันและแก้ไขอาการบาดเจ็บจากกีฬาเปตอง

This course focuses on teaching students the rules-regulations-measures of playing petanque. Preparing themselves before and after playing petanque, training the basics of physical and mental erection. Basic skills in playing petanque, playing petanque correctly in accordance with the rules of petanque. Prevention and correction of petanque injury.

หมายเหตุ * รายวิชานี้ผลการศึกษาเป็นระบบ S/U

CSP67-157 กีฬาเทนนิส 1(0-2-1)

Tennis

วิชาบังคับก่อน: ไม่มี

Prerequisite: None

รายวิชานี้มุ่งเน้นให้นักศึกษาได้เรียนรู้กฎ-กติกา-มารยาทในการเล่นกีฬาเทนนิส การเตรียมความพร้อมของตนเองก่อนและหลังการเล่นกีฬาเทนนิส ฝึกพื้นฐานสมรรถภาพทางกาย และจิตใจ ทักษะพื้นฐานในการเล่นกีฬาเทนนิส การเล่นกีฬาเทนนิสที่ถูกต้องตามกฎกติกา และการป้องกันและแก้ไขอาการบาดเจ็บจากกีฬาเทนนิส

This course focuses on teaching students the rules- regulations- measures of playing tennis. Preparing themselves before and after playing tennis, training the basics of physical and mental erection. Basic skills in playing tennis, playing tennis correctly in accordance with the rules of tennis. Prevention and correction of tennis injury.

หมายเหตุ * รายวิชานี้ผลการศึกษาเป็นระบบ S/U

CSP67-158 กีฬากอล์ฟ 1(0-2-1)

Golf

วิชาบังคับก่อน: ไม่มี

Prerequisite: None

รายวิชานี้มุ่งเน้นให้นักศึกษาได้เรียนรู้กฎ-กติกา-มารยาทในการเล่นกีฬากอล์ฟ การเตรียมความพร้อมของตนเองก่อนและหลังการเล่นกีฬากอล์ฟ ฝึกพื้นฐานสมรรถภาพทางกายและจิตใจ ทักษะพื้นฐานในการเล่นกีฬากอล์ฟ การเล่นกีฬากอล์ฟที่ถูกต้องตามกฎกติกา และการป้องกันและแก้ไขอาการบาดเจ็บจากกีฬากอล์ฟ

This course focuses on teaching students the rules- regulations- measures of playing golf. Preparing themselves before and after playing golf, training the basics of physical and mental erection. Basic skills in playing golf, playing golf correctly in accordance with the rules of golf. Prevention and correction of golf injury.

หมายเหตุ * รายวิชานี้ผลการศึกษาเป็นระบบ S/U

CSP67-159 กีฬาว่ายน้ำ 1(0-2-1)

Swimming

วิชาบังคับก่อน: ไม่มี

Prerequisite: None

รายวิชานี้มุ่งเน้นให้นักศึกษาได้เรียนรู้กฎ-กติกา-มารยาทในการเล่นกีฬาว่ายน้ำ การเตรียมความพร้อมของตนเองก่อนและหลังการเล่นกีฬาว่ายน้ำ ฝึกพื้นฐานสมรรถภาพทางกาย

และจิตใจ ทักษะพื้นฐานในการเล่นกีฬาว่ายน้ำ การเล่นกีฬาว่ายน้ำที่ถูกต้องตามกฎกติกา และการป้องกันและแก้ไขอาการบาดเจ็บจากกีฬาว่ายน้ำ

This course focuses on teaching students the rules- regulations- measures of playing swimming. Preparing themselves before and after playing swimming, training the basics of physical and mental erection. Basic skills in playing swimming, playing swimming correctly in accordance with the rules of swimming. Prevention and correction of swimming injury.

หมายเหตุ * รายวิชานี้ผลการศึกษเป็นระบบ S/U

CSP67-160 กีฬามวยไทย 1(0-2-1)

Thai Boxing

วิชาบังคับก่อน: ไม่มี

Prerequisite: None

รายวิชานี้มุ่งเน้นให้นักศึกษาได้เรียนรู้กฎ-กติกา-มารยาทในการเล่นกีฬามวยไทย การเตรียมความพร้อมของตนเองก่อนและหลังการเล่นกีฬามวยไทย ฝึกพื้นฐานสมรรถภาพทางกาย และจิตใจ ทักษะพื้นฐานในการเล่นกีฬามวยไทย การเล่นกีฬามวยไทยที่ถูกต้องตามกฎกติกา และการป้องกันและแก้ไขอาการบาดเจ็บจากกีฬามวยไทย

This course focuses on teaching students the rules- regulations- measures of playing thai boxing. Preparing themselves before and after playing thai boxing, training the basics of physical and mental erection. Basic skills in playing thai boxing, playing thai boxing correctly in accordance with the rules of thai boxing. Prevention and correction of thai boxing injury.

หมายเหตุ * รายวิชานี้ผลการศึกษเป็นระบบ S/U

CSP67-161 กีฬาเทเบิลเทนนิส 1(0-2-1)

Table Tennis

วิชาบังคับก่อน: ไม่มี

Prerequisite: None

รายวิชานี้มุ่งเน้นให้นักศึกษาได้เรียนรู้กฎ-กติกา-มารยาทในการเล่นกีฬาเทเบิลเทนนิส การเตรียมความพร้อมของตนเองก่อนและหลังการเล่นกีฬาเทเบิลเทนนิส ฝึกพื้นฐานสมรรถภาพทางกายและจิตใจ ทักษะพื้นฐานในการเล่นกีฬาเทเบิลเทนนิส การเล่นกีฬาเทเบิลเทนนิสที่ถูกต้องตามกฎกติกา และการป้องกันและแก้ไขอาการบาดเจ็บจากกีฬาเทเบิลเทนนิส

This course focuses on teaching students the rules- regulations- measures of playing table tennis. Preparing themselves before and after playing table tennis, training the basics of physical and mental erection. Basic skills in playing table tennis, playing table tennis correctly in accordance with the rules of table tennis. Prevention and correction of table tennis injury.

หมายเหตุ * รายวิชานี้ผลการศึกษเป็นระบบ S/U

CSP67-162	กรีฑา Athletics	1(0-2-1)
วิชาบังคับก่อน:	ไม่มี	
Prerequisite:	None	
<p>รายวิชานี้มุ่งเน้นให้นักศึกษาได้เรียนรู้กฎ-กติกา-มารยาทในการเล่นกรีฑา การเตรียมความพร้อมของตนเองก่อนและหลังการเล่นกรีฑา ฝึกพื้นฐานสมรรถภาพทางกายและจิตใจ ทักษะพื้นฐานในการเล่นกีฬากรีฑา การเล่นกรีฑาที่ถูกต้องตามกฎกติกา และการป้องกันและแก้ไขอาการบาดเจ็บจากกรีฑา</p> <p>This course focuses on teaching students the rules- regulations- measures of playing athletics. Preparing themselves before and after playing athletics, training the basics of physical and mental erection. Basic skills in playing athletics, playing athletics correctly in accordance with the rules of athletics. Prevention and correction of athletics injury.</p> <p>หมายเหตุ * รายวิชานี้ผลการศึกษาเป็นระบบ S/U</p>		
CSP67-163	การฝึกด้วยน้ำหนัก Weight Training	1(0-2-1)
วิชาบังคับก่อน:	ไม่มี	
Prerequisite:	None	
<p>รายวิชานี้มุ่งเน้นให้นักศึกษาได้เรียนรู้หลักการออกกำลังกายด้วยกิจกรรมการฝึกด้วยน้ำหนัก ทักษะและความรู้พื้นฐานการฝึกด้วยน้ำหนัก การจัดโปรแกรมการฝึกยกน้ำหนัก การประยุกต์ใช้กิจกรรมการฝึกด้วยน้ำหนักไปสู่การออกกำลังกายเพื่อพัฒนาสุขภาพกายและจิตใจ</p> <p>This course focuses on teaching students the principles of exercise with weight training activities. Basic skills and knowledge of weight training. Weight training programming. Application of weight training activities to exercise to develop physical and mental health.</p> <p>หมายเหตุ * รายวิชานี้ผลการศึกษาเป็นระบบ S/U</p>		
CSP67-164	โยคะเพื่อสุขภาพ Yoga for Health	1(0-2-1)
วิชาบังคับก่อน:	ไม่มี	
Prerequisite:	None	
<p>รายวิชานี้มุ่งเน้นให้นักศึกษาได้เรียนรู้หลักการฝึกโยคะ ชนิดการฝึกโยคะ การหายใจ ขั้นตอนการฝึกโยคะ ทักษะและความรู้พื้นฐานการฝึกโยคะ การประยุกต์ใช้กิจกรรมการฝึกโยคะไปสู่การออกกำลังกายเพื่อพัฒนาสุขภาพกายและจิตใจ</p>		

This course focuses on teaching students the principles of yoga. Types of yoga. Breathing. Yoga practice procedures. Yoga skills and basic knowledge. Applying yoga activities to exercise to develop physical and mental health.

หมายเหตุ * รายวิชานี้ผลการศึกษาคือเป็นระบบ S/U

CSP67-165 แอโรบิกเพื่อสุขภาพ 1(0-2-1)
Aerobic for Health

วิชาบังคับก่อน: ไม่มี

Prerequisite: None

รายวิชานี้มุ่งเน้นให้นักศึกษาได้เรียนรู้หลักการออกกำลังกายแบบแอโรบิก ประโยชน์และความสำคัญของการออกกำลังกายแบบแอโรบิก ทักษะและความรู้พื้นฐานการฝึกการออกกำลังกายแบบแอโรบิก การประยุกต์ใช้กิจกรรมการฝึกแอโรบิกไปสู่การออกกำลังกายเพื่อพัฒนาสุขภาพกายและจิตใจ

This course focuses on teaching students the principles of aerobic exercise. The benefits and importance of aerobic exercise. Aerobic fitness training skills and basic knowledge. Applying aerobic training activities to exercise to develop physical and mental health.

หมายเหตุ * รายวิชานี้ผลการศึกษาคือเป็นระบบ S/U

ACT67-105 การบัญชีเพื่อการจัดการธุรกิจ 3(3-0-6)
Accounting for Business Management

วิชาบังคับก่อน: ไม่มี

Prerequisite: None

รายวิชานี้ช่วยให้นักศึกษามีความรู้เบื้องต้นเป็นรายวิชาจากทางการเงินเบื้องต้นเกี่ยวกับแนวคิดทางการบัญชีสำหรับองค์กรธุรกิจ โดยมุ่งเน้นการเรียนรู้ในเรื่องสมการทางบัญชี วงจรบัญชี และแนวคิดในการจัดเตรียมรายงานทางการเงินสำหรับธุรกิจบริการ ธุรกิจพาณิชย์กรรม และธุรกิจอุตสาหกรรม นอกจากนี้ รายวิชายังครอบคลุมหัวข้อเรื่องบทบาทและหน้าที่ของการบัญชีบริหาร แนวคิดเรื่องต้นทุน การจำแนกประเภทต้นทุน และการคำนวณต้นทุนสินค้า รวมถึงการนำเสนอสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้ในการวางแผนและตัดสินใจทางธุรกิจ

This course provides students with an introduction to accounting concepts and focuses on accounting equation, accounting cycle and concepts in preparing financial reports for service, trading and manufacturing business. Additionally, it covers topics of role and functions of management accounting, cost concepts and classification, and calculation for product cost including how to use accounting information in planning and decision making.

LGT67-101 การจัดการการดำเนินงาน 3(3-0-6)
Operations Management

วิชาบังคับก่อน: ไม่มี

Prerequisite: None

รายวิชานี้ศึกษาเกี่ยวกับแนวคิด และหลักการเกี่ยวกับหน้าที่ต่างๆ ในการจัดการดำเนินงาน กลยุทธ์การดำเนินงาน การออกแบบสินค้าและกระบวนการ การจัดการคุณภาพ การจัดการโซ่อุปทาน การวางแผนกำลังการผลิต การจัดการวัตถุดิบ การจัดการตารางการผลิต การจัดการเทคโนโลยี รวมถึงผลกระทบจากสภาพแวดล้อมภายนอกต่อการดำเนินงาน

This course focuses on the concepts and principles related to various functions in operations management. It covers topics such as operational strategies, product and process design, quality management, supply chain management, production capacity planning, raw material management, production scheduling, technology management, and the impact of the external environment on operations

MKT67-101 หลักการตลาดยุคดิจิทัล 3(3-0-6)
Principles of Marketing in Digital Era

วิชาบังคับก่อน: ไม่มี

Prerequisite: None

รายวิชานี้มุ่งเน้นให้นักศึกษาได้เรียนรู้แนวความคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการตลาดในยุคดิจิทัล กระบวนการทางการตลาด ปัจจัยและสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การวางแผนทางการตลาด การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมายและการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดประกอบด้วย กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด และจริยธรรมสำหรับนักการตลาด เพื่อให้ผู้เรียนสามารถค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องต่อการวางแผนการตลาดได้

This course focuses on teaching students basic concepts and processes of marketing in the digital era; marketing environment; consumer behavior, marketing strategies such as market segmentation, target market selecting and product positioning, marketing mix strategies: product, pricing, distribution and promotion strategies, including marketing ethics, social and environmental responsibility. Students are able to search the necessary data and information for developing the marketing plan.

MKT67-102 เศรษฐศาสตร์เพื่อการจัดการยุคดิจิทัล 3(3-0-6)
Managerial Economics in Digital Era

วิชาบังคับก่อน: ไม่มี

Prerequisite: None

รายวิชานี้มุ่งเน้นให้นักศึกษาได้เรียนรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจดิจิทัล เศรษฐกิจสร้างสรรค์ โครงสร้างตลาด และกลไกตลาดปัญหาพื้นฐานทางเศรษฐกิจ อุปสงค์และอุปทานของสินค้า ความยืดหยุ่น การผลิตและต้นทุนการผลิต การจัดการทรัพยากร ส่วนประกอบและการกำหนดรายได้ประชาชาติ การเงินการธนาคาร นโยบายการเงินและการคลัง การค้าและการเงินระหว่างประเทศ เงินเพื่อและการจ้างงาน ผู้เรียนสามารถเข้าใจสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาได้

This course focuses on teaching students the digital economy, creative economy, principles of microeconomics and macroeconomics, the basic problems of economics, demand and supply, elasticity, production and cost of production, market structure, resource management, national income; composition of and determination of national income, money, and banking, monetary and fiscal policy; international trade and finance, inflation, and employment. Students can understand the dynamic-changing economic situations.

MKT67-103 พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล 3(3-0-6)

Consumer Behavior in Digital Era

วิชาบังคับก่อน: เป็นนักศึกษาที่ได้รับเกรดใดๆ (A ถึง F) จากรายวิชา MKT67-101 หลักการตลาดยุคดิจิทัล

Prerequisite: For student who have received a grade (A to F) from MKT67-101 Principles of Marketing in Digital Era

รายวิชานี้มุ่งเน้นให้นักศึกษาได้เรียนรู้เกี่ยวกับความรู้พื้นฐานในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและความสำคัญของผู้บริโภคที่มีต่อกลยุทธ์การตลาดในสภาพแวดล้อมในยุคดิจิทัล กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ได้แก่ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านสังคม และปัจจัยด้านวัฒนธรรม และทำความเข้าใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนผ่านของการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคแบบดั้งเดิมสู่การวิเคราะห์พฤติกรรมแบบดิจิทัล มีการใช้กรณีศึกษาในอุตสาหกรรมที่หลากหลายเพื่อให้นักศึกษาสามารถเลือกใช้เทคนิคหรือกลยุทธ์ทางการตลาดที่สอดคล้องกับสถานการณ์ของบริษัทได้

This course focuses on teaching students the fundamental knowledge of consumer behavior in the marketplace and consumers' impact on marketing strategies in the digital era, the consumer decision-making process, and factors influencing consumers' decision-making to buy: demographic factors; physiological factors; social factors, and cultural factors. Students will also study the transformation of traditional consumer behavior to digital behavior analytics which is the most powerful technique in this era. Case studies relating to the constructs and concepts of consumption from various industries will be provided so that they will be able to formulate marketing tactics and strategies for the company.

MKT67-201 การจัดการทรัพยากรมนุษย์และพฤติกรรมองค์การ 3(3-0-6)
Human Resource Management and Organization Behavior

วิชาบังคับก่อน: ไม่มี

Prerequisite: None

รายวิชานี้มุ่งเน้นให้นักศึกษาได้เรียนรู้แนวคิดและกระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การสรรหาคัดเลือก การพัฒนาทุนมนุษย์ กระบวนการในการจัดการองค์การ อันประกอบด้วย การวางแผน การตัดสินใจ การจัดองค์การ ภาวะผู้นำ การควบคุม การจูงใจ การสื่อสาร และการทำงานเป็นทีม รวมถึงพฤติกรรมของบุคคลและกลุ่มบุคคลในองค์การ อำนาจและการเมืองในองค์การ วัฒนธรรมองค์การ การเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาองค์การ รายวิชานี้เตรียมความพร้อมให้ผู้เรียนสามารถปฏิบัติงานในองค์การร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

This course focuses on teaching students the concepts and processes of human resource management, recruitment, human capital development, and processes of organizational management. It consists of planning, decision-making, organizing, leadership, controlling, motivation, communication, and teamwork. Students will also learn the behavior of individuals and groups, power and politics in the organization, organization culture, organizational change, and development. This course prepares students for effective working with others in the organization.

MKT67-202 การจัดการการเงินยุคดิจิทัล 3(3-0-6)
Financial Management in Digital Era

วิชาบังคับก่อน: ไม่มี

Prerequisite: None

รายวิชานี้มุ่งเน้นให้นักศึกษาได้เรียนรู้แนวคิดและวิธีการสร้างความน่าเชื่อถือและความมั่นคงการใช้ระบบการเงินดิจิทัล ระบบควบคุมการเข้าถึงระบบการชำระเงิน เงื่อนไขและวิธีการเลือก ระบบชำระเงิน เทคโนโลยีการเงินดิจิทัล เทคโนโลยีบล็อกเชนและบิตคอยน์ การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปเพื่อการจัดการทางการเงินในการพยากรณ์ทางการเงินในระยะสั้นและระยะยาว การวิเคราะห์งบการเงิน การบริหารเงินทุนหมุนเวียน ต้นทุนของเงินทุนการจัดทำงบประมาณการลงทุนและเทคนิค การวิเคราะห์โครงการลงทุน

This course focuses on teaching students concepts and methods of building creditability and security for using digital finance; access control systems; payment systems, payment terms, and methods; digital financial technology; blockchain and Bitcoin technology; using packaging programs for financial management in forecasting including short term and long term financial planning, analyzing, and forecasting, financial statement analysis, working capital management, cost of capital, capital budgeting and techniques for project evaluation.

MKT67-203	สถิติธุรกิจ Business Statistics	3(3-0-6)
วิชาบังคับก่อน:	ไม่มี	
Prerequisite:	None	
	<p>รายวิชานี้มุ่งเน้นให้นักศึกษาได้เรียนรู้การนำทฤษฎีและวิธีการทางสถิติมาใช้ในทางธุรกิจ การวัดค่ากลาง และการกระจายของข้อมูล การแจกแจงความน่าจะเป็น การสุ่มตัวอย่าง การประมาณช่วงความเชื่อมั่น การทดสอบสมมุติฐาน การทดสอบไคสแควร์ การวิเคราะห์ความแปรปรวน การวิเคราะห์ความถดถอยและสหสัมพันธ์ การพยากรณ์และสถิตินอนพาราเมตริก</p> <p>This course focuses on teaching students the statistics theories and methods for business application, central tendency and variation data measurement, probability distribution, sampling distribution, confidence interval estimation, hypothesis testing, Chi- square, analysis of variance, regression and correlation, forecasting and nonparametric statistics.</p>	
MKT67-204	กฎหมายธุรกิจและภาษีอากร Business law and Taxation	3 (3-0-6)
วิชาบังคับก่อน:	ไม่มี	
Prerequisite:	None	
	<p>รายวิชานี้มุ่งเน้นให้นักศึกษาได้เรียนรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับองค์กรธุรกิจ (การจัดตั้ง การจัดการ การยกเลิก) กฎหมายภาษีอากรตามหลักประมวลรัษฎากรของไทย ประมวลกฎหมายแพ่งพาณิชย์ว่าด้วยนิติกรรมสัญญา ตลอดจนจนถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา กฎหมายสิ่งแวดล้อม กฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคและแรงงาน</p> <p>This course focuses on teaching students the laws related to businesses (establishment, management, and discontinuation of operation), tax law according to the Thai Revenue Code, and Thai Civil and Commercial Code concerning legal contracts. This course also covers Intellectual Property Law, Environmental law, and the Laws on Protection of Consumers and Labors.</p>	
MKT67-211	สุนทรียภาพในการสร้างแบรนด์ Aesthetics in Branding	3(3-0-6)
วิชาบังคับก่อน:	เป็นนักศึกษาที่ได้รับเกรดใดๆ (A ถึง F) จากรายวิชา MKT67-101 หลักการตลาดยุคดิจิทัล	
Prerequisite:	For student who have received a grade (A to F) from MKT67-101 Principles of Marketing in Digital Era	

รายวิชานี้มุ่งเน้นให้นักศึกษาได้เรียนรู้เกี่ยวกับสุนทรียภาพในการสร้างแบรนด์ การตลาดที่เกี่ยวข้องกับการสร้างประสบการณ์ของผู้บริโภคและการสร้างประสบการณ์ด้านประสาทสัมผัส การใช้แนวคิดสุนทรียภาพในการสร้างแบรนด์ ผู้เรียนจะได้เรียนรู้การใช้แนวคิดสุนทรียภาพในการออกแบบและจัดวางอัตลักษณ์แบรนด์ และเรียนรู้หลักคุณธรรมและจริยธรรมในการสื่อสาร รวมถึงมีทักษะในการวิเคราะห์และวางแผนที่มีการเชื่อมโยงองค์ประกอบเชิงอารมณ์และสุนทรียภาพเพื่อสื่อสารแบรนด์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยผู้เรียนจะเรียนรู้จากกรณีศึกษา

This course focuses on teaching students the fundamental concepts of aesthetics in branding, and marketing by co-creating consumer experiences and sensory experience and applying aesthetics in branding. Students are able to learn to use aesthetics in design and to organize brand identity, and learn the morality and ethics in communication, including analytic and planning skills which can employ the emotional and aesthetic components for communicating effective brand. Students will learn from the case studies.

MKT67-212 การสื่อสารของนักการตลาดอย่างมืออาชีพ 3(2-2-5)

Professional Communication for Marketer

วิชาบังคับก่อน: เป็นนักศึกษาที่ได้รับเกรดใดๆ (A ถึง F) จากรายวิชา MKT67-101 หลักการตลาดยุคดิจิทัล

Prerequisite: For student who have received a grade (A to F) from MKT67-101 Principles of Marketing in Digital Era

รายวิชานี้มุ่งเน้นให้นักศึกษาได้เรียนรู้เกี่ยวกับการสื่อสารของนักการตลาดอย่างมืออาชีพ การวางแผนและออกแบบสื่อการนำเสนอและประเด็นในการสื่อสารอย่างมืออาชีพ หลักการออกแบบ การจัดวางองค์ประกอบ การวิเคราะห์อัตลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อการออกแบบอย่างสร้างสรรค์ ผู้เรียนจะได้เรียนรู้การสื่อสารด้วยภาษาพูดและภาษากาย การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการสื่อสาร ทักษะการแก้ไขปัญหาและการตอบคำถามอย่างสร้างสรรค์ ผู้เรียนได้เรียนรู้โจทย์และประเด็นปัญหาจากสถานการณ์ธุรกิจจริง รวมถึงศึกษาจากกรณีศึกษาจริง เพื่อให้ผู้เรียนสามารถออกแบบได้อย่างสร้างสรรค์ และสร้างโอกาสและมูลค่าทางธุรกิจได้

This course focuses on teaching students the concepts of professional communication for marketers, planning and designing presentation media and communication issues professionally, principles of design, layout design, and analyzing local identity for creative design. Students are able to learn communication through verbal and body language, applying digital technologies in communication, problem-solving skills, and creative interaction. Students are able to learn problems and issues from real-world scenarios and case studies of businesses and can apply creative skills in the designs and generate opportunities and business value.

MKT67-213 การถ่ายภาพและเล่าเรื่องการตลาดเชิงสร้างสรรค์ 3(2-2-5)
Creative Photography and Marketing Storytelling

วิชาบังคับก่อน: เป็นนักศึกษาที่ได้รับเกรดใดๆ (A ถึง F) จากรายวิชา MKT67-101 หลักการ
 ตลาดยุคดิจิทัล

Prerequisite: For student who have received a grade (A to F) from MKT67-
 101 Principles of Marketing in Digital Era

รายวิชานี้มุ่งเน้นให้นักศึกษาได้เรียนรู้เกี่ยวกับหลักการเล่าเรื่องราวผ่านภาพถ่าย
 และวิดีโอ โดยใช้กิจกรรมปฏิบัติการถ่ายภาพผลิตภัณฑ์ ด้วยทฤษฎีทางการถ่ายภาพ พื้นฐานการวาง
 องค์ประกอบภาพเพื่อการสื่อสาร เทคนิคการใช้แสงและจัดแสง และการตกแต่งภาพเพื่อประยุกต์สู่
 การเล่าเรื่องทางการตลาดอย่างสร้างสรรค์ นักศึกษาได้เรียนรู้หลักการเชิงสร้างสรรค์ในการถ่ายภาพ
 และการเล่าเรื่อง จริยธรรมในการสื่อสารการตลาด ผู้เรียนได้เรียนรู้โจทย์และประเด็นปัญหาจาก
 สถานการณ์ธุรกิจจริง รวมถึงศึกษาจากกรณีศึกษาจริง เพื่อให้ผู้เรียนสามารถสร้างโอกาสและมูลค่า
 ทางธุรกิจได้

This course focuses on teaching students the principles of telling stories through photos and videos, using product photography activities with photography theory, the basics of composition for communication, lighting and lighting techniques, and image retouching for creative marketing storytelling. Students are able to learn creative principles in photography and storytelling, and marketing communication ethics. Students are able to learn problems and issues from real-world scenarios and case studies of businesses that can generate opportunities and business value.

MKT67-221 โมเดลทางธุรกิจและการออกแบบความคิดระบบในยุคดิจิทัล 3(3-0-6)
Business Model and Design Thinking in Digital Era

วิชาบังคับก่อน: เป็นนักศึกษาที่ได้รับเกรดใดๆ (A ถึง F) จากรายวิชา MKT67-103
 พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล

Prerequisite: For student who have received a grade (A to F) from MKT67-
 103 Consumer Behavior in Digital Era

รายวิชานี้มุ่งเน้นให้นักศึกษาได้เรียนรู้เกี่ยวกับแนวคิดเบื้องต้นในการพัฒนาและ
 การออกแบบธุรกิจ การออกแบบความคิดเชิงระบบ การวิเคราะห์เส้นทางผู้บริโภค โดยการค้นหา
 ไอเดียในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ คุณค่าของลูกค้า การนำผลิตภัณฑ์หรือการบริหารเข้าสู่
 ตลาด โมเดลการบริหารธุรกิจในยุคดิจิทัล การจัดหาแหล่งเงินทุน และการบริหารจัดการเพื่อการ
 เติบโตอย่างยั่งยืน โดยการผสมผสานระหว่างทฤษฎี กรณีศึกษา และการออกแบบธุรกิจ โดยผู้เรียนสา
 มารถเข้าใจที่ชัดเจนเกี่ยวกับโมเดลธุรกิจและการออกแบบทางความคิดในการปรับตัวให้เข้ากับยุค
 ดิจิทัล โดยผู้เรียนต้องสามารถประยุกต์โมเดลธุรกิจแบบ Canvas ในการพัฒนาธุรกิจใหม่ได้ รวมถึง
 การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการบริหารจัดการธุรกิจ และต้องมีจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม

This course focuses on teaching students the basic concepts of new business development, design thinking, customer journey analysis, idea generation for developing new products and services, customer value, and market entry for new products, business models in a digital age, financing, and management for sustainable growth. By combining theory, real-world case studies, and practical business design exercises, students will gain a clear understanding of business models and how to adapt them to the digital era. Students have to be able to apply business model canvas and design thinking to develop new businesses, including employing digital technologies in business management. Students must have business ethics and social responsibilities.

MKT67-222 นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ 3 (3-0-6)

Innovation and Creative Marketing

วิชาบังคับก่อน: เป็นนักศึกษาที่ได้รับเกรดใดๆ (A ถึง F) จากรายวิชา MKT67-103
พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล

Prerequisite: For student who have received a grade (A to F) from MKT67-103 Consumer Behavior in Digital Era

รายวิชานี้มุ่งเน้นให้นักศึกษาได้เรียนรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมการตลาดและการตลาดเชิงสร้างสรรค์กระบวนการสร้างคุณค่าของลูกค้าภายใต้กระบวนการตลาดใหม่ ความคิดสร้างสรรค์กับการตลาด และการประยุกต์ใช้นวัตกรรมในการตลาดเชิงสร้างสรรค์ การออกแบบบริการและบริการและกระบวนการสร้างประสบการณ์ให้กับลูกค้า ผู้เรียนต้องสามารถประยุกต์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ แปรนัยและบรรจุมันท์ รวมถึงใช้การตลาดเชิงสร้างสรรค์ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ผู้เรียนได้เรียนรู้โจทย์และประเด็นปัญหาจากสถานการณ์ธุรกิจจริง รวมถึงศึกษาจากกรณีศึกษาจริง เพื่อพัฒนานวัตกรรม ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่เชิงสร้างสรรค์ที่สามารถสร้างโอกาสและมูลค่าทางธุรกิจได้

This course focuses on teaching students the concepts of marketing innovation and creative marketing, the customer value creation process within a new marketing paradigm, creative thinking and marketing, and applying of innovation in creative marketing, service design, and the co-creation process of consumer experience. Students should be able to apply creative marketing in the development of new products and services, brand, and packaging design, including the use of creative marketing to build a competitive advantage. Students are able to learn problems and issues from real-world scenarios and case studies of businesses for developing new creative innovations, products, and services that can generate opportunities and business value.

MKT67-223 การตลาดดิจิทัลและเครือข่ายสังคมออนไลน์ 3(2-2-5)
Online Social Network and Digital Marketing
วิชาบังคับก่อน: เป็นนักศึกษาที่ได้รับเกรดใดๆ (A ถึง F) จากรายวิชา MKT67-101 หลักการ
ตลาดยุคดิจิทัล
Prerequisite: For student who have received a grade (A to F) from MKT67-
101 Principles of Marketing in Digital Era
 รายวิชานี้มุ่งเน้นให้นักศึกษาได้เรียนรู้เกี่ยวกับการตลาด และการตลาดดิจิทัล
 ตลอดจนเครือข่ายสังคมออนไลน์ บทบาทของเทคโนโลยีดิจิทัลกับการตลาด โอกาสปัญหาและกลยุทธ์
 เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่องานทางการตลาด ความสำคัญของการสื่อสารด้วยเทคโนโลยี
 ดิจิทัล และการสร้างแบรนด์ การสร้างประสบการณ์ของลูกค้าบนโลกออนไลน์ กระบวนการทำตลาด
 ผ่านเครื่องมือการค้นหา การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการสื่อสารไปยังกลุ่มลูกค้าเฉพาะบุคคล
 และเป็นช่องทางในการจัดจำหน่าย และเป็นช่องทางในการสร้างความผูกพันในแบรนด์ ผู้เรียนได้
 เรียนรู้โจทย์และประเด็นปัญหาจากสถานการณ์ธุรกิจจริง รวมถึงศึกษาจากกรณีศึกษาจริง เพื่อให้
 ผู้เรียนสามารถวางแผนการตลาดดิจิทัลและเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้

This course focuses on teaching students the concepts of marketing and digital marketing including online social media platforms; roles of social media platforms with marketing, opportunities, problems, and strategies associated with digital marketing; the importance of communication through social media platforms and brand building; creation of online consumer experiences; marketing process through Search Engine Optimization (SEO), use of digital technologies as a mass and personal communications tools, and as distribution/transaction channels and online strategies for brand engagement. Students are able to learn problems and issues from real-world scenarios and case studies of businesses and can develop digital marketing and online social network plans.

MKT67-311 วิจัยทางการตลาด 3 (2-2-5)
Research in Marketing
วิชาบังคับก่อน: เป็นนักศึกษาที่ได้รับเกรดใดๆ (A ถึง F) จากรายวิชา MKT67-203 สถิติ
ธุรกิจ
Prerequisite: For student who have received a grade (A to F) from MKT67-
203 Business Statistics
 รายวิชานี้มุ่งเน้นให้นักศึกษาได้เรียนรู้เกี่ยวกับการศึกษาวิจัยในประเด็นปัญหา
 หรือเหตุการณ์ปัจจุบันที่น่าสนใจทางการตลาด กระบวนการในการวิจัยการตลาด การตรวจเอกสาร
 และทบทวนวรรณกรรม การพัฒนาโครงงานวิจัย จริยธรรมการวิจัย การออกแบบการวิจัย การ
 กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การพัฒนาเครื่องมือในการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูล การทดสอบ
 สมมติฐาน และการนำเสนอผลการวิจัย ผู้เรียนได้เรียนรู้โจทย์และประเด็นปัญหาจากสถานการณ์

ธุรกิจจริง รวมถึงศึกษาจากกรณีศึกษาจริง โดยสามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการค้นหาข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอผลการวิจัย เพื่อแก้ไขปัญหา และสร้างโอกาสและมูลค่าทางธุรกิจได้

This course focuses on teaching students research projects on topics or current issues of interest in marketing, marketing research process, research design, review literature, research proposal development, research ethics, population, and sampling are included. Students will be able to do research instrument design and data analysis with hypothesis testing. Students have opportunities to do research projects in marketing areas, and oral presentation is required. Students are able to learn problems and issues from real-world scenarios and case studies of businesses, including employing information technologies in searching, analysing, and presenting research findings that can provide business solutions and generate opportunities and business value.

MKT67-312 การจัดการข้อมูลดิจิทัลเพื่อการตลาด 3 (3-0-6)
Digital Data Management for Marketing

วิชาบังคับก่อน: ไม่มี

Prerequisite: None

รายวิชานี้มุ่งเน้นให้นักศึกษาได้เรียนรู้เกี่ยวกับแนวคิดการจัดการข้อมูลดิจิทัลเพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจทางการตลาด เครื่องมือและวิธีการในการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดเก็บและจัดการข้อมูล ผู้เรียนได้เรียนรู้เกี่ยวกับการจัดการกับข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการติดตามพฤติกรรมผู้บริโภคและกำหนดกลยุทธ์การตลาดในยุคดิจิทัล นอกจากนี้รายวิชามุ่งพัฒนาให้ผู้เรียนตระหนักถึงจริยธรรมนักการตลาดและสามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการข้อมูลการตลาดได้

This course focuses on teaching students the concepts of digital data management for decision-making in marketing, and tools and methods for collecting and analyzing big data; using information technology in collecting and managing data. Students are able to learn data management for analyzing data in regard to following consumer behavior and developing marketing strategies in a digital age.

MKT67-313 หัวข้อเฉพาะทางด้านการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ 3 (2-2-5)
Selected Topics in Digital Marketing and Branding

วิชาบังคับก่อน: ไม่มี

Prerequisite: None

รายวิชานี้มุ่งเน้นให้นักศึกษาได้เรียนรู้เกี่ยวกับหัวข้อเฉพาะที่น่าสนใจทางการด้านการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ในแนวคิดและประเด็นทันสมัยเกี่ยวกับการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ มีการใช้กรณีศึกษาในรูปแบบต่างๆ เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดการปฏิบัติของ

ธุรกิจ และนักศึกษานำเสนอโครงการในหัวข้อที่ศึกษา เพื่อให้ผู้เรียนสามารถวิเคราะห์และอภิปรายถึงประเด็นด้านการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์และหัวข้อเฉพาะที่สนใจได้อย่างลึกซึ้งทั้งด้านทฤษฎีและการประยุกต์ใช้ผ่านกรณีศึกษาหรืองานศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้รายวิชามุ่งพัฒนาให้ผู้เรียนตระหนักถึงจริยธรรม ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

This course focuses on teaching students an in-depth study of selected topics in digital marketing and branding and also updated issues in digital marketing and branding. Various case studies relating to concepts and business implementation are illustrated to students. Finally, students will have a presentation on the selected topics. Students are also able to analyze and discuss the digital marketing and branding and interested issues in-depth both theoretically and practically using relevant case studies and research. In addition, this course endeavors to deepen students' understanding of ethics, and social and environmental responsibilities.

MKT67-314 การตลาดประสาทวิทยา 3(3-0-6)

Neuromarketing

วิชาบังคับก่อน: เป็นนักศึกษาที่ได้รับเกรดใดๆ (A ถึง F) จากรายวิชา MKT67-103 พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล

Prerequisite: For student who have received a grade (A to F) from MKT67-103 Consumer Behavior in Digital Era

รายวิชานี้มุ่งเน้นให้นักศึกษาได้เรียนรู้เกี่ยวกับหลักการทางวิทยาศาสตร์ที่ประยุกต์การศึกษาเกี่ยวกับการทำงานของสมองและกระบวนการทางจิตใต้สำนึกของผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นทางด้านความคิด อารมณ์ ทำการวิเคราะห์เพื่อให้เข้าใจความคิดของลูกค้าและนำมาใช้ในการวางกลยุทธ์การตลาดและการสร้างแบรนด์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้เรียนได้เรียนรู้การจัดวางตำแหน่งขององค์ประกอบในการออกแบบการสื่อสารแบรนด์ การกำหนดกระบวนการสร้างประสบการณ์ของลูกค้า การเรียนรู้จากกรณีศึกษาการใช้แนวคิดการตลาดประสาทวิทยาในการสื่อสารแบรนด์ทั้งในระดับประเทศและระดับโลก เพื่อกระตุ้นให้ผู้เรียนสามารถวิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูล และนำไปกำหนดกลยุทธ์การออกแบบและสื่อสารแบรนด์ได้สอดคล้องกับผู้บริโภคแต่ละกลุ่มได้

This course focuses on teaching students the scientific principles applied to the study of brain function and the consumer's subconscious processes, including thoughts and emotions. Students are able to analyze those elements for understanding customers' thinking and employ them to plan marketing and branding strategies, effectively. Students also learn the composition placement of brand communication design and consumer experience creation. Case studies of national and global neuromarketing in brand communication strategy are employed to urge

students to analyze and synthesize data for developing brand design and communication strategies corresponding to different customers.

MKT67-321 **วัฒนธรรมการบริโภคในการตลาดดิจิทัลและสร้างแบรนด์** **3(3-0-6)**

Consumption Culture in Digital Marketing and Branding

วิชาบังคับก่อน: เป็นนักศึกษาที่ได้รับเกรดใดๆ (A ถึง F) จากรายวิชา MKT67-103
พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล

Prerequisite: For student who have received a grade (A to F) from MKT67-103
Consumer Behavior in Digital Era

รายวิชานี้มุ่งเน้นให้นักศึกษาได้เรียนรู้เกี่ยวกับทฤษฎีการบริโภค วัฒนธรรมผู้บริโภค วงจรการบริโภค การสร้างแบรนด์และการสร้างอัตลักษณ์ทางสังคมและวัฒนธรรมในบริบทของชีวิตประจำวัน บทบาทของกระแสโลกาภิวัตน์กับการบริโภค กระบวนการสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์จากการบริโภคที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม การบริโภคและตลาดในการสร้างแบรนด์ การประยุกต์ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องในการวิเคราะห์อัตลักษณ์ของผู้บริโภคทั้งในมิติของปัจเจกบุคคลและกลุ่มพลังอำนาจของผู้บริโภค และจริยธรรมการบริโภคเพื่อวางแผนกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ เพื่อให้ผู้เรียนสามารถค้นคว้าหาข้อมูล และวิเคราะห์กระบวนการสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์ของผู้บริโภค และออกแบบแนวคิดแบรนด์ที่สอดคล้องกับการให้คุณค่าของลูกค้า

This course focuses on teaching students the concepts of consumption theory, consumer culture theory, consumption cycles, branding and co-creating social and cultural identity in every day of life, roles of globalization in consumption, processes of co-creating the symbolic meaning of consumption relating to culture, consumption, and marketplace in branding. Students are able to apply social-cultural factors to analyze consumer identity in terms of individual and collective levels, consumer empowerment, and ethical consumption in planning digital marketing and branding strategy. Students are able to search consumer data and analyze consumers' symbolic meaning of consumption and design for brand concepts corresponding with customer value.

MKT67-322 **การออกแบบเชิงสร้างสรรค์เพื่อการสร้างแบรนด์และบรรจุภัณฑ์** **3(2-2-5)**

Creative Design for Branding and Packaging

วิชาบังคับก่อน: เป็นนักศึกษาที่ได้รับเกรดใดๆ (A ถึง F) จากรายวิชา MKT62-212 การสื่อสารของนักการตลาดอย่างมืออาชีพ

Prerequisite: For student who have received a grade (A to F) from MKT62-212
Professional Communication for Marketer

รายวิชานี้มุ่งเน้นให้นักศึกษาได้เรียนรู้เกี่ยวกับหลักการออกแบบ รูปแบบประเภทต่าง ๆ ความเป็นมาและวิวัฒนาการของบรรจุภัณฑ์ ข้อกำหนดและมาตรฐานของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การออกแบบสื่ออัตลักษณ์องค์กร โดยเน้นให้ผู้เรียนสามารถออกแบบบรรจุภัณฑ์ได้สอดคล้องกับแนวคิดแบรนด์ การสร้างสรรค์รูปลักษณ์ แนวความคิดในเชิงโครงสร้างและการสื่อความหมายของแบรนด์ได้ รวมถึงการออกแบบแบรนด์และบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผู้เรียนสามารถบูรณาการคุณค่าวัฒนธรรมในท้องถิ่นกับการออกแบบสื่ออัตลักษณ์แบรนด์และบรรจุภัณฑ์ได้อย่างกลมกลืน โดยใช้รูปภาพและการออกแบบที่มีจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม

This course focuses on teaching students the design principles; types, history and evolution, norms, and standards of packaging; and corporate identity design. Students are able to design packaging in corresponding brand concepts, create appearance and concepts in terms of structure, and brand communication, including eco-friendly brand and packaging design. Students are also able to integrate the local cultural value with designing the corporate brand identity and packaging by using photos and design with ethics and social responsibility.

MKT67-323 กลยุทธ์แบรนด์และการสื่อสารแบรนด์แบบบูรณาการ 3(3-0-6)

Brand Strategy and Integrated Brand Communication

วิชาบังคับก่อน: เป็นนักศึกษาที่ได้รับเกรดใดๆ (A ถึง F) จากรายวิชา MKT67-103
พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล

Prerequisite: For student who have received a grade (A to F) from MKT67-103 Consumer Behavior in Digital Era

รายวิชานี้มุ่งเน้นให้นักศึกษาได้เรียนรู้เกี่ยวกับความหมายของแบรนด์ กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ บทบาทและความสำคัญของกระบวนการสื่อสารการตลาดในการสร้างแบรนด์ การจัดการแบรนด์องค์กร การพัฒนาอัตลักษณ์แบรนด์ การพัฒนาการสื่อสารแบรนด์อย่างมีประสิทธิภาพ การวางแผน การออกแบบ การประสานงาน การบูรณาการ และการจัดการเกี่ยวกับการสื่อสารแบรนด์ การวัดประสิทธิภาพการสื่อสารแบรนด์ รวมถึงจริยธรรมในการสร้างแบรนด์ ผู้เรียนได้เรียนรู้โจทย์และประเด็นปัญหาจากสถานการณ์ธุรกิจจริง รวมถึงศึกษาจากกรณีศึกษาจริง โดยสามารถใช้ความรู้ด้านแบรนด์ในการวิเคราะห์ผู้บริโภค ออกแบบและพัฒนาแนวคิดแบรนด์ เลือกใช้สื่อและจัดการงบประมาณในการสื่อสารการตลาดเพื่อแก้ไขปัญหาแบรนด์ การปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์แบรนด์ และสร้างโอกาสและมูลค่าทางธุรกิจได้

This course focuses on teaching students the definition of brand, branding strategy, the roles, and importance of marketing communication in brand creation, corporate brand management, brand identity development, and the development of effective brand communications – planning, designing, coordinating, integrating, and managing brand communications,- and measuring the effectiveness of brand communications, including ethics in branding. Students are able to learn

problems and issues from real-world scenarios and case studies of businesses by employing knowledge in branding to analyze consumers, design brand concepts, develop media plans, and manage the marketing communication budgets to solve brand problems, change brand image, and generate opportunities and business value.

MKT67-324 การพัฒนาอินฟลูเอนเซอร์ทางการตลาด 3(2-2-5)
Marketing Influencer Development

วิชาบังคับก่อน: ไม่มี

Prerequisite: None

รายวิชานี้มุ่งเน้นให้นักศึกษาได้เรียนรู้เกี่ยวกับการพัฒนาอินฟลูเอนเซอร์ทางการตลาดที่ครอบคลุมเนื้อหาและการปฏิบัติโดยเข้าใจการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพและใช้ประโยชน์จากพลังอินฟลูเอนเซอร์ทางการตลาด นักศึกษาได้เรียนรู้แง่มุมต่าง ๆ ของการตลาดในการใช้ผู้มีอิทธิพลทางการตลาด รวมถึงการเลือกใช้ การประเมิน และการจัดการอินฟลูเอนเซอร์ทางการตลาด ตลอดจนการสร้างแคมเปญที่สร้างผลกระทบที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของแบรนด์ รวมทั้งสามารถสร้างสรรค์อินฟลูเอนเซอร์ทางการตลาดในแพลตฟอร์มต่าง ๆ ทั้งสื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ และสื่อยูทูบ ผู้เรียนสามารถบูรณาการคุณค่านวัตกรรมในท้องถิ่นกับแนวคิดและเรื่องราวเกี่ยวกับแบรนด์ได้อย่างกลมกลืน ผู้เรียนได้เรียนรู้โจทย์และประเด็นปัญหาจากสถานการณ์ธุรกิจจริง รวมถึงศึกษาจากกรณีศึกษาจริง ในการสร้างโอกาสและมูลค่าทางธุรกิจได้

This course focuses on teaching students the comprehensive knowledge and practice skills to effectively collaborate with and leverage the power of influencers in marketing campaigns. Students will explore the various aspects of influencer marketing, including the identification, selection, and management of influencers, as well as the creation of impactful campaigns that align with brand objectives. Students are able to create marketing influencers on various platforms: online social networks, weblogs, and YouTube. Students are able to learn problems and issues from real-world scenarios and case studies of businesses that can generate opportunities and business value.

MKT67-325 การเขียนเพื่อการสร้างแบรนด์ 3(2-2-5)
Copywriting for Branding

วิชาบังคับก่อน: ไม่มี

Prerequisite: None

รายวิชานี้มุ่งเน้นให้นักศึกษาได้เรียนรู้เกี่ยวกับกระบวนการเขียนเนื้อหาทางการตลาด การเล่าเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับแบรนด์ รวมถึงวิธีการเขียนเนื้อหาบนสื่อสังคมออนไลน์ให้เป็นที่น่าสนใจ จัดจำได้ง่าย สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์และลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ถูกหลักจริยธรรมทางการตลาดเพื่อการสร้างและพัฒนาแบรนด์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้เรียนสามารถบูรณาการคุณค่า

วัฒนธรรมในท้องถิ่นกับแนวคิดและเรื่องราวเกี่ยวกับแบรนด์ได้อย่างกลมกลืน ผู้เรียนได้เรียนรู้โจทย์ และประเด็นปัญหาจากสถานการณ์ธุรกิจจริง รวมถึงศึกษาจากกรณีศึกษาจริง โดยสามารถใช้ความรู้ ด้านการวิเคราะห์ผู้บริโภคในการออกแบบและพัฒนาการเขียนเชิงสร้างสรรค์ที่สร้างความน่าเชื่อถือ และความผูกพันในแบรนด์ และสร้างโอกาสและมูลค่าทางธุรกิจได้

This course focuses on teaching students the process of writing and storytelling related to branding, as well as techniques for creating engaging and memorable content on online marketing communication platforms. It focuses on aligning the content with the products and services, and target customers, while adhering to marketing ethics, in order to create and develop brands effectively. Students are able to integrate local cultural values with brand concepts and stories. Students are able to learn problems and issues from real-world scenarios and case studies of businesses by employing knowledge of analyzing consumers in design and developing creative writing that can build brand trust and engagement, and also generate opportunities and business value.

MKT67-326 แนวคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ 3(2-2-5)

Design Concept for Product and Service Development

วิชาบังคับก่อน: MKT62-212 การสื่อสารของนักการตลาดอย่างมืออาชีพ

Prerequisite: MKT62-212 Professional Communication for Marketer

รายวิชานี้มุ่งเน้นให้นักศึกษาได้เรียนรู้เกี่ยวกับการศึกษาและฝึกปฏิบัติวิธีการคิดเชิงออกแบบ กระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ การสร้างแนวคิดในการออกแบบ วิธีกลั่นกรองความคิด การแก้ปัญหาขนาดใหญ่ การนำเอาความคิดสร้างสรรค์และมุมมองจากหลายส่วนมาสร้างแนวทางในการแก้ปัญหา การนำแนวทางมาทดสอบ การสร้างสรรค์และพัฒนานวัตกรรมเพื่อตอบโจทย์ผู้ใช้และถ่ายทอดรูปแบบสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ รวมถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมบนฐานคุณค่าวัฒนธรรมในท้องถิ่น โดยผู้เรียนสามารถแสดงออกถึงไหวพริบและความสามารถในการตีความอัตลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อบูรณาการกับแนวคิดแบรนด์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ

This course focuses on teaching students studying and practicing design thinking, creative thinking processes, design thinking, screening thinking, and solving big problems. Students are able to utilize creativity and perspectives from multiple fields to create solutions, idea testing methods, creative and innovative development to meet user needs, and integrate the pattern into the development of the products or services, including eco-friendly products and service design based on the local cultural value. Students are also able to demonstrate intelligence and capability in interpreting local identity and integrating with brand concepts for developing products and services.

MKT67-391 เตรียมสหกิจศึกษา 1(0-2-1)
Pre-Cooperative Education

วิชาบังคับก่อน: ไม่มี

Prerequisite: None

รายวิชานี้เป็นการปฏิบัติการเตรียมความพร้อมก่อนออกปฏิบัติสหกิจศึกษาในสถานประกอบการทั้งในประเทศและต่างประเทศ เนื้อหาประกอบด้วยการจัดทำประวัติย่อและใบสมัครงานเป็นภาษาอังกฤษ เทคนิคการสมัครงานและการสอบสัมภาษณ์ การทำงานในองค์กรแบบต่างๆ จริยธรรมในการทำงาน การปรับตัวในสังคม การพัฒนาบุคลิกภาพ การวางแผนชีวิตและอาชีพ การจัดทำโครงการและรายงานสหกิจศึกษา เทคนิคการนำเสนอ การเป็นผู้ประกอบการ และความปลอดภัยในการทำงาน

This course is a preparatory course before cooperative education work both in country and oversea. The contents consist of preparation of resume and job application form in English, techniques for job application and job interviews, working in various kinds of organization, work ethics, social skill adjustment, personality development, life and career planning, project and cooperative education report, presentation technique, entrepreneurship and occupational safety.

MKT67-491 สหกิจศึกษา I 6(ปฏิบัติงานสหกิจศึกษาไม่น้อยกว่า 40 ชั่วโมงต่อสัปดาห์)
Cooperative Education I

เงื่อนไขรายวิชา: เป็นนักศึกษาที่ได้รับคะแนน S จากรายวิชา MKT67-391 เตรียมสหกิจศึกษา และสอบผ่านรายวิชาที่หลักสูตรกำหนด และมีสถานภาพเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 3 ขึ้นไป

Conditions: For students who have received S grade from MKT67-391 Pre-Cooperative Education and have passed the minimum requirement of the curriculum and are in the third year or above.

รายวิชานี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้มีการทำงานจริงเชิงวิชาการหรือวิชาชีพ เสมือนหนึ่งเป็นพนักงานเต็มเวลาในสถานประกอบการ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในประเทศหรือต่างประเทศทางด้านหลักสูตรเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 16 สัปดาห์ต่อเนื่อง โดยนักศึกษาต้องปฏิบัติงานภายใต้การดูแลและแนะนำของผู้นิเทศงานของสถานประกอบการและอาจารย์นิเทศสหกิจศึกษา นักศึกษาต้องจัดทำบันทึกผลการปฏิบัติงาน รายงานความก้าวหน้า รายงานสหกิจศึกษา และเข้าร่วมกิจกรรมหรือการนำเสนอผลการปฏิบัติงานตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

This course aims to enable the student for real work academically and professionally as a full time staff member in the approved workplace related to the field of program for at least 16 weeks continuously. The students have to do their

daily report work, project' s progress report, cooperative education report and participate the cooperative education activities organized by the university.

MKT67-492 **สหกิจศึกษา II 6(ปฏิบัติงานสหกิจศึกษาไม่น้อยกว่า 40 ชั่วโมงต่อสัปดาห์)**
Cooperative Education II

เงื่อนไขรายวิชา: **เป็นนักศึกษาที่ได้รับคะแนน S จากรายวิชา MKT67-491 สหกิจศึกษา 1**

Conditions: **For students who have received S grade from MKT67-491**
Cooperative Education I

รายวิชานี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้มีการทำงานจริงเชิงวิชาการหรือวิชาชีพ เสมือนหนึ่งเป็นพนักงานเต็มเวลาในสถานประกอบการ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในประเทศหรือต่างประเทศทางด้านหลักสูตรเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 16 สัปดาห์ต่อเนื่อง ในสถานประกอบการเดิมจากรายวิชา MKT67-491 สหกิจศึกษา 1 โดยนักศึกษาต้องปฏิบัติงานภายใต้การดูแลและแนะนำของผู้นิเทศงานขอสถานประกอบการและอาจารย์นิเทศสหกิจศึกษา นักศึกษาต้องจัดทำบันทึกผลการปฏิบัติงาน รายงานความก้าวหน้า รายงานสหกิจศึกษา และเข้าร่วมกิจกรรมหรือการนำเสนอผลการปฏิบัติงานตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

This course aims to enable the student for real work academically and professionally as a full time staff member in the approved workplace related to the field of program for at least 16 weeks continuously in the same workplace as done in MKT67-491 Cooperative Education 1. The students have to do their daily report work, project' s progress report, cooperative education report and participate the cooperative education activities organized by the university.

7. ตารางการกระจายความรับผิดชอบผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs) ทุกรายวิชา (Curriculum Mapping)

รายวิชาและหน่วยกิต	หน่วยกิต	ชั้นปีที่	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs)													
			ความรู้					ทักษะ					จริยธรรม	ลักษณะบุคคล		
			PLO 1	PLO 2	PLO 3	PLO 4	PLO 5	PLO 6	PLO 7	PLO 8	PLO 9	PLO 10	PLO 11	PLO 12	PLO 13	
GEN67-111 ภาษาไทยเพื่อการนำเสนอ	2(2-0-4)	1			●				●	●				●	●	●
GEN67-121 ภาษาอังกฤษแบบบูรณาการสำหรับผู้ใช้ภาษาขั้นเริ่มต้นระดับสูง	3(2-3-6)	1			●				●					●	●	●
GEN67-122 ภาษาอังกฤษการฟัง-พูดสำหรับผู้ใช้ภาษาระดับต้น	3(2-3-6)	1			●				●					●	●	●
CHI67-121 ภาษาจีนพื้นฐาน	3(2-2-5)	1			●				●					●	●	●
GEN67-133 สุนทรียศาสตร์เพื่อคุณภาพชีวิต	2(1-2-3)	1	●								●			●	●	
GEN67-141 การแสวงหาความรู้และการวิจัยเบื้องต้น	2(2-0-4)	1			●				●	●				●	●	
GEN67-142 การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและสภาวะโลกร้อน	2(1-2-3)	1	●		●					●				●	●	
GEN67-161 นวัตกรรมและผู้ประกอบการ	2(1-2-3)	1			●		●			●				●		●
INF67-171 เทคโนโลยีสารสนเทศในยุคดิจิทัล	1(1-0-2)	1		●										●	●	●
INF67-173 การใช้ซอฟต์แวร์ตารางคำนวณเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล	1(0-2-1)	1								●				●	●	●
CSP67-xxx วิชากีฬา	1(0-2-1)	1									●			●	●	●
CSP67-xxx วิชากีฬา	1(0-2-1)	1									●			●	●	●
ACT67-105 การบัญชีเพื่อการจัดการธุรกิจ	3(3-0-6)	1	●							●			●	●		●
LGT67-101 การจัดการการดำเนินงาน	3(3-0-6)	1	●									●	●	●		●
MKT67-101 หลักการตลาดยุคดิจิทัล	3(3-0-6)	1	●						●			●		●	●	●
MKT67-102 เศรษฐศาสตร์เพื่อการจัดการยุคดิจิทัล	3(3-0-6)	1	●									●		●		●
MKT67-103 พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล	3(3-0-6)	1		●					●					●	●	●

รายวิชาและหน่วยกิต	หน่วยกิต	ชั้นปีที่	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs)													
			ความรู้					ทักษะ					จริยธรรม	ลักษณะบุคคล		
			PLO 1	PLO 2	PLO 3	PLO 4	PLO 5	PLO 6	PLO 7	PLO 8	PLO 9	PLO 10	PLO 11	PLO 12	PLO 13	
GEN67-123 ภาษาอังกฤษการอ่าน-เขียนสำหรับผู้ใช้ภาษาระดับต้น	3(2-2-5)	2			●				●					●	●	●
CHI67-122 ภาษาจีนสำหรับชีวิตประจำวัน	3(2-2-5)	2			●				●					●	●	●
GEN67-124 ภาษาอังกฤษเพื่อการพูดในที่สาธารณะและการนำเสนอสำหรับผู้ใช้ภาษาขั้นอิสระ	3(2-2-5)	2			●				●	●				●	●	●
CHI67-123 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร	3(2-2-5)	2			●				●					●	●	●
MKT67-201 การจัดการทรัพยากรมนุษย์และพฤติกรรมองค์กร	3(3-0-6)	2	●								○			●	●	●
MKT67-202 การจัดการการเงินยุคดิจิทัล	3(3-0-6)	2	●							○			○	●		●
MKT67-203 สถิติธุรกิจ	3(3-0-6)	2	●							○				●		●
MKT67-204 กฎหมายธุรกิจและภาษีอากร	3(3-0-6)	2	●						○			○		●		●
MKT67-211 สุนทรียภาพในการสร้างแบรนด์	3(3-0-6)	2			●				○		○			●	●	
MKT62-212 การสื่อสารของนักการตลาดอย่างมืออาชีพ	3(2-2-5)	2		●		●			●	●				●		●
MKT67-213 การถ่ายภาพและเล่าเรื่องการตลาดเชิงสร้างสรรค์	3(2-2-5)	2		●		●			●	●				●		●
MKT62-221 โมเดลทางธุรกิจและการออกแบบความคิดระบบในยุคดิจิทัล	3(3-0-6)	2			●	●						○	○	●		●
MKT67-222 นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์	3(3-0-6)	2						●					○	●	●	●
MKT67-223 การตลาดดิจิทัลและเครือข่ายสังคมออนไลน์	3(2-2-5)	2			○	●	●		●				●	●		●
MKT67-391 เตรียมสหกิจศึกษา	1(0-2-1)	2	○						●	●		●				
MKT67-311 วิจัยทางการตลาด	3(2-2-5)	3			●				●	●				●	●	
MKT67-312 การจัดการข้อมูลดิจิทัลเพื่อการตลาด	3(3-0-6)	3		●	●				○	○				●	●	

รายวิชาและหน่วยกิต	หน่วยกิต	ชั้นปีที่	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs)													
			ความรู้					ทักษะ					จริยธรรม	ลักษณะบุคคล		
			PLO 1	PLO 2	PLO 3	PLO 4	PLO 5	PLO 6	PLO 7	PLO 8	PLO 9	PLO 10	PLO 11	PLO 12	PLO 13	
MKT67-313 หัวข้อเฉพาะทางด้านการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์	3(2-2-5)	3					●					●	●	●	●	●
MKT67-314 การตลาดประสาทวิทยา	3(3-0-6)	3			●				○		○			●		●
MKT67-321 วัฒนธรรมการบริโภคในการตลาดดิจิทัลและสร้างแบรนด์	3(3-0-6)	3			●					○				●	●	●
MKT67-322 การออกแบบเชิงสร้างสรรค์เพื่อการสร้างแบรนด์และบรรจุภัณฑ์	3(2-2-5)	3				●			●	●				●	●	●
MKT67-323 กลยุทธ์แบรนด์และการสื่อสารแบรนด์แบบบูรณาการ	3(3-0-6)	3				●			○				○	●	●	●
MKT67-324 การเขียนเพื่อการสร้างแบรนด์	3(2-2-5)	3				●			●			●		●	●	●
MKT67-325 การพัฒนาอินฟลูเอนเซอร์ทางการตลาด	3(2-2-5)	3				●	●		●	●				●		●
MKT67-326 แนวคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ	3(2-2-5)	3				●			●				●	●	●	●
MKT67-491 สหกิจศึกษา 1	6(0-40-0)	4							●	●	●	●	●	●	●	●
MKT67-492 สหกิจศึกษา 2	6(0-40-0)	4							●	●	●	●	●	●	●	●

หมายเหตุ ● หมายถึง ความรับผิดชอบหลักต่อผลการเรียนรู้ ○ ความรับผิดชอบรองต่อผลการเรียนรู้

หมวดที่ 4 การจัดการกระบวนการเรียนรู้

1. นโยบายการจัดการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

ประกาศมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ เรื่อง นโยบายและทิศทางในการผลิตบัณฑิตและพัฒนาผู้เรียนของมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ พ.ศ. 2566 (ภาคผนวก 3)

2. วิธีการจัดการกระบวนการเรียนรู้ที่กระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ รู้จักวิธีแสวงหาความรู้ ปลุกฝังให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต เกิดกรอบคิดแบบเติบโต (Growth Mindset)

หลักสูตรมุ่งเน้นการออกแบบกระบวนการเรียนรู้ที่เน้นให้ผู้เรียนเป็นสำคัญ มุ่งเน้นการกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ และสนับสนุนกระบวนการคิดแบบเติบโต (Growth Mindset) ดังนี้

2.1 การจัดการเรียนการสอนบรรยายในห้องเรียนโดยเน้นการเรียนรู้เชิงรุก เน้นการสร้างโอกาสให้ผู้เรียนพบกับบทเรียน ประสบการณ์ที่ท้าทาย และการแก้ไขปัญหาที่ซับซ้อน จะช่วยกระตุ้นให้ผู้เรียนพัฒนาทักษะการแก้ไขปัญหาและความคิดสร้างสรรค์ ผ่านการใช้เครื่องมือการเรียนรู้ที่เป็นเกมหรือแบบจำลองสถานการณ์จริง โดยมีการส่งเสริมการเรียนรู้เชิงปฏิบัติการ โดยให้ผู้เรียนมีโอกาสที่จะปฏิบัติงานหรือแก้ปัญหาทางที่เกี่ยวกับการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ในสถานการณ์จริง เช่น การให้โจทย์วิจัยหรือโครงการที่ต้องใช้ความรู้และทักษะในการวิเคราะห์สถานการณ์ และประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางด้านการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์การจัดการธุรกิจได้อย่างถูกต้อง

2.2 การสร้างทางเลือกให้ผู้เรียนเลือกแนวทางและการเรียนรู้เพื่อประกอบอาชีพในอนาคต โดยหลักสูตรการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ได้เผยแพร่แนวทางการจัดการเรียนการสอนของหลักสูตรให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมทั้งนักศึกษาปัจจุบัน ด้วยกระบวนการเรียนการสอน บรรยายภาค การเรียน การศึกษาดูงาน ผลงานและผลสำเร็จของนักศึกษา และกิจกรรมนักศึกษา ผ่านช่องทางออนไลน์ www.facebook.com/dmbwu และเว็บไซต์สำนักวิชา เพื่อให้นักศึกษาในหลักสูตรเข้าใจแนวทางการจัดการเรียนรู้ของหลักสูตรและสามารถนำไปเป็นแนวทางในการเลือกวิชาเรียนได้ตรงตามความสนใจของตนเองหลักสูตรได้ออกแบบรายวิชาให้นักศึกษาสามารถลงทะเบียนเรียนและเปิดโอกาสในการประกอบอาชีพในอนาคตได้ถึง 3 ทาง

1) ด้านที่หนึ่ง กลุ่มวิชาการออกแบบอัตลักษณ์แบรนด์และบรรจุภัณฑ์ ที่มุ่งผลิตบัณฑิตที่มีความเชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่ออัตลักษณ์แบรนด์ โลโก้ สัญลักษณ์ และบรรจุภัณฑ์เพื่อการประกอบอาชีพด้านการสร้างสรรค์ทั้งในสถานประกอบการเอกชน หรือการพัฒนาธุรกิจของตนเองในการสร้างธุรกิจเอเจนซีให้บริการด้านสื่อ

2) ด้านที่สอง กลุ่มวิชาการพัฒนาอินฟลูเอนเซอร์ทางการตลาด ที่มุ่งเน้นความเชี่ยวชาญด้านการเขียนเพื่อสร้างแบรนด์และสร้างเนื้อหาการตลาด (Content Marketing) เพื่อต่อยอดชุดความรู้ด้านการถ่ายภาพและการเล่าเรื่องราวสู่การสร้างแนวทางการเป็นนักสร้าง Content ที่สามารถทำงานในองค์กรธุรกิจ หรือประกอบอาชีพอิสระเป็นอินฟลูเอนเซอร์ทางการตลาดได้

3) ด้านที่สาม วิชาการพัฒนานักสร้างแบรนด์ที่มุ่งเน้นความเชี่ยวชาญด้านการสร้างแบรนด์ที่มีความเชี่ยวชาญเชิงลึกในด้านจิตวิทยาและจิตใต้สำนึกของผู้บริโภค ที่สามารถนำไปประกอบอาชีพเป็นผู้รับผิดชอบในการบริหารจัดการแบรนด์ของธุรกิจเอกชน หรือสร้างธุรกิจใหม่ของตนเอง

โดยการออกแบบหลักสูตรและการกำหนดรายวิชาเอกเลือกจะคำนึงถึงความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย บริบทที่เปลี่ยนแปลงไปของสังคม แนวโน้มเทคโนโลยี และรองรับความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่นักศึกษาแต่ละคนต้องการ

2.3 การส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตด้วยการสร้างบรรยากาศที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนเชื่อในความสามารถของตนเองในการเรียนรู้และพัฒนาตนเองและเห็นความผิดพลาดเป็นโอกาสในการเรียนรู้และปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เช่น การให้คำชมและข้อเสนอแนะที่สร้างสรรค์ให้แก่ผู้เรียน เพื่อพัฒนาทักษะหรือความคิดใหม่ๆ ที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนต่อยอดการเรียนรู้ได้อย่างเต็มที่ โดยส่งเสริมทักษะการสื่อสาร และการทำงานร่วมกับผู้อื่น ที่สนับสนุนการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และการเรียนรู้จากผู้อื่นโดยให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองท่ามกลางการเปลี่ยนแปลง ผ่านการเรียนรู้วิธีการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ เช่น การวางแผนการเรียนรู้ การตั้งคำถาม การวิเคราะห์และสรุปข้อมูล และการเลือกใช้เครื่องมือและทรัพยากรการเรียนรู้ที่เหมาะสม โดยยึดหลักคิดการร่วมสร้าง (Co-Creation) ที่ผู้สอนทำหน้าที่กระตุ้นและส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถวางแผนเรียนรู้ ค้นหาความรู้ วิเคราะห์และสังเคราะห์ รวมถึงการต่อยอดองค์ความรู้นั้นได้ด้วยตนเอง โดยในรายวิชาต่าง ๆ มีการกำหนดให้ผู้สอนประยุกต์กระบวนการจัดการเรียนการสอนแบบ Active Learning ที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้มีโอกาสวางแผนทั้งในด้านการจัดกิจกรรมและการกำหนดหัวข้อหรือประเด็นที่ต้องการเรียนรู้ด้วยตนเอง ทั้งนี้ กระบวนการจัดการเรียนการสอนในห้องเรียน ผู้สอนกระตุ้นให้ผู้เรียนได้มีโอกาสวิพากษ์ และอภิปรายในห้องเรียน รวมถึงการประเมินผลการทำงานกลุ่มของสมาชิกในกลุ่ม

2.4 การประเมินผลการเรียนรู้ หลักสูตรกำหนดให้ทุกรายวิชาต้องมีการวัดผลและประเมินผลการเรียนรู้ (CLOs) ด้วยวิธีการที่หลากหลาย สะท้อนถึงผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร (PLOs) ผ่านรูปแบบการประเมินระหว่างการเรียนรู้ (Formative) และการประเมินเมื่อสิ้นสุดการจัดการเรียนการสอน (Summative) ซึ่งถูกกำหนดไว้ในรายละเอียดของรายวิชา (Course Specification) ทุกรายวิชาของหลักสูตร โดยต้องผ่านความเห็นจากคณะกรรมการประจำหลักสูตรฯ โดยกำหนดให้มีการระบุเกณฑ์การประเมินผลที่ชัดเจนในรายละเอียดของรายวิชา (Course Specification) ที่มีการระบุถึงสัดส่วนคะแนนและวิธีการตัดเกรดเพื่อให้ นักศึกษารับทราบทั้งจากเอกสาร ทั้งนี้ หลักสูตรฯ กำหนดให้อาจารย์ผู้สอนชี้แจงให้นักศึกษารับทราบถึง PLOs CLOs กระบวนการเรียนการสอน การวัด การประเมินผล และแนวทางอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในคาบแรกของการเรียนการสอน อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชานำข้อเสนอแนะของนักศึกษาต่อวิธีการวัดผลจากระบบประเมินผลการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัยมาประกอบการทบทวนและปรับปรุงกระบวนการวัดและประเมินผลของรายวิชา อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาดำเนินการประเมินและทบทวน เพื่อปรับปรุงกระบวนการวัดและการประเมินผลในรายละเอียดของรายวิชา (Course Specification) สำหรับปีการศึกษาถัดไป

2.5 การให้ข้อมูลย้อนกลับหลักสูตรฯ ได้นำข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาพัฒนาปรับปรุงหลักสูตรให้มีความทันสมัยและตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประกอบด้วย ศิษย์เก่า ผู้ทรงคุณวุฒิด้านวิชาการและวิชาชีพมาวิพากษ์หลักสูตร นอกจากนี้ในการพัฒนาสาระการเรียนรู้ในรายวิชาและการปรับปรุงแนวทางการจัดการเรียนการสอนของหลักสูตร ได้นำข้อเสนอแนะ (Reflection) จากผู้ที่มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) ทุกกลุ่ม ได้แก่ นักศึกษา วิทยากร อาจารย์พิเศษ และผู้ใช้บัณฑิตรวมถึงคำแนะนำและการประเมินผลการปฏิบัติงานของสถานประกอบการที่นักศึกษา

ไปปฏิบัติสหกิจศึกษาในแต่ละปี มาใช้ในการออกแบบวิธีการเรียนการสอนและการจัดหาสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ ตลอดจนหลักสูตรฝึกอบรม

3. รูปแบบของการเรียนการสอนในหลักสูตร

หลักสูตรฯ มีรูปแบบการเรียนการสอนที่ช่วยสนับสนุนส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ ฝึกทักษะการคิด วิเคราะห์ สังเคราะห์ รู้จักแสวงหาความรู้และปลูกฝังให้ผู้เรียนให้เกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิตโดยหลักสูตรฯ นี้มีรูปแบบการจัดการเรียนการสอน ดังนี้

1. การบรรยายแบบมีปฏิสัมพันธ์กับผู้เรียน
2. การเรียนรู้แบบเชิงรุก (Active learning)
3. การเรียนรู้แบบอภิปรายกลุ่มย่อย
4. การจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem-based Learning)
5. การเรียนรู้ผ่านกระบวนการกลุ่ม
6. การเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน (Project-based Learning)
7. การเรียนรู้โดยการสาธิต
8. การเรียนรู้โดยการทดลอง
9. การเรียนรู้แบบห้องเรียนกลับด้าน
10. การเรียนรู้โดยการศึกษาด้วยตนเอง
11. การจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐาน (Community-based Learning)
12. การจัดการเรียนรู้โดยกิจกรรมเป็นฐาน (Activity-based Learning)
13. การจัดการเรียนรู้โดยประสบการณ์เป็นฐาน (Experience-based Learning)
14. รูปแบบอื่นๆ ที่ผ่านการพิจารณาจากอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

4. กลยุทธ์การจัดการกระบวนการเรียนรู้ตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ของหลักสูตร

การจัดกิจกรรมของมหาวิทยาลัย สำนักวิชา หลักสูตรต้องสอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรฯ ทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)	กิจกรรมการเรียนการสอน	กิจกรรม/โครงการเสริมหลักสูตร ของหลักสูตร สำนักวิชา และมหาวิทยาลัย
1. ด้านความรู้ (Knowledge)		
<p>PLO1: อธิบายแนวคิด หลักการทางด้านบริหารธุรกิจ การตลาดดิจิทัล และการสร้างแบรนด์ ตามบริบทที่มีการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และการพัฒนาที่ยั่งยืน</p>	<ul style="list-style-type: none"> - การสอนโดยใช้กิจกรรมต่าง ๆ เป็นฐาน (Activity-based learning) - การอภิปรายกลุ่ม ซึ่งนักศึกษาอาจได้รับมอบหมายประเด็นในการอภิปรายเป็นรายบุคคลหรือรายกลุ่ม ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น การทำงานเป็นกลุ่ม และแสดงความเป็นผู้นำและผู้ตามได้ - การเรียนรู้โดยการสาธิต - การเรียนรู้โดยการทดลอง - การเรียนรู้แบบห้องเรียนกลับด้าน - การบรรยายแบบมีปฏิสัมพันธ์กับผู้เรียน - การจัดการเรียนรู้แบบทฤษฎี ซึ่งอาจใช้ในรูปแบบการบรรยาย โดยเน้นการอธิบายเนื้อหา ทฤษฎีให้นักศึกษา 	<p>ระดับมหาวิทยาลัย</p> <ul style="list-style-type: none"> - กิจกรรมส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ (Information Literacy) สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่1 ประจำปีการศึกษาใหม่ <p>ระดับสำนักวิชา</p> <p>โครงการพัฒนานักบริหารจัดการรุ่นใหม่</p> <p>ระดับหลักสูตร</p> <p>โครงการสายสัมพันธ์ รุ่นพี่พบรุ่นน้อง โครงการพัฒนาทักษะด้านการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์</p>

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)	กิจกรรมการเรียนการสอน	กิจกรรม/โครงการเสริมหลักสูตร ของหลักสูตร สำนักวิชา และมหาวิทยาลัย
<p>PLO2: อธิบายแนวคิดการตลาดดิจิทัล และการสร้างแบรนด์ ภายใต้การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสารสนเทศในยุคดิจิทัล</p>	<ul style="list-style-type: none"> - การสอนโดยใช้กิจกรรมต่าง ๆ เป็นฐาน (Activity-based learning) - การอภิปรายกลุ่ม ซึ่งนักศึกษาอาจได้รับมอบหมายประเด็นในการอภิปรายเป็นรายบุคคลหรือรายกลุ่ม ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น การทำงานเป็นกลุ่ม และแสดงความเป็นผู้นำและผู้ตามได้ - การเรียนรู้โดยการสาธิต - การเรียนรู้โดยการทดลอง - การเรียนรู้แบบห้องเรียนกลับด้าน - การบรรยายแบบมีปฏิสัมพันธ์กับผู้เรียน - การจัดการเรียนรู้แบบทฤษฎี ซึ่งอาจใช้ในรูปแบบการบรรยาย โดยเน้นการอธิบายเนื้อหา ทฤษฎีให้นักศึกษา 	<p>ระดับมหาวิทยาลัย</p> <ul style="list-style-type: none"> - กิจกรรมส่งเสริมทักษะการ Start Up โดยอุทยานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี <p>ระดับสำนักวิชา</p> <p>โครงการพัฒนานักบริหารจัดการรุ่นใหม่</p> <p>ระดับหลักสูตร</p> <p>โครงการสายสัมพันธ์ รุ่นพี่พบรุ่นน้อง</p> <p>โครงการพัฒนาทักษะด้านการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์</p>
<p>PLO3: วิเคราะห์ความรู้ทางด้านการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์อย่างมีเหตุผลและนำไปสู่การแก้ปัญหาทางธุรกิจได้</p>	<ul style="list-style-type: none"> - การสอนโดยใช้กิจกรรมต่าง ๆ เป็นฐาน (Activity-based learning) - การอภิปราย ซึ่งนักศึกษาอาจได้รับมอบหมายประเด็นในการอภิปรายเป็นรายบุคคลหรือรายกลุ่ม - การจัดทำรายงาน นักศึกษาสามารถกำหนดหัวข้อการเรียนรู้ตามความสามารถและความสนใจ โดยผู้สอนสามารถให้คำแนะนำได้ 	<p>ระดับมหาวิทยาลัย</p> <ul style="list-style-type: none"> - กิจกรรมส่งเสริมทักษะการ Start Up โดยอุทยานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี <p>ระดับสำนักวิชา</p>

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)	กิจกรรมการเรียนการสอน	กิจกรรม/โครงการเสริมหลักสูตร ของหลักสูตร สำนักวิชา และมหาวิทยาลัย
	<ul style="list-style-type: none"> -การใช้กรณีศึกษา เป็นการใช้กรณีตัวอย่างให้นักศึกษาได้ฝึกคิดวิเคราะห์ อภิปรายเพื่อสร้างความเข้าใจแล้วตัดสินใจเลือกแนวทางการแก้ปัญหา - การใช้สถานการณ์จำลอง เป็นการจำลองสถานการณ์ให้ใกล้เคียงของจริง เพื่อฝึกการตัดสินใจ แก้ไขปัญหา การสอนแบบศูนย์การเรียนรู้ ซึ่งเป็นการสอนแบบกลุ่มกิจกรรม แบ่งนักศึกษาเวียนเข้าเรียนในศูนย์กิจกรรมต่าง ๆ และมีสรุปบทเรียนตอนท้าย - การเรียนด้วยตนเองด้วยบทเรียนออนไลน์ จัดการเรียนการสอนโดยใช้เทคโนโลยี เช่น คอมพิวเตอร์ e-learning ให้นักศึกษาได้เรียนรู้อย่างเป็นอิสระด้วยตนเอง - การจัดการเรียนรู้แบบทฤษฎี ซึ่งอาจใช้ในรูปแบบการบรรยาย โดยเน้นการอธิบายเนื้อหา ทฤษฎีให้นักศึกษา 	<p>โครงการพัฒนานักบริหารจัดการรุ่นใหม่</p> <p>ระดับหลักสูตร</p> <p>โครงการสายสัมพันธ์ รุ่นพี่พบรุ่นน้อง</p> <p>โครงการพัฒนาทักษะด้านการตลาด ดิจิทัลและการสร้างแบรนด์</p> <p>โครงการแข่งขันทักษะทางวิชาการ ในเวทีระดับชาติและระดับนานาชาติ</p> <p>โครงการศึกษาดูงานนอกสถานที่</p>
<p>PLO4: ประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางการตลาด ดิจิทัลและการสร้างแบรนด์เพื่อวางแผน การตลาดและกำหนดกลยุทธ์แบรนด์โดย คำนึงถึงความแตกต่างทางเทคโนโลยีและพฤติกรรมธรรมชาติของผู้บริโภค</p>	<ul style="list-style-type: none"> -การสอนโดยใช้กิจกรรมต่าง ๆ เป็นฐาน (Activity-based learning) -การอภิปราย ซึ่งนักศึกษาอาจได้รับมอบหมายประเด็นในการ อภิปรายเป็นรายบุคคลหรือรายกลุ่ม - การจัดทำรายงาน นักศึกษาสามารถกำหนดหัวข้อการเรียนรู้ตาม ความสามารถและความสนใจ โดยผู้สอนสามารถให้คำแนะนำได้ 	<p>ระดับมหาวิทยาลัย</p> <ul style="list-style-type: none"> - กิจกรรมส่งเสริมทักษะการ Start Up โดยอุทยานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี <p>ระดับสำนักวิชา</p>

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)	กิจกรรมการเรียนการสอน	กิจกรรม/โครงการเสริมหลักสูตร ของหลักสูตร สำนักวิชา และมหาวิทยาลัย
	<ul style="list-style-type: none"> -การใช้กรณีศึกษา เป็นการใช้กรณีตัวอย่างให้นักศึกษาได้ฝึกคิดวิเคราะห์ อภิปรายเพื่อสร้างความเข้าใจแล้วตัดสินใจเลือกแนวทางการแก้ปัญหา - การใช้สถานการณ์จำลอง เป็นการจำลองสถานการณ์ให้ใกล้เคียงของจริง เพื่อฝึกการตัดสินใจ แก้ไขปัญหา การสอนแบบศูนย์การเรียนรู้ ซึ่งเป็นการสอนแบบกลุ่มกิจกรรม แบ่งนักศึกษาเวียนเข้าเรียนในศูนย์กิจกรรมต่าง ๆ และมีสรุปบทเรียนตอนท้าย - การเรียนด้วยตนเองด้วยบทเรียนออนไลน์ จัดการเรียนการสอนโดยใช้เทคโนโลยี เช่น คอมพิวเตอร์ e-learning ให้นักศึกษาได้เรียนรู้อย่างเป็นอิสระด้วยตนเอง - การจัดการเรียนรู้แบบทฤษฎี ซึ่งอาจใช้ในรูปแบบการบรรยาย โดยเน้นการอธิบายเนื้อหา ทฤษฎีให้นักศึกษา 	<p>โครงการพัฒนานักบริหารจัดการรุ่นใหม่</p> <p>ระดับหลักสูตร</p> <p>โครงการพัฒนาทักษะด้านการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์</p> <p>โครงการแข่งขันทักษะทางวิชาการในเวทีระดับชาติและระดับนานาชาติ</p> <p>โครงการศึกษาดูงานนอกสถานที่</p>
<p>PLO5: ประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางด้านบริหารธุรกิจและการจัดการนวัตกรรมในการพัฒนาไปสู่ความเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม</p>	<ul style="list-style-type: none"> -การสอนโดยใช้กิจกรรมต่าง ๆ เป็นฐาน (Activity-based learning) -การอภิปราย ซึ่งนักศึกษาอาจได้รับมอบหมายประเด็นในการอภิปรายเป็นรายบุคคลหรือรายกลุ่ม - การจัดทำรายงาน นักศึกษาสามารถกำหนดหัวข้อการเรียนรู้ตามความสามารถและความสนใจ โดยผู้สอนสามารถให้คำแนะนำได้ 	<p>ระดับมหาวิทยาลัย</p> <ul style="list-style-type: none"> - กิจกรรมส่งเสริมทักษะการ Start Up โดยอุทยานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี <p>ระดับสำนักวิชา</p>

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)	กิจกรรมการเรียนการสอน	กิจกรรม/โครงการเสริมหลักสูตร ของหลักสูตร สำนักวิชา และมหาวิทยาลัย
	<ul style="list-style-type: none"> -การใช้กรณีศึกษา เป็นการใช้กรณีตัวอย่างให้นักศึกษาได้ฝึกคิดวิเคราะห์ อภิปรายเพื่อสร้างความเข้าใจแล้วตัดสินใจเลือกแนวทางการแก้ปัญหา - การใช้สถานการณ์จำลอง เป็นการจัดสถานการณ์ให้ใกล้เคียงของจริง เพื่อฝึกการตัดสินใจ แก้ไขปัญหา การสอนแบบศูนย์การเรียนรู้ ซึ่งเป็นการสอนแบบกลุ่มกิจกรรม แบ่งนักศึกษาเวียนเข้าเรียนในศูนย์กิจกรรมต่าง ๆ และมีสรุปบทเรียนตอนท้าย - การเรียนด้วยตนเองด้วยบทเรียนออนไลน์ จัดการเรียนการสอนโดยใช้เทคโนโลยี เช่น คอมพิวเตอร์ e-learning ให้นักศึกษาได้เรียนรู้อย่างเป็นอิสระด้วยตนเอง - การจัดการเรียนรู้แบบทฤษฎี ซึ่งอาจใช้ในรูปแบบการบรรยาย โดยเน้นการอธิบายเนื้อหา ทฤษฎีให้นักศึกษา 	<p>โครงการกิจกรรมพัฒนาความ รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ระดับหลักสูตร</p> <p>โครงการพัฒนาทักษะด้านการตลาด ดิจิทัลและการสร้างแบรนด์</p> <p>โครงการแข่งขันทักษะทางวิชาการ ในเวทีระดับชาติและระดับนานาชาติ</p> <p>โครงการศึกษาดูงานนอกสถานที่</p>
2. ด้านทักษะ (Skills)		
<p>PLO6: มีทักษะการสื่อสาร ถ่ายทอดและสามารถนำเสนอเรื่องราวทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษในงานธุรกิจ โดยในกรณีนี้</p>	<ul style="list-style-type: none"> - การฝึกการใช้ทักษะสื่อสารในการนำเสนอผลงาน ทั้งการฟัง พูด อ่าน และการเขียน - ฝึกเลือกใช้ข้อมูลสารสนเทศที่เหมาะสมประกอบการทำโครงการ/กิจกรรม/นำเสนอผลงาน 	<p>ระดับมหาวิทยาลัย</p> <ul style="list-style-type: none"> - กิจกรรมพัฒนาทักษะการนำเสนอในที่สาธารณะ -โครงการวิชาเตรียมสหกิจศึกษา

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)	กิจกรรมการเรียนการสอน	กิจกรรม/โครงการเสริมหลักสูตร ของหลักสูตร สำนักวิชา และมหาวิทยาลัย
นักศึกษาเลือกภาษาจีนสามารถสื่อสารภาษาจีน ในชีวิตประจำวันได้		ระดับสำนักวิชา - โครงการพัฒนาบุคลิกภาพ นักศึกษา ระดับหลักสูตร - โครงการ Summer Study กับ มหาวิทยาลัยจากต่างประเทศ
PLO7: มีทักษะในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและ ซอฟต์แวร์เพื่อการสืบค้นข้อมูล คัดกรอง รวบรวม วิเคราะห์ สื่อสารและนำเสนอในงาน ทางด้านบริหารธุรกิจ การตลาดดิจิทัลและการ สร้างแบรนด์ได้	<ul style="list-style-type: none"> - ฝึกเทคโนโลยีในการสืบค้น เก็บรวบรวมข้อมูล และนำเสนอจาก แหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ - ฝึกเลือกใช้ข้อมูลสารสนเทศที่เหมาะสมประกอบการทำ โครงการ/กิจกรรม/นำเสนอผลงาน - มอบหมายกิจกรรมให้นักศึกษาฝึกประยุกต์ความรู้ให้เกิด ประโยชน์ - ใช้กรณีศึกษาให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ วิพากษ์ และการนำความรู้ มาประยุกต์ใช้ในการแก้ปัญหาในการทำงานอย่างเป็นระบบ - นำเสนอ อภิปราย แลกเปลี่ยน ความคิดเห็น และสะท้อนคิดใน ชั้นเรียน 	ระดับมหาวิทยาลัย - โครงการวิชาเตรียมสหกิจศึกษา - กิจกรรมอบรม “การออกแบบ กราฟิกด้วย Infographic” - กิจกรรมอบรม “การออกแบบ กราฟิกด้วย Canva” - การสืบค้นแหล่งสารสนเทศ ประเภทหนังสืออิเล็กทรอนิกส์และ ประเภทอื่น ๆ - กิจกรรมค่ายภาวะผู้นำและการ สร้างอัตลักษณ์นักศึกษา ระดับสำนักวิชา

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)	กิจกรรมการเรียนการสอน	กิจกรรม/โครงการเสริมหลักสูตร ของหลักสูตร สำนักวิชา และมหาวิทยาลัย
		<p>โครงการพัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและแอปพลิเคชันเพื่อการบริหารธุรกิจ</p> <p>ระดับหลักสูตร</p> <p>โครงการพัฒนาทักษะด้านการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์</p> <p>โครงการแข่งขันทักษะทางวิชาการในเวทีระดับชาติและระดับนานาชาติ</p> <p>โครงการศึกษาดูงานนอกสถานที่</p>
<p>PLO8 มีทักษะในการดูแลสุขภาพร่างกายและจิตใจตนเองและสามารถออกแบบการสร้างเสริมสุขภาวะและสภาพแวดล้อมการทำงานในองค์กรธุรกิจได้</p>	<ul style="list-style-type: none"> - กิจกรรมกลุ่มย่อย - ฝึกปฏิบัติทักษะกีฬา - สอบปฏิบัติทักษะกีฬา - มอบหมายกิจกรรมให้นักศึกษาฝึกประยุกต์ความรู้ให้เกิดประโยชน์ 	<p>ระดับมหาวิทยาลัย</p> <ul style="list-style-type: none"> - โครงการมหกรรมกีฬาภายในประดู่เกมส์ - กิจกรรมค่ายภาวะผู้นำและการสร้างอัตลักษณ์นักศึกษา <p>ระดับสำนักวิชา</p> <ul style="list-style-type: none"> - โครงการกีฬาสี่เป้าย่ สำนักวิชาการจัดการ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)	กิจกรรมการเรียนการสอน	กิจกรรม/โครงการเสริมหลักสูตร ของหลักสูตร สำนักวิชา และมหาวิทยาลัย
		- โครงการพัฒนาบุคลิกภาพ นักศึกษา ระดับหลักสูตร โครงการสายสัมพันธ์ DMBWU รุ่นพี่ รุ่นน้อง
PLO9: ทักษะในการปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและสภาพแวดล้อมธุรกิจยุคดิจิทัล	<ul style="list-style-type: none"> - มอบหมายกิจกรรมให้นักศึกษาฝึกประยุกต์ความรู้ให้เกิดประโยชน์ - ใช้กรณีศึกษาให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ วิพากษ์ และให้นำความรู้มาประยุกต์ใช้ในการแก้ปัญหาในการทำงานอย่างเป็นระบบ - นำเสนอ อภิปราย แลกเปลี่ยน ความคิดเห็น และสะท้อนคิดในชั้นเรียน 	ระดับมหาวิทยาลัย <ul style="list-style-type: none"> - โครงการวิชาเตรียมสหกิจศึกษา - กิจกรรมค่ายภาวะผู้นำและการสร้างอัตลักษณ์นักศึกษา ระดับสำนักวิชา <ul style="list-style-type: none"> - โครงการพัฒนาบุคลิกภาพนักศึกษา ระดับหลักสูตร โครงการสายสัมพันธ์ DMBWU รุ่นพี่รุ่นน้อง

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)	กิจกรรมการเรียนการสอน	กิจกรรม/โครงการเสริมหลักสูตร ของหลักสูตร สำนักวิชา และมหาวิทยาลัย
<p>PLO10: มีทักษะความเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัล สามารถพัฒนาแผนการตลาดและกลยุทธ์แบรนด์ที่นำไปสู่การประกอบธุรกิจ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - กรณีศึกษา/ ยกตัวอย่าง - สื่อการเรียนรู้ในรูปแบบต่างๆ - การฝึกปฏิบัติ - การศึกษาที่เน้นปัญหาเป็นฐาน (Problem-based education) - การเรียนรู้จากประสบการณ์จริง (Experience Based Learning) - การเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง (Practice-based learning) - การจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐาน (Community-based education) - การจัดทำโครงการ - มอบหมายกิจกรรมให้นักศึกษาฝึกประยุกต์ความรู้ให้เกิดประโยชน์ - ใช้กรณีศึกษาให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ วิพากษ์ และการนำความรู้มาประยุกต์ใช้ในการแก้ปัญหาในการทำงานอย่างเป็นระบบ - กิจกรรมการฝึกการนำเสนองาน อภิปราย แลกเปลี่ยน ความคิดเห็น และสะท้อนคิดในชั้นเรียน 	<p>ระดับมหาวิทยาลัย</p> <ul style="list-style-type: none"> - กิจกรรมส่งเสริมทักษะการ Start Up โดยอุทยานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี <p>ระดับสำนักวิชา</p> <p>โครงการพัฒนานักบริหารจัดการรุ่นใหม่</p> <p>ระดับหลักสูตร</p> <p>โครงการพัฒนาทักษะด้านการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์</p> <p>โครงการแข่งขันทักษะทางวิชาการในเวทีระดับชาติและระดับนานาชาติ</p> <p>โครงการศึกษาต่องานนอกสถานที่</p>

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)	กิจกรรมการเรียนการสอน	กิจกรรม/โครงการเสริมหลักสูตร ของหลักสูตร สำนักวิชา และมหาวิทยาลัย
3. ด้านจริยธรรม (Ethics)		
<p>PLO11: แสดงออกถึงความซื่อสัตย์ มีวินัย ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบและมีความเป็น ผู้ประกอบการที่รับผิดชอบต่อสังคม และ สิ่งแวดล้อม</p>	<ul style="list-style-type: none"> - มอบหมายกิจกรรมให้นักศึกษาได้แสดงออกถึงความซื่อสัตย์ ยุติธรรม รับผิดชอบต่อ รักษาความลับของบุคคลและหน่วยงาน ตรง ต่อเวลา และปฏิบัติตามกฎระเบียบที่กำหนด - ประเมินภาพรวมจากการทำกิจกรรมในรายวิชา 	<p>ระดับมหาวิทยาลัย</p> <ul style="list-style-type: none"> - วิชาเตรียมสหกิจศึกษาหัวข้อ 1) การวางแผนชีวิตและอาชีพ 2) จริยธรรมและความปลอดภัยในการทำงาน 3) บัณฑิตที่พึงประสงค์ของสถานประกอบการ - โครงการเปิดโลกกิจกรรม - โครงการไหว้ครู <p>ระดับสำนักวิชา</p> <ul style="list-style-type: none"> - กิจกรรมปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่ - กิจกรรมไหว้ครูสำนักวิชาฯ <p>ระดับหลักสูตร</p> <ul style="list-style-type: none"> - การศึกษาดูงานนอกสถานที่

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)	กิจกรรมการเรียนการสอน	กิจกรรม/โครงการเสริมหลักสูตร ของหลักสูตร สำนักวิชา และมหาวิทยาลัย
4. ด้านลักษณะบุคคล (Character)		
<p>PLO12: แสดงออกซึ่งการเป็นผู้มีใจอาสาและมีภาวะผู้นำ สามารถเป็นได้ทั้งผู้นำและผู้ตามทำงานร่วมกับผู้อื่นในองค์กรได้</p>	<ul style="list-style-type: none"> - มอบหมายกิจกรรมให้นักศึกษาได้ทำกิจกรรมร่วมกันเป็นกลุ่ม - ประเมินภาพรวมจากการทำกิจกรรมในรายวิชา - กิจกรรมการนำเสนอ การสื่อสารผ่านรูปแบบที่หลากหลาย 	<p>ระดับมหาวิทยาลัย</p> <ul style="list-style-type: none"> - โครงการเปิดโลกกิจกรรม - โครงการมหกรรมกีฬาภายใน <p>ประดู่เกมส์</p> <ul style="list-style-type: none"> - กิจกรรมค่ายภาวะผู้นำและการสร้างอัตลักษณ์นักศึกษา - วิชาเตรียมสหกิจศึกษาหัวข้อ <ol style="list-style-type: none"> 1) บัณฑิตที่พึงประสงค์ของสถานประกอบการ 2) ประสบการณ์การทำงานในและต่างประเทศ 3) ภาวะผู้นำและการทำงานเป็นทีม 4) การใช้ภาษาอังกฤษและภาษาที่สามในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาได้ <p>ระดับสำนักวิชา</p> <p>โครงการ เก่งดีมีสุข ด้านสโมสรนักศึกษา และกิจกรรมอาสาอื่นๆ</p>

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)	กิจกรรมการเรียนการสอน	กิจกรรม/โครงการเสริมหลักสูตร ของหลักสูตร สำนักวิชา และมหาวิทยาลัย
		ระดับหลักสูตร โครงการกิจกรรมนักรุกิรุ่นเยาว์ โครงการสัมมนานักศึกษาหลังกลับ จากการปฏิบัติสหกิจศึกษา
PLO13: กระตือรือร้น ใฝ่รู้ ใฝ่เรียน สามารถ พัฒนาตนเองในงานด้านบริหารธุรกิจ การตลาด และการสร้างแบรนด์ ได้อย่างต่อเนื่อง	<ul style="list-style-type: none"> - มอบหมายกิจกรรมให้นักศึกษาได้ทำกิจกรรมร่วมกันเป็นกลุ่ม - ประเมินภาพรวมจากการทำกิจกรรมในรายวิชา - กิจกรรมการนำเสนอ การสื่อสารผ่านรูปแบบที่หลากหลาย 	ระดับมหาวิทยาลัย <ul style="list-style-type: none"> - โครงการเปิดโลกกิจกรรม - โครงการมหกรรมกีฬาภายใน ประดู่เกมส์ - กิจกรรมค่ายภาวะผู้นำและการ สร้างอัตลักษณ์นักศึกษา - วิชาเตรียมสหกิจศึกษาหัวข้อ <ol style="list-style-type: none"> 1) บัณฑิตที่พึงประสงค์ของสถาน ประกอบการ 2) ประสบการณ์การทำงานในและ ต่างประเทศ 3) ภาวะผู้นำและการทำงานเป็นทีม 4) การใช้ภาษาอังกฤษและภาษาที่ สามในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาได้

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)	กิจกรรมการเรียนการสอน	กิจกรรม/โครงการเสริมหลักสูตร ของหลักสูตร สำนักวิชา และมหาวิทยาลัย
		ระดับสำนักวิชา โครงการ เก่งดีมีสุข ด้านสโมสร นักศึกษา และกิจกรรมอาสาอื่นๆ ระดับหลักสูตร โครงการกิจกรรมนันทนาการรุ่นเยาว์- โครงการสัมมนานักศึกษาหลังกลับ จากการปฏิบัติสหกิจศึกษา

หมวดที่ 5 ความพร้อมและศักยภาพในการบริหารจัดการหลักสูตรซึ่งรวมถึงคณาจารย์

1. ความพร้อมและศักยภาพของอาจารย์และเจ้าหน้าที่ของหลักสูตร

1.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร จำนวน 5 คน มีคุณวุฒิและคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่ สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม กำหนด ผลงานทางวิชาการ (ปีการศึกษา 2563- 2567) ดังภาคผนวกที่ 6

ลำดับ ที่	ตำแหน่งทางวิชาการ ชื่อ-นามสกุล	ชื่อปริญญา	สาขาวิชา	ปีพ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา	สถาบันที่สำเร็จการศึกษา
1	รศ.ดร.ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์	Ph.D.	Management Studies	2553	University of Exeter, UK
		บธ.ม.	บริหารธุรกิจ	2542	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
		บธ.บ.	การตลาด (เกียรตินิยม อันดับ 2)	2539	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
2	ผศ.วาลูกา เอ็มเอก	สธ.ม.	การออกแบบอุตสาหกรรม	2559	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณ ทหารลาดกระบัง
		ศป.บ.	การออกแบบทัศนศิลป์ (ออกแบบผลิตภัณฑ์)	2553	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
3	อ.วชรรวรัช พรหมมา	วท.ม.	เทคโนโลยีสารสนเทศทาง ธุรกิจ	2549	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
		บช.บ.	ระบบสารสนเทศทางการ บัญชี	2545	มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

ลำดับที่	ตำแหน่งทางวิชาการ ชื่อ-นามสกุล	ชื่อปริญญา	สาขาวิชา	ปีพ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา	สถาบันที่สำเร็จการศึกษา
4	อ.ทรงพันธ์ จันทร์ทอง	สอ.ม.	ศิลปะอุตสาหกรรม	2552	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
		ศป.บ.	ออกแบบทัศนศิลป์ (ศิลปะเครื่องประดับ)	2547	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
5	อ. หลง กิม	M.B.A.	Business Administration	2563	Prince of Songkla University
		B. Econ.	Economics	2560	Royal University of Phnom Penh, Cambodia
		B.B.A.	Banking and Finance	2558	University of Economics and Finance, Cambodia

รายละเอียดเพิ่มเติมตามประวัติและผลงานของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ในภาคผนวกที่ 6

1.2 อาจารย์ประจำหลักสูตร จำนวน 12 คน มีคุณวุฒิและคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่ สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม กำหนด ผลงานทางวิชาการ (ปีการศึกษา 2563- 2567) ดังภาคผนวกที่ 6

ลำดับที่	ตำแหน่งทางวิชาการ ชื่อ-นามสกุล	ชื่อปริญญา	สาขาวิชา	ปีพ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา	สถาบันที่สำเร็จการศึกษา
1	รศ.ดร.ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์	Ph.D.	Management Studies	2553	University of Exeter, UK
		บธ.ม.	บริหารธุรกิจ	2542	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
		บธ.บ.	การตลาด (เกียรตินิยม อันดับ 2)	2539	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
2	ผศ.วาลูกา เอ็มเอก	สธ.ม.	การออกแบบอุตสาหกรรม	2559	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณ ทหารลาดกระบัง
		ศป.บ.	การออกแบบทัศนศิลป์-การ ออกแบบอุตสาหกรรม	2553	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
3	อ.วชรรวรรษ พรหมมา	วท.ม.	เทคโนโลยีสารสนเทศทาง ธุรกิจ	2549	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
		บช.บ.	ระบบสารสนเทศทางการ บัญชี	2545	มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

ลำดับที่	ตำแหน่งทางวิชาการ ชื่อ-นามสกุล	ชื่อปริญญา	สาขาวิชา	ปีพ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา	สถาบันที่สำเร็จการศึกษา
4	อ. หลง กิม	M.B.A.	Business Administration	2563	Prince of Songkla University
		B. Econ.	Economics	2560	Royal University of Phnom Penh, Cambodia
		B.B.A.	Banking and Finance	2558	University of Economics and Finance, Cambodia
5	ผศ.ดร.พิมพ์ภัส พงศกรรังศิลป์	Ph.D.	Management Studies	2554	University of Exeter, UK
		วท.ม.	อุทยานและนันทนาการ	2545	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
		วท.บ.	วนศาสตร์	2540	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
6	ผศ.ดร.พนิดา แซ่มช้าง	Ph.D.	Operations Research	2543	Case Western Reserve University (The United States Of America)
		M.S.	Management Science	2541	Management Science/ Case Western Reserve University (The United States Of America)
		M.S.	Operations Research	2539	University of Delaware (The United States Of America)
		วท.บ.	คณิตศาสตร์	2536	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ลำดับที่	ตำแหน่งทางวิชาการ ชื่อ-นามสกุล	ชื่อปริญญา	สาขาวิชา	ปีพ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา	สถาบันที่สำเร็จการศึกษา
7	ผศ.บุญทวี จันทร์กลับ	วท.ม.	การจัดการด้านโลจิสติกส์	2551	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
		บธ.บ.	การบริหารการขนส่ง ระหว่างประเทศ	2547	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
8	อ.ดร.กัญญ์นิจ วิเชียรรัตน์	Ph.D.	Management studies	2562	University of Exeter, UK
		บธ.ม.	บริหารธุรกิจ	2550	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
		บธ.บ.	การบริหารการขนส่ง ระหว่างประเทศ	2546	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
9	อ.สุพิชา วิไลศรี	MSc.	e-Business Management (Digital and Data Science)	2563	University of Warwick, UK
		บธ.บ.	การจัดการโลจิสติกส์ ระหว่างประเทศ (เกียรติ นิยมอันดับสอง)	2558	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
10	อ.ทรงพันธ์ุ์ จันทร์ทอง	สถ.ม.	ศิลปะอุตสาหกรรม	2552	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ ทหารลาดกระบัง
		ศป.บ.	ออกแบบทัศนศิลป์(ศิลปะ เครื่องประดับ)	2547	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
11	อ.อลิศรา สระโมฬี	บช.ม.	การบัญชี	2548	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
		บช.บ.	การสอบบัญชี	2545	มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

1.3 อาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้สอน จำนวน 11 คน ประกอบด้วย อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตร อาจารย์ประจำ และอาจารย์พิเศษ

1.3.1 อาจารย์ผู้สอนที่เป็นอาจารย์ประจำ

ผลงานทางวิชาการ (ปีการศึกษา 2563- 2567) ดังภาคผนวกที่ 6

ลำดับที่	ตำแหน่งทางวิชาการ ชื่อ-นามสกุล	ชื่อปริญญา	สาขาวิชา	ปีพ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา	สถาบันที่สำเร็จการศึกษา
1	รศ.ดร.ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์	Ph.D.	Management Studies	2553	University of Exeter, UK
		บธ.ม.	บริหารธุรกิจ	2542	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
		บธ.บ.	การตลาด (เกียรตินิยม อันดับ 2)	2539	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
2	ผศ.วาลูกา เอ็มเอก	สธ.ม.	การออกแบบอุตสาหกรรม	2559	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณ ทหารลาดกระบัง
		ศป.บ.	การออกแบบทัศนศิลป์-การ ออกแบบอุตสาหกรรม	2553	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
3	อ.วชรรวรรษ พรหมมา	วท.ม.	เทคโนโลยีสารสนเทศทาง ธุรกิจ	2549	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
		บช.บ.	ระบบสารสนเทศทางการ บัญชี	2545	มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

ลำดับที่	ตำแหน่งทางวิชาการ ชื่อ-นามสกุล	ชื่อปริญญา	สาขาวิชา	ปีพ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา	สถาบันที่สำเร็จการศึกษา
4	อ.หลง กิม	M.B.A.	Business Administration	2563	Prince of Songkla University
		B. Econ.	Economics	2560	Royal University of Phnom Penh, Cambodia
		B.B.A.	Banking and Finance	2558	University of Economics and Finance, Cambodia
5	ผศ.ดร.พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์	Ph.D.	Management Studies	2554	University of Exeter, UK
		วท.ม.	อุทยานและนันทนาการ	2545	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
		วท.บ.	วนศาสตร์	2540	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ลำดับที่	ตำแหน่งทางวิชาการ ชื่อ-นามสกุล	ชื่อปริญญา	สาขาวิชา	ปีพ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา	สถาบันที่สำเร็จการศึกษา
6	ผศ.ดร.พนิดา แซ่มซ้าง	Ph.D.	Operations Research	2543	Case Western Reserve University (The United States Of America)
		M.S.	Management Science	2541	Management Science/ Case Western Reserve University (The United States Of America)
		M.S.	Operations Research	2539	University of Delaware (The United States Of America)
		วท.บ.	คณิตศาสตร์	2536	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
7	ผศ.บุญทวี จันทร์กลับ	วท.ม.	การจัดการด้านโลจิสติกส์	2551	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
		บธ.บ.	การบริหารการขนส่ง ระหว่างประเทศ	2547	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ลำดับที่	ตำแหน่งทางวิชาการ ชื่อ-นามสกุล	ชื่อปริญญา	สาขาวิชา	ปีพ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา	สถาบันที่สำเร็จการศึกษา
8	อ.ดร.กัญญ์นิจ วิเชียรรัตน์	Ph.D.	Management studies	2562	University of Exeter, UK
		บธ.ม.	บริหารธุรกิจ	2550	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
		บธ.บ.	การบริหารการขนส่ง ระหว่างประเทศ	2546	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
9	อ.สุพิชา วิไลศรี	MSc.	e-Business Management (Digital and Data Science)	2563	University of Warwick, UK
		บธ.บ.	การจัดการโลจิสติกส์ ระหว่างประเทศ (เกียรติ นิยมอันดับสอง)	2558	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
10	อ.ทรงพันธ์ จันทร์ทอง	สธ.ม.	ศิลปะอุตสาหกรรม	2552	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ ทหารลาดกระบัง
		ศป.บ.	ออกแบบทัศนศิลป์ (ศิลปะเครื่องประดับ)	2547	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
11	อ.อลิศรา สระโมฬี	บข.ม.	การบัญชี	2548	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
		บข.บ.	การสอบบัญชี	2545	มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

1.3.2 อาจารย์ผู้สอนที่เป็นอาจารย์พิเศษหรือวิทยากร

หลักสูตรฯ ดำเนินการเสนอคำสั่งแต่งตั้งอาจารย์พิเศษตามรอบปีการศึกษาโดยผ่านกระบวนการของสำนักวิชา และมหาวิทยาลัย โดยคุณสมบัติของอาจารย์พิเศษเป็นไปตามข้อกำหนดของมหาวิทยาลัย สำหรับวิทยากรหลักสูตรฯ ได้เชิญวิทยากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านครอบคลุมความรู้ด้านการตลาด ดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ โดยดำเนินการตามรอบภาคการศึกษา

2. การบริหารจัดการสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ (Facilities & Infrastructure) และ การให้บริการนักศึกษา (Student support service)

สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ต่างๆ ที่จำเป็น	ความพร้อม (รายละเอียด)
<p>1) ห้องเรียนพร้อมเครื่องมือและอุปกรณ์การเรียนการสอน เทคโนโลยีสารสนเทศและรวมซอฟต์แวร์ต่างๆ ของมหาวิทยาลัย</p>	<p>- มีห้องเรียนขนาดเล็ก กลาง และใหญ่ ซึ่งเป็นห้องเรียนที่ ทันสมัยหรือห้องเรียนอัจฉริยะ (Smart Classroom) มีการติดตั้งอุปกรณ์สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ทันสมัย และ สัญญาณอินเทอร์เน็ต มีความสะดวกและพร้อมใช้ มีการจัดขนาดห้องเรียนให้เหมาะสม โดยเฉพาะห้องเรียนขนาดเล็ก เพื่ออาจารย์สามารถดูแลนักศึกษาได้อย่างทั่วถึง และเหมาะสมกับการจัดกิจกรรมกลุ่มย่อย มีการเก็บคะแนนจากแบบทดสอบย่อยผ่านสื่อเทคโนโลยีเพื่อให้นักศึกษามีเวลาศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเพิ่มเติมและสามารถทำแบบทดสอบได้ทุกที่ทุกเวลาที่มีความพร้อมและสะดวกนักศึกษาสามารถ เรียนรู้ในระบบชั้นเรียนปกติและนอกชั้นเรียนอย่างมีประสิทธิภาพ ห้องเรียนเป็นห้องปิดมิดชิดสามารถ กันเสียงรบกวนจาก ภายนอก เก้าอี้ในห้องเรียนมีการออกแบบให้เหมาะสมกับการเรียนหลากหลายรูปแบบ ตัวอย่างเช่น กิจกรรมกลุ่มย่อย โต๊ะเรียนมีขนาดที่เหมาะสมกับผู้เรียนมีเครื่องปรับอากาศทุกห้อง เพื่อให้เกิดการถ่ายเทอากาศได้ ดีและสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับการเรียนรู้</p> <p>- มีการติดตั้งอุปกรณ์สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ทันสมัย และมีสัญญาณอินเทอร์เน็ต สะดวกและพร้อมใช้ มีระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเพื่อเขาถึงการเขาใช้งาน แพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น YouTube, Quiz มีอุปกรณ์สื่อโสตที่ทันสมัย เช่น คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะและ โพรเจคเตอร์ทุกห้อง</p> <p>- ใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ หลากหลายแพลตฟอร์ม เช่น E-learning, MS Teams, Kahoot, Socrative, Google classroom, THAIMOOC มีระบบบันทึกการเรียนการสอน และสามารถสอน ผ่านระบบออนไลน์ ควบคู่กับการสอน บรรยายใน ห้องเรียน ระบบนำเสนอผ่านอุปกรณ์สวนตัว มีระบบการวัดผลและประเมินผล การเรียนรู้แบบ ออนไลน์ ได้แก่ e-learning, e-testing</p>
<p>2) ห้องสมุดและพื้นที่การเรียนรู้ร่วมกันของมหาวิทยาลัย</p>	<p>มี ห้องสมุดของมหาวิทยาลัยขนาดใหญ่โดยศูนย์บรรณสาร และ สื่อการศึกษา มีการแบ่งโซนและ มีการใช้พื้นที่ หลากหลาย สงเสริมให้มีพื้นที่ การเรียนรูรวมกัน ซึ่งนักศึกษาสามารถ ยืมสื่อการเรียนได้</p>

3. งบประมาณตามแผน

ตามที่ได้รับจัดสรรจากมหาวิทยาลัย

3.1 งบประมาณรายรับ (หน่วย: บาท)

รายละเอียดรายรับ	ปีงบประมาณ				
	2567	2568	2569	2570	2571
ค่าธรรมเนียมการศึกษา (ค่าธรรมเนียมการศึกษาต่อปี ๆ ละ 46,200)	4,158,000	8,316,000	12,474,000	16,632,000	16,632,000
เงินอุดหนุนจากรัฐบาล เช่น เงินเดือนอาจารย์	2,916,000	3,032,640	3,153,946	3,280,103	3,411,308
อื่น ๆ ระบุ					
รวมรายรับ (1)	7,074,000	11,348,640	15,627,946	19,912,103	20,043,308

3.2 งบประมาณรายจ่ายในหลักสูตร (หน่วย: บาท)

หมวดเงิน	ปีงบประมาณ				
	2567	2568	2569	2570	2571
งบดำเนินการ (ค่าตอบแทน ใช้สอย วัสดุ)					
1. เงินเดือนอาจารย์ ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ 5 คน	2,916,000	3,032,640	3,153,946	3,280,103	3,411,308
2. ค่าใช้จ่ายอาจารย์ประจำ หลักสูตรฯ อาจารย์ผู้สอน อาจารย์พิเศษ และบุคลากร อื่น ๆ ในหลักสูตรฯ (เช่น หาก มีภาระงานหลายหลักสูตรฯ คำนวณเฉลี่ยรายหลักสูตร)	350,000	350,000	350,000	350,000	350,000
3. ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน (ทุก รายการทุกกิจกรรมใน หลักสูตร ค่าตอบแทน ใช้สอย วัสดุ ทั้งนี้ไม่ต้องนำค่าเสื่อม ราคาจากอาคาร ครุภัณฑ์)	800,000	840,000	890,000	940,000	990,000
4. ทุนการศึกษา เงินอุดหนุน/ ส่งเสริมนักศึกษา	231,000	462,000	693,000	924,000	1,155,000
5. ค่าหนังสือ ตำรา ใน หลักสูตร	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000
รวมรายจ่าย (2)	4,347,000	4,734,640	5,136,946	5,544,103	5,956,308

หมวดเงิน	ปีงบประมาณ				
	2567	2568	2569	2570	2571
รวมรับสูงกว่ารายจ่าย (1) - (2)	2,727,000	6,614,000	10,491,000	14,368,000	14,087,000
จำนวนนักศึกษา	90	180	270	360	360
ค่าใช้จ่าย/หัวนักศึกษาต่อปี	48,300.00	26,303.56	19,025.73	15,400.29	16,545.30
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/หัวตลอด หลักสูตร	193,200.00	105,214.22	76,102.90	61,601.14	66,181.20
จุดคุ้มทุนของหลักสูตร (จำนวนนักศึกษา	94	102	111	120	129

หมายเหตุ: ค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อปี 46,200 บาท

4. ความพร้อมด้านทุนสนับสนุนการศึกษา และความร่วมมือทางวิชาการกับสถาบันอื่น

มีทุนพัฒนาบัณฑิตในศตวรรษที่ 21 รวมถึงทุนอื่นๆ จากมหาวิทยาลัย และมีความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาอื่น (ภาคผนวก 10)

หมวดที่ 6 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

1. คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

- 1) สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่าทั่วทุกภูมิภาคทั้งในประเทศและต่างประเทศตามหลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการหรือเทียบเท่า ไม่จำกัดแผนการเรียน
- 2) เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ว่าด้วยระบบคลังหน่วยกิต พ.ศ. 2565
- 3) ต้องเป็นผู้ที่อยู่ในประเทศไทยอย่างถูกต้องตามกฎหมาย
- 4) ต้องเป็นผู้ที่มีร่างกายและสุขภาพจิตสมบูรณ์กล่าวคือจะต้องไม่เป็นผู้ไร้ความสามารถและจิตฟั่นเฟือนไม่สมประกอบ
- 5) ต้องมีบุคลิกภาพที่คณะกรรมการคัดเลือกฯ เห็นว่าไม่เป็นอุปสรรคต่อการศึกษาและการประกอบอาชีพ
- 6) ต้องไม่เป็นผู้ติดยาเสพติด หรือมีประวัติเกี่ยวกับยาเสพติดทุกประเภท
- 7) เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ว่าด้วยการศึกษาชั้นปริญญาตรี ระบบทวิภาค พ.ศ. 2566

2. การรับเข้าศึกษา

- รับทั้งนักศึกษาไทยและนักศึกษาต่างชาติ สามารถพูดและใช้ภาษาไทยได้เป็นอย่างดี

3. ปัญหาของนักศึกษาแรกเข้า

- การปรับตัวจากการเรียนในระดับอุดมศึกษา

4. กลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา/ข้อจำกัดของนักศึกษาในข้อ 3

จัดการปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่ แนะนำการวางแผนชีวิต เทคนิคการเรียนในมหาวิทยาลัย และการแบ่งเวลา

จัดให้มีระบบอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อทำหน้าที่สอดส่องดูแล ตักเตือน ให้คำแนะนำแก่นักศึกษา และให้เน้นย้ำในกรณีที่นักศึกษามีปัญหาตามข้างต้นเป็นกรณีพิเศษ

จัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความสัมพันธ์ของนักศึกษาและการดูแลนักศึกษา เช่น วันแรกพบระหว่างนักศึกษากับอาจารย์ วันพบผู้ปกครอง การติดตามการเรียนของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 จากอาจารย์ผู้สอนและจัดกิจกรรมเสริมถ้าจำเป็น

จัดติว/ทบทวนความรู้ด้านภาษาอังกฤษไม่เพียงพอ โดยให้รุ่นพี่ หรือ นักศึกษาในรุ่นที่มีผลการเรียนดีเป็นผู้ติว

5. จำนวนรับนักศึกษา

แผนการรับนักศึกษาและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี

ในแต่ละปีการศึกษาจะรับนักศึกษาปีละ 90 คน

หลักสูตร 4 ปี

ระดับชั้นปี	จำนวนนักศึกษาแต่ละปีการศึกษา (คน)				
	2567	2568	2569	2570	2571
ชั้นปีที่ 1	90	90	90	90	90
ชั้นปีที่ 2	(99)	90	90	90	90
ชั้นปีที่ 3	(118)	(99)	90	90	90
ชั้นปีที่ 4	(68)	(118)	(99)	90	90
รวม	90(285)	180(217)	270(99)	360	360
คาดว่าจะสำเร็จการศึกษา	(68)	(118)	(99)	90	90

หมายเหตุ เมื่อคำนวณสัดส่วนอาจารย์ต่อนักศึกษา FTES = 1 : 25

วงเล็บ หมายถึง จำนวนนักศึกษาที่อยู่ในหลักสูตรก่อนการปรับปรุง

6. การเตรียมความพร้อมให้แก่นักศึกษา

หลักสูตรมีกระบวนการเตรียมความพร้อมสำหรับนักศึกษาที่ผ่านเข้ามาเรียนในหลักสูตรและขึ้นทะเบียนนักศึกษาใหม่เรียบร้อยแล้ว ผ่านทางกิจกรรมที่จัดขึ้นระดับมหาวิทยาลัย ระดับสำนักวิชา และระดับหลักสูตร เพื่อให้ นักศึกษาสามารถปรับตัวและเริ่มต้นเข้าสู่การเรียนการสอนในระดับมหาวิทยาลัยอย่างมีความพร้อมและมั่นใจ โดยกำหนดให้นักศึกษาใหม่เข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้

6.1 ระดับมหาวิทยาลัย

1) กิจกรรมปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่จัดโดยมหาวิทยาลัยเพื่อเตรียมความพร้อมในการก้าวเข้าสู่การศึกษาในระดับอุดมศึกษาให้กับนักศึกษาใหม่ แนะนำผู้บริหารระดับมหาวิทยาลัย แนะนำข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการเรียนการสอนหน่วยงานสนับสนุนด้านต่าง ๆ การใช้ชีวิตในมหาวิทยาลัย ระบบการดูแลนักศึกษา Smile & Smart Center รวมถึงทราบระเบียบและข้อบังคับต่างๆของมหาวิทยาลัย เพื่อนำไปปฏิบัติในการศึกษาได้อย่างถูกต้อง

2) โดยมหาวิทยาลัยมีการจัดตั้งคณะกรรมการและประชุมการจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมสำหรับนักศึกษา และการกำหนดนโยบายการดูแลนักศึกษาให้ “เก่ง ดี มีสุข” มีกิจกรรมทักษะการใช้ชีวิตในมหาวิทยาลัย กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ แนะนำระบบการเรียนการสอนในมหาวิทยาลัยและระบบการสนับสนุนการเรียนการสอนการใช้ชีวิตของนักศึกษา และระบบการดูแลนักศึกษา การสอบ placement test เพื่อประเมินผลก่อนเรียนด้วยการสอบวัดความรู้พื้นฐาน ได้แก่วิชาภาษาไทย ภาษาอังกฤษ คณิตศาสตร์ เพื่อจัดกลุ่มเรียนที่เหมาะสมโดยศูนย์บริการการศึกษา ในกรณีที่สอบไม่ผ่านในรายวิชาใดให้ลงทะเบียนรายวิชาดังกล่าวไม่นับหน่วยกิตในแผนการเรียน

3) กิจกรรมนักศึกษาใหม่พบศูนย์บริการการศึกษา และนำหน่วยงานการลงทะเบียนและงานที่เกี่ยวข้องในด้านการศึกษากิจกรรมต้อนรับนักศึกษาใหม่โดยส่วนส่งเสริมพัฒนานักศึกษา แนะนำเกี่ยวกับงานทุนการศึกษา คະแนนความดีและกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง

6.2 ระดับสำนักวิชา

1) กิจกรรมนักศึกษาใหม่พบสำนักวิชาจัดโดยสำนักวิชา เพื่อแนะนำผู้บริหารคณาจารย์การจัดการเรียนการสอน ระบบการดูแลนักศึกษา ได้แก่ ระบบอาจารย์ที่ปรึกษา ระบบเพื่อนช่วยเพื่อน แผนการเรียน

2) โดยสำนักวิชามีการจัดตั้งทีมกิจการนักศึกษา “เก่ง ดี มี สุข” ของสำนักวิชาการจัดการร่วมด้วยสโมสรนักศึกษา เตรียมความพร้อมแก่นักศึกษาโดยผ่าน กิจกรรมต้อนรับน้อง กิจกรรมสานสายสัมพันธ์ กิจกรรมคณบดีและคณาจารย์พบนักศึกษา เพื่อสร้างกำลังใจ และให้ข้อมูลแก่นักศึกษา นอกจากนี้สำนักวิชาพิจารณาประเด็นการเตรียมความพร้อมด้านวิชาการ เช่น การสอนเสริม จัดติวเพื่อลดอัตราการตกออกของนักศึกษาแรกเข้าจากสาเหตุด้านผลการเรียน

6.3 ระดับหลักสูตร

1) กิจกรรมนักศึกษาใหม่พบอาจารย์ที่ปรึกษาจัดโดยหลักสูตรเพื่อแนะนำอาจารย์ที่ปรึกษาทางวิชาการให้กับนักศึกษาใหม่ ซึ่งหลักสูตรดำเนินจัดสรรให้คณาจารย์ทุกคนในหลักสูตรดูแลนักศึกษาในอัตราส่วนอาจารย์ที่ปรึกษา 1 คนต่อนักศึกษา 20 คนซึ่งสอดคล้องตามนโยบายของมหาวิทยาลัย คือ อาจารย์ที่ปรึกษา 1 คนต่อนักศึกษา 30 คน ทั้งนี้อาจารย์ที่ปรึกษาทุกคนต้องได้รับการอบรมทางด้านกาให้คำปรึกษาเบื้องต้นตามนโยบายของมหาวิทยาลัยก่อน จึงจะสามารถรับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาให้กับนักศึกษาได้ เพื่อให้มีความมั่นใจว่าคณาจารย์มีทักษะในการให้คำปรึกษาที่เหมาะสมกับนักศึกษาได้ โดยทุกกิจกรรมที่จัดขึ้นมุ่งหมายในการจัดเตรียมความพร้อมให้กับนักศึกษาใหม่ในด้านต่างๆ ได้แก่

1.1) ด้านหลักสูตร: ทำความรู้จักกับหลักสูตรที่จะเข้าเรียนว่ามีวิชาและวัตถุประสงค์ที่คาดหวังอยู่ในหลักสูตรอย่างไร เพื่อให้สามารถเตรียมตัวให้มีความรู้พื้นฐานก่อนเข้าเรียนจริง

1.2) ด้านทัศนคติ: ปรับทัศนคติเชิงบวกซึ่งมีผลต่อการเรียนและพัฒนาตนเอง เปิดมุมมองและหาโอกาสในการเรียนรู้ใหม่ ๆ ปรับความกลัวเป็นความท้าทาย

1.3) ด้านทักษะ: การเรียนรู้พัฒนาทักษะการเรียนรู้โดยแนะนำวิธีการเรียนรู้ที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ เช่น การจัดการเวลา การสร้างแผนการเรียนรู้ และการใช้เทคนิคการเรียนรู้ต่าง ๆ

1.4) ด้านทักษะ: ทักษะการใช้ชีวิตสำหรับชีวิตประจำวัน เช่น การบริหารจัดการ การดูแลสุขภาพ และการแก้ปัญหาเบื้องต้น

1.5) ฝึกทักษะการสื่อสาร: ทักษะการพูด การเขียน การฟังและการอ่าน เนื่องจากจะต้องใช้การสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ในการเรียนการสอน

1.6) ด้านสภาพแวดล้อมการเรียน: สร้างความมั่นใจในสภาพแวดล้อมการเรียน วิธีการเรียนการสอน ระบบการประเมิน และทราบข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้

2) ระดับหลักสูตร โดยหลักสูตรฯ จัดให้มีระบบอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อดูแลติดตาม ให้ข้อมูลแจ้งข่าวสาร วางแผนการศึกษา แก้ไขปัญหาแก่นักศึกษา เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมด้านการเรียน การใช้ชีวิตการเงินในกรณีทุน หรือการกู้ยืมเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา (กยศ.)

หมวดที่ 7 การประเมินผลการเรียนและเกณฑ์การสำเร็จการศึกษา

1. กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน (เกรด)

การวัดผลและการประเมินผลการศึกษาเป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ว่าด้วยการศึกษาชั้นปริญญาตรี ระบบทวิภาค พ.ศ. 2566

2. การประเมินผลระดับรายวิชาทุกรายวิชา

2.1 ออกแบบและดำเนินการประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้รายวิชา ให้สอดคล้องกับผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้รายชั้นปีและหลักสูตร และวิธีการจัดการเรียนการสอน โดยใช้วิธีการ เครื่องมือ เกณฑ์การประเมินที่เหมาะสมและมีคุณภาพ

2.2 นำผลการประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนักศึกษาในทุกรายวิชาที่สอนในภาคการศึกษาเดียวกันมาพิจารณาความสอดคล้องของผลการประเมินกับรายวิชาที่รองรับผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของทุกชั้นปีหรือของหลักสูตรเดียวกัน

2.3 นำผลลัพธ์ที่ได้ไปใช้เป็นข้อมูลประกอบในการพัฒนาผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนักศึกษาในภาคถัดไป และทบทวนหรือปรับปรุงวิธีการสอนหรือวิธีการประเมินรายวิชา โดยนำผลประเมินการจัดการเรียนการสอนของนักศึกษามาประกอบการพิจารณาร่วมกันโดยมีแผนการประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้รายวิชา ดังนี้

ผลลัพธ์	พิจารณาความสอดคล้อง	ระยะเวลา	วิธีการประเมิน
การเรียนรู้ของรายวิชาและทุกรายวิชาที่เปิดสอนในภาคการศึกษาเดียวกัน	ผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของชั้นปี	สิ้นภาคการศึกษา	1. ประเมินวัดผลระหว่างทางด้วยวิธีการใช้ Quiz การนำเสนอ การทำรายงาน การปฏิบัติ การเข้าเรียน ความตรงต่อเวลาเพื่อนประเมินเพื่อน หรือวิธีการอื่นๆ ที่มีการเสนอไว้ในการเตรียมความพร้อมก่อนเปิดภาคการศึกษา โดยใช้แบบประเมินที่ผ่านการวิพากษ์ร่วมกันระหว่างผู้สอนและ/หรือ rubric score 2. ประเมินโดยการสอบปลายภาคด้วยข้อสอบที่ผ่านการวิพากษ์จากอาจารย์ผู้ร่วมสอน ประเมินโดย <ul style="list-style-type: none"> - อาจารย์ผู้สอน - คณะกรรมการบริหารหลักสูตรฯ - นักศึกษา

3. การประเมินผลระดับชั้นปีตาม YLO

3.1 ออกแบบวิธีการประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนักศึกษาในระดับชั้นปี โดยใช้วิธีการ เครื่องมือ เกณฑ์การประเมินที่เหมาะสมและมีคุณภาพ

3.2 ประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนักศึกษารายชั้นปี โดยนำผลประเมินจากทุกรายวิชาในชั้นปีมาประกอบการพิจารณาร่วมกัน

3.3 นำผลลัพธ์ที่ได้ไปใช้เป็นข้อมูลประกอบในการทบทวน หรือปรับปรุงวิธีการสอนหรือวิธีการวัดประเมินผล และ/หรือนำไปใช้ในการจัดกระบวนการเรียนรู้หรือวัดประเมินผลการเรียนรู้เพื่อพัฒนา นักศึกษาในปีการศึกษาถัดไป โดยมีแผนการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ในระดับชั้นปี ดังนี้

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับชั้นปี (YLOs)	ระยะเวลา	วิธีการประเมิน
ชั้นปีที่ 1	สิ้นภาคการศึกษา สิ้นปีการศึกษา	1. วัดผลด้วยคะแนนประเมินรายวิชาจากนักศึกษา 2. วัดผลจากผลลัพธ์การเรียนรู้ของทุกรายวิชาในชั้นปี ประเมินโดย - อาจารย์ผู้สอน - คณะกรรมการบริหารหลักสูตร - นักศึกษา
ชั้นปีที่ 2	สิ้นภาคการศึกษา สิ้นปีการศึกษา	1. วัดผลด้วยคะแนนประเมินรายวิชาจากนักศึกษา 2. วัดผลจากผลลัพธ์การเรียนรู้ของทุกรายวิชาในชั้นปี 3. พิจารณาการบรรลุรายด้าน 4 ด้าน จากข้อสะท้อนของอาจารย์ผู้สอน นักศึกษา ประเมินโดย - อาจารย์ผู้สอน - คณะกรรมการบริหารหลักสูตร - นักศึกษา
ชั้นปีที่ 3	สิ้นภาคการศึกษา สิ้นปีการศึกษา	1. วัดผลด้วยคะแนนประเมินรายวิชาจากนักศึกษา 2. วัดผลจากผลลัพธ์การเรียนรู้ของทุกรายวิชาในชั้นปี 3. พิจารณาการบรรลุรายด้าน 4 ด้าน จากข้อสะท้อนของอาจารย์ผู้สอน นักศึกษา ประเมินโดย - อาจารย์ผู้สอน - คณะกรรมการบริหารหลักสูตร - นักศึกษา

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับชั้นปี (YLOs)	ระยะเวลา	วิธีการประเมิน
ชั้นปีที่ 4	สิ้นภาคการศึกษา สิ้นปีการศึกษา	1. ข้อเสนอแนะจากนักศึกษาหลังฝึกสหกิจ 2. การประเมินผลโดยพี่เลี้ยงในสถานประกอบการที่ฝึกสหกิจศึกษา โดยแบบประเมินที่ผ่านการวิพากษ์จากคณะกรรมการบริหารหลักสูตรฯ 3. ดำเนินการด้วยขั้นตอนเดียวกันกับการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร โดยใช้ข้อสอบที่ผ่านการวิพากษ์จากผู้สอนและผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก ประเมินโดย - อาจารย์ผู้สอน - คณะกรรมการบริหารหลักสูตรฯ - นักศึกษา - พี่เลี้ยงในแหล่งสหกิจศึกษา

4. ประเมินผลระดับหลักสูตร

4.1) ออกแบบวิธีการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ของนักศึกษาในระดับหลักสูตร โดยใช้วิธีการเครื่องมือ เกณฑ์การประเมินที่เหมาะสมและมีคุณภาพ

4.2) ประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ บัณฑิต นายจ้าง/ผู้ใช้บัณฑิต และคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

4.3) นำผลการประเมินมาใช้ประกอบการพิจารณาในการวางแผนปรับปรุงผลลัพธ์ การเรียนรู้ของผู้เรียนในระดับหลักสูตรต่อไป โดยมีแผนการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ในระดับหลักสูตร ดังนี้

ผลลัพธ์การเรียนรู้ ระดับหลักสูตร	พิจารณาความสอดคล้อง	ระยะเวลา	วิธีการประเมิน
	ผลลัพธ์การเรียนรู้ตลอดหลักสูตรฯ ทั้ง 4 ด้าน ด้านความรู้ ด้านทักษะ ด้านจริยธรรม ด้านลักษณะบุคคล	จบหลักสูตร	1. ข้อเสนอแนะจากนักศึกษา หลังฝึกประสบการณ์วิชาชีพ เทคนิคการแพทย์ 2. การประเมินผลโดยพี่เลี้ยงในสถานประกอบการที่ฝึกสหกิจศึกษา โดยแบบประเมินที่ผ่านการวิพากษ์จากคณะกรรมการบริหารหลักสูตรฯ 3. สอบประมวลความรู้ด้านเทคนิคการแพทย์ในแขนงต่างๆ โดยใช้ข้อสอบที่ผ่านการวิพากษ์จากผู้สอนและผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกประเมินโดย <ul style="list-style-type: none"> - อาจารย์ผู้สอนคณะ - กรรมการบริหารหลักสูตรฯ - นักศึกษา - พี่เลี้ยงในแหล่งสหกิจศึกษา

5. การทวนสอบ

5.1 การทวนสอบผลการเรียน (เกรด)

1. พิจารณาความสอดคล้องของคะแนนจากการประเมินทั้งการประเมินวัดผลระหว่างเรียนและการประเมินวัดผลรวบยอดที่นำมาประกอบในตัดเกรด
2. นำเสนอผลการเรียนต่อที่ประชุมหลักสูตร และสำนักวิชา เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง
เป้าหมายเชิงปริมาณ ร้อยละ 100 ของรายวิชาที่มีการรายงานผลการเรียนถูกต้องมีสัดส่วนคะแนนที่เหมาะสมเป็นไปตามที่ระบุในการเตรียมความพร้อม
เป้าหมายเชิงคุณภาพ ผลการเรียนมีความถูกต้องเที่ยงตรง โปร่งใส ตรวจสอบได้

5.2 การทวนสอบผลสัมฤทธิ์

หลักสูตรกำหนดให้มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ผลการเรียนรู้ของนักศึกษา จำนวนอย่างน้อย ร้อยละ 25 ของรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละปีการศึกษา โดยต้องมีผลคะแนนการทวนสอบเฉลี่ยอยู่ในระดับดีขึ้นไป

5.2.1 ระดับรายวิชา

1. ประเมินความสอดคล้องของผลการเรียนรู้ของรายวิชาใน กรอบมาตรฐานคุณวุฒิ ระดับอุดมศึกษาแห่งชาติของแต่ละรายวิชา กับผลการเรียนรู้ของหลักสูตรฯ หรือ curriculum mapping ว่าผลการเรียนรู้ที่กำหนดไว้ในกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ ครอบคลุม ครบถ้วน และตรงตามที่ curriculum mapping ได้กำหนดหรือกระจายความรับผิดชอบให้หรือไม่

หมายเหตุ: พิจารณากระบวนการถึงวิธีการเรียนรู้ และการวัดผลในด้านความเหมาะสม ความตรง และความเที่ยง รวมถึงพิจารณาผลการเรียนรู้ตามประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการ อุดมศึกษาเรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565 และ/หรือที่มีการเปลี่ยนแปลง ภายหลัง

2. สุ่มตรวจสอบผลการให้คะแนนแต่ละส่วนตามที่กำหนดเกณฑ์การประเมินผลการเรียนรู้ใน กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ และกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ ของแต่ละรายวิชา โดยพิจารณาการให้คะแนนจากรายงาน ชิ้นงานหรือผลงานจากการเรียนรู้ การ ประเมินพฤติกรรมจากการทำกิจกรรมการเรียนรู้ แบบทดสอบ แบบประเมินตาม มาตรฐานการเรียนรู้ ด้านต่างๆ หรือแบบประเมินงานอื่นๆ ที่มอบหมายของรายวิชา

3. สุ่มชิ้นงานที่ระบุไว้ในแผนการสอน หรือสรุปการประเมินผลตรวจการให้คะแนนจาก กระดาษคำตอบข้อสอบของนักศึกษาการสอบปากเปล่า คะแนนพฤติกรรมหรือจริยธรรม คะแนน โครงการคะแนนรายงาน คะแนนนำเสนอ เพื่อทวนสอบการประเมินผลการเรียนรู้ และผลการเรียนรู้ ของผู้เรียน

4. สุ่มสัมภาษณ์นักศึกษา/ผู้เรียน

5. สัมภาษณ์อาจารย์ผู้สอน

6. กรณีรายวิชาที่มีพี่เลี้ยงหรือฝึกปฏิบัติงานนอกมหาวิทยาลัย พิจารณาจากรายงานการประเมิน การฝึกงานในรายวิชาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพหรือรายวิชาสหกิจศึกษา ซึ่งทางสถานประกอบการ เป็นผู้รายงานว่านักศึกษาปฏิบัติงานได้ตามมาตรฐานหรือไม่

เป้าหมายเชิงปริมาณ ร้อยละ 100 ของรายวิชาที่เปิดสอนทั้งหมดมีการประเมินผลการเรียนรู้ ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติอย่างครบถ้วนตามผลการเรียนรู้ของรายวิชา (Curriculum Mapping)

เป้าหมายเชิงคุณภาพ วิธีการประเมินผลการเรียนรู้ระดับหลักสูตรครบทั้ง 6 ด้านโดยมีความ เที่ยงตรง โปร่งใส ตรวจสอบได้ ครอบคลุมทุกผลการเรียนรู้หลักของรายวิชา (Curriculum Mapping)

5.2.2 ระดับหลักสูตร

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรกำหนดการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนักศึกษา ระดับหลักสูตร ตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1) มีการแต่งตั้งคณะกรรมการทวนสอบ ประกอบด้วย อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก บัณฑิต และผู้ใช้บัณฑิต เพื่อกำหนดแผนการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ผลสัมฤทธิ์ การเรียนรู้ของนักศึกษา

2) ผู้รับผิดชอบหลักสูตรจัดทำแผนการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ทุกปีการศึกษา เพื่อประเมินความสำเร็จการผลิตบัณฑิตทุกชั้นปี เช่น แบบสำรวจภาวะการณ์มีงานทำ การสัมภาษณ์

ความพึงพอใจของบัณฑิตต่อหลักสูตร การสอบประมวลความรู้ ก่อนสำเร็จการศึกษา (Comprehensive exam)

3) ดำเนินการทวนสอบตามแผน และรายงานผลการทวนสอบในรายงานผลการดำเนินการของหลักสูตร (Program report) ทุกปีการศึกษา

4) รายงานผลการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ผลลัพ์การเรียนรู้ของนักศึกษาต่อคณะกรรมการประจำคณะและมหาวิทยาลัย

5) รวบรวมและนำผลการทวนสอบในข้อ 3) ไปพัฒนาปรับปรุงหลักสูตรต่อไป

6. เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

6.1 ผู้สำเร็จการศึกษาต้องเรียนครบตามจำนวนหน่วยกิตที่กำหนดไว้ในโครงสร้างหลักสูตร โดยได้ระดับคะแนนเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 2.00 จากระบบ 4 ระดับคะแนนหรือเทียบเท่า

6.2 บรรลุผลลัพ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรี

6.3 เป็นนักศึกษาที่มีค่าคะแนนความดีในการเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนานักศึกษาเพื่อสร้าง “บัณฑิตคนดี” ตามหลักเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนด

6.4 เป็นไปตามข้อบังคับของมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ว่าด้วยการศึกษาชั้นปริญญาตรี ระบบทวิภาค พ.ศ. 2566 และ/หรือที่มีการเปลี่ยนแปลงภายหลัง และเป็นไปตามประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565 และ/หรือที่มีการเปลี่ยนแปลงภายหลัง

หมวดที่ 8 การประกันคุณภาพหลักสูตร

การประกันคุณภาพการศึกษาระดับหลักสูตร เป็นการดำเนินการตามระบบประกันคุณภาพการศึกษาภายในที่มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ได้มีการพัฒนาขึ้น ภายใต้ชื่อระบบ “WUQA-P” หรือ “Walailak University Quality Assurance at Programme Level” ซึ่งผ่านการอนุมัติโดยสภามหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ในการประชุมครั้งที่ 10/2565 เมื่อวันที่ 8 ตุลาคม 2565

ระบบ WUQA-P พัฒนาขึ้นตามหลักการของกฎกระทรวงการประกันคุณภาพการศึกษา พ.ศ. 2561 ซึ่งกำหนดไว้ว่า “สถานศึกษาเป็นผู้จัดให้มีระบบการประกันคุณภาพการศึกษาภายในสถานศึกษา โดยการกำหนดมาตรฐานการศึกษาของสถานศึกษาให้เป็นไปตามมาตรฐานการศึกษาของแต่ละระดับและประเภทการศึกษา” และเป็นระบบที่ใช้ในการบริหารหลักสูตรให้ได้ตามเป้าหมายสำคัญตามมาตรฐานการศึกษาของชาติ พ.ศ. 2561 ที่มุ่งเน้นผลลัพธ์ที่พึงประสงค์ของการศึกษา (Desired Outcomes of Education : DOE Thailand) นอกจากนี้ระบบดังกล่าวมีความเชื่อมโยงสอดคล้องกับกฎกระทรวงฉบับใหม่ที่ได้มีการประกาศใช้เมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2565 ประกอบด้วยกฎกระทรวง มาตรฐานการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา พ.ศ.2565 และกฎกระทรวง มาตรฐานหลักสูตรการศึกษาระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565

8.1 เกณฑ์การประกันคุณภาพการศึกษาระดับหลักสูตร

การประกันคุณภาพการศึกษาระดับหลักสูตร ตามระบบ WUQA-P ประกอบด้วย 3 เกณฑ์หลัก ได้แก่ (1) PS การบริหารจัดการหลักสูตรตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับอุดมศึกษา (2) P1 การบริหารหลักสูตรตามเกณฑ์ AUN-QA และ (3) P2 การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ในระดับหลักสูตรฯ โดยในแต่ละเกณฑ์หลักมีรายละเอียดดังนี้

1) PS การบริหารจัดการหลักสูตรตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับอุดมศึกษา

เกณฑ์ PS การบริหารจัดการหลักสูตรตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับอุดมศึกษา เป็นเกณฑ์ที่นำมาใช้ในการบริหารการประกันคุณภาพการศึกษาระดับหลักสูตรให้เป็นไปตาม “กฎกระทรวง มาตรฐานหลักสูตรการศึกษาระดับอุดมศึกษา พ.ศ.2565” รวมทั้ง “กฎกระทรวง มาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ.2565” ตามที่ได้มีการประกาศใช้เมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2565 โดยมีรายละเอียดเกณฑ์เป็นไปตามที่กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมกำหนด และประกาศแจ้งให้ทราบ

2) P1 การบริหารหลักสูตรตามเกณฑ์ AUN-QA

เกณฑ์ P1 การบริหารหลักสูตรตามเกณฑ์ AUN-QA เป็นเกณฑ์ที่นำมาใช้ในการประกันคุณภาพการศึกษาระดับหลักสูตร โดยยึดหลักการ แนวคิด และเกณฑ์ AUN-QA ตามเอกสาร Guide to AUN-QA Assessment at Programme Level Version 4.0 (ASEAN University Network Quality Assurance, AUN-QA) (2020, pp.16-39) รวมทั้งสิ้นจำนวน 8 เกณฑ์ ดังนี้

P1.1 ผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร (AUN-QA 1 – Expected Learning Outcomes)

P1.2 โครงสร้างและเนื้อหาของหลักสูตร (AUN-QA 2 – Programme Structure and Content)

P1.3 แนวทางการจัดการเรียนและการสอน (AUN-QA 3 – Teaching and Learning Approach)

P1.4 การวัดผลและประเมินผลนักศึกษา (AUN-QA 4 – Student Assessment)

P1.5 อาจารย์ (AUN-QA 5 – Academic Staff)

P1.6 การส่งเสริมและให้บริการแก่นักศึกษา (AUN-QA 6 – Student Support Services)

P1.7 โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (AUN-QA 7 – Facilities and Infrastructure)

P1.8 ผลผลิตและผลลัพธ์ (AUN-QA 8 – Output and Outcomes)

โดยในแต่ละเกณฑ์กำหนดแนวทางการให้คะแนนเป็นแบบภาพรวม (Overall) มีคะแนนตั้งแต่ 1 - 7 สอดคล้องกับแนวทางการให้คะแนนของเครือข่ายการประกันคุณภาพมหาวิทยาลัยอาเซียน (AUN-QA) โดยไม่นำคะแนนแต่ละเกณฑ์มาหาค่าเฉลี่ย และในแต่ละเกณฑ์มีค่าเป้าหมายการดำเนินงานอยู่ที่ระดับคะแนน 4 หรือ “มีคุณภาพของการดำเนินการเป็นไปตามเกณฑ์” ที่แสดงให้เห็นว่าหลักสูตรฯ มีการดำเนินการตามเกณฑ์นั้นๆ เป็นไปตามหลักเกณฑ์/แนวทางการประกันคุณภาพการศึกษา มีข้อมูลสนับสนุนครบถ้วน และแสดงให้เห็นถึงผลลัพธ์ของการดำเนินงานที่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

3) P2 การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ในระดับหลักสูตร

เกณฑ์ P2 เป็นเกณฑ์ที่หลักสูตรฯ จะช่วยขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ซึ่งภายใต้เกณฑ์ดังกล่าวประกอบด้วยตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ตามที่มหาวิทยาลัยกำหนดและประกาศในแต่ละปีงบประมาณ โดยแต่ละตัวชี้วัดกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนออกเป็น 7 ระดับ มีคะแนนตั้งแต่ 1-7

ทั้งนี้ เกณฑ์การประกันคุณภาพการศึกษาระดับหลักสูตร ในแต่ละปีการศึกษาให้เป็นตามระบบที่มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์กำหนดหรือเลือกใช้ โดยผ่านมติเห็นชอบจากสภามหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

8.2 กระบวนการจัดทำรายงานการประเมินตนเองและการประเมินคุณภาพภายในระดับหลักสูตร

การจัดทำรายงานการประเมินตนเอง (Self-Assessment Report, SAR) ดำเนินการโดยอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร โดยมีรูปแบบ SAR เป็นไปตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด เพื่อรายงานผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นในรอบปีการศึกษานั้นๆ ตามเกณฑ์การประกันคุณภาพภายใน ระดับหลักสูตร (ระบบ WUQA-P) และ SAR จะใช้เป็นเอกสารเพื่อสำหรับการตรวจประเมินคุณภาพการศึกษภายใน

8.2.1 แผนการประเมินคุณภาพภายในระดับหลักสูตร

การประเมินคุณภาพภายในตามระบบการประกันคุณภาพการศึกษาภายใน ระดับหลักสูตร (WUQA-P) ดำเนินการในทุกปีการศึกษาหลังสิ้นสุดปีการศึกษา โดยกำหนดไว้ในเดือน

พฤษภาคมถึงมิถุนายนของทุกปี ก่อนการประเมินระดับสำนักวิชา ซึ่งหลักสูตรฯจะต้องรับการตรวจประเมิน (Site Visit) ตามระบบ WUQA-P ให้แล้วเสร็จตามแผนดังนี้

แผนงาน/กิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ หรือ เกี่ยวข้อง	ระยะเวลา											
		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
1. ทาบตาม คณะกรรมการประเมิน คุณภาพภายใน ของ หลักสูตร และเสนอ รายชื่อไปยังส่วน แผนงานและยุทธศาสตร์	1. หลักสูตร 2. ส่วนแผนงาน และยุทธศาสตร์ (งานประกัน คุณภาพ การศึกษา)			มี.ค.									
2. แต่งตั้ง คณะกรรมการประเมิน คุณภาพภายใน ระดับ หลักสูตร	ส่วนแผนงาน และยุทธศาสตร์ (งานประกัน คุณภาพ การศึกษา)				เม.ย.								
3. ดำเนินการจัดทำ SAR และประเมิน คุณภาพการศึกษา ภายใน ของหลักสูตร <u>หมายเหตุ</u> ประเมินทั้ง ในส่วน AUN-QA และ ตัวชี้วัดยุทธศาสตร์ (เฉพาะตัวชี้วัดที่สามารถ รายงานได้ ทั้งนี้ ตัวชี้วัด บางส่วนให้รายงาน เพิ่มเติมเมื่อสิ้นสุด ปีงบประมาณ)	หลักสูตร				เม.ย.	พ.ค.							
4. ส่งผลการประเมิน คุณภาพภายใน พร้อมทั้ง Improvement Plan ของหลักสูตรไปยังส่วน แผนงานและยุทธศาสตร์ (<u>หมายเหตุ</u> เพื่อให้ หลักสูตรนำผล QA ไป	1.คณะกรรมการ ประเมินคุณภาพ ภายใน ระดับ หลักสูตร 2. หลักสูตร					พ.ค.							

แผนงาน/กิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ หรือ เกี่ยวข้อง	ระยะเวลา											
		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
ปรับใช้ให้ทันก่อนเปิดปีการศึกษาถัดไป)													
5. จัดส่งผลการประเมินตามตัวชี้วัดยุทธศาสตร์เพิ่มเติม ไปยังส่วนแผนงานและยุทธศาสตร์	1. หลักสูตร 2. ส่วนแผนงานและยุทธศาสตร์ (งานประกันคุณภาพการศึกษา)											ต.ค.	
6. นำผลการประกันคุณภาพการศึกษาของหลักสูตรเข้าระบบฐานข้อมูล CHEQA Online ของกระทรวงอว.	หลักสูตร											ต.ค.	
7. นำผลการประกันคุณภาพการศึกษาระดับหลักสูตรเสนอสภามหาวิทยาลัยเพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบ	ส่วนแผนงานและยุทธศาสตร์ (งานประกันคุณภาพการศึกษา)												ธ.ค.

8.2.2 องค์ประกอบของคณะกรรมการประเมินระดับหลักสูตร

จำนวนคณะกรรมการประเมินในแต่ละหลักสูตรต้องมีอย่างน้อย 3 คน ประกอบด้วย ประธาน 1 คน และกรรมการอย่างน้อย 2 คน ขึ้นอยู่กับขนาดของหลักสูตร โดยต้องผ่านความเห็นชอบจากคณะกรรมการประจำสำนักวิชา ประธานและกรรมการประเมินอาจเป็นบุคลากรภายนอกหรือภายในมหาวิทยาลัยที่มาจากภายนอกสำนักวิชาที่หลักสูตรสังกัด และต้องเป็นผู้ที่ไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับหลักสูตรที่ตรวจประเมิน ทั้งนี้ ประธานและกรรมการทุกคนต้องผ่านการอบรมและขึ้นบัญชีเป็นผู้ประเมินตามเกณฑ์ AUN-QA ระดับหลักสูตรฯ ที่จัดโดยมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ หรือผู้ประเมินที่ผ่านการอบรมในหลักสูตรที่จัดโดย AUN-QA เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หรือมหาวิทยาลัยอื่นๆ และเพื่อไม่ให้เป็นการทับซ้อนกับผู้ประเมินจนเกินไปกำหนดให้ผู้ประเมินแต่ละคนสามารถทำหน้าที่ประเมินหลักสูตรฯ ได้ไม่เกิน 5 หลักสูตรฯ ทั้งนี้ หลักสูตรฯ ระดับปริญญาโทและระดับปริญญาเอกสาขาเดียวกัน อนุโลมให้นับเป็น 1 หลักสูตร

8.2.3 กระบวนการตรวจประเมินคุณภาพภายในระดับหลักสูตร

การลงพื้นที่ตรวจประเมิน (Site Visit) ในระดับหลักสูตร ใช้กระบวนการตามรูปแบบของ AUN-QA ระดับหลักสูตรฯ โดยมีระยะเวลาการตรวจประเมินไม่เกิน 3 วัน แบ่งเป็นช่วงก่อนการประเมิน ระหว่างการประเมิน และหลังการประเมิน ดังนี้

ก่อนการประเมิน: หลักสูตรฯจะต้องเสนอรายชื่อคณะกรรมการประเมินคุณภาพภายใน ระดับหลักสูตรฯเพื่อให้มหาวิทยาลัยพิจารณาแต่งตั้ง และจะต้องจัดทำรายงานการประเมินตนเอง (SAR) ให้แล้วเสร็จ และส่งให้คณะกรรมการประเมินคุณภาพภายใน ระดับหลักสูตรฯ พิจารณาก่อนการประเมินอย่างน้อย 15 วัน พร้อมทั้งจัดเตรียมผู้ให้สัมภาษณ์ รวมถึงเอกสาร/หลักฐานต่าง ๆ เพื่อเตรียมรับการตรวจประเมิน

ระหว่างการประเมิน: หลักสูตรฯจะต้องกำหนดรูปแบบในการตรวจประเมินตามลำดับดังนี้ (1) พิธีเปิด (2) นำเสนอผลการดำเนินงานของหลักสูตรฯโดยผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ (3) คณะกรรมการประเมินตรวจเอกสาร สัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 6 กลุ่ม ได้แก่ ผู้บริหาร คณาจารย์ บุคลากรสายสนับสนุน นักศึกษา ศิษย์เก่า และผู้ใช้บัณฑิต (4) เยี่ยมชมสถานที่ (5) นำเสนอสรุปผลการตรวจเบื้องต้นด้วยวาจาที่เน้นการเสนอจุดแข็งและข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาของหลักสูตรฯ และ (6) พิธีปิด

หลังการประเมิน: มีกำหนดการต่าง ๆ ตามลำดับดังนี้ (1) คณะกรรมการประเมินจัดทำรายงานผลการตรวจประเมินเสนอต่อผู้รับผิดชอบหลักสูตรภายใน 15 วันหลังจากตรวจประเมิน (2) หลักสูตรฯ นำผลการตรวจประเมินและข้อเสนอแนะจากการประเมินคุณภาพภายใน เสนอคณะกรรมการประจำสำนักวิชาเพื่อพิจารณาและนำไปสู่การปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรฯ ต่อไป (3) หลักสูตรฯ นำเข้าข้อมูลพื้นฐาน (Common Data Set หรือ CDS) ของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ผ่านระบบ CHE QA Online (4) ส่งไฟล์รายงานผลการประเมินคุณภาพภายใน ระดับหลักสูตรฯ ที่ผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการประจำสำนักวิชาแล้ว ไปยังงานประกันคุณภาพการศึกษา ส่วนแผนงานและยุทธศาสตร์ (5) จัดทำแผนเพื่อการปรับปรุงและพัฒนาการบริหารหลักสูตรฯและจัดการเรียนการสอนตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการประเมินฯ และรายงานผลการดำเนินงานตามแผนให้มหาวิทยาลัยทราบตามกรอบเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด และ (6) นำเสนอผลการประกันคุณภาพการศึกษาเสนอต่อสภามหาวิทยาลัยเพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบ

หมวดที่ 9 ระบบและกลไกในการพัฒนาหลักสูตร

หลักสูตรฯ มีคุณภาพพร้อมเปิดการเรียนการสอนตามหลักเกณฑ์ของ กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม สภามหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ภายหลังได้รับอนุมัติให้เปิดหลักสูตรฯ มีระบบและกลไกในการพัฒนาหลักสูตรฯ ดังนี้

1. การพัฒนาคุณภาพระดับรายวิชา

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร เป็นผู้รับผิดชอบในการประเมินกลยุทธ์การสอนและนำผลที่ได้มาไปใช้ในการปรับกลยุทธ์การสอนในครั้งต่อไปตามหลัก PDCA เพื่อให้ตอบสนองปรัชญาของหลักสูตร โดยใช้การมีส่วนร่วมคือความคิดเห็นของอาจารย์ในหลักสูตรหรือสาขาวิชา และความคิดเห็นของนักศึกษาในรายวิชาประเมินกลยุทธ์ และนำผลการประเมินไปใช้ในการปรับปรุงกลยุทธ์ในการจัดการเรียนการสอนครั้งต่อไป ทุกรายวิชามีการกำกับติดตามการประเมินการจัดการเรียนการสอนและประเมินหลักสูตรอย่างกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ มีตรวจสอบได้เที่ยงตรง ครอบคลุมประเด็นสำคัญ และนำไปพัฒนาปรับปรุง กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ ถัดไป เพื่อความทันสมัย

2. การพัฒนาคุณภาพระดับหลักสูตร

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรเป็นผู้รับผิดชอบในการประเมินทักษะของอาจารย์ในการใช้แผนกลยุทธ์การสอน โดยอย่างน้อยต้องจัดให้มีการประเมินความคิดเห็นจากนักศึกษาแสดงความคิดเห็นต่อการสอนของอาจารย์ทุกคนในทุกรายวิชา เมื่อสิ้นสุดการเรียนการสอนในแต่ละภาคการศึกษาในระบบออนไลน์ของมหาวิทยาลัย มีการประเมินทักษะการสอนในชั้นเรียนและในแหล่งฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษาหรือปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องโดยอาจารย์ผู้สอน/เพื่อนร่วมงาน/ผู้บริหาร และผลการประเมินและข้อเสนอแนะส่งตรงให้อาจารย์เพื่อการปรับปรุงและส่งผลให้คนบติเพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการวางแผนการพัฒนาอาจารย์ต่อไประบบการเตรียมความพร้อมในรับรองหลักสูตรฯ ตามเกณฑ์ 5 ประเด็นของประกาศกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

หลักสูตรฯ ดำเนินการเตรียมความพร้อมในการปรับปรุงหลักสูตรฯ ครบรอบ 5 ปี โดยการดำเนินการรวบรวมความต้องการจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตลาดแรงงาน กฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางการเปลี่ยนแปลงของหลักสูตรฯ

3. ระบบการเตรียมความพร้อมในการรับรองหลักสูตร ตามเกณฑ์ 5 ประเด็นของประกาศกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม การเตรียมความพร้อมในการรับรองหลักสูตร จากสำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ในปี 2

หลักสูตรฯ มีการเตรียมความพร้อมในการรับรองหลักสูตรตามเกณฑ์ 5 ประเด็นของประกาศกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ใช้กลไกการบริหารหลักสูตรโดยอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรในการกำกับการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้

ผู้เรียนมีการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาการของผลลัพธ์การเรียนรู้แต่ละด้านระหว่างเรียน และมีการสะสม จนมีแนวโน้มที่มั่นใจได้ว่าจะบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้โดยรวมที่กำหนดในหลักสูตรการศึกษา นอกจากผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรแล้ว หลักสูตรฯยังมีการกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้รายชั้นปี โดยหลักสูตรได้กำหนดผลการเรียนรู้รายชั้นปี ตั้งแต่ปี 1 –4 แต่ละปีมีการกำหนดทั้งด้านความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skills) จริยธรรม (Ethics) และคุณลักษณะส่วนบุคคล (Character) ของนักศึกษาจะได้รับเมื่อเรียนจบแต่ละชั้นปี ซึ่งกำหนดไว้สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร(PLOs) และรายวิชาที่เรียน (CLOs)

กลไกและกระบวนการดำเนินการเพื่อให้บรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ นั้น ทางหลักสูตรฯ ดำเนินการผ่านกระบวนการประชุมของสาขา และสำนักวิชา คณาจารย์ที่เกี่ยวข้องและผู้รับผิดชอบหลักสูตร มีระบบการทวนสอบผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ที่นักศึกษาได้รับแต่ละรายวิชา (CLOs) และผลลัพธ์การเรียนรู้รายชั้นปี (YLOs) เมื่อครบรอบ 4 ปี แล้วมีการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร ทั้งในส่วนของคณาจารย์ประเมิน นักศึกษาประเมินตนเอง และผู้ใช้บัณฑิตประเมินนักศึกษา รวมทั้งการจัดสอบ exit exam ก่อนการสำเร็จการศึกษาด้วย กระบวนการประเมินผลการเรียนรู้เป็นระยะจนสำเร็จการศึกษา ทำให้มั่นใจได้ว่านักศึกษาแต่ละชั้นปีจะบรรลุผลการเรียนรู้ราย และผลการเรียนรู้รายชั้นปี ตลอดผลการเรียนรู้ของหลักสูตรตามที่กำหนดไว้

2. โครงสร้างหลักสูตรการศึกษาและรายวิชา

หลักสูตรฯการศึกษามีการกำหนดผู้มีส่วนได้เสียและวิธีการได้มาซึ่งความต้องการและความคาดหวัง ที่นำไปสู่การกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่สะท้อนความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย ครอบคลุมกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอก ทั้งภาครัฐและเอกชน จากความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนั้น หลักสูตรฯได้นำมากำหนดเป็นผลลัพธ์การเรียนรู้ครอบคลุมความต้องการ ทั้งด้านความรู้ ทักษะ จริยธรรม และคุณลักษณะส่วนบุคคล โดยครอบคลุมตามมาตรฐานผลลัพธ์การเรียนรู้และสะท้อนเป้าหมายการพัฒนาผู้เรียนทั้งระยะสั้นและ ระยะยาว

การออกแบบโครงสร้างหลักสูตรการศึกษาและรายวิชาหรือโมดูลการเรียนรู้มีความสัมพันธ์กับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร โดยหลักสูตรทำการวิพากษ์หลักสูตรโดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แสดงความคิดเห็นและสะท้อนเพื่อการปรับปรุงโครงสร้างหลักสูตรและรายวิชาให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น กระบวนการดำเนินจัดการเรียนการสอนดำเนินการตามโครงสร้างและรายวิชา ทั้งวิธีการเรียนการสอน การประเมินวัดผลตามที่กำหนดไว้ คณาจารย์ที่เกี่ยวข้องและผู้รับผิดชอบหลักสูตรร่วมกับ ทบทวนเป็นระยะแต่ละภาคการศึกษาที่จัดการเรียนการสอน และทบทวนประจำปี การดำเนินการผ่านกระบวนการประชุมของสาขาวิชาและที่ประชุมของสำนักวิชาตามลำดับ รวมทั้งรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้และผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกหลักสูตรผ่านกระบวนการประเมินหลักสูตร เพื่อนำมาปรับปรุงให้ทันสมัยตามความต้องการ

3. การจัดการกระบวนการเรียนรู้

การจัดการกระบวนการเรียนรู้ของหลักสูตรฯดำเนินการโดยกำหนดให้แต่ละรายวิชาจัดทำแผนและกิจกรรมการจัดการเรียนรู้ให้ชัดเจน ทั้งวิธีการเรียนการสอน การประเมินและวัดผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ (CLOs) เพื่อให้การจัดการเรียนการสอนบรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของรายวิชา หลักสูตรฯ กำหนดให้ดำเนินการตามแผน มีการติดตามและประเมินการดำเนินงานเป็นระยะอย่างต่อเนื่อง โดยมีการเตรียมความพร้อมรายวิชาก่อนเปิดภาคเรียน การติดตามรายงานผลระหว่างทาง และเมื่อสิ้นสุดกระบวนการจัดการเรียนการสอน โดยดำเนินการผ่านการพิจารณาจากที่ประชุมของสาขาวิชาและสำนักวิชาตามลำดับ

การจัดการกระบวนการเรียนรู้เน้นกระบวนการ Active learning กระตุ้นให้ผู้เรียนมีความรู้รวมถึงการเรียนรู้และกระบวนการคิดที่จัดลำดับขั้นตอนในการเรียนรู้อย่างเข้าใจ และแนวคิดแบบพัฒนา (Growth mindset) กล้าเผชิญกับความยากลำบาก เพื่อการเรียนรู้จะนำไปสู่ความมั่นใจในตนเองมีคุณธรรมจริยธรรม และคุณลักษณะที่ต้องการของหลักสูตรตามผลลัพธ์การเรียนรู้ที่กำหนดไว้ วิธีการจัดการเรียนการสอนจะมีความหลากหลายตามบริบทของแต่ละรายวิชา เน้นให้นักศึกษามีส่วนร่วม บูรณาการการเรียนรู้ของรายวิชา การเรียนรู้แบบใช้ประสบการณ์เป็นฐาน (Experiential-based Learning) ภายใต้อาณาเขตของบริบทพื้นที่และรายวิชา หลักสูตรฯมีการจัดการเรียนสอนหลายรูปแบบทั้งการเรียนในห้องเรียน ลงพื้นที่ในสถานประกอบการ เพื่อเปิดมุมมองของผู้เรียน ทำให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้จากสถานที่จริง และมีจัดการเรียนการสอนที่เน้นทั้งการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 รวมถึงเน้นการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) ในรูปแบบที่หลากหลายเพื่อกระตุ้นให้ผู้เรียนมีทักษะการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ และทักษะการเรียนรู้ด้วยตนเองตลอดชีวิต ทั้งนี้ภายใต้กรอบการจัดการเรียนการสอนตามกรอบมาตรฐานวิชาชีพเพื่อการสอนและการสนับสนุนการเรียนรู้ที่มีคุณภาพของประเทศอังกฤษ (UKPSF)

4. วิธีการวัดและ ประเมินผลผู้เรียน

หลักสูตรฯมีการดำเนินการวัดและประเมินผลผู้เรียนตั้งแต่แรกเข้า ระหว่างทาง และสำเร็จการศึกษา โดยมีการวัดประเมินผลในรายวิชา เพื่อประเมินการบรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของแต่ละรายวิชา (CLOs) และกำหนดการประเมินและวัดผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้แต่ละชั้นปี (PLOs) และประเมินและวัดผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) หลักสูตรฯกำหนดให้อาจารย์ผู้รับผิดชอบแจ้งวิธีการประเมินและวัดผลผู้เรียนก่อนเรียน ในการเตรียมความพร้อมรายวิชา การติดตามและรายงานผลกลางภาค การรายงานผลการประเมินสัมฤทธิ์การเรียนรู้เมื่อสิ้นการจัดการเรียนการสอน และการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของรายวิชาผ่านที่ประชุมสาขาวิชาและสำนักวิชา ตามลำดับ และต้องแจ้งข้อมูลดังกล่าวให้นักศึกษาทราบก่อนเรียน

วิธีการวัดและประเมินผลผู้เรียนในรายวิชานั้น หลักสูตรฯได้กำหนดให้แต่ละรายวิชาวางแผนการประเมินตั้งแต่การพิจารณาถึงวิธีการประเมิน เครื่องมือ เกณฑ์การประเมินผลให้เหมาะสม สัดส่วนคะแนน และระยะเวลาการประเมินที่ชัดเจนเหมาะสมก่อนนำไปใช้จริง วิธีการประเมินจะต้องมีความหลากหลายให้สอดคล้องกับวิธีการจัดการเรียนการสอน และผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา มีการวัดแบบ Formative assessments และ การวัดประเมินผลแบบ Summative assessments เครื่องมือต้องมีมาตรฐานมีเกณฑ์การให้คะแนนชัดเจน เช่นการทำคะแนนรูบิก มีติดตามและรายงาน

ผลการประเมินระหว่างทาง แจ้งคะแนนและสะท้อนหรือให้ข้อมูลป้อนกลับแก่นักศึกษาเพื่อการปรับปรุง และติดตามความก้าวหน้าของนักศึกษาในการประเมินผู้เรียน การตัดเกรดจะอิงตามเกณฑ์มาตรฐาน ข้อมูลการประเมินและวัดผลสามารถตรวจสอบได้ ยุติธรรมและน่ามีความน่าเชื่อถือ นำมาสู่การปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการเรียน การสอนทั้งของผู้สอนและผู้เรียน เพื่อให้มั่นใจว่าผู้เรียนบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ตามที่หลักสูตรการศึกษาและรายวิชาคาดหวัง

5. ระบบและกลไก การพัฒนาหลักสูตร และการบริหารคุณภาพ

หลักสูตรฯ มีการดำเนินการตามหลัก PDCA โดยเริ่มจากการวางแผนงาน วางระบบและกลไกที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตรในประเด็นที่เกี่ยวข้องให้ชัดเจน ตั้งแต่การรับนักศึกษา การเตรียมความพร้อม การจัดการเรียนการสอน จนถึงการสำเร็จการศึกษา โดยมีการจัดทำแผนงานประจำปีงบประมาณ ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของคณาจารย์ การพิจารณาแผนผ่านที่ประชุมของหลักสูตรฯและสำนักวิชาตามลำดับ การดำเนินการตามแผน หลักสูตรฯมอบหมายผู้รับผิดชอบในภารกิจหรือกิจกรรมต่างๆ ของหลักสูตรฯตามความเหมาะสม สนับสนุนงานประมาณและทรัพยากรที่จำเป็นเพื่อให้การดำเนินการบรรลุตามที่กำหนดไว้ และมีการติดตามตรวจสอบและทบทวนแผนเป็นระยะ มีการรายงานผลกลางปี เพื่อป้องกันความเสี่ยงหรือลดความเสี่ยงของกิจกรรม เพื่อปรับปรุงการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพและบรรลุวัตถุประสงค์ กำหนดให้มีการรายงานผลการดำเนินการประจำปี เพื่อพิจารณาและสะท้อนข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงในครั้งต่อไป

หลักสูตรฯมีการกำหนดและจัดการข้อร้องเรียน และการอุทธรณ์อย่างเป็นระบบ โดยนักศึกษาหรือผู้เกี่ยวข้องสามารถดำเนินการผ่านหลักสูตรฯ/สำนักวิชา/และส่วนกลางของมหาวิทยาลัยได้ นักศึกษาสามารถยื่นขอตรวจสอบคะแนนหรือการประเมินผลหากมีข้อสงสัย ผ่านประธานหลักสูตรสายตรงคณบดี มีการแต่งตั้งคณะกรรมการพิจารณาและระยะเวลาการพิจารณาที่ชัดเจน ทั้งนี้หลักสูตรฯได้ดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์รายละเอียดหลักสูตรให้ผู้เกี่ยวข้องทราบผ่านช่องทางต่างๆ ทั้งเชิงรับและเชิงรุก เพื่อให้มีความมั่นใจว่านักศึกษารับทราบข้อมูลจริง หลักสูตรฯจัดชี้แจงนักศึกษาอย่างเป็นทางการและรับฟังการสะท้อนกลับของนักศึกษา เพื่อให้มั่นใจว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรับทราบข้อมูลรายละเอียดหลักสูตรและการดำเนินการของหลักสูตรฯอย่างชัดเจน

6. การบริหารความเสี่ยง

ด้านผลลัพธ์การเรียนรู้

หลักสูตรมีการกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ทั้งในระดับรายวิชาและชั้นปี เพื่อติดตามพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา เพื่อให้มั่นใจว่านักศึกษาจะสามารถบรรลุการเรียนรู้ที่หลักสูตรกำหนดไว้ ตามเวลา แต่หากนักศึกษามีผลลัพธ์การเรียนรู้ไม่เป็นไปตามที่หลักสูตรกำหนด หลักสูตรมีแนวทางบริหารจัดการโดยจัดสอนเสริมให้แก่นักศึกษาที่มีผลลัพธ์การเรียนรู้ต่ำกว่าที่หลักสูตรกำหนด รวมถึงจัดกิจกรรม เสริมหลักสูตรเพื่อพัฒนาผลลัพธ์การเรียนรู้ของนักศึกษาให้เป็นไปตามที่กำหนด

ด้านจำนวนนักศึกษา หลักสูตรมีการประชาสัมพันธ์หลักสูตรในหลายช่องทาง เพื่อเพิ่มการรับรู้ในการรับสมัครนักศึกษา แต่ในกรณีที่มิให้นักศึกษาไม่เป็นไปตามแผนที่หลักสูตรกำหนด ได้แก่

จำนวนผู้สมัครลดลง หรือคุณภาพ นักเรียนแรกเข้ามีคุณภาพน้อยลง หลักสูตรมีแนวทางโดยการเพิ่มช่องทาง การประชาสัมพันธ์เชิงรุก ให้มากขึ้น และปรับเปลี่ยนรูปแบบการรับสมัครหรือพิจารณาเกณฑ์การคัดเลือกนักศึกษาเพิ่มขึ้น

หลักสูตรฯมีระบบและกลไกในการปรับปรุงการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องผ่านการประเมินและติดตามผลโดยคณะกรรมการบริหารหลักสูตร ครอบคลุมการจัดการเรียนการสอนให้แก่ผู้เรียนในสถานประกอบการที่ต้องการการพัฒนาเพื่อยกระดับทักษะ (Upskill) และ การสร้างทักษะใหม่ (Reskill) มีการจัดการสหกิจศึกษาและคัดเลือกสถานประกอบการปฏิบัติงานสหกิจและพี่เลี้ยงที่มีศักยภาพอย่างต่อเนื่อง มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ในการสอนเชิงรุก มีการเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตของบัณฑิตที่จบการศึกษาผ่านรูปแบบการให้คำปรึกษาและการจัดฝึกอบรม

ด้านอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร/อาจารย์ประจำหลักสูตร หลักสูตรได้มีการสำรวจผลงานของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตรทุกปีเพื่อให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) กำหนดโดยมีการประชุมของกรรมการบริหารหลักสูตรเพื่อติดตามและหาแนวทางเพื่อให้อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตรมีผลงานเป็นไปตามเกณฑ์ ในกรณีที่ไม่สามารถหาอาจารย์ทำหน้าที่ผู้รับผิดชอบหลักสูตรได้หลักสูตรมีแนวทางในการบริหารจัดการ โดยกำหนดให้อาจารย์ที่มีผลงานทางวิชาการอย่างต่อเนื่องมาทำหน้าที่ผู้รับผิดชอบหลักสูตร รวมถึงหารือกับสำนักวิชาเพื่อพิจารณาแต่งตั้งอาจารย์ประจำในสาขาวิชาใกล้เคียงมาเป็นผู้รับผิดชอบหลักสูตร

แผนการพัฒนากิจการดำเนินการของหลักสูตรฯ

หลักสูตรฯได้พิจารณาวางแผนในการพัฒนากิจการดำเนินการของหลักสูตรฯ โดยมีเป้าหมายการดำเนินการเป็น 2 ระยะ ดังตาราง

แผนการพัฒนา	กลยุทธ์
1. ด้านทรัพยากรการเรียนการสอน	แผนระยะสั้น (1 ปี) การสำรวจความคิดเห็นของนักศึกษาและคณาจารย์ในเรื่องทรัพยากรการเรียน การสอน แผนระยะยาว (5 ปี) การเพิ่มพื้นที่โรงฝึกงาน (Workshop Space) ของนักศึกษาในการพัฒนาการเรียนรู้และมีพื้นที่การทำงาน
2. ด้านการวัดและประเมินผล	แผนระยะสั้น (1 ปี) สำรวจปัญหาด้านการวัดและประเมินผลของคณาจารย์และนักศึกษา แผนระยะยาว (5 ปี) การพัฒนาระบบกลไกความสามารถในการแบ่งงานภายในกลุ่มและการทำงานกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. ด้านคณาจารย์และบุคลากร	แผนระยะสั้น (1 ปี)

แผนการพัฒนา	กลยุทธ์
	<p>กำหนดให้คณาจารย์ต้องได้รับการพัฒนาองค์ความรู้ ทักษะ ความเชี่ยวชาญทุกปี และสนับสนุนการพัฒนางานของ บุคลากรส่วนสนับสนุน</p> <p>แผนระยะยาว (5 ปี)</p> <p>สนับสนุนคณาจารย์ในการพัฒนาโครงการวิจัยและบริการวิชาการที่เป็นการบูรณาการองค์ความรู้ทางวิชาการ กับสถานการณ์ทางธุรกิจ หรือสถานประกอบการจริง</p>
4. ด้านนักศึกษา	<p>แผนระยะสั้น (1 ปี)</p> <p>สนับสนุนการจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตรในการศึกษาคุณงาน</p> <p>แผนระยะยาว (5 ปี)</p> <p>การปรับตัวต่อคุณลักษณะทางวิชาชีพและความเป็นพลโลก ในศตวรรษที่ 21</p>

4. การพัฒนาศักยภาพอาจารย์และเจ้าหน้าที่

แผนการพัฒนาอาจารย์มีทั้งแผนระยะสั้นและแผนระยะยาวโดยแผนระยะสั้นได้แก่การบริหารจัดการภาระงานเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานภาระงานขั้นต่ำของมหาวิทยาลัยทั้งด้านการสอน การวิจัยและบริการวิชาการส่วนแผนระยะกลางและระยะยาวได้แก่แผนการพัฒนาอาจารย์ให้มีสมรรถนะตามที่หลักสูตรฯกำหนด ทั้งสมรรถนะทางการพัฒนาวิชาการ ได้แก่ คุณวุฒิปริญญาเอก ตำแหน่งวิชาการผลงานวิจัยที่ตีพิมพ์ในระดับนานาชาติ และสมรรถนะการสอน ได้แก่ การสอนตามมาตรฐาน UKPSF การจัดการสอนตาม Outcome based Education (OBE) รวมถึงการประเมินคุณภาพการศึกษาภายในหลักสูตรฯตามเกณฑ์ AUN-QA ทำให้ระบบการออกแบบ และจัดกระบวนการเรียนการสอนมีความสอดคล้องกับหลักสูตรฯ

การพัฒนาความก้าวหน้าในอาชีพ มหาวิทยาลัย สำนักวิชา มีการกำหนดบันไดของวิชาชีพของอาจารย์เพื่อความก้าวหน้าในอาชีพ ได้แก่ การเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ และความเชี่ยวชาญด้านการเรียนการสอน สำนักวิชาได้สื่อสารข้อมูล เกี่ยวกับการเข้าสู่ตำแหน่งวิชาการถึงคณาจารย์ทุกคน โดยตรงในที่ประชุมบุคลากรประจำเดือน โดยคณาจารย์ในสาขา ทุกคนรับรู้ความจำเป็นของการสร้างผลงานวิชาการเพื่อการเข้าสู่ตำแหน่งรวมทั้งผลประโยชน์ที่จะได้รับ นอกจากนี้หลักสูตรฯกำหนดให้มีการพัฒนาอาจารย์ให้มีตำแหน่งสูงขึ้น เพิ่มอัตรากำลังของอาจารย์ผู้สอนในหลักสูตรฯรวมทั้งสนับสนุนพัฒนาอาจารย์ประจำหลักสูตรในการเพิ่มพูนความรู้ทางวิชาการ ให้มีความเชี่ยวชาญ การติดตาม และส่งเสริมความพร้อมในการเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการที่สูงขึ้น โดยจัดให้มีกิจกรรมการจับคู่พี่เลี้ยง (Mentor) สำหรับอาจารย์ที่มีตำแหน่งทางวิชาการและอาจารย์ที่ยังไม่มีตำแหน่งทางวิชาการให้คำแนะนำการเตรียมตัวเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ รวมถึงการเตรียมเอกสารและการช่วยประเมินคุณภาพของผลงานเบื้องต้นที่จะขอกำหนดตำแหน่งทางวิชาการ

หลักสูตรฯได้รับการจัดสรรงบประมาณให้อาจารย์ได้พัฒนาศักยภาพอาจารย์รายบุคคล โดยเฉพาะงบประมาณที่สนับสนุนการทำวิจัยมีปริมาณที่เพิ่มขึ้นมาก เพื่อพัฒนาความเชี่ยวชาญในประเด็น ที่ต้องการ และสอดคล้องกับแผนการฝึกอบรมและพัฒนาอาจารย์ของสำนักวิชาฯ ยังได้จัดการส่งเสริมและพัฒนา บุคลากร ในรูป แบบรายกลุ่ม ในด้านต่างๆ เช่น การจัดการเรียนการสอน และการประเมินผล เพื่อพัฒนาศักยภาพอาจารย์ ให้มีความพร้อมเพิ่มขึ้น และให้อาจารย์สามารถลา เพื่อผลิตผลงานทางวิชาการในแต่ละปีการศึกษาได้ปีละ 30 วัน อีกทั้งหลักสูตรฯและสำนักวิชาได้ให้อิสระในการเสนอหัวข้อ หรือเข้าร่วมอบรมของอาจารย์ตามสมรรถนะที่ควรส่งเสริม อาจารย์ที่หลักสูตรฯได้กำหนดความต้องการในการฝึกอบรมและพัฒนาตัวเอง โดยสำนักวิชา มีการจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาตนเองทางวิชาการ

5. การพัฒนาสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

1) การพัฒนาการใช้งานแพลตฟอร์มการเรียนออนไลน์เพื่อสนับสนุนการเรียนการสอน

การพัฒนาและใช้งานแพลตฟอร์มการเรียนออนไลน์กำลังกลายเป็นกระบวนการที่มีความจำเป็นมากขึ้นในยุคดิจิทัล เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักศึกษาและเพื่อปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน เปิดโอกาสให้นักศึกษาทั่วโลกสามารถเข้าถึงความรู้ได้อย่างไม่มีข้อจำกัด แต่ยังมีส่วนสำคัญในการปรับเปลี่ยนวิธีการสอนของอาจารย์และวิธีการเรียนของนักศึกษาด้วยความยืดหยุ่น นักศึกษาสามารถเรียนได้ทุกที่ทุกเวลา ไม่ว่าจะเป็นที่บ้าน หรือในระหว่างการเดินทาง เพียงแต่มีอินเทอร์เน็ตทรัพยากรการเรียนรู้ นักศึกษาสามารถเข้าถึงบทเรียน วิดีโอ แบบฝึกหัด และข้อมูลอื่น ๆ ได้อย่างง่ายดายด้วยการมีส่วนร่วม ผ่านการสนทนาแบบเรียลไทม์ กระดานข่าว และการสนับสนุนทางอีเมล ประเมินผลและการติดตาม การทดสอบออนไลน์และการประเมินผลเพื่อตรวจสอบความคืบหน้าและความเข้าใจของนักศึกษาประหยัดลดค่าใช้จ่ายทั้งเรื่องการเดินทางและสื่อการสอนที่ต้องพิมพ์

2) การพัฒนาการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติจริงในสถานประกอบการที่มีความปลอดภัย

พัฒนาการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติจริงในสถานประกอบการที่มีความปลอดภัยโดยการสร้างความสัมพันธ์กับแหล่งฝึกสหกิจ สถานประกอบการ และชุมชน สร้างจุดร่วมระหว่างหลักสูตรฯและสถานประกอบการ ในการพัฒนาการโครงการ การสร้างงานวิจัย รวมถึงการทำงานร่วมกันระหว่างอาจารย์และพี่เลี้ยงหรือสถานประกอบการ เมื่อนักศึกษาออกฝึกสหกิจ เช่น การอบรมพนักงานและนักศึกษา โดยการร่วมมือระหว่างอาจารย์และสถานประกอบการ การให้ความรู้ โดยจัดให้มีการเก็บเครดิต หรือได้รับใบรับรองได้

3) การพัฒนาด้านการส่งเสริมทางจิตใจผู้เรียน

การพัฒนาตั้งศูนย์รับฟังความคิดเห็นและคำแนะนำจากนักศึกษาเป็นหนึ่งในวิธีที่ทำให้ การศึกษาและการจัดการสถานศึกษามีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยเริ่มต้นด้วยการกำหนดพื้นที่ที่ให้นักศึกษาสามารถแสดงความคิดเห็นได้ในบรรยากาศที่สบายใจ ไม่มีความกดดัน และเป็นกันเอง ทั้งนี้ ด้วยเครื่องมือและเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น ระบบออนไลน์ที่รับฟังความคิดเห็นหรือแอปพลิเคชัน

สำหรับสมาร์ตโฟน การเก็บข้อมูลควรมีการแบ่งประเภทตามหัวข้อที่นักศึกษาสนใจ และนำมาวิเคราะห์ในรูปแบบที่สามารถอ่านและเข้าใจได้ง่าย

6. การจัดการข้อร้องเรียนและการอุทธรณ์

หลักสูตรฯ และสำนักวิชาได้กำหนดเรื่องการอุทธรณ์ของนักศึกษาไว้ในคู่มือนักศึกษาใหม่ พร้อมทั้งแจ้งให้นักศึกษาทราบในชั่วโมงแรกของการเรียน โดยระบบอุทธรณ์ร้องทุกข์หลัก ได้แก่ ระบบส่วนกลางของศูนย์บริการการศึกษา หรือสายตรงคณบดีในระดับสำนักวิชา อาจารย์ที่ปรึกษา/หลักสูตรฯ ซึ่งจะได้นำเรื่องการอุทธรณ์เข้าประชุมคณะกรรมการหลักสูตรฯ เพื่อพิจารณาเป็นกรณีไป โดยมีการพิจารณาแยกประเภทเรื่องร้องเรียน หากเป็นประเภทเร่งด่วน พิจารณามอบหมายดำเนินงาน (3-5 วัน) แจ้งผลการดำเนินงานภายใน 1 วัน และแจ้งผู้ร้องเรียนทราบต่อไป หากเรื่องไม่สามารถยุติได้ จะดำเนินการส่งต่อถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหากเป็นเรื่องไม่เร่งด่วน ดำเนินการตรวจสอบข้อร้องเรียน (1-3 วัน) พิจารณามอบหมายดำเนินงาน (15 วัน) สรุปและแจ้งผลการดำเนินงาน (4 วัน) ผู้ร้องทราบและประเมินความพอใจ หากเรื่องไม่สามารถยุติได้ จะดำเนินการส่งต่อถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เมื่อสิ้นสุดการดำเนินงานให้รายงานผลต่อกรรมการทราบ โดยมีการสื่อสารการอุทธรณ์ผลการประเมินร่วมกับระบบการรับเรื่องร้องเรียนของนักศึกษา จากนั้นประชุมนักศึกษาเพื่อทราบแนวทางการแก้ไขดังกล่าวร่วมกันเพื่อเป็นที่พอใจของทุกฝ่าย โดยในปีการศึกษาที่ผ่านมาไม่มีกรณีอุทธรณ์

7. การสื่อสารและเผยแพร่ข้อมูลของหลักสูตรไปยังผู้มีส่วนได้เสีย

ลักษณะข้อมูล	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ได้รับการสื่อสาร	วิธีการสื่อสาร	การประเมินการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- PLOs รายละเอียดหลักสูตรและแผนการศึกษา	-นักศึกษา -ผู้ปกครองนักศึกษา	-โพสต์ในเว็บไซต์ของศูนย์บริการการศึกษาของมหาวิทยาลัย และเว็บไซต์สำนักวิชาการจัดการ - Facebook Fanpage ของหลักสูตรฯ (www.facebook.com/dmbwu) -การปฐมนิเทศและการประชุมนักศึกษาแต่ละชั้นปี	-ประธานหลักสูตรและอาจารย์ที่ปรึกษาทางวิชาการทวนสอบความเข้าใจด้วยการสอบถาม และเปิดโอกาสให้นักศึกษาสอบถามหากมีข้อสงสัย -คณบดีสำนักวิชาการจัดการ และหัวหน้าสาขาทวนสอบความเข้าใจด้วยการสอบถาม และเปิดโอกาสให้ผู้ปกครอง

ลักษณะข้อมูล	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ได้รับการสื่อสาร	วิธีการสื่อสาร	การประเมินการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
			สอบถามหากมีข้อสงสัย
- PLOs และ รายละเอียดหลักสูตร	-นักเรียนระดับชั้นมัธยมปลาย - ผู้ปกครองนักเรียน	-โพสดีในเว็บไซต์ของศูนย์บริการการศึกษาของมหาวิทยาลัย และเว็บไซต์สำนักวิชาการจัดการ -กิจกรรมแนะนำหลักสูตรรูปแบบ online และ onsite -กลุ่มไลน์นักเรียนที่สอบผ่าน TCAS และกลุ่มไลน์ผู้ปกครองนักเรียน	-เปิดโอกาสให้ซักถามและตอบคำถามแก่นักเรียน และผู้ปกครอง
- PLOs และ รายละเอียดหลักสูตร	-พี่เลี้ยงสหกิจศึกษา -ผู้ใช้บัณฑิต	-โพสดีในเว็บไซต์ของศูนย์บริการการศึกษาของมหาวิทยาลัย และเว็บไซต์สำนักวิชาการจัดการ -เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางอีเมล -การนำเสนอโดยวาจาผ่านอาจารย์นิเทศสหกิจศึกษาในขั้นตอนการนิเทศสหกิจ	-ประชุมร่วมกับกับพี่เลี้ยงสหกิจศึกษาและผู้ใช้บัณฑิต ในช่วงการประชุมในรูปแบบ online และ onsite เปิดโอกาสให้ซักถามและให้ข้อเสนอแนะ
- PLOs และ รายละเอียดหลักสูตร	-อาจารย์ผู้ร่วมสอนจากสาขาวิชาอื่น - อาจารย์พิเศษ	-จัดประชุมเตรียมความพร้อมการจัดการเรียนการสอนในรายวิชา	-ประชุมร่วมกับกับอาจารย์ผู้ร่วมสอนและอาจารย์พิเศษในช่วงการประชุมในรูปแบบ online และ onsite เปิดโอกาสให้ซักถามและให้ข้อเสนอแนะ

หมวดที่ 10 ระบบอาจารย์ที่ปรึกษา

หลักสูตรการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ ภายใต้สำนักวิชาการจัดการได้จัดให้มีระบบอาจารย์ที่ปรึกษาภายใต้การกำกับติดตามของคณะกรรมการบริหารหลักสูตรในระดับสาขาวิชาและสำนักวิชาโดยสำนักวิชาได้มีการจัดทำคู่มืออาจารย์ที่ปรึกษา และจัดให้มีระบบฐานข้อมูลการบันทึกและติดตามและศึกษา ทั้งผลการเรียน สุขภาพกาย สุขภาพใจ ฐานะการเงิน ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคอื่น ๆ และประมวลผลการติดตามอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นแนวทางในการดูแลและศึกษาเพื่อเกิดการพัฒนาผลลัพธ์การเรียนรู้ของนักศึกษาให้บรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้

1. อาจารย์ที่ปรึกษาทางวิชาการและกระบวนการในการดูแลนักศึกษา

หลักสูตรฯ ได้จัดให้มีอาจารย์ที่ปรึกษาทางวิชาการโดยอาจารย์แต่ละท่านจะดูแลนักศึกษา ตั้งแต่เข้าสู่หลักสูตรฯ ตลอดจนสำเร็จการศึกษา มีหน้าที่ให้คำปรึกษาด้านทั่วไป ด้านวิชาการ ด้านการพัฒนานักศึกษา ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของระบบการให้คำปรึกษาดังนี้

วัตถุประสงค์ของระบบการให้คำปรึกษาวิชาการระดับปริญญาตรี

1. เพื่อให้เกิดกระบวนการติดต่อสื่อสารระหว่างอาจารย์กับนักศึกษา สร้างความอบอุ่นใจ เป็นที่พึ่งพร้อมจะช่วยเหลือนักศึกษา
2. เพื่อให้คำปรึกษาแนะนำด้านวิชาการเกี่ยวกับหลักสูตรฯ ลักษณะรายวิชาที่เรียน การเลือกวิชาเรียน การลงทะเบียนเรียน วิธีการเรียนและการวัดผล ทั้งนี้เพื่อให้นักศึกษาสามารถศึกษาจนสำเร็จครบตามหลักสูตร
3. เพื่อสนับสนุนการบริหารงานของมหาวิทยาลัย ช่วยให้นักศึกษามีความเข้าใจกฎระเบียบ ข้อบังคับ ประกาศ คำสั่ง และบริการต่างๆ ของมหาวิทยาลัย
4. เพื่อช่วยส่งเสริมนักศึกษาให้สามารถพัฒนาการดำเนินชีวิตอยู่ในมหาวิทยาลัยและแก้ปัญหาได้อย่างเหมาะสม

กระบวนการในการดูแลนักศึกษา

1. อาจารย์ที่ปรึกษาให้การดูแลตามบทบาทหน้าที่ที่ระบุในคู่มือ
 - 1.1 ชี้แจงให้นักศึกษาเข้าใจหน้าที่ของอาจารย์ที่ปรึกษาและข้อปฏิบัติของนักศึกษา
 - 1.2 ให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่นักศึกษาเกี่ยวกับกฎ ระเบียบ และข้อบังคับที่สำคัญ
 - 1.3 ชี้แจงรายละเอียดของหลักสูตร แผนการศึกษา
 - 1.4 ให้คำปรึกษาในการวางแผนการเรียน การใช้ชีวิต และการพัฒนาในด้านที่นักศึกษามีความสนใจหรือถนัด
 - 1.5 พบนักศึกษาเพื่อติดตามการเรียน การใช้ชีวิต เป็นประจำทุกภาคการศึกษา
 - 1.6 ให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ แนวทาง รวมถึงการแก้ไขปัญหาเมื่อนักศึกษาต้องการ
 - 1.7 ให้คำแนะนำและดูแลอย่างใกล้ชิดแก่นักศึกษาที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสม ต่ำกว่า 2.00

- 1.8 บันทึกข้อมูลการดูแลนักศึกษาในระบบฐานข้อมูล ของสำนักวิชา
- 1.9 รายงานผล ปัญหาอุปสรรค ในการดูแลนักศึกษาแก่หลักสูตรฯ เพื่อรับการสนับสนุน
2. หลักสูตรฯ กำกับติดตามผลการดูแลนักศึกษาให้บรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ ให้การช่วยเหลืออาจารย์ที่ปรึกษาในการปฏิบัติหน้าที่ รายงานผลแก่สำนักวิชา
3. สำนักวิชาพิจารณาส่งเสริม หลักสูตรฯ และอาจารย์ที่ปรึกษาให้สามารถดูแลนักศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ระบบที่ปรึกษาด้านการใช้ชีวิต และกระบวนการในการดูแลนักศึกษา

หลักสูตรฯ ได้ยึดถือตามแนวทางของสำนักวิชาในการดูแลนักศึกษาในด้านการใช้ชีวิต โดยสำนักวิชาฯ ได้กำหนดให้ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายกิจการนักศึกษารับผิดชอบในการดูแลนักศึกษา ขึ้นมา โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพของนักศึกษาให้เป็นผู้เรียนที่มีความพร้อมทั้งเรื่องเรียน กิจกรรม และการใช้ชีวิต ผ่านกระบวนการพัฒนานักศึกษาที่เรียกว่า “เก่ง ดี มีความสุข” ตามนโยบายของมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ที่ต้องการให้บัณฑิตเป็นทั้งคนเก่งและคนดี สามารถสร้างคุณประโยชน์ต่อชุมชน สังคม ประเทศชาติ และอยู่ร่วมกับผู้อื่นอย่างมีความสุข

กระบวนการในการดูแลนักศึกษา

1. การดูแลและช่วยเหลือนักศึกษาผ่านระบบอาจารย์ที่ปรึกษา
2. กรณีที่ปัญหาของนักศึกษา มีความซับซ้อนและ/หรือเกินกำลังความสามารถของอาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ที่ปรึกษาก็จะส่งต่อไปยังหัวหน้าสาขา/ประธานหลักสูตรฯ
3. กรณีที่ปัญหาของนักศึกษา มีความซับซ้อนมากขึ้น โดยเฉพาะด้านการใช้ชีวิต ความสัมพันธ์ ครอบครัว อาจารย์ที่ปรึกษาสามารถส่งต่อมายังศูนย์ให้การปรึกษาและแนะแนวของสำนักวิชา ซึ่งจะมีคณะทำงานหรือ Helpers ซึ่งเป็นตัวแทนจากแต่ละสาขาวิชา
4. หากพบกรณีปัญหาที่มีความซับซ้อนเกินกำลังความสามารถของศูนย์ ก็จะพิจารณาส่งต่อไปยัง Smile & Smart Center และ/หรือโรงพยาบาลศูนย์การแพทย์ตามความเหมาะสม

ภาคผนวก

ภาคผนวกควรประกอบด้วยเอกสารต่างๆ ดังนี้

- ภาคผนวก 1 ข้อบังคับมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ว่าด้วยการศึกษาชั้นปริญญาตรี ระบบทวิภาค พ.ศ. 2566
- ภาคผนวก 2 ข้อบังคับของมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ว่าด้วยระบบคลังหน่วยกิต พ.ศ. 2564
- ภาคผนวก 3 ประกาศมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ เรื่อง นโยบายและทิศทางการผลิตบัณฑิตและพัฒนาผู้เรียนของมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ พ.ศ. 2566
- ภาคผนวก 4 ประกาศมหาวิทยาลัย เรื่องแนวทางการจัดการเรียนการสอนเป็นภาษาอังกฤษสำหรับรายวิชาในหลักสูตร
- ภาคผนวก 5 คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการปรับปรุงหลักสูตร หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์
- ภาคผนวก 6 ประวัติอาจารย์และเจ้าหน้าที่ในหลักสูตร
- ภาคผนวก 7 รายละเอียดการบริหารจัดการของชุดวิชา (Module) ในหลักสูตร
- ภาคผนวก 8 ตารางเปรียบเทียบหลักสูตรเดิมกับหลักสูตรปรับปรุง (กรณีหลักสูตรปรับปรุง)
- ภาคผนวก 9 การเปรียบเทียบโครงสร้างหลักสูตร ที่สอดคล้องกับมาตรฐานตามที่สภาวิชาชีพกำหนด (กรณีมีสภาวิชาชีพ)
- ภาคผนวก 10 หนังสือความร่วมมือกับสถาบันอื่น (ถ้ามี)
- ภาคผนวก 11 บทสรุปผู้บริหารผลการประเมินคุณภาพย้อนหลัง 3 ปี
- ภาคผนวก 12 ตารางแสดงความต้องการจำเป็น การวิเคราะห์และจัดลำดับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับหลักสูตร
- ภาคผนวก 13 ตารางแสดงความสอดคล้องของผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLO) กับวิสัยทัศน์ พันธกิจ อัตลักษณ์บัณฑิต และคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์และความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
- ภาคผนวก 14 เงื่อนไขการเรียนรายวิชากลุ่มวิชาภาษาต่างประเทศและเงื่อนไขการเทียบคะแนน สอบวัดความรู้และทักษะทางเทคโนโลยีสารสนเทศ

ภาคผนวก 1 ข้อบังคับมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ว่าด้วยการศึกษาชั้นปริญญาตรี
ระบบทวิภาค พ.ศ. 2566



ข้อบังคับมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
ว่าด้วยการศึกษาชั้นปริญญาตรี ระบบทวิภาค พ.ศ. ๒๕๖๖

.....

เพื่อให้การจัดการเรียนการสอนระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ เป็นไปด้วยความเหมาะสม และสอดคล้องตามประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๖๕ อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๑๖ (๒) (๓) และมาตรา ๔๙ แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ พ.ศ. ๒๕๓๕ ประกอบกับมติสภาวិชาการ ในการประชุมครั้งที่ ๑/๒๕๖๖ เมื่อวันที่ ๑๘ มกราคม ๒๕๖๖ และมติสภามหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ในการประชุมครั้งที่ ๒/๒๕๖๖ เมื่อวันที่ ๑๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๖ จึงออกข้อบังคับไว้ดังนี้

หมวด ๑

บททั่วไป

ข้อ ๑ ข้อบังคับนี้เรียกว่า “ข้อบังคับมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ว่าด้วยการศึกษาชั้นปริญญาตรี ระบบทวิภาค พ.ศ. ๒๕๖๖”

ข้อ ๒ ข้อบังคับนี้ให้ใช้บังคับนักศึกษาที่เข้าศึกษาในหลักสูตรใหม่หรือหลักสูตรปรับปรุง ที่ออกหลังประกาศฉบับนี้ ตั้งแต่ปีการศึกษา ๒๕๖๖ เป็นต้นไป

ข้อ ๓ ในข้อบังคับนี้

“มหาวิทยาลัย”	หมายถึง	มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
“สภามหาวิทยาลัย”	หมายถึง	สภามหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
“สภาวิชาการ”	หมายถึง	สภาวิชาการมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
“อธิการบดี”	หมายถึง	อธิการบดีมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
“สำนักวิชา”	หมายถึง	สำนักวิชาหรือวิทยาลัยในมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
“หลักสูตร”	หมายถึง	หลักสูตรระดับปริญญาตรีที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ระบบทวิภาค
“คณบดี”	หมายถึง	คณบดีของสำนักวิชาหรือวิทยาลัย
“คณะกรรมการ”	หมายถึง	คณะกรรมการประจำสำนักวิชา หรือคณะกรรมการบริหารวิทยาลัย
“หน่วยกิต”	หมายถึง	หน่วยกิตระบบทวิภาค

“การตกลงร่วมผลิต”	หมายถึง	การทำข้อตกลงร่วมมือกันอย่างเป็นทางการระหว่างมหาวิทยาลัยกับองค์กรภายนอกในการพัฒนาและบริหารหลักสูตร โดยผ่านความเห็นชอบของสภาวิชาการและองค์กรภายนอกนั้น ๆ
“องค์กรภายนอก”	หมายถึง	สถาบันอุดมศึกษาในหรือต่างประเทศที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่รับผิดชอบการศึกษาของประเทศนั้น หรือเป็นหน่วยราชการระดับกรมหรือเทียบเท่า หรือหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ หรือองค์การมหาชน หรือบริษัทเอกชนที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเท่านั้น หากเป็นบริษัท เอกชนที่ไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ให้อยู่ในดุลยพินิจของสภาวิชาการ โดยต้องแสดงศักยภาพและความพร้อมในการร่วมผลิตบัณฑิตของบริษัทดังกล่าว และต้องให้ได้คุณภาพตามมาตรฐานการอุดมศึกษา
“ผลลัพธ์การเรียนรู้”	หมายถึง	ผลที่เกิดขึ้นแก่ผู้เรียนผ่านกระบวนการเรียนรู้ที่ได้จากการศึกษา ฝึกอบรม หรือประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจากการฝึกปฏิบัติ หรือการเรียนรู้จริงในที่ทำงาน ระหว่างการศึกษา
“ผู้เรียนในระบบการศึกษาตลอดชีวิต”	หมายถึง	บุคคลที่ได้รับอนุมัติให้เข้าศึกษาเพื่อเพิ่มพูนความรู้ และสะสมหน่วยกิตกับมหาวิทยาลัย

ข้อ ๔ ให้อธิการบดีเป็นผู้รักษาการตามข้อบังคับนี้ และให้มีอำนาจออกหลักเกณฑ์ ประกาศ คำสั่ง หรือระเบียบปฏิบัติที่ไม่ขัดหรือแย้งกับข้อบังคับนี้ ในกรณีที่มีได้กำหนดหลักเกณฑ์และการปฏิบัติไว้ในข้อบังคับนี้ ให้สภาวิชาการพิจารณาและเสนอความเห็นต่ออธิการบดีเพื่อวินิจฉัยสั่งการตามความเห็นสมควร

หมวด ๒ ระบบการศึกษา

ข้อ ๕ ระบบการศึกษา

๕.๑ เป็นระบบทวิภาค (Semester System) โดยหนึ่งปีการศึกษาแบ่งออกเป็น ๒ ภาคการศึกษาปกติ มีระยะเวลาศึกษาภาคการศึกษาละไม่น้อยกว่า ๑๕ สัปดาห์ และอาจมีภาคฤดูร้อนซึ่งเป็นภาคการศึกษาไม่บังคับ ใช้ระยะเวลาการศึกษาไม่เกิน ๘ สัปดาห์ และให้กำหนดระยะเวลาและจำนวนหน่วยกิตโดยมีสัดส่วนเทียบเคียงกัน ได้กับภาคการศึกษาปกติ

๕.๒ เป็นระบบการศึกษาที่จะต้องจัดให้มีการปฏิบัติงานในสถานประกอบการตามกระบวนการสหกิจศึกษา หรือเทียบเท่าตามที่หลักสูตรกำหนด ๒ ภาคการศึกษาตลอดหลักสูตร

๕.๓ หน่วยกิต (Credits) หมายถึง หน่วยที่แสดงปริมาณการศึกษา โดยการกำหนดหน่วยกิตแต่ละรายวิชา มีหลักเกณฑ์ดังนี้

- ๕.๓.๑ รายวิชาภาคทฤษฎี ที่ใช้เวลาบรรยายหรืออภิปรายไม่น้อยกว่า ๑๕ ชั่วโมงต่อภาค การศึกษาปกติให้ม้ค่าเท่ากับ ๑ หน่วยกิต
- ๕.๓.๒ รายวิชาภาคปฏิบัติ ที่ใช้เวลาฝึกหรือทดลองไม่น้อยกว่า ๓๐ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้ม้ค่าเท่ากับ ๑ หน่วยกิต
- ๕.๓.๓ การฝึกงานหรือการฝึกภาคสนาม ที่ใช้เวลาไม่น้อยกว่า ๔๕ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้ม้ค่าเท่ากับ ๑ หน่วยกิต
- ๕.๓.๔ การทำโครงการหรือกิจกรรมการเรียนอื่นใดตามที่ได้รับมอบหมาย ที่ใช้เวลาทำโครงการ หรือกิจกรรมนั้น ๆ ไม่น้อยกว่า ๔๕ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้ม้ค่าเท่ากับ ๑ หน่วยกิต
- ๕.๓.๕ กลุ่มวิชาสหกิจศึกษา จำนวน ๑๓ หน่วยกิต ประกอบด้วย วิชาเตรียมสหกิจศึกษา จำนวน ๑ หน่วยกิต และวิชาสหกิจศึกษา จำนวน ๑๒ หน่วยกิต โดยวิชาสหกิจศึกษาแบ่งเป็น ๒ รายวิชา คือวิชาสหกิจศึกษา ๑ จำนวน ๖ หน่วยกิต และวิชาสหกิจศึกษา ๒ จำนวน ๖ หน่วยกิต ซึ่งทั้งสองรายวิชานักศึกษาต้องไปปฏิบัติงานในสถานประกอบการเต็มเวลาอย่างต่อเนื่อง จำนวนไม่น้อยกว่าวิชาละ ๑๖ สัปดาห์
- ๕.๓.๖ กิจกรรมการเรียนอื่นใดที่สร้างการเรียนรู้นอกเหนือจากรูปแบบที่กำหนดข้างต้น การนับระยะเวลาในการทำกิจกรรมนั้นต่อภาคการศึกษาปกติ ให้ม้ค่าเท่ากับ ๑ หน่วยกิต ให้เป็นไปตามที่สภาวิชาการกำหนด
- ๕.๔ หน่วยกิตในภาคการศึกษา (Registered credits in a semester : CA) หมายถึง จำนวนหน่วยกิตรวม ทั้งหมดของทุกรายวิชาที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียนและได้รับระดับคะแนนตัวอักษรตามลำดับชั้น A B⁺ B C⁺ C D⁺ D หรือ F หรือระดับคะแนนตัวอักษร I P IT AU S หรือ U ในภาคการศึกษานั้น
- ๕.๕ หน่วยกิตสะสม (Total registered credits : CAX) หมายถึง จำนวนหน่วยกิตรวมทั้งหมดของ ทุกรายวิชาทุกครั้งที่นักศึกษาได้รับระดับคะแนนตัวอักษรตามลำดับชั้น A B⁺ B C⁺ C D⁺ D หรือ F หรือระดับ คะแนนตัวอักษร S หรือ U ในกรณีที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียนซ้ำครั้งที่สอง ให้นับจำนวนหน่วยกิตสะสม จากจำนวนหน่วยกิตที่ลงทะเบียนเรียนครั้งสุดท้ายเพียงครั้งเดียว หากนักศึกษาลงทะเบียนเรียนซ้ำมากกว่า สองครั้ง ให้นับจำนวนหน่วยกิตสะสมจากจำนวนหน่วยกิตที่ลงทะเบียนเรียนทุกครั้ง
- ๕.๖ หน่วยกิตสอบได้ในภาคการศึกษา (Total credits earned : CS) หมายถึง จำนวนหน่วยกิตรวม ทั้งหมดของทุกรายวิชาที่นักศึกษาได้รับระดับคะแนนตัวอักษรตามลำดับชั้น A B⁺ B C⁺ C D⁺ หรือ D หรือระดับ คะแนนตัวอักษร S ST CS CE CT หรือ CP
- ๕.๗ หน่วยกิตสอบได้สะสม (Total credits earned : CSX) หมายถึง จำนวนหน่วยกิตรวมทั้งหมดของ ทุกรายวิชาที่นักศึกษาได้รับระดับคะแนนตัวอักษรตามลำดับชั้น A B⁺ B C⁺ C D⁺ หรือ D หรือระดับคะแนนตัวอักษร S CS CE CT หรือ CP

หมวด ๓

หลักสูตร

ข้อ ๖ หลักสูตร แบ่งออกเป็น ๒ กลุ่ม ดังนี้

๖.๑ หลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาการ แบ่งเป็น ๒ แบบ ได้แก่

๖.๑.๑ หลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาการ ที่มุ่งผลิตบัณฑิตที่มีความรอบรู้ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ โดยอาจมีการปฏิบัติงานในสถานประกอบการ เน้นความรู้และทักษะด้านวิชาการ สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริงได้อย่างสร้างสรรค์

๖.๑.๒ หลักสูตรปริญญาตรีแบบก้าวหน้าทางวิชาการ เป็นหลักสูตรปริญญาตรีสำหรับผู้เรียนที่มีความสามารถพิเศษ มุ่งเน้นผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ ความสามารถระดับสูง โดยใช้หลักสูตรปกติที่เปิดสอนอยู่แล้ว แต่ให้เสริมศักยภาพของผู้เรียนโดยกำหนดให้ผู้เรียนได้ศึกษาบางรายวิชาในระดับบัณฑิตศึกษาที่เปิดสอนอยู่แล้ว และสนับสนุนให้ผู้เรียนได้ทำวิจัยทางวิชาการที่ลุ่มลึก หลักสูตรก้าวหน้าแบบวิชาการต้องมีการเรียนรายวิชาระดับบัณฑิตศึกษาไม่น้อยกว่า ๑๒ หน่วยกิต

๖.๒ หลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาชีพหรือปฏิบัติการ แบ่งเป็น ๒ แบบ ได้แก่

๖.๒.๑ หลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาชีพหรือปฏิบัติการ ที่มุ่งผลิตบัณฑิตที่มีความรอบรู้ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ เน้นความรู้ สมรรถนะและทักษะด้านวิชาการและวิชาชีพหรือสมรรถนะและทักษะด้านการปฏิบัติเชิงเทคนิคในศาสตร์สาขานั้น ๆ โดยผ่านการปฏิบัติงานในสถานประกอบการ

หลักสูตรแบบนี้เท่านั้นที่จัดหลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) ได้ โดยถือเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรปริญญาตรีและจะต้องสะท้อนปรัชญาและเนื้อหาสาระของหลักสูตรปริญญาตรีนั้น ๆ โดยครบถ้วน และให้ระบุคำว่า “ต่อเนื่อง” ในวงเล็บต่อท้ายชื่อหลักสูตร

๖.๒.๒ หลักสูตรปริญญาตรีแบบก้าวหน้าทางวิชาชีพหรือปฏิบัติการ ซึ่งเป็นหลักสูตรสำหรับผู้เรียนที่มีความสามารถพิเศษ มุ่งเน้นผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ สมรรถนะทางวิชาชีพหรือปฏิบัติการขั้นสูง โดยใช้หลักสูตรปกติที่เปิดสอนอยู่แล้วให้รองรับศักยภาพของผู้เรียน โดยกำหนดให้ผู้เรียนได้ศึกษาบางรายวิชาในระดับบัณฑิตศึกษาที่เปิดสอนอยู่แล้ว และทำวิจัยที่ลุ่มลึกหรือได้รับการฝึกปฏิบัติขั้นสูงในองค์กรหรือสถานประกอบการ หลักสูตรปริญญาตรีแบบก้าวหน้าทางวิชาชีพหรือปฏิบัติการต้องมีการเรียนรายวิชาระดับบัณฑิตศึกษาไม่น้อยกว่า ๑๒ หน่วยกิต

ข้อ ๗ จำนวนหน่วยกิตรวมและระยะเวลาการศึกษาของหลักสูตร

๗.๑ หลักสูตรปริญญาตรี ที่มีระยะเวลาการศึกษาปกติ ๔ ปี ให้มีจำนวนหน่วยกิตรวมไม่น้อยกว่า

๑๒๐ หน่วยกิต

๗.๒ หลักสูตรปริญญาตรี ที่มีระยะเวลาการศึกษาปกติ ๕ ปี ให้มีจำนวนหน่วยกิตรวมไม่น้อยกว่า

๑๕๐ หน่วยกิต

๗.๓ หลักสูตรปริญญาตรี ที่มีระยะเวลาการศึกษาปกติไม่น้อยกว่า ๖ ปี ให้มีจำนวนหน่วยกิตรวม

ไม่น้อยกว่า ๑๘๐ หน่วยกิต

๗.๔ หลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) ให้มีจำนวนหน่วยกิตรวมไม่น้อยกว่า ๗๒ หน่วยกิต

ข้อ ๘ โครงสร้างหลักสูตร

โครงสร้างหลักสูตร ประกอบด้วย หมวดวิชาศึกษาทั่วไป หมวดวิชาเฉพาะ และหมวดวิชาเลือกเสรี โดยมีจำนวนหน่วยกิตของแต่ละหมวดวิชาดังนี้

๘.๑ หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ให้มีจำนวนหน่วยกิตรวมไม่น้อยกว่า ๒๔ หน่วยกิต

๘.๒ หมวดวิชาเฉพาะ ให้มีจำนวนหน่วยกิตดังนี้

๘.๒.๑ หลักสูตรปริญญาตรี (๔ ปี) ให้มีจำนวนหน่วยกิตหมวดวิชาเฉพาะรวมไม่น้อยกว่า ๗๒ หน่วยกิต

๘.๒.๒ หลักสูตรปริญญาตรี (๕ ปี) ให้มีจำนวนหน่วยกิตหมวดวิชาเฉพาะรวมไม่น้อยกว่า ๙๐ หน่วยกิต

๘.๒.๓ หลักสูตรปริญญาตรี (ไม่น้อยกว่า ๖ ปี) ให้มีจำนวนหน่วยกิตหมวดวิชาเฉพาะรวม
ไม่น้อยกว่า ๑๐๘ หน่วยกิต

๘.๒.๔ หลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) ให้มีจำนวนหน่วยกิตหมวดวิชาเฉพาะรวมไม่น้อยกว่า
๔๒ หน่วยกิต

๘.๓ หมวดวิชาเลือกเสรี ให้มีจำนวนหน่วยกิตรวมไม่น้อยกว่า ๖ หน่วยกิต

ข้อ ๙ คุณวุฒิ คุณสมบัติ และจำนวนอาจารย์ ของอาจารย์ประจำหลักสูตร อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร
อาจารย์ผู้สอน และอาจารย์พิเศษ ให้เป็นไปตามประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง เกณฑ์
มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๖๕ และประกาศของมหาวิทยาลัย

หมวด ๔

การเข้าศึกษา

ข้อ ๑๐ คุณสมบัติของผู้มีสิทธิ์เข้าศึกษา

๑๐.๑ หลักสูตรปริญญาตรี (๕ ปี ๕ ปี และไม่น้อยกว่า ๖ ปี) จะต้องเป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับ
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า

๑๐.๒ หลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) จะต้องเป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง
หรือเทียบเท่า หรือระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า ในสาขาวิชาที่ตรงหรือสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่จะเข้าศึกษาตามที่
สภาวิชาการกำหนด

๑๐.๓ หลักสูตรปริญญาตรีแบบก้าวหน้าทั้งทางวิชาการ และทางวิชาชีพหรือปฏิบัติการ ต้องเป็นผู้สำเร็จ
การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า โดยมีคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่น้อยกว่า ๓.๕๐ จากระบบ ๔
ระดับคะแนนหรือเทียบเท่า และมีผลการเรียนในหลักสูตรปริญญาตรีแบบก้าวหน้าไม่น้อยกว่า ๓.๕๐ ทุกภาค
การศึกษาในระหว่างการศึกษาในหลักสูตรแบบก้าวหน้า หากภาคการศึกษาใดภาคการศึกษาหนึ่งมีผลการเรียน
ต่ำกว่า ๓.๕๐ จากระบบ ๔ ระดับคะแนนหรือเทียบเท่า จะถือว่าผู้เรียนขาดคุณสมบัติในการศึกษาหลักสูตรแบบ
ก้าวหน้า

๑๐.๔ เป็นผู้ที่สภาวิชาการพิจารณาแล้วเห็นสมควรให้รับเข้าศึกษาได้

ข้อ ๑๑ การรับเข้าศึกษา

มหาวิทยาลัยจะรับผู้มีคุณสมบัติตามข้อ ๑๐ เข้าศึกษาโดยวิธีการที่สภาวิชาการกำหนดและประกาศ ให้
ทราบเป็นคราว ๆ ไป

หมวด ๕

การลงทะเบียนเรียน

ข้อ ๑๒ การลงทะเบียนเรียน

๑๒.๑ นักศึกษาต้องลงทะเบียนเรียนภายใน ๒ สัปดาห์นับตั้งแต่วันเปิดภาคการศึกษาปกติ หรือภายใน
สัปดาห์แรกของภาคฤดูร้อน และการลงทะเบียนเรียนจะสมบูรณ์ก็ต่อเมื่อได้ชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาภายใน
เวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด

๑๒.๑.๑ นักศึกษาที่เข้าศึกษาในภาคการศึกษาแรก หากไม่ชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาภายในเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด จะถือว่าสละสิทธิ์การเข้าเป็นนักศึกษาและจะถูกถอนชื่อออกจากทะเบียน

๑๒.๑.๒ สำหรับนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่และไม่ลงทะเบียนเรียนตามกำหนด ต้องยื่นคำร้องลาพักการศึกษาต่อมหาวิทยาลัยภายใน ๔ สัปดาห์นับตั้งแต่วันเปิดภาคการศึกษา และต้องชำระค่ารักษาสุขภาพการเป็นนักศึกษา มิฉะนั้นจะพ้นจากสภาพการเป็นนักศึกษา

๑๒.๒ นักศึกษาจะต้องลงทะเบียนเรียนรายวิชาในหลักสูตรตามโครงสร้างของหลักสูตรที่นักศึกษาสังกัด และจำนวนหน่วยกิตที่นักศึกษาจะลงทะเบียนเรียนได้ มีดังนี้

๑๒.๒.๑ นักศึกษาจะต้องลงทะเบียนเรียนไม่เกิน ๒๒ หน่วยกิต ในภาคการศึกษาปกติ และลงทะเบียนเรียนได้ไม่เกิน ๙ หน่วยกิต ในภาคฤดูร้อน

๑๒.๒.๒ กรณีมีเหตุผลและความจำเป็นพิเศษต้องลงทะเบียนเรียนโดยไม่เป็นไปตามเกณฑ์ข้อ ๑๒.๒.๑ ต้องได้รับอนุมัติจากสภาวิชาการ และต้องไม่กระทบต่อมาตรฐานและคุณภาพการศึกษา

๑๒.๓ การลงทะเบียนเรียนรายวิชาออกจากที่กำหนดในหลักสูตร และนักศึกษาไม่ขอรับผลการประเมินเป็นระดับคะแนนตัวอักษรตามลำดับชั้น ให้กระทำได้ภายในกำหนดเวลาของการเพิ่มรายวิชาตามข้อ ๑๓.๑ โดยการยื่นคำร้องต่อศูนย์บริการการศึกษา ซึ่งจะต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและได้รับการอนุมัติจากอาจารย์ผู้สอน ทั้งนี้ จำนวนหน่วยกิตที่ลงทะเบียนเรียนทั้งหมดให้เป็นไปตามข้อ ๑๒.๒

๑๒.๔ การลงทะเบียนเป็นผู้ร่วมเรียนให้ปฏิบัติตามข้อ ๑๒.๒

๑๒.๕ กำหนดวัน วิธีการลงทะเบียนเรียน และรายวิชาที่เปิดให้ลงทะเบียนเรียน ให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

๑๒.๖ มหาวิทยาลัยอาจกำหนดเงื่อนไขการลงทะเบียนเรียนบางรายวิชา เช่น ต้องผ่านรายวิชาบางรายวิชา ก่อนจึงจะมีสิทธิ์ลงทะเบียนเรียนรายวิชานั้น ๆ การลงทะเบียนที่ผิดเงื่อนไขให้ถือเป็นโมฆะในรายวิชานั้น

หมวด ๖

การขอเพิ่มและขอลถอนรายวิชา และการเปลี่ยนกลุ่มเรียน

ข้อ ๑๓ การขอเพิ่มและขอลถอนรายวิชา และการเปลี่ยนกลุ่มเรียน

๑๓.๑ การขอเพิ่มรายวิชาและการเปลี่ยนกลุ่มเรียนจะกระทำได้ภายใน ๒ สัปดาห์ นับตั้งแต่วันเปิดภาคการศึกษาปกติ หรือภายในสัปดาห์แรกของภาคฤดูร้อน

๑๓.๒ การขอลถอนรายวิชาจะกระทำได้ใน ๒ กรณี

๑๓.๒.๑ ถ้าถอนรายวิชาภายใน ๔ สัปดาห์นับตั้งแต่วันเปิดภาคการศึกษาปกติ หรือภายใน ๒ สัปดาห์นับตั้งแต่วันเปิดภาคฤดูร้อน รายวิชาที่ขอลถอนนั้นจะไม่ถูกบันทึกลงในใบแสดงผลการศึกษา

๑๓.๒.๒ ถ้าถอนรายวิชาหลังจาก ๔ สัปดาห์แต่ไม่เกิน ๑๒ สัปดาห์ นับตั้งแต่วันเปิดภาคการศึกษาปกติ หรือถอนรายวิชาหลังจาก ๒ สัปดาห์แต่ไม่เกิน ๖ สัปดาห์นับตั้งแต่วันเปิดภาคฤดูร้อน รายวิชาที่ถอนจะถูกบันทึกระดับคะแนนตัวอักษร W ในใบแสดงผลการศึกษา

๑๓.๓ การขอเพิ่มและขอลถอนรายวิชานั้น จำนวนหน่วยกิตที่ลงทะเบียนเรียนที่เหลือจะต้องเป็นไปตามที่ระบุไว้ในข้อ ๑๒.๒

หมวด ๗
เวลาเรียน

ข้อ ๑๔ เวลาเรียน

นักศึกษาต้องมีเวลาเรียนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ ของเวลาเรียนทั้งหมดของรายวิชานั้นจึงจะมีสิทธิ์เข้าสอบในรายวิชาดังกล่าวได้ ในกรณีที่นักศึกษามีเวลาเรียนน้อยกว่านี้ อาจารย์ผู้สอนอาจพิจารณาอนุญาตให้เข้าสอบในรายวิชานั้นได้

หมวด ๘

การศึกษาแบบร่วมเรียน และการศึกษาแบบเพิ่มพูนความรู้และสะสมหน่วยกิต

ข้อ ๑๕ การศึกษาแบบร่วมเรียน และการศึกษาแบบเพิ่มพูนความรู้และสะสมหน่วยกิต ให้ถือปฏิบัติ ดังนี้

๑๕.๑ การศึกษาแบบร่วมเรียน (Audit) เป็นการศึกษาของนักศึกษาหรือบุคคลภายนอกที่ขอเข้าศึกษาเพื่อเพิ่มพูนความรู้โดยไม่นับหน่วยกิตรวมเข้าเป็นหน่วยกิตที่กำหนดไว้ตามหลักสูตร

๑๕.๒ การลงทะเบียนวิชาเรียนแบบร่วมเรียน จะต้องปฏิบัติเช่นเดียวกับการเรียนวิชาเรียนปกติ

๑๕.๓ ถ้านักศึกษาลงทะเบียนเรียนรายวิชาใดแบบร่วมเรียนแล้ว จะลงทะเบียนเรียนรายวิชานั้นซ้ำเพื่อจะนับหน่วยกิตในภายหลังมิได้ เว้นแต่ในกรณีที่มีการย้ายหลักสูตรและรายวิชานั้นเป็นรายวิชาที่กำหนดไว้ในหลักสูตรให้มีการเรียนและนับหน่วยกิต

๑๕.๔ การลงทะเบียนเรียน การขอเพิ่ม ขอลอนรายวิชา และการเปลี่ยนกลุ่มเรียนของการศึกษาแบบร่วมเรียนให้ปฏิบัติตามหมวด ๕ และหมวด ๖ แห่งข้อบังคับนี้

๑๕.๕ การประเมินผลรายวิชาเรียนที่ลงทะเบียนวิชาเรียนแบบร่วมเรียน ให้คิดค่าระดับคะแนนเป็น S หรือ U

๑๕.๖ นักศึกษาสามารถลงทะเบียนเรียนในรายวิชาหรือหลักสูตรฝึกอบรมที่มหาวิทยาลัยกำหนดให้บุคคลทั่วไปศึกษาเพื่อเพิ่มพูนความรู้และสะสมหน่วยกิตได้ หน่วยกิตและผลการศึกษารายวิชาหรือหลักสูตรฝึกอบรมสามารถนำมาใช้เพื่อสำเร็จการศึกษาในหลักสูตรที่นักศึกษากำลังศึกษาได้ โดยผ่านความเห็นชอบจากสภาวิชาการ หรือสามารถนำไปใช้ในการโอนหน่วยกิตและผลการเรียนเมื่อนักศึกษาเข้าศึกษาในหลักสูตรอื่นในอนาคต

๑๕.๗ หลักเกณฑ์และวิธีการดำเนินการต่าง ๆ ในการศึกษาแบบเพิ่มพูนความรู้และสะสมหน่วยกิต ให้เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ว่าด้วยระบบคลังหน่วยกิต พ.ศ. ๒๕๖๔ และตามประกาศมหาวิทยาลัย

หมวด ๙

การประเมินผลการศึกษา

ข้อ ๑๖ การประเมินผลการศึกษา

การประเมินผลการศึกษาของแต่ละรายวิชาต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ สำหรับรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริหารหมวดวิชาศึกษาทั่วไป หรือคณะกรรมการตามที่มหาวิทยาลัยแต่งตั้ง

๑๖.๑ การประเมินผลการศึกษาของแต่ละรายวิชา จะใช้ผลการประเมินเป็นระดับคะแนนตัวอักษรตามลำดับชั้น ซึ่งมีความหมายและระดับคะแนนของแต่ละลำดับชั้นดังต่อไปนี้

ระดับคะแนนตัวอักษรตามลำดับชั้น	ความหมาย	ระดับคะแนน
A	ผลการประเมินขั้นดีเยี่ยม (Excellent)	๔.๐๐
B ⁺	ผลการประเมินขั้นดีมาก (Very Good)	๓.๕๐
B	ผลการประเมินขั้นดี (Good)	๓.๐๐
C ⁺	ผลการประเมินขั้นเกือบดี (Fairly Good)	๒.๕๐
C	ผลการประเมินขั้นพอใช้ (Fair)	๒.๐๐
D ⁺	ผลการประเมินขั้นอ่อน (Poor)	๑.๕๐
D	ผลการประเมินขั้นอ่อนมาก (Very Poor)	๑.๐๐
F	ผลการประเมินขั้นตก (Fail)	๐

ในกรณีที่ไม่สามารถประเมินผลเป็นระดับคะแนนตัวอักษรตามลำดับชั้นได้ ให้ใช้ระดับคะแนนตัวอักษรต่อไปนี้

ระดับคะแนนตัวอักษร	ความหมาย
I	กระบวนการวัดผลยังไม่สมบูรณ์ (Incomplete)
X	ยังไม่ได้รับผลการประเมิน (No report)
IP	การเรียนการสอนยังไม่สิ้นสุด (In Progress)
IT	การเรียนการสอนต่อเนื่องตลอดปีการศึกษา (In Training)
S	ผลการประเมินเป็นที่พอใจ (Satisfactory)
U	ผลการประเมินยังไม่เป็นที่พอใจ (Unsatisfactory)
ST	ผลการประเมินเป็นที่พอใจสำหรับรายวิชาที่เทียบโอน (Satisfactory transferred credit)
AU	ผู้ร่วมเรียน (Auditor)
W	การขอลอนรายวิชาโดยได้รับอนุมัติ (Withdrawal)

ในกรณีที่โอนหน่วยกิตจากการศึกษานอกระบบ และ/หรือการศึกษาตามอัธยาศัย ให้ใช้ระดับคะแนนตัวอักษรต่อไปนี้

ระดับคะแนนตัวอักษร	ความหมาย
CS	ผ่านการประเมินจากการทดสอบมาตรฐาน (Credits from standardized tests)
CE	ผ่านการประเมินจากการทดสอบที่ไม่ใช่การทดสอบมาตรฐาน (Credits from exams)
CT	ผ่านการประเมินจากการศึกษาหรืออบรมที่จัดโดยหน่วยงานอื่นที่ไม่ใช่สถาบันอุดมศึกษา (Credits from training)
CP	ผ่านการประเมินจากการเสนอแฟ้มสะสมงาน (Credits from portfolios)

๑๖.๒ การให้ระดับคะแนนตัวอักษรตามลำดับชั้นและระดับคะแนนตัวอักษร

๑๖.๒.๑ การให้ A B⁺ B C⁺ C D⁺ D หรือ F จะกระทำได้ในกรณีต่อไปนี้

- (๑) ในรายวิชาที่นักศึกษาเข้าสอบและ/หรือมีผลงานที่ประเมินได้เป็นลำดับชั้นตามที่หลักสูตรกำหนด
- (๒) ในรายวิชาที่มีการเรียนการสอนต่อเนื่องตลอดปีการศึกษา (IT) ให้ส่งผลการศึกษาภายในสิ้นภาคการศึกษาที่ ๒ (ภาคการศึกษาปกติ) นับจากภาคการศึกษาที่นักศึกษา

ลงทะเบียนเรียน

- (๓) เปลี่ยนจาก I หรือ X และส่งผลการศึกษากายใน ๒ สัปดาห์แรกของภาคการศึกษาปกติถัดไป
- (๔) เปลี่ยนจาก IP และส่งผลการศึกษากายใน ๒ สัปดาห์แรกของภาคการศึกษาปกติถัดไปหลังจากครบกำหนดการให้ IP
- ๑๖.๒.๒ การให้ F นอกเหนือจากข้อ ๑๖.๒.๑ แล้ว จะกระทำได้ในกรณีต่อไปนี้
- (๑) ในรายวิชาที่นักศึกษาไม่ได้รับอนุญาตให้เข้าสอบตามข้อ ๑๔
 - (๒) เมื่อนักศึกษาทำผิดระเบียบการสอบและได้รับการตัดสินให้ได้ F
 - (๓) เปลี่ยนจาก I หรือ X หลังจาก ๒ สัปดาห์แรกของภาคการศึกษาปกติถัดไป
 - (๔) เปลี่ยนจาก IP หลังจาก ๒ สัปดาห์แรกของภาคการศึกษาปกติถัดไป หลังจากครบกำหนดการให้ IP
- ๑๖.๒.๓ การให้ I จะกระทำได้ในกรณีต่อไปนี้
- (๑) นักศึกษาป่วยก่อนสอบหรือระหว่างสอบเป็นเหตุให้ไม่สามารถเข้าสอบได้ และได้รับอนุมัติจากคณบดี
 - (๒) นักศึกษาขาดสอบโดยป่วยหรือเหตุสุดวิสัย และได้รับอนุมัติจากคณบดี
 - (๓) นักศึกษาทำงานที่เป็นส่วนประกอบการศึกษายังไม่สมบูรณ์และอาจารย์ผู้สอนโดยความเห็นชอบของคณบดีเห็นว่าสมควรให้รอผลการศึกษา
- ๑๖.๒.๔ การให้ IP และ IT จะกระทำได้เฉพาะบางรายวิชาที่สำนักวิชากำหนดเท่านั้นและให้ต่อเนื่องได้ไม่เกิน ๒ ภาคการศึกษาปกติ นับตั้งแต่ภาคการศึกษาที่ลงทะเบียน
- ๑๖.๒.๕ การให้ S จะกระทำได้เมื่อผลการประเมินเป็นที่พอใจในรายวิชาต่อไปนี้
- (๑) รายวิชาที่หลักสูตรกำหนดไว้ว่าให้ประเมินผลเป็นระดับคะแนนตัวอักษรโดยไม่เป็นลำดับขั้น
 - (๒) รายวิชาที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียนตามข้อ ๑๖.๓
 - (๓) รายวิชาที่มีการเรียนการสอนต่อเนื่องตลอดปีการศึกษา (IT) ให้ส่งผลการศึกษากายในสิ้นภาคการศึกษาที่ ๒ นับจากภาคการศึกษาปกติที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียน
 - (๔) รายวิชาที่เปลี่ยนจาก I หรือ X และส่งผลการศึกษากายใน ๒ สัปดาห์แรกของภาคการศึกษาปกติถัดไป
 - (๕) รายวิชาที่เปลี่ยนจาก IP และส่งผลการศึกษากายใน ๒ สัปดาห์แรกของภาคการศึกษาปกติถัดไปหลังจากครบกำหนดการให้ IP
- ๑๖.๒.๖ การให้ ST จะกระทำได้ในรายวิชาที่นักศึกษาได้รับอนุมัติให้เทียบโอนรายวิชาจากสถาบันอื่น
- ๑๖.๒.๗ การให้ U จะกระทำได้ในกรณีดังต่อไปนี้
- (๑) ในรายวิชาที่กำหนดไว้ในข้อ ๑๖.๒.๕ แต่ผลการประเมินในรายวิชานั้น ๆ ยังไม่เป็นที่พอใจ
 - (๒) ในรายวิชาที่มีการเรียนการสอนต่อเนื่องตลอดปีการศึกษา (IT) ให้ส่งผลการศึกษากายในสิ้นภาคการศึกษาที่ ๒ นับจากภาคการศึกษาปกติที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียน
 - (๓) เปลี่ยนจาก I หรือ X หลังจาก ๒ สัปดาห์แรกของภาคการศึกษาปกติถัดไป
 - (๔) เปลี่ยนจาก IP หลังจาก ๒ สัปดาห์แรกของภาคการศึกษาปกติถัดไปหลังจากครบกำหนดการให้ IP

๑๖.๒.๘ การให้ AU จะกระทำได้ในรายวิชาที่นักศึกษาได้รับอนุมัติให้ลงทะเบียนเรียนเป็นผู้ร่วมเรียน โดยมีเวลาเรียนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ ของเวลาเรียนทั้งหมด ถ้าหากไม่เป็นไปตามนั้น จะไม่บันทึกรายวิชานั้นลงในใบแสดงผลการศึกษา

๑๖.๒.๙ การให้ W จะกระทำได้หลังจาก ๔ สัปดาห์แรกของภาคการศึกษาปกติ และหลังจาก ๒ สัปดาห์แรกของภาคฤดูร้อน ในกรณีต่อไปนี้

(๑) ในรายวิชาที่นักศึกษาได้รับอนุมัติให้ถอนตามข้อ ๑๓.๒.๒

(๒) นักศึกษาลาพักการศึกษา

(๓) นักศึกษาถูกสั่งพักการศึกษาในภาคการศึกษานั้น

(๔) คณบดีอนุมัติให้เปลี่ยนจาก I ที่ได้รับตามข้อ ๑๖.๒.๓ (๑) หรือข้อ ๑๖.๒.๓ (๒) เนื่องจากป่วยหรือเหตุสุดวิสัยนั้นยังไม่สิ้นสุด

(๕) ในรายวิชาที่นักศึกษาระงับการลงทะเบียนเรียน

๑๖.๒.๑๐ การให้ X จะกระทำเฉพาะในรายวิชาที่ศูนย์บริการการศึกษายังไม่ได้รับรายงานผลการประเมินการศึกษาของรายวิชานั้น ๆ ตามกำหนด

๑๖.๒.๑๑ การให้ CS CE CT และ CP จะกระทำได้ในรายวิชาที่นักศึกษาได้รับการเทียบโอนหน่วยกิตของการศึกษานอกระบบและ/หรือการศึกษาตามอัธยาศัย

ข้อ ๑๗ การประเมินผลการศึกษาและการคำนวณระดับคะแนนเฉลี่ย

๑๗.๑ การประเมินผลการศึกษาให้กระทำเมื่อสิ้นสุดการศึกษาแต่ละภาคการศึกษา

๑๗.๒ การคำนวณระดับคะแนนเฉลี่ย

๑๗.๒.๑ ระดับคะแนนเฉลี่ยในภาคการศึกษา (GPA : Grade Point Average) ให้คำนวณจากผลการศึกษาของนักศึกษาในแต่ละภาคการศึกษา โดยเอาผลรวมของผลคูณระหว่างจำนวนหน่วยกิตกับระดับคะแนนตัวอักษรตามลำดับชั้นของแต่ละรายวิชาที่นักศึกษาได้รับหารด้วยจำนวนหน่วยกิตในภาคการศึกษาที่ได้รับระดับคะแนนตัวอักษรตามลำดับชั้น

๑๗.๒.๒ ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม (GPAX : Cumulative Grade Point Average) ให้คำนวณจากผลการศึกษาของนักศึกษาตั้งแต่เริ่มเข้าศึกษาจนถึงภาคการศึกษาที่กำลังคิดคำนวณ โดยเอาผลรวมของผลคูณระหว่างจำนวนหน่วยกิตกับระดับคะแนนตัวอักษรตามลำดับชั้นของแต่ละรายวิชาที่นักศึกษาได้รับหารด้วยจำนวนหน่วยกิตสะสมที่ได้รับระดับคะแนนตัวอักษรตามลำดับชั้น

๑๗.๒.๓ การคำนวณระดับคะแนนเฉลี่ยให้คิดทศนิยม ๒ ตำแหน่ง โดยไม่ปัดเศษจากทศนิยมตำแหน่งที่ ๓

๑๗.๒.๔ ในกรณีที่นักศึกษาได้ระดับคะแนนตัวอักษร I และ X ในรายวิชาที่มีการประเมินผลเป็นระดับคะแนนตัวอักษรตามลำดับชั้นให้ชะลอการคำนวณระดับคะแนนเฉลี่ยไว้ก่อน

ข้อ ๑๘ การลงทะเบียนเรียนซ้ำและการเลือกเรียนรายวิชาอื่นแทน

๑๘.๑ นักศึกษาที่ได้รับ F U หรือ W ในรายวิชาบังคับจะต้องลงทะเบียนเรียนรายวิชานั้นซ้ำอีกจนกว่าจะได้รับ A B⁺ B C⁺ C D⁺ D หรือ S

๑๘.๒ นักศึกษาที่ได้รับ F U หรือ W ในรายวิชาเลือกจะลงทะเบียนเรียนรายวิชานั้นซ้ำอีกหรือไม่ก็ได้

๑๘.๓ นักศึกษาอาจลงทะเบียนเรียนซ้ำในรายวิชาที่ได้รับ D หรือ D⁺ อีกก็ได้

๑๘.๔ ในกรณีที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียนซ้ำตามข้อ ๑๘.๑ - ๑๘.๓ ให้ใช้ระดับคะแนนตัวอักษรตามลำดับชั้นที่ได้รับดังนี้

๑๘.๔.๑ นักศึกษาลงทะเบียนเรียนซ้ำสองครั้ง ให้คำนวณระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมที่ลงทะเบียนเรียนครั้งสุดท้ายเพียงครั้งเดียว

๑๘.๔.๒ นักศึกษาลงทะเบียนเรียนซ้ำมากกว่าสองครั้ง ให้คำนวณระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมทุกครั้งที่ลงทะเบียนเรียน

ข้อ ๑๙ สภาพนักศึกษา

๑๙.๑ นักศึกษาสภาพปกติ

๑๙.๑.๑ นักศึกษาที่เข้าศึกษานับตั้งแต่แรกเข้า ถึงสิ้นภาคการศึกษาที่ ๒ (ภาคปกติ) มีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่น้อยกว่า ๑.๕๐

๑๙.๑.๒ นักศึกษาที่เข้าศึกษานับตั้งแต่แรกเข้า ถึงภาคการศึกษาที่ ๔ (ภาคปกติ) เป็นต้นไป มีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่น้อยกว่า ๒.๐๐

๑๙.๒ นักศึกษาพ้นสภาพการเป็นนักศึกษา

๑๙.๒.๑ นักศึกษาที่เข้าศึกษานับตั้งแต่แรกเข้า ถึงสิ้นภาคการศึกษาที่ ๒ (ภาคปกติ) มีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า ๑.๕๐

๑๙.๒.๒ นักศึกษาที่เข้าศึกษานับตั้งแต่แรกเข้า ถึงภาคการศึกษาที่ ๔ (ภาคปกติ) เป็นต้นไป มีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า ๒.๐๐

ข้อ ๒๐ ฐานะชั้นปีของนักศึกษา

เกณฑ์กำหนดฐานะชั้นปีของนักศึกษา ให้คิดจากจำนวนหน่วยกิตสอบได้สะสมตามอัตราส่วนของหน่วยกิตรวมตามระยะเวลาการศึกษาปกติของหลักสูตรนั้น

หมวด ๑๐

การโอนนักศึกษา และการย้ายหลักสูตร

ข้อ ๒๑ การรับโอนนักศึกษาจากสถาบันอื่น

๒๑.๑ มหาวิทยาลัยอาจรับโอนนักศึกษาจากสถาบันอื่น โดยให้สำนักวิชาที่จะรับเข้าศึกษาเป็นผู้พิจารณา และได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ

๒๑.๒ คุณสมบัติของนักศึกษาที่จะได้รับการพิจารณารับโอน

๒๑.๒.๑ ไม่เป็นผู้ที่พ้นสภาพนักศึกษาจากสถาบันเดิม

๒๑.๒.๒ ได้ลงทะเบียนเรียนในสถาบันอุดมศึกษามาแล้วไม่น้อยกว่า ๑ ปีการศึกษา และได้คะแนนเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า ๒.๒๕

๒๑.๓ ผู้ขอโอนต้องยื่นคำร้องต่อศูนย์บริการการศึกษาเป็นเวลาไม่น้อยกว่า ๓๐ วันก่อนวันเปิดภาคการศึกษาปกติที่ประสงค์จะเข้าศึกษา

๒๑.๔ นักศึกษาต้องใช้เวลาศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยอย่างน้อย ๑ ปีการศึกษา

๒๑.๕ ระยะเวลาที่ต้องศึกษา นักศึกษาที่มหาวิทยาลัยรับโอนมีสิทธิ์เรียนเต็มตามเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด ทั้งนี้ ให้นับรวมเวลาเรียนจากสถาบันเดิมแล้วด้วย

ข้อ ๒๒ การย้ายหลักสูตรภายในมหาวิทยาลัย

๒๒.๑ คุณสมบัติของนักศึกษาที่จะได้รับการพิจารณาให้ย้ายหลักสูตร

๒๒.๑.๑ เคยลงทะเบียนเรียนในหลักสูตรเดิมมาแล้ว ไม่น้อยกว่า ๑ ภาคการศึกษาปกติ

๒๒.๑.๒ มีคุณวุฒิทางการศึกษาและคุณสมบัติเฉพาะตรงตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตรที่ขอย้ายเข้า

๒๒.๒ ผู้ขอย้ายหลักสูตรต้องยื่นคำร้องต่อศูนย์บริการการศึกษาภายในสัปดาห์ที่ ๑๒ ของภาคการศึกษาปกติ

หรือภายในสัปดาห์ที่ ๖ ของภาคฤดูร้อน และต้องยื่นคำร้องขอย้ายหลักสูตรก่อนภาคการศึกษา

ที่ยื่นคำร้องขอสำเร็จการศึกษาอย่างน้อย ๑ ภาคการศึกษาปกติ

๒๒.๓ การอนุมัติการย้ายหลักสูตร ให้อยู่ในดุลยพินิจของคณบดี โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ

ที่นักศึกษาขอย้ายเข้า และผลการย้ายหลักสูตรจะสมบูรณ์เมื่อได้รับการอนุมัติจากมหาวิทยาลัยแล้ว

๒๒.๔ นักศึกษาที่ได้รับอนุมัติให้ย้ายหลักสูตร จะต้องศึกษาให้ครบตามโครงสร้างหลักสูตรและภายใน

ระยะเวลาที่เหลืออยู่ตามหลักสูตรที่ขอย้ายเข้า และจะยื่นคำร้องขอย้ายหลักสูตรอื่นอีกไม่ได้

หมวด ๑๑**การเทียบรายวิชาเรียนและโอนหน่วยกิต**

ข้อ ๒๓ มหาวิทยาลัยมีหลักเกณฑ์การเทียบรายวิชาเรียน ดังนี้

๒๓.๑ เป็นรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาในหลักสูตรระดับอุดมศึกษาหรือเทียบเท่า ที่หน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจตามกฎหมายรับรอง

๒๓.๒ รายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาที่นำมาขอเทียบโอน ต้องมีสาระสำคัญและ/หรือสมรรถนะตามผลลัพธ์การเรียนรู้ครอบคลุมรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาที่ขอเทียบโอน

๒๓.๓ เป็นรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาตามที่หลักสูตรกำหนด ที่สอบได้ไม่ต่ำกว่าระดับคะแนนตัวอักษร C หรือระดับคะแนน ๒.๐๐ หรือเทียบเท่า

๒๓.๔ รายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาที่เทียบโอนจากต่างสถาบันอุดมศึกษาไม่สามารถนำมาคำนวณแต้มระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมได้

ข้อ ๒๔ การเทียบรายวิชาเรียนและโอนหน่วยกิตจากการศึกษาในระบบ

๒๔.๑ การเทียบรายวิชาเรียนและการโอนหน่วยกิตสำหรับนักศึกษาที่เคยศึกษาในสถาบันอุดมศึกษามาแล้ว

๒๔.๑.๑ การเทียบรายวิชาและขอโอนหน่วยกิตให้อยู่ในดุลยพินิจของสำนักวิชาที่รับเข้าศึกษา ทั้งนี้ ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ข้อ ๒๓

๒๔.๑.๒ สามารถเทียบรายวิชาเรียนและโอนหน่วยกิตได้ไม่เกิน ๓ ใน ๔ ของจำนวนหน่วยกิตรวมของหลักสูตรที่รับโอน

๒๔.๑.๓ การคิดระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม ไม่ให้นำรายวิชาที่เทียบรายวิชาเรียนและโอนหน่วยกิตได้มาคิด ยกเว้นนักศึกษาที่เคยศึกษาในมหาวิทยาลัยให้นำรายวิชาที่เทียบรายวิชาเรียนและโอนหน่วยกิตได้มาคิดด้วย

๒๔.๑.๔ ให้นักศึกษายื่นคำร้องขอเทียบรายวิชาเรียนและโอนหน่วยกิตภายใน ๒ สัปดาห์ นับตั้งแต่วันที่เปิดภาคการศึกษาแรกที่เข้าศึกษาสำหรับภาคการศึกษาปกติ และภายใน ๑ สัปดาห์สำหรับภาคฤดูร้อน และมีสิทธิ์ยื่นคำร้องขอเทียบรายวิชาเรียนและโอนหน่วยกิตของรายวิชาในหลักสูตรนั้นได้เพียงครั้งเดียว

- ๒๔.๒ การเทียบวิชาเรียนและโอนหน่วยกิตสำหรับนักศึกษามหาวิทยาลัยที่ลงทะเบียนเรียนภายใต้ความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาอื่น
- ๒๔.๒.๑ เป็นรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาที่กำหนดไว้ในหลักสูตรของมหาวิทยาลัย และมีความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาอื่นโดยมหาวิทยาลัยเห็นชอบ
- ๒๔.๒.๒ การเทียบวิชาเรียนและขอโอนหน่วยกิต ให้อยู่ในดุลยพินิจของคณบดีโดยได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ
- ๒๔.๓ การโอนหน่วยกิตสำหรับนักศึกษาที่ได้รับอนุมัติให้ย้ายหลักสูตรภายในมหาวิทยาลัย
- ๒๔.๓.๑ นักศึกษาที่ได้รับอนุมัติให้ย้ายหลักสูตร จะต้องยื่นคำร้องขอโอนหน่วยกิตภายใน ๔ สัปดาห์แรกของภาคการศึกษาปกติที่ได้รับอนุมัติให้ย้ายหลักสูตร
- ๒๔.๓.๒ การโอนหน่วยกิตให้ออนได้เฉพาะรายวิชาที่ปรากฏในหลักสูตรของสำนักวิชาที่ขอย้ายเข้า ส่วนรายวิชาอื่น ๆ จะไม่นำมาคำนวณระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมแต่จะแสดงผลไว้ในใบแสดงผลการศึกษา
- ๒๔.๔ การเทียบรายวิชาเรียนและโอนหน่วยกิตสำหรับนักศึกษาที่ขอเข้าศึกษาเพื่อปริญญาที่สอง
- ๒๔.๔.๑ นักศึกษาที่ประสงค์จะขอเข้าศึกษาปริญญาที่สอง ให้ยื่นคำร้องต่อศูนย์บริการการศึกษา อย่างน้อย ๒ เดือน ก่อนกำหนดวันลงทะเบียนเรียนของภาคการศึกษาที่จะเข้าศึกษา ซึ่งต้องได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการที่นักศึกษาขอเข้าศึกษา
- ๒๔.๔.๒ ให้สำนักวิชาที่นักศึกษาสังกัดโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการเป็นผู้พิจารณาเทียบรายวิชาเรียนและโอนหน่วยกิตที่เคยสอบได้มาแล้ว และกำหนดรายวิชาที่นักศึกษาต้องศึกษาเพิ่มเติม ในกรณีที่มีปัญหาต้องวินิจฉัยรายวิชาเทียบโอนให้อธิการบดีโดยความเห็นชอบของสภาวิชาการมีอำนาจพิจารณาได้ตามที่เห็นสมควร
- ๒๔.๔.๓ ได้รับการยกเว้นการเรียนรายวิชาหมวดวิชาศึกษาทั่วไปของหลักสูตรปริญญาที่ขอศึกษาปริญญาที่สอง ในกรณีที่พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้ขอศึกษาปริญญาที่สองยังขาดความรู้ในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป อาจกำหนดให้ศึกษาเพิ่มเติมวิชาเหล่านั้นได้ โดยไม่นับเป็นหน่วยกิตสะสม
- ๒๔.๔.๔ นักศึกษาจะเทียบรายวิชาเรียนและโอนหน่วยกิตได้ไม่เกิน ๓ ใน ๔ ของจำนวนหน่วยกิตรวมของหลักสูตรที่รับโอน
- ๒๔.๔.๕ รายวิชาที่เทียบรายวิชาเรียนและโอนหน่วยกิตได้ ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ข้อ ๒๓
- ๒๔.๔.๖ รายวิชาที่ได้รับการเทียบรายวิชาเรียนและโอนหน่วยกิต ให้ได้สัญลักษณ์หรือระดับคะแนนตัวอักษรเดิม โดยไม่นำมาคำนวณระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม

ข้อ ๒๕ การเทียบรายวิชาเรียนและโอนหน่วยกิตของการศึกษานอกระบบ และ/หรือการศึกษาตามอัธยาศัยเข้าสู่การศึกษาในระบบ

- ๒๕.๑ หลักเกณฑ์การเทียบโอนจากการศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย
- ๒๕.๑.๑ ผู้ขอเทียบโอนมีผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ที่สอดคล้องกับผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ที่พึงประสงค์ของรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาที่จะขอเทียบโอน
- ๒๕.๑.๒ ผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ที่ขอเทียบโอนไม่จำกัดระยะเวลาที่ใช้ในการเรียนรู้และสั่งสมประสบการณ์ในผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้เรื่องนั้น แต่ต้องทันต่อความก้าวหน้าทางวิชาการของสาขาที่จะขอเทียบโอน

- ๒๕.๑.๓ ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่เทียบโอนไม่สามารถมาคำนวณแต้มระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมได้
- ๒๕.๑.๔ การเทียบโอนการศึกษาจากสถาบันอื่นมายังมหาวิทยาลัย ไม่สามารถเทียบโอนต่อช่วงได้ และต้องระบุไว้ในใบแสดงผลการเรียนรู้ว่าเป็นรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาที่มีการเทียบโอน
- ๒๕.๒ กระบวนการเทียบรายวิชา
- ๒๕.๒.๑ ประเภทของผลงานและวิธีการประเมินให้เป็นไปตามที่หลักสูตรหรือสำนักวิชากำหนด ให้ผู้ขอยื่นคำร้องขอเทียบรายวิชาเรียนและโอนหน่วยกิต นำผลงานเกี่ยวกับวิชาที่ขอเทียบรายวิชาเรียนและโอนหน่วยกิตยื่นต่อคณะกรรมการเพื่อพิจารณาเป็นราย ๆ หรือให้คณะกรรมการเทียบโอนกลั่นกรอง โดยกำหนดให้มีการสอบข้อเขียนหรือสัมภาษณ์ และเสนอผลการประเมินให้คณะกรรมการเพื่อพิจารณาอนุมัติ
- ๒๕.๒.๒ เกณฑ์ผ่านการประเมินต้องเทียบรายวิชาเรียนได้ไม่ต่ำกว่าระดับคะแนนตัวอักษรตามลำดับชั้น C หรือระดับคะแนน ๒.๐๐ หรือเทียบเท่า
- ๒๕.๒.๓ นักศึกษาจะเทียบรายวิชาเรียนและโอนหน่วยกิตได้ไม่เกิน ๓ ใน ๔ ของจำนวนหน่วยกิตรวมของหลักสูตรที่รับโอน
- ๒๕.๒.๔ การเทียบโอนหน่วยกิตผลการเรียนรู้ จะต้องได้รับความเห็นชอบจากสภาวิชาการ
- ๒๕.๒.๕ ให้นำจำนวนหน่วยกิตของรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาที่เทียบรายวิชาเรียนและโอนหน่วยกิตได้ แต่จะไม่ให้ระดับคะแนนตัวอักษรตามลำดับชั้น และไม่มีการนำมาคำนวณระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม

หมวด ๑๒

การพ้นสภาพการเป็นนักศึกษา

- ข้อ ๒๖ การพ้นสภาพนักศึกษา นักศึกษาจะพ้นสภาพนักศึกษาในกรณีดังต่อไปนี้
- ๒๖.๑ เสียชีวิต
- ๒๖.๒ เมื่อได้รับความเห็นชอบจากคณบดีให้ลาออก และได้รับอนุมัติจากอธิการบดี ทั้งนี้ นักศึกษาจะได้รับการอนุมัติให้ลาออกได้ จะต้องไม่มีหนี้สินกับมหาวิทยาลัย
- ๒๖.๓ เมื่อศึกษาครบตามหลักสูตร และได้รับปริญญาตามข้อ ๒๘
- ๒๖.๔ เมื่อขาดคุณสมบัติของผู้มีสิทธิ์เข้าศึกษาตามข้อ ๑๐
- ๒๖.๕ เมื่อพ้นกำหนดเวลา ๒ สัปดาห์แรกของภาคการศึกษาแล้วยังไม่ลงทะเบียนเรียน หรือไม่รักษาสภาพการเป็นนักศึกษา
- ๒๖.๖ เมื่อพ้นกำหนดเวลา ๓ สัปดาห์แรกของภาคการศึกษาแล้วยังไม่ชำระค่าธรรมเนียมการศึกษา
- ๒๖.๗ เมื่อสิ้นภาคการศึกษาที่ ๒ นับตั้งแต่แรกเข้าศึกษา ได้รับคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า ๑.๕๐
- ๒๖.๘ เมื่อเป็นนักศึกษาตั้งแต่แรกเข้าศึกษาจนสิ้นภาคการศึกษาที่ ๔ (ภาคปกติ) เป็นต้นไป นักศึกษาได้รับคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า ๒.๐๐
- ๒๖.๙ เมื่อพ้นสภาพการเป็นนักศึกษา เนื่องจากกระทำผิดตามระเบียบอื่นของมหาวิทยาลัย
- ข้อ ๒๗ การคืนสภาพนักศึกษา นักศึกษาสามารถขอคืนสภาพนักศึกษาในรูปแบบนักศึกษาปกติ หรือคืนสภาพเป็นผู้เรียนในระบบการศึกษาตลอดชีวิต (Lifelong Learner)

๒๗.๑ นักศึกษาที่พ้นสภาพนักศึกษาตามข้อ ๒๖.๒ ข้อ ๒๖.๕ และข้อ ๒๖.๖ อาจขอคืนสภาพเป็นนักศึกษาปกติได้ภายใน ๒ สัปดาห์แรกของภาคการศึกษาถัดไปที่พ้นสภาพการเป็นนักศึกษา โดยผ่านความเห็นชอบจากคณบดี และได้รับอนุมัติจากอธิการบดี

๒๗.๒ นักศึกษาที่พ้นสภาพนักศึกษาตามข้อ ๒๖.๒ ถึงข้อ ๒๖.๕ อาจขอคืนสภาพนักศึกษาได้ในรูปแบบผู้เรียนในระบบการศึกษาตลอดชีวิต (Lifelong Learner) โดยได้รับอนุมัติจากอธิการบดี

ทั้งนี้ ระบบการศึกษาตลอดชีวิต (Lifelong Learner) และอัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ให้เป็นไปตามข้อบังคับหรือประกาศของมหาวิทยาลัย

หมวด ๑๓

การสำเร็จการศึกษา การให้ปริญญา และปริญญาเกียรตินิยม

ข้อ ๒๘ การสำเร็จการศึกษา ผู้มีสิทธิ์ขอสำเร็จการศึกษา

๒๘.๑ นักศึกษาต้องมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้ครบถ้วนจึงจะมีสิทธิ์ขอสำเร็จการศึกษา

๒๘.๑.๑ เป็นนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนครบหลักสูตรในภาคการศึกษาที่ขอสำเร็จการศึกษา

๒๘.๑.๒ สอบได้จำนวนหน่วยกิตครบตามหลักสูตร ได้ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า ๒.๐๐

๒๘.๑.๓ เป็นนักศึกษาที่มีคะแนนความดีในการเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนานักศึกษาเพื่อสร้าง

“บัณฑิตคนดี” ตามหลักเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนด

๒๘.๒ นักศึกษาที่มีคุณสมบัติครบถ้วนตามที่ระบุในข้อที่ ๒๘.๑ จะต้องยื่นคำร้องแสดงความจำนงขอสำเร็จการศึกษาต่อศูนย์บริการการศึกษาภายในระยะเวลาที่กำหนด มิฉะนั้นจะไม่ได้รับการเสนอชื่อต่อสภามหาวิทยาลัยเพื่ออนุมัติปริญญาในภาคการศึกษานั้น

๒๘.๓ ในกรณีที่นักศึกษามีคุณสมบัติครบถ้วนตามข้อที่ ๒๘.๑ แต่มีได้ยื่นคำร้องแสดงความจำนงขอสำเร็จการศึกษาตามข้อที่ ๒๘.๒ หรือยื่นคำร้องขอลงทะเบียนเรียนในรายวิชาต่าง ๆ เพิ่มเติม สามารถยื่นคำร้องขอสำเร็จการศึกษาในภาคการศึกษาถัดไป ทั้งนี้ นักศึกษาจะต้องรักษาสภาพในภาคการศึกษานั้นไว้ด้วย

๒๘.๔ นักศึกษาที่ศึกษาหลักสูตรปริญญาตรีแบบก้าวหน้าทางวิชาการ และ/หรือหลักสูตรปริญญาตรีแบบก้าวหน้าทางวิชาชีพหรือปฏิบัติการ ที่มีผลการศึกษาไม่เป็นไปตามเกณฑ์ของหลักสูตร สามารถสำเร็จการศึกษาในหลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาการ หรือปริญญาตรีทางวิชาชีพหรือปฏิบัติการได้ ทั้งนี้ สามารถยื่นคำร้องแสดงความจำนงขอสำเร็จการศึกษาตามข้อที่ ๒๘.๒

ข้อ ๒๙ การให้ปริญญา

คณบดีโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการที่นักศึกษาสังกัดเป็นผู้พิจารณาเสนอชื่อนักศึกษาที่สอบได้จำนวนรายวิชาและหน่วยกิตครบตรงตามโครงสร้างหลักสูตร ได้ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า ๒.๐๐ สมควรได้รับปริญญาต่อสภาวิชาการเพื่อนำเสนอต่อสภามหาวิทยาลัยพิจารณาอนุมัติ

ข้อ ๓๐ การให้ปริญญาเกียรตินิยม

๓๐.๑ นักศึกษาผู้จะได้รับปริญญาเกียรตินิยมอันดับหนึ่งต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้

๓๐.๑.๑ สอบได้จำนวนหน่วยกิตครบตามหลักสูตร ภายในระยะเวลาปกติของหลักสูตรนั้น ๆ

ทั้งนี้ ไม่นับภาคการศึกษาที่ได้รับอนุมัติให้ลาพักการศึกษาหรือภาคการศึกษาที่ได้รับ

อนุมัติให้ไปศึกษา ณ ต่างประเทศด้วยทุนแลกเปลี่ยนนักศึกษาต่างประเทศ หรือรายวิชา
ที่มหาวิทยาลัยได้ทำข้อตกลงร่วม หรือทุนสถาบันอื่นใดที่เป็นประโยชน์โดยตรงต่อ
การศึกษาระดับอุดมศึกษาของนักศึกษา ทั้งนี้ โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการ

๓๐.๑.๒ ไม่มีรายวิชาใดได้รับระดับคะแนนตัวอักษร F หรือ U

๓๐.๑.๓ ไม่เคยเรียนซ้ำรายวิชาใดเพื่อปรับระดับคะแนนตัวอักษรตามลำดับชั้น

๓๐.๑.๔ ไม่เคยถูกลงโทษทางวินัย

๓๐.๑.๕ ได้ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ ๓.๕๐ ขึ้นไป

๓๐.๒ นักศึกษาผู้ที่จะได้รับปริญญาเกียรตินิยมอันดับสองต้องมีคุณสมบัติตามข้อ ๓๐.๑.๑ - ๓๐.๑.๔
และได้ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ ๓.๒๕ ขึ้นไป

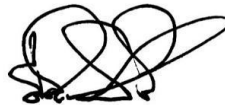
๓๐.๓ นักศึกษาที่มีคุณสมบัติตามข้อ ๓๐.๑.๑ - ๓๐.๑.๔ และได้ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ ๓.๒๕ ขึ้นไป
ที่มีการเทียบรายวิชาเรียนและโอนหน่วยกิตจากสถาบันอื่นจะไม่มีสิทธิ์ได้รับเกียรตินิยม เว้นแต่นักศึกษาที่มีการ
เทียบรายวิชาเรียนและโอนหน่วยกิตในรายวิชาของมหาวิทยาลัย หรือรายวิชาที่มหาวิทยาลัยได้ทำข้อตกลงร่วม
ให้รับปริญญาเกียรตินิยมได้ไม่เกินปริญญาเกียรตินิยมอันดับสอง

๓๐.๔ คณะบดีโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการที่นักศึกษาสังกัด เป็นผู้พิจารณาเสนอชื่อนักศึกษาผู้ที่
สมควรได้รับปริญญาเกียรตินิยมต่อสภาวิชาการเพื่อนำเสนอต่อสภามหาวิทยาลัยพิจารณาอนุมัติ

บทเฉพาะกาล

ข้อ ๓๑ ให้ข้อบังคับมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ว่าด้วยการศึกษาชั้นปริญญาตรี ระบบทวิภาค (ฉบับที่ ๒)
พ.ศ. ๒๕๖๒ ยังคงมีผลบังคับใช้สำหรับนักศึกษาที่เข้าศึกษาภายใต้ข้อบังคับฯ ดังกล่าว จนกว่าจะสำเร็จการศึกษา

ประกาศ ณ วันที่ ๒๕ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๖



(นายธีระชัย เชมณะสิริ)

นายกสภามหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

ภาคผนวก 2

ข้อบังคับของมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ว่าด้วยระบบคลังหน่วยกิต พ.ศ. 2564



ข้อบังคับมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ว่าด้วยระบบคลังหน่วยกิต พ.ศ. ๒๕๖๔

เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้บุคคลทั่วไปมีโอกาสเพิ่มพูนความรู้ พัฒนาทักษะ และเรียนรู้ตลอดชีวิต ในระบบการจัดการศึกษาของมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ โดยสามารถสะสมหน่วยกิตในรายวิชาต่าง ๆ ได้ ซึ่งเป็นระบบการจัดการศึกษาที่สอดคล้องตามประกาศกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม เรื่อง แนวทางการดำเนินงานระบบคลังหน่วยกิตระดับอุดมศึกษา พ.ศ. ๒๕๖๒ และเพื่อให้การจัดการเรียนการสอนมีความเหมาะสม สอดคล้องกับนโยบายและวัตถุประสงค์ของมหาวิทยาลัย อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๑๖ (๒) (๓) มาตรา ๔๘ และมาตรา ๔๙ แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ พ.ศ. ๒๕๓๕ ประกอบกับมติสภามหาวิทยาลัย ในการประชุมครั้งที่ ๑/๒๕๖๔ เมื่อวันที่ ๒๐ มกราคม ๒๕๖๔ และมติสภามหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ในการประชุมครั้งที่ ๑/๒๕๖๔ เมื่อวันที่ ๑๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔ จึงออกข้อบังคับไว้ดังนี้

หมวดที่ ๑ บททั่วไป

ข้อ ๑ ข้อบังคับนี้เรียกว่า “ข้อบังคับมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ว่าด้วยระบบคลังหน่วยกิต พ.ศ. ๒๕๖๔”

ข้อ ๒ ข้อบังคับนี้ให้ใช้บังคับสำหรับผู้เรียนที่เข้าศึกษาตั้งแต่ปีการศึกษา ๒๕๖๔ เป็นต้นไป

ข้อ ๓ ในข้อบังคับนี้

“มหาวิทยาลัย”	หมายถึง	มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
“สภามหาวิทยาลัย”	หมายถึง	สภามหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
“สภามหาวิทยาลัย”	หมายถึง	สภามหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
“สภาวิชาการ”	หมายถึง	สภาวิชาการมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
“อธิการบดี”	หมายถึง	อธิการบดีมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
“สำนักวิชา/วิทยาลัย”	หมายถึง	สำนักวิชา/วิทยาลัยในมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
“คณบดี”	หมายถึง	คณบดีสำนักวิชา/วิทยาลัยในมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
“คณะกรรมการประจำสำนักวิชา/วิทยาลัย”	หมายถึง	คณะกรรมการประจำสำนักวิชา/วิทยาลัยของสำนักวิชา/วิทยาลัยในมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
“คณะกรรมการบัณฑิตวิทยาลัย”	หมายถึง	คณะกรรมการบัณฑิตวิทยาลัยในมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
“คณะกรรมการบริหารหลักสูตร”	หมายถึง	คณะกรรมการบริหารหลักสูตรของสำนักวิชา/วิทยาลัยในมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
“หัวหน้าสาขา/ประธานหลักสูตร”	หมายถึง	หัวหน้าสาขา/ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

/ “บุคคล...

“บุคคลทั่วไป”	หมายถึง	บุคคลที่มีความประสงค์เข้าศึกษาเพื่อเพิ่มพูนความรู้และ สะสมหน่วยกิตกับมหาวิทยาลัย
“ผู้เรียน”	หมายถึง	บุคคลทั่วไปซึ่งได้รับอนุมัติให้เข้าศึกษาเพื่อเพิ่มพูนความรู้ และสะสมหน่วยกิตกับมหาวิทยาลัย
“วิชาที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัย”	หมายถึง	รายวิชาหรือชุดวิชาที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยทั้งระดับ ปริญญาตรีหรือระดับบัณฑิตศึกษา ทั้งแบบนับหน่วยกิต และไม่นับหน่วยกิต
“หน่วยกิต”	หมายถึง	หน่วยนับที่แสดงปริมาณการศึกษาตามระบบของมหาวิทยาลัย
“หน่วยกิตเรียน”	หมายถึง	จำนวนหน่วยกิตที่ผู้เรียนลงทะเบียนเรียน
“หน่วยกิตสะสม”	หมายถึง	จำนวนหน่วยกิตรวมทั้งหมดของทุกรายวิชาที่ผู้เรียนได้รับ ระดับคะแนนตัวอักษร
“ระบบคลังหน่วยกิต”	หมายถึง	ระบบและกลไกในการเก็บข้อมูลความรู้ความสามารถ หรือสมรรถนะที่ได้จากการศึกษาในระบบ การศึกษานอก ระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย มาเก็บสะสมไว้ในคลัง หน่วยกิตของมหาวิทยาลัยโดยไม่จำกัดระยะเวลา และ สามารถนำไปใช้ในการเทียบโอนได้
“การศึกษาในระบบ”	หมายถึง	การศึกษาที่กำหนดจุดมุ่งหมาย วิธีการศึกษาหลักสูตร ระยะเวลาของการศึกษา การวัดและประเมินผล ซึ่งเป็น เงื่อนไขของการสำเร็จที่แน่นอน โดยได้รับประกาศนียบัตร ประกาศนียบัตรชั้นสูง อนุปริญญา ปริญญา หรือคุณวุฒิ ทางการศึกษาอื่น ๆ ซึ่งมหาวิทยาลัยยอมรับ
“การศึกษานอกระบบ”	หมายถึง	การศึกษาที่มีความยืดหยุ่นในการกำหนดจุดมุ่งหมาย รูปแบบ วิธีการจัดการศึกษา ระยะเวลาของการศึกษา การวัดและประเมินผล ซึ่งเป็นเงื่อนไขของการสำเร็จการศึกษา โดยเนื้อหาและหลักสูตรจะต้องมีความเหมาะสมสอดคล้อง กับสภาพปัญหาและความต้องการของบุคคลแต่ละกลุ่ม
“การศึกษาตามอัธยาศัย”	หมายถึง	การศึกษาที่ให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ด้วยตนเองตามความสนใจ ศักยภาพ ความพร้อมและโอกาส โดยศึกษาจากบุคคล ประสบการณ์ สังคม สภาพแวดล้อม สื่อ หรือแหล่ง ความรู้อื่น ๆ
“ประกาศนียบัตร”	หมายถึง	ประกาศนียบัตรรับรองความสามารถ ทักษะ และ สมรรถนะของผู้เรียนจากการเรียนรู้
“ประสบการณ์บุคคล”	หมายถึง	ความสามารถหรือสมรรถนะของบุคคลที่สั่งสมไว้จาก การศึกษาด้วยตนเอง ประสบการณ์จากการทำงาน การ ฝึกอบรมที่สถานประกอบการจัดขึ้น การฝึกอบรมจาก การปฏิบัติงาน การฝึกอาชีพ การสัมมนาและการประชุม เชิงปฏิบัติการ

/ “ผลลัพธ์...”

“ผลลัพธ์การเรียนรู้”	หมายถึง	ความรู้ ทักษะ และเจตคติที่เกิดจากการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ การศึกษาตามอัธยาศัย และ ประสบการณ์บุคคลที่สั่งสมไว้ที่เทียบได้ตามมาตรฐานผล การเรียนรู้ของแต่ละระดับคุณวุฒิตามกรอบมาตรฐาน คุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ ซึ่งสามารถวัดและ ประเมินได้โดยวิธีการต่าง ๆ
“การเทียบโอนผลลัพธ์การ เรียนรู้”	หมายถึง	การเทียบโอนผลการเรียน ความสามารถ หรือสมรรถนะ ที่ได้ จากการศึกษา ทั้งการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ จากสถาบันเดียวกันที่เทียบเท่ากับระดับการศึกษาที่ ประสงค์จะเข้าศึกษามาเทียบกับรายวิชาในหลักสูตร เพื่อให้ได้หน่วยกิตตามหลักเกณฑ์การเทียบโอนผล การเรียนระดับปริญญาเข้าสู่การศึกษาในระบบ
“การเทียบโอนประสบการณ์”	หมายถึง	การนำประสบการณ์เรียนรู้ของบุคคลที่สั่งสมไว้จาก การศึกษาด้วยตนเอง ประสบการณ์จากการทำงาน และ การฝึกอบรมมาขอเทียบกับเนื้อหาสาระสำคัญของ รายวิชาต่าง ๆ ของการเรียนในระบบตามหลักสูตรเพื่อให้ ได้หน่วยกิต โดยผู้เรียนสามารถแสดงได้ว่ามีความรู้ ทักษะ และเจตคติของตนเองพร้อมทั้งมีหลักฐานซึ่งแสดงว่า ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ตรงตามวัตถุประสงค์ หรือผลลัพธ์ การ เรียนรู้ ที่กำหนดในรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาของหลักสูตร ที่ผู้เรียนศึกษาอยู่หรือประสงค์จะศึกษา ซึ่งควรได้รับการ ประเมินผลการเรียนรู้เพื่อเทียบโอนประสบการณ์ที่มีเพื่อ ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตและไม่ต้องศึกษาซ้ำใน เนื้อหาสาระที่ผู้เรียนมีความรู้และทักษะมากก่อนแล้ว

ข้อ ๔ ให้อธิการบดีเป็นผู้รักษาการตามข้อบังคับนี้ และให้มีอำนาจออกหลักเกณฑ์ ประกาศ คำสั่ง หรือระเบียบ ปฏิบัติที่ไม่ขัดหรือแย้งกับข้อบังคับนี้ ในกรณีที่มีได้กำหนดหลักเกณฑ์และการปฏิบัติไว้ในข้อบังคับนี้ ให้สภาวิชาการ พิจารณาและเสนอความเห็นต่ออธิการบดีเพื่อวินิจฉัยสั่งการตามที่เห็นสมควร

ข้อ ๕ ผู้เรียนต้องปฏิบัติตามข้อบังคับ ระเบียบ ประกาศ และแนวปฏิบัติอื่น ๆ ของมหาวิทยาลัย ที่ไม่ขัด หรือแย้งกับข้อบังคับนี้

หมวดที่ ๒ ระบบการศึกษา

ข้อ ๖ ระบบการศึกษา

๖.๑ มหาวิทยาลัยจัดการศึกษาโดยให้มีรูปแบบการศึกษารายวิชา โดยมีกระบวนการจัดการเรียนรู้ และการจัดการเรียนการสอน สอดคล้องกับนโยบาย ทิศทาง วิสัยทัศน์ มาตรฐานของมหาวิทยาลัย และคำนึงถึง ความต้องการของผู้เรียนเป็นสำคัญ เพื่อให้ผู้เรียนมีองค์ความรู้ ทักษะ และทัศนคติอันสามารถตอบสนองความต้องการของ

/ ประเทศ...

ประเทศในอนาคต ตลอดจนสนับสนุนและส่งเสริมให้ผู้เรียนทุกคนได้รับโอกาสทางการศึกษาพัฒนาทักษะและการเรียนรู้ตลอดชีวิต แต่ทั้งนี้ การจัดการศึกษาดังกล่าวจะต้องเป็นไปตามมาตรฐานระบบการประกันคุณภาพของการจัดการศึกษาตามที่กฎหมายกำหนด

๖.๒ เป็นระบบการศึกษาที่จัดการศึกษาตลอดชีวิต โดยเป็นแบบสะสมหน่วยกิต ทั้งแบบนับหน่วยกิตและไม่นับหน่วยกิต

๖.๓ เป็นระบบเรียนเก็บหน่วยกิตแบบดำเนินการเรียนการสอนได้ทุกช่วงเวลาตลอดปีการศึกษา โดยระยะเวลาการศึกษาขึ้นอยู่กับหน่วยกิตของแต่ละรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชา

๖.๔ การกำหนดจำนวนหน่วยกิต ๑ หน่วยกิต มีหลักเกณฑ์ดังนี้

๖.๔.๑ การบรรยายหรือการเรียนการสอนที่เทียบเท่าที่ใช้เวลาไม่น้อยกว่า ๑๒ ชั่วโมง ในระบบไตรภาค และ ๑๕ ชั่วโมง ในระบบทวิภาค

๖.๔.๒ การปฏิบัติการ การทดลอง หรือการฝึกที่ใช้เวลาไม่น้อยกว่า ๒๔ ชั่วโมง ในระบบไตรภาค และ ๓๐ ชั่วโมง ในระบบทวิภาค

๖.๔.๓ การปฏิบัติงานในสถานประกอบการ การฝึกงาน การฝึกภาคสนาม หรือการฝึกงานวิชาชีพที่ใช้เวลาไม่น้อยกว่า ๓๖ ชั่วโมง ในระบบไตรภาค และ ๔๕ ชั่วโมง ในระบบทวิภาค

๖.๔.๔ การทำโครงการ หรือกิจกรรมการเรียนอื่นใดตามที่ได้รับมอบหมายที่ใช้เวลาไม่น้อยกว่า ๓๖ ชั่วโมง ในระบบไตรภาค และ ๔๕ ชั่วโมง ในระบบทวิภาค

หมวดที่ ๓

การรับเข้าศึกษา

ข้อ ๗ คุณสมบัติของผู้มีสิทธิเข้าศึกษา

บุคคลทั่วไปสามารถสมัครเข้าศึกษาเพื่อเพิ่มพูนความรู้และสะสมหน่วยกิตกับมหาวิทยาลัยได้โดยไม่จำกัดเพศ อายุ พื้นฐานการศึกษา อาชีพ ศาสนา หรือสัญชาติ และเป็นไปตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด โดยมีสถานภาพเป็นผู้เรียน

ข้อ ๘ วิธีการรับเข้าศึกษา ให้เป็นไปตามที่สำนักวิชา/วิทยาลัยกำหนด

ข้อ ๙ การขึ้นทะเบียนเป็นผู้เรียน

๙.๑ ผู้สมัครจะมีสถานภาพเป็นผู้เรียนเมื่อได้ขึ้นทะเบียนและชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาแล้ว

๙.๒ วิธีการขึ้นทะเบียนเป็นผู้เรียนให้เป็นไปตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

หมวดที่ ๔

การลงทะเบียนเรียน

ข้อ ๑๐ การลงทะเบียนเรียน

๑๐.๑ ผู้เรียนจะต้องลงทะเบียนเรียนภายในเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด

๑๐.๒ การลงทะเบียนเรียนจะถือว่าสมบูรณ์เมื่อได้ชำระค่าธรรมเนียมภายในเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด

๑๐.๓ หลักเกณฑ์ ขั้นตอน และวิธีการในการลงทะเบียนเรียนเพื่อเพิ่มพูนความรู้และสะสมหน่วยกิตกับมหาวิทยาลัย ให้เป็นไปตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

/ ข้อ ๑๑ ...

ข้อ ๑๑ ผู้เรียนสามารถเข้าศึกษาเพื่อเพิ่มพูนความรู้และสะสมหน่วยกิต โดยศึกษารายวิชาที่เปิดสอนตามรูปแบบที่มหาวิทยาลัยกำหนด

ข้อ ๑๒ ในการจัดการเรียนการสอนตามข้อ ๑๑ มหาวิทยาลัยอาจจัดรูปแบบการเรียนการสอนและระยะเวลาในการศึกษาที่เหมาะสม โดยอาจจัดให้มีการเรียนการสอนแยกเฉพาะกลุ่มผู้เรียนที่เข้าศึกษาเพื่อเพิ่มพูนความรู้และสะสมหน่วยกิตตามข้อบังคับนี้ หรือจัดให้มีการเรียนการสอนแบบรวมกลุ่มผู้เรียนเข้ากับนักศึกษาปกติของมหาวิทยาลัย ทั้งนี้ ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่มหาวิทยาลัยกำหนด

หมวดที่ ๕ การประเมินผลการศึกษา

ข้อ ๑๓ การประเมินผลการศึกษา

๑๓.๑ การประเมินผลการศึกษาในแต่ละรายวิชา ให้ใช้ระดับคะแนนตัวอักษรตามลำดับชั้น ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ระดับคะแนนตัวอักษร	ความหมาย	แต้มระดับคะแนน
A	ดีเยี่ยม	๔.๐๐
B+	ดีมาก	๓.๕๐
B	ดี	๓.๐๐
C+	ดีพอใช้	๒.๕๐
C	พอใช้	๒.๐๐
D+	อ่อน	๑.๕๐
D	อ่อนมาก	๑.๐๐
F	ตก	๐

ในกรณีที่ไม่สามารถประเมินผลเป็นระดับคะแนนตัวอักษรตามลำดับชั้นข้างต้นได้ ให้ใช้ระดับคะแนนตัวอักษรต่อไปนี้

ระดับคะแนนตัวอักษร	ความหมาย
S	ผลประเมินเป็นที่พอใจ (Satisfactory)
ST	ผลการประเมินเป็นที่พอใจสำหรับรายวิชาที่เทียบโอน (Satisfactory, transferred credit)
U	ผลการประเมินไม่เป็นที่พอใจ (Unsatisfactory)

๑๓.๒ การใช้ระดับคะแนนตัวอักษร

๑๓.๒.๑ ระดับคะแนน A B+ B C+ C D+ D และ F ให้ใช้ในกรณีเป็นรายวิชาที่ผู้เรียนเข้าสอบหรือมีผลงานที่ประเมินได้เป็นลำดับชั้น

๑๓.๒.๒ ระดับคะแนน F นอกเหนือจากกรณีตามข้อ ๑๓.๒.๑ ให้ใช้ในกรณีผู้เรียนทำผิดระเบียบการสอบและได้รับการลงโทษให้ระดับคะแนน F ตามข้อ ๒๐

๑๓.๒.๓ ระดับคะแนน S, U ใช้ในกรณีที่ผลการประเมินเป็นที่พอใจ หรือไม่พอใจในรายวิชาที่กำหนดไว้ว่า ให้ประเมินเป็น S, U

๑๓.๒.๔ ระดับคะแนน ST ใช้ในรายวิชาที่ผู้เรียนได้รับอนุมัติให้เทียบโอนผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้และเทียบโอนประสบการณ์

๑๓.๒.๕ ให้ผู้เรียนที่ลงทะเบียนเรียนแล้วแต่ยังไม่ประสงค์จะสอบประเมินผลตามกำหนดการในรอบการลงทะเบียนนั้น สามารถยื่นความประสงค์ขอสอบเมื่อมหาวิทยาลัยมีการจัดสอบในครั้งต่อไปได้

๑๓.๒.๖ การแก้ไขเปลี่ยนแปลงระดับคะแนนตัวอักษรต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการประจำสำนักวิชา/วิทยาลัย

๑๓.๓ การประเมินผลการศึกษา โดยการให้คะแนนเป็นร้อยละ หรือระดับสมรรถนะนอกเหนือจาก ๑๓.๑ และ ๑๓.๒ แล้ว หลักสูตรสามารถบันทึกระดับการประเมินผลเป็นคะแนน (ร้อยละ) โดยมีการเทียบคะแนนได้ ดังนี้

คะแนน (ร้อยละ)	ระดับคะแนน ตัวอักษร	ระดับคะแนน ผ่าน/ไม่ผ่าน
๘๐ ขึ้นไป	A	S ผ่าน
๗๕-๗๙	B+	
๗๐-๗๔	B	
๖๕-๖๙	C+	
๖๐-๖๔	C	
๕๕-๕๙	D+	U ไม่ผ่าน
๕๐-๕๔	D	
ต่ำกว่า ๕๐	F	

๑๓.๔ หลักสูตรสามารถใช้วิธีการประเมินผล โดยให้ระดับการประเมินผลที่แตกต่างไปจากวิธีการกำหนดในข้อ ๑๓.๑ - ๑๓.๓ ได้โดยให้ผ่านความเห็นชอบจากสภาวิชาการ ทั้งนี้ การประเมินผลโดยใช้ระดับการประเมินผลแบบอื่น ต้องแสดงการเทียบให้เป็นระดับคะแนนตัวอักษรตามลำดับชั้น เพื่อให้สามารถนำไปคำนวณแต้มระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมได้

ข้อ ๑๔ ผู้เรียนที่ได้รับอนุมัติให้เข้าศึกษาในรายวิชาที่มหาวิทยาลัยได้จัดขึ้น และได้ผ่านกระบวนการวัดผล และประเมินผลการศึกษาดำเนินการตามหลักเกณฑ์และมาตรฐานคุณภาพของการจัดการศึกษาที่มหาวิทยาลัยกำหนดแล้ว มหาวิทยาลัยจะออกใบรับรองผลการศึกษา หรือประกาศนียบัตร หรือวุฒิบัตรให้แก่ผู้เรียน ทั้งนี้ ให้เป็นไปตามประกาศที่มหาวิทยาลัยกำหนด

หมวดที่ ๖

การเทียบโอนผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ การเทียบโอนประสบการณ์ และการบันทึกผลการเรียน

ข้อ ๑๕ การเทียบโอนผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้และการเทียบโอนประสบการณ์ ให้คณะกรรมการประจำสำนักวิชา/วิทยาลัย ทำหน้าที่กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการวัดและการประเมินผล และทำหน้าที่พิจารณาผลการเทียบโอนผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ ดำเนินการประเมินการเทียบโอนผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้และการเทียบโอนประสบการณ์ ให้มีมาตรฐานเทียบเท่ากับผู้เรียนในระบบชั้นเรียน

ข้อ ๑๖ กรณีผู้เรียนได้รับหน่วยกิตจากการลงทะเบียนเรียนในรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย หรือจากสถาบันอุดมศึกษาอื่นที่มหาวิทยาลัยรับรอง และนำผลการเรียนไปโอนย้ายเพื่อสะสมหน่วยกิต ให้บันทึกผลการเรียนเป็นระดับคะแนนตัวอักษรตามลำดับชั้น

ข้อ ๑๗ กรณีผู้เรียนได้รับอนุมัติให้เทียบโอนหน่วยกิตด้วยผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้จากสถาบันอุดมศึกษาซึ่งไม่มีบันทึกข้อตกลงร่วมกัน ให้บันทึกตามวิธีการประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ โดยไม่ให้ระดับคะแนนตัวอักษรตามลำดับชั้น แต่ให้ระดับคะแนนตัวอักษร ST

/ ข้อ ๑๘ ...

ข้อ ๑๘ กรณีผู้เรียนได้รับอนุมัติให้เทียบโอนหน่วยกิตด้วยการเทียบโอนประสบการณ์ ให้บันทึกผลการเรียนตามวิธีการประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ โดยไม่ให้ระดับคะแนนตัวอักษรตามลำดับชั้น แต่ให้ระดับคะแนนตัวอักษร ST

ข้อ ๑๙ ค่าธรรมเนียมการเทียบโอนรายวิชา การเทียบโอนผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ และการเทียบโอนประสบการณ์ ให้เป็นไปตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

หมวดที่ ๗

การลงทะเบียนเรียน และการพ้นสภาพการเป็นผู้เรียน

ข้อ ๒๐ การลงทะเบียนเรียนที่กระทำผิด

๒๐.๑ เมื่อผู้เรียนกระทำผิด หรือร่วมกระทำผิดเกี่ยวกับการสอบ หรือการวัดผล ให้นำข้อบังคับข้อกำหนด ระเบียบ ประกาศ หรือคำสั่งของมหาวิทยาลัย ที่เกี่ยวข้องมาใช้พิจารณาแก่ความผิดนั้น

๒๐.๒ เมื่อผู้เรียนกระทำผิด หรือร่วมกระทำผิดเกี่ยวกับพฤติกรรมหรือวินัยผู้เรียน ให้นำข้อบังคับข้อกำหนด ระเบียบ ประกาศ หรือคำสั่งของมหาวิทยาลัย ที่เกี่ยวข้องมาใช้พิจารณาแก่ความผิดนั้น

ข้อ ๒๑ ผู้เรียนจะพ้นสภาพการเป็นผู้เรียนและสถานภาพผู้เรียนจะสิ้นสุดลงในกรณีใดกรณีหนึ่ง ดังนี้

๒๑.๑ เสียชีวิต

๒๑.๒ ลาออก

๒๑.๓ กระทำผิด ฝ่าฝืน หรือไม่ปฏิบัติตามข้อบังคับ ข้อกำหนด ระเบียบ ประกาศ หรือคำสั่งของมหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยมีประกาศให้พ้นสภาพ

หมวดที่ ๘

การให้คุณวุฒิ และปริญญา

ข้อ ๒๒ การให้คุณวุฒิและปริญญา

๒๒.๑ ผู้เรียนที่เข้าศึกษาเพื่อเพิ่มพูนความรู้ในรายวิชาต่าง ๆ ที่ได้ผ่านการวัดผลและประเมินผล การศึกษาตามหลักเกณฑ์และมาตรฐานคุณภาพการจัดการศึกษาที่มหาวิทยาลัยกำหนดแล้ว มหาวิทยาลัยจะออกใบรับรองผลการศึกษา ประกาศนียบัตร หรือวุฒิบัตรให้แก่ผู้เรียน ทั้งนี้ ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนด

๒๒.๒ ผู้เรียนที่ประสงค์จะได้รับปริญญาบัตรสาขาวิชาใด ๆ สามารถเทียบโอนรายวิชา เทียบโอนผลการศึกษาเข้าสู่งานศึกษาในระบบตามหลักสูตรในระดับปริญญาตรีหรือในระดับบัณฑิตศึกษา ทั้งนี้ ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนด

ประกาศ ณ วันที่ ๒๕ เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๔



(ศาสตราจารย์ ดร. วิจิตร ศรีสุอัน)
นายกสภามหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

ภาคผนวก 3

ประกาศมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ เรื่อง นโยบายและทิศทางในการผลิตบัณฑิตและพัฒนาผู้เรียน
ของมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์



ประกาศมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
เรื่อง นโยบายและทิศทางในการผลิตบัณฑิตและพัฒนาผู้เรียนของมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
พ.ศ. ๒๕๖๖

เพื่อให้การผลิตบัณฑิตและพัฒนาผู้เรียนของมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์เป็นไปตามกฎกระทรวง
ว่าด้วยมาตรฐานการศึกษาในระดับอุดมศึกษา พ.ศ. ๒๕๖๕ หมวด ๒ ข้อ ๑๒ (๑) สอดคล้องยุทธศาสตร์ชาติ
ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ที่มีเป้าหมาย เพื่อพัฒนาคนในทุกมิติและในทุกช่วงวัย
ให้เป็นคนดี คนเก่ง และมีคุณภาพ มีทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ ๒๑ มีทักษะในการสื่อสาร มีนิสัยรักการ
เรียนรู้และการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต และสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการระยะ
เวลา ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) ของมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ที่กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนให้เป็น
มหาวิทยาลัยคุณภาพใน ๔ ประเด็นย่อย ได้แก่ ๑) การนำองค์กรให้เป็นองค์กรสมรรถนะสูงและเป็น
มหาวิทยาลัยอัจฉริยะ ๒) การพัฒนาการเรียนการสอนตามมาตรฐานสากล ๓) การขับเคลื่อนให้บัณฑิตมีสมรรถนะสูง
และ ๔) การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมและสืบสานประเพณีไทย

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๑๖ (๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ พ.ศ. ๒๕๓๕
ประกอบกับมติสภามหาวิทยาลัย ในการประชุมครั้งที่ ๙/๒๕๖๖ เมื่อวันที่ ๒๐ กันยายน ๒๕๖๖ และมติสภา
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ในการประชุมครั้งที่ ๙/๒๕๖๖ เมื่อวันที่ ๑๔ ตุลาคม ๒๕๖๖ จึงประกาศนโยบายและ
ทิศทางในการผลิตบัณฑิตและพัฒนาผู้เรียนของมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ พ.ศ. ๒๕๖๖ ดังนี้

๑. พัฒนาให้ทุกหลักสูตรมีความทันสมัยสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิตและ
ความต้องการของสังคมทั้งในระดับประเทศและในระดับสากลทั้งในปัจจุบันและอนาคตโดยใช้ประโยชน์
จากเทคโนโลยีดิจิทัล (digital technology)

๒. รับนักศึกษาใหม่ที่มีคุณภาพสูง ตามเกณฑ์มาตรฐาน AUN QA 4.0

๓. พัฒนาคุณภาพการสอนของอาจารย์ตามกรอบมาตรฐานสากล United Kingdom
Professional Standard Framework (UKPSF)

๔. พัฒนาอาจารย์ให้มีคุณวุฒิการศึกษาและตำแหน่งทางวิชาการสูงขึ้นตามเกณฑ์
ที่กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมกำหนด

๕. พัฒนานักศึกษาให้มีทักษะสำหรับศตวรรษที่ ๒๑ โดยเน้นให้นักศึกษามีทักษะในการ
สื่อสารทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน มีทักษะในการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ มีทักษะในการ
ทำงานเป็นทีม มีความคิดสร้างสรรค์ มีภาวะผู้นำ มีจิตสาธารณะ และมีทักษะในการเรียนรู้ตลอดชีวิต

๖. พัฒนาระบบการดูแลนักศึกษา (แก่ง ตี มีสุข) และระบบการติดตามผลสัมฤทธิ์
ทางการเรียนของนักศึกษาให้มีประสิทธิภาพเพื่อให้นักศึกษามีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่ดี และจบการศึกษา
ตามแผนการศึกษา

๗. พัฒนาระบบสนับสนุนการปฏิบัติสหกิจศึกษา ๘ เดือน ร่วมกับสถานประกอบการ
อย่างต่อเนื่อง และเน้นการส่งนักศึกษาไปปฏิบัติสหกิจศึกษาในสถานประกอบการหรือหน่วยงานทั้งภาครัฐ
และเอกชนที่มีคุณภาพทั้งในและต่างประเทศ

๘. จัดระบบการจัดการเรียนการสอนและกิจกรรมพัฒนานักศึกษาให้สอดคล้องกับ
การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี การเรียนการสอนรูปแบบใหม่ (next normal learning space)

๙. จัดให้มีระบบการวัดประเมินผลการเรียนรู้ในรายวิชาในรูปแบบผสม ทั้งรูปแบบ
On-site และ On-line

๑๐. ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนอาจารย์และนักศึกษากับมหาวิทยาลัยในต่างประเทศ

๑๑. พัฒนาหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาให้เป็นหลักสูตรนานาชาติ

๑๒. จัดทำระบบคลังหน่วยกิต (credit bank) ให้มีความก้าวหน้า

๑๓. กรณีหลักสูตรรับนักศึกษาได้ต่ำกว่าแผนที่กำหนดติดต่อกันเกิน ๒ ปี ให้พิจารณา

ปิดหลักสูตร

๑๔. จัดระบบติดตามประเมินผลสัมฤทธิ์การดำเนินงานของบัณฑิต ความพึงพอใจ
ของผู้ใช้บัณฑิต และสร้างความสัมพันธ์กับศิษย์เก่าอย่างเข้มแข็งและต่อเนื่อง

โดยให้มหาวิทยาลัย จัดทำประกาศ ระเบียบ ข้อบังคับ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถ
จัดการศึกษาในทุกระดับให้เป็นไปตามนโยบายและทิศทางในการผลิตบัณฑิตและพัฒนาผู้เรียน
ของมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

ทั้งนี้ ตั้งแต่ปีการศึกษา ๒๕๖๗ เป็นต้นไป (ตั้งแต่เดือนมิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๗ เป็นต้นไป)

ประกาศ ณ วันที่ ๒ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๖



(นายธีระชัย เหมนะสิริ)

นายกสภามหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

๒ พ.ย. ๖๖ เวลา ๑๖:๕๖:๔๖ Personal PK-LN

Signature Code : lak3d-cgdrh-1LRIB-jQv8B



ภาคผนวก 4

ประกาศมหาวิทยาลัย เรื่องแนวทางการจัดการเรียนการสอนเป็นภาษาอังกฤษ
สำหรับรายวิชาในหลักสูตร



ประกาศมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
เรื่อง แนวทางการจัดการเรียนการสอนเป็นภาษาอังกฤษสำหรับรายวิชาในหลักสูตร

.....

โดยที่เป็นการสมควรให้กำหนดแนวทางการจัดการเรียนการสอนเป็นภาษาอังกฤษสำหรับ
รายวิชาในหลักสูตร ตามนโยบายสร้างความเข้มแข็งด้านภาษาอังกฤษให้กับนักศึกษา

อาศัยอำนาจตามความในข้อ ๔ แห่งข้อบังคับมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ว่าด้วยการศึกษา
ชั้นปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๖๐ ประกอบกับมติสภามหาวิทยาลัย ในการประชุมครั้งที่ ๓/๒๕๖๒ เมื่อวันที่ ๑๑
มิถุนายน ๒๕๖๒ จึงออกประกาศไว้ดังนี้

ข้อ ๑ เริ่มใช้แนวทางนี้กับนักศึกษารหัส ๖๑ เป็นต้นไป

ข้อ ๒ รายวิชาที่สอนเป็นภาษาอังกฤษ คือ รายวิชาตามแผนการเรียนของหลักสูตร
ทั้งรายวิชาบังคับและรายวิชาเลือก (ไม่รวมรายวิชาสหกิจศึกษา) จะต้องสอนเป็นภาษาอังกฤษทุกรายวิชา ดังนี้

(๑) รายวิชาในแผนการสอนชั้นปีที่ ๒ จะต้องสอนเป็นภาษาอังกฤษอย่างต่อเนื่อง
ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๒๕ ของชั่วโมงตามโครงสร้างหน่วยกิตของรายวิชานั้น

(๒) รายวิชาในแผนการสอนชั้นปีที่ ๓ ขึ้นไป จะต้องสอนเป็นภาษาอังกฤษอย่างต่อเนื่อง
ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕๐ ของชั่วโมงตามโครงสร้างหน่วยกิตของรายวิชานั้น

(๓) การออกแบบชั่วโมงสอนเป็นภาษาอังกฤษ หลักสูตรสามารถวางแผนการสอนได้ตาม
ความเหมาะสมและความจำเป็น

ข้อ ๓ ให้อธิการบดีรักษาการให้เป็นไปตามประกาศนี้

ข้อ ๔ ในกรณีมีปัญหาเกี่ยวกับการปฏิบัติตามประกาศนี้ ให้อธิการบดีเป็นผู้วินิจฉัย
คำวินิจฉัยของอธิการบดีถือเป็นที่สุด

ประกาศ ณ วันที่ ๑๙ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๒

(ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ อารังธัญวงศ์)
อธิการบดีมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

ภาคผนวก 5

คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจ
สาขาการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์



คำสั่งมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

ที่ ๑๘๕/๒๕๖๖

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๗)

เพื่อให้การปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๗) เป็นไปด้วยความเรียบร้อย อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๑๙ (๑๑) และ มาตรา ๒๔ แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ พ.ศ. ๒๕๓๕ และมติมอบอำนาจจากที่ประชุมสภาวิชาการ ครั้งที่ ๓/๒๕๖๐ เมื่อวันที่ ๒๓ มีนาคม ๒๕๖๐ ประกอบกับมติเห็นชอบจากที่ประชุมคณะกรรมการประจำ สำนักวิชาการจัดการ นวัตกรรม ครั้งที่ ๒/๒๕๖๖ วันที่ ๒๐ มกราคม ๒๕๖๖ จึงแต่งตั้งคณะกรรมการปรับปรุง หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๗) เพื่อ ทำหน้าที่ปรับปรุงหลักสูตรดังกล่าว ประกอบด้วยบุคคลดังต่อไปนี้

- | | |
|--|---------------------------------------|
| ๑. รองศาสตราจารย์ ดร.ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ | ประธานคณะกรรมการ |
| ๒. นายศรีโรจน์ อนุตรเศรษฐ์ | กรรมการ (ผู้ทรงคุณภายนอกมหาวิทยาลัย) |
| ๓. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อีร์ศักดิ์ จินดาบถ | กรรมการ (ผู้ทรงคุณภายนอกมหาวิทยาลัย) |
| ๔. นายพงศธร ศรีเหลืองพงษ์ | กรรมการ (ผู้ทรงคุณภายนอกมหาวิทยาลัย) |
| ๕. อาจารย์ ดร.ณัฐปรัชญา นันทวิสิทธิ์ | กรรมการ (อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร) |
| ๖. อาจารย์ลอง คิม | กรรมการ (อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร) |
| ๗. นางสาวทอปัด สุบรรณรักษ์ | กรรมการ (ผู้ใช้บัณฑิต) |
| ๘. นายสุรัตน์ ฐานะกาญจน์ | กรรมการ (ศิษย์เก่า) |
| ๙. อาจารย์ชัยชนะ อัมพรกลิ่นแก้ว (อาจารย์ประจำสาขาวิชา) | กรรมการและเลขานุการ |
| ๑๐. นางสาวนิษฐา ทองใบ (นักวิชาการ) | ผู้ช่วยเลขานุการ |

ภาคผนวก 6
ประวัติอาจารย์และเจ้าหน้าที่ในหลักสูตร



แบบฟอร์มประวัติและผลงานของอาจารย์ (Curriculum Vitae)

รศ.ดร.ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	โทรศัพท์	075 672 202
สำนักวิชาการจัดการ	โทรสาร	-
222 ต.ไทยบุรี อ.ท่าศาลา จ.นครศรีธรรมราช 80160	Email	psiwarit@wu.ac.th

1. การศึกษา (เรียงลำดับจากปีล่าสุด)

คุณวุฒิ	สาขาวิชา/สถาบันการศึกษา	ปี พ.ศ.
Ph.D.	Management Studies, University of Exeter, UK	2550-2553
บธ.ม.	บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้	2540-2542
บธ.บ.	(การตลาด) เกียรตินิยมอันดับ 2 มหาวิทยาลัยแม่โจ้	2536-2539

2. ประสบการณ์การทำงาน (เรียงลำดับจากปีล่าสุด)

ตำแหน่งงาน - องค์กรหรือหน่วยงาน	ปี พ.ศ.
รักษาการแทนรองอธิการบดี	2566 - ปัจจุบัน
รักษาการแทนคณบดี สำนักวิชาการจัดการ	2565 - 2566
รักษาการแทนหัวหน้าสาขาวิชาการตลาดดิจิทัล	2565 - ปัจจุบัน
รองศาสตราจารย์	2560 - ปัจจุบัน
ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารทรัพย์สิน มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	2560 - ปัจจุบัน
ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายพัฒนาทรัพย์สิน มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	2559 - ปัจจุบัน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	2548 - 2560
อาจารย์สาขาการตลาด สำนักวิชาการจัดการมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	2543 - 2548
ผู้จัดการโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	2543 - 2545

3. ความเชี่ยวชาญ

- 1) Consumption Studies
- 2) Consumer Culture Theory

- 3) Value Creation Process in Social Network
- 4) Consumer Experience
- 5) Brand Culture
- 6) Brand Community

4. ประสบการณ์การสอน (โดยเรียงจากปีล่าสุด)

 มี

 ไม่มี

ชื่อสถาบันการศึกษา	คณะ/สำนักวิชา/ภาควิชา	หลักสูตร/สาขาวิชา	ชื่อรายวิชา*	ปี พ.ศ.
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	สำนักวิชาการจัดการ	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์	MKT62-316 กลยุทธ์ตราสินค้าและการสื่อสารแบรนด์แบบบูรณาการ	2566
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	สำนักวิชาการจัดการ	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์	MKT62-301 ระเบียบวิธีวิจัยทางการตลาด MKT62-316 กลยุทธ์ตราสินค้าและการสื่อสารแบรนด์แบบบูรณาการ MKT62-313 วิจัยทางการตลาด	2565
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	สำนักวิชาการจัดการ	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์	MKT62-101 หลักการตลาด MKT60-316 กลยุทธ์ตราสินค้าและการสื่อสารแบรนด์แบบบูรณาการ MKT62-314 การตลาดดิจิทัลและเครือข่ายสังคมออนไลน์ MKT62-301 ระเบียบวิธีวิจัยทางการตลาด	2564
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	สำนักวิชาบัณฑิตวิทยาลัย	หลักสูตรบริหารธุรกิจ	MNM63-606 การตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์	2563
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	สำนักวิชาการจัดการ	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์	MKT60-442 หัวข้อเฉพาะด้าน : การตลาด MKT60-316 กลยุทธ์ตราสินค้าและการสื่อสารแบรนด์แบบบูรณาการ	2563

ชื่อสถาบันการศึกษา	คณะ/สำนักวิชา/ภาควิชา	หลักสูตร/สาขาวิชา	ชื่อรายวิชา*	ปี พ.ศ.
			MKT60-313 กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ MKT62-111 พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล MKT60-312 การตลาดดิจิทัลเชิงสร้างสรรค์ MKT62-314 การตลาดดิจิทัลและเครือข่ายสังคมออนไลน์	
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	สำนักวิชาการจัดการ	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์	BUS60-203 หลักการตลาด MKT62-101 หลักการตลาด MAR-424 กลยุทธ์ตราสินค้าและการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ MAR-422 หัวข้อเฉพาะด้าน: การตลาด MKT60-313 กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ MKT62-121 การสื่อสารของนักการตลาดอย่างมืออาชีพ MKT62-111 พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล MAR-322 การตลาดบนอินเทอร์เน็ต MKT60-312 การตลาดดิจิทัลเชิงสร้างสรรค์	2562

5. ผลงานที่ขอสำเร็จการศึกษา/ผลงานที่เกี่ยวข้องกับวิทยานิพนธ์

5.1 ชื่อวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาโท

-

5.2 ผลงานที่เกี่ยวข้องกับวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาโท (ถ้ามี)

-

6. ผลงานทางวิชาการย้อนหลัง 5 ปี (ที่ไม่ใช่ส่วนหนึ่งของการศึกษาเพื่อรับปริญญา)

6.1 บทความวิจัย/บทความวิชาการ ที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร

ลำดับ	บทความวิจัย/บทความวิชาการ ที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร	เกณฑ์ มาตรฐาน* (ระบุข้อ)	การเผยแพร่ ผลงานทางวิชาการ	
			ปี	เดือน
1	Sornsuwit, P., Jundahuadong, P. and Pongsakornrunsilp, S. (2023). A new efficiency improvement of ensemble learning for heart failure classification by Least Error Boosting. Emerging Science Journal. 7(1), 135 – 146.	12	2023	พฤษภาคม
2	Kim, L., Jindabot, T., Pongsakornrunsilp, S., and Ngachonphan, H. (2023). How to Enhance Perceived E-Learning Usefulness: Evidence from Thai University Students. ABAC Journal. 43(1), 18 - 33.	12	2023	มกราคม
3	Kim, L., Pongsakornrunsilp, P., Pongsakornrunsilp, S., Cattapan, T. and Nantavisit, N. (2022). Determinants of perceived e-learning usefulness in higher education: A case of Thailand. Innovative Marketing. 18(4), 86 – 96.	12	2022	พฤศจิกายน
4	Jamwal, A., Agrawal, R., Sharma, M., Kumar, A., Luthra, S. and Pongsakornrunsilp, S. (2022). Two decades of research trends and transformations in manufacturing sustainability: a systematic literature review and future research agenda. Production Engineering. https://doi.org/10.1007/s11740-021-01081-z .	12	2022	พฤศจิกายน
5	Pongsakornrunsilp, P., Pongsakornrunsilp, S., Jansom, A. and Chinchachokchai, S. (2022). Rethinking Sustainable Tourism Management: Learning from the COVID-19 Pandemic to Co-Create Future of Krabi Tourism, Thailand. Sustainability. 14(18), 11375. https://doi.org/10.3390/su141811375 .	12	2022	กันยายน
6	Jirojkul, S., Pongsakornrunsilp, S., Pianroj, P., Chaiyakot, P., Buakhwan, N., Mia, S., and Techato, K. (2021). Responsibility and Mindset of Tourist	12	2021	พฤศจิกายน

ลำดับ	บทความวิจัย/บทความวิชาการ ที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร	เกณฑ์ มาตรฐาน* (ระบุข้อ)	การเผยแพร่ ผลงานทางวิชาการ	
			ปี	เดือน
	and Community-Based Tourism Enterprise to Conserve the Environment and Energy. TEM Journal, 10(4), 1838 – 1848.			
7	Cuttapan, T. and Pongsakornrunsilp, S. (2022). Impact of omnichannel integration on Millennials' purchase intention for fashion retailer. Cogent Business and Management. 9(1), 2087460. https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2087460 .	12	2022	มิถุนายน
8	Jirojkul, S., Pongsakornrunsilp, S., Pianroj, P., Chaiyakot, P., Mia, S., Masst, T., Techato, K. (2021). The Effect of Mindset on Tourist Behaviour and Mindful Consumption in a Community Enterprise in Krabi, Thailand. TEM Journal, 10(3), 1082 – 1091.	12	2021	สิงหาคม
9	Pongsakornrunsilp S, Pongsakornrunsilp P, Pusaksrikit T, Wichasin P, and Kumar V. (2021). Co-Creating a Sustainable Regional Brand from Multiple Sub-Brands: The Andaman Tourism Cluster of Thailand. Sustainability, 13(16), 9409. https://doi.org/10.3390/su13169409 .	12	2021	สิงหาคม
10	Jansom, A. and Pongsakonrrungsilp, S. (2021). How Instagram Influencers Affect the Value Perception of Thai Millennial Followers and Purchasing Intention of Luxury Fashion for Sustainable Marketing. Sustainability, 13(15), 8572. https://doi.org/10.3390/su13158572 .	12	2021	กรกฎาคม
11	Pongsakonrrungsilp, S., Pongsakonrrungsilp, P., Kumar, V. and Maswongssa, B. (2021). The Art of Survival: Tourism Businesses in Thailand Recovering from COVID-19 through Brand Management. Sustainability, 13(12), 6690. https://doi.org/10.3390/su13126690 .	12	2021	มิถุนายน

ลำดับ	บทความวิจัย/บทความวิชาการ ที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร	เกณฑ์ มาตรฐาน* (ระบุข้อ)	การเผยแพร่ ผลงานทางวิชาการ	
			ปี	เดือน
12	Damla, İ., Ekren, B.Y., Kumar, V. and Pongsakonrunsilp, S. (2021). Omni-Chanel Network Design Towards Circular Economy Under Inventory Share Policies. Sustainability, 13(5), 1 – 21. https://doi.org/10.3390/su13052875 .	12	2021	มีนาคม
13	ลลิตา นวกิจไพฑูรย์ ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และพิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์. (2564). การวิเคราะห์องค์ประกอบรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennials ในประเทศไทย. วารสารวิชาการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ. 17(2), 18 – 43.	3	2564	กรกฎาคม
14	Pongsakonrunsilp, P. and Pongsakonrunsilp, S. (2021). Mindful tourism: nothing left behind—creating a circular economy society for the tourism industry of Krabi, Thailand. Journal of Tourism Futures, 1 – 15. http://doi.org/10.1108/JTF-01-2021-0001 .	12	2021	กรกฎาคม
15	Pongsakonrunsilp, S., Pusaksrikit, T. and Pongsakonrunsilp, P. (2021). Developing a green brand through co-creation process of Krabi, Thailand, International Journal of Innovation, Creativity and Change. 15(2), 135-158.	12	2021	-

6.2 หนังสือ/ตำรา

ลำดับ	หนังสือ/ตำรา	เกณฑ์ มาตรฐาน* (ระบุข้อ)	การเผยแพร่ ผลงานทางวิชาการ	
			ปี	เดือน
1	ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2564) หลักการตลาด พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ ท้อป จำกัด	7	2564	ตุลาคม
2	ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2555) หลักการตลาด พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ ท้อป จำกัด	7	2564	-
3	ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2548) การโฆษณาและส่งเสริมการตลาด: มุมมองของการสื่อสารการตลาด	7	2548	-

ลำดับ	หนังสือ/ตำรา	เกณฑ์ มาตรฐาน* (ระบุชื่อ)	การเผยแพร่ ผลงานทางวิชาการ	
			ปี	เดือน
	แบบบูรณาการ (แปลจาก George E. Belch and Michael A. Belch by the Right of McGraw-Hill) กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ ท้อป จำกัด			
4	ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2547) หลักการตลาด กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ ท้อป จำกัด	7	2547	-
5	ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2547) สถิติธุรกิจ กรุงเทพฯ: เพียร์สัน อินโดไชน่า จำกัด (ประเทศไทย)	7	2547	มิถุนายน

หมายเหตุ : * ระบุเลขชื่อเกณฑ์มาตรฐาน เพื่อนำไปบันทึกในระบบ checo ตามที่ปรากฏในตารางที่ 1

7. เกียรติคุณและรางวัล*

เกียรติคุณ/รางวัลที่ได้รับ	ปี พ.ศ.
Gold Award รางวัลคณาจารย์ที่มีผลงานวิจัยดีเด่น สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ เมื่อ : 29/06/2566 ผู้ได้รับรางวัล : รศ.ดร.ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์	2566
Shortlisted UK Alumni Awards for 2021-2022 in Science and Sustainability, British Council.	2565
ชื่อผลงาน : การรับรองการเรียนการสอนมาตรฐาน UK Professional Standards Framework (UKPSF) ในระดับ Fellow (FHEA: PR225953) เมื่อ 09/11/2564 (Date of recognition: 09/11/2021)	2564
รางวัลศิษย์เก่าดีเด่น ประจำปี 2564 ด้านความสำเร็จในหน้าที่/อาชีพการงาน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ในโอกาสครบรอบ 45 ปี คณะบริหารธุรกิจ	2564
รางวัล Best Paper บทความเรื่อง การสร้างอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของพื้นที่ร้อนเต็มคลองท่อม จังหวัดกระบี่ งานประชุมวิชาการระดับชาติด้านบริหารธุรกิจ ครั้งที่ 8 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้	2564
รางวัลนักวิจัยดีเด่น ประจำปี พ.ศ.2563 ประเภทที่ 1 High quality publication (Q1) จำนวนผลงานวิจัยที่ตีพิมพ์ในฐานข้อมูลนานาชาติ Q1 ระดับ Senior researcher มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	2563

เกียรติคุณ/รางวัลที่ได้รับ	ปี พ.ศ.
รางวัล Best Paper Award: Influences of Customer Value Co-Creation Behavior on Customer Brand Engagement of Furniture and Home Decoration Business in Thailand, the 7th Aalborg International Business Conference, Aalborg University, Denmark, 30 May – 1 June 2018	2561
รางวัล Best Presentation Award: Co-Creating the Tourism Identity of Gastronomic Creative City: The Case of Phuket, The 5th International Conference of Innovation, Valencia (Spain), 25 – 27 October 2017	2560
รางวัลผลงานวิจัยดีเด่น สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยจากแผนงานวิจัย แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวพุน้ำร้อนเคมึคลองท่อม จังหวัดกระบี่อย่างยั่งยืน.	2558
รางวัลผลงานวิจัยดีเด่น สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยจากแผนงานวิจัย การพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่	2557
รางวัล Bronze Award ในงาน Research Expo 2014 จัดโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)	2557
รางวัลการบริการวิชาการดีเด่น ปี พ.ศ. 2557 มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์จากผลงานท้อฟี่ส้มโอแสงวิมาน	2557
รางวัลโปสเตอร์ยอดเยี่ยม การประชุมวิชาการวลัยลักษณ์วิจัยครั้งที่ 3 มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ พ.ศ.2556	2556
รางวัลการบริการวิชาการดีเด่น ปี พ.ศ. 2556 มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์จากผลงานเยลลี่ส้มโอแสงวิมาน	2556

หมายเหตุ : * กรณีที่ได้รับการรับรองมาตรฐานวิชาชีพเพื่อการสอนและการสนับสนุนการเรียนรู้ที่มีคุณภาพของประเทศอังกฤษ UKPSF ขอให้ระบุข้อมูล หมายเลขอ้างอิง และปี พ.ศ. ที่ได้รับ



แบบฟอร์มประวัติและผลงานของอาจารย์ (Curriculum Vitae)

ผศ. วาลูกา เอเมก

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	โทรศัพท์ 075 676 481
สำนักวิชาสารสนเทศศาสตร์	โทรสาร -
222 ต.ไทยบุรี อ.ท่าศาลา จ.นครศรีธรรมราช 80160	Email waluka.am@wu.ac.th

1. การศึกษา (เรียงลำดับจากปีล่าสุด)

คุณวุฒิ	สาขาวิชา/สถาบันการศึกษา	ปี พ.ศ.
สธ.ม.	การออกแบบอุตสาหกรรม/สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง	2559
ศป.บ.	การออกแบบทัศนศิลป์-การออกแบบผลิตภัณฑ์/มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	2553

2. ประสบการณ์การทำงาน (เรียงลำดับจากปีล่าสุด)

ตำแหน่งงาน - องค์กรหรือหน่วยงาน	ปี พ.ศ.
อาจารย์ สำนักวิชาสารสนเทศศาสตร์ สาขาวิชาเทคโนโลยีมีเดียและแอนิเมชัน	2566-ปัจจุบัน
อาจารย์ บัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชาสหวิทยาการ-มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	2563-2566

3. ความเชี่ยวชาญ

- 1) การออกแบบอัตลักษณ์แบรนด์
- 2) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์
- 3) การออกแบบอุตสาหกรรม

4. ประสบการณ์การสอน (โดยเรียงจากปีล่าสุด ระบุไม่เกิน 5 ปีย้อนหลัง)

มี

ไม่มี

ชื่อสถาบันการศึกษา	คณะ/สำนักวิชา/ภาควิชา	หลักสูตร/สาขาวิชา	ชื่อรายวิชา*	ปี พ.ศ.
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	สำนักวิชาสารสนเทศศาสตร์	นิเทศศาสตร์ดิจิทัล	MAG62-111 ศิลปะดิจิทัล MKT62-312 นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์	2566
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	สำนักวิชาสารสนเทศศาสตร์	นิเทศศาสตร์ดิจิทัล	CMM62-315 การสื่อสารการตลาดดิจิทัล	2565
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	สำนักวิชาสารสนเทศศาสตร์	นิเทศศาสตร์ดิจิทัล	CMM62-104 การรู้เท่าทันสื่อ CMM62-212 ความคิดสร้างสรรค์ในงานสื่อสารการตลาด	2564
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	สำนักวิชาการจัดการ	สาขาการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์	MKT62-312 นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์	2564
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	สำนักวิชาการจัดการ	สาขาการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์	MKT60-313 กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ MKT62-121 การสื่อสารของนักการตลาดอย่างมืออาชีพ	2563-ปัจจุบัน
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	สำนักวิชาสาธารณสุขศาสตร์	อาชีวอนามัยและความปลอดภัย	OCC62-241 วิศวกรรมพื้นฐานสำหรับงานอาชีวอนามัยและความปลอดภัย	2563
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	สำนักวิชาสาธารณสุขศาสตร์	อนามัยสิ่งแวดล้อม	ENV61-364 ภาษาอังกฤษและการสื่อสารในงานอนามัยสิ่งแวดล้อม	2562
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	สำนักวิชาพหุภาษาและการศึกษาทั่วไป	รายวิชาทั่วไป	GEN61-152 การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและสภาวะโลกร้อน	2562

ชื่อสถาบันการศึกษา	คณะ/สำนักวิชา/ภาควิชา	หลักสูตร/สาขาวิชา	ชื่อรายวิชา*	ปี พ.ศ.
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	บัณฑิตวิทยาลัย	สาขาวิชาสหวิทยาการ	IND-331 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางการออกแบบ IND-441 การศึกษาทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ไม้และยางเฉพาะรายบุคคล IND-451 การศึกษาทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์และสื่อประชาสัมพันธ์เฉพาะรายบุคคล IND-461 การศึกษาทางการออกแบบหัตถอุตสาหกรรมเฉพาะรายบุคคล IND60-214 การออกแบบอุตสาหกรรม 2 IND60-361 การออกแบบผลิตภัณฑ์ 1 IND-442 ปริญญาโททางการออกแบบผลิตภัณฑ์ไม้และยาง 1 IND-452 ปริญญาโททางการออกแบบบรรจุภัณฑ์และสื่อประชาสัมพันธ์ 1 IND-462 ปริญญาโททางการออกแบบหัตถอุตสาหกรรม 1 IND60-399 การศึกษาอิสระทางออกแบบ	2562-ปัจจุบัน

หมายเหตุ : * กรณีที่เป็นรายวิชาที่สอน ณ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ขอให้ระบุรหัสรายวิชาและชื่อรายวิชาตามที่ปรากฏในเอกสาร มคอ.2 ของหลักสูตรนั้นๆ

5. ผลงานที่ขอสำเร็จการศึกษา/ผลงานที่เกี่ยวข้องกับวิทยานิพนธ์

5.1 ชื่อวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาโท

1) -

5.2 ผลงานที่เกี่ยวข้องกับวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาโท (ถ้ามี)

1) -

5.3 ชื่อวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาเอก

1) -

5.4 ผลงานที่เกี่ยวข้องกับวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาเอก (ถ้ามี)

1) -

6. ผลงานทางวิชาการย้อนหลัง 5 ปี

6.1 บทความวิจัย/บทความวิชาการ ที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร

ลำดับ	บทความวิจัย/บทความวิชาการ ที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร	เกณฑ์ มาตรฐาน* (ระบุข้อ)	การเผยแพร่ ผลงานทางวิชาการ	
			ปี	เดือน
1	Payaka, A., Amaek, W., Channuie, P.(2023). Warm deformed R2 inflation. Nuclear Physics B, 2023, 986, 116052	12	2566	มกราคม
2	Amaek, W., Payaka, A., Channuie, P. (2022). Warm inflation in general scalar-tensor theory of gravity. Physical Review D, 2022, 105(8), 083501	12	2565	เมษายน
3	Wattanapisit, A., Amaek, W., Wattanapisit, S., Tuangratananon, T., Wongsiri, S., Pengkaew, P.(2021). Challenges of implementing an mhealth application for personalized physical activity counselling in primary health care: A qualitative study. International Journal of General Medicine, 2021, 14, pp. 3821–3831	12	2564	มิถุนายน
4	Wattanapisit, A., Wattanapisit, S., Tuangratananon, T. Amaek, W., Wongsiri, S., Petchuay, P. (2021). Primary health care providers’ perspectives on developing an ehealth tool for physical activity counselling: A qualitative study. Journal of	12	2564	กุมภาพันธ์

ลำดับ	บทความวิจัย/บทความวิชาการ ที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร	เกณฑ์ มาตรฐาน* (ระบุข้อ)	การเผยแพร่ ผลงานทางวิชาการ	
			ปี	เดือน
	Multidisciplinary Healthcare, 2021, 14, pp. 321–333			
5	Wattanapisit, A., Amaek, W., Sukkriang, N., Wattanapisit, S., Wongsiri, S. (2020). Perspectives on Using Online Platforms for Promoting Running and Walking Activities. <i>Frontiers in Public Health</i> , 2020, 8, 150	12	2563	เมษายน
6	Wattanapisit, A., Amaek, W., Promma, W., Srirug, P., Cheangsan, U., Khwanchum, S., Chadakorn, W., Eardmak, K., Chadakorn, N. (2020). Effects of a workplace-based virtual-run intervention among university employees. <i>International Journal of Environmental Research and Public Health</i> , 2020, 17(8), 2745	12	2563	เมษายน

หมายเหตุ : * ระบุเลขข้อเกณฑ์มาตรฐาน เพื่อนำไปบันทึกในระบบ checo ตามที่ปรากฏในตารางที่ 1

6.2 บทความวิจัย/วิชาการที่เสนอในที่ประชุมวิชาการที่เป็น Proceeding

ลำดับ	บทความวิจัย/วิชาการที่เสนอในที่ประชุมวิชาการ ที่เป็น Proceeding	เกณฑ์ มาตรฐาน* (ระบุข้อ)	การเผยแพร่ ผลงานทาง วิชาการ	
			ปี	เดือน
1	วาตุกา เอ็มเอก ญัฐปรัชญา นันทวิสิทธิ์ พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์ และศิวฤทธิ พงศกรรังศิลป์. (2563). ศักยภาพการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวคุณค่าสูงพื้นที่จังหวัดกระบี่สู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับโลกในสถานการณ์วิกฤตการณ์โรคโควิด-19. การประชุม	5	2564	กุมภาพันธ์

ลำดับ	บทความวิจัย/วิชาการที่เสนอในที่ประชุมวิชาการ ที่เป็น Proceeding	เกณฑ์ มาตรฐาน* (ระบุข้อ)	การเผยแพร่ ผลงานทาง วิชาการ	
			ปี	เดือน
	วิชาการระดับชาติด้านบริหารธุรกิจครั้งที่ 8. คณะ บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้. 5 กุมภาพันธ์ 2564. 1296 – 1309.			
2	วาลูกา เอเมเอก ภาณุพงศ์ พุทธิรักษ์ ศศิพงศ์ ทิพย์รัชดา พร. (2563).การออกแบบอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สุขภาพ แบบไม่ใช่ยากรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ สุขภาพโรงพยาบาล พระอาจารย์ฝั้น อาจาโร อำเภอพรรณานิคม จังหวัด สกลนคร.วิธีพรรณสนสถาปัตยกรรมและการออกแบบ (CPAD) : วิธีพรรณสนสถาปัตยกรรมและการออกแบบ (CPAD).ณ ศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ จัดโดย สำนักวิชา สถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัย วลัยลักษณ์.	5	2563	กุมภาพันธ์

หมายเหตุ : * ระบุเลขข้อเกณฑ์มาตรฐาน เพื่อนำไปบันทึกในในระบบ checo ตามที่ปรากฏใน
ตารางที่ 1

6.3 สิทธิบัตร

ลำดับ	สิทธิบัตร	เกณฑ์ มาตรฐาน* (ระบุข้อ)	การเผยแพร่ ผลงานทาง วิชาการ	
			ปี	เดือน
1	ผศ.ดร.ประชิด สระโมหี, ผศ.วาลูกา เอเมเอก. (2563). ถ้วยยางป้องกันการสัมผัสลูกบิด.อนุ สิทธิบัตร.สิทธิบัตรไทย. 09/09/2563	15	2563	กันยายน
2	ผศ.ดร.ประชิด สระโมหี, ผศ.วาลูกา เอเมเอก. (2563). การออกแบบถ้วยยางป้องกันการสัมผัส	15	2563	กันยายน

	ลูกบิด.สิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์.สิทธิบัตร ไทย. 09/09/2563			
--	---	--	--	--

หมายเหตุ : * ระบุเลขข้อเกณฑ์มาตรฐาน เพื่อนำไปบันทึกในในระบบ checo ตามที่ปรากฏใน
ตารางที่ 1

7. เกียรติคุณและรางวัล*

เกียรติคุณ/รางวัลที่ได้รับ	ปี พ.ศ.
รางวัลบุคลากรดีเด่นด้านการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม (สายวิชาการ) รางวัลโล่เชิดชูเกียรติบุคลากรผู้มีผลงานดีเด่น ตามภารกิจหลักของ มหาวิทยาลัย ประจำปี 2563 เมื่อ : 09/09/2563 ผู้ได้รับรางวัล : ผศ.วาลูกา เอ็มเอก	2563
หนึ่งในผู้ได้รับรางวัลชนะเลิศวาดภาพประกอบ THE PORTFUNLIO Matching Art Game”/ กระจายหมายจันทร์ "THE PORTFUNLIO Matching Art Game" 1ใน 30 ท่านจากผลงาน 800 ผลงาน SANGSOM EXPERIENCE. แสงโสม เมื่อ : 04/08/256 ผู้ได้รับรางวัล : ผศ.วาลูกา เอ็ม เอก	2563

หมายเหตุ : * กรณีที่ได้รับการรับรองมาตรฐานวิชาชีพเพื่อการสอนและการสนับสนุนการเรียนรู้ที่มี
คุณภาพของประเทศอังกฤษ UKPSF ขอให้ระบุข้อมูล หมายเลขอ้างอิง และปี พ.ศ. ที่ได้รับ



แบบฟอร์มประวัติและผลงานของอาจารย์ (Curriculum Vitae)

นายวชรวรรษ พรหมมา

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	โทรศัพท์ 075 476 927
สำนักวิชาการบัญชีและการเงิน	โทรสาร -
222 ต.ไทยบุรี อ.ท่าศาลา จ.นครศรีธรรมราช 80160	Email pwutcha@wu.ac.th

1. การศึกษา (เรียงลำดับจากปีล่าสุด)

คุณวุฒิ	สาขาวิชา/สถาบันการศึกษา	ปี พ.ศ.
วท.ม.	การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ/ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	2550
วท.ม.	เทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ แขนงวิชาการระบบสารสนเทศทางการบัญชี/ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2549
บช.บ.	ระบบสารสนเทศทางการบัญชี/มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	2545

2. ประสบการณ์การทำงาน (เรียงลำดับจากปีล่าสุด)

ตำแหน่งงาน - องค์กรหรือหน่วยงาน	ปี พ.ศ.
อาจารย์หลักสูตรการบัญชี สำนักวิชาการจัดการ - มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	2549-ปัจจุบัน
ผู้ช่วยสอนหลักสูตรการบัญชี สำนักวิชาการจัดการ - มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	2548-2549
อาจารย์สาขาบัญชี คณะวิชาบริหารธุรกิจ-สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตศรีวิชัย	2545-2546

3. ความเชี่ยวชาญ

- 1) การบัญชี
- 2) ระบบสารสนเทศทางการบัญชี

4. ประสบการณ์การสอน (โดยเรียงจากปีล่าสุด ระบุไม่เกิน 5 ปีย้อนหลัง)

มี

ไม่มี

ชื่อสถาบันการศึกษา	คณะ/สำนักวิชา/ภาควิชา	หลักสูตร/สาขาวิชา	ชื่อรายวิชา*	ปี พ.ศ.
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	สำนักวิชาการบัญชีและการเงิน	สาขาวิชาการบัญชี	ACT62-323 การวางแผนทรัพยากรองค์กร ACT62-103 การบัญชีเพื่อการจัดการธุรกิจ	2565-ปัจจุบัน
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	สำนักวิชาการจัดการ	สาขาวิชาการบัญชี	ACT62-322 โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่องานทางบัญชี ACT60-431 การวิเคราะห์และออกแบบระบบสารสนเทศทางการบัญชี ACT60-432 หัวข้อพิเศษทางด้านระบบสารสนเทศทางการบัญชี I TD64-172 การจัดการเอกสารด้วยโปรแกรมประมวลผลคำ TD64-173 การใช้งานตารางคำนวณอิเล็กทรอนิกส์เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล	2564-ปัจจุบัน
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	สำนักวิชาการจัดการ	สาขาวิชาการบัญชี	ACT62-214 ระบบสารสนเทศทางการบัญชี ACT60-331 ระบบฐานข้อมูลสำหรับงานบัญชี	2563-ปัจจุบัน
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	สำนักวิชาการจัดการ	สาขาวิชาการบัญชี	ACT60-100 การบัญชีเบื้องต้น ACT60-213 การบัญชีต้นทุนและการจัดการ GEN61-161 นวัตกรรมและผู้ประกอบการ ACT60-312 โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่องานทางบัญชี	2562-ปัจจุบัน

ชื่อสถาบันการศึกษา	คณะ/สำนักวิชา/ภาควิชา	หลักสูตร/สาขาวิชา	ชื่อรายวิชา*	ปี พ.ศ.
			ACT-422 การวิเคราะห์และออกแบบระบบสารสนเทศทางการบัญชี ACT-423 สัมมนา ระบบสารสนเทศทางการบัญชี	

หมายเหตุ : * กรณีที่เป็นรายวิชาที่สอน ณ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ขอให้ระบุรหัสรายวิชาและชื่อรายวิชาตามที่ปรากฏในเอกสาร มคอ.2 ของหลักสูตรนั้นๆ

5. ผลงานที่ขอสำเร็จการศึกษา/ผลงานที่เกี่ยวข้องกับวิทยานิพนธ์

5.1 ชื่อวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาโท

- ระบบสารสนเทศบัญชีเจ้าหนี้สำหรับสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตศาลายา (A Payable accounting information system for Rajamangala Institute of Technology Salaya campus)
- ระบบสารสนเทศทางบัญชีการเงินสำหรับธุรกิจโรงเรียนอนุบาล (Financial Accounting Information System for Kindergarten Business)

6. ผลงานทางวิชาการย้อนหลัง 5 ปี (ที่ไม่ใช่ส่วนหนึ่งของการศึกษาเพื่อรับปริญญา)

6.1 บทความวิจัย/บทความวิชาการ ที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร

ลำดับ	บทความวิจัย/บทความวิชาการ ที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร	เกณฑ์ มาตรฐาน* (ระบุข้อ)	การเผยแพร่ ผลงานทางวิชาการ	
			ปี	เดือน
1	Treeratanaporn, T., & Promma, W. (2023). Data Mining of Financial Statement for Predicting Common Stock Prices for SET50: A Case Study of Thailand. Journal of Accountancy and Management, 15(1), 17–30. Retrieved from https://so02.tci-thaijo.org/index.php/mbs/article/view/252227	12	2565	มีนาคม
2	Songkajorn, Y., Aujirapongpan, S., Promma, W., Dowpiset, K., Jutidharabongse, J. (2022).	12	2565	เมษายน

ลำดับ	บทความวิจัย/บทความวิชาการ ที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร	เกณฑ์ มาตรฐาน* (ระบุข้อ)	การเผยแพร่ ผลงานทางวิชาการ	
			ปี	เดือน
	Attribute Implications and Reverberations of the Japanese Foreign Policy for Technology and Innovation Business in Thailand. Emerging Science Journal. Vol. 6, No. 3			
3	Promma, W., Aujirapongpan, S. (2021). Potential Indicators of Japanese Technology and Business Innovation Policy Adoption Among Thai Businesses. The Journal of Asian Finance, Economics and Business 8 (6), 213-221	12	2564	พฤษภาคม
4	สุชาวดี มีชัย, สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และ วชรวรรษพรหมมา. (2563). ต้นทุนกิจกรรมการรักษาโรคมะเร็งระดับในโรงพยาบาลของรัฐ กรณีศึกษาโรงพยาบาลสุราษฎร์ธานี. วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์, 13(1), 143-163.	5	2563	มิถุนายน

หมายเหตุ : * ระบุเลขข้อเกณฑ์มาตรฐาน เพื่อนำไปบันทึกในในระบบ checo ตามที่ปรากฏในตารางที่ 1

7. เกียรติคุณและรางวัล*

เกียรติคุณ/รางวัลที่ได้รับ	ปี พ.ศ.
ชื่อผลงาน : การรับรองการเรียนการสอนมาตรฐาน UK Professional Standards Framework (UKPSF) ในระดับ Fellow (FHEA: PR225953) เมื่อ 09/11/2564 (Date of recognition: 09/11/2021)	2564

หมายเหตุ : * กรณีที่ได้รับการรับรองมาตรฐานวิชาชีพเพื่อการสอนและการสนับสนุนการเรียนรู้ที่มีคุณภาพของประเทศอังกฤษ UKPSF ขอให้ระบุข้อมูล หมายเลขอ้างอิง และปี พ.ศ. ที่ได้รับ



แบบฟอร์มประวัติและผลงานของอาจารย์ (Curriculum Vitae)

อาจารย์ หลง กิม

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	โทรศัพท์ 098 080 5416
สำนักวิชาการจัดการ	โทรสาร -
222 ต.ไทยบุรี อ.ท่าศาลา จ.นครศรีธรรมราช 80160	Email longkim500@yahoo.com

1. การศึกษา (เรียงลำดับจากปีล่าสุด)

คุณวุฒิ	สาขาวิชา/สถาบันการศึกษา	ปี พ.ศ.
M.B.A.	Business administration (International program) Prince of Songkla University	2020
B.Econ	Economics (International Program) /Royal University of Phnom Penh, Cambodia	2017
B.B.A.	Banking and Finance /University of Economics and Finance, Cambodia	2015

2. ประสบการณ์การทำงาน (เรียงลำดับจากปีล่าสุด)

ตำแหน่งงาน - องค์กรหรือหน่วยงาน	ปี พ.ศ.
A Full-time Lecturer at University Walailak University, School of management	1 November 2022 ~present
A Full-time Lecturer at Hatyai University	2020-2022

3. ความเชี่ยวชาญ

- 1) Marketing
- 2) Human Resource Management

4. ประสบการณ์การสอน (โดยเรียงจากปีล่าสุด ระบุไม่เกิน 5 ปีย้อนหลัง)

มี

ไม่มี

ชื่อสถาบันการศึกษา	คณะ/สำนักวิชา/ภาควิชา	หลักสูตร/สาขาวิชา	ชื่อรายวิชา*	ปี พ.ศ.
Walailak University	School of management	Digital Marketing and Branding	-MKT62-311 Marketing	2022~present

			Strategies in Digital Era -MKT62-323 International Marketing -BUS62-203 International Business Management	
Hatyai University	Didyasarin International College	International Business Management	-International Business Management -International brand and marketing management -Research in Business -Office Management	2020-2022

หมายเหตุ : * กรณีที่เป็นรายวิชาที่สอน ณ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ขอให้ระบุรหัสรายวิชาและชื่อรายวิชาตามที่ปรากฏในเอกสาร มคอ.2 ของหลักสูตรนั้นๆ

5. ผลงานที่ขอสำเร็จการศึกษา/ผลงานที่เกี่ยวข้องกับวิทยานิพนธ์

5.1 ชื่อวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาโท

- 1) Investigating Customers' Switching Intention in Banking Industry of Cambodia

5.2 ผลงานที่เกี่ยวข้องกับวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาโท (ถ้ามี)

- 1) Kim, L., & Jindabot, T. (2021). A Structural Framework for Switching Intention in the Cambodian Banking Industry. The Retail and Marketing Review, 17(2), 67–83.

6. ผลงานทางวิชาการย้อนหลัง 5 ปี (ที่ไม่ใช่ส่วนหนึ่งของการศึกษาเพื่อรับปริญญา)

- 6.1 บทความวิจัย/บทความวิชาการ ที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร

ลำดับ	บทความวิจัย/บทความวิชาการ ที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร	เกณฑ์ มาตรฐาน* (ระบุข้อ)	การเผยแพร่ ผลงานทางวิชาการ	
			ปี	เดือน
1	Kim, L., Chouykaew, T., Pongsakornrunsilp, S., Jindabot, T., Lee S. (2023). How to promote repurchase intention toward Covid-19 antigen test kits: Evidence from Thai consumers. <i>Innovative Marketing</i> , 19(1),186-196.	12	2566	มีนาคม
2	Kim, L., Pongsakornrunsilp, S., Horam, N., Suong, S. (2023). How to make employees happy: Evidence from thai university lecturers. <i>Problems and Perspectives in Management</i> , 21(1), 482-492. doi:10.21511/ppm.21(1).2023.41	12	2566	มีนาคม
3	Kim, L., Pongsakornrunsilp, P., Pongsakornrunsilp, S., Horam, N., Kumar, V. (2023). Key Determinants of Job Satisfaction among University Lecturers. <i>Social Sciences</i> , 12 (3), 153.	12	2566	มีนาคม
4	Kim, L., Pongsakornrunsilp, S., Pongsakornrunsilp, P., Jindabot, T., Kumar, V. (2023). Why Do Customers Want to Buy COVID-19 Medicines? Evidence from Thai Citizens. <i>International Journal of Environmental Research and Public Health</i> 20 (6), 5027	12	2566	มีนาคม
5	Kim, L., Jindabot, T., Pongsakornrunsilp, S., Horam, N. (2023). How to Enhance Perceived E-Learning Usefulness: Evidence from Thai University Students. <i>ABAC Journal</i> , 43(1), 18-33.	12	2566	มกราคม
6	Hayeebanung, H., Ali, W. B., & Kim, L. (2022). What Causes Behavioral Intention in Online Food Delivery Service of Southern Thailand? <i>Journal of Positive School Psychology</i> , 6(8), 5888-5899.	12	2565	ธันวาคม
7	Kim, L., Maijan, P., Jindabot, T., & Ali, W. B. (2022). Assessing Customer Trust in Latex Glove Industry: Fear of Covid-19 as a Moderator. <i>ABAC Journal</i> , 42(2), 245-266.	12	2565	เมษายน

ลำดับ	บทความวิจัย/บทความวิชาการ ที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร	เกณฑ์ มาตรฐาน* (ระบุข้อ)	การเผยแพร่ ผลงานทางวิชาการ	
			ปี	เดือน
8	Kim, L., & Jindabot, T. (2022). Investigating Perceived E-banking Service Value in Cambodia. <i>Journal of Positive School Psychology</i> , 6(4), 1515–1526.	12	2565	เมษายน
9	Kim, L., & Jindabot, T. (2022). Evolution of Customer Satisfaction in E-Banking Service Industry. <i>Innovative Marketing</i> , 18(1), 131–141.	12	2565	เมษายน
10	Kim, L., Maijan, P., Jindabot, T., & Ali, W. B. (2021). How to build trust: Evidence from Thai customers in the latex glove industry. <i>Innovative Marketing</i> , 17(4), 120–131.	12	2564	ธันวาคม
11	Kim, L., Maijan, P., Jindabot, T., & Ali, W. B. (2021). Understanding Customer Trust in Latex Glove Industry: Evidence from Thai Customers. <i>Review of International Geographical Education Online</i> , 11(08), 1014–1022.	12	2564	สิงหาคม

หมายเหตุ : * ระบุเลขข้อเกณฑ์มาตรฐาน เพื่อนำไปบันทึกในในระบบ checo ตามที่ปรากฏในตารางที่ 1

6.2 บทความวิจัย/วิชาการที่เสนอในที่ประชุมวิชาการที่เป็น Proceeding

ลำดับ	บทความวิจัย/วิชาการที่เสนอในที่ประชุมวิชาการ ที่เป็น Proceeding	เกณฑ์ มาตรฐาน* (ระบุข้อ)	การเผยแพร่ ผลงานทางวิชาการ	
			ปี	เดือน
1	Kim, L., & Jindabot, T. (2021). The effects of Convenience and Customer Satisfaction on Switching Intention in the Context of Cambodian Banking Market. The 12th Hatyai National and International Conference, 1844–1858.	11	2564	มิถุนายน

หมายเหตุ : * ระบุเลขข้อเกณฑ์มาตรฐาน เพื่อนำไปบันทึกในในระบบ checo ตามที่ปรากฏในตารางที่ 1

7. เกียรติคุณและรางวัล*

เกียรติคุณ/รางวัลที่ได้รับ	ปี พ.ศ.
-	

หมายเหตุ : * กรณีที่ได้รับการรับรองมาตรฐานวิชาชีพเพื่อการสอนและการสนับสนุนการเรียนรู้ที่มีคุณภาพของประเทศไทย UKPSF ขอให้ระบุข้อมูล หมายเลขอ้างอิง และปี พ.ศ. ที่ได้รับ



แบบฟอร์มประวัติและผลงานของอาจารย์ (Curriculum Vitae)

ผศ.ดร. พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	โทรศัพท์ 075 672 239
สำนักวิชาการจัดการ	โทรสาร -
222 ต.ไทยบุรี อ.ท่าศาลา จ.นครศรีธรรมราช 80160	Email kpimlapa@wu.ac.th

1. การศึกษา (เรียงลำดับจากปีล่าสุด)

คุณวุฒิ	สาขาวิชา/สถาบันการศึกษา	ปี พ.ศ.
Ph.D.	Management Studies/University of Exeter	2554
วท.ม.	อุทยานและนันทนาการ/ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	2545
วท.บ.	วนศาสตร์/ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	2540

2. ประสบการณ์การทำงาน (เรียงลำดับจากปีล่าสุด)

ตำแหน่งงาน - องค์กรหรือหน่วยงาน	ปี พ.ศ.
อาจารย์ สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	2545 – ปัจจุบัน
หัวหน้าศูนย์ความเป็นเลิศการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์	2558 – ปัจจุบัน
ผู้ประสานงานหลักสูตร การจัดการการท่องเที่ยวและ อุตสาหกรรมบริการ ส สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	2546 – 2548

3. ความเชี่ยวชาญ

- 1) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ (Tourism and Hospitality Industry)
- 2) การจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Destination Management)
- 3) การตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Marketing and Consumer Behaviour)
- 4) การจัดการสปาและเวลเนส (Spa & Wellness Management)

4. ประสบการณ์การสอน (โดยเรียงจากปีล่าสุด ระบุไม่เกิน 5 ปีย้อนหลัง)

มี

ไม่มี

ชื่อสถาบันการศึกษา	คณะ/สำนัก วิชา/ ภาควิชา	หลักสูตร/ สาขาวิชา	ชื่อรายวิชา*	ปี พ.ศ.
มหาวิทยาลัยวลัย ลักษณ์	สำนัก วิชาการ จัดการ	อุตสาหกรรม การบริการ	THB60-422 วิจัยและ สัมมนาทางการโรงแรม THB60-103 พฤติกรรม นักท่องเที่ยวและการ สื่อสารข้ามวัฒนธรรม	2565
มหาวิทยาลัยวลัย ลักษณ์	สำนัก วิชาการ จัดการ	การจัดการการ ท่องเที่ยวและ การบริการยุค ดิจิทัล	THM65-101 อุตสาหกรรมการ ท่องเที่ยวและการบริการ ยุคดิจิทัล THM65-105 พฤติกรรม นักท่องเที่ยวและการ สื่อสารข้ามวัฒนธรรม	2565- ปัจจุบัน
มหาวิทยาลัยวลัย ลักษณ์	สำนัก วิชาการ จัดการ	ศิลปะการ ประกอบอาหาร อย่างมืออาชีพ	PCA63-201 พฤติกรรม ผู้ประกอบการและจิตวิทยา บริการในอุตสาหกรรม บริการ	2564
มหาวิทยาลัยวลัย ลักษณ์	สำนัก วิชาการ จัดการ	บริหารธุรกิจ (การตลาด ดิจิทัลและการ สร้างแบรนด์)	MKT62-301 ระเบียบวิธี วิจัยทางการตลาด	2564
มหาวิทยาลัยวลัย ลักษณ์	สำนัก วิชาการ จัดการ	บริหารธุรกิจ (การตลาด ดิจิทัลและการ สร้างแบรนด์)	MKT62-111 พฤติกรรม ผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล	2563- ปัจจุบัน
มหาวิทยาลัยวลัย ลักษณ์	สำนัก วิชาการ จัดการ	อุตสาหกรรม การบริการ	THB60-333 การ ท่องเที่ยวอาเซียนและ นานาชาติ	2563

ชื่อสถาบันการศึกษา	คณะ/สำนัก วิชา/ ภาควิชา	หลักสูตร/ สาขาวิชา	ชื่อรายวิชา*	ปี พ.ศ.
			THB60-243 การจัดการ สปา	
มหาวิทยาลัยวลัย ลักษณ์	สำนักวิชา บัณฑิต วิทยาลัย	-	MNM63-811 สัมมนา ทางด้านการจัดการทั่วไป	2563
มหาวิทยาลัยวลัย ลักษณ์	สำนักวิชา สาธารณสุข ศาสตร์	วิชาเลือกเสรี	PHP62-461 การ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	2563
มหาวิทยาลัยวลัย ลักษณ์	สำนัก วิชาการ จัดการ	อุตสาหกรรม ท่องเที่ยว	TOI-203 พฤติกรรม นักท่องเที่ยวและการ สื่อสารข้ามวัฒนธรรม	2562
มหาวิทยาลัยวลัย ลักษณ์	สำนัก วิชาการ จัดการ	การท่องเที่ยว และโรงแรม	THB60-101 ความรู้ เบื้องต้นเกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวและการโรงแรม THB60-103 พฤติกรรม นักท่องเที่ยวและการ สื่อสารข้ามวัฒนธรรม TOI-101 อุตสาหกรรม ท่องเที่ยว	2562- ปัจจุบัน

หมายเหตุ : * กรณีที่เป็นรายวิชาที่สอน ณ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ขอให้ระบุรหัสรายวิชาและชื่อรายวิชาตามที่ปรากฏในเอกสาร มคอ.2 ของหลักสูตรนั้นๆ

5. ผลงานที่ขอสำเร็จการศึกษา/ผลงานที่เกี่ยวข้องกับวิทยานิพนธ์

5.1 ชื่อวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาโท

1) Psychological Impacts and Determination of Psychological Carrying Capacity of Waterfall Recreation Areas

5.2 ชื่อวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาเอก

1) Energy Consumption and the Ecological Footprint of Tourism in an Island Destination: the Case of Koh Samui, Thailand.

6. ผลงานทางวิชาการย้อนหลัง 5 ปี

6.1 บทความวิจัย/บทความวิชาการ ที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร (เขียนรูปแบบบรรณานุกรมของมหาวิทยาลัยตามระบบ American Psychological Association APA 7th edition โดยเรียงจากปีล่าสุด) สำหรับการระบุผลงานทางวิชาการในคอลัมน์สุดท้ายให้เป็นไปตามการอ้างอิงในระบบ APA 7th edition ซึ่งสามารถศึกษา และดูตัวอย่างการเขียนอ้างอิงได้จาก<https://so02.tci-thaijo.org/index.php/EDUCU/article/view/153329/111738>

ลำดับ	บทความวิจัย/บทความวิชาการ ที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร	เกณฑ์ มาตรฐาน* (ระบุข้อ)	การเผยแพร่ ผลงานทางวิชาการ	
			ปี	เดือน
1	Kim, L., Pongsakornrunsilp, S., Pongsakornrunsilp, P., Jindabot, T., Kumar, V. (2023). Why Do Customers Want to Buy COVID-19 Medicines? Evidence from Thai Citizens. International Journal of Environmental Research and Public Health, 2023, 20(6), 5027	12	2566	มีนาคม
2	Kim, L., Pongsakornrunsilp, P., Pongsakornrunsilp, S., Horam, N., Kumar, V. (2023). Key Determinants of Job Satisfaction among University Lecturers. Social Sciences, 2023, 12(3), 153	12	2566	มกราคม
3	Pongsakornrunsilp, P., Pongsakornrunsilp, S., Jansom, A., Chinchachokchai, S. (2022). Rethinking Sustainable Tourism Management: Learning from the COVID-19 Pandemic to Co-Creat Future of Krabi Tourism, Thailand. Sustainability (Switzerland), 2022, 14(18), 11375	12	2565	กันยายน
4	Kim, L., Pongsakornrunsilp, P., Pongsakornrunsilp, S., Cattapan, T., Nantavisit, N. (2022). Determinants of perceived e-learning usefulness in higher	12	2565	สิงหาคม

ลำดับ	บทความวิจัย/บทความวิชาการ ที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร	เกณฑ์ มาตรฐาน* (ระบุข้อ)	การเผยแพร่ ผลงานทางวิชาการ	
			ปี	เดือน
	education: A case of Thailand. Innovative Marketing, 2022, 18(4), pp. 86–96			
5	Pongsakornrunsilp, S., Pongsakornrunsilp, P., Pusaksrikit, T., Wichasin, P., Kumar, V. (2021). Co-creating a sustainable regional brand from multiple sub-brands: The andaman tourism cluster of Thailand. Sustainability (Switzerland), 2021, 13(16), 9409	12	2564	สิงหาคม
6	Pongsakornrunsilp, P., Pongsakornrunsilp, S. (2021). Mindful tourism: nothing left behind—creating a circular economy society for the tourism industry of Krabi, Thailand. Journal of Tourism Futures, 2021	12	2564	กรกฎาคม
7	Pongsakornrunsilp, S., Pongsakornrunsilp, P., Kumar, V., Maswongssa, B. (2021). The art of survival: Tourism businesses in thailand recovering from covid-19 through brand management. Sustainability (Switzerland), 2021, 13(12), 6690	12	2564	มิถุนายน

หมายเหตุ : * ระบุเลขข้อเกณฑ์มาตรฐาน เพื่อนำไปบันทึกในในระบบ checo ตามที่ปรากฏในตารางที่ 1

6.2 บทความวิจัย/วิชาการที่เสนอในที่ประชุมวิชาการที่เป็น Proceeding

ลำดับ	บทความวิจัย/วิชาการที่เสนอในที่ประชุม วิชาการที่เป็น Proceeding	เกณฑ์ มาตรฐาน*	การเผยแพร่ ผลงานทางวิชาการ
-------	--	-------------------	-------------------------------

		(ระบุชื่อ)	ปี	เดือน
1	Pongsakonrrungsilp, S., Pongsakonrrungsilp, P. (2021). Developing a green brand through co-creation process of Krabi, Thailand. International Journal of Innovation, Creativity and Change. 15 (2). Pp 135-158.	12	2564	มกราคม
2	Sriharan, P., Pongsakonrrungsilp, S., Pongsakonrrungsilp, P. (2019). Consumer Culture, Food Choices and Cultural Tourism Development: A Study from Thailand. 7(5) pp345-361.	12	2562	พฤศจิกายน
3	Liakos, N., Kumar, V., Pongsakonrrungsilp, S., Garza-Reyes, JA., Gupta, B., Pongsakonrrungsilp, P. (2019). Understanding circular economy awareness and practices in manufacturing firms. Journal of Enterprise Information Management. 32(4). Pp 563-284.	12	2562	กรกฎาคม
4	พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์ ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และปิยะ ปานผู้มีทรัพย์. (2562).ปัจจัยที่มี ความสำคัญต่อการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม ของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่ The Important Factors for Applying Digital Platform of Hotel Businesses in Krabi. วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ. 15(1). Pp 167-186.	12	2562	มกราคม

หมายเหตุ : * ระบุเลขชื่อเกณฑ์มาตรฐาน เพื่อนำไปบันทึกในในระบบ checo ตามที่ปรากฏใน ตารางที่ 1

6.3 หนังสือ/ตำรา (เขียนรูปแบบบรรณานุกรมของมหาวิทยาลัยตามระบบ American Psychological Association APA 7th edition โดยเรียงจากปีล่าสุด)

ลำดับ	หนังสือ/ตำรา	เกณฑ์มาตรฐาน* (ระบุชื่อ)	การเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ	
			ปี	เดือน
1	ผศ.ดร.พิมพ์ภัส พงศกรรังศิลป์, นายกนกวรรณ แก้วอุไทย, รศ.ดร.ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, นายสุทธิณี พรพันธุ์ไพบูลย์, นายสุรศักดิ์ ชูทอง (2562). คู่มือขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว .เอเซีย ปรี๊นติ้ง.	7	2562	-
2	รศ.ดร.มัลลิกา เจริญสุธาสินี, รศ.ดร.กฤษณะเดช เจริญสุธาสินี, ผศ.ดร.พิมพ์ภัส พงศกรรังศิลป์ (2561). ถอดบทเรียนการพัฒนาทุนมนุษย์ทางการท่องเที่ยวและบริการในประเทศไทย. Creation Printing.	7	2561	-

หมายเหตุ : * ระบุเลขชื่อเกณฑ์มาตรฐาน เพื่อนำไปบันทึกในในระบบ checo ตามที่ปรากฏในตารางที่ 1

7. เกียรติคุณและรางวัล*

เกียรติคุณ/รางวัลที่ได้รับ	ปี พ.ศ.
Bronze Award รางวัลคณาจารย์ที่มีผลงานวิจัยดีเด่น สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ เมื่อ : 29/06/2566 ผู้ได้รับรางวัล : ผศ.ดร.พิมพ์ภัส พงศกรรังศิลป์	2566
Silver Award รางวัลคณาจารย์ที่มีผลงานการได้รับทุนสนับสนุนการวิจัย สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ เมื่อ : 29/06/2566 ผู้ได้รับรางวัล : ผศ.ดร.พิมพ์ภัส พงศกรรังศิลป์	2566
Goal Award รางวัลคณาจารย์ที่มีผลงานการได้รับทุนสนับสนุนการวิจัย สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ เมื่อ : 29/06/2566 ผู้ได้รับรางวัล : ผศ.ดร.พิมพ์ภัส พงศกรรังศิลป์	2566

เกียรติคุณ/รางวัลที่ได้รับ	ปี พ.ศ.
Silver Award รางวัลคณาจารย์ดีเด่นด้านการสอน สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ เมื่อ : 29/06/2566 ผู้ได้รับรางวัล : ผศ.ดร.พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์	2566
Best Paper Award การสร้างอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของพุน้ำร้อนเค็มคลองท่อม จังหวัดกระบี่ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เมื่อ : 05/02/2564 ผู้ได้รับรางวัล : รศ.ดร.ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, ผศ.ดร.พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์, นายธวัชชัย ศุภดิษฐ์, นายสุชาติ ฉันทสำราญ	2564
รางวัลผลงานวิจัยดีเด่น ประเภทผลงานวิจัยรับใช้สังคมดีเด่น สาขาสังคมศาสตร์ ประจำปี 2561 การพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ สถาบันวิจัยและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ เมื่อ : 22/03/2561 ผู้ได้รับรางวัล : ผศ.ดร.พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์	2561
Best Presentation Award / Co-Creating the Tourism Identity of Gastronomic Creative City: The Case of Phuket. The 5th International Conference of Innovation. เมื่อ : 25/10/2560 ผู้ได้รับรางวัล : รศ.ดร.ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, ผศ.ดร.พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์	2560
ผลงานวิจัยเด่นประจำปี 2558 แนวทางการพัฒนาพุน้ำร้อนเค็มคลองท่อม จังหวัดกระบี่ อย่างยั่งยืน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย เมื่อ : 26/02/2559 ผู้ได้รับรางวัล : ผศ.ดร.พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์	2559
บุคลากรดีเด่นด้านการวิจัย รางวัลเชิดชูเกียรติบุคลากรเด่นตามภารกิจหลักของมหาวิทยาลัย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ เมื่อ : 29/03/2559 ผู้ได้รับรางวัล : ผศ.ดร.พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์	2559
ผลงานวิจัยเด่น ประจำปีพ.ศ. 2557 การพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เมื่อ : 21/05/2558 ผู้ได้รับรางวัล : ผศ.ดร.พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์	2558
รางวัล Bronze AWARD in Research Expo2014 รางวัลผลงานวิจัยดีเด่น สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ เมื่อ : 11/08/2557 ผู้ได้รับรางวัล : ผศ.ดร.พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์, รศ.ดร.ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, ดร.ปิยะ ปานผู้มีทรัพย์	2557

เกียรติคุณ/รางวัลที่ได้รับ	ปี พ.ศ.
รางวัลนำเสนอดีเด่น รอยเท้าคาร์บอนจากการใช้พลังงานในอุตสาหกรรม ท่องเที่ยว: กรณีศึกษา เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ เมื่อ : 21/06/2555 ผู้ได้รับรางวัล : ผศ.ดร.พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์	2555

หมายเหตุ : * กรณีที่ได้รับการรับรองมาตรฐานวิชาชีพเพื่อการสอนและการสนับสนุนการเรียนรู้ที่มีคุณภาพของประเทศอังกฤษ UKPSF ขอให้ระบุข้อมูล หมายเลขอ้างอิง และปี พ.ศ. ที่ได้รับ



แบบฟอร์มประวัติและผลงานของอาจารย์ (Curriculum Vitae)

ผศ.ดร.พนิดา แซ่มข้าง

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	โทรศัพท์	075 672 217
สำนักวิชาการจัดการ	โทรสาร	075 672 202
222 ต.ไทยบุรี อ.ท่าศาลา จ.นครศรีธรรมราช 80160	Email	ppanida@wu.ac.th

1. การศึกษา (เรียงลำดับจากปีล่าสุด)

คุณวุฒิ	สาขาวิชา/สถาบันการศึกษา	ปี พ.ศ.
Ph.D.	Operations Research/ Case Western Reserve University (U.S.A.)	2543
M.S.	Management Science/ Case Western Reserve University (U.S.A.)	2541
M.S.	Operations Research/ University of Delaware (U.S.A.)	2539
วท.บ.	คณิตศาสตร์/จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2536

2. ประสบการณ์การทำงาน (เรียงลำดับจากปีล่าสุด)

ตำแหน่งงาน - องค์กรหรือหน่วยงาน	ปี พ.ศ.
รักษาการแทนหัวหน้าสาขาวิชา/สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	01/06/2565 - ปัจจุบัน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์/สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	31/08/2563 - ปัจจุบัน
อาจารย์/สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	21/05/2544 - ปัจจุบัน

3. ความเชี่ยวชาญ

- 1) Mathematical modeling & optimization
- 2) Transportation and distribution management
- 3) Inventory management
- 4) Empirical research in operations management

4. ประสบการณ์การสอน (โดยเรียงจากปีล่าสุด ระบุไม่เกิน 5 ปีย้อนหลัง)

มี ไม่มี

ชื่อสถาบันการศึกษา	คณะ/สำนัก วิชา/ ภาควิชา	หลักสูตร/ สาขาวิชา	ชื่อรายวิชา*	ปี พ.ศ.
มหาวิทยาลัยวลัย ลักษณ์	สำนัก วิชาการ จัดการ	หลักสูตร บริหารธุรกิจสาขา การจัดการโลจิส ติกส์	LGT62-334 การ ขนส่งระหว่าง ประเทศ	2565- ปัจจุบัน
มหาวิทยาลัยวลัย ลักษณ์	สำนัก วิชาการ จัดการ	หลักสูตร บริหารธุรกิจสาขา การจัดการโลจิส ติกส์	LGT62-312 การ จัดการสินค้าคงคลัง LGT62-322 การ วิเคราะห์เชิงลึก ทางโลจิสติกส์ LGT62-313 การ จัดการคลังสินค้า	2564- ปัจจุบัน
มหาวิทยาลัยวลัย ลักษณ์	สำนัก วิชาการ จัดการ	หลักสูตร บริหารธุรกิจ	LGT60-321 การ จัดการการขนส่งและ การกระจายสินค้า LGT60-431 โครงการบูรณาการ ความรู้ด้านโลจิสติกส์	2563
มหาวิทยาลัยวลัย ลักษณ์	สำนัก วิชาการ จัดการ	หลักสูตร บริหารธุรกิจ	BUS60-302 การ วิเคราะห์ข้อมูลขนาด ใหญ่เชิงลึกทางธุรกิจ	2562
มหาวิทยาลัยวลัย ลักษณ์	สำนัก วิชาการ จัดการ	หลักสูตร บริหารธุรกิจ	BUS-412 การวิจัย ทางธุรกิจ	2558- ปัจจุบัน

หมายเหตุ : * กรณีที่เป็นรายวิชาที่สอน ณ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ขอให้ระบุรหัสรายวิชาและชื่อรายวิชาตามที่ปรากฏในเอกสาร มคอ.2 ของหลักสูตรนั้นๆ

5. ผลงานที่ขอสำเร็จการศึกษา/ผลงานที่เกี่ยวข้องกับวิทยานิพนธ์

5.1 ชื่อวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาโท

1) Optimal Control in Economics Growth

5.2 ชื่อวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาเอก

1) The effects of Quality and Substitutability on Price Competition in Supply Chain

6. ผลงานทางวิชาการย้อนหลัง 5 ปี

6.1 บทความวิจัย/บทความวิชาการ ที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร

ลำดับ	บทความวิจัย/บทความวิชาการ ที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร	เกณฑ์ มาตรฐาน* (ระบุข้อ)	การเผยแพร่ ผลงานทางวิชาการ	
			ปี	เดือน
1	Li, Z., Chamchang, P., Niu, L., & Mo, J. (2022). A Multi-cycle inventory control model for deteriorating items with partial backlogging under trade credit. <i>Frontiers in Applied Mathematics and Statistics</i> , 89.	12	2565	พฤศจิกายน
2	Chamchang, P., Niyomdech, H.(2021).Impact of service policies on terminal gate efficiency: a simulation approach. <i>Cogent Business and Management</i> .8(1), 1975955	12	2564	กันยายน
3	Dong, W., & Chamchang, P. (2021). Customer Satisfaction on E-commerce Logistics Distribution Service Quality: A Case Study of Jingdong. <i>Science, Technology, and Social Sciences Procedia</i> , (1), acm008.	12	2564	ธันวาคม
4	Zhou, H., & Chamchang, P. (2021). Research on Influencing Factors of Software Project Schedule Management of Bulk Commodity Electronic Trading Platform. <i>Science, Technology, and Social Sciences Procedia</i> , 2021(1), acm007.	12	2564	ธันวาคม

หมายเหตุ : * ระบุเลขข้อเกณฑ์มาตรฐาน เพื่อนำไปบันทึกในในระบบ checo ตามที่ปรากฏในตารางที่ 1

6.2 บทความวิจัย/วิชาการที่เสนอในที่ประชุมวิชาการที่เป็น Proceeding

ลำดับ	บทความวิจัย/วิชาการที่เสนอในที่ประชุมวิชาการ ที่เป็น Proceeding	เกณฑ์ มาตรฐาน* (ระบุข้อ)	การเผยแพร่ ผลงานทางวิชาการ	
			ปี	เดือน
1	จอร์แดน เจสัน แม็คเคน, ญัฐปศัลภ์ วัฒนสิทธิ์, ญัฐ สุดา ทองสุวรรณ, ชันทิศ อิศรธราดล, นิธิวัช เอียด ทองคำ และพนิดา แซ่มซ้าง. (2565). การปรับปรุงผัง คลังสินค้า กรณีศึกษา : โรงนมเปี้ยะ แสงจันทร์. การประชุม วิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 11 ประจำปี พ.ศ.2565. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย ศิลปากร	10	2565	พฤศจิกายน
2	จุฑารัตน์ พรหมอินทร์ ฮัสมา สิติ วรรัตน์ สนิทใจ ศุทธิลักษณ์ นิลสมุทรร พนิดา แซ่มซ้าง และ บุญทวี จันทร์กลับ. (2564). กลยุทธ์การจัดการวัตถุดิบหลัก กรณีศึกษาบริษัท เอบีซี จำกัด. การประชุมวิชาการ ระดับชาติ SMARTS ครั้งที่ 10. คณะวิทยาการ จัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ศรีราชา (ออนไลน์)	10	2564	มิถุนายน
3	พนิดา แซ่มซ้าง, จรรยา ชาญชัยชูจิต.(2563).การ วิเคราะห์ประสิทธิภาพการจัดการรถบรรทุกขนส่ง สินค้าส่งออก ในพื้นที่เขตปลอดอากร ท่าอากาศยาน สุวรรณภูมิด้วยตัวแบบจำลอง.วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร ปีที่ 15 ฉบับที่ 2 หน้า 27-42.	10	2563	สิงหาคม
4	เกวลิน ศิลปผล ญัฐวณิชณ์ หมั่นถนอม ชนัชชา พล แก้ว ภัทราวดี ธรรมโชติ ลลิตา เรืองแก้ว อารียา พงศ์ ยี่หล จิตรกัญญา สว่างวงศ์ นันทิชา ศรีแก้ว สิริณญา แก้วแกมทอง พนิดา แซ่มซ้าง สุชเชิน นิยมเดชา และ บุญทวี จันทร์กลับ, (2563), การจำลองระบบ แถวคอยเพื่อลดระยะเวลารอคอยของแผนกผู้ป่วย นอก (คลินิกทั่วไป) กรณีศึกษา:โรงพยาบาลท่าศาลา, การประชุมวิชาการระดับชาติ “นเรศวรวิจัยและ นวัตกรรม” ครั้งที่ 16, มหาวิทยาลัยนเรศวร.	10	2563	กันยายน

ลำดับ	บทความวิจัย/วิชาการที่เสนอในที่ประชุมวิชาการ ที่เป็น Proceeding	เกณฑ์ มาตรฐาน* (ระบุข้อ)	การเผยแพร่ ผลงานทางวิชาการ	
			ปี	เดือน
5	Boontaree, C., Nariya, C., Panida, C., & Nittha, W. (2020). Customer Behaviour Toward Consumption of Local Rice in Pakpanang River Basin Area, Nakhon Si Thammarat Province, Thailand. Proceedings of The 3rd National and International Conference on Business, Informatics, and Management, 16-18 September 2020, Zoom Video Conference, 141-150.	10	2563	กันยายน

หมายเหตุ : * ระบุเลขข้อเกณฑ์มาตรฐาน เพื่อนำไปบันทึกในระบบ checo ตามที่ปรากฏในตารางที่ 1

7. เกียรติคุณและรางวัล*

เกียรติคุณ/รางวัลที่ได้รับ	ปี พ.ศ.
Bronze Award รางวัลคณาจารย์ดีเด่นด้านการสอน สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ เมื่อ : 29/06/2566 ผู้ได้รับรางวัล : ผศ.ดร.พนิดา แซ่มช้าง	2566
Fellow, UKPSF, Advance HE	2564
รางวัลผู้มีผลการประเมินการสอนดีเด่น กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	2563



แบบฟอร์มประวัติและผลงานของอาจารย์ (Curriculum Vitae)
ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุญตรี จันทร์กลับ

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	โทรศัพท์	075 672 224
สำนักวิชาการจัดการ	โทรสาร	075 672 202
222 ต.ไทยบุรี อ.ท่าศาลา จ.นครศรีธรรมราช 80160	Email	cboontar@wu.ac.th

1. การศึกษา (เรียงลำดับจากปีล่าสุด)

คุณวุฒิ	สาขาวิชา/สถาบันการศึกษา	ปี พ.ศ.
วท.ม.	การจัดการด้านโลจิสติกส์/จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2551
บธ.บ.	การบริหารการขนส่งระหว่างประเทศ/มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	2547

2. ประสบการณ์การทำงาน (เรียงลำดับจากปีล่าสุด)

ตำแหน่งงาน - องค์กรหรือหน่วยงาน	ปี พ.ศ.
ผู้ช่วยศาสตราจารย์/สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	2558 - ปัจจุบัน
เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนารุกิจ บริษัท เซาร์ทีร์นกรุ๊ป จำกัด	2551
เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด บริษัท RCL จำกัด (มหาชน)	2547

3. ความเชี่ยวชาญ

- 1) การจัดการโลจิสติกส์ (Logistics Management)
- 2) การจัดการโซ่อุปทาน (Supply Chain Management)
- 3) โซ่คุณค่า (Value Chain)

4. ประสบการณ์การสอน (โดยเรียงจากปีล่าสุด ระบุไม่เกิน 5 ปีย้อนหลัง)

มี

ไม่มี

ชื่อสถาบันการศึกษา	คณะ/สำนักวิชา/ภาควิชา	หลักสูตร/สาขาวิชา	ชื่อรายวิชา*	ปี พ.ศ.
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	สำนักวิชาการจัดการ	หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการโลจิสติกส์	LGT62-431กลยุทธ์โซ่อุปทานLGT60-411การออกแบบและวางแผนโซ่อุปทาน	2564-ปัจจุบัน
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	สำนักวิชาการจัดการ	หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการโลจิสติกส์	LGT60-321การจัดการขนส่งและการกระจายสินค้า LGT62-211การจัดการขนส่งและการกระจายสินค้า	2563-ปัจจุบัน
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	สำนักวิชาการจัดการ	การท่องเที่ยวและโรงแรม	THB60-411โลจิสติกส์สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	2563
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	สำนักวิชาการจัดการ	หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการโลจิสติกส์	LGT62-111การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน BUS60-206การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน LGT-323การจัดการการขนส่ง LGT-424การขนส่งระหว่างประเทศ LGT60-322การขนส่งระหว่างประเทศ	2562-ปัจจุบัน

หมายเหตุ : * กรณีที่เป็นรายวิชาที่สอน ณ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ขอให้ระบุรหัสรายวิชาและชื่อรายวิชาตามที่ปรากฏในเอกสาร มคอ.2 ของหลักสูตรนั้นๆ

5. ผลงานที่ขอสำเร็จการศึกษา/ผลงานที่เกี่ยวข้องกับวิทยานิพนธ์

5.1 ชื่อวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาโท

- 1) การวิเคราะห์โซ่คุณค่าของข้าว ในพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนัง

6. ผลงานทางวิชาการย้อนหลัง 5 ปี

6.1 บทความวิจัย/บทความวิชาการ ที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร (เขียนรูปแบบบรรณานุกรมของมหาวิทยาลัยตามระบบ American Psychological Association APA 7th edition โดยเรียงจากปีล่าสุด) สำหรับการระบุผลงานทางวิชาการในคอลัมน์สุดท้ายให้เป็นไปตามการอ้างอิงในระบบ APA 7th edition ซึ่งสามารถศึกษา และดูตัวอย่างการเขียนอ้างอิงได้จาก <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/EDUCU/article/view/153329/111738>

ลำดับ	บทความวิจัย/บทความวิชาการ ที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร	เกณฑ์ มาตรฐาน* (ระบุชื่อ)	การเผยแพร่ ผลงานทางวิชาการ	
			ปี	เดือน
1	Thinnakorn, R., Chanklap.B. (2022). Influence of the Global Urban Grid on Natural Movement within a Local Public Space: Case Study of Nakhon Si Thammarat Old Town, Thailand. International Review for Spatial Planning and Sustainable Development. Volume 10 No.4 (2022), Page 174-191.	12	2565	กรกฎาคม
2	Chanklap, B., Subsoonthonkul, K., Suphap, K., Wongpira. T., Sandee.H. (2021). Approaches to Morning Glory Supply Chain Management of Tung Yee Peng Community, Ko Lanta District, Krabi Province. International Journal of Multidisciplinary in Management and Tourism. Volume.5 No.1 January- June 2021, Page 9-18.	12	2564	มกราคม
3	Cheablam, O., Chanklap, B. (2020). Sustainable Nipa Palm (Nypa fruticansWurmb.) Product Utilization in Thailand. Hindawi Scientifica, Volume 2020, Article ID 3856203, 10 pages.	12	2563	กันยายน

หมายเหตุ : * ระบุเลขชื่อเกณฑ์มาตรฐาน เพื่อนำไปบันทึกในในระบบ checo ตามที่ปรากฏในตารางที่ 1

6.2 บทความวิจัย/วิชาการที่เสนอในที่ประชุมวิชาการที่เป็น Proceeding

ลำดับ	บทความวิจัย/วิชาการที่เสนอในที่ประชุมวิชาการที่เป็น Proceeding	เกณฑ์มาตรฐาน* (ระบุข้อ)	การเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ	
			ปี	เดือน
1	จุฑารัตน์ พรหมอินทร์ ฮัสมา ลีติ วรารัตน์ สนิทใจ ศุทธิลักษณ์ นิลสมุทรร พนิตา แซ่มซ่าง บุญชรี จันทร์กลับ. 2564. กลยุทธ์การจัดการวัตถุดิบหลัก กรณีศึกษา บริษัท เอปซี จำกัด (Strategy in Managing Direct Raw Material: A Case Study of ABC Company Limited (บรรยาย)). การประชุมวิชาการระดับชาติ SMARTS ครั้งที่ 10. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ศรีราชา(ออนไลน์)	10	2564	มิถุนายน
2	เกวลิน ศิลปผล, ณิชฐาวัฒน์ หมั่นถนอม, ธนัชชา พลแก้ว, ภัทราวดี ธรรมโชติ, ลลิตา เรืองแก้ว, อารียา พงศ์ยี่หล, จิตรกัญญา สว่างวงศ์, นันทิชา ศรีแก้ว, สิริณญา แก้วแกมทอง, พนิตา แซ่มซ่าง, ฮุซเซิน นียมเดชา และ บุญชรี จันทร์กลับ. 2563. การจำลองระบบแถวคอยเพื่อลดระยะเวลาารอคอยของแผนกผู้ป่วยนอก (คลินิกทั่วไป) กรณีศึกษา: โรงพยาบาลท่าศาลา (Simulation of a Queueing System for Reducing Out Patient Department Waiting Time. Case Study Tha Sala Hospital. (บรรยาย). การประชุมวิชาการระดับชาติ “นเรศวรวิจัยและนวัตกรรม” ครั้งที่ 16	10	2563	กันยายน
3	Chanklap,B,Chanklap,N.Chamchang,P.,Watthan asiripakdee,N. (2020), Customer Behaviour Toward Consumption of Local Rice in Pakpanang River Basin Area, Nakhon Si Thammarat Province, Thailand., 3rd National and International Conference on Business, Informatics, and Management, KMITL Business School, King Mongkut’s Institute of Technology Ladkrabang.	11	2563	กันยายน

หมายเหตุ : * ระบุเลขข้อเกณฑ์มาตรฐาน เพื่อนำไปบันทึกในระบบ checo ตามที่ปรากฏในตารางที่ 1

7. เกียรติคุณและรางวัล*

เกียรติคุณ/รางวัลที่ได้รับ	ปี พ.ศ.
Bronze Award รางวัลคณาจารย์ที่มีผลงานการได้รับทุนสนับสนุนการวิจัย สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ เมื่อ : 29/06/2566 ผู้ได้รับรางวัล : ผศ.บุญทวี จันทร์กลับ	2566
Bronze Award รางวัลคณาจารย์ดีเด่นด้านการสอน สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ เมื่อ : 29/06/2566 ผู้ได้รับรางวัล : ผศ.บุญทวี จันทร์กลับ	2566
Fellow, UKPSF, Advance HE	2564
โล่เชิดชูเกียรติบุคลากรดีเด่นด้านการวิจัย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2556/โล่เชิดชูเกียรติเนื่องในโอกาสอันเป็นมงคลครบรอบปีที่ 22 แห่งการสถาปนามหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	2557

หมายเหตุ : * กรณีที่ได้รับการรับรองมาตรฐานวิชาชีพเพื่อการสอนและการสนับสนุนการเรียนรู้ที่มีคุณภาพของประเทศอังกฤษ UKPSF ขอให้ระบุข้อมูล หมายเลขอ้างอิง และปี พ.ศ. ที่ได้รับ



แบบฟอร์มประวัติและผลงานของอาจารย์ (Curriculum Vitae)

อาจารย์ ดร.กัญญณีจ วิเชียรรัตน์

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	โทรศัพท์	075 672 223
สำนักวิชาการจัดการ	โทรสาร	075 672 202
222 ต.ไทยบุรี อ.ท่าศาลา จ.นครศรีธรรมราช 80160	Email	wkanyani@wu.ac.th

1. การศึกษา (เรียงลำดับจากปีล่าสุด)

คุณวุฒิ	สาขาวิชา/สถาบันการศึกษา	ปี พ.ศ.
Ph.D.	Management studies/ University of Exeter/ U.K.	2562
บธ.ม.	บริหารธุรกิจ/จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2550
บธ.บ.	การบริหารการขนส่งระหว่างประเทศ/มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	2546

2. ประสบการณ์การทำงาน (เรียงลำดับจากปีล่าสุด)

ตำแหน่งงาน - องค์กรหรือหน่วยงาน	ปี พ.ศ.
อาจารย์/สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	2551 - ปัจจุบัน
นักวิเคราะห์ บริษัท ทริส คอร์ปอเรชั่น จำกัด	2551-2551
นักวิเคราะห์ ศูนย์บริการวิชาการและฝึกอบรม คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2550-2551
ผู้ช่วยผู้จัดการหลักสูตร หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต (หลักสูตรนานาชาติ) คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2550-2550
เจ้าหน้าที่แผนกส่งออก บริษัท แคล-คอมพ์ อิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)	2546-2547

3. ความเชี่ยวชาญ

- 1) ธุรกิจระหว่างประเทศ

- 2) การจัดซื้อจัดหา
- 3) การนำเข้า – ส่งออก
- 4) การจัดการคุณภาพในการบริการ

4. ประสบการณ์การสอน (โดยเรียงจากปีล่าสุด ระบุไม่เกิน 5 ปีย้อนหลัง)

มี

ไม่มี

ชื่อสถาบันการศึกษา	สำนักวิชาการ	หลักสูตร/สาขาวิชา	ชื่อรายวิชา*	ปี พ.ศ.
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	สำนักวิชาการจัดการ	หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการโลจิสติกส์	LGT62-331 วิจัยทางโลจิสติกส์	2565-ปัจจุบัน
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	สำนักวิชาการจัดการ	หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการโลจิสติกส์	LGT62-311 การบริหารการจัดซื้อ LGT62-332 การจัดการนำเข้าและส่งออก	2564-ปัจจุบัน
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	สำนักวิชาการจัดการ	หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการโลจิสติกส์	BUS62-203 การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ	2563-ปัจจุบัน
			BUS60-301 ระเบียบวิธีวิจัย	2563-2564
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	สำนักวิชาการจัดการ	หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการโลจิสติกส์	LGT-321 การบริหารการจัดซื้อ LGT60-311 การบริหารการจัดซื้อ MAR-311 พฤติกรรมผู้บริโภค MKT60-311 พฤติกรรมผู้บริโภค	2562-2563

ชื่อสถาบันการศึกษา	สำนักวิชา	หลักสูตร/สาขาวิชา	ชื่อรายวิชา*	ปี พ.ศ.
			BUS-312 การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ BUS60-208 การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ BUS-311 ระเบียบวิธีวิจัยทางการจัดการ	
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	สำนักวิชาการจัดการ	หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการโลจิสติกส์	BUS-411 การจัดการกลยุทธ์ BUS62-101 การจัดการและพฤติกรรมองค์กร	2562

หมายเหตุ : * กรณีที่เป็นรายวิชาที่สอน ณ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ขอให้ระบุรหัสรายวิชาและชื่อรายวิชาตามที่ปรากฏในเอกสาร มคอ.2 ของหลักสูตรนั้นๆ

5. ผลงานที่ขอสำเร็จการศึกษา/ผลงานที่เกี่ยวข้องกับวิทยานิพนธ์

5.1 ชื่อวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาโท

5.2 ชื่อวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาเอก

1) Service Quality Management of Domestic Tour Operators in Thailand

6. ผลงานทางวิชาการย้อนหลัง 5 ปี (ที่ไม่ใช่ส่วนหนึ่งของการศึกษาเพื่อรับปริญญา)

6.1 บทความวิจัย/วิชาการที่เสนอในที่ประชุมวิชาการที่เป็น Proceeding

ลำดับ	บทความวิจัย/วิชาการที่เสนอในที่ประชุมวิชาการที่เป็น Proceeding	เกณฑ์มาตรฐาน* (ระบุชื่อ)	การเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ	
			ปี	เดือน
1	กัญญณีจ วิเชียรรัตน์. (2561). แนวทางการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุผ่านโรงเรียนผู้สูงอายุ: กรณีศึกษาจังหวัดเชียงราย.การประชุมวิชาการระดับชาติสวน	12	2561	กรกฎาคม

ลำดับ	บทความวิจัย/วิชาการที่เสนอในที่ประชุมวิชาการ ที่เป็น Proceeding	เกณฑ์ มาตรฐาน* (ระบุชื่อ)	การเผยแพร่ ผลงานทางวิชาการ	
			ปี	เดือน
	ดุสิต ครั้งที่ 3, วันที่ 31 กรกฎาคม 61, มหาวิทยาลัยสวนดุสิต กรุงเทพมหานคร, ประเทศไทย, 690-695.			

หมายเหตุ : * ระบุเลขชื่อเกณฑ์มาตรฐาน เพื่อนำไปบันทึกในในระบบ checo ตามที่ปรากฏใน
ตารางที่ 1

7. เกียรติคุณและรางวัล*

เกียรติคุณ/รางวัลที่ได้รับ	ปี พ.ศ.
Fellow, UKPSF, Advance HE	2564
ชื่อผลงาน : การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจยางปูสระเก็บกักน้ำทาง การเกษตรจากน้ำยางธรรมชาติ ชื่อรางวัล : รางวัลการนำเสนอแบบบรรยายดีเด่น ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จาก : การประชุมวิชาการ “วลัยลักษณ์วิจัย” ครั้งที่ 4 เมื่อ : 21/06/2555 ผู้ได้รับรางวัล : นางสาวกัญญานิจ วิเชียรรัตน์, นางสาวชลกานต์ เบ็ญจศักดิ์และ นางนลินี ทินนาม	2555

หมายเหตุ : * กรณีที่ได้รับการรับรองมาตรฐานวิชาชีพเพื่อการสอนและการสนับสนุนการเรียนรู้ที่มี
คุณภาพของประเทศอังกฤษ UKPSF ขอให้ระบุข้อมูล หมายเลขอ้างอิง และปี พ.ศ. ที่ได้รับ



แบบฟอร์มประวัติและผลงานของอาจารย์ (Curriculum Vitae)

อาจารย์สุพิชา วิไลศรี

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	โทรศัพท์	075 672 218
สำนักวิชาการจัดการ	โทรสาร	075 672 202
222 ต.ไทยบุรี อ.ท่าศาลา จ.นครศรีธรรมราช 80160	Email	supicha.vi@wu.ac.th

1. การศึกษา (เรียงลำดับจากปีล่าสุด)

คุณวุฒิ	สาขาวิชา/สถาบันการศึกษา	ปี พ.ศ.
MSc.	e-Business Management (Digital and Data Science) / University of Warwick, UK	2563
บธ.บ	การจัดการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ (เกียรตินิยมอันดับสอง) / จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2558

2. ประสบการณ์การทำงาน (เรียงลำดับจากปีล่าสุด)

ตำแหน่งงาน - องค์กรหรือหน่วยงาน	ปี พ.ศ.
อาจารย์ สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	2564-ปัจจุบัน
Assistant Manager - Channel Quality Management, Integrated Channels and Business Solution, Kasikorn Bank	2564
Sales Executive – International Logistics Business, SCG Logistics Management	2562
Freight Management Supervisor – International Logistics Business, SCG Logistics Management	2559 - 2561
Import Coordinator – International Logistics Business, SCG Logistics Management	2558

3. ความเชี่ยวชาญ

- 1) International Transport
- 2) Import and Export
- 3) Business Analytics

4. ประสบการณ์การสอน (โดยเรียงจากปีล่าสุด ระบุไม่เกิน 5 ปีย้อนหลัง)

มี

ไม่มี

ชื่อสถาบันการศึกษา	คณะ/สำนักวิชา/ภาควิชา	หลักสูตร/สาขาวิชา	ชื่อรายวิชา*	ปี พ.ศ.
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	สำนักวิชาการจัดการ	สาขาบริหารธุรกิจ / หลักสูตรการจัดการโลจิสติกส์	LGT62-101 การจัดการการดำเนินงาน	2564-ปัจจุบัน
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	สำนักวิชาการจัดการ	สาขาบริหารธุรกิจ / หลักสูตรการจัดการโลจิสติกส์	LGT62-334 การขนส่งระหว่างประเทศ	2564-ปัจจุบัน
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	สำนักวิชาการจัดการ	สาขาบริหารธุรกิจ / หลักสูตรการจัดการโลจิสติกส์	LGT62-321 ระบบสารสนเทศทางโลจิสติกส์	2564-ปัจจุบัน
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	สำนักวิชาการจัดการ	สาขาบริหารธุรกิจ / หลักสูตรการจัดการโลจิสติกส์	BUS62-204 การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่เชิงลึกทางธุรกิจ	2564-ปัจจุบัน

หมายเหตุ : * กรณีที่เป็นรายวิชาที่สอน ณ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ขอให้ระบุรหัสรายวิชาและชื่อรายวิชาตามที่ปรากฏในเอกสาร มคอ.2 ของหลักสูตรนั้นๆ

5. ผลงานที่ขอสำเร็จการศึกษา/ผลงานที่เกี่ยวข้องกับวิทยานิพนธ์

5.1 ชื่อวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาโท

1) An investigation into how Big Data Analytics (BDA) adoption can help manufacturers and logistics companies in Thailand improve the accuracy of demand forecasting.

6. ผลงานทางวิชาการย้อนหลัง 5 ปี

6.1 บทความวิจัย/บทความวิชาการ ที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร

ลำดับ	บทความวิจัย/บทความวิชาการ ที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร	เกณฑ์มาตรฐาน* (ระบุชื่อ)	การเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ

			ปี	เดือน
1	Cattapan, T., Vilaisri, S., Chinchanchokchai, S. (2023). The Influence of Social Media Influencers (SMI) on the Pro-Environmental Behavior of Thai Generation Y Regarding the Purchase of Electric Vehicles. ABAC Journal, 43(2), 77-91.	12	2566	เมษายน

หมายเหตุ : * ระบุเลขช่อกเกณฑ์มาตรฐาน เพื่อนำไปบันทึกในระบบ checo ตามที่ปรากฏในตารางที่ 1

6.2 บทความวิจัย/วิชาการที่เสนอในที่ประชุมวิชาการที่เป็น Proceeding

ลำดับ	บทความวิจัย/วิชาการที่เสนอในที่ประชุมวิชาการที่เป็น Proceeding	เกณฑ์มาตรฐาน* (ระบุช่อ)	การเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ	
			ปี	เดือน
1	จิตรกร ไชยราช, สุพิชา วิไลศรี, และพนิดา แซ่มช้าง. (2565). การปรับปรุงและเพิ่มผลผลิตภาพในกระบวนการผลิตกึ่งต้มซูชิ กรณีศึกษาโรงงานแปรรูปกึ่งต้มซูชิเพื่อการส่งออก. การประชุมเชิงวิชาการระดับชาติ ด้านบริหารธุรกิจ ครั้งที่ 9 (น.502-518). เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยแม่โจ้	10	2565	

หมายเหตุ : * ระบุเลขช่อกเกณฑ์มาตรฐาน เพื่อนำไปบันทึกในระบบ checo ตามที่ปรากฏในตารางที่ 1

7. เกียรติคุณและรางวัล*

เกียรติคุณ/รางวัลที่ได้รับ	ปี พ.ศ.
Bronze Award รางวัลคณาจารย์ที่มีผลงานการได้รับทุนสนับสนุนการวิจัย สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ เมื่อ : 29/06/2566 ผู้ได้รับรางวัล : อาจารย์สุพิชา วิไลศรี	2566
Gold Award รางวัลคณาจารย์ดีเด่นด้านการสอน สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ เมื่อ : 29/06/2566 ผู้ได้รับรางวัล : อาจารย์สุพิชา วิไลศรี	2566

Fellow, UKPSF, Advance HE	2564
จิตรกร ไชยราช, สุพิชา วิไลศรี, และพนิดา แซ่มช้าง บทความวิจัย “การปรับปรุงและเพิ่มผลิตภาพในกระบวนการผลิตกึ่งต้มซูชิ กรณีศึกษาโรงงานแปรรูปกึ่งต้มซูชิเพื่อการส่งออก” รางวัล Best Presentation การประชุมเชิงวิชาการระดับชาติด้านบริหารธุรกิจ ครั้งที่ 9 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้	2565

หมายเหตุ : * กรณีที่ได้รับการรับรองมาตรฐานวิชาชีพเพื่อการสอนและการสนับสนุนการเรียนรู้ที่มีคุณภาพของประเทศไทย UKPSF ขอให้ระบุข้อมูล หมายเลขอ้างอิง และปี พ.ศ. ที่ได้รับ



แบบฟอร์มประวัติและผลงานของอาจารย์ (Curriculum Vitae)

อาจารย์ทรงพันธ์ จันทร์ทอง

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	โทรศัพท์	075 676 264
สำนักวิชาพหุภาษาและการศึกษาทั่วไป	โทรสาร	-
222 ต.ไทยบุรี อ.ท่าศาลา จ.นครศรีธรรมราช 80160	Email	jsongpan@mail.wu.ac.th

1. การศึกษา (เรียงลำดับจากปีล่าสุด)

คุณวุฒิ	สาขาวิชา/สถาบันการศึกษา	ปี พ.ศ.
สธ.ม.	ศิลปะอุตสาหกรรม/สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง	2552
ศป.บ.	ออกแบบทัศนศิลป์ (ศิลปะเครื่องประดับ)/มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	2547

2. ประสบการณ์การทำงาน (เรียงลำดับจากปีล่าสุด)

ตำแหน่งงาน - องค์กรหรือหน่วยงาน	ปี พ.ศ.
อาจารย์ประจำหลักสูตรการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	2566
อาจารย์ประจำ สาขาการศึกษาทั่วไป สำนักวิชาพหุภาษาและการศึกษาทั่วไป พหุภาษาและการศึกษาทั่วไป หัวหน้ากลุ่มวิชานวัตกรรมและธุรกิจ	2563 - 2566
อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์ สำนักวิชาสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ	2552 - 2563
ผู้สอน รายวิชานวัตกรรมและผู้ประกอบการ THAIMOOC	
ผู้สอน รายวิชาความคิดสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนาตนเอง THAIMOOC	

ที่ปรึกษาด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์,บรรจุภัณฑ์และสื่อประชาสัมพันธ์งานภาครัฐและเอกชน	2552 - ปัจจุบัน
วิทยากรบรรยายด้านแนวคิดสร้างสรรค์,กระบวนการออกแบบ,กระบวนการคิดเชิงออกแบบ,แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์,การออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์,การออกแบบแบรนด์	2552 - ปัจจุบัน

3. ความเชี่ยวชาญ

- 1) การออกแบบเครื่องประดับ
- 2) ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์
- 3) การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์
- 4) การออกแบบแบรนด์
- 5) การถ่ายภาพสินค้า

4. ประสบการณ์การสอน (โดยเรียงจากปีล่าสุด ระบุไม่เกิน 5 ปีย้อนหลัง)

มี

ไม่มี

ชื่อสถาบันการศึกษา	คณะ/สำนักวิชา/ภาควิชา	หลักสูตร/สาขาวิชา	ชื่อรายวิชา*	ปี พ.ศ.
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	สำนักวิชาพหุภาษาและการศึกษาทั่วไป	วิชาเลือกเสรี	GED65-152 การถ่ายภาพ	2565
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	สำนักวิชาพหุภาษาและการศึกษาทั่วไป	กายภาพบำบัด วิศวกรรมไฟฟ้า เศรษฐศาสตร์ อนามัย สิ่งแวดล้อม, อาชีวอนามัย, สาธารณสุข การท่องเที่ยวและโรงแรม, ภาษาจีน, ,เกมส์ ศาสตร์,ทันตแพทยศาสตร์ (นานาชาติ)	GEN64-161 นวัตกรรมและผู้ประกอบการ	2563-ปัจจุบัน

ชื่อสถาบันการศึกษา	คณะ/สำนักวิชา/ภาควิชา	หลักสูตร/สาขาวิชา	ชื่อรายวิชา*	ปี พ.ศ.
		เทคนิคการแพทย์ (ทวิภาษา) สัตวแพทย์ (นานาชาติ)		
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	สำนักวิชาสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ	สาขาการออกแบบอุตสาหกรรม	IND60-388 การศึกษาอิสระทางการออกแบบหัตถอุตสาหกรรม 1 IND60-339 การตลาดและการจัดการธุรกิจการออกแบบ	2563
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	สำนักวิชาพหุภาษาและการศึกษาทั่วไป	กายภาพบำบัด วิศวกรรมไฟฟ้า เศรษฐศาสตร์ อนามัย สิ่งแวดล้อม, อาชีวอนามัย, สาธารณสุข การท่องเที่ยวและโรงแรม, ภาษาจีน ,เกมส์ ศาสตร์, ทัศน แพทยศาสตร์ (นานาชาติ) เทคนิคการแพทย์ (ทวิภาษา) สัตวแพทย์ (นานาชาติ)	GEN61-161 นวัตกรรมและผู้ประกอบการ	2562- ปัจจุบัน

ชื่อสถาบันการศึกษา	คณะ/สำนักวิชา/ภาควิชา	หลักสูตร/สาขาวิชา	ชื่อรายวิชา*	ปี พ.ศ.
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	สำนักวิชาสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ	สาขาการออกแบบอุตสาหกรรม	IND60-224 วัสดุและกรรมวิธีการผลิต3 IND-271 การถ่ายภาพ IND-274 ทักษะขั้นสูง ศึกษาเพื่อการออกแบบ IND60-396 การถ่ายภาพIND-441 การศึกษาทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ไม้และยางเฉพาะรายบุคคล IND-442 ปรินต์ทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ไม้และยาง 1 IND-443 ปรินต์ทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ไม้และยาง 2 IND-451 การศึกษาทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์และสื่อประชาสัมพันธ์เฉพาะรายบุคคล IND-452 ปรินต์ทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์	2562

ชื่อสถาบันการศึกษา	คณะ/สำนักวิชา/ภาควิชา	หลักสูตร/สาขาวิชา	ชื่อรายวิชา*	ปี พ.ศ.
			และสื่อ ประชาสัมพันธ์ 1 IND-461 การศึกษา ทางการออกแบบ หัตถอุตสาหกรรม เฉพาะรายบุคคล IND-462 ปริญญา นิพนธ์ทางการ ออกแบบหัตถ อุตสาหกรรม 1	

หมายเหตุ : * กรณีที่เป็นรายวิชาที่สอน ณ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ขอให้ระบุรหัสรายวิชาและชื่อรายวิชาตามที่ปรากฏในเอกสาร มคอ.2 ของหลักสูตรนั้นๆ

5. ผลงานที่ขอสำเร็จการศึกษา/ผลงานที่เกี่ยวข้องกับวิทยานิพนธ์

5.1 ชื่อวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาโท

1) -

5.2 ผลงานที่เกี่ยวข้องกับวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาโท (ถ้ามี)

1) -

6. ผลงานทางวิชาการย้อนหลัง 5 ปี

6.1 บทความวิจัย/วิชาการที่เสนอในที่ประชุมวิชาการที่เป็น Proceeding

ลำดับ	บทความวิจัย/วิชาการที่เสนอในที่ประชุมวิชาการที่เป็น Proceeding	เกณฑ์มาตรฐาน* (ระบุข้อ)	การเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ	
			ปี	เดือน
1	ทรงพันธ์ จันทร์ทอง. (2561).แนวทางการศึกษาฝ่ายกนครศรีธรรมราชเพื่อประยุกต์สู่การออกแบบเครื่องประดับ (บรรยาย). การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ “สานสัมพันธ์วัฒนธรรมอาเซียน” ครั้งที่ 3 ณ อาคารปฏิบัติการเทคโนโลยีและพัฒนานวัตกรรม มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.	4	2561	สิงหาคม

หมายเหตุ : * ระบุเลขข้อเกณฑ์มาตรฐาน เพื่อนำไปบันทึกในในระบบ checo ตามที่ปรากฏในตารางที่ 1

6.2 สิทธิบัตร

ลำดับ	สิทธิบัตร	เกณฑ์มาตรฐาน* (ระบุข้อ)	การเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ	
			ปี	เดือน
1	ทรงพันธ์ จันทร์ทอง. (2561). ลวดลายแบบปักกล่อง. สิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์. สิทธิบัตรไทย 83471. 18/06/2564	15	2564	มิถุนายน
2	ทรงพันธ์ จันทร์ทอง. (2561). แบบปักกล่อง. สิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์. สิทธิบัตรไทย 83470. 18/06/2564	15	2564	มิถุนายน
3	ทรงพันธ์ จันทร์ทอง. (2563). ขวด. สิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์. สิทธิบัตรไทย 7812. 22/07/2563	15	2563	กรกฎาคม
4	ทรงพันธ์ จันทร์ทอง. (2563). ขวด. สิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์. สิทธิบัตรไทย 7814. 22/07/2563	15	2563	กรกฎาคม
5	ทรงพันธ์ จันทร์ทอง. (2563). ขวด. สิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์. สิทธิบัตรไทย 78013. 22/07/2563	15	2563	กรกฎาคม
6	ทรงพันธ์ จันทร์ทอง. (2561). กล่องบรรจุภัณฑ์. สิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์. สิทธิบัตรไทย. 22/08/2561	15	2561	สิงหาคม
7	ทรงพันธ์ จันทร์ทอง. (2561). ลวดลายแบบปักกล่อง. สิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์. สิทธิบัตรไทย. 22/08/2561	15	2561	สิงหาคม

หมายเหตุ : * ระบุเลขข้อเกณฑ์มาตรฐาน เพื่อนำไปบันทึกในในระบบ checo ตามที่ปรากฏในตารางที่ 1

7. เกียรติคุณและรางวัล*

เกียรติคุณ/รางวัลที่ได้รับ	ปี พ.ศ.
ผู้ได้รับคะแนนดีจากงานบริการวิชาการรับใช้สังคม โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์สื่อสื่อ ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนท่าศาลา ศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ เมื่อ : 24/12/2562 ผู้ได้รับรางวัล : นายทรงพันธ์ จันทร์ทอง	2562
ผู้ที่ได้รับผลการประเมินการปฏิบัติงานในระดับ "ดีเยี่ยม" ผู้มีผลงานโดดเด่นปี 2562 มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ เมื่อ : 24/12/2562 ผู้ได้รับรางวัล : นายทรงพันธ์ จันทร์ทอง	2562
รางวัลชื่นชม ด้านงานบริการวิชาการ ประจำปีงบประมาณ 2557 โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อชุมชน มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ เมื่อ : 29/03/2556 ผู้ได้รับรางวัล : นายทรงพันธ์ จันทร์ทอง	2556

หมายเหตุ : * กรณีที่ได้รับการรับรองมาตรฐานวิชาชีพเพื่อการสอนและการสนับสนุนการเรียนรู้ที่มีคุณภาพของประเทศไทย UKPSF ขอให้ระบุข้อมูล หมายเลขอ้างอิง และปี พ.ศ. ที่ได้



แบบฟอร์มประวัติและผลงานของอาจารย์ (Curriculum Vitae)

อลิศรา สระโม่หี

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	โทรศัพท์ 075-476937
สำนักวิชาการบัญชีและการเงิน	โทรสาร -
222 ต.ไทยบุรี อ.ท่าศาลา จ.นครศรีธรรมราช 80160	Email palisara@wu.ac.th

1. การศึกษา (เรียงลำดับจากปีล่าสุด)

คุณวุฒิ	สาขาวิชา/สถาบันการศึกษา	ปี พ.ศ.
บช.ม.	การบัญชี / จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2548
บช.บ.	การสอบบัญชี / มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	2545

2. ประสบการณ์การทำงาน (เรียงลำดับจากปีล่าสุด)

ตำแหน่งงาน - องค์กรหรือหน่วยงาน	ปี พ.ศ.
อาจารย์ - สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	2548 – ปัจจุบัน

3. ความเชี่ยวชาญ

- 1) บัญชีการเงิน (Financial Accounting)
- 2) การตรวจสอบบัญชี (Auditing)

4. ประสบการณ์การสอน (โดยเรียงจากปีล่าสุด ระบุไม่เกิน 5 ปีย้อนหลัง)

มี

ไม่มี

ชื่อสถาบันการศึกษา	คณะ/สำนักวิชา/ภาควิชา	หลักสูตร/สาขาวิชา	ชื่อรายวิชา*	ปี พ.ศ.
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	สำนักวิชาการจัดการ	บริหารธุรกิจ (การจัดการโลจิสติกส์)	ACT62-103 การบัญชีเพื่อการจัดการธุรกิจ	2565-- ปัจจุบัน
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	สำนักวิชาการจัดการ	บัญชี	ACT60-312 การสอบบัญชี ACT62-321 การตรวจสอบระบบบัญชีคอมพิวเตอร์	2564- ปัจจุบัน

ชื่อสถาบัน การศึกษา	คณะ/สำนัก วิชา/ภาควิชา	หลักสูตร/ สาขาวิชา	ชื่อรายวิชา*	ปี พ.ศ.
มหาวิทยาลัยวลัย ลักษณ์	สำนักวิชาการ จัดการ	บริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์	MGT60-301 พันธกิจ สัมพันธ์เพื่อสังคม	2563- ปัจจุบัน
มหาวิทยาลัยวลัย ลักษณ์	สำนักวิชาการ จัดการ	บัญชี	ACT60-441 การบัญชี สำหรับวิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อม ACT62-111 การบัญชี ชั้นกลาง 1	2563- ปัจจุบัน
มหาวิทยาลัยวลัย ลักษณ์	สำนักวิชาการ จัดการ	บัญชี	ACT60-313 การสอบ บัญชี ACT60-112 การบัญชี ชั้นกลาง 2	2562- ปัจจุบัน
มหาวิทยาลัยวลัย ลักษณ์	สำนักวิชาการ จัดการ	เศรษฐศาสตร์ /การ ท่องเที่ยวและ โรงแรม	ACT60-100 การบัญชี เบื้องต้น	2562- ปัจจุบัน

หมายเหตุ : * กรณีที่เป็นรายวิชาที่สอน ณ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ขอให้ระบุรหัสรายวิชาและชื่อ
รายวิชาตามที่ปรากฏในเอกสาร มคอ.2 ของหลักสูตรนั้นๆ

5. ผลงานที่ขอสำเร็จการศึกษา/ผลงานที่เกี่ยวข้องกับวิทยานิพนธ์

5.1 ชื่อวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาโท

1) ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของบริษัทกับระดับการเปิดเผยข้อมูลในรายงานประจำปีของ
บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

(THE ASSOCIATION BETWEEN FIRM'S CHARACTERISTICS AND ANNUAL REPORT
DISCLOSURE LEVEL OF THE COMPANIES LISTED ON THE STOCK EXCHANGE OF
THAILAND)

6. ผลงานทางวิชาการย้อนหลัง 5 ปี

6.1 บทความวิจัย/บทความวิชาการ ที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร

ลำดับ	บทความวิจัย/บทความวิชาการ ที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร	เกณฑ์ มาตรฐาน* (ระบุข้อ)	การเผยแพร่ ผลงานทางวิชาการ	
			ปี	เดือน
1	Alisara , S., Yuttachai, H.,Sunthorn , B., Somnuk ,A., Jaturon ,J.(2022). Professional Skills Development Affecting Organizational Learning and Corporate Performance: An	12	2565	กุมภาพันธ์

	Empirical Study in Thailand. Journal. 11(1) pp234-241.			
2	อลิศรา สระโมฬี* ประภาดา ศรีสุวรรณ รัชดา สุวรรณ เกิด ศิริพร สว่างอารีย์รักษ์ ปานแก้วตา ลัคนาวาณิช. (2563). เปรียบเทียบปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือก กลุ่มวิชาชีพเลือกของนักศึกษา สาขาวิชาการบัญชี: การวิจัยเชิงสำรวจ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.วารสาร การจัดการ.เล่มที่ : 9 ฉบับที่ : 2 หน้า : 1-17	10	2563	เมษายน

หมายเหตุ : * ระบุเลขข้อเกณฑ์มาตรฐาน เพื่อนำไปบันทึกในในระบบ checo ตามที่ปรากฏใน
ตารางที่ 1

7. เกียรติคุณและรางวัล*

เกียรติคุณ/รางวัลที่ได้รับ	ปี พ.ศ.
ชื่อผลงาน: การรับรองการเรียนการสอนตามมาตรฐาน UK Professional Standards Framework (UKPSF) ในระดับ Fellow (FHEA: PR217415) เมื่อ: 05/08/2564 (Date of recognition: 05/08/2021)	2564

หมายเหตุ : * กรณีที่ได้รับการรับรองมาตรฐานวิชาชีพเพื่อการสอนและการสนับสนุนการเรียนรู้ที่มี
คุณภาพของประเทศอังกฤษ UKPSF ขอให้ระบุข้อมูล หมายเลขอ้างอิง และปี พ.ศ. ที่ได้รับ

ประวัติเจ้าหน้าที่ในหลักสูตร

รายชื่อเจ้าหน้าที่ในหลักสูตร

ลำดับ	ชื่อ - สกุล	ประวัติ การศึกษา ทั้งหมด	ภาระงานที่รับผิดชอบ	บรรยาย ประสบการณ์/ความ เชี่ยวชาญการ ทำงานที่สัมพันธ์กับ สาขาวิชาใน หลักสูตรนี้
1	ปภาดา ศรีธีรวิชัย	ศศ.บ. ศิลป ศาสตร์บัณฑิต สาขา ภาษาอังกฤษ	1.งานหลักสูตร /ปรับปรุง หลักสูตร 2.งานสนับสนุนการเรียนการ สอน/กิจกรรมนักศึกษา/สหกิจ ศึกษา 3.งานประกันคุณภาพการศึกษา ระดับหลักสูตร (QA) 4. โครงการงานประชาสัมพันธ์ หลักสูตร/รับนักศึกษา	ภาษาอังกฤษ

ลำดับ	ชื่อ - สกุล	ประวัติการศึกษาทั้งหมด	ภาระงานที่รับผิดชอบ	บรรยายประสบการณ์/ความเชี่ยวชาญการทำงานที่สัมพันธ์กับสาขาวิชาในหลักสูตรนี้
			5.งานเลขานุการของสาขาวิชา/ หลักสูตร 6.อื่นๆ - งานประชุมสำนักวิชา - งานประชุมสายปฏิบัติการ - การเข้าร่วมอบรม สัมมนาของมหาวิทยาลัย - งานงบประมาณประจำสาขาวิชาฯ (งบมหาวิทยาลัย/งบกองทุนสำนักวิชาการจัดการ) - งานสารบรรณ (ส่ง Doms) -ทำงานอื่นๆ ที่ได้รับมอบหมายจากอาจารย์ในสาขาวิชา -ดูแลอาจารย์ใหม่ -งานคู่มือ/วิจัย ส่วนบุคคล ที่เจ้าหน้าที่/นักวิชาการ ต้องจัดทำ	

ภาคผนวก 7

รายละเอียดการบริหารจัดการของชุดวิชา (Module) ในหลักสูตร

ภาคผนวก 8

ตารางเปรียบเทียบหลักสูตรเดิมกับหลักสูตรปรับปรุง (กรณีหลักสูตรปรับปรุง)

ตารางเปรียบเทียบหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ และโครงสร้างหลักสูตร (เฉพาะหลักสูตรปรับปรุง)
ระหว่างหลักสูตรเดิม พ.ศ. 2562 กับหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์

1. ตารางเปรียบเทียบชื่อหลักสูตรและปริญญา

หลักสูตรเดิม พ.ศ. “2562”	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. “2567”	หมายเหตุ
ชื่อหลักสูตร ภาษาไทย : หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขา การตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ ภาษาอังกฤษ : Bachelor of Business Administration Program in Digital Marketing and Branding	ชื่อหลักสูตร ภาษาไทย : หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขา การตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ ภาษาอังกฤษ : Bachelor of Business Administration Program in Digital Marketing and Branding	คงเดิม
ชื่อปริญญา ชื่อเต็ม (ไทย) : บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์) ชื่อย่อ (ไทย) : บธ.บ. (การตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์) ชื่อเต็ม (อังกฤษ) : Bachelor of Business Administration (Digital Marketing and Branding) ชื่อย่อ (อังกฤษ) : B.B.A. (Digital Marketing and Branding)	ชื่อปริญญา ชื่อเต็ม (ไทย) : บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์) ชื่อย่อ (ไทย) : บธ.บ. (การตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์) ชื่อเต็ม (อังกฤษ) : Bachelor of Business Administration (Digital Marketing and Branding) ชื่อย่อ (อังกฤษ) : B.B.A. (Digital Marketing and Branding)	คงเดิม

2. ตารางเปรียบเทียบปรัชญาหลักสูตร ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

หลักสูตรเดิม พ.ศ. “2562”	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. “2567”
1. ปรัชญาหลักสูตร	1. ปรัชญาหลักสูตร

หลักสูตรเดิม พ.ศ. “2562”	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. “2567”
<p>หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ มุ่งมั่นที่จะผลิตบัณฑิตให้ มีความรู้ ทักษะ ใฝ่รู้ และมีจริยธรรมในวิชาชีพ มีความรับผิดชอบ ต่อสังคม รวมทั้งมีความรู้พื้นฐานเพื่อศึกษาใน ระดับสูง สร้างความเป็นเลิศทาง วิชาการด้วยประสบการณ์จากการฝึกปฏิบัติงานจริงผ่านระบบสหกิจศึกษา ตลอดจน รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และสามารถประยุกต์ความรู้ กับสภาพความ เป็นจริงของสังคมได้</p>	<p>หลักสูตรการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ มุ่งผลิตบัณฑิตให้มีความพร้อมใน การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม สามารถ ประยุกต์ใช้เครื่องมือการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ในการสร้างหรือต่อยอด ธุรกิจ ภายใต้กรอบแนวคิด “เก่งวิชาการ เชี่ยวชาญการปฏิบัติ”</p>
<p>2. ความสำคัญ</p> <p>การปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจได้มีการพัฒนาเนื้อหารายวิชาโดยเชื่อมโยงใน เรื่องของนโยบาย Thailand 4.0 และ 3S ที่รัฐบาลมุ่งส่งเสริม คือ Startup, SME และ Social Enterprise รวมทั้งทิศทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 และสถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (Thailand Professional Qualification) เข้า ด้วยกัน จึงทำให้มีวิชาที่ทันสมัยและสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาของประเทศ และสอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการที่จะเน้นสมรรถนะในการ ทำงาน มีการจัดการเรียนการสอนแบบ Active Learning และมีการให้ความสำคัญ กับเรื่องภาษาอังกฤษทั้งในวิชาศึกษาทั่วไปและวิชาเฉพาะทาง โดยได้ระบุวิชาแกน ธุรกิจ จำนวน 2 วิชาที่มีกระบวนการเรียนการสอนแบบใช้ภาษาอังกฤษแบบเต็ม รูปแบบ ได้แก่ รายวิชา BUS62-203 การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ และรายวิชา LGT62-101 การจัดการการดำเนินงาน ทั้งนี้การมีระบบสหกิจศึกษา 2 ภาค การศึกษา ที่ช่วยให้นักศึกษาได้ปรับตัวก่อนเรียนจบและมีประสบการณ์ทำงานจริง สามารถบูรณาการความรู้ในภาคทฤษฎีไปใช้ในการปฏิบัติงานจริงได้ สร้างความ แตกต่างและสอดคล้องกับความต้องการของตลาด นอกจากนี้ยังมีกำหนด</p>	<p>2. ความสำคัญ</p> <p>การเปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจ และความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อ พฤติกรรมและการให้คุณค่าของลูกค้าในยุคปัจจุบันและอนาคตอย่างไม่สามารถ หลีกเลี่ยงได้ หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์จึง มุ่งเน้นการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาบัณฑิตให้มีความพร้อมต่อการ เปลี่ยนแปลงด้วยการติดตาม <u>การติดตามทิศทางปัญญาที่บัณฑิตสามารถนำมาใช้ประยุกต์กับ สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต ได้แก่ การพัฒนาระบบ ความคิดสร้างสรรค์ การพัฒนาความคิดเป็นระบบ การออกแบบเชิงระบบ ความสามารถในการรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง รวมถึงทักษะและความสามารถในการ ประยุกต์และเลือกใช้ส่วนประสมทางการตลาดและทรัพยากรอื่น ๆ ของธุรกิจในการ วางแผนการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ โดยมีคณาจารย์ในหลักสูตร ประสม ประสานกับอาจารย์พิเศษ และวิทยากร รวมถึงการทำงานร่วมกับอุทยาน วิทยาศาสตร์ภาคใต้ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ในการพัฒนานักศึกษา ในส่วนของ เครือข่ายหน่วยงานภายนอก หลักสูตรฯ มีการขับเคลื่อนความร่วมมือตามบันทึก ความเข้าใจกับ <u>University of Akron</u> ในการนำนักศึกษาจากประเทศสหรัฐอเมริกา</u></p>

หลักสูตรเดิม พ.ศ. “2562”	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. “2567”
กระบวนการทดสอบก่อนสำเร็จการศึกษา เพื่อเป็นการประมวลความรู้ให้แก่นักศึกษา คือ การสอบประมวลความรู้ก่อนสำเร็จการศึกษา (Comprehensive Exam)	มาเรียนและทำกิจกรรมร่วมกับนักศึกษา โดยมีอาจารย์จาก University of Akron มาเป็น Visiting Professor
3. วัตถุประสงค์ของหลักสูตร <ol style="list-style-type: none"> 1. ความรู้ ทักษะ ความสามารถ มีความเชี่ยวชาญด้านการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ 2. มีจริยธรรมในการประกอบอาชีพ และมีความรับผิดชอบต่อสังคม 3. สามารถประยุกต์ความรู้กับสภาพความเป็นจริงของสังคมได้ 4. มีความรู้และประสบการณ์ในวิชาชีพผ่านระบบสหกิจศึกษา 	3. วัตถุประสงค์ของหลักสูตร <ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อผลิตบัณฑิตนักการตลาดที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ทางการตลาดดิจิทัล การสร้างแบรนด์และมีความเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัล สอดคล้องกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรม และยุทธศาสตร์ชาติ 2. เพื่อผลิตบัณฑิตนักการตลาด และนักสร้างแบรนด์ที่สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างมูลค่าทางการตลาดและพัฒนาธุรกิจบนฐานเศรษฐกิจคุณค่าสูงตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 3. เพื่อผลิตบัณฑิตที่ตอบสนองนโยบายการพัฒนากำลังคนของประเทศตามพันธกิจหลักของมหาวิทยาลัย สอดคล้องกับการจัดกลุ่มสถาบันอุดมศึกษาที่เป็นมหาวิทยาลัยวิจัย 4. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีคุณลักษณะสอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ทั้ง 4 ด้านตามประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง รายละเอียดผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565

3. ตารางเปรียบเทียบโครงสร้างหลักสูตรฯ

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2562		หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567		หมายเหตุ
หน่วยกิตรวมไม่น้อยกว่า 157 หน่วยกิต		หน่วยกิตรวมไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิต		ปรับลดจำนวนหน่วยกิตให้
1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	40 หน่วยกิต	1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	26 หน่วยกิต	

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2562		หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567		หมายเหตุ
1.1 กลุ่มวิชาภาษาไทย	4 หน่วยกิต	1.1 กลุ่มวิชาภาษาไทย	2 หน่วยกิต	สอดคล้องกับ แผนการศึกษาจาก ระบบไตรภาคเป็น ระบบทวิภาค
1.2 กลุ่มวิชาภาษาต่างประเทศ	16 หน่วยกิต	1.2 กลุ่มวิชาภาษาต่างประเทศ	12 หน่วยกิต	
1.3 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์	4 หน่วยกิต	1.3 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ และสุนทรียศาสตร์	2 หน่วยกิต	
1.4 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และ เทคโนโลยี	4 หน่วยกิต	1.4 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และ เทคโนโลยี	4 หน่วยกิต	
1.5 กลุ่มวิชากีฬาและสุขภาพ	2 หน่วยกิต	1.5 กลุ่มวิชากีฬาและสุขภาพ	2 หน่วยกิต	
1.6 กลุ่มวิชาธุรกิจและการประกอบการ	3 หน่วยกิต	1.6 กลุ่มวิชาธุรกิจและการ ประกอบการ	2 หน่วยกิต	
1.7 กลุ่มวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ	7 หน่วยกิต	1.7 กลุ่มวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ	2 หน่วยกิต	
2)หมวดวิชาเฉพาะ	109 หน่วยกิต	2)หมวดวิชาเฉพาะ	88 หน่วยกิต	
2.1 กลุ่มวิชาแกน	44 หน่วยกิต	2.1 กลุ่มวิชาแกน	27 หน่วยกิต	
2.2 กลุ่มวิชาเฉพาะ	48 หน่วยกิต	2.2 กลุ่มวิชาเฉพาะ	48 หน่วยกิต	
2.2.1) กลุ่มวิชาบังคับ	32 หน่วยกิต	2.3 กลุ่มวิชาพื้นฐานอาชีพและวิชาชีพ	13 หน่วยกิต	
2.2.2) กลุ่มวิชาเลือก	16 หน่วยกิต			
2.3 กลุ่มวิชาพื้นฐานอาชีพและวิชาชีพ	17 หน่วยกิต			
3)หมวดวิชาเลือกเสรี 8 หน่วยกิต		3)หมวดวิชาเลือกเสรี 6 หน่วยกิต		

4. ตารางเปรียบเทียบรายวิชา (หลักสูตรเดิมและหลักสูตรปรับปรุง)

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2567	เหตุผล
หมวดวิชาแกนธุรกิจ		

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2564			หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2567			เหตุผล
ACT62-103	การบัญชีเพื่อการจัดการธุรกิจ	4(4-0-8)	ACT67-105	การบัญชีเพื่อการจัดการธุรกิจ	3(3-0-6)	ปรับโครงสร้างหลักสูตรฯเป็นทวิภาค
ECN62-200	เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น	4(4-0-8)	MKT67-102	เศรษฐศาสตร์เพื่อการจัดการยุคดิจิทัล	3(3-0-6)	ปรับโครงสร้างหลักสูตรฯเป็นทวิภาค
BUS62-101	การจัดการและพฤติกรรมองค์กร	4(4-0-8)	MKT67-201	การจัดการทรัพยากรมนุษย์และพฤติกรรมองค์กร	3(3-0-6)	ปรับโครงสร้างหลักสูตรฯเป็นทวิภาค
BUS62-201	คณิตศาสตร์และสถิติธุรกิจ	4(4-0-8)	MKT67-203	สถิติธุรกิจ	3(3-0-6)	ปรับโครงสร้างหลักสูตรฯเป็นทวิภาค
BUS62-202	กฎหมายธุรกิจและภาษีอากร	4(4-0-8)	MKT67-204	กฎหมายธุรกิจและภาษีอากร	3(3-0-6)	ปรับโครงสร้างหลักสูตรฯเป็นทวิภาค
BUS62-203	การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ	4(4-0-8)	ยกเลิก			ปรับโครงสร้างหลักสูตรฯเป็นทวิภาค และเน้นรายวิชาที่ตอบสนองต่อความต้องการของ Stakeholders ด้านทักษะและตำแหน่งงานที่เหมาะสมด้านการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์
BUS62-204	การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่เชิงลึกทางธุรกิจ	4(3-2-7)	ยกเลิก			นำไปรวมในวิชาการจัดการข้อมูลการตลาดดิจิทัล
MKT62-101	หลักการตลาด	4(4-0-8)	MKT67-101	หลักการตลาดยุคดิจิทัล	3(3-0-6)	ปรับโครงสร้างหลักสูตรฯเป็นทวิภาค
FIN62-101	การเงินธุรกิจ	4(4-0-8)	MKT67-202	การจัดการการเงินธุรกิจยุคดิจิทัล	3(3-0-6)	ปรับโครงสร้างหลักสูตรฯเป็นทวิภาค

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2564			หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2567			เหตุผล
LGT62-101	การจัดการการดำเนินงาน	4(4-0-8)	LGT67-101	การจัดการการดำเนินงาน	3(3-0-6)	ปรับโครงสร้างหลักสูตรฯเป็นทวิภาค
MKT62-301	ระเบียบวิธีวิจัยทางการตลาด	4(2-4-6)	ยกเลิก			ปรับโครงสร้างหลักสูตรฯเป็นทวิภาค และมีนำไปสอนในวิชาการวิจัยตลาด
ไม่มี			MKT67-103	พฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัล	3(3-0-6)	ปรับจากวิชาเอกบังคับเป็นวิชาแกนธุรกิจ เพื่อวางพื้นฐานการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค
หมวดวิชาเฉพาะ						
1) กลุ่มวิชาเอกบังคับ/เอกเลือก 48 หน่วยกิต			1) กลุ่มวิชาเฉพาะด้านการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ 48 หน่วยกิต			
MKT62-111	พฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัล	4(4-0-8)	ปรับเป็นวิชาแกนธุรกิจ			ปรับเป็นวิชาแกนธุรกิจ
ไม่มี			MKT67-211	สุนทรียภาพในการสร้างแบรนด์	3(3-0-6)	ปรับเพิ่มรายวิชาให้สอดคล้องกับความรู้ด้านการสร้างแบรนด์
MKT62-121	การสื่อสารของนักการตลาดอย่างมืออาชีพ	4(3-2-7)	MKT67-212	การสื่อสารของนักการตลาดอย่างมืออาชีพ	3(3-0-6)	ปรับคำอธิบายรายวิชา และปรับโครงสร้างหลักสูตรฯเป็นทวิภาค
ไม่มี			MKT67-213	การถ่ายภาพและเล่าเรื่องการตลาดเชิงสร้างสรรค์	3(2-2-5)	ปรับเพิ่มรายวิชาให้สอดคล้องกับความรู้และทักษะด้านการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์
MKT62-211	โมเดลทางธุรกิจในยุคดิจิทัล	4(4-0-8)	MKT67-221	โมเดลทางธุรกิจและการออกแบบความคิดระบบในยุคดิจิทัล	3(3-0-6)	ปรับคำอธิบายรายวิชา และปรับโครงสร้างหลักสูตรฯเป็นทวิภาค

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2564			หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2567			เหตุผล
MKT62-312	นวัตกรรมและการตลาด เชิงสร้างสรรค์	4(4-0-8)	MKT67-222	นวัตกรรมและการตลาดเชิง สร้างสรรค์	3(3-0-6)	ปรับคำอธิบายรายวิชา และปรับโครงสร้าง หลักสูตรฯเป็นทวิภาค
MKT62-314	การตลาดดิจิทัลและ เครือข่ายสังคมออนไลน์	4(4-0-8)	MKT67-223	การตลาดดิจิทัลและเครือข่าย สังคมออนไลน์	3(2-2-5)	ปรับคำอธิบายรายวิชา และปรับโครงสร้าง หลักสูตรฯเป็นทวิภาค
MKT62-313	วิจัยทางการตลาด	4(2-4-6)	MKT67-311	วิจัยทางการตลาด	3(2-2-5)	ปรับคำอธิบายรายวิชา และปรับโครงสร้าง หลักสูตรฯเป็นทวิภาค
MKT62-322	การจัดการข้อมูลดิจิทัล เพื่อการตลาด	4(3-2-7)	MKT67-312	การจัดการข้อมูลดิจิทัลเพื่อ การตลาด	3(3-0-6)	ปรับคำอธิบายรายวิชา และปรับโครงสร้าง หลักสูตรฯเป็นทวิภาค
MKT62-325	หัวข้อเฉพาะทาง การตลาดดิจิทัล	4(3-2-7)	MKT67-313	หัวข้อเฉพาะทางด้าน การตลาดดิจิทัลและการสร้าง แบรนด์	3(2-2-5)	ปรับคำอธิบายรายวิชา และปรับโครงสร้าง หลักสูตรฯเป็นทวิภาค
MKT62-324	หัวข้อเฉพาะทางการ สร้างแบรนด์	4(3-2-7)				
	ไม่มี		MKT67-314	การตลาดประสาทวิทยา	3(3-0-6)	ปรับเพิ่มรายวิชาให้สอดคล้องกับความรู้และ ทักษะด้านการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบ รנד
	ไม่มี		MKT67-321	วัฒนธรรมการบริโภคใน การตลาดดิจิทัลและสร้างแบ รנד	3(3-0-6)	ปรับเพิ่มรายวิชาให้สอดคล้องกับความรู้และ ทักษะด้านการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบ รנד
	ไม่มี		MKT67-322	การออกแบบเชิงสร้างสรรค์ เพื่อการสร้างแบรนด์และ บรรจุภัณฑ์	3(2-2-5)	ปรับเพิ่มรายวิชาให้สอดคล้องกับความรู้และ ทักษะด้านการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบ รנד

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2564			หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2567			เหตุผล
MKT62-316	กลยุทธ์ตราสินค้าและการสื่อสารแบรนด์แบบบูรณาการ	4(4-0-8)	MKT67-323	กลยุทธ์แบรนด์และการสื่อสารแบรนด์แบบบูรณาการ	3(3-0-6)	ปรับคำอธิบายรายวิชา และปรับโครงสร้างหลักสูตรฯเป็นทวิภาค
ไม่มี			MKT67-324	การพัฒนาอินฟลูเอนเซอร์ทางการตลาด	3(2-2-5)	ปรับเพิ่มรายวิชาให้สอดคล้องกับความรู้และทักษะด้านการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์
ไม่มี			MKT67-325	การเขียนเพื่อการสร้างแบรนด์	3(2-2-5)	ปรับเพิ่มรายวิชาให้สอดคล้องกับความรู้และทักษะด้านการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์
ไม่มี			MKT67-326	แนวคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ	3(2-2-5)	ปรับเพิ่มรายวิชาให้สอดคล้องกับความรู้และทักษะด้านการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์
MKT62-221	การตลาดสำหรับการบริการในยุคดิจิทัล	4(4-0-8)	ยกเลิก			ปรับโครงสร้างหลักสูตรฯเป็นทวิภาค
MKT62-311	กลยุทธ์การตลาดในยุคดิจิทัล	4(4-0-8)	ยกเลิก			ปรับโครงสร้างหลักสูตรฯเป็นทวิภาค
MKT62-315	กลยุทธ์การเติบโตทางธุรกิจอย่างยั่งยืน	4(4-0-8)	ยกเลิก			ปรับโครงสร้างหลักสูตรฯเป็นทวิภาค
MKT62-321	การวางแผนการตลาดสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	4(3-2-7)	ยกเลิก			ปรับโครงสร้างหลักสูตรฯเป็นทวิภาค

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2564			หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2567			เหตุผล
MKT62-323	การตลาดระหว่างประเทศ	4(4-0-8)	ยกเลิก			ปรับโครงสร้างหลักสูตรฯเป็นทวิภาค
MKT62-326	สัมมนาทางการสร้างแบรนด์	4(4-0-8)	ยกเลิก			ปรับโครงสร้างหลักสูตรฯเป็นทวิภาค
MKT62-327	สัมมนาทางการตลาดดิจิทัล	4(4-0-8)	ยกเลิก			ปรับโครงสร้างหลักสูตรฯเป็นทวิภาค
2) กลุ่มวิชาสหกิจศึกษา 17 หน่วยกิต			2) กลุ่มวิชาสหกิจศึกษา 13 หน่วยกิต			
MKT62-390	เตรียมสหกิจศึกษา	1(0-2-1)	MKT67-391	เตรียมสหกิจศึกษา	1(0-2-1)	ปรับโครงสร้างหลักสูตรฯเป็นทวิภาค
MKT62-491	สหกิจศึกษา 1	8(0-40-0)	MKT67-491	สหกิจศึกษา 1	6(0-40-0)	ปรับโครงสร้างหลักสูตรฯเป็นทวิภาค
MKT62-492	สหกิจศึกษา 2	8(0-40-0)	MKT67-492	สหกิจศึกษา 2	6(0-40-0)	ปรับโครงสร้างหลักสูตรฯเป็นทวิภาค

คำชี้แจง ให้ขีดเส้นใต้ข้อความที่ต่าง เช่น ข้อความที่ปรับแก้ไขหรือเพื่อเติมในคำอธิบายรายวิชาของหลักสูตรปรับปรุง

ภาคผนวก 9
การเปรียบเทียบโครงสร้างหลักสูตรที่สอดคล้องกับมาตรฐานตามที่สภาวิชาชีพกำหนด
(กรณีมีสภาวิชาชีพ)

ภาคผนวก 10
หนังสือความร่วมมือกับสถาบันอื่น (ถ้ามี)

สถานประกอบการที่มีความร่วมมือด้านสหกิจศึกษา

หลักสูตรฯ มีความร่วมมือกับสถานประกอบการมากกว่า 100 สถานประกอบการกระจายอยู่ทั่วประเทศ ทั้งภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ มีความหลากหลายของสถานประกอบการทั้งภาครัฐ ภาครัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน ครอบคลุมงานโรงพยาบาล และมีสถานประกอบการใหม่ ที่ยินดีรับนักศึกษาสหกิจเพิ่มขึ้นทุกปี อีกทั้งตามมาตรฐานความปลอดภัยในสถานประกอบการโรงแรม ทางหลักสูตรฯ ได้มีความร่วมมือกับสถานประกอบการกิจการโรงแรมอีกด้วย

ลำดับ	สถานประกอบการ	ประเภท
1	โรงแรม วินแควม แกรนด์ ไนทาน บีช ภูเก็ต (Wyndham Grand Nai Harn Beach Phuket)	โรงแรม
2	โรงแรม Graceland Khaolak Beach Resort	โรงแรม
3	โรงแรมเซอร่าตันหัวหินรีสอร์ทแอนด์สปา	โรงแรม
4	โรงแรม โซ โซฟีเทล หัวหิน	โรงแรม
5	โรงแรมดุสิต ดีทู หัวหิน	โรงแรม
6	โรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ รีสอร์ท ภูเก็ต	โรงแรม
7	โรงแรม ฮิลตัน หัวหิน รีสอร์ท แอนด์ สปา	โรงแรม
8	โรงแรม Anantara Hua Hin Resort	โรงแรม
9	โรงแรม Avani+ Plus Hua Hin Resort	โรงแรม
10	โรงแรม Centara Grand Hua Hin	โรงแรม
11	โรงแรม InterContinental Hua Hin Resort	โรงแรม
12	โรงแรม V Villas Hua Hin MGallery Hotel Collection	โรงแรม
13	บริษัท เนาวรัตน์พัฒนาการ จำกัด (มหาชน)	เอกชน
14	บริษัท เพาเวอร์ไลน์ เอ็นจิเนียริง จำกัด (มหาชน)	เอกชน
15	บริษัท ยายบัวการช่าง จำกัด	เอกชน
16	บริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน)	เอกชน
17	บริษัท ไทย โรตารี เอ็นจิเนียริง จำกัด (มหาชน)	เอกชน
18	บริษัท เพาเวอร์ไลน์ เอ็นจิเนียริง จำกัด (มหาชน)	เอกชน
19	บริษัท ซีฟโก้ จำกัด (มหาชน)	เอกชน

ลำดับ	สถานประกอบการ	ประเภท
20	บริษัท ทิม คอนซัลติ้ง เอนจิเนียริง แอนด์ แมเนจเม้นท์ จำกัด (มหาชน)	เอกชน
21	บริษัท อินโนเวชั่น เทคโนโลยี จำกัด	เอกชน
22	บริษัท เบสท์ เพอฟอร์แมนซ์ เอนจิเนียริง จำกัด	เอกชน
23	บริษัท วิศวกรรมพลจำกัด	เอกชน
24	บริษัท ทำอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ทำอากาศยานเชียงใหม่	เอกชน
25	บริษัท ทำอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ทำอากาศยานภูเก็ต	เอกชน
26	บริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด ดอนเมือง	เอกชน
27	บริษัท บริการภาคพื้นการบินกรุงเทพ เวลด์ไวต์ไฟล์ท เซอร์วิส จำกัด	เอกชน
28	บริษัท ซาฟราน เคบิน กรุงเทพ จำกัด	เอกชน
29	บริษัท ซีทราน เพอร์รี่ จำกัด	เอกชน
30	บริษัท ทรานส์ ไทย-มาเลเซีย (ประเทศไทย) จำกัด	เอกชน
31	บริษัท ทำอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)	เอกชน
32	บริษัท พี.เค. มารีน เทรตติ้ง จำกัด / บริษัท เพชรศรีวิชัย เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด	เอกชน
33	บริษัท พี เอส ที ทรานสปอร์ต แอนด์ เซอร์วิส จำกัด	เอกชน
34	บริษัท ลินฟ็อกซ์ เอ็ม โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด สาขา ฉะเชิงเทรา	เอกชน
35	บริษัท เอ็น พี มารีน จำกัด	เอกชน
36	บริษัท เอ็ม เอ็ม โลจิสติกส์ จำกัด	เอกชน
37	บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ศูนย์กระจายสินค้าสุราษฎร์ธานี	เอกชน
38	บริษัท ดีเอสแอล ซัพพลายเชน (ประเทศไทย) จำกัด คลังสุราษฎร์ธานี	เอกชน
39	บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ศูนย์กระจายสินค้า CDC ภูเก็ต	เอกชน
40	บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ศูนย์กระจายสินค้า RDC ลำพูน	เอกชน
41	บริษัท ซีอีเอสอี 2 (ไทยแลนด์) จำกัด	เอกชน
42	บริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)	เอกชน
43	บริษัท บีเอสเอสเอฟ (ไทย) จำกัด	เอกชน
44	บริษัท เมอร์กาโต้ เมดิคัล	เอกชน
45	บริษัท ชัวร์เท็กซ์ จำกัด	เอกชน

ลำดับ	สถานประกอบการ	ประเภท
46	บริษัท ไทยปิทิวเมน จำกัด	เอกชน
47	บริษัท อติสรสงขลา จำกัด	เอกชน
48	ศูนย์เศรษฐกิจพัฒนา บริษัท เซฟรอนประเทศไทยสำรวจและผลิต จำกัด	เอกชน
49	บริษัท ซีออยล์ จำกัด (มหาชน)	เอกชน
50	บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) คลังปิโตรเลียมสงขลา	เอกชน
51	บริษัท เอ็กซ์เธอร์แอน (ประเทศไทย) จำกัด	เอกชน
52	โรงแยกก๊าซธรรมชาติขนอม บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)	เอกชน
53	CES. Engineering & Maintenance Services Co., Ltd.	เอกชน
54	บริษัท ปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียมจำกัด (มหาชน) โครงการฐานสนับสนุนการพัฒนาปิโตรเลียม สงขลา	เอกชน
55	บริษัท ปูนซีเมนต์ไทย (ทุ่งสง) จำกัด	เอกชน
56	บริษัท อีเอ วินด์ หาดกั้งหัน 3 จำกัด	เอกชน
57	บริษัท ผลิตไฟฟ้าขนอม จำกัด	เอกชน
58	บริษัท สงขลาไปโอเพาเวอร์ จำกัด (โรงไฟฟ้าสงขลาไปโอเพาเวอร์)	เอกชน
59	บริษัท สตูล กรีน เพาเวอร์ จำกัด	เอกชน
60	บริษัท กู๊ดเยียร์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)	เอกชน
61	บริษัท ไทร์ โมลด์ (ประเทศไทย) จำกัด	เอกชน
62	บริษัท โรเบิร์ต บ็อบ ออโตโมทีฟ เทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด	เอกชน
63	บริษัท อีซูซุมอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด	เอกชน
64	บริษัท ซุมิโตโม รับเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด	เอกชน
65	บริษัท วาสีโอสยาม เทอร์มอล ซิสเต็มส์ จำกัด	เอกชน
66	บริษัท สยามมิชลิน จำกัด (โรงงานสยามมิชลินหาดใหญ่)	เอกชน
67	บริษัท อาอิชิ แอลพี ออโตเลทเธอร์	เอกชน
68	บริษัท ข้าว ซี.พี. จำกัด (โรงงานนครหลวง)	เอกชน
69	บริษัท โซติวิวัฒน์อุตสาหกรรมการผลิต จำกัด	เอกชน
70	บริษัท ซีพีเอฟ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) (โรงงานแปรรูปสระบุรี)	เอกชน
71	บริษัท ซีพีเอฟ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) (โรงงานอาหารสำเร็จรูปสระบุรี)	เอกชน
72	บริษัท ผลิตภัณฑ์ปลากระป๋องสยาม จำกัด	เอกชน

ลำดับ	สถานประกอบการ	ประเภท
73	บริษัท สุราษฎร์ธานีเบเวอเรจ จำกัด	เอกชน
74	บริษัท หยั่น หว่อ หยุ่น จำกัด	เอกชน
75	บริษัท กรีนสปอต (ประเทศไทย) จำกัด	เอกชน
76	บริษัท คิงพิชเชอร์ โฮลดิ้งส์ จำกัด	เอกชน
77	บริษัท ซีพีแรม จำกัด (สุราษฎร์ธานี)	เอกชน
78	บริษัท ซีพีเอฟ ฟู้ด แอนด์ เบฟเวอเรจ จำกัด (โรงงานอาหารสำเร็จรูปหนองจอก)	เอกชน
79	บริษัท ซี เพลท โพรเซส ฟู้ด จำกัด	เอกชน
80	บริษัท ไทยยูเนียนซีฟู้ด จำกัด	เอกชน
81	บริษัท ไทยยูเนียนฟีดมิลล์ จำกัด (บ.แม่ อยู่สมุทรสาคร)	เอกชน
82	บริษัท ไทยอินโด ปาล์มออยล์ แพคทอรี่ จำกัด	เอกชน
83	บริษัท ภัทรปาล์มออยล์ จำกัด	เอกชน
84	บริษัท ไมเนอร์ แดรี่ จำกัด	เอกชน
85	บริษัท สยามอินเตอร์เนชั่นแนลฟู้ด จำกัด	เอกชน
86	บริษัท เอ็ม เอ็ม พี อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	เอกชน
87	Bangkok Air Catering Co., Ltd.	เอกชน
88	บริษัท คาร์กิลล์สยาม จำกัด โรงงานพิษณุโลก	เอกชน
89	บริษัท ชไนเดอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด	เอกชน
90	บริษัท โซนี่ เทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด	เอกชน
91	บริษัท เวสเทิร์น ดิจิตอล (ประเทศไทย) จำกัด นิคมอุตสาหกรรมบางปะอิน	เอกชน
92	บริษัท เอ็นเอ็มบี - มินิแบ ไทย จำกัด โรงงานอยุธยา	เอกชน
93	บริษัท ควอล-โปร คอร์เปอเรชั่น (ประเทศไทย) จำกัด	เอกชน
94	บริษัท โซนี่ เทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด	เอกชน
95	บริษัท เวสเทอร์น คอมโพเนนท์ จำกัด	เอกชน
96	บริษัท เอชจีเอสที (ประเทศไทย) จำกัด	เอกชน
97	บริษัท เวสท์โคสต์ เอ็นจิเนียริง จำกัด	เอกชน
98	บริษัท สกิลพาวเวอร์ เซอร์วิส (ประเทศไทย) จังหวัดสงขลา	เอกชน
99	บริษัท เซมเพอร์เฟกซ์ เอเชีย จำกัด (สำนักงานใหญ่)	เอกชน
100	บริษัท ไบเอเอสดริอ็อป (ประเทศไทย) จำกัด	เอกชน

ลำดับ	สถานประกอบการ	ประเภท
101	บริษัท ยูนิลีเวอร์ไทยโฮลดิ้งส์ จำกัด (นิคมอุตสาหกรรมเกตเวย์)	เอกชน
102	บริษัท ศรีตรังโกลฟส์ ประเทศไทย จำกัด	เอกชน
103	บริษัท 3เอ็ม (ประเทศไทย) จำกัด	เอกชน
104	บริษัท กลุ่มปาล์มธรรมชาติ จำกัด	เอกชน
105	บริษัท เกรทโกลฟ (ประเทศไทย) จำกัด	เอกชน
106	บริษัท ท็อปโกลฟ เมดิคอล (ไทยแลนด์) จำกัด	เอกชน
107	บริษัท นิปปอนเพนต์ เดคโคเรทีฟ โคทติ้ง (ประเทศไทย) จำกัด	เอกชน
108	บริษัท ปาล์มทองคำ จำกัด	เอกชน
109	บริษัท ยูนิลีเวอร์ โกลเบิล จำกัด	เอกชน
110	บริษัท รับเบอร์แลนด์โปรดักส์ จำกัด	เอกชน
111	บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง	เอกชน
112	บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขาทุ่งสง	เอกชน
113	บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขานราธิวาส	เอกชน
114	บริษัท สงขลาแคนนิ่ง จำกัด (มหาชน) เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ไอ-เทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	เอกชน
115	บริษัท ไอกะ หาดใหญ่ จำกัด	เอกชน
116	บริษัท แพลน ครีเอชั่นส์ จำกัด	เอกชน
117	บริษัท อาซาฮี-ไทย อัลลอย จำกัด	เอกชน
118	บริษัท เอสเอ็นพี เปเปอร์ จำกัด	เอกชน
119	บริษัท ไนซ์ แอพพาเรล จำกัด (สาขาหนองบัวลำภู)	เอกชน
120	บริษัท พาเนลพลัส จำกัด	เอกชน
121	บริษัท เอ.พี.เค. เฟอร์นิเจอร์พาราวั๊ด จำกัด	เอกชน
122	บริษัท เอสซีลอร์แมนูแฟคเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด	เอกชน
123	บริษัท สมบูรณ์หล่อเหล็กเหนียวอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยอง	เอกชน
124	บริษัท สมบูรณ์แอดวานซ์เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน)	เอกชน
125	บริษัท สหวิริยาสตีลอินดัสทรี จำกัด (มหาชน)	เอกชน
126	บริษัท สมบูรณ์ พอร์ซิจิง เทคโนโลยี จำกัด	เอกชน
127	บริษัท เอ็นเอส บลูสโคป (ประเทศไทย) จำกัด	เอกชน
128	บริษัท เซมเพอร์เฟกซ์ เอเชีย จำกัด	เอกชน
129	บริษัท ดุคาติ มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด	เอกชน

ลำดับ	สถานประกอบการ	ประเภท
130	บริษัทพาแนลพลัส	เอกชน
131	บริษัท เวสเทิร์น ดิจิตอล (ประเทศไทย)	เอกชน
132	บริษัท สหวิริยาสตีลอินดัสตรี จำกัด (มหาชน)	เอกชน
133	บริษัท โตโยต้า โทโยต้า โทโยต้า โทโยต้า จำกัด	เอกชน
134	บริษัท นันทวัน จำกัด (Thai Obayashi)	เอกชน

ภาคผนวก 11

บทสรุปผู้บริหารผลการประเมินคุณภาพย้อนหลัง 3 ปี

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ ได้เริ่มต้นจัดการเรียนการสอน ในปีการศึกษา 2542 ปัจจุบันใช้หลักสูตรปรับปรุง ปี พ.ศ. 2562 ปี โดยมุ่งผลิตบัณฑิตตามปรัชญาหลักสูตรฯ และอัตลักษณ์ที่พึงประสงค์หลักสูตรฯ มีการปรับปรุง หลักสูตรฯ ทุก ๆ 5 ปี เป็นอย่างน้อย สำหรับการปรับปรุงหลักสูตรฯ ที่ผ่านมาได้มุ่งเน้นการจัดการศึกษา ที่สอดคล้องกับปรัชญาการศึกษา และผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตรฯ เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง และตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

หลักสูตรฯใช้กรอบมาตรฐาน AUN QA เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพทั้งทางด้านเนื้อหา และทักษะการปฏิบัติในห้องปฏิบัติ การภาคสนามและสหกิจศึกษา เพื่อตอบสนองการเป็นบัณฑิต ที่พร้อมปฏิบัติงานด้านการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์และข้อกำหนดของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยใช้ผลการประเมินหลักสูตรฯ ซึ่งประกอบด้วยสภาพการเปลี่ยนแปลงบริบทภายในและภายนอกกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้องความต้องการของผู้ใช้บัณฑิตและตลาดแรงงานเป็นพื้นฐานเพื่อเข้าสู่การปรับปรุงหลักสูตรฯให้ทันสมัยและสอดคล้องตามความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยในปีการศึกษา 2563-2565 หลักสูตรฯ ทำการพัฒนาและออกแบบหลักสูตรฯ และจัดการเรียน การสอนตลอดจนการประเมินผลตามกระบวนการ Objective based Education (OBE) เพื่อให้ บรรลุตาม Program Learning Outcomes (PLOs) ที่กำหนดไว้ โดยการดำเนินงานของหลักสูตรฯ ปรับปรุง จำนวน 3 หลักสูตรฯ ได้แก่หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560 พ.ศ. 2562 และ พ.ศ. 2564 ตามเกณฑ์ WUQA-P พบว่า

ในปีการศึกษา 2563 คะแนนเฉลี่ยในภาพรวมของหลักสูตรฯเท่ากับ 3.92 โดย P1 การกำกับมาตรฐานหลักสูตรฯผ่านเกณฑ์ทุกข้อ และ P2 การพัฒนาคุณภาพหลักสูตรฯ ตามแนวทาง OBE มีคะแนนภาพรวมเท่ากับ 4.17

ในปีการศึกษา 2564 คะแนนเฉลี่ยในภาพรวมของหลักสูตรฯเท่ากับ 4.84 ผลการดำเนินการขอหลักสูตรฯตามเกณฑ์ WUQA-P พบว่า P1 การบริหารจัดการหลักสูตรฯ ตามเกณฑ์ มาตรฐานหลักสูตรระดับอุดมศึกษาผ่านเกณฑ์ทุกข้อ และ P2 การบริหารหลักสูตรฯตามเกณฑ์ AUN-QA คะแนนภาพรวมทุกข้อเท่ากับ 4.34

โดยในปีการศึกษา 2565 คะแนนเฉลี่ยในภาพรวมของหลักสูตรฯเท่ากับ 4.62 ผลการดำเนินการของหลักสูตรฯตามเกณฑ์ WUQA-P พบว่า P1 การบริหารจัดการหลักสูตรฯ ตามเกณฑ์ มาตรฐานหลักสูตรระดับอุดมศึกษาผ่านเกณฑ์ทุกข้อ และ P2 การบริหารหลักสูตรฯตามเกณฑ์ AUN-QA คะแนนภาพรวมทุกข้อเท่ากับ 7 ยกเว้นข้อ P2.4 ร้อยละของนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่สอบผ่านใบประกอบวิชาชีพภายใน 1 ปี หลังจบการศึกษา (WU-U-1-7-22) คะแนนเป็น N/A

หลักสูตรนี้ใกล้เคียงกับหลักสูตรใดทั้งในมหาวิทยาลัยและสถาบันอุดมศึกษาอื่น ๆ โปรดระบุ

รายการ	การเทียบเคียงหลักสูตรที่ใกล้เคียงกัน		
	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	มหาวิทยาลัยพะเยา	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
1. ชื่อหลักสูตร	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาดดิจิทัล)	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)
2. จำนวนหน่วยกิตตลอดหลักสูตร	124	127	129
3. ค่าธรรมเนียมการศึกษา	25,800	30,000	32,000
4. จำนวนรับนักศึกษาต่อปีการศึกษา	95	100	120
5. จุดเด่นหรือจุดเน้นของหลักสูตร	การมีคณาจารย์ที่มีจำนวนมากในการดูแลและจัดการเรียนการสอน โดยมี การปรับหลักสูตรให้ทันสมัย ที่มุ่งเน้น ความเป็นเลิศทางวิชาการระดับชาติ และนานาชาติ ให้ความสำคัญกับการ เป็นที่ยอมรับในระดับสากลและพัฒนา ประเทศบนฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น และ ให้ความสำคัญกับธุรกิจในยุคดิจิทัล	หลักสูตรมีการพัฒนาให้สอดคล้องกับ สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม พฤติกรรมผู้บริโภคและ เทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง เพื่อให้ หลักสูตรเป็นแนวทางผลิตบัณฑิตให้มี คุณสมบัติสอดคล้องกับความต้องการ ของตลาดแรงงาน มีมาตรฐานทาง วิชาการเป็นที่ยอมรับทั้งภายใน และ ภายนอกประเทศและได้รับการ พิจารณาให้มีลักษณะเฉพาะของแต่ละ ท้องถิ่น เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีศักยภาพ	หลักสูตรมีการพัฒนาและปรับปรุง หลักสูตรโดยมุ่งเน้นการประยุกต์ใช้ ความรู้ด้านบริหารธุรกิจในบริบทที่ แตกต่างกัน มุ่งเน้นในการพัฒนา บัณฑิตให้มีความสามารถในการแก้ไข ปัญหา และบริหารจัดการได้สอดคล้อง กับสถานการณ์ทางธุรกิจที่ เปลี่ยนแปลงไป พัฒนาบัณฑิตให้เป็น ผู้นำ โดยมุ่งเน้นการประยุกต์ใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศ และการจัดการ ธุรกิจบนฐานตลาดอิสลาม

รายการ	การเทียบเคียงหลักสูตรที่ใกล้เคียงกัน		
	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	มหาวิทยาลัยพะเยา	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
		ทั้งความรู้เชิงวิชาการ ทักษะในวิชาชีพ สามารถแก้ปัญหา เฉพาะหน้าได้อย่างเหมาะสม รวมทั้งการมีจรรยาบรรณในวิชาชีพและความสามารถในการอยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างมีความสุข เป็นที่ต้องการของธุรกิจและสังคมในอนาคต	

ภาคผนวก 12

ตารางแสดงความต้องการจำเป็น การวิเคราะห์และจัดลำดับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับหลักสูตร

ตารางแสดงการชี้แจงวิธีการได้มาซึ่ง PLO เช่น หลักสูตรฯ ได้กำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและวิธีการได้มาซึ่งสมรรถนะที่จำเป็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มอย่างชัดเจนดังนี้

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	การวิเคราะห์กลุ่ม	วิธีการได้มาซึ่งสมรรถนะที่จำเป็น
อาจารย์	High power High impact	ประชุมและอภิปราย ตอบแบบสอบถาม
ศิษย์ปัจจุบัน	Low power High impact	ตอบแบบสอบถาม
ผู้ใช้บัณฑิต	High power High impact	ตอบแบบสอบถาม
สำนักวิชา/วิทยาลัยและมหาวิทยาลัยฯ	High power Low impact	การนำวิสัยทัศน์และพันธกิจของมหาวิทยาลัยมาพิจารณาในการกำหนดสมรรถนะที่จำเป็น
สปอว.	High power Low impact	การกำหนดสมรรถนะที่จำเป็นให้มี 4 ด้านตามผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565

ตารางการจัดลำดับความสำคัญผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และเชื่อมโยงกับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตรฯ

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของหลักสูตร (Stakeholders of the Program)	ความต้องการจำเป็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder's needs) หรือทักษะที่พึงประสงค์ของบัณฑิตที่จบหลักสูตรนี้	รวมประเด็น Needs	Corresponding PLOs
1. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก			
ผู้เชี่ยวชาญ	การรู้จักตัวเอง รู้เป้าหมายตัวเองที่ดีกับโลก และทักษะการสื่อสาร	ความรู้ที่ต้องมีทั้ง Soft and Hard skill ติดตัวตลอดเวลา ทั้ง communication and influence, critical thinking and problem solving, social intelligence, creativity, growth mindset, self direction, lifelong learning ส่วน Meta Skill เปลี่ยนแปลงบ่อย 5 ปีไม่น่าคาดการณ์ได้ เช่น software coding, product management, agile methodology, big data analysis	PLO4 ประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์เพื่อวางแผนการตลาดและกำหนดกลยุทธ์แบรนด์โดยคำนึงถึงความแตกต่างทางเทคโนโลยี และพฤติกรรมของผู้บริโภค PLO7 มีทักษะในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและซอฟต์แวร์เพื่อการสืบค้นข้อมูล คัดกรอง รวบรวม วิเคราะห์ สื่อสารและนำเสนอในงานทางด้านบริหารธุรกิจ การตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ได้

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของหลักสูตร (Stakeholders of the Program)	ความต้องการจำเป็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder's needs) หรือทักษะที่พึงประสงค์ของบัณฑิตที่จบหลักสูตรนี้	รวมประเด็น Needs	Corresponding PLOs
ผู้ใช้บัณฑิต	1. มุ่งเน้นเรื่องการวางแผนการตลาด หรือกลยุทธ์ทางการตลาด รวมทั้งการถ่ายภาพ และ content	การวางแผนการตลาด หรือกลยุทธ์ทางการตลาด	PLO4 ประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์เพื่อวางแผนการตลาดและกำหนดกลยุทธ์แบรนด์โดยคำนึงถึงความแตกต่างทางเทคโนโลยี และพฤติกรรมของผู้บริโภค
	2. มีความคิดริเริ่มในด้านต่างๆ เพิ่มเติม รับฟังความคิดเห็น และสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์	การทำงานร่วมกับผู้อื่น	PLO12 แสดงออกซึ่งการเป็นผู้มีใจอาสา และมีภาวะผู้นำ สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นในองค์กรได้ PLO13 กระตือรือร้น ใฝ่รู้ ใฝ่เรียน สามารถพัฒนาตนเองในงานด้านบริหารธุรกิจ การตลาดและการสร้างแบรนด์ ได้อย่างต่อเนื่อง
	3. ทักษะชีวิตและทัศนคติที่เปิดกว้าง	growth mindset Branding / Creative (Graphic/Media) / Colour Component	PLO9 มีทักษะในการปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และสภาพแวดล้อมธุรกิจยุคดิจิทัล PLO10 มีทักษะความเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัล สามารถพัฒนาแผนการตลาด

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของหลักสูตร (Stakeholders of the Program)	ความต้องการจำเป็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder's needs) หรือทักษะที่พึงประสงค์ของบัณฑิตที่จบหลักสูตรนี้	รวมประเด็น Needs	Corresponding PLOs
			และกลยุทธ์แบรนด์ที่นำไปสู่การประกอบธุรกิจ
	4. การสื่อสารกับองค์กรรวมมีความรู้ด้าน marketing communication เพิ่มขึ้น เพื่อจะได้สามารถทำงานได้แบบ 360 องศา	marketing communication	PLO6 มีทักษะการสื่อสาร ถ่ายทอดและสามารถนำเสนอเรื่องราวทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษในงานธุรกิจ โดยในกรณีที่นักศึกษาเลือกภาษาจีนสามารถสื่อสารภาษาจีนในชีวิตประจำวันได้
	5. ติดตามreal time marketing มากขึ้น และ 4Cs ให้ละเอียดเพื่อให้เข้าใจtarget มากยิ่งขึ้น	ความรู้ด้านการตลาด	PLO2 อธิบายแนวคิดการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ ภายใต้การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสารสนเทศในยุคดิจิทัล PLO4 ประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์เพื่อวางแผนการตลาดและกำหนดกลยุทธ์แบรนด์โดยคำนึงถึงความแตกต่างทางเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้บริโภค

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของหลักสูตร (Stakeholders of the Program)	ความต้องการจำเป็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder's needs) หรือทักษะที่พึงประสงค์ของบัณฑิตที่จบหลักสูตรนี้	รวมประเด็น Needs	Corresponding PLOs
	6.หลักสูตรควรมีมือทางเทคนิคที่ช่วยงานส่งเสริมการตลาดในอนาคตหรือให้นักศึกษามีรายได้จากทักษะเหล่านั้นก่อนการทำงานในองค์กรได้ เช่น การยิง Ads Facebook เป็นต้นไม่ต้องรอจบก็สามารถมีอาชีพเสริมและรายได้ได้		PLO3 วิเคราะห์ความรู้ทางด้านการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์อย่างมีประสิทธิภาพและนำไปสู่การแก้ปัญหาทางธุรกิจได้ PLO5 ประยุกต์ใช้ข้อเท็จจริงทางด้านการบริหารธุรกิจและการจัดการนวัตกรรมในการพัฒนาไปสู่ความเป็นผู้ประกอบการธุรกิจยุคดิจิทัลอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
	7.นักศึกษามี (Soft Skills) สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้	Conversation, Leadership, Adaptation, Innovative, Ownership, Creative, Detail-oriented	PLO8 มีทักษะในการดูแลสุขภาพร่างกายและจิตใจตนเองและสามารถออกแบบการสร้างเสริมสุขภาพและสภาพแวดล้อมการทำงานในองค์กรธุรกิจได้ PLO12 แสดงออกซึ่งการเป็นผู้มีใจอาสาและมีภาวะผู้นำ สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นในองค์กรได้ PLO13 กระตือรือร้น ใฝ่รู้ ใฝ่เรียน สามารถพัฒนาตนเองในงานด้าน

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของหลักสูตร (Stakeholders of the Program)	ความต้องการจำเป็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder's needs) หรือทักษะที่พึงประสงค์ของบัณฑิตที่จบหลักสูตรนี้	รวมประเด็น Needs	Corresponding PLOs
			บริหารธุรกิจ การตลาดและการสร้างแบรนด์ ได้อย่างต่อเนื่อง
	8.หาความรู้ใหม่ๆอยู่เสมอ ไม่หยุดนิ่งในการเรียนรู้ทั้งข้อมูลโครงการและการศึกษาคู่แข่ง มี can-do attitude	พัฒนาหาความรู้ใหม่	PLO11 แสดงออกถึงความซื่อสัตย์ มีวินัย ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบและมีความเป็นผู้ประกอบการที่รับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม
ศิษย์เก่า	การเป็นผู้ที่พร้อมเรียนรู้ทักษะใหม่ๆ ตลอดชีวิต การเพิ่มทักษะการสื่อสารภาษาที่2-3 การติดตามเงื่อนไชของประเทศ อาทิ BCG Model การศึกษา ทิศทางการขับเคลื่อนองค์กรในระดับนานาชาติ และการมีสำนึกรักท้องถิ่น	- SEO/SEM - Brand/Product development - Omnichannel marketing planning	PLO13 กระตือรือร้น ใฝ่รู้ ใฝ่เรียน สามารถพัฒนาตนเองในงานด้านบริหารธุรกิจ การตลาดและการสร้างแบรนด์ ได้อย่างต่อเนื่อง PLO9 มีทักษะในการปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และสภาพแวดล้อมธุรกิจยุคดิจิทัล
2. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน			
อาจารย์	ควรเพิ่มทักษะด้านการ Critical thinking เพื่อให้ผู้เรียนสามารถคิดวิเคราะห์ ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น	-Social media data analytic - Social media optimisation - SEO/SEM - Brand/Product	PLO3 วิเคราะห์ความรู้ทางด้านการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์อย่างมีเหตุผล และนำไปสู่การแก้ปัญหาทางธุรกิจได้

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของหลักสูตร (Stakeholders of the Program)	ความต้องการจำเป็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder's needs) หรือทักษะที่พึงประสงค์ของบัณฑิตที่จบหลักสูตรนี้	รวมประเด็น Needs	Corresponding PLOs
		development - Omnichannel marketing planning	PLO10 มีทักษะความเป็นผู้ประกอบการ ยุคดิจิทัล สามารถพัฒนาแผนการตลาด และกลยุทธ์แบรนด์ที่นำไปสู่การประกอบธุรกิจ
ศิษย์ปัจจุบัน/นักศึกษา/บัณฑิต	1.จัดการเรียนการสอนที่เหมือนจริงจากสถานประกอบการ หรือผู้มีความรู้ด้านนั้น และให้นักศึกษาได้จำลองการทำงานจริงๆ	ได้เรียนรู้ ฝึกฝนและปฏิบัติจริง	PLO5 ประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางด้านบริหารธุรกิจและการจัดการนวัตกรรมในการพัฒนาไปสู่ความเป็นผู้ประกอบการ ยุคดิจิทัลอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม PLO10 มีทักษะความเป็นผู้ประกอบการ ยุคดิจิทัล สามารถพัฒนาแผนการตลาด และกลยุทธ์แบรนด์ที่นำไปสู่การประกอบธุรกิจ
	2.การจัดการสอนรายวิชาเกี่ยวกับการทำการตลาดออนไลน์ในแพลตฟอร์มต่างๆในยุคปัจจุบัน	จัดอบรมในการทำกราฟฟิก AI	PLO7 มีทักษะในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และซอฟต์แวร์เพื่อการสืบค้นข้อมูล คัดกรอง รวบรวม วิเคราะห์ สื่อสารและ

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของหลักสูตร (Stakeholders of the Program)	ความต้องการจำเป็นของผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย (Stakeholder's needs) หรือทักษะที่พึงประสงค์ของบัณฑิต ที่จบหลักสูตรนี้	รวมประเด็น Needs	Corresponding PLOs
			นำเสนอในงานทางด้านบริหารธุรกิจ การตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ได้

ภาคผนวก 13

ตารางแสดงความสอดคล้องของผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรฯ (Program Learning Outcomes: PLO) กับวิสัยทัศน์ พันธกิจ อัตลักษณ์บัณฑิต และคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ และความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

ตารางแสดงความสอดคล้องของผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรฯ (Program Learning Outcomes: PLO) กับวิสัยทัศน์ พันธกิจ อัตลักษณ์บัณฑิต และคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ และความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

	PLO 1	PLO 2	PLO 3	PLO 4	PLO 5	PLO 6	PLO 7	PLO 8	PLO 9	PLO 10	PLO 11	PLO 12	PLO 13
เป็นองค์การธรรมรัฐ					✓						✓	✓	✓
เป็นแหล่งเรียนรู้ เป็นหลักในถิ่น	✓	✓	✓	✓	✓				✓	✓			✓
เป็นเลิศสู่สากล	✓	✓				✓			✓			✓	
มุ่งสู่มหาวิทยาลัยวิจัยชั้นนำ			✓	✓	✓	✓	✓		✓		✓	✓	
พันธกิจ 1 ผลิตและพัฒนากำลังคนระดับสูง ให้มีมาตรฐานที่สอดคล้องกับความต้องการในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ภาคใต้และของประเทศ				✓	✓		✓		✓	✓	✓		✓
พันธกิจ 2 ดำเนินการศึกษา ค้นคว้า วิจัยและพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ให้สามารถนำไปใช้ในการผลิตให้มีคุณภาพและ ประสิทธิภาพ เพื่อความสามารถในการพึ่งตนเองและการแข่งขันในระดับนานาชาติ	✓		✓		✓		✓			✓	✓		✓
พันธกิจ 3 ให้บริการทางวิชาการแก่หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนในด้านการให้คำปรึกษา และแนะนำการวิจัย และพัฒนา การทดสอบ การสำรวจ รวมทั้งการฝึกอบรมและพัฒนา อันก่อให้เกิดการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่จำเป็น และเหมาะสม เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของภูมิภาคและประเทศชาติ						✓	✓			✓		✓	
พันธกิจที่ 4											✓	✓	

	PLO 1	PLO 2	PLO 3	PLO 4	PLO 5	PLO 6	PLO 7	PLO 8	PLO 9	PLO 10	PLO 11	PLO 12	PLO 13
อนุรักษ์และฟื้นฟูศิลปะและวัฒนธรรม อันเป็นจารีตประเพณี รวมทั้งศิลปะบริสุทธิ์และศิลปะประยุกต์ เพื่อให้มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์รวมของชุมชนและเป็นแบบอย่างที่ดีของสังคม													
อัตลักษณ์บัณฑิตของมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ - ใจอาสา มีภาวะผู้นำ - สามารถคิดวิเคราะห์ คิดสังเคราะห์ คิดสร้างสรรค์ - ประยุกต์ใช้ความรู้ในสถานการณ์จริงได้อย่างเชี่ยวชาญ				✓	✓			✓	✓	✓	✓	✓	
วิสัยทัศน์ (ระดับสำนักวิชา) สำนักวิชาการจัดการเป็นแหล่งพัฒนาบุคลากรที่มีทักษะ ความรู้และจริยธรรม สามารถปรับตัวให้เข้ากับพลวัตการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคดิจิทัล รวมถึงการพัฒนานวัตกรรมและองค์ความรู้ทางการจัดการและบริหารธุรกิจที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
พันธกิจ (ระดับสำนักวิชา) 1. พัฒนาหลักสูตรและจัดการเรียนการสอนที่ครอบคลุมด้านโลจิสติกส์ การตลาดดิจิทัล การท่องเที่ยวและศิลปะการประกอบอาหารแบบมีอาชีพ รวมทั้งผลิตบัณฑิตที่มีทักษะและความชำนาญ และมีจริยธรรม สามารถปรับตัวได้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของโลกในยุคดิจิทัล 2. พัฒนางานวิจัยเพื่อสร้างนวัตกรรมและองค์ความรู้ทางการจัดการและบริหารธุรกิจที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาสังคมและประเทศชาติทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ให้เป็นที่ยอมรับในระดับประเทศและระดับสากล 3. เป็นแหล่งเรียนรู้และสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้เพื่อการเติบโตและพัฒนาของชุมชนท้องถิ่น และธุรกิจอย่างยั่งยืนบนฐานการบูรณาการงานวิจัยและการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ 4. ทำนุบำรุง อนุรักษ์ ฟื้นฟู และเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต ประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่น	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

	PLO 1	PLO 2	PLO 3	PLO 4	PLO 5	PLO 6	PLO 7	PLO 8	PLO 9	PLO 10	PLO 11	PLO 12	PLO 13
<p>คุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ของมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์</p> <p>มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์มุ่งสร้างบัณฑิตที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงเป็นทั้ง “คนดี และคนเก่ง”</p> <p>คนดี หมายถึง บัณฑิตที่มีความกตัญญูมีวินัย มีจิตอาสา และมีคุณธรรมจริยธรรมสำคัญที่สอดคล้องกับการประกอบอาชีพ</p> <p>คนเก่ง หมายถึง บัณฑิตที่สามารถคิดวิเคราะห์คิดสังเคราะห์คิดสร้างสรรค์มีภาวะความเป็นผู้นำ และมีทักษะในการปฏิบัติและการประยุกต์ใช้ความรู้ในสถานการณ์จริงได้อย่างเชี่ยวชาญ</p>											✓	✓	✓
C1 Creativity and innovation				✓	✓	✓	✓						
C2 Critical Thinking, Complex Problem Solving and Learning skills			✓				✓			✓			✓
C3 Communication and negotiation						✓	✓					✓	
C4 Collaboration, Teamwork and Leadership								✓	✓			✓	
C5 Computing, information, technology and Digital literacy							✓		✓				
C6 Career and life skills								✓	✓				✓
C7 Cross-cultural Understanding				✓					✓			✓	

ภาคผนวก 14

เงื่อนไขการเรียนรายวิชาในกลุ่มวิชาภาษาต่างประเทศและเงื่อนไขการเทียบคะแนนสอบวัดความรู้ และทักษะทางเทคโนโลยีสารสนเทศ

เงื่อนไขการเรียนรายวิชาในกลุ่มวิชาภาษาต่างประเทศ

1) นักศึกษาต้องมีคะแนนสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษ (Placement Test) มากกว่าหรือเท่ากับระดับ A1 (CEFR) จึงจะได้รับการยกเว้นการเรียนรายวิชา GEN67-021 และสามารถลงทะเบียนเรียนรายวิชาภาษาอังกฤษในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปได้ แต่หากนักศึกษามีคะแนนสอบไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด นักศึกษาจะต้องลงทะเบียนเรียนรายวิชา GEN67-021 ควบคู่กับการลงทะเบียนรายวิชา GEN67-121

2) นักศึกษาทุกคนต้องลงทะเบียนเรียนและสอบผ่านรายวิชา GEN67-121 ซึ่งเป็นรายวิชาในกลุ่มภาษาต่างประเทศหลัก

3) นักศึกษาสามารถเลือกเรียนรายวิชาที่เหลือในกลุ่มภาษาต่างประเทศได้ 1 ใน 2 กลุ่มวิชา ดังนี้

กลุ่มวิชาภาษาอังกฤษ : นักศึกษาลงทะเบียนเรียนรายวิชาภาษาอังกฤษที่เหลือ คือ GEN67-122, GEN67-123, และ GEN67-124

กลุ่มวิชาภาษาจีน : นักศึกษาลงทะเบียนเรียนรายวิชาภาษาจีนของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป คือ CHI67-121, CHI67-122 และ CHI67-123

หมายเหตุ:

1) ในกรณีนักศึกษาในหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาภาษาจีนต้องลงทะเบียนเรียนกลุ่มวิชาภาษาอังกฤษในกลุ่มวิชาภาษาต่างประเทศเลือกเท่านั้น

2) ในกรณีนักศึกษามีความประสงค์จะเปลี่ยนกลุ่มวิชาที่เลือกเรียนในกลุ่มวิชาภาษาต่างประเทศ สามารถดำเนินการได้ โดยรายวิชาที่เรียนมาแล้วในกลุ่มวิชาที่เลือกเดิมจะถูกปรับเป็นรายวิชาเลือกเสรีและนักศึกษาจะต้องลงทะเบียนเรียนในรายวิชาตามเงื่อนไขของกลุ่มวิชาที่เลือกใหม่ ตัวอย่างเช่น

นาย ก เลือกกลุ่มวิชาภาษาอังกฤษ และได้เรียนรายวิชา GEN67-122 ไปแล้ว และมีความประสงค์จะเปลี่ยนกลุ่มวิชาเป็นภาษาจีน นาย ก จะต้องเรียนรายวิชาของกลุ่มวิชาภาษาจีนจนครบ คือ CHI67-121, CHI67-122, CHI67-123 โดยรายวิชา GEN67-122 จะถูกปรับเป็นรายวิชาเลือกเสรี หรือ

นาย ก เลือกกลุ่มวิชาภาษาจีน และได้เรียนรายวิชา CHI67-121 ไปแล้ว และมีความประสงค์จะเปลี่ยนกลุ่มวิชาเป็นภาษาอังกฤษ นาย ก จะต้องเรียนรายวิชาของกลุ่มวิชาภาษาอังกฤษจนครบ คือ GEN67-122, GEN67-123, และ GEN67-124 โดยรายวิชา CHI67-121 จะถูกปรับเป็นรายวิชาเลือกเสรี

เงื่อนไขการเทียบคะแนนสอบภาษาอังกฤษเพื่อปรับเป็นเกรด

เป็นไปตามประกาศมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

เงื่อนไขการเทียบคะแนนสอบภาษาจีนเพื่อปรับเป็นเกรด

1) นักศึกษาไทยและนักศึกษาต่างชาติทุกหลักสูตร ที่มีคะแนนสอบ HSK คะแนนมากกว่าหรือเท่ากับที่กำหนดให้ยกเว้นการเรียนรายวิชา ดังนี้

1.1) HSK 2 มากกว่าหรือเท่ากับ 120 คะแนน หรือ HSK 3 ขึ้นไป มากกว่าหรือเท่ากับ 180 คะแนน ให้ยกเว้นการเรียนรายวิชา CHI67-121 (วิชาที่ 1) และได้รับผลการเรียนเป็นเกรด A

1.2) HSK 3 มากกว่าหรือเท่ากับ 180 คะแนน หรือ HSK 3 ขึ้นไป มากกว่าหรือเท่ากับ 180 คะแนน ให้ยกเว้นการเรียนรายวิชา CHI67-122 (วิชาที่ 2) และได้รับผลการเรียนเป็นเกรด A

1.3) HSK 4 ขึ้นไป ที่มีผลคะแนนมากกว่าหรือเท่ากับ 180 คะแนน ให้ยกเว้นการเรียนรายวิชา CHI67-121 (วิชาที่ 1) CHI67-122 (วิชาที่ 2) และ CHI67-123 (วิชาที่ 3) และได้รับผลการเรียนเป็นเกรด A ทั้ง 3 รายวิชา

2) ในการขอเทียบคะแนนสอบภาษาจีนเพื่อปรับเป็นเกรด ผลคะแนนสอบจะต้องมีอายุไม่เกิน 2 ปี นับจากวันที่ประกาศผลในประกาศนียบัตรผลคะแนนการทดสอบวัดระดับความรู้ภาษาจีน HSK ตามข้อ 1) ต้องมีอายุไม่เกิน 2 ปี นับจากรายงานผลคะแนนฉบับประกาศนียบัตร จนถึงวันที่ยื่นเอกสาร

3) ผลคะแนนที่นักศึกษาสามารถใช้อย่างถูกต้องเป็นผลคะแนนที่ปรากฏในใบประกาศนียบัตรซึ่งออกโดย HANBAN หรือ Confucius Institution Headquarters ซึ่งใบประกาศนียบัตรจะต้องระบุ ชื่อ-นามสกุล รูปถ่าย และผลคะแนนของผู้สอบ ตลอดจนวันที่รายงานผลคะแนนอย่างถูกต้องชัดเจน

4) การขอเทียบคะแนนสอบภาษาจีนเพื่อปรับเป็นเกรด นักศึกษาต้องยื่นผลคะแนนการทดสอบวัดความรู้ภาษาจีนก่อนวันสุดท้ายของการเรียนรายวิชาในภาคการศึกษานั้น ๆ ทั้งนี้ นักศึกษาจะไม่สามารถได้รับอนุญาตให้ยื่นผลคะแนนสอบวัดความรู้ภาษาจีนหลังจากประกาศผลการศึกษาของภาคการศึกษานั้น ๆ แล้ว ตัวอย่างเช่น “นักศึกษา ก ได้รับผลการเรียนเป็นเกรด B รายวิชา CHI67-123 ในภาคการศึกษาที่ 1 โดยช่วงระหว่างปิดภาคการศึกษาที่ 1 เพื่อเริ่มภาคการศึกษาที่ 2 นั้น นักศึกษา ก ได้เข้าทดสอบวัดระดับความรู้ภาษาจีน HSK และได้รับคะแนน 180 ซึ่งจะไม่สามารถนำมาเทียบผลการศึกษาย้อนหลังได้ โดยผลการศึกษารายวิชา CHI67-123 ในภาคการศึกษาที่ 1 จะยังคงไว้เช่นเดิม”

5) แนวปฏิบัติการยื่นผลคะแนนการทดสอบวัดระดับความรู้ภาษาจีน HSK

5.1) นักศึกษายื่นผลคะแนนการทดสอบวัดระดับความรู้ภาษาจีน HSK ไปยังสำนักวิชาต้นสังกัด

5.2) สำนักวิชาต้นสังกัดรวบรวมผลคะแนนการทดสอบวัดระดับความรู้ภาษาจีน HSK ผ่านการพิจารณาของคณะกรรมการบริหารสำนักวิชาต้นสังกัด และนำส่งไปยังศูนย์บริการการศึกษา

5.3) ศูนย์บริการการศึกษาตรวจสอบความถูกต้อง ประมวลผลและบันทึกข้อมูลลงระบบของศูนย์บริการการศึกษา

6) การยกเว้นการเรียนและการปรับผลเป็นเกรด แต่ละรายวิชาตามข้อ 1) นักศึกษาต้องลงทะเบียนเรียนในรายวิชานั้นๆ และปฏิบัติตามข้อกำหนด 2)-5)

หมายเหตุ: การเทียบโอนรายวิชาในหลักสูตรภาษาจีน กำหนดให้รายวิชา CHI67-121 ภาษาจีน
พื้นฐานเทียบได้กับรายวิชา CHI62-101 ภาษาจีน 1

เงื่อนไขการเทียบคะแนนสอบวัดความรู้และทักษะทางเทคโนโลยีสารสนเทศ

นักศึกษาชาวไทยและนักศึกษาต่างชาติทุกหลักสูตรที่มีคะแนนสอบ Microsoft Office Specialist (MOS) ในแต่ละรายการ ได้แก่

- 1) Exam 77-725 Word 2016: Core Document Creation, Collaboration and Communication หรือรายวิชาที่สูงกว่า เพื่อทดแทนรายวิชา INF67-172
- 2) Exam 77-727 Excel 2016: Core Data Analysis, Manipulation, and Presentation หรือรายวิชาที่สูงกว่า เพื่อทดแทนรายวิชา INF67-173
- 3) Exam 77-729 PowerPoint 2016: Core Presentation Design and Delivery Skills หรือรายวิชาที่สูงกว่า เพื่อทดแทนรายวิชา INF67-174
- 4) โดยมีรายละเอียดคะแนนการสอบดังนี้
 - 4.1) นักศึกษามีคะแนนสอบมากกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 80 สามารถขอยกเว้นการเรียนในรายวิชาดังกล่าว และได้รับผลการเรียนเป็นเกรด A
 - 4.2) นักศึกษามีคะแนนสอบร้อยละ 75-79.99 สามารถขอยกเว้นการเรียนในรายวิชาดังกล่าว และได้รับผลการเรียนเป็นเกรด B+
 - 4.3) นักศึกษามีคะแนนสอบร้อยละ 70-74.99 สามารถขอยกเว้นการเรียนในรายวิชาดังกล่าว และได้รับผลการเรียนเป็นเกรด B
 - 4.4) นักศึกษามีคะแนนสอบน้อยกว่าร้อยละ 70 ไม่สามารถขอปรับคะแนนเป็นเกรดได้ และจะต้องลงทะเบียนเรียนตามปกติ
- 5) แนวปฏิบัติการยื่นผลคะแนนการทดสอบวัดความรู้ทางเทคโนโลยีสารสนเทศ
 - 5.1) นักศึกษายื่นผลคะแนนการทดสอบวัดความรู้ทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ไปยังอาจารย์ผู้ประสานรายวิชาเพื่อตรวจสอบ และนำเข้าสู่ข้อมูลในระบบของศูนย์บริการการศึกษา
 - 5.2) นักศึกษาต้องยื่นผลการสอบภายในสัปดาห์ที่ 2 ของภาคการศึกษาที่นักศึกษาลงทะเบียน