



รายงานผลการดำเนินงานหลักสูตร (มคอ.7) (ระดับปริญญาตรี)

รหัสหลักสูตร 25481931102022

ชื่อหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ปี พ.ศ. 2561
คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ

ประจำปีการศึกษา 2561
(1 สิงหาคม 2561 ถึง 31 กรกฎาคม 2562)

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปสำหรับผู้บริหารการประเมินตนเอง	4
หมวดที่ 1 : ข้อมูลทั่วไป	7
ผลการดำเนินงานการบริหารจัดการหลักสูตรตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร (ตัวบ่งชี้ที่ 1.1)	7
หมวดที่ 2 : อาจารย์	
ผลการดำเนินงานการบริหารและพัฒนาอาจารย์ (ตัวบ่งชี้ 4.1)	12
ผลการดำเนินงานคุณภาพอาจารย์ (ตัวบ่งชี้ 4.2)	22
ผลการดำเนินงานผลที่เกิดกับอาจารย์อาจารย์ (ตัวบ่งชี้ 4.3)	25
หมวดที่ 3 : นักศึกษาและบัณฑิต	
ผลการดำเนินงานการรับนักศึกษา (ตัวบ่งชี้ 3.1)	32
ผลการดำเนินงานการส่งเสริมและพัฒนานักศึกษา (ตัวบ่งชี้ 3.2)	36
ผลการดำเนินงานผลที่เกิดกับนักศึกษา (ตัวบ่งชี้ 3.3)	45
ผลการดำเนินงานคุณภาพบัณฑิตตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (ตัวบ่งชี้ 2.1)	50
ผลการดำเนินงานร้อยละบัณฑิตปริญญาตรีที่ไ้ทำงานทำหรือประกอบอาชีพอิสระภายใน 1 ปี (ตัวบ่งชี้ 2.2) (ปริญญาตรี)	51
หมวดที่ 4 : ข้อมูลสรุปรายงาน	
ผลการดำเนินงานสาระของรายวิชาในหลักสูตร (ตัวบ่งชี้ 5.1)	83
ผลการดำเนินงาน การวางระบบผู้สอนและกระบวนการจัดการเรียนการสอน (ตัวบ่งชี้ 5.2)	89
ผลการดำเนินงานการประเมินผู้เรียน (ตัวบ่งชี้ 5.3)	97
ผลการดำเนินงานหลักสูตรตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (ตัวบ่งชี้ 5.4)	109
หมวดที่ 5 : การบริหารหลักสูตร	
ผลการดำเนินงานสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ (ตัวบ่งชี้ 6.1)	110
หมวดที่ 6 : ข้อคิดเห็น	118
หมวดที่ 7 : การเปลี่ยนแปลงที่มีผลกระทบต่อหลักสูตร	119
หมวดที่ 8 : แผนการดำเนินงานเพื่อพัฒนาหลักสูตร	120
สรุปผลการประเมินตนเอง ตามตัวบ่งชี้ สกอ. ระดับหลักสูตร	124
1. ตารางผลการประเมินตนเองรายตัวบ่งชี้ สกอ. ระดับหลักสูตร	125

2. ตารางวิเคราะห์คุณภาพการศึกษาภายในระดับหลักสูตร (ตาราง IPO)	126
3. ผลการวิเคราะห์จุดเด่นและจุดที่ควรพัฒนาจากการประเมินตนเอง ระดับหลักสูตร	127

บทสรุปสำหรับผู้บริหารการประเมินตนเอง

1. บทนำ (ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตรพอสังเขป)

ปรัชญา การตลาดเป็นกลไกที่สำคัญในศาสตร์การบริหารธุรกิจ การสร้างเสริมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ทางด้านวิชาชีพเฉพาะทางให้สอดคล้องกับความต้องการตลาดแรงงานและแข่งขันได้ในระดับสากล

วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1. ปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณทางวิชาชีพการตลาด พัฒนานิสัยการประพฤติอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม ความสามารถในการจัดการปัญหาทางคุณธรรมจริยธรรมที่ซับซ้อนเชิงวิชาการ หรือวิชาชีพ การตลาด มีภาวะผู้นำในการส่งเสริมการประพฤติตามหลักคุณธรรมจริยธรรมทั่วไปในที่ทำงานและชุมชน
2. มีความรู้ความเข้าใจ แนวคิด หลักการ ทฤษฎีทางการตลาดอย่างถ่องแท้ และนำมาประยุกต์ไปปฏิบัติใน วิชาชีพการตลาดได้อย่างลึกซึ้ง
3. สามารถใช้ความรู้ทางทฤษฎีและปฏิบัติในการบริหารจัดการภายใต้บริบทใหม่ ๆ คิควิเคราะห์ คิควิพากษ์ สังเคราะห์ และสร้างสรรค์ สามารถคิดเชิงบูรณาการแบบรวบยอด เพื่อแก้ปัญหาได้
4. มีทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ สามารถรับมือปัญหาระหว่างบุคคลได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีทักษะการทำงานเป็นทีม แสดงถึงภาวะผู้นำในการทำงาน มีความรับผิดชอบในการ ดำเนินงาน สามารถร่วมมือกับผู้อื่นในการขอจัดซื้อโต้แย้งและปัญหาต่าง ๆ
5. มีทักษะการคิดวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ มีความรู้ทางด้าน คณิตศาสตร์และสถิติ สามารถนำมาพัฒนาแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ความสามารถในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข ความสามารถในการสื่อสาร ความสามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

การประเมินตนเองตามผลการดำเนินงานของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก ในปีการศึกษา 2561 มีผลการดำเนินงาน “ได้มาตรฐาน” ตามมาตรฐานการศึกษาระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ มีระดับคุณภาพอยู่ในระดับ ดี (3.74 คะแนน)

2. ตารางวิเคราะห์คุณภาพการศึกษาภายในระดับหลักสูตร

องค์ประกอบที่	I	P	O	คะแนนเฉลี่ย	ผลการประเมิน 0.01 – 2.00 ระดับคุณภาพน้อย 2.01 – 3.00 ระดับคุณภาพปานกลาง 3.01 – 4.00 ระดับคุณภาพดี 4.01 – 5.00 ระดับคุณภาพดีมาก
1 การกำกับมาตรฐาน	ผ่าน				หลักสูตรได้
2 บัณฑิต	-	-	2.1, 2.2	3.12	ระดับคุณภาพดี
3 นักศึกษา	3.1, 3.2, 3.3	-	-	3.66	ระดับคุณภาพดี
4 อาจารย์	4.1, 4.2, 4.3	-	-	3.77	ระดับคุณภาพดีมาก
5 หลักสูตร การเรียนการสอน การประเมินผู้เรียน	5.1	5.2, 5.3, 5.4	-	4	ระดับคุณภาพดีมาก
6 สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้	-	6.1	-	3	ระดับคุณภาพดี
รวม	7	4	2	3.51	ระดับคุณภาพดีมาก
ผลการประเมิน	3.19	4	3.12	3.51	ระดับคุณภาพดี

ตารางสรุปประเมินตนเองคุณภาพภายในระดับหลักสูตร ประจำปีการศึกษา 2561				
คณะบริหารธุรกิจบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ				
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด				
ตัวบ่งชี้ที่	ชื่อตัวบ่งชี้	หน่วยนับ	ผลการดำเนินงาน	คะแนนที่ได้
1.1	การบริหารจัดการหลักสูตรตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรที่กำหนดโดยสกอ.	ผ่าน	ผ่าน	ผ่าน
2.1	คุณภาพบัณฑิตตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ	ค่าเฉลี่ย	4.29	4.13
2.2	ร้อยละของบัณฑิตปริญญาตรีที่ทำงานทำหรือประกอบอาชีพอิสระภายใน 1 ปี	ร้อยละ	ร้อยละ 41.17%	86.87%
3.1	การรับนักศึกษา	ระดับคะแนน	3.00	4
3.2	การส่งเสริมและพัฒนานักศึกษา	ระดับคะแนน	3.00	4
3.3	ผลที่เกิดกับนักศึกษา	ระดับคะแนน	3.00	3
4.1	การบริหารและพัฒนาอาจารย์	ระดับคะแนน	3.00	3
4.2	คุณภาพอาจารย์	ร้อยละ		3.33
	ร้อยละของอาจารย์ประจำหลักสูตรที่มีคุณวุฒิปริญญาเอก	ร้อยละ	5.00	5
	ร้อยละของอาจารย์ประจำหลักสูตรที่ดำรงตำแหน่งทางวิชาการ	ร้อยละ	0.00	0
	ผลงานทางวิชาการของอาจารย์ประจำหลักสูตร	ร้อยละ	5.00	5
4.3	ผลที่เกิดกับอาจารย์	ระดับคะแนน	3.00	4
5.1	สาระของรายวิชาในหลักสูตร	ระดับคะแนน	3.00	4
5.2	การวางระบบผู้สอนและกระบวนการจัดการเรียนการสอน	ระดับคะแนน	3.00	4
5.3	การประเมินผู้เรียน	ระดับคะแนน	3.00	4
5.4	ผลการดำเนินงานหลักสูตรตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ	ร้อยละ	4.58	5
6.1	สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้	ระดับคะแนน	3.00	4
ค่าคะแนนเฉลี่ยทุกตัวบ่งชี้				49.80
ผลการประเมิน				3.83

จากการวิเคราะห์ตามเกณฑ์การประเมินคุณภาพการศึกษาระดับหลักสูตร 6 องค์ประกอบ (13 ตัวบ่งชี้) พบว่า องค์ประกอบที่ 1 (ตัวบ่งชี้ที่ 1.1) หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด “ผ่าน” ตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร และมีจำนวน 6 องค์ประกอบ อยู่ในระดับคุณภาพดี (องค์ประกอบที่ 2) มีจำนวน 2 องค์ประกอบ อยู่ในระดับคุณภาพดีมาก (องค์ประกอบที่ 3) และมีจำนวน 3 องค์ประกอบ อยู่ในระดับระดับคุณภาพดี (องค์ประกอบที่ 4) มีจำนวน 3 องค์ประกอบ อยู่ในระดับคุณภาพดี (องค์ประกอบที่ 5) มีจำนวน 4 องค์ประกอบ อยู่ในระดับคุณภาพดี (องค์ประกอบที่ 6) มีจำนวน 1 องค์ประกอบ อยู่ในระดับคุณภาพดี

3. ผลการวิเคราะห์จุดเด่นและจุดที่ควรพัฒนาจากการประเมินตนเอง ระดับหลักสูตร

จุดเด่นและแนวทางเสริม	
1.	การส่งเสริมและพัฒนานักศึกษา ด้านการพัฒนาศักยภาพนักศึกษาและการเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21
2.	อาจารย์ประจำหลักสูตรมีการพัฒนาการเผยแพร่ผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ
จุดที่ควรพัฒนาและแนวทางปรับปรุง	
1.	การให้นักศึกษามีประสบการณ์ในสายวิชาชีพของตนเองมากขึ้น ด้วยการให้เรียนรู้จากผู้มีประสบการณ์ และใช้ศาสตร์วิชาการตลาดในการทำงานจริงและส่งเสริมให้ลงมือปฏิบัติ เพื่อมีประสบการณ์และเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงานมากขึ้น
2.	การส่งเสริมอาจารย์ประจำหลักสูตรพัฒนาตนเองสู่ตำแหน่งทางวิชาการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

รหัสหลักสูตร : 25481931102022

ชื่อหลักสูตร : บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

ระดับ : ปริญญาตรี

1. อาจารย์ประจำหลักสูตร (ตามเล่ม มคอ.2)

	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่ออาจารย์ประจำหลักสูตร	วุฒิการศึกษาสูงสุด	การรับผิดชอบ
1	อาจารย์	ณัฐกรณ์ กานคาน	บธ.ม. (การตลาด)	บริหารหลักสูตร
2	อาจารย์	ทัศนีย์ สวนฉิมพลี	บธ.ม. (การตลาด)	บริหารหลักสูตร
3	อาจารย์	ประวิทย์ พุ่มพา	บธ.ม. (การตลาด)	บริหารหลักสูตร
4	อาจารย์	ธนสร กิรัมย์	บธ.ม. (การตลาด)	บริหารหลักสูตร
5	อาจารย์	วัชรภรณ์ ขายม	บธ.ม. (การตลาด)	บริหารหลักสูตร

มีการปรับปรุงหลักสูตร ไม่มีการปรับปรุงหลักสูตร

หมายเหตุ : ปรับปรุงใหม่เนื่องจากตามรอบการปรับปรุงพัฒนาหลักสูตร โดยผ่านการอนุมัติจากสภามหาวิทยาลัย ครั้งที่ 11 เมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม พ.ศ 2558

สกอ.รับทราบให้ความเห็นชอบหลักสูตร เมื่อวันที่ 19 พ.ย พ.ศ 2560

2. อาจารย์ประจำหลักสูตร (ปัจจุบัน)

	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่ออาจารย์ประจำหลักสูตร	ข้อมูลประวัติการศึกษา
1	อาจารย์	ณัฐกรณ์ กานคาน	ระดับการศึกษาที่จบ : (ปริญญาตรี/ปริญญาโท/ปริญญาเอก) ปีที่จบ : 2552 ชื่อหลักสูตรที่จบการศึกษา : บธ.ม.(การตลาด) กลุ่มสาขาวิชาที่จบ (ISED) : 5.2 COMMERCIAL AND BUSINESS ADMINISTRATION : การบริหารพาณิชย์การและธุรกิจ สาขาวิชาที่จบ : การตลาด ชื่อสถาบันที่จบ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ประเภท (สถานภาพของการทำงาน) : ข้าราชการ / พนักงานมหาวิทยาลัย / จ้างประจำ / พนักงานราชการ ประสบการณ์การทำงานสอน : 6 ปี
2	อาจารย์	ดร.ภาวิณี ทองแย้ม	ระดับการศึกษาที่จบ : (ปริญญาตรี/ปริญญาโท/ปริญญาเอก) ปีที่จบ : 2556 ชื่อหลักสูตรที่จบการศึกษา : บธ.ด. การตลาด กลุ่มสาขาวิชาที่จบ (ISED) : 5.2 COMMERCIAL AND

	ตำแหน่งทาง วิชาการ	ชื่ออาจารย์ประจำ หลักสูตร	ข้อมูลประวัติการศึกษา
			BUSINESS ADMINISTRATION : การบริหารพาณิชย์การ และธุรกิจ สาขาวิชาที่จบ : การตลาด ชื่อสถาบันที่จบ : มหาวิทยาลัยสยาม ประเภท (สถานภาพของการทำงาน) : ข้าราชการ / พนักงานมหาวิทยาลัย / จ้างประจำ / พนักงานราชการ ประสบการณ์การทำงานสอน : 3 ปี
3	อาจารย์	ประวิทย์ พุ่มพา	ระดับการศึกษาที่จบ : (ปริญญาตรี/ปริญญาโท/ปริญญา เอก) ปีที่จบ : 2546 ชื่อหลักสูตรที่จบการศึกษา : บธม.(การตลาด) กลุ่มสาขาวิชาที่จบ (ISED) : 5.2 COMMERCIAL AND BUSINESS ADMINISTRATION : การบริหารพาณิชย์การ และธุรกิจ สาขาวิชาที่จบ : การตลาด ชื่อสถาบันที่จบ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประเภท (สถานภาพของการทำงาน) : ข้าราชการ / พนักงานมหาวิทยาลัย / จ้างประจำ / พนักงานราชการ ประสบการณ์การทำงานสอน : 12 ปี
4	อาจารย์	ธนสร กิรัมย์	ระดับการศึกษาที่จบ : (ปริญญาตรี/ปริญญาโท/ปริญญา เอก) ปีที่จบ : 2552 ชื่อหลักสูตรที่จบการศึกษา : บธม.(การตลาด) กลุ่มสาขาวิชาที่จบ (ISED) : 5.2 COMMERCIAL AND BUSINESS ADMINISTRATION : การบริหารพาณิชย์การ และธุรกิจ สาขาวิชาที่จบ : การตลาด ชื่อสถาบันที่จบ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ประเภท (สถานภาพของการทำงาน) : ข้าราชการ / พนักงานมหาวิทยาลัย / จ้างประจำ / พนักงานราชการ ประสบการณ์การทำงานสอน : 7 ปี
5	อาจารย์	วัชรภรณ์ ขายม	ระดับการศึกษาที่จบ : (ปริญญาตรี/ปริญญาโท/ปริญญา เอก) ปีที่จบ : 2554 ชื่อหลักสูตรที่จบการศึกษา : บธม.(การตลาด)

ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่ออาจารย์ประจำหลักสูตร	ข้อมูลประวัติการศึกษา
		<p>กลุ่มสาขาวิชาที่จบ (ISED) : 5.2 COMMERCIAL AND BUSINESS ADMINISTRATION : การบริหารพาณิชย์การและธุรกิจ</p> <p>สาขาวิชาที่จบ : การตลาด</p> <p>ชื่อสถาบันที่จบ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง</p> <p>ประเภท (สถานภาพของการทำงาน) : ข้าราชการ / พนักงานมหาวิทยาลัย / จ้างประจำ / พนักงานราชการ</p> <p>ประสบการณ์การทำการสอน : 4 ปี</p>

3. อาจารย์ผู้สอน

	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่ออาจารย์ผู้สอน	คุณวุฒิ/สาขาวิชาที่จบ
1	อาจารย์	อัครวุฒิ สื่อประสาร	รัฐศาสตรบัณฑิต
2	อาจารย์	ขจรจิตร ณะสาร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต / บริหารธุรกิจ
3	อาจารย์	สิรินทร์ อุทยานชัย	MSc. Master of Science business / Marketing Management
4	อาจารย์	สรวงกรณ์ สัจภาพพิชิต	Doctor of Philosophy / Marketing
5	อาจารย์	นายขนิภากร ภัณฑิพงษ์	ปริญญาบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต / การตลาด

4. สถานที่จัดการเรียนการสอน : คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจรัลพงษานุรักษ์

ที่อยู่ 122/41 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400

5. ผลการดำเนินงานการบริหารจัดการหลักสูตรตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร พ.ศ. 2548 (ตัวบ่งชี้ 1.1) (ระดับปริญญาตรี)

ข้อ	เกณฑ์การประเมิน (<input checked="" type="checkbox"/> ผ่านเกณฑ์/ <input type="checkbox"/> ไม่ผ่านเกณฑ์)	ผลการดำเนินงาน
1	<input checked="" type="checkbox"/> จำนวนอาจารย์ประจำหลักสูตร	มีอาจารย์ประจำหลักสูตร 5 คน เป็นไปตามเกณฑ์ (กรณีที่หลักสูตรหลักสูตร ป.ตรี มีแขนงวิชา กำหนดให้ต้องมีอาจารย์ประจำหลักสูตรจำนวนไม่น้อยกว่า 3 คน ให้ครบทุกแขนงวิชาโดยมีคุณวุฒิครอบคลุมแขนงวิชา)
2	<input checked="" type="checkbox"/> คุณสมบัติอาจารย์ประจำหลักสูตร	มีคุณวุฒิการศึกษา : ระดับปริญญาเอก 1 คน , ปริญญาโท 4 คน มีตำแหน่งทางวิชาการ : ผศ.0.....คน , รศ.0.....คน , ศ.0... คน ซึ่งเป็นคุณวุฒิที่ตรงหรือสัมพันธ์กับสาขาวิชา
11	<input checked="" type="checkbox"/> การปรับปรุงหลักสูตรตามรอบระยะเวลาที่กำหนด	หลักสูตรได้รับการอนุมัติ/เห็นชอบจากสภามหาวิทยาลัย ครั้งที่ 11 เมื่อเมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม พ.ศ 2558 สกอ.รับทราบให้ความเห็นชอบหลักสูตร เมื่อวันที่ 19 พฤศจิกายน พ.ศ 2560 และมี

ข้อ	เกณฑ์การประเมิน (<input checked="" type="checkbox"/> ผ่านเกณฑ์/ <input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน เกณฑ์)	ผลการดำเนินงาน
		การปรับปรุงหลักสูตรเนื่องจากปรับปรุงใหม่เนื่องจากตามรอบการปรับปรุงพัฒนาหลักสูตร โดยผ่านการอนุมัติจากสภามหาวิทยาลัย ครั้งที่ 11 เมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม พ.ศ. 2558 สกอ.รับทราบ เมื่อวันที่ 19 พ.ย พ.ศ 2560 และจะครบรอบการปรับปรุงหลักสูตรใหม่ในปี 2562
12	การดำเนินให้เป็นไปตามตัวบ่งชี้ ผลการดำเนินงานเพื่อการประกัน คุณภาพหลักสูตรและการเรียน การสอนตามกรอบมาตรฐาน คุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ	มีการดำเนินการตามเกณฑ์ทั้ง 4 ข้อ

สรุปผลการประเมิน ผ่านเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร

หลักฐานเอกสารที่ต้องการนอกเหนือจากเอกสารประกอบแต่ละรายตัวบ่งชี้

1. เอกสารหลักสูตรฉบับที่ สกอ. ประทับตรารับทราบ
2. หนังสือนำที่ สกอ. แจ้งรับทราบหลักสูตร (ถ้ามี)

3. กรณีหลักสูตรยังไม่ได้แจ้งการรับทราบ ให้มีหนังสือนำส่ง สกอ. หรือหนังสือส่งคืนจาก สกอ. และรายงานการประชุมสภาที่อนุมัติ / ให้ความเห็นชอบหลักสูตร

รายการหลักฐานหมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

รหัสหลักฐาน	รายการ
MK-BUSIT-01	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ 2553
MK-BUSIT-02	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ 2558

หมวดที่ 2 อาจารย์

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน (อธิบายผลการดำเนินงาน)
<p>การบริหารและ พัฒนาอาจารย์ (ตัวบ่งชี้ 4.1)</p>	<p>1) ระบบการรับอาจารย์และแต่งตั้งอาจารย์ประจำหลักสูตร :</p> <p>4.1.1 การรับและแต่งตั้งอาจารย์ประจำหลักสูตร</p> <p>ประเมินกระบวนการในการรับอาจารย์ ปรับปรุงโดยการประชุมสาขา มีกระบวนการดังนี้</p> <p>1.การรับอาจารย์ใหม่</p> <p>หลักสูตรมีพิจารณาขออัตรากำลังเพิ่มเพื่อทดแทนอาจารย์เกษียณอายุราชการ โดยการ สรรหาอาจารย์ตามกระบวนการมหาวิทยาลัย คณะ หลักสูตรดำเนินการร่วมกัน แต่งตั้ง อาจารย์ประจำหลักสูตรและมีการกำหนดคุณสมบัติ ของอาจารย์ประจำหลักสูตรเพิ่มเติม ของมหาวิทยาลัย เป็นการเพิ่มคุณภาพและประสิทธิภาพในการดำเนินงานของอาจารย์ ประจำหลักสูตร ดังต่อไปนี้</p> <p>1.1 อาจารย์ใหม่ของหลักสูตร จะต้องมีความรู้ระดับปริญญาเอก มี คุณวุฒิการตลาดโดยตรงกับหลักสูตร โดยทางหลักสูตร โดยหลักสูตรได้มีประชุมวางแผน เข้าที่ประชุมคณะกรรมการประจำคณะเพื่อเสนอการรับบรรจุอัตราอาจารย์ใหม่ และการ กำหนดคุณสมบัติเฉพาะตำแหน่งให้อาจารย์ใหม่สามารถเป็นอาจารย์ประจำหลักสูตรได้ ในอนาคต คุณวุฒิทางการศึกษา หน้าที่รับผิดชอบ และลักษณะงานที่ต้องปฏิบัติ ซึ่ง ผู้สมัครต้องมีหลักเกณฑ์ให้ตรงหรือเกี่ยวข้องกับหลักสูตร ดังนั้นคณะกรรมการประจำ หลักสูตรจึงได้มีการพิจารณาทบทวนถึงกระบวนการรับสมัครอาจารย์ที่ผ่านมา โดยมี การกำหนดคุณสมบัติของผู้สมัครเพิ่มเติม โดยได้เพิ่มกำหนดเกณฑ์ขั้นต่ำในการทดสอบ ระดับความรู้ภาษาอังกฤษ ตามเกณฑ์ประกาศของสำนักงานคณะกรรมการการ อุดมศึกษา เพื่อให้ได้อาจารย์ที่มีคุณภาพตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ การบริหารงาน หลักสูตรให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่เป็นไปตามเกณฑ์ประกันคุณภาพภายใน โดยวิธีการคัดเลือกตามกระบวนการของมหาวิทยาลัย ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) การสอบคัดเลือกเพื่อวัดผลความรู้ ความสามารถทั่วไป 2) การสอบวัดผลความรู้ ความสามารถเฉพาะตำแหน่ง คะแนน Toeic 3) การสอบความเหมาะสมกับตำแหน่ง ด้วยวิธีการสอบสัมภาษณ์ โดยคณบดี รองคณบดีฝ่ายวิชาการ รองคณบดีฝ่ายนโยบายและแผน หัวหน้าสาขาวิชา <p>1.2 การปฐมนิเทศ มหาวิทยาลัยมีการจัดปฐมนิเทศอาจารย์ใหม่ปีละ 1 ครั้งโดย กองบริหารงานบุคคล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก และหัวหน้าสาขาวิชา มีส่วนร่วมในการแนะนำการจัดการเรียนการสอนให้อาจารย์ใหม่ในการประชุมพัฒนา บุคลากรเป็นประจำทุกปี ทางสาขาวิชาฯ ก็ได้ส่งอาจารย์ใหม่เข้ารับการปฐมนิเทศ เนื่องจากในปีการศึกษานี้ยังไม่มีกรบรรจุอาจารย์ใหม่ ในปีการศึกษาหน้าทางหลักสูตรยัง มีการทบทวนกระบวนการและ เสนอแนะแนวทางการปรับปรุงว่าควรมีการกำหนดพี่เลี้ยง ให้กับอาจารย์ บรรจุใหม่ เพื่อชี้แนะช่องทางการปฏิบัติหน้าที่อาจารย์ และภารกิจอื่นๆ แนะนำเทคนิคการสอน การจัดทำรายละเอียดรายวิชา (มคอ.3)และรายงานผลการดาเนิน งานของรายวิชา (มคอ.5) ให้กับอาจารย์ใหม่</p>

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน (อธิบายผลการดำเนินงาน)
	<p>2.การแต่งตั้งอาจารย์ประจำหลักสูตร</p> <p>2.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ประชุมเพื่อคัดเลือกอาจารย์ประจำหลักสูตร โดยคุณสมบัติของอาจารย์ประจำหลักสูตรจะต้องมีความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ที่สอดคล้องกับระเบียบและหลักเกณฑ์ของมหาวิทยาลัยฯ</p> <p>2.2 อาจารย์ประจำหลักสูตร สาขาวิชาการตลาด เสนอรายชื่ออาจารย์ประจำหลักสูตรมาฝ่ายวิชาการของคณะ ทั้งนี้พิจารณาจากคุณวุฒิ ตำแหน่งทางวิชาการ ผลงานทางวิชาการ ความเชี่ยวชาญ โดยแต่ละสาขาต้องมีอาจารย์ประจำหลักสูตรอย่างน้อย 5 คน</p> <p>คุณวุฒิของอาจารย์ประจำหลักสูตรมีดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. นายณัฐกรณ์ กานคาน คุณวุฒิสูงสุด ปริญญาโท ชื่อปริญญาเต็ม บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขา) บธ.ม. (การตลาด) วันเซ็นสัญญาอาจารย์ 1 กุมภาพันธ์ 2555 2. นางสาวภาวิณี ทองแย้ม คุณวุฒิสูงสุด ปริญญาเอก ชื่อปริญญาเต็ม บริหารธุรกิจดุซฐึบัณฑิต (สาขา) บธ.ด. (การตลาด) วันเซ็นสัญญาอาจารย์ 15 สิงหาคม 2559 3. นายประวิทย์ พุ่มพา คุณวุฒิสูงสุด ปริญญาโท ชื่อปริญญาเต็ม บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขา) บธ.ม. (การตลาด) วันเซ็นสัญญาอาจารย์ 15 กรกฎาคม 2548 4. นางสาวธนสร กิรัมย์ คุณวุฒิสูงสุด ปริญญาโท ชื่อปริญญาเต็ม บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขา) บธ.ม. (การตลาด) วันเซ็นสัญญาอาจารย์ 27 มีนาคม 2556 5. นางสาววัชรภรณ์ ขายม คุณวุฒิสูงสุด ปริญญาโท ชื่อปริญญาเต็ม บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขา) บธ.ม. (การตลาด) วันเซ็นสัญญาอาจารย์ 27 มีนาคม 2556 <p>2.3 ฝ่ายวิชาการของคณะบริหารธุรกิจพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมของคุณวุฒิ ตำแหน่งทางวิชาการ ผลงานทางวิชาการ ความเชี่ยวชาญกับหลักสูตร แล้วดำเนินการเสนอรายชื่อให้คณะกรรมการประจำคณะให้ความเห็นชอบ และคณะบริหารธุรกิจฯ เห็นชอบ</p> <p>2.4 ในแต่ละปีการศึกษาฝ่ายบริหารและแผน และฝ่ายวิชาการและวิจัยมีการวางแผนร่วมกันในการวางแผนร่วมกันเพื่อรองรับการทดแทนอาจารย์ประจำหลักสูตร อาจารย์ลาศึกษาต่อหรือเกษียณอายุควบคู่ไปกับการวางแผนอัตรากำลังที่จะคัดเลือกมาพัฒนาให้มีคุณสมบัติเหมาะสมที่จะประจำหลักสูตรได้ทันกำหนดเวลา ลาศึกษาต่อ เกษียณอายุ และทบทวนอัตรากำลังบุคลากร เพื่อรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพให้อยู่กับสถาบัน จากการประชุมคณะกรรมการบริหารคณะ กรอบอัตรากำลัง อัตราคงอยู่ ซึ่งหัวหน้าสาขาวิชาการตลาดเป็นกรรมการร่วมด้วย</p>

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน (อธิบายผลการดำเนินงาน)
	<p>2.5 หากมีการรับอาจารย์ใหม่ อาจารย์ลาศึกษาต่อ หรือเกษียณอายุ สาขาจะพิจารณาคุณสมบัติของอาจารย์และปรับเปลี่ยนตำแหน่งของอาจารย์ประจำหลักสูตรให้มีความเหมาะสม โดยพิจารณาจากการประชุมแผนอัตรากำลัง และอัตรารายชื่อของฝ่ายบริหารและแผน ฝ่ายวิชาการ และหัวหน้าสาขาวิชาการตลาด นำเข้าประชุมและชี้แจงวางแผนร่วมกันกับอาจารย์ประจำหลักสูตร มีการคัดเลือกอาจารย์ใหม่ตามระเบียบและหลักเกณฑ์ของมหาวิทยาลัยโดยอาจารย์ใหม่จะต้องมีวุฒิการศึกษาและคุณสมบัติตามที่คณะ สาขาวิชา และ กบม. มหาวิทยาลัยกำหนด</p> <p>ในปีการศึกษา 2561 หลักสูตรได้มีการประชุมในสาขาวิชา การรับอาจารย์ใหม่จะพิจารณาจากมีคุณวุฒิปริญญาเอก สาขาวิชาการตลาด โดยตรงตามตำแหน่งเพื่อวางแผนเป็นอาจารย์ประจำหลักสูตรได้ในอนาคต จะต้องมีส่วนงานวิชาการ เพื่อมาประจำหลักสูตรให้มากขึ้น และได้มีการรับอาจารย์ใหม่คุณวุฒิปริญญาเอก คือ ดร.สรวงกรณ์ สัจจภาพพิชิต บรรจุนวันที่ 12 พฤษภาคม พ.ศ 2561</p> <p>ในปีการศึกษา 2562 หลักสูตรได้มีการประชุมในสาขาวิชา การรับอาจารย์ใหม่จะพิจารณาจากมีคุณวุฒิปริญญาเอก สาขาวิชาการตลาด โดยตรงตามตำแหน่งเพื่อวางแผนเป็นอาจารย์ประจำหลักสูตรได้ในอนาคต คือ ดร.ฉนการ ณีณนิพงษ์ บรรจุนวันที่ 28 พฤษภาคม พ.ศ 2562 เพื่อวางแผนการเปิดหลักสูตรระดับปริญญาโท และ ปริญญาเอก เพื่อรองรับความต้องการตลาดและขยายกลุ่มเป้าหมายของหลักสูตรในอนาคต</p> <p>2) ระบบการบริหารอาจารย์ประจำหลักสูตร</p> <p>4.1.2 การบริหารอาจารย์</p> <p>1. ด้านการพัฒนาอาจารย์ ให้มีคุณวุฒิ และ ตำแหน่งทางวิชาการ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศได้รับการงบประมาณจัดสรรพัฒนาอาจารย์ทั้งคุณวุฒิและตำแหน่งทางวิชาการ ที่มีนโยบายส่งเสริมในการพัฒนาอาจารย์ โดยจัดทำเป็นแผนระยะยาวด้านอัตรากำลังคนในการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้นและการจัดทำตำแหน่งทางวิชาการ พร้อมทั้งกำหนดแผนงานในการส่งเสริมและสนับสนุนต่าง ๆ จัดทำแผนพัฒนาบุคลากรสายวิชาการได้รับการจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาศักยภาพของอาจารย์ประจำหลักสูตรตามแผนปฏิบัติการคณะกรรมการหลักสูตรได้มีการวางแผน ส่งเสริมให้อาจารย์ประจำหลักสูตรเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ โดยการสำรวจความต้องการเข้าสู่ตำแหน่งวิชาการหลักสูตรมีการกำหนดบทบาทหน้าที่ของอาจารย์ประจำหลักสูตรอย่างชัดเจน เช่น กิจกรรมที่ 1 อบรมเชิงปฏิบัติการการเขียนตำรา/หนังสือ/เอกสารประกอบการสอน ที่มีการจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง โดยพิจารณาจากแผนงบประมาณพัฒนาบุคลากรซึ่งอาจารย์ประจำหลักสูตรที่มีการวางแผนเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการเข้าร่วมกิจกรรม และมีฝ่ายวิชาการและฝ่ายบุคลากรของคณะทำหน้าที่ในการสนับสนุนการพัฒนาวิจัยและเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ การ บริหารและพัฒนาอาจารย์เป็นไปตามระบบและกลไกที่ทางหลักสูตร คณะ และมหาวิทยาลัยได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการ ปฏิบัติในการบริหารและการพัฒนาอาจารย์ในด้านต่าง ๆ ทางหลักสูตรได้ให้กำหนดเป้าหมายในด้านต่าง ๆ เพื่อเป็น มาตรฐานในการเปรียบเทียบกับ</p>

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน (อธิบายผลการดำเนินงาน)
	<p>ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริง</p> <p>หลักสูตรมีการวางแผนระยะยาวในการสนับสนุนอาจารย์ประจำหลักสูตรศึกษาต่อในระดับปริญญาเอกตั้งแต่ปีการศึกษา 2557 ตลอดจนวางแผนทำเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ</p> <p>ในปีการศึกษา 2558 อาจารย์ประจำหลักสูตรอาจารย์ทัศนีย์ สอนนิมพลี ได้รับการพิจารณา ลาศึกษาต่อในระดับปริญญาเอก (เวลาราชการ) ในปีการศึกษา 2559 สาขาวิชาได้มีการดำเนินการพัฒนาอาจารย์ศึกษาต่อในระดับปริญญาเอก คือ อาจารย์ วัชรภรณ์ ขายม ซึ่งได้รับการพิจารณาทุนจากมหาวิทยาลัย ศึกษาต่อในระดับปริญญาเอก (นอกเวลาราชการ) ตามแผนพัฒนาบุคลากรที่วางแผนไว้ ในปีการศึกษา 2560 อาจารย์ธนสร กิรัมย์ ได้รับทุนการศึกษามหาวิทยาลัยในระดับปริญญาเอก (นอกเวลาราชการ) ตามแผนพัฒนาบุคลากรที่วางแผนไว้</p> <p>แนวทางของหลักสูตรในการพัฒนาอาจารย์ ได้มีการประชุมร่วมกันในการวางแผนศึกษาต่อของอาจารย์ประจำหลักสูตร ขอให้พิจารณาหลักสูตรที่มีการศึกษานอกเวลาเพื่อไม่ให้กระทบต่ออาจารย์ประจำหลักสูตร โดยจะมีการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบ ลดภาระการสอนของอาจารย์ที่ศึกษาต่อไม่ได้ลาเรียน เพื่อให้สามารถบริหารจัดการเวลาให้สำเร็จการศึกษาตามกำหนด เพื่อป้องกันความเสี่ยงด้านองค์ประกอบการกำกับมาตรฐาน อาจารย์ประจำหลักสูตร ได้มีการให้อาจารย์เข้ารับการอบรม จากฝึกอบรม จะต้องรายงานผลการฝึกอบรมและมีการนำความรู้มาแลกเปลี่ยน บอกเล่า ถ่ายทอดให้อาจารย์ท่านอื่นทราบ</p> <p>แนวทางแผนการพัฒนาผลงานวิจัย มีข้อจำกัดด้านการส่งเสริมและพัฒนาผู้วิจัย การพัฒนาองค์ความรู้ในบริบทศาสตร์ทางการตลาด จำเป็นต้องใช้ระยะเวลาในการวิเคราะห์สังเคราะห์ผลงานทางด้านวิจัยเชิงสังคมศาสตร์เฉพาะทางการตลาดและข้อจำกัดด้านการขอทุนวิจัยที่รวดเร็วหลักสูตรมีการสนับสนุนจากคณะจัดให้มีงบประมาณเพื่อพัฒนาตนเองและการนำเสนอผลงานวิจัยของอาจารย์อย่างพอเพียง</p> <p>โดยในปีการศึกษา 2560 หลักสูตรปรับปรุงมุ่งเน้นงานวิจัยเพื่อนำมาปรับใช้ในการพัฒนาการตลาด การประชุมทบทวนที่ผ่านมา มีการวางแผนนโยบายเน้นผลงานวิจัยมากกว่า และพบว่าในปี 2561 อาจารย์ประจำหลักสูตรมีการเผยแพร่ผลงานวิจัยที่โดยได้มีการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ของ ดร.ภาวิณี ทองแย้ม และมีการนำเสนอผลงานในงานประชุมวิชาการระดับชาติ 1 บทความ ซึ่งมีการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติร่วมกันของ ดร.ภาวิณี ทองแย้ม อาจารย์ณัฐภรณ์ กานคานและอาจารย์ประวิทย์ พุ่มพานำเสนอผลงานในงานประชุมวิชาการระดับชาติ อีก 1 บทความ ของอาจารย์วัชรภรณ์ ขายม และอาจารย์ธนสร กิรัมย์ งานประชุมระดับชาติและนานาชาติ อีก 2 บทความ พบว่ามีการเผยแพร่ผลงานอาจารย์ประจำหลักสูตรเพิ่มขึ้น จากปีการศึกษา 2560</p> <p>แนวทางการขอตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์ประวิทย์ พุ่มพา อยู่ระหว่างการพิจารณาผลการตรวจประเมิน และแลกเปลี่ยนความรู้ในการทำเอกสารประกอบการสอนให้อาจารย์ในหลักสูตรเพื่อพัฒนาตนเองสู่ตำแหน่งวิชาการต่อไปนั้น การส่งเสริมและ</p>

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน (อธิบายผลการดำเนินงาน)																														
	<p>พัฒนาอาจารย์ในปีการศึกษาต่อไป ควรเป็นเรื่องการเพิ่มเติมคุณวุฒิ และหรือการเตรียมตัวเข้าสู่ตำแหน่งวิชาการ</p> <p>2. แผนอัตรากำลังของหลักสูตร มีการประชุมเพื่อจัดทำแผนอัตรากำลังระยะ 5 ปี และดำเนินการจัดทำทุก ๆ 5 ปี ที่แสดงให้เห็นถึงอัตรารายวิชาที่คงอยู่ การศึกษาต่อ การทำผลงานวิจัย การขอตำแหน่งทางวิชาการ จำนวนผู้เกษียณ จำแนกตามคุณวุฒิ และตำแหน่งทางวิชาการ เพื่อแสดงให้เห็นถึงจำนวนอาจารย์ที่ต้องสรรหา และสิ่งที่ต้องสนับสนุนให้อาจารย์ประจำหลักสูตรในแต่ละปี เพื่อให้คุณสมบัติของอาจารย์สอดคล้องกับระบบและกลไกของคณะฯ และตรงกับความต้องการของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก</p> <p>3.1 สาขาการตลาดมีแผนอัตรากำลังระยะ 5 ปี คือตั้งแต่ปี 2558 – 2562 โดยที่แสดงให้เห็นถึงอัตรารายวิชาที่คงอยู่ การศึกษาต่อ การทำผลงานวิจัย การขอตำแหน่งทางวิชาการ จำนวนผู้เกษียณ จำแนกตามคุณวุฒิ และตำแหน่งทางวิชาการ เพื่อแสดงให้เห็นถึงจำนวนอาจารย์ที่ต้องสรรหา และสิ่งที่ต้องสนับสนุนให้อาจารย์ประจำหลักสูตรในแต่ละปีโดยแผนได้รวมอยู่ในฝ่ายแผนและบริหารของคณะบริหารธุรกิจ โดยสาขาวิชาเสนอไป</p> <p>วิทยาเขตจักรพงษ์ภูวนารถ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก ระยะ 5 ปี พ.ศ. 2558 - พ.ศ. 2562</p> <table border="1" data-bbox="453 1137 1430 1435"> <thead> <tr> <th>สาขาวิชาการตลาด</th> <th>2558</th> <th>2559</th> <th>2560</th> <th>2561</th> <th>2562</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>อัตรากำลังตามกรอบ</td> <td>2</td> <td>2</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>แผนการศึกษาต่อ</td> <td>0</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>แผนการขอตำแหน่งทางวิชาการ</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>ผศ.</td> <td>ผศ.</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>อัตรการเกษียณอายุ</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table> <p>3.2 สาขาการตลาด ส่งข้อมูลการขาดแคลนอัตรากำลัง และข้อมูลสิ่งที่ต้องสนับสนุนให้อาจารย์ประจำหลักสูตรให้กับคณะฯ เพื่อให้คณะดำเนินการพิจารณาสนับสนุนเพิ่มอัตรากำลังให้ครบตามที่ สกอ. ได้กำหนดมาตรฐานไว้</p> <p>สาขาวิชาการตลาด จัดให้มีการประชุมทบทวนแนวปฏิบัติ การวิเคราะห์ความเสี่ยง การดำเนินงานการจัดการเรียนการสอน การปฏิบัติงาน มีการประเมินผลกระทบจากการสัมภาษณ์และอภิปรายปัญหา ข้อร้องเรียนที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมการบริหารและพัฒนา อาจารย์การรับและแต่งตั้งอาจารย์ประจำหลักสูตรการแต่งตั้งอาจารย์ประจำหลักสูตร การบริหารอาจารย์ เพื่อนำมากำหนดนโยบายที่มาจากความร่วมมือโดยพิจารณาถึงบริบทรอบด้าน ไม่ว่าจะเป็นฝ่ายบริหาร อาจารย์ นักศึกษา ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการใช้หลักสูตร ซึ่งจากการประชุมทบทวนแนวปฏิบัติพบว่า การจัดการเรียนการสอนเป็นไปด้วยดี เนื่องจากอาจารย์เข้ามาประชุมและมีส่วนร่วมในการกำหนดแนวปฏิบัติ รวมถึงตารางการปฏิบัติงาน จึงเห็นควรให้ยึดแนวปฏิบัติไปใช้ในปีการศึกษา 2560 ต่อไป</p> <p>ในปีการศึกษา 2561 การบริหารอาจารย์ประจำหลักสูตรนั้นมีการปฏิบัติเป็นไป</p>	สาขาวิชาการตลาด	2558	2559	2560	2561	2562	อัตรากำลังตามกรอบ	2	2	2	3	3	แผนการศึกษาต่อ	0	2	1	1	2	แผนการขอตำแหน่งทางวิชาการ	0	0	ผศ.	ผศ.	0	อัตรการเกษียณอายุ	1	0	0	0	0
สาขาวิชาการตลาด	2558	2559	2560	2561	2562																										
อัตรากำลังตามกรอบ	2	2	2	3	3																										
แผนการศึกษาต่อ	0	2	1	1	2																										
แผนการขอตำแหน่งทางวิชาการ	0	0	ผศ.	ผศ.	0																										
อัตรการเกษียณอายุ	1	0	0	0	0																										

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน (อธิบายผลการดำเนินงาน)														
	<p>ตามเกณฑ์ของมหาวิทยาลัยและข้อกำหนดของคณะ ได้แก่ ภาระงานสอน ภาระงานให้คำปรึกษานักศึกษา ภาระงานการทำงานทาง วิชาการ และภาระงานในการบริการ วิชาการและกิจกรรมอื่น ๆ ภาระงานสอนนั้นยึดตามยึดตามภาระงานปกติที่กำหนดโดย มหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นไปตามระบบและกลไกที่กำหนด</p> <p>3) ระบบการส่งเสริมและพัฒนาอาจารย์ประจำหลักสูตร</p> <p>คณะได้มีนโยบายในการจัดสรรงบประมาณเพื่อพัฒนาบุคลากรตามต้องการโดยให้หลักสูตรวางแผนในการพัฒนาบุคลากรของหลักสูตร เช่น การฝึกอบรม การสัมมนา การเรียนการสอน วิจัย การเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ เป็นต้น ซึ่งอาจารย์ประจำหลักสูตรการตลาดได้รับการพัฒนาในด้านต่าง ๆ โดยคณะและมหาวิทยาลัย มีการรายงานผลการพัฒนาอาจารย์เป็นรายบุคคล เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการจัดเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพ (Career path)</p> <p>ทางหลักสูตรได้มีการวางแผนปีการศึกษา 2559 ในการพัฒนาให้อาจารย์ประจำหลักสูตร อบรม สัมมนา วิจัย ตามความสามารถ และ ความถนัด ข้อมูลอาจารย์ประจำหลักสูตรได้รับการพัฒนาในด้านต่าง ๆ โดยมุ่งให้อาจารย์ในสาขาวิชามีการพัฒนา ศักยภาพ ทางวิชาการเพื่อเป็นศักยภาพของหลักสูตรตามเกณฑ์มาตรฐาน โดยคณะและ มหาวิทยาลัย และ หน่วยงานภายนอก ในปีการศึกษา 2560 ดังนี้</p> <table border="1" data-bbox="464 1093 1406 2085"> <thead> <tr> <th data-bbox="464 1093 778 1142">อาจารย์</th> <th data-bbox="778 1093 1406 1142">โครงการ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="464 1142 778 1675" rowspan="5">1.นายณัฐกรณ์ กานคาน เน้น การพัฒนาด้าน วิชาการ และ วิจัยเพื่อวางแผนในการศึกษาต่อระดับปริญญาเอก</td> <td data-bbox="778 1142 1406 1285">โครงการประชุมเชิงปฏิบัติการการทบทวนแผน ยุทธศาสตร์คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ</td> </tr> <tr> <td data-bbox="778 1285 1406 1384">โครงการการสัมมนาและแข่งขันทักษะทางวิชาการ ด้านบริหารธุรกิจ</td> </tr> <tr> <td data-bbox="778 1384 1406 1482">โครงการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์วิชาชีพของ บุคลากร</td> </tr> <tr> <td data-bbox="778 1482 1406 1581">โครงการสัมมนาเชิงปฏิบัติการพัฒนาสมรรถนะและ ส่งเสริมองค์ความรู้ในการประกอบธุรกิจยุคดิจิทัล</td> </tr> <tr> <td data-bbox="778 1581 1406 1675">โครงการประกันคุณภาพการศึกษา ระดับหลักสูตร และระดับคณะ</td> </tr> <tr> <td data-bbox="464 1675 778 1760"></td> <td data-bbox="778 1675 1406 1760">โครงการ Marketing day</td> </tr> <tr> <td data-bbox="464 1760 778 2085" rowspan="3">2.ดร.ภาวิณี ทองแย้ม เน้นพัฒนาด้านวิจัยและ การเข้าสู่ตำแหน่งทาง วิชาการ</td> <td data-bbox="778 1760 1406 1904">โครงการประชุมเชิงปฏิบัติการการทบทวนแผน ยุทธศาสตร์คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ</td> </tr> <tr> <td data-bbox="778 1904 1406 2002">โครงการการสัมมนาและแข่งขันทักษะทางวิชาการ ด้านบริหารธุรกิจ</td> </tr> <tr> <td data-bbox="778 2002 1406 2085">โครงการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์วิชาชีพของ</td> </tr> </tbody> </table>	อาจารย์	โครงการ	1.นายณัฐกรณ์ กานคาน เน้น การพัฒนาด้าน วิชาการ และ วิจัยเพื่อวางแผนในการศึกษาต่อระดับปริญญาเอก	โครงการประชุมเชิงปฏิบัติการการทบทวนแผน ยุทธศาสตร์คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ	โครงการการสัมมนาและแข่งขันทักษะทางวิชาการ ด้านบริหารธุรกิจ	โครงการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์วิชาชีพของ บุคลากร	โครงการสัมมนาเชิงปฏิบัติการพัฒนาสมรรถนะและ ส่งเสริมองค์ความรู้ในการประกอบธุรกิจยุคดิจิทัล	โครงการประกันคุณภาพการศึกษา ระดับหลักสูตร และระดับคณะ		โครงการ Marketing day	2.ดร.ภาวิณี ทองแย้ม เน้นพัฒนาด้านวิจัยและ การเข้าสู่ตำแหน่งทาง วิชาการ	โครงการประชุมเชิงปฏิบัติการการทบทวนแผน ยุทธศาสตร์คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ	โครงการการสัมมนาและแข่งขันทักษะทางวิชาการ ด้านบริหารธุรกิจ	โครงการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์วิชาชีพของ
อาจารย์	โครงการ														
1.นายณัฐกรณ์ กานคาน เน้น การพัฒนาด้าน วิชาการ และ วิจัยเพื่อวางแผนในการศึกษาต่อระดับปริญญาเอก	โครงการประชุมเชิงปฏิบัติการการทบทวนแผน ยุทธศาสตร์คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ														
	โครงการการสัมมนาและแข่งขันทักษะทางวิชาการ ด้านบริหารธุรกิจ														
	โครงการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์วิชาชีพของ บุคลากร														
	โครงการสัมมนาเชิงปฏิบัติการพัฒนาสมรรถนะและ ส่งเสริมองค์ความรู้ในการประกอบธุรกิจยุคดิจิทัล														
	โครงการประกันคุณภาพการศึกษา ระดับหลักสูตร และระดับคณะ														
	โครงการ Marketing day														
2.ดร.ภาวิณี ทองแย้ม เน้นพัฒนาด้านวิจัยและ การเข้าสู่ตำแหน่งทาง วิชาการ	โครงการประชุมเชิงปฏิบัติการการทบทวนแผน ยุทธศาสตร์คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ														
	โครงการการสัมมนาและแข่งขันทักษะทางวิชาการ ด้านบริหารธุรกิจ														
	โครงการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์วิชาชีพของ														

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน (อธิบายผลการดำเนินงาน)	
		บุคลากร โครงการสัมมนาเชิงปฏิบัติการพัฒนาสมรรถนะและส่งเสริมองค์ความรู้ในการประกอบธุรกิจยุคดิจิทัล โครงการประกันคุณภาพการศึกษา ระดับหลักสูตรและระดับคณะ โครงการ Marketing day
	3. อาจารย์ประวิทย์ พุ่มพา เน้นพัฒนาด้านวิชาการและการพัฒนาสู่ตำแหน่งวิชาการ	โครงการประชุมเชิงปฏิบัติการการทบทวนแผนยุทธศาสตร์คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ โครงการการสัมมนาและแข่งขันทักษะทางวิชาการด้านบริหารธุรกิจ โครงการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์วิชาชีพของบุคลากร โครงการสัมมนาเชิงปฏิบัติการพัฒนาสมรรถนะและส่งเสริมองค์ความรู้ในการประกอบธุรกิจยุคดิจิทัล โครงการประกันคุณภาพการศึกษา ระดับหลักสูตรและระดับคณะ โครงการ Marketing day
	4.นางสาวธนสร กิรัมย์ เน้นการพัฒนาด้านวิชาการและวิจัย เนื่องจากกำลังศึกษาต่อ	โครงการประชุมเชิงปฏิบัติการการทบทวนแผนยุทธศาสตร์คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ โครงการการสัมมนาและแข่งขันทักษะทางวิชาการด้านบริหารธุรกิจ โครงการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์วิชาชีพของบุคลากร โครงการสัมมนาเชิงปฏิบัติการพัฒนาสมรรถนะและส่งเสริมองค์ความรู้ในการประกอบธุรกิจยุคดิจิทัล โครงการประกันคุณภาพการศึกษา ระดับหลักสูตรและระดับคณะ โครงการ Marketing day โครงการพัฒนาสู่ตำแหน่งวิชาการ

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน (อธิบายผลการดำเนินงาน)	
<p>5.นางสาววัชรภรณ์ ขายม เน้นพัฒนาด้านวิจัย และวิชาการ เนื่องจาก กำลังศึกษาต่อ</p>		<p>งาน Thailand Economic Challenges 2019 เพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับเศรษฐกิจไทยในปี 2562 จัดโดยธนาคารกรุงไทย</p> <p>สัมมนาในหัวข้อ PIM's Work-based Education Forum ครั้งที่ 7 เรื่อง "Work-based Education for Sustainability" จัดโดยสถาบันปัญญาภิวัฒน์</p>
		<p>โครงการประชุมเชิงปฏิบัติการการทบทวนแผนยุทธศาสตร์คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ</p>
		<p>โครงการการสัมมนาและแข่งขันทักษะทางวิชาการด้านบริหารธุรกิจ</p>
		<p>โครงการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์วิชาชีพของบุคลากร</p>
		<p>โครงการสัมมนาเชิงปฏิบัติการพัฒนาสมรรถนะและส่งเสริมองค์ความรู้ในการประกอบธุรกิจยุคดิจิทัล</p>
		<p>โครงการประกันคุณภาพการศึกษา ระดับหลักสูตรและระดับคณะ</p>
		<p>โครงการ Marketing day</p>
		<p>โครงการพัฒนาสู่ตำแหน่งวิชาการ</p>
		<p>สัมมนา SME coach จัดโดยธนาคารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม</p>
		<p>หัวข้อ แนวคิด หลักการ วิธีการรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยเชิงคุณภาพ จัดโดยศูนย์จัดการความรู้ สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)</p>
<p>เมื่อสิ้นสุดการเข้าฝึกอบรมเพื่อพัฒนาบุคลากรตามต้องการ หรือการพัฒนาในด้านต่าง ๆ โดยคณะและมหาวิทยาลัยอาจารย์ประจำหลักสูตรได้รายงานผลการเข้าร่วมทุกครั้งจากการประชุมอาจารย์ประจำหลักสูตร พบว่า การเข้าร่วมโครงการ/อบรม ที่อาจารย์ประจำหลักสูตรเข้าร่วมนั้นพบว่า สามารถนำมาพัฒนาความรู้ความสามารถทางวิชาการและวิชาชีพได้ แต่อย่างไรก็ตามงบประมาณที่อาจารย์ประจำหลักสูตรแต่ละท่านได้รับจัดสรรนั้นไม่เพียงพอต่อความต้องการ อันเนื่องมาจากการเข้าอบรมเพื่อให้ได้ความรู้ด้านเทคโนโลยีใหม่ หรือ ได้ใบรับรองความรู้ความสามารถนั้นต้องใช้งบประมาณค่อนข้างสูง</p> <p>ในปีการศึกษา 2560 หลักสูตร เสนอให้คณะฯ เพิ่มงบประมาณในการดำเนินงานเพื่อพัฒนาบุคลากรตามต้องการในการพัฒนาบุคลากรของหลักสูตร ในปีการศึกษา</p>		

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน (อธิบายผลการดำเนินงาน)
	<p>2561 มีการเพิ่มงบประมาณในการดำเนินงานเพื่อพัฒนาบุคลากรตามต้องการในการพัฒนาบุคลากรของหลักสูตร รวมทั้งการจัดให้มีการประชุมทบทวนแนวปฏิบัติ การวิเคราะห์ความเสี่ยง ในกิจกรรมการส่งเสริมและพัฒนาอาจารย์การปฏิบัติงาน มีการประเมินผลกระทบจากการสัมมนาและอภิปรายปัญหา ข้อร้องเรียนที่เกิดขึ้น จากกิจกรรมการส่งเสริมและพัฒนาอาจารย์ เพื่อนำมากำหนดนโยบายที่มาจากความร่วมมือโดยพิจารณาถึงบริบทรอบด้าน ไม่ว่าจะเป็นฝ่ายบริหาร อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด ซึ่งจากการประชุมทบทวนแนวปฏิบัติพบว่า ควรเสนอให้เร่งรัดขั้นตอนในการส่งตัวอาจารย์ไปอบรม สัมมนา ให้มีความสะดวกรวดเร็วในระยะเบียวิถีการทางสารบัญของราชการ เพื่อทันต่อการปิดโครงการต่าง ๆ จะทำให้อาจารย์มีโอกาสในการเข้าร่วมอบรม สัมมนาได้รวดเร็ว และจึงเห็นควรให้ยึดแนวปฏิบัติไปใช้ในปีการศึกษา 2561 ต่อไปโดยจัดโครงการพัฒนาศักยภาพอาจารย์ด้านการตลาด</p> <p>ดังนั้นอาจารย์ประจำหลักสูตรทุกคนจึงผ่านกระบวนการปฐมนิเทศโดยกองบริหารงานบุคคลครบทุกคนแล้วโดยหลักการตลาดจัดให้อาจารย์พี่เลี้ยงเพื่อให้คำแนะนำแนวทางในการปฏิบัติงาน การสอน การจัดทำ มคอ. 3, 4, 5, 6 และวัฒนธรรมขององค์กร ทั้งนี้อาจารย์ใหม่จะเข้าร่วมประชุมสาขาการตลาดทุกครั้งเพื่อรับฟังการดำเนินงานของสาขาวิชาการตลาด ปีการศึกษา 2561 การกำหนดบทบาทหน้าที่และมอบหมายภาระหน้าที่ความรับผิดชอบของอาจารย์ให้เหมาะสมกับคุณวุฒิ ความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ อย่างชัดเจน โดยกำหนดให้อาจารย์ประจำหลักสูตรและอาจารย์ ผู้สอนในสาขาวิชาการตลาดมีความรับผิดชอบต่อพันธกิจของคณะมหาวิทยาลัย ซึ่งครอบคลุมทั้งด้านการจัดกิจกรรมการเรียน การสอน การผลิตผลงานวิชาการ การวิจัย การบริการวิชาการ และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม</p>

ผลการประเมินตนเอง : 3 คะแนน

เหตุผล : หลักสูตรมีการรับอาจารย์ระดับปริญญาเอก มีการปรับปรุงการบริหารอาจารย์ ระบบส่งเสริมและพัฒนาอาจารย์มีผลที่มีการปรับปรุงด้านต่างๆ

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน (อธิบายผลการดำเนินงาน)							
คุณภาพอาจารย์ (ตัวบ่งชี้ 4.2)	<p>1) ร้อยละอาจารย์ประจำหลักสูตรที่มีวุฒิปริญญาเอก ...20... คะแนนประเมิน5.....(1)</p> <p>2) ร้อยละอาจารย์ประจำหลักสูตรที่ดำรงตำแหน่งทางวิชาการ ...-... คะแนนประเมิน0.....(2)</p> <table border="1" data-bbox="539 1917 1398 2065" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>รายการข้อมูล</th> <th>จำนวน</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. จำนวนอาจารย์ประจำหลักสูตรทั้งหมด</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>2. จำนวนอาจารย์ประจำหลักสูตรที่มีวุฒิปริญญาเอก</td> <td>1</td> </tr> </tbody> </table>		รายการข้อมูล	จำนวน	1. จำนวนอาจารย์ประจำหลักสูตรทั้งหมด	5	2. จำนวนอาจารย์ประจำหลักสูตรที่มีวุฒิปริญญาเอก	1
รายการข้อมูล	จำนวน							
1. จำนวนอาจารย์ประจำหลักสูตรทั้งหมด	5							
2. จำนวนอาจารย์ประจำหลักสูตรที่มีวุฒิปริญญาเอก	1							

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน (อธิบายผลการดำเนินงาน)										
		<table border="1"> <tr> <td>3. จำนวนอาจารย์ประจำหลักสูตรที่ดำรงตำแหน่ง อ.</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>4. จำนวนอาจารย์ประจำหลักสูตรที่ดำรงตำแหน่ง ผศ.</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>5. จำนวนอาจารย์ประจำหลักสูตรที่ดำรงตำแหน่ง รศ.</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>6. จำนวนอาจารย์ประจำหลักสูตรที่ดำรงตำแหน่ง ศ.</td> <td>0</td> </tr> </table>	3. จำนวนอาจารย์ประจำหลักสูตรที่ดำรงตำแหน่ง อ.	4	4. จำนวนอาจารย์ประจำหลักสูตรที่ดำรงตำแหน่ง ผศ.	0	5. จำนวนอาจารย์ประจำหลักสูตรที่ดำรงตำแหน่ง รศ.	0	6. จำนวนอาจารย์ประจำหลักสูตรที่ดำรงตำแหน่ง ศ.	0	
3. จำนวนอาจารย์ประจำหลักสูตรที่ดำรงตำแหน่ง อ.	4										
4. จำนวนอาจารย์ประจำหลักสูตรที่ดำรงตำแหน่ง ผศ.	0										
5. จำนวนอาจารย์ประจำหลักสูตรที่ดำรงตำแหน่ง รศ.	0										
6. จำนวนอาจารย์ประจำหลักสูตรที่ดำรงตำแหน่ง ศ.	0										
	<p>1. คำนวณค่าร้อยละของอาจารย์ประจำหลักสูตรที่มีคุณวุฒิปริญญาเอก ตามสูตร</p> $\frac{\text{จำนวนอาจารย์ประจำหลักสูตรที่มีคุณวุฒิปริญญาเอก}}{\text{จำนวนอาจารย์ประจำหลักสูตรทั้งหมด}} \times 100$ <p>2. แปลงค่าร้อยละที่คำนวณได้ในข้อ 1 เทียบกับคะแนนเต็ม 5</p> <p>คะแนนที่ได้ = $\frac{\text{ร้อยละของอาจารย์ประจำหลักสูตรที่มีคุณวุฒิปริญญาเอก}}{\text{ร้อยละของอาจารย์ประจำหลักสูตรที่มีคุณวุฒิปริญญาเอกที่กำหนดให้เป็นคะแนนเต็ม 5}} \times 5$</p> <p>แสดงวิธีคำนวณ (1/5 x 100) แปลงค่าร้อยละที่คำนวณ คะแนนที่ได้ = 20/5 x 5 = 20</p> <p>3) ผลงานวิชาการของอาจารย์ประจำหลักสูตร คิดเป็นร้อยละผลรวมถ่วงน้ำหนัก ...1.2.... คะแนนประเมิน5..... (3)</p> <p>สูตรการคำนวณ</p> <p>1. คำนวณค่าร้อยละของผลรวมถ่วงน้ำหนักของผลงานทางวิชาการของอาจารย์ประจำหลักสูตร ตามสูตร</p> $\frac{\text{ผลรวมถ่วงน้ำหนักของผลงานทางวิชาการของอาจารย์ประจำหลักสูตร}}{\text{จำนวนอาจารย์ประจำหลักสูตรทั้งหมด}} \times 100$ <p>2. แปลงค่าร้อยละที่คำนวณได้ในข้อ 1 เทียบกับคะแนนเต็ม 5</p> <p>คะแนนที่ได้ = $\frac{\text{ร้อยละของผลรวมถ่วงน้ำหนักของผลงานทางวิชาการของอาจารย์ประจำหลักสูตร}}{\text{ร้อยละของผลรวมถ่วงน้ำหนักของผลงานทางวิชาการของอาจารย์ประจำหลักสูตรที่กำหนดให้เป็นคะแนนเต็ม 5}} \times 5$</p>										
	<p>1. ดร.ภาวิณี ทองแย้ม</p> <p>2. นายณัฐกรณ์ กานคาน</p> <p>3. นายประวิทย์ พุ่มพา</p> <p>* นำเสนอร่วมกับดร. ภาวิณี ทองแย้ม</p>	<p>- วิจัยเรื่อง องค์ประกอบของความสำ เร็จ แบบยั่งยืนของกลุ่มทอเสื่อกก:กรณีศึกษา บ้านหนองกก ตำบลทัพราช อำเภอดา พระยา จังหวัด สระแก้ว การประชุม วิชาการระดับชาติการบริหารการพัฒนา สังคมและ ยุทธศาสตร์การบริหาร ครั้งที่3 ประจำปี 2561 ในหัวข้อ “การบริหารการ พัฒนาสังคมและยุทธศาสตร์การ บริหาร” ในวันเสาร์ที่ 14กรกฎาคม 2561 ณ ห้อง 3002 ชั้น 3อาคารนวมินทรราชริราช</p>	0.2								

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน (อธิบายผลการดำเนินงาน)		
		สถาบันบัณฑิตพัฒนศาสตร์	
	2. ดร.ภาวิณี ทองแย้ม	Green marketing Strategy model effect to profits on Business International Conference on open library to Open society in August 18-21th , 2018 at Sukhothai Thammathirat Open University.	0.4
	ผลรวมถ่วงน้ำหนัก		0.6
แสดงวิธีคำนวณ $0.2/5 \times 100 = 28$ $44 \times 5/5 = 28$ คะแนนเต็ม 5			

ผลการประเมินตนเอง : คะแนนเฉลี่ย ((1) 5 + (2) 0 + (3) 5) =10..... คะแนน $10/3 = 3.33$

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน (อธิบายผลการดำเนินงาน)															
ผลที่เกิดกับ อาจารย์ (ตัวบ่งชี้ที่ 4.3)	- อัตราการคงอยู่ของอาจารย์ประจำหลักสูตร ตารางแสดงอัตราคงอยู่ของอาจารย์ในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ปี 2558 -2561 ดังนี้															
	รายชื่ออาจารย์				สถานะของอาจารย์				รายชื่ออาจารย์				สถานะของอาจารย์			
	ในปีการศึกษา 2559				ในปีการศึกษา 2560				ในปีการศึกษา 2561							
	คงอยู่	เกษียณ	ลาออก	ลาเว้น	คงอยู่	เกษียณ	ลาออก	ลาเว้น	คงอยู่	เกษียณ	ลาออก	ลาเว้น	คงอยู่	เกษียณ	ลาออก	ลาเว้น
	1. นายณัฐกรณ์ กานคาน	✓			1. นายณัฐกรณ์ กานคาน	✓			1. นายณัฐกรณ์ กานคาน	✓						
	2. นายประวิทย์ พุ่มพา	✓			2. นายประวิทย์ พุ่มพา	✓			2. นายประวิทย์ พุ่มพา	✓						
	3. ดร.ภาวิณี ทองแย้ม	✓			3. ดร.ภาวิณี ทองแย้ม	✓			3. ดร.ภาวิณี ทองแย้ม	✓						
	4. นางสาววัชรภรณ์ ขายม	✓			4. นางสาววัชรภรณ์ ขายม	✓			4. นางสาววัชรภรณ์ ขายม	✓						
	5. นางสาวอนสร กิรัมย์	✓			5. นางสาวอนสร กิรัมย์	✓			5. นางสาวอนสร กิรัมย์	✓						
1. นายอัครวุฒิ สื่อประสาร	✓			1. นายอัครวุฒิ สื่อประสาร	✓			1. นายอัครวุฒิ สื่อประสาร	✓							
2. นางสาวจรรย์จิตต์ ธนะ	✓			2. นางสาวจรรย์จิตต์ ธนะ	✓			2. นางสาวจรรย์จิตต์ ธนะ	✓							
3. นางสาวสิรินทร์ อุทยานชัย	✓			3. นางสาวสิรินทร์ อุทยานชัย	✓			3. นางสาวสิรินทร์ อุทยานชัย	✓							
				4. ดร.สรวงภรณ์ สัจภาพพิชิต				4. ดร.สรวงภรณ์ สัจภาพพิชิต								
ในปีการศึกษา 2561 อาจารย์ประจำหลักสูตรคงเดิม ในปีการศึกษาปัจจุบัน หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มีอาจารย์ในสาขาวิชาทั้งสิ้น 9 ท่านดังนี้																
อาจารย์ประจำหลักสูตรปรับปรุง						อาจารย์ประจำสาขาวิชา										
ปีการศึกษา 2561																
1.นายณัฐกรณ์ กานคาน						1.นายอัครวุฒิ สื่อประสาร										
2.นายประวิทย์ พุ่มพา						2.นางสาวจรรย์จิตต์ ธนะสาร										
3.ดร.ภาวิณี ทองแย้ม						3.นางสาวสิรินทร์ อุทยานชัย										
4.นางสาววัชรภรณ์ ขายม						4.ดร.สรวงภรณ์ สัจภาพพิชิต										

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน (อธิบายผลการดำเนินงาน)																																																																																																																																															
<p data-bbox="395 427 1426 562">- ความพึงพอใจของอาจารย์ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ได้มีการประเมินความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการหลักสูตร ปีการศึกษา 2561 โดยเปรียบเทียบแสดงแนวโน้ม ปีการศึกษา 2559 – 2561 ดังตาราง ดังนี้</p>	5.นางสาวธนสร กิรัมย์																																																																																																																																															
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">หัวข้อ</th> <th style="text-align: center;">2559</th> <th style="text-align: center;">2560</th> <th style="text-align: center;">2561</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="4">(1) วัตถุประสงค์ของหลักสูตร</td> </tr> <tr> <td>1. วัตถุประสงค์มีการระบุคุณลักษณะบัณฑิตพึงประสงค์ชัดเจน</td> <td style="text-align: center;">5.00</td> <td style="text-align: center;">5.00</td> <td style="text-align: center;">4.90</td> </tr> <tr> <td>2. วัตถุประสงค์ของหลักสูตรสอดคล้องกับปรัชญามหาวิทยาลัย</td> <td style="text-align: center;">4.50</td> <td style="text-align: center;">4.60</td> <td style="text-align: center;">4.70</td> </tr> <tr> <td>3. วัตถุประสงค์ของหลักสูตรตอบสนองกับความต้องการของประเทศ / ภูมิภาคของโลก</td> <td style="text-align: center;">4.50</td> <td style="text-align: center;">4.60</td> <td style="text-align: center;">4.70</td> </tr> <tr> <td>4. วัตถุประสงค์ของหลักสูตรสอดคล้องกับมาตรฐานวิชาการหรือสมาคมวิชาชีพ</td> <td style="text-align: center;">4.80</td> <td style="text-align: center;">5.00</td> <td style="text-align: center;">5.00</td> </tr> <tr> <td colspan="4">(2) โครงสร้างหลักสูตรและเนื้อหาหลักสูตร</td> </tr> <tr> <td>1. ความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์ โครงสร้างของเนื้อหาหลักสูตรและรายวิชา</td> <td style="text-align: center;">4.20</td> <td style="text-align: center;">4.00</td> <td style="text-align: center;">4.10</td> </tr> <tr> <td>2. ความก้าวหน้าทันสมัยของหลักสูตรและเนื้อหาหลักสูตรเมื่อเทียบกับ หลักสูตรใน</td> <td style="text-align: center;">4.30</td> <td style="text-align: center;">4.60</td> <td style="text-align: center;">4.70</td> </tr> <tr> <td>3. ความสมดุลระหว่างเนื้อหาความรู้ในหมวดศึกษาทั่วไป หมวดวิชาเฉพาะ(กลุ่มวิชาแกน /กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน,กลุ่มวิชาเลือก),เลือกเสรีของหลักสูตร</td> <td style="text-align: center;">4.20</td> <td style="text-align: center;">4.60</td> <td style="text-align: center;">4.70</td> </tr> <tr> <td>4. ความซ้ำซ้อนระหว่างรายวิชาภายในหลักสูตร</td> <td style="text-align: center;">4.20</td> <td style="text-align: center;">4.40</td> <td style="text-align: center;">4.50</td> </tr> <tr> <td>5. เนื้อหาหลักสูตรมีบูรณาการระหว่างศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับหลักสูตร</td> <td style="text-align: center;">4.40</td> <td style="text-align: center;">4.60</td> <td style="text-align: center;">4.80</td> </tr> <tr> <td>6. การจัดหลักสูตรโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญโดยเปิดโอกาสให้เลือกรเรียนตามความถนัดและความสนใจของผู้เรียน</td> <td style="text-align: center;">4.00</td> <td style="text-align: center;">4.00</td> <td style="text-align: center;">4.20</td> </tr> <tr> <td colspan="4">(3) การจัดการเรียนการสอน</td> </tr> <tr> <td>1. การจัดผู้สอนในแต่ละรายวิชามีความเหมาะสม</td> <td style="text-align: center;">4.20</td> <td style="text-align: center;">4.60</td> <td style="text-align: center;">4.80</td> </tr> <tr> <td>2. การจัดทำแบบ มคอ. 3 และชี้แจงนักศึกษาทุกรายวิชาภายในสัปดาห์แรกของภาคการศึกษาตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด</td> <td style="text-align: center;">4.30</td> <td style="text-align: center;">4.50</td> <td style="text-align: center;">4.60</td> </tr> <tr> <td>4. การจัดทำแบบ มคอ. 3 สะท้อนรูปแบบวิธีการสอนเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ</td> <td style="text-align: center;">4.30</td> <td style="text-align: center;">4.80</td> <td style="text-align: center;">4.90</td> </tr> <tr> <td>5. การส่งเสริมให้มีกิจกรรมเสริมหลักสูตรในรายวิชา</td> <td style="text-align: center;">4.40</td> <td style="text-align: center;">4.40</td> <td style="text-align: center;">4.50</td> </tr> <tr> <td>6. มีการใช้สื่อการเรียนการสอน และเทคนิคการสอนหลากหลาย</td> <td style="text-align: center;">4.40</td> <td style="text-align: center;">4.50</td> <td style="text-align: center;">4.60</td> </tr> <tr> <td>7. การส่งเสริมให้ผู้เรียนรู้จักและเข้าถึงแหล่งค้นคว้าเรียนรู้ด้วยตนเอง</td> <td style="text-align: center;">4.50</td> <td style="text-align: center;">4.60</td> <td style="text-align: center;">4.70</td> </tr> <tr> <td>8. การปรับปรุงเนื้อหาการสอนทุกภาคการศึกษา</td> <td style="text-align: center;">4.30</td> <td style="text-align: center;">4.60</td> <td style="text-align: center;">4.70</td> </tr> <tr> <td>9. ความสอดคล้องกันระหว่างการวัดและประเมินผลการศึกษาและ วัตถุประสงค์รายวิชา</td> <td style="text-align: center;">4.30</td> <td style="text-align: center;">4.50</td> <td style="text-align: center;">4.70</td> </tr> <tr> <td>10. การวัดประเมินผลรายวิชาสอดคล้องกับวิธีการสอนเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ</td> <td style="text-align: center;">4.50</td> <td style="text-align: center;">4.50</td> <td style="text-align: center;">4.60</td> </tr> <tr> <td colspan="4">(4) การบริหารหลักสูตร</td> </tr> <tr> <td>1. การจัดทำแผนกลยุทธ์ในการบริหารหลักสูตร</td> <td style="text-align: center;">4.20</td> <td style="text-align: center;">4.40</td> <td style="text-align: center;">4.50</td> </tr> <tr> <td>2. การจัดทำแผนการบริหารหลักสูตรที่ระยะสั้นและระยะยาว</td> <td style="text-align: center;">4.00</td> <td style="text-align: center;">4.50</td> <td style="text-align: center;">4.70</td> </tr> <tr> <td>3. การกำหนดขั้นตอนและวิธีการดำเนินงานตามแผนอย่างชัดเจน</td> <td style="text-align: center;">4.40</td> <td style="text-align: center;">4.60</td> <td style="text-align: center;">4.80</td> </tr> <tr> <td>4. มีระบบและกลไกการจัดทำหลักสูตรและการบริหารหลักสูตรอย่างเป็นระบบและชัดเจน</td> <td style="text-align: center;">4.00</td> <td style="text-align: center;">4.30</td> <td style="text-align: center;">4.40</td> </tr> <tr> <td>5. มีการติดตามและตรวจสอบการบริหารงานตามแผน</td> <td style="text-align: center;">4.30</td> <td style="text-align: center;">4.30</td> <td style="text-align: center;">4.50</td> </tr> <tr> <td>6. การเปิดรายวิชาเป็นไปตามแผนการศึกษาของหลักสูตร</td> <td style="text-align: center;">4.20</td> <td style="text-align: center;">4.50</td> <td style="text-align: center;">4.50</td> </tr> <tr> <td>7. การเปิดรายวิชาที่ไม่เป็นตามแผนการศึกษาของหลักสูตร</td> <td style="text-align: center;">4.20</td> <td style="text-align: center;">4.50</td> <td style="text-align: center;">4.60</td> </tr> <tr> <td>8. ระบบและกลไกการกำกับติดตามให้มีการจัดทำ มคอ. 3 ครบทุกรายวิชาตามระยะเวลาที่กำหนด มีรายละเอียดของรายวิชาตามที่ระบุใน มคอ. 3 ทุกรายวิชาตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด</td> <td style="text-align: center;">4.30</td> <td style="text-align: center;">4.40</td> <td style="text-align: center;">4.70</td> </tr> <tr> <td>9. ระบบและกลไกการประกันคุณภาพการวัดและประเมินผลรายวิชาโดยคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิจากภายในและภายนอก</td> <td style="text-align: center;">4.20</td> <td style="text-align: center;">4.40</td> <td style="text-align: center;">4.60</td> </tr> <tr> <td>10. การวิเคราะห์ ปรับปรุงหลักสูตรจากผลประเมินต่างๆ เช่น ผลประเมินโดยนักศึกษา ผู้ประกอบการ แหล่งฝึกงาน ความพึงพอใจการใช้บริการทรัพยากรสารสนเทศ และห้องปฏิบัติการ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ อาจารย์ ผู้บริหาร เป็นต้น</td> <td style="text-align: center;">4.30</td> <td style="text-align: center;">4.40</td> <td style="text-align: center;">4.50</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">หัวข้อ</td> <td style="text-align: center;">2559</td> <td style="text-align: center;">2560</td> <td style="text-align: center;">2561</td> </tr> </tbody> </table>	หัวข้อ	2559	2560	2561	(1) วัตถุประสงค์ของหลักสูตร				1. วัตถุประสงค์มีการระบุคุณลักษณะบัณฑิตพึงประสงค์ชัดเจน	5.00	5.00	4.90	2. วัตถุประสงค์ของหลักสูตรสอดคล้องกับปรัชญามหาวิทยาลัย	4.50	4.60	4.70	3. วัตถุประสงค์ของหลักสูตรตอบสนองกับความต้องการของประเทศ / ภูมิภาคของโลก	4.50	4.60	4.70	4. วัตถุประสงค์ของหลักสูตรสอดคล้องกับมาตรฐานวิชาการหรือสมาคมวิชาชีพ	4.80	5.00	5.00	(2) โครงสร้างหลักสูตรและเนื้อหาหลักสูตร				1. ความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์ โครงสร้างของเนื้อหาหลักสูตรและรายวิชา	4.20	4.00	4.10	2. ความก้าวหน้าทันสมัยของหลักสูตรและเนื้อหาหลักสูตรเมื่อเทียบกับ หลักสูตรใน	4.30	4.60	4.70	3. ความสมดุลระหว่างเนื้อหาความรู้ในหมวดศึกษาทั่วไป หมวดวิชาเฉพาะ(กลุ่มวิชาแกน /กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน,กลุ่มวิชาเลือก),เลือกเสรีของหลักสูตร	4.20	4.60	4.70	4. ความซ้ำซ้อนระหว่างรายวิชาภายในหลักสูตร	4.20	4.40	4.50	5. เนื้อหาหลักสูตรมีบูรณาการระหว่างศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับหลักสูตร	4.40	4.60	4.80	6. การจัดหลักสูตรโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญโดยเปิดโอกาสให้เลือกรเรียนตามความถนัดและความสนใจของผู้เรียน	4.00	4.00	4.20	(3) การจัดการเรียนการสอน				1. การจัดผู้สอนในแต่ละรายวิชามีความเหมาะสม	4.20	4.60	4.80	2. การจัดทำแบบ มคอ. 3 และชี้แจงนักศึกษาทุกรายวิชาภายในสัปดาห์แรกของภาคการศึกษาตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด	4.30	4.50	4.60	4. การจัดทำแบบ มคอ. 3 สะท้อนรูปแบบวิธีการสอนเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ	4.30	4.80	4.90	5. การส่งเสริมให้มีกิจกรรมเสริมหลักสูตรในรายวิชา	4.40	4.40	4.50	6. มีการใช้สื่อการเรียนการสอน และเทคนิคการสอนหลากหลาย	4.40	4.50	4.60	7. การส่งเสริมให้ผู้เรียนรู้จักและเข้าถึงแหล่งค้นคว้าเรียนรู้ด้วยตนเอง	4.50	4.60	4.70	8. การปรับปรุงเนื้อหาการสอนทุกภาคการศึกษา	4.30	4.60	4.70	9. ความสอดคล้องกันระหว่างการวัดและประเมินผลการศึกษาและ วัตถุประสงค์รายวิชา	4.30	4.50	4.70	10. การวัดประเมินผลรายวิชาสอดคล้องกับวิธีการสอนเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ	4.50	4.50	4.60	(4) การบริหารหลักสูตร				1. การจัดทำแผนกลยุทธ์ในการบริหารหลักสูตร	4.20	4.40	4.50	2. การจัดทำแผนการบริหารหลักสูตรที่ระยะสั้นและระยะยาว	4.00	4.50	4.70	3. การกำหนดขั้นตอนและวิธีการดำเนินงานตามแผนอย่างชัดเจน	4.40	4.60	4.80	4. มีระบบและกลไกการจัดทำหลักสูตรและการบริหารหลักสูตรอย่างเป็นระบบและชัดเจน	4.00	4.30	4.40	5. มีการติดตามและตรวจสอบการบริหารงานตามแผน	4.30	4.30	4.50	6. การเปิดรายวิชาเป็นไปตามแผนการศึกษาของหลักสูตร	4.20	4.50	4.50	7. การเปิดรายวิชาที่ไม่เป็นตามแผนการศึกษาของหลักสูตร	4.20	4.50	4.60	8. ระบบและกลไกการกำกับติดตามให้มีการจัดทำ มคอ. 3 ครบทุกรายวิชาตามระยะเวลาที่กำหนด มีรายละเอียดของรายวิชาตามที่ระบุใน มคอ. 3 ทุกรายวิชาตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด	4.30	4.40	4.70	9. ระบบและกลไกการประกันคุณภาพการวัดและประเมินผลรายวิชาโดยคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิจากภายในและภายนอก	4.20	4.40	4.60	10. การวิเคราะห์ ปรับปรุงหลักสูตรจากผลประเมินต่างๆ เช่น ผลประเมินโดยนักศึกษา ผู้ประกอบการ แหล่งฝึกงาน ความพึงพอใจการใช้บริการทรัพยากรสารสนเทศ และห้องปฏิบัติการ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ อาจารย์ ผู้บริหาร เป็นต้น	4.30	4.40	4.50	หัวข้อ	2559	2560	2561			
	หัวข้อ	2559	2560	2561																																																																																																																																												
	(1) วัตถุประสงค์ของหลักสูตร																																																																																																																																															
	1. วัตถุประสงค์มีการระบุคุณลักษณะบัณฑิตพึงประสงค์ชัดเจน	5.00	5.00	4.90																																																																																																																																												
	2. วัตถุประสงค์ของหลักสูตรสอดคล้องกับปรัชญามหาวิทยาลัย	4.50	4.60	4.70																																																																																																																																												
	3. วัตถุประสงค์ของหลักสูตรตอบสนองกับความต้องการของประเทศ / ภูมิภาคของโลก	4.50	4.60	4.70																																																																																																																																												
	4. วัตถุประสงค์ของหลักสูตรสอดคล้องกับมาตรฐานวิชาการหรือสมาคมวิชาชีพ	4.80	5.00	5.00																																																																																																																																												
	(2) โครงสร้างหลักสูตรและเนื้อหาหลักสูตร																																																																																																																																															
	1. ความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์ โครงสร้างของเนื้อหาหลักสูตรและรายวิชา	4.20	4.00	4.10																																																																																																																																												
	2. ความก้าวหน้าทันสมัยของหลักสูตรและเนื้อหาหลักสูตรเมื่อเทียบกับ หลักสูตรใน	4.30	4.60	4.70																																																																																																																																												
	3. ความสมดุลระหว่างเนื้อหาความรู้ในหมวดศึกษาทั่วไป หมวดวิชาเฉพาะ(กลุ่มวิชาแกน /กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน,กลุ่มวิชาเลือก),เลือกเสรีของหลักสูตร	4.20	4.60	4.70																																																																																																																																												
	4. ความซ้ำซ้อนระหว่างรายวิชาภายในหลักสูตร	4.20	4.40	4.50																																																																																																																																												
	5. เนื้อหาหลักสูตรมีบูรณาการระหว่างศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับหลักสูตร	4.40	4.60	4.80																																																																																																																																												
	6. การจัดหลักสูตรโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญโดยเปิดโอกาสให้เลือกรเรียนตามความถนัดและความสนใจของผู้เรียน	4.00	4.00	4.20																																																																																																																																												
	(3) การจัดการเรียนการสอน																																																																																																																																															
	1. การจัดผู้สอนในแต่ละรายวิชามีความเหมาะสม	4.20	4.60	4.80																																																																																																																																												
	2. การจัดทำแบบ มคอ. 3 และชี้แจงนักศึกษาทุกรายวิชาภายในสัปดาห์แรกของภาคการศึกษาตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด	4.30	4.50	4.60																																																																																																																																												
	4. การจัดทำแบบ มคอ. 3 สะท้อนรูปแบบวิธีการสอนเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ	4.30	4.80	4.90																																																																																																																																												
	5. การส่งเสริมให้มีกิจกรรมเสริมหลักสูตรในรายวิชา	4.40	4.40	4.50																																																																																																																																												
	6. มีการใช้สื่อการเรียนการสอน และเทคนิคการสอนหลากหลาย	4.40	4.50	4.60																																																																																																																																												
	7. การส่งเสริมให้ผู้เรียนรู้จักและเข้าถึงแหล่งค้นคว้าเรียนรู้ด้วยตนเอง	4.50	4.60	4.70																																																																																																																																												
	8. การปรับปรุงเนื้อหาการสอนทุกภาคการศึกษา	4.30	4.60	4.70																																																																																																																																												
	9. ความสอดคล้องกันระหว่างการวัดและประเมินผลการศึกษาและ วัตถุประสงค์รายวิชา	4.30	4.50	4.70																																																																																																																																												
	10. การวัดประเมินผลรายวิชาสอดคล้องกับวิธีการสอนเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ	4.50	4.50	4.60																																																																																																																																												
	(4) การบริหารหลักสูตร																																																																																																																																															
	1. การจัดทำแผนกลยุทธ์ในการบริหารหลักสูตร	4.20	4.40	4.50																																																																																																																																												
	2. การจัดทำแผนการบริหารหลักสูตรที่ระยะสั้นและระยะยาว	4.00	4.50	4.70																																																																																																																																												
3. การกำหนดขั้นตอนและวิธีการดำเนินงานตามแผนอย่างชัดเจน	4.40	4.60	4.80																																																																																																																																													
4. มีระบบและกลไกการจัดทำหลักสูตรและการบริหารหลักสูตรอย่างเป็นระบบและชัดเจน	4.00	4.30	4.40																																																																																																																																													
5. มีการติดตามและตรวจสอบการบริหารงานตามแผน	4.30	4.30	4.50																																																																																																																																													
6. การเปิดรายวิชาเป็นไปตามแผนการศึกษาของหลักสูตร	4.20	4.50	4.50																																																																																																																																													
7. การเปิดรายวิชาที่ไม่เป็นตามแผนการศึกษาของหลักสูตร	4.20	4.50	4.60																																																																																																																																													
8. ระบบและกลไกการกำกับติดตามให้มีการจัดทำ มคอ. 3 ครบทุกรายวิชาตามระยะเวลาที่กำหนด มีรายละเอียดของรายวิชาตามที่ระบุใน มคอ. 3 ทุกรายวิชาตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด	4.30	4.40	4.70																																																																																																																																													
9. ระบบและกลไกการประกันคุณภาพการวัดและประเมินผลรายวิชาโดยคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิจากภายในและภายนอก	4.20	4.40	4.60																																																																																																																																													
10. การวิเคราะห์ ปรับปรุงหลักสูตรจากผลประเมินต่างๆ เช่น ผลประเมินโดยนักศึกษา ผู้ประกอบการ แหล่งฝึกงาน ความพึงพอใจการใช้บริการทรัพยากรสารสนเทศ และห้องปฏิบัติการ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ อาจารย์ ผู้บริหาร เป็นต้น	4.30	4.40	4.50																																																																																																																																													
หัวข้อ	2559	2560	2561																																																																																																																																													

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน (อธิบายผลการดำเนินงาน)			
	(5) การรับและแต่งตั้งอาจารย์ประจำหลักสูตร			
	1. มีการวางแผนระยะยาวด้านอัตรากำลังอาจารย์ให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร		5.00	5.00
	2. มีระบบการรับอาจารย์ใหม่ที่มีความรู้ความสามารถและความเชี่ยวชาญ		4.50	4.60
	3. มีการพัฒนาอาจารย์ที่มีอยู่เดิมอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้หลักสูตรมีความเข้มแข็ง		4.50	4.70
	4. อาจารย์ในหลักสูตรได้รับการส่งเสริมการทำงานตามความชำนาญของแต่ละคนได้อย่างมีประสิทธิภาพ		4.60	4.70
	5. อาจารย์ประจำหลักสูตรต้องไม่วุฒิการศึกษา ตำแหน่งทางวิชาการ และประสบการณ์ ในจำนวนที่ไม่ต่ำกว่าตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรที่กำหนดโดย สกอ.		4.40	4.50
	(6) ระบบการบริหารอาจารย์ประจำหลักสูตร			
	1. มีการจัดสรรหรือจัดหางบประมาณในการพัฒนาอาจารย์ประจำหลักสูตรให้มีคุณวุฒิ ตำแหน่งทางวิชาการ ตามเป้าหมายที่กำหนด		4.30	4.50
	2. ผู้บริหารจัดการหลักสูตรมีการวางแผนระยะยาวด้านอัตรากำลัง ด้านอาจารย์ให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานการอุดมศึกษา คือเป็นแผนการบริหารอาจารย์ประจำหลักสูตร โดยการมีส่วนร่วมของทีม		4.50	4.70
	3. ไนกรณีที่มีปริมาณและคุณภาพอาจารย์ยังไม่เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรที่กำหนด หน่วยงานมีวิธีการบริหารจัดการเพื่อทรัพยากรบุคคลเพื่อทดแทนข้อจำกัดอย่างเป็นระบบ		4.50	4.60
	4. มีการกำหนดบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของอาจารย์ประจำหลักสูตรอย่างชัดเจน		4.50	4.70
	5. มีการมอบหมายภาระหน้าที่ให้เหมาะสมกับคุณวุฒิ ความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์		5.00	5.00
	(6) ระบบการบริหารอาจารย์ประจำหลักสูตร			
	1. มีการจัดสรรหรือจัดหางบประมาณในการพัฒนาอาจารย์ประจำหลักสูตรให้มีคุณวุฒิ ตำแหน่งทางวิชาการ ตามเป้าหมายที่กำหนด		4.30	4.50
	2. ผู้บริหารจัดการหลักสูตรมีการวางแผนระยะยาวด้านอัตรากำลัง ด้านอาจารย์ให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานการอุดมศึกษา คือเป็นแผนการบริหารอาจารย์ประจำหลักสูตร โดยการมีส่วนร่วมของทีม		4.50	4.70
	3. ไนกรณีที่มีปริมาณและคุณภาพอาจารย์ยังไม่เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรที่กำหนด หน่วยงานมีวิธีการบริหารจัดการเพื่อทรัพยากรบุคคลเพื่อทดแทนข้อจำกัดอย่างเป็นระบบ		4.50	4.60
	4. มีการกำหนดบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของอาจารย์ประจำหลักสูตรอย่างชัดเจน		4.50	4.70
	5. มีการมอบหมายภาระหน้าที่ให้เหมาะสมกับคุณวุฒิ ความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์		5.00	5.00
	(7) ระบบการส่งเสริมและพัฒนาอาจารย์ประจำหลักสูตร			
	1. หน่วยงานให้โอกาสอาจารย์ทุกคนได้พัฒนาตนเองให้มีคุณภาพมาตรฐานทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง		4.60	4.70
	2. มีการจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาคุณภาพอาจารย์ให้เป็นไปตามมาตรฐานและมิตินโยบายที่		4.50	4.60
	3. มีการควบคุม กำกับ ส่งเสริมให้อาจารย์พัฒนาตนเองในการสร้างผลงานทางวิชาการอย่างต่อเนื่อง		4.30	4.50
	4. อาจารย์อาวุโส หรืออาจารย์ที่มีเทคนิคการสอนดีเด่น มีการถ่ายทอดประสบการณ์สู่อาจารย์ใน		4.50	4.70
	ความพึงพอใจภาพรวม		4.32	4.52

หมายเหตุ ปีการศึกษา 2560 มีการปรับข้อคำถามให้ตรงตามเกณฑ์ สกอ. ประเด็นการแต่งตั้งอาจารย์ประจำหลักสูตร การบริหารหลักสูตร

จากตารางแสดงให้เห็นว่าความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการหลักสูตรของอาจารย์ประจำหลักสูตรมีแนวโน้มที่ดีขึ้นตามลำดับ

ความพึงพอใจของอาจารย์ประจำหลักสูตรต่อการบริหารจัดการหลักสูตรบริหารธุรกิจ บัณฑิต สาขาวิชาการตลาด วางแผนร่วมกันใช้วิธีการสัมมนา (Focus Group) อาจารย์ประจำหลักสูตรประจำปีการศึกษา 2561 จำนวน 5 คน ประกอบด้วย

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน (อธิบายผลการดำเนินงาน)
	<p>1. นายณัฐกรณ์ กานคาน 2. นายประวิทย์ พุ่มพา 3. ดร.ภาวิณี ทองแย้ม 4. นางสาววัชรภรณ์ ขายม 5. นางสาวธนสร กิรัมย์</p> <p>พบว่าความพึงพอใจด้านต่าง ๆ ดังนี้</p> <p>(1) วัตถุประสงค์ของหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตรมีความเห็นว่าหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดปรับปรุง พ.ศ 2558 มีวัตถุประสงค์ในด้านคุณลักษณะบัณฑิตพึงประสงค์ 5 ด้านอย่างชัดเจน สอดคล้องกับปรัชญามหาวิทยาลัย ที่สามารถตอบสนองกับความต้องการของประเทศ / ภูมิภาคของโลก ทั้งด้านสังคมเศรษฐกิจ</p> <p>(2) โครงสร้างหลักสูตรและเนื้อหาหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตรมีความเห็นว่า หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดปรับปรุง พ.ศ 2558 มีความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์ โครงสร้างของเนื้อหาหลักสูตรและรายวิชา ความก้าวหน้าทันสมัยของหลักสูตรและเนื้อหาหลักสูตรเมื่อเทียบกับหลักสูตรในประเทศและต่างประเทศ</p> <p>โดยรายวิชาค่อนข้างมีความสมดุลระหว่างเนื้อหาความรู้ในหมวดศึกษาทั่วไป หมวดวิชาเฉพาะ(กลุ่มวิชาแกน,กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน,กลุ่มวิชาเลือก),เลือกเสรีของหลักสูตร ที่มีเนื้อหาหลักสูตรมีบูรณาการระหว่างศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับหลักสูตรต่าง ๆ การจัดหลักสูตรโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญโดยเปิดโอกาสให้เลือกเรียนตามความถนัดและความสนใจของผู้เรียน</p> <p>อาจารย์ณัฐกรณ์ กานคาน ให้ความเห็นว่า หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558 ได้มีการปรับปรุงหลักสูตรโดยเชิญผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์หลักสูตร และเก็บข้อมูลจากผู้ใช้บัณฑิตเพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการปรับปรุงหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558 ในการปรับปรุงวัตถุประสงค์ และโครงสร้างหลักสูตร เนื้อหารายวิชาที่รวมบางรายวิชา และบางวิชาที่มีความทันสมัย ได้เน้นรายวิชาที่เป็นประโยชน์ในตลาดแรงงาน เช่น หมวดวิชาศึกษาทั่วไป วิชาภาษาจีน หมวดวิชาชีพเฉพาะ วิชาการตลาดสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม วิชาสัมมนากลยุทธ์การตลาดเชิงบูรณาการ วิชาการจัดการตราสินค้า วิชาเลือกทั่วไป วิชาดิจิทัลและนวัตกรรมทางการตลาด วิชาการตลาดชุมชน</p> <p>(3) การจัดการเรียนการสอน ของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดปรับปรุง พ.ศ 2558 มีความพึงพอใจที่หลักสูตรมีการประชุมวางแผนร่วมกัน ในด้าน มคอ.3 รูปแบบวิธีการสอนเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญสื่อการเรียนการสอน และเทคนิคการสอนหลากหลาย กิจกรรมเสริมหลักสูตรในรายวิชาแหล่งค้นคว้าเรียนรู้ด้วยตนเองการวัดและประเมินผลการศึกษา สอดคล้องกับวิธีการสอนเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ก่อนเปิดการศึกษาให้มีความเหมาะสมในการจัดผู้สอนในแต่ละรายวิชาอาจารย์ประจำหลักสูตรทุกท่านเสนอให้มีการปรับปรุงเนื้อหาการสอนทุกภาคการศึกษา ทางสาขามีการร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก หรือแหล่งชุมชนมากขึ้น เพื่อให้</p>

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน (อธิบายผลการดำเนินงาน)
	<p>นักศึกษาสามารถบูรณาการเรียนการสอน และการดำเนินธุรกิจกับชุมชน อีกทั้งยังเป็นฐานข้อมูลในการเรียนรู้ ประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อหน้าที่การงานและชีวิตประจำวัน และสามารถใช้บูรณาการกับศาสตร์อื่นๆได้ อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ทั้งนี้ได้มีการพัฒนาให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้ ฝึกปฏิบัติให้เกิดทักษะในการวิเคราะห์ สร้างสรรค์ความรู้ทางด้านการตลาด ให้สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินธุรกิจและสภาพแวดล้อมการตลาดในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง</p> <p>(4) การบริหารหลักสูตร หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดปรับปรุง พ.ศ 2558 อาจารย์ประจำหลักสูตรมีความพึงพอใจในจัดทำแผนกลยุทธ์ในการบริหารหลักสูตร แผนการบริหารหลักสูตรทั้งระยะสั้นและระยะยาว กำหนดขั้นตอนและวิธีการดำเนินงานตามแผนอย่างชัดเจน และมีระบบและกลไกการจัดทำหลักสูตรและการบริหารหลักสูตรอย่างเป็นระบบและชัดเจน และการติดตามและตรวจสอบการบริหารงานตามแผน ตลอดจนมีปรึกษาหารือการเปิดรายวิชาเป็นไปและไม่เป็นตามแผนการศึกษาของหลักสูตร และมีระบบและกลไกการกำกับติดตามให้มีการจัดทำ รายละเอียดของรายวิชา มคอ. 3 ครบทุกรายวิชาตามระยะเวลาที่กำหนดระบบและกลไกการประกันคุณภาพการวัดและประเมินผลรายวิชาผ่านการประชุมสาขาระดับวิชา โดยสาขาวิชาการตลาด ได้เน้นวิธีการเรียนการสอนให้เกิดความรู้เพื่อผู้เรียนเกิดความสัมฤทธิ์ผลและสาขาวิชาได้มีการกำหนดความสำเร็จของการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญโดยมีการติดตามตรวจสอบ เพื่อนำมาปรับปรุง การเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพ ใน มคอ.5</p> <p>ด้านการปรับปรุงหลักสูตร มีการนำผลประเมินโดยนักศึกษา ผู้ประกอบการ สถานประกอบการที่นักศึกษาฝึกงานและสหกิจ ความพึงพอใจการใช้บริการทรัพยากรสารสนเทศและห้อง ปฏิบัติการ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ อาจารย์ ผู้บริหาร มาปรับปรุงหลักสูตรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น มีการวางแผนการจัดการเรียนการสอน กำหนดอาจารย์ผู้สอน ติดตามรวบรวมข้อมูลต่างๆ เช่น วิธีสอน วิธีสอบ การประเมินผล และข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องมาเป็นข้อมูลในการปรับปรุงหลักสูตร โดยมีการประชุมทุกภาคการศึกษาและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องมีการปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรให้มีความทันสมัยและตอบสนอง หรือตรงความต้องการของตลาดแรงงาน</p>

ผลการประเมินตนเอง : 4 คะแนน

เหตุผล : หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มีการรายงานผลการดำเนินงานครบทุกเรื่องการคงอยู่ของอาจารย์และความพึงพอใจของอาจารย์ตามคำอธิบายในตัวบ่งชี้และมีแนวโน้มผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นในทุกเรื่อง จะเห็นได้ หลักสูตรมีการสนับสนุนจากคณะจัดให้มีงบประมาณเพื่อพัฒนาตนเองและการนำเสนอผลงานวิจัยของอาจารย์อย่างพอเพียง

รายการหลักฐานหมวดที่ 2 อาจารย์

รหัสหลักฐาน	รายการ
MK-BUSIT-4-01	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ 2553
MK-BUSIT-4-02	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ 2558
MK-BUSIT-4-04	รายงานการประชุมสาขาวิชาการตลาด
MK-BUSIT-4-05	แบบสอบถามความพึงพอใจอาจารย์ประจำหลักสูตร
MK-BUSIT-4-06	รายงานวิจัยอาจารย์ประจำหลักสูตร

หมวดที่ 3 นักศึกษาและบัณฑิต

ปีการศึกษาที่รับเข้า (ตั้งแต่ปีการศึกษาที่ เริ่มใช้หลักสูตร)	จำนวน นักศึกษา รับเข้า	จำนวนนักศึกษาคงอยู่ (จำนวนจริง)ในแต่ละปีการศึกษา							สำเร็จ การศึกษา แล้ว
		2555	2556	2557	2558	2559	2560	2561	
รุ่นปีการศึกษา 2556	177		179*	146	120	102	-		146
รุ่นปีการศึกษา 2557	280			232	211	163	145		158
รุ่นปีการศึกษา 2558	229				189	162	110	105	44
รุ่นปีการศึกษา 2559	223					187	148	115	1
รุ่นปีการศึกษา 2560	119						107	82	-
รุ่นปีการศึกษา 2561	45							42	
ร้อยละการคงอยู่ของนักศึกษา			101.13	82.85	82.53	83.85	89.91	93.33	

หมายเหตุ รุ่นปีการศึกษา 2556 มีนักศึกษาย้ายสาขา 2 คน ในภาคการศึกษาที่ 2/56

1. ข้อมูลนักศึกษา

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อจำนวนนักศึกษา :

- ปัจจัยทางด้านพฤติกรรมการณ์เรียนที่ส่งผลการเรียนนักศึกษาที่ไม่สามารถปรับตัวการเรียนในระดับมหาวิทยาลัยทำให้มีผลการเรียนต่ำและพ้นสภาพ
- ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ทางการเงินทำให้นักศึกษาต้องทำงานส่งเสียตนเองและตัดสินใจพักการเรียน หรือ ลาออก
- ปัจจัยความถนัดในสาขาวิชา นักศึกษามีผลการเรียนต่ำ และตัดสินใจย้ายสาขาวิชา หรือ มหาวิทยาลัย

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน
การรับนักศึกษา (ตัวบ่งชี้ 3.1)	<p>1) การรับนักศึกษา</p> <p>การรับนักศึกษาใหม่ของหลักสูตร สาขาวิชาการตลาดดำเนินการประชุมเพื่อกำหนดนโยบายในการรับนักศึกษาใหม่ และดำเนินการตามกระบวนการรับของทางมหาวิทยาลัย โดยประสานงานกับฝ่ายวิชาการของคณะฯ และฝ่ายงานส่งเสริมวิชาการและทะเบียนของวิทยาเขต ในการกำหนดรับนักศึกษาใหม่เป็นไปตามกำหนดการรับนักศึกษาใหม่ของมหาวิทยาลัย มทร.ตะวันออก และคณะฯ โดยจำนวนตามแผนรับจะผ่านการพิจารณาประชุมคณะกรรมการประจำคณะ ซึ่งกำหนดการเปิด การสอบ การสัมภาษณ์ การรายงานตัว หลักสูตรจะประสานงานกับฝ่ายวิชาการของคณะเพื่อดำเนินการร่วมกับฝ่ายงานส่งเสริมวิชาการและทะเบียนของวิทยาเขตที่มีหน้าที่จัดส่งเอกสาร และรายงานการประกาศผลการคัดเลือกผู้ มีสิทธิ์เข้าสอบสัมภาษณ์ และผู้มีสิทธิ์เข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยที่สอบผ่านตามระเบียบการรับสมัคร ตรวจสอบคุณสมบัติของผู้สมัคร และประสานงานกับคณะฯ ในการคัดเลือกนักศึกษา จัดส่งเอกสารและรายงานการพิจารณาผลการคัดเลือกผู้มีสิทธิ์เข้าสอบสัมภาษณ์และผู้มีสิทธิ์เข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยให้แก่คณะ และ สก อ . ประเมิน ผล การ เข้า โคว ต้า ทุก ประ เภ ท (ที่ มา http://www.cpc.ac.th/register/Responsibility.php) หลักสูตรเสนอรายชื่ออาจารย์เพื่อแต่งตั้งออกข้อสอบและสัมภาษณ์นักศึกษาให้กับฝ่ายวิชาการของคณะดำเนินการประสานร่วมกับฝ่ายงานส่งเสริมวิชาการและทะเบียนของวิทยาเขต โดยจะมีกระบวนการสอบเป็นข้อสอบปรนัย แบ่งเป็นภาคความรู้ความสามารถทั่วไปและความรู้ความสามารถเฉพาะด้าน</p>

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน																																										
	<p>การรับนักศึกษาใหม่ของสาขาวิชาการตลาด จะมีวิธีการรับ 3 วิธีดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การรับนักศึกษาโควตา 2. การรับตรง 3. การรับนักศึกษาจากการ Admission <p>จำนวนนักศึกษาของสาขาวิชาการตลาด กำหนดเป็นแผนรับตามความต้องการศึกษาต่อในแต่ละปี</p> <p>หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด รับนักศึกษาใหม่ในแต่ละปีการศึกษาตามแผนรับในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุงปี พ.ศ.2558 และในปีการศึกษา 2560 รับนักศึกษาใหม่ทั้งสิ้นจำนวน 66 คน โดยจะแบ่งการรับเป็นนักศึกษาหลักสูตร 4 ปี ปกติ จำนวน 45 คน และหลักสูตร 4 ปีเทียบโอนปกติ จำนวน 21 คน</p> <p>ในปีการศึกษา 2561 ได้วางเป้าหมายการรับนักศึกษาทุกช่องทาง จำนวน 45 คน จากผลการดำเนินการ มีการรับนักศึกษาใหม่ทั้งสิ้นจำนวน 43 คน โดยจะแบ่งการรับเป็นนักศึกษาหลักสูตร 4 ปี ปกติ จำนวน 33 คน และหลักสูตร 4 ปีเทียบโอนปกติ จำนวน 9 คน และในการรับนักศึกษาจะพิจารณาถึงความพร้อมของอาจารย์ประจำสาขาวิชาและอาจารย์สาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่นอาจารย์ของกลุ่มศึกษาทั่วไป และกลุ่มวิชาแกน และจะรับนักศึกษาตามนโยบายของคณะบริหารธุรกิจ และนโยบายทางมหาวิทยาลัยในการกำหนดสัดส่วนการรับนักศึกษา (60% สายวิทย์และ 40% ของสายสังคม) การรับนักศึกษาใหม่ต้องเป็นไปตาม สกอ.</p>																																										
<table border="1" data-bbox="411 1104 1465 1406"> <thead> <tr> <th rowspan="2">สาขาวิชา/ ปีการศึกษา</th> <th colspan="4">4 ปี</th> <th colspan="2">เทียบโอน จากหลักสูตร 4 ปี</th> <th rowspan="2">รวม เทียบ โอน</th> <th rowspan="2">รวม ทั้งหมด</th> </tr> <tr> <th>รับตรง</th> <th>สกอ.</th> <th>โควตา</th> <th>รวม 4 ปี</th> <th>รับตรง</th> <th>โควตา</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2559</td> <td>60</td> <td>20</td> <td>40</td> <td>120</td> <td>20</td> <td>20</td> <td>40</td> <td>160</td> </tr> <tr> <td>2560</td> <td>23</td> <td>10</td> <td>12</td> <td>45</td> <td>8</td> <td>13</td> <td>21</td> <td>66</td> </tr> <tr> <td>2561</td> <td>10</td> <td>7</td> <td>12</td> <td>29</td> <td>2</td> <td>7</td> <td>9</td> <td>42</td> </tr> </tbody> </table>	สาขาวิชา/ ปีการศึกษา	4 ปี				เทียบโอน จากหลักสูตร 4 ปี		รวม เทียบ โอน	รวม ทั้งหมด	รับตรง	สกอ.	โควตา	รวม 4 ปี	รับตรง	โควตา	2559	60	20	40	120	20	20	40	160	2560	23	10	12	45	8	13	21	66	2561	10	7	12	29	2	7	9	42	<p>ที่มา สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน</p> <p>โดยอาศัยข้อมูลของปีที่ผ่านมาเป็นฐานในการคำนวณ ประกอบกับสถานการณ์ในปัจจุบันในเรื่องของเศรษฐกิจ และความพร้อมของอาจารย์ประจำสาขาและอาจารย์สาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง</p> <p>สาขาวิชาการตลาด จึงได้กำหนดคุณสมบัติของผู้เข้าศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558 โดยการคัดเลือกนักศึกษาเพื่อเข้าศึกษาต่อ นั้นจะต้องมีคุณสมบัติตามที่กล่าวข้างต้นแบ่งเป็น 3 กรณี</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การรับนักศึกษาโควตา <p>แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ประเภททั่วไป ต้องมีเกรดเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า 2.75 - ประเภทมีความสามารถพิเศษ ด้านกีฬาหรือกิจกรรมอื่นๆ ต้องมีเกรดเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า 2.00 <p>โดยสาขาวิชาพิจารณาคัดเลือกนักศึกษาที่ผ่านคุณสมบัติตามเกณฑ์ ดำเนินการแจ้งฝ่ายวิชาการของคณะเพื่อรวบรวมส่งให้สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนดำเนินการประกาศให้นักศึกษาที่ผ่านเกณฑ์สอบสัมภาษณ์โดยอาจารย์ของสาขาวิชาการตลาด (รายละเอียดปรากฏในคู่มือการรับสมัครของมหาวิทยาลัย</p> <p>ทั้งนี้ ปีการศึกษา 2561 ทางสาขาวิชาได้ร่วมมือกับฝ่ายวิชาการของคณะในการเปิด</p>
สาขาวิชา/ ปีการศึกษา		4 ปี				เทียบโอน จากหลักสูตร 4 ปี				รวม เทียบ โอน	รวม ทั้งหมด																																
	รับตรง	สกอ.	โควตา	รวม 4 ปี	รับตรง	โควตา																																					
2559	60	20	40	120	20	20	40	160																																			
2560	23	10	12	45	8	13	21	66																																			
2561	10	7	12	29	2	7	9	42																																			

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน
	<p>ช่องทางการรับโควตาในงานกิจกรรมในโรงเรียนร่วมกับคณะ ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายโดยมีคณาจารย์ของสาขาวิชาและนักศึกษาที่เป็นศิษย์เก่าเข้าร่วมเพื่อแนะนำหลักสูตร เช่น โรงเรียนพาณิชย์การจันทบุรี โรงเรียนสุรศักดิ์มนตรี โรงเรียนจันทร์หุ่นบำเพ็ญ เป็นต้น สำหรับนักเรียนจากสถานศึกษาต่างๆ ที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ของสาขาวิชา เพื่อเป็นการคัดเลือกนักเรียนที่มีความรู้ความสามารถเข้าศึกษาในสาขาวิชาและรับสมัครออนไลน์ผ่านระบบทะเบียนของมหาวิทยาลัยเพื่อเพิ่มอำนวยความสะดวกสำหรับนักเรียนที่มีความประสงค์จะสมัครเข้าศึกษาในสาขาวิชา</p> <p>2. การรับตรง</p> <p>ทางสาขาวิชาการตลาดใช้วิธีการคัดเลือกโดยการสอบข้อเขียน และการสอบสัมภาษณ์ นักศึกษาจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามที่กำหนดและมีคะแนนการสอบข้อเขียนและการสอบสัมภาษณ์ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกนักศึกษาด้วยวิธีการสอบข้อเขียนผู้เข้ารับการคัดเลือกต้องทำข้อสอบวิชาชีพระยะของทางสาขาวิชาการตลาด และเมื่อผ่านการทดสอบข้อเขียน จึงจะมีสิทธิ์เข้ารับการสอบสัมภาษณ์ การสอบสัมภาษณ์จะเน้นถึงความตั้งใจจริงในการศึกษาสาขาวิชาการตลาดและสอบถามทัศนคติของผู้เข้ารับการคัดเลือกเพื่อพิจารณาความเหมาะสมในการจะเป็นผู้ประกอบการวิชาชีพในอนาคต เช่น ความรู้รอบตัวสถานการณ์ปัจจุบัน ความซื่อสัตย์และความมีคุณธรรมจริยธรรม และความละเอียดรอบคอบ</p> <p>สำหรับนักศึกษาที่จบในประกาศนียบัตรชั้นสูง (ปวช. ,ปวส.) ทางสาขาวิชาประชาสัมพันธ์ หลักสูตรไปยังอาจารย์ของโรงเรียนพาณิชย์การจันทบุรี โรงเรียนพาณิชย์การบางนา ซึ่งอาจารย์เคยมาร่วมงานสัมมนาของสาขาวิชาและการสร้างสัมพันธ์ของหัวหน้าสาขาและอาจารย์เป็นผลให้ทุกปีทางอาจารย์สาขาวิชาการตลาด โรงเรียนกล่าวข้างต้นจะแนะนำนักเรียน นักศึกษาที่ผลการเรียนระดับดี ดีมาก พฤติกรรมการเรียนที่ดีเข้ามาคัดเลือกผ่านการรับตรง และ โควตาตลอดจนรุ่นพี่ที่ศึกษาในสาขาวิชาจะประชาสัมพันธ์ และแนะนำรุ่นน้องเข้ามาศึกษา</p> <p>ในปีการศึกษา 2560 ทางสาขาวิชาได้มีการพิจารณาร่วมกัน ในการรับตรงจำนวนสองรอบ เพื่อให้ได้จำนวนนักศึกษาเป็นไปตามแผน และปีการศึกษา 2561 เปิดช่องทางการรับตรงออนไลน์ และมีการรับตรงเพิ่มขึ้นโดยมีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางทั้งป้ายหน้ามหาวิทยาลัย การบอกต่อ เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ของทั้งระดับวิทยาเขต คณะ และนักศึกษาในสาขาวิชาด้วย</p> <p>3. การรับนักศึกษา Admissions</p> <p>ทางสาขาวิชาการตลาด มีการประชุมเพื่อกำหนดแผนรับของนักศึกษา Admissions ทุกปีการศึกษา เพื่อให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด โดยสำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา (สกอ.) จะส่งข้อมูลของนักศึกษาที่มีผลคะแนนการสอบคัดเลือกผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด เพื่อให้ทางมหาวิทยาลัยฯ ดำเนินการเรื่องการสอบสัมภาษณ์ต่อไป ตามปฏิทินกลางที่กำหนดไว้</p> <p>การสัมภาษณ์ของทางสาขาวิชาการตลาด ใช้เกณฑ์การพิจารณาจากการสัมภาษณ์ คือ การสอบถามทัศนคติของผู้ผ่านการคัดเลือก รวมถึงแนวคิดด้านการเรียนการสอน ทักษะความพร้อมทางด้านสาขาวิชาการตลาด ทั้งนี้เพื่อเป็นการดูแลแนวทางปฏิภาณ ไหวพริบ โดยการตอบคำถามอย่างมีการคิด วิเคราะห์และมีเหตุผล โดยกระบวนการรับนักศึกษา ตามสำนักงานส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนเป็นผู้กำหนด ในปีการศึกษา 2560 สาขาวิชารับนักศึกษาผ่าน Admissions เป็นไปตามแผนที่กำหนด</p> <p>สาขาวิชาการตลาดร่วมพิจารณาการรับนักศึกษา จากทั้ง 3 วิธีการ โดยทั้งหมดจะผ่านกระบวนการสัมภาษณ์ โดยคณะกรรมการสัมภาษณ์นักศึกษาของคณะบริหารธุรกิจ โดยสาขาวิชาการตลาดจะส่งรายชื่ออาจารย์ในสาขาวิชาเป็นคณะกรรมการสัมภาษณ์ เป็น</p>

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน
	<p>กระบวนการในการคัดกรอง และพิจารณา จากนั้นจะส่งข้อมูลไปยังสำนักงานส่งเสริมวิชาการ และงานทะเบียนเพื่อดำเนินการต่อไปในส่วนที่เกี่ยวข้อง</p> <p>จากผลการปีการศึกษา 2560 หลักสูตรมีการการประชาสัมพันธ์เชิงรุกมากขึ้นและการจัดโครงการประกวดแผนการตลาดที่มีกลุ่มเป้าหมายนักเรียนในสถานศึกษานั้นมีจำนวนนักศึกษาจำนวนมาก แต่เป็นนักศึกษาที่มีพื้นฐานการวิเคราะห์ การใช้ความคิดสร้างสรรค์ ความรู้พื้นฐานด้านการบริหารธุรกิจ และภาษาไม่เป็นตามที่หลักสูตรวางเป้าหมายไว้</p> <p>ในปีการศึกษา 2561 แต่เนื่องจากมหาวิทยาลัยเปิดการศึกษาในเดือนสิงหาคม (ตามปฏิทินอาเซียน) จึงทำให้ประสบปัญหาหนักศึกษาศูนย์กลางศึกษาอื่น ประกอบกับปัญหาอัตราการเกิดน้อยลงในประเทศไทย ทำให้ช่วงวัยระดับมหาวิทยาลัยในประเทศไทยน้อยลง ในการประชาสัมพันธ์เชิงรุกมากขึ้น เพื่อเพิ่มยอดการรับนักศึกษาระบบโควต้า และ รับตรงเพิ่มขึ้น และ มอบหมายให้นักศึกษาในชั้นปี 3 รายวิชาการตลาดดิจิทัลและนวัตกรรมทางการตลาด ติดต่อโรงเรียน เช่น โรงเรียนเตรียมอุดมรัชดาภิเษกและโรงเรียนในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งเป็นสถานศึกษาที่นักศึกษาของหลักสูตรจบจากสถานศึกษาแล้วมีความประพฤติดี มีความคิดสร้างสรรค์ และ สถานประกอบการ เช่น โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา รัชดาภิเษก วิทยาลัยพาณิชยการบางนา โรงเรียนพาณิชยการจันทน์ บริษัท SD Special dire ให้นักศึกษาถ่ายทอดความรู้ทางด้านการตลาดเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์หลักสูตร ตลอดจนสร้างภาพลักษณ์ให้เกิดความเชื่อมั่นในหลักสูตรอีกช่องทางหนึ่ง</p> <p>ทางสาขาวิชาได้มีการสร้างเครือข่ายกับอาจารย์แนะแนวตามสถานศึกษาที่นักศึกษาสาขา โดยการจัดกิจกรรมแนะแนวหลักจากรุ่นพี่สู่รุ่นน้องเพื่อต่อยอดจากกิจกรรมถ่ายทอดความรู้ได้ดำเนินการและการจัดโครงการประกวดแผนการตลาดที่มีกลุ่มเป้าหมายนักเรียนในสถานศึกษา</p> <p>ทั้งนี้ ในปีการศึกษา 2562 สาขาวิชาได้ประชุมระดับคณะและอาจารย์ประจำหลักสูตรในการเปิดสอนหลักสูตร สำหรับนักศึกษาที่ทำงานมีความประสงค์จะเรียนเทียบโอนสามารถเรียนวันอาทิตย์เพื่อรองรับกลุ่มเป้าหมายวัยทำงานทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อขยายโอกาสทางการศึกษา และการเปิดสอน วิทยาเขตบางพระ จังหวัดชลบุรี เพื่อรองรับความต้องการและขยายโอกาสให้กับกลุ่มเป้าหมายวัยทำงานในพื้นที่เขต โครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (อีอีซี) ซึ่งถือเป็นวิสัยทัศน์ของรัฐบาลในการปรับโครงสร้างภาคอุตสาหกรรมของประเทศให้มีการยกระดับเร่งพัฒนาทุนมนุษย์หรือบุคลากรของประเทศ</p> <p>2) การเตรียมความพร้อมก่อนเข้าศึกษา</p> <p>ในปีการศึกษา 2561 ได้วางเป้าหมายการรับนักศึกษาทุกช่องทาง ทั้งหลักสูตรปกติและเทียบโอน จำนวน 45 คน จากผลการดำเนินการ มีการรับนักศึกษาใหม่ทั้งสิ้นจำนวน 41 คน</p> <p>สาขาวิชาการตลาด มีการประชุมเพื่อวางแผนการเตรียมความพร้อมก่อนเข้าศึกษา เพื่อให้ นักศึกษาใหม่สามารถปรับตัวในด้านการอยู่ร่วมกันในสังคมและด้านการเรียนระดับปริญญาตรี กิจยามารยาท บุคลิกภาพและการแต่งกาย นอกจากนี้สาขาวิชาใช้กระบวนการเตรียมความพร้อมผ่านอาจารย์ที่ปรึกษา แนะนำแผนการเรียน รายวิชาที่เรียน ทั้งนี้มีการปรับพื้นฐานในวิชาชีพทางด้านการตลาด จากมติการประชุมในภาพรวมของสาขาวิชาการตลาด ว่าด้วยเรื่องการจัดห้องเรียนที่เหมาะสมกับจำนวนนักศึกษา การสังเกตพฤติกรรมของนักศึกษาใหม่ปีที่ผ่าน มาเพื่อไปปรับความพร้อมและวิธีการสอนตอนเปิดภาคการศึกษาต่อไป</p> <p>จากผลการดำเนินการ ปีการศึกษา 2560 หลักสูตรมีการจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมร่วมกับคณะซึ่งทำให้พบว่านักศึกษาแรกเข้าไม่ได้ทำความรู้จักกับสาขาวิชาเท่าที่ควร ทางหลักสูตรจึงปรับปรุงแบบกิจกรรมเป็นลักษณะเตรียมความพร้อมระดับสาขาวิชาในปีการศึกษาต่อไป</p>

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน																												
	ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน																											
การส่งเสริมและพัฒนาการศึกษา (ตัวบ่งชี้ 3.2)		<p>1) การควบคุมการดูแลการให้คำปรึกษาวิชาการและแนะแนวแก่นักศึกษาในรูปปฏิญาณตรี</p> <p>การดูแลให้คำปรึกษาสำหรับนักศึกษาใหม่ ของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต การตลาด ทางสาขาวิชาได้มีการจัดอาจารย์คอยดูแลให้คำปรึกษาทั้งด้านวิชาการ และการปรับตัวอยู่ในสังคม โดยทางสาขาวิชาได้มีการประชุม และจัดส่งรายชื่อแต่งตั้งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสำหรับนักศึกษาใหม่และนักศึกษาเก่าโดยจะใช้วิธีการหมุนเวียนเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา คือ การเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาจะต้องเลื่อนขึ้นตามนักศึกษาในชั้นกว่านักศึกษาที่กำลังดูแลจะจบการศึกษา แล้วเริ่มเป็นที่ปรึกษานักศึกษาใหม่</p> <p>ปีการศึกษา 2561 ในการแต่งตั้งอาจารย์ที่ปรึกษา สาขาวิชาจะมีการประชุมระดับคณะแล้วเสนอรายชื่อและทำบันทึกข้อความให้กับฝ่ายกิจการนักศึกษาของคณะดำเนินการแต่งตั้งอาจารย์ที่ปรึกษาประจำปีการศึกษา โดยจะการแต่งตั้งจะเป็นให้อาจารย์ดูแลนักศึกษาตนเองตั้งแต่ ชั้นปี 1 – 4 เพื่อให้สามารถเข้าใจพฤติกรรมการเรียน การอยู่ในชั้นปี นักศึกษา นักศึกษาหลักสูตรเทียบโอนจะพิจารณามอบหมายให้อาจารย์ที่มีประสบการณ์รายวิชา ชั้นตอนงานทะเบียนเป็นที่ปรึกษา เนื่องจากจะต้องให้คำปรึกษาการจัดการเรียนการสอนที่ไม่เหมือนหลักสูตรปกติ</p> <p>โดยหลักสูตรมีการพิจารณาแต่งตั้งอาจารย์ที่ปรึกษาดังต่อไปนี้</p> <table border="1" data-bbox="657 1303 1485 2063"> <thead> <tr> <th>ลำดับ</th> <th>ห้อง</th> <th>อาจารย์ที่ปรึกษา</th> <th>หลักการพิจารณา</th> <th>เป้าหมายสำเร็จการศึกษา</th> <th>% สำเร็จการศึกษา</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>ตล.ท. 1/1</td> <td>นางสาวขจรจิตร ณะสาร</td> <td>อาจารย์ที่มีประสบการณ์ในการให้คำปรึกษาและการสอน และสอนในรายวิชาของชั้นปีที่ 1 จึงพิจารณาแต่งตั้งเป็นที่ปรึกษา</td> <td>80%</td> <td>ยังไม่สำเร็จการศึกษา แต่อาจารย์ที่ปรึกษาติดตามการติดตามการดำเนินการเรียนของนักศึกษา กรณี</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>ตล.ท. 2/1</td> <td>นางสาววัชรภรณ์ ขายม</td> <td>อาจารย์มีรายวิชาสอนนักศึกษาที่ปรึกษา และอาจารย์ได้รับแต่งตั้งเป็นที่ปรึกษาตั้งแต่ชั้นปีที่ 1 มีเข้าใจใกล้ชิดกับนักศึกษา และสามารถติดตามผลการเรียนและพฤติกรรมนักศึกษาได้ต่อเนื่อง</td> <td>80%</td> <td>ไม่ตามเกณฑ์ 1. ผลการศึกษา 2.00 2. ไม่ผ่านรายวิชา บังคับก่อนจึงไม่สามารถลงทะเบียนรายวิชาตามแผนการเรียนที่หลักสูตรกำหนด</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>ตล.ท. 2/2</td> <td>นางสาวธนสร กิรัมย์</td> <td>อาจารย์ได้รับแต่งตั้งเป็นที่ปรึกษาตั้งแต่ชั้นปีที่ 1 มี</td> <td>80%</td> <td>กำหนด 3. นักศึกษามี</td> </tr> </tbody> </table>				ลำดับ	ห้อง	อาจารย์ที่ปรึกษา	หลักการพิจารณา	เป้าหมายสำเร็จการศึกษา	% สำเร็จการศึกษา	1	ตล.ท. 1/1	นางสาวขจรจิตร ณะสาร	อาจารย์ที่มีประสบการณ์ในการให้คำปรึกษาและการสอน และสอนในรายวิชาของชั้นปีที่ 1 จึงพิจารณาแต่งตั้งเป็นที่ปรึกษา	80%	ยังไม่สำเร็จการศึกษา แต่อาจารย์ที่ปรึกษาติดตามการติดตามการดำเนินการเรียนของนักศึกษา กรณี	2	ตล.ท. 2/1	นางสาววัชรภรณ์ ขายม	อาจารย์มีรายวิชาสอนนักศึกษาที่ปรึกษา และอาจารย์ได้รับแต่งตั้งเป็นที่ปรึกษาตั้งแต่ชั้นปีที่ 1 มีเข้าใจใกล้ชิดกับนักศึกษา และสามารถติดตามผลการเรียนและพฤติกรรมนักศึกษาได้ต่อเนื่อง	80%	ไม่ตามเกณฑ์ 1. ผลการศึกษา 2.00 2. ไม่ผ่านรายวิชา บังคับก่อนจึงไม่สามารถลงทะเบียนรายวิชาตามแผนการเรียนที่หลักสูตรกำหนด	3	ตล.ท. 2/2	นางสาวธนสร กิรัมย์	อาจารย์ได้รับแต่งตั้งเป็นที่ปรึกษาตั้งแต่ชั้นปีที่ 1 มี	80%	กำหนด 3. นักศึกษามี
ลำดับ	ห้อง	อาจารย์ที่ปรึกษา	หลักการพิจารณา	เป้าหมายสำเร็จการศึกษา	% สำเร็จการศึกษา																								
1	ตล.ท. 1/1	นางสาวขจรจิตร ณะสาร	อาจารย์ที่มีประสบการณ์ในการให้คำปรึกษาและการสอน และสอนในรายวิชาของชั้นปีที่ 1 จึงพิจารณาแต่งตั้งเป็นที่ปรึกษา	80%	ยังไม่สำเร็จการศึกษา แต่อาจารย์ที่ปรึกษาติดตามการติดตามการดำเนินการเรียนของนักศึกษา กรณี																								
2	ตล.ท. 2/1	นางสาววัชรภรณ์ ขายม	อาจารย์มีรายวิชาสอนนักศึกษาที่ปรึกษา และอาจารย์ได้รับแต่งตั้งเป็นที่ปรึกษาตั้งแต่ชั้นปีที่ 1 มีเข้าใจใกล้ชิดกับนักศึกษา และสามารถติดตามผลการเรียนและพฤติกรรมนักศึกษาได้ต่อเนื่อง	80%	ไม่ตามเกณฑ์ 1. ผลการศึกษา 2.00 2. ไม่ผ่านรายวิชา บังคับก่อนจึงไม่สามารถลงทะเบียนรายวิชาตามแผนการเรียนที่หลักสูตรกำหนด																								
3	ตล.ท. 2/2	นางสาวธนสร กิรัมย์	อาจารย์ได้รับแต่งตั้งเป็นที่ปรึกษาตั้งแต่ชั้นปีที่ 1 มี	80%	กำหนด 3. นักศึกษามี																								

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน						
					เข้าใจใกล้ชิดกับนักศึกษา และสามารถติดตามผลการเรียน และ พฤติกรรม นักศึกษาได้ต่อเนื่อง		ที่บ้าน ทาง ทำให้พักการเรียน
	4	ตล.ต. 3/1	นายประวิทย์ พุ่มพา	อาจารย์มีรายวิชาสอน นักศึกษาที่ปรึกษา และ เข้าใจใกล้ชิดกับนักศึกษา และสามารถให้คำแนะนำ รายวิชาของหลักสูตร สำหรับนักศึกษามีผลการ เรียนต่ำ	80%		
	5	ตล.ท. 3/1	นางสาวภาวิณี ทองแย้ม	อาจารย์ได้รับแต่งตั้งเป็นที่ ปรึกษาตั้งแต่ชั้นปีที่ 2 มี เข้าใจใกล้ชิดกับนักศึกษา และสามารถติดตามผลการ เรียน และ พฤติกรรม นักศึกษาได้ต่อเนื่อง	80%		
	6	ตล.ท. 3/2	นางสาวสิริ นทร์ อุทยาน ชัย	อาจารย์มีประสบการณ์ใน การวางแผนแผนการศึกษา สามารถให้ คำแนะนำ รายวิชาของ หลักสูตร สำหรับนักศึกษามีผลการ เรียนต่ำ และหลักสูตรเทียบ โอนสมทบ	80%		
	7	ตท.ท. 4/1	นางสาวสรวง ภรณ์ สัจภาพ พิชิต	อาจารย์มีรายวิชาสอน นักศึกษาที่ปรึกษา และ ประสบการณ์ ในการ วางแผนแผนการศึกษา สามารถให้ คำแนะนำ รายวิชาของ หลักสูตร สำหรับนักศึกษามีผลการ เรียนต่ำ	80%	สำเร็จการ 90% นักศึกษา สำเร็จการ เนื่องจาก มีก การเรียนจาก ทางการเงิน	
	8	ตท.ท. 4/2	นายอัศวุฒิ สื่อประสาร	อาจารย์มีประสบการณ์ใน การวางแผนแผนการศึกษา สามารถให้ คำแนะนำ รายวิชาของ หลักสูตร สำหรับนักศึกษามีผลการ เรียนต่ำ	80%	สำเร็จการ 90% นักศึกษา สำเร็จการ เนื่องจาก นัก สอบตกรายวิ บังคับของหล เเทมสุดท้าย	
	9	ตล.ต	นายณัฐกรณ์	อาจารย์มีประสบการณ์ใน	80%	สำเร็จการศึกษ	

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน					
		4/1	กานคาน	การวางแผนแผนการศึกษา สามารถให้คำแนะนำ รายวิชาของหลักสูตร สำหรับนักศึกษาที่มีผลการ เรียนต่ำ		85% นักศึกษา สำเร็จการศึกษา เนื่องจากไม่ผ่าน รายวิชาบังคับ ลงทะเบียนไม่ ตามแผนการ หลักสูตร และ นักศึกษาที่ไม่ เทียบโอนราย วิชาทั่วไปทำ สำเร็จการศึกษ แผนของหลักสูตร
<p><i>ที่มา คำสั่งแต่งตั้งที่ปรึกษาปีการศึกษา 2561</i></p> <p>ในการดูแลนักศึกษาคณะฯ จะมีการอบรมการให้คำปรึกษา และมีคู่มือระบบ ปรึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออกวิทยาเขตจักรพงษ์ภูวนารถที่มีผู้ บริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะศิลปศาสตร์ แผนกแนะแนวการศึกษา งานพัฒนานักศึกษา วิทยาเขตจักรพงษ์ภูวนารถ และหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต การตลาด อาจารย์ประจำหลักสูตรและคณาจารย์ในสาขาวิชา มีการประชุมกำหนดให้ ปรึกษากำกับควบคุมดูแลให้คำปรึกษาแนะแนว ดังนี้</p> <p>1. กำกับดูแลแนะแนวนักศึกษาที่มีผลการเรียนต่ำ จากปีการศึกษา 2560 สาขาวิชาต้องมีการปรับกระบวนการให้คำปรึกษาเพื่อแก้ไขปัญหาที่นักศึกษาตก แนวทางให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาการลงทะเบียนเรียนของนักศึกษาที่มีผลการเรียน สาขาวิชาจะมีแผนการเรียนเสนอแนะให้นักศึกษา 6 รายวิชา 18 หน่วยกิต ถ้านักศึกษา ผลการเรียนต่ำอาจจะต้องมีการลดรายวิชาหรือปรับเปลี่ยนรายวิชาในการลงทะเบียน ให้อาจารย์ที่ปรึกษาให้คำแนะนำและแนะแนวแก่นักศึกษาและนอกจากนั้นอาจารย์ จะต้องเฝ้าระวัง เข้าดูในระบบเพื่อตรวจสอบนักศึกษากลุ่มเสี่ยงทั้งก่อนสอบกลางภาค ภาค ให้นักศึกษามาเข้าพบหรือสื่อสารผ่านช่องทางต่างๆ เพื่อวางแผนการเรียน แ ร่วมกัน</p> <p>ในปีการศึกษา 2561 มีนักศึกษาที่ปรึกษาชั้นปี 4 ที่มีผลการเรียนกลุ่มเสี่ยง ปรึกษาในหลักสูตรจะเรียกเข้าพบส่วนตัวเพื่อวางแผนการเรียน การปรับแผนการเรียน ฝึกงานทดแทนการออกสหกิจศึกษาเพื่อเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้เรียนซ้ำ การถอนราย ชื่อแนะนำให้ปรับตัวการเรียน การใช้ชีวิต เนื่องจากนักศึกษาส่วนใหญ่ของหลักสูตร พิเศษหลังเลิกเรียน ทำให้มีผลการเรียนในการเข้าชั้นเรียนไม่ตรงเวลา และ ไม่มีเวลา ในบางรายวิชา</p> <p>2. ให้คำปรึกษา ดูแล แนะแนว นักศึกษาที่ประสงค์จะขอจบการศึกษาแต่มี การลงทะเบียนบางรายวิชา อาจารย์ที่ปรึกษาทำการแนะนำแผนการเรียนให้แก่ ดังกล่าว</p> <p>3. กำกับดูแลแนะแนวให้คำปรึกษานักศึกษาที่มีปัญหาการลงทะเบียนเรียน ท ที่ปรึกษาจะมีข้อมูลของรายวิชาที่เปิดในปีการศึกษาจากการประชุมสาขา หากเป็นป เพิ่มอาจารย์ที่ปรึกษาจะให้คำแนะนำ กรณีหลักสูตรเทียบโอน ตารางเรียนจะไม่เหมือ นักศึกษาเรียนไม่เหมือนเพื่อนในห้อง จะมีการหารือระดับสาขาวิชาเป็นกรณีเพ</p>						

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน
	<p>ทางแก้ไขปัญหาร่วมกัน โดยทางอาจารย์ที่ปรึกษา เสนอประธานหลักสูตรในการพิ บันท์ก็ข้อความเสนอฝ่ายวิชาการของคณะอนุมัติเพื่อประสานฝ่ายวิชาการและทะเบียน เขต</p> <p>4. ให้คำปรึกษาคูแล แนะนำนักศึกษาที่มีปัญหาในการใช้ชีวิตในสังคม หรือ โดยอาจารย์ที่ปรึกษาจะคอยสังเกตพฤติกรรม การมาเรียน การเข้าร่วมกิจกรรม และ ปรึกษาจะให้ช่องทางการขอเข้าพบปรึกษาผ่านช่องทางต่างๆโดยสามารถนัดหมาย ปรึกษาค่วนได้ตลอด 24 ชม. ในกรณีเร่งด่วน และขอความอนุเคราะห์อาจารย์ในสาขา นักศึกษาช่วยในการสังเกตพฤติกรรมของนักศึกษา และอาจารย์ที่ปรึกษาเรียกพบ ผ่านช่องทางต่างๆ ในการแนะนำนักศึกษาได้อย่างเหมาะสม โดยใช้ฐานข้อมูลมหา ระบบทะเบียนออนไลน์ ที่มีข้อมูล ประวัติการศึกษา ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้ ผลการเร ถึงปัจจุบัน เพื่อให้อาจารย์ที่ปรึกษาสามารถตรวจสอบข้อมูลเพื่อเป็นประโยชน์ คำแนะนำ โดยอาจารย์ที่ปรึกษาสามารถติดต่อนักศึกษาได้โดยดูข้อมูลของนักศึกษ ทะเบียนออนไลน์ ซึ่งมีเบอร์โทรศัพท์ และ e-mail กลุ่มไลน์ สื่อสังคมออนไลน์ขอ และมีข้อมูลส่วนตัวของอาจารย์ที่ปรึกษา (เบอร์โทร และ e-mail) ให้นักศึกษาสามารถ ด้วย (ระบบทะเบียน Vision Net)</p> <p>5. กำกับดูแลให้คำปรึกษา แนะนำด้านสหกิจศึกษาและการฝึกงาน โดยสา การแต่งตั้งอาจารย์ในการดูแลให้คำปรึกษานักศึกษาในกรณีที่ออกสหกิจและฝึกงาน การศึกษา และจากการให้คำปรึกษาในปีการศึกษา 2561 ทำให้ได้แนวทางนำม กระบวนการให้คำปรึกษาแนะนำเรื่องสหกิจและการฝึกงาน ในปีการศึกษา 256 หนดที่เกี่ยวข้องกับสายงานบริษัทและหัวข้อที่นักศึกษาสนใจของอาจารย์ที่ปรึกษาสห 6. มีการหารือระดับหลักสูตร เป็นกรณีเพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหานักศึกษา การประชุมสาขาวิชา เพื่อแก้ปัญหาและปรับปรุงกระบวนการให้คำปรึกษาในภาค ถัดไป</p> <p>จากปัญหาด้านช่องทางในสื่อสารของอาจารย์ที่ปรึกษาและนักศึกษา หลักสูตร การศึกษา 2560 นักศึกษากับอาจารย์มีเวลาไม่ตรงกันเนื่องจากอาจารย์มีสอน นักศีก ทำให้เกิดปัญหาในการติดต่อ อาจารย์ประจำหลักสูตรจึงมีแนวทางให้ปีการศึกษา วางแผนให้มีช่องทางต่อไปนี้ การโทรศัพท์ การเข้าพบที่ห้องของสาขาวิชา กลุ่มไล อีเมล ข้อความผ่านระบบทะเบียน เพื่อให้เกิดความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสารกัน แ ให้นักศึกษาดูตารางสอนอาจารย์ในระบบทะเบียน</p> <p>ฝ่ายกิจการนักศึกษาและกิจการพิเศษของคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสาร ประสานและประชาสัมพันธ์กับหน่วยงานภายในและภายนอกต่าง ๆ เพื่อให้ทุนกา นักศึกษาที่มีความขาดแคลนทุนทรัพย์ในการศึกษา โดยให้หลักสูตรประชาสัมพันธ์แ มาสมัครยื่นความจำนงในการขอรับทุนการศึกษาและสาขาเสนอชื่ออาจารย์ในหลัก กรรมการพิจารณาและมีการคัดกรองนักศึกษาในหลักสูตรเพื่อรับทุนการศึกษา โดย ปรึกษาจะเป็นบุคคลที่ใกล้ชิดและรู้พฤติกรรมของนักศึกษา ซึ่งจะช่วยเหลือนักศึกษ เตือร้อนได้ และอาจารย์ที่ปรึกษาจะต้องให้การรับรองลงความเห็นในเอกสารที่นักศีก ทุนต่างๆ เพื่อให้นักศึกษาที่ขาดทุนทรัพย์ และมีพฤติกรรมดี มีความสุขในการเ หลักสูตรจะมีการให้ที่ปรึกษาพิจารณานักศึกษาที่มีความจำเป็นในการเรียนทุนทั้งประ ดี ขาดทุนการศึกษา ประเภททำกิจกรรมให้กับคณะ สาขาวิชา ประเภทมีความสามารถ จะมีการประชาสัมพันธ์ผ่านอาจารย์ที่ปรึกษา</p> <p>หลักสูตรได้มีประเมินความพึงพอใจของความพึงพอใจของนักศึกษา ความพึง</p>

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน		
	นักศึกษาบุคลิกภาพของอาจารย์ที่ปรึกษาวิชาการของอาจารย์ประจำหลักสูตร google online เปรียบเทียบในปีการศึกษา 2559 -2561 เพื่อนำมาเป็นแนวทางปรับ ค่าปรึกษา		
ชื่อ	ความพึงพอใจของนักศึกษา		2
1.	ข้อมูลเกี่ยวกับทุนการศึกษา บริการที่มหาวิทยาลัยจัดให้นักศึกษา		4
2.	การให้คำแนะนำข้อบังคับเกี่ยวกับมหาวิทยาลัย นักศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับ กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ หลักสูตร และลงทะเบียน ย้ายสาขาวิชา พันสภาพนักศึกษา		4
3	แนะนำระเบียบข้อบังคับของมหาลัย เช่น การจัดการศึกษา กิจกรรมนักศึกษา วินัยนักศึกษา		4
4	มีการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างอาจารย์ที่ปรึกษากับนักศึกษา การดูแลช่วยเหลือนักศึกษา		4
5	มีช่องทางหลากหลายที่นักศึกษาเข้าพบอาจารย์เพื่อขอรับคำปรึกษา		4
6	การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการให้คำปรึกษา เช่น ไลน์ เฟสบุค โทรศัพท์		4
7.	การให้คำปรึกษาแก่นักศึกษาเกี่ยวกับการวางแผนการศึกษาและอาชีพ		4
8.	การให้คำปรึกษาแก่นักศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตอย่างปลอดภัย		4
9.	การให้คำปรึกษาเบื้องต้นแก่นักศึกษาเกี่ยวกับสุขภาพกายและสุขภาพจิตใจ		4
10.	การให้คำปรึกษาแก่นักศึกษาด้านคุณธรรม จริยธรรม		4
ชื่อ	ความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัย ของอาจารย์ที่ปรึกษาวิชาการ		2
1.	มีลักษณะที่อบอุ่น เห็นอกเห็นใจ		4
2	มีความประพฤติที่เหมาะสมและเป็นแบบอย่างที่ดีงาม		4
3.	ความโอ้อ้อมอารี เจรจาด้วยถ้อยคำที่เป็นมิตร		4
4	มีหน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส จริงใจ		4
5	มีเวลาให้คำปรึกษาในการแก้ปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้น		4
6	รับฟังความคิดเห็นของนักศึกษา		4
7	มีความเข้าใจ ปัญหา ความรู้สึกของนักศึกษา		4
8	มีความกระตือรือร้น พร้อมทั้งจะให้คำปรึกษา		4
9	มีเต็มใจให้ความช่วยเหลือแก่นักศึกษา		4
10	มีการติดตามผลของการให้คำปรึกษา		4
ในปีการศึกษา 2560 ฝ่ายประกันคุณภาพ คณะฯ ได้มีการปรับข้อคำถามแบบ			

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน									
	ให้มีความครอบคลุม ผลประเมินดังรายละเอียดต่อไปนี้									
	ความพึงพอใจ คุณสมบัติอาจารย์ที่ปรึกษา		ชั้นปีที่ 1		ชั้นปีที่ 2		ชั้นปีที่ 3		ชั้นปีที่ 4	
			x	S.D	x	S.D	x	S.D	x	S.D
	1.มีระบบการเข้าพบนักศึกษาอย่างเหมาะสม การติดตามผลการเรียนของนักศึกษาอย่างใกล้ชิด	4.17	0.85	4.08	0.79	4.10	0.68	4.10	0.68	4.10
	2.ความช่วยเหลือนักศึกษาในการวางแผนการเรียนแนะนำข้อบังคับเกี่ยวกับมหาวิทยาลัย ข้อมูลเกี่ยวกับกฎระเบียบข้อบังคับหลักสูตรและลงทะเบียนย้ายสาขาพันธภานักศึกษา	4.22	0.79	4.05	0.70	4.09	0.72	4.09	0.72	4.09
	3.มีข้อมูลเกี่ยวกับทุนการศึกษาบริการที่มหาวิทยาลัยจัดให้นักศึกษา	4.11	0.85	4.06	0.69	4.05	0.80	4.05	0.80	4.05
	4.มีช่องทางหลากหลายที่นักศึกษาเข้าพบอาจารย์เพื่อรับคำปรึกษา	4.30	0.73	4.13	0.71	4.16	0.74	4.16	0.74	4.16
	5.แนะนำโอกาสในการศึกษาประกอบอาชีพการดำเนินชีวิตอย่างปลอดภัย	4.16	0.76	3.97	0.73	4.05	0.66	4.05	0.66	4.05
	6.การให้คำปรึกษาเบื้องต้นแก่นักศึกษาเกี่ยวกับสุขภาพกายและสุขภาพจิตใจ	4.20	0.80	4.12	0.78	4.14	0.71	4.14	0.71	4.14
	ในปีการศึกษา 2561 ผลประเมินดังรายละเอียดต่อไปนี้									
	ความพึงพอใจ คุณสมบัติอาจารย์ที่ปรึกษา		ชั้นปีที่ 1		ชั้นปีที่ 2		ชั้นปีที่ 3		ชั้นปีที่ 4	
			x	S.D	x	S.D	x	S.D	x	S.D
	1.มีระบบการเข้าพบนักศึกษาอย่างเหมาะสม การติดตามผลการเรียนของนักศึกษาอย่างใกล้ชิด	4.47	0.58	4.60	0.49	4.09	0.48	4.09	0.48	4.09
	2.ความช่วยเหลือนักศึกษาในการวางแผนการเรียนแนะนำข้อบังคับเกี่ยวกับมหาวิทยาลัย ข้อมูลเกี่ยวกับกฎระเบียบข้อบังคับหลักสูตรและลงทะเบียนย้ายสาขาพันธภานักศึกษา	4.40	0.59	4.54	0.58	4.10	0.55	4.10	0.55	4.10
	3.มีข้อมูลเกี่ยวกับทุนการศึกษาบริการที่มหาวิทยาลัยจัดให้นักศึกษา	4.87	0.54	4.50	0.65	4.07	0.46	4.07	0.46	4.07
4.มีช่องทางหลากหลายที่นักศึกษาเข้าพบอาจารย์เพื่อรับคำปรึกษา	4.73	0.59	4.48	0.50	4.30	0.60	4.30	0.60	4.30	
5.แนะนำโอกาสในการศึกษาประกอบอาชีพการดำเนินชีวิตอย่างปลอดภัย	4.60	0.62	4.52	0.50	4.36	0.62	4.36	0.62	4.36	
6.การให้คำปรึกษาเบื้องต้นแก่นักศึกษาเกี่ยวกับสุขภาพกายและสุขภาพจิตใจ	4.77	0.57	4.50	0.68	4.24	0.52	4.24	0.52	4.24	

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน
	<p>จากตารางผลประเมินที่ปรึกษาปีการศึกษา 2561 พบว่า ชั้นปีที่ 1 มีความพึงพอใจเกี่ยวกับทุนการศึกษาบริการ เนื่องจากที่ปรึกษามีการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์และในห้องเรียน ชั้นปีที่ 2 มีระดับความพึงพอใจมากที่สุดในด้านความนักศึกษาในการวางแผนการเรียน ชั้นปีที่ 3 มีระดับความพึงพอใจมากที่สุดแนะนำการศึกษาประกอบอาชีพการดำเนินชีวิตอย่างปลอดภัย ซึ่งที่ปรึกษาจะให้คำแนะนำเหมาะสมในการออกสหกิจศึกษาเพื่อให้นักศึกษามีประสบการณ์ในลักษณะงานที่ตนเอง ชั้นปีที่ 4 มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ด้านช่องทางหลากหลายที่นักศึกษาอาจารย์เพื่อรับคำปรึกษาและแนะนำโอกาสในการศึกษาประกอบอาชีพการดำเนินชีวิตที่ปรึกษาจะให้ความสำคัญการสำเร็จการศึกษา และ แนวทางการสมัครงานในอนาคตของนักศึกษาปีสุดท้าย</p> <p>โดยจากผลประเมินภาพรวมทุกชั้นปีมีระดับความพึงพอใจด้านความช่วยเหลือในการวางแผนการเรียนแนะนำข้อบังคับเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยข้อมูลเกี่ยวกับกฎระเบียบหลักสูตรและลงทะเบียน ซึ่งหลักสูตรมีการวางแผนปีการศึกษา 2562 โดยประสานงานวิชาการของคณะและฝ่ายทะเบียน เพื่อสื่อสารกับนักศึกษาให้มีความชัดเจนมากขึ้น</p> <p>ซึ่งจากผลประเมินปีการศึกษา 2560 ความพึงพอใจ คุณสมบัติอาจารย์ที่ปรึกษาระดับความพึงพอใจข้อมูลเกี่ยวกับทุนการศึกษาบริการที่มหาวิทยาลัยจัดให้นักศึกษา อาจารย์ที่ปรึกษาประชาสัมพันธ์นักศึกษา จากภาพรวมหลักสูตรจะนำไปใช้ในการปีการศึกษา 2561 นั้นพบว่าระดับความพึงพอใจรายข้อดังกล่าวดีขึ้น</p> <p>2) การพัฒนาศักยภาพนักศึกษาและการเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21</p> <p>จากผลการดำเนินการ ปีการศึกษา 2560 พบว่าการพัฒนาศักยภาพนักศึกษาเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ควรมีเน้นกับนักศึกษาชั้นปีที่ 3-4 ให้มีจริงมากขึ้นทั้งการทำแผนการตลาด นำเสนอคณะกรรมการจากภายนอกเพื่อฝึกกาผลงานและกล้าแสดงออก หลักสูตรได้วางแผนในการให้ความสำคัญกับกิจกรรมในการเชิญวิทยากรภายนอกมาให้ความรู้ และการให้บุคคลภายนอกที่มีความรู้ความสาความรู้ และ ประเมินผลงานนักศึกษา</p> <p>หลักสูตรตั้งเป้าหมายการประกวดแข่งขันภายนอก และ การใช้เทคโนโลยีมปีการศึกษา 2561 พัฒนาศักยภาพนักศึกษาทั้งระดับคณะส่งนักศึกษาและอาจารย์เข้าจัดขึ้นของคณะ ดังนี้</p> <p>1) ด้านวิชาการ</p> <p>1. กิจกรรมนิทรรศการวิชาการ ส่งเสริมโครงการแข่งขันทักษะทางวิชาการบริหารธุรกิจ 9 มทร. ครั้งที่ 7 จัดโดยฝ่ายวิชาการคณะบริหารธุรกิจฯ หลักสูตรได้ร่วมในการจัดบูธแนะนำกิจกรรมการเรียนการสอน ผลงานนักศึกษาของหลักสูตร และจัดการแข่งขันกิจกรรมที่ 1 การประกวดเขียนแผนธุรกิจ ภายใต้แนวคิด Amazing T “Open to the New Shades Once as a Tourist แหล่งท่องเที่ยวและวัฒนธรรมเกาะศาลเจ้า ในกรุงเทพมหานคร โดยมีคณะกรรมการสมาคมการท่องเที่ยวธนาคารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม นายกสมาคมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย คณะชุมชนเกาะศาลเจ้า และ กิจกรรมการประกวดผลงานบัณฑิตนักปฏิบัติ (ที่ภาษาอังกฤษ) ภายใต้แนวคิด “One-Day Walking and Boating Tour in Bangkok” นักศึกษานำเสนอแนวคิดสำหรับการจัดเส้นทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ผลการประกวด งาน 9 มทร. ดังนี้</p>

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน	
	ปีการศึกษา 2560	ปีการศึกษา 2561
	<p>จำนวน 9 การแข่งขัน</p> <p>สาขาวิชาได้รับรางวัล 3 รางวัล</p>	<p>จำนวน 9 การแข่งขัน</p> <p>สาขาวิชาได้รับรางวัล 4 รางวัล</p>
	<p>รายวิชาตลาดชุมชนนำเสนอแผนการตลาดให้สามารถ Pitching ธุรกิจ โดย ภายนอก ดร.รังษี ไยยุ่ง ดร.ศรีญา เอกพิชัยโอฬาร ดร.บุสริน เกษสระ Noclolas Bernal ตัดสินผลงานนักศึกษา</p> <p>2. กิจกรรมการจัดกิจกรรมทางการตลาด ส่วนหนึ่งในรายวิชาการสื่อสารเชิงบูรณาการเพื่อให้นักศึกษาติดต่อประสานงาน นำเสนอแผนการตลาดเชิงกิจกรรมเพื่อจัดกิจกรรมภายในมหาวิทยาลัย</p> <p>3. กิจกรรมสัมมนาทางการตลาด เพื่อสร้างเสริมประสบการณ์และศึกษาความรู้ภายนอก ในรายวิชาสัมมนาการตลาด เช่น การศึกษาดูงานการดำเนินงานธุรกิจสังคมและสิ่งแวดล้อม Dairy Farm จังหวัดสระบุรี</p> <p>2) ด้านกิจกรรมนักศึกษา หลักสูตรร่วมกับคณะ และ ฝ่ายกิจการพิเศษของวิทยาเขตในการสนับสนุนนักศึกษาในหลักสูตรเข้าร่วมกิจกรรม ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. กิจกรรมปฐมนิเทศ สำหรับนักศึกษาปี 1 2. โครงการกีฬานักศึกษา Freshy day ทุกชั้นปีทำกิจกรรมร่วมกัน 3. กิจกรรมอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่งและศิลปการแสดงไทย ทุกชั้นปีทำกิจกรรมร่วมกัน 4. โครงการ เตรียมความพร้อมก่อนเข้าสู่ตลาดแรงงาน มีการจัดกิจกรรมแข่งขันและประสานกับบริษัทเอกชนเรื่องการหารายได้ระหว่างเรียน โดยมอบหมายให้นักศึกษาที่ต้องการหางานทำระหว่างเรียน ทุกชั้นปีทำกิจกรรมร่วมกัน 5. โครงการ BUSIT-CPC SMART Gen. ทุกชั้นปีทำกิจกรรมร่วมกัน 6. โครงการ กิจกรรมพัฒนาอัจฉริยะ 6 Q ทุกชั้นปีทำกิจกรรมร่วมกัน <p>3) ด้านจริยธรรม กตัญญูทเวที</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ทำบุญในวันสำคัญทางศาสนา เช่น เข้าพรรษา วิสาขบูชา 2. กิจกรรมในสำคัญของประเพณี เช่น กิจกรรมลอยกระทง รดน้ำดำหัวผู้สูงอายุ <p>สงกรานต์</p> <p>ในด้านการจัดการเรียนการสอนที่ประกอบด้วยกิจกรรมการพัฒนาศักยภาพนักศึกษา การเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 โดยให้ความสำคัญกับ 3 กลุ่มทักษะ กลุ่มทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม (learning and innovation skills) กลุ่มทักษะสื่อและเทคโนโลยี (information, media and technology skills) กลุ่มทักษะอาชีพ (life and career skills)</p> <p>หลักสูตรได้เสนอชื่อตัวแทนอาจารย์ประจำหลักสูตรไปยังฝ่ายวิชาการของคณะ เป็นคณะกรรมการจัดการความรู้ ด้านการเรียนการสอนที่มีประเด็นหัวข้อการเสริมสร้างการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ของปีการศึกษา 2561 ตามที่ประชุมการจัดการความรู้ แลกเปลี่ยนและประชาสัมพันธ์อาจารย์ในหลักสูตรเข้าร่วมกิจกรรมการจัดการความรู้</p> <p>ในระดับหลักสูตร ได้มีการประชุมร่วมกันปรับจากปีการศึกษาให้มีการส่งเสริมการเรียนการสอนการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ได้สอดแทรกในกิจกรรมของรายวิชาบังคับของปีที่มีการปรับจาก ปีการศึกษา 2560 ดังนี้</p> <p>(1) กลุ่มทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม (learning and innovation skills)</p>	

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน
	<p>(1.1) มีการมอบหมายงานที่ทำให้นักศึกษาเกิดการคิดเชิงวิพากษ์และการ ในรายวิชาการวิจัยการตลาด ที่มีการมอบหมายงานกลุ่มให้ค้นหาปัญหาเพื่อดำเนินการด้านเทคโนโลยี 4.0 และจัดซื้อโต้แย้งในการหาหัวข้องานวิจัยก่อนทำการตั้งสมมติฐานทดสอบ ให้ความสำคัญการอ้างอิง และนำเสนอผลที่สามารถนำไปใช้แก้ปัญหาทางประเด็นปัญหานั้นๆ</p> <p>ในรายวิชาการกลยุทธ์ทางการตลาด มีการปรับรูปแบบงานที่มอบหมาย ปีการศึกษาหลักสูตรพิจารณาว่าควรส่งเสริมให้นักศึกษาการตลาดเขียนแผนธุรกิจได้เพื่อสามารถดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจริง เช่น ธุรกิจกระเบื้องปิ้งและปิ้งยัด ตลาดน้ำธุรกิจมานี มีนม โดยจะต้องสอบปากเปล่าขั้นตอนการเขียนแผนการตลาดกับอาจารย์วิชา เพื่อฝึกทักษะการคิดเชิงวิพากษ์และการแก้ปัญหาให้กับนักศึกษา</p> <p>(1.2) ด้านนวัตกรรมและการสร้างสรรค์ ในปีการศึกษา 2561 มีการปรับกิจกรรมในรายวิชาบรรจุภัณฑ์ โดยมีการงานให้นักศึกษามีความคิดสร้างสรรค์ในการบรรจุภัณฑ์ ออกแบบโลโก้สำหรับผลิตภัณฑ์บูรณาการบริการวิชาการ ที่ตลาดบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ โดยจะต้องศึกษาบรรจุภัณฑ์ และวางแผนการตลาด ทำบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ และศึกษาความพึงพอใจกลุ่มเป้าหมาย และรายวิชาผลิตภัณฑ์และราคา มอบหมายให้นักศึกษาติดต่อธุรกิจและขนาดย่อมเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้กับธุรกิจ เช่น ขนมเบื้อง ขนมเปียกสกรับจากเนื้อเพื่อตอบสนองแนวโน้มความต้องการของตลาด</p> <p>(1.3) ด้านการสื่อสารและความร่วมมือกัน ในปีการศึกษา 2561 ในรายวิชาสัมมนาปัญหาการตลาด อาจารย์ประจำมอบหมายงานให้นักศึกษาในชั้นเรียนวางแผนร่วมกันจัดกิจกรรมสัมมนาภายนอกการตลาด เน้นการศึกษาดูงานหน่วยงานโครงการพระราชดำริในประเทศไทย ที่มีการศึกษา 2560 ซึ่งทำให้เกิดการเรียนรู้ในการติดต่อประสานหน่วยงานภายในและและให้นักศึกษาหาสปอนเซอร์ด้วยตนเองเพื่อฝึกปฏิบัติการทำงานในตลาดจริง สถานการณ์ที่กดดัน และศึกษาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม</p> <p>ในรายวิชาการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ มีการมอบหมายงานกลุ่มกิจกรรมทางการตลาด ซึ่งนักศึกษาต้องสื่อสารทำการวางแผนและร่วมมือกันในการจัดทางการตลาดจริงให้ตรงตามแผนที่วางไว้ และมีกิจกรรมติดต่อร้านค้า หรือ ธุรกิจ เพื่อเครื่องมือสื่อสารการตลาดและดำเนินการจริง ที่มีการวัดผลระยะเวลา 2 เดือน</p> <p>(2) กลุ่มทักษะสารสนเทศ สื่อและเทคโนโลยี (information, media, and technology skills) หลักสูตรพิจารณาว่าควรส่งเสริมให้นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์ถูกต้อง เนื่องจากยุคปัจจุบันสื่อทางการตลาดเป็นเทคโนโลยีมากขึ้น จึงส่งเสริมกิจกรรมในปีการศึกษา 2561 ให้นักศึกษาส่งงานที่มอบหมายทางเฟสบุ๊ค อีเมล เพื่อฝึกทักษะการให้ความรู้และเสริมทักษะการเรียนรู้การใช้สารสนเทศ สื่อ และICTโดยในรายวิชาการตลาด มีการสอนการเก็บรวบรวมข้อมูลสารสนเทศและการประมวลผลด้วยโปรแกรม Excel และSPSS</p> <p>ในรายวิชาบรรจุภัณฑ์และรายวิชาการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ รายวิชาระหว่างประเทศ และวิชาเฉพาะชีพของหลักสูตรเน้นให้นักศึกษาใช้เทคโนโลยีเพิ่มสอนการใช้สื่อและICT ที่นักศึกษาสามารถนำไปประยุกต์ใช้ทางการตลาดได้ พร้อมทั้งงานให้นักศึกษานำผลงานไปเผยแพร่ในสื่อและ ICT เช่น YouTube, Facebook รายวิชาการตลาดระหว่างประเทศ กำหนดหัวข้อด้านการตลาดที่จะนำมาโพสต์ของแพ</p>

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน
	<p>ประเด็นธุรกิจที่ไปขยายตลาดในต่างประเทศและเขียนวิเคราะห์ว่าประสบความสำเร็จ ประเด็น ผลิตภัณฑ์และตราสินค้า ที่ทำตลาดต่างประเทศ และวิเคราะห์ความคิดเห็น</p> <p>ในรายวิชาดิจิทัลและนวัตกรรมทางการตลาดมอบหมายให้นักศึกษาสร้างเพจช่องทางการตลาดในการขายที่พัฒนาผลิตภัณฑ์ชิ้นใหม่</p> <p>ในปีการศึกษา 2561 หลักสูตรได้ร่วมมือกับ ICDC (International Computer License) จัดสอบโครงการทดสอบเพื่อประเมินและรับรองสมรรถนะด้านการใช้ดิจิทัล Knowledge Centre อาคาร 5 ชั้น 5 โดยหลักสูตรให้นักศึกษา ชั้นปีที่ 3 เข้าเนื่องจากเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา และ ชั้นปีที่ 4 เพื่อเตรียมความพร้อมสู่การอนาคต และได้คัดเลือกตัวแทนของสาขาวิชาไปแข่งขันในระดับประเทศ ICDC Digital Challenge 2019 แห่งประเทศไทย ครั้งที่ 3 เพื่อคัดเลือกสุดยอดผู้มีสมรรถนะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของประเทศไทย (Digital Competency Excellence) ไปแข่งขัน ณ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ</p> <p>ทั้งนี้ ในปีการศึกษา 2562 วางแผนการส่งเสริมให้นักศึกษาของหลักสูตร สอบด้านดิจิทัล ของสมาคมดิจิทัลแห่งประเทศไทย เพื่อรองรับการทำงานของนักตลาดแรงงานทางการตลาดดิจิทัลในอนาคต</p> <p>(3) กลุ่มทักษะชีวิตและอาชีพ (life and career skills) ในรายวิชาสหกิจศึกษา ปฐมนิเทศเพื่อเตรียมความพร้อมและแจกรุ่นมือโครงการสหกิจศึกษา สาขาวิชาการตลาด ให้นักศึกษาที่จะไปสหกิจศึกษา เพื่อให้ นักศึกษามีความพร้อม และรายวิชาในหลักสูตร ทักษะชีวิตและอาชีพ ดังต่อไปนี้</p> <p>(3.1) ความสามารถในการปรับตัวและยืดหยุ่น ทุกรายวิชาของหลักสูตร มอบหมายงานทั้งงานคู่ งานกลุ่ม งานเดี่ยว เพื่อให้ นักศึกษาเรียนรู้ ปรับตัวการทำงาน ชั้นเรียน และการทำงานร่วมกับหน่วยงานภายนอกในรายวิชาสหกิจศึกษาที่ นักศึกษาปรับตัวการทำงานร่วมกับคนอื่น</p> <p>(3.2) ความคิดริเริ่มและการเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง โครงการทำนุบำรุง รักษา อำนวยความสะดวก อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม อาจารย์ได้นำผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีปัญหาด้านบ จากการศึกษาดูงานร้านโครงการช่วยพัฒนานุรักษ์นำผลิตภัณฑ์ให้นักศึกษาศึกษาปัญหากลุ่มเป้าหมาย กลยุทธ์ทางการตลาด และออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม และใน ผลิตภัณฑ์และราคา มอบหมายนักศึกษาทำแผนการตลาดส่งเข้าประกวดโครงการ / plan contest # 9 บริษัท เอ พี ฮอนด้า นำเสนอแผนให้คณะกรรมการจากภายนอก นักศึกษาได้รับพิจารณาจัดสรรงบประมาณเข้ารอบจัดกิจกรรมทางการตลาดจริงในม และได้รับรางวัลชมเชยในเขตกรุงเทพ และ ปริมาณผลของโครงการ และกิจกรรม ตลาดชุมชน ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนนำเสนอโดยมีผู้ประกอบการมาเป็นกรรมการ เพื่อให้คำแนะนำและประเมินผล</p> <p>ในรายวิชาวางแผนการตลาดที่ปรับปรุงการประเมินผลจากปีการศึกษา มอบหมายให้นักศึกษาเขียนแผนการตลาดรายบุคคล ภายใต้โจทย์ การตลาด 4.0 และ ทางการตลาด ให้เป็นลักษณะ Start up เพื่อให้นักศึกษาฝึกทักษะคิดริเริ่มเรียนรู้ตัว การคิดสร้างสรรค์แผนการตลาด</p> <p>(3.3) ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและข้ามวัฒนธรรม ในรายวิชาสหกิจศึกษาขอ กำหนดให้นักศึกษาไปทำงานในสถานประกอบการที่มีการทำงานร่วมกับทั้งคนไทยและ เป็นระยะเวลา 4 เดือน หรือ 1 ภาคเรียน เพื่อเรียนรู้การทำงานปฏิบัติจริง การปรับ สังคม การทำงานเป็นทีม โดยหลักสูตร ประเมินผลทุกประเด็นจากแบบประเมิน</p>

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน
	<p>ประกอบการ แบบประเมินของอาจารย์นิเทศ และการจัดทำรายงานสหกิจศึกษา</p> <p>(3.4) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและความสามารถผลิตผลงาน มีการบูรณาการวิชาการโครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการด้านวิชาการ และทำคณิศรให้ควมรู้ ฦ ต.บ สมุทรปราการ ซึ่งเป็นชุมชนที่คณะบริการวิชาการ</p> <p>(3.5) ด้านความเป็นผู้นำและรับผิดชอบต่อสังคม หลักสูตรส่งเสริมกิจกรรม เพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม โดยจะมีผู้นำกลุ่มและการทำงานเป็นทีมประกอบ กิจกรรม ทางหลักสูตรได้สนับสนุนให้นักศึกษาทำโครงการเพื่อสังคมและสานสัมพันธ์ ระหว่างชั้นปี โดย ในการนำนักศึกษาสาขาวิชาการตลาด ชั้นปี 1-4 และศิษย์เก่า ร่วม เพื่อปลูกฝังความรับผิดชอบต่อสังคม</p> <p>จากผลการพัฒนานักศึกษาในปีการศึกษา 2561 หลักสูตรได้ กิจกรรม ประก ได้รับรางวัลต่อไปนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. วัน Marketing Day กิจกรรมออกบูท Marketing Fair ของผลิต จักรยานยนต์ฮอนด้า ยาคุลท์ มาม่า แลตตาชอย เครื่องดื่มเอส กรีนเมท เปป ประสานงานโดยนักศึกษา 2. การประกวด Marketing Plan Contest 11.0 by A.P. Honda นักศ การตลาดได้เข้าร่วมการแข่งขันจนได้รับรางวัล ชมเชย จาก 127 ทีม 3. ทำกิจกรรมเพื่อสังคม เช่น การร่วมกับชุมชนในพื้นที่ใกล้เคียงให้ความรู้ใ กับเด็กในชุมชน การสมัครเป็นอาสาสมัครโครงการเสื่อมือสอง กิจกรรมอาสาสมัคร สังคมเด็กผู้ด้อยโอกาสออกแบบขวดลายปลอกหมอนเพื่อเป็นสื่อกลางในการช่วยเหลือ โอกาสหรือศูนย์เด็กที่ขาดแคลน อาสาสมัครร่วมกับบริษัทซันโทรี่ เป๊ปซี่โค สานรัก ี ป่าเกิดน้อมเกล้าสมุทรปราการ ในรายวิชาการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 4. นักศึกษาเขียนโครงการ ปันน้ำใจให้น้อง ที่เป็นการร่วมกันทุกชั้นปีของส กิจกรรม ณ สถานสงเคราะห์บ้านเด็กอ่อนรังสิต และนักศึกษาจะได้เรียนรู้ในการประ จจริงในการดำเนินธุรกิจจากการออกไปให้บริการวิชาการแก่ชุมชนและจิตอาสาโครงการ หัวใจ เขตดินแดง บำเพ็ญประโยชน์ 5. โครงการเพื่อสังคม ทำกิจกรรมพัฒนาโรงเรียน จังหวัดตาก ที่ได้รับสน ปรมาณจากมหาวิทยาลัยและการขอรับบริจาคผ่านช่องทางต่างๆ ของชมรมการตลาด <p>จากการดำเนินงานพัฒนานักศึกษาศตวรรษที่ 21 ปีการศึกษา 2561 หลักสูตร พัฒนานักศึกษาในทุกด้านของ 1) กลุ่มวิชาหลัก 2) กลุ่มทักษะชีวิตและอาชีพ 3) ก การเรียนรู้และนวัตกรรม 4) กลุ่มทักษะสารสนเทศ สื่อและเทคโนโลยี ผ่านในกิจ รายวิชาและการสนับสนุนนักศึกษาเข้าร่วมแข่งขันโครงการระดับที่จัดโดยภาครัฐและ</p> <p>ในปีการศึกษา 2562 ได้มีการวางแผนส่งเสริมพัฒนานักศึกษาในรูปแบบวิช การแข่งขัน ประกวด โดยสร้างเครือข่ายจัดร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และ กิจกรรมที่เน้นด้านจริยธรรมและอัตลักษณ์ของหลักสูตร</p>
	<p>ในปีการศึกษา 2561 หลักสูตรได้ร่วมกับฝ่ายกิจการนักศึกษาและกิจการพิเศษระดับคณะใน การจัดกิจกรรม BUSIT Camp ที่มีกิจกรรม ให้ความรู้ ส่งเสริมการเรียนรู้ด้านสังคม การใช้ชีวิต ในรั้วมหาวิทยาลัย การอยู่ร่วมกันของนักศึกษาชั้นปี 1 ก่อนเปิดการศึกษาเพื่อเตรียมความพร้อม ให้กับนักศึกษาในการปรับตัว ส่วนระดับหลักสูตรมีการเตรียมความพร้อมระดับหลักสูตร สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 1 เป็นการปูพื้นฐานทางด้านการบริหารธุรกิจและการตลาด ความคิด สร้างสรรค์ ฝึกราคคิด วิเคราะห์แก้ปัญหาาร่วมกัน และ กิจกรรมละลายพฤติกรรม นักศีกษา สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 1 โดยมีรุ่นพี่มาต้อนรับ ศิษย์เก่าที่ประสบความสำเร็จมาแล้ว</p>

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน
	<p>ประสบการณ์ เนื่องจากหลักสูตรพบปัญหาในปีการศึกษา 2560 มีพื้นฐานการวิเคราะห์ การใช้ความคิดสร้างสรรค์ ความรู้พื้นฐานด้านการบริหารธุรกิจ และภาษาไม่เป็นตามที่หลักสูตรวางเป้าหมายไว้ และนักศึกษาที่เรียนจากมหาวิทยาลัยแห่งอื่น 1 ปีแล้วลาออกสอบเข้าตามระบบมาเรียนในหลักสูตรพบว่าเกิดปัญหา ไม่มีส่วนรวมในกิจกรรมของหลักสูตร จึงมีแนวทางการจัดกิจกรรมละลายพฤติกรรมเพื่อให้นักศึกษาเกิดทักษะทางสังคมซึ่งเป็นพื้นฐานของนักการตลาดที่หลักสูตรต้องการ</p> <p>โดยในปีการศึกษา 2561 มีการดำเนินกิจกรรมร่วมกับคณะและจัดกิจกรรมเฉพาะของสาขาวิชาเหมือนปีการศึกษา 2560 โดยจากการผลการดำเนินการที่ผ่านมาสาขาวิชาได้มีการประชุมวางแผนร่วมกันในการเพิ่มกิจกรรมสร้างความผูกพันให้กับนักศึกษาเพิ่มขึ้น เช่น การบายศรีสู่ขวัญ ผูกข้อมือ ทำบุญร่วมกัน กิจกรรมเพื่อสังคม เพื่อลดปัญหาอัตราคงอยู่ของนักศึกษา ชั้นปีที่ 1</p> <p>หลังจากเตรียมความพร้อมนักศึกษา มีอัตราคงอยู่นักศึกษา ปี 1 มีอัตราคงอยู่ทั้งภาคปกติและเทียบโอน รวมจำนวน 41 คน เนื่องจากจำนวนที่รับสมัครตามระบบทะเบียนนั้น มีรายชื่อในระบบแต่นักศึกษาไม่มาเรียนตั้งแต่เปิดภาคเรียนและไม่มาดำเนินการลาออก โดยจำนวน 41 คนเป็นจำนวนที่รายงานตัวและเข้าร่วมกิจกรรม ตั้งแต่วันรับสมัครจนถึงวันเปิดภาคเรียน</p> <p>ในปีการศึกษา 2562 ได้มีการวางแผนเตรียมความพร้อมนักศึกษาโดยมีกิจกรรมทดสอบภาษาอังกฤษก่อนเข้าเรียนเพื่อนำผลคะแนนมาวางแผนในการสอนระดับหลักสูตร และกิจกรรมปูพื้นฐานด้านดิจิทัลให้นักศึกษาทำกิจกรรมกลุ่มละลายพฤติกรรมให้วางแผนการนำเสนอ เรื่องราววันแรกที่จักรพรรดิขุนวรวงศ์ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อให้นักศึกษาได้เรียนรู้การนำเสนอเรื่องราว การใช้คอนเทนต์ทางการตลาดเชิงสร้างสรรค์ การใช้สื่อสังคมออนไลน์และการใช้ความคิดสร้างสรรค์ผ่านกิจกรรม</p>

รายการหลักฐานหมวดที่ 3.1 นักศึกษา

รหัสหลักฐาน	รายการ
MK-BUSIT-1-01	เล่มหลักสูตรปรับปรุง 2558
MK-BUSIT-3-01	รายงานการประชุมสาขา
MK-BUSIT-3-02	รูปถ่ายกิจกรรมเตรียมความพร้อมนักศึกษา

ผลการประเมินตนเอง :4..... คะแนน

เหตุผล : หลักสูตรมีการวางแผนและปรับปรุงการรับนักศึกษาโดยสอดแทรกในรายวิชาและให้นักศึกษามีส่วนรวมและมีการทบทวนกิจกรรมการเตรียมความพร้อมนักศึกษาให้มีความเหมาะสม

ผลการประเมินตนเอง :4..... คะแนน

เหตุผล : การประเมินผลอาจารย์ที่ปรึกษาจากปีการศึกษา 2560 และนำผลมาปรับปรุง มีการส่งเสริมและพัฒนา นักศึกษาทั้งในด้านการให้คำปรึกษาและการพัฒนาศักยภาพนักศึกษาและการเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 โดยการปรับกิจกรรมและรูปแบบการในรายวิชาของหลักสูตรเป็นรูปธรรม

รายการหลักฐานหมวดที่ 3.2 นักศึกษา

รหัสหลักฐาน	รายการ
MKT-BUSIT-1-01	รายงานการประชุมสาขา

รหัสหลักฐาน	รายการ
MKT-BUSIT-3-02	คำสั่งแต่งตั้งอาจารย์ที่ปรึกษาปีการศึกษา 2561
MKT-BUSIT-3-03	แบบฟอร์มบันทึกการให้คำปรึกษาแก่นักศึกษาออนไลน์
MKT-BUSIT-3-04	แบบสอบถามความพึงพอใจนักศึกษา และ รายงานผลการศึกษา ภาพกิจกรรมนักศึกษา สาขาวิชาการตลาด
MKT-BUSIT-3-05	มคอ.3,5 และผลงานของนักศึกษาวิชาสัมมนาการตลาด
MKT-BUSIT-3-06	มคอ.3,5 วิชากลยุทธ์ทางการตลาด , วิชาการวางแผนทางการตลาดและผลงานนักศึกษา
MKT-BUSIT-3-07	มคอ.3,5 รายวิชาตลาดชุมชน รายวิชาการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ รายวิชาการตลาดระหว่างประเทศ สื่อ ICT ที่นักศึกษาเผยแพร่
MKT-BUSIT-3-08	รายงานสหกิจศึกษา
MKT-BUSIT-3-09	มคอ.3,5 วิชาการตลาดชุมชนและรูปถ่ายผลงานของศึกษา
MKT-BUSIT-3-10	สรุปโครงการปันน้ำใจจากพี่สู่น้อง

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน																																																																															
ผลที่เกิดกับ นักศึกษา (ตัวบ่งชี้ 3.3)	1) อัตราการคงอยู่ แสดงผลที่เกิด (ควรมีข้อมูลอย่างน้อย 3 ปี เพื่อแสดงแนวโน้มการคงอยู่ของ นักศึกษาในหลักสูตร) แสดงผลในตารางที่ 3.3.2																																																																															
	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">ปีการศึกษาที่ รับเข้า (ตั้งแต่ปี การศึกษาที่เริ่ม ใช้หลักสูตร)</th> <th rowspan="2">จำนวน นักศึกษา รับเข้า</th> <th colspan="7">จำนวนนักศึกษาคงอยู่ (จำนวนจริง)ในแต่ละปีการศึกษา</th> </tr> <tr> <th>2555</th> <th>2556</th> <th>2557</th> <th>2558</th> <th>2559</th> <th>2560</th> <th>2561</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>รุ่นปีการศึกษา 2556</td> <td>177</td> <td></td> <td>179*</td> <td>146</td> <td>120</td> <td>102</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>รุ่นปีการศึกษา 2557</td> <td>280</td> <td></td> <td></td> <td>232</td> <td>211</td> <td>163</td> <td>145</td> <td></td> </tr> <tr> <td>รุ่นปีการศึกษา 2558</td> <td>229</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>189</td> <td>162</td> <td>110</td> <td>105</td> </tr> <tr> <td>รุ่นปีการศึกษา 2559</td> <td>223</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>187</td> <td>148</td> <td>115</td> </tr> <tr> <td>รุ่นปีการศึกษา 2560</td> <td>119</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>107</td> <td>82</td> </tr> <tr> <td>รุ่นปีการศึกษา 2561</td> <td>45</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>42</td> </tr> <tr> <td>ร้อยละการคงอยู่ของ นักศึกษา</td> <td></td> <td></td> <td>101.13</td> <td>82.85</td> <td>82.53</td> <td>83.85</td> <td>89.91</td> <td>93.33</td> </tr> </tbody> </table>	ปีการศึกษาที่ รับเข้า (ตั้งแต่ปี การศึกษาที่เริ่ม ใช้หลักสูตร)	จำนวน นักศึกษา รับเข้า	จำนวนนักศึกษาคงอยู่ (จำนวนจริง)ในแต่ละปีการศึกษา							2555	2556	2557	2558	2559	2560	2561	รุ่นปีการศึกษา 2556	177		179*	146	120	102			รุ่นปีการศึกษา 2557	280			232	211	163	145		รุ่นปีการศึกษา 2558	229				189	162	110	105	รุ่นปีการศึกษา 2559	223					187	148	115	รุ่นปีการศึกษา 2560	119						107	82	รุ่นปีการศึกษา 2561	45							42	ร้อยละการคงอยู่ของ นักศึกษา			101.13	82.85	82.53	83.85	89.91	93.33
	ปีการศึกษาที่ รับเข้า (ตั้งแต่ปี การศึกษาที่เริ่ม ใช้หลักสูตร)			จำนวน นักศึกษา รับเข้า	จำนวนนักศึกษาคงอยู่ (จำนวนจริง)ในแต่ละปีการศึกษา																																																																											
		2555	2556		2557	2558	2559	2560	2561																																																																							
	รุ่นปีการศึกษา 2556	177		179*	146	120	102																																																																									
	รุ่นปีการศึกษา 2557	280			232	211	163	145																																																																								
	รุ่นปีการศึกษา 2558	229				189	162	110	105																																																																							
	รุ่นปีการศึกษา 2559	223					187	148	115																																																																							
	รุ่นปีการศึกษา 2560	119						107	82																																																																							
	รุ่นปีการศึกษา 2561	45							42																																																																							
ร้อยละการคงอยู่ของ นักศึกษา			101.13	82.85	82.53	83.85	89.91	93.33																																																																								
พบว่าอัตราการคงอยู่ของนักศึกษาทุกชั้นปี ตั้งแต่ พ.ศ.2555 – 2561 มีการขยับขึ้นและลงเกือบ ทุกภาคการศึกษา ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อจำนวนนักศึกษา มีดังนี้																																																																																

1. การปรับตัวในการเข้าสู่ระดับอุดมศึกษาไม่ได้ผลการเรียนต่ำทำให้มีการลาออกพ้นสภาพนักศึกษา หรือย้ายไปเรียนในสาขาวิชาอื่น
2. นักศึกษาจากสาขาวิชาอื่นย้ายมาเรียนในหลักสูตรของสาขาวิชาการตลาด ทำให้จำนวนนักศึกษาเพิ่มขึ้น
3. นักศึกษาที่ตกค้างไม่จบการศึกษาภายใน 4 ปี มีสาเหตุ 2 การ คือ
 - 3.1) เป็นนักศึกษาเทียบโอนผลการเรียนที่ผ่านการเรียนระดับ ปวส. สาขาวิชาอื่น ทำให้เทียบผลการเรียนได้น้อย
 - 3.2) นักศึกษาที่มีผลการเรียนเป็น F ในรายวิชาที่หลักสูตรต้องบังคับเรียนก่อนวิชาอื่น ทำให้จบการศึกษาล่าช้า

2) การสำเร็จการศึกษา จากตารางที่ 3.3.3 จำนวนผู้สำเร็จการศึกษา 2561

ปีการศึกษาที่รับเข้า (ตั้งแต่ปีการศึกษาที่เริ่มใช้หลักสูตร)	จำนวนนักศึกษา รับเข้า	2559	2560	2561
รุ่นปีการศึกษา 2557	240	12	140	10
รุ่นปีการศึกษา 2558	229	47	4	76
รุ่นปีการศึกษา 2559	223		22	17
รุ่นปีการศึกษา 2560	119			7

3) ความพึงพอใจ และ ผลการจัดการข้อร้องเรียนของนักศึกษาประเมินนักศึกษา

จากผลประเมินความพึงพอใจนักศึกษาของหลักสูตร ปีการศึกษา 2559 – 2561 โดยในปีการศึกษา 2560 ได้มีการปรับแบบสอบถามตามเกณฑ์ทางสกอ. ที่ประกาศ พ.ศ. 2559 ด้านความพึงพอใจการรับและคัดเลือกนักศึกษา ด้านการเตรียมความพร้อม ด้านกิจกรรมพัฒนานักศึกษา โดยจากการผลการศึกษาดังนี้

ความพึงพอใจด้านกระบวนการคัดเลือกนักศึกษาและด้านกิจกรรมนักศึกษานักศึกษาชั้นปีที่ 1 หลักสูตรปกติ และ นักศึกษานักศึกษาชั้นปีที่ 3 หลักสูตรเทียบโอน

ความพึงพอใจด้านกระบวนการคัดเลือกนักศึกษาและด้าน กิจกรรมนักศึกษา	ปี 1		ปี 3 เทียบโอน	
	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D
กระบวนการคัดเลือกนักศึกษา				
1. การกำหนดคุณสมบัติผู้มีสิทธิเข้าศึกษาเหมาะสม	4.50	0.51	4.56	0.53
2. หลักเกณฑ์การคัดเลือกเข้าศึกษาเหมาะสม	4.43	0.82	4.22	0.83
3. กระบวนการคัดเลือกเข้าศึกษา มีความเหมาะสม	4.67	0.48	4.11	1.05
ความพึงพอใจต่อ กระบวนการคัดเลือกนักศึกษา	4.53	0.19	4.30	0.26
ด้านกิจกรรมนักศึกษาและการพัฒนานักศึกษา				
1. กิจกรรมเตรียมความพร้อมก่อนเข้าศึกษา สอดคล้องกับสาขาวิชา	4.63	0.49	4.33	0.71
2. มีส่งเสริมให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างเสริมประสบการณ์ ทักษะชีวิตและอาชีพ	4.60	0.50	4.22	0.83
3. มีกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ด้านนวัตกรรม การคิดแก้ไขปัญหา สือสารร่วมมือกัน	4.17	0.38	3.89	4.22
4. มีความหลากหลายของรูปแบบและประเภทของกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมศักยภาพนักศึกษา ความเป็นผู้นำความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	4.40	0.50		

ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม			4.22	4.11
5.มีปัจจัยสนับสนุนและสิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดกิจกรรมนักศึกษา	4.50	0.51	4.11	4.16
ความพึงพอใจต่อ ด้านกิจกรรมนักศึกษาการพัฒนานักศึกษา	4.46	0.06	4.16	0.15
<p>ผลประเมินความพึงพอใจนักศึกษาชั้นปีที่ 1 หลักสูตรปกติ ความพึงพอใจต่อกระบวนการคัดเลือกนักศึกษา มีผลความพึงพอใจภาพรวมเฉลี่ยระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 ความพึงพอใจด้านกระบวนการคัดเลือกนักศึกษาและด้านกิจกรรมนักศึกษา รายชื่อหลักเกณฑ์การคัดเลือก มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่ารายชื่ออื่น โดยหลักสูตรมีแนวทางในการปรับหลักเกณฑ์คัดเลือกให้มีความหลากหลายมากขึ้น ด้านกิจกรรมนักศึกษาและการพัฒนานักศึกษา ความพึงพอใจด้านกิจกรรมนักศึกษา รายชื่อ การส่งเสริมให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างเสริมประสบการณ์ ทักษะชีวิตและอาชีพมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 โดยรายชื่อด้านกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ด้านนวัตกรรมความคิดแก้ไขปัญหา สื่อสารร่วมมือกันมีระดับความพึงพอใจน้อยกว่ารายชื่ออื่น</p> <p>โดยจากผลประเมินปีการศึกษา 2560 รายชื่อปัจจัยสนับสนุนและสิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดกิจกรรมนักศึกษา มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่ารายชื่ออื่นโดยหลักสูตรได้มีการปรับรูปแบบสิ่งอำนวยความสะดวกกิจกรรมเตรียมความพร้อมในปีการศึกษา 2561 ทำให้ผลประเมินมีระดับความพึงพอใจดีขึ้น</p> <p>ผลประเมินความพึงพอใจนักศึกษาชั้นปีที่ 3 หลักสูตรเทียบโอน ความพึงพอใจต่อการกำหนดคุณสมบัติผู้มีสิทธิเข้าศึกษาเหมาะสม มีผลความพึงพอใจเฉลี่ยระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 จากผลประเมินผลประเมินความพึงพอใจนักศึกษาหลักสูตรเทียบโอน ปีการศึกษา 2560 หลักสูตรได้นำมาปรับปรุงในปีการศึกษา 2561 หลักสูตรมีแนวทางในการปรับรูปแบบกิจกรรมเพิ่มขึ้นสอดคล้องในรายวิชาสำหรับนักศึกษาเทียบโอน</p> <p>ในปีการศึกษา 2561 มีคำถามความพึงพอใจต่อให้คำปรึกษา และการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 มีรายละเอียดข้อคำถามต่อไปนี้</p> <p>ความพึงพอใจ คุณสมบัติอาจารย์ที่ปรึกษา</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.มีระบบการเข้าพบนักศึกษาอย่างเหมาะสม การติดตามผลการเรียนของนักศึกษาอย่างใกล้ชิด 2.ความช่วยเหลือนักศึกษาในการวางแผนการเรียนแนะนำข้อบังคับเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยข้อมูลเกี่ยวกับกฎระเบียบข้อบังคับหลักสูตรและลงทะเบียนย้ายสาขาพันธสาขานักศึกษา 3.มีข้อมูลเกี่ยวกับทุนการศึกษาบริการที่มหาวิทยาลัยจัดให้นักศึกษา 4.มีช่องทางหลากหลายที่นักศึกษาเข้าพบอาจารย์เพื่อรับคำปรึกษา 5.แนะนำโอกาสในการศึกษาประกอบอาชีพการดำเนินชีวิตอย่างปลอดภัย 6.การให้คำปรึกษาเบื้องต้นแก่นักศึกษาเกี่ยวกับสุขภาพกายและสุขภาพจิตใจ <p>วัตถุประสงค์ โครงสร้าง เนื้อหา</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.การจัดการศึกษาสอดคล้องกับปรัชญาและวัตถุประสงค์ของหลักสูตร 2.มีการจัดแผนการศึกษาตลอดหลักสูตรชัดเจนเนื้อหาของหลักสูตรสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ 3.มีปฏิทินการศึกษาแต่ละภาคการศึกษาอย่างชัดเจน 4.วิชาเรียนมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษา 5.เนื้อหาของหลักสูตรนำไปใช้ในการประกอบอาชีพได้นำไปใช้ประโยชน์ต่อสังคมได้ 				

	<p style="text-align: center;">การจัดการเรียนการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.การจัดการเรียนการสอนสอดคล้องกับลักษณะวิชา 2.การใช้สื่อประกอบการสอนอย่างเหมาะสม 3.วิธีการสอนส่งเสริมให้นักศึกษาได้ประยุกต์แนวความคิดศาสตร์ทางวิชาชีพ 4.มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศประกอบการเรียน 5.มีการจัดการเรียนการสอนที่ส่งเสริมทักษะภาษา 6.ส่งเสริมให้นักศึกษาได้มีทำงานร่วมกัน <p style="text-align: center;">การเรียนรู้ตลอดหลักสูตรได้พัฒนาคุณลักษณะของนักศึกษา</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.ด้านทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม 2.ด้านทักษะสารสนเทศสื่อและเทคโนโลยี 3.ด้านทักษะชีวิตและอาชีพ เช่นการปรับตัวและยืดหยุ่น 4.ด้านคุณธรรม จริยธรรม 5.ด้านความเป็นผู้นำและรับผิดชอบต่อสังคม <p style="text-align: center;">5.สนามกีฬาที่ออกกำลังกาย ที่นั่งอ่านหนังสือ ื่อต่อการเรียนรู้และเพียงพอ</p> <p style="text-align: center;">ด้านการจัดการข้อร้องเรียนของหลักสูตร</p> <p>ระบบทะเบียนผู้สอนจะสามารถแสดงความคิดเห็นต่อรายวิชา โดยกรณีที่มีข้อร้องเรียนหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ได้มีการดำเนินการจัดการหากข้อร้องเรียนนักศึกษา ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.หลักสูตรมีการจัดการข้อร้องเรียนได้ดีที่ผ่านอาจารย์โดยตรง 2.หลักสูตรมีการจัดการข้อร้องเรียนได้ดีที่ผ่านระบบอาจารย์ที่ปรึกษาโดยตรง นักศึกษابันทักข้อความร้องเรียนต่อหัวหน้าสาขาวิชาผ่านที่ปรึกษา เพื่อให้เข้าที่ประชุมหลักสูตรหรือแนวทางการแก้ไขปัญหาาร่วมกัน 3.หลักสูตรมีการจัดการข้อร้องเรียนได้ดีที่ผ่านเจ้าหน้าที่ระดับคณะโดยตรง กรณีด้านการเรียนการสอน ประเมินผล รายงานรองคณบดีฝ่ายวิชาการ กรณีด้านกิจกรรมนักศึกษา รายงานรองคณบดีฝ่ายกิจการนักศึกษา 4. หลักสูตรมีการจัดการข้อร้องเรียนได้ดีที่ผ่าน e-mail/facebook/line 5. หลักสูตรมีการจัดการข้อร้องเรียนได้ดีที่ผ่านคณบดีโดยตรง 6. หลักสูตรมีการจัดการข้อร้องเรียนได้ดีที่ผ่านผู้บริหารระดับคณะโดยตรง 7. หลักสูตรมีการจัดการข้อร้องเรียนได้ดีที่ผ่านหลักสูตรโดยตรง <p>โดยปีการศึกษา 2560 หลักสูตรเป็นการร้องเรียน ลักษณะการสอบถามความเป็นไปได้ในการแต่งกายข้ามเพศเข้าสอบ เนื่องจากระเบียบมหาวิทยาลัยไม่มีกำหนด นักศึกษาได้ทำบันทึกข้อความผ่านที่ปรึกษาไปยังหัวหน้าสาขาวิชา เสนอฝ่ายกิจการนักศึกษาและกิจการพิเศษดำเนินการไปยังมหาวิทยาลัย ซึ่งจากผลการดำเนินการนักศึกษาสามารถแต่งกายข้ามเพศเข้าห้องสอบได้ หรือ การร้องเรียนเรื่องระบบทะเบียนในการลงทะเบียนเนื่องจากมีการย้ายระบบไปยังส่วนกลางทำให้นักศึกษาไม่สามารถเข้าระบบซึ่งจะมีการร้องเรียนผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ไปยังที่ปรึกษา ซึ่งจะมีการแจ้งหัวหน้าสาขา เพื่อดำเนินการประสานฝ่ายวิชาการระดับคณะเพื่อแก้ไขปัญหา</p>
--	--

ผลการประเมินตนเอง :3..... คะแนน

เหตุผล :(กรณีที่มีผลการประเมินตนเองที่ระดับ 4 หรือ 5 คะแนน)

รายการหลักฐานหมวดที่ 3 นักศึกษาและบัณฑิต

รหัสหลักฐาน	รายการ
MKT-BUSIT-3-04	แบบสอบถามความพึงพอใจนักศึกษา
MK-BUSIT-03-02	รายงานการประชุมสาขา

จำนวนผู้สำเร็จการศึกษา - ตามระยะเวลาของหลักสูตร

(สามารถปรับปีการศึกษาได้)

ปีการศึกษาที่รับเข้า (ตั้งแต่ปีการศึกษาที่เริ่ม ใช้หลักสูตร)	จำนวน นักศึกษ า รับเข้า	2557		2558		2559		2560		2561		รวมสำเร็จ การศึกษาแต่ ละรุ่น	
		จำนวน ผู้สำเร็จ	ร้อยละ	จำนวน ผู้สำเร็จ	ร้อยละ	จำนวน ผู้สำเร็จ	ร้อยละ	จำนวน ผู้สำเร็จ	ร้อยละ	จำนวน ผู้สำเร็จ	ร้อยละ	จำนวน ผู้สำเร็จ	ร้อยละ
รุ่นปีการศึกษา 2556	177	22	12.43	21	11.86	102	57.63	1	0.56			146	82.49
รุ่นปีการศึกษา 2557	280			30	10.71	12	4.29	116	41.43			158	56.43
รุ่นปีการศึกษา 2558	229					40	17.47	4	1.75	105		44	19.21
รุ่นปีการศึกษา 2559	223							1	0.45	115		1	0.45
รุ่นปีการศึกษา 2560	119									82			
รุ่นปีการศึกษา 2561	45									42			
รวม		22		21		154		122					

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความสำเร็จการศึกษา :

ในปีการศึกษา 2561 มีหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (2 ปี) ซึ่งเรียนรายวิชาไม่เหมือนกันทำให้จบการศึกษาไม่ตรงตามแผนการศึกษา ในระยะเวลา 2 ปี ทั้งปัจจัยผลการเรียนต่ำและพฤติกรรม การปรับตัวสู่ระดับมหาวิทยาลัย

3. รายงานผลการดำเนินงาน คุณภาพบัณฑิตตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา (ตัวบ่งชี้ 2.1)

มีจำนวนผู้สำเร็จการศึกษา 162 คน โดยมีบัณฑิตที่ได้รับการประเมินจากผู้ใช้บัณฑิต จำนวน ...51.... คน คิดเป็นร้อยละ.....31.48.....ของจำนวนบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา ซึ่งมีค่าเฉลี่ยคะแนนประเมินบัณฑิตแต่ละด้าน ดังนี้

คุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์	ค่าเฉลี่ยคะแนนประเมิน (คะแนนเต็ม 5)
1. ด้านคุณธรรมจริยธรรม	4.28
2. ด้านความรู้	4.02
3. ด้านทักษะทางปัญญา	4.07
4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ	4.26
5. ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	4.02

ผลการประเมินตนเอง : ค่าเฉลี่ยคะแนนผลประเมิน 5 ด้าน4.13..... คะแนน
6. ด้านคุณลักษณะบัณฑิตตามอัตลักษณ์	4.06

ข้อมูลปรับปรุง ฝ่ายประกันคุณภาพ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ

4. รายงานผลการดำเนินงาน ภาวะการมีงานทำของบัณฑิตภายในเวลา 1 ปี (ตัวบ่งชี้ 2.2) (ระดับปริญญาตรี)

ข้อมูลปรับปรุง ณ วันที่ 31 พฤษภาคม 2561

ข้อมูลพื้นฐาน	จำนวน	ร้อยละ
1. จำนวนบัณฑิตทั้งหมด	162	100
2. จำนวนบัณฑิตระดับปริญญาตรีที่ตอบแบบสำรวจเรื่องการมีงานทำภายใน 1 ปี หลังสำเร็จการศึกษา	131	80.86
3. จำนวนบัณฑิตระดับปริญญาตรีที่ทำงานทำภายใน 1 ปี หลังสำเร็จการศึกษา (ไม่นับรวมผู้ประกอบอาชีพอิสระ)	86	65.65
- ตรงสาขาที่เรียน	57	66.28
- ไม่ตรงสาขาที่เรียน	22	38.60
- ไม่ใช่ความรู้	0	0
- ไม่ระบุ	7	8.14
4. จำนวนบัณฑิตระดับปริญญาตรีที่ประกอบอาชีพอิสระ	0	0
5. จำนวนผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีงานทำก่อนเข้าศึกษา	21	0
6. จำนวนบัณฑิตระดับปริญญาตรีที่ศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษา	5	0
7. จำนวนบัณฑิตระดับปริญญาตรีที่อุปสมบท	2	0
8. จำนวนบัณฑิตระดับปริญญาตรีที่เกณฑ์ทหาร	4	3.05
9. จำนวนบัณฑิตระดับปริญญาตรีที่มีกิจการของตนเองที่มีรายได้ประจำอยู่แล้ว	0	0
วิธีคำนวณ $\frac{(3.+4.)}{2.-(5.+6.+7.+8.+9)} \times 100 = \text{ร้อยละของบัณฑิตปริญญาตรีที่ทำงานทำหรือประกอบอาชีพอิสระภายใน 1 ปี}$		
ข้อมูลปรับปรุง ณ วันที่ 31 พฤษภาคม 2561 สูตรการคำนวณ 1. การคำนวณค่าร้อยละ = $86+0 \times 100 / 131-(21+5+2+4+0) = 86x / 131-32 = 86/99$ 2. การเทียบค่าคะแนน = 86.87		

การวิเคราะห์ผลที่ได้

จากการวิเคราะห์ผลการเปลี่ยนแปลงหรือแนวโน้มของการดำเนินงาน โดยใช้ข้อมูลภาวะตลาดแรงงาน ภาวะเศรษฐกิจ และการเปรียบเทียบกับข้อมูลที่ผ่านมาและสถาบันที่เปิดสอนสาขา/สาขาวิชาเดียวกัน เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนา/ปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจหลักสูตร สาขาวิชาการตลาด ทั้งนี้ เนื่องจากบัณฑิตที่จบปีการศึกษา 2559 ในปีพ.ศ 2560 และรับปริญญาในช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ 2560 ซึ่งเป็นช่วงการเก็บข้อมูลภาวะมีงานทำ ตัวเลขของบัณฑิตที่มีงานทำใน 1 ปี ของหลักสูตรจึงไม่จำนวนมาก เมื่อเทียบกับผู้สำเร็จการศึกษาดังกล่าว ช่วงเวลาที่จบการศึกษากับช่วงเก็บข้อมูลมีระยะใกล้กัน

ผลการประเมินตนเอง (กำหนดให้คะแนนเต็ม 5 = ร้อยละ 100) : 4.34..... คะแนน

รายการหลักฐานหมวดที่ 3 นักศึกษาและบัณฑิต

รหัสหลักฐาน	รายการ
MKT-03-01	รายงานผลการดำเนินงาน คุณภาพบัณฑิตตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา (ข้อมูลคณะ)
MKT-03-02	รายงานผลการดำเนินงาน ภาวะการมีงานทำของบัณฑิตภายในเวลา 1 ปี (ข้อมูลมหาวิทยาลัย)

หมวดที่ 4 : ข้อมูลสรุปรายงาน

1. สรุปข้อมูลรายวิชาที่เปิดสอนในภาค/ปีการศึกษา

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง ในบางรายวิชาเป็นการเปิดคู่กับรหัสหลักสูตรเก่า เช่น หมวดศึกษาทั่วไป หมวดวิชาแกน จึงแสดงจำนวนผลการเรียนนัักศึกษาในบางวิชาน้อย โดยเฉพาะหลักสูตรเทียบโอน

ปีการศึกษา 1/2560

หลักสูตรปกติ

รหัสวิชา	ชื่อ	จำนวนนักศึกษาต่อเกรด												รวม	
		A	B+	B	C+	C	D+	D	F	P	S	U	W		I
0010001-1	การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม	2	3	11	5	4	2	1	1	-	-	-	-	-	29
0031001-1	การใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	3	11	6	5	3	2	-	-	-	-	-	-	-	30
0031003-1	ศิลปะการพูดในชีวิตประจำวัน	13	19	14	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	48
0032002-1	ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1
0032003-201	การอ่านภาษาอังกฤษ	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
0032004-1	สนทนาภาษาอังกฤษ	9	4	9	8	4	10	-	6	-	-	-	-	-	50
0032005-201	การเขียนภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน	22	26	21	20	14	1	-	3	-	-	-	-	-	107
0033001-201	ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
0041001-1	คณิตศาสตร์และคอมพิวเตอร์ในชีวิตประจำวัน	1	-	1	1	1	-	1	-	-	-	-	-	-	5
0042001-201	วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อมกับชีวิต	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
0210101-3	หลักเศรษฐศาสตร์	4	7	8	5	4	2	-	-	-	-	-	1	-	31
0401101-3	หลักการจัดการ	1	1	1	4	7	8	4	3	-	-	-	-	-	29
0401104-2	ความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจระหว่างประเทศ	17	15	13	1	2	-	-	-	-	-	-	-	-	48
0401105-201	สถิติทางธุรกิจ	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	2
0401311-201	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารธุรกิจ	-	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	2
รหัสวิชา	ชื่อ	จำนวนนักศึกษาต่อเกรด												รวม	
		A	B+	B	C+	C	D+	D	F	P	S	U	W		I

0401318-201	การจัดการสมัยใหม่	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
0402101-2	หลักการตลาด	16	7	2	3	2	-	-	-	-	-	-	-	-	30
0402203-201	การตลาดระหว่างประเทศ	29	23	25	8	11	7	2	3	-	-	-	-	-	108
0402215-1	ดิจิทัลและนวัตกรรมทางการตลาด	13	15	12	8	1	1	-	-	-	-	-	-	-	50
0402216-1	การบริหารการขายและศิลปะการขาย	9	17	17	5	2	-	-	-	-	-	-	-	-	50
0402303-201	นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา	-	-	-	-	2	-	2	-	-	-	-	-	-	4
0402304-201	นโยบายการจัดจำหน่าย	5	5	9	10	20	15	25	21	-	-	-	-	-	110
0402305-202	นโยบายการจัดจำหน่าย	1	-	3	1	5	9	56	28	-	-	-	4	-	107
0402306-2	การวางแผนการตลาด	-	-	-	-	-	-	2	2	-	-	-	-	-	4
0402307-201	การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1
0402308-201	การวิจัยการตลาด	9	10	19	15	13	21	16	5	-	-	-	-	-	108
0402309-201	การบริหารตราสินค้า	28	33	24	10	8	-	1	3	-	-	-	-	-	107
0402408-201	การวิจัยการตลาด	-	-	-	-	2	-	1	-	-	-	-	-	-	3
0402429-202	ปัญหาพิเศษ	-	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-	1	-	3
0402433-201	สหกิจศึกษา	-	-	-	-	-	-	-	-	-	99	-	-	-	99
0402440-1	ภาษาอังกฤษเพื่อธุรกิจและการค้าระหว่างประเทศ	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
0402447-1	ปัญหาพิเศษ	-	-	1	1	-	-	-	2	-	-	-	-	-	4
0403101-2	การบัญชีขั้นต้น	3	1	2	3	3	4	10	7	-	-	-	-	-	33
รหัสวิชา	ชื่อ	จำนวนนักศึกษาต่อเกรด													รวม
		A	B+	A	B+	A	B+	A	B+	A	B+	A	B+	A	
0403103-201	การเงินธุรกิจ	1	1	2	1	3	3	3	-	-	-	-	1	-	15
0403286-201	การเงินธุรกิจ	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
0404201-1	การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน	2	3	5	9	8	8	11	3	-	-	-	-	-	49

0405103-1	ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
0499104-201	หลักเศรษฐศาสตร์	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2

หลักสูตรเทียบโอน

รหัสวิชา	ชื่อ	จำนวนนักศึกษาต่อเกรด												รวม	
		A	B+	B	C+	C	D+	D	F	P	S	U	W		I
0031001-1	การใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	-	-	-	3	9	-	-	2	-	-	-	-	14	
0032004-1	สนทนาภาษาอังกฤษ	6	2	5	11	10	2	-	1	-	-	-	37		
0032005-201	การเขียนภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน	-	2	1	-	-	-	-	-	-	-	-	3		
0033001-201	ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร	2	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	4		
0042001-201	วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อมกับชีวิต	1	4	2	-	-	-	-	-	-	-	-	7		
0210101-201	หลักเศรษฐศาสตร์	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1		
0401101-202	หลักการจัดการ	1	-	-	4	2	2	3	3	-	-	-	15		
0401310-201	การภาชีอากร	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1		
0401311-1	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารธุรกิจ	-	-	-	1	3	1	7	2	-	-	-	14		
0402101-2	หลักการตลาด	4	5	3	-	-	-	-	2	-	-	-	14		
0402203-201	การตลาดระหว่างประเทศ	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1		
รหัสวิชา	ชื่อ	จำนวนนักศึกษาต่อเกรด												รวม	
		A	B+	B	C+	C	D+	D	F	P	S	U	W	I	
0402216-201	การบริหารการขายและศิลปะการขาย	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	
0402221-1	การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	4	1	6	8	5	5	-	1	-	-	-	30		
0402304-1	ผลิตภัณฑ์และราคา	-	-	-	-	3	3	4	-	-	-	3	13		
0402306-2	การวางแผนการตลาด	1	5	8	5	7	1	2	2	-	-	-	31		
0402309-1	การบริหารตราสินค้า	-	1	1	-	11	10	6	-	-	-	-	29		
0402429-1	ปัญหาพิเศษ	4	12	3	5	7	-	-	1	-	-	2	34		

0403101-2	การบัญชีขั้นต้น	1	-	2	1	1	3	4	2	-	-	-	-	-	14
0403103-1	การเงินธุรกิจ	2	1	2	-	7	3	8	3	-	-	-	7	-	33
0404201-201	การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	2
0405103-1	ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ	2	1	2	2	1	3	1	1	-	-	-	-	-	13

ปีการศึกษา ภาคเรียนที่ 2

หลักสูตรปกติ

รหัสวิชา	ชื่อ	จำนวนนักศึกษาต่อเกรด													รวม
		A	B+	B	C+	C	D+	D	F	P	S	U	W	I	
0020001-1	การพัฒนาบุคลิกภาพ	43	32	11	8	5	-	-	1	-	-	-	-	-	100
0032002-1	ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน	1	-	11	10	3	2	-	2	-	-	-	-	-	29
0032004-1	สนทนาภาษาอังกฤษ	-	-	-	-	-	3	-	-	-	-	-	-	-	3
0032006-201	ทักษะสัมพันธ์ทางภาษาอังกฤษ	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1
0033001-1	ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร	28	7	4	-	4	-	-	1	-	-	-	2	-	46
0041001-1	คณิตศาสตร์และคอมพิวเตอร์ในชีวิตประจำวัน	10	11	6	10	2	1	4	1	-	-	-	1	-	46
0042001-1	วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อมกับชีวิต	1	6	2	8	3	4	-	5	-	-	-	-	-	29
0401102-2	กฎหมายธุรกิจ	5	2	10	2	4	1	2	4	-	-	-	-	-	30
รหัสวิชา	ชื่อ	จำนวนนักศึกษาต่อเกรด													รวม
		A	B+	B	C+	C	D+	D	F	P	S	U	W	I	
0401103-1	จริยธรรมทางธุรกิจ	9	11	17	6	2	-	-	1	-	-	-	1	-	47
0401105-1	สถิติทางธุรกิจ	14	11	5	3	2	1	4	3	-	-	-	3	-	46
0401106-201	จริยธรรมทางธุรกิจ	-	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	2
0401310-201	การภาชี้อากร	12	8	16	19	22	15	11	1	-	-	-	-	-	104
0401311-201	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารธุรกิจ	-	3	7	14	23	25	29	2	-	-	-	2	-	105
0402102-1	พฤติกรรมผู้บริโภค	50	14	8	5	1	2	2	3	-	-	-	1	-	86
0402215-202	ดิจิทัลและนวัตกรรมทางการตลาด	25	6	8	7	-	1	-	1	-	-	-	-	-	48

0402217-201	การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ	31	14	2	-	-	-	-	1	-	-	-	-	48	
0402219-1	การจัดการธุรกิจนำเข้าและส่งออก	38	34	25	3	-	1	-	1	-	-	-	1	103	
0402225-1	การตลาดบริการ	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	
0402304-202	ผลิตภัณฑ์และราคา	-	-	3	-	1	6	13	4	-	-	-	-	27	
0402305-1	นโยบายการจัดจำหน่าย	-	-	-	12	4	-	-	-	-	-	-	-	16	
0402306-202	การวางแผนการตลาด	5	3	9	12	31	13	33	-	-	-	-	5	111	
0402307-201	การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ	56	23	15	4	5	-	-	-	-	-	-	1	104	
0402308-1	การวิจัยการตลาด	-	-	2	-	1	-	-	-	-	-	-	-	3	
0402310-201	การตลาดสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	34	25	26	12	4	1	1	1	-	-	-	-	104	
0402322-202	การตลาดอาเซียน	16	16	15	10	-	-	-	-	-	-	-	-	57	
0402330-201	การเตรียมความพร้อมสำหรับการฝึกงาน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	1	-	4	
0402409-201	กลยุทธ์การตลาด	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1	
รหัสวิชา	ชื่อ	จำนวนนักศึกษาต่อเกรด												รวม	
		A	B+	B	C+	C	D+	D	F	P	S	U	W		I
0402411-1	กลยุทธ์การตลาด	15	4	23	7	11	13	29	3	-	-	-	1	-	106
0402412-201	สัมมนากลยุทธ์การตลาดเชิงบูรณาการ	7	25	43	17	11	1	-	2	-	-	-	1	-	107
0402413-201	การศึกษาความเป็นไปได้เพื่อโครงการการตลาด	22	24	23	18	17	2	-	1	-	-	-	-	107	
0402414-1	สัมมนาปัญหาการตลาด	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1	
0402427-201	การตลาดชุมชน	27	30	14	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	72
0402428-202	การจัดการอุตสาหกรรมไมซ์	1	1	3	5	8	12	2	-	-	-	-	-	32	
0402432-201	การเตรียมความพร้อมสำหรับสหกิจศึกษา	-	-	-	-	-	-	-	-	-	101	-	-	1	102
0403103-1	การเงินธุรกิจ	2	-	2	-	12	9	7	2	-	-	-	-	34	

0404201-1	การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1
0405103-1	ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ	1	1	7	7	7	3	-	2	-	-	-	-	-	28

หลักสูตรเทียบโอน

รหัสวิชา	ชื่อ	จำนวนนักศึกษาต่อเกรด													รวม
		A	B+	B	C+	C	D+	D	F	P	S	U	W	I	
0010001-1	การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม	2	3	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8
0020001-1	พัฒนาบุคลิกภาพ	-	4	7	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	12
0031001-1	การใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1
0032002-1	ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1
0032003-1	การอ่านภาษาอังกฤษ	6	3	5	4	8	-	-	2	-	-	-	-	-	28
0032004-201	สนทนาภาษาอังกฤษ	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
0032005-1	การเขียนภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1
รหัสวิชา	ชื่อ	จำนวนนักศึกษาต่อเกรด													รวม
		A	B+	B	C+	C	D+	D	F	P	S	U	W	I	
0210101-201	หลักเศรษฐศาสตร์	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
0401102-201	กฎหมายธุรกิจ	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
0401103-201	จริยธรรมทางธุรกิจ	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1
0401104-2	ความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจระหว่างประเทศ	1	1	3	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	6
0401310-201	การภาชีอการ	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
0401311-201	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารธุรกิจ	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
0402203-1	การตลาดระหว่างประเทศ	-	3	6	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	11
0402215-1	ดิจิทัลและนวัตกรรมทางการตลาด	2	3	5	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	11
0402217-1	การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ	6	11	10	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-	29
0402304-1	ผลิตภัณฑ์และราคา	-	-	-	-	-	-	5	6	-	-	-	-	-	11

0402305-1	นโยบายการจัดจำหน่าย	-	2	2	3	4	-	-	-	-	-	-	-	-	11
0402307-1	การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ	6	10	6	4	2	-	-	2	-	-	-	-	-	30
0402308-1	การวิจัยการตลาด	-	1	1	3	3	3	-	-	-	-	-	-	-	11
0402411-1	กลยุทธ์การตลาด	2	2	1	1	6	6	8	2	-	-	-	-	-	28
0402412-1	สัมมนากลยุทธ์การตลาดเชิงบูรณาการ	3	11	5	4	2	-	-	3	-	-	-	-	-	28
0402413-1	การศึกษาความเป็นไปได้เพื่อโครงการการตลาด	3	4	2	9	8	-	-	2	-	-	-	-	-	28
0402427-201	การตลาดชุมชน	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
0403103-1	การเงินธุรกิจ	-	-	-	-	-	2	4	1	-	-	-	-	-	7

ภาคเรียนที่ 3

รหัสวิชา	ชื่อ	จำนวนนักศึกษาต่อเกรด												รวม	
		A	B+	B	C+	C	D+	D	F	P	S	U	W		I
0402102-1	พฤติกรรมผู้บริโภค	4	4	2	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	11
0402310-1	การตลาดสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	-	-	-	1	3	1	6	-	-	-	-	-	-	11
0402322-1	การตลาดอาเซียน	4	3	6	6	6	-	-	-	-	-	-	-	25	
0402427-1	การตลาดชุมชน	7	5	6	1	5	-	-	-	-	-	-	-	24	

2. การวิเคราะห์รายวิชาที่มีผลการเรียนไม่ปกติ

รหัส ชื่อรายวิชา	ภาคการศึกษา	ความผิดปกติ	การตรวจสอบ	เหตุที่ทำให้ผิดปกติ	มาตรการแก้ไข
-	-	-	-	-	-

3. รายวิชาที่ไม่ได้เปิดสอนในปีการศึกษา

รหัส ชื่อรายวิชา	ภาคการศึกษา	สาเหตุที่ไม่ได้เปิดสอน	มาตรการที่ดำเนินการ
หลักสูตรไม่มีรายวิชาที่ไม่ได้เปิดสอน ในปีการศึกษา 2561			

4. รายวิชาที่สอนเนื้อหาไม่ครบในปีการศึกษา

รหัส ชื่อรายวิชา	ภาคการศึกษา	หัวข้อที่ขาด	สาเหตุที่ไม่ได้สอน	วิธีแก้ไข
หลักสูตรไม่มีรายวิชาที่สอนเนื้อหาไม่ครบ ในปีการศึกษา 2561				

5. รายวิชาที่มีการประเมินคุณภาพการสอนในปีที่รายงาน และแผนการปรับปรุงจากผลการประเมิน (นำมาจาก มคอ 5 แต่ละวิชา)

ภาคการศึกษา 1/2561

รหัส	ชื่อวิชา	ผลการประเมินโดยนักศึกษา		แผนการปรับปรุง
		มี	ไม่มี	
0010001	การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม	✓		
0020003	จิตวิทยาทั่วไป	✓		
0031001	การใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	✓		
0032003	การอ่านภาษาอังกฤษ	✓		
0032004	สนทนาภาษาอังกฤษ	✓		
0032005	การเขียนภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน	✓		
0210101	หลักเศรษฐศาสตร์	✓		
0401101	หลักการจัดการ	✓		
0401207	ความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจระหว่างประเทศ	✓		1. นำข้อเสนอแนะจากการประเมินผลผู้สอนและการประเมินผลนักศึกษามาหาแนวทางแก้ไขปรับปรุงให้เกิดความเหมาะสมและเพื่อคุณภาพการเรียนการสอนที่ดีขึ้นมีการสอดแทรกภาษาอังกฤษในการสอนพร้อมแปลความหมายให้ผู้เรียนเข้าใจและไม่เกิดความสับสนในภาษาอังกฤษและภาษาไทย ให้สอดคล้องกับรายชื่อบริษัทเนื่องจากเป็นธุรกิจระหว่างประเทศ
0401103	จริยธรรมทางธุรกิจ	✓		
0401305	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารธุรกิจ	✓		
0402101-202	หลักการตลาด	✓		1. กระตุ้นให้นักศึกษาตระหนักถึงการนำความรู้ทางด้านการตลาดร่วมกับความรู้ทางศาสตร์อื่น เพื่อเป็นการบูรณาการความรู้ทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2. ค้นคว้าหาข้อมูล ติดตามการเปลี่ยนแปลง และวิวัฒนาการหรือเทคนิค การตลาดใหม่ๆ มีการนำข้อมูลจากการค้นคว้าทางอินเทอร์เน็ต รวมถึงรูปภาพต่างๆ เพื่อ

รหัส	ชื่อวิชา	ผลการประเมินโดยนักศึกษา		แผนการปรับปรุง
		มี	ไม่มี	
				เป็นตัวอย่าง 3. กระตุ้นให้นักศึกษาเห็นประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการนำเสนอและสืบค้นข้อมูล
0402215-202	ดิจิทัลและนวัตกรรมการตลาด	✓		1. ใช้กระบวนการกลุ่มในการอภิปราย สะท้อนความคิด การคิดวิเคราะห์และสังเคราะห์ การทำการวิเคราะห์ข่าวเทคโนโลยีดิจิทัล
0402221-201	การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	✓		1. มีการจัดเตรียมเนื้อหา ตัวอย่าง กรณีศึกษา และงานที่มอบหมาย ให้เหมาะสมกับการสอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ 2. มีปรับเทคนิคการสอนให้นักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง และช่วยกันวิเคราะห์ อภิปราย เพื่อให้เข้าใจมากขึ้น มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการสอนมากขึ้น สอดแทรกความตระหนักด้านสังคม สิ่งแวดล้อม ชุมชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
0402216-201	การบริหารการขายและศิลปะการขาย	✓		1. ผู้สอนจะได้นำเทคนิคการบริหารงานขายและศิลปะการขายที่หลากหลายมากยิ่งขึ้นมาปรับใช้กับผู้เรียน เพื่อให้สอดคล้องกับบริบททางการตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และการนำไปใช้ประโยชน์ในงานด้านการตลาด 2. สร้างแรงจูงใจให้นักศึกษามีส่วนร่วมกับการเรียนการสอนมากยิ่งขึ้น และสร้างบรรยากาศที่ดี เพื่อเป็นการเสริมแรงให้กับนักศึกษา 3. เชิญวิทยากรหรือผู้มีประสบการณ์จากภายนอกมามีส่วนร่วมกับการเรียนการสอน ในเนื้อหาบางหัวข้อ เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และนักศึกษาสามารถสอบถามถึงข้อสงสัย
0402203-201 0402305-201	การตลาดระหว่างประเทศ	✓		1. กระตุ้นให้นักศึกษามีความกล้าคิด แสดงความคิดเห็นเพิ่มขึ้น โดยอาจารย์จะมีกิจกรรมในการกระตุ้นให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็น เช่น คำชมเชย ไม่กล่าวว่าเป็นกรณีที่นักศึกษาแสดงความคิดเห็นผิดแต่จะยกตัวอย่างหรือ ทฤษฎีที่ถูกต้องเพื่อให้นักศึกษามองอีกมุมมอง 2. กระตุ้นให้นักศึกษามีความกระตือรือร้นในการศึกษา แนวทางการทำแผนการตลาดเพื่อเข้าแข่งขัน กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กรมการส่งเสริมการส่งออก 3. มีการหาเทคนิคการสอนใหม่ ๆ และการยกตัวอย่างให้

รหัส	ชื่อวิชา	ผลการประเมินโดยนักศึกษา		แผนการปรับปรุง
		มี	ไม่มี	
				เป็นสถานการณ์จริงมากกว่าในตำรา เช่นการศึกษาดูงานต่างประเทศของอาจารย์เพื่อนำมายกตัวอย่าง หรือ ออกแบบกรณีศึกษาให้มีความทันสมัย การให้นักศึกษานำธุรกิจชุมชนและวางแผนการตลาดเพื่อยกระดับสู่ตลาดอาเซียน เป็นต้น 4. การหาแหล่งข้อมูลแนะนำให้นักศึกษาไปศึกษาเพิ่มเติม และการเพิ่มเวลาสอนการเขียนแผนการตลาดโดยอธิบายแต่ละหัวข้อให้แต่ละกลุ่มเข้าใจ พร้อมทั้งกำหนดเวลาในการส่งให้อาจารย์เสนอแนะก่อนส่งประกวดเพื่อแนะนำปรับปรุง รวมทั้ง ตรวจสอบว่านักศึกษามีความเข้าใจในการทำแผนการตลาด
0402307-201	การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ	✓		1.มีการนำเอาเทคนิคการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ จากการจัดการองค์ความรู้ (KM) ของคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยนำมาใช้ตามความเหมาะสม 2.ควรรนำเอาสื่อยุคดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ที่เหมาะสมกับบริบทของการสอน 3. ให้นักศึกษาเข้าร่วมการประกวดกับองค์การภายนอก และนำสิ่งที่กรรมการภายนอกวิจารณ์และแนะนำมาใช้เป็นกรณีศึกษาต่อไป
0402219-201	การจัดการธุรกิจนำเข้าและส่งออก	✓		
0402303-201	นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา	✓		1. การพัฒนาแผนการสอนในภาคการศึกษาต่อไป ด้วยนักศึกษายังขาดการบูรณาการ ความรู้และการทำงานเป็นทีม ดังนั้น การปรับปรุงจึงต้องให้นักศึกษาได้ปฏิบัติงานจริงโดยการให้ลงพัฒนาและสร้างสินค้าใหม่ให้กับชุมชนหน่วยธุรกิจโดยจะเจาะไปยังธุรกิจ SME วิสาหกิจชุมชน เป็นพัฒนาจริง นำมาใช้จริง และให้ชุมชน มาเป็นส่วนร่วมมากขึ้น
0402304-202	ผลิตภัณฑ์และราคา	✓		
0402305-1 0402305-202 0402304-	นโยบายการจัดจำหน่าย	✓		1. กระบวนการด้านการตลาด Omni Channel และ ความสอดคล้องกับแผนการตลาดสมัยใหม่ 2. เสริมทักษะด้านการกำหนดนโยบาย การศึกษาดูงาน และระบบเทคโนโลยีการกระจายสินค้า

รหัส	ชื่อวิชา	ผลการประเมินโดยนักศึกษา		แผนการปรับปรุง
		มี	ไม่มี	
201				
0402306-202	การวางแผนการตลาด	✓		<ol style="list-style-type: none"> 1. แนวทางการปรับปรุงด้วยการสร้างสรรค์โจทย์การทำแผนการตลาดจากต่างประเทศ 2. มีการทบทวนองค์ความรู้จากรายวิชาหลักการตลาดซึ่งเป็นวิชาก่อน 3. มีการเสริมสร้างทักษะการประยุกต์ใช้ทฤษฎีเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ จากงานที่มอบหมายในแต่ละสัปดาห์มากขึ้น
0402102-1 0402102-201	พฤติกรรมผู้บริโภค	✓		<ol style="list-style-type: none"> 1. การปรับปรุงกรณีศึกษา เพิ่มเติมด้านพฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดดิจิทัล 2. การเสริมบทเรียนในด้านการวิเคราะห์และความเข้าใจผู้บริโภคจากงานที่มอบหมายจากพื้นฐานด้านการวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคเบื้องต้น
0402426-201	การเจรจาต่อรองทางการตลาดระหว่างประเทศ	✓		<ol style="list-style-type: none"> 1. การหาเทคนิคการสอนใหม่ ๆ และการยกตัวอย่างให้เป็นสถานการณ์จริงมากกว่าในตำรา เช่น การศึกษาดูงานต่างประเทศของอาจารย์เพื่อนำมายกตัวอย่าง หรือออกแบบกรณีศึกษาให้มีความทันสมัย การสอดแทรกกิจกรรมการเจรจาตลาดระหว่างประเทศโดยใช้ภาษาอังกฤษมากขึ้น
0402308-201	การวิจัยการตลาด	✓		<ol style="list-style-type: none"> 1. กระตุ้นให้นักศึกษาส่งงานให้ตรงตามเวลา เพื่อจะได้ตรวจงาน และแก้ไขข้อบกพร่องจากงานที่มอบหมายให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น 2. สร้างแรงจูงใจและตระหนักถึงการมีจิตอาสา ความสำคัญของการทำงานรายบุคคล และรายกลุ่ม ร่วมกันการวางแผนการทำงานให้เสร็จทันระยะเวลาที่กำหนด 3. กระตุ้นให้นักศึกษาคิดหัวข้อวิจัยที่เน้นให้หน่วยงานภายนอกมีส่วนร่วมกับงานวิจัยของนักศึกษา และนำไปใช้ประโยชน์กับองค์กรธุรกิจ
0402429-202	ปัญหาพิเศษ	✓		<ol style="list-style-type: none"> 1. ควรมีการปรับปรุงรูปแบบการสอนใหม่ๆ และให้มีการศึกษาจากสถานการณ์จริงมากกว่าในตำรา เช่น การศึกษาดูงานเกี่ยวกับด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของหน่วยงานในภาครัฐและเอกชนที่ประสบความสำเร็จ เพื่อ

รหัส	ชื่อวิชา	ผลการประเมินโดยนักศึกษา		แผนการปรับปรุง
		มี	ไม่มี	
				นำมาเป็นตัวอย่างในการเรียนการสอนในรายวิชา
0402447-1	ปัญหาพิเศษ	✓		1. ควรมีการหาเทคนิคการสอนใหม่ๆ และการยกตัวอย่างให้เป็นสถานการณ์จริงมากกว่าในตำรา เช่น การศึกษาดูงานต่างประเทศของอาจารย์เพื่อนำมายกตัวอย่าง หรือ ออกแบบกรณีศึกษาให้มีความทันสมัย การให้นักศึกษาลงพื้นที่ชุมชนใกล้เคียงเพื่อดำเนินการวิจัย
0403101-2	การบัญชีขั้นต้น	✓		
0403103-201	การเงินธุรกิจ	✓		
0405103-1 0405103-202	ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ	✓		
0499401	สหกิจศึกษา	✓		1. การปรับปรุงเน้นการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีกับสถานประกอบการคุณภาพ

ภาคการศึกษา 2/2561

รหัส	ชื่อวิชา	ผลการประเมินโดยนักศึกษา		แผนการปรับปรุง
		มี	ไม่มี	
0020001	การพัฒนาบุคลิกภาพ	✓		
0032002	ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน	✓		
0032004	สนทนาภาษาอังกฤษ	✓		
0032005	การเขียนภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน	✓		
0042001	วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อมกับชีวิต	✓		
0401102	กฎหมายธุรกิจ	✓		
0401203	การภาษีอากร	✓		
0401305	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารธุรกิจ	✓		
0401106	จริยธรรมทางธุรกิจ	✓		
0401207	ความรู้เบื้องต้นทาง	✓		1. ผู้สอนพยายามสอนให้นักศึกษาสนใจในเนื้อหา

รหัส	ชื่อวิชา	ผลการประเมิน โดยนักศึกษา		แผนการปรับปรุง
		มี	ไม่มี	
	ธุรกิจระหว่างประเทศ			ยกตัวอย่าง มีการทดสอบย่อยและพูดให้ช้าลง พร้อมกับการทวนซ้ำในเรื่องที่ยาก หรือข้อสงสัย จากนักศึกษา 2. อาจารย์ผู้สอนควรมีการนำเอาเทคนิคการเรียน การสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เช่นการนำ Mind Mapping จากการจัด การองค์ความรู้ (KM) นำมาใช้ตามความเหมาะสม เพื่อเป็นการสรุปย่อ แบบมีหลักการทำให้จำง่าย
0402203-1	การตลาดระหว่าง ประเทศ	✓		1. กระตุ้นให้นักศึกษามีความกล้าคิด แสดงความ คิดเห็นเพิ่มขึ้น โดยอาจารย์จะมีกิจกรรมในการ กระตุ้นให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็น เช่น คำ ชมเชย ไม่กล่าวว่าในกรณีที่นักศึกษาแสดงความ คิดเห็นผิดแต่จะยกตัวอย่าง หรือ ทฤษฎีที่ถูกต้อง เพื่อให้นักศึกษามองอีกมุมมอง 2. นักศึกษามีความกระตือรือร้นในการศึกษาแนว ทางการทำแผนการตลาดบูรณาการบริการ วิชาการ 3.หาเทคนิคการสอนใหม่ ๆ และการยกตัวอย่างให้ เป็นสถานการณ์จริงมากกว่าในตำรา 4. การหาแหล่งข้อมูลแนะนำให้นักศึกษาไปศึกษา เพิ่มเติม และ การเพิ่มเวลาสอนการเขียนแผนการ ตลาดโดยอธิบายแต่ละหัวข้อให้แต่ละกลุ่มเข้าใจ พร้อมทั้งกำหนดเวลาในการส่งให้อาจารย์ เสนอแนะก่อนส่งประกวดเพื่อแนะนำปรับปรุง รวมทั้ง ตรวจสอบว่านักศึกษามีความเข้าใจในการ ทำแผนการตลาด
0402114-201	การค้าและการลงทุน ระหว่างประเทศ	✓		1. มีการหาเทคนิคการสอนใหม่ ๆ และการ ยกตัวอย่างให้เป็นสถานการณ์จริงมากกว่าในตำรา เช่น เชิญวิทยากรที่มีความรู้ด้านการค้าและการ ลงทุนบรรยายให้ความรู้เชิงลึก หรือยกตัวอย่าง กรณีศึกษาให้มีความทันสมัยด้านการค้าและการ ลงทุน การสอดแทรกกิจกรรมโดยใช้ภาษาอังกฤษ มากขึ้น
0402215-1	ดิจิทัลและนวัตกรรม	✓		1. การลงมือปฏิบัติจริง จากการกำหนดให้

รหัส	ชื่อวิชา	ผลการประเมิน โดยนักศึกษา		แผนการปรับปรุง
		มี	ไม่มี	
	การตลาด			<p>นักศึกษาได้ร่วมกันรวบรวมข้อมูลในการหาชุมชนเพื่อใช้ในการจัดทำโครงการให้ความรู้ด้านการตลาดดิจิทัลกับชุมชน</p> <p>2. มีการบรรยาย อภิปราย การทำงานกลุ่ม การนำเสนอรายงาน การวิเคราะห์ กรณีศึกษา และมอบหมายให้ค้นคว้าหาข้อมูลที่เกี่ยวข้อง โดยนำมาสรุปและนำเสนอ</p>
0402215-202	ดิจิทัลและนวัตกรรมทางการตลาด	✓		<p>ผู้สอนได้ให้ความรู้ ความความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทของดิจิทัลไปประยุกต์ใช้กับการตลาดให้เกิดประโยชน์ต่อหน้าที่การงานและชีวิตประจำวัน และสามารถบูรณาการกับศาสตร์อื่นๆได้ อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ทั้งนี้ได้มีการพัฒนาให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้ ฝึกปฏิบัติให้เกิดทักษะในการวิเคราะห์ สร้างสรรค์งานดิจิทัลและนวัตกรรมทางการตลาดให้สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินธุรกิจและสภาพแวดล้อมการตลาดในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง</p>
0402217-201	การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ	✓		<p>1. มีกิจกรรมในรายวิชาให้นักศึกษาได้ประสานงานกับหน่วยงานภายนอกเพื่อให้ศึกษาขั้นตอนการบริการ ตามความรู้ที่ได้จากรายวิชา แล้วนำเสนอในรูปแบบคลิปวิดีโอ เพื่อประเมินทักษะด้านเทคโนโลยี</p> <p>2. ผู้สอนจะได้นำเทคนิคการให้บริการทางการตลาดที่หลากหลายมากยิ่งขึ้นมาปรับใช้กับผู้เรียน เพื่อให้สอดคล้องกับบริบททางการตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และการนำไปใช้ประโยชน์ในงานด้านธุรกิจบริการ</p>
0402225-1	การตลาดบริการ	✓		<p>1. ผู้สอนจะได้นำเทคนิคการให้บริการทางการตลาดที่หลากหลายมากยิ่งขึ้นมาปรับใช้กับผู้เรียน เพื่อให้สอดคล้องกับบริบททางการตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และการนำไปใช้ประโยชน์ในงานด้านธุรกิจบริการ</p> <p>2. เชิญวิทยากรหรือผู้มีประสบการณ์จากภายนอกมามีส่วนร่วมกับการเรียนการสอน ในเนื้อหาบาง</p>

รหัส	ชื่อวิชา	ผลการประเมิน โดยนักศึกษา		แผนการปรับปรุง
		มี	ไม่มี	
				หัวข้อ เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ 3. มอบหมายงานที่นักศึกษาสามารถนำผลงานไป ให้หน่วยงานภายนอกใช้ประโยชน์ได้จริง และเน้น ให้หน่วยงานภายนอกมีส่วนร่วมในกระบวนการ จากงานที่มอบหมาย เพื่อให้นักศึกษาตระหนักถึง คุณค่าของชิ้นงานก่อให้เกิดความภาคภูมิใจ
0402218-201	การจัดการตลาดข้าม วัฒนธรรม	✓		1. ควรมีวิธีการสอนใหม่ๆ และยกตัวอย่างจาก สถานการณ์จริงมากกว่าในตำรา เช่น การศึกษาดู งานจากในและต่างประเทศ ศึกษารูปแบบทาง วัฒนธรรมกับการทำตลาดของหน่วยงานทั้งภาครัฐ และเอกชนเพื่อนำมายกตัวอย่าง ศึกษากรณีศึกษา ต่างๆ ในด้านการทำตลาดให้เหมาะสมกับ สถานการณ์ในปัจจุบันและมีความทันสมัย
0402221-1	การตลาดเพื่อสังคม และสิ่งแวดล้อม	✓		มีการเสริมภาษาอังกฤษในการสอนเพื่อให้ นักศึกษาสามารถนำไปใช้ได้ในเวลาทำงาน
0402304-1	ผลิตภัณฑ์และราคา	✓		1. การพัฒนาแผนการสอนในภาคการศึกษาต่อไป ด้วยนักศึกษายังขาดการบูรณาการ ความรู้และ การทำงานเป็นทีม ดังนั้น การปรับปรุงจึงต้องให้ นักศึกษาได้ปฏิบัติงานจริงโดยการให้ลงพัฒนาและ สร้างสินค้าใหม่ให้กับชุมชน หน่วยธุรกิจโดยจะ เจาะไปยังธุรกิจ SME วิสาหกิจชุมชน เป็นพัฒนา จริง นำมาใช้จริง และให้ชุมชน มาเป็นส่วนร่วม มากขึ้น
0402304-201	นโยบายการจัด จำหน่าย	✓		1. การปรับปรุงกรณีศึกษาที่ทันสมัยและเน้นที่การ กำหนดนโยบายด้านการตลาดเชิงบูรณาการมาก ขึ้น 2. พัฒนาทักษะการทำงานเป็นทีมเพิ่มขึ้น
0402305-1	นโยบายการจัด จำหน่าย	✓		1. การปรับปรุงกรณีศึกษาที่ทันสมัยและเน้นที่การ กำหนดนโยบายด้านการตลาดเชิงบูรณาการมาก ขึ้น 2. พัฒนาทักษะการทำงานเป็นทีมเพิ่มขึ้น
0402305-202	นโยบายการจัด จำหน่าย	✓		1. การปรับปรุงกรณีศึกษาที่ทันสมัยและเน้นที่การ กำหนดนโยบายด้านการตลาดเชิงบูรณาการมาก ขึ้น

รหัส	ชื่อวิชา	ผลการประเมิน โดยนักศึกษา		แผนการปรับปรุง
		มี	ไม่มี	
				2. พัฒนาทักษะการทำงานเป็นทีมเพิ่มขึ้น
0402306-201	การจัดการการตลาด	✓		
0402306-202	การวางแผนการตลาด	✓		1. สร้างสรรค์โจทย์และแนวคิดเพื่อการระดมสมองเพื่อการสร้างสรรค์แผนการตลาดในยุคดิจิทัล 2. เน้นการมีส่วนร่วมและวิเคราะห์แผนการตลาดเพิ่มเติม
0402307-201	การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ	✓		1. มีการนำเอาเทคนิคการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ จากการจัดการองค์ความรู้ (KM) ของคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยนำมาใช้ตามความเหมาะสม 2. ควรนำเอาสื่อยุคดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ที่เหมาะสมกับบริบทของการสอน 3. ให้นักศึกษาเข้าร่วมการประกวดกับองค์การภายนอก และนำสิ่งที่กรรมการภายนอกวิจารณ์และแนะนำมาใช้เป็นกรณีศึกษาต่อไป 4. ปรับเนื้อหาในการสอนให้ทันสมัยตามกระแสการตลาดที่เปลี่ยนแปลงตามยุคดิจิทัล มีการวางแผนในการพานักศึกษาไปเยี่ยมชมสถานที่สถานีโทรทัศน์เพื่อให้นักศึกษาทราบถึงการทำงานของ การสื่อสารเชิงบูรณาการได้ดียิ่งขึ้น
0402322-202	การตลาดอาเซียน	✓		1.ทำโครงการให้นักศึกษาจัดกิจกรรมด้านตลาดระหว่างประเทศ เช่น งานธุรกิจไทยสู่อาเซียน 2.การส่งเสริมให้นักศึกษาเข้าร่วมฟังบรรยายหัวข้อด้านตลาดระหว่างประเทศ ของกรมส่งเสริมการส่งออก 3.การเชิญวิทยากรด้านตลาดต่างประเทศ บรรยายให้กับนักศึกษา
0402310-201	การตลาดสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	✓		1. ให้นักศึกษาออกไปหาธุรกิจจริงและนำสินค้าไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อหน้าที่การงานและชีวิตประจำวัน และสามารถบูรณาการกับศาสตร์อื่น ๆ ได้ อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ทั้งนี้ได้มีการพัฒนาให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้ ฝึกปฏิบัติให้เกิดทักษะในการวิเคราะห์ สร้างสรรค์งานด้านการตลาด ให้สอดคล้องกับ

รหัส	ชื่อวิชา	ผลการประเมิน โดยนักศึกษา		แผนการปรับปรุง
		มี	ไม่มี	
				รูปแบบการดำเนินธุรกิจและสภาพแวดล้อมการตลาดในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง 2. ให้นักศึกษาทำโครงการเกี่ยวกับให้ความรู้ด้านธุรกิจกับชุมชน เพื่อให้เข้าใจบทบาทและความสำคัญของการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับสถานการณ์ทางธุรกิจและสามารถบูรณาการความรู้ทางการตลาดสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมการไปใช้กับรายวิชาอื่นๆได้อย่างสอดคล้องและเหมาะสม
0402308-1	การวิจัยการตลาด	✓		1. ผู้สอนจะได้นำเทคนิคการทำวิจัยที่หลากหลายมากยิ่งขึ้นมาปรับใช้กับผู้เรียน เพื่อรองรับการวิจัยทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และสอดคล้องกับการนำไปใช้ประโยชน์ในงานด้านการตลาด 2. สอนทบทวนเนื้อหาเป็นระยะเพื่อให้นักศึกษามีความเข้าใจมากยิ่งขึ้น รวมทั้งสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ให้น่าสนใจ 3. กระตุ้นให้นักศึกษาวางแผนการทำงานที่ได้รับมอบหมาย สามารถส่งงานได้ตรงตามเวลา และงานเสร็จทันเวลาตามแผนการเรียนของรายวิชา
0402409-201	กลยุทธ์การตลาด	✓		1. การพัฒนาปรับปรุงเน้นให้นักศึกษาสามารถบูรณาการองค์ความรู้ในภาพรวมของศาสตร์ด้านการตลาด และเน้นให้นักศึกษาคิดวิเคราะห์ แก้ไขปัญหา และการสร้างแนวคิดใหม่ที่แตกต่าง โดยผ่านการทำงานมอบหมายงานแผนกลยุทธ์การตลาด มอบหมายให้ทำเป็นกลุ่มๆละ 5-6 คน และให้เลือกธุรกิจ SME มา 1 ธุรกิจ และโดยประสานกับธุรกิจนั้นจริง เน้นการทำแผนการตลาด โดยสร้างสถานการณ์ให้เจ้าธุรกิจจ้างนักศึกษามาทำแผนการตลาดจริงและให้เจ้าของธุรกิจมีส่วนร่วมในการประเมินผลงานของนักศึกษา

รหัส	ชื่อวิชา	ผลการประเมิน โดยนักศึกษา		แผนการปรับปรุง
		มี	ไม่มี	
0402413-201 0402413-202	การศึกษาความเป็นไปได้เพื่อโครงการ การตลาด	✓		<ol style="list-style-type: none"> 1. มอบหมายงานโดยเน้นให้นักศึกษามีประสบการณ์จากการเรียนรู้นอกห้องเรียน รู้จักการสังเกต วิเคราะห์ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ จนเกิดเป็นแนวคิดที่เป็นระบบ สามารถต่อยอดนำมาประยุกต์กับงานที่ได้รับมอบหมายจนสำเร็จได้ 2. นำกรณีศึกษามาให้นักศึกษาร่วมกันวิเคราะห์ในชั้นเรียน เพื่อกระตุ้นให้เกิดความกล้าที่จะแสดงความคิดเห็น โดยเน้นเหตุการณ์ที่สอดคล้องกับสภาพปัจจุบันในช่วงเวลาที่กำลังเรียนและให้นักศึกษาติดตามข้อมูลเพื่อเสริมสร้างนิสัยรักการอ่าน การเรียนรู้ตลอดเวลา 3. เชิญผู้มีประสบการณ์หรือวิทยากรจากภายนอกมีส่วนร่วมในการจัดการเรียนการสอน เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้
0402414-1	สัมมนาปัญหา การตลาด	✓		<ol style="list-style-type: none"> 1. หาเทคนิคการสอนใหม่ๆ และยกตัวอย่างให้เป็นสถานการณ์จริงมากกว่าในตำรา เช่น ให้นักศึกษามีการเข้าร่วมสัมมนาศึกษาดูงานโครงการหรือหน่วยงานต่างๆ และทำกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์เพื่อสังคม
0402412-201	สัมมนากลยุทธ์ การตลาดเชิงบูรณาการ	✓		<ol style="list-style-type: none"> 1. หาเทคนิคการสอนใหม่ๆ และการยกตัวอย่างสถานการณ์จริงมากกว่าในตำรา รวมทั้งให้มีการสัมมนาศึกษาดูงานจากหน่วยงานภายนอก เพื่อนำมาเป็นตัวอย่างบูรณาการ ให้ศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษาด้านการตลาดในปัจจุบันให้มีความทันสมัย
0402419-1	สัมมนาปัญหา การตลาดระหว่าง ประเทศ	✓		<ol style="list-style-type: none"> 1. หาเทคนิคการสอนใหม่ๆ และการยกตัวอย่างกรณีศึกษาจากสถานการณ์จริงในปัจจุบันมากกว่าในตำรา 2. มีการศึกษาดูงานจากหน่วยงานภายนอก ทั้งหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน เพื่อนำมาเป็นตัวอย่างในการประยุกต์ให้เข้ากับสถานการณ์ในปัจจุบัน 3. มีการศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษาต่างๆ ให้มีความทันสมัย

รหัส	ชื่อวิชา	ผลการประเมิน โดยนักศึกษา		แผนการปรับปรุง
		มี	ไม่มี	
0402418-201	การบริหารการตลาด ส่งออก	✓		1. อาจารย์ผู้สอนควรมีการนำเอาเทคนิคการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ จากการจัดการองค์ความรู้ (KM) ของคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยนำมาใช้ตามความเหมาะสม 2. ควรนำเอาสื่อยุคดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ที่เหมาะสมกับบริบทของงานด้านการตลาด
0402427-201	การตลาดชุมชน	✓		
0402428-202	การจัดการ อุตสาหกรรมไมซ์	✓		1. มีการหาเทคนิคการสอนใหม่ ๆ และการยกตัวอย่างให้เป็นสถานการณ์จริงมากกว่าในตำรา เช่น เจริญวิทยาการที่มีความรู้ด้านอุตสาหกรรมไมซ์ ให้ความรู้เชิงลึก หรือ การศึกษาดูงานด้านอุตสาหกรรมไมซ์
0402309-201	การบริหารตราสินค้า	✓		1. อาจารย์ผู้สอนควรมีการนำเอาเทคนิคการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เช่นการนำ Mind Mapping จากการจัดการองค์ความรู้ (KM) นำมาใช้ตามความเหมาะสม เพื่อเป็นการสรุปย่อแบบมีหลักการทำให้จำง่าย 2. การนำ E-learning ไปใช้ในการเรียนการสอน ลักษณะเพิ่มเติมจากวิธีการสอนในลักษณะอื่น ๆ 3. มอบหมายงานให้นักศึกษาทำงานกลุ่มและส่งแผนประกวดไปยังองค์กรต่างๆ
0403103	การเงินธุรกิจ	✓		
0404201	การจัดการโลจิสติกส์ และห่วงโซ่อุปทาน	✓		
0405103	ระบบสารสนเทศทาง ธุรกิจ	✓		
0402330-201	การเตรียมความพร้อม สำหรับการฝึกงาน	✓		1. เพิ่มเติมกิจกรรมทักษะการเรียนรู้อื่น ๆ ทั้งด้าน IQ และ EQ เพื่อพัฒนาความพร้อมไปทำงาน
0402432-201	การเตรียมความพร้อม สำหรับสหกิจศึกษา	✓		1. เพิ่มเติมกิจกรรมทักษะการเรียนรู้อื่น ๆ ทั้งด้าน IQ และ EQ เพื่อพัฒนาความพร้อมไปทำงาน

ผลการประเมินคุณภาพการสอนโดยภาพรวม

อาจารย์ผู้สอนมีการตระหนักถึงการประเมินการสอนของนักศึกษาเพื่อนำมาปรับปรุงการเรียนการสอนในภาคการศึกษาถัดไป

6. ประสิทธิภาพของกลยุทธ์การสอน

มาตรฐานผล การเรียนรู้	สรุปข้อคิดเห็นของผู้สอน และข้อมูล ป้อนกลับจากแหล่งต่าง ๆ	แนวทางแก้ไขปรับปรุง
คุณธรรม จริยธรรม	<ol style="list-style-type: none"> 1. ปลุกฝังการมีจิตสาธารณะ เสียสละ และช่วยเหลือผู้อื่น 2. นักศึกษาควรได้รับการปลุกฝังด้าน อารมณ์ผลงานของผู้อื่น ทั้งงานรายงาน วิชาการ ผลงานเชิงสร้างสรรค์ และ การ ตรงต่อเวลา ความซื่อสัตย์ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การให้คะแนนจิตใจในพฤติกรรมด้านคุณธรรม จริยธรรม และมีการเสริมแรงนักศึกษา 2. สอดแทรกในรายวิชา ในการสอนให้รู้การอ้างอิง และ การคัดลอกผลงานผู้อื่น 3. สอดแทรกแนวความคิดประพฤติปฏิบัติของคนใน สังคมโดยการยกตัวอย่างออกมาให้กับ นักศึกษาได้ รับรู้โดยสอดแทรกไปกับการเรียนการสอนในรายวิชา 4. ยกตัวอย่างผลกระทบที่ได้รับจากการขาดคุณธรรม จริยธรรมในวิชาชีพ 5. มอบหมายงานเพื่อสร้างการเรียนรู้จากสถานการณ์ จริง ความตระหนักด้านสังคม สิ่งแวดล้อม ชุมชน ผู้มี ส่วนได้ส่วนเสีย
ความรู้	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีการทดสอบความรู้เป็นระยะ และ เพิ่มการทดสอบแบบอื่น 2. นักศึกษาบางส่วนขาดความรู้และ ความเข้าใจในบางรายวิชาที่มีพื้นฐาน เกี่ยวข้องกับการคำนวณ 3. ส่งงานที่ยาก เพื่อเป็นการฝึกฝนให้ นักศึกษารู้จักวางแผนและรู้จักแก้ไข สถานการณ์และมีให้สามารถทำงาน ภายใต้อาภาระที่กดดันได้ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. จัดให้มีข้อกำหนดในการวัดความรู้ที่หลากหลายทุก รายวิชา วางแผนกลยุทธ์การสอน ใช้เทคนิคการสอน และมีการเสริมแรงให้กับผู้เรียนรายบุคคล 2. มอบหมายให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัด อาจารย์ ผู้สอนเฉลยและอธิบายในชั้นเรียน เพื่อเพิ่มความ เข้าใจ และมีการทบทวนเนื้อหาเป็นระยะ 3. มีการปรับปรุงเนื้อหา การจัดการเรียนการสอนให้มีความทันสมัย พร้อมเรียบเรียงเป็นหนังสือเพื่อใช้ ประกอบการเรียน 4. อภิปรายและการเรียนรู้แบบร่วมมือ ศึกษากรณี ตัวอย่าง การศึกษาโดยใช้ปัญหา เป็นฐานการ วิเคราะห์กรณีศึกษา การค้นคว้าบทความข้อมูล เกี่ยวข้องโดยนำมาสรุปและนำเสนอ และฝึก ปฏิบัติการทำโครงการ โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ 5. ปรับปรุงให้ข้อมูล เนื้อหา รายละเอียดในการสอน ให้เป็นปัจจุบันทันต่อสถานการณ์ สภาพแวดล้อมที่ เปลี่ยนไป และต้องพยายามให้นักศึกษาคิดและ สร้างสรรค์สิ่งใหม่ และต้องนำสื่อดิจิทัล เทคโนโลยี ใหม่ๆ มาใช้ในการสอน

มาตรฐานผล การเรียนรู้	สรุปข้อคิดเห็นของผู้สอน และข้อมูล ป้อนกลับจากแหล่งต่าง ๆ	แนวทางแก้ไขปรับปรุง
		6. ใช้กรณีศึกษาให้นักศึกษาแก้ไขปัญหารวมถึงให้นักศึกษาหาประสบการณ์จากการส่งผลงานออกแข่งขันภายนอกมหาวิทยาลัย
ทักษะทาง ปัญญา	<ol style="list-style-type: none"> เนื้อหาในบางเรื่องผู้เรียนไม่มีพื้นฐานความรู้มาก่อน ถ้าไม่ใส่ใจหรือเข้าใจเรียนอย่างต่อเนื่องจะทำให้ผู้เรียนไม่สามารถเชื่อมโยงเนื้อหาความรู้ได้อย่างเข้าใจ นักศึกษาบางคนไม่สามารถรวบรวมตีความ และเรียบเรียงความคิดได้อย่างเป็นระบบ เพื่อนำไปสู่การแก้ไขปัญหาย่างสร้างสรรค์ 	<ol style="list-style-type: none"> ผู้สอนจะได้กระตุ้นให้ผู้เรียนแต่ละกลุ่มทำไปพร้อมๆ กัน และมีการทบทวนเนื้อหาเพื่อสร้างความเชื่อมโยง มีการปรับปรุงเนื้อหาให้ทันต่อสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงทันเหตุการณ์และปรับให้ตรงกับความต้องการของตลาด และเน้นให้นักศึกษาคิดและวิเคราะห์ นำเสนอมากขึ้น อภิปรายและการเรียนรู้แบบร่วมมือ ศึกษากรณีตัวอย่าง การศึกษาโดยใช้ปัญหา เป็นฐาน การวิเคราะห์กรณีศึกษา การค้นคว้าบทความข้อมูลเกี่ยวข้องโดยนำมาสรุปและนำเสนอ และฝึกปฏิบัติการทำโครงการ โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ
ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ	<ol style="list-style-type: none"> ให้นักศึกษาวางแผนและปฏิบัติจริงทำงานกลุ่ม ให้นักศึกษารับผิดชอบในการทำงานรายบุคคลและรายกลุ่ม มีการยอมรับความคิดเห็นของคนอื่น 	<ol style="list-style-type: none"> การเข้าร่วมโครงการประกวดขององค์การภายนอกผ่านการมอบหมายงานของอาจารย์ผู้สอน และนำสิ่งทีกรรมการภายนอกพิจารณาและแนะนำมาใช้เป็นกรณีศึกษาต่อไป กระตุ้นให้นักศึกษาวางแผนการทำงานที่ได้รับมอบหมาย สามารถส่งงานได้ตรงตามเวลา และงานเสร็จทันเวลาตามแผนการเรียนของรายวิชา กระตุ้นให้นักศึกษามีความกล้าคิด แสดงความคิดเห็นเพิ่มขึ้น โดยอาจารย์จะมีกิจกรรมในการกระตุ้นให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็น ในกรณีที่นักศึกษาแสดงความคิดเห็นผิด จะยกตัวอย่างหรือทฤษฎีที่ถูกต้องเพื่อให้นักศึกษามองอีกมุมมอง
ทักษะการ วิเคราะห์เชิง ตัวเลข การ สื่อสารและการ ใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ	<ol style="list-style-type: none"> การนำเสนองานหน้าชั้นเรียนมากขึ้น อาจารย์ผู้สอนควรมีการนำเอาเทคนิคการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญจากการจัดการองค์ความรู้ (KM) ของคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยนำมาใช้ตามความเหมาะสม นำเอาสื่อยุคดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ให้ 	<ol style="list-style-type: none"> การบรรยายร่วมกับการสื่อสาร สองทาง การศึกษาจากกรณีตัวอย่าง และแบบศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง การเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง และผลิตผลงานอย่างเป็นรูปธรรม แนะนำวิธีการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ และสรุปประเด็นปัญหาได้ มอบหมายงานให้ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง จากเว็บไซต์สื่อการสอน E – Learning มีการหาเทคนิคการสอนใหม่ ๆ และการ

มาตรฐานผล การเรียนรู้	สรุปข้อคิดเห็นของผู้สอน และข้อมูล ป้อนกลับจากแหล่งต่าง ๆ	แนวทางแก้ไขปรับปรุง
	เกิดประโยชน์ที่เหมาะสมกับบริบทของ การสอน	ยกตัวอย่างให้เป็นสถานการณ์จริงมากกว่าในตำรา เช่น เชิญวิทยากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ หรือ การศึกษาดูงาน ที่เชื่อมโยงกับรายวิชานั้นๆ 4. การสอดแทรกกิจกรรมโดยใช้ภาษาอังกฤษมากขึ้น

7. การปฐมนิเทศอาจารย์ใหม่

การปฐมนิเทศเพื่อชี้แจงหลักสูตร มี ไม่มี

จำนวนอาจารย์ใหม่ จำนวนอาจารย์ที่เข้าร่วมปฐมนิเทศ

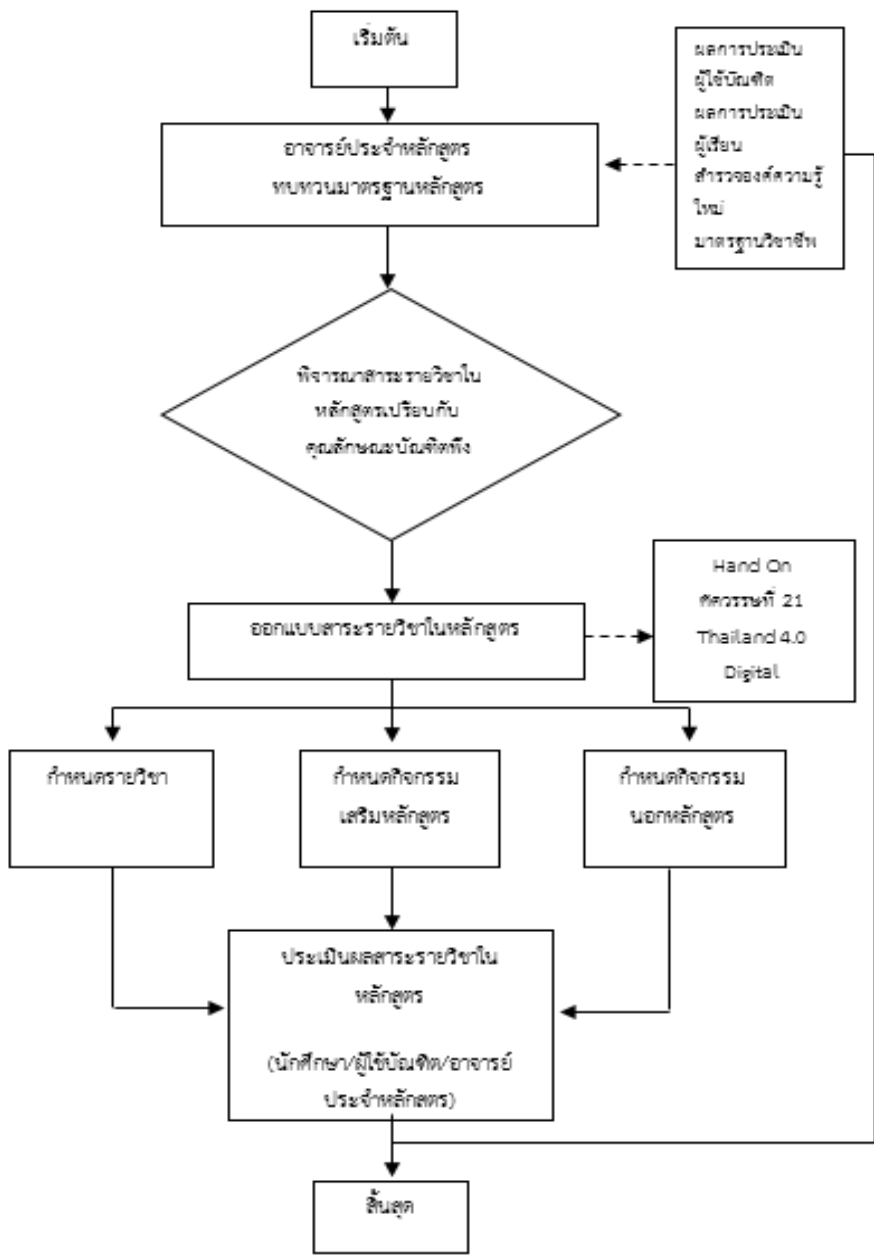
หมายเหตุ

8. กิจกรรมการพัฒนาวิชาชีพของอาจารย์และบุคลากรสายสนับสนุน

กิจกรรมที่จัดหรือเข้าร่วม	จำนวนที่เข้าร่วม		สรุปข้อคิดเห็น และประโยชน์ที่ผู้เข้าร่วม กิจกรรมได้รับ
	อาจารย์	บุคลากรสาย สนับสนุน	
โครงการพัฒนาบุคลากร สาขาวิชาการตลาด	9		หมายเหตุ ทางสาขาวิชาจะจัดโครงการในเดือน กรกฎาคม พ.ศ 2561 ในการพัฒนาบุคลากร สาขาวิชาการตลาด โดยมีวัตถุประสงค์ในการ พัฒนาในด้านองค์ความรู้ตลาดดิจิทัล

9. รายงานผลการดำเนินงาน คุณภาพหลักสูตรการเรียนการสอนและการประเมินผล

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน
สาระของรายวิชา ในหลักสูตร (ตัวบ่งชี้ 5.1)	<p>1. หลักคิดในการออกแบบหลักสูตร ข้อมูลที่ใช้ในการพัฒนาหรือปรับปรุงหลักสูตรและ วัตถุประสงค์ของหลักสูตร</p> <p>หลักคิดในการออกแบบหลักสูตร ข้อมูลที่ใช้ในการพัฒนาหรือปรับปรุงหลักสูตรและ วัตถุประสงค์ของหลักสูตรสำหรับหลักสูตรปรับปรุง 2558 ปัจจุบันการดำเนินธุรกิจ ประสบการณ์แข่งขันที่รุนแรง จากระบบฐานเศรษฐกิจดิจิทัล ดังนั้นการดำเนินธุรกิจต้อง แสวงหาวิธีการหรือกลยุทธ์ใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้แก่องค์กร หรือเพื่อความอยู่รอด ขององค์กรทางการตลาด เป็นส่วนสำคัญในการวางแผนกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อสามารถทำให้ กระบวนการทางธุรกิจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้หลักสูตรยังให้ความสำคัญกับ แนวคิดปรัชญา ซึ่งจะทำให้นักศึกษามีความคิด และวิเคราะห์ได้อย่างมีระบบ มีความสามารถ ทางวิชาการ มีความรับผิดชอบต่อสังคม คุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพทาง การตลาด</p> <p>สาขาวิชาการตลาดมีบุคลากรที่มีความรู้และประสบการณ์ด้านวิชาชีพการตลาด พร้อมที่ผลิตบัณฑิตให้มีศักยภาพสอดคล้องกับภารกิจของคณะ และทางมหาวิทยาลัย โดย การผลิตให้มีความรู้ทางด้านวิชาการและวิชาชีพด้านการตลาดให้ทันต่อสถานการณ์ที่ เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติมีความรู้ในหลักวิชาการ ตลาดและมีความคิดสร้างสรรค์ รวมทั้งปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรม และจรรยาบรรณในการ ประกอบวิชาชีพและความรับผิดชอบต่อสังคม หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชา การตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558 มีการปรับปรุงหลักสูตร ตามรอบของการปรับปรุง และรองรับการพัฒนาหลักสูตร การจัดการเรียนการสอนสู่ประชาคมอาเซียน ตอบสนองต่อ</p>

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน
	<p>ความต้องการของตลาดแรงงาน จากอุตสาหกรรมการค้าระหว่างประเทศและอุตสาหกรรม การค้าปลีกสมัยใหม่ อีกทั้งแนวทางการพัฒนาบัณฑิต ให้มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ เพื่อการ แข่งขันได้ของแรงงานของไทย ต่อภาวการณ์แข่งขันระดับนานาชาติ หลักสูตรจึงถือเป็นหัวใจ สำคัญอย่างยิ่ง</p> <p>ทั้งนี้หากสาขาวิชาการตลาดมีการเตรียมความพร้อมที่ดีก็จะช่วยให้การทำ หลักสูตรตอบโจทย์ ทั้งนี้ได้มีการประเมินและเตรียมความพร้อมในรอบการปรับปรุงหลักสูตร พ.ศ. 2563 ให้เป็นไปตามเป้าประสงค์ทางการศึกษา ตามความต้องการตลาดแรงงานตาม คุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ของสาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยี สารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก</p>  <pre> graph TD Start[เริ่มต้น] --> Review[อาจารย์ประจำหลักสูตร ทบทวนมาตรฐานหลักสูตร] Review --> Eval[ผลการประเมิน ผู้ใช้บัณฑิต ผลการประเมิน ผู้เรียน สำรององค์ความรู้ ใหม่ มาตรฐานวิชาชีพ] Review --> Decision{พิจารณาสาระ รายวิชาใน หลักสูตรเปรียบกับ คุณลักษณะบัณฑิตที่พึง} Decision --> Design[ออกแบบสาระรายวิชาในหลักสูตร] Design -.-> HandOn[Hand On ศตวรรษที่ 21 Thailand 4.0 Digital] Design --> Sub1[กำหนดรายวิชา] Design --> Sub2[กำหนดกิจกรรม เสริมหลักสูตร] Design --> Sub3[กำหนดกิจกรรม นอกหลักสูตร] Sub1 --> EvalCurriculum[ประเมินผลสาระรายวิชาใน หลักสูตร (นักศึกษา/ผู้ใช้บัณฑิต/อาจารย์ ประจำหลักสูตร)] Sub2 --> EvalCurriculum Sub3 --> EvalCurriculum EvalCurriculum --> End[สิ้นสุด] </br></pre>

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน
	<p>โดยคณะกรรมการบริหารหลักสูตรมีการประชุมร่วมกันออกแบบหลักสูตร</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การออกแบบเนื้อหาของรายวิชาในหลักสูตร โดยให้อาจารย์ผู้สอนในแต่ละรายวิชา มีการเชิญผู้ทรงคุณวุฒิให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบเนื้อหาของรายวิชา โดยพิจารณาจากวัตถุประสงค์และปรัชญาของหลักสูตร 2. ดำเนินการออกแบบเนื้อหาของรายวิชาและลำดับการจัดรายวิชา ให้เป็นไปตาม วัตถุประสงค์ของหลักสูตร 3. ปีการศึกษา 2561 มีการดำเนินการตามระบบและกลไกของหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558 ซึ่งเป็นไปตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ <p>วัตถุประสงค์ของหลักสูตร</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณทางวิชาชีพการตลาด พัฒนานิสัยการ ประพฤติอย่างมีคุณธรรมจริยธรรม ความสามารถในการจัดการปัญหาทางคุณธรรมจริยธรรม ที่ซับซ้อนเชิงวิชาการหรือวิชาชีพการตลาด มีภาวะผู้นำในการส่งเสริมการประพฤติตามหลัก คุณธรรมจริยธรรมทั่วไปในที่ทำงานและชุมชน 2. มีความรู้ความเข้าใจ แนวคิด หลักการ ทฤษฎีทางการตลาดอย่างถ่องแท้ และ นำมาประยุกต์ไปปฏิบัติในการวิชาชีพการตลาดได้อย่างลึกซึ้ง 3. สามารถใช้ความรู้ทางทฤษฎีและปฏิบัติในการบริหารจัดการภายใต้บริบทใหม่ ๆ คิติวิเคราะห์ คิติวิพากษ์ สังเคราะห์ และสร้างสรรค์ สามารถคิดเชิงบูรณาการแบบรวบยอด เพื่อแก้ปัญหาได้ 4. มีทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ สามารถรับมือปัญหา ระหว่างบุคคลได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีทักษะการทำงานเป็นทีม แสดงถึงภาวะผู้นำในการ ทำงาน มีความรับผิดชอบในการดำเนินงาน สามารถร่วมมือกับผู้อื่นในการจัดข้อโต้แย้งและ ปัญหาต่าง ๆ 5. มีทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ มี ความรู้ทางด้านคณิตศาสตร์และสถิติ สามารถนำมาพัฒนาแก้ไขปัญหาดังต่าง ๆ ความสามารถ ในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข ความสามารถในการสื่อสาร ความสามารถใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ <p>การทบทวนกระบวนการ</p> <p>สาขาวิชาการตลาดได้จัดให้มีการประชุมทบทวนแนวปฏิบัติ การวิเคราะห์ความเสี่ยง เมื่อเสร็จกระบวนการ สาขาวิชาการตลาดเสนอให้มีการประชุมทบทวนถึงกระบวนการ ดำเนินงาน ขั้นตอนในการจัดทำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด หลักสูตร ปรับปรุง 2558 โดยได้วิพากษ์ถึงขั้นตอนและกระบวนการ เพื่อนำมาปฏิบัติในปีการศึกษา 2561 ในกระบวนการปรับปรุงหลักสูตรรอบ พ.ศ. 2563</p> <p>พบว่า</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. มีการใช้ระยะเวลาในการดำเนินการที่ยาวนาน 2. มีผู้มีส่วนร่วมที่เกี่ยวข้องจำนวนมาก 3. มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมในหลักสูตร ดังนั้นจึงต้องมีกระบวนการในการวางแผนการปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลาโดยมีการทบทวนจาก มคอ 7 ในแต่ละปี โดยควรสรุปผลและรวบรวมไว้ อาจารย์ เพื่อนำมากำหนดนโยบายที่มาจากความร่วมมือ

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน									
<p>โดยพิจารณาถึงบริบทรอบด้าน และการจัดทำแผนและดำเนินการปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด รอบการปรับปรุง 2563 ต่อไป</p> <p>ทั้งนี้ ในปีการศึกษา 2561 จากผลประเมินความพึงพอใจต่อหลักสูตรของนักศึกษาทุกชั้นปีของหลักสูตร</p>	ความพึงพอใจต่อหลักสูตร วัตถุประสงค์ โครงสร้าง เนื้อหา		ชั้นปีที่ 1		ชั้นปีที่ 2		ชั้นปีที่ 3		ชั้นปีที่ 4	
		x	S.D	x	S.D	x	S.D	x	S.D	
	1.การจัดการศึกษาสอดคล้องกับปรัชญาและวัตถุประสงค์ของหลักสูตร	4.57	0.50	4.44	0.65	4.41	0.49	4.59	0.64	
	2.มีการจัดแผนการศึกษาตลอดหลักสูตรชัดเจนเนื้อหาของหลักสูตรสอดคล้องกับวัตถุประสงค์	4.47	0.51	4.56	0.54	4.39	0.49	4.61	0.64	
	3.มีปฏิทินการศึกษาแต่ละภาคการศึกษาอย่างชัดเจน	4.53	0.57	4.17	0.72	4.27	0.59	4.56	0.75	
	4.วิชาเรียนมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษา	4.57	0.50	4.48	0.50	4.54	0.50	4.78	0.50	
	5.เนื้อหาของหลักสูตรนำไปใช้ในการประกอบอาชีพได้นำไปใช้ประโยชน์ต่อสังคมได้	4.53	0.51	4.60	0.49	4.57	0.52	4.81	0.41	
<p>พบว่าความพึงพอใจต่อหลักสูตร หัวข้อวัตถุประสงค์ โครงสร้าง เนื้อหา ความพึงพอใจของ ชั้นปีที่ 1 รายข้อวิชาเรียนมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษา และ เนื้อหาของหลักสูตรนำไปใช้ในการประกอบอาชีพได้นำไปใช้ประโยชน์ต่อสังคมได้ มีความพึงพอใจมากกว่ารายข้ออื่น ชั้นปีที่ 2 รายข้อมีเนื้อหาของหลักสูตรนำไปใช้ในการประกอบอาชีพได้นำไปใช้ประโยชน์ต่อสังคมได้ มีความพึงพอใจมากกว่ารายข้ออื่น ชั้นปีที่ 3 และชั้นปีที่ 4 รายข้อเนื้อหาของหลักสูตรนำไปใช้ในการประกอบอาชีพได้นำไปใช้ประโยชน์ต่อสังคมได้มีความพึงพอใจมากกว่ารายข้ออื่น เนื่องจากหลักสูตรจะมีการสอดแทรกกิจกรรมที่ทำให้นักศึกษาปฏิบัติงานจริงมากขึ้นเพื่อการทำงานในอนาคตทั้งสหกิจศึกษาของชั้นปีที่ 3 และการทำงานหลังจบการศึกษาของชั้นปีที่ 4</p>										
<p>ในส่วนรายด้านปฏิทินการศึกษาแต่ละภาคการศึกษารายข้อชัดเจน มีระดับน้อยกว่ารายด้านอื่นเนื่องจากในปีการศึกษา 2560 มหาวิทยาลัยมีปรับปฏิทินการศึกษาเปิดเรียนภาคเรียนที่ 1 เดือนมิถุนายน จากเดิม เดือนสิงหาคมตามอาเซียน ทำให้การจัดสอบและการเรียนการสอนมีการปรับเปลี่ยนและส่งผลกระทบต่อผลกระทบบการสอบทุกชั้นปี จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อผลประเมินความพึงพอใจของนักศึกษชั้นปีหลักสูตรของรายข้อรายด้านปฏิทินการศึกษาแต่ละภาคการศึกษารายข้อชัดเจน ซึ่งหลักสูตรมีแนวทางในการเสนอที่ประชุมระดับคณะ เพื่อเสนอปรับปรุงในระดับมหาวิทยาลัยต่อไป ในปีการศึกษา 2562</p>										
<p>2. การปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัยตามความก้าวหน้าในศาสตร์สาขาวิชานั้นๆ สาขาวิชาการตลาดได้ดำเนินการใช้หลักสูตรปรับปรุงปี 2558 มาเป็นระยะเวลา 4</p>										

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน
	<p>ปี และจะครบรอบในการปรับปรุงอีกครั้งในปี 2563 คณะกรรมการบริหารหลักสูตรมีแนวคิดในการปรับหลักสูตรใหม่ให้เป็นไปตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา โดยมีการศึกษาค้นคว้าลักษณะของหลักสูตรที่สอดคล้องกับสาขาวิชา เพื่อวิเคราะห์และสังเคราะห์ลักษณะของการกำหนดหลักสูตรรายวิชาที่มีความทันสมัย หลักสูตรสมรรถนะ การรวมกลุ่มเป็นประชาคมอาเซียน การเคลื่อนย้ายสาขาวิชาตามอาเซียนและแนวทางของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปีมาเป็นข้อมูลในการปรับปรุงและการออกแบบหลักสูตรให้ทันสมัย</p> <p>การปรับปรุงหลักสูตรใหม่ครั้งนี้มีการประเมินผลกระบวนการเพิ่มเติมจากการปรับปรุงหลักสูตรเดิมโดยการนำผลการสัมภาษณ์สถานประกอบการจากการนิเทศนักศึกษา สหกิจศึกษา และศิษย์เก่า มาวิเคราะห์ความต้องการบัณฑิตสาขาการตลาดเพิ่มเติมจากปีก่อน เพื่อให้ตรงกับความต้องการและทันสมัยต่อสถานประกอบการ ซึ่งมีสถานประกอบการจำนวนมากที่นักศึกษาไปสหกิจและฝึกงานจากผลการรวบรวมข้อมูลมีประเด็นเพิ่มเติม นอกเหนือจากผลสำรวจความต้องการของสถานประกอบการที่ตอบในเชิงเอกสารปรับปรุงกระบวนการโดยเพิ่มการเก็บข้อมูลการพัฒนาหลักสูตรใหม่ เพิ่มการสัมภาษณ์ข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึก สัมภาษณ์ศิษย์เก่า (เอกสารแนวคำถามสัมภาษณ์ เทปบันทึก บอกรายงานจริงที่สัมภาษณ์) สามารถได้นำข้อมูลไปปรับปรุงหลักสูตรเช่นมีรายวิชา การจัดการอุตสาหกรรมไม่ซ์ เพื่อให้บัณฑิตมีความเชี่ยวชาญในการจัดประชุม ซึ่งเป็นศาสตร์ที่มีความทันสมัย</p> <p>ในปีการศึกษา 2561 อาจารย์ประจำหลักสูตรประชุมทบทวนผลการดำเนินงานในปี 2561 ด้านปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัยตามความก้าวหน้าในศาสตร์สาขาวิชาการตลาด การเปลี่ยนแปลงสังคมเข้าสู่ยุคดิจิทัล และอัตลักษณ์มหาวิทยาลัยบัณฑิตนักปฏิบัติต้องมีการปรับวิธีการสอน สื่อสารการสอน และการประเมินผล โดยหลักสูตรได้ดำเนินการดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ประชุมผู้สอนในแต่ละรายวิชาเพื่อสอบถามความคิดเห็นด้านเนื้อหา รวมถึงพิจารณาจาก มคอ. 5 ของรายวิชาที่เปิดสอน 2. นำข้อมูลรายงานผลการดำเนินงานตามแบบเสนอแนวทางการปรับปรุง/พัฒนาตามข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา ผลการประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน ประจำปีการศึกษา 2561 3. สอบถามความคิดเห็นของนักศึกษาด้านเนื้อหาของหลักสูตรโดยพิจารณาจากผลการประเมินการสอนผ่านระบบแล้วนำมารายงานใน มคอ. 5 4. รวบรวมผลการดำเนินงานจากการใช้หลักสูตรมาครบ 4 ปี เพื่อสรุปผลข้อดี และข้อจำกัดเพื่อนำมาปรับปรุงหลักสูตร โดยสรุปผลจาก มคอ. 7 ทั้ง 4 ปี <p>ผลการดำเนินงาน</p> <p>มีการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการทั้งหมดจากผลการประเมิน เข้าสู่ที่ประชุมกรรมการบริหารหลักสูตร เพื่อทบทวนและปรับรายวิชาที่เปิดสอน ในแผนการเรียนเสนอแนะเพื่อให้มีความสอดคล้องและทันสมัย โดยเฉพาะในกลุ่มวิชาเลือก ดังผลการเปลี่ยนแปลงแผนการเรียนเสนอแนะที่สอดคล้องเหมาะสมตามที่ได้ปรากฏในรายวิชาที่เปิดสอน และมีการทบทวนกระบวนการอย่างต่อเนื่องเพื่อให้มีความสอดคล้องเหมาะสมต่อการจัดการเรียนการสอนผ่านแผนการเรียนเสนอแนะอย่างมีประสิทธิภาพในทุกภาคการศึกษา</p> <p>จากการประชุมอาจารย์ผู้สอนในแต่ละรายวิชาโดยนำผลจาก มคอ. 5 มาพิจารณาพบว่า ควรปรับกิจกรรมการเรียนการสอนให้สามารถส่งเสริมศักยภาพนักศึกษา ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. รายวิชาการตลาดชุมชน มีการเพิ่มกิจกรรมฝึกปฏิบัติแผนการตลาดชุมชนพร้อมนำเสนอซึ่งสอดคล้องกับอัตลักษณ์มหาวิทยาลัย

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน
	<p>2. รายวิชาดิจิทัลและนวัตกรรมทางการตลาด มีการปรับวิธีการนำเสนอผลงานของผ่านสื่อสังคมออนไลน์ สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมเข้าสู่ยุคดิจิทัล</p> <p>3. รายวิชาการตลาดสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีการลงชุมชนบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการเพื่อสำรวจและให้ความรู้กับผู้ประกอบการขนาดย่อมในชุมชน</p> <p>4. รายวิชาการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ มีการจัดกิจกรรมทางการตลาดในโครงการ Marketing Day ในการฝึกปฏิบัติออกบูท จัดแสดงสินค้า และนำเสนอสินค้า</p> <p>5. รายวิชานโยบายการจัดจำหน่าย ได้มีการปรับการบูรณาการรายวิชาสู่การบริการวิชาการ และการวิจัยกับชุมชนบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ</p> <p>และจากการพิจารณารายงานผลการดำเนินงานตามแบบเสนอแนวทางการปรับปรุง/พัฒนาตามข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา ผลการประเมินคุณภาพการศึกษาภายในประจำปีการศึกษา 2560 มี 3 ประเด็น ที่เกี่ยวข้องกับการปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัยตามความก้าวหน้าในศาสตร์สาขานั้น</p> <p><u>ประเด็นที่ 1</u> การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพนักศึกษา มอบหมายให้ทุกรายวิชาทำการกำหนดกิจกรรมเสริมหลักสูตรตามทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21</p> <p><u>ประเด็นที่ 2</u> สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ ครูภัณฑ์คอมพิวเตอร์ ไม่เพียงพอ หลักสูตรควรมีการจัดทำข้อเสนอของงบประมาณเกี่ยวกับห้องปฏิบัติการ แก้ไขปัญหาด้วยการจัดตารางเพื่อขอใช้ห้อง self สำหรับนักศึกษาศึกษาค้นคว้าและฝึกปฏิบัติด้าน การตลาดดิจิทัลด้วยตนเอง</p> <p><u>ประเด็นที่ 3</u> มีการสอดแทรกเนื้อหาด้านเศรษฐกิจและสังคมในยุคดิจิทัล และประเทศไทย 4.0 เพื่อให้เนื้อหาการเรียนการสอนมีความทันสมัย</p> <p>จากปีการศึกษา 2560 หลักสูตรมีการปรับปรุงรายวิชา การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการเสนอใน มคอ. 5 เนื่องจากเป็นรายวิชาที่นักศึกษาสามารถนำไปใช้ในการงานทำงานสายงานตลาด จึงมีการสอดแทรกกิจกรรมและเนื้อหา Digital Marketing ให้ทันสมัยจากคำอธิบายรายวิชา ซึ่งในปีการศึกษา 2561 ผู้สอนได้สอดแทรกเนื้อหาด้าน Digital marketing ที่ผู้สอนได้อบรมจากภายนอกของกระทรวงพาณิชย์เพิ่มและส่งเสริมให้นักศึกษาเข้าประกวดการทำสื่อและแผนการตลาด ตลอดจนทำผลงานที่เป็น Content marketing ในโครงการ 9 มทร.ที่จัดขึ้นวิทยาเขตจักรพงษ์ภูวนารถ ให้เกิดการ Viral ในสื่อสังคมออนไลน์</p> <p>จากการสอบถามความคิดเห็นของนักศึกษาด้านเนื้อหาของหลักสูตร พบว่าต้องการให้หลักสูตรจัดกิจกรรมนอกหลักสูตรการศึกษาดูงานทางการตลาด ทั้งในประเทศและต่างประเทศ อย่างน้อยปีละ 1 ประเด็นนี้หลักสูตรมีการจัดทำข้อเสนอของงบประมาณกิจกรรมส่งเสริมประสบการณ์ และจัดกิจกรรมส่งเสริมทักษะวิชาชีพทางการตลาดอย่างน้อยปีละ 1 กิจกรรม</p>

ผลการประเมินตนเอง : 4 คะแนน

เหตุผล : มีการปรับปรุงสาระรายวิชาเอกบังคับและเอกเลือกของหลักสูตรมีการปรับกิจกรรมให้ทันสมัย สอดคล้องกับสถานการณ์ มีการประเมินผลชัดเจนแสดงถึงการปรับปรุงชัดเจน

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน
<p>การวางระบบผู้สอนและกระบวนการจัดการเรียนการสอน (ตัวบ่งชี้ 5.2)</p>	<p>- การกำหนดผู้สอน</p> <p>วิชาการตลาดชุมชน มีการวางระบบผู้สอนโดยในปีการศึกษา 2560 มีดร.ภาวิณี ทองแย้มรับผิดชอบการสอน ในปีการศึกษา 2561 ตั้งเป้าหมายเน้นการบริการวิชาการและการ Pitchig แผนการตลาด ดังนั้นหลักสูตรพิจารณาเชิญอาจารย์พิเศษ ดร. ฆณาการ รับผิดชอบสอนในรายวิชาร่วมกันกัน โดย ดร.ภาวิณี เน้นการสอนให้นักศึกษามุ่งเน้นการบริการวิชาการให้ทำบรรจุภัณฑ์ให้ชุมชนบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ ที่นำไปใช้จริงในชุมชน ดร.ฆณาการ เน้นการสอนให้นักศึกษานำเสนอแผนการตลาดกับผู้ประกอบการภายนอกเอกชน เพื่อให้ได้รับพิจารณาเงินทุนไปใช้ในการต่อยอดธุรกิจ</p> <p>สาขาวิชาการตลาดได้นำระบบ กลไก ในการพิจารณากำหนดผู้สอนของมหาวิทยาลัยมาใช้ในการบริหารหลักสูตรสาขาวิชาการตลาด</p> <p>(1) มีระบบ มีกลไก</p> <pre> graph TD A[เริ่มต้น] --> B[อาจารย์ประจำหลักสูตรประชุมวางแผนการจัดการเรียนการสอนและกำหนดผู้รับผิดชอบ] B --> C[ผู้รับผิดชอบรายวิชาจัดทำรายละเอียด มคอ. 3 และ มคอ. 4] C --> D[ผู้สอนดำเนินการจัดการเรียนการสอน] D --> E[ประเมินผลการเรียนรู้] D --> F[ประเมินผลการเรียนรู้ตาม TQF] D --> G[ประเมินประสิทธิภาพ] E --> H[อาจารย์ประจำหลักสูตรประชุมสรุปการประเมินผลการจัดการเรียนการสอน] F --> H G --> H H --> I[สิ้นสุด] I --> B </pre>

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน
	<p>ขั้นตอนที่ 1 หลักสูตรมีการประชุมอาจารย์ประจำหลักสูตรเพื่อกำหนดรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละภาคการศึกษา และนำข้อมูล มคอ 5 ในแต่ละรายวิชามาพิจารณาประกอบ</p> <p>ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดผู้สอนให้เป็นผู้มีความรู้ ความสามารถ เชี่ยวชาญในวิชาที่สอน มีความรู้ทันสมัยเพื่อให้ผู้เรียนได้เรียนรู้จากผู้มีประสบการณ์จริง มีภาระการสอนที่เหมาะสม โดยหลักสูตรได้กำหนดตัวชี้วัดและเป้าหมายดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้สอนทุกคนมีวุฒิปริญญาโท หรือดำรงตำแหน่งทางวิชาการไม่ต่ำกว่าผู้ช่วยศาสตราจารย์ที่ตรงกับสาขาวิชาของหลักสูตร หรือในสาขาวิชาที่สัมพันธ์กับหลักสูตร 2. ผู้สอนที่เป็นอาจารย์ประจำทุกคนต้องได้รับการพัฒนา/มีผลงานทางวิชาการ 3. ผู้สอนทุกคนมีภาระสอนขั้นต่ำ ไม่น้อยกว่า 2 คาบ ยกเว้นปฏิบัติหน้าที่ระดับผู้บริหาร จัดภาระสอนขั้นต่ำ 1 คาบ 4. ผู้สอนทุกคนมีภาระสอน ไม่เกิน 7 คาบ/สัปดาห์ และมีผลการประเมินการสอนจากนักศึกษาไม่ต่ำกว่า 3.51 ทุกรายวิชาสำหรับผู้ที่มีผลการสอนต่ำกว่าเกณฑ์จะให้สอนร่วมกับอาจารย์อาวุโส ในลักษณะของการสังเกตการสอนหรือร่วมสอนบางเนื้อหา (under study) 5. ผู้สอนทุกคนมีภาระสอนไม่เกิน 4 รายวิชา 6. ผู้สอนทุกคนมีส่วนร่วมในการจัดการการเรียนการสอนรายวิชาเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา, สหกิจศึกษาและปัญหาพิเศษฯ จะต้องวางแผนร่วมกันในการจัดการเรียนการสอน การวัดประเมินผล 7. ผู้สอนทุกคนจะต้องมีบทบาทเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาและที่ปรึกษาร่วมให้กับนักศึกษาการตลาด 8. กรณีการเชิญอาจารย์พิเศษ จะผ่านขั้นตอนการอนุมัติจากคณะบริหารธุรกิจฯ และทำหน้าที่ผู้รับผิดชอบรายวิชา <p>(2) มีการนำระบบและกลไกไปสู่การปฏิบัติ</p> <p>โดยกระบวนการพิจารณากำหนดผู้สอนแบบเดิมมีการประชุมอาจารย์ประจำสาขาก่อนเปิดภาคการศึกษาเพื่อร่วมพิจารณากำหนดอาจารย์ผู้สอนประจำรายวิชาตามแผนการเปิดรายวิชาและมีการพิจารณาอาจารย์พิเศษตามวุฒิการศึกษาประสบการณ์การสอนความเชี่ยวชาญ และมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศาสตร์ของหลักสูตร พร้อมกับพิจารณาเกณฑ์ภาระการ และสรุปแจ้งรายวิชาที่สอนให้แก่อาจารย์ทุกท่าน</p> <ul style="list-style-type: none"> - นำผลการประเมินของนักศึกษาปีการศึกษา 2560 โดยเฉพาะข้อคิดเห็นจาก มคอ 5 มาร่วมในการกำหนดผู้สอน ในทุกรายวิชา ในปีการศึกษา 2561 - พิจารณาผ่านคณะกรรมการอาจารย์ประจำหลักสูตรในการกำหนดผู้สอนที่เหมาะสมสอดคล้องกับความเชี่ยวชาญ ชำนาญ ดังข้อมูลภาระการสอน - มีการประชุมอาจารย์ประจำสาขา ก่อนเปิดภาคการศึกษา 2561 เพื่อร่วมพิจารณากำหนดอาจารย์ผู้สอนประจำรายวิชาตามแผนการเปิดรายวิชา และมีการพิจารณาคัดเลือกอาจารย์พิเศษตามวุฒิการศึกษาประสบการณ์การสอนความเชี่ยวชาญ และมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศาสตร์ของหลักสูตร พร้อมกับพิจารณาเกณฑ์ภาระการสอน และสรุปแจ้ง

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน		
	<p>รายวิชาที่สอนให้แก่อาจารย์ทุกท่านรวมทั้งหาหรือถึงแผนบริหารความเสี่ยงในกรณีที่อาจารย์พิเศษที่กำหนดไว้ไม่สามารถมาสอนได้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ในการเชิญผู้เชี่ยวชาญจากภายนอกมาเป็นอาจารย์พิเศษทางหลักสูตรได้ทำหนังสือเสนอรายชื่ออาจารย์พิเศษพร้อมคุณสมบัติเพื่อเข้าสู่การพิจารณาของคณะกรรมการบริหารวิชาการและวิจัยของมหาวิทยาลัยเพื่อพิจารณาคุณสมบัติก่อนมีการแต่งตั้งเป็นอาจารย์พิเศษ - หัวหน้าสาขานำส่งบันทึกข้อความเพื่อขอเปิดรายวิชาและกำหนดอาจารย์ผู้สอนให้กับรองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย <p>ในปีการศึกษา 2561 หลักสูตรได้มีการกำหนดผู้รับผิดชอบในรายวิชา ทั้งนี้อาจมีรายวิชาที่ได้ปฏิบัติงานสอนร่วมกันหลายท่าน โดยมีผู้รับผิดชอบในรายวิชา ดังนี้</p> <p style="text-align: center;">ตารางแสดงข้อมูลผู้รับผิดชอบรายวิชา</p>		
	ชื่อ - สกุล	รายวิชาที่รับผิดชอบในหลักสูตร	หมายเหตุ
อาจารย์ณัฐกรณ์ กานคาน	ผลิตภัณฑ์และราคา กลยุทธ์การตลาด การตลาดสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม		มีประสบการณ์ด้านการตลาดในสถานประกอบการ
ดร. ภาวิณี ทองแย้ม	การบริหารตราสินค้า ดิจิทัลและนวัตกรรมทางการตลาด		คุณวุฒิสอดคล้องกับรายวิชาที่รับผิดชอบ
อาจารย์ประวิทย์ พุ่มพา	นโยบายการจัดจำหน่าย การวางแผนการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค		มีหนังสือประกอบการสอนรายวิชาและผลงานวิจัยในรายวิชาที่รับผิดชอบ
อาจารย์วัชรภรณ์ ขायม	การวิจัยการตลาด การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด		มีประสบการณ์ทางการวิจัยและการขาย
อาจารย์ธนสร กิรัมย์	การตลาดระหว่างประเทศ การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม		มีประสบการณ์ด้านต่างประเทศจากสถานประกอบการและกิจกรรมทางการตลาดร่วมกับบริษัท

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน		
	ชื่อ - สกุล	รายวิชาที่รับผิดชอบในหลักสูตร	หมายเหตุ
	อาจารย์อัศวรุตม์ สื่อประสาร	การจัดการตลาดข้ามวัฒนธรรม การตลาดอาเซียน สัมมนาการตลาด ปัญหาพิเศษ	มีประสบการณ์ด้านการตลาดในสถานการณ์ประกอบการ และประสบการณ์ด้านการสอนในรายวิชาที่รับผิดชอบ
	อาจารย์ขจรจิตร ณะสาร	หลักการตลาด การจัดการธุรกิจนำเข้าและส่งออก การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ	มีประสบการณ์ด้านการตลาดในสถานการณ์ประกอบการ และประสบการณ์ด้านการสอนในรายวิชาที่รับผิดชอบ
	อาจารย์สิรินทร์ อุทยานชัย	หลักการตลาด จริยธรรมทางธุรกิจ ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารธุรกิจ	มีคุณสมบัติสอดคล้องกับในรายวิชาที่รับผิดชอบ
	อ.ดร.สรวงกรณ์ สัจภาพพิชิต	การบริหารตราสินค้า การจัดการอุตสาหกรรมไมซ์ ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารธุรกิจ	มีประสบการณ์ด้านการตลาดในสถานการณ์ประกอบการ
<p>สำหรับการกำหนดผู้สอน ยังไม่รวมภาระอาจารย์นิเทศสหกิจศึกษา สัดส่วนอาจารย์: นักศึกษา (1:15)</p> <p>(3) มีการประเมินกระบวนการ</p> <p>ในปีการศึกษา 2560 มีการวางระบบผู้สอน วิชาการตลาดชุมชน โดยมี ดร.ภาวิณี ทองแย้ม รับผิดชอบการสอน ในปีการศึกษา 2561 ตั้งเป้าหมายเน้นการบริการวิชาการและการ Pitchig แผนการตลาด ดังนั้นหลักสูตรพิจารณาเชิญอาจารย์พิเศษ ดร. ฆณาการ รับผิดชอบสอนในรายวิชาพร้อมกันกัน โดย ดร.ภาวิณี เน้นการสอนให้นักศึกษาดูงานบริการวิชาการให้ทำบรรจุภัณฑ์ ให้ชุมชนบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ ที่นำไปใช้จริงในชุมชน ดร.ฆณาการ เน้นการสอนให้นักศึกษานำเสนอแผนการตลาดกับผู้ประกอบการภายนอกเอกชน เพื่อให้ได้รับพิจารณาเงินทุนไปใช้ในการต่อยอดธุรกิจ</p> <p>การกำหนดผู้สอนด้วยการพิจารณาจากคุณวุฒิ ประสบการณ์ทำงาน เกณฑ์ภาระการสอนตามที่มหาวิทยาลัยกำหนดไว้และผลการประเมินการสอนที่ผ่านมา ได้ผลอยู่ในระดับดี เนื่องจากผู้สอนมีความเชี่ยวชาญในรายวิชาที่สอน พิจารณาจากผลการประเมินของ</p>			

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน
	<p>นักศึกษาในแต่ละรายวิชา และการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน</p> <p>ผลการประเมินกระบวนการ พบว่า เป็นกระบวนการที่ดีและมีประสิทธิภาพ โดยที่ประชุมกรรมการบริหารหลักสูตรมีข้อเสนอแนะว่า อาจมีการเชิญผู้เชี่ยวชาญมาเป็นวิทยากรรับเชิญเป็นรายครั้ง โดยอาจจัดการรวมกลุ่ม โดยมอบให้อาจารย์ผู้รับผิดชอบในรายวิชาดำเนินการ</p> <p>สำหรับภาระอาจารย์นิเทศสหกิจศึกษา มีกระบวนการร่วมกันในการจัดการเรียนการสอนและนำเสนอผลงานของนักศึกษาสหกิจศึกษาแก่อาจารย์ทุกท่าน</p> <p>- การกำกับ ติดตาม และตรวจสอบการจัดทำ มคอ. 3 และมคอ. 4 และการจัดการเรียนการสอน</p> <p>(1) มีระบบ มีกลไก</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. หลักสูตรมีการประชุมอาจารย์ประจำหลักสูตร เพื่อทำหน้าที่กำกับ ติดตามและตรวจสอบการจัดทำ มคอ. 3 และ มคอ. 4 และการจัดการเรียนการสอน 2. หลักสูตรมีการตรวจสอบ มคอ. 3 และ มคอ. 4 ทุกรายวิชา เพื่อให้มีความสอดคล้องกับ มคอ. 2 3. หลักสูตรกำหนดให้ผู้สอนทุกคนดำเนินการในส่วนของชั่วโมงปฏิบัติให้ครบถ้วนตามที่กำหนด (60:40) (สอน:และฝึกปฏิบัติทางการตลาด) 4. หลักสูตรกำหนดให้มีการประชุมเพื่อพิจารณาความเหมาะสมของข้อสอบ โดยผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก 5. หลักสูตรมีการกำหนดให้ผู้สอนแจ้งผลการวัดประเมินผลให้นักศึกษาทราบก่อนสิ้นสุดการถอนรายวิชา 6. หลักสูตรมีการกำหนดรายวิชา เพื่อทวนสอบผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ เพื่อให้ นักศึกษาประเมินตนเองเกี่ยวกับระดับความรู้ ความสามารถ ทักษะ พฤติกรรม 5 ด้าน หลังจากเรียนในรายวิชาดังกล่าว เพื่อนำมาปรับปรุงในรายวิชาต่างๆ และปรับปรุงผลการเรียนรู้ของนักศึกษาต่อไป <p>(2) มีการนำระบบและกลไกไปสู่การปฏิบัติ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้สอนทุกคนจัดทำ มคอ. 3, มคอ. 4 ที่สอดคล้องกับ มคอ. 2 และจัดส่งคณะกรรมการบริหารหลักสูตรก่อนเปิดภาคการศึกษาอย่างครบถ้วนในระยะเวลาที่กำหนด 2. คณะกรรมการบริหารหลักสูตรทำการตรวจสอบ มคอ. 3, มคอ. 4 จาก วัตถุประสงค์ วิธีการสอน ผลการเรียนรู้ โครงการสอน ที่สอดคล้องกับ มคอ. 2 หากไม่ถูกต้องครบถ้วน ส่งกลับให้ผู้สอนดำเนินการปรับปรุงแก้ไขให้ทันก่อนเปิดภาคเรียน 3. ผู้สอนทุกคนดำเนินการในส่วนของชั่วโมงปฏิบัติให้ครบถ้วนตามที่กำหนด (60:40) (สอน:และฝึกปฏิบัติทางการตลาด) 4. คณะกรรมการบริหารหลักสูตรและผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกร่วมกันพิจารณาความเหมาะสมของข้อสอบ 5. ผู้สอนทุกคนแจ้งผลการสอบแก่นักศึกษาทราบก่อนสิ้นสุดการถอนรายวิชา 6. หลักสูตรมีการกำหนดรายวิชา เพื่อทวนสอบผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ 17 รายวิชา

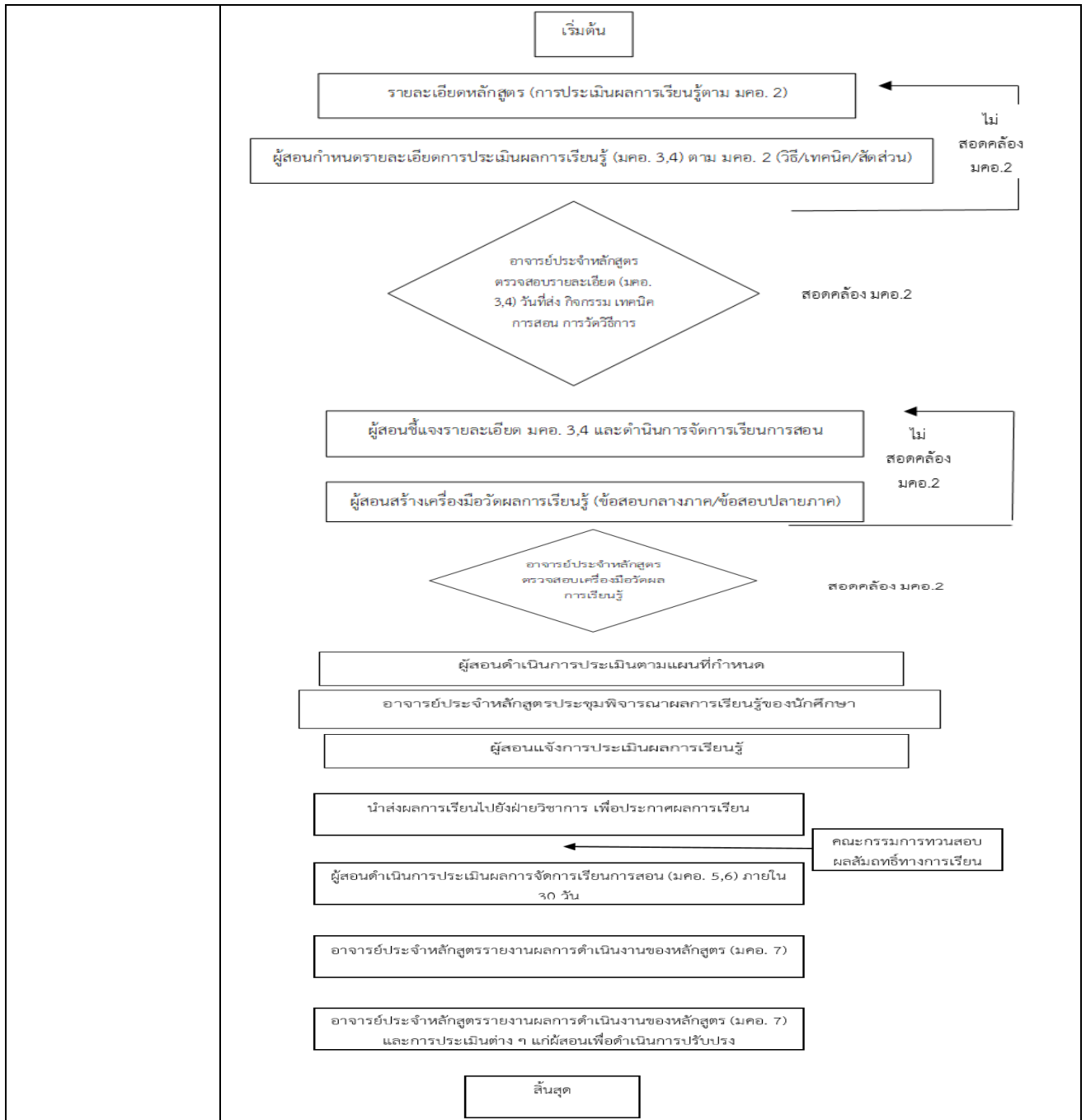
ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน
	<p>ผลการดำเนินงาน</p> <p><u>ภาคเรียนที่ 1</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. จากการตรวจสอบ ติดตามและตรวจการดำเนินงาน พบว่าอาจารย์ผู้สอนทุกท่านสามารถส่ง มคอ. 3 ครบถ้วนก่อนเปิดภาคการศึกษา 2. จากการตรวจสอบ ติดตามและตรวจผลการดำเนินงานทุกรายวิชาที่มีการจัดทำ มคอ. 3 ครบถ้วนตาม มคอ. 2 ไม่พบรายวิชาที่ต้องปรับปรุงแก้ไข 3. จากการตรวจสอบผู้สอนทุกคนให้ดำเนินการในส่วนของชั่วโมงปฏิบัติให้ครบถ้วนตามที่กำหนด (60:40) (สอน:และฝึกปฏิบัติทางการตลาด) 4. คณะกรรมการบริหารหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอนประชุมเพื่อพิจารณากระบวนการวัดผลการเรียนรู้ 5. ผู้สอนทุกคนสามารถแจ้งผลการสอบแก่นักศึกษาทราบก่อนสิ้นสุดการถอนรายวิชา 6. มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ ในรายวิชากลุ่มวิชาแกน หลักการตลาด ความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจระหว่างประเทศ รายวิชากลุ่มเอกบังคับและเอกเลือก การวางแผนการตลาด นโยบายการจัดจำหน่าย การวิจัยการตลาด การตลาดระหว่างประเทศ การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ ผลิตภัณฑ์และราคา การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ดิจิทัลและนวัตกรรมทางการตลาด การบริหารตราสินค้า <p><u>ภาคเรียนที่ 2</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. จากการตรวจสอบ ติดตามและตรวจการดำเนินงาน พบว่าอาจารย์ผู้สอนทุกท่านสามารถส่ง มคอ. 3 ครบถ้วนก่อนเปิดภาคการศึกษา เมื่อวันที่ 4 มกราคม 2561 2. จากการตรวจสอบ ติดตามและตรวจผลการดำเนินงานทุกรายวิชาที่มีการจัดทำ มคอ. 3 ครบถ้วนตาม มคอ. 2 ไม่พบรายวิชาที่ต้องปรับปรุงแก้ไข 3. จากการตรวจสอบผู้สอนทุกคนให้ดำเนินการในส่วนของชั่วโมงปฏิบัติให้ครบถ้วนตามที่กำหนด (60:40) (สอน: และฝึกปฏิบัติทางการตลาด) 4. คณะกรรมการบริหารหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอนประชุมเพื่อพิจารณากระบวนการวัดผลการเรียนรู้ 5. ผู้สอนทุกคนสามารถแจ้งผลการสอบแก่นักศึกษาทราบก่อนสิ้นสุดการถอนรายวิชา 6. มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ ในรายวิชากลุ่มวิชาแกน การเงินธุรกิจ จริยธรรมทางธุรกิจ พฤติกรรมผู้บริโภค การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ การจัดการธุรกิจนำเข้าและส่งออก การตลาดสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การตลาดอาเซียน กลยุทธ์การตลาด สัมมนากลยุทธ์การตลาดเชิงบูรณาการ การศึกษาความเป็นไปได้เพื่อโครงการการตลาด การตลาดชุมชน การจัดการอุตสาหกรรมไม้ <p>(3) การประเมินกระบวนการ</p> <p>การนำระบบและกลไกมาใช้ในการกำกับ ติดตาม และตรวจสอบการจัดทำแผนการเรียนรู้ และการจัดการเรียนการสอน ทำให้กระบวนการจัดการเรียนการสอนมีประสิทธิภาพ</p>

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน
	<p>เนื่องจากมีการตรวจสอบผลการเรียนรู้ให้ครบถ้วน ตรงตามมคอ. 2 แต่ละรายวิชาามีวิธีการเทคนิคการสอนที่หลากหลายเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ และการวัดประเมินผลเหมาะสม ชัดเจน</p> <p>ผู้สอนทุกท่านให้ความคิดเห็นควรนำระบบจัดทำ มคอ. 3 แบบออนไลน์ หรือมีระบบสารสนเทศมาช่วยทำให้สามารถตรวจสอบรายละเอียด และความสมบูรณ์ของมคอ. 3 ได้ทันที</p> <p>- การจัดการเรียนการสอนระดับปริญญาตรีที่มีการบูรณาการกับการวิจัย การบริการวิชาการทางสังคม และการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม</p> <p>(1) มีระบบ มีกลไก</p> <p>หลักสูตรได้มีการประชุมเพื่อวางแผนจัดรายวิชาที่สอนในระดับปริญญาตรีที่มีการบูรณาการกับการวิจัย การบริการวิชาการทางสังคม และการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม ซึ่งในการบูรณาการบริการวิชาการทางสังคมและการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมต้องสอดคล้องตามแผนงานของคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ</p> <p>(2) มีการนำระบบ กลไกไปสู่การปฏิบัติ</p> <p>การดำเนินงานของหลักสูตรในปีการศึกษา 2561 ได้มีการประชุมเพื่อวางแผนรายวิชาที่มีการบูรณาการ มีรายละเอียด ดังนี้</p> <p>(2.1) ตามที่มหาวิทยาลัยมีการบริหารและจัดโครงการเกี่ยวกับพันธกิจด้านต่างๆ เพื่อให้อาจารย์เข้าร่วม ปฏิบัติ และนำมาบูรณาการกับการเรียนการสอนก่อนเปิดภาคการศึกษาจึงมีการประชุมอาจารย์ประจำสาขาวิชาเกี่ยวกับการบูรณาการพันธกิจด้านอื่นๆ กับการเรียนการสอนโดยมีเป้าหมายที่ตกลงกันว่าจะต้องมีการบูรณาการการจัดการเรียนการสอนกับการวิจัยการบริการวิชาการ และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม โดยแต่ละพันธกิจจะต้องมีการบูรณาการอย่างน้อย 1 รายวิชาต่อปีการศึกษาโดยมีการมอบหมายให้อาจารย์ที่รับผิดชอบในแต่ละพันธกิจมีการบูรณาการกับการเรียนการสอนโดยกำหนดใน มคอ.3 และ มคอ.4</p> <p>(2.2) อาจารย์ประจำหลักสูตรมีการพิจารณามคอ.3 และมคอ.4 ของรายวิชาที่อาจารย์ผู้รับผิดชอบพันธกิจนั้นๆ แจ้งว่าจะมีการบูรณาการกับการเรียนการสอน โดยรายวิชาที่จะนำพันธกิจมาทำการบูรณาการกับการเรียนการสอน ได้แก่</p> <p>- พันธกิจด้านการบริการวิชาการ รายวิชาการจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รายวิชาการบริหารตราสินค้า และรายวิชาการวางแผนการตลาด มอบหมายธุรกิจชุมชน องค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการที่ได้ไปบริการวิชาการ โดยได้ร่วมกับคณาจารย์ในสาขาวิชาการตลาด จัดบริการวิชาการ ลงพื้นที่และนำเสนอผลงานด้านตราสินค้า การแผนธุรกิจ</p> <p>- พันธกิจด้านการวิจัย จะมีการบูรณาการกับการเรียนการสอนในรายวิชาสหกิจศึกษา โดยมีการนำกระบวนการวิจัยจากงานวิจัยมาบูรณาการกับการเรียนการสอน ซึ่งมีการมอบหมายงานด้านการวิจัยพัฒนาและแก้ไขปัญหาด้านการตลาด ร่วมกับหน่วยงาน สถานประกอบการ เขตพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล เพื่อให้เห็นถึงแนวทางการพัฒนาสินค้าชุมชน และใช้กระบวนการวิจัยมาทำการสรุปผลการสำรวจและสังเคราะห์และนำเสนอต่อ</p>

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน
	<p>คณะกรรมการบริหารหลักสูตร โดยได้มีการพิจารณาสหกิจศึกษาดีเด่น จำนวน 5 ราย</p> <ul style="list-style-type: none"> - พันธกิจด้านการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม มีแผนการกระตุ้นการทำงานด้านการจัดการเรียนการสอนและกิจกรรมทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมในมหาวิทยาลัยและนอก มหาวิทยาลัยทุกรูปแบบเพื่อสนับสนุนแผนยุทธศาสตร์ด้านการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัย มีการบูรณาการกับการเรียนการสอนในรายวิชาจริยธรรมทางธุรกิจ โดยให้นักศึกษาจัดทำโครงการจิตอาสา ปันรักปันน้ำใจ ที่สนามหลวงเพื่อเป็นการส่งเสริมให้นักศึกษา มีจิตอาสา จิตสาธารณะ แสดงความ รับผิดชอบต่อประโยชน์ส่วนรวม โดยมอบหมาย ให้นักศึกษาเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม และนำผลการประเมินจากการจัดโครงการและผลประเมินจากนักศึกษามาพัฒนาการเรียนการสอนในครั้งต่อไป รายวิชาการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม กิจกรรมทำดีเพื่อพ่อและลงปฏิบัติจริงในพื้นที่และ กิจกรรมเพื่อสังคมให้นักศึกษาเสนอโครงการเพื่อแก้ไขปัญหาในชุมชน รณรงค์ร่วมกิจกรรม แต่งกายชุดไทยทุกวันศุกร์ <p>(2.3) อาจารย์ประจำหลักสูตรมีการตรวจสอบค.อ.5 ของรายวิชาที่อาจารย์ผู้รับผิดชอบพันธกิจนี้ๆ มีการบูรณาการพันธกิจด้านต่างๆกับการเรียนการสอน ตามที่ระบุไว้ในค.อ.3 พบว่า</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีการนำกระบวนการบริการทางวิชาการเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการเรียนการสอน และส่งผลต่อการเรียนรู้ของนักศึกษา มอบหมายธุรกิจชุมชน องค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการที่ได้ไปบริการวิชาการ เช่น การออกแบบตราสินค้าให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนบางน้ำผึ้ง วางแผนการตลาดเพื่อขยายไปในตลาดอาเซียน และนำเสนอผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ และ สรุปแผนการตลาด - มีการนำกระบวนการวิจัยเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการเรียนการสอน และส่งผลต่อการเรียนรู้ของนักศึกษา เช่น ในรายวิชาสหกิจศึกษา การจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และนโยบายการจัดจำหน่ายมีการบูรณาการกับงานวิจัย ในหัวข้อเรื่อง การพัฒนารูปแบบช่องทางทางการตลาด (Omni Channel Marketing) สำหรับประชาชนในชุมชนกรณีศึกษา: ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ - มีการบูรณาการการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมจากมีแผนการกระตุ้นการทำงานด้านการจัดการเรียนการสอนและกิจกรรมทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมในมหาวิทยาลัยและนอก มหาวิทยาลัยทุกรูปแบบเพื่อสนับสนุนแผนยุทธศาสตร์ด้านการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัย มีการบูรณาการกับการเรียนการสอนในรายวิชาจริยธรรมทางธุรกิจ โดยให้นักศึกษาจัดทำโครงการจิตอาสา ปันรักปันน้ำใจ เพื่อเป็นการส่งเสริมให้นักศึกษา มีจิตอาสา จิตสาธารณะ แสดงความ ผลจากการบูรณาการงานด้านทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมกับการจัดการเรียนการสอนและ กิจกรรมนักศึกษา ได้มีการประเมินผลจากการดำเนินงานคือ 1.การสังเกต ในการเข้าร่วมโครงการ 2. การสอบถาม ในการสอบถามและสนทนากับประชาชน ได้ผลสรุปว่า นักศึกษาได้ความรู้ความเข้าใจในระดับ ดีมาก และสามารถนำผลของการบูรณาการไปใช้ให้เป็นประโยชน์แก่ตนเองและการเรียนการสอน รายวิชาการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม กิจกรรมทำดีเพื่อพ่อและลงปฏิบัติจริงในพื้นที่

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน
	<p>และกิจกรรมเพื่อสังคมให้นักศึกษาเสนอโครงการเพื่อแก้ไขปัญหาในชุมชน รณรงค์ร่วมกิจกรรมแต่งกายชุดไทยทุกวันศุกร์</p> <p>(3) มีการประเมินกระบวนการ</p> <p>ในปีการศึกษา 2561 การบูรณาการการจัดการเรียนการสอนระดับปริญญาตรีที่มีการบูรณาการกับการวิจัย การบริการวิชาการทางสังคม และการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม อาจารย์ผู้สอนมีการจัดทำแผนการเรียนรู้ (มคอ. 3) ที่มีการบูรณาการกับการวิจัย การบริการวิชาการทางสังคม และการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม</p> <p>ประชุมมีการเสนอให้อาจารย์ที่ต้องการบูรณาการพันธกิจด้านอื่นๆ กับการเรียนการสอน สามารถขอเข้าร่วมโครงการส่งเสริมพันธกิจด้านนั้นๆ เพื่อนำมาใช้ในการบูรณาการกับการเรียนการสอนในวิชาของตนเองได้</p> <p>(4) ผลจากการปรับปรุงกระบวนการที่ชัดเจนเป็นรูปธรรม การปรับปรุงกระบวนการจากปี 2560 ในการบูรณาการพันธกิจทั้งด้านบริการวิชาการ ศิลปวัฒนธรรมกับรายวิชาสู่ชุมชนที่บริการวิชาทั้งการสร้างตราสินค้าให้ชุมชนบางน้ำผึ้ง โดยผ่านการบูรณาการในรายวิชาการตลาดสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และรายวิชาการวางแผนการตลาด อีกทั้งผลในรายวิชาการตลาดชุมชน และ กลยุทธ์การตลาด ที่มอบหมายให้นักศึกษาประยุกต์ใช้องค์ความรู้สู่ชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม</p>
<p style="text-align: center;">ผลการประเมินตนเอง :4..... คะแนน</p> <p>เหตุผล : มีผลจากการปรับปรุงเห็นชัดเจนเป็นรูปธรรมจากแบบการใช้วิเคราะห์ข้อมูลจากประมวลการสอน</p>	

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน
<p>การประเมินผู้เรียน (ตัวบ่งชี้ 5.3)</p>	<p>การประเมินผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ</p> <p>ทางคณะฯให้หลักสูตรสาขา ทำการประเมินผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิทางสาขาวิชาตลาดมีการประชุมอาจารย์ประจำหลักสูตร เพื่อการวางแผนการประเมินผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ</p> <p>(1) มีระบบ มีกลไก</p>



	<p>หลักสูตรได้มีการกำหนดเกณฑ์ในการประเมินตามสภาพความเป็นจริง การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา 5 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณธรรม จริยธรรม ด้านความรู้ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ และด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และทักษะการปฏิบัติ และนำมากำหนดกลยุทธ์วิธีการสอนตาม มคอ. 3 และมคอ. 4 โดยมีการกำหนดน้ำหนักคะแนนของรายวิชา ซึ่งมีทั้งรายวิชาทฤษฎี รายวิชาที่มีทั้งทฤษฎีและปฏิบัติ ให้สอดคล้องกับจุดเน้นของรายวิชาที่มีการระบุใน มคอ. 2 โดยมีระบบและกลไกในการดำเนินงานดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้สอนกำหนดรายละเอียดการประเมินผลการเรียนรู้ มคอ. 3 และ มคอ. 4 ตาม มคอ. 2 แสดงวิธีการประเมิน เทคนิคการประเมิน สัดส่วนการประเมิน 2. อาจารย์ประจำหลักสูตรมีการวิเคราะห์/ตรวจสอบและประเมิน เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินผลการเรียนรู้ของนักศึกษา สัดส่วนการประเมิน ในแต่ละรายวิชาที่เปิดสอน จาก มคอ. 3 และมคอ. 4 3. ผู้สอนชี้แจงรายละเอียดตาม มคอ. 3 และมคอ. 4 แก่นักศึกษาให้ได้มาตรฐานเดียวกัน และดำเนินการจัดการเรียนการสอน 4. ผู้สอนสร้างเครื่องมือวัดผลการเรียนรู้ 5. อาจารย์ประจำหลักสูตรตรวจสอบเครื่องมือการวัดผลการเรียนรู้ 6. ผู้สอนดำเนินการประเมินตามแผนที่กำหนด 7. ผู้สอนแจ้งประเมินผลการเรียนรู้ 8. อาจารย์ประจำหลักสูตรประชุมพิจารณาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา 9. อาจารย์ประจำหลักสูตรทวนสอบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ ร้อยละ 25 ของรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละปีการศึกษา 10. อาจารย์ประจำหลักสูตรกำหนดวิธีการและเครื่องมือที่ใช้ในการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ 11. ผู้สอนดำเนินการประเมินผลการจัดการเรียนการสอนการประเมินหลักสูตร มคอ. 5 และ มคอ. 6 ภายใน 30 วัน 13. อาจารย์ประจำหลักสูตรจัดทำรายงานผลการดำเนินงานของหลักสูตร มคอ. 7 ภายใน 60 วัน 14. อาจารย์ประจำหลักสูตรแจ้งผลการประเมินต่าง ๆ แก่ผู้สอนเพื่อดำเนินการปรับปรุง 									
	ความพึงพอใจต่อหลักสูตร		ชั้นปีที่ 1		ชั้นปีที่ 2		ชั้นปีที่ 3		ชั้นปีที่ 4	
			x	S.D	x	S.D	x	x	S.D	x
การเรียนรู้ตลอดหลักสูตรได้พัฒนาคุณลักษณะของนักศึกษา										
1.ด้านทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม	4.53	0.68	4.67	0.75	4.51	0.80	4.76	0.55		
2.ด้านทักษะสารสนเทศสื่อและเทคโนโลยี	4.73	0.69	4.75	0.67	4.58	0.50	4.62	0.71		
3.ด้านทักษะชีวิตและอาชีพ เช่น การปรับตัวและยืดหยุ่น	4.83	0.38	4.54	0.85	4.89	0.32	4.79	0.49		

4.ด้านคุณธรรม จริยธรรม	4.73	0.45	4.67	0.52	4.85	0.36	4.71	0.57
5.ด้านความเป็นผู้นำและ รับผิดชอบต่อสังคม	4.73	4.73	4.75	0.44	4.77	0.54	4.71	0.52
<p>(2) มีการนำระบบ กลไกไปสู่การปฏิบัติ</p> <p>1. ผู้สอนทุกคนมีการกำหนดรายละเอียดการประเมินผลการเรียนรู้ มคอ. 3 มคอ. 4 ตามมคอ. 2 แสดงวิธีการประเมินและเทคนิคการประเมินที่หลากหลาย คือ การสังเกต พฤติกรรมของนักศึกษา การสอบปากเปล่า การทดสอบย่อย การสอบกลางภาคและปลายภาค การศึกษาค้นคว้าและการจัดทำรายงาน การนำเสนอรายงานหน้าชั้นเรียน การตอบคำถามของนักศึกษาในชั้นเรียนและประเมินจากการปฏิบัติในรายวิชา การกำหนดสัดส่วนในการประเมินจะเป็นไปตามสภาพของรายวิชาทฤษฎี รายวิชาที่มีทั้งทฤษฎีและปฏิบัติ สอดคล้องกับจุดเน้นของรายวิชาที่มีการระบุใน มคอ. 2</p> <p>2. อาจารย์ประจำหลักสูตรตรวจสอบและประเมิน เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินผลการเรียนรู้ของนักศึกษา สัดส่วนการประเมิน ในแต่ละรายวิชาที่เปิดสอน จาก มคอ. 3 และ มคอ. 4</p> <p>3. อาจารย์ประจำหลักสูตรตรวจสอบการดำเนินงานของผู้สอนเกี่ยวกับการชี้แจงรายละเอียดตาม มคอ. 3 และ มคอ. 4 ด้วยวิธีการพูดคุย สัมภาษณ์จากนักศึกษา พบว่า อาจารย์ผู้สอนทุกรายวิชามีการดำเนินแจ้งในครั้งแรกของการเรียนการสอน และมีการนำวิธีการประเมินและเทคนิคการประเมินไปดำเนินการในการจัดการเรียนการสอน</p> <p>4. อาจารย์ประจำหลักสูตรตรวจสอบมีการประเมินข้อสอบกลางภาคและปลายภาค</p> <p>5. อาจารย์ประจำหลักสูตรประชุมพิจารณาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา</p> <p>6. ผู้สอนดำเนินการประเมินตามแผนที่กำหนด</p> <p>7. อาจารย์ประจำหลักสูตรตรวจสอบการดำเนินงานของผู้สอนเกี่ยวกับการแจ้งประเมินผลการเรียนรู้</p> <p>8. อาจารย์ประจำหลักสูตรประชุมพิจารณาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา</p> <p>9. อาจารย์ประจำหลักสูตรทวนสอบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้</p> <p>10. ผู้สอนดำเนินการประเมินผลการจัดการเรียนการสอน มคอ. 5 และ มคอ. 6 ภายใน 30 วัน</p> <p>11. อาจารย์ประจำหลักสูตรจัดทำรายงานผลการดำเนินงานของหลักสูตร มคอ. 7 ภายใน 60 วัน</p> <p>12. อาจารย์ประจำหลักสูตรแจ้งผลการประเมินต่าง ๆ แก่ผู้สอนเพื่อดำเนินการปรับปรุง</p> <p>(3) มีการประเมินกระบวนการ</p> <p>การดำเนินงานดังกล่าวทำให้ผู้สอนจัดการเรียนการสอนตามกรอบคุณวุฒิอุดมศึกษาแห่งชาติได้ และผู้เรียนรับรู้เกณฑ์การประเมิน/เครื่องมือในการประเมิน ทำให้สามารถตรวจสอบและติดตามผลการเรียนรู้ของตนเองได้ทุกรายวิชา แต่ยังคงมีปัญหายังคงมีอยู่บ้างสำหรับนักศึกษาบางคนขาดความสนใจในการอธิบายของผู้สอนเกี่ยวกับผลลัพธ์การเรียนรู้ จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณธรรม จริยธรรม, ด้านความรู้, ด้านทักษะทางปัญญา, ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ, ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การ</p>								

	<p>สื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และทักษะการปฏิบัติ</p> <p>- การตรวจสอบการประเมินผลการเรียนรู้ของนักศึกษา</p> <p>(1) มีระบบ มีกลไก</p> <p>หลักสูตรมีการประชุมอาจารย์ประจำหลักสูตร เพื่อกำหนดรายวิชาที่จะตรวจสอบการประเมินผลการเรียนรู้ของนักศึกษา กำหนดวิธีการ เครื่องมือการประเมินผลการเรียนรู้ของนักศึกษา</p> <p>(2) มีการนำระบบ กลไกไปสู่การปฏิบัติงาน</p> <p>หลักสูตรมีการตรวจสอบการประเมินผลการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยใช้การทวนสอบผลสัมฤทธิ์และมีเป้าหมายดำเนินการดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. มีคณะกรรมการทวนสอบรายวิชา ทวนสอบระดับหลักสูตร 2. มีการทวนสอบก่อนและหลังการจัดการเรียนการสอน 3. มีเครื่องมือและวิธีการในการทวนสอบที่หลากหลาย <p>หลักสูตรมีกระบวนการในการตรวจสอบการประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ โดยกรมอบหมายอาจารย์ประจำหลักสูตรทำหน้าที่ตรวจสอบระดับรายวิชาและระดับหลักสูตรสามารถดำเนินการได้บรรลุเป้าหมาย มีรายละเอียดดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. คณะกรรมการทวนสอบรายวิชา มคอ. 3 โดยใช้แบบฟอร์มวิเคราะห์ข้อมูล มคอ. 3 ทุกรายวิชา Curriculum mapping มีการกำหนดเกณฑ์การประเมิน วิธีการประเมินที่หลากหลาย เช่น การสังเกตพฤติกรรม การประเมินผลงาน การสอบ การจัดทำข้อสอบซึ่งผ่านการวิพากษ์โดยคณะกรรมการ ผู้สอนทุกคนแจ้งผลการสอบกลางภาคให้นักศึกษาทราบเพื่อเป็นข้อมูลให้นักศึกษาวางแผนการเรียนในส่วนของปลายภาคได้ 2. คณะกรรมการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ระดับหลักสูตร กำหนดรายวิชาสำหรับการทวนสอบตามมาตรฐานการเรียนรู้ 25% ของรายวิชาที่เปิดสอน มคอ. 2 การให้นักศึกษาประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านแบบประเมินออนไลน์ที่จัดทำขึ้นมีรายละเอียดดังนี้ <p>โดยสรุปนักศึกษาประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ด้วยตนเอง พบว่า คะแนนประเมินผลการเรียนรู้ 5 ด้าน ของทุกรายวิชาอยู่ในระดับ ดี</p> <p>(3) มีการประเมินกระบวนการ</p> <p>หลักสูตรมีความเห็นในการประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษา โดยหลักสูตรพิจารณารายวิชาทวนสอบ จากกลุ่มวิชาแกน กลุ่มวิชาเอกบังคับ กลุ่มวิชาเอกเลือก และกระจายผู้สอนและกลุ่มนักศึกษาให้มีความครอบคลุมทุกวิชาของหลักสูตร นอกจากนั้นหลักสูตรได้ใช้แบบประเมินออนไลน์ในระบบงานทะเบียนของมหาวิทยาลัย ซึ่งในระดับหลักสูตรได้มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์นักศึกษา รายละเอียด ดังนี้</p>
--	---

แบบประเมินตนเองของนักศึกษาเพื่อทวนสอบผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้

1. หลักสูตรปกติ 4 ปี หลักสูตรเทียบโอน 2 ปี

2. ชั้นปีที่ 1 ชั้นปีที่ 2 ชั้นปีที่ 3 ชั้นปีที่ 4

ภาคเรียนที่ 1 /2561

รายวิชา	ห้องเรียน
1. หลักการตลาด	ตล.ท 1/1
2. ความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจระหว่างประเทศ	ตท.ท 2/2
3. การวางแผนการตลาด	ตท.ท 3/1
4. การบริหารตราสินค้า	ตล.ท 3/2
5. การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ	ตล.ท 3/1
6. การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	ตล.ต 4/1
7. ดิจิทัลและนวัตกรรมทางการตลาด	ตล.ท 2/1
8. การวิจัยการตลาด	ตท.ท 4/2
9. การตลาดระหว่างประเทศ	ตล.ต 3/2
10. นโยบายการจัดจำหน่าย	ตล.ท 3/1
11. ผลិតภัณฑ์และราคา	ตล.ท 3/2

ภาคเรียนที่ 2 /2561

รายวิชา	ห้องเรียน
1. การเงินธุรกิจ	ตล.ท. 1/2
2. จริยธรรมทางธุรกิจ	ตล.ท. 2/1
3. พฤติกรรมผู้บริโภค	ตท.ท. 2/2
4. การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ	ตท.ท 2/1
5. การจัดการธุรกิจนำเข้าและส่งออก	ตล.ท. 3/1
6. การตลาดสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	ตล.ท 4/1
7. การตลาดอาเซียน	ตล.ท 4/2
8. กลยุทธ์การตลาด	ตท.ท. 4/2
9. สัมมนากลยุทธ์การตลาดเชิงบูรณาการ	ตล.ท 4/1
10. การศึกษาความเป็นไปได้เพื่อโครงการการตลาด	ตล.ท. 4/2
11. การตลาดชุมชน	ตล.ท. 3/2
12. การจัดการอุตสาหกรรมไมซ์	ตล.ท. 3/1

การประเมินตนเองของนักศึกษาเพื่อให้นักศึกษามีส่วนร่วมประเมินตนเองเกี่ยวกับระดับความรู้ ความสามารถ ทักษะ พฤติกรรมหลังจากเรียนแต่ละรายวิชา จึงขอความร่วมมือจากนักศึกษาในการประเมินตนเองตามความจริง เพื่อแต่รายวิชาจะได้นำไปปรับปรุงผลการเรียนรู้ของนักศึกษา รายละเอียดดังนี้

1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม

1. มีความตระหนักในคุณค่า คุณธรรมและจริยธรรมเสียสละและซื่อสัตย์สุจริต

2. มีวินัย ตรงต่อเวลาและความรับผิดชอบต่อตนเอง วิชาชีพ และสังคม

	<p>3. มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี สามารถทำงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขปัญหา ข้อขัดแย้งและการจัดลำดับความสำคัญ</p> <p>4. เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพและเห็นคุณค่าศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์</p> <p>5. เคารพกฎระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรและสังคม</p> <p>6. มีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ</p> <p>2.ด้านความรู้</p> <p>1. มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาสาขาวิชาที่ศึกษา</p> <p>2. มีความรู้ในแนวกว้างของสาขาวิชาที่ศึกษา เพื่อให้สังเกตเห็นและเข้าใจผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้อง</p> <p>3. สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาที่ศึกษากับความรู้ในศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง</p> <p>4. สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ในการแก้ไขปัญหาตามสถานการณ์ต่างๆได้อย่างเหมาะสม</p> <p>3.ด้านทักษะทางปัญญา</p> <p>1. คิดอย่างมีวิจารณญาณและเป็นระบบ</p> <p>2. สามารถสืบค้น วิเคราะห์ ตีความและประเมินสารสนเทศ เพื่อใช้ในการแก้ปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์</p> <p>3. สามารถรวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ และสรุปประเด็นปัญหาและความต้องการได้อย่างเหมาะสม</p> <p>4. สามารถบูรณาการความรู้ และความสามารถของตนเองเพื่อสร้างโครงการที่มีประโยชน์ต่อวิชาชีพและสังคม</p> <p>4.ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ</p> <p>1. สามารถสื่อสารทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศกับกลุ่มคนหลากหลายได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>2. สามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในการแก้ไขปัญหาสถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งในบทบาทผู้นำ หรือในบทบาทของผู้ร่วมทีมทำงาน</p> <p>3. มีความรับผิดชอบในการกระทำของตนเองและรับผิดชอบต่องานในกลุ่ม</p> <p>4. สามารถเป็นผู้คิดริเริ่มแสดงประเด็นในการแก้ไขสถานการณ์ทั้งส่วนตัวและส่วนรวมพร้อมทั้งแสดงจุดยืนอย่างพอเหมาะ ทั้งของตนเองและของกลุ่ม</p> <p>5. มีความรับผิดชอบในการเรียนรู้ทั้งของตนเองและทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง</p> <p>5.ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ</p> <p>1. สามารถนำประเด็นการแก้ไขปัญหา โดยใช้สารสนเทศทางคณิตศาสตร์ หรือการแสดงผลตีประยุกต์ต่อปัญหาที่เกี่ยวข้องได้อย่างสร้างสรรค์</p> <p>2. สามารถใช้การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพทั้งปากเปล่าและการเขียน พร้อมทั้งเลือกรูปแบบของการสื่อสารนำเสนอได้อย่างเหมาะสม</p> <p>3. สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม</p> <p>4. สามารถประยุกต์ใช้หลักการสื่อสารในการแก้ไขปัญหาได้อย่างเหมาะสม</p> <p>ในปีการศึกษา 2561 หลักสูตรจึงมีการเสนอให้หัวหน้าสาขาวิชา เสนอประเด็นการทวน</p>
--	--

	<p>สอบในระบบทะเบียนของมหาวิทยาลัย เพื่อสะท้อนผลการเรียนรู้ทุกรายวิชาของหลักสูตร - การกำกับ การประเมินการจัดการเรียนการสอน และประเมินหลักสูตร (มคอ.5 มคอ.6 และมคอ.7)</p> <p>(1) มีระบบ มีกลไก หลักสูตรมีการประชุมอาจารย์ประจำหลักสูตรเพื่อทำหน้าที่กำกับการประเมิน การจัดการเรียนการสอน และประเมินหลักสูตร</p> <p>(2) มีการนำระบบ กลไกไปสู่การปฏิบัติ การจัดทำ มคอ. 3 ได้มีการออกแบบและวางแผนการวัดและประเมิน ซึ่ง วัตถุประสงค์ของการวัดและประเมินผล เพื่อให้รู้ว่าผู้เรียนมีความรู้ ความเข้าใจ มีทักษะและ ประสบการณ์ทางวิชาชีพ ตามที่กำหนดไว้ในผลลัพธ์การเรียนรู้ และเมื่อดำเนินการสอนไป แล้ว ผู้สอนจะรายงานผลการประเมินการเรียน การสอนใน มคอ. 5 รวมทั้งได้มีการ ประเมินผลการดำเนินงานของหลักสูตร (มคอ. 7) ประจำปีการศึกษา สำหรับการ ดำเนินการในส่วนนี้ หลักสูตรมีเป้าหมายการดำเนินการ ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. มีการกำกับให้ผู้สอนจัดทำ มคอ. 5 และจัดส่งให้คณะกรรมการบริหารหลักสูตรให้ ครบถ้วนทุกรายวิชาตามระยะเวลาที่กำหนด 2. อาจารย์ผู้สอนจัดทำสรุปผลการประเมินการเรียนการสอนในทุกรายวิชาที่สอน รวมถึงการเสนอแนวทางและวิธีการที่จะปรับแก้ เสนอต่อคณะกรรมการประจำหลักสูตร 3. มีการจัดทำ มคอ. 7 อย่างต่อเนื่องทุกปีการศึกษา และมีการปรับปรุงและแก้ไขใน ระดับหลักสูตร (มคอ. 2) หรือปรับแก้การจัดการเรียนการสอน 4. คณะกรรมการบริหารหลักสูตร ทำการตรวจสอบ มคอ. 5 ระดับรายวิชาและ ระดับหลักสูตร โดยใช้แบบฟอร์มวิเคราะห์ข้อมูล มคอ. 5 <p>หลักสูตรสามารถดำเนินการได้ตามเป้าหมาย คณะกรรมการบริหารหลักสูตรได้ กำกับ ติดตามและตรวจสอบ มคอ. 5 ผลการดำเนินงานพบว่า ผู้สอนทุกคนสามารถจัดทำ และจัดส่งครบถ้วนทุกรายวิชาตามระยะเวลาที่กำหนดผู้สอนจัดทำสรุปผลการประเมิน การเรียนการสอนในทุกรายวิชา และมีการเสนอแนวทางและวิธีการที่จะปรับแก้ และจากการ วิเคราะห์ข้อมูล มคอ. 5</p> <p>(3) มีการประเมินกระบวนการ หลักสูตรมีข้อเสนอแนะสำหรับการปรับปรุงระบบการกำกับติดตาม มคอ. 5 มหาวิทยาลัยควรนำระบบสารสนเทศมาช่วยในการจัดทำและกำกับติดตาม มคอ. 5 ข้อมูล จากระบบสารสนเทศจะช่วยสนับสนุนให้การจัดทำ มคอ.7 มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น</p>
--	--

<p style="text-align: center;">ผลการประเมินตนเอง :3..... คะแนน</p> <p>เหตุผล :หลักสูตรมีการปรับปรุงการประเมินวัดผลรายวิชาของหลักสูตร</p>
--

ผลการดำเนินงานหลักสูตรตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา (ตัวบ่งชี้ 5.4)			
	ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators)	ผลการดำเนินการ	✓ เป็นไปตามเกณฑ์ ✗ ไม่เป็นไปตามเกณฑ์
1)	อาจารย์ประจำหลักสูตร อย่างน้อยร้อยละ 80 มีส่วน ร่วมในการประชุมเพื่อ วางแผน ติดตาม และ ทบทวนการดำเนินงาน หลักสูตร	อาจารย์ประจำหลักสูตรอย่างน้อยร้อยละ 80 มี ส่วนร่วมในการประชุมเพื่อวางแผน ติดตาม และทบทวนการดำเนินงาน จำนวนทั้งสิ้น 4 ครั้ง ดังนี้ - ครั้งที่ 1 เมื่อวันที่ 20 ก.ค. 2561 มีอาจารย์ ประจำหลักสูตรเข้าร่วม จำนวน 5 คน คิดเป็น ร้อยละ 100 - ครั้งที่ 2 เมื่อวันที่ 25 ธ.ค. 2561 มีอาจารย์ ประจำหลักสูตรเข้าร่วม จำนวน 5 คน คิดเป็น ร้อยละ 100 - ครั้งที่ 3 เมื่อวันที่ 8 ม.ค. 2562 มีอาจารย์ ประจำหลักสูตรเข้าร่วม จำนวน 5 คน คิดเป็น ร้อยละ 100 - ครั้งที่ 4 เมื่อวันที่ 24 พ.ค. 2562 มีอาจารย์ ประจำหลักสูตรเข้าร่วม จำนวน 5 คน คิดเป็น ร้อยละ 100	✓
2)	มีรายละเอียดของหลักสูตร ตามแบบ มคอ.2 ที่ สอดคล้องกับกรอบ มาตรฐานคุณวุฒิแห่งชาติ หรือ มาตรฐานคุณวุฒิสาขา/ สาขาวิชา (ถ้ามี)	หลักสูตรมีรายละเอียด ตามแบบ มคอ. 2 ที่ สอดคล้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ	✓
3)	มีรายละเอียดของรายวิชา และรายละเอียดของ ประสบการณ์ภาคสนาม (ถ้า มี) ตามแบบ มคอ.3 และ มคอ.4 อย่างน้อยก่อนการ เปิดสอนในแต่ละภาค การศึกษาให้ครบทุกรายวิชา	หลักสูตรมีรายละเอียดของรายวิชา ตามแบบ มคอ. 3 และ มคอ. 4 ในภาคเรียนที่ 1/2560 จำนวน 30 วิชา และภาคเรียนที่ 2/2560 จำนวน 33 วิชา ก่อนการเปิดสอนในแต่ละภาค การศึกษาครบทุกรายวิชา	✓
4)	จัดทำรายงานผลการ ดำเนินการของรายวิชา และ รายงานผลการดำเนินการ ของประสบการณ์ภาคสนาม	หลักสูตรได้จัดทำรายงานผลการดำเนินการของ รายวิชา ตามแบบ มคอ.5 และ มคอ.6 ในภาค เรียนที่ 1/2560 จำนวน 30 วิชา และภาคเรียน ที่ 2/2560 จำนวน 33 วิชา ภายใน 30 วัน	✓

ผลการดำเนินงานหลักสูตรตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา (ตัวบ่งชี้ 5.4)			
	ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators)	ผลการดำเนินการ	✓ เป็นไปตามเกณฑ์ ✗ ไม่เป็นไปตามเกณฑ์
	(ถ้ามี) ตามแบบ มคอ.5 และ มคอ.6 ภายใน 30 วัน หลังสิ้นสุดภาคการศึกษาที่เปิดสอนให้ครบทุกรายวิชา	หลังสิ้นสุดภาคการศึกษา ครบทุกรายวิชา	
5)	จัดทำรายงานผลการดำเนินการของหลักสูตร ตามแบบ มคอ.7 ภายใน 60 วัน หลังสิ้นสุดปีการศึกษา	หลักสูตร มีการจัดทำรายงานผลการดำเนินการของหลักสูตร ตามแบบมคอ. 7 และจัดส่ง เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2560 แล้วเสร็จภายใน 60 วัน หลังสิ้นสุดปีการศึกษา	✓
6)	มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ ที่กำหนดใน มคอ.3 และมคอ.4 (ถ้ามี) อย่างน้อยร้อยละ 25 ของรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละปีการศึกษา	-ภาคการศึกษา 1/2560 เปิดสอน 30 รายวิชา และมีรายวิชาที่ได้รับการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ จำนวน 11 รายวิชา -ภาคการศึกษา 2/2560 เปิดสอน 33 รายวิชา และมีรายวิชาที่มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ จำนวน 12 รายวิชา รายวิชาที่ได้รับการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ คิดเป็นร้อยละ 25 ของรายวิชาทั้งหมด	✓
7)	มีการพัฒนา/ปรับปรุงการจัดการเรียนการสอน กลยุทธ์การสอน หรือ การประเมินผลการเรียนรู้ จากผลการประเมินการดำเนินงานที่รายงานใน มคอ.7 ปีที่แล้ว	ข้อเสนอแนะจากผลการประเมินการดำเนินงาน ใน มคอ.7 ในปีที่ผ่านมา ดังนี้ องค์ประกอบที่ 1 การกำกับมาตรฐาน ควรให้อาจารย์ประจำหลักสูตรทำผลงานทางวิชาการ เพื่อรองรับในการปรับปรุงหลักสูตรตามเกณฑ์มาตรฐานการศึกษา พ.ศ 2558 องค์ประกอบที่ 2 บัณฑิต ควรนำผลการประเมินจากผู้ใช้บัณฑิตมาปรับปรุงสาระรายวิชา ให้ความทันสมัยในทุกๆ ปีการศึกษา องค์ประกอบที่ 3 นักศึกษา ควรมีการปรับสัดส่วนของอาจารย์ที่ปรึกษา โดยการเปิดรับอัตราอาจารย์เพิ่มขึ้น โดยอาจใช้อาจารย์ภายในคณะมาเป็นที่ปรึกษา เพื่อสามารถดูแลนักศึกษาได้อย่างทั่วถึง องค์ประกอบที่ 4 อาจารย์ หลักสูตรควรส่งเสริมและสนับสนุนให้อาจารย์ประจำหลักสูตรทำผลงานวิชาการและขอกำหนด	✓

ผลการดำเนินงานหลักสูตรตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา (ตัวบ่งชี้ 5.4)			
	ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators)	ผลการดำเนินการ	✓ เป็นไปตามเกณฑ์ ✗ ไม่เป็นไปตามเกณฑ์
		<p>ตำแหน่งวิชาการ เพื่อรองรับมาตรฐานการศึกษา พ.ศ 2558</p> <p>องค์ประกอบที่ 5 หลักสูตร ควรใช้ศักยภาพด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่เข้ามาส่งเสริมในหลักสูตร เพื่อออกสู่ตลาดได้</p> <p>องค์ประกอบที่ 6 สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ หลักสูตรควรกำหนดความต้องการด้านสิ่งสนับสนุนที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรม เช่น การสนับสนุนโปรแกรมใหม่ ๆ พื้นที่การเรียนรู้จริง เป็นต้น</p> <p>การพัฒนา/ปรับปรุง จากผลการประเมินการดำเนินงานใน มคอ.7 ในปีที่ผ่านมา ดังนี้</p> <p>องค์ประกอบที่ 1 การกำกับมาตรฐาน การวางแผน IDP ของอาจารย์ประจำหลักสูตร</p> <p>องค์ประกอบที่ 2 บัณฑิต มีการประเมินผลความคิดเห็น ผู้ใช้บัณฑิต นำมาปรับสาระรายวิชา</p> <p>องค์ประกอบที่ 3 นักศึกษา วางแผนสัดส่วนอาจารย์กับจำนวนนักศึกษาให้มีความเหมาะสม และการประชุมวางแผนการให้คำปรึกษาของหลักสูตร</p> <p>องค์ประกอบที่ 4 อาจารย์ การวางแผน IDP ของอาจารย์ประจำหลักสูตร</p> <p>องค์ประกอบที่ 5 หลักสูตร ประชุมอาจารย์ประจำหลักสูตรเพื่อวางแผนในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาปรับใช้ในกิจกรรมการเรียนการสอน</p> <p>องค์ประกอบที่ 6 สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ ประชุมอาจารย์ประจำหลักสูตรเพื่อวางแผนในการนำเสนอคณะกรรมการประจำคณะ / รองคณบดีฝ่ายนโยบายและแผน ในการของบประมาณสนับสนุนโปรแกรมใหม่ ๆ พื้นที่การเรียนรู้จริง</p>	

ผลการดำเนินงานหลักสูตรตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา (ตัวบ่งชี้ 5.4)			
	ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators)	ผลการดำเนินการ	✓ เป็นไปตามเกณฑ์ ✗ ไม่เป็นไปตามเกณฑ์
8)	อาจารย์ใหม่ (ถ้ามี) ทุกคนได้รับการปฐมนิเทศหรือคำแนะนำด้านการจัดการเรียนการสอน	-	NA
9)	อาจารย์ประจำหลักสูตรทุกคนได้รับการพัฒนาทางวิชาการ และ/หรือวิชาชีพอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง	อาจารย์ประจำหลักสูตรจำนวน 5 คน และได้รับการพัฒนาทางวิชาการ และ/หรือวิชาชีพจำนวน 5 คน	✓
10)	จำนวนบุคลากรสนับสนุนการเรียนการสอน (ถ้ามี) ได้รับการพัฒนาวิชาการ และ/หรือวิชาชีพ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ต่อปี ไม่มีบุคลากรสายสนับสนุน	ไม่มีบุคลากรสายสนับสนุน	N/A
11)	ระดับความพึงพอใจของนักศึกษาปีสุดท้าย/บัณฑิตใหม่ที่มีต่อคุณภาพหลักสูตรเฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.5 จากคะแนนเต็ม 5.0	ระดับความพึงพอใจของนักศึกษาปีสุดท้าย/บัณฑิตใหม่ที่มีต่อคุณภาพหลักสูตรเฉลี่ย ...4.83..... คะแนน	✓
12)	ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อบัณฑิตใหม่เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.5 จากคะแนนเต็ม 5.0	ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อบัณฑิตใหม่ ตามคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ 5 ด้าน เฉลี่ย 4.43 คะแนน	✓
รวมตัวบ่งชี้ในปี		10	
จำนวนตัวบ่งชี้ที่ดำเนินการผ่านเฉพาะตัวบ่งชี้ที่ 1-5		5	
ร้อยละของตัวบ่งชี้ที่ 1-5		100	
จำนวนตัวบ่งชี้ในปีที่ดำเนินการผ่าน		10	
ร้อยละของตัวบ่งชี้ทั้งหมดในปี		100	

ผลการประเมินตนเอง :5..... คะแนน
เหตุผล :(กรณีที่มีผลการประเมินตนเองที่ระดับ 4 หรือ 5 คะแนน)

รายการหลักฐานหมวดที่ 4 ข้อมูลสรุปรายงาน

MK-BUSIT-5-01	เล่มหลักสูตรปรับปรุง ปี 2558
MK-BUSIT-5-02	รายงานการประชุม
MK-BUSIT-5-03	มคอ.3 และ 4 ทุกรายวิชา (ข้อมูลคณะฯ)
MK-BUSIT-5-04	มคอ.5 และ มคอ.6 ทุกรายวิชา (ข้อมูลคณะฯ)
MK-BUSIT-5-05	ผลการทวนสอบผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้
MK-BUSIT-5-06	ผลการประเมินความพึงพอใจต่อหลักสูตรของปีสุดท้าย สาขาวิชาการตลาด
MK-BUSIT-5-07	ผลการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตต่อบัณฑิตใหม่ (ข้อมูลคณะฯ)

หมวดที่ 5 การบริหารหลักสูตร

การบริหารหลักสูตร

ปัญหาในการบริหารหลักสูตร	ผลกระทบของปัญหาต่อสัมฤทธิ์ผลตามวัตถุประสงค์ของหลักสูตร	แนวทางการป้องกันและแก้ไข ปัญหา ในอนาคต
1.ปัญหาอาจารย์ประจำหลักสูตร จบไม่ตรงสาย จำนวนไม่เพียงพอ	1.ผลกระทบต่อการจัดการเรียนการสอน ขาดแคลนอาจารย์ 2.ผลกระทบต่อการตรวจประกันคุณภาพการศึกษา	1.เปิดรับอาจารย์เพิ่มในสาขาวิชาการตลาด 2 อัตรา ที่มีคุณสมบัติตรงสายสามารถเป็นอาจารย์ประจำหลักสูตรได้ 2.วางแผนด้านการบริหารหลักสูตร และนำปัญหาไปปรับแก้ไขในการปรับปรุงหลักสูตรปี 2560
2.คุณวุฒิตำแหน่งวิชาการ และคุณวุฒิระดับปริญญาเอก	1.มีผลต่อความน่าเชื่อถือและความโดดเด่น และการพัฒนาหลักสูตร 2.ทำให้คะแนนประกันคุณภาพต่ำเนื่องจากขาดแคลนอาจารย์ที่มีตำแหน่งทางวิชาการและอาจารย์ในระดับปริญญาเอก	1.มีการวางแผนเรื่องการทำผลงานทางวิชาการของอาจารย์ประจำหลักสูตรและอาจารย์รับผิดชอบหลักสูตร โดยมีการวางแผนร่วมกัน และจัดสรรอาจารย์ที่จะทำในแต่ละปี 2.มีการวางแผนส่งอาจารย์ในสาขาไปศึกษาต่อในระดับปริญญาเอก
3.ปัญหานักศึกษาสูญหาย ไม่มี	1.มีผลในเรื่องนักศึกษาเข้าศึกษาในปริมาณที่มากแต่จำนวนนักศึกษาจบการศึกษามีน้อย ทำให้เกิดปัญหาในกระบวนการหารการศึกษา 2.จำนวนนักศึกษาคงอยู่น้อย มีผลในเรื่องการจัดสรรงบประมาณและการ	1.มีการสรุปยอดนักศึกษาที่มีตัวตนในภาคการศึกษา

<p>ตัวตน และ ออกระหว่าง การศึกษา รวมถึงการ ฟื้นฟูสภาพ การศึกษา</p>	<p>จัดการเรียนการสอน 3.ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ดีต่อสาขาวิชาส่งผลกระทบต่อความนิยมและการเลือก ศึกษาต่อในปีการศึกษาต่อไป</p>	<p>แรกโดยให้อาจารย์ ที่ปรึกษารายงาน ผลต่อหัวหน้า สาขาวิชาและ ทะเบียนเพื่อ ดำเนินการตัด รายชื่อออก 2.ให้อาจารย์ที่ ปรึกษา เข้าแนะนำ ในเรื่องการเรียน การสอนในแต่ละภาค การศึกษา และ ช่วยในเรื่องวางแผน การเรียนเพื่อ ไม่ให้ตกออก 3.มีการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ รวมถึงการแนะ แนวการศึกษากับ กลุ่มเป้าหมาย</p>
--	--	---

รายงานผลการดำเนินงาน สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ (ตัวบ่งชี้ 6.1)

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน
<p>สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ (ตัวบ่งชี้ 6.1)</p>	<p>- ระบบการดำเนินงานของภาควิชา/คณะ/สถาบันโดยมีส่วนร่วมของ อาจารย์ประจำหลักสูตรเพื่อให้มีสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ หลักสูตรได้มีการจัดการบริหารจัดการทรัพยากรในการจัดการเรียนการสอน และสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ ที่จัดการเรียนการสอนภายในมหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจักรพงษ์ภูวนารถ ให้เกิด ประสิทธิภาพ มหาวิทยาลัยจึงกำหนดให้สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ ดูแลและ บริหารจัดการโดยสำนักงานวิทยาเขต เช่น</p> <ul style="list-style-type: none"> - ห้องเรียน โดยฝ่ายอาคาร - ห้องปฏิบัติการ โดยสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ - การบริการด้านคอมพิวเตอร์และระบบเครือข่ายและระบบ internet โดยศูนย์คอมพิวเตอร์ - ด้านทรัพยากรการเรียนรู้ โดยสำนักวิทยบริการ <p>มหาวิทยาลัยมีระบบและกลไกในการเชื่อมโยงการสนับสนุนสิ่งสนับสนุน</p>

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน
	<p>การเรียนรู้ โดยใช้กระบวนการ PDCA เป็นพื้นฐาน</p> <p>การนำระบบและกลไกสู่การปฏิบัติ/ดำเนินการ</p> <p>การวางแผน ในแต่ละปีงบประมาณ แต่ละหน่วยงานหลักจะทำการสอบถามความต้องการสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้จากทางสำนักงานวิทยาเขต ซึ่งสำนักงานวิทยาเขตจะได้มอบหมายให้สาขาวิชาประสานทางหลักสูตรฯ ต่าง ๆ โดยอาจารย์ประจำหลักสูตรจะมีการประชุมร่วมกันโดยนำผลการดำเนินการและผลการประเมินความพึงพอใจในการให้บริการของแต่ละหน่วยงานสำนักงานวิทยาเขต ในปีที่ผ่านมา ทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์ความต้องการ</p> <p>สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ที่หลักสูตรฯ ต้องการ ซึ่งข้อมูลความต้องการจะถูกกลั่นกรองเบื้องต้นโดยคณะกรรมการประจำสาขาวิชา และรวบรวมและส่งผ่านสำนักงานวิทยาเขต ซึ่งแต่ละหน่วยงานจะมีคณะกรรมการพิจารณาความต้องการสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้จากทางสำนักงานวิทยาเขต เพื่อเสนอมหาวิทยาลัยในการจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรสนับสนุน ซึ่งมหาวิทยาลัยจะนำข้อมูลข้างต้นวิเคราะห์และสังเคราะห์ร่วมกับผลการดำเนินการในภาพรวม</p> <p>การดำเนินการตามแผน ในปีการศึกษา 2561 มหาวิทยาลัยได้จัดสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้แก่หลักสูตรผ่านหน่วยงานหลัก โดยมีสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ที่เพียงพอและเหมาะสมต่อการจัดการเรียนการสอนที่เพียงพอและเหมาะสมต่อการจัดการเรียนการสอน เช่น ห้องเรียน ที่พักของนักศึกษา ห้องสมุด ตำรา สิ่งพิมพ์ วารสาร ฐานข้อมูลเพื่อการสืบค้น แหล่งเรียนรู้ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ต่าง ๆ รวมถึงระบบอินเทอร์เน็ตและ WIFI ที่ให้บริการ ซึ่งสำนักงานวิทยาเขตได้มีการประสานงานกับคณะฯ และสาขาการตลาด โดยอาจารย์ประจำหลักสูตรจะมีส่วนร่วมเพื่อให้มีสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ดังต่อไปนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ห้องเรียน : อาคารเรียน 6 มีห้องบรรยายรวมจำนวน 56 ห้อง - ห้องปฏิบัติการ : ห้องบันทึกเสียง ห้องถ่ายทำ เทคนิคการถ่ายภาพ อดวีดีโอ อาคาร 6 ชั้น 5 สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ - การบริการด้านคอมพิวเตอร์และระบบเครือข่ายและระบบ internet : เครื่องคอมพิวเตอร์ให้บริการนักศึกษา 782 เครื่อง มีระบบ WIFI 85 จุด เป็นของ AIS 60 access points และของมหาวิทยาลัยเอง 20 access points งานทะเบียนนักศึกษาผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ - ด้านทรัพยากรการเรียนรู้ : อาคาร 5 และ 6 มีการจัดพื้นที่นั่งอ่านและค้นคว้าทั้งที่เป็นพื้นที่โล่ง และอาคาร 5 ชั้น 5 เป็นศูนย์การเรียนรู้ด้วยตนเอง (self-study) มีเครื่องคอมพิวเตอร์อยู่ 160 เครื่องรวมทั้งมีบริการ เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตด้วยระบบ Wireless ครอบคลุมทุกชั้นทั่วอาคาร บริการห้องสมุด และแหล่งเรียนรู้อื่น ๆ ผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ บริการฐานข้อมูล

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน
	<p>อิเล็กทรอนิกส์ บริการสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศผ่านระบบห้องสมุดอัตโนมัติ การจัดส่งอำนวยความสะดวก และสิ่งสนับสนุนทางการศึกษา</p> <p>หลักสูตรให้นักศึกษาและอาจารย์ในสาขาใช้ห้องสมุด และห้องเรียนรู้ด้วยตนเอง จากสำนักวิทยบริการ โดยสาขามีส่วนในการสั่งซื้อหนังสือและสื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการค้นคว้าเพิ่มเติมเข้าห้องสมุดอยู่เสมอ เช่น รายวิชาสาขาการตลาด อาจารย์แต่ละท่านจะแนะนำให้นักศึกษาหาข้อมูล นิตยสาร วารสารวิจัยในห้องสมุด หรือ การใช้ห้องประชุม ณ ห้องสมุดขนาด เล็กจำลองสถานการณ์ เช่น ในปี 2561 ได้มีการจัดการประชุมโดยนักศึกษา ในรายวิชาการจัดการอุตสาหกรรมไม้ โดยใช้ห้อง conference 2 ตึก 5 ชั้น 4 เพื่อนำเสนอการประชุม โดยทั้งนี้ แผนกห้องสมุดจะมีการสำรวจไปยังสาขาวิชา ผ่านบันทึกข้อความ ช่องทางสังคมออนไลน์</p> <p>นอกจากนี้อาคาร 5 ชั้น 5 เป็นศูนย์การเรียนรู้ด้วยตนเอง (self-study) มีโต๊ะ ที่นั่ง มีคอมพิวเตอร์ ได้จัดระบบคอมพิวเตอร์ให้มีประสิทธิภาพเพียงพอต่อการใช้งานของนักศึกษา อาจารย์สามารถมอบหมายงานและทำงานส่งผ่านสังคมออนไลน์ในเวลาที่กำหนดเพื่อฝึกการใช้เทคโนโลยีได้</p> <p>การจัดพื้นที่/สถานที่สำหรับนักศึกษาและอาจารย์ได้พบปะสังสรรค์ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้จัดสรรงบประมาณเพื่อปรับภูมิทัศน์ บริเวณใต้อาคาร 6 ให้สามารถใช้เป็นที่พบปะสังสรรค์ เพื่อแลกเปลี่ยนสนทนาของอาจารย์และนักศึกษา โดยจัดโต๊ะ เก้าอี้ไม้ และซุ้มเห็ดให้อย่างเพียงพอและเหมาะสม ในระดับหลักสูตรอาจารย์ของสาขาวิชาการตลาดจะนั่งที่ห้องพักอาจารย์ ตึก 6 ชั้น 4 แทนที่เดิมใช้ตึก 5 ห้อง 561 โดยนักศึกษาสามารถเข้าพบภายในห้องพัก โดยดูจากตารางสอนของอาจารย์หรือตารางการนัดหมาย สำหรับอาจารย์จะใช้ห้องพักในการทำงานและประชุมร่วมกัน ทั้งนี้ สาขาวิชาการตลาดจะนั่งทำรายงาน รับประทานอาหาร จัดกิจกรรมของสาขา พบปะรุ่นพี่รุ่นน้อง ณ บริเวณใต้อาคาร 5 และ 6 ตลอดจนอาจารย์จะใช้เป็นสถานที่พูดคุย ปรึกษางานที่มอบหมายให้นักศึกษาอีกด้วย</p> <p>มีบริการคอมพิวเตอร์อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้จัดหาอุปกรณ์เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตไร้สาย (WIFI) และปล่อยสัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สายไว้บริเวณอาคาร 1, 2, 4, 5, 6 และ 9 นักศึกษาและอาจารย์จึงสามารถใช้สัญญาณอินเทอร์เน็ตจากจุดใดในคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศได้ตลอดเวลา โดยขั้นตอนในการดำเนินงาน จะมีคณะกรรมการบริหารคณะฯ ประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อได้ข้อมูลที่จำเป็นในการบริหารจัดการ เช่น จำนวนนักศึกษาในแต่ละสาขา/ชั้นปี รวมถึงจำนวนและสถานะของสิ่งอำนวยความสะดวกให้สาขา (หลักสูตร) ทราบ (เช่น ห้องเรียน ขนาดความจุแต่ละห้องเรียน เป็นต้น) ที่มีการประสานงานระหว่างฝ่ายระบบทะเบียนการศึกษา และฝ่ายวิชาการของคณะ</p>

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน
	<p>นำข้อมูลเสนอในคณะกรรมการบริหารคณะฯ</p> <p>หากกรณีที่ทรัพยากรนั้นๆ อยู่ในความรับผิดชอบสาขา (หลักสูตร) ให้ดำเนินการตรวจสอบความพร้อมในการใช้งาน หากมีความชำรุดบกพร่องจะต้องดำเนินการแก้ไขให้แล้วเสร็จก่อนเปิดภาคการศึกษา หากไม่มีให้เสนอแผนของงบประมาณจัดหาต่อไป ซึ่งอยู่ในความรับผิดชอบของหน่วยงานอื่นๆ เช่น ฝ่ายอาคารสำนักงานวิทยาเขต ให้แจ้งคณะฯ เพื่อประสานงานความต้องการใช้สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ต่อไป มีคณะกรรมการบริหารหลักสูตรติดตามและสรุปผลความพร้อมและความพึงพอใจของอาจารย์และนักศึกษาต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ แต่ละรายวิชา และคณะกรรมการบริหารหลักสูตรรายงานผลการประเมิน หากพบปัญหาหรือความบกพร่องจากกระบวนการใดจะเสนอความเห็น และ/หรือแนวทางการปรับแก้ไขในภาคการศึกษาต่อไป ผ่านมคอ.5 และแจ้งผ่านหัวหน้าสาขาเพื่อเข้าที่ประชุมคณะกรรมการประจำคณะ พิจารณาและแจ้งวิทยาเขตดำเนินการต่อไป</p> <p>- จำนวนสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ที่เพียงพอและเหมาะสมต่อการจัดการเรียนการสอน ทำตารางเปรียบเทียบ 2560 2561</p> <p>หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต ได้มีการใช้สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ ที่ใช้ทรัพยากรร่วมกันในวิทยาเขต ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ห้องเรียน สำหรับการเรียนการสอน ในอาคาร 6 แทนที่เดิมใช้อาคาร 1, 2, 4, 5 และ 9 ในรายวิชาบรรยาย หลักสูตรจะใช้ห้องบรรยายส่วนใหญ่ ตึกอเนกประสงค์ 6 ชั้น 4 มีจำนวน 14 ห้อง ซึ่งเป็นตึกใหม่เปิดใช้เมื่อปี 2561 เป็นบริเวณในการวางผลงานนักศึกษาของหลักสูตร เช่น X-stand, บอร์ด แต่ละรายวิชา <p>ในปีการศึกษา 2561 มีการจัดทำและนำเสนอ X-stand ของนักศึกษาสหกิจดีเด่น 10 ราย เพื่อโชว์ผลงานซึ่งวางไว้ที่บริเวณหน้าสาขา</p> 2. ห้องสมุด อาคาร 5 ชั้น 3-4 มีตั้งแต่เฟอร์นิเจอร์พื้นฐานอย่าง เก้าอี้เบาะนั่งโซฟา หรือโต๊ะสำหรับวางคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย ห้องสำหรับทบทวนหนังสือ ค้นคว้าหาความรู้ศาสตร์ด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเรียนการสอน ทำรายงาน มีห้องประชุมขนาดความจุ้นักศึกษาได้ 10 คน 1 ห้อง และ 25 คน 1 ห้อง ซึ่งสามารถใช้เป็นสถานที่ทบทวนหรือให้คำปรึกษา แนะนำการเรียนรู้นอกชั้นเรียนได้ ทั้งนี้ อาจารย์สามารถแจ้งรายชื่อนักเรียนที่ต้องการสั่งซื้อไว้ในห้องสมุดได้ โดยห้องสมุดมีแบบฟอร์มสำรวจรายชื่อนักเรียนให้อาจารย์ 3. ศูนย์การเรียนรู้ อาคาร 5 ชั้น 5 มีคอมพิวเตอร์ที่นักศึกษาสามารถใช้สำหรับทำรายงาน หาข้อมูลประกอบการเรียนการสอนของหลักสูตร ปี 2561 ไม่มีเพิ่มจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ จากเดิมปีก่อนได้เพิ่มเครื่องคอมพิวเตอร์แล้ว 100 เครื่อง มี Firewall มาพร้อมด้วยคุณสมบัติการจัดการแบนด์วิธที่มาก

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน																		
	<p>ขึ้น มี Account WIFI เป็นรายบุคคล ที่นักศึกษาสามารถสมัคร Account เป็นของตนเองได้</p> <p>ทั้งนี้ หัวหน้าสาขาได้ขอวัสดุและอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบการสอนเพิ่ม 10% จากปีก่อน เช่นปากกาไวท์บอร์ด, กระดาษ, หมึก, แฟ้ม, อื่นๆ เนื่องจากมีอาจารย์ลาเรียน อาจารย์ใหม่ วัสดุสิ้นเปลืองที่ต้องทดแทนของเดิม และได้มีการเสนองบประมาณครุภัณฑ์ผ่านฝ่ายบริหารและแผนเพื่อขอพิจารณา เช่น กระดาษฟลิปบอร์ดสำหรับรายวิชาที่ให้นักศึกษาอภิปรายกลุ่ม ห้องปฏิบัติการ สำหรับในรายวิชาดิจิทัล รายวิชาวิจัยการตลาด คอมพิวเตอร์พกพาและโปรแกรมพื้นฐานสำหรับการเรียนการสอนให้กับอาจารย์ในสาขาวิชาทุกท่าน</p> <p>การประเมินผลกระบวนการ</p> <p>การประเมินผลการดำเนินการและความพึงพอใจของนักศึกษาและอาจารย์</p> <table border="1" data-bbox="587 862 1455 1010"> <tr> <td>จำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่จัดบริการให้นักศึกษา (เครื่อง)</td> <td>782</td> </tr> <tr> <td>จำนวน Notebook และ Mobile Device ต่างๆ ของนักศึกษาที่มีการลงทะเบียนการใช้ Wi-Fi กับสถาบัน</td> <td>2,519</td> </tr> </table> <p>ที่มา สำนักงานวิทยาเขตจรัลพงษานุรักษ์</p> <p>จากตารางสะท้อนให้เห็นว่าจำนวนสิ่งสนับสนุนและผลประเมินภาพรวมมีระดับที่เพิ่มขึ้นทุกการประเมิน จากกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาที่ทางสำนักงานวิทยาเขตรับผิดชอบดูแล โดยมีกระบวนการที่หลักสูตรมีส่วนร่วม</p> <p>- จำนวนสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ที่เพียงพอและเหมาะสมต่อการจัดการเรียนการสอนของอาจารย์สาขาวิชาการตลาด</p> <table border="1" data-bbox="587 1346 1437 1928"> <thead> <tr> <th colspan="3">รายการข้อมูลพื้นฐาน</th> </tr> <tr> <th rowspan="2">ชื่อข้อมูลพื้นฐาน ปีการศึกษา 2561</th> <th colspan="2">ผลการดำเนินงาน</th> </tr> <tr> <th>2560</th> <th>2561</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ผลประเมินความพึงพอใจด้านสื่อ/เอกสารและอุปกรณ์การเรียนการสอน อาทิ คอมพิวเตอร์ ระบบอินเทอร์เน็ต หนังสือ บทความวิชาการ งานวิจัย</td> <td>2.78</td> <td>3.49</td> </tr> <tr> <td>ผลความพึงพอใจด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม อาทิ สภาพแวดล้อมภายนอก (ความสะอาด ความสงบร่มรื่น) อาคาร ห้องเรียน โต๊ะ เก้าอี้ ห้องน้ำ ห้องสุขา อุปกรณ์ต่างๆ สถานที่จอดรถ รวมทั้งสภาพแวดล้อมโดยทั่วไป</td> <td>2.51</td> <td>3.56</td> </tr> </tbody> </table> <p>ที่มา สาขาการตลาด</p> <p>จากตารางในปีการศึกษา สะท้อนให้เห็นว่าจำนวนสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้และผลประเมินจากอาจารย์มีระดับปานกลางถึงมาก จากจำนวนอาจารย์ใน</p>	จำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่จัดบริการให้นักศึกษา (เครื่อง)	782	จำนวน Notebook และ Mobile Device ต่างๆ ของนักศึกษาที่มีการลงทะเบียนการใช้ Wi-Fi กับสถาบัน	2,519	รายการข้อมูลพื้นฐาน			ชื่อข้อมูลพื้นฐาน ปีการศึกษา 2561	ผลการดำเนินงาน		2560	2561	ผลประเมินความพึงพอใจด้านสื่อ/เอกสารและอุปกรณ์การเรียนการสอน อาทิ คอมพิวเตอร์ ระบบอินเทอร์เน็ต หนังสือ บทความวิชาการ งานวิจัย	2.78	3.49	ผลความพึงพอใจด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม อาทิ สภาพแวดล้อมภายนอก (ความสะอาด ความสงบร่มรื่น) อาคาร ห้องเรียน โต๊ะ เก้าอี้ ห้องน้ำ ห้องสุขา อุปกรณ์ต่างๆ สถานที่จอดรถ รวมทั้งสภาพแวดล้อมโดยทั่วไป	2.51	3.56
จำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่จัดบริการให้นักศึกษา (เครื่อง)	782																		
จำนวน Notebook และ Mobile Device ต่างๆ ของนักศึกษาที่มีการลงทะเบียนการใช้ Wi-Fi กับสถาบัน	2,519																		
รายการข้อมูลพื้นฐาน																			
ชื่อข้อมูลพื้นฐาน ปีการศึกษา 2561	ผลการดำเนินงาน																		
	2560	2561																	
ผลประเมินความพึงพอใจด้านสื่อ/เอกสารและอุปกรณ์การเรียนการสอน อาทิ คอมพิวเตอร์ ระบบอินเทอร์เน็ต หนังสือ บทความวิชาการ งานวิจัย	2.78	3.49																	
ผลความพึงพอใจด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม อาทิ สภาพแวดล้อมภายนอก (ความสะอาด ความสงบร่มรื่น) อาคาร ห้องเรียน โต๊ะ เก้าอี้ ห้องน้ำ ห้องสุขา อุปกรณ์ต่างๆ สถานที่จอดรถ รวมทั้งสภาพแวดล้อมโดยทั่วไป	2.51	3.56																	

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน								
	สาขาการตลาดรวมทั้ง 9 คน ทั้งอาจารย์ประจำหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอนในหลักสูตร								
	การปรับปรุง/พัฒนา/บูรณาการกระบวนการจากผลการประเมิน								
	- กระบวนการปรับปรุงตามผลการประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาและอาจารย์ต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้								
	หลักสูตรจะนำผลประเมินผ่านระบบทะเบียนทุกรายวิชาจากมคอ.5 มาใช้ในการปรับปรุงกับนักศึกษาทุกปีการศึกษา โดยข้อคำถามด้านสิ่งสนับสนุน ดังนี้ <ol style="list-style-type: none"> 1. เครื่องมืออุปกรณ์มีเพียงพอ ทันสมัย และอยู่ในสภาพพร้อมใช้ 2. เครื่องมือโสตทัศนูปกรณ์มีเพียงพอและอยู่ในสภาพพร้อมใช้ 3. ห้องเรียน/สถานที่ปฏิบัติ มีความเหมาะสม สะดวก 4. ห้องเรียนมีความสะอาดและปลอดภัย 5. ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อคุณภาพการสอนและสิ่งสนับสนุนการสอน ปีการศึกษา 2560 ฝ่ายประกันคุณภาพ คณะฯ ได้มีการประเมินความพึงพอใจนักศึกษาสาขาวิชาการตลาดของนักศึกษาชั้นปีที่ 1-4 ที่มีหัวข้อด้านสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ รายละเอียดต่อไปนี้								
ความพึงพอใจ ปีการศึกษา 2560									
ความพึงพอใจต่อหลักสูตร	ชั้นปีที่ 1		ชั้นปีที่ 2		ชั้นปีที่ 3		ชั้นปีที่ 4		
	x	S.D	x	S.D	x	S.D	x	S.D	
สภาพแวดล้อมการเรียนรู้	4.12	0.75	3.87	0.88	3.88	0.93	3.83	0.84	
1. ห้องเรียนมีอุปกรณ์เหมาะสมเอื้อต่อการเรียนรู้ และเพียงพอต่อนักศึกษา	4.10	0.82	3.83	1.01	3.63	0.92	3.79	0.97	
2. ห้องปฏิบัติมีอุปกรณ์เหมาะสมและเพียงพอ	4.11	0.84	3.81	1.06	3.92	0.74	3.79	1.01	
3. ระบบบริการสารสนเทศเหมาะสม	4.17	0.79	3.98	1.00	4.02	0.62	3.96	0.95	
4. ห้องสมุดเหมาะสม เอื้อต่อการเรียนและเพียงพอ	3.85	0.92	3.69	1.20	3.98	0.79	3.68	1.15	
5. สนามกีฬาที่ออกกำลังกายที่นั่งอ่านหนังสือ เอื้อต่อการเรียนรู้และเพียงพอ	ปีการศึกษา 2561 หลักสูตร ได้มีการประเมินความพึงพอใจนักศึกษาสาขาวิชาการตลาดของนักศึกษาชั้นปีที่ 1-4 ที่มีหัวข้อด้านสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ รายละเอียดต่อไปนี้								

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน							
	ปีการศึกษา 2561							
	ชั้นปีที่ 1		ชั้นปีที่ 2		ชั้นปีที่ 3		ชั้นปีที่ 4	
ความพึงพอใจต่อหลักสูตร	x	S.D	x	S.D	x	S.D	x	S.D
	สภาพแวดล้อมการเรียนรู้	4.83	0.38	4.83	0.56	4.45	0.50	4.78
1.ห้องเรียนมีอุปกรณ์เหมาะสมเอื้อต่อการเรียนรู้และเพียงพอต่อนักศึกษา								
2.ห้องปฏิบัติมีอุปกรณ์เหมาะสมและเพียงพอ	4.80	0.61	4.77	0.59	4.85	0.40	4.79	0.52
3.ระบบบริการสารสนเทศเหมาะสม	4.67	0.76	4.81	0.53	4.80	0.49	4.87	0.43
4.ห้องสมุดเหมาะสม เอื้อต่อการเรียนและเพียงพอ	4.83	0.38	4.88	0.33	4.78	0.50	4.95	0.22
5.สนามกีฬาที่ออกกำลังกายที่นั่งอ่านหนังสือ เอื้อต่อการเรียนรู้และเพียงพอ	4.77	0.43	4.85	0.36	4.79	0.48	4.86	0.46
<p>จากตารางพบว่านักศึกษาของหลักสูตรการตลาดมีความพึงพอใจระดับมาก รายข้อ ห้องสมุดเหมาะสมเอื้อต่อการเรียนและเพียงพอ เนื่องจากมีการปรับปรุงให้มีความสะดวกสบาย รายงานหาข้อมูล ชั้น 3-4 ซึ่งเป็นชั้นห้องสมุดในอาคารเดียวกัน</p> <p>และมีความพึงพอใจรายข้อสนามกีฬาที่ออกกำลังกาย ที่นั่งอ่านหนังสือ เอื้อต่อการเรียนรู้และเพียงพอ น้อยกว่ารายข้ออื่นเนื่องจากมีการปรับปรุงอาคารออกกำลังกาย ทำให้มีข้อจำกัดด้านสถานที่และโต๊ะอ่านหนังสือได้อาคาร</p> <p>จากการเปรียบเทียบข้อมูล ปีการศึกษา 2560 และ ปีการศึกษา 2561 มีระดับความพึงพอใจเพิ่มขึ้น</p> <p>ผลการประเมินในปีการศึกษา 2561 ข้างต้น หลักสูตรและ “หน่วยงานหลัก” ได้ดำเนินการปรับปรุงดังนี้</p> <p>จากผลประเมินทั้งหมดค.5 และ ความพึงพอใจต่อหลักสูตร ด้านสภาพแวดล้อม</p> <p>พบว่าในปีการศึกษา 2561 นักศึกษาประสบปัญหาไม่สัญญาณ WIFI บริเวณอาคาร 6 ในบางห้องเรียนและไม่มีแม่บ้านทำความสะอาดอาคาร ห้องเรียนและห้องน้ำ</p> <p>ดังนั้นหลักสูตรจึงมีแนวทางในการแก้ไขปัญหาในปีการศึกษา 2561 หลักสูตรได้มอบหมายให้หัวหน้าสาขาเป็นตัวแทนในการนำข้อร้องเรียนเรื่องการปรับปรุงความสะอาดภายในอาคารเรียน ห้องน้ำ ห้องพักอาจารย์ การทิ้งขยะ พร้อมทั้งไม่มีสัญญาณ WIFI ภายในห้องเรียน เข้าสู่ที่ประชุม</p>								

ตัวบ่งชี้	ผลการดำเนินงาน
	<p>คณะกรรมการประจำคณะต่อไป</p> <p>หลักสูตรได้มีช่องทางกลุ่มสังคมออนไลน์ที่นักศึกษาสามารถแจ้งข้อร้องเรียน และ ปรึกษาปัญหาเกี่ยวกับอาจารย์ในหลักสูตร / อาจารย์ที่ปรึกษาได้ตลอดเวลาในวิทยาเขตเนื่องจากมีระบบอินเทอร์เน็ตแบบ WIFI ครอบคลุมเกือบทุกพื้นที่ เนื่องจากหลักสูตรมองว่าจะทำให้เกิดความรวดเร็วในการสื่อสารและมีหลักฐานประกอบที่เป็นรูปภาพทำให้สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น</p> <p>ดังนั้นในปีการศึกษา 2562 หลักสูตรได้มีส่วนร่วมในการพิจารณาสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ในการทำห้องธุรกิจจำลองสำหรับให้นักศึกษาได้ฝึกปฏิบัติการดำเนินธุรกิจจริงๆ ตามอัตลักษณ์ บัณฑิตนักปฏิบัติ ในอาคาร 6 ชั้น 4</p>

ผลการประเมินตนเอง :4..... คะแนน

เหตุผล : มีการประเมินผลและนำแนวทางวางแผนปรับปรุงชัดเจนในด้านสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

รายการหลักฐานหมวดที่ 6 สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

รหัสหลักฐาน	รายการ
MK-BUSIT-6-01	ผลประเมินความพึงพอใจสำนักงานวิทยาเขตจักรพงษ์ภูวนารถ
MK-BUSIT-6-02	รายงานการประชุมสาขาวิชา
MK-BUSIT-6-03	ผลประเมินความพึงพอใจต่อหลักสูตร สาขาวิชาการตลาด

หมวดที่ 6 ข้อคิดเห็น

6.1 ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับคุณภาพหลักสูตรจากผู้ประเมิน ปีการศึกษา 2560

ข้อคิดเห็นหรือสาระจากผู้ประเมิน	ความเห็นของผู้รับผิดชอบหลักสูตร	การนำไปดำเนินการวางแผนหรือปรับปรุงหลักสูตร
ควรพัฒนาทางด้านผลงานวิจัยที่ตีพิมพ์เผยแพร่และทางด้านตำแหน่งทางวิชาการ ส่งเสริมคณาจารย์พัฒนาศักยภาพของตนเองทุกๆปี	หลักสูตรมีการวางแผนให้อาจารย์พัฒนาตนเองทางด้านวิจัยโดยการเขียนเสนอของบประมาณวิจัยและวางแผนตีพิมพ์ เผยแพร่ มีการแลกเปลี่ยนด้านวิจัย ประสบการณ์ในสาขาวิชา	1. ระบบพี่เลี้ยงในสาขาวิชา 2. เข้าร่วมอบรมวิจัยจัดโดยมหาวิทยาลัย และ สำนักวิจัยแห่งชาติ

6.2 สรุปการประเมินหลักสูตรจากผู้สำเร็จการศึกษา

การประเมินจากผู้สำเร็จการศึกษา (รายงานตามปีที่สำรวจ)

ข้อวิพากษ์ที่สำคัญจากผลการประเมิน	ข้อคิดเห็นของคณาจารย์ต่อผลการประเมิน
หลักสูตรควรมีรายวิชาที่มีภาคปฏิบัติมากขึ้นไม่ใช่มีแต่ทฤษฎีเท่านั้น	คณาจารย์พิจารณาร่วมกันโดยให้มีกิจกรรมการส่งเสริมวิชาชีพให้มากขึ้น มีการนำเสนองาน มากขึ้น ตลอดจนการส่งเสริมให้นักศึกษาทำกิจกรรมในรายวิชาที่เน้นการฝึกปฏิบัติ เช่น การทำการตลาดเชิงกิจกรรม การออกแบบบรรจุภัณฑ์จากผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น
ข้อเสนอการเปลี่ยนแปลงในหลักสูตรจากผลการประเมิน อาจารย์ได้พิจารณาร่วมกันในการเน้นด้านปฏิบัติในรายวิชาของหลักสูตรมากขึ้น ซึ่งในหลักสูตรปรับปรุงพ.ศ.2558 เพิ่มรายวิชาที่เป็นการศึกษาปฏิบัติมากขึ้น	

6.3 สรุปการประเมินหลักสูตรจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (ผู้ใช้บัณฑิต)

กระบวนการประเมิน	
ข้อวิพากษ์ที่สำคัญจากผลการประเมิน	ข้อคิดเห็นของคณาจารย์ต่อผลการประเมิน
จากผลประเมินของผู้ใช้บัณฑิตในด้านด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ มีผลระดับพอใจมากซึ่งน้อยกว่าด้านอื่นเมื่อเปรียบเทียบกับด้านอื่น	คณาจารย์พิจารณาร่วมกันโดยให้นักศึกษามีการปฏิบัติมากขึ้น มีกิจกรรมการส่งเสริมวิชาชีพให้มากขึ้น มีทักษะในการนำเสนองานต่อสาธารณชนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น
ข้อเสนอการเปลี่ยนแปลงในหลักสูตรจากผลการประเมิน อาจารย์ได้พิจารณาร่วมกันในการเน้นด้านปฏิบัติในรายวิชาของหลักสูตรมากขึ้น ที่มีการใช้การวิเคราะห์สถิติทางการตลาด การนำเสนอหน้าชั้นมากขึ้น ตลอดจนการใช้เทคโนโลยีพื้นฐานอย่างคล่องแคล่ว	

หมวดที่ 7 การเปลี่ยนแปลงที่มีผลกระทบต่อหลักสูตร

7.1 การเปลี่ยนแปลงภายใน/ภายนอกสถาบัน (ถ้ามี) ที่มีผลกระทบต่อหลักสูตรในช่วง 2 ปี

ประเด็น	รายการ
การเปลี่ยนแปลงภายในสถาบัน (ถ้ามี)	การเปลี่ยนแปลงผู้บริหารระดับมหาวิทยาลัยทำให้หลักสูตรต้องมีการปรับกิจกรรม โครงการ
การเปลี่ยนแปลงภายนอกสถาบัน (ถ้ามี)	นโยบายรัฐบาล Thailand 4.0 ทำให้หลักสูตรต้องปรับกลยุทธ์การสอนให้ทันสมัยและรองรับนโยบาย

หมวดที่ 8 แผนการดำเนินการเพื่อพัฒนาหลักสูตร

ความก้าวหน้าของการดำเนินงานตามแผนที่เสนอในรายงานของปีที่ผ่านมา

แผนดำเนินการ	กำหนดเวลาที่แล้วเสร็จ	ผู้รับผิดชอบ	ความสำเร็จของแผน/เหตุผลที่ไม่สามารถดำเนินการได้สำเร็จ
Marketing day	เดือนมกราคม	อาจารย์สาขาวิชาการตลาด	สำเร็จตามแผน
พัฒนาศักยภาพสาขาวิชาการตลาด	เดือนกรกฎาคม	อาจารย์สาขาวิชาการตลาด	สำเร็จตามแผน
พัฒนาหลักสูตร	เดือนมกราคม	อาจารย์สาขาวิชาการตลาด	สำเร็จตามแผน

ข้อเสนอแนะในการพัฒนาหลักสูตร

1. ข้อเสนอในการปรับโครงสร้างหลักสูตร (จำนวนหน่วยกิต รายวิชาแกน รายวิชาเลือกฯ)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มีการปรับปรุงหลักสูตรพ.ศ. 2558 เนื่องจากได้มีการใช้มาตั้งแต่ปีพ.ศ. 2553 จึงมีการปรับปรุงตามรอบที่กำหนด และเพื่อผลิตบัณฑิตให้เป็นไปตามความต้องการตลาดแรงงาน โดยหลักสูตรได้มีเก็บข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งอาจารย์ประจำหลักสูตร นักศึกษาปัจจุบัน ศิษย์เก่า สถานประกอบการ และนำผลการศึกษามาวางแผนร่วมกันทั้งระดับคณะ หลักสูตรในการปรับโครงการหลักสูตร ดังนี้

หัวข้อ หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2553 หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558

จำนวนหน่วยกิต 132 หน่วยกิต 133 หน่วยกิต

เหตุผลที่มีการปรับปรุงเนื่องจากในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดมีวิชาสหกิจศึกษาที่ให้นักศึกษาทำงานในสถานประกอบการเป็นระยะเวลา 1 ภาคเรียน เพื่อฝึกทักษะทางหลักสูตรจึงเพิ่มวิชาเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา

หัวข้อ หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2553 หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558

โครงสร้างหลักสูตร

1.หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต

1.1 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ 30 หน่วยกิต

1.2 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ 6 หน่วยกิต

1.3 กลุ่มวิชาภาษา 12 หน่วยกิต

- 1.4 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์กับคณิตศาสตร์ 6 หน่วยกิต
- 1.5 กลุ่มวิชาหมวดวิชาศึกษาทั่วไปเลือก 6 หน่วยกิต
- 2.หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า 96 หน่วยกิต
 - 2.1กลุ่มวิชาแกน 42 หน่วยกิต
 - 2.2กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน 39 หน่วยกิต
 - 2.3กลุ่มวิชาเลือก 15 หน่วยกิต
- 3.หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต
 - 1.หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต
 - 1.1 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ 3 หน่วยกิต
 - 1.2 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ 3 หน่วยกิต
 - 1.3 กลุ่มวิชาภาษา 12 หน่วยกิต
 - 1.4 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์กับคณิตศาสตร์ 6 หน่วยกิต
 - 1.5 กลุ่มวิชาหมวดวิชาศึกษาทั่วไปเลือก 6 หน่วยกิต
 - 2.หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า 97 หน่วยกิต
 - 2.1กลุ่มวิชาแกน 39 หน่วยกิต
 - 2.2กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน 36 หน่วยกิต
 - 2.3กลุ่มวิชาเลือก 22 หน่วยกิต
 - 3.หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

2. ข้อเสนอในการเปลี่ยนแปลงรายวิชา (การเปลี่ยนแปลง เพิ่มหรือลดเนื้อหาในรายวิชา การเปลี่ยนแปลงวิธีการสอนและการประเมินสัมฤทธิผลรายวิชา)

- 2.1 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ที่มีการปรับปรุงหลักสูตร พ.ศ. 2558 มีการปรับปรุงคำอธิบายรายวิชาในกลุ่มวิชาการตลาดให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของวิชาชีพ จากการศึกษาพิจารณา ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้ประกอบวิชาชีพทางการตลาด จากภาครัฐบาลและเอกชน ทั้งนี้มีการปรับปรุงชื่อของรายวิชาดังนี้
 1. วิชานโยบายผลิตภัณฑ์และราคา เป็น วิชาผลิตภัณฑ์และราคา
 2. วิชาส่งเสริมการตลาด เป็น วิชาสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ
 3. วิชาสัมมนาปัญหาการตลาด เป็น วิชาสัมมนากลยุทธ์การตลาดเชิงบูรณาการ
- 2.2 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ที่มีการปรับปรุงหลักสูตร พ.ศ. 2558 มีการปรับปรุงคำอธิบายรายวิชาในกลุ่มวิชาการตลาดให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของวิชาชีพและรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน อีกทั้งจากการศึกษาพิจารณา ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้ประกอบวิชาชีพการตลาด จากภาครัฐบาลและเอกชน จึงเพิ่มรายวิชาดังนี้
 1. การบริหารตราสินค้า
 2. การตลาดสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
 3. ดิจิทัลและนวัตกรรมทางการตลาด
 4. การจัดการตลาดข้ามวัฒนธรรม
 5. การจัดการธุรกิจนำเข้าและส่งออก
 6. การตลาดอาเซียน
 7. การตลาดเชิงกีฬา
 8. การเจรจาต่อรองทางการตลาดระหว่างประเทศ

9. การตลาดชุมชน

10. การจัดการอุตสาหกรรมไมซ์

2.3 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ที่มีการปรับปรุงหลักสูตร พ.ศ. 2558 นั้นไม่มีกลุ่มวิชาเอก จึงดำเนินการปรับลดรายวิชาในแต่ละกลุ่มวิชาเอกออกไป

3. กิจกรรมการพัฒนาคณาจารย์และบุคลากรสายสนับสนุน
แผนปฏิบัติการใหม่สำหรับปีการศึกษา 2560

แผนปฏิบัติการ	กำหนดเวลาที่แล้วเสร็จ	ผู้รับผิดชอบ
โครงการพัฒนาบุคลากร	เดือน กรกฎาคม	อาจารย์ประจำหลักสูตร

รับรองความถูกต้องของข้อมูล :			
ตำแหน่ง	รายชื่อ	ลายเซ็น	วันที่
1. ประธานหลักสูตร	1.นายณัฐกรณ์ กานคาน		
2. ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	2.นายประวิทย์ พุ่มพา		
3. ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	3.นางสาวภาวิณี ทองแย้ม		
4. อาจารย์ประจำหลักสูตร	4.นางสาวธนสร กิรัมย์		
5. อาจารย์ประจำหลักสูตร	5.นางสาววัชรภรณ์ ขายม		
เห็นชอบโดย :			
ตำแหน่ง	รายชื่อ	ลายเซ็น	วันที่
หัวหน้าสาขาวิชา	นายประวิทย์ พุ่มพา		
คณบดี			

สรุปผลการประเมินตนเอง (SAR) ตามตัวบ่งชี้ สกอ.
ระดับหลักสูตร ประจำปีการศึกษา 2560

1. ตารางผลการประเมินตนเองตามตัวบ่งชี้ ระดับหลักสูตร
2. ตารางการวิเคราะห์คุณภาพการศึกษาภายในระดับหลักสูตร
3. ผลการวิเคราะห์จุดเด่นและจุดที่ควรพัฒนาจากการประเมินตนเอง ระดับหลักสูตร

1. ตารางผลการประเมินตนเองตามตัวบ่งชี้ ระดับหลักสูตร

ตัวชี้บ่งชี้		ผลการดำเนินงาน	คะแนน
องค์ประกอบที่ 1 การกำกับมาตรฐาน			
1.1	การบริหารจัดการหลักสูตรตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรที่กำหนดโดย สกอ.	ผ่าน	
องค์ประกอบที่ 2 บัณฑิต			
2.1	คุณภาพบัณฑิตตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ	ค่าเฉลี่ย 4.43	4.13
2.2	ร้อยละของบัณฑิตปริญญาตรีที่ได้งานทำ หรือประกอบอาชีพอิสระภายใน 1 ปี (ระดับปริญญาตรี)	ร้อยละ 100	86.87 %
คะแนนเฉลี่ย องค์ประกอบที่ 2			
องค์ประกอบที่ 3 นักศึกษา			
3.1	การรับนักศึกษา	3	4
3.2	การส่งเสริมและพัฒนานักศึกษา	4	4
3.3	ผลที่เกิดกับนักศึกษา	3	3
คะแนนเฉลี่ย องค์ประกอบที่ 3			
องค์ประกอบที่ 4 อาจารย์			
4.1	การบริหารและพัฒนาอาจารย์	3	3
4.2	คุณภาพอาจารย์	3.33	3.33
	- ร้อยละของอาจารย์ประจำหลักสูตรที่มีคุณวุฒิปริญญาเอก	ร้อยละ.....	5
	- ร้อยละของอาจารย์ประจำหลักสูตรที่ดำรงตำแหน่งทางวิชาการ	ร้อยละ.....	0
	- ผลงานวิชาการของอาจารย์ประจำหลักสูตร	ร้อยละ.....	5
4.3	ผลที่เกิดขึ้นกับอาจารย์	4	4
คะแนนเฉลี่ย องค์ประกอบที่ 4			
องค์ประกอบที่ 5 หลักสูตร การเรียนการสอน การประเมินผู้เรียน			
5.1	สาระของรายวิชาในหลักสูตร	3	4
5.2	การวางระบบผู้สอนและกระบวนการจัดการเรียนการสอน	4	4
5.3	การประเมินผู้เรียน	3	4
5.4	ผลการดำเนินงานหลักสูตรตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ	ร้อยละ 100	5
คะแนนเฉลี่ย องค์ประกอบที่ 5			
องค์ประกอบที่ 6 สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้			
6.1	สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้	3	4
คะแนนเฉลี่ย องค์ประกอบที่ 6			
คะแนนเฉลี่ย (องค์ประกอบที่ 2-6)			

2. ตารางวิเคราะห์คุณภาพการศึกษาภายในระดับหลักสูตร

องค์ประกอบที่	I	P	O	คะแนนเฉลี่ย	ผลการประเมิน
					0.01 – 2.00 ระดับคุณภาพน้อย 2.01 – 3.00 ระดับคุณภาพปานกลาง 3.01 – 4.00 ระดับคุณภาพดี 4.01 – 5.00 ระดับคุณภาพดีมาก
1 การกำกับมาตรฐาน	ผ่าน				หลักสูตรได้
2 บัณฑิต	-	-	2.1, 2.2	3.09	4.01 – 5.00 ระดับคุณภาพดีมาก
3 นักศึกษา	3.1, 3.2, 3.3	-	-	3.66	3.01 – 4.00 ระดับคุณภาพดี
4 อาจารย์	4.1, 4.2, 4.3	-	-	3.77	3.01 – 4.00 ระดับคุณภาพดี
5 หลักสูตร การเรียนการสอน การประเมินผู้เรียน	5.1	5.2, 5.3, 5.4	-	4	3.01 – 4.00 ระดับคุณภาพดี
6 สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้	-	6.1	-	3	3.01 – 4.00 ระดับคุณภาพดี
รวม	7	4	2	3.50	3.01 – 4.00 ระดับคุณภาพดี
ผลการประเมิน	3.19	4	3.09	3.42	

จากการวิเคราะห์ตามเกณฑ์การประเมินคุณภาพการศึกษาระดับหลักสูตร 6 องค์ประกอบ (13 ตัวบ่งชี้) พบว่า องค์ประกอบที่ 1 (ตัวบ่งชี้ที่ 1.1) หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด “ผ่าน” ตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร และมีจำนวน 6 องค์ประกอบ อยู่ในระดับคุณภาพดี (องค์ประกอบที่ 2) มีจำนวน 2 องค์ประกอบ อยู่ในระดับคุณภาพดีมาก (องค์ประกอบที่ 3) และมีจำนวน 3 องค์ประกอบ อยู่ในระดับคุณภาพดี (องค์ประกอบที่ 4) มีจำนวน 3 องค์ประกอบ อยู่ในระดับคุณภาพดี (องค์ประกอบที่ 5) มีจำนวน 4 องค์ประกอบ อยู่ในระดับคุณภาพดี (องค์ประกอบที่ 6) มีจำนวน 1 องค์ประกอบ อยู่ในระดับคุณภาพดี

3. ผลการวิเคราะห์จุดเด่นและจุดที่ควรพัฒนาจากการประเมินตนเอง ระดับหลักสูตร

จุดเด่นและแนวทางเสริม	
1.	การส่งเสริมและพัฒนา นักศึกษา ด้านการพัฒนา ศักยภาพนักศึกษาและการเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21
2.	คุณภาพอาจารย์ ผลงานทางวิชาการ
จุดที่ควรพัฒนาและแนวทางปรับปรุง	
1.	การให้นักศึกษามีประสบการณ์ในสายวิชาชีพของตนเองมากขึ้น ด้วยการให้เรียนรู้จากผู้มีประสบการณ์และใช้ศาสตร์วิชาการตลาดในการทำงานจริง และส่งเสริมให้ลงมือปฏิบัติ เพื่อมี

	ประสบการณ์และเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงานมากขึ้น
2.	มีแหล่งทุนสนับสนุนการศึกษาต่อในระดับปริญญา และ หลักสูตรด้านบริหารธุรกิจในมหาวิทยาลัยเปิดมากขึ้น มีหลักสูตรพิเศษที่เป็นโอกาสให้อาจารย์ในสาขาวิชาสามารถวางแผนในการเข้าศึกษาเพิ่มขึ้น