



หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชานวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2568

ภาควิชาบริหารธุรกิจ
คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร
มหาวิทยาลัยนเรศวร

สารบัญ

	หน้า
หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป	
1. รหัสและชื่อหลักสูตร	1
2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา	1
3. วิชาเอก	1
4. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร	1
5. รูปแบบของหลักสูตร	1
5.1 ประเภทของหลักสูตร	1
5.2 ภาษาที่ใช้	1
5.3 การรับเข้าศึกษา	1
5.4 ความร่วมมือกับสถาบันอื่น	1
5.5 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา	1
6. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร	2
7. อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา	2
8. สถานที่จัดการเรียนการสอน	3
9. สถานการณ์ภายนอกหรือการพัฒนาที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนหลักสูตร	3
9.1 ความสอดคล้องของหลักสูตรกับทิศทางนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนากำลังคน ของประเทศ และตามพันธกิจหลักของสถาบันที่สอดคล้องกับการจัดกลุ่ม สถาบันอุดมศึกษา	3
9.2 ความเสี่ยงและผลกระทบจากภายนอก อาทิ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี นโยบาย สิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ในบริบทโลกและประเทศ	4
9.3 ความเกี่ยวข้องกับ วิสัยทัศน์ พันธกิจ และปรัชญาการศึกษาของสถาบัน	4
หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร	
1. ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร	7
1.1 ปรัชญาของหลักสูตร	7
1.2 วัตถุประสงค์ของหลักสูตร เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีคุณลักษณะ	7
1.3 ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)	7
2. กระบวนการพัฒนาหลักสูตรและการกำกับดูแลหลักสูตร	8
หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร	
1. ระบบการจัดการศึกษา	11
2. การดำเนินการหลักสูตร	11
3. หลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน	14
3.1 หลักสูตร	14
3.2 ชื่อ-นามสกุล ตำแหน่งทางวิชาการ และคุณวุฒิการศึกษาของอาจารย์	50

	หน้า
หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ของหลักสูตร กลยุทธ์การจัดการศึกษา และวิธีการประเมินผล	
1. แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)	54
2. กลยุทธ์การจัดการศึกษาให้เป็นไปตามผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรในแต่ละด้าน	65
3. ผลการเรียนรู้ที่คาดหวังเมื่อสิ้นปีการศึกษา	68
หมวดที่ 5 หลักเกณฑ์ในการประเมินผลนิสิต	
1. กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน	69
2. กระบวนการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนิสิต	69
3. เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร	70
หมวดที่ 6 การประกันคุณภาพหลักสูตร	
1. ผลลัพธ์การเรียนรู้	71
2. นิสิต	73
3. อาจารย์	75
4. หลักสูตร การเรียนการสอน การประเมินผู้เรียน	77
5. สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้	79
6. ผลผลิต/ผลลัพธ์	80
7. ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators) ระดับปริญญาตรี	81
หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของหลักสูตร	
1. การทวนประสิทธิผลของการสอนและการประเมินผู้เรียน	84
2. การประเมินหลักสูตรในภาพรวม	86
3. การประเมินผลการดำเนินงานตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร	86
4. การนำผลการประเมินไปวางแผนพัฒนาปรับปรุงหลักสูตร	86
ภาคผนวก	
1. ตารางเปรียบเทียบโครงสร้างหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	87
2. ตารางเปรียบเทียบรายวิชาหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2563 และหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568 พร้อมทั้งสาระการปรับปรุง	89
3. คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตร	112
4. สรุปประเด็นการวิพากษ์หลักสูตร	115
5. ประวัติและผลงานทางวิชาการของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร	120
6. ข้อบังคับมหาวิทยาลัยนเรศวร ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565	143
7. ผลสำรวจจากการรับฟังความคิดเห็นจากผู้บัณฑิต ผู้เรียน และนักเรียน ที่ต้องการเข้าเรียนในหลักสูตรการศึกษา	160
8. การจัดการข้อร้องเรียนและการอุทธรณ์	166

หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชานวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568

ชื่อสถาบัน มหาวิทยาลัยนเรศวร

คณะ/ภาควิชา คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร / ภาควิชาบริหารธุรกิจ

หมวดที่ 1. ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อหลักสูตร

ภาษาไทย : หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์

ภาษาอังกฤษ : Bachelor of Science Program in Innovation and Creative Marketing

2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

ชื่อเต็ม (ภาษาไทย) : วิทยาศาสตรบัณฑิต (นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์)

ชื่อเต็ม (ภาษาอังกฤษ) : Bachelor of Science (Innovation and Creative Marketing)

ชื่อย่อ (ภาษาไทย) : วท.บ. (นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์)

ชื่อย่อ (ภาษาอังกฤษ) : B.S. (Innovation and Creative Marketing)

3. วิชาเอก

ไม่มี

4. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร

4.1 ปริญาตริต่างวิชาการ จำนวนไม่น้อยกว่า 130 หน่วยกิต

5. รูปแบบของหลักสูตร

5.1 ประเภทของหลักสูตร

เป็นหลักสูตรปริญาตริต่างวิชาการ

5.2 ภาษาที่ใช้

จัดการเรียนการสอนเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

5.3 การรับเข้าศึกษา

รับเฉพาะนิสิตชาวไทย

5.4 ความร่วมมือกับสถาบันอื่น

เป็นหลักสูตรเฉพาะของมหาวิทยาลัยที่จัดการเรียนการสอนโดยตรง

5.5 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา

ให้ปริญญาเพียงสาขาเดียว

6. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

- 6.1 กำหนดการเปิดสอน ภาคการศึกษาต้น ปีการศึกษา 2568 เป็นต้นไป
- 6.2 เป็นหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568. ปรับปรุงจากหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2563.
- 6.3 คณะกรรมการของมหาวิทยาลัยเห็นชอบหลักสูตร/อนุมัติหลักสูตรดังนี้
 - คณะกรรมการวิชาการ ในการประชุม ครั้งที่ 9/2567 เมื่อวันที่ 16 กันยายน 2567
 - สภาวิชาการ ในการประชุมครั้งที่ 12/2567 เมื่อวันที่ 3 ธันวาคม 2567
 - สภามหาวิทยาลัย ในการประชุม ครั้งที่ 333(3/2568) เมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2568

7. อาชีพ/สายงานที่สามารถประกอบอาชีพได้หลังสำเร็จการศึกษา

- นักวิเคราะห์ และนักวิจัยนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์
- นวัตกรรม
- นักการตลาดเชิงสร้างสรรค์
- ผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์
- อาชีพอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

8. สถานที่จัดการเรียนการสอน

8.1 คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร และอาคารอื่นๆ ในที่ตั้ง ณ มหาวิทยาลัยนเรศวร

9. สถานการณ์ภายนอกหรือการพัฒนาที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนหลักสูตร

9.1 ความสอดคล้องของหลักสูตรกับทิศทางนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนากำลังคนของประเทศ และตามพันธกิจหลักของสถาบันที่สอดคล้องกับการจัดกลุ่มสถาบันอุดมศึกษา

ในปัจจุบันประเทศไทยยังคงมีประเด็นความท้าทายการพัฒนาในนวัตกรรมที่นำไปช่วยขับเคลื่อน เศรษฐกิจ การพัฒนาคุณภาพและสมรรถนะของแรงงานในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และความก้าวหน้าของเทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม การฟื้นฟูและรักษาทรัพยากรธรรมชาติเป็นประเด็นสำคัญสำหรับการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน ประเทศไทยจึงได้มีการวางแผนยุทธศาสตร์ ด้านต่าง ๆ เพื่อเป็นกรอบในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ ให้เจริญก้าวหน้าอย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยนเรศวร ในฐานะผู้ผลิตบัณฑิตให้เป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณค่าเป็นกำลังของประเทศ จึงได้นำประเด็นยุทธศาสตร์ของชาติ พ.ศ. 2561 – 2580 มาออกแบบหลักสูตรให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ โดยยกระดับ ศักยภาพ ทักษะและสมรรถนะแรงงานสอดคล้องกับความต้องการของตลาด การสร้างเส้นทางอาชีพ สภาพแวดล้อมการทำงานด้วยการเรียนการสอนแบบ Project Base และ Activity Base โดยบรรจุรายวิชาโครงการในหลักสูตรให้นิสิตได้ฝึกทักษะการใช้ความคิดอย่างสร้างสรรค์ เพื่อออกแบบนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ ภายใต้เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) โดยใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) และฝึกนำเสนอแนวคิดนวัตกรรม วิธีการตลาดเพื่อให้บัณฑิตนั้นเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Pitching) โดยนักการตลาดและนักธุรกิจมืออาชีพเป็นผู้ให้ความเห็น เพื่อให้บัณฑิตที่คิดค้นเป็นไปได้จริงหรือเกิดการร่วมทุนหรือการซื้อผลงานไปผลิตในเชิงพาณิชย์ทุกปีการศึกษา เมื่อจบการศึกษาจะเป็นบัณฑิตที่สามารถนำความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับจากหลักสูตร มาออกแบบนวัตกรรมที่เข้าใจความต้องการของผู้บริโภคอย่างลึกซึ้ง (Customer Insight) ช่วยองค์กรสร้างศักยภาพการแข่งขันหรือสามารถเป็นผู้ประกอบการ เนื่องจากในหลักสูตรได้บรรจุวิชาพื้นฐานที่สำคัญของการประกอบธุรกิจไม่ว่าจะเป็นด้านการจัดการ การเงิน การบริหารคน นอกจากนั้นทางหลักสูตรได้เชิญผู้เชี่ยวชาญจากภาคธุรกิจที่มีความชำนาญด้านธุรกิจ ด้านการตลาด ด้านเทคโนโลยี ด้านข้อมูล เข้ามาร่วมให้ความรู้แบ่งปันประสบการณ์ ปัญหา แนวทางแก้ปัญหาในโลกของธุรกิจจริง ทำให้นิสิตได้สัมผัสกับผู้มีประสบการณ์ตรง

ในด้านความสอดคล้องกับการจัดกลุ่มสถาบันอุดมศึกษาของมหาวิทยาลัยนเรศวร ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยอยู่ในกลุ่ม “การวิจัยระดับแนวหน้าของโลก” (Global and Frontier Research) มุ่งเน้นการสร้างและพัฒนาบุคลากรตอบโจทย์ตลาดแรงงานระดับโลก สร้างองค์ความรู้และนวัตกรรมที่เป็นทิศทางของประเทศและมีคุณภาพระดับโลกนั้น หลักสูตรฯ ได้มีการจัดการเรียนการสอนและฝึกทักษะกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking Process) ตลอด 4 ปีการศึกษา เพื่อฝึกความคิดสร้างสรรค์อันเป็นพื้นฐานที่ดีในการแก้ปัญหา เกิดกระบวนการใหม่ตลอดจนนวัตกรรมใหม่ ด้วยการแก้ไขปัญหาที่มองถึงความต้องการและความจำเป็นอย่างเข้าใจ ทำให้วิธีการหรือนวัตกรรมต่าง ๆ ที่คิดค้นออกมานั้นตอบสนองกับความต้องการและกลายเป็นสิ่งที่ได้รับการตอบรับที่ดี ซึ่งช่วยให้นิสิตกลายเป็นบัณฑิตที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันในอนาคต สอดคล้องกับทักษะ Soft Skills ที่บริษัทส่วนใหญ่กำลังมองหา การแข่งขันในศตวรรษที่ 21 เรื่องของการออกแบบและสร้างสรรค์นวัตกรรม กลายเป็นสาระสำคัญที่นานาประเทศต่างหยิบยกขึ้นมาใช้เพื่อเพิ่มศักยภาพในด้านต่าง ๆ ภายในประเทศให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น กระบวนการคิดที่นำไปสู่การออกแบบและสร้างสรรค์นวัตกรรมนั้นกลายเป็นสิ่งสำคัญที่ทุกประเทศต่างให้ความสนใจและหาแนวทางในการส่งเสริมให้กับประชาชนผ่านระบบการศึกษา

9.2 ความเสี่ยงและผลกระทบจากภายนอก อาทิ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี นโยบาย และสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ในบริบทโลกและประเทศ

การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี นโยบาย และ สิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ในบริบทโลกและประเทศ มีอิทธิพลต่อการกำหนดทิศทางธุรกิจในปัจจุบันเป็นอย่างมาก การให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมได้ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคโดยตรง หลักสูตรนี้จึงเน้นให้นิสิตเข้าใจเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ผ่านการทำโครงการงาน เพื่อให้นิสิตสามารถพัฒนานวัตกรรมทั้งในด้านผลิตภัณฑ์และกระบวนการที่ตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย การเปลี่ยนแปลงทางนโยบายและกฎหมาย โดยเฉพาะในเรื่องทรัพย์สินทางปัญญาและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ได้ส่งผลกระทบต่อแนวทางการดำเนินธุรกิจและการตลาดอย่างกว้างขวาง การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เช่น GDPR ในยุโรป และ PDPA ในไทย ได้กระตุ้นให้องค์กรต้องปรับเปลี่ยนวิธีการรวบรวมและใช้งานข้อมูลลูกค้า หลักสูตรนี้จึงมุ่งเสริมให้นิสิตมีความรู้เรื่องกฎหมาย จรรยาบรรณการปกป้องนวัตกรรม และการจัดการทรัพย์สินทางปัญญา ตลอดจนการตลาดดิจิทัลเชิงเนื้อหาที่สอดคล้องกับความต้องการและความคาดหวังของผู้บริโภค

ในยุคดิจิทัลเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญยิ่งขึ้นในด้านการตลาด กลยุทธ์ทางการตลาดมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเทคโนโลยีการตลาด (Marketing Technology) สามารถช่วยให้แบรนด์ติดตามเส้นทางของลูกค้าที่หลากหลายและเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังเป็นปัจจัยสำคัญในอนาคตของการตลาดสมัยใหม่ โดยช่วยให้นักการตลาดสามารถขยายแนวทางการทำงานแบบองค์รวม พร้อมพัฒนาวิธีการสื่อสารและการทำงานร่วมกับคู่ค้าและลูกค้า เพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับแนวโน้มเหล่านี้ หลักสูตรฯ จึงได้เพิ่มเนื้อหาเกี่ยวกับเทคโนโลยีการตลาด (MarTech) ปัญหาประติษฐ์ ทักษะการเขียนโปรแกรม และการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด เพื่อให้นิสิตมีความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย วางแผนและออกแบบนวัตกรรม พร้อมพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ได้เล็งเห็นถึงความท้าทายและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี รวมถึงสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคม นโยบาย สิ่งแวดล้อม และปัจจัยอื่น ๆ ในบริบททั้งระดับโลกและระดับประเทศ จึงได้ปรับปรุงและพัฒนาเนื้อหารายวิชาให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานยุคดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เพื่อให้นิสิตมีทักษะและความรู้ที่ทันสมัย พร้อมก้าวเข้าสู่สายงานอย่างมั่นใจ

9.3 ความเกี่ยวข้องกับ วิสัยทัศน์ พันธกิจ และปรัชญาการศึกษาของสถาบัน

หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ได้เน้นการสร้างบัณฑิตที่ไม่เพียงมีความรู้ทางด้านนวัตกรรมและการตลาดเท่านั้น แต่ยังต้องมีความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการที่สามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงในสังคม หลักสูตรผสมผสานความรู้ด้านการจัดการ การเงิน เทคโนโลยีการตลาด และการเป็นผู้นำเข้ากับทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม เพื่อให้บัณฑิตมีความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการหรือเป็นบุคคลในองค์กรที่สามารถสร้างศักยภาพทางการแข่งขันนำพาองค์กรหรือธุรกิจของตนไปสู่ความสำเร็จในยุคดิจิทัล สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัยนเรศวร “มหาวิทยาลัยเพื่อสังคมของผู้ประกอบการ” นอกจากนี้เน้นการพัฒนาทักษะในการคิดเชิงวิพากษ์และการแก้ปัญหาเป็นสำคัญ เพื่อให้บัณฑิตสามารถปรับตัวและรับมือกับการเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจและการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์จริงจะช่วยให้นิสิตมีความพร้อมในการเผชิญกับความท้าทายและโอกาสที่เกิดขึ้นในอนาคต

ความเกี่ยวข้องพันธกิจของมหาวิทยาลัยนเรศวร ใน 5 ด้าน ได้แก่ การผลิตบัณฑิต การวิจัย การบริการวิชาการ การทำนุศิลปและวัฒนธรรมและการบริหารจัดการองค์กร ดังนี้

1. **การผลิตบัณฑิต** หลักสูตรฯ ได้ออกแบบเตรียมความพร้อมให้นิสิตมีทักษะและความรู้ที่จำเป็นในการทำงานในยุคดิจิทัล โดยมีโครงสร้างหลักสูตรที่ทันสมัยและครอบคลุมการเรียนรู้ด้านเทคโนโลยี การตลาดโลก ความเข้าใจในวัฒนธรรมประชาธิปไตย พร้อมเสริมสร้างทักษะในการริเริ่ม การออกแบบ การแก้ปัญหา และการนำเสนอแนวคิด นิสิตได้รับความรู้และทักษะที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานทั้งด้าน Soft skill และ Hard skill การออกแบบรายวิชาให้มีทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์ (Analytical Thinking) และ ทักษะการคิดเชิงสร้างสรรค์ (Creative Thinking) โดยการเรียนการสอนเป็นแบบการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ (Active Learning) การเรียนการสอนสร้างให้นิสิตมีความอยากรู้อยากเห็น (Curiosity) เพื่อจะนำไปสู่ความกระตือรือร้นที่จะเรียนรู้และเปิดรับสิ่งใหม่ ๆ ผ่านการตั้งคำถาม มีทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ (Critical Thinking) โดยคิดอย่างมีเหตุมีผลและหาความเชื่อมโยงของสิ่งต่าง ๆ ซึ่งจะช่วยให้มีการตัดสินใจได้ดีทั้งยังนำไปสู่ทักษะการแก้ไขปัญหาที่ดี ในด้านองค์ความรู้หลักสูตรฯ ได้ออกแบบเนื้อหาทางด้านการตลาดเชิงสร้างสรรค์และด้านนวัตกรรมทั้งทฤษฎีและการประยุกต์

นอกจากนี้เพื่อส่งเสริมความรู้ที่หลากหลาย การเรียนการสอนเน้นการบูรณาการทฤษฎีเข้ากับทักษะชีวิตจริง หลักสูตรฯ ได้จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่สร้างให้นิสิตมีความเป็นผู้นำผ่านการมอบหมายงานในรายวิชา การทำโครงการและกิจกรรมของหลักสูตร ซึ่งทักษะความเป็นผู้นำรวมไปถึงการทำงานร่วมกับทีม สามารถนำพาทีมบรรลุเป้าหมายที่มีร่วมกัน มีการจัดโครงการอบรมเสริมเพื่อเพิ่มทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ด้านภาษาอังกฤษ ด้านนวัตกรรม ทุกๆ ปี สนับสนุนให้เข้าร่วมอบรมกับองค์กรภายนอก มีการศึกษาดูงานในหน่วยงานในประเทศ การศึกษาดูงานในหน่วยงานต่างประเทศ การเชิญผู้เชี่ยวชาญในศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับสาขาวิชามาบรรยายพิเศษทุกภาคการศึกษา เพื่อเป็นการเสริมความรู้ให้ทันต่อเหตุการณ์และการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ทำให้หลักสูตรนี้ตอบโจทย์ความต้องการของผู้ที่ต้องการพัฒนาตนเองให้พร้อมสำหรับการทำงานในยุคดิจิทัลได้อย่างเต็มที่

2. **การวิจัย** หลักสูตรฯ มีรายวิชาวิจัยด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งนิสิตจะได้เรียนรู้และฝึกทักษะเกี่ยวกับกระบวนการวิจัย เพื่อนำไปใช้ในการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้า และนำไปใช้ประโยชน์ในการออกแบบนวัตกรรมผลิตภัณฑ์หรือบริการ ที่ตอบสนองได้ตรงตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย สามารถนำกระบวนการวิจัยไปใช้ในการรวบรวมข้อมูลผู้บริโภคบนสื่อสังคมออนไลน์ทุกแพลตฟอร์ม (Social Listening) เพื่อนำมาวิเคราะห์หาความต้องการของผู้บริโภคในเชิงลึก (Customer Insight) ผลลัพธ์ที่ได้ถูกนำไปใช้ร่วมกับกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking Process) เพื่อให้ได้นวัตกรรมผลิตภัณฑ์หรือนวัตกรรมกระบวนการที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง

3. **การบริการวิชาการ** หลักสูตรฯ มีการจัดสัมมนาด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ เพื่อเป็นการเผยแพร่ข้อมูลแนวโน้มด้านการตลาด ข้อมูลด้านเทคโนโลยี ข้อมูลด้านนวัตกรรม ที่มีความทันสมัยและทันกาลให้กับนิสิตในสถาบัน นิสิตนอกสถาบันและบุคคลทั่วไปเป็นประจำทุกปี โดยมีวัตถุประสงค์ให้บริการวิชาการ ซึ่งเป็นการทำงานร่วมกันระหว่างนิสิตและอาจารย์ประจำหลักสูตร รวมถึงการเผยแพร่ผลงานของนิสิตให้กับบุคคลภายนอกได้นำไปใช้ประโยชน์และต่อยอดในเชิงพาณิชย์ นอกจากนี้นิสิตจะได้ทำโครงการร่วมกับภาคธุรกิจหรือชุมชนท้องถิ่น ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างทักษะในการคิดวิเคราะห์และการแก้ไขปัญหาในการทำโครงการด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนิสิตกับชุมชน

4. **การทำนุศิลปะและวัฒนธรรม** เสริมสร้างความเข้าใจลึกซึ้งในศิลปะและวัฒนธรรมผ่านการผลิตผลงานความรู้ด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งไม่เพียงแต่เพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมเท่านั้นแต่ยังช่วยในการรักษาและส่งเสริมศิลปะท้องถิ่นให้ยั่งยืน หลักสูตรฯ รวมความรู้และการศึกษาเกี่ยวกับการทำนุศิลปะและวัฒนธรรม เพื่อการสร้างและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ่านรายวิชาโครงการและการวิจัย การผสมผสานเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยให้นิสิตเข้าใจถึงคุณค่าทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของภูมิภาคเท่านั้น แต่ยังสามารถนำความรู้ไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่มีเอกลักษณ์และมีคุณค่าทางวัฒนธรรม การศึกษา

และการวิจัยด้านทำนุศิลปะและวัฒนธรรมยังสามารถเสริมสร้างความเข้าใจในบทบาทของศิลปะและวัฒนธรรมในสังคมและเศรษฐกิจ ตลอดจนส่งเสริมการอนุรักษ์และสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไปในยุคดิจิทัล

5. **การบริหารจัดการองค์กร** หลักสูตรฯ ได้ให้นิสิตเรียนรู้ถึงระบบบริหารจัดการที่ทันสมัย ลดความซ้ำซ้อน และเพิ่มความคล่องตัวในการดำเนินงาน เน้นการสอนวิธีการจัดการกับความเสี่ยงและการบริหารคนในโลกยุคใหม่ ยุคแห่งความหลากหลายของวิกฤตการณ์โลก ความเท่าเทียม การจัดการกำลังคนร่วมสมัยที่ไม่ได้มีการแบ่งกลุ่มเจนเนอเรชันแบบเดิม แต่มีความหลากหลายมากขึ้น การเกิดโรคระบาดคิด - 19 ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงานในองค์กร มีการยอมรับการทำงานแบบ work from home การจัดการงานระยะไกล (Remote Working) นิสิตจะได้รับความรู้เกี่ยวกับเครื่องมือและเทคนิคในการบริหารจัดการองค์กรยุคใหม่ เช่น การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการติดตามประสิทธิภาพ การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ ระบบอัตโนมัติ การวิเคราะห์ข้อมูลใหญ่ การใช้ AI ในการตัดสินใจ และการบริหารความเสี่ยงดิจิทัล เป็นต้น นอกจากนี้ การเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรและการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่สนับสนุนการเติบโตและนวัตกรรมจะช่วยให้ นิสิตมีความพร้อมในการนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จในยุคดิจิทัล

ด้านปรัชญาการศึกษาของมหาวิทยาลัยนเรศวร “การศึกษาทำให้บุคคลมีความรู้ พ้นจากอวิชชา (ความไม่รู้) มีความเข้มแข็งทางกายและใจ มีคุณธรรมจริยธรรม มีสำนึกสาธารณะ ภูมิใจในชาติ และโอภาปราศรัยหลากหลาย และเป็นพลเมืองที่มีความรับผิดชอบต่อประเทศและต่อโลก” หลักสูตรวิทยาศาตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์เน้นการพัฒนานิสิตในการเป็นพลเมืองโลกที่มีความรับผิดชอบต่อประเทศและต่อโลก ให้มีความรู้ในด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ สอดแทรกคุณธรรมจริยธรรมทั้งทางวิชาการและอาชีพในการเรียนการสอน เช่น การคัดลอกผลงานของผู้อื่น การให้ความสำคัญกับความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) เป็นต้น ให้ความสำคัญกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs) ที่เชื่อมโยงทุกมิติของความยั่งยืนไว้ด้วยกัน คำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยสอดแทรกในการเรียนการสอนและผ่านรายวิชาโครงการของหลักสูตร และตระหนักถึงความแตกต่างระหว่างนิสิต อัตลักษณ์และภูมิหลัง เห็นคุณค่าและยอมรับความแตกต่างเหล่านี้และเชื่อว่าความแตกต่างเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนานิสิตให้เป็นบัณฑิตที่มีคุณภาพได้

หลักสูตรวิทยาศาตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ได้ออกแบบหลักสูตรและการดำเนินงานของหลักสูตร ให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ ปรัชญาการศึกษาของมหาวิทยาลัยนเรศวร ซึ่งช่วยให้บัณฑิตสามารถเติบโตและประสบความสำเร็จในอาชีพ ในสังคมของผู้ประกอบการ โดยมีความรู้และความเข้าใจที่ครอบคลุม มีความเข้มแข็งทางกายและใจ และพร้อมที่จะเป็นผู้นำที่มีคุณธรรมและมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมและประเทศชาติ

หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร

1. ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1.1 ปรัชญาของหลักสูตร

มุ่งผลิตบัณฑิตที่มีความคิดสร้างสรรค์ บูรณาการความรู้ที่ครอบคลุมทั้งด้านนวัตกรรมการตลาด และบริหารธุรกิจ เพื่อสร้างศักยภาพทางการแข่งขันให้กับองค์กรอย่างยั่งยืน

1.2 วัตถุประสงค์ของหลักสูตร เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีคุณลักษณะ ดังนี้

1.2.1 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ทางด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของอุตสาหกรรมและความต้องการของประเทศ

1.2.2 มีขีดความสามารถในการพัฒนาระบบความคิดและการเรียนรู้ทั้งในด้าน มโนทัศน์ กระบวนทัศน์ เพื่อประยุกต์ใช้ความรู้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

1.2.3 สามารถปรับตัวและใช้องค์ความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก

1.2.4 มีความสามารถในการทำงานเป็นทีม โดยประยุกต์ใช้องค์ความรู้ในการสร้างสรรค์ผลงาน ที่อยู่บนพื้นฐานเหตุและผลตามหลักวิทยาศาสตร์

1.3 ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)

หลักสูตรหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ กำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตรที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ และอัตลักษณ์นิสิตของมหาวิทยาลัยนเรศวรและมีความเชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์ของหลักสูตร และนิสิตในหลักสูตรทุกคนต้องบรรลุได้เมื่อสำเร็จการศึกษา โดยเริ่มจากการรวบรวมและพิจารณาข้อมูล วิสัยทัศน์ พันธกิจของมหาวิทยาลัย ตลอดจนข้อมูลความต้องการจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ผู้ใช้บัณฑิต ผู้สนใจเข้าศึกษาต่อ ผู้มีโอกาสนเป็นผู้ใช้บัณฑิต นิสิตปัจจุบัน และอาจารย์ผู้สอน จากแบบสอบถามและการ สัมภาษณ์ จากนั้นใช้ข้อมูลทั้งหมดมาพิจารณาเพื่อกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตรผ่านที่ประชุม คณะกรรมการร่างหลักสูตร ซึ่งข้อมูลแสดงรายละเอียดความสอดคล้องของผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับ หลักสูตรได้แสดงไว้ในภาคผนวก

หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ กำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร ดังนี้

PLO 1 อธิบายทฤษฎีและหลักการทางการตลาด การจัดการนวัตกรรมและบริหารธุรกิจ

PLO 2 ประยุกต์ทฤษฎีและหลักการทางการตลาด การจัดการนวัตกรรม และบริหารธุรกิจ เพื่อการสร้างนวัตกรรมทางการตลาด

PLO 3 ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสร้างนวัตกรรมทางการตลาด

PLO 4 วิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ทางการตลาดและธุรกิจในโลกปัจจุบัน ในการสร้างนวัตกรรมอย่างสร้างสรรค์

PLO 5 กำหนดแผนกลยุทธ์ทางการตลาดและบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องสำหรับผลงานที่เป็นนวัตกรรม

PLO 6 ใช้เทคโนโลยีในการสืบค้นข้อมูลทางการตลาด นวัตกรรม และบริหารธุรกิจ

PLO 7 ปฏิบัติตามคุณธรรมและจริยธรรมทางวิชาการ

PLO 8 สามารถทำงานเป็นทีมและสามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน

ตารางแสดงความสัมพันธ์ของ PLOs กับผลลัพธ์การเรียนรู้ตาม มคอ.

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes - PLOs)	Domain of Learning (Bloom's Taxonomy)	ระดับการวัดผลการเรียนรู้ตาม Bloom's Taxonomy	ความสอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ตาม เกณฑ์ มคอ.
PLO 1 อธิบายทฤษฎีและหลักการทางการตลาด การจัดการนวัตกรรม และบริหารธุรกิจ	Cognitive Domain	Remember/ Understand	ด้านความรู้ (Knowledge)
PLO 2 ประยุกต์ทฤษฎีและหลักการทางการตลาด การจัดการนวัตกรรม และบริหารธุรกิจ เพื่อการสร้างนวัตกรรมทางการตลาด	Cognitive Domain	Apply/ Analyze	ด้านทักษะ (Skills)
PLO 3 ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสร้างนวัตกรรมทางการตลาด	Cognitive Domain	Apply/Analyze	ด้านทักษะ (Skills)
PLO 4 วิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ทางการตลาดและธุรกิจในโลกปัจจุบัน ในการสร้างนวัตกรรมอย่างสร้างสรรค์	Cognitive Domain	Analyze /Evaluate	ด้านทักษะ (Skills)
PLO 5 กำหนดแผนกลยุทธ์ทางการตลาดและบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องสำหรับผลงานที่เป็นนวัตกรรม	Cognitive Domain	Create	ด้านทักษะ (Skills)
PLO 6 ใช้เทคโนโลยีในการสืบค้นข้อมูลทางการตลาด นวัตกรรม และบริหารธุรกิจ	Psychomotor Domain	Precision	ด้านทักษะ (Skills)
PLO 7 ปฏิบัติตามคุณธรรมและจริยธรรมทางวิชาการ	Affective Domain	Valuing	ด้านจริยธรรม (Ethics)
PLO 8 สามารถทำงานเป็นทีมและสามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน	Affective Domain	Valuing	ด้านลักษณะบุคคล (Character)

2. กระบวนการพัฒนาหลักสูตรและการกำกับดูแลหลักสูตร

หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ถูกออกแบบหลักสูตรตามแนวทาง Outcome-based Education (OBE) และ Backward Curriculum Design (BCD) โดยดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปนี้

- ขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์ความก้าวหน้าของศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง และกรอบคุณวุฒิแห่งชาติ (NQF) ปี 2560
- ขั้นตอนที่ 2 กำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญของหลักสูตร ได้แก่ ผู้ใช้บัณฑิต คณะ มหาวิทยาลัย นิสิตปัจจุบัน และอาจารย์
- ขั้นตอนที่ 3 สสำรวจและวิเคราะห์ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด และนำมาจัดเรียงความต้องการที่สำคัญ

ขั้นตอนที่ 4 กำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตรจากการวิเคราะห์ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยเป็นไปตามระดับคุณวุฒิตามกรอบคุณวุฒิแห่งชาติและรายละเอียดผลลัพธ์การเรียนรู้ตาม มาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565

ขั้นตอนที่ 5 กำหนดแนวทางการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร

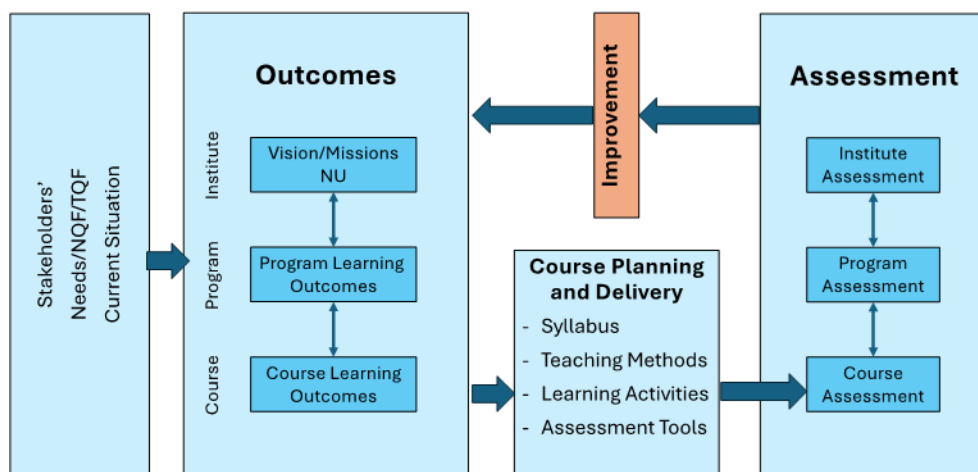
ขั้นตอนที่ 6 ออกแบบโครงสร้างหลักสูตรและรายวิชาที่สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับ หลักสูตร

ขั้นตอนที่ 7 จัดทำ curriculum mapping ที่สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร

ขั้นตอนที่ 8 กำหนดแนวทางการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา

ขั้นตอนที่ 9 กำหนดแนวทางการจัดการเรียนการสอนเพื่อบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา

ขั้นตอนที่ 10 ดำเนินการประเมินทั้งระดับรายวิชา ระดับหลักสูตร เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงหลักสูตรในรอบถัดไป (ครบทุก 5 ปี) โดยมีรูปแบบการพัฒนาหลักสูตรดังภาพ



ประเด็นการกำกับดูแล	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
1.ปรับปรุงหลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ให้มีมาตรฐานตามเกณฑ์ที่ สปอ. และมหาวิทยาลัยกำหนด	1. พัฒนาหลักสูตรโดยคณะ อาจารย์ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และ อาจารย์ ประจำหลักสูตร ให้มีหลักสูตรในระดับสากลที่ทันสมัยทุก 5 ปี 2. ส่งเสริมให้มีความร่วมมือทางวิชาการในลักษณะต่างๆ กับ หน่วยงานทั้งในและต่างประเทศ 3. พัฒนาปรับปรุงโดยการเพิ่ม รายละเอียดในเนื้อหาของ รายวิชาการจัดทำ Program Learning Outcomes ในรายวิชา วิธีการสอน การวัดและประเมินผล ของรายวิชาในหลักสูตรเพื่อความเหมาะสมและทันสมัย	1. เอกสารปรับปรุงหลักสูตรตาม รูปแบบของมคอ.2 2. การวิพากษ์หลักสูตรโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องจาก ภายนอก 3. มีการลงนามความร่วมมือทาง วิชาการกับหน่วยงานทั้งในและ ต่างประเทศในรูปแบบต่างๆ 4. เนื้อหารายวิชาและรายวิชาที่ ได้รับอนุมัติเพิ่มเติมจากสภา มหาวิทยาลัยนเรศวร

ประเด็นการกำกับดูแล	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
2. ปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต และการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางสังคมและเทคโนโลยี	1. ประเมินผลด้วยแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ 2. การระดมสมองจากผู้สอนในรายวิชาทั้งจากอาจารย์ภายในและผู้ทรงคุณวุฒิจากภายนอกในการเพิ่มเติมปรับปรุงหลักสูตร	1. รายงานผลการประเมินความพึงพอใจในการใช้บัณฑิตของผู้ประกอบการ 2. มีรายงานการประเมินความพึงพอใจจากผู้สำเร็จการศึกษา 3. รายงานการประชุมการระดมสมอง
3. แผนการพัฒนาการจัดการเรียนการสอนเพื่อให้ผู้เรียนสามารถประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์	1. จัดให้มีรายวิชาที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ เช่น รายวิชาโครงการและสัมมนา 2. จัดให้มีกิจกรรมที่ส่งเสริมการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ เช่น กรณีศึกษา (case study) การเรียนรู้แบบใช้ปัญหาเป็นฐาน (problem-based learning) หรือรูปแบบอื่น ๆ ที่เหมาะสม	1. แผนการเรียนของรายวิชาในหลักสูตรที่มีเนื้อหาและกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์
4. แผนการพัฒนาศักยภาพนิสิต	1. ส่งเสริมให้นิสิตเข้าแข่งขันในโครงการที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ทั้งในระดับชาติและนานาชาติ	จำนวนโครงการที่นิสิตเข้าร่วมการแข่งขัน
5. แผนการพัฒนาศักยภาพด้านการเรียนการสอน วิชาการและการวิจัย	1. สนับสนุนอาจารย์ผู้สอนให้พัฒนาทางการเรียนการสอน และการวิจัย 2. สนับสนุนให้อาจารย์ผู้สอน และอาจารย์ประจำหลักสูตร พัฒนางานความรู้ผลิตผลงานทางวิชาการและงานวิจัย	1. รายงานผลการพัฒนาตนเองตามแผนพัฒนาศักยภาพรายวิชาการรายบุคคล (IDP) 2. โครงการ/งบประมาณสนับสนุนให้บุคลากรได้รับการพัฒนาด้านการเรียนการสอนและการวิจัย 3. จำนวนผลงานทางวิชาการของอาจารย์ประจำหลักสูตร 4. จำนวนผลงานตีพิมพ์งานวิจัยของอาจารย์ประจำหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอนในวารสารวิชาการตามประกาศ กพอ.

หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการและโครงสร้างของหลักสูตร

1. ระบบการจัดการศึกษา

1.1 ระบบ

ระบบทวิภาค โดย 1 ปีการศึกษา แบ่งออกเป็น 2 ภาคการศึกษาปกติ 1 ภาคการศึกษาปกติมีระยะเวลาศึกษาไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์หรือเทียบเคียงได้ไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์

1.2 การจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน

ไม่มี

1.3 ระบบการจัดการศึกษาในระบบอื่น

ไม่มี

1.4 รูปแบบการจัดการเรียนการสอน

☒ แบบชั้นเรียน

☐ แบบผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

☐ อื่น ๆ (ระบุ)

2. การดำเนินการหลักสูตร

2.1 วัน-เวลาในการดำเนินการเรียนการสอน

2.1 กรณีระบบทวิภาค

☒ วัน - เวลาราชการปกติ

☐ นอกวัน - เวลาราชการปกติ (ระบุรายละเอียด)

ภาคการศึกษาต้น เดือน มิถุนายน – ตุลาคม

ภาคการศึกษาปลาย เดือน พฤศจิกายน – มีนาคม

2.2 กรณีระบบการจัดการศึกษาในระบบอื่น

-

2.2 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

2.2.1 ผู้เข้าศึกษาปริญญาตรีทางวิชาการ

1. เป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าซึ่งกระทรวงศึกษาธิการรับรอง
2. เป็นผู้ที่มีคุณสมบัติอื่นตามเกณฑ์คุณสมบัติผู้มีสิทธิ์เข้าศึกษาที่กำหนดไว้ในหลักสูตรระดับปริญญาตรี ตามประกาศมหาวิทยาลัย ที่เกี่ยวข้องกับการรับเข้าศึกษาในหลักสูตรระดับปริญญาตรี
3. กรณีคุณสมบัติไม่เป็นไปตามที่กำหนดข้างต้นให้ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของกรรมการบริหารหลักสูตร

2.3 ปัญหาของนิสิตแรกเข้า

1. นิสิตบางส่วนไม่เข้าใจธรรมชาติและเป้าหมายของหลักสูตร รวมทั้งเส้นทางอาชีพ ทำให้ไม่ประสบความสำเร็จในการเรียน

2. นิสิตบางส่วนมีข้อจำกัดทางด้านการใช้ภาษาอังกฤษ ส่งผลต่ออาชีพนักการตลาดและนักธุรกิจในอนาคต เนื่องจากเป็นภาษาที่ใช้สื่อสารในระดับสากลและเป็นกุญแจสำคัญในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าและคู่ค้าทั่วโลก รวมถึงแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการตลาด เทคโนโลยี นวัตกรรม เช่น บทความ หนังสือ วารสารงานวิจัย และคอร์สเรียนออนไลน์ส่วนใหญ่มักเป็นภาษาอังกฤษ ทำให้ผู้ที่สามารถใช้ภาษาอังกฤษได้มีโอกาสเข้าถึงความรู้และเทคนิคใหม่ ๆ ที่อัปเดตในวงการตลอดเวลา

2.4 กลยุทธ์ในการแก้ไขปัญหาของนิสิตแรกเข้า

ปัญหาของนิสิตแรกเข้า	กลยุทธ์ในการแก้ไขปัญหาของนิสิตแรกเข้า
1. ผู้เข้าสมัครเรียนไม่เข้าใจธรรมชาติและเป้าหมายของหลักสูตร รวมทั้งเส้นทางอาชีพ ทำให้ไม่ประสบความสำเร็จในการเรียน	1. จัดปฐมนิเทศให้กับนิสิตที่เข้ามาใหม่ได้ทราบถึงสายอาชีพเมื่อจบการศึกษาและรายละเอียดของงานที่ต้องทำในแต่ละตำแหน่ง (Job Description)
2. ผู้เข้าสมัครเรียนมีข้อจำกัดทางด้านการใช้ภาษาอังกฤษ ส่งผลต่ออาชีพนักการตลาดและนักธุรกิจในอนาคต เนื่องจากเป็นภาษาที่ใช้สื่อสารในระดับสากล และเป็นกุญแจสำคัญในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าและคู่ค้าทั่วโลก รวมถึงแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการตลาด เทคโนโลยี นวัตกรรม เช่น บทความ หนังสือ วารสารงานวิจัย และคอร์สเรียนออนไลน์ส่วนใหญ่มักเป็นภาษาอังกฤษ ทำให้ผู้ที่สามารถใช้ภาษาอังกฤษได้มีโอกาสเข้าถึงความรู้และเทคนิคใหม่ ๆ ที่อัปเดตในวงการตลอดเวลา	1. หลักสูตรเพิ่มรายวิชาภาษาอังกฤษที่นอกเหนือจากวิชาศึกษาทั่วไป คือ รายวิชา 815203 ภาษาอังกฤษเชิงวิชาการทางด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ อีก 3 หน่วยกิตที่นิสิตต้องเรียน 2. จัดโครงการอบรมด้านภาษาอังกฤษให้กับผู้เรียนเพิ่มเติมทุกปีการศึกษา 3. สนับสนุนให้ไปพัฒนาความสามารถทางด้านภาษากับกองพัฒนาภาษาและกิจการต่างประเทศ

2.5 แผนการรับนิสิตและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี

ชั้นปี	ปีการศึกษา				
	2568	2569	2570	2571	2572
ชั้นปีที่ 1	40	40	40	40	40
ชั้นปีที่ 2	-	40	40	40	40
ชั้นปีที่ 3	-	-	40	40	40
ชั้นปีที่ 4	-	-	-	40	40
จำนวนนิสิตทั้งหมด	40	80	120	160	160
จำนวนนิสิตที่คาดว่าจะสำเร็จการศึกษา	-	-	-	40	40

2.6 งบประมาณตามแผน

2.6.1 ประมาณการงบประมาณรายรับ

รายละเอียดรายรับ	ปีงบประมาณ				
	2568	2569	2570	2571	2572
ค่าธรรมเนียมการศึกษา	2,496,000.00	4,992,000.00	7,488,000.00	9,984,000.00	9,984,000.00
รวมรายรับ	2,496,000.00	4,992,000.00	7,488,000.00	9,984,000.00	9,984,000.00

2.6.2 ประมาณการงบประมาณรายจ่าย

รายละเอียดรายจ่ายสรุปได้ตามหมวดเงินไวคร่าวๆ ดังต่อไปนี้

รายละเอียดรายจ่าย	ปีงบประมาณ				
	2568	2569	2570	2571	2572
ค่าตอบแทน	1,447,000	2,894,000	4,341,000	5,788,000	5,788,000
ค่าใช้สอย	536,500	1,073,000	1,609,500	2,146,000	2,146,000
ค่าวัสดุ	262,900	525,800	788,700	1,051,600	1,051,600
ค่าครุภัณฑ์	208,600	417,200	625,800	834,400	834,400
รวมรายจ่าย	2,454,800	4,910,000	7,365,000	9,820,000	9,820,000

หมายเหตุ : งบประมาณรายรับและรายจ่ายในแต่ละปีแต่ละหมวดเป็นเพียงการประมาณคร่าวๆ เท่านั้น

2.6.3 ประมาณค่าใช้จ่ายต่อหัวในการผลิตบัณฑิต เป็นเงิน 61,375.00 บาท/คน/ปี

2.7 การเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชา และการลงทะเบียนข้ามมหาวิทยาลัย

เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยนเรศวร ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565

3. หลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน

3.1 หลักสูตร

3.1.1 จำนวนหน่วยกิต รวมตลอดหลักสูตร จำนวนไม่น้อยกว่า 133 หน่วยกิต

3.1.2 โครงสร้างหลักสูตร

หมวดวิชา	เกณฑ์ อว. พ.ศ. 2565	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568
1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	24	24
1.1 กลุ่มภาษาและการสื่อสาร (ภาษาอังกฤษและภาษาไทย) วิชาบังคับ		12
- กลุ่มภาษาอังกฤษ	จำนวน	9
- กลุ่มภาษาไทย	จำนวน	3
1.2 กลุ่มความรู้เพื่อการใช้ชีวิตอย่างมีคุณภาพ	ไม่น้อยกว่า	3
1.3 กลุ่มการพัฒนาทักษะและลักษณะบุคคล	ไม่น้อยกว่า	3
1.4 กลุ่มการพัฒนาสุขภาพกายและจิต	ไม่น้อยกว่า	3
- รายวิชาบังคับไม่น้อยกว่าหน่วยกิต	จำนวน	1
รายวิชา 002408 กีฬาและกิจกรรมทางกาย		
1.5 กลุ่มการเป็นพลเมืองไทยและพลโลกเพื่อสังคมที่ยั่งยืน	ไม่น้อยกว่า	3
2. หมวดวิชาเฉพาะ	72	100
2.1 วิชาแกน		24
2.1.1 วิชาพื้นฐานเฉพาะด้าน		24
2.2 วิชาเฉพาะ		63
2.2.1 วิชาบังคับ		51
2.2.2 วิชาเลือก	ไม่น้อยกว่า	12
2.3 โครงการงานและการสัมมนา		7
2.4 สหกิจศึกษา/ฝึกงาน/ฝึกอบรม/ฝึกงานในต่างประเทศ		6
3. หมวดวิชาเลือกเสรี	6	6
หน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร	ไม่น้อยกว่า 120	130

3.1.3 รายวิชาหมวดต่างๆ

1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป		ไม่น้อยกว่า จำนวน	24 หน่วยกิต
กำหนดให้นิสิตเรียนตามกลุ่มวิชาดังต่อไปนี้ รวมถึงรายวิชาศึกษาทั่วไปที่มหาวิทยาลัยจะเปิดรายวิชาในอนาคต และรายวิชาศึกษาทั่วไปที่เปิดสอนในสถาบันอื่นที่มหาวิทยาลัยอนุมัติให้ลงทะเบียน			
1.1 กลุ่มภาษาและการสื่อสาร (ภาษาอังกฤษและภาษาไทย)			12 หน่วยกิต
วิชาบังคับ			
1.1.1 กลุ่มภาษาอังกฤษ		จำนวน	9 หน่วยกิต
002101	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน English for Daily-life Communication		3(2-2-5)
002102	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารนานาชาติ English for International Communication		3(2-2-5)
002103	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางอาชีพ English for Professional Communication		3(2-2-5)
1.1.2 กลุ่มภาษาไทย		จำนวน	3 หน่วยกิต
002107	การใช้ภาษาไทยในบริบทร่วมสมัย Thai language Use in a Contemporary Context		3(2-2-5)
1.2 กลุ่มความรู้เพื่อการใช้ชีวิตอย่างมีคุณภาพ		ไม่น้อยกว่า	3 หน่วยกิต
โดยเลือกจากรายวิชาดังต่อไปนี้			
002201	วิถีชีวิตในยุคดิจิทัล Ways of Living in the Digital Age		3(3-0-6)
002202	กฎหมายพื้นฐานเพื่อคุณภาพชีวิต Fundamental Laws for Quality of Life		3(2-2-5)
002203	การจัดการการดำเนินชีวิต Living Management		3(2-2-5)
002204	การรู้เท่าทันสื่อ Media Literacy		3(2-2-5)
002205	พลวัตกลุ่มและการทำงานเป็นทีม Group Dynamics and Teamwork		3(2-2-5)
002207	คอมพิวเตอร์สารสนเทศขั้นพื้นฐาน Introduction to Computer Information Science		3(2-2-5)
002208	คณิตศาสตร์และสถิติในชีวิตประจำวัน Mathematics and Statistics in Everyday Life		3(2-2-5)
002209	พลังงานและเทคโนโลยีใกล้ตัว Energy and Technology Around Us		3(2-2-5)
002210	วิทยาศาสตร์ในชีวิตประจำวัน Science in Everyday Life		3(3-0-6)
002211	วิถีชีวิตตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนในศตวรรษที่ 21 Circular Economy Lifestyle for 21 st Century		3(2-2-5)
002212	ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อความยั่งยืน Sufficiency Economy Philosophy for Sustainability		3(2-2-5)
002213	การบัญชีเบื้องต้นสำหรับผู้ประกอบการ		3(2-2-5)

002214	Principles of Accounting for Entrepreneurs การเงิน ธุรกิจ ชีวิต และการลงทุน Finance, Business, Life, and Investment	3(3-0-6)
--------	---	----------

1.3 กลุ่มการพัฒนาทักษะและลักษณะบุคคล โดยเลือกจากรายวิชาดังต่อไปนี้		ไม่น้อยกว่า	3	หน่วยกิต
002301	สารสนเทศศาสตร์เพื่อการศึกษาค้นคว้า Information Science for Study and Research			3(2-2-5)
002302	ศิลปะในชีวิตประจำวัน Arts in Daily Life			3(2-2-5)
002303	ดนตรีวิถีไทย Thai Music and Culture			3(2-2-5)
002304	ดนตรีตะวันตกในชีวิตประจำวัน Western Music in Daily Life			3(2-2-5)
002305	การคิดเชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรม Creative Thinking and Innovation			3(2-2-5)
002306	นวัตกรรมเพื่อสังคม Social Innovation			3(2-2-5)
002307	การจัดการข้อมูลเบื้องต้นในยุคดิจิทัล Introduction to Data Management in Digital Era			3(2-2-5)
002308	เบลนเดอร์ / สินทรัพย์ดิจิทัล / จักรวาลนฤมิต Blender / NFT / Metaverse			3(2-2-5)
002309	ความคิดเชิงปรัชญาเพื่อการพัฒนาตนและสังคม Philosophical Thoughts for Self and Social Development			3(2-2-5)
002310	ทักษะชีวิต Life Skills			3(2-2-5)
002311	ภาวะผู้นำกับความรัก Leadership and Compassion			3(3-0-6)
002312	การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจก่อตั้งใหม่ขนาดย่อม Entrepreneurship for Small Business Start-up			3(2-2-5)
002313	นวัตกรรมเพื่อสังคมสูงวัย Innovation for Aging Society			3(1-4-4)
002314	ทักษะผู้ประกอบการและนวัตกรรมด้านอาหาร Entrepreneurial skills and food innovator			3(2-2-5)

1.4 กลุ่มการพัฒนาสุขภาพกายและจิต โดยเลือกจากรายวิชาดังต่อไปนี้		ไม่น้อยกว่า	3	หน่วยกิต
002401	ความสุขกับงานอดิเรก Happiness with Hobbies			3(2-2-5)
002402	จิตวิทยาและการใช้ชีวิตในโลกยุคใหม่ Psychology and Living in the Modern World			3(3-0-6)
002403	ยาและสารเคมีในชีวิตประจำวัน Drugs and Chemicals in Daily Life			3(2-2-5)

002404	อาหารและวิถีชีวิต Food and Life Style	3(2-2-5)
002405	พฤติกรรมมนุษย์ Human Behavior	3(2-2-5)
002406	ชีวิตและสุขภาพ Life and Health	3(2-2-5)
002407	การบริโภคในชีวิตประจำวัน Consumption in Daily Life	3(2-2-5)
วิชาบังคับไม่นับหน่วยกิต จำนวน 1 หน่วยกิต		
002408	กีฬาและกิจกรรมทางกาย Sports and Physical Activity	1(0-2-1)
1.5 กลุ่มการเป็นพลเมืองไทยและพลโลกเพื่อสังคมที่ยั่งยืน โดยเลือกจากรายวิชาดังต่อไปนี้		ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต
002206	แอนโทรโปซีน Anthropocene	3(2-2-5)
002501	ภาษา สังคมและวัฒนธรรม Language, Society and Culture	3(2-2-5)
002502	ไทยกับประชาคมโลก Thai State and the World Community	3(2-2-5)
002503	อารยธรรมไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่น Thai Civilization and Local Wisdom	3(2-2-5)
002504	การเมือง เศรษฐกิจ และสังคม Politics, Economy and Society	3(3-0-6)
002505	นเรศวรศึกษา Naresuan Studies	3(2-2-5)
002506	ความมั่นคงทางมนุษย์และการพัฒนาอย่างยั่งยืน Human Security and Sustainable Development	3(2-2-5)
002507	ความเป็นพลเมืองโลก Global Citizenship	3(2-2-5)
002508	อารยธรรมโลก World Civilizations	3(3-0-6)
002509	ภาษาและวัฒนธรรมเกาหลี Korean Language and Culture	3(3-0-6)
002510	ภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น Japanese Language and Culture	3(3-0-6)
002511	ภาษาและวัฒนธรรมจีน Chinese Language and Culture	3(3-0-6)
002512	ภาษาและวัฒนธรรมพม่า Myanmar Language and Culture	3(3-0-6)

002513	ภาษาและวัฒนธรรมฝรั่งเศส French Language and Culture	3(3-0-6)
002514	ภาษาและวัฒนธรรมสเปน Spanish Language and Culture	3(3-0-6)
002515	ภาษาและวัฒนธรรมลาว Lao Language and Culture	3(3-0-6)
002516	ภาษาและวัฒนธรรมอินโดนีเซีย Indonesian Language and Culture	3(3-0-6)
002517	ภาษาและวัฒนธรรมเวียดนาม Vietnamese Language and Culture	3(3-0-6)
002518	ภาษาและวัฒนธรรมเขมร Khmer Language and Culture	3(3-0-6)
2. หมวดวิชาเฉพาะ		ไม่น้อยกว่า
2.1 วิชาแกน		103 หน่วยกิต
2.1.1 วิชาพื้นฐานเฉพาะด้าน		24 หน่วยกิต
		24 หน่วยกิต
815101	การสร้างความคิดและแรงบันดาลใจในการออกแบบ Kick Start to Design Thinking	3(2-2-5)
815102	กระบวนการค้นคว้าความรู้นวัตกรรมและการตลาดอย่างเป็นระบบ Systematic Knowledge Inquiry in Innovation and Marketing	3(2-2-5)
815103	การจัดการประสิทธิภาพตนเองและอาชีพ Self-efficiency and Career Management	3(3-0-6)
815110	รหัสพันธุกรรมทางนวัตกรรมการตลาด Innovative Marketing DNA	3(2-2-5)
815111	การตลาดเชิงสร้างสรรค์ Creative Marketing	3(2-2-5)
815112	การศึกษาและการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้า Study and Learning for Customers	3(2-2-5)
815130	การจัดการร่วมสมัยและการพลิกผันทางดิจิทัล Contemporary Management and Digital Disruption	3(3-0-6)
815203	ภาษาอังกฤษเชิงวิชาการทางด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ Academic English for Innovation and Creative Marketing	3(2-2-5)
2.2 วิชาเฉพาะ		63 หน่วยกิต
2.2.1 วิชาบังคับ		51 หน่วยกิต
815211	การตลาดเพื่อการสร้างคุณค่าร่วม Marketing for Creating Share Value	3(2-2-5)
815212	นวัตกรรมและการสร้างมูลค่าทางการตลาด Innovation and Creation of Market Value	3(2-2-5)
815213	การตลาดเชิงเนื้อหาดิจิทัลเชิงโต้ตอบ Digital Interactive Content Marketing	3(2-2-5)

815214	การพัฒนาแนวคิดและสร้างสรรค์การตลาดดิจิทัลยุคใหม่ Digital Marketing in Action	3(2-2-5)
815221	นวัตกรรมและการจัดการเชิงปฏิบัติการ Innovation and Operations Management	3(2-2-5)
815230	การจัดการทรัพย์สินทางปัญญาและนวัตกรรม Intellectual Property Management and Innovation	3(2-2-5)
815240	การวิเคราะห์ทางการตลาด Marketing Analytics	3(2-2-5)
815241	การตลาดที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลผ่านเทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์ Data-Driven Marketing with Technology and AI	3(2-2-5)
815250	การจัดการทางการเงินสำหรับนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ Financial Management for Innovation and Creative Marketing	3(2-2-5)
815310	กลยุทธ์และเทคนิคสำหรับการตลาดเชิงสร้างสรรค์ Strategies and Techniques for Creative Marketing	3(2-2-5)
815313	การจัดการและกลยุทธ์ตราสินค้า Branding Management and Strategies	3(2-2-5)
815314	ระบบการตลาดอัจฉริยะ Artificial Intelligence Marketing	3(2-2-5)
815320	การบริหารคุณภาพกับนวัตกรรม Quality Management and Innovation	3(2-2-5)
815321	โลจิสติกส์ในการสร้างคุณค่าทางการตลาด Logistics in Marketing Value Creation	3(2-2-5)
815342	หลักการเขียนโปรแกรม Principles of Programming	3(2-2-5)
815360	วิจัยด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ Innovation and Creative Marketing Research	3(2-2-5)
815431	การจัดการบุคลากรในโลกใหม่ New World Workforce Management	3(3-0-6)

2.2.2 วิชาเลือก

ไม่น้อยกว่า

12 หน่วยกิต

ให้นักศึกษาเลือกจากรายวิชา ดังนี้

815144	การบริหารและการประกอบการสมัยใหม่ Modern Management and Entrepreneurship	3(3-0-6)
815311	การตลาดผ่านสื่อสังคม Social Media Marketing	3(2-2-5)
815315	การตลาดเชิงสร้างสรรค์จีน Creative Market in China	3(3-0-6)
815316	การตลาดวัฒนธรรม Cultural Marketing	3(3-0-6)
815317	ศิลปะการเจรจาต่อรอง The Art of Negotiation	3(3-0-6)

815324	นวัตกรรมการตลาดสำหรับธุรกิจสุขภาพ Innovative Marketing for Healthcare	3(2-2-5)
815325	นวัตกรรมการตลาดสำหรับการกีฬาและความบันเทิง Innovative Marketing for Sports and Entertainments	3(2-2-5)
815326	นวัตกรรมและการออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกเชิงสร้างสรรค์ Innovation and Creative Facility Design	3(2-2-5)
815340	การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสำเร็จรูปสำหรับงานด้านการตลาด Information Technology Solutions for Marketing	3(2-2-5)
815341	เทคโนโลยีเสมือนสำหรับการตลาด Virtual Technologies for Marketing	3(2-2-5)
815343	หลักการออกแบบสำหรับมนุษย์ Designing Principles for Humans	3(2-2-5)
815344	กลยุทธ์สื่อการตลาด Marketing Media Strategies	3(2-2-5)

2.3 โครงการงานและการสัมมนา

7 หน่วยกิต

815190	โครงการงานทางด้านการพัฒนาแนวคิดผลิตภัณฑ์ Project in Product Idea Development	1(0-2-1)
815290	โครงการงานทางด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการ Project in Product Development and Process	1(0-2-1)
815390	โครงการงานทางด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ Project in Prototype Development	2(0-4-2)
815490	โครงการงานทางด้านการจัดทำแผนการตลาดเชิงสร้างสรรค์จากผลิตภัณฑ์ต้นแบบ Project in Marketing Plan from Prototype	2(0-4-2)
815494	สัมมนาทางวิชาการด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ Seminar in Innovation and Creative Marketing	1(0-2-1)

2.4 สหกิจศึกษา/ฝึกอบรม/ฝึกงานในต่างประเทศ

6 หน่วยกิต

ให้นักศึกษาเลือกเรียนรายวิชาใดวิชาหนึ่งจำนวน 6 หน่วยกิต จากรายวิชา ดังนี้

815491	การฝึกอบรมหรือการฝึกงานในต่างประเทศ International Academic of Professional Training	6 หน่วยกิต
815492	สหกิจศึกษา Co-operative Education	6 หน่วยกิต
815493	การฝึกงาน Professional Training	6 หน่วยกิต

3. หมวดวิชาเลือกเสรี

ไม่น้อยกว่า

6 หน่วยกิต

นิสิตสามารถเลือกเรียนรายวิชาใด ๆ ก็ได้ในหลักสูตรระดับปริญญาตรีที่เปิดสอนภายในมหาวิทยาลัยนเรศวร ยกเว้นรายวิชาที่บรรจุในหมวดศึกษาทั่วไป หรือ รายวิชาที่มหาวิทยาลัยอื่นที่ได้รับการอนุมัติจากมหาวิทยาลัยนเรศวร

3.1.4 แผนการศึกษา

ชั้นปีที่ 1

ภาคการศึกษาต้น

002101	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน English for Daily-life Communication	3(2-2-5)
002107	การใช้ภาษาไทยในบริบทร่วมสมัย Thai language Use in a Contemporary Context	3(2-2-5)
002408	กีฬาและกิจกรรมทางกาย (บังคับไม่นับหน่วยกิต) Sports and Physical Activity	1(0-2-1)
815101	การสร้างความคิดและแรงบันดาลใจในการออกแบบ Kick Start to Design Thinking	3(2-2-5)
815103	การจัดการประสิทธิภาพตนเองและอาชีพ Self-efficiency and Career Management	3(3-0-6)
815110	รหัสพันธุกรรมทางนวัตกรรมการตลาด Innovative Marketing DNA	3(2-2-5)
815130	การจัดการร่วมสมัยและการพลิกผันทางดิจิทัล Contemporary Management and Digital Disruption	3(3-0-6)
รวม		18 หน่วยกิต

ชั้นปีที่ 1

ภาคการศึกษาปลาย

002102	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารนานาชาติ English for International Communication	3(2-2-5)
0023XX	หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มการพัฒนาทักษะและลักษณะบุคคล	3(2-2-5)
002207	คอมพิวเตอร์สารสนเทศขั้นพื้นฐาน Introduction to Computer Information Science	3(2-2-5)
815102	กระบวนการค้นคว้าความรู้นวัตกรรมและการตลาดอย่างเป็นระบบ Systematic Knowledge Inquiry in Innovation and Marketing	3(2-2-5)
815111	การตลาดเชิงสร้างสรรค์ Creative Marketing	3(2-2-5)
815112	การศึกษาและการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้า Study and Learning for Customers	3(2-2-5)
815190	โครงการทางด้านการพัฒนาแนวคิดผลิตภัณฑ์ Project in Product Idea Development	1(0-2-1)
รวม		19 หน่วยกิต

ชั้นปีที่ 2

ภาคการศึกษาต้น

002103	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางอาชีพ English for Professional Communication	3(2-2-5)
815211	การตลาดเพื่อการสร้างคุณค่าร่วม Marketing for Creating Share Value	3(2-2-5)
815214	การพัฒนาแนวคิดและสร้างสรรค์การตลาดดิจิทัลยุคใหม่ Digital Marketing in Action	3(2-2-5)
815230	การจัดการทรัพย์สินทางปัญญาและนวัตกรรม Intellectual Property Management and Innovation	3(2-2-5)
815240	การวิเคราะห์ทางการตลาด Marketing Analytics	3(2-2-5)
815250	การจัดการทางการเงินสำหรับนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ Financial Management for Innovation and Creative Marketing	3(2-2-5)
รวม		18 หน่วยกิต

ชั้นปีที่ 2

ภาคการศึกษาปลาย

0025XX	หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มการเป็นพลเมืองไทยและพลโลกเพื่อสังคมที่ยั่งยืน	3(2-2-5)
815203	ภาษาอังกฤษเชิงวิชาการทางด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ Academic English for Innovation and Creative Marketing	3(2-2-5)
815212	นวัตกรรมและการสร้างมูลค่าทางการตลาด Innovation and Creation of Market Value	3(2-2-5)
815213	การตลาดเชิงเนื้อหาดิจิทัลเชิงโต้ตอบ Digital Interactive Content Marketing	3(2-2-5)
815221	นวัตกรรมและการจัดการเชิงปฏิบัติการ Innovation and Operations Management	3(2-2-5)
815241	การตลาดที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลผ่านเทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์ Data-Driven Marketing with Technology and AI	3(2-2-5)
815290	โครงการทางด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการ Project in Product Development and Process	1(0-2-1)
รวม		19 หน่วยกิต

ชั้นปีที่ 3

ภาคการศึกษาต้น

0024XX	หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มการพัฒนาสุขภาพกายและจิต	3(2-2-5)
815310	กลยุทธ์และเทคนิคสำหรับการตลาดเชิงสร้างสรรค์ Strategies and Techniques for Creative Marketing	3(2-2-5)
815313	การจัดการและกลยุทธ์ตราสินค้า Branding Management and Strategies	3(2-2-5)
815320	การบริหารคุณภาพกับนวัตกรรม Quality Management and Innovation	3(2-2-5)
815342	หลักการเขียนโปรแกรม Principles of Programming	3(2-2-5)
815360	วิจัยด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ Innovation and Creative Marketing Research	3(2-2-5)
รวม		18 หน่วยกิต

ชั้นปีที่ 3

ภาคการศึกษาปลาย

815321	โลจิสติกส์ในการสร้างคุณค่าทางการตลาด Logistics in Marketing Value Creation	3(2-2-5)
815314	ระบบการตลาดอัจฉริยะ Artificial Intelligence Marketing	3(2-2-5)
815390	โครงการทางด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ Project in Prototype Development	2(0-4-2)
815xxx	วิชาเลือก 1 Elective Course 1	3 หน่วยกิต
815XXX	วิชาเลือก 2 Elective Course 2	3 หน่วยกิต
XXXXXX	วิชาเลือกเสรี Free Elective	3 หน่วยกิต
รวม		17 หน่วยกิต

ชั้นปีที่ 4

ภาคการศึกษาต้น

815431	การจัดการบุคลากรในโลกใหม่ New World Workforce Management	3(3-0-6)
815490	โครงการทางด้านการจัดทำแผนการตลาดเชิงสร้างสรรค์จาก ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ Project in Marketing Plan from Prototype	2(0-4-2)
815494	สัมมนาทางวิชาการด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ Seminar in Innovation and Creative Marketing	1(0-2-1)
815XXX	วิชาเลือก 3 Elective Course 3	3 หน่วยกิต
815XXX	วิชาเลือก 4 Elective Course 3	3 หน่วยกิต
XXXXXX	วิชาเลือกเสรี Free Elective	3 หน่วยกิต
รวม		15 หน่วยกิต

ชั้นปีที่ 4

ภาคการศึกษาปลาย

815491	การฝึกอบรมหรือการฝึกงานในต่างประเทศ International Academic of Professional Training	6 หน่วยกิตหรือ
815492	สหกิจศึกษา Co-operative Education	6 หน่วยกิตหรือ
815493	การฝึกงาน Professional Training	6 หน่วยกิต
รวม		6 หน่วยกิต

- 3.1.5 คำอธิบายรายวิชา**
- 002101 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน 3(2-2-5)**
English for Daily-life Communication
 ทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวันได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ
 English skills for appropriate and effective daily-life communication
- 002102 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารนานาชาติ 3(2-2-5)**
English for International Communication
 ทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารนานาชาติ ในหัวข้อที่เกี่ยวกับสิ่งรอบตัวที่คุ้นเคยได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพในบริบทและสถานการณ์ที่หลากหลาย
 English skills for appropriate and effective international communication on familiar topics in various contexts and situations
- 002103 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางอาชีพ 3(2-2-5)**
English for Professional Communication
 ทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารอย่างชัดเจน ถูกต้อง และมีประสิทธิภาพเกี่ยวกับบริบทการทำงาน
 English skills for clear, concise and effective communication in professional contexts
- 002107 การใช้ภาษาไทยในบริบทร่วมสมัย 3(2-2-5)**
Thai language Use in a Contemporary Context
 การฝึกทักษะฟัง พูด อ่าน และเขียน เพื่อพัฒนาการใช้ภาษาไทยทางวิชาการและในชีวิตประจำวันให้สอดคล้องกับบริบทสังคมร่วมสมัย
 Practicing listening, speaking, reading and writing skills to develop the use of Thai language in academics and in daily life in accordance with the contemporary social context.
- 002201 วิถีชีวิตในยุคดิจิทัล 3(3-0-6)**
Ways of Living in the Digital Age
 การพัฒนาทักษะความสามารถในการใช้สื่อ อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์สื่อสารประเภทต่าง ๆ การสืบค้น การวิเคราะห์ข้อมูลและการประเมินผล การสร้างสรรค์และสิทธิ ตระหนักรู้เชิงจริยธรรมและความรับผิดชอบในพฤติกรรมสื่อสารของตนต่อสังคม
 Development of skills in using media and various computer tools and equipment; searching, analysing, and evaluating data; creation and rights; ethical awareness and individual responsibility in communication behaviors to the society
- 002202 กฎหมายพื้นฐานเพื่อคุณภาพชีวิต 3(2-2-5)**
Fundamental Laws for Quality of Life
 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพชีวิตของนิสิต เช่น สิทธิขั้นพื้นฐาน สิทธิมนุษยชน จริยธรรมการใช้สื่อในยุคดิจิทัล กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา กฎหมายสิ่งแวดล้อมและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองศิลปวัฒนธรรม รวมทั้งกฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสู่ศตวรรษที่ 21
 The laws concerning the quality of student life such as basic rights, human rights, media ethics in the digital age, intellectual property law, environmental laws, the laws relating to the protection of art and culture as well as the laws pertaining to the developments towards the 21st century

002203 การจัดการการดำเนินชีวิต**3(2-2-5)****Living Management**

ความรู้และทักษะเกี่ยวกับบทบาท หน้าที่ ธรรมชาติของมนุษย์ ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยั่งยืนในชีวิต มีความรับผิดชอบ ฉลาดคิด และรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีและผลกระทบต่อชีวิตประจำวัน การดำเนินชีวิตตามหลักคุณธรรมจริยธรรม การปรับตัวท่ามกลางความเปลี่ยนแปลง รวมทั้งการดำเนินชีวิตท่ามกลางพลวัตของโลกในศตวรรษที่ 21 ในฐานะพลเมืองของประชาคมอาเซียนและประชาคมโลก

Knowledge and skills concerning roles, duties, and human nature; factors leading to sustainable success in life with responsibility, thinking skills, and being informed with changes in science and technology and their impacts on daily life; living ethically; adaptability among changes and living along the world dynamics of the 21st century as a citizen of the ASEAN community and the world community

002204 การรู้เท่าทันสื่อ**3(2-2-5)****Media Literacy**

ประเด็นการสื่อสารในชีวิตประจำวันที่มีผลกระทบต่อการสื่อสารของบุคคล ศึกษาผลกระทบทั้งเชิงบวกและลบของการบริโภคสื่อ ฝึกทักษะการคิดวิเคราะห์ ประเมิน และตัดสินใจถูกต้องของสื่อสารสนเทศได้อย่างมีเหตุผล

Communication issues in daily life that affect an individual's communication; study both positive and negative impacts of media consumption; practice skills for analyzing, evaluating, and judging the correctness of information logically

002205 พลวัตกลุ่มและการทำงานเป็นทีม**3(2-2-5)****Group Dynamics and Teamwork**

พฤติกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมรวมกลุ่ม การพัฒนาการของลักษณะต่าง ๆ ของกลุ่ม สิ่งแวดล้อมชนิดต่าง ๆ ของกลุ่ม การเข้าเกี่ยวข้องกับกลุ่มของบุคคล การคล้อยตามกลุ่ม การเปลี่ยนทัศนคติของกลุ่ม การสื่อสารภายในกลุ่ม รูปแบบของการทำงานเป็นทีม แนวทางการสร้างทีมงานและเครือข่าย ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของกลุ่ม ปัจจัยที่ส่งเสริมการทำงานเป็นทีม การฝึกการปฏิบัติงานเป็นทีม

Various behaviors regarding grouping behaviors; group characterization; contexts of groups; involvement in a group of an individual; group compliance; change of group attitude; intra-group communication; teamwork models; approaches to building a team and a network; group unity; factors enhancing teamworking; practice in teamworking

002206 แอนโทรโปซีน**3(2-2-5)****Anthropocene**

ความหลากหลายทางชีวภาพ ระบบนิเวศและระบบนิเวศบริการ ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างและระบบมนุษย์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ชีตจำกัดการรองรับของธรรมชาติ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ จิตสำนึกและจริยธรรมสิ่งแวดล้อม และการมีส่วนร่วมจัดการสิ่งแวดล้อมในการออกแบบธุรกิจเพื่อเป็นผู้ประกอบการตามกรอบเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

Biodiversity, ecosystem & ecosystem services; relationship between man and nature; impacts of human system and structure on the environmental changes; planetary boundaries; climate change; environmental awareness & ethics; students' engagement in designing a business for SDG-based entrepreneurship

002207 คอมพิวเตอร์สารสนเทศขั้นพื้นฐาน**3(2-2-5)****Introduction to Computer Information Science**

วิวัฒนาการของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์จากอดีตถึงปัจจุบัน ความเป็นไปได้ของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในอนาคต องค์ประกอบของระบบคอมพิวเตอร์ ได้แก่ ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ และข้อมูล คอมพิวเตอร์ วิธีการทำงานของคอมพิวเตอร์ ระบบเครือข่ายพื้นฐาน เครือข่ายอินเทอร์เน็ตและการประยุกต์ใช้งาน ความเสี่ยงในการใช้งานระบบ การจัดการข้อมูล ระบบสารสนเทศ โปรแกรมสำนักงานอัตโนมัติ เทคโนโลยีสื่อผสม การเผยแพร่สื่อทางเว็บ การออกแบบและพัฒนาเว็บ อิทธิพลของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ต่อมนุษย์และสังคม

Evolution of computer technology from past to present; possibilities of computer technology in the future; elements of a computer system including hardware, software, and data; operation of a computer; basic computer network; Internet network and applications; risks of system usage; data management; information system; office automation software; multimedia technology; web-based media publication; web design and development; influence of computer technology on human and society

002208 คณิตศาสตร์และสถิติในชีวิตประจำวัน**3(2-2-5)****Mathematics and Statistics in Everyday Life**

การวัด การหาพื้นที่ผิวและปริมาตรของรูปทรงเรขาคณิต คณิตศาสตร์การเงินเบื้องต้น การสำรวจข้อมูล วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูลเพื่อการตัดสินใจเบื้องต้น การประยุกต์ใช้ความน่าจะเป็นเพื่อการวางแผนและตัดสินใจทางธุรกิจเบื้องต้น

Measurement; surface area and volume of geometric shapes; introduction to financial mathematics; survey and data collection methods; data analysis and presentation for basic research; application of probability for fundamental business planning and decision making

002209 พลังงานและเทคโนโลยีใกล้ตัว**3(2-2-5)****Energy and Technology Around Us**

ความรู้พื้นฐานด้านพลังงานและเทคโนโลยีในชีวิตประจำวัน ที่มาของพลังงาน ได้แก่ พลังงานไฟฟ้า พลังงานเชื้อเพลิง พลังงานทางเลือก เทคโนโลยีและการบริโภคพลังงาน การบริโภคพลังงานทางตรงและทางอ้อม สถานการณ์พลังงานกับสภาวะโลกร้อน สถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับพลังงานและเทคโนโลยี การอนุรักษ์พลังงานอย่างมีส่วนร่วม การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ การเตรียมความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงด้านพลังงาน

Fundamental knowledge of energy and technology in a daily life; energy sources including electrical energy, fuel energy, and alternative energy; technology and energy consumption; direct and indirect energy consumption; energy situation and global warming; situations related to energy and technology; participatory energy conservation; efficient energy use; preparation for energy change

002210 วิทยาศาสตร์ในชีวิตประจำวัน**3(3-0-6)****Science in Everyday Life**

บทบาทของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทางด้านชีวภาพ กายภาพ ในชีวิตประจำวัน บูรณาการความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ของโลกทั้งระบบที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน ได้แก่ สิ่งมีชีวิตและสิ่งแวดล้อม สารเคมี พลังงานและไฟฟ้า การสื่อสารโทรคมนาคม อุตุนิยมวิทยา โลกและอวกาศ และความรู้ใหม่ๆทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

Roles of biological and physical science and technology in a daily life; integration of the whole system of earth science knowledge in everyday life including organisms and

environments, chemicals, energy and electricity, telecommunications, meteorology, earth and space, and the new frontier knowledge of science and technology

002211 วิธีชีวิตตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนในศตวรรษที่ 21 3(2-2-5)
Circular Economy Lifestyle for 21st Century

คุณค่าธรรมชาติต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ในด้านการนำทรัพยากรมาใช้ประโยชน์และการเป็นแหล่งรองรับและบำบัดมลพิษ ภาวะวิกฤตของปัญหาด้านทรัพยากร สถานการณ์ฉุกเฉินด้านสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม แนวคิดโดยตลอดวัฏจักรชีวิต กระบวนการออกแบบธุรกิจภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน นวัตกรรมโมเดลธุรกิจสู่เศรษฐกิจหมุนเวียนวิถีชีวิตภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน ความตระหนักและแรงผลักดันสู่วิถีชีวิตภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนและสังคมเศรษฐกิจหมุนเวียน

Values of nature to human life as useful resources and as a source for absorbing and treating pollution; crisis of resource problems; climate and environmental emergency situations; concepts throughout the life cycle; business design process under the concept of circular economy; business model innovation for the circular economy; lifestyle under the concept of circular economy; awareness and driving force toward lifestyles under the concepts of circular economy and circular economy society

002212 ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อความยั่งยืน 3(2-2-5)
Sufficiency Economy Philosophy for Sustainability

ความหมาย ที่มา และเป้าหมายของเศรษฐกิจพอเพียง การประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการดำเนินชีวิตอย่างสมดุลและยั่งยืน

Definitions, origin, and goals of Sufficiency Economy; application of the Sufficiency Economy Philosophy for sustainable and balanced living

002213 การบัญชีเบื้องต้นสำหรับผู้ประกอบการ 3(2-2-5)
Principles of Accounting for Entrepreneurs

รูปแบบธุรกิจ การจัดตั้งธุรกิจ หลักการบัญชีและภาษีพื้นฐานสำหรับผู้ประกอบการองค์ประกอบของรายงานทางการเงิน การวิเคราะห์ข้อมูลทางบัญชีและการบัญชีบริหารเบื้องต้น เพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ เทคโนโลยีสารสนเทศทางการบัญชีและภาษี

Types of business; business formation; principles of accounting and basic taxation for entrepreneurs; components of financial reports; basic analysis of accounting information and management accounting for business decision making; information technology for accounting and taxation

002214 การเงิน ธุรกิจ ชีวิต และการลงทุน 3(3-0-6)
Finance, Business, Life, and Investment

การวางแผนการเงินส่วนบุคคล การบริหารทรัพย์สินและหนี้สิน การวางแผนรายได้และรายจ่าย การทำธุรกิจและการประกอบอาชีพภายใต้เศรษฐกิจที่ผันผวนไม่แน่นอน การลงทุนในสินทรัพย์ทางการเงินและสินทรัพย์ทางเลือก การสร้างความมั่งคั่งเพื่อชีวิตที่สมดุล

Personal finance planning; asset and debt management; personal income and expenditure planning; business and career in fluctuating economy; investing in financial and alternative assets; wealth building for a balanced life

002301 สารสนเทศศาสตร์เพื่อการศึกษาค้นคว้า**3(2-2-5)****Information Science for Study and Research**

ความหมาย ความสำคัญของสารสนเทศ ประเภทของแหล่งสารสนเทศ การเข้าถึงแหล่งสารสนเทศต่าง ๆ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ การจัดการความรู้ การสังเคราะห์ และการนำเสนอสารสนเทศ ตลอดจนการเสริมสร้างให้ผู้เรียนมีเจตคติที่ดี และมีนิสัยในการใฝ่หาความรู้เพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต

The meaning and importance of information; types of information sources; access to different sources of information; application of information technology and communication; media and information literacy; knowledge management; synthesis, and presentation of information as well as creating positive attitudes and a sense of inquiry for life long learning

002302 ศิลปะในชีวิตประจำวัน**3(2-2-5)****Arts in Daily Life**

พื้นฐานความรู้ เข้าใจในคุณลักษณะเบื้องต้น ความหมาย คุณค่า และความแตกต่าง รวมทั้งความสัมพันธ์ระหว่างกัน ของศิลปกรรมประเภทต่าง ๆ ได้แก่ ทัศนศิลป์ ประยุกต์ศิลป์ ทัศนศิลป์ สถาปัตยกรรมศาสตร์ และสถาปัตยกรรม โดยผ่านการมีประสบการณ์ทางสุนทรียภาพ และการทดลองปฏิบัติงานขั้นพื้นฐานของศิลปกรรมประเภทต่าง ๆ เพื่อการพัฒนา ความรู้ เข้าใจ และการปลูกฝังรสนิยมทางสุนทรียะ ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ ให้เป็นประโยชน์ ในการดำเนินชีวิตประจำวัน และสัมพันธ์กับบริบทต่าง ๆ ทั้งในระดับท้องถิ่นและสากลได้

Art fundamentals and understanding in the basic feature, meanings value, differences, and the relationship between various categories of works of art including, fine art, applied art, visual art, audiovisual art, new media and architecture, through aesthetic experiences and basic practice on various types of art to develop knowledge, understanding and indoctrinating aesthetic judgment that can be applied in daily life and harmonized with the social context at both the global and local levels

002303 ดนตรีวิถีไทย**3(2-2-5)****Thai Music and Culture**

ความสัมพันธ์ของดนตรีกับวิถีชีวิตไทย พัฒนาการลักษณะทางดนตรีในวิถีชีวิตไทย ความสำคัญ บทบาทหน้าที่ คุณค่า ความเปลี่ยนแปลง สุนทรียภาพ ด้านศิลปวัฒนธรรม และสังคม รวมไปถึงสมรรถนะทักษะในศตวรรษที่ 21 ความสุขที่เกิดจากดนตรีเป็นสื่อกลาง

Relationship of music and Thai ways of life; development of musical characteristics in Thai ways of life; importance, roles, duties, values, changes, and aesthetics of music on art, culture, and society; skills and competence for the 21st century; happiness coming from music as a medium

002304 ดนตรีตะวันตกในชีวิตประจำวัน**3(2-2-5)****Western Music in Daily Life**

สุนทรียภาพทางดนตรี องค์ประกอบ โครงสร้าง และยุคสมัยของดนตรีตะวันตก ประเภทของบทเพลงในชีวิตประจำวัน หลักการวิจารณ์และชื่นชมทางดนตรี กระบวนการประยุกต์ทางดนตรีตะวันตกในชีวิตประจำวัน

Aesthetics of music; elements, structure and historical periods of western music; styles of music in daily life; principles of musical criticism and appreciation; application process of western music in daily life

002305 การคิดเชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรม**3(2-2-5)****Creative Thinking and Innovation**

กระบวนการพัฒนานวัตกรรม วิธีการเข้าถึงจิตใจลูกค้าและค้นพบรากเหง้าของปัญหา การสร้างและการเลือกแนวความคิด การสร้างต้นแบบของสินค้าหรือบริการ ทดสอบในสนามจริงและเก็บข้อมูล การดำเนินผ่านวงจรของการออกแบบ/สร้าง/ทดสอบซ้ำ ๆ อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ การทำงานให้สำเร็จในทีมงานพหุสาขา การระดมความคิด การตัดสินใจ การวิจารณ์อย่างสร้างสรรค์และการจัดการกับความขัดแย้ง

Innovation development process; means of accessing customers' mind and discovering the roots of problems; generating and selecting ideas; creating prototypes of products and services; piloting and collecting data; quick and efficient design-build-test cycles; successful multidisciplinary team-working: brainstorming, making decisions, giving constructive comments, and managing conflicts

002306 นวัตกรรมเพื่อสังคม**3(2-2-5)****Social Innovation**

บทนำเกี่ยวกับนวัตกรรมเพื่อสังคม ความไม่แน่นอนในอนาคตและความท้าทายในศตวรรษที่ 21 การปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 ประเด็นระดับโลก โดยเฉพาะประเด็นสิ่งแวดล้อมและสังคม เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ชุมชนยั่งยืนและชุมชนนิเวศ การมีส่วนร่วมของประชาชน แนวคิดของนวัตกรรม และการพัฒนานวัตกรรมกิจการเพื่อสังคม ผู้ประกอบการในศตวรรษที่ 21 และผู้ประกอบการทางเทคโนโลยีเพื่อสังคม กรณีศึกษาการพัฒนาผู้ประกอบการนวัตกรรมเพื่อสังคม

Introduction to social innovation; future uncertainties and 21st Century challenges; 4th Industrial Revolution; global Issues especially social and environmental issues; Sustainable Development Goals (SDGs); sustainable community and eco village; public participation; Conceptual of Innovation and Development of Innovator; social enterprises; entrepreneurs in the 21st century and social technopreneur; case study on development of social innovation entrepreneurs

002307 การจัดการข้อมูลเบื้องต้นในยุคดิจิทัล**3(2-2-5)****Introduction to Data Management in Digital Era**

ภาพรวมของการจัดการข้อมูล ความรู้พื้นฐานและเครื่องมือที่เกี่ยวกับการวิเคราะห์ข้อมูลมหัพภาคและวิทยาการข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และเทคนิคการนำเสนอสารสนเทศให้เกิดมูลค่าในเชิงธุรกิจ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสมัยใหม่

Overview of data management; fundamentals and tools for big data and data science; data analytics and techniques of information presentation for business value by using modern tools

002308 เบลนเดอร์ / สินทรัพย์ดิจิทัล / จักรวาลอนันต**3(2-2-5)****Blender / NFT / Metaverse**

บทนำสู่โปรแกรม Blender การจำลองโมเดลสามมิติ การจัดแสง การจำลองวัสดุพื้นผิว การสร้างภาพเคลื่อนไหวสามมิติ การสร้างมูลค่าผลงานออกแบบศิลปะดิจิทัลด้วย NFT การประยุกต์ใช้ในโลกเสมือน

Introduction to Blender; 3D objects modelling; lighting; surface materials modelling; 3D models animation; value creation of digital art design with NFT; applications in metaverse

002309 ความคิดเชิงปรัชญาเพื่อการพัฒนาตนและสังคม 3(2-2-5)

Philosophical Thoughts for Self and Social Development

สำรวจหลักการแห่งความคิดเชิงปรัชญาในด้านต่าง ๆ ฝึกบูรณาการและประยุกต์ความคิดเชิงปรัชญาเพื่อการพัฒนาตนเองและสังคมอย่างมีความรับผิดชอบและยั่งยืน

Exploring principles of philosophical thoughts in different aspects; practice in integrating and applying philosophical thoughts for sustainable and responsible individual and social development

002310 ทักษะชีวิต 3(2-2-5)

Life Skills

ความรู้เกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ และความรับผิดชอบต่อครอบครัว และสังคม การปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงของสังคม ทักษะชีวิตและอาชีพการงานในศตวรรษที่ 21 ทักษะในการยืดหยุ่นและการปรับตัว ทักษะการคิดสร้างสรรค์และการกำหนดทิศทางชีวิตของตนเอง ทักษะการสร้างปฏิสัมพันธ์ในสังคมและในสังคมข้ามวัฒนธรรม ทักษะการพัฒนาผลงาน และรับผิดชอบต่อผลงาน และทักษะการสร้างภาวะผู้นำและการรับผิดชอบต่อหน้าที่

Knowledge relating to roles, duties, and responsibilities of an individual both as a member of a family and a member of a society; adaptation to changes in a society; life and career skills for the 21st century; flexibility and adaptability skills; creative thinking and self-direction skills; social and cross-cultural interpersonal skills; productivity skills and accountability; leadership and responsibility skills

002311 ภาวะผู้นำกับความรัก 3(3-0-6)

Leadership and Compassion

ความสำคัญของผู้นำ ภาวะผู้นำในศตวรรษที่ 21 การเรียนรู้และการใช้ชีวิตด้วยความรัก การเป็นพลเมืองและพลโลกที่ดี แนวปฏิบัติที่ดีในการทำกิจกรรมเชิงสาธารณะที่สามารถเป็นแนวทางในการทำจริงในอนาคตของผู้เรียน

The importance of leader; leadership in the 21st century; learning and living with love; good local and global citizenship; good practices of conducting public activities as a guideline for learners' future actual practices

002312 การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจก่อตั้งใหม่ขนาดย่อม 3(2-2-5)

Entrepreneurship for Small Business Start-up

การปฏิบัติในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ ได้แก่ การค้นหาแนวความคิดใหม่ทางธุรกิจ การประเมินโอกาสในการตลาดใหม่ การเริ่มธุรกิจใหม่ การประเมินโอกาสในการอยู่รอด และการวิเคราะห์อุปสรรคต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจใหม่ ความกดดันจากการก่อตั้งธุรกิจใหม่ ความไม่แน่นอนที่เกี่ยวข้อง พฤติกรรมของผู้ประกอบการ มุมมองเชิงทฤษฎีทั้งด้านการเป็นผู้ประกอบการและความเชื่อมโยงกับสาขาวิชา อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เครือข่ายทางการประกอบการและพันธมิตรธุรกิจ กลยุทธ์เพื่อความอยู่รอดอย่างยั่งยืน

Entrepreneurial practices including discovering new business ideas, evaluating new market opportunities, starting a new business venture, evaluating the survival chance, and analyzing obstacles for the success of the new business operation; pressure of a business start-up and related uncertainties; entrepreneurs' behaviors; theoretical perspectives of entrepreneurship and connections with other related disciplines; entrepreneurial networks and business alliances; strategies for sustainable survival

002313 นวัตกรรมเพื่อสังคมสูงวัย 3(1-4-4)

Innovation for Aging Society

สังคมสูงวัย แนวคิดและหลักการของการออกแบบนวัตกรรม รวมทั้งการคิดเชิงออกแบบ การวิเคราะห์สถานการณ์ การประเมินความต้องการของสังคมสูงวัย การพัฒนารูปแบบและการวางแผนปฏิบัติการ นวัตกรรม การทดลองใช้นวัตกรรม และการประเมินผลและความพึงพอใจต่อนวัตกรรมเพื่อสังคมสูงวัย

Aging society, concept and principle of innovation including design thinking, situation analysis, needs assessment of aging society, developing pattern and planning of innovation implementation, experimenting of innovation, and evaluation and satisfaction of innovation for aging society

002314 ทักษะผู้ประกอบการและนวัตกรรมด้านอาหาร 3(2-2-5)

Entrepreneurial skills and food innovator

อาหารเพื่อความเป็นอยู่ที่ดี ความมั่นคงด้านอาหาร ความปลอดภัยของอาหาร ความยั่งยืนด้านอาหาร ห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าอาหารเกษตร และการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของโลก ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงในระดับท้องถิ่นและระดับโลกต่ออาหารเกษตร ผู้ประกอบการและนวัตกรรมอาหารเกษตร กระบวนการคิดอย่างเป็นระบบ กระบวนการคิดสร้างสรรค์ กรอบความคิดแบบเติบโต

Food for well-being; food security, food safety, and food sustainability; agrifood supply chain and value chain and how to deal with global changes; effects of local and global changes on agrifood; entrepreneurs and agrifood innovation; systematic thinking process; creative thinking skill; growth mindset

002401 ความสุขกับงานอดิเรก 3(2-2-5)

Happiness with Hobbies

แนวคิดความสุข องค์ประกอบพื้นฐานของการสร้างความสุขในการดำเนินชีวิต การคิดอย่างสร้างสรรค์ การสร้างสรรค์ผลงานจากงานอดิเรกเพื่อส่งเสริมความสุขในชีวิตและสังคม

Concepts of happiness; basic elements of happiness in life; creative thinking; creation of works from hobbies to promote life and social happiness

002402 จิตวิทยาและการใช้ชีวิตในโลกยุคใหม่ 3(3-0-6)

Psychology and Living in the Modern World

แนวคิดและความรู้เกี่ยวกับจิตวิทยาในการใช้ชีวิตในโลกยุคปัจจุบัน การดำเนินชีวิตอย่างมีความสุข การรู้เท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม การรับรู้สื่อและการวิเคราะห์ จิตใจความรักและอารมณ์ เพศและความหลากหลายทางวัฒนธรรม การให้คำปรึกษา โรคทางจิตใจและการดูแล จิตวิทยาเทคโนโลยีและนวัตกรรม การทำงานเป็นทีม ความสัมพันธ์และแรงจูงใจ ความหมายและคุณค่าของชีวิต

Concepts and knowledge of psychology for living in the modern world; living happily; staying informed of social changes; awareness and analysis of media; mind, love, and emotion; gender and cultural diversity; counselling; mental illness and care; psychology, technology, and innovation; teamworking, relationship, and motivation; meanings and value of life

002403 ยาและสารเคมีในชีวิตประจำวัน**3(2-2-5)****Drugs and Chemicals in Daily Life**

ความรู้เบื้องต้นของยา การใช้ยาอย่างสมเหตุผล เคมีภัณฑ์ โภชนาการ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร รวมถึงเครื่องสำอางและยาจากสมุนไพรที่ใช้ในชีวิตประจำวันที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ ตลอดจนการเลือกใช้ การจัดการยาเหลือใช้ในครัวเรือน และการจัดการเพื่อให้เกิดความปลอดภัยกับสุขภาพและสิ่งแวดล้อม

Basic knowledge of drugs; rational drug use; chemicals; nutrition; food supplements including cosmetics and herbal medicinal products commonly used in daily life and related to health as well as their proper selection; management of leftover medicines in households for health and environmental safety

002404 อาหารและวิถีชีวิต**3(2-2-5)****Food and Life Style**

บทบาทและความสำคัญของอาหารในชีวิตประจำวัน วัฒนธรรมและพฤติกรรมการบริโภคอาหารในภูมิภาคต่าง ๆ ของโลกและในประเทศไทย รวมถึงอิทธิพลของอารยธรรมต่างประเทศต่อพฤติกรรมการบริโภคของไทย เอกลักษณะและภูมิปัญญาด้านอาหารของไทย การเลือกอาหารที่เหมาะสมต่อความต้องการของร่างกาย อาหารทางเลือก ข้อมูลประกอบการพิจารณาเลือกซื้ออาหาร และอาหารและวิถีชีวิตในยุคโลกาภิวัตน์โดยตระหนักถึงการรักษาสังแวดล้อม

Roles and importance of food in daily life; cultures and consumption behavior around the world including the influence of foreign cultures on Thai consumption behavior; identity and wisdom of food in Thailand; proper food selections according to basic needs; alternative foods; information to be considered when purchasing food; food and lifestyles in the age of globalization with the awareness of environmental conservation

002405 พฤติกรรมมนุษย์**3(2-2-5)****Human Behavior**

ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมมนุษย์ ในด้านต่าง ๆ เช่น แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม พื้นฐานทางชีวภาพของพฤติกรรมและกลไกการเกิดพฤติกรรม การมีสติสัมปชัญญะ สมาธิ และสารที่เกี่ยวข้องกับการมีสติ การรับรู้ เรียนรู้ ความจำ และภาษา เขววนปัญญาและความฉลาดด้านต่าง ๆ พฤติกรรมมนุษย์ทางสังคม พฤติกรรมปกติ รวมทั้งการวิเคราะห์พฤติกรรมอื่น ๆ เพื่อการประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน

The knowledge of human behaviors such as behavioral concepts; biological basis and mechanisms of human behaviors; mindfulness, meditation, consciousness and its involved substances; sensory perception, learning, memory, and language; intelligence and multiple intelligences; social human behaviors, abnormal behaviors, analysis of other human behaviors, and applications in daily life

002406 ชีวิตและสุขภาพ**3(2-2-5)****Life and Health**

ชีวิตและพฤติกรรมสุขภาพ การดูแลและสร้างเสริมสุขภาพของแต่ละช่วงวัยรวมถึงการประยุกต์ใช้ความรู้และทักษะ เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตอย่างต่อเนื่อง

Life and health behavior, health care and promotion for each age group including the implementation of the health knowledge and skills for continuous improvement of the quality of life for oneself and others

- 002407 การบริโภคในชีวิตประจำวัน 3(2-2-5)**
Consumption in Daily Life
 ความสำคัญของการบริโภค ภาวะโภชนาการที่ดี แนวทางปฏิบัติทางด้านการบริโภคอาหารที่ดี การเลือกใช้ยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัย ความปลอดภัยของอาหาร การจัดการผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับการบริโภค สิทธิของผู้บริโภค กฎหมายและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค
 Importance of consumption; good nutritional conditions and practical guidelines for good food consumption; choosing safe medicines and health products; food safety, management of impacts relevant to consumption; consumer rights; related laws and organizations for consumer protection
- 002408 กีฬาและกิจกรรมทางกาย 1(0-2-1)**
Sports and Physical Activity
 การทำกิจกรรมการเคลื่อนไหวทางกายด้วยการฝึกปฏิบัติเล่นกีฬา ออกกำลังกาย และเข้าร่วมกิจกรรมทางกาย เพื่อเสริมสร้างสมรรถภาพทางกายที่สัมพันธ์กับสุขภาพ
 Bodily movement by doing sports and exercise and participating in physical activities for the improvement of health-related physical fitness
- 002501 ภาษา สังคมและวัฒนธรรม 3(2-2-5)**
Language, Society and Culture
 ความสัมพันธ์ระหว่างภาษา สังคมและวัฒนธรรม โลกทัศน์ทางสังคมและวัฒนธรรมผ่านภาษา โดยศึกษาเชื่อมโยงมนุษย์ สังคมและวัฒนธรรมกับผลงานสร้างสรรค์ด้านภาษาในเชิงความสัมพันธ์ที่มีคุณค่า และเป็นประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตร่วมกับผู้อื่นในสังคมพหุวัฒนธรรม
 Interrelation between language, society and culture; social and cultural perspectives through language by connecting human, society, and culture with language creativity in terms of valuable and beneficial relationship for living with others in multicultural societies
- 002502 ไทยกับประชาคมโลก 3(2-2-5)**
Thai State and the World Community
 พลวัตทางสังคมและวัฒนธรรมไทย ปรากฏการณ์ทางสังคมที่นำไปสู่การรวมกลุ่มและส่งผลกระทบต่อประชาคมโลก การทำความเข้าใจมุมมองที่หลากหลาย ซับซ้อน และสัมพันธ์กันทั้งโลก โลกทัศน์ บทบาท และจิตสำนึกของการเป็นพลเมืองที่มีคุณค่าและมีความรับผิดชอบของประเทศและของโลก
 Thai social and cultural dynamic; social phenomena leading to group forming and having impacts on the global community; understanding of diversified, complicated, and globally interrelated perspectives; worldviews, roles, and conscience required for being valuable and responsible citizens of the nation and the world
- 002503 อารยธรรมไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่น 3(2-2-5)**
Thai Civilization and Local Wisdom
 พัฒนาการของอารยธรรมไทยตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อ วิถีชีวิต วัฒนธรรมที่ส่งผลต่อการดำรงชีวิต ตลอดจน การอนุรักษ์ สืบสานและพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่นวัตกรรมภูมิปัญญาสร้างสรรค์
 Development of Thai civilization from past to present; local wisdom related to beliefs, ways of life, and culture affecting ways of living; preserving, transferring, and developing local wisdom toward creative local wisdom innovation

002504 การเมือง เศรษฐกิจ และสังคม**3(3-0-6)****Politics, Economy and Society**

ความหมายและความสัมพันธ์ของการเมือง เศรษฐกิจ สังคม พัฒนาการการเมืองระดับสากล การเมืองพื้นฐาน การเมืองและการปรับตัวของประเทศพัฒนาและกำลังพัฒนา การปกครองประเทศไทย ระบบ เศรษฐกิจโลก ผลกระทบของโลกาภิวัตน์ทางเศรษฐกิจ เศรษฐกิจพื้นฐาน การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของ ประเทศไทย มนุษย์กับสังคม สังคมวิทยาพื้นฐาน การจัดระเบียบสังคม การขัดเกลาทางสังคม ลักษณะสังคม เอกลักษณะสังคมไทย ความสัมพันธ์ของระบบโลกกับประเทศไทย รวมถึงการประยุกต์หลักวิชา เพื่อใช้ในการ ดำรงชีวิตให้อยู่รอดได้ตามกระแสโลกแห่งการเปลี่ยนแปลงของโลกทั้งการเมือง เศรษฐกิจและสังคม

Meanings and relationship of politics, economy, and society; development of international politics; fundamental politics; politics and the adjustment of developed and developing countries; Thai politics; world economy systems; impacts of economic globalization; fundamental economy; the development of economy and society of Thailand; human and society; fundamental sociology; social order; socialization; social characteristics; uniqueness of Thai society; relationship between the world systems and Thailand; application for living in a dynamic world with political, economic, and social changes

002505 นเรศวรศึกษา**3(2-2-5)****Naresuan Studies**

พระราชประวัติสมเด็จพระนเรศวรมหาราชและพระราชกรณียกิจในการบริหารราชการแผ่นดินใน ด้านต่าง ๆ เช่น เศรษฐกิจ สังคม และการต่างประเทศ ที่สะท้อนให้เห็นอัตลักษณ์ของคนไทยที่พึงประสงค์ในด้าน ต่าง ๆ เช่น การแสวงหาความรู้ ความเพียรพยายาม ความกล้าหาญ ความเสียสละ ความซื่อสัตย์ และความอดทน เมื่อเผชิญปัญหาและความยากลำบาก

King Naresuan the Great's life and works with emphasis on economy, society, and foreign affairs which reflect expected Thai identity such as knowledge acquisition, endeavor, brevity, dedication, honesty, and endurance when facing problems or difficulties

002506 ความมั่นคงทางมนุษย์และการพัฒนาอย่างยั่งยืน**3(2-2-5)****Human Security and Sustainable Development**

ความเข้าใจเชิงประจักษ์และเชิงวิเคราะห์ของสถานการณ์ความมั่นคงทางมนุษย์และการพัฒนาที่ ยั่งยืนในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในมิติด้านสังคม วัฒนธรรม การเมือง และเศรษฐกิจ เปรียบเทียบประเด็นความ มั่นคงทางมนุษย์ระหว่างประเทศในภูมิภาค และกลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนา

An empirical and analytical understanding of human security and sustainable development situations in Southeast Asia, covering societal, cultural, political, and economical aspects; comparison and contrast of human security and related issues from the countries within the region

002507 ความเป็นพลเมืองโลก**3(2-2-5)****Global Citizenship**

ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับความเป็นพลเมือง กระบวนการโลกาภิวัตน์และท้องถิ่นวิวัตน์ เป้าหมายการ พัฒนาอย่างยั่งยืน การขยายตัวของความเป็นเมือง การยอมรับความหลากหลายทางวัฒนธรรม เช่น ความ หลากหลายทางเพศ ภาษา หรือ ความเชื่อ ฯลฯ การสื่อสารข้ามวัฒนธรรม การลดความเหลื่อมล้ำและสร้างความ เท่าเทียม องค์การเหนือรัฐและบริษัทข้ามชาติ และภาวะผู้นำโลก

Fundamental knowledge of citizenship; globalization and localization; Sustainable Development Goals (SDG); urbanization; embracing cultural diversity such as diversity in sexual

orientation, languages, beliefs; cross-cultural communication; inequality reduction and equality enhancement; world-leading organizations and multinational corporations (MNCs); global leadership

002508 อารยธรรมโลก

3(3-0-6)

World Civilizations

ประวัติศาสตร์สังคมมนุษย์ทั่วโลก นับจากอารยธรรมลุ่มน้ำโบราณในบริเวณเอเชียตะวันตกเฉียงใต้ จนถึงยุคสมัยใหม่ของยุโรปตะวันตก โดยการสำรวจยุคสมัยทางประวัติศาสตร์และดินแดนในทางภูมิศาสตร์ที่สำคัญ ๆ โดยเน้นประเด็นในเชิงสังคมวัฒนธรรมและเศรษฐกิจ การแลกเปลี่ยนในทางภูมิปัญญาและวัฒนธรรมของอารยธรรมต่าง ๆ ในโลก รวมทั้งศึกษาประเด็นหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่ออารยธรรมของโลก

History of human societies around the world from the ancient river-valley civilizations of southwest Asia to the modern age in western Europe by surveying major historical epochs and geographical regions focusing on sociocultural and economic affairs; the intellectual and cultural exchange among civilizations around the world; examining issues and events that have impacts on the world civilizations

002509 ภาษาและวัฒนธรรมเกาหลี

3(3-0-6)

Korean Language and Culture

ทักษะการสื่อสารภาษาเกาหลีขั้นพื้นฐานตามสถานการณ์ในชีวิตประจำวันพร้อมกับการเรียนรู้วัฒนธรรมของชาวเกาหลี

Basic Korean communicative skills used in daily-life situations and learning of Korean culture

002510 ภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น

3(3-0-6)

Japanese Language and Culture

ทักษะการสื่อสารภาษาญี่ปุ่นขั้นพื้นฐานตามสถานการณ์ในชีวิตประจำวันพร้อมกับการเรียนรู้วัฒนธรรมของชาวญี่ปุ่น

Basic Japanese communicative skills used in daily-life situations and learning of Japanese culture

002511 ภาษาและวัฒนธรรมจีน

3(3-0-6)

Chinese Language and Culture

ทักษะการสื่อสารภาษาจีนขั้นพื้นฐานตามสถานการณ์ในชีวิตประจำวันพร้อมกับการเรียนรู้วัฒนธรรมของชาวจีน

Basic Chinese communicative skills used in daily-life situations and learning of Chinese culture

002512 ภาษาและวัฒนธรรมพม่า

3(3-0-6)

Myanmar Language and Culture

ทักษะการสื่อสารภาษาพม่าขั้นพื้นฐานตามสถานการณ์ในชีวิตประจำวันพร้อมกับการเรียนรู้วัฒนธรรมของชาวพม่า

Basic Myanmar communicative skills used in daily-life situations and learning of Myanmar culture

- 002513 ภาษาและวัฒนธรรมฝรั่งเศส 3(3-0-6)**
French Language and Culture
 ทักษะการสื่อสารภาษาฝรั่งเศสขั้นพื้นฐานตามสถานการณ์ในชีวิตประจำวันพร้อมกับการเรียนรู้วัฒนธรรมของชาวฝรั่งเศส
 Basic French communicative skills used in daily-life situations and learning of French culture
- 002514 ภาษาและวัฒนธรรมสเปน 3(3-0-6)**
Spanish Language and Culture
 ทักษะการสื่อสารภาษาสเปนขั้นพื้นฐานตามสถานการณ์ในชีวิตประจำวันพร้อมกับการเรียนรู้วัฒนธรรมของคนในกลุ่มประเทศผู้ใช้ภาษาสเปน
 Basic Spanish communicative skills used in daily-life situations and learning cultures from Spanish speaking countries
- 002515 ภาษาและวัฒนธรรมลาว 3(3-0-6)**
Lao Language and Culture
 ทักษะการสื่อสารภาษาลาวขั้นพื้นฐานตามสถานการณ์ในชีวิตประจำวันพร้อมกับการเรียนรู้วัฒนธรรมของชาวลาว
 Basic Lao communicative skills used in daily-life situations and learning of Lao culture
- 002516 ภาษาและวัฒนธรรมอินโดนีเซีย 3(3-0-6)**
Indonesian Language and Culture
 ทักษะการสื่อสารภาษาอินโดนีเซียขั้นพื้นฐานตามสถานการณ์ในชีวิตประจำวันพร้อมกับการเรียนรู้วัฒนธรรมของชาวอินโดนีเซีย
 Basic Indonesian communicative skills used in daily-life situations and learning of Indonesian culture
- 002517 ภาษาและวัฒนธรรมเวียดนาม 3(3-0-6)**
Vietnamese Language and Culture
 ทักษะการสื่อสารภาษาเวียดนามขั้นพื้นฐานตามสถานการณ์ในชีวิตประจำวันพร้อมกับการเรียนรู้วัฒนธรรมของชาวเวียดนาม
 Basic Vietnamese communicative skills used in daily-life situations and learning of Vietnamese culture
- 002518 ภาษาและวัฒนธรรมเขมร 3(3-0-6)**
Khmer Language and Culture
 ทักษะการสื่อสารภาษาเขมรตามสถานการณ์ในชีวิตประจำวันพร้อมกับการเรียนรู้วัฒนธรรมของชาวกัมพูชา
 Khmer language communicative skills used in daily-life situations and learning of Cambodian culture

- 815101 การสร้างความคิดและแรงบันดาลใจในการออกแบบ** **3(2-2-5)**
Kick Start to Design Thinking
 การสร้างความคิดและแรงบันดาลใจในการออกแบบ โดยการรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ สังเคราะห์ ข้อมูล การกำหนดโจทย์และเงื่อนไขของการออกแบบทางความคิดเชิงสร้างสรรค์
 Developing design ideas and inspiration, gathering information, analyzing and synthesizing data, defining problems and conditions for creative design thinking
- 815102 กระบวนการค้นคว้าความรู้นวัตกรรมและการตลาดอย่างเป็นระบบ** **3(2-2-5)**
Systematic Knowledge Inquiry in Innovation and Marketing
 ทฤษฎีนวัตกรรมและหลักการของการสืบค้นหาความรู้อย่างเป็นระบบ การค้นหาข้อมูลเพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ทางการตลาด การใช้เทคนิคทางเทคโนโลยีเพื่อการสืบค้นข้อมูล รวบรวม และวิเคราะห์ สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการค้นหาข้อมูลความรู้
 The theory of innovation and principles of systematic knowledge; gathering insights to inspire creative marketing ideas; leveraging technology for data retrieval; collection and analysis of changing business situations; utilizing information technology for knowledge discovery
- 815103 การจัดการประสิทธิภาพตนเองและอาชีพ** **3(3-0-6)**
Self-efficiency and Career Management
 ความหมายและความสำคัญของการจัดการตนเองและจัดการงาน การเรียนรู้ด้วย ตนเองเพื่อกำหนด เป้าหมายชีวิตและวางแผนการทำงาน คุณสมบัติหลักในการจัดการงานและการเพิ่ม ประสิทธิภาพในการทำงาน องค์ประกอบที่จะทำให้ประสบความสำเร็จในการทำงาน การประเมินผลการทำงาน ของตนเองอย่างมีระบบและ การพัฒนาตนเอง
 The meaning and significance of self-management and career management; self-directed learning to establish life objectives and plan career performance; key characteristics of effective career management and career effectiveness enhancement; components of career achievement; and systematic self-evaluation of career performance
- 815110 รหัสพันธุกรรมทางนวัตกรรมการตลาด** **3(2-2-5)**
Innovative Marketing DNA
 การพัฒนาทางความคิดทางสติปัญญาและอารมณ์ การจัดการความคิดสร้างสรรค์ ปัจจัยแห่งความสำเร็จ คุณค่าทางการตลาด ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สภาพแวดล้อมต่างๆที่มีผลต่อการสร้างสรรค์ กรณีศึกษาและ ตัวอย่างทางด้านนวัตกรรมการตลาด
 Development of intellectual and emotional capacities, management of creativity, success factors; market value; stakeholders; environmental factors affecting creativity; case studies with examples of marketing innovation
- 815111 การตลาดเชิงสร้างสรรค์** **3(2-2-5)**
Creative Marketing
 แนวคิดและหลักการตลาดเชิงสร้างสรรค์ สภาพแวดล้อมทางการตลาด มุมมองและเนื้อหาการตลาด บนพื้นฐานความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค การสร้างมูลค่าทางการตลาดด้วยจรรยาบรรณและความรับผิดชอบต่อสังคม
 Innovative marketing ideas and principles; marketing environment; marketing viewpoints and content with an awareness of consumer behavior; market value creation with social responsibility and ethics

- 815112 การศึกษาและการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้า** **3(2-2-5)**
Study and Learning for Customers
 พฤติกรรม ทักษะคติ รูปแบบการดำเนินชีวิต ระดับการตัดสินใจซื้อ ความผูกพันและสิ่งจูงใจของลูกค้า, โอกาสทางการตลาดจากการพิจารณาความต้องการกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย, พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าและตอบสนองความต้องการของลูกค้า
 Behavior, attitude, lifestyle, and level of purchase decision; customer incentives and engagement; market opportunities with consideration of target customers' needs; valuable product development for customer needs and satisfaction
- 815130 การจัดการร่วมสมัยและการพลิกผันทางดิจิทัล** **3(3-0-6)**
Contemporary Management and Digital Disruption
 หลักการบริหารและทฤษฎีการจัดการร่วมสมัย ภาวะผู้นำผู้บริหารสมัยใหม่ การตัดสินใจ การวางแผนเชิงกลยุทธ์ พลวัตองค์กรเสมือนจริง การจัดการทรัพยากรมนุษย์ร่วมสมัย ผลกระทบของเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมต่อการพัฒนาองค์กร กรณีศึกษาเพื่อพัฒนาทักษะในการประยุกต์ทฤษฎีการบริหารจัดการร่วมสมัย การจัดการนวัตกรรม
 Contemporary management principles and theories; contemporary executive leadership; decision-making; strategic planning; virtual organizational dynamics; contemporary human resource management; the influence of digital technology and innovation on organizational development; case studies in applying theory of contemporary management and innovation management
- 815144 การบริหารและการประกอบการสมัยใหม่** **3(3-0-6)**
Modern Management and Entrepreneurship
 หลักการจัดการสมัยใหม่ ทฤษฎีองค์กรและทฤษฎีพฤติกรรมองค์กร สภาพแวดล้อมทางธุรกิจทั้งภายในและภายนอกองค์กรการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมโลกที่ส่งผลกระทบต่อการค้าและการเงินระหว่างประเทศ ลักษณะสำคัญของโลกาภิวัตน์ที่ส่งผลต่อการบริหารงาน ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารกับองค์กร บทบาทธุรกิจข้ามชาติ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ตลาดที่เกิดขึ้นใหม่ในปัจจุบัน กรณีศึกษาการประกอบการสมัยใหม่กับองค์กรประกอบแห่งความสำเร็จ
 Principles of modern business management, theories of organization and organizational behavior, internal and external business environment, analysis of aspects of the global environments that affect international trade and finance, important features of globalization that affect business management, the relationship between management and organization, the role of multinationals, e-commerce, and emerging markets, case study of successful modern organization
- 815190 โครงการงานทางด้านการพัฒนาแนวคิดผลิตภัณฑ์** **1(0-2-1)**
Project in Product Idea Development
 การสืบค้นข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ทางการตลาดและธุรกิจในโลกปัจจุบัน เพื่อเห็นโอกาสทางการตลาด กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พัฒนาแนวคิดผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าทางการตลาดและธุรกิจ ผ่านการทำงานเป็นทีมภายใต้การชี้แนะของคณาจารย์และผู้เชี่ยวชาญจากภาคธุรกิจและอุตสาหกรรม
 Conducting data searches, analyzing data relating to the current market and business environment to identify market opportunities, target customers, and develop product concepts with market and business value through collaborative efforts under the supervision of faculty and industry experts

- 815203 ภาษาอังกฤษเชิงวิชาการทางด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ 3(2-2-5)**
Academic English for Innovation and Creative Marketing
 ฝึกบริบทภาษาอังกฤษทั้งการฟัง พูด อ่าน เขียน ด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์รวมถึงสาขาที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพ
 Effectively practice the English context through listening, speaking, reading, and writing in innovation and creative marketing, as well as related fields
- 815211 การตลาดเพื่อการสร้างคุณค่าร่วม 3(2-2-5)**
Marketing for Creating Share Value
 แนวคิดการสร้างคุณค่าร่วม ความหมายของการสร้างคุณค่าร่วม ระดับของการสร้างคุณค่าร่วม ค่านิยมความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ ทุณนิยมที่มีจิตสำนึก การสร้างคุณค่าร่วมเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน ตัวอย่างและกรณีศึกษาการสร้างคุณค่าร่วม
 Concept of shared value creation, meaning of shared value creation, level of shared value creation, social responsibility values Environment and nature, Conscious Capitalism, Shared Value Creation for Sustainable Growth, Shared Value Creation Examples and Case Studies
- 815212 นวัตกรรมและการสร้างมูลค่าทางการตลาด 3(2-2-5)**
Innovation and Creation of Market Value
 แนวคิดการสร้างมูลค่า ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย การเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย นวัตกรรมที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่คิดค้นมาการสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาด กรณีศึกษาด้านนวัตกรรมและการสร้างมูลค่าทางการตลาด การแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากนักการตลาดที่ประสบความสำเร็จ
 Value creation concepts, target group needs, target group understanding, innovations that address target group needs, product innovations developed to provide additional marketing value, and case studies pertaining to innovation and value creation sharing expertise from successful marketers
- 815213 การตลาดเชิงเนื้อหาดิจิทัลเชิงโต้ตอบ 3(2-2-5)**
Digital Interactive Content Marketing
 ความสำคัญของการตลาดเนื้อหา กระบวนการทางการตลาดที่กระตุ้นและดึงดูดความสนใจของลูกค้า การวางกลยุทธ์เนื้อหาและสร้างเนื้อหาแบบมีปฏิสัมพันธ์ การวางแผนการทำเนื้อหาที่เหมาะสมกับช่องทางการตลาด วิธีการสร้างเนื้อหาและพัฒนาสื่อดิจิทัลแบบมีปฏิสัมพันธ์ การวางแผนผลิตคอนเทนต์และโปรโมตให้เหมาะสมกับช่องทางการตลาด ฝึกปฏิบัติเทคนิคการสร้างสรรค์เนื้อหาด้วยเทคโนโลยีการตลาด
 The significance of content marketing, attention-grabbing marketing techniques, interactive content creation and strategy, content planning for marketing channels, techniques for developing digital media and content. Interactive, organizing the creation and promotion of content to fit marketing platforms, putting marketing technology creation techniques into practice

815214 การพัฒนาแนวคิดและสร้างสรรค์การตลาดดิจิทัลยุคใหม่**3(2-2-5)****Digital Marketing in Action**

หลักการตลาดดิจิทัล แนวโน้มผู้บริโภคในยุคดิจิทัล การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้เข้าใจตลาดและลูกค้าอย่างลึกซึ้ง การค้นหาความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างกลยุทธ์และแผนการตลาดออนไลน์สมัยใหม่ เครื่องมือทางการตลาดดิจิทัลในการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องในช่องทางต่าง ๆ การวางแผนกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล การจัดการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ดิจิทัล กรณีศึกษาการตลาดดิจิทัลยุคใหม่

Digital marketing principles, digital age consumer trends, data analysis to fully comprehend the market and customers, finding creativity in developing contemporary online marketing plans and strategies, digital marketing tools to communicate with target audiences. Planning of digital marketing strategies, involvement in several channels, digital customer relationship management Contemporary case study on digital marketing

815221 นวัตกรรมและการจัดการเชิงปฏิบัติการ**3(2-2-5)****Innovation and Operations Management**

แนวคิดและทฤษฎีการจัดการปฏิบัติการ ความสำคัญและความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมและการจัดการปฏิบัติการ การประเมินปัจจัยด้านการปฏิบัติการต่อความสามารถด้านนวัตกรรม นวัตกรรมในการจัดการโซ่อุปทาน นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการในบริบทของการจัดการปฏิบัติการ นวัตกรรม คุณภาพและการเติบโตอย่างยั่งยืน

The concepts and theories of operations management, the significance and relationship between innovation and operations management, the evaluation of operational factors on innovation capability, innovation in supply chain management, product innovation, and process innovation in the context of operations management. Quality, innovation, and sustainable growth

815230 การจัดการทรัพย์สินทางปัญญาและนวัตกรรม**3(2-2-5)****Intellectual Property Management and Innovation**

ความหมาย องค์ประกอบและประเภทของทรัพย์สินทางปัญญาเบื้องต้น ประเภทของนวัตกรรมการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา วิธีการนำทรัพย์สินทางปัญญาไปใช้ประโยชน์ และ วิธีการประเมินมูลค่าทรัพย์สินทางปัญญา

The meaning, components, and basic types of intellectual property. Types of innovation in intellectual property management, methods for evaluating the value of intellectual property and methods for exploiting intellectual property

815240 การวิเคราะห์ทางการตลาด**3(2-2-5)****Marketing Analytics**

บทบาทของข้อมูลในการวิเคราะห์การตลาด การเก็บรวบรวมข้อมูลและการบูรณาการข้อมูลจากแหล่งตลาดออฟไลน์ ตลาดออนไลน์ และดิจิทัลแพลตฟอร์ม การวิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมสำเร็จรูป การวัดและการรายงานประสิทธิภาพการดำเนินงานทางการตลาดด้วยการสร้างแดชบอร์ด โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจากเครื่องมือวิเคราะห์ธุรกิจ

The role of data in marketing analysis, data collection and integration of several data sources (offline markets, online markets, and digital platforms), data analysis using pre-made programs, and the measurement and reporting of the efficiency of marketing operations with the creation of dashboards, all through the analysis of data from the Business Analytics Tool

- 815241 การตลาดที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลผ่านเทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์ 3(3-2-5)**
Data-Driven Marketing with Technology and AI
 มุ่งเน้นการใช้ข้อมูลทางการตลาด เทคโนโลยี และปัญญาประดิษฐ์ เพื่อพัฒนากลยุทธ์การตลาดที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในโลกยุคดิจิทัล การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า การแบ่งกลุ่มลูกค้า การวิเคราะห์มูลค่าตลอดช่วงชีวิต การคาดการณ์ความเสี่ยง การวิเคราะห์ประสิทธิภาพทางการตลาด การพยากรณ์แนวโน้มตลาด การวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าและความคิดเห็นของลูกค้า การวิเคราะห์สินค้าและบริการ การวิเคราะห์เชิงตำแหน่งที่ตั้ง การวิเคราะห์เนื้อหา การสร้างคำแนะนำผ่านเทคนิคสมัยใหม่
 Focuses on using marketing data; technology; and AI to develop marketing strategies that meet customer needs and increase competitiveness in the digital world. Customer data analysis; customer segmentation; lifetime value analysis; risk forecasting; marketing performance analysis; market trend forecasting; customer behavior and customer sentiment analysis; product and service analysis; location analysis; content analysis; and recommendation generation using modern techniques.
- 815250 การจัดการทางการเงินสำหรับนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ 3(3-2-5)**
Financial Management for Innovation and Creative Marketing
 ภาพรวมของการบริหารการเงิน งบการเงินและการวิเคราะห์งบการเงิน ค่าเงินตามกาลเวลา ความเสี่ยงและผลตอบแทน วิธีการจัดการสินทรัพย์ต่างๆ แหล่งเงินทุน โครงสร้างของเงินทุน การกำหนดต้นทุนและค่าใช้จ่าย การพิจารณาการลงทุน
 An overview of financial management, financial statements and financial analysis, time value of money, risk and return, methods of managing various assets, sources of funds, capital structure, cost allocation, and expenses, investment evaluation
- 815290 โครงการงานทางด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการ 1(0-2-1)**
Project in Product Development and Process
 การกำหนดแนวคิดผลิตภัณฑ์ วิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเชิงลึก, การกำหนดกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สร้างมูลค่าทางการตลาดและธุรกิจผ่านการทำงานเป็นทีมภายใต้การชี้แนะของคณาจารย์และผู้เชี่ยวชาญจากภาคธุรกิจและอุตสาหกรรม
 Defining product concepts, conducting an in-depth analysis of target customers, and establishing product development processes that generate market and business value through collaborative efforts under the supervision of faculty and industry experts
- 815310 กลยุทธ์และเทคนิคสำหรับการตลาดเชิงสร้างสรรค์ 3(2-2-5)**
Strategies and Techniques for Creative Marketing
 หลักการและความสำคัญของการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเชิงสร้างสรรค์ การวิเคราะห์สถานการณ์ตลาดในปัจจุบัน การระบุโอกาสทางการตลาด และทำความเข้าใจความต้องการของตลาดและลูกค้า การกำหนดกลยุทธ์และการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและจิตวิทยา การเล่าเรื่องทางการตลาด กลยุทธ์การบอกต่อ การตลาดด้วยภาพและเนื้อหา กลยุทธ์การตลาดผ่านโซเชียลมีเดีย การตลาดแบบอินฟลูเอนเซอร์ การพัฒนาและเผยแพร่เนื้อหาสำหรับการตลาด การตลาดเชิงประสบการณ์และการตลาดแบบกองโจร การวัดผลกระทบของการตลาดเชิงสร้างสรรค์ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การวางแผนและดำเนินการแคมเปญ การจัดทำงบประมาณและการจัดสรรทรัพยากร การวัดและวิเคราะห์ความสำเร็จทางการตลาดเชิงสร้างสรรค์ รวมถึงการฝึกปฏิบัติการพัฒนากลยุทธ์และการเขียนแผนการตลาดเชิงสร้างสรรค์

Principles and importance of creative marketing strategy planning; analyzing current market situations; identifying marketing opportunities and understanding market and customer needs; formulating strategies and analyzing market share to increase competitiveness; studying consumer behavior and psychology; marketing storytelling; word-of-mouth strategies; visual and content marketing; social media marketing strategies; influencer marketing; developing and distributing marketing content; experiential marketing and guerrilla marketing; measuring the impact of creative marketing; integrated marketing communications; planning and executing campaigns; budgeting and resource allocation; measuring and analyzing creative marketing success; including practical training in developing strategies and writing creative marketing plans

815311 การตลาดผ่านสื่อสังคม

3(2-2-5)

Social Media Marketing

หลักการตลาดสื่อสังคม ความแตกต่างระหว่างการทำการตลาดสื่อสังคมและการทำการตลาดออนไลน์ ประเภทการตลาดสื่อสังคม การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การกำหนดวัตถุประสงค์การตลาดสื่อสังคม การวิเคราะห์การตลาดผ่านสื่อสังคม การวัดความสำเร็จจากการใช้การตลาดผ่านสื่อสังคม กรณีศึกษาด้านการตลาดสื่อสังคม

Social media marketing principles, online marketing and social media marketing distinctions, social media marketing types, identifying target audiences, establishing goals, social media marketing analysis, and measurement, Case studies and success stories with social media marketing

815313 การจัดการและกลยุทธ์ตราสินค้า

3(2-2-5)

Branding Management and Strategies

แนวคิดเกี่ยวกับตราสินค้า คุณค่าตราสินค้าและการบริหารตราสินค้าในมุมมองลูกค้า การวางตำแหน่งทางการตลาดของตราสินค้า การเลือกองค์ประกอบตราสินค้า การออกแบบกิจกรรมทางการตลาด การบูรณาการสื่อสารทางการตลาด กรณีศึกษาการจัดการและกลยุทธ์ตราสินค้า ฝึกปฏิบัติการวางกลยุทธ์ตราสินค้า

Brand concepts, brand equity and brand management from the customer's perspective, brand market positioning, brand component selection, marketing activity design, integration marketing communication, Case studies of brand management and strategy, Brand strategy planning practice

815314 ระบบการตลาดอัจฉริยะ

3(2-2-5)

Artificial Intelligence Marketing

พื้นฐานปัญญาประดิษฐ์ การวิเคราะห์ความสำคัญของปัญญาประดิษฐ์ ข้อดีข้อเสียของปัญญาประดิษฐ์ การนำปัญญาประดิษฐ์มาประยุกต์ใช้กับงานทางการตลาด ระบบการตลาดอัจฉริยะ กรณีศึกษา ระบบการตลาดอัจฉริยะมาใช้งาน การวิเคราะห์การเรียนรู้ด้วยเครื่อง

Fundamentals of Artificial Intelligence, Examination of the significance of artificial intelligence, Advantages and disadvantages of artificial intelligence, Utilizing artificial intelligence in the field of marketing, Case studies of intelligent marketing systems in use, Machine Learning Analysis

815315 การตลาดเชิงสร้างสรรค์จีน**3(3-0-6)****Creative Market in China**

แนวโน้มการบริโภคใหม่ในตลาดจีน พฤติกรรมเชิงลึกและการวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภคชาวจีน กลยุทธ์การตลาดจีนในตลาดโลก ระบบการลงทุนในประเทศจีน การใช้งานดิจิทัลของคนจีน การตลาดดิจิทัล การตลาดดิจิทัลเชิงเนื้อหา การเจรจาต่อรองทางการค้า ขั้นตอนการค้าระหว่างประเทศการสร้างกลยุทธ์การตลาดและการขายในตลาดจีนให้ประสบความสำเร็จ อุตสาหกรรมวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ของจีน

New consumption trends in the Chinese market. Chinese Customer Insights and Data Analysis. China Market Strategy in the Global Market. Investment System in China, Chinese People's Digital Use, China Digital Marketing, Digital Content Marketing, Trade Negotiations, International Trade Procedures. Developing a successful marketing and sales strategy for the Chinese market Creative Cultural Industry

815316 การตลาดวัฒนธรรม**3(3-0-6)****Cultural Marketing**

แนวคิดและหลักการทฤษฎีทางวัฒนธรรม หลักการตลาดเพื่อการจัดการทางวัฒนธรรม การตลาดเชิงความหลากหลายทางวัฒนธรรม การสื่อสารการตลาดเชิงวัฒนธรรม การนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ เช่น จักรวาลนภเมศร์ ปัญญาประดิษฐ์ เป็นต้น ซอฟต์แวร์ การตลาดวัฒนธรรมกับการสร้างซอฟต์แวร์ การวางกลยุทธ์การตลาดวัฒนธรรม อุตสาหกรรมวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ ปัจจัยสร้างความสำเร็จด้านการตลาด กรณีศึกษาด้านการตลาดวัฒนธรรมและด้านซอฟต์แวร์ของประเทศไทยและต่างประเทศ

Principles of cultural theory, marketing principles for cultural management, multicultural marketing, cultural marketing communications, the application of technology or innovation using soft power, Marketing Case studies in cultural marketing and soft power in Thailand and abroad, Cultural marketing strategy planning, creative cultural industry, marketing success factors, and culture and soft power creation

815317 ศิลปะการเจรจาต่อรอง**3(3-0-6)****The Art of Negotiation**

ความหมายและความสำคัญ รูปแบบของการเจรจาต่อรอง หลักการและขั้นตอนของการเจรจาต่อรอง ทักษะที่จำเป็นในการเจรจาต่อรอง การวางแผนการเจรจาต่อรอง กลยุทธ์การเจรจาต่อรองและเทคนิคการเจรจาต่อรองอย่างมีประสิทธิภาพ การเจรจาต่อรองในสถานการณ์ทางตลาดที่เป็นสากล ทักษะการสื่อสาร การเปิดประเด็น การชักชวน การแก้ปัญหา การหาข้อสรุปในการเจรจาต่อรอง การนำเสนอ ฝึกปฏิบัติการเจรจาต่อรองด้านการตลาดในสถานการณ์จำลอง

Meaning, significance, and formats of negotiations, principles and procedures of negotiations, skills required for negotiations, preparation for negotiations, strategies and tactics of negotiations. Negotiation in global markets, effective communication, and communication abilities Opening issues, persuading, solving problems, finding conclusions in negotiations, presenting, practicing marketing negotiations in simulated situations

815320 การบริหารคุณภาพกับนวัตกรรม**3(2-2-5)****Quality Management and Innovation**

แนวคิดและทฤษฎีการบริหารคุณภาพ การกำหนดกลยุทธ์ด้านคุณภาพสู่การพัฒนานวัตกรรม การออกแบบการจัดการคุณภาพในการผลิตสินค้าหรือบริการอย่างมีนวัตกรรม เครื่องมือในการจัดการ ควบคุมและปรับปรุงคุณภาพ ทรัพยากรมนุษย์ในการบริหารคุณภาพ รางวัลคุณภาพและระบบคุณภาพตามมาตรฐานสากล

Theories and concepts related to quality, management, establishing effective tactics for the growth of innovation, creative quality control design for the manufacturing of goods or services, Tools for Management, Control, and improve the quality, The use of human resources in quality control, An international standard-compliant quality system and quality award

815321 โลจิสติกส์ในการสร้างคุณค่าทางการตลาด**3(2-2-5)****Logistics in Marketing Value Creation**

แนวคิดด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน กิจกรรมและกระบวนการด้านโลจิสติกส์ การวางแผนและควบคุมด้านโลจิสติกส์ โลจิสติกส์ระหว่างประเทศ การวิเคราะห์ต้นทุนและผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ กลยุทธ์ด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานต่อการสร้างคุณค่าเพิ่มทางการตลาด

fundamentals of supply chain and logistics management, international logistics, logistics planning and control, logistics activities and procedures, and cost and performance analysis. Using supply chain, logistics, and logistics techniques to generate additional marketing value

815324 นวัตกรรมการตลาดสำหรับธุรกิจสุขภาพ**3(2-2-5)****Innovative Marketing for Healthcare**

สถานการณ์ด้านธุรกิจบริการสุขภาพและดิจิทัล ศักยภาพทางการแข่งขัน เทคโนโลยีสุขภาพ ผลกระทบที่เกิดจากเทคโนโลยีดิจิทัลและอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง การตลาดเชิงผู้ประกอบการธุรกิจสุขภาพ การสร้างประสบการณ์กับการเดินทางของลูกค้า การใช้เครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการสุขภาพ กรณีศึกษาทางด้านนวัตกรรมการตลาดสำหรับธุรกิจสุขภาพ

Situation in health service business and digital, competitive potential, health technology, impact of digital technology and IoT, health entrepreneurial marketing, creating experiences and customer journeys, using marketing tools for health service businesses, case studies in marketing innovation for health businesses

815325 นวัตกรรมการตลาดสำหรับการกีฬาและความบันเทิง**3(2-2-5)****Innovative Marketing for Sports and Entertainments**

ธุรกิจด้านกีฬาและความบันเทิง กระบวนการบริหารงานทางด้านการตลาด นวัตกรรมทางด้านการผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ การนำนวัตกรรมมาพัฒนากระบวนการของงานบริการ การสร้างอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือใช้บริการของลูกค้า

Sports and Entertainment Industry, Marketing Management Process, Product Innovation, Process Innovation, New Product and Service Development Innovation, Innovation in service process development, Influence a purchase or customer service decision

815326 นวัตกรรมและการออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกเชิงสร้างสรรค์ 3(2-2-5)

Innovation and Creative Facility Design

ความหมายและประเภทสิ่งอำนวยความสะดวก กระบวนการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งในรูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการ แนวคิดในการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีระดับความเป็นนวัตกรรมที่ อารยสถาปัตย์และหลักการของอารยสถาปัตย์ กรณีศึกษาด้านนวัตกรรมที่เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกเชิงสร้างสรรค์

Meaning and type of facilities, development process of facilities in both products and services, concept of building facilities with innovation, civilized architecture and the principle of civilized architecture, case studies of innovation in creative facilities

815340 การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสำเร็จรูปสำหรับงานด้านการตลาด 3(2-2-5)

Information Technology Solutions for Marketing

โซลูชันเทคโนโลยีสารสนเทศทางการตลาดสำหรับการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ทางการตลาด ประโยชน์จากโซลูชันเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการตลาดผ่านกรณีศึกษาและตัวอย่างเชิงปฏิบัติสามารถช่วยทำการตลาดโซลูชันด้านไอทีได้ การบูรณาการ Generative-AI เข้ากับโซลูชันเทคโนโลยีสารสนเทศทางการตลาด การพัฒนาแผนการตลาดที่สามารถนำไปปฏิบัติได้โดยโซลูชันเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการตลาดการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และประสิทธิผลทางการตลาดด้วยเนื้อหาการตลาด, ปรับแต่งข้อความทางการตลาดให้เหมาะกับแต่ละบุคคล และสำรวจแพลตฟอร์มชั้นนำสำหรับการออกแบบและการสร้างเนื้อหาจากโซลูชันเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการตลาด ความท้าทายในอนาคตในโซลูชันเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการตลาด

Marketing information technology solutions for marketing strategies changing, Leverage information technology solutions for marketing through case studies and practical instances, the integration of Generative-AI into marketing information technology solutions, Create actionable marketing plans with marketing information technology solutions, Improving creativity and effectiveness in content marketing, personalizing marketing messages. and explore the leading platforms for design and content creation by Marketing information technology solutions, Future Challenges in Marketing Information Technology Solutions.

815341 เทคโนโลยีเสมือนสำหรับการตลาด 3(2-2-5)

Virtual Technologies for Marketing

บทบาทของเทคโนโลยีเสมือน ความเป็นจริงเสมือน ความเป็นจริงเสริมและความจริงผสม ที่มีต่อธุรกิจหรือบริการ ตัวอย่างการนำเทคโนโลยีเสมือนมาใช้ในการตลาด ฝึกปฏิบัติการสร้างเทคโนโลยีเสมือนเบื้องต้นสำหรับงานด้านการตลาด

Role of virtual technology, virtual reality (VR), augmented reality (AR), and mixed reality (MR) on business or services, examples of virtual technology used in marketing, practice in building virtual technology for marketing work

815342 หลักการเขียนโปรแกรม 3(2-2-5)

Principles of Programming

การเขียนโปรแกรมเบื้องต้น โครงสร้างข้อมูล ขั้นตอนวิธีการประมวลผล การสร้างโมดูล การเรียกใช้ข้อมูลจากไฟล์และฐานข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน องค์ประกอบการสร้างแผนภูมิ และการนำเสนอข้อมูลต่อผู้ใช้

Basic programming, data structure, algorithm processing, module creation, data retrieval from files and databases, basic data analysis, charting elements, and presenting information to users

815343 หลักการออกแบบสำหรับมนุษย์**3(2-2-5)****Designing Principles for Humans**

การระบุลักษณะสำคัญของพฤติกรรมมนุษย์ ผลกระทบต่อการออกแบบระบบโต้ตอบ การวิจารณ์และการออกแบบระบบเชิงโต้ตอบตามความสามารถและพฤติกรรมของมนุษย์ การอธิบายธีมจากสังคมศาสตร์และการปฏิสัมพันธ์ของคอมพิวเตอร์กับมนุษย์ รวมถึงวิธีการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบระบบโต้ตอบ การใช้รายการตรวจสอบการใช้งานและวิธีการวิเคราะห์แบบเป็นทางการ

Identifying key features of human behavior and how they influence the design of interactive systems. Assessing and designing interactive systems based on human capabilities and behavior. Describe themes from social sciences and human computer interaction and how they apply to interactive system design. Use checklists and formal analysis methods

815344 กลยุทธ์สื่อการตลาด**3(2-2-5)****Marketing Media Strategies**

ความหมายและความสำคัญของกลยุทธ์สื่อการตลาด วิวัฒนาการของการวางแผนสื่อทางการตลาด องค์ประกอบสำคัญของกลยุทธ์สื่อการตลาด การทำความเข้าใจผู้ชมสื่อ พฤติกรรมและแนวโน้มการบริโภคสื่อ การแบ่งกลุ่มผู้ชมและการกำหนดเป้าหมาย เครื่องมือสำหรับการวิเคราะห์ผู้ชมในการวางแผนสื่อ ช่องทางสื่อและแพลตฟอร์ม การวางแผนและการซื้อสื่อ กลยุทธ์สร้างสรรค์ในการวางแผนสื่อ กลยุทธ์สื่อดิจิทัล การวัดประสิทธิผลของสื่อ การเพิ่มประสิทธิภาพแคมเปญสื่อ ข้อพิจารณาทางกฎหมายและจริยธรรม

The definition and importance of a marketing media strategy, the evolution of media planning in marketing, Key components of a marketing media strategy, understanding media audiences, media consumption habits and trends. Audience segmentation and targeting. Media planning utilizes tools for audience analysis. Media channels and platforms Media planning and buying the creative strategy encompasses media planning, digital media strategy, and the measurement of media effectiveness. Optimizing media campaigns Legal and ethical considerations

815360 วิจัยด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์**3(2-2-5)****Innovation and Creative Marketing Research**

นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ในการวิจัยการตลาด ระเบียบวิธีการวิจัยที่เป็นนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ประเภทต่างๆ ออกแบบและดำเนินโครงการวิจัยที่เป็นนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ วิเคราะห์และตีความข้อมูลการวิจัยที่เป็นนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ และใช้ผลการวิจัยเพื่อพัฒนาข้อมูลเชิงลึกและกลยุทธ์ทางการตลาดใหม่ภายใต้การปฏิบัติตามแนวทางจริยธรรมและระเบียบวิธีวิจัย

Innovation and creativity in marketing research. Identify various forms of innovative and creative research methods. Design and implement innovative and creative research projects. Analyze and interpret innovative and creative research findings. Using the research findings, you can create new insights and marketing strategies while following ethical guidelines and research methodologies

815390 โครงการงานทางด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ**2(0-4-2)****Project in Prototype Development**

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด บูรณาการองค์ความรู้ด้านการจัดการนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ ผ่านการทำงานเป็นทีมภายใต้การชี้แนะของคณาจารย์และผู้เชี่ยวชาญจากภาคธุรกิจและอุตสาหกรรม

Creating market-relevant prototypes, Develop innovation and creativity management skills through teamwork with faculty and business and industry experts

815431 การจัดการบุคลากรในโลกใหม่**3(3-0-6)****New World Workforce Management**

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในยุคแห่งความหลากหลายของวิกฤตการณ์โลก ความหมายและขอบเขตของการจัดการกำลังคน วิวัฒนาการในอดีตของการจัดการกำลังคน ความท้าทายหลักในการจัดการกำลังคนร่วมสมัย การจัดการงานระยะไกลและแบบผสมผสาน บทบาทของเทคโนโลยีทรัพยากรบุคคล และระบบอัตโนมัติ ปัญญาประดิษฐ์ในการจัดการกำลังคน การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวางแผนกำลังคนและการตัดสินใจ ความหลากหลาย ความเท่าเทียมและการไม่แบ่งแยก ความผูกพันและความเป็นอยู่ของพนักงาน การจัดการผลการปฏิบัติงาน การวางแผนและพัฒนากำลังคน กฎหมายและจริยธรรมที่เกี่ยวข้อง การจัดการการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาองค์กร

The significance and scope of workforce management, the historical evolution of workforce management, and the primary challenges in contemporary workforce management are all factors that affect human resource management in the era of diverse global crises. The management of remote and hybrid work, the role of HR technology and automation, artificial intelligence in workforce management, data analytics for workforce planning and decision-making, diversity, equity, and inclusion Employee engagement and well-being, performance management, workforce planning and development, related laws and ethics, change management, and organizational development and management

815490 โครงการงานทางด้านการจัดทำแผนการตลาดเชิงสร้างสรรค์จากผลิตภัณฑ์ต้นแบบ**2(0-4-2)****Project in Marketing Plan from Prototype**

นำผลิตภัณฑ์ต้นแบบมาทำการทดสอบตลาดและพัฒนาแผนการตลาด ภายใต้การชี้แนะของอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิจากภาคธุรกิจ

Assemble prototype products for market testing and formulate marketing strategies with the assistance of business sector advisors and specialists

815491 การฝึกอบรม หรือ การฝึกงานในต่างประเทศ**6 หน่วยกิต****International Academic of Professional Training**

การฝึกอบรมเชิงวิชาการภาคปฏิบัติหรือฝึกปฏิบัติงานจริงภายในหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนในต่างประเทศ โดยได้รับความเห็นชอบจากมหาวิทยาลัย

Practical academic training or practical work training within government or private agencies abroad, with the university's approval.

- 815492 สหกิจศึกษา 6 หน่วยกิต**
Co-operative Education
 การฝึกปฏิบัติงานจริงเพื่อเพิ่มประสบการณ์วิชาชีพทางนวัตกรรมหรือการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ใน
 ฐานะพนักงานในหน่วยงานหรือสถานประกอบการตามระบบสหกิจศึกษา
 Practical work to enhance professional experience in business computers as an
 employee of an agency or establishment that operates under the cooperative education system.
- 815493 การฝึกงาน 6 หน่วยกิต**
Professional Training
 การฝึกงานด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ในสถานประกอบการ ในองค์กรภาครัฐหรือ
 ภาคเอกชน โดยมีระยะเวลาในการฝึกติดต่อกันไม่น้อยกว่า 420 ชั่วโมงและนำเสนอรายงานผลการปฏิบัติงาน
 Innovation and creative marketing internship in government or private sector. with a
 duration of consecutive training of not less than 420 hours, including presentation of performance
 reports.
- 815494 สัมมนาทางวิชาการด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ 1(0-2-1)**
Seminar in Innovation and Creative Marketing
 การนำเสนอและอภิปรายหัวข้อทางนวัตกรรมและการตลาดซึ่งเป็นประเด็นปัจจุบันโดยจัดเป็น
 การประชุมสัมมนาทางวิชาการด้านนวัตกรรมและการตลาด 1 ครั้ง
 Presentation and discussion of current innovation and marketing issues in one
 academic seminar

3.1.6 ความหมายของเลขรหัสวิชา

ความหมายของเลขรหัสประจำวิชาในหลักสูตรหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ประกอบด้วยเลข 6 หลัก แยกเป็น 2 ชุด ชุดละ 3 ตัว ตามประกาศของมหาวิทยาลัยนเรศวร ว่าด้วยเลขรหัสของรายวิชา มีความหมายดังนี้

3.1.6.1 รายวิชาศึกษาทั่วไป

1. เลขสามตัวแรก

002

หมายถึง

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

2. เลขสามตัวหลัง

2.1 เลขรหัสตัวแรก (หลักร้อย) หมายถึง กลุ่มวิชาศึกษาทั่วไป ปี พ.ศ.2567

- เลข 1 หมายถึง กลุ่มภาษาและการสื่อสาร (ภาษาอังกฤษและภาษาไทย)
- เลข 2 หมายถึง กลุ่มความรู้เพื่อการใช้ชีวิตอย่างมีคุณภาพ
- เลข 3 หมายถึง กลุ่มการพัฒนาทักษะและลักษณะบุคคล
- เลข 4 หมายถึง กลุ่มการพัฒนาสุขภาพกายและจิต
- เลข 5 หมายถึง กลุ่มการเป็นพลเมืองไทยและพลโลกเพื่อสังคมที่ยั่งยืน

2.2 เลขรหัสตัวที่สอง (หลักสิบ) หมายถึง อนุกรมในกลุ่มรายวิชา

2.3 เลขรหัสสุดท้าย (หลักหน่วย) หมายถึง อนุกรมในกลุ่มรายวิชา

3.1.6.2 รายวิชาเฉพาะ

1. ความหมายของเลขรหัสชุดที่ 1 คือ รหัส 3 ตัวแรก

002

หมายถึง

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

815

หมายถึง

สาขาวิชานวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์

2. ความหมายของเลขรหัสชุดที่ 2 คือ รหัส 3 ตัวหลัง

เลขหลักร้อย : แสดงชั้นปี และ ระดับ

เลขหลักสิบ : แสดงหมวดหมู่ในสาขาวิชา

- | | | |
|---|---------|--|
| 0 | หมายถึง | กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ |
| 1 | หมายถึง | กลุ่มวิชาด้านการตลาด |
| 2 | หมายถึง | กลุ่มวิชาด้านนวัตกรรมธุรกิจ |
| 3 | หมายถึง | กลุ่มวิชาด้านการจัดการ |
| 4 | หมายถึง | กลุ่มวิชาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ |
| 5 | หมายถึง | กลุ่มวิชาด้านการเงิน |
| 6 | หมายถึง | กลุ่มวิชาด้านการวิจัย |
| 9 | หมายถึง | รายวิชาโครงการ สัมมนา การฝึกงานและสหกิจศึกษา |

เลขหลักหน่วย : แสดงอนุกรมรายวิชา

3.2 ชื่อ-นามสกุล ตำแหน่งทางวิชาการ และคุณวุฒิการศึกษาของอาจารย์

3.2.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่งทางวิชาการ	คุณวุฒิการศึกษา	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษาจากสถาบัน	ประเทศ	ปีที่สำเร็จการศึกษา	ภาระงานสอน (ชม./สัปดาห์)	
								ปัจจุบัน	เมื่อเปิดหลักสูตรนี้แล้ว
1	นางสาวจิตติณัฐ วัฒนะ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	M.B.A.	Management	Johnson & Wales University	USA	2542	12	12
			ศศ.บ.	การจัดการทั่วไป	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม	ไทย	2538		
2	เรืออากาศเอกหญิงวชิรา พันธุ์ไพโรจน์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ปร.ด.	การบริหารธุรกิจ	มหาวิทยาลัยนเรศวร	ไทย	2563	12	12
			บธ.ม.	การจัดการธุรกิจ	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	ไทย	2538		
			ทล.บ.	เทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช	ไทย	2545		
			วท.บ.	ฟิสิกส์	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ วิทยาเขตพิษณุโลก	ไทย	2531		
3	นางสาวพิมสหรา ยาคัล้าย	อาจารย์	ปร.ด.	บริหารธุรกิจอุตสาหกรรม	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง	ไทย	2561	12	12
			วท.ม.	ธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม (สหสาขาวิชา)	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	ไทย	2554		
			วท.บ.	เทคโนโลยีการจัดการ	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง	ไทย	2551		

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่งทางวิชาการ	คุณวุฒิการศึกษา	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษาจากสถาบัน	ประเทศ	ปีที่สำเร็จการศึกษา	ภาระงานสอน (ชม./สัปดาห์)	
								ปัจจุบัน	เมื่อเปิดหลักสูตรนี้แล้ว
4	นางสาวสุภรวิดี ตรงต่อธรรม	อาจารย์	Ph.D.	Computer Science	Liverpool John Moores University	United Kingdom	2562	12	12
			วท.ม.	ธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม (สหสาขาวิชา)	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	ไทย	2555		
			บธ.บ.	คอมพิวเตอร์ธุรกิจ	มหาวิทยาลัยนเรศวร	ไทย	2549		
5	นางสาวอุดมลักษณ์ ศรีข้าวชม	อาจารย์	Ph.D.	Management	University of Southampton	United Kingdom	2558	12	12
			บธ.ม.	การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์	ไทย	2547		
			บธ.บ.	การจัดการการผลิต	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	ไทย	2544		

3.2.2 อาจารย์ประจำหลักสูตร

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่งทางวิชาการ	คุณวุฒิการศึกษา	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษาจากสถาบัน	ประเทศ	ปีที่สำเร็จการศึกษา	ภาระงานสอน (ชม./สัปดาห์)	
								ปัจจุบัน	เมื่อเปิดหลักสูตรนี้แล้ว
1	นายอรรถไกร พันธุ์ภักดี	รองศาสตราจารย์	ปร.ด.	การบริหาร โรงพยาบาล Information Systems	มหาวิทยาลัยคริสเตียน	ไทย	2555	12	12
			M.B.A.		Oklahoma City University	USA	2544		
			ศ.บ.		มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	ไทย	2538		
2	นางสาวกนกกาญจน์ เสน่ห์ นมะหุต	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	Ph.D.	บริหารธุรกิจ เทคโนโลยีสารสนเทศ วิทยาการคอมพิวเตอร์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	ไทย	2560	12	12
			วท.ม.		มหาวิทยาลัยนเรศวร	ไทย	2549		
			วท.บ.		มหาวิทยาลัยนเรศวร	ไทย	2547		
3	นางสาวจิตติณัฐ วัฒนะ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	M.B.A.	Management การจัดการทั่วไป	Johnson & Wales University	USA	2542	12	12
			ศศ.บ.		มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม	ไทย	2537		
4	เรืออากาศเอกหญิงวิชา พันธุ์ไพโรจน์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ปร.ด.	การบริหารธุรกิจ การจัดการธุรกิจ เทคโนโลยีสารสนเทศ ทางธุรกิจ ฟิสิกส์	มหาวิทยาลัยนเรศวร	ไทย	2563	12	12
			บธ.ม.		มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	ไทย	2538		
			ทล.บ.		มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช	ไทย	2545		
			วท.บ.		มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ วิทยาเขตพิษณุโลก	ไทย	2531		

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่งทางวิชาการ	คุณวุฒิการศึกษา	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษาจากสถาบัน	ประเทศ	ปีที่สำเร็จการศึกษา	ภาระงานสอน (ชม./สัปดาห์)	
								ปัจจุบัน	เมื่อเปิดหลักสูตรนี้แล้ว
5	นางสาวพิมสหรา ยาค่าย	อาจารย์	ปร.ด.	บริหารธุรกิจ	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง	ไทย	2561	12	12
			วท.ม.	ธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม (สหสาขาวิชา)	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	ไทย	2554		
			วท.บ.	เทคโนโลยีการจัดการ	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง	ไทย	2551		
6	นางสาวมณีนรัตน์ ชาดิรังสรรค์	อาจารย์	Ph.D.	Computer Science	University of York	United Kingdom	2563	12	12
			วท.ม.	การพัฒนาซอฟต์แวร์ด้านธุรกิจ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	ไทย	2556		
			บธ.บ.	คอมพิวเตอร์ธุรกิจ	มหาวิทยาลัยนเรศวร	ไทย	2549		
7	นางสาวสุภรวิดี ตรงต่อธรรม	อาจารย์	Ph.D.	Computer Science	Liverpool John Moores University	United Kingdom	2562	12	12
			วท.ม.	ธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม (สหสาขาวิชา)	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	ไทย	2555		
			บธ.บ.	คอมพิวเตอร์ธุรกิจ	มหาวิทยาลัยนเรศวร	ไทย	2549		
8	นางสาวอุดมลักษณ์ ศรีซัวชม	อาจารย์	Ph.D.	Management	University of Southampton	United Kingdom	2558	12	12
			บธ.ม.	การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์	ไทย	2547		
			บธ.บ.	การจัดการการผลิต	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	ไทย	2544		

หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ของหลักสูตร กลยุทธ์การจัดการศึกษาและวิธีการประเมินผล

1. แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้สู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

- หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

ผลการเรียนรู้		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
1. กลุ่มภาษาและการสื่อสาร (ภาษาอังกฤษและภาษาไทย)									
1.1 กลุ่มภาษาอังกฤษ									
002101	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน English for Daily-life Communication	3(2-2-5)						●	●
002102	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารนานาชาติ English for International Communication	3(2-2-5)			●		●	●	●
002103	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางอาชีพ English for Professional Communication	3(2-2-5)			●		●	●	
1.2 กลุ่มภาษาไทย									
002107	การใช้ภาษาไทยในบริบทร่วมสมัย Thai language Use in a Contemporary Context	3(2-2-5)			●		●	●	●
2. กลุ่มความรู้เพื่อการใช้ชีวิตอย่างมีคุณภาพ									
002201	วิถีชีวิตในยุคดิจิทัล Ways of Living in the Digital Age	3(3-0-6)			●		●		
002202	กฎหมายพื้นฐานเพื่อคุณภาพชีวิต Fundamental Laws for Quality of Life	3(2-2-5)			●		●	●	●
002203	การจัดการการดำเนินชีวิต Living Management	3(2-2-5)			●		●		

ผลการเรียนรู้		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
2. กลุ่มความรู้เพื่อการใช้ชีวิตอย่างมีคุณภาพ (ต่อ)									
002204	การรู้เท่าทันสื่อ Media Literacy	3(2-2-5)			●		●		
002205	พลวัตกลุ่มและการทำงานเป็นทีม Group Dynamics and Teamwork	3(2-2-5)							●
002207	คอมพิวเตอร์สารสนเทศขั้นพื้นฐาน Introduction to Computer Information Science	3(2-2-5)			●		●		
002208	คณิตศาสตร์และสถิติในชีวิตประจำวัน Mathematics and Statistics in Everyday Life	3(2-2-5)			●		●		
002209	พลังงานและเทคโนโลยีใกล้ตัว Energy and Technology Around Us	3(2-2-5)						●	
002210	วิทยาศาสตร์ในชีวิตประจำวัน Science in Everyday Life	3(3-0-6)			●		●	●	
002211	วิถีชีวิตตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนในศตวรรษที่ 21 Circular Economy Lifestyle for 21 st Century	3(2-2-5)						●	●
002212	ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อความยั่งยืน Sufficiency Economy Philosophy for Sustainability	3(2-2-5)			●		●	●	●
002213	การบัญชีเบื้องต้นสำหรับผู้ประกอบการ Principles of Accounting for Entrepreneurs	3(2-2-5)	●		●		●	●	
002214	การเงิน ธุรกิจ ชีวิต และการลงทุน Finance, Business, Life, and Investment	3(3-0-6)	●		●		●		●

ผลการเรียนรู้		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
3. กลุ่มการพัฒนาทักษะและลักษณะบุคคล									
002301	สารสนเทศศาสตร์เพื่อการศึกษาค้นคว้า Information Science for Study and Research	3(2-2-5)				●		●	●
002302	ศิลปะในชีวิตประจำวัน Arts in Daily Life	3(2-2-5)				●		●	
002303	ดนตรีวิถีไทย Thai Music and Culture	3(2-2-5)				●		●	●
002304	ดนตรีตะวันตกในชีวิตประจำวัน Western Music in Daily Life	3(2-2-5)				●		●	●
002305	การคิดเชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรม Creative Thinking and Innovation	3(2-2-5)	●			●		●	●
002306	นวัตกรรมเพื่อสังคม Social Innovation	3(2-2-5)				●		●	
002307	การจัดการข้อมูลเบื้องต้นในยุคดิจิทัล Introduction to Data Management in Digital Era	3(2-2-5)				●		●	
002308	เบลนเดอร์ / สินทรัพย์ดิจิทัล / จักรวาลนฤมิต Blender / NFT / Metaverse	3(2-2-5)				●		●	●
002309	ความคิดเชิงปรัชญาเพื่อการพัฒนาตนและสังคม Philosophical Thoughts for Self and Social Development	3(2-2-5)						●	
002310	ทักษะชีวิต Life Skills	3(2-2-5)				●		●	

ผลการเรียนรู้		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
3. กลุ่มการพัฒนาทักษะและลักษณะบุคคล (ต่อ)									
002311	ภาวะผู้นำกับความรัก Leadership and Compassion	3(3-0-6)			●		●		●
002312	การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจก่อตั้งใหม่ขนาดย่อม Entrepreneurship for Small Business Start-up	3(2-2-5)	●		●		●		
002313	นวัตกรรมเพื่อสังคมสูงวัย Innovation for Aging Society	3(1-4-4)	●		●		●		●
002314	ทักษะผู้ประกอบการและนวัตกรรมด้านอาหาร Entrepreneurial skills and food innovator	3(2-2-5)	●		●			●	●
4. กลุ่มการพัฒนาสุขภาพกายและจิต									
002401	ความสุขกับงานอดิเรก Happiness with Hobbies	3(2-2-5)			●		●		●
002402	จิตวิทยาและการใช้ชีวิตในโลกยุคใหม่ Psychology and Living in the Modern World	3(3-0-6)			●		●		●
002403	ยาและสารเคมีในชีวิตประจำวัน Drugs and Chemicals in Daily Life	3(2-2-5)						●	
002404	อาหารและวิถีชีวิต Food and Life Style	3(2-2-5)			●		●		
002405	พฤติกรรมมนุษย์ Human Behavior	3(2-2-5)						●	●

ผลการเรียนรู้		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
4. กลุ่มการพัฒนาสุขภาพกายและจิต (ต่อ)									
002406	ชีวิตและสุขภาพ Life and Health	3(2-2-5)							●
002407	การบริโภคในชีวิตประจำวัน Consumption in Daily Life	3(2-2-5)			●		●		
002408	กีฬาและกิจกรรมทางกาย Sports and Physical Activity	1(0-2-1)			●		●		
5. กลุ่มการเป็นพลเมืองไทยและพลโลกเพื่อสังคมที่ยั่งยืน									
002206	แอนโทรโปซีน Anthropocene	3(2-2-5)			●		●	●	●
002501	ภาษา สังคมและวัฒนธรรม Language, Society and Culture	3(2-2-5)						●	
002502	ไทยกับประชาคมโลก Thai State and the World Community	3(2-2-5)						●	
002503	อารยธรรมไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่น Thai Civilization and Local Wisdom	3(2-2-5)			●		●		
002504	การเมือง เศรษฐกิจ และสังคม Politics, Economy and Society	3(3-0-6)						●	
002505	นเรศวรศึกษา Naresuan Studies	3(2-2-5)			●		●		

ผลการเรียนรู้	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
5. กลุ่มการเป็นพลเมืองไทยและพลโลกเพื่อสังคมที่ยั่งยืน (ต่อ)								
002506 ความมั่นคงทางมนุษย์และการพัฒนาอย่างยั่งยืน Human Security and Sustainable Development 3(2-2-5)							●	
002507 ความเป็นพลเมืองโลก Global Citizenship 3(2-2-5)				●		●		
002508 อารยธรรมโลก World Civilizations 3(3-0-6)				●		●		
002509 ภาษาและวัฒนธรรมเกาหลี Korean Language and Culture 3(3-0-6)				●		●	●	●
002510 ภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น Japanese Language and Culture 3(3-0-6)				●		●	●	●
002511 ภาษาและวัฒนธรรมจีน Chinese Language and Culture 3(3-0-6)				●		●	●	●
002512 ภาษาและวัฒนธรรมพม่า Myanmar Language and Culture 3(3-0-6)				●		●	●	●
002513 ภาษาและวัฒนธรรมฝรั่งเศส French Language and Culture 3(3-0-6)				●		●	●	●
002514 ภาษาและวัฒนธรรมสเปน Spanish Language and Culture 3(3-0-6)				●		●	●	●
002515 ภาษาและวัฒนธรรมลาว Lao Language and Culture 3(3-0-6)				●		●	●	●

ผลการเรียนรู้			PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
5. กลุ่มการเป็นพลเมืองไทยและพลโลกเพื่อสังคมที่ยั่งยืน (ต่อ)										
002516	ภาษาและวัฒนธรรมอินโดนีเซีย Indonesian Language and Culture	3(3-0-6)				●		●	●	●
002517	ภาษาและวัฒนธรรมเวียดนาม Vietnamese Language and Culture	3(3-0-6)				●		●	●	●
002518	ภาษาและวัฒนธรรมเขมร Khmer Language and Culture	3(3-0-6)				●		●	●	●
หมวดวิชาเฉพาะ										
วิชาแกน										
815101	การสร้างความคิดและแรงบันดาลใจในการออกแบบ Kick Start to Design Thinking	3(2-2-5)	●					●	●	●
815102	กระบวนการค้นคว้าความรู้นวัตกรรมและการตลาดอย่างเป็นระบบ Systematic Knowledge Inquiry in Innovation and Marketing	3(2-2-5)	●					●	●	
815103	การจัดการประสิทธิภาพตนเองและอาชีพ Self-efficiency and Career Management	3(3-0-6)	●					●	●	
815110	รหัสพันธุกรรมทางนวัตกรรมการตลาด Innovative Marketing DNA	3(2-2-5)	●					●	●	●
815111	การตลาดเชิงสร้างสรรค์ Creative Marketing	3(2-2-5)	●					●	●	●
815112	การศึกษาและการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้า Study and Learning for Customer	3(2-2-5)	●					●	●	●
815130	การจัดการร่วมสมัยและการพลิกผันทางดิจิทัล Contemporary Management and Digital Disruption	3(3-0-6)	●					●	●	

ผลการเรียนรู้			PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
815203	ภาษาอังกฤษเชิงวิชาการทางด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ Academic English for Innovation and Creative Marketing	3(2-2-5)	●	●				●		
วิชาบังคับ										
815131	ศาสตร์และศิลป์ในการวางแผนการตลาด Art and Science for Marketing Plan	3(2-2-5)	●					●	●	
815211	การตลาดเพื่อการสร้างคุณค่าร่วม Marketing for Creating Share Value	3(2-2-5)	●	●				●		●
815212	นวัตกรรมและการสร้างมูลค่าทางการตลาด Innovation and Creation of Market Value	3(2-2-5)	●	●				●		●
815213	การตลาดเชิงเนื้อหาดิจิทัลเชิงโต้ตอบ Digital Interactive Content Marketing	3(2-2-5)	●	●					●	●
815214	การพัฒนาแนวคิดและสร้างสรรค์การตลาดดิจิทัลยุคใหม่ Digital Marketing in Action	3(2-2-5)	●	●				●		●
815220	การจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม Technology and Innovation Management	3(2-2-5)	●	●						
815221	นวัตกรรมและการจัดการเชิงปฏิบัติการ Innovation and Operation Management	3(2-2-5)	●	●						
815230	การจัดการทรัพย์สินทางปัญญาและนวัตกรรม Intellectual Property Management and Innovation	3(2-2-5)	●	●				●	●	
815240	การวิเคราะห์ทางการตลาด Marketing Analytics	3(2-2-5)	●	●				●		
815250	การจัดการทางการเงินสำหรับนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ Financial Management for Innovation and Creative Marketing	3(2-2-5)	●	●					●	

ผลการเรียนรู้			PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
815310	กลยุทธ์และเทคนิคการตลาดเชิงสร้างสรรค์ Strategies and Techniques Creative Marketing	3(2-2-5)	●	●		●	●			●
815313	การจัดการและกลยุทธ์ตราสินค้า Branding Management and Strategies	3(2-2-5)	●	●		●	●			●
815314	ระบบการตลาดอัจฉริยะ Artificial Intelligence Marketing	3(2-2-5)	●	●	●				●	●
815320	การบริหารคุณภาพกับนวัตกรรม Quality Management and Innovation	3(2-2-5)	●	●		●				
815321	โลจิสติกส์ในการสร้างคุณค่าทางการตลาด Logistics in Marketing Value Creation	3(2-2-5)	●	●		●				
815342	หลักการเขียนโปรแกรม Principles of Programming	3(2-2-5)	●	●	●				●	
815360	วิจัยด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ Innovation and Creative Marketing Research	3(2-2-5)		●		●		●	●	
815431	การจัดการบุคลากรในโลกใหม่ New World Workforce Management	3(2-2-5)	●	●	●				●	●
วิชาเลือก										
815144	การบริหารและการประกอบการสมัยใหม่ Modern Management and Entrepreneurship	3(3-0-6)	●						●	
815311	การตลาดผ่านสื่อสังคม Social Media Marketing	3(2-2-5)	●	●	●	●			●	●
815315	การตลาดเชิงสร้างสรรค์จีน Creative Market in China	3(3-0-6)	●	●		●				
815316	การตลาดวัฒนธรรม Cultural Marketing	3(3-0-6)	●	●		●				

ผลการเรียนรู้			PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
815317	ศิลปะการเจรจาต่อรอง The Art of Negotiation	3(3-0-6)	●	●		●				
815322	นวัตกรรมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ Innovative Marketing for Hospitality	3(2-2-5)	●	●	●	●	●			●
815324	นวัตกรรมการตลาดสำหรับธุรกิจสุขภาพ Innovative Marketing for Healthcare	3(2-2-5)	●	●	●	●	●	●		●
815325	นวัตกรรมการตลาดสำหรับการกีฬาและความบันเทิง Innovative Marketing for Sports and Entertainments	3(2-2-5)	●	●	●	●	●	●		●
815326	นวัตกรรมและการออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกเชิงสร้างสรรค์ Innovation and Creative Facility Design	3(2-2-5)	●	●	●	●	●	●		●
815340	การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสำเร็จรูปสำหรับงานด้านการตลาด Information Technology Solutions for Marketing	3(2-2-5)		●	●				●	
815341	เทคโนโลยีเสมือนสำหรับการตลาด Virtual Technologies for Marketing	3(2-2-5)	●	●	●	●				
815343	หลักการออกแบบสำหรับมนุษย์ Designing Principles for Humans	3(2-2-5)	●	●	●	●			●	
815344	กลยุทธ์สื่อการตลาด Marketing Media Strategy	3(2-2-5)	●	●		●	●		●	●
โครงการและการสัมมนา										
815190	โครงการทางด้านการพัฒนาแนวคิดผลิตภัณฑ์ Project in Product Idea development	1(0-2-1)		●				●	●	●
815290	โครงการทางด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการ Project in Product Development and Process	1(0-2-1)		●		●		●	●	●

ผลการเรียนรู้			PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8
815390	โครงการทางด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ Project in Prototype Development	2(0-4-2)		●	●	●		●	●	●
815490	โครงการทางด้านการจัดทำแผนการตลาดเชิงสร้างสรรค์จาก ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ Project in Marketing Plan from Prototype	2(0-4-2)		●	●	●	●		●	●
815494	สัมมนาทางวิชาการด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ Seminar in Innovation and Creative Marketing	1(0-2-1)	●	●	●	●		●	●	●
สหกิจศึกษา/ฝึกอบรม/ฝึกงานในต่างประเทศ										
815491	การฝึกอบรมหรือการฝึกงานในต่างประเทศ International Academic of Professional Training	6 หน่วยกิต	●	●	●	●	●	●	●	
815492	สหกิจศึกษา Co-operative Education	6 หน่วยกิต	●	●	●	●	●	●	●	
815493	การฝึกงาน Professional Training	6 หน่วยกิต	●	●	●	●	●	●	●	

2.กลยุทธ์การจัดการศึกษาให้เป็นไปตามผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรในแต่ละด้าน

ผลลัพธ์การเรียนรู้ ของหลักสูตร (PLOs)	กิจกรรมการเรียนการสอน	วิธีการประเมินผล
PLO 1 อธิบายทฤษฎีและ หลักการทางการตลาด การ จัดการนวัตกรรมและ บริหารธุรกิจ	1) บรรยายทฤษฎีและแนวคิดด้านการตลาด ด้านการ จัดการนวัตกรรม และบริหารธุรกิจพร้อมทั้งยกตัวอย่าง สถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในปัจจุบัน เพื่อให้ผู้เรียนเข้าใจ และนำไปใช้ได้ถูกต้อง 2) การเรียนการสอนเป็นแบบ Active Learning โดย การตั้งคำถาม ให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนความ คิดเห็น เน้นทักษะการคิดวิเคราะห์ เพื่อให้ผู้เรียนมีการ คิดอย่างเป็นระบบ 3) ใช้กรณีศึกษาเพื่อฝึกทักษะการวิเคราะห์ 4) มอบหมายงาน/แบบฝึกหัด	1) ประเมินจากผลการ ทดสอบย่อย การสอบกลาง ภาคหรือการสอบปลายภาค 2) ประเมินจากงานที่ได้รับ มอบหมาย/แบบฝึกหัด
PLO 2 ประยุกต์ทฤษฎีและ หลักการทางการตลาด การ จัดการนวัตกรรม และ บริหารธุรกิจ เพื่อการสร้าง นวัตกรรมทางการตลาด	1) บรรยายทฤษฎีและแนวคิดด้านการตลาด ด้านการ จัดการนวัตกรรม และบริหารธุรกิจพร้อมทั้งยกตัวอย่าง การนำไปใช้สถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในปัจจุบัน 2) ให้นิสิตศึกษา ค้นคว้า วิเคราะห์ สถานการณ์ด้าน การตลาด ด้านการจัดการนวัตกรรม และบริหารธุรกิจ ในปัจจุบันและแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นในอนาคต 3) การเรียนการสอนเป็นแบบ Active Learning โดย ผู้เรียนมีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เน้นทักษะ การคิด การค้นคว้า เพื่อให้ผู้เรียนมีการวิเคราะห์อย่าง เป็นระบบ เน้นการทำโครงการด้านนวัตกรรมและ การตลาดเชิงสร้างสรรค์ 4) ใช้กรณีศึกษาเพื่อฝึกทักษะการวิเคราะห์ของผู้เรียน 5) จัดการเรียนการสอนแบบ Experts Knowledge Experience โดยเชิญผู้มีความรู้ความสามารถที่ เชี่ยวชาญในศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นด้าน การตลาด ด้านนวัตกรรม ด้านการบริหารธุรกิจ มา บรรยายพิเศษ/เสวนา/แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อให้ นิสิตได้เรียนรู้ประสบการณ์จากผู้เชี่ยวชาญ 6) มอบหมายงาน/แบบฝึกหัด	1) ประเมินจากผลการ ทดสอบย่อย การสอบกลาง ภาค หรือการสอบปลายภาค 2) ประเมินจากผลงานด้าน นวัตกรรม 3) ประเมินจากงานที่ได้รับ มอบหมาย/แบบฝึกหัด

ผลลัพธ์การเรียนรู้ ของหลักสูตร (PLOs)	กิจกรรมการเรียนการสอน	วิธีการประเมินผล
PLO 3 ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสร้างนวัตกรรมทางการตลาด	1) บรรยายการใช้เทคโนโลยีและสารสนเทศ โดยเฉพาะการนำข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) มาวิเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจผู้บริโภคให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น 2) ยกตัวอย่างการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการด้านการตลาด การจัดการนวัตกรรม และบริหารธุรกิจ เพื่อให้ผู้เรียนนำไปใช้ได้ถูกต้อง 3) การเรียนการสอนเป็นแบบ Active Learning โดยผู้เรียนมีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เน้นทักษะการคิด เพื่อให้ผู้เรียนมีการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ 4) ใช้กรณีศึกษาเพื่อฝึกทักษะการวิเคราะห์ของผู้เรียน 5) มอบหมายงาน/แบบฝึกหัด	1) ประเมินจากผลการทดสอบย่อย การสอบกลางภาค หรือการสอบปลายภาค 2) ประเมินจากผลงานด้านนวัตกรรม 3) ประเมินจากงานที่ได้รับมอบหมาย/แบบฝึกหัด
PLO 4 วิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ทางการตลาดและธุรกิจในโลกปัจจุบัน ในการสร้างนวัตกรรมอย่างสร้างสรรค์	1) บรรยายหลักและขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล ทั้งข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงคุณภาพที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ทางการตลาดและธุรกิจในปัจจุบัน 2) สอนแบบปฏิบัติการในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล เช่น Microsoft Excel, PowerBI, Python เป็นต้น 3) การเรียนการสอนเป็นแบบ Active Learning โดยผู้เรียนมีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เน้นทักษะการคิด ศึกษาค้นคว้า วิเคราะห์ เน้นฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำไปใช้ในการทำโครงการด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ 4) มอบหมายงาน/แบบฝึกหัด	1) ประเมินจากผลการทดสอบย่อย การสอบกลางภาค หรือการสอบปลายภาค 2) ประเมินจากงานที่ได้รับมอบหมาย/แบบฝึกหัด
PLO 5 กำหนดแผนกลยุทธ์ทางการตลาดและบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องสำหรับผลงานที่เป็นนวัตกรรม	1) บรรยายการวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจและการตลาด ยกตัวอย่างการวางแผนกลยุทธ์ผลงานที่เป็นนวัตกรรม 2) การเรียนการสอนเป็นแบบ Active Learning โดยผู้เรียนมีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เน้นทักษะการคิด ศึกษาค้นคว้า วิเคราะห์กรณีศึกษา (case-study) 3) ฝึกปฏิบัติการวางแผนกลยุทธ์การตลาดโดยกำหนดโจทย์ให้นักศึกษาทำการวางแผนกลยุทธ์การตลาดและนำเสนอแผนกลยุทธ์การตลาด 4) เข้าร่วมการแข่งขันด้านการวางแผนกลยุทธ์การตลาดของสมาคมการตลาด	1) ประเมินจากผลการสอบกลางภาคหรือการสอบปลายภาค 2) ประเมินจากงานที่ได้รับมอบหมายและการนำเสนอ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ ของหลักสูตร (PLOs)	กิจกรรมการเรียนการสอน	วิธีการประเมินผล
PLO 6 ใช้เทคโนโลยีในการ สืบค้นข้อมูลทางการตลาด นวัตกรรม และบริหารธุรกิจ	1) บรรยายการใช้เทคโนโลยีในการสืบค้นข้อมูล การตลาด นวัตกรรม และบริหารธุรกิจ เพื่อให้ผู้เรียน สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่มีคุณภาพ มีความน่าเชื่อถือ และตรงตามความต้องการของผู้สืบค้นและนำไปใช้ได้ อย่างถูกต้อง 2) การเรียนการสอนเป็นแบบ Active Learning โดย ผู้เรียนมีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เน้นทักษะ การคิด เพื่อให้ผู้เรียนมีการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ 3) ฝึกทักษะการสืบค้นของผู้เรียน 4) การทำโครงงานด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิง สร้างสรรค์ 5) มอบหมายงาน/แบบฝึกหัด	1) ประเมินความสามารถใน การสืบค้นข้อมูลทางด้าน การตลาด นวัตกรรมและ ธุรกิจ ในการทำงานที่ได้รับ มอบหมายตามเกณฑ์บรรลุผล ของอาจารย์ 2) ประเมินจากผลการ ทดสอบย่อย การสอบกลาง ภาค หรือการสอบปลายภาค 3) ประเมินจากงานที่ได้รับ มอบหมาย/แบบฝึกหัด
PLO 7 ปฏิบัติตามคุณธรรม และจริยธรรมทางวิชาการ หมายเหตุ : หมายถึง การ ปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ ของคณะ มหาวิทยาลัย วิชาชีพ หน่วยงาน และประเทศ	1) ชี้แจงให้ผู้เรียนทราบถึงกฎระเบียบและข้อบังคับ ต่างๆ ของคณะ มหาวิทยาลัย ตลอดจนการตรงต่อเวลา ความซื่อสัตย์ ในแต่ละรายวิชา 2) บรรยายสอดแทรกในรายวิชา ยกตัวอย่างกรณีศึกษา เพื่อให้ผู้เรียนได้ตระหนักถึงคุณธรรมและจริยธรรมทาง วิชาการ การทำรายงานที่ถูกต้อง เช่น การอ้างอิง การไม่ คัดลอกผลงานผู้อื่น และผลของการไม่ปฏิบัติตามหลัก วิชาการและจรรยาบรรณ 3) ตรวจสอบการลงชื่อเข้าชั้นเรียน ตรวจสอบเวลาการ ส่งงานที่ได้รับมอบหมาย	1) ประเมินคุณภาพรูปเล่ม การทำรายงานว่ามีการอ้างอิง ที่ถูกต้อง ไม่คัดลอกผลงาน ผู้อื่นและทำถูกต้องตามหลัก วิชาการ 2) ประเมินจากผลการ ทดสอบย่อย การสอบกลาง ภาค หรือการสอบปลายภาค ในรายวิชาวิจัยด้านนวัตกรรม และการตลาดเชิงสร้างสรรค์ 3) ประเมินจากการเข้าชั้น เรียน 4) ประเมินจากการส่งงานที่ ได้รับมอบหมายตรงเวลา
PLO 8 สามารถทำงานเป็น ทีมและสามารถใช้ความคิด สร้างสรรค์ในการทำงาน	1) การมอบหมายงานกลุ่ม เช่น รายงาน การนำเสนอ ผลงานหน้าชั้นเรียนหรือผ่านสื่อดิจิทัลต่าง ๆ 2) การเรียนการสอนเป็นแบบ Active Learning โดย ผู้เรียนมีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนความคิดโดยการอภิปราย กลุ่ม เพื่อฝึกให้ยอมรับในความคิดเห็นที่แตกต่างและ ร่วมกันหาคำตอบที่ดีและเหมาะสมที่สุด	1) ประเมินจากผลงานและ การนำเสนอของกลุ่มตามที่ ได้รับ มอบหมาย 2) ประเมินการมีส่วนร่วมและ ความรับผิดชอบต่องานที่ ได้รับมอบหมายโดยผู้สอน

ผลลัพธ์การเรียนรู้ ของหลักสูตร (PLOs)	กิจกรรมการเรียนการสอน	วิธีการประเมินผล
		3) ประเมินการมีส่วนร่วมและความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย โดยให้ผู้เรียนประเมินตนเองและเพื่อนในกลุ่ม

3. ผลการเรียนรู้ที่คาดหวังเมื่อสิ้นปีการศึกษา

ชั้นปี	การบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
1	PLO 1, 6, 7 และ 8
2	PLO 1, 2, 6, 7 และ 8
3	PLO 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 และ 8
4	PLO 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 และ 8

ตารางแสดงการบรรลุ PLOs/YLOs

PLOs	ร้อยละของการบรรลุ Learning Outcomes สะสม			
	ชั้นปีที่ 1	ชั้นปีที่ 2	ชั้นปีที่ 3	ชั้นปีที่ 4
PLO1	50	70	90	100
PLO2	-	60	80	100
PLO3	-	-	70	100
PLO4	-	-	70	100
PLO5	-	-	70	100
PLO6	25	50	75	100
PLO7	25	50	75	100
PLO8	25	50		100

หมวดที่ 5 หลักเกณฑ์ในการประเมินผลนิสิต

1. กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน (เกรด)

เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยนเรศวร ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565

2. กระบวนการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนิสิต

2.1 การทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ของนิสิตยังไม่สำเร็จการศึกษา

2.1.1 มี KPI กำหนดให้มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของผลการเรียนรู้อย่างน้อยร้อยละ 25 ของรายวิชาที่เปิดในแต่ละปีการศึกษา โดยมีคณะกรรมการที่ได้รับการแต่งตั้งขึ้นเพื่อรับผิดชอบในแต่ละภาคเรียนหรือปีการศึกษา ซึ่งอาจเป็นอาจารย์ภายในหรือภายนอกหลักสูตรที่มีความรู้และเข้าใจในเรื่องการทวนสอบผลสัมฤทธิ์และได้รับความเห็นชอบจากกรรมการบริหารหลักสูตร ผลจากการทวนสอบให้นำไปปรับปรุงการสอนในรอบต่อไป

2.1.2 สำหรับการฝึกงาน หลักสูตรฯ ส่งแบบสอบถามความพึงพอใจต่อการฝึกงานของนิสิตให้หน่วยงานเป็นผู้ประเมิน โดยมีประเด็นด้านความรู้ ด้านทักษะ ด้านจริยธรรมและด้านคุณลักษณะเฉพาะบุคคล รวมถึงข้อเสนอแนะจากหน่วยงานที่หลักสูตรควรต้องเพิ่มเติม รวมถึงอาจารย์ที่ได้รับการแต่งตั้งเป็นอาจารย์นิเทศการฝึกงาน สอบถามจากองค์กรที่นิสิตได้ไปฝึกปฏิบัติงานเกี่ยวกับความคิดเห็น ข้อดี ข้อเสีย หรือข้อที่ควรปรับปรุงของนิสิต รวมไปถึงรายวิชาหรือความรู้ที่ควรจะต้องปรับปรุงหรือเพิ่มเติมให้กับนิสิตที่ได้เข้าไปฝึกปฏิบัติงานในองค์กรต่างๆ เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาแนวทางการจัดการเรียนการสอนหรือการจัดโครงการบรรยายพิเศษในรายวิชาที่เกี่ยวข้องสำหรับนิสิตรุ่นต่อไป

2.2 การทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้หลังจากนิสิตสำเร็จการศึกษา

การกำหนดวิธีการทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ของนิสิต โดยวัดจากสัมฤทธิ์ผลของการประกอบอาชีพของบัณฑิตที่ทำอย่างต่อเนื่องและนำข้อมูลที่ได้ย้อนกลับมาปรับปรุงกระบวนการเรียนการสอน และหลักสูตร รวมทั้งการประเมินคุณภาพของหลักสูตรและหน่วยงานโดยองค์กรตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดโดย สกอ. โดยมีวิธีการดำเนินการดังต่อไปนี้

2.2.1 เก็บข้อมูลการได้งานทำของบัณฑิต ประเมินจากบัณฑิตแต่ละรุ่นที่จบการศึกษา ในด้านของระยะเวลาในการหางานทำ ความเห็นต่อความรู้ ความสามารถ ความมั่นใจของบัณฑิตในการประกอบกิจการอาชีพ

2.2.2 มีการประเมินจากผู้ประกอบการเพื่อวัดความพึงพอใจ และประเด็นอื่นที่มีประโยชน์กับการพัฒนาหลักสูตร ด้วยวิธีหลากหลาย เช่น การสัมภาษณ์ แบบสอบถาม ฯลฯ ทั้งนี้ให้เป็นไปตามความเหมาะสมในแต่ละปีการศึกษา และตามความเห็นชอบของกรรมการบริหารหลักสูตร

2.2.3 มีการประเมินจากศิษย์เก่าในประเด็นต่างๆ ที่เป็นประโยชน์กับการปรับปรุงหรือพัฒนาหลักสูตรอย่างสม่ำเสมอ ตามความเห็นชอบของกรรมการบริหารหลักสูตร พร้อมมีช่องทางในการเปิดรับข้อคิดเห็นจากศิษย์เก่าเพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการปรับปรุงหรือพัฒนาหลักสูตร

3. เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยนเรศวร ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565

ข้อ 21 การเสนอให้ได้รับปริญญาตรี

21.1 ในภาคการศึกษาสุดท้ายที่นิสิตจะสำเร็จการศึกษา นิสิตจะต้องยื่นใบรายงานคาดว่าจะสำเร็จการศึกษา โดยผ่านอาจารย์ที่ปรึกษาต่อมหาวิทยาลัยภายในระยะเวลา 1 เดือน นับจากวันเปิดภาคเรียน ทั้งนี้ นิสิตต้องมีสถานภาพการเป็นนิสิตในภาคการศึกษาที่ยื่นใบรายงาน

21.2 นิสิตที่ได้รับการเสนอให้ได้รับปริญญาตรี ต้องมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

21.2.1 เรียนรายวิชาต่างๆ ครบตามหลักสูตรและเงื่อนไขของสาขาวิชานั้น และ ไม่มีรายวิชาใดได้รับอักษร I หรืออักษร P โดยใช้เวลาเรียน ดังนี้

21.2.1.1 การศึกษาเพื่อปริญญาตรี 4 ปี สำเร็จการศึกษาได้ไม่ก่อน 6 ภาคการศึกษาปกติ สำหรับการลงทะเบียนเรียนเต็มเวลา และไม่ก่อน 14 ภาคการศึกษาปกติ สำหรับการลงทะเบียนเรียนไม่เต็มเวลา

21.2.2 นิสิตที่ขอเทียบโอนรายวิชาต้องใช้เวลาศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยนเรศวรอย่างน้อย 1 ปีการศึกษา

21.2.3 มีค่าระดับชั้นสะสมเฉลี่ยตลอดหลักสูตรไม่น้อยกว่า 2.00

21.2.4 สอบผ่านเกณฑ์การทดสอบความรู้ภาษาอังกฤษ และความรู้ด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ตามประกาศมหาวิทยาลัย

21.3 นิสิตที่จะได้รับการเสนอชื่อให้ได้รับปริญญาเกียรตินิยม นอกจากเป็นผู้มีคุณสมบัติตามที่กำหนดไว้ในข้อ 20.2 แล้ว ต้องมีคุณสมบัติเพิ่มเติมดังต่อไปนี้

21.3.1 มีค่าระดับชั้นสะสมเฉลี่ยตลอดหลักสูตรตั้งแต่ 3.50 ขึ้นไป จะได้รับเกียรตินิยมอันดับหนึ่ง แต่ถ้ามีค่าระดับชั้นสะสมเฉลี่ยตลอดหลักสูตรตั้งแต่ 3.25 ถึง 3.49 จะได้รับเกียรตินิยมอันดับสอง

21.3.2 ไม่เคยได้รับระดับชั้น F หรืออักษร U และต้องไม่ลงทะเบียนเรียนซ้ำในรายวิชาใด

21.3.3 กรณีเป็นนิสิตที่มีการขอเทียบโอนผลการเรียน จำนวนหน่วยกิต ต้องไม่เกิน 1 ใน 6 ของจำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร

หมวดที่ 6 การประกันคุณภาพหลักสูตร

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้

ระบบ

หลักสูตรมีระบบการบริหารเพื่อให้บรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ตามที่กำหนดโดยใช้คณะกรรมการบริหารหลักสูตรทำหน้าที่กำกับการจัดการเรียนการสอนให้เป็นไปตามแผนการเรียน พิจารณาการออกแบบการเรียนการสอน และการประเมินผลการเรียนการสอน เพื่อให้บรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ทั้งในระดับรายวิชาและระดับหลักสูตร

กลไก

1. ผู้สอนจัดทำแผนการสอนที่สอดคล้องกับแผนการเรียนรู้ของรายวิชา และแผนการเรียนรู้รายวิชาการฝึกอบรบหรือการฝึกงานในต่างประเทศ/สหกิจ/การฝึกงานที่สอดคล้องกับแผนการเรียนรู้ของรายวิชาการฝึกงาน
2. ผู้สอนจัดทำรายงานผลการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา ซึ่งรวมถึงการประเมินผลและการทวนสอบผลการเรียนในรายวิชาที่รับผิดชอบ พร้อมปัญหา/ อุปสรรคและข้อเสนอแนะ ตามแบบรายงานผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา และแบบรายงานผลการดำเนินงานของผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชาการฝึกอบรบหรือการฝึกงานในต่างประเทศ/สหกิจ/การฝึกงาน ที่สอดคล้องกับแผนการเรียนรู้ของรายวิชาการฝึกงาน
3. แนวทางการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้รายปีวัดด้วยผลงานของรายวิชาโครงการงาน และ การประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรในภาพรวมวัดได้จากผลประเมินการฝึกงาน
4. เมื่อครบกำหนดเวลาในการปรับปรุงหลักสูตร คณะกรรมการบริหารหลักสูตรทำการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร โดยพิจารณาจากผลการประกันคุณภาพหลักสูตรทุกปีการศึกษา
5. หลักสูตรกำหนดให้มีโครงการหรือกิจกรรมและส่งเสริมให้ผู้เรียนเข้าร่วมกิจกรรมทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยจัดขึ้น เพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียนบรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของหลักสูตร

กลยุทธ์

1. คณะกรรมการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ในรายวิชาเพื่อพิจารณาการบรรลุของผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา
2. การวัดผลลัพธ์การเรียนรู้รายปีวัดจากผลงานของรายวิชาโครงการงาน โดยมีแนวทางการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ ดังตาราง 1
3. จัดโครงการ/กิจกรรม/เข้าร่วมกิจกรรมจากหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตร เพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียนให้มีความสามารถบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของหลักสูตร

ตาราง 1 หลักการวัดผลความสำเร็จของการเรียนรู้ของผู้เรียนจากรายวิชาโครงการ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร	วิธีการ / เครื่องมือวัด
PLO 1 อธิบายทฤษฎีและหลักการทางการตลาด การจัดการนวัตกรรมและบริหารธุรกิจ	- รายงานวิชาโครงการ ซึ่งครอบคลุมแนวคิดและทฤษฎีทางการตลาด /ทฤษฎีนวัตกรรม/บริหารธุรกิจ - การนำเสนอโครงการ
PLO 2 ประยุกต์ทฤษฎีและหลักการทางการตลาด การจัดการนวัตกรรม และบริหารธุรกิจ เพื่อการสร้างนวัตกรรมทางการตลาด	- การได้มาซึ่งหัวข้อโครงการ ความเป็นมาและที่มาของปัญหา - สร้างความเชื่อมโยงของข้อมูลสู่การได้มาซึ่งกระบวนการพัฒนานวัตกรรมและการตลาด - การทบทวนข้อมูลจากการสืบค้นที่แสดงถึงนัยสำคัญของการเลือกหัวข้อที่ตอบโจทย์ความต้องการ
PLO 3 ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสร้างนวัตกรรมทางการตลาด	- การอ้างอิงข้อมูลจากแหล่งข้อมูลบนเครือข่าย - รายงานวิชาโครงการ
PLO 4 วิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ทางการตลาดและธุรกิจในโลกปัจจุบัน ในการสร้างนวัตกรรมอย่างสร้างสรรค์	- ความสามารถในการประเมินเพื่อเลือกใช้แนวทางวิเคราะห์ข้อมูลที่เหมาะสมกับโครงการ
PLO 5 กำหนดแผนกลยุทธ์ทางการตลาดและบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องสำหรับผลงานที่เป็นนวัตกรรม	- แผนกลยุทธ์การตลาดของนวัตกรรมในโครงการ - การนำเสนอโครงการ - รายงานวิชาโครงการ
PLO 6 ใช้เทคโนโลยีในการสืบค้นข้อมูลทางการตลาด นวัตกรรม และบริหารธุรกิจ	- การได้มาซึ่งแนวทางในการเข้าสู่กระบวนการทางการตลาด - การอ้างอิงข้อมูลจากแหล่งข้อมูลบนเครือข่าย - การนำเสนอโครงการ
PLO 7 ปฏิบัติตามคุณธรรมและจริยธรรมทางวิชาการ หมายเหตุ : หมายถึง การปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ ของคณะ มหาวิทยาลัย วิชาชีพ หน่วยงานและประเทศ	- ประเมินคุณภาพรูปเล่มการทำรายงานโครงการว่ามีการอ้างอิงที่ถูกต้องอย่างเป็นระบบ ไม่คัดลอกผลงานผู้อื่นและทำถูกต้องตามหลักวิชาการ - ประเมินจากการส่งงานที่ได้รับมอบหมายตรงเวลา
PLO 8 สามารถทำงานเป็นทีมและสามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน	- ประเมินการมีส่วนร่วมและความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมายโดยอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

4. การประเมินการบรรลุผลลัพท์การเรียนรู้ของหลักสูตรในภาพรวมวัดได้จากผลประเมินการฝึกงานจากหน่วยงานที่นักศึกษาไปฝึกงาน การประเมินตนเองของนิสิตที่สำเร็จการศึกษา และการประเมินโดยผู้ไ้ใช้บัณฑิต โดยมีเอกสารที่ใช้ประกอบการรายงานการบรรลุผลลัพท์การเรียนรู้ระดับหลักสูตรประกอบด้วย
 - เอกสารประเมินผลการฝึกงาน
 - รายงานการประเมินตนเองของนิสิตที่สำเร็จการศึกษาในรอบปีการศึกษานั้น
 - รายงานผลการประเมินจากหน่วยงานที่นิสิตฝึกงาน
 - รายงานผลการประเมินจากผู้ไ้ใช้บัณฑิต
 - ผลการประกันคุณภาพหลักสูตรทุกปีการศึกษา

2. นิสิต

หลักสูตรมีการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับนิสิตตั้งแต่กระบวนการรับเข้าศึกษาและการเตรียมความพร้อมสำหรับนิสิต การควบคุมดูแลและการกำกับติดตามความก้าวหน้าในการศึกษา การวางแผนทั้งระยะสั้นและระยะยาวในการสนับสนุนนิสิต การจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมทักษะการเรียนรู้และทักษะการทำงานหลังสำเร็จการศึกษา รวมไปถึงการจัดกิจกรรมเพื่อประกวดผลงานนิสิต โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 การรับนิสิตและเตรียมความพร้อมสำหรับนิสิต

หลักสูตร ได้กำหนดแนวทางในการรับนิสิตเข้าเรียนในหลักสูตร เพื่อรับนิสิตที่มีคุณสมบัติและมีความพร้อมในการศึกษาในหลักสูตร ดังนี้

- 1) ในแต่ละปีอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร นำแผนการรับนิสิตมาประกอบในการวิเคราะห์และวางแผนการรับนิสิต เช่น จำนวนและคุณสมบัติของผู้สมัครเข้าศึกษาต่อ ช่วงเวลาการเปิดรับสมัคร ที่สอดคล้องกับเกณฑ์การรับเข้าตามประกาศของมหาวิทยาลัย
- 2) หลักสูตรแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับการสมัครไปยังหน่วยรับเข้าศึกษา กองบริการการศึกษา มหาวิทยาลัยผ่านคณะ
- 3) หลักสูตร คณะ และมหาวิทยาลัย ประชาสัมพันธ์การรับสมัครผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย เป็นต้น
- 4) อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร พิจารณาคัดเลือกนิสิตให้เป็นไปตามคุณสมบัติและจำนวนให้เป็นไปตามแผนการรับ และดำเนินการสอบสัมภาษณ์โดยกรรมการบริหารหลักสูตร ส่งผลคัดเลือกไปยังมหาวิทยาลัย เมื่อจำนวนที่นิสิตที่รับมีจำนวนน้อยกว่าที่ระบุไว้ในแผนการรับ ผู้รับผิดชอบหลักสูตรแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับการสมัครเพิ่มไปยังหน่วยรับเข้าศึกษา กองบริการการศึกษา มหาวิทยาลัยผ่านคณะ เพื่อขอเปิดรับสมัครเพิ่มเติม
- 5) อาจารย์ผู้รับผิดชอบและอาจารย์ประจำหลักสูตรประชุมเพื่อทบทวนระบบการรับนิสิตและการประชาสัมพันธ์การรับนิสิตรวมทั้งสรุปและวางแผนการดำเนินงานในปีต่อไป
- 6) หลักสูตรมีการเตรียมความพร้อมทางด้านการเรียนการสอน โดยมีกิจกรรมในการพัฒนานิสิตเพื่อเตรียมความพร้อมนิสิตก่อนเข้าศึกษา ที่ระบุไว้ในโครงการตามแผนปฏิบัติการประจำปีของหลักสูตร

2.2 การควบคุมดูแลและการกำกับติดตามความก้าวหน้าในการศึกษา

คณะกรรมการแต่งตั้งอาจารย์ที่ปรึกษาทางวิชาการให้แก่บัณฑิตทุกคน โดยมอบหมายให้อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและ/หรืออาจารย์ที่ปรึกษา ทำหน้าที่ดูแลให้คำปรึกษาทางวิชาการและแนะแนวแก่นิสิต โดยนิสิตที่มีปัญหา ในเรื่องการเรียนรู้สามารถปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาทางวิชาการได้ ซึ่งอาจารย์ของหลักสูตรทุกคน จะทำหน้าที่เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาทางวิชาการให้แก่บัณฑิต และอาจารย์ทุกคนมีการกำหนดชั่วโมงว่าง (Office Hours) เพื่อให้บัณฑิตสามารถเข้าปรึกษาได้ นอกจากนี้ คณะยังมีนักวิชาการศึกษาที่ทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาทางด้านวิชาการ และนักกิจการนิสิตที่ทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาทางด้านการจัดกิจกรรมเพิ่มเติมด้วย ทั้งนี้ หลักสูตรทำการประเมิน กระบวนการควบคุมดูแลและการกำกับติดตามความก้าวหน้าในการศึกษา โดยให้นิสิตทำแบบประเมินการให้คำปรึกษาและแบบประเมินระบบการให้คำปรึกษาของหลักสูตรทุกปีการศึกษา

2.3 การวางแผนระยะสั้นและระยะยาวในการสนับสนุนนิสิต

1) ในการให้บริการและสนับสนุนนิสิต หลักสูตรและคณะกรรมการในหลายด้าน ได้แก่ ความพร้อมของอาจารย์ประจำหลักสูตร อาจารย์ผู้สอน และอาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ประจำหลักสูตรจัดทำแผนพัฒนาตนเอง รายปีและราย 5 ปี เพื่อวางแผนการพัฒนาตนเองทั้งทางด้านวิชาการและทางด้านการวิจัยอย่างต่อเนื่อง และอาจารย์ประจำหลักสูตรมีผลงานวิจัยหรืองานสร้างสรรค์ตามเกณฑ์ พ.ศ.2565 เพื่อให้มีความสามารถและมีคุณสมบัติในการเป็นผู้สอนและการเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาทางวิชาการ ทั้งนี้ หลักสูตรจะทำการวิเคราะห์การพัฒนาตนเองของอาจารย์ประจำหลักสูตรทุกปีการศึกษาเพื่อตอบสนองความต้องการของหลักสูตรในการสนับสนุนนิสิต

2) ความพร้อมของบุคลากรสายสนับสนุนที่ดูแลงานนิสิต คณะกำหนดสมรรถนะของบุคลากรสายสนับสนุนที่ดูแลงานนิสิต และส่งเสริมให้บุคลากรสายสนับสนุนพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอตามแผนการพัฒนาดังกล่าว เพื่อให้บริการแก่นิสิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ คณะจัดให้มีการประเมินบุคลากรสายสนับสนุนที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตรและนิสิตทุกปี โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ นิสิตปัจจุบัน และอาจารย์

3) การส่งเสริมความก้าวหน้าทางการเรียนและการทำโครงการสำหรับนิสิต หลักสูตร คณะ หรือมหาวิทยาลัย ส่งเสริมศักยภาพของนิสิตทั้งการทำโครงการและการนำเสนอ/ประกวดผลงานทางวิชาการในหน่วยงานวิชาการต่าง ๆ โดยจัดสรรงบประมาณให้ทุนสำหรับการทำโครงการและการนำเสนอผลงานของนิสิต

4) การจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมทักษะการเรียนรู้และทักษะการทำงานหลังสำเร็จการศึกษา หลักสูตรหรือคณะส่งเสริมให้นิสิตเข้าร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตร เพื่อส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ ส่งเสริมให้นิสิตไปปฏิบัติงานในสถาบันการศึกษาอื่นทั้งในและนอกประเทศ เพื่อพัฒนาทักษะและประสบการณ์ทางวิชาการ ทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่น และทักษะทางด้านภาษาต่างประเทศ ตลอดจนจัดบรรยายโดยการเชิญวิทยากรภายนอกมาให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานหลังสำเร็จการศึกษา

5) การจัดกิจกรรมเพื่อประกวดผลงานนิสิต หลักสูตรส่งเสริมให้นิสิตเข้าร่วมประกวดการนำเสนอผลงาน การประกวดโครงงาน ทั้งในระดับสถาบันและระดับประเทศ เพื่อให้นิสิตได้พัฒนาศักยภาพของตนเอง นอกจากนี้ หลักสูตรจัดทำรายงานผลการนำเสนอ/ประกวดโครงงานในทุกปีการศึกษา

3. อาจารย์

หลักสูตรมีกระบวนการบริหารและพัฒนาอาจารย์ ตั้งแต่ระบบการรับอาจารย์ใหม่ การจัดสรรภาระงานอาจารย์ การกำหนดและประเมินสมรรถนะของอาจารย์ การส่งเสริมพัฒนาอาจารย์ให้สอดคล้องกับความต้องการของหลักสูตร รวมถึงการส่งเสริมให้อาจารย์พัฒนาผลงานทางวิชาการอย่างต่อเนื่อง ความพร้อมและศักยภาพของอาจารย์ที่ปริญญานิสิต โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1 การรับอาจารย์ใหม่

หลักสูตรมีสำรวจอัตรากำลังอยู่เป็นประจำ เมื่อต้องการอัตรากำลังเพิ่ม หลักสูตรได้กำหนดคุณสมบัติของผู้สมัครที่มีวุฒิการศึกษาและคุณสมบัติตามที่หลักสูตรและมหาวิทยาลัยกำหนด รวมทั้งต้องเป็นไปตามประกาศกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมเรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565 จากนั้นเสนอขออัตรากำลังต่อมหาวิทยาลัยผ่านคณะเพื่อประกาศรับสมัครผ่านช่องทางสาธารณะต่าง ๆ โดยหลักสูตร คณะ และมหาวิทยาลัย และมอบหมายให้กรรมการคัดเลือกซึ่งพิจารณาแต่งตั้งโดยแต่งตั้งอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรทำการคัดเลือกผู้สมัครและทำการประกาศผลอย่างเป็นสาธารณะต่อไป

3.2 การจัดสรรภาระงานอาจารย์

หลักสูตรฯ มีระบบการบริหารและกำกับติดตามภาระงานของอาจารย์โดยประธานหลักสูตร มีการวางแผนด้านบุคลากรสายวิชาการเพื่อให้หลักสูตรมีอาจารย์ผู้สอนและอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรที่มีคุณภาพและมีจำนวนเพียงพอต่อการจัดการเรียนการสอน การวิจัยและการบริการวิชาการ โดยหลักสูตรมีการวางแผนตั้งแต่การกำหนดคุณสมบัติอาจารย์ในการรับเข้าที่สอดคล้องกับความต้องการของหลักสูตรเพื่อให้ได้อาจารย์ผู้สอนที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน นอกจากนี้หลักสูตรมีระบบการแต่งตั้งอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและมีการกำหนดบทบาทและหน้าที่ไว้อย่างชัดเจน ซึ่งในการวางแผนทั้งในด้านอัตรากำลังอาจารย์ผู้สอนและอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร หลักสูตรได้พิจารณาจากแผนพัฒนาตนเองรายบุคคล (Individual Development Plan) ในรอบ 5 ปี

ในด้านการกำหนดภาระงานสอน หลักสูตรจัดการประชุมเพื่อวางแผนในการกำหนดผู้สอนตามรอบปีการศึกษา โดยจัดการภาระงานสอนของทั้งปีการศึกษาในคราวเดียวเพื่อจะได้เห็นภาพรวมของภาระการสอนตลอดทั้งปี โดยจะพิจารณาจากความเชี่ยวชาญของอาจารย์ผู้สอนและความประสงค์ในการเขียนเอกสารประกอบการสอนหรือตำราเพื่อขอกำหนดตำแหน่งทางวิชาการของคณาจารย์ภายในหลักสูตรตามแผนพัฒนารายบุคคล (Individual Development Plan) ทั้งนี้อาจจัดการภาระงานแบบสอนเดี่ยวหรือสอนเป็นกลุ่มตามความเหมาะสมของเนื้อหาวิชาและภาระงานของอาจารย์

เกณฑ์การกำหนดภาระงานสอนของอาจารย์โดยคิดค่า FTE เป็นไปตามเงื่อนไขต่อไปนี้

1. การคำนวณค่า FTE คิดจาก ชั่วโมงการทำงานต่อสัปดาห์ เทียบกับ 35 ชม./สัปดาห์
2. ภาระงานสอนขั้นต่ำระดับปริญญาตรี โดยคณะฯ กำหนด 2 วิชาหรือ 2 กลุ่ม เทียบกับ 8 ชม./สัปดาห์

นอกเหนือจากภาระงานด้านการสอนแล้ว คณะกำหนดให้อาจารย์มีภาระงานในด้านอื่น ๆ ได้แก่ งานพัฒนาวิชาการ การวิจัย การบริการวิชาการ และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม โดยคณะมีระบบการประเมินภาระงานของอาจารย์ 5 ด้านปีละ 2 ครั้ง ซึ่งอาจารย์จะส่งรายงานภาระงานของตนเองในรอบ 6 เดือนให้หัวหน้าภาควิชาและคณะพิจารณาในลำดับต่อไป

3.3 การกำหนดและประเมินสมรรถนะของอาจารย์

หลักสูตรกำหนดการประเมินสมรรถนะของอาจารย์ตามพันธกิจ หลักของมหาวิทยาลัย 4 ด้านของมหาวิทยาลัย ได้แก่ การสอน การวิจัย การบริการวิชาการ และการทำนุบำรุง ศิลปวัฒนธรรม และสมรรถนะของอาจารย์ 2 ด้าน ได้แก่

1) สมรรถนะหลัก (Core competency) แบ่งเป็น 5 ด้าน

C1: ความผูกพันที่มีต่อองค์กร

C2: การยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรมและจริยธรรม

C3: การส่งเสริมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ

C4: จิตบริการ

C5: การมุ่งผลสัมฤทธิ์

2) สมรรถนะเฉพาะตามลักษณะงานที่ปฏิบัติ (Functional competency) แบ่งเป็น 5 ด้าน

F1 ความเข้าใจองค์กรและระบบราชการ

F2 การใส่ใจและพัฒนาผู้อื่น

F3 การดำเนินการเชิงรุก

F4 การสร้างสัมพันธภาพ

F5 การตรวจสอบความถูกต้องตามกระบวนการงาน

อีกทั้งในแนวทางการประเมินสมรรถนะของอาจารย์ตามประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา (กมอ.) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้อาจารย์พัฒนาตนเองให้มีสมรรถนะและประสิทธิภาพในการ จัดการเรียนการสอน 3 องค์ประกอบ ดังนี้ องค์ประกอบที่

1 ความรู้ (Knowledge) ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบย่อย คือ

1.1 ความรู้ในศาสตร์สาขาวิชาของตน

1.2 ความรู้ในศาสตร์การสอนและการเรียนรู้ องค์ประกอบที่

2 สมรรถนะ (Competencies) ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบย่อย คือ

2.1 ออกแบบและวางแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ของผู้เรียนอย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 ดำเนินกิจกรรมการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.3 เสริมสร้างบรรยากาศการเรียนรู้และสนับสนุนการเรียนรู้ของผู้เรียน

2.4 วัดและประเมินผลการเรียนรู้ของผู้เรียน พร้อมทั้งสามารถให้ข้อมูลป้อนกลับอย่างสร้างสรรค์องค์

3 ค่านิยม (Values) ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบย่อย คือ

3.1 คุณค่าในการพัฒนาวิชาชีพอาจารย์และการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง

3.2 ธำรงไว้ซึ่งจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพอาจารย์

3.4 การส่งเสริมพัฒนาทักษะ ความรู้ และผลงานทางวิชาการของอาจารย์ให้สอดคล้องกับความต้องการของหลักสูตร บุคลากรสายวิชาการจัดทำแผนการพัฒนาด้านตนเอง ฉบับ 5 ปี เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาด้านตนเอง ทั้งทางด้านการเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ และการพัฒนาทักษะและความรู้ของตนเองในด้านวิชาการ วิจัย บริการวิชาการ และการบริหารหลักสูตรจัดส่ง

ให้แก่คณะพิจารณาความเหมาะสมและความต้องการของหลักสูตร คณะจะเป็นผู้พิจารณาแผนพัฒนาตนเอง

ในการส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรสายวิชาการนั้น หลักสูตรมีการจัดสรรงบประมาณให้บุคลากรสายวิชาการคนละ 20,000 บาทต่อปี นอกจากนี้ คณะและมหาวิทยาลัยส่งเสริมการพัฒนาผลงานทางวิชาการของอาจารย์ โดยมีการจัดสรรทุนสนับสนุนการวิจัยและการตีพิมพ์ในแต่ละปีงบประมาณเพื่อส่งเสริมการทำวิจัยของบุคลากรสายวิชาการทุกท่าน นอกจากการส่งเสริมการพัฒนาอาจารย์ตามแผนการพัฒนาดังกล่าวแล้ว คณะและมหาวิทยาลัยจัดให้มีการอบรมสัมมนา ในหัวข้อต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาตนเองของอาจารย์อย่างสม่ำเสมอ เมื่ออาจารย์เข้าร่วมประชุม สัมมนา และฝึกอบรมในแต่ละครั้งเสร็จสิ้น จะต้องทำสรุปรายงานเนื้อหาและการใช้ประโยชน์จากการเข้าร่วมประชุม สัมมนาและฝึกอบรมนั้น ๆ ให้แก่หัวหน้าภาคและคณะได้รับทราบ และจัดเก็บเป็นฐานข้อมูลการพัฒนาอาจารย์ เมื่อสิ้นสุดปีการศึกษา คณะจะทำการรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ความสอดคล้องกับความต้องการของหลักสูตร

3.5 ความพร้อมและศักยภาพของอาจารย์ประจำหลักสูตรในระดับปริญญาตรี หลักสูตรกำกับติดตามความพร้อมและศักยภาพของอาจารย์ประจำหลักสูตรและอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร โดยพิจารณาตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ.2565 ซึ่งกำหนดไว้ โดยหลักสูตรจะทำการสำรวจคุณสมบัติของอาจารย์และผลงานทางวิชาการให้เป็นไปตามเกณฑ์ในทุกปีการศึกษา

4. หลักสูตร การเรียนการสอน การประเมินผู้เรียน

หลักสูตรมีการบริหารจัดการหลักสูตร การควบคุม กำกับติดตามคุณภาพการจัดการเรียนการสอนที่ครอบคลุมการวางระบบผู้สอนและการจัดทำแผนการเรียนรู้ รวมทั้งการประเมินผู้เรียนที่ครอบคลุม การใช้วิธีการประเมินที่หลากหลาย การจัดทำผลการเรียนรู้ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.1 การบริหารจัดการหลักสูตร

หลักสูตรมีอาจารย์ประจำหลักสูตรและมีคุณสมบัติตามเกณฑ์การเป็นอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร เพื่อให้การบริหารจัดการหลักสูตรเป็นการบริหารแบบมีส่วนร่วมและเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง คณะกรรมการบริหารหลักสูตรมีการประชุมอย่างสม่ำเสมอ ทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยมีการสื่อสารอย่างสม่ำเสมอผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ นอกเหนือจากการประชุมคณะกรรมการบริหารหลักสูตรที่เป็นทางการ

4.2 การควบคุม กำกับติดตามคุณภาพการจัดการเรียนการสอน

อาจารย์ประจำหลักสูตรมีหน้าที่ในการควบคุมและกำกับติดตามคุณภาพการจัดการเรียนการสอน ประเมินผลและให้ความเห็นชอบการประเมินผลทุกรายวิชา ผ่านการประชุมร่วมกัน ซึ่งจัดเป็นการประชุมหลักสูตร โดยมีการประชุมเป็นประจำและมีการติดต่อสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อแจ้งข่าวสารได้อย่างทันท่วงที การบริหารจัดการหลักสูตรเป็นแบบสาขาวิชาเดียว โดยมีกำหนดวัตถุประสงค์ของหลักสูตรผลการเรียนรู้ที่คาดหวังในระดับหลักสูตร และผลการเรียนรู้ในระดับรายวิชา

รายละเอียดการบริหารจัดการหลักสูตรระบบและกลไกที่ใช้ในการควบคุม กำกับติดตามคุณภาพการจัดการเรียนการสอน แบ่งออกเป็น 2 แนวทาง ได้แก่

การกำกับติดตามระดับรายวิชา

1. หลักสูตรกำหนดผู้สอนในแต่ละรายวิชาที่มีคุณวุฒิและความเชี่ยวชาญตามรายวิชาที่เปิดสอน ทั้งนี้จัดให้มีการสอนทั้งแบบสอนเดี่ยวและสอนเป็นกลุ่ม
2. อาจารย์ผู้สอนจัดทำแผนการเรียนรู้ของรายวิชา ประธานหลักสูตรและหัวหน้าภาคทำการพิจารณาแผนการเรียนรู้ของรายวิชา
 - 1) ความเหมาะสมของการจัดการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร
 - 2) การจัดทำผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชาที่เหมาะสมและสามารถวัดได้จริง
 - 3) เนื้อหาในรายวิชามีความครอบคลุมและทันสมัย
 - 4) การออกแบบการวัดและประเมินผลในรายวิชามีความเหมาะสมและสามารถวัดได้จริง ทั้งนี้หากรายวิชานั้นมีการใช้ rubrics และ marking scheme จะนำมาพิจารณาด้วยเช่นกัน
3. หลังจากการพิจารณาโดยประธานหลักสูตรแล้ว ประธานหลักสูตรส่งแผนการเรียนรู้ของรายวิชาให้หัวหน้าภาควิชาพิจารณา หลังจากนั้นอาจารย์ผู้สอนส่งแผนการเรียนรู้ของรายวิชาในระบบ TQF management ของมหาวิทยาลัย
4. เมื่อสิ้นสุดภาคการศึกษา นิสิตทำการประเมินการจัดการเรียนการสอนและสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ในระบบ online register ของมหาวิทยาลัย
5. อาจารย์ผู้สอนจัดทำผลการเรียนรู้รายวิชา และคณะกรรมการบริหารหลักสูตรทำการทวนสอบระดับรายวิชาอย่างน้อย 25% ของรายวิชาที่เปิดสอนในภาคการศึกษานั้น โดยพิจารณา
 - 1) ตัวอย่างเอกสารและสื่อประกอบการสอน
 - 2) ชิ้นงานที่นิสิตได้รับมอบหมาย
 - 3) ข้อสอบกลางภาค (ถ้ามี)
 - 4) ข้อสอบปลายภาค (ถ้ามี) และ
 - 5) rubrics และ/หรือ marking scheme ที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการให้คะแนนและการตรวจข้อสอบ โดยอาจารย์ผู้จะต้องส่งเอกสาร
 - 1) แผนการเรียนรู้ของรายวิชา
 - 2) ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา
 - 3) ตัวอย่างชิ้นงานที่ตรวจและให้คะแนน
 - 4) ตัวอย่างข้อสอบที่ตรวจและให้คะแนน และ
 - 5) rubrics และ/หรือ marking scheme เพื่อเข้าที่ประชุมคณะกรรมการบริหารงานหลักสูตรพิจารณาและให้ความเห็นหรือข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาการจัดการเรียนการสอนในครั้งต่อไป
6. หลังจากการพิจารณาผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา โดยประธานหลักสูตรแล้ว ประธานหลักสูตรส่งผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชาให้หัวหน้าภาควิชาพิจารณา หลังจากนั้นอาจารย์ผู้สอนส่งผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชาในระบบ TQF management ของมหาวิทยาลัย

การกำกับติดตามการทำโครงการ หรือการฝึกงาน

ประสิทธิภาพของหลักสูตรเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของหลักสูตร โดยบัณฑิตที่จบจากหลักสูตรจะเป็นผู้มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ทางด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ เป็นบัณฑิตที่มีคุณสมบัติพร้อมทำงานสามารถปรับตัวและใช้องค์ความรู้ในการสร้างสรรค์ผลงานได้อย่างมีประสิทธิภาพทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก มีการนำองค์รภายนอกทั้งภาคเอกชนและรัฐวิสาหกิจทางด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการผลิตบัณฑิตของหลักสูตร โดยเป็นที่ปรึกษา ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้สอนร่วมในรายวิชา วิทยากรพิเศษ หรือผู้วิพากษ์หลักสูตร มีการประเมินหลักสูตรทุกปีการศึกษาจากกระบวนการประกันคุณภาพการศึกษาภายในมีการจัดโครงการกิจกรรมเพื่อสร้างประสบการณ์ให้กับนิสิตทั้งด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์

1. ในแต่ละภาคการศึกษาที่ 2 ของแต่ละปีการศึกษา นิสิตจัดทำโครงการตามแนวคิดที่ทางหลักสูตรกำหนดในแต่ละปี และนำเสนอต่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรในช่วงต้น

2. หลังจากหัวข้อโครงการของนิสิตได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรแล้ว นิสิตทำการค้นคว้าหาข้อมูลเพื่อวิเคราะห์และพัฒนาต่อกับอาจารย์ที่ปรึกษา

3. ในระหว่างการทำโครงการ นิสิตรายงานความก้าวหน้าส่งให้แก่อาจารย์ที่ปรึกษา และอาจารย์ที่ปรึกษาทำการประเมินความก้าวหน้า คณะกรรมการบริหารหลักสูตรพิจารณาให้ความเห็นและข้อเสนอแนะในประเด็นปัญหาที่นิสิตประสบในการทำโครงการ

4. อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการทำการประเมินผลความก้าวหน้าของโครงการ

5. เมื่อนิสิตทำโครงการเสร็จสิ้น นิสิตนำเสนอโครงการต่อผู้ทรงคุณวุฒิจากภายนอก

โดยในช่วงการทำโครงการ หลักสูตรและอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการมีการสื่อสารกันอย่างสม่ำเสมอเพื่อรับฟังข้อคิดเห็นจากนิสิตและกำกับติดตามคุณภาพการจัดการเรียนการสอน และแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการทำโครงการ ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้รับจากการดำเนินงานทั้งเป็นทางการและไม่เป็นทางการจะได้รับการพิจารณาจากคณะกรรมการบริหารหลักสูตร เพื่อการควบคุม กำกับติดตามคุณภาพการจัดการเรียนการสอนของหลักสูตร ตลอดจนการกำกับติดตามการทำโครงการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างต่อเนื่อง

5. สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

5.1 การบริหารงบประมาณ

หลักสูตรสำรวจความต้องการสิ่งสนับสนุน เพื่อวางแผนในการตั้งงบประมาณและเสนอขออนุมัติจัดสรรงบประมาณไปยังคณะและมหาวิทยาลัย เพื่อให้เพียงพอต่อการบริหารจัดการและสนับสนุนการเรียนรู้ของนิสิตต่อไป

5.2 ทรัพยากรการเรียนการสอนที่มีอยู่เดิม

5.2.1 ความพร้อมด้านห้องเรียนและอุปกรณ์การเรียนรู้ หลักสูตรและคณะ สำรวจความพร้อมของห้องและอุปกรณ์การเรียนรู้ เช่น ห้องบรรยาย ห้องปฏิบัติการ ห้องพักนิสิต และห้องคอมพิวเตอร์ ให้มีความทันสมัยและพร้อมใช้งานอยู่เสมอ

5.2.2 ความพร้อมด้านหนังสือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เทคโนโลยีสารสนเทศอื่น หลักสูตร คณะ และสำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยนเรศวร สำรวจความพร้อม ความต้องการใช้หนังสือ ตำราเรียน สื่อทัศนวัสดุ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ อินเทอร์เน็ต และฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับนิสิตปริญญาตรี เพื่อให้มีความพร้อมสำหรับค้นคว้าหาความรู้ได้อย่างเพียงพอและเหมาะสมสำหรับนิสิตที่เรียนรายวิชาและโครงการ

5.3 การจัดหาทรัพยากรการเรียนการสอนเพิ่มเติม มีการจัดสรรงบประมาณเพื่อการเรียนการสอน อุปกรณ์การเรียนการสอน ครุภัณฑ์เพิ่มเติมตามความจำเป็น เพื่อให้เพียงพอต่อการสนับสนุนการเรียนรู้ การสอน และการวิจัย มีการวางแผนในการจัดซื้อหนังสือ ตำราและสื่อการสอนอื่น ๆ เพื่อให้อาจารย์และนิสิตปริญญาตรีได้ค้นคว้า และใช้ประกอบการเรียนการสอน โดยอาจารย์ของหลักสูตรและนิสิต จะมีส่วนร่วมในการเสนอแนะรายชื่อหนังสือ ตลอดจนสื่ออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องและจำเป็นต่อการเรียนการสอนและการวิจัย

5.4 การประเมินความเพียงพอของทรัพยากร หลักสูตรหรือคณะ ประเมินความพึงพอใจในด้านสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้จากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ อาจารย์และนิสิตเป็นประจำทุกปี เพื่อการวางแผนปรับปรุงพร้อมทั้งทำแผนงบประมาณสำหรับการจัดซื้อหนังสือ วัสดุและครุภัณฑ์ให้มีความเพียงพอต่อความต้องการในการเรียนการสอนและการทำวิจัยอย่างต่อเนื่องทุกปีการศึกษา

6. ผลผลิต/ผลลัพธ์

หลักสูตรมีระบบกลไกในการรวบรวม วิเคราะห์ และกำกับติดตาม ผลผลิต/ผลลัพธ์ ที่สำคัญของหลักสูตร ดังนี้

1. หลักสูตรรวบรวมข้อมูลอัตราการสำเร็จการศึกษา ภาวะการได้งานทำของบัณฑิต และผลงานวิจัยของอาจารย์และนิสิตในทุกปีการศึกษา
2. หลักสูตรดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสียของหลักสูตร ได้แก่ ผู้ใช้บัณฑิต ผู้ที่จบการศึกษา ศิษย์เก่า นิสิตปัจจุบัน คณะกรรมการบริหารหลักสูตร และอาจารย์ประจำหลักสูตร
3. หลักสูตรทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ เพื่อพิจารณาว่าเป็นไปตามเป้าหมายของหลักสูตรหรือไม่

บทสรุป

หลักสูตรดำเนินการการประกันคุณภาพหลักสูตรใน 6 ประเด็น และหากสามารถทำได้ หลักสูตรจะทำการเทียบเคียงข้อมูลในบางประเด็นกับหลักสูตรที่มีความใกล้เคียงเพื่อหาแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรต่อไป

7. ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators) ระดับปริญญาตรี

มีการกำกับมาตรฐานหลักสูตรให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565

ข้อ	เกณฑ์	รายละเอียดการประเมิน	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
			2568	2569	2570	2571	2572
1	จำนวนอาจารย์ ผู้รับผิดชอบ	- ไม่น้อยกว่า 5 คน - เป็นอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรเกินกว่า 1 หลักสูตรไม่ได้ (ยกเว้นพหุวิทยาการหรือสหวิทยาการ ให้เป็นอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรได้อีกหนึ่งหลักสูตร และอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรซ้ำได้ไม่เกิน 2 คน) - ประจำหลักสูตรตลอดระยะเวลาที่จัดการศึกษาตามหลักสูตรนั้น	√	√	√	√	√
2	คุณสมบัติของ อาจารย์ผู้รับผิดชอบ หลักสูตร	ประเภทวิชาการ - คุณวุฒิระดับปริญญาโทหรือเทียบเท่า หรือดำรงตำแหน่งทางวิชาการไม่ต่ำกว่าผู้ช่วยศาสตราจารย์ ในสาขาที่ตรงหรือสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่สอน - มีผลงานทางวิชาการอย่างน้อย 1 รายการในรอบ 5 ปี ย้อนหลัง ประเภทวิชาชีพ/ปฏิบัติการ - คุณวุฒิระดับปริญญาโทหรือเทียบเท่า หรือดำรงตำแหน่งทางวิชาการไม่ต่ำกว่าผู้ช่วยศาสตราจารย์ ในสาขาที่ตรงหรือสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่สอน - มีผลงานทางวิชาการอย่างน้อย 1 รายการในรอบ 5 ปี ย้อนหลัง	√	√	√	√	√

ข้อ	เกณฑ์	รายละเอียดการประเมิน	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
			2568	2569	2570	2571	2572
		อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร จำนวน 2 ใน 5 คน ต้องมี ประสบการณ์ในด้านการปฏิบัติการ					
3	คุณสมบัติของ อาจารย์ประจำ หลักสูตร	- คุณวุฒิระดับปริญญาโทหรือเทียบเท่า หรือดำรงตำแหน่งทางวิชาการไม่ต่ำกว่าผู้ช่วยศาสตราจารย์ ในสาขาที่ตรงหรือสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่สอน - มีผลงานทางวิชาการอย่างน้อย 1 รายการในรอบ 5 ปี ย้อนหลัง - ไม่จำกัดจำนวนและประจำได้มากกว่าหนึ่งหลักสูตร	√	√	√	√	√
4	คุณสมบัติของ อาจารย์ผู้สอน	อาจารย์ประจำ - คุณวุฒิระดับปริญญาโทหรือเทียบเท่า หรือดำรงตำแหน่งทางวิชาการไม่ต่ำกว่าผู้ช่วยศาสตราจารย์ ในสาขาวิชานั้น หรือสาขาวิชาที่สัมพันธ์กันหรือสาขาวิชาของรายวิชาที่สอน - หากเป็นอาจารย์ผู้สอนก่อนเกณฑ์นี้ประกาศใช้ อนุโลมคุณวุฒิระดับปริญญาตรีได้ อาจารย์พิเศษ - คุณวุฒิระดับปริญญาโท หรือคุณวุฒิปริญญาตรีหรือเทียบเท่าและ - มีประสบการณ์ทำงานที่เกี่ยวข้องกับวิชาที่สอนไม่น้อยกว่า 6 ปี - โดยมีอาจารย์ประจำเป็นผู้รับผิดชอบร่วมในรายวิชานั้น	√	√	√	√	√

ข้อ	เกณฑ์	รายละเอียดการประเมิน	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
			2568	2569	2570	2571	2572
5	การปรับปรุงหลักสูตรตามรอบระยะเวลาที่กำหนด	- ต้องไม่เกิน 5 ปีตามรอบระยะเวลาของหลักสูตร หรืออย่างน้อยทุก ๆ 5 ปี	✓	✓	✓	✓	✓
สรุปผลการดำเนินงาน		การกำกับมาตรฐานหลักสูตรตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565	☒ ผ่าน ☐ ไม่ผ่าน	☒ ผ่าน ☐ ไม่ผ่าน	☒ ผ่าน ☐ ไม่ผ่าน	☒ ผ่าน ☐ ไม่ผ่าน	☒ ผ่าน ☐ ไม่ผ่าน

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของหลักสูตร

1. การทวนประสิทธิภาพของการสอนและการประเมินผู้เรียน

1.1 การประเมินกลยุทธ์การสอน

เมื่อสิ้นสุดการเรียนการสอน การประเมินผลและการทวนสอบผลการเรียนรู้ของแต่ละรายวิชาในแต่ละภาคการศึกษาและประสบการณ์ภาคสนาม แล้ว

1.1.1 ให้อาจารย์ผู้สอนประเมินระหว่างการจัดการเรียนการสอนโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ซึ่งกำหนดให้อาจารย์ประเมินผู้เรียนโดยทดสอบถึงความเข้าใจในบทเรียนตลอดจนการแสดงออกถึงพฤติกรรมมีส่วนร่วมในห้องเรียน ประเมินจากวิธีการที่กำหนดไว้ในแผนการเรียนรู้ของรายวิชา

1.1.2 การประเมินภายหลังการเรียน ให้ใช้ผลการสอบในแต่ละภาคการศึกษา ซึ่งเป็นการสอบวัดประเมินผลที่สามารถบ่งชี้ความรู้และความเข้าใจในเนื้อหาวิชาที่ได้เรียนและนำผลการวัดประเมินผลของผู้เรียนมาเป็นข้อมูลให้อาจารย์ปรับปรุงกลยุทธ์การสอนในภาคการศึกษาถัดไป

1.1.3 วิธีการประเมินขึ้นอยู่กับกรอบการออกแบบของผู้สอน ผู้เรียน เนื้อหา และกิจกรรมการเรียนการสอน โดยมีหลากหลายวิธี ได้แก่ Rubrics, Marking Schemes, Timelines, Regulation เป็นต้น

1.1.4 ให้อาจารย์ผู้สอนจัดทำรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา ซึ่งรวมถึงการประเมินผลและการทวนสอบผลการเรียนในรายวิชาที่รับผิดชอบ พร้อมปัญหา/ อุปสรรคและข้อเสนอแนะตามแบบรายงานผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา และแบบรายงานผลการดำเนินการของประสบการณ์ภาคสนาม

1.1.5 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ประมวล/วิเคราะห์ประสิทธิภาพและประสิทธิผลการดำเนินการเมื่อสิ้นปีการศึกษา โดยมีหัวข้ออย่างน้อยตามแบบรายงานผลการดำเนินการของหลักสูตร (เพื่อใช้ในการพิจารณา) ปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรการสอน กลยุทธ์การประเมินผลและแก้ไขปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้น และหากจำเป็นจะต้องปรับปรุงหลักสูตรหรือการจัดการเรียนการสอนก็สามารถทำได้ในแต่ละปีการศึกษา หรือก่อนหลักสูตรจะครบวงจร หรือเมื่อหลักสูตรครบวงจร

1.1.6 จัดทำรายงานผลการดำเนินการของหลักสูตร โดยมีหัวข้อและรายละเอียดอย่างน้อยตามแบบรายงานผลการดำเนินการของหลักสูตร ของหลักสูตรในแต่ละปีการศึกษา วิเคราะห์ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการบริหารจัดการหลักสูตรในภาพรวมโดยพิจารณาว่าบัณฑิตบรรลุมาตรฐานผลการเรียนรู้ตามที่คาดหวังไว้หรือไม่รวมทั้งให้นำผลการวิเคราะห์มาปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรและหรือการดำเนินการของหลักสูตรต่อไป

1.1.7 นำผลการวิเคราะห์จากการประเมินหลักสูตร การสำรวจความพึงพอใจของนิสิตปัจจุบัน บัณฑิตผู้ใช้บัณฑิต ผู้มีส่วนได้เสีย อาจารย์ผู้สอน มาเป็นส่วนประกอบในการดำเนินการปรับปรุงหลักสูตร และ แต่งตั้งกรรมการจากภายในและภายนอกเพื่อจัดทำร่างหลักสูตรร่วมกันจากนั้นนำเสนอร่างแก่คณะกรรมการประจำคณะพิจารณา ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของคณะกรรมการประจำคณะ และเสนอกรรมการวิชาการ สภาวิชาการและสภามหาวิทยาลัยพิจารณาต่อไป

1.2 การทบทวนกระบวนการวัดและประเมินผู้เรียน

การทบทวนกระบวนการวัดและประเมินผู้เรียน จะดำเนินการดังนี้

1.2.1 ก่อนเปิดภาคการศึกษา คณะกรรมการบริหารงานหลักสูตรจะประชุมร่วมกันระหว่างอาจารย์ประจำหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน เพื่อร่วมกันพิจารณาแผนการเรียนรู้ของรายวิชาถึงวิธีการวัดและประเมิน ผู้เรียน ตามที่ผู้สอนออกแบบไว้ในแต่ละรายวิชามีความเหมาะสมสอดคล้องกับหลักสูตรและการบรรลุผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของรายวิชาและหลักสูตรหรือไม่ มีการวัดและการประเมินผลการเรียนรู้อย่างไร สามารถสะท้อนความสามารถที่แท้จริงของผู้เรียนหรือไม่มีการ กำหนดวิธีการและระยะเวลาในการให้ข้อมูลป้อนกลับ (feedback) แก่ผู้เรียนหรือไม่อย่างไร เมื่อผ่านการพิจารณาของคณะกรรมการบริหารงานหลักสูตรแล้ว อาจารย์ผู้สอนแต่ละรายวิชาจะดำเนินการ ปรับแก้ไขตามข้อเสนอแนะแล้วอัปโหลดขึ้นระบบบริหารจัดการหลักสูตรตามเกณฑ์มาตรฐาน (TQF มคอ Management) ภายในระยะเวลาตามปฏิทินการศึกษาของมหาวิทยาลัยนเรศวร

1.2.2 ระหว่างภาคการศึกษา อาจารย์ผู้สอนจะประเมินผู้เรียนและทบทวนวิธีการวัดและประเมินผลเป็นระยะ เพื่อวิเคราะห์และหาวิธีวัดที่สะท้อนผลลัพธ์การเรียนรู้ได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

1.2.3 เมื่อสิ้นสุดภาคการศึกษา อาจารย์ผู้สอนจะจัดทำผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชาพร้อมเสนอแผนการ ปรับปรุงรายวิชาที่ครอบคลุมวิธีการวัดและประเมินผล เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการปรับปรุงรายวิชา ใน ภาคการศึกษาหรือปีการศึกษาต่อไป ทั้งนี้ คณะกรรมการบริหารงานหลักสูตรจะนำเอกสารผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชาไปพิจารณาในการทวนสอบระดับหลักสูตรด้วย

1.2.4 คณะกรรมการบริหารงานหลักสูตรจัดให้มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนิสิตตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ที่กำหนดในแผนการเรียนรู้ของรายวิชาทุกภาคการศึกษา อย่างน้อยร้อยละ 25 ของรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละภาคการศึกษา โดยมีวิธีการดังนี้

- 1) มีคณะกรรมการทวนสอบที่ได้รับแต่งตั้งจากคณะฯ โดยคณะกรรมการทวนสอบคัดเลือกมาจากคณะกรรมการบริหารงานหลักสูตร
- 2) คณะกรรมการทวนสอบจัดการประชุมก่อนเปิดภาคเรียนต้นของแต่ละปีการศึกษา เพื่อพิจารณาว่ารายวิชาใดจะเป็นรายวิชาที่จะมีการทวนสอบในปีการศึกษานั้นๆ
- 3) คณะกรรมการทวนสอบดำเนินการจัดประชุมทวนสอบ โดยพิจารณาประเด็นต่างๆ ได้แก่ ความสอดคล้องในการจัดการเรียนการสอนตามแผนการเรียนรู้ของรายวิชา ความสอดคล้องของกิจกรรมการเรียนการสอนกับการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs) และหลักสูตร (PLOs) กระบวนการวัดและประเมินผู้เรียน ความผิดปกติของค่าระดับคะแนนและผลประเมินการสอนของอาจารย์โดยนิสิต
- 4) เมื่อดำเนินการทวนสอบเสร็จสิ้นแล้ว คณะกรรมการทวนสอบจะสรุปผลการทวนสอบ แจ้งในการประชุมคณะกรรมการบริหารงานหลักสูตรและรายงานให้คณะทราบ เพื่อนำผลการทวนสอบไป กำหนดแนวทางในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนในภาคเรียนถัดไป

1.2.5 คณะกรรมการบริหารงานหลักสูตรจัดทำรายงานผลการบริหารหลักสูตรประจำปีการศึกษา (มคอ. 7) เพื่อวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของหลักสูตรพร้อมแนวทางการปรับปรุงเสนอต่อคณะ และอัปโหลดขึ้นระบบบริหารจัดการหลักสูตรตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร (TQF Management) ของมหาวิทยาลัยนเรศวร ภายในระยะเวลาตามปฏิทินการศึกษาของมหาวิทยาลัยนเรศวร

2 การประเมินหลักสูตรในภาพรวม

2.1 ประเมินหลักสูตรโดยนิสิตและบัณฑิตจบการศึกษาในแต่ละปีการศึกษา แต่งตั้งคณะกรรมการประเมินหลักสูตรที่ประกอบด้วย ตัวแทนผู้เรียนปัจจุบันและบัณฑิตที่จบการศึกษาแล้ว เพื่อวางแผนการประเมินหลักสูตรอย่างเป็นระบบและดำเนินการสำรวจข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และ/หรือผ่านกิจกรรมการสัมมนานิสิต และจัดให้มีการประเมินตนเองของบัณฑิตในด้านการบรรลุผลการเรียนรู้ที่คาดหวังในรอบปีการศึกษาที่มีผู้สำเร็จการศึกษา นำผลการประเมินมาวิเคราะห์และเสนอในที่ประชุมกรรมการบริหารงานหลักสูตร เพื่อวางแผนและปรับปรุงการดำเนินงานของหลักสูตรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2.2 ประเมินหลักสูตรโดยผู้ใชบัณฑิต ติดตามบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาโดยสำรวจข้อมูลจากนายจ้างและ/หรือผู้บังคับบัญชา โดยแบบสอบถามและการสัมภาษณ์

2.3 ประเมินหลักสูตรโดย ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น คณาจารย์ในสาขาวิชา และผู้ใชบัณฑิต และ/หรือ จากผู้ประเมินภายนอก ด้วยการสำรวจข้อมูลจากนายจ้างและ/หรือผู้บังคับบัญชาโดยใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์ จากนั้น คณะกรรมการประเมินหลักสูตรทำการวิเคราะห์และประเมินหลักสูตรในภาพรวมและใช้ข้อมูลย้อนกลับของผู้เรียน ผู้สำเร็จการศึกษา ผู้ใชบัณฑิต เพื่อประกอบการประเมิน

2.4 ประเมินหลักสูตรโดยผู้ทรงคุณวุฒิ หลักสูตรได้มีการเชิญผู้ทรงคุณวุฒิสาขาต่างๆที่เกี่ยวข้องทั้งจากภาครัฐและเอกชน มาเป็นคณะกรรมการที่ปรึกษาหลักสูตร มาร่วมวิเคราะห์ให้ได้มาซึ่งความเห็นและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงหลักสูตรตามวงจรรอบ มีการเชิญผู้ทรงคุณวุฒิมาวิพากษ์หลักสูตร เพื่อนำข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากการวิพากษ์หลักสูตรไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรต่อไป

3 การประเมินผลการดำเนินงานตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร

กำหนดให้ใช้ระบบการประกันคุณภาพการศึกษา ระดับหลักสูตร ประเมินผลการดำเนินงานประจำปี การศึกษาตามรายละเอียดหลักสูตร โดยยึดตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรีและตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงานที่ระบุในหมวดที่ 6 ข้อ 7 โดยคณะกรรมการประเมินอย่างน้อย 3 คน ประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขา/สาขาวิชาเดียวกันอย่างน้อย 1 คน (ควรเป็นคณะกรรมการประเมินชุดเดียวกับการประกันคุณภาพภายใน)

4. การนำผลการประเมินไปวางแผนพัฒนาปรับปรุงหลักสูตร

4.1 หลักสูตรนำผลการทวนสอบด้านการประเมินการจัดการเรียนการสอนและการวัดและประเมินผู้เรียนที่ระบุไว้ในผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชามาทบทวน เพื่อวางแผนกลยุทธ์เพื่อปรับปรุงการจัดการเรียนการสอนในแต่ละรายวิชา

4.2 หลักสูตรจัดทำ มคอ.7 เพื่อรายงานผลการดำเนินงานของหลักสูตรในรอบปีการศึกษาและนำผลการดำเนินการมาทบทวนเพื่อวางแผนปรับปรุงการจัดการเรียนการสอนของรายวิชาเพื่อปรับปรุงหลักสูตรต่อไป

4.3 ประเมินความพึงพอใจต่อหลักสูตรของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ ได้แก่ คณาจารย์ในสาขาวิชา และผู้ใชบัณฑิต โดยสำรวจข้อมูลจากนายจ้างและ/หรือผู้บังคับบัญชา มาทบทวนเพื่อทราบปัญหาของการบริหารหลักสูตรทั้งในภาพรวมและในแต่ละรายวิชาเพื่อนำไปสู่การดำเนินการปรับปรุงหลักสูตรต่อไป สำหรับการปรับปรุงหลักสูตรนั้นจะกระทำทุกๆ 5 ปี เพื่อทั้งนี้เพื่อให้หลักสูตรมีความทันสมัยและสอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

ภาคผนวก 1

ภาคผนวก 1

ตารางเปรียบเทียบโครงสร้างหลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2563 และหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568

หมวดวิชา	เกณฑ์ ศธ. พ.ศ. 2558	หลักสูตร ใหม่ พ.ศ. 2563	หมวดวิชา	เกณฑ์ อว. พ.ศ. 2565	หลักสูตร ปรับปรุง พ.ศ. 2568
1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า 1.1 วิชาบังคับ 1.1.1 กลุ่มวิชาภาษา 1.1.2 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ 1.1.3 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ 1.1.4 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์ 2.1 วิชาบังคับไม่นับหน่วยกิต 2.1.1 กลุ่มวิชาพลานามัย	30	30	1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 1.1 กลุ่มภาษาและการสื่อสาร (ภาษาอังกฤษและภาษาไทย) วิชาบังคับ - กลุ่มภาษาอังกฤษ จำนวน - กลุ่มภาษาไทย จำนวน 1.2 กลุ่มความรู้เพื่อการใช้ชีวิต อย่างมีคุณภาพ ไม่น้อยกว่า 1.3 กลุ่มการพัฒนาทักษะและ ลักษณะบุคคล ไม่น้อยกว่า 1.4 กลุ่มการพัฒนาสุขภาพกาย และจิต ไม่น้อยกว่า - รายวิชาบังคับไม่นับหน่วยกิต จำนวน รายวิชา 002408 กีฬา และกิจกรรมทางกาย 1.5 กลุ่มการเป็นพลเมืองไทยและ พลโลกเพื่อสังคมที่ยั่งยืน ไม่น้อยกว่า	24	24 12 9 3 3 3 3 1 3

หมวดวิชา	เกณฑ์ ศธ. พ.ศ. 2558	หลักสูตร ใหม่ พ.ศ. 2563	หมวดวิชา	เกณฑ์ อว. พ.ศ. 2565	หลักสูตร ปรับปรุง พ.ศ. 2568
2. หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า 2.2 วิชาพื้นฐานวิชาชีพ 2.3 วิชาแกน 2.3 วิชาเฉพาะด้าน 2.3.1 วิชาบังคับ 1) กลุ่มด้านนวัตกรรม และการตลาด 2) กลุ่มโครงงานและ การสัมมนา 2.3.2 วิชาเลือก ไม่น้อยกว่า 2.4 สหกิจศึกษา/ฝึกงาน/ ฝึกอบรบ/ฝึกงานใน ต่างประเทศ 3. หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า	72	97 9 26 56 44 40 7 9 6	2. หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า 2.1 วิชาแกน 2.1.1 วิชาพื้นฐานเฉพาะ ด้าน 2.2 วิชาเฉพาะ 2.2.1 วิชาบังคับ 2.2.2 วิชาเลือก ไม่น้อยกว่า 2.3 โครงงานและการสัมมนา 2.4 สหกิจศึกษา/ฝึกงาน/ฝึกอบรบ/ ฝึกงานใน ต่างประเทศ 3. หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า	72	103 24 24 66 54 12 7 6
หน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า	120	133	หน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า	120	130

ภาคผนวก 2

ตารางเปรียบเทียบรายวิชาหลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2563 และหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568
พร้อมทั้งสาระการปรับปรุง

หลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ พ.ศ. 2563		หลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2568		สาระที่ปรับปรุง
1.2) หมวดวิชาเฉพาะ จำนวน 97 หน่วยกิต		2. หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า 103 หน่วยกิต		
1.2.1) วิชาพื้นฐานวิชาชีพ จำนวน 9 หน่วยกิต		2.1 วิชาแกน จำนวน 24 หน่วยกิต		
		2.1.1 วิชาพื้นฐานเฉพาะด้าน จำนวน 24 หน่วยกิต		
815101 การสร้างความคิดและแรงบันดาลใจในการออกแบบ 3(2-2-5) Kick Start to Design Thinking		815101 การสร้างความคิดและแรงบันดาลใจในการออกแบบ 3(2-2-5) Kick Start to Design Thinking		- คงเดิม
815102 กระบวนการค้นคว้าความรู้นวัตกรรมและการตลาด 3(2-2-5) อย่างเป็นระบบ The Systematic Process of Innovation		815102 กระบวนการค้นคว้าความรู้นวัตกรรม 3(2-2-5) และการตลาดอย่างเป็นระบบ Systematic knowledge inquiry in innovation		- ปรับชื่อภาษาอังกฤษ
		815103 การจัดการประสิทธิภาพตนเองและอาชีพ 3(3-0-6) Self-efficiency and Career Management		- เพิ่มรายวิชา
815203 ภาษาอังกฤษเชิงวิชาการทางด้านนวัตกรรม 3(2-2-5) และการตลาดเชิงสร้างสรรค์ Academic English for Innovation and Creative Marketing		815203 ภาษาอังกฤษเชิงวิชาการทางด้านนวัตกรรม 3(2-2-5) และการตลาดเชิงสร้างสรรค์ Academic English for Innovation and Creative Marketing		- คงเดิม
1.2.2) วิชาแกน จำนวน 26 หน่วยกิต				
815110 รหัสพันธุกรรมทางนวัตกรรมการตลาด 3(2-2-5) Innovative Marketing DNA		815110 รหัสพันธุกรรมทางนวัตกรรมการตลาด 3(2-2-5) Innovative Marketing DNA		- คงเดิม
815130 การจัดการร่วมสมัยและการพลิกผันทางดิจิทัล 3(2-2-5) Contemporary Management and Digital Disruption		815130 การจัดการร่วมสมัยและการพลิกผันทางดิจิทัล 3(3-0-6) Contemporary Management and Digital Disruption		- คงเดิม
815131 ศาสตร์และศิลป์ในการวางแผนการตลาด 3(2-2-5) Art and Science for Marketing Plan		815131 ศาสตร์และศิลป์ในการวางแผนการตลาด 3(2-2-5) Art and Science for Marketing Plan		- คงเดิม
815132 นวัตกรรมการบริหารทรัพยากรมนุษย์ 3(2-2-5) Innovative Human Resource Management				- เปลี่ยนเป็นรายวิชา 815431
815220 การจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม 3(2-2-5) Technology and Innovation Management		815220 การจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม 3(2-2-5) Technology and Innovation Management		- คงเดิม
815221 นวัตกรรมและการจัดการเชิงปฏิบัติการ 3(2-2-5) Innovation and Operation Management		815221 นวัตกรรมและการจัดการเชิงปฏิบัติการ 3(2-2-5) Innovation and Operation Management		- คงเดิม
815230 การจัดการทรัพย์สินทางปัญญาและนวัตกรรม 3(2-2-5) Intellectual Property Management and Innovation		815230 การจัดการทรัพย์สินทางปัญญาและนวัตกรรม 3(2-2-5) Intellectual Property Management and Innovation		- คงเดิม
815240 การวิเคราะห์สหศาสตร์ทางการตลาด 3(2-2-5) และระบบธุรกิจอัจฉริยะ Marketing Informatics and Business Intelligence		815240 การวิเคราะห์ทางการตลาด 3(2-2-5) Marketing Analytics		- ปรับชื่อวิชา
815250 การจัดการทางการเงินสำหรับนวัตกรรม 2(1-2-3) และการตลาดเชิงสร้างสรรค์ Financial Management for Innovation and Creative Marketing		815250 การจัดการทางการเงินสำหรับนวัตกรรม 3(2-2-5) และการตลาดเชิงสร้างสรรค์ Financial Management for Innovation and Creative Marketing		- รวมวิชา 815250 กับ 815251 - ปรับชื่อวิชา - ปรับหน่วยกิต
1.2.3) วิชาเฉพาะด้าน จำนวน 56 หน่วยกิต				
1. วิชาบังคับ จำนวน 47 หน่วยกิต				
กลุ่มด้านนวัตกรรมและการตลาด จำนวน 40 หน่วยกิต				
815111 การตลาดเชิงสร้างสรรค์ 3(2-2-5) Creative Marketing		815111 การตลาดเชิงสร้างสรรค์ 3(2-2-5) Creative Marketing		- ย้ายไปกลุ่มพื้นฐานเฉพาะด้าน
815112 การศึกษาและการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้า 3(2-2-5) Life and Learning for Customer		815112 การศึกษาและการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้า 3(2-2-5) Study and Learning for Customer		- ย้ายไปกลุ่มพื้นฐานเฉพาะด้าน

หลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ พ.ศ. 2563	หลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2568	สาระที่ปรับปรุง
815211 การตลาดเพื่อการสร้างคุณค่าร่วม 3(2-2-5) Marketing for Creating Share Value	815211 การตลาดเพื่อการสร้างคุณค่าร่วม 3(2-2-5) Marketing for Creating Share Value	- ปรับคำอธิบายรายวิชา ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
815212 นวัตกรรมและการสร้างมูลค่าทางการตลาด 3(2-2-5) Innovation and Creation of Market Value	815212 นวัตกรรมและการสร้างมูลค่าทางการตลาด 3(2-2-5) Innovation and Creation of Market Value	- ปรับคำอธิบายรายวิชา ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
815213 การตลาดเชิงเนื้อหาดิจิทัลเชิงโต้ตอบ 3(2-2-5) Digital Interactive Content Marketing	815213 การตลาดเชิงเนื้อหาดิจิทัลเชิงโต้ตอบ 3(2-2-5) Digital Interactive Content Marketing	- ปรับคำอธิบายรายวิชา ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
815214 นวัตกรรมอัจฉริยะและการศึกษาลูกค้าอย่างลึกซึ้ง 3(2-2-5) Smart Innovation and Customer Insight	815214 การพัฒนาแนวคิดและสร้างสรรค์การตลาด ดิจิทัลยุคใหม่ Digital Marketing in Action	- ปรับชื่อวิชา - ปรับคำอธิบายรายวิชา ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
815251 การเงินสำหรับผู้ประกอบการ 1(0-2-1) Entrepreneurial Financial	-	- รวมกับวิชา 815250 การ จัดการทางการเงินสำหรับ
815310 การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ 3(2-2-5) Strategic Marketing Planning	815310 กลยุทธ์และเทคนิคการตลาดเชิงสร้างสรรค์ 3(2-2-5) Strategies and Techniques Creative Marketing	- ปรับชื่อวิชา - ปรับคำอธิบายรายวิชา
	815313 การจัดการและกลยุทธ์ตราสินค้า 3(2-2-5) Branding Management and Strategies	- ปรับชื่อวิชา - ปรับคำอธิบายรายวิชา
	815314 ระบบการตลาดอัจฉริยะ 3(2-2-5) Artificial Intelligence Marketing	- ย้ายจากเอกเลือกมาเป็นเอก บังคับ
815320 การบริหารคุณภาพกับนวัตกรรม 3(2-2-5) Quality Management and Innovation	815320 การบริหารคุณภาพกับนวัตกรรม 3(2-2-5) Quality Management and Innovation	- ปรับคำอธิบายรายวิชา ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
815321 โลจิสติกส์ในการสร้างคุณค่าทางการตลาด 3(2-2-5) Logistics in Marketing Value Creation	815321 โลจิสติกส์ในการสร้างคุณค่าทางการตลาด 3(2-2-5) Logistics in Marketing Value Creation	- ปรับคำอธิบายรายวิชา ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
815326 นวัตกรรมและการออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกเชิงสร้างสรรค์ 3(2-2-5) Innovation and Creative Facility Design		- ปรับจากเอกบังคับเป็นเอก เลือก
815340 การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสำเร็จรูป สำหรับงานด้านการตลาด 3(2-2-5) Information Technology Solutions for Marketing		- ปรับจากเอกบังคับเป็นเอก เลือก
815342 หลักการเขียนโปรแกรม 3(2-2-5) Principle of Programming	815342 หลักการเขียนโปรแกรม 3(2-2-5) Principles of Programming	- คงเดิม
815360 วิจัยด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ 3(2-2-5) Innovation and Creative Marketing Research	815360 วิจัยด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ 3(2-2-5) Innovation and Creative Marketing Research	- ปรับคำอธิบายรายวิชา ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
	815431 การจัดการบุคลากรในโลกใหม่ 3(3-0-6) New World Workforce Management	- รายวิชาใหม่แทนรายวิชา 815132 นวัตกรรมการ
กลุ่มโครงการและการสัมมนา จำนวน 7 หน่วยกิต		
815190 โครงการทางด้านการพัฒนาแนวคิดและการแก้ปัญหา เชิงสร้างสรรค์ 1(0-2-1) Project of Design Thinking and Creative Problem Solving	815190 โครงการทางด้านการพัฒนาแนวคิดผลิตภัณฑ์ 1(0-2-1) Project in Product Idea development	- ปรับชื่อวิชา - ปรับคำอธิบายรายวิชา
815290 โครงการทางด้านการวิเคราะห์ธุรกิจ และการแปลงสภาพดิจิทัล 1(0-2-1) Project in Business Analytics and Digital Transformation	815290 โครงการทางด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และกระบวนการ 1(0-2-1) Project in Product Development and Process	- ปรับชื่อวิชา - ปรับคำอธิบายรายวิชา
815390 โครงการทางด้านการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับธุรกิจ 2(0-4-2) Project in Data Analytics for Business	815390 โครงการทางด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 2(0-4-2) Project in Prototype Development	- ปรับชื่อวิชา - ปรับคำอธิบายรายวิชา ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

หลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ พ.ศ. 2563	หลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2568	สาระที่ปรับปรุง
815490 โครงการทางด้านการนวัตกรรมและการตลาด เชิงสร้างสรรค์ Project in Innovation and Creative Marketing 2(0-4-2)	815490 โครงการทางด้านการจัดทำแผนการตลาด เชิงสร้างสรรค์จากผลิตภัณฑ์ต้นแบบ Project in Marketing Plan from Prototype 2(0-4-2)	- ปรับชื่อวิชา - ปรับคำอธิบายรายวิชา ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
815494 สัมมนาทางวิชาการด้านการนวัตกรรมและการตลาด เชิงสร้างสรรค์ Seminar in Innovation and Creative Marketing 1(0-2-1)	815494 สัมมนาทางวิชาการด้านการนวัตกรรมและการตลาด เชิงสร้างสรรค์ Seminar in Innovation and Creative Marketing 1(0-2-1)	- ปรับคำอธิบายรายวิชา ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
2. วิชาเลือก ไม่น้อยกว่า 9 หน่วยกิต ให้คัดเลือกจากรายวิชา ดังนี้	2. วิชาเลือก ไม่น้อยกว่า 12 หน่วยกิต ให้คัดเลือกจากรายวิชา ดังนี้	- เพิ่มหน่วย กิตเอกเลือก
815311 การตลาดผ่านสื่อสังคมและการตลาดออนไลน์ Social media and Online Marketing 3(2-2-5)	815311 การตลาดผ่านสื่อสังคม Social Media Marketing 3(2-2-5)	- ปรับชื่อวิชา - ปรับคำอธิบายรายวิชา
815312 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ดิจิทัล Digital Customer Relationship Management 3(2-2-5)		- ตัดออก
815313 การบริหารจัดการตราสินค้า Brand Management 3(2-2-5)		- ย้ายไปเป็นวิชาบังคับ - ปรับชื่อวิชาเป็น 815313
815314 ระบบการตลาดอัจฉริยะ Artificial Intelligence Marketing 3(2-2-5)		- ปรับคำอธิบายรายวิชาทั้ง ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
815315 การเขียนแผนการตลาดเชิงสร้างสรรค์ Creative Marketing Plan 3(2-2-5)		- ตัดออก
-	815315 การตลาดเชิงสร้างสรรค์จีน Creative Market in China 3(3-0-6)	- รายวิชาใหม่
-	815316 การตลาดวัฒนธรรม Cultural Marketing 3(3-0-6)	- รายวิชาใหม่
-	815317 ศิลปะการเจรจาต่อรอง The art of negotiation 3(3-0-6)	- รายวิชาใหม่
815322 นวัตกรรมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ Innovative Marketing for Hospitality 3(2-2-5)	815322 นวัตกรรมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ Innovative Marketing for Hospitality 3(2-2-5)	- ปรับคำอธิบายรายวิชา ภาษาอังกฤษ
815323 นวัตกรรมการตลาดสำหรับธุรกิจการเกษตร Innovative Marketing for Agricultural 3(2-2-5)		- ตัดออก
815324 นวัตกรรมการตลาดสำหรับธุรกิจสุขภาพ Innovative Marketing for Healthcare 3(2-2-5)	815324 นวัตกรรมการตลาดสำหรับธุรกิจสุขภาพ Innovative Marketing for Healthcare 3(2-2-5)	- ปรับคำอธิบายรายวิชาทั้ง ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
815325 นวัตกรรมการตลาดสำหรับการกีฬาและความบันเทิง Innovative Marketing for Sport and Entertainment 3(2-2-5)	815325 นวัตกรรมการตลาดสำหรับการกีฬาและความบันเทิง Innovative Marketing for Sport and Entertainment 3(2-2-5)	- ปรับคำอธิบายรายวิชา ภาษาอังกฤษ
	815326 นวัตกรรมและการออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกเชิงสร้างสรรค์ Innovation and Creative Facility Design 3(2-2-5)	- ย้ายจากเอกบังคับเป็นเอก เลือก
	815340 การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสำเร็จรูป สำหรับงานด้านการตลาด 3(2-2-5)	-ปรับจากเอกบังคับเป็นเอก เลือก
815341 เทคโนโลยีเสมือนสำหรับการตลาด Virtual Technology for Marketing 3(2-2-5)	815341 เทคโนโลยีเสมือนสำหรับการตลาด Virtual Technology for Marketing 3(2-2-5)	- คงเดิม
815343 หลักการออกแบบสำหรับมนุษย์ Principles of Designing for Humans 3(2-2-5)	815343 หลักการออกแบบสำหรับมนุษย์ Designing Principles for Humans 3(2-2-5)	- คงเดิม
	815344 กลยุทธ์สื่อการตลาด Marketing Media strategies 3(2-2-5)	- คงเดิม

หลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมการตลาดเชิงสร้างสรรค์ พ.ศ. 2563	หลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2568	สาระที่ปรับปรุง
1.2.4) สหกิจศึกษา/ฝึกอบรม/ฝึกงานในต่างประเทศ 6 หน่วยกิต		
815491การฝึกอบรมหรือการฝึกงานในต่างประเทศ 6 หน่วยกิต International Academic of Professional Training	815491การฝึกอบรมหรือการฝึกงานในต่างประเทศ 6 หน่วยกิต International Academic of Professional Training	- คงเดิม
815492สหกิจศึกษา 6 หน่วยกิต Co-operative Education	815492สหกิจศึกษา 6 หน่วยกิต Co-operative Education	- คงเดิม
815493การฝึกงาน 6 หน่วยกิต Professional Training	815493การฝึกงาน 6 หน่วยกิต Professional Training	- คงเดิม

ตารางเปรียบเทียบรายวิชาหลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2563 และหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568
พร้อมทั้งสาระการปรับปรุง

หลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ พ.ศ. 2563	หลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2568	สาระที่ปรับปรุง
815101 การสร้างความคิดและแรงบันดาลใจในการออกแบบ 3(2-2-5) Kick Start to Design Thinking การสร้างความคิดและแรงบันดาลใจในการออกแบบ โดยการรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูล การกำหนดโจทย์และเงื่อนไขของการออกแบบทางความคิดเชิงสร้างสรรค์ Generating ideas and inspiration to design and approaches for using data collection, analysis and synthesis in order to define the topic and criteria of creative design thinking	815101 การสร้างความคิดและแรงบันดาลใจในการออกแบบ 3(2-2-5) Kick Start to Design Thinking การสร้างความคิดและแรงบันดาลใจในการออกแบบ โดยการรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูล การกำหนดโจทย์และเงื่อนไขของการออกแบบทางความคิดเชิงสร้างสรรค์ Developing design ideas and inspiration, Collection of information, Analyze the data Synthesize data, Define the problems and conditions for creative design thinking.	- ปรับคำอธิบายรายวิชาภาษาอังกฤษ
815102 กระบวนการค้นคว้าความรู้นวัตกรรมและการตลาด 3(2-2-5) อย่างเป็นระบบ The Systematic Process of Innovation and Marketing Research การค้นคว้าแสวงหาความรู้เกี่ยวกับประเด็นคำถามที่ตั้งไว้จากแหล่งเรียนรู้ทั้งปฐมภูมิและทุติยภูมิอย่างมีประสิทธิภาพ พิจารณาความน่าเชื่อถือของแหล่งเรียนรู้ว่ามีหลักการ กระบวนการกลุ่ม แลกเปลี่ยนความคิดเห็น โดยใช้ความรู้จากศาสตร์ต่างๆ กระบวนการคิด กระบวนการแก้ปัญหา กระบวนการปฏิบัติ สรุปผล เสนอแนวทางการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบด้วยองค์ความรู้จากการค้นพบ Rising problem issues in marketing and innovation, effectively research for knowledge related to the questions derive from both primary and secondary learning resources, critical considering of the reliability of the learning resources in order to obtain entire data, applying group discussion process by using the knowledge from different fields, systematic problem solving using thinking process, problem solving process, practicing process to contribute, summarizing and suggesting of systematic problem based on the knowledge found.	815102 กระบวนการค้นคว้าความรู้นวัตกรรมและการตลาด 3(2-2-5) อย่างเป็นระบบ Systematic knowledge inquiry in innovation and marketing ทฤษฎีนวัตกรรมและหลักการของการสืบค้นหาความรู้อย่างเป็นระบบ การค้นหาข้อมูลเพื่อพัฒนาสู่ความคิดสร้างสรรค์ทางการตลาด ใช้เทคนิคทางเทคโนโลยีเพื่อการสืบค้นข้อมูล รวบรวม และวิเคราะห์สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการค้นหาข้อมูลความรู้และมีความคิดสร้างสรรค์เพื่อนำไปสู่การสร้างแนวคิดด้านนวัตกรรมทางการตลาดที่เหมาะสมทางธุรกิจได้ The theory of innovation and principles of systematic knowledge; gathering insights to การ inspire creative marketing ideas; leveraging technology for data retrieval; collection and analysis of changing business situations; utilizing information technology for knowledge discovery	- ปรับชื่อภาษาอังกฤษ - ปรับคำอธิบายรายวิชา - ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
	815103 การจัดการประสิทธิภาพตนเองและอาชีพ 3(3-0-6) Self-efficiency and Career Management ความหมายและความสำคัญของการจัดการตนเองและจัดการงาน การเรียนรู้ด้วย ตนเองเพื่อกำหนดเป้าหมายชีวิตและวางแผนการทำงาน คุณสมบัติหลักในการจัดการงานและการเพิ่ม ประสิทธิภาพในการทำงาน องค์ประกอบที่จะทำให้ประสบความสำเร็จในการทำงาน การประเมินผลการทำงาน ของตนเองอย่างมีระบบและการพัฒนาดตนเอง The meaning and significance of self-management and career management; self-directed learning to establish life objectives and plan career performance; key characteristics of effective career management and career effectiveness enhancement; components of career achievement; and systematic self-evaluation of career performance	- เพิ่มรายวิชา

หลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ พ.ศ. 2563	หลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2568	สาระที่ปรับปรุง
815203 ภาษาอังกฤษเชิงวิชาการทางด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ 3(2-2-5) Academic English for Innovation and Creative Marketing ฝึกบริบทภาษาอังกฤษทางด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์รวมถึงสาขาที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อใช้ในการนำเสนอผลงาน การศึกษาต่อ การฝึกงานและการปฏิบัติงานจริง Practice academic English contexts concerning Innovation and Creative Marketing related fields in order to prepare for presentation, further education, professional training and hands-on practice in real-life situation	815203 ภาษาอังกฤษเชิงวิชาการทางด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ 3(2-2-5) Academic English for Innovation and Creative Marketing ฝึกบริบทภาษาอังกฤษทั้งการฟัง พูด อ่าน เขียน ด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์รวมถึงสาขาที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพ Effectively practice the English context through listening, speaking, reading, and writing in innovation and creative marketing, as well as related fields	- ปรับ คำอธิบาย รายวิชา ภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ
815110 รหัสพันธุกรรมทางนวัตกรรมการตลาด 3(2-2-5) Innovative Marketing DNA การพัฒนาทางความคิดทางสติปัญญา (IQ) และอารมณ์ (EQ) การจัดการความคิดสร้างสรรค์ ปัจจัยทางสภาพแวดล้อมต่างๆที่มีผลต่อการสร้างสรรค์ กรณีศึกษาและตัวอย่างทางด้านนวัตกรรมการตลาด Development of Intelligence and Emotional quotient, creativity management, environmental factors that affect creative. Case studies and examples in innovative marketing	815110 รหัสพันธุกรรมทางนวัตกรรมการตลาด 3(2-2-5) Innovative Marketing DNA การพัฒนาทางความคิดทางสติปัญญาและอารมณ์ การจัดการความคิดสร้างสรรค์ ปัจจัยแห่งความสำเร็จ คุณค่าทางการตลาด ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สภาพแวดล้อมต่างๆที่มีผลต่อการสร้างสรรค์ กรณีศึกษาและตัวอย่างทางด้านนวัตกรรมการตลาด Development of intellectual and emotional capacities, management of creativity, success factors; market value; stakeholders; environmental factors affecting creativity; case studies with examples of marketing innovation” “Innovative marketing ideas and principles; marketing environment; marketing viewpoints and content with an awareness of consumer behavior; market value creation with social responsibility and ethics	- ปรับ คำอธิบาย รายวิชา ภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ
815130 การจัดการร่วมสมัยและการพลิกผันทางดิจิทัล 3(2-2-5) Contemporary Management and Digital Disruption หลักการจัดการโดยประกอบด้วย ผู้บริหารและการจัดการ พัฒนาการของทฤษฎีทางการจัดการ การตัดสินใจเชิงสร้างสรรค์ การวางแผน การจัดองค์กรและองค์กรเสมือนจริง การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การสื่อสารภายในองค์กร ผู้นำการจูงใจ การควบคุม การบริหารการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนา องค์การจากผลกระทบเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม กรณีศึกษาด้านการพลิกผันทางดิจิทัลที่ส่งผลกระทบต่อรูปแบบธุรกิจ สินค้าและบริการ Principles of management includes the executives and management, development of the theories in management, creative decision, planning, organizing and virtual organization, human resources management, internal communication, leadership, motivation, controlling, change management and organization development from digital technology and innovation’s impact, case studies on digital disruption that impact to the business model, products and services	815130 การจัดการร่วมสมัยและการพลิกผันทางดิจิทัล 3(3-0-6) Contemporary Management and Digital Disruption หลักการบริหารและทฤษฎีการจัดการร่วมสมัย ภาวะผู้นำผู้บริหารสมัยใหม่ การตัดสินใจ การวางแผนเชิงกลยุทธ์ พลวัตองค์กรเสมือนจริง การจัดการทรัพยากรมนุษย์ร่วมสมัย ผลกระทบของเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมต่อการพัฒนาองค์กร กรณีศึกษาเพื่อพัฒนาทักษะในการประยุกต์ทฤษฎีการบริหารจัดการร่วมสมัย การจัดการนวัตกรรม Contemporary management principles and theories, Contemporary executive leadership, decision-making, strategic planning, virtual organizational dynamics, contemporary human resource management, the influence of innovation and digital technology on organizational development, and case studies to apply contemporary management and innovation theories	- ปรับ คำอธิบาย รายวิชา ภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ
815131 ศาสตร์และศิลป์ในการวางแผนการตลาด 3(2-2-5) Art and Science for Marketing Plan แนวคิดและความสำคัญของการวางแผน ประเภทของการวางแผนวัตถุประสงค์ของการวางแผน องค์ประกอบของการวางแผน ลักษณะของการวางแผนที่ดี กระบวนการวางแผน การปรับแผน ข้อจำกัดของการวางแผน การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบัน การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด และฝึกปฏิบัติการเขียนแผนด้านนวัตกรรมและการตลาด	815131 ศาสตร์และศิลป์ในการวางแผนการตลาด 3(2-2-5) Art and Science for Marketing Plan แนวคิดและความสำคัญของการวางแผน การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบัน การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด การวิเคราะห์ความต้องการของตลาดและลูกค้า การประเมินการตลาดและแบบจำลองเพื่อการกำหนดกลยุทธ์ การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดเพื่อการกำหนดกลยุทธ์ด้าน	- ปรับ คำอธิบาย รายวิชา ภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ

หลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ พ.ศ. 2563	หลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2568	สาระที่ปรับปรุง
The concept and importance of planning, type of plan, the purpose of the plan, elements of planning, appropriate characteristics of planning, planning process, adjustment plan, planning restrictions, analysis of the current market situation. Analyzing market opportunities and practicing in writing an innovation and marketing plan	ความสามารถในการแข่งขัน การประยุกต์ใช้สารสนเทศการตลาดและกลยุทธ์สมัยใหม่ ฝึกปฏิบัติการเขียนแผนด้านนวัตกรรมและการตลาด The concepts and significance of planning, the analysis of the current market situation, the analysis of market opportunities, the analysis of market and customer needs, the market evaluation and models for strategy determination, and the market share analysis for Formulate competitive strategies, implement marketing information and contemporary strategies, and engage in the development of marketing and innovation plans	
815132 นวัตกรรมการบริหารทรัพยากรมนุษย์ 3(2-2-5) Innovative Human Resource Management ความสำคัญของนวัตกรรมในงานบริหารทรัพยากรมนุษย์ พัฒนาการและทฤษฎีการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ปรากฏการณ์ที่มีผลกระทบต่อการบริหารงานทรัพยากรมนุษย์ ระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ โครงสร้างและหน้าที่ของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาความสามารถของทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาบุคลากรเพื่อพัฒนา นวัตกรรม ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ การสนับสนุนให้เกิดนวัตกรรม องค์การแห่งการเรียนรู้ กรณีศึกษาเกี่ยวกับองค์กรที่นำการสร้างนวัตกรรมใหม่โดยอาศัยการบริหารทรัพยากรมนุษย์ไปใช้ The importance of innovation in human resource management, development and theory of human resources management, the phenomena affecting human resources management, the human resources management system, structure and function of human resource management, human resource planning , human resource management processes, human resource development, human resource development for innovation improvement, innovative human resource management, information system for human resource management to support learning organization, case studies about organizations that create innovation by applying human resource management.		- เปลี่ยนเป็น รายวิชา 815431 การ จัดการ บุคลากรใน โลกใหม่
815220 การจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม 3(2-2-5) Technology and Innovation Management ความรู้ทั่วไปในการจัดการนวัตกรรมและเทคโนโลยีในระดับองค์กร นิยาม ลักษณะ และ บทบาทของการจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม บทบาทหน้าที่และประเภทของนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และบริการผ่านกระบวนการด้านการจัดการ การสร้างความรู้ในองค์กร การประเมินความเหมาะสมของนวัตกรรมกับองค์การ การจัดการความเชี่ยวชาญและทักษะทางเทคโนโลยีการประยุกต์ใช้ความรู้ทางการจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจ การเลือกใช้ การพัฒนา การเสาะหาเทคโนโลยี การถ่ายทอดเทคโนโลยี พันธมิตรทางธุรกิจและความได้เปรียบทางการแข่งขัน General knowledge in innovative and technological management in organizational level, definition, characteristics and the role of innovation and technological management, function and types of innovative products and services through the process	815220 การจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม 3(2-2-5) Technology and Innovation Management หลักการและแนวทางปฏิบัติของการจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม การประเมิน และการคัดเลือกเทคโนโลยีใหม่ภายใต้การวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ทางการตลาดและธุรกิจในโลกปัจจุบัน การพัฒนาและดำเนินการจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรมตามกลยุทธ์ กระบวนการสร้างนวัตกรรมตั้งแต่การคิดไปจนถึงการนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์ Regulations and processes for managing technology and innovation, evaluation and selection of new technologies in the context of data analysis associated with global business conditions and the current situation of the market, creating and putting into practice innovative and strategic technology management, The process of creating an innovation, from conception to marketability	- ปรับ คำอธิบาย รายวิชา ภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ

หลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ พ.ศ. 2563	หลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2568	สาระที่ปรับปรุง
of management, knowledge creation in organization, the assessment of the suitability of innovation with the organization, expertise and technological skills management, the application of knowledge in technological and innovative management to enhance the competitiveness of business, selection, development, seeking of the technology, technological transfer, affiliate business and competitive advantage.		
815221 นวัตกรรมและการจัดการเชิงปฏิบัติการ 3(2-2-5) Innovation and Operation Management แนวคิดและทฤษฎีการจัดการปฏิบัติการ ความสำคัญและความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมและการจัดการปฏิบัติการ การประเมินปัจจัยด้านการปฏิบัติการต่อความสามารถด้านนวัตกรรม นวัตกรรมในการจัดการโซ่อุปทาน บทบาทของผู้จัดการปฏิบัติการในการสร้างนวัตกรรมและวัฒนธรรม การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการในบริบทของการจัดการปฏิบัติการ นวัตกรรม คุณภาพและการเติบโตอย่างยั่งยืน Concepts and theories of operations management, meaning and importance of innovation, product and innovation process. the application of the organization's ability to create innovation's development capabilities, development of the innovation process in order to build innovative business model, managing process of research and development for creating innovation, technological transfer for creating innovation	815221 นวัตกรรมและการจัดการเชิงปฏิบัติการ 3(2-2-5) Innovation and Operation Management แนวคิดและทฤษฎีการจัดการปฏิบัติการ ความสำคัญและความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมและการจัดการปฏิบัติการ การประเมินปัจจัยด้านการปฏิบัติการต่อความสามารถด้านนวัตกรรม นวัตกรรมในการจัดการโซ่อุปทาน นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการในบริบทของการจัดการปฏิบัติการ นวัตกรรม คุณภาพและการเติบโตอย่างยั่งยืน The concepts and theories of operations management, the significance and relationship between innovation and operations management, the evaluation of operational factors on innovation capability, innovation in supply chain management, product innovation, and process innovation in the context of operations management. Quality, innovation, and sustainable growth	- ปรับ คำอธิบาย รายวิชา ภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ
815230 การจัดการทรัพย์สินทางปัญญาและนวัตกรรม 3(2-2-5) Intellectual Property Management and Innovation ความหมาย องค์ประกอบและประเภทของทรัพย์สินทางปัญญาเบื้องต้น ระบบทรัพย์สินทางปัญญา ความสำคัญของทรัพย์สินทางปัญญาในระบบเศรษฐกิจใหม่ ธุรกิจนวัตกรรมกับการบริหารจัดการ ทรัพย์สินทางปัญญา ได้แก่ ความคุ้มครองและการปกป้องสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาแต่ละประเภท เช่น สิทธิบัตรเครื่องหมายการค้า, ลิขสิทธิ์, วิธีการนำทรัพย์สินทางปัญญาไปใช้ประโยชน์ และ วิธีการประเมินมูลค่าทรัพย์สินทางปัญญา Meaning, elements and types of introduction to intellectual property, intellectual property system, the importance of intellectual property in the new economy, business innovations with intellectual property management includes the protection and rights in each types of intellectual property such as patent, Trademark ,copyright, how to apply the benefits of the intellectual property, and the assessment of intellectual property value	815230 การจัดการทรัพย์สินทางปัญญาและนวัตกรรม 3(2-2-5) Intellectual Property Management and Innovation ความหมาย องค์ประกอบและประเภทของทรัพย์สินทางปัญญาเบื้องต้น ประเภทของนวัตกรรมการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา วิธีการนำทรัพย์สินทางปัญญาไปใช้ประโยชน์ และ วิธีการประเมินมูลค่าทรัพย์สินทางปัญญา The meaning, components, and basic types of intellectual property. Types of innovation in intellectual property management, methods for evaluating the value of intellectual property and methods for exploiting intellectual property	- ปรับ คำอธิบาย รายวิชา ภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ
815240 การวิเคราะห์สารสนเทศศาสตร์ทางการตลาดและระบบธุรกิจอัจฉริยะ 3(2-2-5) Marketing Informatics and Business Intelligence การวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า เจาะลึกพฤติกรรมลูกค้าบนโลกเครือข่ายสื่อสังคม การใช้งาน Google Analytics การวิเคราะห์หาแนวทางของผู้บริโภค การตั้งค่าเป้าหมายพฤติกรรม เส้นทางผู้บริโภค การใช้ intelligence dashboard การใช้งาน data studio การวิเคราะห์สำหรับ E-commerce, Mobile, Tag manager เทคนิคการใช้เครื่องมือต่างๆ เช่น Facebook Insights, Ads Manager, Social Listening, Social Chatbots	815240 การวิเคราะห์ทางการตลาด 3(2-2-5) Marketing Analytics บทบาทของข้อมูลในการวิเคราะห์การตลาด การเก็บรวบรวมข้อมูลและการบูรณาการข้อมูลจากแหล่งตลาดออฟไลน์ ตลาดออนไลน์ และดิจิทัลแพลตฟอร์ม การวิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมสำเร็จรูป การวัดและการรายงานประสิทธิภาพการดำเนินงานทางการตลาดด้วยการสร้างแดชบอร์ด โดย การวิเคราะห์ข้อมูลจาก เครื่องมือวิเคราะห์ธุรกิจ The role of data in marketing analysis, data collection and integration of several data sources (offline markets, online markets,	- ปรับชื่อวิชา - ปรับ คำอธิบาย รายวิชา ภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ

หลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ พ.ศ. 2563	หลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2568	สาระที่ปรับปรุง
และ การวัดผล แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจอัจฉริยะและระบบสนับสนุนการตัดสินใจ ประเภทและกระบวนการตัดสินใจ ลักษณะสารสนเทศสำหรับธุรกิจอัจฉริยะและเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจ การพัฒนา แบบจำลองเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจ แนวทางการพัฒนาระบบสนับสนุนการตัดสินใจ การวิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจ บทบาทของนักวิทยาศาสตร์ข้อมูล กรณีศึกษาการวิเคราะห์ด้านการตลาดและระบบธุรกิจอัจฉริยะ Customer Behavior Analysis, Insights customer behaviors on social media networks, Google analytics used, consumer analysis, goal setting in consumer behavior, consumers journey, using intelligence dashboard, using data studio, analysis for E-commerce, Mobile, tag manager, techniques for using tools such as Facebook Insights, Ads Manager, Social Listening, Social Chatbots and their measurement, concepts of business intelligence and decision support systems, the types and decision-making processes, information characteristics for business intelligence and decision support, model development for decision support, guidelines for development of decision support systems, business analysis, the role of data scientist, case study of the analysis in marketing and business intelligence	and digital platforms), data analysis using pre-made programs, and the measurement and reporting of the efficiency of marketing operations with the creation of dashboards, all through the analysis of data from the Business Analytics Tool	
815250 การจัดการทางการเงินสำหรับนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ 2(1-2-3) Financial Management for Innovation and Creative Marketing ภาพรวมของการบริหารการเงิน การวิเคราะห์งบการเงิน ค่าเงินตามกาลเวลา ความเสี่ยงและผลตอบแทน วิธีการจัดการสินทรัพย์ต่าง ๆ แหล่งเงินทุน การพิจารณาการลงทุน โครงสร้างของเงินทุน Overview of financial management, financial statement analysis, time value of money, risk and return, management of assets, sources of funds, capital budgeting, and capital structure.	815250 การจัดการทางการเงินสำหรับนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ 3(2-2-5) Financial Management for Innovation and Creative Marketing ภาพรวมของการบริหารการเงิน งบการเงินและการวิเคราะห์งบการเงิน ค่าเงินตามกาลเวลา ความเสี่ยงและผลตอบแทน วิธีการจัดการสินทรัพย์ต่าง ๆ แหล่งเงินทุน โครงสร้างของเงินทุน การกำหนดต้นทุนและค่าใช้จ่าย การพิจารณาการลงทุน An overview of financial management, financial statements and financial analysis, time value of money, risk and return, methods of managing various assets, sources of funds, capital structure, cost allocation, and expenses, investment evaluation	- รวมวิชา 815250 กับ 815251 - ปรับชื่อวิชา - ปรับคำอธิบายรายวิชา - ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ - ปรับหน่วยกิต
815111 การตลาดเชิงสร้างสรรค์ 3(2-2-5) Creative Marketing แนวคิดและหลักการตลาดเชิงสร้างสรรค์ การสร้างสรรค์การตลาดด้วยมุมมองและเนื้อหา มุมมองการตลาดบนพื้นฐานความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค การสร้างมูลค่าเพิ่ม การประยุกต์ใช้แนวคิด การตลาดเพื่อความสำเร็จขององค์กรอย่างยั่งยืน กลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่ จริยธรรมในงานการตลาด Concepts and principles of creative marketing, creative marketing perspective and content, marketing perspective based on consumer behavior, creating value added, The application of marketing concepts for sustainable organizational success, modern marketing strategies, ethics in marketing.	815111 การตลาดเชิงสร้างสรรค์ 3(2-2-5) Creative Marketing แนวคิดและหลักการตลาดเชิงสร้างสรรค์ สภาพแวดล้อมทางการตลาด มุมมองและเนื้อหาการตลาดบนพื้นฐานความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค การสร้างมูลค่าทางการตลาดด้วยจรรยาบรรณและความรับผิดชอบต่อสังคม Innovative marketing ideas and principles; marketing environment; marketing viewpoints and content with an awareness of consumer behavior; market value creation with social responsibility and ethics	- ย้ายไปกลุ่มพื้นฐานเฉพาะด้าน

หลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ พ.ศ. 2563	หลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2568	สาระที่ปรับปรุง
815112 การศึกษาและการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้า 3(2-2-5) Life and Learning for Customer การสำรวจข้อมูลกลุ่มลูกค้า พฤติกรรมการรับรู้ทัศนคติของลูกค้า รูปแบบการดำเนินชีวิตของลูกค้า การวิเคราะห์ระดับความผูกพันและการหาสิ่งจูงใจของลูกค้า นวัตกรรมการตลาดในการปฏิสัมพันธ์ กับลูกค้า A survey of customer groups, perception and attitude of the customers, customer journey, analyzing level of customer engagement and finding customer motivation, marketing innovation in customer interaction.	815112 การศึกษาและการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้า 3(2-2-5) Study and Learning for Customer พฤติกรรม ทัศนคติ รูปแบบการดำเนินชีวิต ระดับการตัดสินใจซื้อ ความผูกพันและสิ่งจูงใจของลูกค้า โอกาสทางการตลาดจากการพิจารณาความต้องการกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย, พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าและตอบสนองความต้องการของลูกค้า Behavior, attitude, lifestyle, and level of purchase decision; customer incentives and engagement; market opportunities with consideration of target customers' needs; valuable product development for customer needs and satisfaction	- ย้ายไปกลุ่มพื้นฐานเฉพาะด้าน - ปรับคำอธิบายรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
815211 การตลาดเพื่อการสร้างคุณค่าร่วม 3(2-2-5) Marketing for Creating Share Value แนวคิดการสร้างคุณค่าร่วม ความหมายของการสร้างคุณค่าร่วม ระดับของการสร้างคุณค่าร่วม ค่านิยมความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ ทุนนิยมที่มีจิตสำนึก การสร้างคุณค่าร่วมเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน ตัวอย่างและกรณีศึกษาการสร้างคุณค่าร่วม Concept of creating shared value, meaning of creating shared value, level of creating shared value, value of social, environmental and natural responsibility, conscious capitalism, creating shared value for sustainable growth, examples and case studies about creating shared value.	815211 การตลาดเพื่อการสร้างคุณค่าร่วม 3(2-2-5) Marketing for Creating Share Value แนวคิดการสร้างคุณค่าร่วม ความหมายของการสร้างคุณค่าร่วม ระดับของการสร้างคุณค่าร่วม ค่านิยมความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ ทุนนิยมที่มีจิตสำนึก การสร้างคุณค่าร่วมเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน ตัวอย่างและกรณีศึกษาการสร้างคุณค่าร่วม Concept of shared value creation, meaning of shared value creation, level of shared value creation, social responsibility values Environment and nature, Conscious Capitalism, Shared Value Creation for Sustainable Growth, Shared Value Creation Examples and Case Studies.	- ปรับคำอธิบายรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
815212 นวัตกรรมและการสร้างมูลค่าทางการตลาด 3(2-2-5) Innovation and Creation of Market Value การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยใช้นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ การพลิกมุมมองทางการตลาด การเรียนรู้ผ่านนักการตลาดที่ประสบความสำเร็จ เพื่อวิเคราะห์สาเหตุของความสำเร็จหรือความล้มเหลวของรูปแบบการตลาด จุดประกายความคิดสร้างสรรค์ในรูปแบบการตลาด Creating value by innovation and creativity, flipping of marketing perspective, Learning through successful marketers to analyze the cause of the success or failure of the marketing, sparking creativity merge with marketing form.	815212 นวัตกรรมและการสร้างมูลค่าทางการตลาด 3(2-2-5) Innovation and Creation of Market Value แนวคิดการสร้างมูลค่า ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย การเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย นวัตกรรมที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่คิดค้นมาการสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาด กรณีศึกษาด้านนวัตกรรมและการสร้างมูลค่าทางการตลาด การแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากนักการตลาดที่ประสบความสำเร็จ Value creation concepts, target group needs, target group understanding, innovations that address target group needs, product innovations developed to provide additional marketing value, and case studies pertaining to innovation and value creation sharing expertise from successful marketers.	- ปรับคำอธิบายรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
815213 การตลาดเชิงเนื้อหาดิจิทัลเชิงโต้ตอบ 3(2-2-5) Digital Interactive Content Marketing การวิเคราะห์แนวทางเพื่อให้ทำการตลาดตรงกับความต้องการของลูกค้า ศึกษาวิธีการสร้างเนื้อหาและพัฒนาสื่อดิจิทัลเชิงโต้ตอบ การสื่อสารทางการตลาดแบบสองทาง กระบวนการทางการตลาดที่ กระตุ้นและดึงดูดความสนใจของลูกค้า Analytical approach to the marketing needs of clients, a study on how to create content and develop interactive digital media, two-way marketing communication, marketing process to encourage and attract customers.	815213 การตลาดเชิงเนื้อหาดิจิทัลเชิงโต้ตอบ 3(2-2-5) Digital Interactive Content Marketing ความสำคัญของการตลาดเนื้อหา กระบวนการทางการตลาดที่ กระตุ้นและดึงดูดความสนใจของลูกค้า การวางกลยุทธ์เนื้อหาและสร้างเนื้อหาแบบมีปฏิสัมพันธ์ การวางแผนการทำเนื้อหาที่เหมาะสมกับช่องทางการตลาด วิธีการสร้างเนื้อหาและพัฒนาสื่อดิจิทัลแบบมีปฏิสัมพันธ์ การวางแผนผลิตคอนเทนต์และโปรโมตให้เหมาะสมกับช่องทางการตลาด ฝึกปฏิบัติเทคนิคการสร้างสรรคเนื้อหาด้วยเทคโนโลยีการตลาด The significance of content marketing, attention-grabbing marketing techniques, interactive content creation and strategy, content planning for marketing channels, techniques for developing digital media and content. Interactive, organizing the creation and promotion of content to fit marketing platforms, putting marketing technology creation techniques into practice.	- ปรับคำอธิบายรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

หลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ พ.ศ. 2563	หลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2568	สาระที่ปรับปรุง
815214 นวัตกรรมอัจฉริยะและการศึกษาลูกค้าอย่างลึกซึ้ง 3(2-2-5) Smart Innovation and Customer Insight การศึกษาแนวทางการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม การสร้างนวัตกรรมสู่ความยั่งยืน การนำความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะ และประสบการณ์ทางเทคโนโลยี มโนทัศน์กระบวนการคิด การตลาดดิจิทัล กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล แนวคิดทางการตลาดแบบบูรณาการสมัยใหม่ ข้อมูลขนาดใหญ่และการวิเคราะห์ข้อมูล เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องด้านนวัตกรรมอัจฉริยะและการศึกษาลูกค้าอย่างลึกซึ้ง A study on the development of creativity and innovation, creating sustainable innovation, applying of knowledge, creativity, skills and experience in technology, the concept of thinking process, digital marketing, digital marketing strategies, integrated digital marketing concepts, big data and analytics, customer's data analysis tools and related case studies.	815214 การพัฒนาแนวคิดและสร้างสรรค์การตลาดดิจิทัลยุคใหม่ 3(2-2-5) Digital Marketing in Action หลักการตลาดดิจิทัล แนวโน้มผู้บริโภคในยุคดิจิทัล การวิเคราะห์ ข้อมูลเพื่อให้เข้าใจตลาดและลูกค้าอย่างลึกซึ้ง การค้นหาความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างกลยุทธ์และแผนการตลาดออนไลน์สมัยใหม่ เครื่องมือทางการตลาดดิจิทัลในการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องในช่องทางต่าง ๆ การวางแผนกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล การจัดการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ดิจิทัล กรณีศึกษาการตลาดดิจิทัลยุคใหม่ Digital marketing principles, digital age consumer trends, data analysis to fully comprehend the market and customers, finding creativity in developing contemporary online marketing plans and strategies, digital marketing tools to communicate with target audiences. Planning of digital marketing strategies, involvement in several channels, digital customer relationship management Contemporary case study on digital marketing	- ปรับชื่อวิชา - ปรับคำอธิบายรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
815251 การเงินสำหรับผู้ประกอบการ 1(0-2-1) Entrepreneurial Financial การบริหารการเงินสำหรับธุรกิจเริ่มต้นด้านเทคโนโลยี การกำหนดความต้องการเงินทุน แหล่งเงินทุน การประเมินมูลค่าของธุรกิจเริ่มต้นใหม่ การกำหนดค่าตอบแทนของลูกจ้างและกลยุทธ์การเลิกลงทุน Elements of entrepreneurial finance, focusing on technology-based start-up ventures and the early stages of company development, funding requirement assessment for startups and sources for funds, valuation of the startups, employment compensation contracts, and exit strategies.	-	- รวมกับวิชา 815250 การจัดการทางการเงินสำหรับนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์
815310 การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ 3(2-2-5) Strategic Marketing Planning การวางแผนการตลาด วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงแผนการตลาดเพื่อให้สอดคล้องต่อสภาพการณ์ตลาดหรือวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์และสินค้า พัฒนารูปแบบแผนการตลาด ประกอบด้วย การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก การกำหนดตลาด การเลือกเป้าหมาย และการวางแผนตำแหน่งทางผลิตภัณฑ์ การกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด กลยุทธ์ที่ใช้ในการตลาด กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องและ ฝึกปฏิบัติการวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ The marketing plan, analysis of the changes in marketing plan to conform to the situation. The market or product's life cycle, development of marketing plan's model consist of the analysis of internal and external environment, market targeting, target selection and product position's planning as well as defining the marketing mix strategy, the marketing strategies, related case studies and practice in strategic marketing planning.	815310 กลยุทธ์และเทคนิคการตลาดเชิงสร้างสรรค์ 3(2-2-5) Strategies and Techniques Creative Marketing บทนำสู่การตลาดเชิงสร้างสรรค์ เทคนิคการวิจัยตลาด พฤติกรรมผู้บริโภคและจิตวิทยา การสร้างตัวตนผู้ซื้อ การสร้างเอกลักษณ์ของแบรนด์ การเล่าเรื่องทางการตลาด กลยุทธ์การบอกต่อ เสียงและสารของแบรนด์ การตลาดด้วยภาพและเนื้อหา แพลตฟอร์มและกลยุทธ์โซเชียลมีเดีย การตลาดแบบอินฟลูเอนเซอร์ การสร้างและเผยแพร่เนื้อหาทางการตลาด การตลาดเชิงประสบการณ์และการตลาดแบบกองโจร การวัดผลกระทบของการตลาดที่แหวกแนว การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การวางแผนและการดำเนินการแคมเปญ การจัดทำงบประมาณและการจัดสรรทรัพยากร การวัดและวิเคราะห์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ การฝึกปฏิบัติการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเชิงสร้างสรรค์ The introduction to creative marketing, market research techniques, consumer behaviors and psychology, the creation of Buyer Persona, Brand Identity, Marketing Storytelling, Viral Strategy, Brand Voice and Message, Visual and Content Marketing, Social Media Platforms and Strategy, influencer marketing, marketing content creation and distribution, experiential and guerrilla marketing, measuring the impact of unconventional marketing, integrated marketing communications, planning and Run campaigns, budget and resource allocation, measure and analyze creative marketing.	- ปรับชื่อวิชา - ปรับคำอธิบายรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

หลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ พ.ศ. 2563	หลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2568	สาระที่ปรับปรุง
	815313 การจัดการและกลยุทธ์ตราสินค้า 3(2-2-5) Branding Management and Strategies แนวคิดเกี่ยวกับตราสินค้า คุณค่าตราสินค้าและการบริหารตราสินค้าในมุมมองลูกค้า การวางตำแหน่งทางการตลาดของตราสินค้า การเลือกองค์ประกอบตราสินค้า การออกแบบกิจกรรมทางการตลาด การบูรณาการสื่อสารทางการตลาด กรณีศึกษาการจัดการและกลยุทธ์ตราสินค้า ฝึกปฏิบัติการวางกลยุทธ์ตราสินค้า Brand concepts, brand equity and brand management from the customer's perspective, brand market positioning, brand component selection, marketing activity design, Integration marketing communication, case studies of brand management and strategy, Brand strategy planning practice.	- ปรับชื่อวิชา - ปรับคำอธิบายรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษ - ย้ายจากเอกเลือกเป็นเอกบังคับ
	815314 ระบบการตลาดอัจฉริยะ 3(2-2-5) Artificial Intelligence Marketing พื้นฐานปัญญาประดิษฐ์ การวิเคราะห์ความสำคัญของปัญญาประดิษฐ์ ข้อดีข้อเสียของปัญญาประดิษฐ์ การนำปัญญาประดิษฐ์มาประยุกต์ใช้กับงานทางการตลาด ระบบการตลาดอัจฉริยะ กรณีศึกษาระบบการตลาดอัจฉริยะมาใช้งาน การวิเคราะห์การเรียนรู้ด้วยเครื่อง Fundamentals of Artificial Intelligence, Examination of the significance of artificial intelligence, Advantages and disadvantages of artificial intelligence, Utilizing artificial intelligence in the field of marketing, Case studies of intelligent marketing systems in use, Machine Learning Analysis.	- ย้ายจากเอกเลือกมาเป็นเอกบังคับ
815320 การบริหารคุณภาพกับนวัตกรรม 3(2-2-5) Quality Management and Innovation แนวคิดและทฤษฎีการบริหารคุณภาพ ปรัชญาการจัดการคุณภาพ การกำหนดกลยุทธ์ด้านคุณภาพสู่การพัฒนาองค์กร การออกแบบการจัดการคุณภาพในการผลิตสินค้าหรือบริการอย่างมีนวัตกรรม การประยุกต์ใช้สถิติในการควบคุมคุณภาพ เครื่องมือในการจัดการและปรับปรุงคุณภาพ ทรัพยากรมนุษย์ในการบริหารคุณภาพ รางวัลคุณภาพและระบบคุณภาพตามมาตรฐานสากล The concept and theories of quality management, quality management philosophy, determination of quality strategy for development of innovation, innovative design of quality management in the production of goods or service, application of statistics in quality control, tools for management and quality improvement, human resources in quality management. Quality awards and quality system with international standards	815320 การบริหารคุณภาพกับนวัตกรรม 3(2-2-5) Quality Management and Innovation แนวคิดและทฤษฎีการบริหารคุณภาพ การกำหนดกลยุทธ์ด้านคุณภาพสู่การพัฒนาองค์กร การออกแบบการจัดการคุณภาพในการผลิตสินค้าหรือบริการอย่างมีนวัตกรรม เครื่องมือในการจัดการ ควบคุมและปรับปรุงคุณภาพ ทรัพยากรมนุษย์ในการบริหารคุณภาพ รางวัลคุณภาพและระบบคุณภาพตามมาตรฐานสากล Theories and concepts related to quality, management, establishing effective tactics for the growth of innovation, creative quality control design for the manufacturing of goods or services, Tools for Management, Control, and improve the quality, The use of human resources in quality control, An international standard-compliant quality system and quality award	- ปรับคำอธิบายรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
815321 โลจิสติกส์ในการสร้างคุณค่าทางการตลาด 3(2-2-5) Logistics in Marketing Value Creation แนวคิดด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน กิจกรรมและกระบวนการด้านโลจิสติกส์ บทบาทของกิจกรรมด้านโลจิสติกส์ต่อการสร้างคุณค่าทางการตลาด การวางแผนและควบคุมด้านโลจิสติกส์โลจิสติกส์ระหว่างประเทศ การวิเคราะห์ต้นทุนและผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ กลยุทธ์ด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานต่อการสร้างคุณค่าเพิ่มทางการตลาด Concept of logistics management and supply chain management, activities and processes in logistics, role of logistics	815321 โลจิสติกส์ในการสร้างคุณค่าทางการตลาด 3(2-2-5) Logistics in Marketing Value Creation แนวคิดด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน กิจกรรมและกระบวนการด้านโลจิสติกส์ การวางแผนและควบคุมด้านโลจิสติกส์ โลจิสติกส์ระหว่างประเทศ การวิเคราะห์ต้นทุนและผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ กลยุทธ์ด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานต่อการสร้างคุณค่าเพิ่มทางการตลาด fundamentals of supply chain and logistics management, international logistics, logistics planning and control, logistics activities and procedures, and cost and performance analysis. Using	- ปรับคำอธิบายรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

หลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ พ.ศ. 2563	หลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2568	สาระที่ปรับปรุง
activities towards market value building, planning and controlling in logistics, international logistics, analysis of the cost and performance in logistics, strategy in logistics and supply for value added in marketing.	supply chain, logistics, and logistics techniques to generate additional marketing value.	
815326 นวัตกรรมและการออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวก 3(2-2-5) เชิงสร้างสรรค์ Innovation and Creative Facility Design ความหมายและประเภทสิ่งอำนวยความสะดวก กระบวนการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งในรูปผลิตภัณฑ์และบริการ แนวคิดในการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีระดับความเป็นนวัตกรรมที่ อารยสถาปัตย์และหลักการของอารยสถาปัตย์ กรณีศึกษาด้านนวัตกรรมที่เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกเชิงสร้างสรรค์ Meaning and the type of facilities, development process of the facilities in both products and services, concept of building facilities with innovation, civilized architecture and the principle of civilized architecture, case studies of innovation in creative facilities.		- ย้ายเป็นเอก เลือก
815340 การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสำเร็จรูปสำหรับ 3(2-2-5) งานด้านการตลาด Information Technology Solutions for Marketing ศึกษาเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่นำมาใช้เป็นเครื่องมือในงานด้านการตลาด ได้แก่ Google AdWords, Facebook, Google Data Studio, Tableau, Google Analytics, SharePoint, Adobe Marketing Cloud และอื่นๆ พร้อมทั้งฝึกปฏิบัติการใช้เครื่องมือด้านการตลาดเหล่านี้ Learn about the technology used as a tool in marketing includes Google AdWords, Facebook, Google, Google Analytics, Data Studio Tableau, SharePoint, Adobe Marketing Cloud, and others, along with practice in using these marketing tools.		
815342 หลักการเขียนโปรแกรม 3(2-2-5) Principle of Programming การเขียนโปรแกรม Python โครงสร้างข้อมูล พื้นฐานการควบคุม ขั้นตอนวิธีประมวลผล การสร้างและใช้งานโมดูล การนำเข้าข้อมูลจากไฟล์และฐานข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานด้วยแผนภูมิฮิสโตแกรม การจัดการข้อมูล องค์ประกอบการสร้างแผนภูมิ และการส่งข้อมูลต่อผู้ใช้ Python Programming, data structure, control structure, module creation and usage. Data input from files and database. Data analysis with histogram. Data management, graph creation, presentation of data to users.	815342 หลักการเขียนโปรแกรม 3(2-2-5) Principles of Programming การเขียนโปรแกรมเบื้องต้น โครงสร้างข้อมูล ขั้นตอนวิธีการประมวลผล การสร้างโมดูล การเรียกใช้ข้อมูลจากไฟล์และฐานข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน องค์ประกอบการสร้างแผนภูมิ และการนำเสนอข้อมูลต่อผู้ใช้ Basic programming, data structure, algorithm processing, module creation, data retrieval from files and databases, basic data analysis, charting elements, and presenting information to users.	- ปรับ คำอธิบาย รายวิชา ภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ
815360 วิจัยด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ 3(2-2-5) Innovation and Creative Marketing Research ประเภทของการวิจัย วัตถุประสงค์ของการวิจัย การนำเสนอแนวทางการวิจัยทางนวัตกรรมและการตลาด เพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค การวัดและวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค การออกแบบงานวิจัยด้านนวัตกรรมและการตลาด การกำหนดตัวแปร การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงบรรยาย การนำเสนอผลจากการวิเคราะห์ข้อมูล Type of research, research objectives, presentation of the innovation and marketing research in order to understand	815360 วิจัยด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ 3(2-2-5) Innovation and Creative Marketing Research นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ในการวิจัยการตลาด ระบุวิธีการวิจัยที่เป็นนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ประเภทต่างๆ ออกแบบและดำเนินโครงการวิจัยที่เป็นนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ วิเคราะห์และตีความข้อมูลการวิจัยที่เป็นนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ และใช้ผลการวิจัยเพื่อพัฒนาเชิงลึกและกลยุทธ์ทางการตลาดใหม่ภายใต้การปฏิบัติตามแนวทางจริยธรรมและระเบียบวิธีวิจัย	- ปรับ คำอธิบาย รายวิชา ภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ

หลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ พ.ศ. 2563	หลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2568	สาระที่ปรับปรุง
consumer behavior, measurement and analysis of consumer behavior, innovation and marketing research design, defining variables, data analyzing using descriptive statistics, presentation of the data analysis.	Innovation and creativity in marketing research. Identify various forms of innovative and creative research methods. Design and implement innovative and creative research projects. Analyze and interpret innovative and creative research findings. Using the research findings, you can create new insights and marketing strategies while following ethical guidelines and research methodologies	
	815431 การจัดการบุคลากรในโลกใหม่ 3(3-0-6) New World Workforce Management ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในยุคแห่งความหลากหลายของวิกฤตการณ์โลก ความหมายและขอบเขตของการจัดการกำลังคน วิวัฒนาการในอดีตของการจัดการกำลังคน ความท้าทายหลักในการจัดการกำลังคนร่วมสมัย การจัดการงานระยะไกลและแบบผสมผสาน บทบาทของเทคโนโลยีทรัพยากรบุคคลและระบบอัตโนมัติ ปัญหาประติสฐในการจัดการกำลังคน การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวางแผนกำลังคนและการตัดสินใจ ความหลากหลาย ความเท่าเทียมและการไม่แบ่งแยก ความผูกพันและความเป็นอยู่ของพนักงาน การจัดการผลการปฏิบัติงาน การวางแผนและพัฒนากำลังคน กฎหมายและจริยธรรมที่เกี่ยวข้อง การจัดการการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาองค์กร The significance and scope of workforce management, the historical evolution of workforce management, and the primary challenges in contemporary workforce management are all factors that affect human resource management in the era of diverse global crises. The management of remote and hybrid work, the role of HR technology and automation, artificial intelligence in workforce management, data analytics for workforce planning and decision-making, diversity, equity, and inclusion Employee engagement and well-being, performance management, workforce planning and development, related laws and ethics, change management, and organizational development and management.	- รายวิชาใหม่แทนรายวิชา 815132 นวัตกรรมการบริหารทรัพยากรมนุษย์
815190 โครงการทางด้านแนวคิดและการแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์ 1(0-2-1) Project of Design Thinking and Creative Problem Solving การสืบค้นข้อมูล การวิเคราะห์ เพื่อฝึกการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ โดยใช้ปัญหาจริงจากภาคธุรกิจและอุตสาหกรรม ซึ่งผู้เรียนจะทำงานเป็นทีมภายใต้การชี้แนะของคณาจารย์และผู้เชี่ยวชาญจากภาคธุรกิจและอุตสาหกรรม Analytical for creative problem solving by using real problems from the business and industry. Students will work as a team under the guidance of faculty and experts from business and industry.	815190 โครงการทางด้านการพัฒนาแนวคิดผลิตภัณฑ์ 1(0-2-1) Project in Product Idea development การสืบค้นข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ทางการตลาดและธุรกิจในโลกปัจจุบัน เพื่อเห็นโอกาสทางการตลาด กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พัฒนาแนวคิดผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าทางการตลาดและธุรกิจ ผ่านการทำงานเป็นทีมภายใต้การชี้แนะของคณาจารย์และผู้เชี่ยวชาญจากภาคธุรกิจและอุตสาหกรรม Conducting data searches, analyzing data relating to the current market and business environment to identify market opportunities, target customers, and develop product concepts with market and business value through collaborative efforts under the supervision of faculty and industry experts.	- ปรับคำอธิบายรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

หลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ พ.ศ. 2563	หลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2568	สาระที่ปรับปรุง
815290 โครงการทางด้านการวิเคราะห์ธุรกิจและการแปลง 1(0-2-1) สภาพดิจิทัล Project in Business Analytics and Digital Transformation การวิเคราะห์และการพัฒนาโครงการเพื่อสร้างสินค้าหรือบริการใหม่ๆให้กับภาคธุรกิจ การประยุกต์แนวคิดทางดิจิทัลเพื่อนำไปสู่การสร้างแนวคิดและการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ ต่อองค์กร โดยผู้เรียนจะทำงานเป็นทีมภายใต้การชี้แนะของคณาจารย์และผู้เชี่ยวชาญจากภาคธุรกิจและอุตสาหกรรม รวมถึงการนำเสนอผลการดำเนินงานแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง Analysis and development of project to create a new product or service for the business sector. The application of digital concepts to contribute to the creation of new ideas and changes to the organization, the students will work in team under the guidance of lecturers and experts from the business and industrial sectors, and also present the overall outcome to those involved.	815290 โครงการทางด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการ 1(0-2-1) Project in Product Development and Process การกำหนดแนวคิดผลิตภัณฑ์ วิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเชิงลึก, การกำหนดกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สร้างมูลค่าทางการตลาดและธุรกิจผ่านการทำงานเป็นทีมภายใต้การชี้แนะของคณาจารย์และผู้เชี่ยวชาญจากภาคธุรกิจและอุตสาหกรรม Defining product concepts, conducting an in-depth analysis of target customers, and establishing product development processes that generate market and business value through collaborative efforts under the supervision of faculty and industry experts	- ปรับ คำอธิบาย รายวิชา ภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ
815390 โครงการทางด้านการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับธุรกิจ 2(0-4-2) Project in Data Analytics for Business จัดทำโครงการเพื่อแก้ปัญหาในภาคธุรกิจในเรื่องการตลาดดิจิทัล โดยใช้ปัญหาจริงจากภาคธุรกิจและอุตสาหกรรม การดำเนินการวิจัยและระบุความต้องการของผู้ใช้ การประยุกต์กลยุทธ์การคิดเชิงสร้างสรรค์ และข้อเสนอแนะจากการทดสอบของผู้ใช้เพื่อแก้ไขหรือออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆหรือบริการที่เป็นไปได้ โดยผู้เรียนจะทำงานเป็นทีมภายใต้การชี้แนะของคณาจารย์และผู้เชี่ยวชาญจากธุรกิจและ อุตสาหกรรม Developing the project to solve problems of the business sector in the digital market which based on the real problem from businesses and industrial sector, to conduct research and identify the needs of the user, the application of creativity thinking strategy and suggestions from user's trial to improve or design new products or services as possible, the students will work in team under the guidance of lecturers and experts from the business and industrial sectors.	815390 โครงการทางด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 2(0-4-2) Project in Prototype Development การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด บูรณาการองค์ความรู้ด้านการจัดการนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ ผ่านการทำงานเป็นทีมภายใต้การชี้แนะของคณาจารย์และผู้เชี่ยวชาญจากภาคธุรกิจและอุตสาหกรรม Creating market-relevant prototypes, Develop innovation and creativity management skills through teamwork with faculty and business and industry experts.	- ปรับชื่อวิชา - ปรับ คำอธิบาย รายวิชา ภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ
815490 โครงการทางด้านการจัดทำแผนการตลาดเชิงสร้างสรรค์ 2(0-4-2) Project in Innovation and Creative Marketing ประยุกต์เทคโนโลยีร่วมสมัยที่เกี่ยวกับธุรกิจอัจฉริยะ สำหรับกรณีศึกษาทางธุรกิจ เริ่มจากการวิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ การดำเนินการตามขั้นตอนต่างๆในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสกัดความรู้จากแหล่งข้อมูล ประยุกต์หลักการและแนวคิดเชิงสร้างสรรค์ ตามขั้นตอนจากการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ โดยผู้เรียนจะทำงานเป็นทีมภายใต้การชี้แนะของคณาจารย์และผู้เชี่ยวชาญจากธุรกิจและอุตสาหกรรม รวมถึงการนำเสนอผลการดำเนินงานแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง To explore and select projects. Planning and feasibility studding, proposal writing for project in marketing and innovation, how to define the problems and objectives, literature review, tool selection for the study.	815490 โครงการทางด้านการจัดทำแผนการตลาดเชิงสร้างสรรค์ 2(0-4-2) จากผลิตภัณฑ์ต้นแบบ Project in Marketing Plan from Prototype นำผลิตภัณฑ์ต้นแบบมาทำการทดสอบตลาดและพัฒนาแผนการตลาด ภายใต้การชี้แนะของอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิจากภาคธุรกิจ Assemble prototype products for market testing and formulate marketing strategies with the assistance of business sector advisors and specialists	- ปรับชื่อวิชา - ปรับ คำอธิบาย รายวิชา ภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ

หลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ พ.ศ. 2563	หลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2568	สาระที่ปรับปรุง
815494 สัมมนาทางวิชาการด้านนวัตกรรมและการตลาด 1(0-2-1) เชิงสร้างสรรค์ Seminar in Innovation and Creative Marketing การนำเสนอและอภิปรายหัวข้อที่น่าสนใจทางนวัตกรรมและการตลาด ซึ่งเป็นประเด็นปัจจุบันและจะต้องจัดเป็นการประชุมสัมมนาทางวิชาการด้านนวัตกรรมและการตลาด 1 ครั้ง Presentation and discussion on topics of interest for innovation and marketing. The Current Issues and must provide an academic seminar on marketing and innovation.	815494 สัมมนาทางวิชาการด้านนวัตกรรมและการตลาด 1(0-2-1) เชิงสร้างสรรค์ Seminar in Innovation and Creative Marketing การนำเสนอและอภิปรายหัวข้อทางนวัตกรรมและการตลาดซึ่งเป็นประเด็นปัจจุบันโดยจัดเป็นการประชุมสัมมนาทางวิชาการด้านนวัตกรรมและการตลาด 1 ครั้ง Presentation and discussion of current innovation and marketing issues in one academic seminar.	- ปรับ คำอธิบาย รายวิชา ภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ
815311 การตลาดผ่านสื่อสังคมและการตลาดออนไลน์ 3(2-2-5) Social media and Online Marketing หลักการตลาดผ่านสื่อสังคมและการตลาดออนไลน์ ความแตกต่างระหว่างการทำตลาดบนสื่อสังคมและการทำตลาดออนไลน์ ประเภทการตลาดสื่อสังคมและการตลาดออนไลน์ การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร ธุรกิจที่มีความเหมาะสมใช้การตลาดสื่อสังคมออนไลน์ การวิเคราะห์การตลาดผ่านสื่อสังคมและการตลาดออนไลน์ การวัดความสำเร็จจากการใช้การตลาดผ่านสื่อสังคมและการตลาดออนไลน์ กรณีศึกษาและการปฏิบัติงานการตลาดผ่านสื่อสังคมและการตลาดออนไลน์ Principles of marketing through social media and online marketing, the difference between the social media marketing and online marketing, types of social media marketing and online marketing, customer targeting, integrated marketing communication, appropriate business with online social media marketing, marketing analysis through social media and online marketing, measurement of success in social media and online marketing, case studies and practice in marketing through social media and online marketing.	815311 การตลาดผ่านสื่อสังคม 3(2-2-5) Social Media Marketing หลักการตลาดสื่อสังคม ความแตกต่างระหว่างการทำตลาดสื่อสังคมและการทำตลาดออนไลน์ ประเภทการตลาดสื่อสังคม การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การกำหนดวัตถุประสงค์การตลาดสื่อสังคม การวิเคราะห์การตลาดผ่านสื่อสังคม การวัดความสำเร็จจากการใช้การตลาดผ่านสื่อสังคม กรณีศึกษาด้านการตลาดสื่อสังคม Social media marketing principles, online marketing and social media marketing distinctions, social media marketing types, identifying target audiences, establishing goals, social media marketing analysis, and measurement, Case studies and success stories with social media marketing	- ปรับชื่อวิชา - ปรับ คำอธิบาย รายวิชา ภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ
815312 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ดิจิทัล 3(2-2-5) Digital Customer Relationship Management แนวคิดพื้นฐานของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ วิวัฒนาการของระบบบริการลูกค้าสัมพันธ์ หลักการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล เป้าหมายสำคัญของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ องค์ประกอบหลักของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ รูปแบบการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การพัฒนาระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ กลยุทธ์การจัดการลูกค้าสัมพันธ์และนวัตกรรมบริการ เทคโนโลยีสารสนเทศที่นำมาใช้ในการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า ปัจจัยที่ทำให้เกิดความสำเร็จของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ การใช้ซอฟต์แวร์ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ ของลูกค้าที่รวบรวมได้จากระบบบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ กรณีศึกษาด้านการจัดการบริการและลูกค้าสัมพันธ์ Basic concept of customer relationship management, evolution of the customer service system, principles of customer relationship management with digital technology, key target of customer relationship management, main elements of customer relationship management, customer relationship model, development of efficient customer relationship management system, the strategy of customer relationship management and	-	- ตัดออก

หลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ พ.ศ. 2563	หลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2568	สาระที่ปรับปรุง
innovative service, information technology used in customer relationship management, factors influencing the success of customer relationship management, software used in the data analysis of customers gathered from customer relationship management system, case studies in service management and customer relations.		
815313 การบริหารจัดการตราสินค้า 3(2-2-5) Brand Management แนวคิดเกี่ยวกับตราสินค้า คุณค่าตราสินค้า คุณค่าตราสินค้าในสายตาของผู้บริโภค การบริหารจัดการตราสินค้า การบริหารตราสินค้าในมุมมองของลูกค้า การวางตำแหน่งทางการตลาดของตราสินค้า การเลือกองค์ประกอบตราสินค้า การออกแบบกิจกรรมทางการตลาด การบูรณาการการสื่อสารทางการตลาด การยืมภาพลักษณ์ของสิ่งอื่น การพัฒนาระบบในการวัดและบริหารจัดการคุณค่าตราสินค้า การวัด แหล่งที่มาคุณค่าตราสินค้า การวัดผลลัพธ์ของคุณค่าตราสินค้า วิเคราะห์กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง Concept of branding, brand equity, brand equity in consumers eyes. Brand management, brand management in customers' perspective. Brand's market positioning. Choosing brand elements, designing marketing activities, integrated marketing communication. Borrowing the image of others, developing systems for measuring and managing brand equity, measurement of brand equity sources, measurement the result of brand equity, analysis of relevant case studies.	-	- ย้ายไปเป็นวิชาบังคับ - ปรับชื่อวิชาเป็น 815313 การจัดการและกลยุทธ์ตราสินค้า - ปรับคำอธิบายรายวิชาทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
815314 ระบบการตลาดอัจฉริยะ 3(2-2-5) Artificial Intelligence Marketing ปัญญาประดิษฐ์ การวิเคราะห์ความสำคัญของปัญญาประดิษฐ์ ข้อดีข้อเสียของ ปัญญาประดิษฐ์ การนำปัญญาประดิษฐ์มาประยุกต์ใช้กับงานด้านการตลาด ระบบการตลาดอัตโนมัติ กรณีศึกษาของบริษัทที่นำระบบการตลาดอัตโนมัติมาใช้งาน เช่น เรียนรู้การสร้างประสบการณ์ที่ดีกับลูกค้าด้วย Machine Learning Artificial intelligence, analyzing the importance of artificial intelligence, advantages and disadvantages of artificial intelligence, applying artificial intelligence to marketing work, auto marketing systems, case studies of companies who use auto marketing systems such as learning to create great experiences for customers with machine learning.		- ปรับคำอธิบายรายวิชาทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
815315 การเขียนแผนการตลาดเชิงสร้างสรรค์ 3(2-2-5) Creative Marketing Plan การวิเคราะห์ตลาด การวางแผนกลยุทธ์ การกำหนดฟังก์ชันกรการวิเคราะห์ต้นทุน และ จุดคุ้มทุน การกำหนดงบประมาณและการพยากรณ์งบการเงิน วิธีการเขียนและนำเสนอแผนธุรกิจ Market analysis, strategic planning, organization chart, cost analysis, breakeven point, budgeting and forecasting, financial statements and how to write and present a creative marketing plan.	-	- ตัดออก

หลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ พ.ศ. 2563	หลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2568	สาระที่ปรับปรุง
-	815315 การตลาดเชิงสร้างสรรค์จีน 3(3-0-6) Creative Market in China แนวโน้มการบริโภคใหม่ในตลาดจีน พฤติกรรมเชิงลึกและการวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภคชาวจีน กลยุทธ์การตลาดจีนในตลาดโลก ระบบการลงทุนในประเทศจีน การใช้งานดิจิทัลของคนจีน การตลาดดิจิทัล ดิจิทัลเชิงเนื้อหา การเจรจาต่อรองทางการค้า ขั้นตอนการค้าระหว่างประเทศ การสร้างกลยุทธ์การตลาดและการขายในตลาดจีนให้ประสบความสำเร็จ อุตสาหกรรมวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ของจีน New consumption trends in the Chinese market. Chinese Customer Insights and Data Analysis. China Market Strategy in the Global Market. Investment System in China, Chinese People's Digital Use, China Digital Marketing, Digital Content Marketing, Trade Negotiations, International Trade Procedures. Developing a successful marketing and sales strategy for the Chinese market Creative Cultural Industry.	- รายวิชาใหม่
-	815316 การตลาดวัฒนธรรม 3(3-0-6) Cultural Marketing แนวคิดและหลักการทฤษฎีทางวัฒนธรรม หลักการตลาดเพื่อการจัดการทางวัฒนธรรม การตลาดเชิงความหลากหลายทางวัฒนธรรม การสื่อสารการตลาดเชิงวัฒนธรรม การนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ เช่น จักรวาลณมิติ ปัญญาประดิษฐ์ เป็นต้น ซอฟต์แวร์ การตลาดวัฒนธรรมกับการสร้างซอฟต์แวร์ การวางกลยุทธ์การตลาดวัฒนธรรม อุตสาหกรรมวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ ปัจจัยสร้างความสำเร็จด้านการตลาด กรณีศึกษาด้านการตลาดวัฒนธรรมและด้านซอฟต์แวร์ของประเทศไทย และต่างประเทศ Principles of cultural theory, marketing principles for cultural management, multicultural marketing, cultural marketing communications, the application of technology or innovation using soft power, Marketing Case studies in cultural marketing and soft power in Thailand and abroad, Cultural marketing strategy planning, creative cultural industry, marketing success factors, and culture and soft power creation.	- รายวิชาใหม่
-	815317 ศิลปะการเจรจาต่อรอง 3(3-0-6) The art of negotiation ความหมายและความสำคัญ รูปแบบของการเจรจาต่อรอง หลักการและขั้นตอนของการเจรจาต่อรอง ทักษะที่จำเป็นในการเจรจาต่อรอง การวางแผนการเจรจาต่อรอง กลยุทธ์การเจรจาต่อรองและเทคนิคการเจรจาต่อรองอย่างมีประสิทธิภาพ การเจรจาต่อรองในสถานการณ์ทางตลาดที่เป็นสากล ทักษะการสื่อสาร การเปิดประเด็น การชักชวน การแก้ปัญหา การหาข้อสรุปในการเจรจาต่อรอง การนำเสนอ ฝึกปฏิบัติการเจรจาต่อรองด้านการตลาดในสถานการณ์จำลอง Meaning, significance, and formats of negotiations; principles and procedures of negotiations; skills required for negotiations; preparation for negotiations; strategies and tactics of negotiations. Negotiation in global markets, effective communication, and communication abilities Opening issues,	- รายวิชาใหม่

หลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ พ.ศ. 2563	หลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2568	สาระที่ปรับปรุง
	persuading, solving problems, finding conclusions in negotiations, presenting, practicing marketing negotiations in simulated situations.	
815322 นวัตกรรมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 3(2-2-5) Innovative Marketing for Hospitality นวัตกรรมบริการ ผลกระทบ ความท้าทาย ความเสี่ยงของธุรกิจบริการที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี ธุรกิจบริการโดยมุ่งเน้นนวัตกรรมเป็นสำคัญ ความคิดเกี่ยวกับการตลาดนวัตกรรมทางด้านผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ การพัฒนางานบริการใหม่หรือต่อยอดเพื่อสร้างความแตกต่างอย่างชัดเจนจากงานบริการที่ได้ผลดีมาก่อนหน้านี้ โดยอาศัยเทคโนโลยีที่มีการปรับปรุงกระบวนการแต่ละ ขั้นตอนการเปลี่ยนตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ (Position Innovation) ซึ่งมีเป้าหมายสำคัญในการสร้างอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า กรณีศึกษาด้านนวัตกรรมบริการที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ Marketing principles for business services, key differences between services business and trading business , name choosing, product and services pricing, the reputation of the business and brand, location, style and packaging, relationship between business and customers, customer's perception and acceptance towards the business's products and services, marketing plan, marketing strategies, the use of social media in marketing for service businesses. Marketing case studies for service businesses.	815322 นวัตกรรมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 3(2-2-5) Innovative Marketing for Hospitality นวัตกรรมบริการ ผลกระทบ ความท้าทาย และความเสี่ยงของธุรกิจบริการที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี ธุรกิจบริการโดยมุ่งเน้นนวัตกรรมเป็นสำคัญ ความคิดเกี่ยวกับการตลาด นวัตกรรมทางด้านผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ การพัฒนางานบริการใหม่หรือต่อยอดเพื่อสร้างความแตกต่าง การเปลี่ยนตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษาด้านนวัตกรรมบริการที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ Technology-driven service innovation, impacts, challenges, and risks for service businesses, service business focuses on innovation, marketing ideas, product innovation, Developing new or expanding services to make a difference, Position Innovation, Successful business service innovations case studies.	- ปรับคำอธิบายรายวิชาภาษาอังกฤษ
815323 นวัตกรรมการตลาดสำหรับธุรกิจการเกษตร 3(2-2-5) Innovative Marketing for Agricultural การตลาดดิจิทัล แพลตฟอร์มการตลาดดิจิทัลสำหรับธุรกิจการเกษตร การสร้างความผูกพันกับลูกค้า การนำนวัตกรรมมาทำธุรกิจการเกษตร แนวความคิดใหม่ วิธีการปฏิบัติใหม่และกระบวนการบริหารงานทางการตลาด นวัตกรรมกระบวนการ การส่งเสริมความคิดใหม่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ทางการเกษตร การสร้างอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า Defining market targeting. Pricing for agricultural products, application of technologies for the production and distribution of agricultural products, branding and brand awareness of agricultural products, Innovation in value added for agricultural products, marketing distribution for agricultural product. Building agricultural business network, green marketing network.		- ดัดออก
815324 นวัตกรรมการตลาดสำหรับธุรกิจสุขภาพ 3(2-2-5) Innovative Marketing for Healthcare สถานการณ์ด้านธุรกิจบริการสุขภาพและดิจิทัล ศักยภาพการแข่งขัน เทคโนโลยีสุขภาพ ผลกระทบที่เกิดจากดิจิทัลเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง การตลาดเชิงผู้ประกอบการ ผลตอบแทนทางการตลาด การสร้างประสบการณ์กับการเดินทางของลูกค้า การใช้เครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการสุขภาพ กรณีศึกษาทางด้านนวัตกรรมการตลาดสำหรับธุรกิจสุขภาพ Situation of digital healthcare business, competitiveness, health technology, effects from digital technologies and the Internet of Things (IoT), entrepreneurial	815324 นวัตกรรมการตลาดสำหรับธุรกิจสุขภาพ 3(2-2-5) Innovative Marketing for Healthcare สถานการณ์ด้านธุรกิจบริการสุขภาพและดิจิทัล ศักยภาพการแข่งขัน เทคโนโลยีสุขภาพ ผลกระทบที่เกิดจากเทคโนโลยีดิจิทัลและอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง การตลาดเชิงผู้ประกอบการธุรกิจสุขภาพ การสร้างประสบการณ์กับการเดินทางของลูกค้า การใช้เครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการสุขภาพ กรณีศึกษาทางด้านนวัตกรรมการตลาดสำหรับธุรกิจสุขภาพ Situation in health service business and digital, competitive potential, health technology, impact of digital technology and IoT, health entrepreneurial marketing, creating	- ปรับคำอธิบายรายวิชาทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

หลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ พ.ศ. 2563	หลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2568	สาระที่ปรับปรุง
marketing, Return-on-marketing (ROM), customer Journey experience, using marketing tools for health businesses and case study related.	experiences and customer journeys, using marketing tools for health service businesses, case studies in marketing innovation for health businesses.	
815325 นวัตกรรมการตลาดสำหรับการกีฬาและความบันเทิง 3(2-2-5) Innovative Marketing for Sport and Entertainment ธุรกิจด้านกีฬาและความบันเทิง กระบวนการบริหารงานทางด้านการตลาด นวัตกรรมทางด้านผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ การนำนวัตกรรมมาพัฒนา กระบวนการของงานบริการ การสร้างอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือใช้บริการของลูกค้า Sports and Entertainment industry, Marketing Management Process, Product innovation, Process innovation, new product and service development innovation, Using innovative to develop in service process, Influence the decision to buy a product or use a customer service.	815325 นวัตกรรมการตลาดสำหรับการกีฬาและความบันเทิง 3(2-2-5) Innovative Marketing for Sport and Entertainment ธุรกิจด้านกีฬาและความบันเทิง กระบวนการบริหารงานทางด้านการตลาด นวัตกรรมทางด้านผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ การนำนวัตกรรมมาพัฒนากระบวนการของงานบริการ การสร้างอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือใช้บริการของลูกค้า Sports and Entertainment Industry, Marketing Management Process, Product Innovation, Process Innovation, New Product and Service Development Innovation, Innovation in service process development, Influence a purchase or customer service decision	- ปรับคำอธิบายรายวิชาภาษาอังกฤษ
	815326 นวัตกรรมและการออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวก 3(2-2-5) Innovation and Creative Facility Design ความหมายและประเภทสิ่งอำนวยความสะดวก กระบวนการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งในรูปผลิตภัณฑ์และบริการ แนวคิดในการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีระดับความเป็นนวัตกรรมที่อารยสถาปัตย์และหลักการของอารยสถาปัตย์ กรณีศึกษาด้านนวัตกรรมที่เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกเชิงสร้างสรรค์ Meaning and type of facilities, development process of facilities in both products and services, concept of building facilities with innovation, civilized architecture and the principle of civilized architecture, case studies of innovation in creative facilities.	- ย้ายจากเอกบังคับเป็นเอกเลือก
	815340 การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสำเร็จรูป 3(2-2-5) สำหรับงานด้านการตลาด Information Technology Solutions for Marketing โซลูชันเทคโนโลยีสารสนเทศทางการตลาดสำหรับการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ทางการตลาด ประโยชน์จากโซลูชันเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการตลาดผ่านกรณีศึกษาและตัวอย่างเชิงปฏิบัติสามารถช่วยทำการตลาดโซลูชันด้านไอทีได้ การบูรณาการ Generative-AI เข้ากับโซลูชันเทคโนโลยีสารสนเทศทางการตลาด การพัฒนาแผนการตลาดที่สามารถนำไปปฏิบัติได้โดยโซลูชันเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการตลาดการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และประสิทธิผลทางการตลาดด้วยเนื้อหาการตลาด, ปรับแต่งข้อความทางการตลาดให้เหมาะกับแต่ละบุคคล และสำรวจแพลตฟอร์มชั้นนำสำหรับกรออกแบบและการสร้างเนื้อหาจากโซลูชันเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการตลาด ความท้าทายในอนาคตในโซลูชันเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการตลาด Marketing information technology solutions for marketing strategies changing, Leverage information technology solutions for marketing through case studies and practical instances, the integration of Generative-AI into marketing information technology solutions, Create actionable marketing plans with marketing information technology solutions, Improving creativity and effectiveness in content marketing, personalizing marketing messages. and explore the leading platforms for design and content	-ปรับคำอธิบายรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษ -ปรับจากเอกบังคับเป็นเอกเลือก

หลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ พ.ศ. 2563	หลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2568	สาระที่ปรับปรุง
	creation by Marketing information technology solutions, Future Challenges in Marketing Information Technology Solutions.	
815341 เทคโนโลยีเสมือนสำหรับการตลาด 3(2-2-5) Virtual Technology for Marketing บทบาทของเทคโนโลยีเสมือน ความเป็นจริงเสมือน ความเป็นจริงเสริมและความจริงผสมที่มีต่อธุรกิจหรือบริการ ตัวอย่างการนำเทคโนโลยีเสมือนมาใช้ในการตลาด ฝึกปฏิบัติการสร้างเทคโนโลยี เสมือนเบื้องต้นสำหรับงานด้านการตลาด Role of virtual technology, virtual reality (VR), augmented reality (AR) and mixed reality (MR) on business or service, examples of virtual technology used in marketing, practice in building virtual technology for marketing work.	815341 เทคโนโลยีเสมือนสำหรับการตลาด 3(2-2-5) Virtual Technology for Marketing บทบาทของเทคโนโลยีเสมือน ความเป็นจริงเสมือน ความเป็นจริงเสริมและความจริงผสม ที่มีต่อธุรกิจหรือบริการ ตัวอย่างการนำเทคโนโลยีเสมือนมาใช้ในการตลาด ฝึกปฏิบัติการสร้างเทคโนโลยีเสมือนเบื้องต้นสำหรับงานด้านการตลาด Role of virtual technology, virtual reality (VR), augmented reality (AR), and mixed reality (MR) on business or services, examples of virtual technology used in marketing, practice in building virtual technology for marketing work.	- คงเดิม
815343 หลักการออกแบบสำหรับมนุษย์ 3(2-2-5) Principles of Designing for Humans การระบุลักษณะสำคัญของพฤติกรรมมนุษย์ ผลกระทบต่อการออกแบบระบบโต้ตอบ การวิจารณ์และการออกแบบระบบเชิงโต้ตอบตามความสามารถและพฤติกรรมของมนุษย์ การอธิบายจาก สังคมศาสตร์และการปฏิสัมพันธ์ของคอมพิวเตอร์กับมนุษย์ รวมถึงวิธีการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบระบบโต้ตอบ การใช้รายการตรวจสอบการใช้งานและวิธีการวิเคราะห์แบบเป็นทางการ Identifying key features of human behavior, the impact on the design of interactive systems. Critiquing and designing interactive systems based on human capabilities and behavior. Describing themes from social sciences and human computer interaction and how they relate to interactive system design. Using checklists and formal analysis methods.	815343 หลักการออกแบบสำหรับมนุษย์ 3(2-2-5) Designing Principles for Humans การระบุลักษณะสำคัญของพฤติกรรมมนุษย์ ผลกระทบต่อการออกแบบระบบโต้ตอบ การวิจารณ์และการออกแบบระบบเชิงโต้ตอบตามความสามารถและพฤติกรรมของมนุษย์ การอธิบายจาก สังคมศาสตร์และการปฏิสัมพันธ์ของคอมพิวเตอร์กับมนุษย์ รวมถึงวิธีการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบระบบโต้ตอบ การใช้รายการตรวจสอบการใช้งานและวิธีการวิเคราะห์แบบเป็นทางการ Identifying key features of human behavior, the impact on the design of interactive systems. Critiquing and designing interactive systems based on human capabilities and behavior. Describing themes from social sciences and human computer interaction and how they relate to interactive system design. Using checklists and formal analysis methods.	- คงเดิม
	815344 กลยุทธ์สื่อการตลาด 3(2-2-5) Marketing Media strategies ความหมายและความสำคัญของกลยุทธ์สื่อการตลาด วิวัฒนาการของการวางแผนสื่อทางการตลาด องค์ประกอบสำคัญของกลยุทธ์สื่อการตลาด การทำความเข้าใจผู้ชมสื่อ พฤติกรรมและแนวโน้มการบริโภคสื่อ การแบ่งกลุ่มผู้ชมและการกำหนดเป้าหมาย เครื่องมือสำหรับการวิเคราะห์ผู้ชมในการวางแผนสื่อ ช่องทางสื่อและ แพลตฟอร์ม การวางแผนและการซื้อสื่อ กลยุทธ์สร้างสรรค์ในการวางแผนสื่อ กลยุทธ์สื่อดิจิทัล การวัดประสิทธิผลของสื่อ การเพิ่มประสิทธิภาพแคมเปญสื่อ ข้อพิจารณาทางกฎหมายและจริยธรรม The definition and importance of a marketing media strategy, the evolution of media planning in marketing, Key components of a marketing media strategy, understanding media audiences, media consumption habits and trends. Audience segmentation and targeting. Media planning utilizes tools for audience analysis. Media channels and platforms Media planning and buying the creative strategy encompasses media planning, digital media strategy, and the measurement of media effectiveness. Optimizing media campaigns Legal and ethical considerations.	

หลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมการตลาดเชิงสร้างสรรค์ พ.ศ. 2563	หลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2568	สาระที่ปรับปรุง
815491 การฝึกอบรมหรือการฝึกงานในต่างประเทศ 6 หน่วยกิต International Academic of Professional Training การฝึกอบรมเชิงวิชาการภาคปฏิบัติหรือฝึกปฏิบัติงานจริงภายใน หน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน ในต่างประเทศ โดยได้รับความเห็นชอบจาก มหาวิทยาลัย Academic in practice or real professional training at a public or private organization on abroad with the approval of the university.	815491 การฝึกอบรมหรือการฝึกงานในต่างประเทศ 6 หน่วยกิต International Academic of Professional Training การฝึกอบรมเชิงวิชาการภาคปฏิบัติหรือฝึกปฏิบัติงานจริงภายใน หน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน ในต่างประเทศ โดยได้รับความเห็นชอบจาก มหาวิทยาลัย Academic in practice or real professional training at a public or private organization on abroad with the approval of the university.	คงเดิม
815492 สหกิจศึกษา 6 หน่วยกิต Co-operative Education การฝึกปฏิบัติงานจริงเพื่อเพิ่มประสบการณ์วิชาชีพ ในฐานะ พนักงานในหน่วยงานหรือสถานประกอบการตามระบบสหกิจศึกษา Real-work setting apprenticeship to increase professional career experience in an agency or enterprise according to co- operative education system.	815492 สหกิจศึกษา 6 หน่วยกิต Co-operative Education การฝึกปฏิบัติงานจริงเพื่อเพิ่มประสบการณ์วิชาชีพ ในฐานะพนักงาน ในหน่วยงานหรือสถานประกอบการตามระบบสหกิจศึกษา Real-work setting apprenticeship to increase professional career experience in an agency or enterprise according to co- operative education system.	คงเดิม
815493 การฝึกงาน 6 หน่วยกิต Professional Training การฝึกงานด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ในสถาน ประกอบการในองค์กรภาครัฐหรือภาคเอกชน โดยมีระยะเวลาในการฝึก ติดต่อกันไม่น้อยกว่า 420 ชั่วโมงและนำเสนอรายงานผลการ ปฏิบัติงาน Practical experience in marketing field in private or public sector for minimum of 420 hours and presentation of performance report.	815493 การฝึกงาน 6 หน่วยกิต Professional Training การฝึกงานด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ในสถาน ประกอบการในองค์กรภาครัฐหรือภาคเอกชน โดยมีระยะเวลาในการฝึก ติดต่อกันไม่น้อยกว่า 420 ชั่วโมงและนำเสนอรายงานผลการ ปฏิบัติงาน Practical experience in marketing field in private or public sector for minimum of 420 hours and presentation of performance report.	คงเดิม

ผนวก 3

คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตร



คำสั่งมหาวิทยาลัยนเรศวร

ที่ ๑๐๒๘๑ / 2567

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตร

หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรม และการตลาดเชิงสร้างสรรค์

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568

คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร

ด้วยคณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร จะดำเนินการปรับปรุงหลักสูตร วิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรม และการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ที่จะครบวงจรการปรับปรุงหลักสูตรตาม กฎกระทรวงมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 กฎกระทรวงมาตรฐานหลักสูตรการศึกษาระดับ อุดมศึกษา พ.ศ. 2565 และประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร ระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565 เพื่อใช้ในการปีการศึกษา 2568 เป็นต้นไป

ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินการพัฒนาหรือปรับปรุงรายละเอียดของหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรม และการตลาดเชิงสร้างสรรค์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568 ของคณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร เป็นไปด้วยความเรียบร้อย และมีประสิทธิภาพ ฉะนั้น อาศัยอำนาจความตาม มาตรา 17 มาตรา 20 และมาตรา 37 แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยนเรศวร พ.ศ. 2533 จึงแต่งตั้ง คณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรตามกฎกระทรวงมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 กฎกระทรวง มาตรฐานหลักสูตรการศึกษาระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 และประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565 ดังนี้

ที่ปรึกษา

1. อธิการบดีมหาวิทยาลัยนเรศวร
2. รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ
3. คณบดีคณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร
4. รองคณบดีฝ่ายวิชาการ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร

หน้าที่ ให้คำปรึกษาด้านต่าง ๆ ให้การพัฒนาเพื่อปรับปรุงรายละเอียดของหลักสูตร ดำเนินไปด้วย ความเรียบร้อย สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรม และการตลาดเชิงสร้างสรรค์

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568

คณะกรรมการร่างหลักสูตร

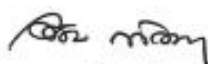
1. ผศ.จิตติคุณ	วัฒนะ	อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	ประธานกรรมการ
2. นายโอฬาร เกียรติพงษ์	วีระเดชะ	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก	กรรมการ
3. ดร.จันจิรา	จันทร์โสม	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก	กรรมการ
4. ดร.พิมสรวา	ยากคล้าย	อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	กรรมการ
5. ผศ.ดร.ร.อ.หญิง วชิรา	พันธุ์ไพโรจน์	อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	กรรมการและเลขานุการ

คณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตร			
1. นายสุวรรณชัย	โลหะวัฒนกุล	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก	ประธานกรรมการ
2. คุณณฤดี	ศรีธนานินทร์	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก	กรรมการ
3. รศ.ดร.อรรถไกร	พันธุ์ภักดี	อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	กรรมการ
4. ดร.สุภรวิทย์	ตรงต่อธรรม	อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	กรรมการ
5. ดร.อุดมลักษณ์	ศรีชัยชม	อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	กรรมการและเลขานุการ

หน้าที่ พัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องตามกฎกระทรวงมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 กฎกระทรวงมาตรฐานหลักสูตรการศึกษาระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 และประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565

ทั้งนี้ตั้งแต่วันที่ 23 มกราคม พ.ศ. 2567 เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ 23 มกราคม พ.ศ. 2567



(รองศาสตราจารย์ ดร.วันนา พัดเกตุ)

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ ปฏิบัติราชการแทน

อธิการบดีมหาวิทยาลัยนเรศวร

ภาคผนวก 4

แบบแสดงความคิดเห็นในการพิจารณาให้ข้อเสนอแนะ
(ร่าง) หลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2568

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ดร.จันจิรา จันทรโสม

สถานที่ทำงาน บริษัท ไอ.ซี.ที. อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล จำกัด (มหาชน) ตำแหน่ง ..ผู้บริหารส่วนงานบริหารแบรนด์
Cosmetic

โปรดแสดงความคิดเห็นต่อร่างหลักสูตร ด้วยการทำเครื่องหมาย / ในช่อง ☒ หรือให้ข้อเสนอแนะต่างๆ
ในช่องว่างในประเด็น ต่อไปนี้

1. โครงสร้างรวมของหลักสูตร มีจำนวนหน่วยกิต ตลอดหลักสูตรไม่น้อยกว่า 133.....

หน่วยกิต

- ☐ น้อยไป ควรเป็น.....หน่วยกิต
☐ มากไป ควรเป็น.....หน่วยกิต
☒ เหมาะสม

2. แผนการศึกษาที่เปิดให้ลงทะเบียนในแต่ละภาคการศึกษา

- ☐ ไม่เหมาะสม ☒ เหมาะสม

• ข้อเสนอแนะต่อหลักสูตร

1. จากประสบการณ์การเข้าไปสอนในสถาบันการศึกษา พบว่า ปัญหาหนึ่งของนิสิตในการเลือกเข้ามาเรียนในหลักสูตรยังไม่มีเป้าหมายและเข้าใจถึงเส้นทางวิชาชีพที่ชัดเจน เนื่องจากไม่รู้จักความต้องการของตนเอง ซึ่งการรู้จักตนเองนั้นไม่ได้ติดตัวมาแต่กำเนิดแต่เกิดจากการลงมือทำกิจกรรม จากการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับผู้อื่นหรือเพื่อน ซึ่งการรู้จักตนเองสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดชีวิต การทำให้ผู้เรียนได้เข้าใจตนเองจะทำให้พัฒนาจุดแข็งมากขึ้น ลดจุดอ่อนลง หลักสูตรจึงควรมีรายวิชาที่ให้ผู้เรียนได้รู้จักตนเอง

2. ควรเพิ่มวิชาเลือกทางด้านการตลาด เพื่อเป็นทางเลือกที่หลากหลายให้กับผู้เรียน เนื่องจากการตลาดในปัจจุบันมีวิธีการที่เจาะลึกและเปลี่ยนแปลงเร็วเพื่อให้ตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

3. รายวิชาและเนื้อหาในรายวิชาเฉพาะ มีความเหมาะสมกับหลักสูตรหรือไม่อย่างไร

รายวิชาของหลักสูตรมีความเหมาะสม สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน เน้นการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการทำการตลาด เน้นการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด เพื่อเสนอคุณค่าโดยรวมต่อลูกค้าเป้าหมาย

4. ท่านคิดว่านิสิตควรได้รับการเสริมสร้างศักยภาพในด้านใดเพิ่มเติมอีก บ้างเพราะเหตุใด

การใช้เทคโนโลยีทางการตลาด (MarTech) เพื่อช่วยให้ธุรกิจทำการตลาดผลิตภัณฑ์หรือบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

5. ท่านมีข้อเสนอแนะอะไรที่จะช่วยพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตร/การบริหารหลักสูตร ให้เป็นไปตามความต้องการของสังคมและเหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน

ควรส่งเสริมด้านการศึกษาดูงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อศึกษาความก้าวหน้าทางด้านนวัตกรรมและการตลาด โดยเฉพาะการตลาดด้านวัฒนธรรมที่มีการนำวัฒนธรรมสมัยใหม่เข้ามา ซึ่งการตลาดวัฒนธรรมเป็นการให้ความสำคัญที่เฉพาะกลุ่มมากขึ้น โดยยึดถือทางวัฒนธรรมเป็นหลัก ซึ่งจะสร้างการรับรู้ถึงแบรนด์ที่ทั่วถึงมากกว่าเดิมแล้ว ยังทำให้ผู้บริโภคเห็นว่แบรนด์ต่าง ๆ เคารพและสร้างคุณค่าจกวัฒนธรรม ซึ่งการตลาดเชิงวัฒนธรรมจะช่วยให้เกิด ความภักดีต่อแบรนด์ ทำให้เกิดความรู้สึกคุ้นเคย เป็นการสร้างกลยุทธ์การตลาดทางอารมณ์ โดยผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นก็คือ การแนะนำต่อ ซึ่งการตลาดแบบปากต่อปาก (Word of Mouth Marketing) ยังเป็นหนึ่งในวิธีการตลาดที่มีอิทธิพลมากที่สุด

6. โดยภาพรวมของหลักสูตร ท่านคิดว่าหลักสูตรนี้มีจุดเด่น – จุดด้อย ด้านใดบ้าง

6.1 จุดเด่นด้านใด

การปฏิบัติรายวิชาโครงการที่ทำให้มี Product Innovation Idea เรียนรู้ใน Process Innovation สร้าง Prototype จนกระทั่งออกมาเป็นแผนการตลาด ซึ่งทำให้มีสิดได้เรียนรู้ในทุกกระบวนการ ทำให้มีสิดได้ฝึกทั้งทางด้าน Creative & Design Thinking จนนำไปสู่ Marketing Plan

6.2 จุดด้อยด้านใด

ในอนาคตจะมีการจ้างงานข้ามประเทศกันมากขึ้นในรูปแบบการทำงานออนไลน์ เนื่องจากหลายประเทศจะเข้าสู่สังคมสูงวัยแบบเต็มตัว จะประสบภาวะขาดแคลนแรงงาน ในขณะที่หลายประเทศในกลุ่มกำลังพัฒนาเองก็จะกลายมาเป็นแหล่งพัฒนาแรงงานมีฝีมือ ดังนั้น การเรียนภาษาอังกฤษเพื่อการทำงานยังคงมีความสำคัญ ควรฝึกทักษะนี้สิดให้สามารถนำเสนอเป็นภาษาอังกฤษมากขึ้น

7. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม (ถ้ามี)

การร่วมมือกับภาคเอกชน ในการทำกิจกรรมเสริมหลักสูตร โดยการมาร่วมเป็น Case Study ในรายวิชาต่าง ๆ

ลงชื่อ



(ดร.จันจิรา จันทรโณ)

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

แบบแสดงความคิดเห็นในการพิจารณาให้ข้อเสนอแนะ
(ร่าง) หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2568

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ คุณโอลิเวอร์ กิตติพงษ์ วีระตะชะ

สถานที่ทำงาน บริษัท.เคนท์ส.ประเทศไทย...ตำแหน่ง ..ประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่มด้าน
การตลาดและนวัตกรรม

โปรดแสดงความคิดเห็นต่อร่างหลักสูตร ด้วยการทำเครื่องหมาย / ในช่อง ☒ หรือให้ข้อเสนอแนะต่างๆ
ในช่องว่างในประเด็น ต่อไปนี้

1. โครงสร้างรวมของหลักสูตร มีจำนวนหน่วยกิต ตลอดหลักสูตรไม่น้อยกว่า .. 133 .

หน่วยกิต

- ☐ น้อยไป ควรเป็น.....หน่วยกิต
☐ มากไป ควรเป็น.....หน่วยกิต
☒ เหมาะสม

2. แผนการศึกษาที่เปิดให้ลงทะเบียนในแต่ละภาคการศึกษา

- ☐ ไม่เหมาะสม ☒ เหมาะสม

• ข้อเสนอแนะต่อหลักสูตร

1. เน้นการเรียนการสอนที่เป็น Activity Base ให้มาก
2. ปัจจุบันโลกเปิดกว้างเรื่องความหลากหลายมากขึ้นไม่ว่าจะเป็น ด้านวัฒนธรรม เชื้อชาติ ศาสนา เพศสภาพ และอื่น ๆ อีกมากมาย ซึ่งเป็นเทรนด์มาแรงขนาดนี้ ในด้านการตลาด มีการหยิบเอาความหลากหลายในด้านของวัฒนธรรมมาเล่น..โดยมุ่งเน้นไปที่การหยิบยกเอาวัฒนธรรมความหลากหลายของกลุ่มลูกค้ามาไว้ในโฆษณาหรือแคมเปญ..ปัจจุบันลูกค้าไม่ได้ต้องการแค่สินค้าและบริการ แต่ต้องการให้แบรนด์รับรู้และเห็นคุณค่าในเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของเขาด้วย..เมื่อแบรนด์ถ่ายทอดวัฒนธรรมความหลากหลายออกมาด้วยความเข้าใจและชื่นชมก็จะได้รับความไว้วางใจ ทำให้เกิด..การสนับสนุนแบรนด์..ผ่านกระแสบนโซเชียลมีเดียและการบอกต่อจากลูกค้านั่นเอง ดังนั้นในหลักสูตร ควรมีรายวิชาทางด้าน การตลาดหลากหลายวัฒนธรรม (Multicultural Marketing) หรือ การตลาดวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการวางกลยุทธ์ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เฉพาะเจาะจงมากขึ้น

3. รายวิชาและเนื้อหาในรายวิชาเฉพาะ มีความเหมาะสมกับหลักสูตรหรือไม่อย่างไร

รายวิชาของหลักสูตรมีความเหมาะสม สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน แต่ให้ติดตามการเปลี่ยนแปลงความก้าวหน้าทางการตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงเร็ว เน้นถึงการวางกลยุทธ์ทางการตลาดที่ เสนอคุณค่าโดยรวมต่อลูกค้าอย่างไร ตลอดจนวิสัยทัศน์ระยะยาวสำหรับทางการตลาดซึ่งมักจะเป็นการคาดการณ์ไปในอนาคต

4. ท่านคิดว่านิสิตควรได้รับการเสริมสร้างศักยภาพในด้านใดเพิ่มเติมอีก บ้างเพราะเหตุใด

.....การเรียนรู้ที่เน้นบทบาทและการมีส่วนร่วมของผู้เรียน หรือการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) เน้นการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติหรือการลงมือทำให้มากและหลากหลายแบบซึ่งหลักสูตรได้ทำอยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็นการเรียนรู้แบบกระบวนการวิจัย การเรียนรู้แบบกรณีศึกษา แต่ให้เพิ่มรูปแบบให้หลากหลายมากขึ้น เช่น การเรียนรู้โดยใช้เกม การเรียนรู้แบบโต้ตอบ เป็นต้น

5. ท่านมีข้อเสนอแนะอะไรที่จะช่วยพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตร/การบริหารหลักสูตร ให้เป็นไปตามความต้องการของสังคมและเหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน

การส่งเสริมด้านการศึกษาดูงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อศึกษาความก้าวหน้าทางด้านนวัตกรรมและการตลาด โดยเฉพาะการตลาดด้านวัฒนธรรมที่มีการนำนวัตกรรมสมัยใหม่เข้ามา ซึ่งการตลาดวัฒนธรรมเป็นการให้ความสำคัญที่เฉพาะกลุ่มมากขึ้น โดยยึดถือทางวัฒนธรรมเป็นหลักซึ่งจะสร้างการรับรู้ถึงแบรนด์ที่ทั่วถึงมากกว่าเดิมแล้ว ยังทำให้ผู้บริโภคเห็นว่แบรนด์ต่างๆ เคารพและสร้างคุณค่าจากวัฒนธรรม ซึ่งการตลาดเชิงวัฒนธรรมจะช่วยให้เกิด ความภักดีต่อแบรนด์ ทำให้เกิดความรู้สึกคุ้นเคย เป็นการสร้างกลยุทธ์การตลาดทางอารมณ์ โดยผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นก็คือ การแนะนำต่อ ซึ่งการตลาดแบบปากต่อปาก (Word of Mouth Marketing) ยังเป็นหนึ่งในวิธีการตลาดที่มีอิทธิพลมากที่สุด

6. โดยภาพรวมของหลักสูตร ท่านคิดว่าหลักสูตรนี้มีจุดเด่น – จุดด้อย ด้านใดบ้าง

6.1 จุดเด่นด้านใด

การปฏิบัติรายวิชาโครงการที่ทำให้นิสิตได้มี Product Innovation Idea เรียนรู้ใน Process Innovation สร้าง Prototype จนกระทั่งออกมาเป็นแผนการตลาด ซึ่งทำให้นิสิตได้เรียนรู้ในทุกกระบวนการ ทำให้นิสิตได้ฝึกทั้งทางด้าน Creative & Design Thinking จนนำไปสู่ Marketing Plan

6.2 จุดด้อยด้านใด

ในอนาคตจะมีการจ้างงานข้ามประเทศกันมากขึ้นในรูปแบบการทำงานออนไลน์ เนื่องจากหลายประเทศจะเข้าสู่สังคมสูงวัยแบบเต็มตัว จะประสบภาวะขาดแคลนแรงงาน ในขณะที่หลายประเทศในกลุ่มกำลังพัฒนาเองก็จะกลายมาเป็นแหล่งพัฒนาแรงงานมีฝีมือ ดังนั้น การเรียนภาษาอังกฤษเพื่อการทำงานยังคงมีความสำคัญ ควรฝึกทักษะนี้ให้ดีให้สามารถนำเสนอเป็นภาษาอังกฤษมากขึ้น

7. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม (ถ้ามี)

การร่วมมือกันภาคเอกชน ในการทำกิจกรรมเสริมหลักสูตร โดยการมาร่วมเป็น Case Study ในรายวิชาต่าง ๆ

ลงชื่อ 
(โอลิเวอร์ กิตติพงษ์ วีระเดชะ)
กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

ภาคผนวกที่ 5

ผลงานทางวิชาการของอาจารย์ประจำหลักสูตรตามประกาศ ก.พ.อ.

ชื่อ – นามสกุล (ภาษาไทย) : รองศาสตราจารย์.ดร.อรรถไกร พันธุ์ภักดี
(ภาษาอังกฤษ) : Assoc.Prof. Attakrai Punpukdee, Ph.D.

ผลงานทางวิชาการย้อนหลัง 5 ปี

1. งานวิจัย

1.1 รายงานการวิจัย

-

1.2 บทความวิจัย (ระบุฐานข้อมูลที่ตีพิมพ์)

- อรรถไกร พันธุ์ภักดี. (2565). รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความสามารถทางนวัตกรรมการจัดการความรู้ของสมาชิกเครือข่ายการดูแลผู้ป่วยเบาหวาน โรงพยาบาลของรัฐ เขตภาคเหนือของประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร*, 8(2), 89-98. (TCI กลุ่ม 1)
- อรรถไกร พันธุ์ภักดี. (2563). ปัจจัยจำแนกกลุ่มที่ตั้งใจจะเลือกใช้บริการหรือกลุ่มที่ตั้งใจจะไม่เลือกใช้บริการสุขภาพ สถานพยาบาลเอกชนที่จะเปิดใหม่ ของประชากรในเขตเศรษฐกิจพิเศษ ประเทศไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยคริสเตียน*. 26(1), 42 – 55. (TCI กลุ่ม 1)
- Punpukdee, A., Wattana, C., Punpairoj, W., Srichuachom, U., Yaklai, P., & Trongtortam, S. (2024). Comparative study of factors influencing the adoption or non-adoption of healthcare services at newly opening private hospitals. *Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University*, 18(2), 18–34. (TCI tier 1)
- Punpukdee, A. (2023). Considering Consumer Behavior in Thailand's Traditional and Digital Markets. *Journal of Contemporary Issues and Thought*, 13(1), 25-34.
<https://doi.org/10.37134/jcit.vol13.1.3.2023>.
- Punpukdee, A., Wattana, C., Punpairoj, W., Srichuachom, U., Yaklai, P., & Trongtortam, S. (2023). Thai Private Hospitals' Innovative Healthcare Cultivation: An Exploratory Factor Analysis (EFA). *MBA-KKU Journal*, 16(2), 32-67. (TCI tier 2)
- Punpukdee, A. (2021). Key factors affecting consumer behavior in Thai digital marketing: Research synthesis by systematic literature review and data-mining techniques. *Hatyai Academic Journal*, 19(2), 345–369. (TCI tier 1)
- Punpukdee, A., Wattana, C., Punpairoj, W., Srichuachom, U., Yaklai, P., & Trongtortam, S. (2021). Key factors affecting consumer behavior in the Thailand offline marketing: Research synthesis by systematic literature review and data mining techniques. *Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University*, 15(2), 21-32. (TCI tier 1)
- Punpukdee, A. (2020). Innovative Knowledge Productivity in Community of Practice in Public

ผลงานทางวิชาการย้อนหลัง 5 ปี	
Hospitals of Thailand: A Model Comparison Approach. <i>Journal of Contemporary Issues and Thought</i> , 10, 54–64. https://doi.org/10.37134/jcit.vol10.6.2020	
1.3 หนังสือที่เขียนจากงานวิจัย	-
2. ตำรา	-
3. หนังสือ	Punpukdee, A. (2021). <i>Understanding factors predicting consumer behavior in the offline and digital marketing perspective of Thailand: A critical evaluation of theory and quantitative market research</i> . Naresuan University.
4. บทความวิชาการ (ระบุฐานข้อมูลที่ตีพิมพ์)	-
5. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น	
5.1 ผลงานทางวิชาการเพื่ออุตสาหกรรม	-
5.2 ผลงานทางวิชาการเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนและการเรียนรู้	-
5.3 ผลงานทางวิชาการเพื่อพัฒนานโยบายสาธารณะ	-
5.4 กรณีศึกษา (Case Study)	-
5.5 งานแปล	-
5.6 พจนานุกรม สารานุกรม นามานุกรม และงานวิชาการอื่นในลักษณะเดียวกัน	-
5.7 ผลงานสร้างสรรค์ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	-
5.8 ผลงานสร้างสรรค์ด้านสุนทรียะ ศิลปะ	-
5.9 ลิขสิทธิ์	-
5.10 ซอฟต์แวร์	-

ผลงานทางวิชาการย้อนหลัง 5 ปี
6. ผลงานทางวิชาการรับใช้สังคม -

ขอรับรองว่าผลงานทางวิชาการข้างต้น ไม่ใช่ส่วนหนึ่งของการศึกษาเพื่อรับปริญญา เป็นผลงานทางวิชาการที่ได้รับการเผยแพร่ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในการพิจารณาแต่งตั้งให้บุคคลดำรงตำแหน่งทางวิชาการ เป็นผลงานทางวิชาการในรอบ 5 ปีย้อนหลัง และเขียนตามรูปแบบบรรณานุกรม

ลงชื่อ.....
 (รองศาสตราจารย์ ดร.อรรณโก...พันธุ์ภักดี)
 เจ้าของผลงานทางวิชาการ

ผลงานทางวิชาการของอาจารย์ประจำหลักสูตรตามประกาศ ก.พ.อ.

ชื่อ – นามสกุล (ภาษาไทย) : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกกาญจน์ เสน่ห์ นมะhoot
(ภาษาอังกฤษ) : Assist. Prof. Kanokkarn Snae Namahoot , Ph.D.

ผลงานทางวิชาการย้อนหลัง 5 ปี
1. งานวิจัย 1.1 รายงานการวิจัย - 1.2 บทความวิจัย (ระบุฐานข้อมูลที่ตีพิมพ์) กนกกาญจน์ เสน่ห์ นมะhoot และพีรณัฐ อินทร์แก้ว. (2564). นวัตกรรมการใช้บริการขนส่งพัสดุประเทศไทยในช่วง COVID-19 ด้วยโมเดลสมการเชิงโครงสร้าง. <i>จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์</i>, 43(170), 76-94. (TCI กลุ่ม 1) กนกกาญจน์ เสน่ห์ นมะhoot. (2564). การบูรณาการทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรมกับการรับรู้ความเสี่ยงและทัศนคติเพื่อวัดความตั้งใจในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งของผู้สูงอายุในประเทศไทย. <i>วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร</i>, 16(1), 198-222. (TCI กลุ่ม 1) Namahoot, C. S., Namahoot, K. S., Punpairoj, W., Wattana, C., Brückner, M., & Meephaikhor, P. (2024). BROTH: The broad recommender ontology for Thai herbs. <i>ECTI Transactions on Computer and Information Technology</i>, 18(3), 381–395. (Scopus Quartile 4) Namahoot, K. S., Punpairoj, W., & Wattana, C. (2024). Gender differences in herbal platform adoption and user behavior: A multi-group comparison based on structural equation model. <i>Journal of Infrastructure, Policy and Development</i>, 8(9), 7579. (Scopus Quartile 2) Chotitumtara, A., & Namahoot, K. S. (2023). Assessing the optimal digital banking model for service users in Thailand: A structural equation modelling approach to risk analysis. <i>International Journal of Membrane Science and Technology</i>, 10(5), 111–130. https://doi.org/10.15379/ijmst.v10i5.2428. (Scopus Quartile 4) Namahoot, K. S., & Boonchieng, E. (2023). UTAUT determinants of cashless payment system adoption in Thailand: A hybrid SEM-neural network approach. <i>SAGE Open</i>, 13(4). https://doi.org/10.1177/21582440231214053 (SJR Quartile 2) Namahoot, K. S., Punpairoj, W., Wattana, C., & Rattanawiboonsom, V. (2023). Augmented reality technology adoption in tourism using structural equation model. <i>International Journal of Professional Business Review</i>, 8(8), 1–29. https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i8.3302 . (Scopus Quartile 4)

ผลงานทางวิชาการย้อนหลัง 5 ปี

- Namahoot, K. S.,** Namahoot, C. S., Punpairoj, W., & Wattana, C. (2023). Structural Equation Modeling in Acceptance of Herbal Platform Services in Thailand. *MUT Journal of Business Administration*, 20(1), 174-190. (TCI tier 1)
- Punpairoj, W., **Namahoot, K. S.,** Wattana, C., & Rattanawiboonsom, V. (2023). The influence of innovativeness on revisit intention: The mediating role of word-of-mouth in augmented reality for tourism in Thailand. *International Journal of Professional Business Review*, 8(6), 1–31. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i6.e02380> (Scopus Quartile 4)
- Namahoot, K. S.** (2022). *Adoption and impact of Chat-GPT in Thailand: Analyzing service quality and technology acceptance through a structural equation modeling approach*. SSRN. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4898056>.
- Namahoot, K. S.,** & Jantasri, V. (2022). A Comparison of the Forecasting Accuracy in the Rate of Changes of Security Prices in Thailand, Using Arima Models. *Journal of Business, Economics and Communications, Naresuan University*, 17(4). 173-189. (TCI tier 1)
- Namahoot, K. S.,** & Jantasri, V. (2022), Integration of UTAUT model in Thailand cashless payment system adoption: the mediating role of perceived risk and trust, *Journal of Science and Technology Policy Management*, 14(2), 634-658. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-07-2020-0102> .(Scopus Quartile 2)
- Namahoot, K. S.,** Namahoot, C. S., Buddhabhumbhitak, K., & Brückner, M. (2022). Thaiwelltopia: A high-quality wellness tourism platform. In Y. Luo (Ed.), *Cooperative Design, Visualization, and Engineering* (Vol. 13492, pp. 45–55). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-16538-2_5
- Namahoot, K. S.,** & Rattanawiboonsom, V. (2022). Integration of TAM model of consumers' intention to adopt cryptocurrency platform in Thailand: the mediating role of attitude and perceived risk. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2022(1), <https://doi.org/10.1155/2022/9642998> .(Scopus Quartile 1)
- Namahoot, K. S.,** & Jantasri, V. (2021). Forecasting the stock exchange of Thailand using data mining techniques. *International Journal of Electronic Finance*, 10(4), 211–231. <https://doi.org/10.1504/IJEF.2021.119777> .(Scopus Quartile 4)
- Namahoot, K. S.,** & Jantasri, V. (2021). A comparison of adoption and service quality between large and small broadband internet service providers in Thailand. *Management Science Letters* , 11(8), 2211-2224.

ผลงานทางวิชาการย้อนหลัง 5 ปี	
1.3 หนังสือที่เขียนจากงานวิจัย	-
2. ตำรา	-
3. หนังสือ กนกกาญจน์ เสน่ห์ นมะหุต (2564). ความรู้ทางการเงินในยุคดิจิทัล. พิษณุโลก: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยนเรศวร.	
4. บทความวิชาการ (ระบุฐานข้อมูลที่ตีพิมพ์)	-
5. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น	
5.1 ผลงานทางวิชาการเพื่ออุตสาหกรรม	-
5.2 ผลงานทางวิชาการเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนและการเรียนรู้	-
5.3 ผลงานทางวิชาการเพื่อพัฒนานโยบายสาธารณะ	-
5.4 กรณีศึกษา (Case Study)	-
5.5 งานแปล	-
5.6 พจนานุกรม สารานุกรม นามานุกรม และงานวิชาการอื่นในลักษณะเดียวกัน	-
5.7 ผลงานสร้างสรรค์ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	-
5.8 ผลงานสร้างสรรค์ด้านสุนทรียะ ศิลปะ	-
5.9 ลิขธิบัตร	-
5.10 ซอฟต์แวร์	-

ผลงานทางวิชาการย้อนหลัง 5 ปี
6. ผลงานทางวิชาการรับใช้สังคม -

ขอรับรองว่าผลงานทางวิชาการข้างต้น ไม่ใช่ส่วนหนึ่งของการศึกษาเพื่อรับปริญญา เป็นผลงานทางวิชาการที่ได้รับการเผยแพร่ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในการพิจารณาแต่งตั้งให้บุคคลดำรงตำแหน่งทางวิชาการ เป็นผลงานทางวิชาการในรอบ 5 ปีย้อนหลัง และเขียนตามรูปแบบบรรณานุกรม

ลงชื่อ.....
 (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกกาญจน์ เสน่ห์ นมะหุต)
 เจ้าของผลงานทางวิชาการ

ผลงานทางวิชาการของอาจารย์ประจำหลักสูตรตามประกาศ ก.พ.อ.

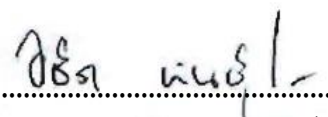
ชื่อ – นามสกุล (ภาษาไทย) : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เรืออากาศเอกหญิงวชิรา พันธุ์ไพโรจน์
(ภาษาอังกฤษ) : Assist.Prof. Flt.Lt. Wachira Punpairoj, Ph.D

ผลงานทางวิชาการย้อนหลัง 5 ปี
1. งานวิจัย 1.1 รายงานการวิจัย - 1.2 บทความวิจัย (ระบุฐานข้อมูลที่ตีพิมพ์) Namahoot, C. S., Namahoot, K. S., Punpairoj, W., Wattana, C., Brückner, M., & Meephaikhon, P. (2024). BROTH: The broad recommender ontology for Thai herbs. <i>ECTI Transactions on Computer and Information Technology</i>, 18(3), 381–395. (Scopus Quartile 4) Namahoot, K. S., Punpairoj, W., & Wattana, C. (2024). Gender differences in herbal platform adoption and user behavior: A multi-group comparison based on structural equation model. <i>Journal of Infrastructure, Policy and Development</i>, 8(9), 7579. (Scopus Quartile 2) Punpukdee, A., Wattana, C., Punpairoj, W., Srichuachom, U., Yakai, P., & Trongtortam, S. (2024). Comparative study of factors influencing the adoption or non-adoption of healthcare services at newly opening private hospitals. <i>Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University</i>, 18(2), 18–34. (TCI tier 1) Namahoot, K. S., Namahoot, C. S., Punpairoj, W., & Wattana, C. (2023). Structural Equation Modeling in Acceptance of Herbal Platform Services in Thailand. <i>MUT Journal of Business Administration</i>, 20(1), 174-190. (TCI tier 1) Namahoot, K. S., Punpairoj, W., Wattana, C., & Rattanawiboonsom, V. (2023). Augmented reality technology adoption in tourism using structural equation model. <i>International Journal of Professional Business Review</i>, 8(8), 1–29. https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i8.3302 . (Scopus Quartile 4) Punpairoj, W., Namahoot, K. S., Wattana, C., & Rattanawiboonsom, V. (2023). The influence of innovativeness on revisit intention: The mediating role of word-of-mouth in augmented reality for tourism in Thailand. <i>International Journal of Professional Business Review</i>, 8(6), 1–31. https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i6.e02380 (Scopus Quartile 4) Punpukdee, A., Wattana, C., Punpairoj, W., Srichuachom, U., Yakai, P., & Trongtortam, S.

ผลงานทางวิชาการย้อนหลัง 5 ปี
(2023). Thai Private Hospitals' Innovative Healthcare Cultivation: An Exploratory Factor Analysis (EFA). <i>MBA-KKU Journal</i>, 16(2), 32-67. (TCI tier 2) Punpukdee, A., Wattana, C., Punpairoj, W., Srichuachom, U., Yaklai, P., & Trongtortam, S. (2021). Key factors affecting consumer behavior in the Thailand offline marketing: Research synthesis by systematic literature review and data mining techniques. <i>Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University</i>, 15(2), 21- 32. (TCI tier 1) 1.3 หนังสือที่เขียนจากงานวิจัย -
2. ตำรา -
3. หนังสือ -
4. บทความวิชาการ (ระบุฐานข้อมูลที่ตีพิมพ์) -
5. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น 5.1 ผลงานทางวิชาการเพื่ออุตสาหกรรม - 5.2 ผลงานทางวิชาการเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนและการเรียนรู้ - 5.3 ผลงานทางวิชาการเพื่อพัฒนานโยบายสาธารณะ - 5.4 กรณีศึกษา (Case Study) - 5.5 งานแปล - 5.6 พจนานุกรม สารานุกรม นามานุกรม และงานวิชาการอื่นในลักษณะเดียวกัน - 5.7 ผลงานสร้างสรรค์ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

ผลงานทางวิชาการย้อนหลัง 5 ปี
-
5.8 ผลงานสร้างสรรค์ด้านสุนทรียะ ศิลปะ
-
5.9 สิทธิบัตร
-
5.10 ซอฟต์แวร์
-
6. ผลงานทางวิชาการรับใช้สังคม
-

ขอรับรองว่าผลงานทางวิชาการข้างต้น ไม่ใช่ส่วนหนึ่งของการศึกษาเพื่อรับปริญญา เป็นผลงานทางวิชาการที่ได้รับการเผยแพร่ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในการพิจารณาแต่งตั้งให้บุคคลดำรงตำแหน่งทางวิชาการ เป็นผลงานทางวิชาการในรอบ 5 ปีย้อนหลัง และเขียนตามรูปแบบบรรณานุกรม

ลงชื่อ..เรื่ออากาศเอกหญิง.....
 (ผู้ช่วยศาสตราจารย์วชิรา พันธุ์ไพโรจน์)
 เจ้าของผลงานทางวิชาการ

ผลงานทางวิชาการของอาจารย์ประจำหลักสูตรตามประกาศ ก.พ.อ.

ชื่อ – นามสกุล (ภาษาไทย) : ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิตตินุช วัฒนนะ
(ภาษาอังกฤษ) : Assist. Prof. Chitinout Wattana

ผลงานทางวิชาการย้อนหลัง 5 ปี

1. งานวิจัย

1.1 รายงานการวิจัย

-

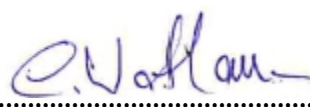
1.2 บทความวิจัย (ระบุฐานข้อมูลที่ตีพิมพ์)

- Namahoot, K. S., Namahoot, C. S., Punpairoj, W., **Wattana, C.**, Brückner, M., & Meephaikhor, P. (2024). BROTH: The broad recommender ontology for Thai herbs. *ECTI Transactions on Computer and Information Technology*, 18(3), 381–395. (Scopus Quartile 4)
- Namahoot, K. S., Punpairoj, W., & **Wattana, C.** (2024). Gender differences in herbal platform adoption and user behavior: A multi-group comparison based on structural equation model. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 8(9), 7579. (Scopus Quartile 2)
- Punpukdee, A., **Wattana, C.**, Punpairoj, W., Srichuachom, U., Yakai, P., & Trongtortam, S. (2024). Comparative study of factors influencing the adoption or non-adoption of healthcare services at newly opening private hospitals. *Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University*, 18(2), 18–34. (TCI tier 1)
- Namahoot, K. S., Namahoot, C. S., Punpairoj, W., & **Wattana, C.** (2023). Structural Equation Modeling in Acceptance of Herbal Platform Services in Thailand. *MUT Journal of Business Administration*, 20(1), 174-190. (TCI tier 1)
- Namahoot, K. S., Punpairoj, W., **Wattana, C.**, & Rattanawiboonsom, V. (2023). Augmented reality technology adoption in tourism using structural equation model. *International Journal of Professional Business Review*, 8(8), 1–29. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i8.3302> . (Scopus Quartile 4)
- Punpairoj, W., Namahoot, K. S., **Wattana, C.**, & Rattanawiboonsom, V. (2023). The influence of innovativeness on revisit intention: The mediating role of word-of-mouth in augmented reality for tourism in Thailand. *International Journal of Professional Business Review*, 8(6), 1–31. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i6.e02380> (Scopus Quartile 4)
- Punpukdee, A., **Wattana, C.**, Punpairoj, W., Srichuachom, U., Yakai, P., & Trongtortam, S. (2023). Thai Private Hospitals' Innovative Healthcare Cultivation: An Exploratory Factor

ผลงานทางวิชาการย้อนหลัง 5 ปี
Analysis (EFA). <i>MBA-KKU Journal</i>, 16(2), 32-67. (TCI tier 2) Punpukdee, A., Wattana, C., Punpairoj, W., Srichuachom, U., Yaklai, P., & Trongtortam, S. (2021). Key factors affecting consumer behavior in the Thailand offline marketing: Research synthesis by systematic literature review and data mining techniques. <i>Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University</i>, 15(2), 21-32. (TCI tier 1) 1.3 หนังสือที่เขียนจากงานวิจัย -
2. ตำรา -
3. หนังสือ -
4. บทความวิชาการ (ระบุฐานข้อมูลที่ตีพิมพ์) -
5. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น 5.1 ผลงานทางวิชาการเพื่ออุตสาหกรรม - 5.2 ผลงานทางวิชาการเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนและการเรียนรู้ - 5.3 ผลงานทางวิชาการเพื่อพัฒนานโยบายสาธารณะ - 5.4 กรณีศึกษา (Case Study) - 5.5 งานแปล - 5.6 พจนานุกรม สารานุกรม นามานุกรม และงานวิชาการอื่นในลักษณะเดียวกัน - 5.7 ผลงานสร้างสรรค์ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี - 5.8 ผลงานสร้างสรรค์ด้านสุนทรียะ ศิลปะ -

ผลงานทางวิชาการย้อนหลัง 5 ปี	
5.9 สิทธิบัตร	-
5.10 ซอฟต์แวร์	-
6. ผลงานทางวิชาการรับใช้สังคม	-

ขอรับรองว่าผลงานทางวิชาการข้างต้น ไม่ใช่ส่วนหนึ่งของการศึกษาเพื่อรับปริญญา เป็นผลงานทางวิชาการที่ได้รับการเผยแพร่ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในการพิจารณาแต่งตั้งให้บุคคลดำรงตำแหน่งทางวิชาการ เป็นผลงานทางวิชาการในรอบ 5 ปีย้อนหลัง และเขียนตามรูปแบบบรรณานุกรม

ลงชื่อ.....
 (ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิตตินุช วัฒนะ)
 เจ้าของผลงานทางวิชาการ

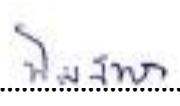
ผลงานทางวิชาการของอาจารย์ประจำหลักสูตรตามประกาศ ก.พ.อ.

ชื่อ – นามสกุล (ภาษาไทย) : ดร.พิมสรา ยาคาลัย
(ภาษาอังกฤษ) : Pimsara Yaklai, Ph.d.

ผลงานทางวิชาการย้อนหลัง 5 ปี
1. งานวิจัย 1.1 รายงานการวิจัย - 1.2 บทความวิจัย (ระบุฐานข้อมูลที่ตีพิมพ์) กัลย์กนิต พิศมัยมัย, ณัฐวุฒิ เจริญผล, พิมสรา ยาคาลัย, เตชทัต หอมบุปผา, และ สุทิสสา ถาน้อย. (2564). การสำรวจพฤติกรรมการสุขภาพของเกษตรกรสวนส้มจากการใช้สารกำจัดศัตรูพืช". <i>แก่นเกษตร</i>, 50(6), 1633-1642 (TCI กลุ่ม 1) Punpukdee, A., Wattana, C., Punpairoj, W., Srichuachom, U., Yaklai, P., & Trongtortam, S. (2024). Comparative study of factors influencing the adoption or non-adoption of healthcare services at newly opening private hospitals. <i>Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University</i>, 18(2), 18–34. (TCI tier 1) Punpukdee, A., Wattana, C., Punpairoj, W., Srichuachom, U., Yaklai, P., & Trongtortam, S. (2023). Thai Private Hospitals' Innovative Healthcare Cultivation: An Exploratory Factor Analysis (EFA). <i>MBA-KKU Journal</i>, 16(2), 32-67. (TCI tier 2) Punpukdee, A., Wattana, C., Punpairoj, W., Srichuachom, U., Yaklai, P., & Trongtortam, S. (2021). Key factors affecting consumer behavior in the Thailand offline marketing: Research synthesis by systematic literature review and data mining techniques. <i>Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University</i>, 15(2), 21-32. (TCI tier 1) 1.3 หนังสือที่เขียนจากงานวิจัย -
2. ตำรา -
3. หนังสือ -
4. บทความวิชาการ (ระบุฐานข้อมูลที่ตีพิมพ์)

ผลงานทางวิชาการย้อนหลัง 5 ปี
-
5. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น 5.1 ผลงานทางวิชาการเพื่ออุตสาหกรรม - 5.2 ผลงานทางวิชาการเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนและการเรียนรู้ - 5.3 ผลงานทางวิชาการเพื่อพัฒนานโยบายสาธารณะ - 5.4 กรณีศึกษา (Case Study) - 5.5 งานแปล - 5.6 พจนานุกรม สารานุกรม นามานุกรม และงานวิชาการอื่นในลักษณะเดียวกัน - 5.7 ผลงานสร้างสรรค์ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี - 5.8 ผลงานสร้างสรรค์ด้านสุนทรียะ ศิลปะ - 5.9 สิทธิบัตร - 5.10 ซอฟต์แวร์ -
6. ผลงานทางวิชาการรับใช้สังคม -

ขอรับรองว่าผลงานทางวิชาการข้างต้น ไม่ใช่ส่วนหนึ่งของการศึกษาเพื่อรับปริญญา เป็น
ผลงานทางวิชาการที่ได้รับการเผยแพร่ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในการพิจารณาแต่งตั้งให้บุคคลดำรงตำแหน่ง
ทางวิชาการ เป็นผลงานทางวิชาการในรอบ 5 ปีย้อนหลัง และเขียนตามรูปแบบบรรณานุกรม

ลงชื่อ..... 

(พิมสหรา ยาคัล้าย)

เจ้าของผลงานทางวิชาการ

ผลงานทางวิชาการของอาจารย์ประจำหลักสูตรตามประกาศ ก.พ.อ.

ชื่อ – นามสกุล (ภาษาไทย) : ดร. มณีรัตน์ ชาทิรังสรรค์
(ภาษาอังกฤษ) : Maneerut Chatrangsan , Ph.D.

ผลงานทางวิชาการย้อนหลัง 5 ปี

1. งานวิจัย

1.1 รายงานการวิจัย

-

1.2 บทความวิจัย (ระบุฐานข้อมูลตีพิมพ์)

Chatrangsan, M., & Tangmanee, C. (2024). Robustness and user test on text-based CAPTCHA: Letter segmenting is not too easy or too hard. *Array*, 21, 100335.

<https://doi.org/10.1016/j.array.2023.100335>. (Scopus Quartile 1)

Yawised, K., Apasrawirote, D., **Chatrangsan, M., & Muneesawang, P. (2024).** Turning digital technology to immersive marketing strategy: A strategic perspective on flexibility, agility, and adaptability for businesses. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 16(3), 742–766. <https://doi.org/10.1108/JEEE-06-2022-0169>. (WoS Quartile 2)

Chatrangsan, M. (2023). The effect of light mode and dark mode features on tablet applications for Thai elderly users. *Journal of Modern Management Science*, 16(1), 34–48. (TCI tier 1)

Yawised, K., Apasrawirote, D., **Chatrangsan, M., & Muneesawang, P. (2023).** Travelling in the digital world: Exploring the adoption of augmented reality (AR) through mobile application in the hospitality business sector. *Journal of Advances in Management Research*, 20(4), 599–622. <https://doi.org/10.1108/JAMR-01-2023-0023>. (Scopus Quartile 2)

Apasrawirote, D., Yawised, K., **Chatrangsan, M., & Muneesawang, P. (2022).** Short-form video content (SVC) engagement and marketing capabilities. *Asian Journal of Business and Accounting*, 15(2), 221–246. <https://doi.org/10.22452/ajba.vol15no2.8>. (Scopus Quartile 3)

Yawised, K., Apasrawirote, D., **Chatrangsan, M., & Muneesawang, P. (2022).** Factors affecting SMEs' intention to adopt a mobile travel application based on the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT-2). *Emerging Science Journal*, 6(SP1), 207–224. <https://doi.org/10.28991/esj-2021-SP1-014>. (Scopus Quartile 1)

1.3 หนังสือที่เขียนจากงานวิจัย

-

ผลงานทางวิชาการย้อนหลัง 5 ปี	
2. ตำรา	-
3. หนังสือ	-
4. บทความวิชาการ (ระบุฐานข้อมูลที่ตีพิมพ์)	-
5. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น	
5.1 ผลงานทางวิชาการเพื่ออุตสาหกรรม	-
5.2 ผลงานทางวิชาการเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนและการเรียนรู้	-
5.3 ผลงานทางวิชาการเพื่อพัฒนานโยบายสาธารณะ	-
5.4 กรณีศึกษา (Case Study)	-
5.5 งานแปล	-
5.6 พจนานุกรม สารานุกรม นามานุกรม และงานวิชาการอื่นในลักษณะเดียวกัน	-
5.7 ผลงานสร้างสรรค์ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	-
5.8 ผลงานสร้างสรรค์ด้านสุนทรียะ ศิลปะ	-
5.9 สิทธิบัตร	-
5.10 ซอฟต์แวร์	-
6. ผลงานทางวิชาการรับใช้สังคม	-

ขอรับรองว่าผลงานทางวิชาการข้างต้น ไม่ใช่ส่วนหนึ่งของการศึกษาเพื่อรับปริญญา เป็นผลงานทางวิชาการที่ได้รับการเผยแพร่ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในการพิจารณาแต่งตั้งให้บุคคลดำรงตำแหน่งทางวิชาการ เป็นผลงานทางวิชาการในรอบ 5 ปีย้อนหลัง และเขียนตามรูปแบบบรรณานุกรม

ลงชื่อ.....

(ดร.มณีนีรัตน์ ชาตธีรสรรค์)

เจ้าของผลงานทางวิชาการ

ผลงานทางวิชาการของอาจารย์ประจำหลักสูตรตามประกาศ ก.พ.อ.

ชื่อ – นามสกุล (ภาษาไทย) : ดร.สุภรวิดี ตรงต่อธรรม
(ภาษาอังกฤษ) : Suparawadee Trongtortam, Ph.D.

ผลงานทางวิชาการย้อนหลัง 5 ปี
1. งานวิจัย 1.1 รายงานการวิจัย - 1.2 บทความวิจัย (ระบุฐานข้อมูลที่ตีพิมพ์) สุภรวิดี ตรงต่อธรรม. (2564). การศึกษาความ ต้องการคุณลักษณะที่เหมาะสมเพื่อนำไปพัฒนาแอปพลิเคชัน ค้นหาข้อมูลผ่านโมบายสำหรับผู้สูงอายุ. <i>วารสารการบัญชีและการจัดการ</i>, 13(4), 98-126. (TCI กลุ่ม1) Punpukdee, A., Wattana, C., Punpairoj, W., Srichuachom, U., Yaklai, P., & Trongtortam, S. (2024). Comparative study of factors influencing the adoption or non-adoption of healthcare services at newly opening private hospitals. <i>Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University</i>, 18(2), 18–34. (TCI tier 1) Punpukdee, A., Wattana, C., Punpairoj, W., Srichuachom, U., Yaklai, P., & Trongtortam, S. (2023). Thai Private Hospitals' Innovative Healthcare Cultivation: An Exploratory Factor Analysis (EFA). <i>MBA-KKU Journal</i>, 16(2), 32-67. (TCI tier 2) Punpukdee, A., Wattana, C., Punpairoj, W., Srichuachom, U., Yaklai, P., & Trongtortam, S. (2021). Key factors affecting consumer behavior in the Thailand offline marketing: Research synthesis by systematic literature review and data mining techniques. <i>Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University</i>, 15(2), 21-32. (TCI tier 1) 1.3 หนังสือที่เขียนจากงานวิจัย -
2. ตำรา -
3. หนังสือ -
4. บทความวิชาการ (ระบุฐานข้อมูลที่ตีพิมพ์) -

ผลงานทางวิชาการย้อนหลัง 5 ปี
5. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น
5.1 ผลงานทางวิชาการเพื่ออุตสาหกรรม
-
5.2 ผลงานทางวิชาการเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนและการเรียนรู้
-
5.3 ผลงานทางวิชาการเพื่อพัฒนานโยบายสาธารณะ
-
5.4 กรณีศึกษา (Case Study)
-
5.5 งานแปล
-
5.6 พจนานุกรม สารานุกรม นามานุกรม และงานวิชาการอื่นในลักษณะเดียวกัน
-
5.7 ผลงานสร้างสรรค์ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
-
5.8 ผลงานสร้างสรรค์ด้านสุนทรียะ ศิลปะ
-
5.9 สิทธิบัตร
-
5.10 ซอฟต์แวร์
-
6. ผลงานทางวิชาการรับใช้สังคม
-

ขอรับรองว่าผลงานทางวิชาการข้างต้น ไม่ใช่ส่วนหนึ่งของการศึกษาเพื่อรับปริญญา เป็นผลงานทางวิชาการที่ได้รับการเผยแพร่ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในการพิจารณาแต่งตั้งให้บุคคลดำรงตำแหน่งทางวิชาการ เป็นผลงานทางวิชาการในรอบ 5 ปีย้อนหลัง และเขียนตามรูปแบบบรรณานุกรม

ลงชื่อ.....

(ดร.สุธรวดี ตรงต่อธรรม)

เจ้าของผลงานทางวิชาการ

ผลงานทางวิชาการของอาจารย์ประจำหลักสูตรตามประกาศ ก.พ.อ.

ชื่อ – นามสกุล (ภาษาไทย) : ดร. อุดมลักษณ์ ศรีชั่วชม
(ภาษาอังกฤษ) : Udomlak Srichuachom, Ph.D.

ผลงานทางวิชาการย้อนหลัง 5 ปี
1. งานวิจัย 1.1 รายงานการวิจัย - 1.3 บทความวิจัย (ระบุฐานข้อมูลที่ตีพิมพ์) Punpukdee, A., Wattana, C., Punpairoj, W., Srichuachom, U., Yaklai, P., & Trongtortam, S. (2024). Comparative study of factors influencing the adoption or non-adoption of healthcare services at newly opening private hospitals. <i>Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University</i>, 18(2), 18–34. (TCI tier 1) Punpukdee, A., Wattana, C., Punpairoj, W., Srichuachom, U., Yaklai, P., & Trongtortam, S. (2023). Thai Private Hospitals' Innovative Healthcare Cultivation: An Exploratory Factor Analysis (EFA). <i>MBA-KKU Journal</i>, 16(2), 32-67. (TCI tier 2) Punpukdee, A., Wattana, C., Punpairoj, W., Srichuachom, U., Yaklai, P., & Trongtortam, S. (2021). Key factors affecting consumer behavior in the Thailand offline marketing: Research synthesis by systematic literature review and data mining techniques. <i>Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University</i>, 15(2), 21-32. (TCI tier 1) 1.3 หนังสือที่เขียนจากงานวิจัย -
2. ตำรา -
3. หนังสือ -
4. บทความวิชาการ (ระบุฐานข้อมูลที่ตีพิมพ์) -
5. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น 5.1 ผลงานทางวิชาการเพื่ออุตสาหกรรม - 5.2 ผลงานทางวิชาการเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนและการเรียนรู้

ผลงานทางวิชาการย้อนหลัง 5 ปี
-
5.3 ผลงานทางวิชาการเพื่อพัฒนานโยบายสาธารณะ
-
5.4 กรณีศึกษา (Case Study)
-
5.5 งานแปล
-
5.6 พจนานุกรม สารานุกรม นามานุกรม และงานวิชาการอื่นในลักษณะเดียวกัน
-
5.7 ผลงานสร้างสรรค์ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
-
5.8 ผลงานสร้างสรรค์ด้านสุนทรียะ ศิลปะ
-
5.9 สิทธิบัตร
-
5.10 ซอฟต์แวร์
-
6. ผลงานทางวิชาการรับใช้สังคม
-

ขอรับรองว่าผลงานทางวิชาการข้างต้น ไม่ใช่ส่วนหนึ่งของการศึกษาเพื่อรับปริญญา เป็นผลงานทางวิชาการที่ได้รับการเผยแพร่ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในการพิจารณาแต่งตั้งให้บุคคลดำรงตำแหน่งทางวิชาการ เป็นผลงานทางวิชาการในรอบ 5 ปีย้อนหลัง และเขียนตามรูปแบบบรรณานุกรม

ลงชื่อ.....

(ดร.อุดมลักษณ์ ศรีสุขชม)

เจ้าของผลงานทางวิชาการ

ภาคผนวก 6

ข้อบังคับมหาวิทยาลัยนเรศวร ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ.
2565



ข้อบังคับมหาวิทยาลัยนเรศวร
ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๖๕

.....

โดยที่เป็นการสมควรปรับปรุงข้อบังคับมหาวิทยาลัยนเรศวร ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๖๕ ให้เกิดความเหมาะสมยิ่งขึ้น

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๑๔(๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยนเรศวร พ.ศ. ๒๕๓๓ และแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๔๑ ประกอบกับมติสภามหาวิทยาลัยนเรศวร ในการประชุมครั้งที่ ๓๐๒ (๑๐/๒๕๖๕) เมื่อวันที่ ๑๗ กันยายน ๒๕๖๕ จึงให้ออกข้อบังคับไว้ดังนี้

ข้อ ๑ ข้อบังคับนี้ เรียกว่า “ข้อบังคับมหาวิทยาลัยนเรศวร ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๖๕”

ข้อ ๒ ข้อบังคับนี้ให้ใช้กับบังคับกับนิสิตที่เข้าศึกษาตั้งแต่ปีการศึกษา ๒๕๖๖ เป็นต้นไป สำหรับนิสิตที่ศึกษาในหลักสูตรใหม่และหลักสูตรปรับปรุงตามประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๖๕ เป็นต้นไป

ข้อ ๓ ในข้อบังคับนี้

“มหาวิทยาลัย” หมายความว่า มหาวิทยาลัยนเรศวร

“สภามหาวิทยาลัย” หมายความว่า สภามหาวิทยาลัยนเรศวร

“คณะ” หมายความว่า คณะ วิทยาลัย

“คณบดี” หมายความว่า คณบดีของคณะ ผู้อำนวยการของวิทยาลัย

ข้อ ๔ ให้อธิการบดีรักษาการให้เป็นไปตามข้อบังคับนี้ และเพื่อการนี้ให้อำนาจออกประกาศได้ การใดที่มีได้กำหนดไว้ในข้อบังคับนี้ หรือไม่เป็นไปตามข้อบังคับนี้ ให้อธิการบดีมีอำนาจวินิจฉัยสั่งการ ตามที่เห็นสมควร แล้วรายงานให้สภามหาวิทยาลัยทราบ

-๒-

หมวดที่ ๑

หลักสูตร

ข้อ ๕ หลักสูตรสาขาวิชา

(๑) หลักสูตรระดับปริญญาตรีของแต่ละสาขาวิชา ประกอบด้วย

(ก) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป หมายถึง หมวดวิชาที่เสริมสร้างความเป็นมนุษย์ให้พร้อมสำหรับโลกในปัจจุบันและอนาคต เพื่อให้เป็นบุคคลผู้ใฝ่รู้และมีทักษะที่จำเป็นสำหรับศตวรรษที่ ๒๑ อย่างครบถ้วน เป็นผู้ตระหนักรู้ถึงการบูรณาการศาสตร์ต่างๆ ในการพัฒนาหรือแก้ไขปัญหา เป็นผู้ที่สามารถสร้างโอกาสและคุณค่าให้ตนเองและสังคม รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมและของโลก เป็นบุคคลที่ดำรงตนเป็นพลเมืองที่เข้มแข็ง มีจริยธรรมและยึดมั่นในสิ่งที่ถูกต้อง รู้คุณค่าและรักษาชาติกำเนิด ร่วมมือรวมพลังเพื่อสร้างสรรค์และพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน และเป็นพลเมืองที่มีคุณค่าของสังคม

มหาวิทยาลัยอาจจัดวิชาศึกษาทั่วไปในลักษณะจำแนกเป็นรายวิชาหรือลักษณะบูรณาการใดๆ ก็ได้ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป โดยให้มีจำนวนหน่วยกิตรวมไม่น้อยกว่า ๒๔ หน่วยกิต และต้องแสดงการวัดและประเมินผลที่สะท้อนการบรรลุผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของผู้เรียนที่สอดคล้องกับปรัชญาและวัตถุประสงค์ของการจัดการศึกษาวิชาศึกษาทั่วไปได้อย่างชัดเจน การจัดวิชาศึกษาทั่วไปสำหรับหลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) อาจได้รับการยกเว้นรายวิชาที่ได้ศึกษามาแล้วในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงหรือระดับอนุปริญญา

การจัดวิชาศึกษาทั่วไปสำหรับหลักสูตรปริญญาตรีที่สอง อาจได้รับการยกเว้น

(ข) หมวดวิชาเฉพาะสาขา หมายถึง วิชาแกน วิชาเฉพาะด้าน วิชาพื้นฐานวิชาชีพ และวิชาชีพ ที่มุ่งหมายให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจและปฏิบัติงานได้ โดยให้มีหน่วยกิตรวม ดังนี้

๑) หลักสูตรปริญญาตรี (๔ ปี) ทางวิชาการ ทางวิชาชีพ หรือ ปฏิบัติการ ให้มีจำนวนหน่วยกิตหมวดวิชาเฉพาะรวม ไม่น้อยกว่า ๗๒ หน่วยกิต

๒) หลักสูตรปริญญาตรี (๕ ปี) ให้มีจำนวนหน่วยกิต หมวดวิชาเฉพาะ รวมไม่น้อยกว่า ๙๐ หน่วยกิต

๓) หลักสูตรปริญญาตรี (ไม่น้อยกว่า ๖ ปี) ให้มีจำนวนหน่วยกิตหมวดวิชาเฉพาะรวมไม่น้อยกว่า ๑๐๘ หน่วยกิต

๔) หลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) ให้มีจำนวนหน่วยกิตหมวดวิชาเฉพาะ รวมไม่น้อยกว่า ๔๒ หน่วยกิต และในจำนวนนั้นต้องเป็นวิชาทางทฤษฎีไม่น้อยกว่า ๑๘ หน่วยกิต

๕) หลักสูตรปริญญาตรีแบบก้าวหน้า ให้มีจำนวนหน่วยกิต รายวิชาระดับบัณฑิตศึกษา ไม่น้อยกว่า ๑๒ หน่วยกิต

(ค) หมวดวิชาเลือกเสรี เป็นรายวิชาที่เปิดโอกาสให้นักศึกษาเลือกเรียนรายวิชาใดๆ ในหลักสูตรปริญญาตรี เพื่อให้ผู้เรียนได้มีความรู้ ความเข้าใจ ตามที่ตนเองถนัดหรือสนใจ ตลอดจนเป็นการส่งเสริมความถนัด และความสนใจของผู้เรียนให้ได้มากยิ่งขึ้น โดยให้มีจำนวนหน่วยกิตรวมไม่น้อยกว่า ๖ หน่วยกิต

(๒) ระยะเวลาในการศึกษาตามหลักสูตร ให้มีระยะเวลาการศึกษา ดังนี้

(ก) หลักสูตรปริญญาตรี (๔ ปี) ให้มีจำนวนหน่วยกิตรวม ไม่น้อยกว่า ๑๒๐ หน่วยกิต ให้ใช้เวลาศึกษาไม่เกิน ๘ ปีการศึกษา สำหรับการลงทะเบียนเรียนเต็มเวลา และไม่เกิน ๑๒ ปีการศึกษา สำหรับการลงทะเบียนเรียนไม่เต็มเวลา

(ข) หลักสูตรปริญญาตรี (๕ ปี) ให้มีจำนวนหน่วยกิตรวม ไม่น้อยกว่า ๑๕๐ หน่วยกิต ให้ใช้เวลาศึกษาไม่เกิน ๑๐ ปีการศึกษา สำหรับการลงทะเบียนเรียนเต็มเวลา และไม่เกิน ๑๕ ปีการศึกษา สำหรับการลงทะเบียนเรียนไม่เต็มเวลา

(ค) หลักสูตรปริญญาตรี (ไม่น้อยกว่า ๖ ปี) ให้มีจำนวนหน่วยกิตรวม ไม่น้อยกว่า ๑๘๐ หน่วยกิต ให้ใช้เวลาศึกษาไม่เกิน ๑๒ ปีการศึกษา สำหรับการลงทะเบียนเรียนเต็มเวลา และไม่เกิน ๑๘ ปีการศึกษา สำหรับการลงทะเบียนเรียนไม่เต็มเวลา

(ง) หลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) ให้มีจำนวนหน่วยกิตรวม ไม่น้อยกว่า ๗๒ หน่วยกิต ให้ใช้เวลาศึกษาไม่เกิน ๕ ปีการศึกษา สำหรับการลงทะเบียนเรียนเต็มเวลา และไม่เกิน ๖ ปีการศึกษา สำหรับการลงทะเบียนเรียนไม่เต็มเวลา ทั้งนี้ ให้นับเวลาศึกษาจากวันที่เปิดภาคการศึกษาแรกที่รับเข้าศึกษาในหลักสูตรนั้น

(๓) รายวิชาหนึ่งๆ มีรหัสรายวิชา ชื่อรายวิชา และจำนวนหน่วยกิตที่กำกับไว้

(๔) รหัสรายวิชาประกอบด้วย

(ก) เลข ๓ ตัวแรก	แสดงถึง	สาขาวิชา
(ข) เลขที่ ๔ (หลักร้อย)	แสดงถึง	ระดับชั้นปีของการศึกษา
(ค) เลขที่ ๕ (หลักสิบ)	แสดงถึง	หมวดหมู่สาขาวิชา
(ง) เลขที่ ๖ (หลักหน่วย)	แสดงถึง	อนุกรมของรายวิชา

-๔-

(๕) ตัวเลขในวงเล็บท้ายหน่วยกิต

(ก) เลขตัวแรก คือจำนวนหน่วยกิตที่ลงทะเบียน

(ข) เลขตัวแรกในวงเล็บ คือ จำนวนชั่วโมงเรียนทฤษฎีต่อสัปดาห์

(ง) เลขตัวที่สองในวงเล็บ คือ จำนวนชั่วโมงเรียนปฏิบัติต่อสัปดาห์

(จ) เลขตัวที่สามในวงเล็บ คือ จำนวนชั่วโมงที่นิสิตควรศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองต่อสัปดาห์

ข้อ ๖ การประกันคุณภาพของหลักสูตร ให้ทุกหลักสูตรกำหนดระบบการประกันคุณภาพของหลักสูตรโดยมีองค์ประกอบในการประกันคุณภาพอย่างน้อย ๖ ด้าน คือ

(๑) ผลลัพธ์การเรียนรู้

(๒) นิสิต

(๓) อาจารย์

(๔) หลักสูตร การเรียนการสอน การประเมินผู้เรียน

(๕) สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

(๖) ผลผลิต ผลลัพธ์

ข้อ ๗ การพัฒนาหลักสูตร ให้ทุกหลักสูตรพัฒนาหลักสูตรให้ทันสมัย โดยมีการประเมินและรายงานผลการดำเนินการของหลักสูตรทุกปีการศึกษา เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงพัฒนาหลักสูตรเป็นระยะๆ อย่างน้อยตามรอบระยะเวลาของหลักสูตร หรือทุกรอบ ๕ ปี

หมวดที่ ๒

ระบบการจัดการศึกษา

ข้อ ๘ ระบบการจัดการศึกษา มหาวิทยาลัยจะมีระบบการจัดการศึกษา ๒ ระบบ คือ การศึกษาในระบบและการศึกษานอกระบบ

(๑) การศึกษาในระบบ เป็นการศึกษาในหลักสูตรที่มีการกำหนดจุดมุ่งหมายแผนการศึกษา ระยะเวลาของการศึกษา การวัดผลและการประเมินผล ซึ่งเป็นเงื่อนไขของการสำเร็จการศึกษา

(๒) การศึกษานอกระบบ เป็นการศึกษาที่มีความยืดหยุ่นในการกำหนดจุดมุ่งหมาย รูปแบบ วิธีการจัดการศึกษา ระยะเวลาของการศึกษา การวัดผล และการประเมินผล ซึ่งเป็นเงื่อนไขของการสำเร็จการศึกษา

(๓) มหาวิทยาลัยใช้ระบบการจัดการศึกษา ระบบทวิภาค โดยแบ่งการจัดการศึกษาออกเป็น ๒ แบบ คือ

(ก) แบบ ๒ ภาคการศึกษาต่อปีการศึกษา เป็นการจัดการศึกษาปกติ ซึ่งเป็นภาคการศึกษา บังคับ มีระยะเวลาศึกษาไม่น้อยกว่า ๑๕ สัปดาห์ มหาวิทยาลัยอาจเปิดภาคฤดูร้อน ซึ่งเป็นภาคการศึกษาไม่บังคับ เว้นแต่จะระบุไว้ในแผนการศึกษาในหลักสูตร และใช้ระยะเวลาเรียนประมาณ ๘ สัปดาห์ โดยจัดชั่วโมงเรียนของแต่ละรายวิชาให้มีจำนวนชั่วโมงต่อหน่วยกิต ตามที่กำหนดไว้ในภาคการศึกษาปกติของระบบทวิภาค

(ข) แบบ ๓ ภาคการศึกษาต่อปีการศึกษา ใช้ระยะเวลาเรียนไม่น้อยกว่า ๑๕ สัปดาห์ ต่อภาคการศึกษา ทั้งนี้ต้องจัดการเรียนให้มีจำนวนชั่วโมงต่อหน่วยกิต ตามที่กำหนดไว้ในภาคการศึกษาปกติของระบบทวิภาค

(ค) การจัดการศึกษาแบบรูปแบบอื่นๆ ให้เป็นไปตามประกาศมหาวิทยาลัย

(๔) กรณีที่หลักสูตรสาขาวิชาใด ประกอบด้วยรายวิชาที่จำเป็นต้องเปิดสอนในภาคฤดูร้อน เพื่อการฝึกงานหรือฝึกภาคสนาม หรือกรณีศึกษาให้ถือเสมือนว่าภาคฤดูร้อนเป็นส่วนหนึ่งของภาคการศึกษา ภาคบังคับด้วย

(๕) มหาวิทยาลัย ใช้ระบบหน่วยกิตในการดำเนินการศึกษา จำนวนหน่วยกิตใช้แสดงถึงปริมาณ การศึกษาของแต่ละรายวิชา

(๖) การคิดหน่วยกิตตามระบบทวิภาค

(ก) รายวิชาภาคฤดูร้อนที่ใช้เวลาบรรยายหรืออภิปรายปัญหาไม่น้อยกว่า ๑๕ ชั่วโมง ต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ ๑ หน่วยกิต

(ข) รายวิชาภาคปฏิบัติ ที่ใช้เวลาฝึกหรือทดลองไม่น้อยกว่า ๓๐ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ ๑ หน่วยกิต

(ค) การฝึกงาน หรือการฝึกภาคสนาม หรือ การฝึกอบรมในต่างประเทศ ที่ใช้เวลาฝึก ไม่น้อยกว่า ๔๕ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ ๑ หน่วยกิต

(ง) การปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ทั้งในประเทศหรือต่างประเทศ ใช้เวลาปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ไม่ต่ำกว่า ๑๖ สัปดาห์อย่างต่อเนื่อง โดยมีจำนวนหน่วยกิต ๖ - ๙ หน่วยกิต

(จ) การทำโครงงาน หรือกิจกรรมการเรียนรู้อื่นใดตามที่ได้รับมอบหมายที่ใช้เวลาทำโครงงาน หรือกิจกรรมนั้นๆ ไม่น้อยกว่า ๔๕ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ ๑ หน่วยกิต

(๗) มหาวิทยาลัยอาจกำหนดรายวิชาที่ต้องผ่านก่อน (Prerequisite) สำหรับการลงทะเบียน บางรายวิชา โดยนิสิตต้องมีผลการเรียนระดับ D ขึ้นไป เพื่อให้บัณฑิตสามารถเรียนรายวิชานั้นอย่างมีประสิทธิภาพ

-๖-

หมวดที่ ๓ การรับเข้าศึกษา

ข้อ ๙ การรับเข้าศึกษา

มหาวิทยาลัยจะทำการสอบคัดเลือก หรือคัดเลือกผู้สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า หรือระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง หรือเทียบเท่า หรือ ระดับอนุปริญญา (๓ ปี) หรือเทียบเท่า ในสาขาวิชาที่ตรงกับสาขาวิชาที่จะเข้าศึกษาในหลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาการ และทางวิชาชีพหรือปฏิบัติการ หรือหลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) หรือหลักสูตรปริญญาตรีแบบก้าวนำทั้งทางวิชาการและทางวิชาชีพ หรือ ปฏิบัติการ เข้าเป็นนิสิตเป็นคราวๆ ไป ตามประกาศและรายละเอียดที่มหาวิทยาลัยหรือสถาบันอื่นกำหนดและ มหาวิทยาลัยให้ความเห็นชอบ

ข้อ ๑๐ คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

(๑) หลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาการและทางวิชาชีพหรือปฏิบัติการต้องเป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าซึ่งกระทรวงศึกษาธิการรับรอง

(๒) หลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) ต้องเป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง หรือเทียบเท่า หรือระดับอนุปริญญา (๓ ปี) หรือเทียบเท่าในสาขาวิชาที่ตรงหรือสัมพันธ์กับรายวิชาที่จะเข้าศึกษา ในหลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาชีพหรือปฏิบัติการจากสถาบันการศึกษาซึ่งสภามหาวิทยาลัยรับรอง

(๓) หลักสูตรปริญญาตรีแบบก้าวนำทั้งทางวิชาการและทางวิชาชีพหรือปฏิบัติการต้องเป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ที่กระทรวงศึกษาธิการรับรองมีค่าเฉลี่ยสะสม ไม่น้อยกว่า ๓.๕๐ จากระบบ ๔ ระดับคะแนนหรือเทียบเท่าและระหว่างศึกษาในหลักสูตรแบบก้าวนำ หากภาคการศึกษาใดมีผลการเรียนต่ำกว่า ๓.๕๐ จะถือว่าขาดคุณสมบัติในการศึกษาหลักสูตรแบบก้าวนำ

(๔) เป็นผู้มีความประพฤติดีตามเกณฑ์คุณสมบัติผู้มีสิทธิ์เข้าศึกษาที่กำหนดไว้ในหลักสูตรระดับปริญญาตรี ตามประกาศมหาวิทยาลัย ที่เกี่ยวข้องกับการรับเข้าศึกษาในหลักสูตรระดับปริญญาตรี

ข้อ ๑๑ การรับโอนนิสิต หรือนักศึกษาจากสถาบันการศึกษาอื่น

(๑) มหาวิทยาลัยอาจรับโอนนิสิต หรือนักศึกษาจากสถาบันอุดมศึกษาอื่นซึ่งมหาวิทยาลัยรับรอง

(๒) คุณสมบัติของผู้ขอโอนมาเป็นนิสิตของมหาวิทยาลัย

(ก) มีคุณสมบัติตามที่กำหนดไว้ในข้อ ๑๐

(ข) กำลังศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาที่มหาวิทยาลัยรับรองมาแล้วไม่น้อยกว่าหนึ่งปีการศึกษา

(๓) ผู้ประสงค์ที่จะขอโอนมาเป็นนิสิตมหาวิทยาลัย ต้องปฏิบัติดังนี้

(ก) ยื่นคำร้องต่อมหาวิทยาลัยตามแบบฟอร์มที่กำหนด โดยส่งถึงมหาวิทยาลัยด้วยตนเองหรือจัดส่งทางไปรษณีย์ไม่น้อยกว่า ๓๐ วันก่อนวันลงทะเบียนของภาคการศึกษาที่ประสงค์จะเข้าศึกษา โดยมหาวิทยาลัยจะถือวันประทับตราไปรษณีย์เป็นสำคัญ และ

(ข) ให้สถาบันอุดมศึกษาที่ผู้ขอกำลังศึกษาอยู่จัดส่งระเบียบผลการเรียนและรายละเอียดเนื้อหารายวิชาที่ได้เรียนไปแล้วมายังมหาวิทยาลัยโดยตรง

(๔) มหาวิทยาลัยอาจพิจารณาให้ความเห็นชอบรับโอน โดยผ่านการพิจารณาจากคณะหรือหน่วยงานที่เทียบเท่าที่ผู้ขอโอนประสงค์จะเข้าศึกษา

(๕) การเทียบโอนหน่วยกิตและผลการเรียน

(ก) มหาวิทยาลัยจะพิจารณาเทียบโอนรายวิชาที่เรียนมา โดยความเห็นชอบของคณะหรือหน่วยงานที่ผู้ขอโอนประสงค์จะเข้าศึกษา ทั้งนี้ต้องเป็นไปตามที่กำหนดไว้ในประกาศมหาวิทยาลัย

(ข) การเทียบโอนหน่วยกิตและผลการเรียนจากสถาบันการศึกษาต่างประเทศ ให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

(ค) การเทียบโอนหน่วยกิตและผลการเรียนจากสถาบันอุดมศึกษาภายในประเทศ ในกรณีมีข้อตกลงในการลงทะเบียนเรียนข้ามสถาบัน ให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

(ง) การเทียบโอนหน่วยกิตและผลการเรียนในการจัดวิชาศึกษาทั่วไปรายวิชาในหลักสูตรสำหรับหลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) จากรายวิชาที่ได้ศึกษามาแล้วในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงหรือระดับอนุปริญญา ให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

(จ) นิสิตหรือผู้สมัครเข้าเรียนอาจนำผลการเรียน ผลลัพธ์การเรียนรู้สมรรถนะ จากรายวิชาหรือหลักสูตรที่ศึกษาตามโครงการสัมฤทธิ์บัตรหรือโครงการบริการวิชาการที่ดำเนินการโดยมหาวิทยาลัยที่มีการขอเทียบรายวิชาและ/หรือหน่วยกิตไว้ และมีการบันทึกไว้ในคลังหน่วยกิต (credit bank) ของมหาวิทยาลัยหรือจากรายวิชาหรือหลักสูตรที่ดำเนินการสอนโดยหน่วยงานภายนอก หรือจากประสบการณ์ มาขอเทียบโอนหน่วยกิตเพื่อสำเร็จหลักสูตรการศึกษาหรือเพื่อขอรับปริญญา ทั้งนี้ ให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๑๒ การเข้าศึกษาเพื่อปริญญาที่สอง

(๑) ผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาจากมหาวิทยาลัยนเรศวร หรือจากสถาบันอุดมศึกษาอื่น ที่กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม รับรอง อาจขอเข้าศึกษาต่อเพื่อปริญญาตรีสาขาวิชาอื่นเป็นการเพิ่มเติมได้ แต่ต้องเป็นผู้มีคุณสมบัติตามที่กำหนดไว้ในข้อ ๑๐(๔)

(๒) วิธีการรับสมัคร คุณสมบัติของผู้สมัคร เกณฑ์ในการรับสมัคร และวิธีการคัดเลือกให้เข้าศึกษา เพื่อปริญญาที่สอง ให้จัดทำเป็นประกาศของมหาวิทยาลัยตามที่คณะเสนอ

ข้อ ๑๓ การรายงานตัวเป็นนิสิต

(๑) ผู้ที่สอบคัดเลือกได้ หรือผู้ที่ได้รับอนุมัติให้เข้าศึกษาต้องไปรายงานตัว และเตรียมหลักฐาน ต่างๆ ตามที่กำหนดไว้ในประกาศมหาวิทยาลัย เพื่อขึ้นทะเบียนเป็นนิสิต ในวัน เวลา ที่มหาวิทยาลัยกำหนด

(๒) กรณีไม่ไปรายงานตัวตามวันเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด ให้ถือว่า สละสิทธิ์การเข้าเป็นนิสิต เว้นแต่ได้รับอนุมัติจากมหาวิทยาลัยเป็นรายๆ ไป

(๓) เมื่อขึ้นทะเบียนเป็นนิสิตแล้ว มหาวิทยาลัยจะกำหนดรหัสประจำตัวนิสิต โดยทางคณะจะจัด อาจารย์ที่ปรึกษาให้ และให้อาจารย์ที่ปรึกษามีหน้าที่ให้คำปรึกษาแนะนำ ตลอดจนแนะแนวการศึกษาให้สอดคล้อง กับแผนกำหนดการศึกษา

หมวดที่ ๔

การลงทะเบียนเรียน

ข้อ ๑๔ การลงทะเบียนเรียน

(๑) การลงทะเบียนเรียน ให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้ในประกาศมหาวิทยาลัย หากนิสิตมา ลงทะเบียนหลังวันที่ยังมหาวิทยาลัยกำหนด จะต้องชำระค่าปรับตามที่กำหนดไว้ในประกาศมหาวิทยาลัย

(๒) การลงทะเบียนรายวิชาใดๆ นิสิตสามารถลงทะเบียนเรียนหรือลงทะเบียน เพิ่ม - ถอน รายวิชา ผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ด้วยตนเอง ตามวันเวลาที่กำหนดไว้ในประกาศมหาวิทยาลัย

(๓) การลงทะเบียนรายวิชาหลังกำหนด ให้กระทำได้ภายในระยะเวลาของการขอเพิ่มรายวิชา หากพ้นกำหนดนี้ มหาวิทยาลัยอาจยกเลิกสิทธิ์การลงทะเบียนรายวิชาในภาคการศึกษานั้น

(๔) การลงทะเบียนเรียนจะสมบูรณ์ก็ต่อเมื่อได้ชำระค่าธรรมเนียมต่างๆ ตามที่กำหนดไว้ใน ประกาศมหาวิทยาลัย

(๕) วิชาใดที่ได้รับอักษร I หรือ P นิสิตไม่ต้องลงทะเบียนเรียนรายวิชานั้นซ้ำอีก

(๖) การจัดการศึกษาในระบบทวิภาค แบบ ๒ ภาคการศึกษา ต่อปีการศึกษา นิสิตสามารถ ลงทะเบียนเรียนรายวิชาของแต่ละภาคการศึกษาปกติได้ ไม่เกิน ๒๒ หน่วยกิต และสามารถลงทะเบียนเรียน รายวิชาสำหรับภาคฤดูร้อนได้ ไม่เกิน ๔ หน่วยกิต

การจัดการศึกษาในระบบทวิภาค แบบ ๓ ภาคการศึกษาต่อปีการศึกษา นิสิตสามารถลงทะเบียนเรียนรายวิชาของแต่ละภาคการศึกษาได้ไม่เกิน ๑๕ หน่วยกิต

กรณีนิสิตต้องการลงทะเบียนเรียนเกินกว่า ๒๒ หน่วยกิตสำหรับภาคปกติ และเกิน ๙ หน่วยกิตสำหรับภาคฤดูร้อน สำหรับการจัดการศึกษาในระบบทวิภาค แบบ ๒ ภาคการศึกษา ต่อปีการศึกษา ตามวรรคหนึ่ง หรือต้องการมากกว่า ๑๕ หน่วยกิต สำหรับการจัดการศึกษาในระบบทวิภาค แบบ ๓ ภาคการศึกษาต่อปีการศึกษา ตามวรรคสอง ให้ยื่นคำร้องขออนุมัติต่อมหาวิทยาลัย

(๗) การลงทะเบียนที่ผิดเงื่อนไข ให้ถือว่าลงทะเบียนนั้นเป็นโมฆะ และรายวิชาที่ลงทะเบียนผิดเงื่อนไขนั้น ให้ได้รับอักษร W

(๘) นิสิตอาจขอลงทะเบียนเข้าร่วมศึกษารายวิชาใดๆ เพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้ (Audit) ได้ โดยความเห็นชอบของอาจารย์ผู้สอนและคณะ หรือหน่วยงานที่เทียบเท่าที่รายวิชานั้นสังกัดอยู่ และได้ยื่นหลักฐานนั้นต่อมหาวิทยาลัย ทั้งนี้ นิสิตจะต้องชำระค่าหน่วยกิตรายวิชานั้นตามที่กำหนดไว้ในประกาศมหาวิทยาลัย และนิสิตจะได้รับผลการเรียนเป็นอักษร S หรือ U

(๙) ภาคการศึกษาปกติใด หากนิสิตไม่ได้ลงทะเบียนเรียนด้วยเหตุใดๆ ก็ตาม จะต้องขอลาพักการศึกษาสำหรับภาคการศึกษานั้น โดยทำหนังสือขออนุมัติลาพักการศึกษาเพื่อให้คณะพิจารณาอนุมัติ และต้องชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาเพื่อรักษาสภาพนิสิตภายใน ๑๕ วัน นับจากวันเปิดภาคการศึกษา หากไม่ปฏิบัติตามดังกล่าว ต้องพ้นสภาพการเป็นนิสิต

(๑๐) มหาวิทยาลัยอาจอนุมัติให้นิสิตที่พ้นสภาพนิสิต กลับเข้าเป็นนิสิตใหม่ ถ้ามีเหตุผลอันสมควร โดยให้ถือระยะเวลาที่พ้นสภาพนิสิตนั้น เป็นระยะเวลาพักการศึกษา ในกรณีเช่นนี้นิสิตจะต้องชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาเพื่อรักษาสภาพการเป็นนิสิต รวมทั้งค่าธรรมเนียมอื่นๆ ที่ค้างชำระเสมือนเป็นผู้ลาพักการศึกษา

มหาวิทยาลัยไม่อนุมัติให้กลับเข้าเป็นนิสิตตามวรรคก่อน หากพ้นกำหนดเวลา ๒ ปี นับจากวันที่นิสิตผู้นั้นพ้นสภาพการเป็นนิสิต

(๑๑) ในกรณีมีโครงการแลกเปลี่ยนนิสิต นักศึกษา ระหว่างสถาบันอุดมศึกษา หรือมีข้อตกลงเฉพาะราย หรือมีข้อตกลงในการลงทะเบียนเรียนข้ามสถาบัน

(ก) มหาวิทยาลัยอาจพิจารณาอนุมัติให้นิสิตลงทะเบียนเรียนรายวิชาที่เปิดสอนในสถาบันอุดมศึกษาอื่น แทนการลงทะเบียนเรียนในมหาวิทยาลัยทั้งหมด หรือบางส่วนได้

(ข) กรณีเป็นนิสิตหรือนักศึกษาจากสถาบันอื่น มหาวิทยาลัย อาจพิจารณาอนุมัติให้ลงทะเบียนรายวิชาที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัย โดยชำระค่าธรรมเนียมตามที่กำหนดไว้ในประกาศมหาวิทยาลัย

-๑๐-

ข้อ ๑๕ การเพิ่มและถอนรายวิชา

(๑) การเพิ่มรายวิชาจะกระทำได้ภายใน ๒ สัปดาห์แรก นับจากวันเปิดภาคการศึกษาหรือภายใน ๑ สัปดาห์แรก นับจากวันเปิดภาคฤดูร้อน

(๒) การถอนรายวิชาจะกระทำได้ภายในกำหนดเวลาไม่เกินสัปดาห์ที่ ๑๒ ของเวลาเรียนของภาคการศึกษา นับตั้งแต่วันเปิดภาคการศึกษา การถอนรายวิชาภายในกำหนดเวลาเดียวกันกับการเพิ่มรายวิชาจะไม่ปรากฏอักษร W ในระเบียนผลการเรียน แต่ถ้าถอนรายวิชาหลังกำหนดเวลาการเพิ่มรายวิชานิสิตจะได้รับอักษร W

(๓) ขั้นตอนปฏิบัติในการเพิ่มและถอนรายวิชา ให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้ในประกาศมหาวิทยาลัย

(๔) การคำนวณค่าระดับชั้นสะสมเฉลี่ยของนิสิตที่ย้ายสาขาวิชา หรือย้ายคณะ ให้นำเอาผลคูณของจำนวนหน่วยกิตกับค่าระดับชั้นของทุกรายวิชาที่ปรากฏในหลักสูตรสาขาวิชาที่รับเข้า ไม่ว่าจะป็นรายวิชาที่เทียบให้หรือไม่ก็ตาม รายวิชาที่ไม่ปรากฏในหลักสูตรสาขาวิชาที่รับเข้า ไม่ว่านิสิตจะได้รับค่าระดับชั้นใด จะไม่นำมาคำนวณค่าระดับชั้นสะสมเฉลี่ย

(๕) การคำนวณค่าระดับชั้นสะสมเฉลี่ยของนิสิตที่โอนย้ายมาจากสถาบันอุดมศึกษาอื่นให้คำนวณค่าระดับชั้นสะสมเฉลี่ยเฉพาะรายวิชาที่เรียนใหม่

ข้อ ๑๖ การเรียนซ้ำ

(๑) รายวิชาใดที่นิสิตสอบได้ต่ำกว่า C นิสิตสามารถลงทะเบียนเรียนซ้ำได้

(๒) รายวิชาบังคับใดตามโครงสร้างหลักสูตรที่นิสิตสอบได้ F นิสิตต้องลงทะเบียนเรียนซ้ำ

(๓) รายวิชาบังคับใดตามโครงสร้างหลักสูตรที่นิสิตสอบได้ U นิสิตต้องลงทะเบียนเรียนซ้ำ

ข้อ ๑๗ การย้ายสาขาวิชา

(๑) การย้ายสาขาวิชาภายในคณะ ให้ปฏิบัติตามเงื่อนไขของคณะและภาควิชา

(๒) การย้ายสาขาวิชาไปคณะอื่น จะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขต่อไปนี้

(ก) นิสิตที่ประสงค์จะขอย้ายสาขาวิชาไปคณะอื่น จะต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา ภาควิชา และคณบดีคณะเดิม และได้เรียนตามแผนการศึกษาในคณะเดิมมาแล้ว ไม่น้อยกว่าหนึ่งภาคการศึกษาปกติ

(ข) การย้ายสาขาวิชาไปคณะอื่นจะต้องได้รับความเห็นชอบจากมหาวิทยาลัย โดยผ่านการพิจารณาของคณะหรือหน่วยงานที่เทียบเท่าที่นิสิตสังกัดและจะรับย้ายไปสังกัดนั้น ทั้งนี้ให้ทำเป็นประกาศมหาวิทยาลัย

-๑๑-

(ค) การย้ายสาขาวิชาหรือย้ายคณะจะสมบูรณ์ต่อเมื่อได้ชำระค่าธรรมเนียมการย้ายสาขาตามประกาศของมหาวิทยาลัย และต้องดำเนินการให้เสร็จสิ้นก่อนวันเปิดภาคการศึกษาที่นิสิตประสงค์จะย้ายไป

(ง) เมื่อนิสิตได้ย้ายสาขาวิชาแล้ว รายวิชาที่เคยเรียนมาอาจนำมาคำนวณหาค่าระดับชั้นสะสมเฉลี่ยในสาขาวิชาใหม่ได้

หมวดที่ ๕

การวัดและประเมินผลการศึกษา

ข้อ ๑๘ การวัดและการประเมินผลการศึกษา

(๑) มหาวิทยาลัยจัดให้มีการสอบเพื่อวัดผลการศึกษาภาคการศึกษาไม่น้อยกว่าหนึ่งครั้ง

(๒) นิสิตต้องมีเวลาเรียนแต่ละรายวิชาไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๘๐ ของเวลาเรียนทั้งหมด จึงจะมีสิทธิ์ได้รับการวัดและประเมินผลในรายวิชานั้น ผู้ไม่มีสิทธิ์ได้รับการวัดและประเมินผลตามวรรคก่อน จะได้รับระดับชั้น F หรือ อักษร U

(๓) มหาวิทยาลัยใช้ระบบระดับชั้น/อักษร และค่าระดับชั้น ในการวัดและประเมินผล ดังนี้

ระดับชั้น/อักษร	ความหมาย	ค่าระดับชั้น
A	ดีเยี่ยม (Excellent)	๔.๐๐
B+	ดีมาก (Very Good)	๓.๕๐
B	ดี (Good)	๓.๐๐
C+	ดีพอใช้ (Fairly Good)	๒.๕๐
C	พอใช้ (Fair)	๒.๐๐
D+	อ่อน (Poor)	๑.๕๐
D	อ่อนมาก (Very Poor)	๑.๐๐
F	ตก (Failed)	๐.๐๐
S	เป็นที่พอใจ (Satisfactory)	
U	ไม่เป็นที่พอใจ (Unsatisfactory)	
I	การวัดผลยังไม่สมบูรณ์ (Incomplete)	
P	การเรียนการสอนยังไม่สิ้นสุด (In Progress)	
W	การถอนรายวิชา (Withdrawn)	

กรณีที่มีการเทียบโอนผลการเรียนจากการศึกษาในระบบ นอกกระบบ หรือการศึกษาตามอัธยาศัย ให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย โดยมีสัญลักษณ์การวัดผลและการประเมินผล ดังนี้

CA หน่วยกิตที่ได้จากการเรียน (Credit from Academic institution)

CE หน่วยกิตที่ได้จากการทดสอบ (Credits from examination)

CP หน่วยกิตที่ได้จากการเสนอแฟ้มสะสมงาน (Credits from portfolio)

CS หน่วยกิตที่ได้จากการทดสอบมาตรฐาน (Credits from standardized tests)

CT หน่วยกิตที่ได้จากการประเมินหรืออบรมที่วัดโดยหน่วยงานต่าง ๆ (Credits from training)

CX หน่วยกิตที่ได้จากการยกเว้นการเรียน (Credits from exemption)

(๔) ตัวอักษร S และ U ให้ใช้ในการประเมินผลรายวิชาดังต่อไปนี้

(ก) การฝึกงาน หรือการฝึกภาคสนามหรือการฝึกประสบการณ์ หรือการปฏิบัติสหกิจศึกษา หรือ ฝึกอบรมต่างประเทศ

(ข) วิทยานิพนธ์

(ค) สัมมนา

(ง) การศึกษาอิสระ

หมายเหตุ รายวิชาอื่นใด ที่ประสงค์จะใช้ S หรือ U ในการประเมินผลให้ระบุไว้ในหลักสูตร

(๕) อักษร I แสดงว่าการวัดผลในรายวิชานั้นยังไม่เสร็จสมบูรณ์ โดยมีหลักฐานแสดงว่ามีเหตุสุดวิสัยบางประการ การให้อักษร I ต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ผู้สอนและการอนุมัติจากคณบดี ที่รายวิชานั้นสังกัดอยู่ การแก้อักษร I ให้สมบูรณ์ต้องดำเนินการภายใน ๔ สัปดาห์ นับแต่วันเปิดภาคการศึกษา ปกติถัดไปของการลงทะเบียนเรียน หากพ้นกำหนดดังกล่าวมหาวิทยาลัยจะเปลี่ยนอักษร I เป็นระดับชั้น F หรืออักษร U

(๖) อักษร P เป็นสัญลักษณ์ที่แสดงว่า รายวิชานั้นยังมีการเรียนการสอนต่อเนื่องอยู่ และไม่มี การวัดและประเมินผลภายในภาคการศึกษาที่ลงทะเบียน ทั้งนี้ ให้ใช้เฉพาะบางรายวิชาที่มหาวิทยาลัยกำหนด อักษร P จะเปลี่ยนก็ต่อเมื่อมีการวัดและประเมินผล ภายในระยะเวลาไม่เกินวันสุดท้ายของการสอบปลายภาค ประจำ ๒ ภาคการศึกษาถัดไป หากพ้นกำหนดระยะเวลาดังกล่าวตามวรรคก่อนแล้ว มหาวิทยาลัยจะเปลี่ยน อักษร P เป็นระดับชั้น F หรืออักษร U

(๗) อักษร W เป็นสัญลักษณ์ที่แสดงว่า

(ก) นิสิตได้ถอนรายวิชาที่ลงทะเบียนตามเงื่อนไขการลงทะเบียน หรือ

(ข) การลงทะเบียนผิดเงื่อนไขและเป็นโมฆะ หรือ

(ค) นิสิตถูกสั่งพักการศึกษาในภาคการศึกษานั้น หรือ

(ง) มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นิสิตถอนรายวิชาที่ลงทะเบียน

-๑๓-

- (๘) อักษร S U I P และ W จะไม่ถูกนำมาคำนวณหาค่าระดับชั้นสะสมเฉลี่ย
- (๙) การนับหน่วยกิตสะสม และการคำนวณหาค่าระดับชั้นสะสมเฉลี่ย
- (ก) การนับจำนวนหน่วยกิตสะสมเพื่อให้ครบหลักสูตร ให้นับเฉพาะหน่วยกิตของรายวิชาที่สอบได้เท่านั้น
- (ข) มหาวิทยาลัยจะคำนวณค่าระดับชั้นสะสมเฉลี่ยจากหน่วยกิต และค่าระดับชั้นของรายวิชาทั้งหมดที่นิสิตได้ลงทะเบียนในแต่ละภาคการศึกษา
- (ค) การคำนวณค่าระดับชั้นสะสมเฉลี่ยให้นำเอาผลคูณของจำนวนหน่วยกิตกับค่าระดับชั้นของทุกๆ รายวิชาตามข้อ ๑๘(๙)(ข) มารวมกันแล้วหารด้วยจำนวนหน่วยกิต ของรายวิชาทั้งหมด ยกเว้นข้อ ๑๘(๘) และในกรณีที่นิสิตลงทะเบียนเรียนรายวิชาใดรายวิชาหนึ่งมากกว่าหนึ่งครั้ง มหาวิทยาลัยจะคำนวณค่าระดับชั้นสะสมเฉลี่ยจากหน่วยกิตและค่าระดับชั้นที่นิสิตลงทะเบียนเรียนครั้งสุดท้ายเพียงครั้งเดียว

หมวดที่ ๖

สถานภาพการศึกษา

ข้อ ๑๙ การลา

(๑) การลาป่วยและการลากิจ

นิสิตผู้ใดมีกิจจำเป็น หรือเจ็บป่วย ไม่สามารถเข้าชั้นเรียนในชั่วโมงเรียน ให้ยื่นใบลาตามที่คณะหรืออาจารย์ผู้สอนกำหนด เพื่อให้คณะหรืออาจารย์ผู้สอนพิจารณาอนุมัติ

(๒) การลาพักการศึกษา

(ก) นิสิตจะขออนุญาตลาพักการศึกษาได้ในกรณีต่อไปนี้

๑) ถูกเรียกระดมพลหรือเกณฑ์เข้ารับราชการทหาร

๒) ได้รับทุนแลกเปลี่ยนนักศึกษาระหว่างประเทศ หรือ ทุนอื่นใดซึ่งมหาวิทยาลัยเห็นสมควร

สนับสนุน

๓) เจ็บป่วยหรือประสบอุบัติเหตุ จนไม่สามารถศึกษาต่อไปได้

๔) เหตุผลอื่นๆ ที่คณะเห็นสมควร ทั้งนี้ นิสิตต้องลงทะเบียนเรียนและศึกษาในมหาวิทยาลัย

มาแล้วอย่างน้อย ๑ ภาคการศึกษา

การขออนุญาตลาพักการศึกษาตามข้อ ๑๙(๒)(ก)๔) นิสิตต้องลงทะเบียนเรียนในมหาวิทยาลัย

มาแล้วอย่างน้อย ๑ ภาคการศึกษา

-๑๔-

(ข) นิสิตที่ประสงค์จะลาพักการศึกษาลดลงหนึ่งภาคการศึกษาปกติหรือมากกว่า ให้ยื่นใบลาตามแบบฟอร์มของมหาวิทยาลัย พร้อมกับหนังสือยินยอมจากผู้ปกครองผ่านอาจารย์ที่ปรึกษาถึงคณบดี เพื่อพิจารณาอนุมัติแล้วแจ้งมหาวิทยาลัยเพื่อทราบต่อไป

(ค) นิสิตที่ลาพัก หรือถูกสั่งพักการศึกษาลดลงหนึ่งภาคการศึกษาปกติหรือมากกว่า จะต้องชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาเพื่อรักษาสภาพการเป็นนิสิตทุกภาคการศึกษา

(๓) การลาออก นิสิตที่ประสงค์จะขอลาออก ต้องยื่นใบลาออกพร้อมหนังสือยินยอมจากผู้ปกครองผ่านอาจารย์ที่ปรึกษาถึงคณบดี แล้วเสนอมหาวิทยาลัยเพื่อพิจารณาอนุมัติ

ข้อ ๒๐ การพ้นสภาพนิสิต

นิสิตจะพ้นสภาพนิสิตด้วยเหตุดังต่อไปนี้

(๑) ตาย

(๒) ลาออก

(๓) โอนไปเป็นนิสิต นักศึกษาสถาบันการศึกษาอื่น

(๔) ขาดคุณสมบัติของการเข้าเป็นนิสิตข้อหนึ่งข้อใดตามที่มหาวิทยาลัยประกาศกำหนด

(๕) ไม่มาลงทะเบียนเรียนภายในเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนดตามข้อ ๑๔(๔)

(๖) มีความประพฤติไม่สมควรเป็นนิสิต หรือกระทำการอันก่อให้เกิดความเสื่อมเสียแก่มหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยเห็นสมควรให้ถอนชื่อจากทะเบียนนิสิต

(๗) เมื่อได้ขึ้นทะเบียนเป็นนิสิตมหาวิทยาลัยนเรศวรเป็นเวลา ๒ เท่าของเวลาที่กำหนดไว้ในแผนการศึกษาของสาขาวิชานั้นแล้วยังไม่สำเร็จการศึกษา

(๘) มีผลการศึกษาย่ำแย่อย่างหนึ่ง ดังต่อไปนี้

(ก) เมื่อเรียนมาแล้วครบ ๒ ภาคการศึกษาปกติ ยังมีค่าระดับชั้นสะสมเฉลี่ยทั้งหมดไม่ถึง ๑.๕๐

(ข) เมื่อเรียนมาแล้วครบสี่ภาคการศึกษาปกติ หรือเกินสี่ภาคการศึกษาปกติ ยังมีค่าระดับชั้นสะสมเฉลี่ยทั้งหมดไม่ถึง ๑.๗๕

(๙) สภาพนิสิต แบ่งออกได้ ดังนี้

(ก) นิสิตปกติ ได้แก่ นิสิตที่มีผลการเรียนและการสอบได้ค่าระดับชั้นสะสมเฉลี่ยตั้งแต่ ๒.๐๐ ขึ้นไป

(ข) นิสิตรอพินิจ ได้แก่ นิสิตที่มีผลการเรียนและการสอบได้ค่าระดับชั้นสะสมเฉลี่ยน้อยกว่า ๒.๐๐

-๓๕-

(๑๐) การจำแนกสภาพนิสิต จะกระทำเมื่อสิ้นภาคการศึกษาของการศึกษาในระบบทวิภาค แบบ ๒ ภาคการศึกษาต่อปีการศึกษา หรือการศึกษาในระบบทวิภาค แบบ ๓ ภาคการศึกษา ต่อปีการศึกษา สำหรับผลการศึกษภาคฤดูร้อนให้นำไปรวมกับผลการศึกษาดังไป ที่นิสิตผู้นั้นลงทะเบียนเรียน ยกเว้น ผู้ที่จบการศึกษาภาคฤดูร้อน

หมวดที่ ๗

การสำเร็จการศึกษา

ข้อ ๒๑ การเสนอให้ได้รับปริญญาตรี

(๑) ในภาคการศึกษาสุดท้ายที่นิสิตจะสำเร็จการศึกษา นิสิตจะต้องยื่นใบ รายงานคาดว่าจะสำเร็จการศึกษา โดยผ่านอาจารย์ที่ปรึกษาต่อมหาวิทยาลัยภายในระยะเวลา ๑ เดือน นับจากวันเปิดภาคเรียน ทั้งนี้ นิสิตต้องมีสถานภาพการเป็นนิสิตในภาคการศึกษาที่ยื่นใบรายงาน

(๒) นิสิตที่ได้รับการเสนอให้ได้รับปริญญาตรี ต้องมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

(ก) เรียนรายวิชาต่างๆ ครบตามหลักสูตรและเงื่อนไขของสาขาวิชานั้น และไม่มีรายวิชาใด ได้รับอักษร I หรืออักษร P โดยใช้เวลาเรียน ดังนี้

๑) การศึกษาเพื่อปริญญาตรี ๔ ปี สำเร็จการศึกษาได้ไม่ก่อน ๖ ภาคการศึกษา ปกติ สำหรับการลงทะเบียนเรียนเต็มเวลา และไม่ก่อน ๑๔ ภาคการศึกษาปกติ สำหรับการลงทะเบียนเรียน ไม่เต็มเวลา

๒) การศึกษาเพื่อปริญญาตรี ๕ ปี สำเร็จการศึกษาได้ไม่ก่อน ๘ ภาคการศึกษาปกติ สำหรับการลงทะเบียนเรียนเต็มเวลา และไม่ก่อน ๑๗ ภาคการศึกษาปกติ สำหรับการลงทะเบียนเรียน ไม่เต็มเวลา

๓) หลักสูตรปริญญาตรี ไม่น้อยกว่า ๖ ปี สำเร็จการศึกษาได้ไม่ก่อน ๑๐ ภาคการศึกษา ปกติ สำหรับการลงทะเบียนเรียนเต็มเวลา และไม่ก่อน ๒๐ ภาคการศึกษาปกติ สำหรับการลงทะเบียนเรียน ไม่เต็มเวลา

๔) การศึกษาเพื่อปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) สำเร็จการศึกษาได้ไม่ก่อน ๔ ภาคการศึกษา ปกติ สำหรับการลงทะเบียนเรียนเต็มเวลาและไม่ก่อน ๘ ภาคการศึกษาปกติ สำหรับการลงทะเบียนเรียน ไม่เต็มเวลา

๕) การศึกษาเพื่อปริญญาที่สอง สำเร็จการศึกษาได้ไม่ก่อน ๒ ภาคการศึกษาปกติ สำหรับการลงทะเบียนเรียนเต็มเวลา และไม่ก่อน ๓ ภาคการศึกษาปกติ สำหรับการลงทะเบียนเรียนไม่เต็มเวลา

(ข) นิสิตที่ขอเทียบโอนรายวิชาต้องใช้เวลาศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยนเรศวรอย่างน้อย

๑ ปีการศึกษา

(ค) มีค่าระดับชั้นสะสมเฉลี่ยตลอดหลักสูตรไม่น้อยกว่า ๒.๐๐

(ง) สอบผ่านเกณฑ์การทดสอบความรู้ภาษาอังกฤษ และความรู้ด้านคอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีสารสนเทศ ตามประกาศมหาวิทยาลัย

(๓) นิสิตที่จะได้รับการเสนอชื่อให้ได้รับปริญญาเกียรตินิยม นอกจากเป็นผู้มีคุณสมบัติตามที่กำหนดไว้ในข้อ ๒๑(๒) แล้ว ต้องมีคุณสมบัติเพิ่มเติมดังต่อไปนี้

(ก) มีค่าระดับชั้นสะสมเฉลี่ยตลอดหลักสูตรตั้งแต่ ๓.๕๐ ขึ้นไป จะได้รับเกียรตินิยมอันดับหนึ่ง แต่ถ้ามีค่าระดับชั้นสะสมเฉลี่ยตลอดหลักสูตรตั้งแต่ ๓.๒๕ ถึง ๓.๔๙ จะได้รับเกียรตินิยมอันดับสอง

(ข) ไม่เคยได้รับระดับชั้น F หรืออักษร U และต้องไม่ลงทะเบียนเรียนซ้ำในรายวิชาใด

(ค) กรณีเป็นนิสิตที่มีการขอเทียบโอนผลการเรียน จำนวนหน่วยกิต ต้องไม่เกิน ๑ ใน ๖ ของจำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร

ข้อ ๒๒ การอนุมัติปริญญา สภามหาวิทยาลัยเป็นผู้พิจารณาอนุมัติปริญญาหรืออนุปริญญาเมื่อสิ้นสุดภาคการศึกษา

(๑) นิสิตต้องมีคุณสมบัติตามข้อ ๒๑(๒)

(๒) นิสิตที่มีคุณสมบัติไม่ผ่านเกณฑ์ตามข้อ ๒๑(๒) มหาวิทยาลัยอาจพิจารณาให้เป็นผู้สำเร็จการศึกษาในระดับอนุปริญญาหรือปริญญาตรีได้ ทั้งนี้ นิสิตต้องศึกษาและสอบผ่านรายวิชาต่างๆ รวมทั้ง มีจำนวนหน่วยกิตอยู่ในเกณฑ์ระดับอนุปริญญาหรือปริญญาตรี ตามที่มหาวิทยาลัยกำหนดและให้ทำเป็นประกาศของมหาวิทยาลัย

(๓) นิสิตที่ไม่สำเร็จการศึกษาตามแผนการศึกษาที่หลักสูตรกำหนด ให้อนุมัติในวันที่มีผลการเรียนโดยสมบูรณ์ในภาคการศึกษานั้นๆ เป็นวันสำเร็จการศึกษา และในภาคการศึกษานั้นนิสิตต้องมีสภาพการเป็นนิสิตด้วย

ข้อ ๒๓ การเพิกถอนปริญญา

ในกรณีที่นิสิตได้รับปริญญาไปแล้ว มหาวิทยาลัยอาจเพิกถอนปริญญาได้ หากภายหลังตรวจสอบพบว่า ขาดคุณสมบัติในการเข้าศึกษาหรือคุณสมบัติในการสำเร็จการศึกษาไม่ครบตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด หรือมีการกระทำการทุจริตในการวัดผล หรือได้กระทำการอันเป็นที่เสื่อมเสียร้ายแรงต่อศักดิ์ศรี เกียรติยศของมหาวิทยาลัย หรือต่อศักดิ์ศรีแห่งปริญญาที่ได้รับ

การเพิกถอนปริญญาตามความในวรรคก่อน ให้มีผลตั้งแต่วันที่สภามหาวิทยาลัย ได้อนุมัติปริญญาให้กับบุคคลนั้น

-๑๗-

ข้อ ๒๔ การให้รางวัลแก่ผู้เรียนดี

(๑) รางวัลเรียนดีประจำปี มหาวิทยาลัยจะมอบเกียรติบัตรให้กับนิสิตที่มีผลการเรียนดีประจำปีการศึกษาหนึ่งๆ โดยลงทะเบียนเรียน ๒ ภาคการศึกษาปกติ ในปีการศึกษานั้น ไม่น้อยกว่า ๓๒ หน่วยกิต ไม่เคยได้รับระดับชั้น F หรือ อักษร U และต้องมีค่าระดับชั้นสะสมเฉลี่ยในปีการศึกษานั้นๆ ๓.๗๕ ขึ้นไป นิสิตปีสุดท้ายของหลักสูตรไม่อยู่ในข่ายของสิทธิได้รับรางวัลเรียนดี

(๒) รางวัลเรียนดีตลอดหลักสูตร นิสิตที่เรียนดีตลอดหลักสูตร ได้รับปริญญาเกียรตินิยม อันดับหนึ่งและมีการเรียนเฉลี่ยสะสม ๓.๗๕ ขึ้นไป มีสิทธิได้รับรางวัลเหรียญทอง

บทเฉพาะกาล

ข้อ ๒๕ นิสิตที่ไม่อยู่ภายใต้ผลบังคับใช้ตามข้อ ๒ แห่งข้อบังคับนี้ ให้ใช้ข้อบังคับมหาวิทยาลัยนเรศวร ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๕๔

ประกาศ ณ วันที่ ๗ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๕



(ศาสตราจารย์ ดร.นายแพทย์ประสิทธิ์ วัฒนภา)

นายกสภามหาวิทยาลัยนเรศวร

ภาคผนวกที่ 7

ผลสำรวจจากการรับฟังความคิดเห็นจากผู้ประกอบการ ผู้ใช้บัณฑิต ศิษย์เก่า ผู้เรียน
อาจารย์ และผู้ที่ต้องการเข้าเรียนในหลักสูตรการศึกษา

ผลสำรวจจากการรับฟังความคิดเห็นจากผู้ประกอบการ ผู้ใช้บัณฑิต ศิษย์เก่า ผู้เรียน อาจารย์ และผู้ที่ต้องการเข้าเรียนในหลักสูตรการศึกษา

หลักสูตรได้กำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ครอบคลุมทั้งภายนอกและภายในผ่านที่ประชุมคณะกรรมการบริหารหลักสูตร ประกอบด้วย ผู้มีส่วนเสียภายนอก ได้แก่ ผู้ใช้บัณฑิตและผู้ประกอบการ ผู้สนใจเข้าศึกษาต่อ และผู้มีส่วนเสียภายใน ได้แก่ นิสิตปัจจุบัน และอาจารย์ผู้สอน โดยแต่ละกลุ่มประกอบไปด้วยกลุ่มตัวอย่างดังนี้ 1) กลุ่มผู้ใช้บัณฑิตและผู้ประกอบการ ได้แก่ ผู้บริหารระดับสูงขององค์กรเอกชน จำนวน 6 ราย 2) ผู้ที่สนใจเข้าศึกษาต่อ จำนวน 9 ราย 3) นิสิตปัจจุบัน จำนวน 45 ราย และ 4) อาจารย์ผู้สอน จำนวน 7 ราย รวมทั้งสิ้น 67 ราย

ในการสำรวจความต้องการจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะใช้แบบสอบถาม GOOGLE FORM การสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ และการประชุมคณะกรรมการบริหารหลักสูตร ผลสรุปความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่ม โดยแบ่งตามผลลัพธ์การเรียนรู้ตามเกณฑ์ มคอ. มีดังต่อไปนี้

ด้านความรู้ (Knowledge)

1. ความต้องการของผู้ที่สนใจเข้าศึกษา

- การเรียนการสอนนวัตกรรมการตลาด
- ความรู้และประสบการณ์ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อยอดทางอาชีพในอนาคต

2. ความต้องการของผู้เรียน

- การตลาดออนไลน์

3. ความต้องการของผู้ใช้บัณฑิตและผู้ประกอบการ

- เตรียมพร้อมนักศึกษาให้เข้าใจและพร้อมถึงสภาวะการทำงาน

4. ความต้องการของอาจารย์

- ทักษะของนักการตลาดและนวัตกรรม

ด้านทักษะ (Skills)

1. ความต้องการของผู้ที่สนใจเข้าศึกษา

- นำความรู้ไปวางแผนการตลาดและนำความรู้มาสร้างธุรกิจได้
- เข้าใจความต้องการของผู้บริโภคในท้องตลาดมากขึ้น และคิดค้นผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ลูกค้า
- เรียนรู้เกี่ยวกับการเริ่มต้นการทำธุรกิจหรือการสร้างแบรนด์

2. ความต้องการของผู้เรียน

- ประสบการณ์จริงในการทำงาน
- Microsoft office
- เครื่องมือ/โปรแกรมในการค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก และ AI
- ทักษะทางด้านความคิดสร้างสรรค์ และทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์
- ทักษะการสื่อสารทางการพูด การเขียน การนำเสนอ
- ภาษาอังกฤษ
- การทำสื่อโฆษณาหรือการทำคอนเทนต์ที่ดึงดูดใจลูกค้า และการทำกราฟฟิคดีไซน์
- ทักษะด้านการแต่งภาพและตัดคลิปวิดีโอสั้น

- การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าและการเอาตัวรอด และการตัดสินใจอย่างรวดเร็ว

3. ความต้องการของผู้ใช้บัณฑิตและผู้ประกอบการ

- การใช้ Microsoft และความรู้เกี่ยวกับการเขียน/พัฒนาโปรแกรม
- ทักษะภาษาอังกฤษหรือภาษาที่สาม พื้นฐานการใช้ภาษาระดับต่างๆ
- การเข้าถึงข้อมูลการทำธุรกิจเชิงลึก การวิเคราะห์ข้อมูล ความรู้ด้านการบริหารจัดการข้อมูล
- เพิ่ม Skill ในด้านต่างๆ เน้นการปฏิบัติมากกว่าทฤษฎี เพิ่มกิจกรรมให้นิสิตได้มีส่วนร่วมและลงมือทำ
- การออกแบบพื้นฐาน นวัตกรรมในการนำเสนอสินค้า
- การค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูล ความรู้ด้านการบริหารจัดการข้อมูล

4. ความต้องการของอาจารย์

- ทักษะในการบูรณาการองค์ความรู้ทางด้านบริหารธุรกิจและการตลาด ในการพัฒนานวัตกรรม
- สามารถใช้เทคโนโลยีในการวิเคราะห์ข้อมูล

ด้านจริยธรรม (Ethics)

1. ความต้องการของผู้ใช้บัณฑิตและผู้ประกอบการ

- คุณธรรมจริยธรรมในการทำงาน

2. ความต้องการของอาจารย์

- มีจรรยาบรรณทางวิชาการ

ด้านลักษณะบุคคล (Character)

1. ความต้องการของผู้เรียน

- ทักษะการเข้าสังคม บุคลิกภาพ การวางตัว และการปรับตัวต่อสถานการณ์ในการทำงานในองค์กร
- มนุษย์สัมพันธ์ที่ดีในการทำงานร่วมกับผู้อื่น

2. ความต้องการของผู้ใช้บัณฑิตและผู้ประกอบการ

- ส่งเสริมด้าน EQ ความกล้าพูด กล้าตัดสินใจ กล้าเข้าร่วมสังคม
- การปรับตัว การเปิดรับฟังและวิเคราะห์ความแตกต่าง
- การมีศักยภาพในการเรียนรู้เทคโนโลยีและสิ่งใหม่ๆ ได้อย่างรวดเร็ว

3. ความต้องการของอาจารย์

- ปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา
- สามารถใช้เทคโนโลยีในการค้นหาข้อมูลที่สอดคล้องกับสถานการณ์ทางการตลาด

8. ความเชื่อมโยงระหว่างผลลัพธ์การเรียนรู้กับวิสัยทัศน์และพันธกิจของมหาวิทยาลัย และความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง	วิสัยทัศน์	พันธกิจ	ความต้องการจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย			
			ผู้ที่สนใจเข้าศึกษา	ผู้เรียน	ผู้ใช้บัณฑิตและผู้ประกอบการ	อาจารย์
PLO 1 อธิบายทฤษฎีและหลักการทางการตลาด การจัดการนวัตกรรมและบริหารธุรกิจ			- การเรียนการสอน นวัตกรรมการตลาด - ความรู้และประสบการณ์ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อยอดทางอาชีพในอนาคต	- การตลาดออนไลน์	- เตรียมพร้อมนักศึกษาให้เข้าใจและพร้อมถึงสภาวะการทำงาน	- ทักษะของนักการตลาดและนวัตกรรม
PLO 2 ประยุกต์ทฤษฎีและหลักการทางการตลาด การจัดการนวัตกรรมและบริหารธุรกิจ เพื่อการสร้างนวัตกรรมทางการตลาด	- มหาวิทยาลัยเพื่อสังคมของผู้ประกอบการ	- สร้างนิสิตให้เป็นผู้ที่มีศักยภาพเป็นประชากรโลก	- ความรู้และประสบการณ์ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อยอดทางอาชีพในอนาคต - เข้าใจความต้องการของผู้บริโภคในท้องตลาดมากขึ้น	- ประสบการณ์จริงในการทำงาน - การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าและการเอาตัวรอด และการตัดสินใจอย่างรวดเร็ว	- การออกแบบพื้นฐาน นวัตกรรมในการนำเสนอสินค้า - เพิ่ม Skill ในด้านต่างๆ เน้นการปฏิบัติมากกว่าทฤษฎี เพิ่มกิจกรรมให้นิสิตได้มีส่วนร่วมและลงมือทำ	- ทักษะของนักการตลาดและนวัตกรรม
PLO 3 ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสร้าง		- สร้างนิสิตให้เป็นผู้ที่มีศักยภาพเป็นประชากรโลก	- คิดค้นผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ลูกค้า	- การทำสื่อโฆษณาหรือการทำคอนเทนต์ที่ดึงดูดใจลูกค้า	- การใช้ Microsoft และความรู้เกี่ยวกับ	- สามารถใช้เทคโนโลยีในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง	วิสัยทัศน์	พันธกิจ	ความต้องการจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย			
			ผู้ที่สนใจเข้าศึกษา	ผู้เรียน	ผู้ใช้บัณฑิตและผู้ประกอบการ	อาจารย์
นวัตกรรมทางการตลาด		- สามารถปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและโลก		- และการทำกราฟฟิกดีไซน์ - ทักษะด้านการแต่งภาพและตัดคลิปวิดีโอสั้น - Microsoft office - ภาษาอังกฤษ	- การเขียน/พัฒนาโปรแกรม - การมีศักยภาพในการเรียนรู้เทคโนโลยีและสิ่งใหม่ๆ ได้อย่างรวดเร็ว - ทักษะภาษาอังกฤษหรือภาษาที่สาม - พื้นฐานการใช้ภาษาระดับต่างๆ	
PLO 4 วิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ทางการตลาดและธุรกิจในโลกปัจจุบัน ในการสร้างนวัตกรรมอย่างสร้างสรรค์	- มหาวิทยาลัยเพื่อสังคมของผู้ประกอบการ	- มีวิจารณ์ฐานในการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ อย่างถูกต้อง - ตอบโจทย์ความต้องการของประเทศและสังคมได้อย่างเป็นรูปธรรม	- เข้าใจความต้องการของผู้บริโภคในท้องตลาดมากขึ้นและคิดค้นผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ลูกค้า	- การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก - เครื่องมือ/โปรแกรมในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก และ AI - ทักษะทางด้านความคิดสร้างสรรค์และทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์	- การวิเคราะห์ข้อมูลความรู้ด้านการบริหารจัดการข้อมูล	- ทักษะในการบูรณาการองค์ความรู้ในการพัฒนานวัตกรรม - สามารถวิเคราะห์ข้อมูล

ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง	วิสัยทัศน์	พันธกิจ	ความต้องการจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย			
			ผู้ที่สนใจเข้าศึกษา	ผู้เรียน	ผู้ใช้บัณฑิตและผู้ประกอบการ	อาจารย์
				- ทักษะการสื่อสาร ทางด้านการพูด การเขียน การนำเสนอ		
PLO 5 กำหนดแผนกลยุทธ์ทางการตลาดและบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องสำหรับผลงานที่เป็นนวัตกรรม	- มหาวิทยาลัยเพื่อสังคมของผู้ประกอบการ	- สร้างนิสิตให้เป็นผู้ที่มีศักยภาพเป็นประชากรโลก	- นำความรู้ไปวางแผนการตลาดและนำความรู้มาสร้างธุรกิจได้ - เรียนรู้เกี่ยวกับการเริ่มต้นการทำธุรกิจหรือการสร้างแบรนด์	- ประสบการณ์จริงในการทำงาน	- เพิ่ม Skill ในด้านต่างๆ เน้นการปฏิบัติมากกว่าทฤษฎี เพิ่มกิจกรรมให้นิสิตได้มีส่วนร่วมและลงมือทำ	- ทักษะในการบูรณาการองค์ความรู้ทางด้านบริหารธุรกิจ และการตลาดในการพัฒนานวัตกรรม
PLO 6 ใช้เทคโนโลยีในการสืบค้นข้อมูลทางทางการตลาด นวัตกรรม และบริหารธุรกิจ		- สร้างนิสิตให้เป็นผู้ที่มีศักยภาพเป็นประชากรโลก		- เครื่องมือ/โปรแกรมในการค้นคว้าข้อมูล	- การค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูล	- สามารถใช้เทคโนโลยีในการค้นหาข้อมูลที่สอดคล้องกับ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง	วิสัยทัศน์	พันธกิจ	ความต้องการจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย			
			ผู้ที่สนใจเข้าศึกษา	ผู้เรียน	ผู้ใช้บัณฑิตและผู้ประกอบการ	อาจารย์
						สถานการณ์ทางการตลาด
PLO 7 ปฏิบัติตามคุณธรรมและจริยธรรมทางวิชาการ					- คุณธรรมจริยธรรมในการทำงาน	- มีจรรยาบรรณทางวิชาการ
PLO 8 สามารถทำงานเป็นทีมและสามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน				-ทักษะการเข้าสังคม บุคลิกภาพ การวางตัว และการปรับตัวต่อสถานการณ์ในการทำงานในองค์กร -มนุษย์สัมพันธ์ที่ดีในการทำงานร่วมกับผู้อื่น	- ส่งเสริมด้าน EQ ความกล้าพูด กล้าตัดสินใจ กล้าเข้าร่วมสังคม - การปรับตัว การเปิดรับฟังและวิเคราะห์ความแตกต่าง - การมีศักยภาพในการเรียนรู้เทคโนโลยีและสิ่งใหม่ๆ ได้อย่างรวดเร็ว	- ปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา

ภาคผนวกที่ 8

การวิเคราะห์ความเสี่ยงที่อาจมีผลกระทบต่อการบริหารหลักสูตรและ
แผนการบริหารความเสี่ยง

**การวิเคราะห์ความเสี่ยงที่อาจมีผลกระทบต่อการบริหารหลักสูตรและ
แผนการบริหารความเสี่ยง**

ความเสี่ยงในการบริหารหลักสูตร

ประเด็นความเสี่ยงที่มีอยู่	แผนบริหารความเสี่ยง
1. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรไม่เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี	1. มีระบบติดตาม ตรวจสอบผลงานทางวิชาการของอาจารย์ประจำหลักสูตรทุกปีการศึกษา เพื่อให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี 2. แนะนำวารสารที่อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานระดับชาติและระดับนานาชาติ 3. จัดสรรงบประมาณในการพัฒนาตนเองให้กับอาจารย์ประจำหลักสูตร 4. คณะฯ มีเกณฑ์การพิจารณาสมรรถนะ ด้านคุณสมบัติการเป็นอาจารย์ประจำหลักสูตร

ภาคผนวกที่ 9
การจัดการซื้อร้องเรียนและการอุทธรณ์

การจัดการข้อร้องเรียนและการอุทธรณ์

นิยาม

การร้องเรียน หมายถึง เรื่องที่นักศึกษาและผู้มีส่วนได้เสีย ร้องเรียน ให้ข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็นหรือปัญหาที่นักศึกษาของหลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาชีววัฒนธรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ได้รับผลกระทบจากการดำเนินการจัดการเรียนการสอน หรือการกระทำของบุคคล/ บุคลากรในหลักสูตร /คณะฯ/มหาวิทยาลัย เพื่อให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการดำเนินงานของหลักสูตร ฯ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

การอุทธรณ์ร้องทุกข์ หมายถึง การไม่ได้รับความเป็นธรรมหรือมีความคับข้องใจอันเนื่องมาจากการเรียนการสอนในหลักสูตรหรือการบริหารงานของหลักสูตร

การร้องเรียน

ผู้ร้องเรียน กรุณาระบุชื่อตัวบุคคล/หน่วยงาน/คณะ ที่ต้องการร้องเรียนและแจ้งช่องทางที่คณะกรรมการจัดการเรื่องร้องเรียนสามารถติดต่อกลับเพื่อสอบถามข้อมูลรายละเอียดเพิ่มเติมและแจ้งผลการดำเนินงานได้ โดยในการร้องเรียนมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การดำเนินงานของหลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาชีววัฒนธรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ประเภทของเรื่องร้องเรียน

1. การร้องเรียนที่เกิดจากความบกพร่องของการบริการหรือพฤติกรรมของผู้สอน
2. การร้องเรียนเกิดจากความไม่ปลอดภัยชีวิตและทรัพย์สิน/ความเสี่ยงในการบริหารจัดการของหลักสูตร /คณะฯ/มหาวิทยาลัย
3. การร้องเรียนที่เกิดจากการเรียนการสอน

ระบบและกลไก

1. แจ้งข้อร้องเรียนโดยผ่านอาจารย์ที่ปรึกษา/อาจารย์ประจำหลักสูตรหรืออีเมลกลางของหลักสูตร
2. ประธานหลักสูตรรับเรื่องและนัดคณะกรรมการบริหารหลักสูตรประชุมเพื่อจัดการข้อร้องเรียน
3. ดำเนินการแก้ไขข้อร้องเรียนและแจ้งผลการดำเนินการไปยังผู้ร้องเรียน หากเรื่องการร้องเรียนเป็นการร้องเรียนระดับคณะ/มหาวิทยาลัย ให้หลักสูตรฯ รายงานข้อร้องเรียนไปยังคณะเพื่อดำเนินการต่อไปและติดตามผลการจัดการข้อร้องเรียนเพื่อแจ้งผลการดำเนินการไปยังผู้ร้องเรียน
4. ประเมินความพึงพอใจการจัดการข้อร้องเรียน
5. สรุปข้อร้องเรียนหรือปัญหาที่อาจารย์ที่ปรึกษาพบมาวางแผนทางในการป้องกันปัญหาที่เกิดจากการร้องเรียนในที่ประชุมกรรมการดำเนินงานหลักสูตร

การอุทธรณ์ร้องทุกข์

หลักเกณฑ์ในการพิจารณาข้ออุทธรณ์ร้องทุกข์

1. เมื่อผู้ร้องทุกข์ไม่ได้รับความเป็นธรรมในการประเมินผลการเรียนการสอนหรือมีความคับข้องใจ อันเนื่องมาจากการกระทำหรือการตัดสินใจของผู้สอน นักศึกษามีสิทธิอุทธรณ์ต่อคณะกรรมการดำเนินงานหลักสูตร

ได้ ภายในสามสิบวันนับแต่วันที่ได้ทราบเหตุดังกล่าว โดยทำเป็นหนังสือซึ่งอย่างน้อยต้องมีสาระสำคัญดังต่อไปนี้

- (1) ชื่อผู้ร้องทุกข์
- (2) ข้อเท็จจริงหรือพฤติการณ์แห่งการร้องทุกข์
- (4) พยานหลักฐานที่เกี่ยวข้อง

2. การอุทธรณ์ร้องทุกข์ที่จะรับไว้พิจารณาได้จะต้องเป็นอุทธรณ์ร้องทุกข์ที่ถูกต้อง และยื่นหรือส่งภายในกำหนดเวลา ในกรณีที่มีปัญหาว่าอุทธรณ์รายใดเป็นอุทธรณ์ที่จะรับไว้พิจารณาได้หรือไม่ ให้คณะกรรมการเป็นผู้พิจารณาวินิจฉัยและให้แจ้งมตินั้นให้ผู้อุทธรณ์ทราบโดยเร็ว

3. เมื่อตรวจสอบแล้ว เห็นว่าเป็นการอุทธรณ์ร้องทุกข์ที่ถูกต้องตามระเบียบให้ดำเนินการตามที่กำหนดในระเบียบมหาวิทยาลัยมหวิทยาลัยนเรศวร ว่าด้วยวิธีพิจารณาอุทธรณ์และร้องทุกข์ พ.ศ. 2560

4. เมื่อคณะกรรมการได้พิจารณาวินิจฉัยแล้วมีมติแล้ว ให้ผู้มีอำนาจทำหน้าที่สั่งการหรือดำเนินการให้เป็นไปตามมตินั้นโดยเร็ว เมื่อได้สั่งการหรือดำเนินการตามมติแล้ว ให้แจ้งเป็นหนังสือให้ผู้ร้องทุกข์ทราบโดยเร็ว

ประเภทของการอุทธรณ์ร้องทุกข์

1. การร้องเรียนที่เกิดจากการเรียนการสอน
2. การร้องเรียนที่เกิดจากพฤติกรรมของผู้สอนที่ก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมและส่งผลกระทบต่อจิตใจ

ระบบและกลไก

1. ผู้ที่ต้องการอุทธรณ์ร้องทุกข์ทำหนังสือหลักเกณฑ์ในการพิจารณารับข้ออุทธรณ์ร้องทุกข์ยื่นต่อประธานหลักสูตร
2. ประธานหลักสูตรตรวจสอบความถูกต้องตามหลักเกณฑ์การอุทธรณ์ร้องทุกข์ ในกรณีที่มีปัญหาว่าอุทธรณ์รายใดเป็นอุทธรณ์ที่จะรับไว้พิจารณาได้หรือไม่ ให้คณะกรรมการเป็นผู้พิจารณาวินิจฉัยและให้แจ้งมตินั้นให้ผู้อุทธรณ์ทราบโดยเร็ว
3. แต่งตั้งคณะกรรมการการอุทธรณ์ร้องทุกข์พิจารณารวบรวมหลักฐานข้อเท็จจริง พิจารณาข้ออุทธรณ์ ดำเนินการตามที่กำหนดในระเบียบมหาวิทยาลัยมหวิทยาลัยนเรศวร ว่าด้วยวิธีพิจารณาอุทธรณ์และร้องทุกข์ พ.ศ. 2560 หากเกินกว่าอำนาจของหลักสูตรฯ ให้ส่งเรื่องให้กับคณะฯ เพื่อดำเนินการจัดการข้ออุทธรณ์ร้องทุกข์
4. ประธานหลักสูตรติดตามผลการตัดสินการอุทธรณ์ร้องทุกข์และแจ้งผลการดำเนินการไปยังผู้อุทธรณ์ร้องทุกข์
5. ประเมินความพึงพอใจการจัดการอุทธรณ์ร้องทุกข์
6. นำประเด็นและผลการตัดสินการอุทธรณ์ร้องทุกข์เข้าที่ประชุมคณะกรรมการดำเนินงานหลักสูตร มาวางแผนทางในการป้องกันปัญหาที่เกิดจากการอุทธรณ์ร้องทุกข์