



หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาวัฒนธรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์
หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2563

คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร
มหาวิทยาลัยนเรศวร

สารบัญ

	หน้า
หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป.....	1
1. รหัสและชื่อหลักสูตร.....	1
2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา.....	1
3. วิชาเอก.....	1
4. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร.....	1
5. รูปแบบของหลักสูตร.....	1
6. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร.....	2
7. ความพร้อมในการเผยแพร่หลักสูตรที่มีคุณภาพและมาตรฐาน.....	2
8. อาชีพที่สามารถประกอบอาชีพได้หลังสำเร็จการศึกษา.....	2
9. ชื่อ-นามสกุล เลขบัตรประจำตัวบัตรประชาชน ตำแหน่ง และคุณวุฒิการศึกษา ของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร.....	3
10. สถานที่จัดการเรียนการสอน.....	5
11. สถานการณ์ภายนอกหรือการพัฒนาที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการ วางแผนหลักสูตร.....	5
12. ผลกระทบจากข้อ 11 ต่อการพัฒนาหลักสูตรและความเกี่ยวข้องกับพันธกิจ ของสถาบัน.....	11
13. ความสัมพันธ์กับหลักสูตรอื่นที่เปิดสอนในคณะ/ภาควิชาอื่นของสถาบัน.....	12
หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร.....	13
1. ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร.....	13
2. แผนพัฒนาปรับปรุง.....	14
หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร.....	15
1. ระบบการจัดการศึกษา.....	15
2. การดำเนินการหลักสูตร.....	15

	หน้า
3. หลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน.....	19
3.1 หลักสูตร.....	19
3.1.1 จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร.....	19
3.1.2 โครงสร้างหลักสูตร.....	19
3.1.3 รายวิชาในหลักสูตร.....	20
3.1.4 แผนการศึกษา.....	27
3.1.5 คำอธิบายรายวิชา.....	33
3.1.6 ความหมายของเลขรหัสวิชา.....	60
3.2 ชื่อ-นามสกุล เลขบัตรประจำตัวประชาชน ตำแหน่ง และคุณวุฒิการศึกษา ของอาจารย์.....	62
3.2.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร.....	62
3.2.2 อาจารย์ประจำหลักสูตร.....	62
3.2.3 อาจารย์ผู้สอน.....	65
3.2.4 อาจารย์พิเศษ.....	69
4 องค์ประกอบเกี่ยวกับประสบการณ์ฝึกภาคสนาม (การฝึกงาน หรือสหกิจศึกษา).....	70
5 ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงการหรือวิจัย.....	70
หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล.....	73
1 การพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของนิสิต.....	73
2 การพัฒนาผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน.....	74
3 แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตร สู่รายวิชา (Curriculum Mapping).....	82
หมวดที่ 5 หลักเกณฑ์ในการประเมินผลนิสิต.....	89
1 กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน (เกรด).....	89
2 กระบวนการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนิสิต.....	89
3 เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร.....	90

	หน้า
หมวดที่ 6 การพัฒนาอาจารย์.....	91
1 การเตรียมการสำหรับอาจารย์ใหม่.....	91
2 การพัฒนาความรู้และทักษะให้แก่อาจารย์.....	91
หมวดที่ 7 การประกันคุณภาพหลักสูตร	92
1 การกำกับมาตรฐาน.....	92
2 บัณฑิต.....	92
3 นิสิต.....	92
4 คณาจารย์.....	92
5 หลักสูตร การเรียนการสอน การประเมินผู้เรียน.....	93
6 สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้.....	94
7 ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators).....	94
หมวดที่ 8 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินงานของหลักสูตร	98
1 การประเมินประสิทธิผลของการสอน.....	98
2 การประเมินหลักสูตรในภาพรวม.....	99
3 การประเมินผลการดำเนินงานตามรายละเอียดหลักสูตร.....	99
4 การทบทวนผลการประเมินและวางแผนปรับปรุง.....	99
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก สรุปประเด็นการวิพากษ์หลักสูตร.....	100
ภาคผนวก ข ประวัติและผลงานทางวิชาการของอาจารย์ประจำหลักสูตร.....	104
ภาคผนวก ค คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตร.....	119
ภาคผนวก ง Program-Structure.....	122
ภาคผนวก จ ความต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาตรี หลักสูตรวิทยาศาสตร์ บัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์.....	126
ภาคผนวก ฉ ผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้บัณฑิตต่อคุณภาพบัณฑิต หลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมและการตลาด เชิงสร้างสรรค์.....	129

	หน้า
ภาคผนวก ข ข้อบังคับมหาวิทยาลัยนเรศวร ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2559.....	140
ภาคผนวก ซ ประกาศคณะกรรมการการอุดมศึกษา เรื่อง แนวทางการปฏิบัติ ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ เกี่ยวกับ สมรรถนะดิจิทัลสำหรับคุณวุฒิระดับปริญญาตรี.....	151
ภาคผนวก ฅ เปลี่ยนแปลงคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรวิทยา ศาสตร์บัณฑิตสาขาวิชานวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2562.....	154
ภาคผนวก ญ มติสภามหาวิทยาลัยอนุมัติหลักสูตรหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2563.....	158

หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชานวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์
หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2563

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

ปริญญาตรีทางวิชาการ จำนวนไม่น้อยกว่า133 หน่วยกิต

5. รูปแบบของหลักสูตร

5.1 รูปแบบ

หลักสูตรระดับ 2 ปริญญาตรี (หลักสูตร 4 ปี) ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552

5.2 ประเภทของหลักสูตร

เป็นหลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาการ

5.3 ภาษาที่ใช้

จัดการเรียนการสอนเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

5.4 การรับเข้าศึกษา

รับเฉพาะนิสิตชาวไทย

5.5 ความร่วมมือกับสถาบันอื่น

เป็นหลักสูตรเฉพาะของมหาวิทยาลัยที่จัดการเรียนการสอนโดยตรง

5.6 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา

ให้ปริญญาเพียงสาขาเดียว

6. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

6.1 กำหนดการเปิดสอน ภาคการศึกษาต้น ปีการศึกษา 2563 เป็นต้นไป

6.2 เป็นหลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2563

6.3 คณะกรรมการของมหาวิทยาลัยเห็นชอบหลักสูตร/อนุมัติหลักสูตรดังนี้

- คณะกรรมการวิชาการ มหาวิทยาลัยนเรศวรอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร ในการประชุม ครั้งที่ 11/2561 เมื่อวันที่ 21 กันยายน พ.ศ. 2561
- สภาวิชาการ ในการประชุมครั้งที่ 4/2562 เมื่อวันที่ 2 เมษายน พ.ศ. 2562
- สภามหาวิทยาลัยนเรศวรอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร ในการประชุม ครั้งที่ ...5/2562..... เมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม 2562

7. ความพร้อมในการเผยแพร่หลักสูตรที่มีคุณภาพและมาตรฐาน

หลักสูตรจะได้รับการเผยแพร่ว่าเป็นหลักสูตรที่มีคุณภาพและมาตรฐานตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (TQF) พ.ศ. 2552 ในปีการศึกษา 2565 (หลังเปิดสอน 2 ปี)

8. อาชีพ/สายงานที่สามารถประกอบอาชีพได้หลังสำเร็จการศึกษา

- นักวิเคราะห์ และนักวิจัยนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์
- นวัตกรรม
- นักการตลาดเชิงสร้างสรรค์
- ผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์

9. ชื่อ-นามสกุล เลขบัตรประจำตัวบัตรประชาชน ตำแหน่ง และคุณวุฒิการศึกษาของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล (เลขบัตรประจำตัวประชาชน)	ตำแหน่ง ทางวิชาการ	คุณวุฒิ การศึกษา	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษา จากสถาบัน	ประเทศ	ปีที่สำเร็จ การศึกษา	ภาระงานสอน (ชม./สัปดาห์)	
								หลักสูตร ที่สอนปัจจุบัน	หลักสูตร ใหม่ พ.ศ. 2563
1	นายอรรถไกร พันธุ์รักดี	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์	ปร.ด.	การบริหาร โรงพยาบาล	มหาวิทยาลัยคริสเตียน	ไทย	2555	6	9
			M.B.A.	Information Systems	Oklahoma City University	USA	2544		
			ศ.บ.	เศรษฐศาสตร์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	ไทย	2538		
2	นางสาวจิตติมา วัฒนะ	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์	M.B.A.	Management	Johnson & Wales University	USA	2542	6	9
			ศศ.บ.	การจัดการทั่วไป	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม	ไทย	2538		
3	เรืออากาศเอกหญิงวชิรา พันธุ์ไพโรจน์	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์	ทล.บ.	เทคโนโลยีสารสนเทศ ทางธุรกิจ	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช	ไทย	2545	6	6
			บธ.ม.	การจัดการธุรกิจ	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	ไทย	2538		
			วท.บ.	ฟิสิกส์	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	ไทย	2531		
					วิทยาเขตพิษณุโลก				
4	นางสาวอุดมลักษณ์ ศรีซัชม	อาจารย์	Ph.D.	Management	University of Southampton	UK	2558	3	6
			บธ.ม.	การจัดการธุรกิจ ระหว่างประเทศ	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์	ไทย	2547		
			บธ.บ.	การจัดการการผลิต	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	ไทย	2544		

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล (เลขบัตรประจำตัวประชาชน)	ตำแหน่ง ทางวิชาการ	คุณวุฒิ การศึกษา	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษา จากสถาบัน	ประเทศ	ปีที่สำเร็จ การศึกษา	ภาระงานสอน (ชม./สัปดาห์)		
								หลักสูตร ที่สอนปัจจุบัน	หลักสูตร ใหม่ พ.ศ. 2563	
5	นางสาวพิมสหรา ยาค้าย	อาจารย์	ปร.ด.	บริหารธุรกิจ	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้า	ไทย	2561	3	6	
			วท.ม.	อุตสาหกรรม	คุณทหารลาดกระบัง	ไทย	2554			
				ธุรกิจเทคโนโลยีและ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย					
			วท.บ.	การจัดการนวัตกรรม (สหสาขาวิชา)						
				เทคโนโลยีการจัดการ	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้า	ไทย	2551			
					คุณทหารลาดกระบัง					

10. สถานที่จัดการเรียนการสอน

สถานที่จัดการเรียนการสอนใช้ของคณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร และอาคารอื่นๆ ในที่ตั้ง ณ มหาวิทยาลัยนเรศวร

11. สถานการณ์ภายนอกหรือการพัฒนาที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนหลักสูตร

11.1 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางเศรษฐกิจ

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี มีเป้าหมายให้ประเทศไทยเป็น "ดิจิทัลไทยแลนด์" ทั้งระบบ โดยมี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ระยะ 5 ปี รวม 4 แผน รองรับกับยุทธศาสตร์ชาติ โดยเริ่มจาก แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ซึ่งเริ่มใช้ตั้งแต่ ตุลาคมปี พ.ศ. 2560 เป็นต้นไป การพัฒนา ประเทศไทยในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560- 2564) ต้องการเร่งการปฏิรูป ประเทศเพื่อแก้ปัญหาพื้นฐานหลายด้านท่ามกลางสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็ว การแข่งขันด้าน เศรษฐกิจจะเข้มข้นมากขึ้น สังคมโลกจะมีความเชื่อมโยงใกล้ชิดกันมากขึ้นเป็นสภาพไร้พรมแดน การพัฒนา เทคโนโลยีจะมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว กระทบชีวิตความเป็นอยู่ในสังคมและการดำเนินกิจกรรมทาง เศรษฐกิจอย่างมาก ประเทศไทยต้องปรับตัวขนานใหญ่ โดยจะต้องเร่งพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การวิจัย และนวัตกรรมให้เป็นปัจจัยหลัก ซึ่งต้องดำเนินการควบคู่กับการเร่งยกระดับทักษะฝีมือแรงงานกลุ่มที่กำลังจะ เข้าสู่ตลาดแรงงานและกลุ่มที่อยู่ในตลาดแรงงานในปัจจุบันให้สอดคล้องกับสาขาการผลิตและบริการเป้าหมาย และการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี รวมถึงการพัฒนาคนในภาพรวมให้เป็นคนที่สมบูรณ์ในทุกช่วงวัยที่สามารถ บริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงที่เป็นสภาพแวดล้อมการดำเนินชีวิตได้อย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาทุน มนุษย์จากการยกระดับคุณภาพการศึกษา การเรียนรู้และการพัฒนาทักษะ ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันอย่างเป็นสากล ว่าทุกการพัฒนา ปัจจัยสำคัญที่สุดคือ “คุณภาพของคน” ไม่ว่าเป้าหมายการพัฒนาจะเป็นอะไรก็ตาม แต่ จุดเริ่มต้นจะต้องเป็นการเตรียมคนให้เหมาะสมกับการไปสู่เป้าหมายนั้น ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจฯ ฉบับนี้ได้ให้ ความสำคัญในการพัฒนาคุณภาพของคน โดยกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ ที่ 1 การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพ ทุนมนุษย์ เพื่อเตรียมคนในสังคมไทยให้มีทักษะในการดำรงชีวิตสำหรับโลกศตวรรษที่ 21 ซึ่งมีวัตถุประสงค์ สำคัญ คือ พัฒนาความรู้ และการประกอบอาชีพตรงตามตลาดงาน นอกจากนี้คนไทยในศตวรรษที่ 21 จะต้อง เป็น “คนไทยที่มีปัญญาเฉียบแหลม มีทักษะที่เห็นผล มีสุขภาพที่แข็งแรง และมีจิตใจที่งดงาม” ซึ่งจะต้อง ปรับเปลี่ยนคนไทยปัจจุบันใน 4 มิติ ได้แก่ (1) การเปลี่ยนคนไทยจากแบบ Thai-Thai เป็นแบบ Global Thai ที่มีความภาคภูมิใจในความเป็นไทย แต่มีกรอบความคิดที่เป็นสากล เพราะโลกกำลังเปลี่ยนจาก One Country One Destiny เป็น One World One Destiny (2) เปลี่ยนจาก Analog Thai เป็น Digital Thai เพื่อให้สามารถ ดำรงชีวิตเรียนรู้ ทำงานและประกอบธุรกิจได้ทั้งในโลกจริงและโลกเสมือน (3) เปลี่ยนจากคนไทยที่มีความรู้และ ทักษะต่ำเป็นคนไทยที่มีความรู้และทักษะสูง มีความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรม เพื่อให้อยู่ได้ใน Global Digital และ(4) เปลี่ยนจากการเน้นประโยชน์ส่วนตน เป็นคนมีจิตสาธารณะเกื้อกูล แบ่งปันและรับผิดชอบต่อ ส่วนรวม

"ดิจิทัลไทยแลนด์" เป็นวิสัยทัศน์เชิงนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย หรือ โมเดลพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาล โดยวางเป้าตัวเองว่าในอนาคตประเทศไทยจะเป็น Smart Thailand มุ่งเน้นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์โดยอาศัยเทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นตัวขับเคลื่อน นอกจากนี้การขับเคลื่อน การปฏิรูปประเทศไทย ยังมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ประเทศไทยสามารถรับมือกับโอกาสและภัยคุกคามชุดใหม่ใน ศตวรรษที่ 21 ที่หลายประเทศได้กำหนดโมเดลเศรษฐกิจรูปแบบใหม่เพื่อสร้างความมั่นคง เช่น A Nation of Makers ของประเทศสหรัฐอเมริกา Design of Innovation ของประเทศอังกฤษ ในขณะที่ประเทศจีนได้ ประกาศ Made in China 2025 ส่วนประเทศอินเดียก็ได้ขับเคลื่อน Made in India หรือเกาหลีใต้ก็วางโมเดล เศรษฐกิจเป็น Creative Economy เป็นต้น "ดิจิทัลไทยแลนด์" เป็นการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจ ไปสู่ "Value-Based Economy" หรือ "เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม" ซึ่งในปัจจุบันประเทศไทยยัง ติดอยู่ในโมเดลเศรษฐกิจแบบ "ทำมาก ได้น้อย" จึงต้องการปรับเปลี่ยนเป็น "ทำน้อย ได้มาก" การก้าวไปสู่ "ดิจิทัลไทยแลนด์" นวัตกรรมจะเป็นตัวผลักดันให้เศรษฐกิจในโมเดล "ดิจิทัลไทยแลนด์" ก้าวล้ำหน้าได้ อย่างยั่งยืน ความคิดสร้างสรรค์หรือการใส่ความเป็นครีเอทีฟในสินค้าและบริการที่ทำอยู่จึงมีความสำคัญอย่าง ยิ่ง ทุกธุรกิจจึงต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และวิถีคิดเสียใหม่ เปลี่ยนจากการผลิตสินค้าโภคภัณฑ์ไปสู่สินค้าเชิง นวัตกรรม เปลี่ยนการขับเคลื่อนประเทศจากภาคอุตสาหกรรมไปสู่ภาคเทคโนโลยีและนวัตกรรม และเปลี่ยน จากการเน้นภาคการผลิตสินค้าไปสู่ภาคบริการมากขึ้น ซึ่งยูเนสโกได้ทำการสำรวจและสรุปเป็นรายงานเมื่อ เดือนธันวาคม 2558 โดยระบุผลข้อมูลไว้ว่า อุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรมทั่วโลกมีรายรับทั้งสิ้น 22.5 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือประมาณ 80 ล้านล้านบาท และมีการจ้างงานมากถึง 29.5 ล้านคน ซึ่งเป็นบท พิสูจน์ยืนยันได้ว่า ความคิดสร้างสรรค์หรือครีเอทีฟ เป็นสิ่งสำคัญในอนาคตที่จะช่วยให้ธุรกิจยั่งยืนและสร้าง เศรษฐกิจโลกอย่างแท้จริง

การสร้างแผนเศรษฐกิจจังหวัด 4.0 ภายใต้นโยบายดิจิทัลไทยแลนด์เป็นส่วนหนึ่งของการ พัฒนาเศรษฐกิจฐานราก (Local Economy Development) ซึ่งเป็นนโยบายสำคัญของรัฐบาลที่เน้นการสร้าง ความเข้มแข็งจากภายใน โดยเปลี่ยนเศรษฐกิจภูมิภาคให้เป็นระบบเศรษฐกิจที่เข้มแข็งด้วยการติดอาวุธทาง ปัญญาให้แก่ผู้ประกอบการ ทั้งองค์ความรู้ การบริหารจัดการและการสร้างสรรค์นวัตกรรม เพื่อให้ทุกคนใน ประเทศสามารถยืนอยู่บนขาของตัวเองได้ ตั้งแต่ต้นน้ำ คือ การมีเทคโนโลยีเป็นของตนเอง กลางน้ำ คือ การมี อุตสาหกรรมที่แข็งแกร่ง และปลายน้ำ คือ การมีธุรกิจแบบใหม่ เช่น Smart Enterprises และ Startup "แผน เศรษฐกิจจังหวัด 4.0" เน้นการพัฒนาแผนจากพื้นที่ (Area Based) และมีเป้าหมายสอดคล้องตามกรอบ ยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี มีจุดมุ่งหมายให้ประชาชนในพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการ Biz Club, YEC, Young FTI ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม หรือแม้กระทั่งภาครัฐ เป็นหน่วยขับเคลื่อนการค้าในระดับจังหวัด

"พิษณุโลก 2020 เขตเศรษฐกิจใหม่สี่แยกอินโดจีน" เป็นแนวคิดการพัฒนาเมืองแห่งอนาคต ของพิษณุโลกเป็นกรอบและแนวทางขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจพื้นที่ภาคเหนือตอนล่างและจังหวัด พิษณุโลกให้เติบโตอย่างยั่งยืน โดยสร้างรูปแบบการพัฒนาให้สอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล ในการพัฒนา

เศรษฐกิจและการลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและการจ้างงาน เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากพิษณุโลกเป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ในจุดที่เป็นทางเชื่อมจากกรุงเทพฯ ไปสู่ภาคเหนือและยังสามารถเชื่อมถึงเมืองคุนหมิง ประเทศจีน (เส้นทาง R3A) ได้ รวมทั้งยังสามารถเดินทางไปทางทิศตะวันออกผ่านมุกดาหารเข้าแขวงสะหวันนะเขตในลาวและออกสู่เมืองดานังประเทศเวียดนามได้ ตามแนวระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตก พิษณุโลกจึงเป็นจังหวัดที่ระเบียงเศรษฐกิจทั้ง 2 สายมาตัดกันที่แยกอินโดจีน และสามารถผลักดันให้พิษณุโลกเป็นศูนย์กลางการขนส่งและมีเส้นทาง R9 ผ่าน ซึ่งอยู่ในแนวระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตก (East West Economic Corridor) ที่เชื่อมโยงจาก พม่า-ไทย-ลาว-เวียดนาม รัฐบาลจึงกำหนดให้จังหวัดพิษณุโลกเป็นที่ตั้งของสถานีหลักของรถไฟฟ้าความเร็วสูง สายกรุงเทพฯ - เชียงใหม่ และเป็นที่ตั้งของสถานีขนส่งสินค้าของรถไฟทางคู่สายปากน้ำโพ - เด่นชัย

การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันการตลาดเป็นกิจกรรมที่มีบทบาทต่อองค์กรต่าง ๆ อย่างมาก โดยเป็นตัวจักรสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินงานให้สามารถบรรลุจุดประสงค์ที่ต้องการได้ หลังจากปี พ.ศ. 2560 เป็นต้นไปแนวโน้มของช่องทางหลักในการเข้าถึงผู้บริโภค คือ Mobile Devices และ “โซเชียล มีเดีย” ซึ่งเป็นการสื่อสารแบบเรียลไทม์เป็นหลัก Philip Kotler ปรมาจารย์ด้านการตลาด ได้อธิบายไว้ว่า “แนวโน้มการทำการตลาดจากนี้ไปจะเข้าสู่ยุค Social Media มากขึ้น จากที่ปัจจุบันในหลายประเทศเริ่มปรับตัวทำการตลาดเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงไปสู่ยุค Social Media หากใครยังไม่ปรับตัวก็จะเป็นการสูญเสียเปรียบเทียบกับใครได้ และจะทำให้บริษัทล้มลงและหายไปทีละที รวมไปถึงการติดต่อสื่อสารที่จะมาพลิกโฉมและสร้างหน้าประวัติศาสตร์ของการตลาดในยุคใหม่ จะทำให้การเชื่อมโยงถึงกันทำได้ง่ายดาย ดังนั้นรูปแบบการตลาดจะเปลี่ยนไป เข้าสู่ยุคที่ผู้บริโภคจะเชื่อความคิดเห็นของผู้บริโภคด้วยกันเป็นอย่างมาก การบอกต่อแบบปากต่อปากจึงทวีความสำคัญในการตัดสินใจ และปรากฏการณ์นี้ยังทำให้ผู้บริโภคฉลาดและรอบรู้มากกว่าแต่ก่อนด้วย” Kotler ได้ย้ำว่า “การตลาดได้ปรับเปลี่ยนจากเดิมที่เน้นเรื่องตัวสินค้า หรือ product เป็นการเน้นที่ลูกค้า หรือ customer และปรับมาให้ความสำคัญกับยี่ห้อ (brand) ในวันนี้การตลาดจะต้องต่อยอด value management หรือ การบริหารคุณค่าที่เน้นเรื่อง “จิตวิญญาณ” หรือ “human spirit” มากขึ้น” นักการตลาดที่จะประสบความสำเร็จจะต้องหาสมดุลระหว่างการสร้างกำไรให้ธุรกิจพร้อมๆ กับการจ่ายตอบแทนคืนแก่สังคม ซึ่งในอดีตการตลาดทำเรื่องสร้างสรรค์สังคมให้ดีขึ้นเพื่อให้ดูดีให้คนพูดถึงอย่างชื่นชม แต่วันนี้การทำความคิด ความถูกต้องสำหรับธุรกิจเป็นเรื่องต้องทำ ทั้งนี้ การตลาดต้องมีความสัมพันธ์กันทั้งเรื่องกายใจ และ จิตวิญญาณเป็นการบูรณาการการตลาดและกิจกรรมเพื่อสังคมให้เป็นส่วนหนึ่งของเป้าหมายทางธุรกิจ การตลาดจะประสบความสำเร็จได้ จะต้องเปลี่ยนแนวคิดจาก What's good for business is good for society เป็น What's good for society is good for business

ปีเตอร์ ดรักเกอร์ (Peter Drucker) ที่ปรึกษาและกูรูด้านการจัดการสมัยใหม่ที่มีชื่อเสียงโด่งดังตั้งแต่ในยุค 1950-ปัจจุบัน เคยกล่าวไว้ว่า “ธุรกิจมีเพียง 2 หน้าที่เท่านั้น คือ การตลาด และการสร้างนวัตกรรม” ซึ่งไม่สามารถขาดสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้ วีระเวช วรรณาลัย กรรมการผู้จัดการ บริษัท อินเทลลิจัควอลดิไซน์ กรุ๊ป จำกัด ได้กล่าวเสริม ปีเตอร์ ดรักเกอร์ ว่า “การใช้ทรัพยากรสินทางปัญญาเป็นเครื่องมือในการ

ขับเคลื่อนให้ทั้ง 2 หน้าที่/กิจกรรมมีประสิทธิภาพมากขึ้น และส่งเสริมให้ธุรกิจเติบโตอย่างมั่นคง ยั่งยืน” โดยได้อธิบายเพิ่มเติมว่า “การทำการตลาดที่ดีอาจจะช่วยดันสินค้าให้เป็นที่รู้จักได้เร็วขึ้น แต่ถ้าสินค้าหรือบริการไม่มีความแตกต่างจากคนอื่น ๆ ในเชิงนวัตกรรมหรือการสร้างสรรค์ ก็จะเหนื่อยกับการเล่นในตลาด Red Ocean ที่มีการแข่งขันกันอย่างดุเดือด เน้นที่ราคาเป็นหลัก และผู้บริโภคมีความจงรักภักดีต่ำ พร้อมเปลี่ยนไปใช้สินค้าหรือบริการของคนอื่นได้ทุกเมื่อ แต่ถ้าเน้นที่การสร้างนวัตกรรมเพียงอย่างเดียวก็อาจจะได้แค่สิ่งประดิษฐ์ (Invention) หรือสิ่งแปลกใหม่ (Novelty) ที่อาจจะไม่ตอบโจทย์ความต้องการหรือความคาดหวังของผู้บริโภค จึงเป็นที่มาว่า 90% ของสิทธิบัตรที่ยื่นจดไปไม่มีประโยชน์อะไรเลย หรือถึงแม้ว่าจะตอบโจทย์ความคาดหวังได้แต่ไม่ค่อยมีคนรู้จัก เพราะไม่เข้าใจถึงวิธีการทำการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ และตรงต่อกลุ่มเป้าหมายได้จริง ตัวอย่างกรณีศึกษาที่ธุรกิจได้มีการผสมผสานกลยุทธ์การตลาด นวัตกรรมและทรัพย์สินทางปัญญา เช่น GoreTex™ นวัตกรรมที่เกี่ยวกับเส้นใยผ้าที่สามารถป้องกันน้ำและช่วยให้เหงื่อหรือความชื้นจากร่างกายระเหยออกไปสู่ภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพ Teflon™ ซึ่งเป็นเครื่องหมายการค้าของฟลูออโรพลาสติกผลิตโดย Dupont ที่มีประโยชน์ใช้สอยหลากหลาย เช่น การเคลือบภาชนะเครื่องใช้ในครัวและบรรจุภัณฑ์ต่างๆ ทำให้น้ำหรือน้ำมันไม่เกาะติด และ ageLOC™ ของ NuSkin ที่มีการวิจัยภายในบริษัทและร่วมมือกับทีมนักวิทยาศาสตร์ในมหาวิทยาลัยชั้นนำของโลกเพื่อศึกษากระบวนการ aging และนำผลงานที่ได้ไปส่งเสริมพัฒนากลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและอาหารเสริมภายใต้แบรนด์ดังกล่าวเพื่อช่วยในการรักษาสุขภาพและยืดอายุขัยของคนได้ รวมถึงการสร้างโปรแกรมดูแลรักษาผิวที่มีความจำเพาะต่อตัวบุคคล กาแฟแคปซูล Nespresso™ แบบใช้ครั้งเดียวทิ้งของ Nestle Group พร้อมด้วยโมเดลธุรกิจแบบ Lock-in Subscription Model ทำให้ลูกค้าทุกรายต้องกลับมาซื้อกาแฟแคปซูลดังกล่าว เพื่อใช้กับเครื่องชงกาแฟของ Nestle ซึ่งก็มีสิทธิบัตรคุ้มครองด้วยเช่นกัน เป็นต้น

อินเทอร์เน็ตมีความเจริญก้าวหน้าและเข้ามาสู่ยุคใหม่ โลกจึงเต็มไปด้วยข้อมูลมหาศาลที่สร้างขึ้นโดยผู้ใช้งาน (user-generated content) ทำให้มีข้อมูลในระบบมากขึ้น ด้วยการเติบโตของสื่อสังคมออนไลน์และแพลตฟอร์มต่างๆ เช่น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ ทำให้มีเนื้อหา (Content) อยู่ในโลกอินเทอร์เน็ตจำนวนมาก และจากความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่สามารถคอยติดตามเราทุกขณะ เช่น Fitbit หรือโทรศัพท์มือถือที่ติดตามข้อมูลของผู้ใช้งานตลอดเวลาแล้วส่งข้อมูลกลับไปที่เซิร์ฟเวอร์ว่าผู้ใช้มีพฤติกรรมการใช้งาน หรือ เฟซบุ๊กที่จะเก็บข้อมูลทุกครั้งที่เวลาที่มีการกดไลค์เพจและโพสต์ต่างๆ เพื่อทำ ranking เพราะรายได้ส่วนใหญ่ของเฟซบุ๊กมาจากโฆษณา เช่นเดียวกับ Amazon งานหลักคือขายของ เมื่อคนกดดูสินค้าและเปรียบเทียบสินค้าหรือราคา ข้อมูลจะถูกบันทึก ซึ่งข้อมูลเหล่านี้สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้เมื่อผู้คนเปลี่ยนพฤติกรรมจากออฟไลน์ไปสู่ออนไลน์มากขึ้น การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคหรือทำการตลาดแบบเดิมจึงใช้ไม่ได้ผลเสมอไป การขับเคลื่อนธุรกิจด้วยข้อมูลวิทยาศาสตร์การตลาด (Marketing Science) จึงถือเป็นกุญแจสำคัญของนักการตลาดยุคใหม่ เช่น “Pop up” นวัตกรรมของไทย เป็นระบบวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าในห้างสรรพสินค้า เพื่อนำเสนอข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางเลือกซื้อของลูกค้า ทำให้ผู้บริหารสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการตลาดได้ เป็นต้น จากการวิจัยโดย Jaywing พบว่ากว่า 40% ของนักการ

ตลาด คิดว่าตนเองขาดทักษะทางด้านการวิเคราะห์และทักษะด้านการศึกษาข้อมูล ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการวางแผนกลยุทธ์ในการติดต่อกับลูกค้า และพบว่าหลายๆบริษัทที่เน้นการตลาดขาดทักษะทางด้านการวิเคราะห์และทักษะด้านการศึกษาข้อมูล ทั้ง 2 ด้านนี้ กลายเป็นสิ่งที่จุดให้ธุรกิจไม่สามารถเข้าถึงลูกค้าแบบเจาะกลุ่มเป้าหมายได้ รวมทั้งไม่สามารถคำนวณผลตอบแทนทางการลงทุนได้อย่างแม่นยำ ในขณะที่ 92% ของผู้ทำแบบสำรวจเห็นด้วยว่า การจัดการข้อมูล หรือ data management นั้น มีความสำคัญต่อธุรกิจ และอีก 40% คิดว่าการขาดทักษะทางด้านการวิเคราะห์ คือ สิ่งที่ขัดขวางพวกเขาในการวางแผนกลยุทธ์ด้าน CRM ที่มีประสิทธิภาพ และ 65% เปิดเผยว่าข้อมูลที่เข้าถึงลูกค้าได้แบบเฉพาะเจาะจง คือ จุดแข็งของแบรนด์สินค้า ในยุคที่การแข่งขันสูงแบบนี้ นักการตลาดส่วนใหญ่รู้ว่าการทำการตลาดด้วยข้อมูลนั้นให้ผลในแง่บวกมาก ทั้งในด้านความสัมพันธ์กับลูกค้าและด้านผลตอบแทนทางการลงทุน (การลงทุนในการทำการตลาด) แต่ถึงอย่างนั้นพวกเขาก็ยังคงขาดทักษะ ความรู้ และความมั่นใจ ในการนำข้อมูลที่มีอยู่ในมือมาใช้ การเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วของเทคโนโลยีเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่นักการตลาดต้องคำนึงถึงการขับเคลื่อนแผนการตลาดด้วยข้อมูล การยกลูกค้าให้เป็นจุดศูนย์กลาง ข้อมูลส่วนตัวเชิงลึกและการประเมินสิ่งที่ทำ

ปณต กาญจนศูนย์ หัวหน้าแผนกการตลาดและดิจิทัลโซลูชัน กลุ่มบริษัท จีเอเบิล จำกัด ซึ่งได้บรรยายในหัวข้อ “Creative Technology and the Future of Marketing: ขับเคลื่อนการตลาดยุคใหม่ด้วยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์” แนะนำเทคนิคการทำ Marketing สมัยใหม่ในปี 2018 ว่า Digital Marketing และการทำ Data Analytics จะเข้ามามีบทบาทสำคัญทั้งในการสร้างแบรนด์และเจาะกลุ่มเป้าหมาย รวมไปถึงประเด็นต่างๆ ที่ควรพิจารณาเพื่อให้แคมเปญการตลาดมีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งการทำตลาดแบบเดิม ไม่สามารถวัดเรื่องของการชี้วัดประสิทธิผล (Effectiveness) ได้ แต่เมื่อเข้ามาถึงยุคของ Digital Marketing แพลตฟอร์มและช่องทางต่างๆ ที่ใช้ทำโฆษณาเริ่มสามารถชี้วัดผลได้มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นยอดการเข้าถึง จำนวนคลิก จำนวน Lead หรือ Pipeline ที่เพิ่มเข้ามา รวมไปถึงปฏิสัมพันธ์ (Engagement) ต่างๆ เช่น โไลค์ แชร์ คอมเมนต์ ส่งผลให้ผู้บริหารเห็นภาพชัดเจนว่างบประมาณที่ลงทุนไปกับการทำ Marketing จะได้อะไรกลับคืนมาบ้าง และคุ้มค่ากับการลงทุน (Return on Marketing: ROM) ต่อหรือไม่ ในขณะที่ฝ่ายการตลาดเองก็สามารถกำหนด KPI ได้อย่างชัดเจน บทบาทของการทำการตลาดสมัยใหม่ คือ การผสมผสานหลายแผนกเข้าด้วยกัน ดังนั้น นักการตลาดไม่ควรมีความรู้เพียงแค่ด้านการตลาดแต่จำเป็นที่จะต้องมีความรู้และความเข้าใจในด้านเทคโนโลยีด้วย จะเห็นได้จากเทรนด์ในปัจจุบันที่ตำแหน่งใหญ่ทางด้านการตลาดของบริษัทชั้นนำบางแห่งเริ่มเปลี่ยนจาก Chief Marketing Officer (CMO) เป็น Chief Marketing Technologist (CMT) แทน เนื่องจากการทำ Marketing แบบดั้งเดิมไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ ส่งผลให้ CMO ถูกลดความสำคัญลงมาแต่ด้วยการมาถึงของ Digital Marketing ก่อให้เกิดตำแหน่งใหม่ คือ CMT ซึ่งเป็น CMO ที่มีความรู้และความสามารถด้าน IT พร้อมทั้งจะดำเนินแผนการตลาดที่มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาสนับสนุน เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่น่าพึงพอใจและชี้วัดประสิทธิผลได้อย่างชัดเจน นักวิทยาศาสตร์ข้อมูลการตลาด (Marketing Data Science) ต้องมีทักษะความรู้แบบสหวิทยาการ (interdisciplinary) เช่น ความรู้ด้านคอมพิวเตอร์ สถิติ คณิตศาสตร์ ความเข้าใจทางธุรกิจ และที่ขาดไม่ได้คือ ความอยากรู้อยากเห็น และความคิด

สร้างสรรค์ โดยในปี ค.ศ. 2016 เว็บไซต์ในประเทศสหรัฐอเมริกาชื่อ Careercast.com ได้มีการจัดอันดับสายอาชีพยอดนิยม ซึ่งอาชีพ Data Science (วิทยาการข้อมูล) ขึ้นมาเป็นอันดับ 1 เป็นสายอาชีพใหม่ที่น่าสนใจ มุ่งเน้นด้านการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อที่จะหาความรู้จากข้อมูลที่มีมากมายในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นจากใน Social Network หรือ Sensor รับข้อมูลต่างๆ รวมถึงรูปภาพ คลิปวิดีโอจากกล้องต่างๆ ด้วย ความรู้ที่ได้มาจากข้อมูลดังกล่าวสามารถนำมาคาดการณ์แนวโน้มต่างๆ ในอนาคต กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จัดจํารูปแบบการใช้ หรือซื้อสินค้า Online เพื่อกระตุ้นการซื้อสินค้าให้มากขึ้น เป็นต้น

11.2 สถานการณ์หรือการพัฒนาสังคมและวัฒนธรรม

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีคือปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมในรูปแบบใหม่ เกิดการดำเนินชีวิตตามรายได้ รสนิยม และอุดมคติ ผู้คนมุ่งสู่การแสวงหาและพัฒนาพื้นที่เฉพาะของตัวเอง ความเป็นปัจเจกสูงขึ้น เกิดการหลอมรวมของกลุ่มคนในสังคมพหุวัฒนธรรม (Multi-culture) เกิดนวัตกรรมเพื่อรองรับสังคมแนวใหม่ เช่น Online dating, การบริการสร้างสังคมสมมติ, การบริการรณรงค์การมีบุตร หลอดแก้วสำหรับคู่รักเพศเดียวกัน การให้บริการขนส่งมวลชน การบริการผ่านการใช้สมาร์ทโฟน แนวโน้มพลังงานจะเน้นการใช้พลังงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Diversified environmental-friendly energy sources) เพราะสังคมตื่นตัวในการเป็นสังคมปลอดมลพิษ ลดการใช้พลังงานฟอสซิลด้วยพลังงานทางเลือก เครื่องยนต์ที่รองรับพลังงานสะอาด พลังงานไฟฟ้าจะได้รับความนิยมและลดการเก็บภาษี ส่วนแนวโน้มการสื่อสารนั้นเชื่อมต่อการทำงาน เพราะเมื่อช่องทางสื่อสารหลักคือออนไลน์ การสื่อสารระหว่างกันจึงยืดหยุ่น ไม่ยึดติดกรอบเวลา การสื่อสารของผู้คนกับต่างประเทศจึงมีมากขึ้น แรงงานไทยทำงานร่วมในบริษัทต่างชาติมากขึ้น เช่นเดียวกับการทำงานที่ไม่ยึดติดกับสถานที่ องค์กร และเมื่อพื้นฐานของต้นทุนซึ่งเคยเป็นข้อจำกัดในการริเริ่มธุรกิจน้อยลง นั้นจะผลักดันให้การเติบโตทางธุรกิจไม่จำกัดเพียงแค่องค์กรใหญ่ๆ แต่จะเกิดผู้ประกอบการรุ่นใหม่ (New entrepreneur) วิธีการทำงานรูปแบบใหม่ เช่น Co-working space หรือ Sharing office กระจายอยู่ทั่วไปในพื้นที่เมือง เกิดองค์กรที่ยืดหยุ่น ขนาดเล็ก คุณภาพสูง และมีประสิทธิภาพ

Eternal Newbies กลุ่มผู้บริโภคจะมีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็วหมดแล้ว โดยคนกลุ่มนี้มีนิสัยชอบเรียนรู้สิ่งใหม่ตลอดเวลา ด้วยอยู่ในสภาพแวดล้อมที่พร้อมเข้าถึงเทคโนโลยีอยู่เสมอ จึงกลายเป็นพลังขับเคลื่อนที่แสดงให้เห็นว่าปี 2018 จะเป็นปีแห่งการเปลี่ยนแปลงและยอมรับ มีการคาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2573 ประมาณ 47 % การจ้างงานกำลังจะหายไป และกว่า 90% ของตำแหน่งงานแบบเดิม ๆ กำลังจะถูก Disrupt เช่นเดียวกับการศึกษาไทยก็ต้องเปลี่ยนและจะถูกเปลี่ยนโฉมไปแบบพลิกหน้ามือเป็นหลังมือ ในอดีตการศึกษาถูกออกแบบมาเพื่อตอบโจทย์โลกอุตสาหกรรม จากนั้นไปการจ้างงานแบบชั่วคราวไม่มีอีกต่อไป เหลือเพียงการเรียนรู้และปรับตัวตลอดชีวิต รูปแบบโลกการศึกษาในอนาคตต้องเรียนตามทักษะ ตามเป้าหมาย และสามารถปรับตัวเข้ากับยุคของการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาเพื่อช่วยเร่งการเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วกับวงการการศึกษาไทย เทคโนโลยีที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็วและได้เข้ามามีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงวิถีการดำเนินชีวิตประจำวันของเราได้ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ทำให้การเข้าถึงข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ทำได้อย่างรวดเร็วกว่าเดิม แม้ว่าข้อมูลจะมีขนาดใหญ่ขึ้นและหลากหลายประเภทมากขึ้น โดยที่ขณะนี้โลกของ

เรามีการเชื่อมต่อด้วยเทคโนโลยีไร้สาย การเชื่อมต่อได้เข้าไปถึงระดับบุคคล และจำนวนการเชื่อมต่อเข้าใกล้จำนวนประชากรโลกเข้าทุกขณะ อีกทั้งอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ส่วนบุคคลมีประสิทธิภาพในการคำนวณสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว สามารถเชื่อมต่อผู้คนจำนวนมหาศาลในเวลาเดียวกัน ประกอบกับความสามารถในการส่งข้อมูลที่มีความเร็วสูง และยังมีแนวโน้มที่จะถึงจุดอิ่มตัวเลยแม้แต่น้อย เทคโนโลยีที่โดดเด่นที่กำลังทำให้สิ่งของทุกสรรพสิ่งบนโลกสามารถเชื่อมต่อกันได้ นั่นคือ Internet of Everything (IoE) ซึ่งจะเข้ามาเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมต่างๆ โดยจะมีผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจ ซึ่งมีการคาดว่า IoE จะทำให้เกิดโอกาสมากมาย ด้วยมูลค่าที่สูงถึงระดับล้านล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจะมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากมีการนำ IoE มาใช้ในการปฏิวัติการศึกษา เพื่อสร้างรูปแบบของการเรียนรู้ของคนรุ่นใหม่จะยังทำให้เกิดการต่อยอดการเรียนรู้อย่างไม่วันสิ้นสุด

12. ผลกระทบจากข้อ 11 ต่อการพัฒนาหลักสูตรและความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

12.1 การพัฒนาหลักสูตร

ในการพัฒนาหลักสูตรเริ่มจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 และยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปีที่เป็นแผนแม่บทหลักของการพัฒนาประเทศไทย การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนโลก (Disruption Technology) การเกิดขึ้นของปริมาณข้อมูลมหาศาลในปัจจุบันที่นับวันจะมีมากขึ้น และมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ความหลากหลายของรูปแบบการเก็บข้อมูลก็เพิ่มขึ้นตลอดด้วย ทั้งที่เป็นข้อความ รูปภาพหรือคลิปวิดีโอ ซึ่งวิทยาศาสตร์การตลาด (Marketing Science) ได้นำข้อมูลที่มีอยู่อย่างมหาศาลมาวิเคราะห์เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจ ทั้งด้านการตลาด การตัดสินใจ การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ การขับเคลื่อนทิศทางของผลิตภัณฑ์ในอนาคต หรือเพื่อให้เกิดประโยชน์กับองค์กร ทั้งด้านการวางแผนกลยุทธ์ขององค์กร การบริหารงานองค์กร การพยากรณ์และการเข้าใจถึงปัญหาและโอกาส ซึ่งการนำวิทยาศาสตร์ข้อมูลมาใช้ประโยชน์อย่างจริงจัง จำเป็นต้องอาศัยความเข้าใจในข้อมูล การเห็นมุมมองในข้อมูลที่จะสามารถดึงมาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อให้เกิดประโยชน์กับธุรกิจหรือองค์กร และการทำงานร่วมกันหลายฝ่าย ทั้งเจ้าของข้อมูล ผู้ที่ต้องการใช้ข้อมูล และนักวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์จากข้อมูลปริมาณมหาศาลที่เกิดขึ้นได้อย่างแท้จริง รวมไปถึงความต้องการแรงงานในอนาคต โดยส่วนใหญ่อาชีพที่เป็นความต้องการในอนาคต จะเป็นนักวิเคราะห์ข้อมูล นักการตลาดเชิงสร้างสรรค์ นักบริหาร

12.2 ความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

หลักสูตรมุ่งผลิตบัณฑิตให้ตรงกับความต้องการของประเทศด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ โดยมุ่งเน้นการสร้างบัณฑิตให้มีความคิดสร้างสรรค์ มีทัศนคติเชิงบวก และสามารถปรับตัวในการทำงานเมื่อสภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลง สามารถทำงานตอบสนองความต้องการของหน่วยงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สร้างวัฒนธรรมและค่านิยมที่พึงประสงค์ให้เกิดขึ้น สร้างเครือข่าย (Networking) ร่วมกับภาคเอกชนให้มาช่วยเสริมในการสร้างจุดแข็งและการยอมรับของสังคมโดยทั่วไป ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยนเรศวร(พ.ศ. 2561 – 2565) โดย

ด้านการเรียนการสอน ซึ่งเป็นพันธกิจหลักโดยหลักสูตรจะเน้นการเรียนการสอนเป็นแบบ Active Learning นิสิตได้รับองค์ความรู้ด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์เป็นการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติ นิสิตจะได้รับการฝึกทักษะที่ตึงศักยภาพทางด้านความคิดสร้างสรรค์ ฝึกทักษะการคิดวิเคราะห์ มีการเรียนรู้จากผู้มีประสบการณ์ภายนอกและจากกิจกรรมที่ทางหลักสูตรได้กำหนดขึ้น มีการส่งเสริมและสร้างกลไกเพื่อให้ นิสิตเป็นผู้ที่เรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต (long Life Learning) ด้วยรูปแบบและวิธีการที่หลากหลาย ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดแรงงาน มีการบูรณาการด้วยการสอนแบบเป็นทีม (Team Teaching) ประกอบไปด้วยคณาจารย์ภายในคณะ มหาวิทยาลัยและผู้มีความรู้ความสามารถจากภาครัฐและภาคเอกชน เน้นกระบวนการคิดและสร้างสรรค์ผลงานผ่านการทำโครงการและเน้นฝึกปฏิบัติให้มากขึ้น เพื่อให้บัณฑิตสามารถทำงานได้อย่างแท้จริง

ด้านการวิจัย ในหลักสูตรนิสิตจะได้รับองค์ความรู้ด้านการทำวิจัยจากรายวิชา 815360 วิจัยด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ โดยนิสิตจะนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ฝึกทักษะด้านการวิจัยในกลุ่มรายวิชาโครงการและการศึกษาเกี่ยวกับลูกค้า การศึกษาด้านตลาด มีการบูรณาการระหว่างการเรียนการสอนและการวิจัย อีกทั้งยังมีผลงานด้านนวัตกรรมจากรายวิชาโครงการฯ เป็นการเพิ่มขีดความสามารถการวิจัยเพื่อสร้างนวัตกรรมสู่ความเป็นเลิศ

การเสริมสร้างศักยภาพการให้บริการวิชาการ เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน การเรียนการสอนในหลักสูตรจึงเป็นการบูรณาการร่วมกับการบริการวิชาการ โดยได้กำหนดให้นิสิตลงพื้นที่เพื่อค้นหาปัญหาในสภาพจริงและนำความรู้ด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ไปช่วยแก้ปัญหาหรือช่วยเหลือผู้ประกอบการท้องถิ่น

ด้านทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม การเรียนการสอนจะบูรณาการด้านทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ร่วมกับงานวิจัยและบริการวิชาการ เพื่อปลูกฝังให้นิสิตเป็นผู้อนุรักษ์ สืบสานประเพณีต่างๆของชาติ

13. ความสัมพันธ์กับหลักสูตรอื่นที่เปิดสอนในคณะ/โปรแกรมวิชาอื่นของมหาวิทยาลัย

13.1 หลักสูตรนี้มีรายวิชาที่สอนให้นิสิตในหลักสูตรอื่นเรียน มีดังนี้

ไม่มี

13.2 หลักสูตรนี้มีรายวิชาที่กำหนดให้นิสิตเรียนจากหลักสูตรอื่น ๆ มีดังนี้

ไม่มี

13.3 การบริหารจัดการ

13.3.1) รายวิชาที่สอนให้นิสิตในหลักสูตรอื่น

ไม่มี

13.3.2) รายวิชาที่กำหนดให้นิสิตเรียนจากหลักสูตรอื่น

ไม่มี

หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร

1. ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1.1 ปรัชญาและความสำคัญ

ปรัชญา

มุ่งสร้างบัณฑิตทางด้านนวัตกรรมการตลาดที่มีการเชื่อมโยงเหตุและผล สามารถบูรณาการความรู้ที่ครอบคลุมทั้งด้านวิทยาศาสตร์ สังคมศาสตร์ และบริหารธุรกิจ ทนต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก ตลอดจนมีความคิดสร้างสรรค์ สามารถนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการทางตลาด เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กรอย่างยั่งยืนและเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันของประเทศไทย

1.2 ความสำคัญ

เมื่อบริบททางสังคมเปลี่ยนแปลง เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานและสมรรถนะของบุคลากรที่ต้องปรับตัวให้สามารถทำงานได้ ดังนั้นจึงต้องผลิตบัณฑิตให้สามารถทำงานได้ตรงตามความต้องการใช้งานของผู้ประกอบการ ด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ และรองรับกับยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

1.3 วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีคุณลักษณะ ดังนี้

1. เพื่อผลิตบัณฑิตที่เป็นผู้มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ทางด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของอุตสาหกรรมและความต้องการของประเทศ
2. เพื่อพัฒนาให้มีขีดความสามารถในการพัฒนาระบบความคิดและการเรียนรู้ทั้งในด้าน มโนทัศน์ กระบวนทัศน์ เพื่อประยุกต์ใช้ความรู้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด
3. สามารถปรับตัวและใช้องค์ความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก
4. มีความสามารถในการทำงานเป็นทีม โดยประยุกต์ใช้องค์ความรู้ในการสร้างสรรค์ผลงาน ที่อยู่บนพื้นฐานเหตุและผลตามหลักวิทยาศาสตร์

2. แผนพัฒนาปรับปรุง หลักสูตรนี้จะดำเนินการแล้วเสร็จครบถ้วนในรอบการศึกษา (5 ปี)

แผนพัฒนา/เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
1.ปรับปรุงหลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ให้มีมาตรฐานตามเกณฑ์ที่ สกอ. และมหาวิทยาลัยกำหนด	1. พัฒนาหลักสูตรโดยคณะ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และ อาจารย์ประจำหลักสูตร ให้มีหลักสูตรในระดับสากลที่ทันสมัยทุก 5 ปี 2. ส่งเสริมให้มีความร่วมมือทางวิชาการในลักษณะต่างๆ กับหน่วยงานทั้งในและต่างประเทศ 3. พัฒนาปรับปรุงโดยการเพิ่มรายละเอียดในเนื้อหาของรายวิชาการจัดทำ Program Learning Outcomes ในรายวิชาวิธีการสอน การวัดและประเมินผลของรายวิชาในหลักสูตรเพื่อความเหมาะสมและทันสมัย	1. เอกสารปรับปรุงหลักสูตรตามรูปแบบของมคอ.2 2. การวิพากษ์หลักสูตรโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องจากภายนอก 3. มีการลงนามความร่วมมือทางวิชาการกับหน่วยงานทั้งในและต่างประเทศในรูปแบบต่างๆ 4. เนื้อหารายวิชาและรายวิชาที่ได้รับอนุมัติเพิ่มเติมจากสภาวิชาการมหาวิทยาลัยนเรศวร
2. ปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต และการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางสังคมและเทคโนโลยี	1. ประเมินผลด้วยแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ 2. การระดมสมองจากผู้สอนในรายวิชาทั้งจากอาจารย์ภายในและผู้ทรงคุณวุฒิจากภายนอก ในการเพิ่มเติมปรับปรุงหลักสูตร	1. รายงานผลการประเมินความพึงพอใจในการใช้บัณฑิตของผู้ประกอบการ 2. มีรายงานการประเมินความพึงพอใจจากผู้สำเร็จการศึกษา 3. รายงานการประชุมการระดมสมอง

หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร

1. ระบบการจัดการศึกษา

1.1 ระบบการจัดการศึกษาในหลักสูตร

- ระบบทวิภาค โดย 1 ปีการศึกษา แบ่งออกเป็น 2 ภาคการศึกษาปกติ 1 ภาคการศึกษาปกติ มีระยะเวลาศึกษาไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์

1.2 การจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน

- ไม่มี

1.3 การเทียบเคียงหน่วยกิตในระบบทวิภาค

ให้เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยนเรศวร ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2559 (ภาคผนวก)

2. การดำเนินการหลักสูตร

2.1 วัน-เวลาในการดำเนินการเรียนการสอน

วัน-เวลาราชการปกติ

ภาคการศึกษาต้น เดือนมิถุนายน – ตุลาคม

ภาคการศึกษาปลาย เดือนพฤศจิกายน – มีนาคม

2.2 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

1) เป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ทุกสาขาหรือมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า

2) มีคุณสมบัติตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยนเรศวร ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2559 และประกาศมหาวิทยาลัยนเรศวร

3) ต้องผ่านการคัดเลือกตามหลักเกณฑ์ของ สกอ. และเป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยนเรศวร ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2559

4) กรณีผ่านการสอบข้อเขียนเรียบร้อยแล้ว ต้องได้รับการพิจารณาให้ผ่านการสัมภาษณ์จาก คณะกรรมการสอบสัมภาษณ์ที่แต่งตั้งโดยมหาวิทยาลัยนเรศวรด้วย

2.3 ปัญหาของนิสิตแรกเข้า

- 1) ผู้เข้าสมัครเรียนยังไม่เข้าใจถึงความต้องการของตนเองในการเข้ามศึกษาในสาขาวิชานวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์อย่างแท้จริง และไม่เข้าใจในศาสตร์ที่เข้ามศึกษาเนื่องจากเป็นสหสาขาวิชา ซึ่งจะก่อให้เกิดการเรียนรู้ที่ไม่ประสบความสำเร็จ เกิดการลาพักการศึกษา ย้ายสาขาวิชา และการไม่เข้าสู่ตลาดแรงงานที่ตรงกับสาขาวิชาที่จบมา
- 2) ผู้เข้าสมัครเรียนที่มีข้อจำกัดทางการใช้ภาษา ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษจากระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จะส่งผลกระทบต่อการศึกษา การเรียนการสอน การทำรายงาน การนำเสนอรายงาน และการติดต่อสื่อสาร

2.4 กลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา/ข้อจำกัดของนิสิตในข้อ 2.3

ปัญหาของนิสิตแรกเข้า	กลยุทธ์ในการดำเนินการแก้ไขปัญหา
1. ผู้เข้าสมัครเรียนยังไม่เข้าใจถึงความต้องการของตนเองในการเข้ามศึกษาในสาขาวิชานวัตกรรมและการตลาดอย่างแท้จริง และไม่เข้าใจในศาสตร์ที่เข้ามศึกษาเนื่องจากเป็นสหสาขาวิชา ซึ่งจะก่อให้เกิดการเรียนรู้ที่ไม่ประสบความสำเร็จ เกิดการพักการศึกษาและย้ายสาขาวิชา และการไม่เข้าสู่ตลาดแรงงานที่ตรงกับสาขาวิชาที่จบมา	1. ทางหลักสูตรฯ จัดปฐมนิเทศให้กับนิสิตที่เข้ามาใหม่ได้ทราบถึงสายอาชีพเมื่อจบการศึกษาและรายละเอียดของงานที่ต้องทำในแต่ละตำแหน่ง (Job Description) และได้จัดรายวิชา 815110 รหัสพันธุกรรมทางการตลาดเชิงสร้างสรรค์ เพื่อปรับความคิดและปรับพื้นฐานความรู้ให้กับผู้เข้าเรียนได้เข้าใจในองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับสาขาวิชา
2. ผู้เข้าสมัครเรียนที่มีข้อจำกัดทางการใช้ภาษา โดยเฉพาะภาษาอังกฤษ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการเรียนการสอน การทำรายงาน การนำเสนอรายงาน และการติดต่อสื่อสาร	2. ทางหลักสูตรจะดำเนินการจัดโครงการเตรียมความพร้อมก่อนเข้าศึกษาด้านภาษาอังกฤษให้กับผู้เรียน และมีรายวิชาภาษาอังกฤษที่เป็นวิชาชีพศึกษาทั่วไปจำนวน 9 หน่วยกิต รายวิชาพื้นฐานวิชาชีพ 815203 ภาษาอังกฤษเชิงวิชาการทางด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ให้กับผู้เรียน รวมถึงสนับสนุนให้เข้าไปพัฒนาความสามารถทางด้านภาษากับสถานพัฒนาวิชาการด้านภาษา(NULC)

2.5 แผนการรับนิสิตและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี

ชั้นปี	ปีการศึกษา				
	2563	2564	2565	2566	2567
ชั้นปีที่ 1	40	40	40	40	40
ชั้นปีที่ 2	-	40	40	40	40
ชั้นปีที่ 3	-	-	40	40	40
ชั้นปีที่ 4	-	-	-	40	40
รวม	40	80	120	160	160
จำนวนนิสิตที่คาดว่าจะสำเร็จการศึกษา	-	-	-	40	40

2.6 งบประมาณตามแผน

ใช้งบประมาณจากงบประมาณรายได้ประจำปีของคณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

2.6.1 งบประมาณการงบประมาณรายรับ

รายละเอียดรายรับ	ปีงบประมาณ				
	2563	2564	2565	2566	2567
ค่าธรรมเนียมการศึกษา	62,400.00	62,400.00	62,400.00	62,400.00	62,400.00
รวมรายรับ	2,496,000.00	4,992,000.00	7,488,000.00	9,984,000.00	9,984,000.00

2.6.2 งบประมาณการงบประมาณรายจ่าย

รายละเอียดรายจ่าย	ปีงบประมาณ				
	2563	2564	2565	2566	2567
ค่าตอบแทน	1,447,015.07	2,894,030.13	4,341,045.20	5,788,060.26	5,788,060.26
ค่าใช้สอย	536,448.91	1,072,897.82	1,609,346.73	2,145,795.64	2,145,795.64
ค่าวัสดุ	262,936.03	525,872.05	788,808.08	1,051,744.10	1,051,744.10
ค่าครุภัณฑ์	208,212.33	416,424.65	624,636.98	832,849.31	832,849.31
รวมรายจ่าย	2,454,612.33	4,909,224.65	7,363,836.98	9,818,449.31	9,818,449.31

2.6.3 ประมาณค่าใช้จ่ายต่อหัวในการผลิตบัณฑิต เป็นเงิน 61,365.31 บาท/คน/ปี

2.7 ระบบการศึกษา

เป็นระบบการศึกษาแบบชั้นเรียน

2.8 การเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชา และการลงทะเบียนข้ามมหาวิทยาลัย

การเทียบโอนหน่วยกิต และรายวิชา ต้องได้รับการเห็นจากคณะกรรมการประจำสาขาวิชานวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ โดยเป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยนเรศวร ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2559

3. หลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน

3.1 หลักสูตร

3.1.1 จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร จำนวนไม่น้อยกว่า 133 หน่วยกิต

3.1.2 โครงสร้างหลักสูตร

หมวดวิชา	เกณฑ์ ศธ. พ.ศ. 2558 (หน่วยกิต)	หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2563 (หน่วยกิต)
1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า	30	30
1.1 วิชาบังคับ		30
1.1.1 กลุ่มวิชาภาษา		12
1.1.2 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์		6
1.1.3 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์		6
1.1.4 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์		6
2.1 วิชาบังคับไม่นับหน่วยกิต		
2.1.1 กลุ่มวิชาพลานามัย		1
2. หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า	72	97
2.1 วิชาพื้นฐานวิชาชีพ		9
2.2 วิชาแกน		26
2.3 วิชาเฉพาะด้าน		56
2.3.1 วิชาบังคับ		47
1) กลุ่มด้านนวัตกรรมและการตลาด		40
2) กลุ่มโครงงานและการสัมมนา		7
2.3.2 วิชาเลือก ไม่น้อยกว่า		9
2.4 สหกิจศึกษา/ฝึกงาน/ฝึกอบรม/ฝึกงานในต่างประเทศ		6
3. หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า	6	6
หน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า	120	133

3.1.3 รายวิชาหมวดต่างๆ

3.1.3.1 หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์

1) รายวิชาตามโครงสร้างหลักสูตร มีรายวิชาตามโครงสร้างหลักสูตร ดังนี้

1.1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า จำนวน 30 หน่วยกิต

1.1.1) วิชาบังคับ

กำหนดให้บัณฑิตเรียนตามกลุ่มวิชาดังต่อไปนี้

1. กลุ่มวิชาภาษา ไม่น้อยกว่า จำนวน 12 หน่วยกิต

001201	ทักษะภาษาไทย	3(2-2-5)
	Thai Language Skills	
001211	ภาษาอังกฤษพื้นฐาน	3(2-2-5)
	Fundamental English	
001212	ภาษาอังกฤษพัฒนา	3(2-2-5)
	Developmental English	
001213	ภาษาอังกฤษเชิงวิชาการ	3(2-2-5)
	English for Academic Purposes	

2. กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ ไม่น้อยกว่า จำนวน 6 หน่วยกิต โดยเลือกจากรายวิชาดังต่อไปนี้

001221	สารสนเทศศาสตร์เพื่อการศึกษาค้นคว้า	3(2-2-5)
	Information Science for Study and Research	
001222	ภาษา สังคมและวัฒนธรรม	3(2-2-5)
	Language, Society and Culture	
001224	ศิลปะในชีวิตประจำวัน	3(2-2-5)
	Arts in Daily Life	
001225	ความเป็นส่วนตัวของชีวิต	3(2-2-5)
	Life Privacy	
001226	วิถีชีวิตในยุคดิจิทัล	3(2-2-5)
	Ways of Living in the Digital Age	
001227	ดนตรีวิถีไทยศึกษา	3(2-2-5)
	Music Studies in Thai Culture	
001228	ความสุขกับงานอดิเรก	3(2-2-5)
	Happiness with Hobbies	

001229	รู้จักตัวเอง เข้าใจผู้อื่น ชีวิตที่มีความหมาย Know Yourself, Understand Others, Meaningful Life	3 (2-2-5)
001241	ดนตรีตะวันตกในชีวิตประจำวัน Western Music in Daily Life	3 (2-2-5)
001242	การคิดเชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรม Creative Thinking and Innovation	3 (2-2-5)

3. กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ ไม่น้อยกว่า จำนวน 6 หน่วยกิต
โดยเลือกจากรายวิชาดังต่อไปนี้

001231	ปรัชญาชีวิตเพื่อวิถีพอเพียงในชีวิตประจำวัน Philosophy of Life for Sufficient Living	3(2-2-5)
001232	กฎหมายพื้นฐานเพื่อคุณภาพชีวิต Fundamental Laws for Quality of Life	3(2-2-5)
001233	ไทยกับประชาคมโลก Thai State and the World Community	3(2-2-5)
001234	อารยธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น Civilization and Local Wisdom	3(2-2-5)
001235	การเมือง เศรษฐกิจ และสังคม Politics, Economy and Society	3(2-2-5)
001236	การจัดการการดำเนินชีวิต Living Management	3(2-2-5)
001237	ทักษะชีวิต Life Skills	3(2-2-5)
001238	การรู้เท่าทันสื่อ Media Literacy	3(2-2-5)
001239	ภาวะผู้นำกับความรัก Leadership and Compassion	3(2-2-5)
001251	พลวัตกลุ่มและการทำงานเป็นทีม Group Dynamics and Teamwork	3(2-2-5)
001252	นเรศวรศึกษา Naresuan Studies	3(2-2-5)
001253	การเป็นผู้ประกอบการ Entrepreneurship	3 (2-2-5)

**4. กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ ไม่น้อยกว่า จำนวน 6 หน่วยกิต
โดยเลือกจากรายวิชาดังต่อไปนี้**

001271	มนุษย์กับสิ่งแวดล้อม Man and the Environment	3(2-2-5)
001272	คอมพิวเตอร์สารสนเทศขั้นพื้นฐาน Introduction to Computer Information Science	3(2-2-5)
001273	คณิตศาสตร์และสถิติในชีวิตประจำวัน Mathematics and Statistics in Everyday Life	3(2-2-5)
001274	ยาและสารเคมีในชีวิตประจำวัน Drugs and Chemicals in Daily Life	3(2-2-5)
001275	อาหารและวิถีชีวิต Food and Life Style	3(2-2-5)
001276	พลังงานและเทคโนโลยีใกล้ตัว Energy and Technology around Us	3(2-2-5)
001277	พฤติกรรมมนุษย์ Human Behavior	3(2-2-5)
001278	ชีวิตและสุขภาพ Life and Health	3(2-2-5)
001279	วิทยาศาสตร์ในชีวิตประจำวัน Science in Everyday Life	3(2-2-5)

1.1.2) วิชาบังคับไม่นับหน่วยกิต

1. กลุ่มวิชาพลานามัย	จำนวน	1 หน่วยกิต
001281 กีฬาและการออกกำลังกาย Sports and Exercises		1(0-2-1)

1.2) หมวดวิชาเฉพาะ 97 หน่วยกิต

1.2.1) วิชาพื้นฐานวิชาชีพ	9 หน่วยกิต
815101 การสร้างความคิดและแรงบันดาลใจในการออกแบบ Kick Start to Design Thinking	3(2-2-5)
815102 กระบวนการค้นคว้าความรู้นวัตกรรมและการตลาดอย่างเป็นระบบ The Systematic Process of Innovation and Marketing Research	3(2-2-5)

815203	ภาษาอังกฤษเชิงวิชาการทางด้านนวัตกรรมและการตลาด เชิงสร้างสรรค์ Academic English for Innovation and Creative Marketing	3(2-2-5)
--------	---	----------

1.2.2) วิชาแกน	26	หน่วยกิต
815110	รหัสพันธุกรรมทางนวัตกรรมการตลาด Innovative Marketing DNA	3(2-2-5)
815130	การจัดการร่วมสมัยและการพลิกผันทางดิจิทัล Contemporary Management and Digital Disruption	3(3-0-6)
815131	ศาสตร์และศิลป์ในการวางแผนการตลาด Art and Science for Marketing Plan	3(2-2-5)
815132	นวัตกรรมการบริหารทรัพยากรมนุษย์ Innovative Human Resource Management	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	การวิเคราะห์สารสนเทศศาสตร์ทางการตลาดและระบบธุรกิจ อัจฉริยะ Marketing Informatics and Business Intelligence	3(2-2-5)
815250	การจัดการทางการเงินสำหรับนวัตกรรมและการตลาดเชิง สร้างสรรค์ Financial Management for Innovation and Creative Marketing	2(1-2-3)

1.2.3) วิชาเฉพาะด้าน	56	หน่วยกิต
1. วิชาบังคับ	44	หน่วยกิต
กลุ่มด้านนวัตกรรมและการตลาด	40	หน่วยกิต
815111 การตลาดเชิงสร้างสรรค์ Creative Marketing	3(2-2-5)	
815112 การศึกษาและการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้า Life and Learning for Customer	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 นวัตกรรมอัจฉริยะและการศึกษาลูกค้าอย่างลึกซึ้ง Smart Innovation and Customer Insight	3(2-2-5)	
815251 การเงินสำหรับผู้ประกอบการ Entrepreneurial Financial	1(0-2-1)	
815310 การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ Strategic Marketing Planning	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)	
815326 นวัตกรรมและการออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกเชิงสร้างสรรค์ Innovation and Creative Facility Design	3(2-2-5)	
815342 หลักการเขียนโปรแกรม Principle of Programming	3(2-2-5)	
815340 การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสำเร็จรูปสำหรับงานด้านการตลาด Information Technology Solutions for Marketing	3(2-2-5)	

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

กลุ่มโครงการและการสัมมนา		7 หน่วยกิต
815190	โครงการทางด้านแนวคิดและการแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์ Project of Design Thinking and Creative Problem Solving	1(0-2-1)
815290	โครงการทางด้านการวิเคราะห์ธุรกิจและการแปลงสภาพดิจิทัล Project in Business Analytics and Digital Transformation	1(0-2-1)
815390	โครงการทางด้านการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับธุรกิจ Project in Data Analytics for Business	2(0-4-2)
815490	โครงการทางด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ Project in Innovation and Creative Marketing	2(0-4-2)
815494	สัมมนาทางวิชาการด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ Seminar in Innovation and Creative Marketing	1(0-2-1)

2 วิชาเลือก	ไม่น้อยกว่า	9 หน่วยกิต
ให้เลือกละเลือกจากรายวิชา ดังนี้		
815311	การตลาดผ่านสื่อสังคมและการตลาดออนไลน์ Social Media and Online Marketing	3(2-2-5)
815312	การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ดิจิทัล Digital Customer Relationship Management	3(2-2-5)
815313	การบริหารจัดการตราสินค้า Brand Management	3(2-2-5)
815314	ระบบการตลาดอัจฉริยะ Artificial Intelligence Marketing	3(2-2-5)
815315	การเขียนแผนการตลาดเชิงสร้างสรรค์ Creative Marketing Plan	3(2-2-5)

815322	นวัตกรรมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ Innovative Marketing for Hospitality	3(2-2-5)
815323	นวัตกรรมการตลาดสำหรับธุรกิจการเกษตร Innovative Marketing for Agricultural	3(2-2-5)
815324	นวัตกรรมการตลาดสำหรับธุรกิจสุขภาพ Innovative Marketing for Healthcare	3(2-2-5)
815325	นวัตกรรมการตลาดสำหรับการกีฬาและความบันเทิง Innovative Marketing for Sport and Entertainment	3(2-2-5)
815341	เทคโนโลยีเสมือนสำหรับการตลาด Virtual Technology for Marketing	3(2-2-5)
815343	หลักการออกแบบสำหรับมนุษย์ Principles of Designing for Humans	3(2-2-5)

1.2.4) สหกิจศึกษา/ฝึกอบรม/ฝึกงานในต่างประเทศ 6 หน่วยกิต

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

1.3) หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

นิสิตสามารถเลือกเรียนรายวิชาใด ๆ ก็ได้ในหลักสูตรระดับปริญญาตรีที่เปิดสอน
ภายในมหาวิทยาลัยนเรศวร ยกเว้นรายวิชาที่บรรจุในหมวดศึกษาทั่วไป

3.1.4 แผนการศึกษา

ชั้นปีที่ 1

ภาคการศึกษาต้น

001201	ทักษะภาษาไทย Thai Language Skills	3(2-2-5)
001211	ภาษาอังกฤษพื้นฐาน Fundamental English	3(2-2-5)
001281	กีฬาและการออกกำลังกาย (บังคับไม่นับหน่วยกิต) Science in Sports and Exercises	1(0-2-1)
815101	การสร้างความคิดและแรงบันดาลใจในการออกแบบ Kick Start to Design Thinking	3(2-2-5)
815110	รหัสพันธุกรรมทางนวัตกรรมการตลาด Innovative Marketing DNA	3(2-2-5)
815130	การจัดการร่วมสมัยและการพลิกผันทางดิจิทัล Contemporary Management and Digital Disruption	3(3-0-6)
815132	นวัตกรรมการบริหารทรัพยากรมนุษย์ Innovative Human Resource Management	3(2-2-5)
รวม		18 หน่วยกิต

ชั้นปีที่ 1

ภาคการศึกษาปลาย

001212	ภาษาอังกฤษพัฒนา Developmental English	3(2-2-5)
001xxx	หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์	3(2-2-5)
815102	กระบวนการค้นคว้าความรู้นวัตกรรมและการตลาดอย่างเป็นระบบ The Systematic Process of Innovation and Marketing Research	3(2-2-5)
815111	การตลาดเชิงสร้างสรรค์ Creative Marketing	3(2-2-5)
815112	การศึกษาและการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้า Life and Learning for Customer	3(2-2-5)
815131	ศาสตร์และศิลป์ในการวางแผนการตลาด Art and Science for Marketing Plan	3(2-2-5)
815190	โครงการทางด้านแนวคิดและการแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์ Project of Design Thinking and Creative Problem Solving	1(0-2-1)
รวม		19 หน่วยกิต

ชั้นปีที่ 2

ภาคการศึกษาต้น

001213	ภาษาอังกฤษเชิงวิชาการ English for Academic Purposes	3(2-2-5)
815220	การจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม Technology and Innovation Management	3(2-2-5)
815212	นวัตกรรมและการสร้างมูลค่าทางการตลาด Innovation and Creation of Market Value	3(2-2-5)
815214	นวัตกรรมอัจฉริยะและการศึกษาลูกค้าอย่างลึกซึ้ง Smart Innovation and Customer Insight	3(2-2-5)
815230	การจัดการทรัพย์สินทางปัญญาและนวัตกรรม Intellectual Property Management and Innovation	3(2-2-5)
815240	การวิเคราะห์สารสนเทศศาสตร์ทางการตลาดและระบบธุรกิจอัจฉริยะ Marketing Informatics and Business Intelligence	3(2-2-5)
815250	การจัดการทางการเงินสำหรับนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ Financial Management for Innovation and Creative Marketing	2(1-2-3)
รวม		20 หน่วยกิต

ชั้นปีที่ 2

ภาคการศึกษาปลาย

001xxx	หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์	3(2-2-5)
001xxx	หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์	3(2-2-5)
815203	ภาษาอังกฤษเชิงวิชาการทางด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ Academic English for Innovation and Creative Marketing	3(2-2-5)
815213	การตลาดเชิงเนื้อหาดิจิทัลเชิงโต้ตอบ Digital Interactive Content Marketing	3(2-2-5)
815211	การตลาดเพื่อการสร้างคุณค่าร่วม Marketing for Creating Share Value	3(2-2-5)
815221	นวัตกรรมและการจัดการเชิงปฏิบัติการ Innovation and Operation Management	3(2-2-5)
815251	การเงินสำหรับผู้ประกอบการ Entrepreneurial Financial	1(0-2-1)
815290	โครงการทางด้านการวิเคราะห์ธุรกิจและการแปลงสภาพดิจิทัล Project of Business Analytics and Digital Transformation	1(0-2-1)
รวม		20 หน่วยกิต

ชั้นปีที่ 3

ภาคการศึกษาต้น

001xxx	หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์	3(2-2-5)
001xxx	หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์	3(2-2-5)
815310	การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ Strategic Marketing Planning	3(2-2-5)
815326	นวัตกรรมและการออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกเชิงสร้างสรรค์ Innovation and Creative Facility Design	3(2-2-5)
815320	การบริหารคุณภาพกับนวัตกรรม Quality Management and Innovation	3(2-2-5)
815360	วิจัยด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ Innovation and Creative Marketing Research	3(2-2-5)
รวม		18 หน่วยกิต

ชั้นปีที่ 3

ภาคการศึกษาปลาย

001xxx	หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์	3(2-2-5)
815321	โลจิสติกส์ในการสร้างคุณค่าทางการตลาด Logistics in Marketing Value Creation	3(2-2-5)
815340	การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสำเร็จรูปสำหรับงานด้านการตลาด Information Technology Solutions for Marketing	3(2-2-5)
815390	โครงการทางด้านการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับธุรกิจ Project in Data Analytics for Business	2(0-2-4)
815342	หลักการเขียนโปรแกรม Principle of Programming	3(2-2-5)
815xxx	วิชาเลือก 1 Elective Course 1	3(2-2-5)
รวม		17 หน่วยกิต

ชั้นปีที่ 4

ภาคการศึกษาต้น

815490	โครงการทางด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ Project in Innovation and Creative Marketing	2(0-2-4)
815494	สัมมนาทางวิชาการด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ Seminar in Innovation and Creative Marketing	1(0-2-1)
815xxx	วิชาเลือก 2 Elective Course 2	3(2-2-5)
815xxx	วิชาเลือก 3 Elective Course 3	3(2-2-5)
xxxxxx	วิชาเลือกเสรี Free Elective	6 หน่วยกิต
รวม		15 หน่วยกิต

ชั้นปีที่ 4

ภาคการศึกษาปลาย

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

3.1.5 คำอธิบายรายวิชา

001201 **ทักษะภาษาไทย** 3(2-2-5)

Thai Language Skills

ความสำคัญและลักษณะของภาษาไทยในบริบทสังคมไทย และในฐานะเครื่องมือการสื่อสารเรียนรู้ชนิดของสารประเภทวรรณกรรมร่วมสมัยอย่างกว้างขวางหลากหลาย ทั้งประเภทสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ปลูกฝังจิตวิสัยความรักการอ่าน รวมทั้งฝึกทักษะการวิเคราะห์วิจารณ์เนื้อหาเพื่อพิจารณาคุณค่าเชิงวรรณศิลป์ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งคุณค่าหรือความเกี่ยวข้องกับสังคมไทย สังคมโลกในบริบทต่างๆ (เศรษฐกิจ การเมือง สภาวะการณ์ต่างๆ) ควบคู่ไปกับการพัฒนาทักษะการใช้ภาษาไทย โดยเน้นทักษะการอ่านและการเขียนเป็นสำคัญ

The importance and characteristics of Thai language in Thai society as a meaning making tool. Learning about various kinds of modern media, including newspapers and electronic media. Cultivating reading habits and practicing analyzing and criticizing literary values, especially relations and values in Thai and global societies in various contexts (economics and politics in different situations) along with developing Thai language skills, especially reading and writing.

001211 **ภาษาอังกฤษพื้นฐาน** 3(2-2-5)

Fundamental English

การพัฒนาการฟังภาษาอังกฤษพื้นฐาน การพูด การอ่าน และไวยากรณ์เพื่อการสื่อสารในบริบทต่างๆ ในการเตรียมตัวสำหรับสังคมโลก

Development of Basic English listening, speaking, reading skills and grammar for communication in various contexts in preparation for a global society.

001212 **ภาษาอังกฤษพัฒนา** 3(2-2-5)

Developmental English

การได้รับความรู้ทางด้านภาษาอังกฤษ ซึ่งสามารถปลูกฝังทักษะด้านต่างๆ ในศตวรรษที่ 21 และการพัฒนาในด้านการฟัง การพูด การอ่าน และไวยากรณ์ เพื่อให้เข้าใจและสามารถสื่อสารข้อมูลที่แท้จริงของโลกที่ใช้ในบริบทที่เกี่ยวข้องที่แตกต่างกัน

Gain knowledge of the English language, cultivate 21st century skills and develop in the areas of listening, speaking, reading and grammar in order to understand and communicate real-world information used in different relevant context.

- 001213 ภาษาอังกฤษเชิงวิชาการ 3(2-2-5)**
English for Academic Purposes
 การพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษโดยเน้นทักษะการอ่าน การเขียนงาน และการศึกษาค้นคว้าเชิงวิชาการในการเตรียมตัวสำหรับสังคมโลก
 The development of English skills with an emphasis on academic reading, writing, and researching in preparation for a global society.
- 001221 สารสนเทศศาสตร์เพื่อการศึกษาค้นคว้า 3(2-2-5)**
Information Science for Study and Research
 ความหมาย ความสำคัญของสารสนเทศ ประเภทของแหล่งสารสนเทศ การเข้าถึงแหล่งสารสนเทศต่างๆ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ การจัดการความรู้ การเลือก การสังเคราะห์ และการนำเสนอสารสนเทศ ตลอดจนการเสริมสร้างให้ผู้เรียนมีเจตคติที่ดี และมีนิสัยในการเฝ้าหาความรู้ มีความขยัน อดทน ซื่อสัตย์และกตัญญูต่อแผ่นดิน
 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 managements; selection, synthesis, and presentation of information as well as creating positive attitudes and a sense of inquiry in students; diligences; patience; honesty; and gratitude to the country.
- 001222 ภาษา สังคมและวัฒนธรรม 3(2-2-5)**
Language, Society and Culture
 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับภาษา และความสัมพันธ์ระหว่างภาษาที่มีต่อสังคมและวัฒนธรรม พิจารณาโลกทัศน์ทางสังคมและวัฒนธรรมที่สะท้อนผ่านภาษา ทั้งภาษาพูด ภาษาสัญลักษณ์ โครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรมในความหมายใหม่ที่ก้าวพ้นพรมแดน การแปรเปลี่ยนและการใช้ภาษาในโลกพหุพรมแดน
 The relationship between language and society as well as language and culture in terms of the ways in which language reflects society and culture. The study includes verbal and symbolic communication, new meanings of social and cultural structure, changes of language, and usages in a borderless world.
- 001224 ศิลปะในชีวิตประจำวัน 3(2-2-5)**
Arts in Daily Life
 พื้นฐานความรู้ เข้าใจในคุณลักษณะเบื้องต้น ความหมายคุณค่าและความแตกต่าง รวมทั้งความสัมพันธ์ระหว่างกัน ของศิลปกรรมประเภทต่างๆ ได้แก่ วิจิตรศิลป์ ประยุกต์ศิลป์ ทัศนศิลป์ โสตศิลป์ โสตทัศนศิลป์ และศิลปะสมัยใหม่ โดยผ่านการมีประสบการณ์ทางสุนทรียภาพ และการทดลองปฏิบัติงาน

ขั้นพื้นฐานของศิลปกรรมประเภทต่างๆ เพื่อการพัฒนา ความรู้ เข้าใจ และการปลูกฝังรสนิยมทางสุนทรียะ ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ ให้เป็นประโยชน์ ในการดำเนินชีวิตประจำวัน และสัมพันธ์กับบริบทต่างๆ ทั้งในระดับท้องถิ่นและสากลได้

Art fundamentals and understanding in the basic features, meaning, value, differences and the relationship between the various categories of works of art, including fine art, applied art, visual art, audio art, audiovisual art, and new media art through the artistic experience and basic practice on various types of art for developing knowledge, understanding and indoctrinating aesthetic judgment that can be applied in daily life, harmonized with the social context in both the global and local levels.

001225 ความเป็นส่วนตัวของชีวิต 3(2-2-5)

Life Privacy

ปรัชญาและความรู้พื้นฐานทางด้านความเป็นส่วนตัว หลักสิทธิมนุษยชน กฎหมายทางด้าน ความเป็นส่วนตัว ความเป็นส่วนตัวด้านข้อมูล ด้านสุขภาพ ด้านที่อยู่อาศัยและเคหสถาน ด้านเทคโนโลยี สารสนเทศ การพิทักษ์สิทธิความเป็นส่วนตัว ความเป็นส่วนตัวในชีวิตประจำวัน

Philosophy and basic knowledge of privacy. Human rights, privacy law. Privacy regarding private information, health, residence, and information technology. Protection of privacy, privacy in daily life.

001226 วิถีชีวิตในยุคดิจิทัล 3(2-2-5)

Ways of Living in the Digital Age

พัฒนาทักษะความสามารถในการใช้สื่อ การใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์สื่อสาร ประเภทต่างๆ การสืบค้น วิเคราะห์ ประเมินค่า สิทธิและการสร้างสรรค์ ตระหนักถึงจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมจากพฤติกรรมการสื่อสาร

Development of skills in media usage, various computer equipment utilization, inquiries, analysis, measurement, rights and creation, including ethical awareness and individual responsibility to the society in communication behaviors.

001227 ดนตรีวิถีไทยศึกษา 3(2-2-5)

Music Studies in Thai Culture

ลักษณะและพัฒนาการของดนตรีประเภทต่างๆ ในวิถีชีวิต รวมทั้งบทบาทหน้าที่ คุณค่า ด้านสุนทรียภาพและความสำคัญต่อสังคมและวัฒนธรรม

Uniqueness and development of various genres of music in Thai culture, including their roles and functions, aesthetic values, and significance to Thai society and

Thai culture.

- 001228 ความสุขกับงานอดิเรก 3(2-2-5)**
Happiness with Hobbies
 แนวคิดความสุข องค์ประกอบพื้นฐานของการสร้างความสุขในการดำเนินชีวิต การคิดอย่างสร้างสรรค์ การสร้างสรรค์ผลงานจากงานอดิเรกเพื่อส่งเสริมความสุขในชีวิตและสังคม
 Concept of happiness, basic elements of happiness in life, creative thinking, creation of works from hobbies to promote life and social happiness.
- 001229 รู้จักตัวเอง เข้าใจผู้อื่น ชีวิตที่มีความหมาย 3(2-2-5)**
Know Yourself, Understand Others, Meaningful Life
 สติ การไตร่ตรองทบทวนตนเอง คุณค่าความหมายในการใช้ชีวิต การรู้จักรับฟังผู้อื่นอย่างลึกซึ้ง การดูแลอารมณ์ความรู้สึกของตน การเข้าใจความรู้สึกนึกคิดของผู้อื่น การคำนึงถึงบริบทด้านสังคม เศรษฐกิจวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม การใช้ชีวิตและทำงานร่วมกับผู้อื่นอย่างสร้างสรรค์
 Mindfulness; self-reflection; meaning of life; deep listening; handling emotions; empathy and consideration of the social, economic, cultural, and environmental context; living and working constructively with others.
- 001231 ปรัชญาชีวิตเพื่อวิถีพอเพียงในชีวิตประจำวัน 3(2-2-5)**
Philosophy of Life for Sufficient Living
 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับปรัชญาและแนวคิด โลกทัศน์ ชีวทัศน์ ปรัชญาชีวิต และวิถีการดำเนินชีวิต ประสบการณ์อันทรงคุณค่า ตลอดจนปัจจัยหรือเงื่อนไขที่ส่งผลต่อความสำเร็จในชีวิตและงานในทุกมิติของผู้มีชื่อเสียง เพื่อประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์ พัฒนาชีวิตที่มีคุณภาพ มีประโยชน์และคุณค่าต่อสังคม
 Basic philosophical and conceptual knowledge on worldviews, attitudes, philosophy for life, lifestyle, valuable experiences and factors or conditions which influence success in all aspects of life and professions, develop one's quality of life to benefit society.
- 001232 กฎหมายพื้นฐานเพื่อคุณภาพชีวิต 3(2-2-5)**
Fundamental Laws for Quality of Life
 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพชีวิตของนิสิต เช่น สิทธิขั้นพื้นฐาน สิทธิมนุษยชน จริยธรรม การใช้สื่อในยุคดิจิทัล กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา กฎหมายสิ่งแวดล้อมและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองศิลปวัฒนธรรม รวมทั้งกฎหมายอื่นๆ 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 in the 21st century.

001233 ไทยกับประชาคมโลก 3(2-2-5)

Thai State and the World Community

ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทยกับสังคมโลก ภายใต้การเปลี่ยนแปลงในช่วงเวลาต่าง ๆ ตั้งแต่ก่อนสมัยใหม่จนถึงสังคมในปัจจุบัน และบทบาทของไทยบนเวทีโลก ตลอดจนแนวโน้มในอนาคต การประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อการพัฒนาตนเอง การดำเนินชีวิตอย่างมีคุณธรรม และการเป็นพลเมืองที่มีคุณค่าของสังคมไทยและสังคมโลก

Relations between Thailand and the world community under changes over time from the premodern period to the present day and roles of Thailand in the world forum, including future trends, applications of knowledge in self-improvement, ethic of life management and being a good citizen of Thailand and the world.

001234 อารยธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น 3(2-2-5)

Civilization and Local Wisdom

อารยธรรมในยุคต่าง ๆ วิถีวัฒนธรรม วิถีชีวิต ประเพณี พิธีกรรม คติความเชื่อ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และการอนุรักษ์ สืบทอด และพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น

Civilizations throughout history, cultural evolution, ways of life, traditions, ritual practices, beliefs, and conservation, development and preservation of local wisdom.

001235 การเมือง เศรษฐกิจ และสังคม 3(2-2-5)

Politics, Economy and Society

ความหมายและความสัมพันธ์ของการเมือง เศรษฐกิจ สังคม พัฒนาการการเมืองระดับสากล การเมืองพื้นฐาน การเมืองและการปรับตัวของประเทศพัฒนาและกำลังพัฒนา การปกครองประเทศไทย ระบบเศรษฐกิจโลก ผลกระทบของโลกาภิวัตน์ทางเศรษฐกิจ เศรษฐกิจพื้นฐาน การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย มนุษย์กับสังคม สังคมวิทยาพื้นฐาน การจัดระเบียบสังคม การขัดเกลาทางสังคม ลักษณะสังคม เอกลักษณ์สังคมไทย รวมถึงการประยุกต์หลักวิชา เพื่อใช้ในการดำรงชีวิตให้อยู่รอดได้ตามกระแสโลกแห่งการเปลี่ยนแปลงทั้งการเมือง เศรษฐกิจและสังคม ความสัมพันธ์ของระบบโลกกับประเทศไทย

Meaning 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-economic systems; influences of globalization in terms of economy; fundamental economy; the development of the economy and society of

Living Management

Living management: knowledge and skills concerning role, duty, and human nature as well as factors relating to sustainable development in improving responsibility, thinking skills, and being updated with modern science and technology in daily life. Living ethically along the dynamics of the 21st century, which is essential to the members of the ASEAN community as well as the world community.

Life Skills

Knowledge, relating to role, duty, and responsibility of an individual both as a member of a family and a member of a society which includes an adaptation to changes in a society, life and 21st century career skills, flexibility and adaptability skills, creativity and self-direction skills, intra-social and cross culture interaction skills, productivity and accountability skills, leadership and responsibility skills.

Media Literacy

กระบวนการรู้เท่าทันสื่อในยุคดิจิทัล มีความรู้ความเข้าใจในทฤษฎีผลกระทบของสื่อ ทฤษฎีสื่อศึกษา ได้แก่ มายาคติ สัญลักษณ์ศาสตร์ แนวคิดการโฆษณา คุณลักษณะ และอิทธิพลของสื่อร่วมสมัย และสื่อ

001239	ภาวะผู้นำกับความรัก	3(2-2-5)
	Leadership and Compassion	

The importance of a leader, leadership in the 21st century, learning and living with love, good global citizenship, studying good practices of conducting public activities as a guideline for learner's own activities.

001241	ดนตรีตะวันตกในชีวิตประจำวัน	3 (2-2-5)
	Western Music in Daily Life	

Aesthetics of music, elements, structure, and the history of Western music.
Style of music in daily life. Criticism and admiration of music. The application and process of Western music in daily life.

001242	การคิดเชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรม	3 (2-2-5)
	Creative Thinking and Innovation	

Innovation development process; means of accessing customers' mind and discovering the roots of problems; generating and selecting ideas, creating rough prototypes,

testing in the field and extracting information, quick and efficient design-build-test cycles, getting things done as a multidisciplinary team: brainstorming, making decisions, giving constructive comments, and managing conflicts.

001251 พลวัตกลุ่มและการทำงานเป็นทีม 3(2-2-5)
Group Dynamics and Teamwork

พฤติกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมรวมกลุ่ม การพัฒนาการของลักษณะต่างๆ ของกลุ่ม สิ่งแวดล้อมชนิดต่างๆ ของกลุ่ม การเข้าเกี่ยวข้องกับกลุ่มของบุคคล การคล้อยตามกลุ่ม การเปลี่ยนทัศนคติของกลุ่ม การสื่อสารภายในกลุ่ม รูปแบบของการทำงานเป็นทีม แนวทาง การสร้างทีมงาน และเครือข่าย ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของกลุ่ม ปัจจัยที่ส่งเสริมการทำงานเป็นทีมและฝึกการปฏิบัติงานเป็นทีม

Various behaviors regarding group behavior, development of group characterization, group environments, interpersonal relations versus group involvement, group persuasion, change in group attitudes, intra-group communication, teamwork model, guideline to create team and network, group unity, factors enhancing teamwork, and practice of teamwork.

001252 นเรศวรศึกษา 3(2-2-5)
Naresuan Studies

พระราชประวัติสมเด็จพระนเรศวรมหาราช มุ่งเน้นศึกษาพระราชกรณียกิจในการบริหาร ราชการแผ่นดินในด้านต่างๆ เช่น เศรษฐกิจ สังคมและการต่างประเทศที่สะท้อนให้เห็นอัตลักษณ์ของคนไทยที่ พึงประสงค์ในด้านต่างๆ เช่น การแสวงหาความรู้ ความเพียรพยายาม ความกล้าหาญ ความเสียสละ ความ ซื่อสัตย์ และความอดทนต่อการเผชิญปัญหา

Biography of King Naresuan the Great; his royal duties while reigning over the kingdom, such as economy, society, and international affairs reflecting Thai identity in various aspects, namely the pursuit of knowledge, perseverance, endeavour, courage, sacrifice, loyalty, and tolerance in the face of problems.

001253 การเป็นผู้ประกอบการ 3 (2-2-5)
Entrepreneurship

การปฏิบัติการในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ โดยเน้นการค้นหาแนวความคิดใหม่ทางธุรกิจ การประเมินโอกาสในการหาตลาดใหม่ และการเริ่มธุรกิจใหม่โดยเน้นการระบุธุรกิจใหม่ที่เป็นไปได้และการ ประเมินความอยู่รอดของธุรกิจใหม่นั้น การวิเคราะห์สิ่งกีดขวางความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจใหม่นั้น เรียนรู้ ความกดดันจากการก่อตั้งธุรกิจใหม่ ความไม่แน่นอนที่เกี่ยวข้อง และพฤติกรรมของผู้ประกอบการ แนะนำ

Evolution of computer technology from past to present and a possible future, computer hardware, software and data, how a computer works, basic computer network, Internet and applications on the Internet, risks of system usage, data management, information system, office automation software, multimedia technology, web-based media publishing, web design and development, and the influence of technology on man and society.

001273 **คณิตศาสตร์และสถิติในชีวิตประจำวัน** 3(2-2-5)

Mathematics and Statistics in Everyday Life

ความรู้เบื้องต้นทางคณิตศาสตร์และสถิติในชีวิตประจำวัน ประกอบด้วย การวัดในมาตราวัดต่างๆ การหาพื้นที่ผิวและปริมาตร การคำนวณภาษี กำไร ค่าเสื่อมราคา ดอกเบี้ย และส่วนลด ขั้นตอนในการสำรวจข้อมูล วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูลเบื้องต้น ความน่าจะเป็น และการตัดสินใจเชิงสถิติเบื้องต้น

Fundamental knowledge of mathematics and statistics for everyday life, including measurement in different types of unit systems, surface area and volume of geometric shapes, tax, profit, depreciation, interest and discount, process of data survey, data collection methods, introduction to data analysis and presentation, probability, and introduction to statistical decision making.

001274 **ยาและสารเคมีในชีวิตประจำวัน** 3(2-2-5)

Drugs and Chemicals in Daily Life

ความรู้เบื้องต้นของยาและเคมีภัณฑ์ โภชนาการ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร รวมถึงเครื่องสำอาง และยาจากสมุนไพรที่ใช้ในชีวิตประจำวันที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ ตลอดจนการเลือกใช้และการจัดการเพื่อให้เกิดความปลอดภัยกับสุขภาพและสิ่งแวดล้อม

Basic knowledge of drugs and 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 and management for health and environmental safety.

001275 **อาหารและวิถีชีวิต** 3(2-2-5)

Food and Life Style

บทบาทและความสำคัญของอาหารในชีวิตประจำวัน วัฒนธรรมและพฤติกรรมการบริโภคอาหารในภูมิภาคต่าง ๆ ของโลกและในประเทศไทย รวมถึงอิทธิพลของอารยธรรมต่างประเทศต่อพฤติกรรมการบริโภคของไทย เอกลักษณ์และภูมิปัญญาด้านอาหารของไทย การเลือกอาหารที่เหมาะสมต่อความต้องการของร่างกาย อาหารทางเลือก ข้อมูลประกอบการพิจารณาเลือกซื้ออาหาร และอาหารและวิถีชีวิตกับการเปลี่ยนแปลงในยุคโลกาภิวัตน์ ความตระหนัก และรักษ์สิ่งแวดล้อม

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 selection according to basic needs, food choices, information for purchasing food, and food and life style in the age of globalization with the awareness of environmental conservation.

001276 พลังงานและเทคโนโลยีใกล้ตัว 3(2-2-5)

Energy and Technology around Us

ความรู้พื้นฐานด้านพลังงาน และเทคโนโลยีใกล้ตัว ที่มาของพลังงาน พลังงานไฟฟ้า พลังงาน เชื้อเพลิง พลังงานทางเลือก เทคโนโลยีและการบริโภคพลังงาน การบริโภคพลังงานทางอ้อม สถานการณ์พลังงานกับสภาวะโลกร้อน สถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับพลังงานและเทคโนโลยี การอนุรักษ์พลังงานอย่างมีส่วนร่วม การใช้พลังงานอย่างฉลาด การเตรียมความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงด้านพลังงาน

Fundamental knowledge of energy and technology around us; energy sources and knowledge about electrical energy, fuel energy, and alternative energy; relationship between technology and energy consumption; direct and indirect energy consumption; global warming and related energy situation; current issues and relationship to energy and technology; participation in energy conservation; efficient energy use; and proactive approach to energy issues.

001277 พฤติกรรมมนุษย์ 3(2-2-5)

Human Behavior

ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมมนุษย์ ในด้านต่างๆ เช่น แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม พื้นฐานทางชีวภาพของพฤติกรรมและกลไกการเกิดพฤติกรรม การมีสติสัมปชัญญะ สมาธิ และสารที่เกี่ยวข้องกับการมีสติ การรับรู้ เรียนรู้ ความจำ และภาษา เชาวน์ปัญญาและความฉลาดด้านต่างๆ พฤติกรรมมนุษย์ทางสังคม พฤติกรรมปกติ รวมทั้งการวิเคราะห์พฤติกรรมอื่นๆ เพื่อการประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน

Knowledge of human behavior such as behavioral concepts; biological basics and mechanisms of human behaviors; mindfulness, meditation, consciousness and involved substances; sensory perception, learning and memory, language; intelligence and other quotients; social behaviors; abnormal behaviors; human behavioral analysis and applications in daily life.

001278 ชีวิตและสุขภาพ 3(2-2-5)

Life and Health

ชีวิตและพฤติกรรมสุขภาพ การดูแลและสร้างเสริมสุขภาพของแต่ละช่วงวัย รวมถึงการประยุกต์ใช้ความรู้และทักษะ เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตอย่างต่อเนื่อง

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

- 001279 วิทยาศาสตร์ในชีวิตประจำวัน 3(2-2-5)**
Science in Everyday Life
 บทบาทของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทางด้านชีวภาพ กายภาพ และบูรณาการความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ของโลกทั้งระบบที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน ได้แก่ สิ่งมีชีวิตและสิ่งแวดล้อม เคมี พลังงานและไฟฟ้า การสื่อสารโทรคมนาคม อุตุนิยมวิทยา โลกและอวกาศ และความรู้ใหม่ๆ ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
 The role of science and technology with concentration on both biological and physical science and integration of earth science in everyday life, including organisms and environments, chemicals, energy and electricity, telecommunications, meteorology, earth, space and the new frontier of science and technology.
- 001281 กีฬาและการออกกำลังกาย 1(0-2-1)**
Sports and Exercises
 การเล่นกีฬา การออกกำลังกายเพื่อเสริมสร้างสมรรถภาพทางร่างกาย และการทดสอบสมรรถภาพทางกาย
 Playing sports, exercises for improvement of physical fitness, and physical fitness test.
- 815101 การสร้างความคิดและแรงบันดาลใจในการออกแบบ 3(2-2-5)**
Kick start to Design thinking
 การสร้างความคิดและแรงบันดาลใจในการออกแบบ โดยการรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์สังเคราะห์ข้อมูล 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
- 815102 กระบวนการค้นคว้าความรู้นวัตกรรมและการตลาดอย่างเป็นระบบ 3(2-2-5)**
The Systematic Process of Innovation and Marketing Research
 การค้นคว้าแสวงหาความรู้เกี่ยวกับประเด็นคำถามที่ตั้งไว้จากแหล่งเรียนรู้ทั้งปฐมภูมิและทุติยภูมิอย่างมีประสิทธิภาพ พิจารณาความน่าเชื่อถือของแหล่งเรียนรู้อย่างมีหลักการ กระบวนการกลุ่มแลกเปลี่ยนความคิดเห็นโดยใช้ความรู้จากศาสตร์ต่างๆ 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.

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

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.

815112 การศึกษาและการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้า 3(2-2-5)
Life and Learning for Customer
 การสำรวจข้อมูลกลุ่มลูกค้า พฤติกรรมการเรียนรู้ ทศนคติของลูกค้า รูปแบบการดำเนินชีวิต ของลูกค้า 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.

815130 การจัดการร่วมสมัยและการพลิกผันทางดิจิทัล 3(3-0-6)

Contemporary Management and Digital Disruption

หลักการจัดการ โดยประกอบด้วย ผู้บริหารและการจัดการ พัฒนาการของทฤษฎีทางการจัดการ การตัดสินใจเชิงสร้างสรรค์ การวางแผน การจัดองค์กรและองค์กรเสมือนจริง การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การสื่อสารภายในองค์กร ผู้นำ การจูงใจ การควบคุม การบริหารการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาองค์กรจากผลกระทบเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม 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.

815131 ศาสตร์และศิลป์ในการวางแผนการตลาด 3(2-2-5)

Art and Science for Marketing Plan

แนวคิดและความสำคัญของการวางแผน ประเภทของการวางแผน วัตถุประสงค์ของการวางแผน องค์ประกอบของการวางแผน ลักษณะของการวางแผนที่ดี กระบวนการวางแผน การปรับแผน ข้อจำกัดของการวางแผน การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบัน การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด และฝึกปฏิบัติการเขียนแผนด้านนวัตกรรมและการตลาด

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.

815132 นวัตกรรมการบริหารทรัพยากรมนุษย์ 3(2-2-5)

Innovative Human Resource Management

ความสำคัญของนวัตกรรมในงานบริหารทรัพยากรมนุษย์ พัฒนาการและทฤษฎีการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ปรากฏการณ์ที่มีผลกระทบต่อการบริหารงานทรัพยากรมนุษย์ ระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ โครงสร้างและหน้าที่ของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาความสามารถของทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาบุคลากรเพื่อพัฒนานวัตกรรม ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ การสนับสนุนให้เกิดนวัตกรรม องค์กรแห่งการเรียนรู้ 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.

815190 โครงการงานทางด้านแนวคิดและการแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์ 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.

815203 ภาษาอังกฤษเชิงวิชาการทางด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ 3(2-2-5)

Academic English for Innovation and Creative Marketing

ฝึกบริบทภาษาอังกฤษทางด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ รวมไปถึงสาขาที่เกี่ยวข้องของอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อใช้ในการนำเสนอผลงาน 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.

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

Innovation and Creation of Market Value

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.

Digital Interactive Content Marketing

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.

Smart Innovation and Customer Insight

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.

815220 การจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม 3(2-2-5)
Technology and Innovation Management

ความรู้ทั่วไปในการจัดการนวัตกรรมและเทคโนโลยีในระดับองค์กร นิยาม ลักษณะ และ บทบาทของการจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม บทบาทหน้าที่และประเภทของนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และบริการผ่านกระบวนการด้านการจัดการ การสร้างความรู้ในองค์กร การประเมินความเหมาะสมของนวัตกรรม กับองค์กร การจัดการความเชี่ยวชาญและทักษะทางเทคโนโลยีการประยุกต์ใช้ความรู้ทางการจัดการ เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจ การเลือกใช้ การพัฒนา การเสาะหา เทคโนโลยี 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 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 ความสำคัญและความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรม และการจัดการปฏิบัติการ การประเมินปัจจัยด้านการปฏิบัติการต่อความสามารถด้านนวัตกรรม นวัตกรรมใน การจัดการโซ่อุปทาน บทบาทของผู้จัดการปฏิบัติการในการสร้างนวัตกรรมและวัฒนธรรมการปรับปรุงอย่าง ต่อเนื่อง นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการ ในบริบทของการจัดการปฏิบัติการ นวัตกรรมและ การเติบโตอย่างยั่งยืน

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

815230 การจัดการทรัพย์สินทางปัญญาและนวัตกรรม 3(2-2-5)

Intellectual Property Management and Innovation

ความหมาย องค์ประกอบและประเภทของทรัพย์สินทางปัญญาเบื้องต้น ระบบทรัพย์สินทางปัญญา ความสำคัญของทรัพย์สินทางปัญญาในระบบเศรษฐกิจใหม่ ธุรกิจนวัตกรรมกับการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา 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.

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 และ การวัดผล แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจอัจฉริยะและระบบสนับสนุนการตัดสินใจ ประเภทและกระบวนการตัดสินใจ ลักษณะสารสนเทศสำหรับธุรกิจอัจฉริยะและเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจ การพัฒนาแบบจำลองเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจ 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.

- 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.
- 815251 การเงินสำหรับผู้ประกอบการ 1(0-2-1)**
Entrepreneurial Financial
 การบริหารการเงินสำหรับธุรกิจเริ่มต้นใหม่ด้านเทคโนโลยี การกำหนดความต้องการเงินทุน แหล่งเงินทุน การประเมินมูลค่าของธุรกิจเริ่มต้นใหม่ การกำหนดค่าตอบแทนของลูกจ้าง และกลยุทธ์การเลิกลงทุน
 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.
- 815290 โครงการงานทางด้านการวิเคราะห์ธุรกิจและการแปลงสภาพดิจิทัล 1(0-2-1)**
Project in Business Analytics and Digital Transformation
 การวิเคราะห์และการพัฒนาโครงการเพื่อสร้างสินค้าหรือบริการใหม่ๆ ให้กับภาคธุรกิจ 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.
- 815310 การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ 3(2-2-5)**
Strategic Marketing Planning

การวางแผนการตลาด วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงแผนการตลาดเพื่อให้สอดคล้องต่อสภาพการณ์ ตลาดหรือวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์และสินค้า พัฒนารูปแบบแผนการตลาด ประกอบด้วย การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก การกำหนดตลาด การเลือกเป้าหมายและการวางแผนตำแหน่งทางผลิตภัณฑ์ การกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด กลยุทธ์ที่ใช้ในการตลาด กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องและฝึกปฏิบัติการวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์

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.

815311 การตลาดผ่านสื่อสังคมและการตลาดออนไลน์

3(2-2-5)

Social Media and Online Marketing

หลักการตลาดผ่านสื่อสังคมและการตลาดออนไลน์ ความแตกต่างระหว่างการทำตลาดบนสื่อสังคมและการทำการตลาดออนไลน์ ประเภทการตลาดสื่อสังคมและการตลาดออนไลน์ การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร ธุรกิจที่มีความเหมาะสมใช้การตลาดสื่อสังคมออนไลน์ การวิเคราะห์การตลาดผ่านสื่อสังคมและการตลาดออนไลน์ การวัดความสำเร็จจากการใช้การตลาดผ่านสื่อสังคมและการตลาดออนไลน์ กรณีศึกษาและการปฏิบัติด้านการตลาดผ่านสื่อสังคมและการตลาดออนไลน์

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.

815312 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ดิจิทัล

3(2-2-5)

Digital Customer Relationship Management

แนวคิดพื้นฐานของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ วิวัฒนาการของระบบบริการลูกค้าสัมพันธ์ หลักการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล เป้าหมายสำคัญของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ องค์ประกอบหลักของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ รูปแบบการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การพัฒนาระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ กลยุทธ์การจัดการลูกค้าสัมพันธ์และนวัตกรรมบริการ เทคโนโลยีสารสนเทศที่นำมาใช้ในการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า ปัจจัยที่ทำให้เกิดความสำเร็จของการบริหารลูกค้า

สัมพันธ์ 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 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 การวัดแหล่งที่มาคุณค่าตราสินค้า 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.

815314 ระบบการตลาดอัจฉริยะ

3(2-2-5)

Artificial Intelligence Marketing

ปัญญาประดิษฐ์ การวิเคราะห์ความสำคัญของปัญญาประดิษฐ์ ข้อดีข้อเสียของปัญญาประดิษฐ์ การนำปัญญาประดิษฐ์มาประยุกต์ใช้กับงานด้านการตลาด ระบบการตลาดอัตโนมัติ กรณีศึกษาของบริษัทที่นำระบบการตลาดอัตโนมัติมาใช้งาน เช่น เรียนรู้การสร้างประสบการณ์ที่ดีกับลูกค้า ด้วย Machine Learning

Creative Marketing Plan

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.

Quality Management and Innovation

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.

Logistics in Marketing Value Creation

Concept of logistics management and supply chain management, activities and processes in logistics, role of logistics activities towards market value building, planning and

Innovation Marketing for Hospitality

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.

Innovative Marketing for Agricultural

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.

Innovative Marketing for Healthcare

สถานการณ์ด้านธุรกิจบริการสุขภาพและดิจิทัล ศักยภาพการแข่งขัน เทคโนโลยีสุขภาพ
ผลกระทบที่เกิดจากดิจิทัลเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง การตลาดเชิงผู้ประกอบการ ผลตอบแทน

ทางการตลาด การสร้างประสบการณ์กับการเดินทางของลูกค้า การใช้เครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการสุขภาพ กรณีศึกษาทางด้านนวัตกรรมการตลาดสำหรับธุรกิจสุขภาพ

Situation of digital healthcare business, competitiveness, health technology, effects from digital technologies and the Internet of Things (IoT), entrepreneurial marketing, Return-on-marketing (ROM), customer Journey experience, using marketing tools for health businesses and case study related.

815325 นวัตกรรมการตลาดสำหรับการกีฬาและความบันเทิง 3(2-2-5)

Innovative Marketing for Sports and Entertainments

ธุรกิจด้านกีฬาและความบันเทิง กระบวนการบริหารงานทางการตลาด นวัตกรรมทางด้านผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ การนำนวัตกรรมมาพัฒนากระบวนการของงานบริการ 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.

815326 นวัตกรรมและการออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกเชิงสร้างสรรค์ 3(2-2-5)

Innovation and Creative Facility Design

ความหมายและประเภทสิ่งอำนวยความสะดวก กระบวนการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งในรูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการ แนวคิดในการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีระดับความเป็นนวัตกรรมที่อารยสถาปัตย์และหลักการของอารยสถาปัตย์ 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.

815340 การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสำเร็จรูปสำหรับงานด้านการตลาด 3(2-2-5)

Information Technology Solutions for Marketing

ศึกษาเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่นำมาใช้เป็นเครื่องมือในงานด้านการตลาด ได้แก่ Google AdWords, Facebook, Google Data Studio, Tableau, Google Analytics, SharePoint, Adobe Marketing Cloud และ อื่นๆ พร้อมทั้งฝึกปฏิบัติการใช้เครื่องมือด้านการตลาดเหล่านี้

บทบาทของเทคโนโลยีเสมือน ความเป็นจริงเสมือน ความเป็นจริงเสริมและความจริงผสม
บริการ ตัวอย่างการนำเทคโนโลยีเสมือนมาใช้ในการตลาด ฝึกปฏิบัติการสร้างเทคโนโลยี
สำหรับงานด้านการตลาด

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.

การเขียนโปรแกรม Python โครงสร้างข้อมูล พื้นฐานการควบคุมขั้นตอนวิธีประมวลผล การโมดูล การนำเข้าข้อมูลจากไฟล์และฐานข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานด้วยแผนภูมิฮิสโตแกรม การจัดการข้อมูล องค์ประกอบการสร้างแผนภูมิ และการส่งข้อมูลต่อให้ผู้ใช้

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.

การระบุลักษณะสำคัญของพฤติกรรมมนุษย์ ผลกระทบต่อการออกแบบระบบโต้ตอบ การออกแบบระบบเชิงโต้ตอบตามความสามารถและพฤติกรรมของมนุษย์ การอธิบายีเอ็มจาก การปฏิสัมพันธ์ของคอมพิวเตอร์กับมนุษย์ รวมถึงวิธีการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบระบบ การตรวจสอบการใช้งานและวิธีการวิเคราะห์แบบเป็นทางการ

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.

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 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.

815390 โครงการงานทางด้านการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับธุรกิจ 2(0-4-2)

Project in Data Analytics for Business

จัดทำโครงการเพื่อแก้ปัญหาในภาคธุรกิจในเรื่องการตลาดดิจิทัลโดยใช้ปัญหาจริงจากภาคธุรกิจและอุตสาหกรรม การดำเนินการวิจัยและระบุความต้องการของผู้ใช้ การประยุกต์กลยุทธ์การคิดเชิงสร้างสรรค์ และข้อเสนอแนะจากการทดสอบของผู้ใช้เพื่อแก้ไขหรือออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ หรือบริการที่เป็นไปได้ โดยผู้เรียนจะทำงานเป็นทีมภายใต้การชี้แนะของคณาจารย์และผู้เชี่ยวชาญจากธุรกิจและอุตสาหกรรม

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.

815490 โครงการงานทางด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ 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.

815491 การฝึกอบรม หรือ การฝึกงานในต่างประเทศ 6 หน่วยกิต

International Academic of Professional Training

การฝึกอบรมเชิงวิชาการภาคปฏิบัติหรือฝึกปฏิบัติงานจริงภายในหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน ในต่างประเทศ โดยได้รับความเห็นชอบจากมหาวิทยาลัย

Academic in practice or real professional training at a public or private organization on abroad with the approval of the university.

815492 สหกิจศึกษา 6 หน่วยกิต

Co-operative Education

การฝึกปฏิบัติงานจริงเพื่อเพิ่มประสบการณ์วิชาชีพทางคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ในฐานะพนักงานใน หน่วยงานหรือสถานประกอบการตามระบบสหกิจศึกษา

Real-work setting apprenticeship to increase professional career experience related to business computer in an agency or enterprise according to co-operative education system.

815493 การฝึกงาน 6 หน่วยกิต

Professional Training

การฝึกงานด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ในสถานประกอบการ ในองค์กร ภาครัฐหรือภาคเอกชน โดยมีระยะเวลาในการฝึกติดต่อกันไม่น้อยกว่า 420 ชั่วโมงและนำเสนอรายงานผลการ ปฏิบัติงาน

Practical experience in marketing field in private or public sector for minimum of 420 hours and presentation of performance report.

815494 สัมมนาทางวิชาการด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ 1(0-2-1)

Seminar in Innovation and Creative Marketing

การนำเสนอและอภิปรายหัวข้อที่น่าสนใจทางนวัตกรรมและการตลาด ซึ่งเป็นประเด็น ปัจจุบัน และจะต้องจัดเป็นการประชุมสัมมนาทางวิชาการด้านนวัตกรรมและการตลาด 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.

3.1.6 ความหมายของเลขรหัสวิชา

ประกอบด้วยตัวเลข 6 ตัว แยกเป็น 2 ชุด ชุดละ 3 ตัว มีความหมาย ดังนี้

3.1.6.1 รายวิชาศึกษาทั่วไป

1) ความหมายของเลขรหัสชุดที่ 1 คือ รหัส 3 ตัวแรก

001 หมายถึง หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

2) ความหมายของเลขรหัสชุดที่ 2 คือ รหัส 3 ตัวหลัง

เลขหลักหน่วย : แสดงอนุกรมรายวิชา

เลขหลักสิบ : แสดงหมวดหมู่สาขาวิชา

- กลุ่มวิชาภาษา ประกอบด้วย

0 หมายถึง ภาษาไทย

1 หมายถึง ภาษาอังกฤษ

- กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ ประกอบด้วย

2 หมายถึง รายวิชาด้านมนุษยศาสตร์

- กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ ประกอบด้วย

3 หมายถึง รายวิชาด้านสังคมศาสตร์

5 และ 6 หมายถึง รายวิชาด้านพลานามัย

- กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์ ประกอบด้วย

7 หมายถึง รายวิชาด้านวิทยาศาสตร์

3.1.6.2 รายวิชาเฉพาะ

1) ความหมายของเลขรหัสชุดที่ 1 คือ รหัส 3 ตัวแรก

815 หมายถึง หมวดวิชานวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์

2) ความหมายของเลขรหัสชุดที่ 2 คือ รหัส 3 ตัวหลัง

เลขหลักหน่วย : แสดงอนุกรมรายวิชา

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	รายวิชาโครงงาน สัมมนา การฝึกงานและสหกิจศึกษา

เลขหลักร้อย : แสดงชั้นปี และ ระดับ

1	หมายถึง	รายวิชาในระดับปีที่ 1
2	หมายถึง	รายวิชาในระดับปีที่ 2
3	หมายถึง	รายวิชาในระดับปีที่ 3
4	หมายถึง	รายวิชาในระดับปีที่ 4

3.2 ชื่อ-นามสกุล เลขบัตรประจำตัวประชาชน ตำแหน่ง และคุณวุฒิการศึกษาของอาจารย์

3.2.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล (เลขบัตรประจำตัวประชาชน)	ตำแหน่ง ทางวิชาการ	คุณวุฒิ การศึกษา	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษา จากสถาบัน	ประเทศ	ปีที่ สำเร็จ การศึ ษา	ภาระงานสอน (ชม./สัปดาห์)	
								หลักสูตร ที่สอนอยู่ ปัจจุบัน	หลักสูตร ใหม่ พ.ศ. 2562
1	นายอรรถไกร พันธุ์ศักดิ์	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์	ปร.ด.	การบริหาร โรงพยาบาล	มหาวิทยาลัยคริสเตียน	ไทย	2555	9	9
			M.B.A.	Information Systems	Oklahoma City University	USA	2544		
			ศ.บ.	เศรษฐศาสตร์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	ไทย	2538		
2	นางสาวจิตติคุณ วัฒนนะ	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์	M.B.A.	Management	Johnson & Wales University	USA	2542	6	9
			ศศ.บ	การจัดการทั่วไป	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม	ไทย	2538		
3	เรืออากาศเอกหญิงวชิรา พันธุ์ไพโรจน์	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์	ทล.บ.	เทคโนโลยี สารสนเทศทางธุรกิจ	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช	ไทย	2545	6	6
			บธ.ม.	การจัดการธุรกิจ	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	ไทย	2538		
			วท.บ	ฟิสิกส์	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ วิทยาเขตพิษณุโลก	ไทย	2531		
4	นางสาวอุดมลักษณ์ ศรีซัซม	อาจารย์	Ph.D.	Management	University of Southampton	UK	2558	3	6
			บธ.ม.	การจัดการธุรกิจ ระหว่างประเทศ	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์	ไทย	2547		
			บธ.บ.	การจัดการการผลิต	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	ไทย	2544		

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล (เลขบัตรประจำตัวประชาชน)	ตำแหน่ง ทางวิชาการ	คุณวุฒิ การศึกษา	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษา จากสถาบัน	ประเทศ	ปีที่ สำเร็จ การศึ ษา	ภาระงานสอน (ชม./สัปดาห์)	
								หลักสูตร ที่สอนอยู่ ปัจจุบัน	หลักสูตร ใหม่ พ.ศ. 2562
5	นางสาวพิมสรา ยาค้าย	อาจารย์	ปร.ด.	บริหารธุรกิจ	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้า	ไทย	2561	3	6
			วท.ม.	อุตสาหกรรม	คุณทหารลาดกระบัง	ไทย	2554		
			วท.บ.	ธุรกิจเทคโนโลยีและ การจัดการ นวัตกรรม (สหสาขาวิชา) เทคโนโลยีการ จัดการ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้า คุณทหารลาดกระบัง	ไทย	2551		

3.2.2 อาจารย์ประจำหลักสูตร

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล (เลขบัตรประจำตัวประชาชน)	ตำแหน่ง ทางวิชาการ	คุณวุฒิ การศึกษา	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษา จากสถาบัน	ประเท ศ	ปีที่ สำเร็จ การศึ ษา	ภาระงานสอน (ชม./สัปดาห์)	
								หลักสูตรที่ สอนอยู่ ปัจจุบัน	หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2562
1	นายอรรถไกร พันธุ์กิติ	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์	ปร.ด.	การบริหาร	มหาวิทยาลัยคริสเตียน	ไทย	2556	9	9
			M.B.A.	โรงพยาบาล	Oklahoma City University	USA	2544		
			ศ.บ.	Information Systems เศรษฐศาสตร์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	ไทย	2538		

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล (เลขบัตรประจำตัวประชาชน)	ตำแหน่ง ทางวิชาการ	คุณวุฒิ การศึกษา	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษา จากสถาบัน	ประเทศ	ปีที่ สำเร็จ การศึ ษา	ภาระงานสอน (ชม./สัปดาห์)	
								หลักสูตรที่ สอนอยู่ ปัจจุบัน	หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2562
2	นางสาวจิตติณัฐ วัฒนะ	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์	M.B.A. ศศ.บ.	Management การจัดการทั่วไป	Johnson & Wales University มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูล สงคราม	USA ไทย	2542 2537	6	9
3	เรืออากาศเอกหญิงวชิรา พันธุ์ไพโรจน์	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์	ทล.บ. บธ.ม. วท.บ	เทคโนโลยี สารสนเทศทางธุรกิจ การจัดการธุรกิจ ฟิสิกส์	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ วิทยาเขตพิษณุโลก	ไทย ไทย ไทย	2545 2538 2531	6	6
4	นางสาวอุดมลักษณ์ ศรีซั้วชม	อาจารย์	Ph.D. บธ.ม. บธ.บ.	Management การจัดการธุรกิจ ระหว่างประเทศ การจัดการการผลิต	University of Southampton สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหาร ศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	UK ไทย ไทย	2558 2547 2544	3	6
5	นางสาวพิมสหรา ยาคาลัย	อาจารย์	ปร.ด. วท.ม. วท.บ.	บริหารธุรกิจ อุตสาหกรรม ธุรกิจเทคโนโลยีและ การจัดการ นวัตกรรม (สหสาขาวิชา) เทคโนโลยีการ จัดการ	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง	ไทย ไทย ไทย	2561 2554 2551	3	6

3.2.3 อาจารย์ผู้สอน

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่งทางวิชาการ	คุณวุฒิการศึกษา	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษาจากสถาบัน	ประเทศ	ปีที่สำเร็จการศึกษา	ภาระงานสอน (ชม./สัปดาห์)	
								หลักสูตรที่สอนอยู่ปัจจุบัน	หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2562
	คณะบริหารธุรกิจฯ								
1.	นางสาวกิตติมา ชาญวิชัย	รองศาสตราจารย์	ปร.ด. นศ.ม. ศศ.บ.	การสื่อสารมวลชน นิเทศศาสตร์พัฒนาการ การสื่อสารมวลชน	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	ไทย ไทย ไทย	2548 2538 2534	9	9
2.	นางสาวปาริชาติ ราชประดิษฐ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	Ph.D. บธ.ม. บธ.บ.	International Business การบริหารธุรกิจ การธนาคารและการเงิน	Asian Institute of Technology มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	ไทย ไทย ไทย	2532 2537 2553	9	9
3.	นางสาววิษณุชนัน รัตนวิบูลย์สม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	Ph.D. M.B.A ศ.บ.	Management Science International Business การเงินการธนาคาร	University of Strathclyde Dominican University มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	UK USA ไทย	2549 2538 2534	9	9
4.	นายอรรถไกร พันธุ์รักดี	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ปร.ด. M.B.A. ศ.บ.	การบริหารโรงพยาบาล Information Systems เศรษฐศาสตร์	มหาวิทยาลัยคริสเตียน Oklahoma City University มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	ไทย USA ไทย	2556 2544 2538	9	9
5.	นางสาวจิตตินุช วัฒนะ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	M.B.A ศศ.บ.	การตลาด การจัดการทั่วไป	Johnson & Wales University มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม	USA ไทย	2542 2537	6	9
6.	เรืออากาศเอกหญิงวชิรา พันธุ์ไพโรจน์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	บธ.ม. วท.บ.	เทคโนโลยีสารสนเทศ บริหารธุรกิจ	สุโขทัยธรรมาธิราช มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	ไทย ไทย	2545 2538	6	6

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่งทางวิชาการ	คุณวุฒิการศึกษา	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษาจากสถาบัน	ประเทศ	ปีที่สำเร็จการศึกษา	ภาระงานสอน (ชม./สัปดาห์)	
								หลักสูตรที่สอนอยู่ปัจจุบัน	หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2562
				ฟิสิกส์	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	ไทย	2531		
7	นายฉัตรชนก จรัสวิญญู	อาจารย์	บธ.ด. คอ.ม. วศ.บ.	การบริหารธุรกิจ ธุรกิจอุตสาหกรรม ไฟฟ้ากำลัง	มหาวิทยาลัยนเรศวร สถาบันเทคโนโลยีฯพระนครเหนือ สถาบันเทคโนโลยีฯพระนครเหนือ	ไทย ไทย ไทย	2557 2545 2538	9	9
8.	นางสาวนันท์วัน เหลี่ยมปรีชา	อาจารย์	D.B.A M.B.A. กศ.บ.	- Marketing การแนะแนว	University of South Australia University of Wollongong มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	ออสเตรเลีย ออสเตรเลีย ไทย	2553 2535 2526	9	9
9.	นางสาวนลินี เหมาะประสิทธิ์	อาจารย์	Ph.D M.B.S. ศ.บ.	Management International Marketing การเงินและการธนาคาร	La Trobe University University of Kent At Canterbury มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	ออสเตรเลีย UK ไทย	2559 2542 2539	9	9
10.	นางสาวพิมสหรา ยาคล้ำย	อาจารย์	ปร.ด. วท.ม. วท.บ.	บริหารธุรกิจอุตสาหกรรม ธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการ นวัตกรรม เทคโนโลยีการจัดการ	สถาบันเทคโนโลยีเทคโนโลยีฯ ลาดกระบัง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีเทคโนโลยีฯ ลาดกระบัง	ไทย ไทย ไทย	2561 2554 2551	3	6
11.	นายรัฐพล ไชยรัตน์	อาจารย์	Ph.D. M.F.A นศ.ม.	Multimedia Design Imaging Arts การสื่อสารมวลชน	Monash University Rochester Institute of Technology จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	ออสเตรเลีย USA ไทย	2552 2546 2536	9	9

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่งทางวิชาการ	คุณวุฒิการศึกษา	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษาจากสถาบัน	ประเทศ	ปีที่สำเร็จการศึกษา	ภาระงานสอน (ชม./สัปดาห์)	
								หลักสูตรที่สอนอยู่ปัจจุบัน	หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2562
			ร.บ.	สังคมวิทยาและมนุษยวิทยา	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	ไทย	2533		
12.	นางสาวอุดมลักษณ์ ศรีซั้วชม	อาจารย์	Ph.D. บธ.ม. บธ.บ.	Management การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ การจัดการการผลิต	University of Southampton สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	UK ไทย ไทย	2558 2547 2544	3	6
13.	นางสาวมณีนรัตน์ ขาติรังสรรค์	อาจารย์	วท.ม. บธ.บ.	การพัฒนาซอฟต์แวร์ด้านธุรกิจ คอมพิวเตอร์ธุรกิจ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร	ไทย ไทย	2556 2549	3	6
14.	นางสาวสุกรวดี ตรงต่อธรรม	อาจารย์	วท.ม. บธ.บ.	ธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการ นวัตกรรม (สหสาขาวิชา) คอมพิวเตอร์ธุรกิจ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร	ไทย ไทย	2555 2549	3	6
16.	นายพูน ภาณุวนิชชากร	อาจารย์	วท.ม. บธ.บ.	เทคโนโลยีสารสนเทศ คอมพิวเตอร์ธุรกิจ	มหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยนเรศวร	ไทย ไทย	2560 2555	9	9
	มหาวิทยาลัยนเรศวร								
1.	นางสาวตติยา เทพพิทักษ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	Ph.D. ศศ.ม. ศป.บ.	การออกแบบ นฤมิตศิลป์ นิเทศศิลป์	Chiba University จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง	ญี่ปุ่น ไทย ไทย	2014 2546 2542	9	9
2.	นางสาวปฐวีริกา รัตนตรัยวงศ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	Ph.D. M.Sc. วท.บ.	Food Science and Nutrition Food science and technology พัฒนาผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเกษตร	The Ohio State University The Ohio State University มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	USA USA ไทย	2547 2544 1995	9	9

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่งทางวิชาการ	คุณวุฒิการศึกษา	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษาจากสถาบัน	ประเทศ	ปีที่สำเร็จการศึกษา	ภาระงานสอน (ชม./สัปดาห์)	
								หลักสูตรที่สอนอยู่ปัจจุบัน	หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2562
3	นายปรีชา เมฆทิพย์พาศัย	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	M.A สถ.บ.	Integrated Design สถาปัตยกรรม	HOCHSCHULE ANHALT [FH] มหาวิทยาลัยรังสิต	DE ไทย	2548 2540	9	9
4.	นางสาวปัญญวัน ลำเพาพงศ์	อาจารย์	Ph.D. M.Sc. วศ.บ.	Biomechanics Mechanical Engineering วิศวกรรมเครื่องกล	Imperial College London LEIBNIZ UNIVERSITAT HANNOVER มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	UK DE ไทย	2557 2550 2541	9	9
5.	นายภาคภูมิ ทรัพย์สุนทร	อาจารย์	Ph.D. M.Sc. B.Sc.	Bioengineering Bioengineering Biology and Computer Science	Stanford University Stanford University California Institute of Technology	USA USA USA	2557 2553 2551	9	9
6.	นายภูวนาท พักเกตุ	อาจารย์	ปร.ด. วท.ม. วท.บ.	เทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยว เทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยว เทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยว	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มหาวิทยาลัยแม่โจ้	ไทย ไทย ไทย	2551 2546 2544	9	9
7.	นางสาววรินทร์ วิริยะไชยกุล	อาจารย์	ปร.ด. M.C. บช.บ.	การจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ Accounting and Finance บัญชีการเงิน	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ Macquarie University มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	ไทย AU ไทย	2561 2541 2538	9	9

3.2.4 อาจารย์พิเศษ

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่งทางวิชาการ	คุณวุฒิการศึกษา	สาขาวิชา	ตำแหน่ง/หน่วยงาน
1.	นายอภิสิทธิ์ก์ สินธุภัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	Ph.D.	Art Education	อาจารย์ประจำคณะ ครุศาสตร์ สถาปัตยกรรมและการออกแบบ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้า คุณทหารลาดกระบัง
2.	นายกิตติพงษ์ วีระเดชะ	-	M.A.	การบริหารการ จัดการธุรกิจร่วม สมัย	ประธานอำนวยการ ยังก์ แอนด์ รูปี แคม (ไทยแลนด์) จำกัด
3.	นายจักรพันธ์ ศรีจันทร์ทัฬห		M.B.A	Content Management and Value Creation	กรรมการผู้จัดการ บริษัท ฮับไว เซอร์ จำกัด
4	นางสาวจันจิรา จันทรโณม	-	วท.ด.	ธุรกิจเทคโนโลยีและ การจัดการ นวัตกรรม(สห สาขาวิชา)	ผู้จัดการสถานี S แชนแนล บริษัท ไอ.ซี.ซี.อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)
5.	นางสาวณฤดี ศรีสถานินทร์	-	M.A.	Integrated Marketing Communications	- กรรมการบริหารบริษัท ยูเรก้า อินเตอร์ เนชั่นแนล จำกัด - ที่ปรึกษาด้าน Brand Strategy & Integrated Marketing
6.	นายธีรเดช ดำรงค์พลสิทธิ์	-	Ph.D.	การเงิน	ประธานกรรมการผู้จัดการฝ่ายการ พาณิชย์ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียง ใต้ บริษัท ดันนัมบี (ประเทศไทย) จำกัด
7.	นางสาวนวลพรรณ จาตุรงค์กุล	-	M.A.	Industrial Organizational Psychology	Programming, Manager Cineplex company limited Thammasat University
8.	นางสาววิภาวรีศ เกตุปมา	-	นศ.บ.	การประชาสัมพันธ์	ผู้ก่อตั้งและกรรมการผู้จัดการ บริษัท โฟวดี คอมมิวนิเคชั่น จำกัด
9.	นายศรายุทธ เล็กผลิล	-	Ph.D.	การตลาด	Chief Marketing Officer กลุ่ม บริษัทอินเทอร์เน็ตแพลตฟอร์ม
10.	นายเลิศชาย หวังตระกูลดี		ศศ.ม.	ภาษาอังกฤษ	ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย สำนักงานเชียงใหม่

4. องค์ประกอบเกี่ยวกับประสบการณ์ภาคสนาม (การฝึกงาน หรือสหกิจศึกษา)

การให้นิสิตได้ฝึกภาคสนามเป็นการเปิดโอกาสให้นิสิตได้ใช้องค์ความรู้ที่เรียนมาจากภาคทฤษฎีทั้งหมดนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานจริงในองค์กรทั้งภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน โดยนิสิตจะได้เข้าฝึกประสบการณ์ภาคสนามในองค์กรที่มีความร่วมมือกับคณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสารและมหาวิทยาลัยนเรศวร ซึ่งนิสิตสามารถเลือกลงทะเบียนในรายวิชาที่มุ่งเน้นการฝึกประสบการณ์ภาคสนามตามความสนใจ คือ รายวิชาการฝึกอบรมหรือฝึกงานในต่างประเทศ หรือสหกิจศึกษา หรือ การฝึกงาน ในภาคการศึกษาปลายของการเรียนในชั้นปีการศึกษาที่ 4 หรือชั้นปีการศึกษาสุดท้ายหลังจากที่ได้ลงทะเบียนเรียนรายวิชาทุกรายวิชาครบถ้วนตามที่หลักสูตรกำหนดเรียบร้อยแล้ว

4.1 มาตรฐานผลการเรียนรู้ของประสบการณ์ภาคสนาม

ความคาดหวังในผลการเรียนรู้ประสบการณ์ภาคสนามของนิสิต มีดังนี้

- 1) สามารถนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการทำงานในสถานการณ์จริงได้
- 2) มีการพัฒนาทักษะความรู้เกี่ยวกับการใช้เทคนิคในการทำงาน รวมถึงการใช้เทคโนโลยี เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานจริงได้
- 3) มีความสามารถในการวิเคราะห์และแก้ไขปัญหาในสถานการณ์จริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 4) มีความสามารถในการสื่อสารและการเลือกใช้ช่องทางในการสื่อสารที่สามารถเข้าถึงผู้รับข้อมูลได้อย่างเหมาะสม
- 5) มีความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ มีความอดทน มีทัศนคติเชิงบวกที่สามารถเข้ากับวัฒนธรรมองค์กรของการทำงานจริงได้
- 6) มีวินัย ตรงต่อเวลา และสามารถปฏิบัติตามกฎระเบียบของสถานที่ที่ได้รับการฝึกสหกิจศึกษาได้

4.2 ช่วงเวลาที่จัดประสบการณ์

ภาคการศึกษาปลาย ชั้นปีที่ 4

4.3 การจัดเวลาและตารางสอน

จัดเต็มเวลา ประกอบด้วย

รายวิชาการฝึกอบรมและการฝึกงานในต่างประเทศ จำนวนไม่น้อยกว่า 270 ชั่วโมง หรือ

รายวิชาสหกิจศึกษา จำนวนไม่น้อยกว่า 4 เดือน

รายวิชาการฝึกงาน จำนวนไม่น้อยกว่า 420 ชั่วโมง

5. ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงการหรือวิจัย

5.1 คำอธิบายโดยย่อ

โครงการในสาขาวิชานวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ มีรูปแบบการศึกษาเช่นเดียวกับวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี ตามกระบวนการทำวิจัยที่มหาวิทยาลัยเป็นผู้กำหนด โดยแบ่งออกเป็นทั้งหมด 4

รายวิชา เพื่อให้บัณฑิตได้ฝึกปฏิบัติด้านการคิด วิเคราะห์จากประเด็นปัญหาจริง โดยนำโจทย์มาจากภาคธุรกิจ ซึ่งกลั่นกรองโดยอาจารย์ที่ปรึกษา มีการนำเสนอโครงร่าง การประมวลผล วิเคราะห์ผล อภิปรายและสรุปผล พร้อมทำรายงานและนำเสนอผลต่อหน้าคณะกรรมการสอบซึ่งเป็นอาจารย์ประจำสาขาวิชานวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ร่วมกับผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก เพื่อรับฟังการนำเสนอ วิพากษ์ผลงาน และประเมินผลงานของนิสิต จัดส่งรูปเล่มรายงานฉบับที่สมบูรณ์ส่งมอบแก่อาจารย์ที่ปรึกษา การวัดและประเมินผลรายวิชา จะกำหนดด้วยอักษร S (เป็นที่พอใจ) และ U (ไม่เป็นที่พอใจ)

5.2 มาตรฐานผลการเรียนรู้

- 1) มีวินัย ตรงต่อเวลา เสียสละ ซื่อสัตย์สุจริตและมีความรับผิดชอบตนเอง สังคมและองค์กร รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ มีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ
- 2) มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาที่ศึกษา คิดอย่างมีวิจารณญาณเป็นระบบและสร้างสรรค์ สามารถใช้ข้อมูลและความรู้ที่ได้รับในการแก้ไขปัญหาและงานอื่นๆ ด้วยตนเอง สามารถวิเคราะห์และสังเคราะห์ความรู้จากแหล่งต่างๆที่หลากหลายได้อย่างถูกต้อง เพื่อนำไปสู่การสร้างสรค์นวัตกรรม
- 3) การสอนเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มีทักษะการทำงานเป็นทีม สามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกแก่การแก้ปัญหาสถานการณ์ต่าง ๆ ในกลุ่มทั้งในบทบาทของผู้นำ หรือในบทบาทของผู้ร่วมทีมทำงาน
- 4) มีทักษะในการใช้เครื่องมือหรือเทคโนโลยีที่จำเป็นที่มีอยู่ในปัจจุบันต่อการทำงานอย่างเหมาะสม

5.3 ช่วงเวลา

- 1) ภาคการศึกษาปลาย ชั้นปีที่ 1 เรียนรายวิชา 815190 โครงการทางด้านแนวคิดและการแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์
- 2) ภาคการศึกษาปลาย ชั้นปีที่ 2 เรียนรายวิชา 815290 โครงการทางด้านการวิเคราะห์ธุรกิจและการแปลงสภาพดิจิทัล
- 3) ภาคการศึกษาปลาย ชั้นปีที่ 3 เรียนรายวิชา 815390 โครงการด้านการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับธุรกิจ
- 4) ภาคการศึกษาต้น ชั้นปีที่ 4 เรียนรายวิชา 815490 โครงการด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์

5.4 จำนวนหน่วยกิต

6 หน่วยกิต

5.5 การเตรียมการ

- 1) อาจารย์ประจำหลักสูตรทำหน้าที่ในการติดต่อหน่วยงานภายนอกทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อค้นหาปัญหาที่เกิดขึ้นและกำหนดประเด็นในการศึกษา
- 2.) แต่งตั้งอาจารย์ที่ปรึกษาให้คำแนะนำนิสิตในการทำโครงงาน โดยคณะกรรมการดำเนินงานสาขาวิชานวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์เป็นผู้พิจารณาคัดเลือกอาจารย์ที่ปรึกษาให้กับนิสิต
- 3) อาจารย์ที่ปรึกษาจัดตารางเวลาการให้คำปรึกษาและการติดตามการทำงานของนิสิต
- 4) อำนวยความสะดวกในการทำโครงงานของนิสิต เช่น การจัดห้องสำหรับการทำโครงงาน ให้แก่นิสิตโดยเฉพาะ เป็นต้น

5.6 กระบวนการประเมินผล

- 1) ประเมินคุณภาพโครงงานโดยอาจารย์ประจำสาขาวิชานวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก โดยต้องมีคณะกรรมการสอบอย่างน้อย 3 คน
- 2) ประเมินความก้าวหน้าในระหว่างการทำโครงงาน โดยอาจารย์ที่ปรึกษาจากการสังเกตจากการรายงานด้วยวาจาและเอกสาร
- 3) ประเมินผลการทำโครงงานของนิสิตในภาพรวม จากการติดตามการทำงาน ผลงานที่เกิดขึ้นในแต่ละขั้นตอน และรายงานโดยอาจารย์ที่ปรึกษา

หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล

1. การพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของนิสิต

คุณลักษณะพิเศษ	กลยุทธ์หรือกิจกรรมของนิสิต
1. มีสมรรถนะด้านดิจิทัล โดยได้รับประกาศนียบัตร (Certificate) ของ IC3 DIGITAL LITERACY CERTIFICATE หรือ Microsoft Office Specialist (MOS) CERTIFICATE	- จัดการฝึกอบรม/ติวเสริมนอกหลักสูตร - สนับสนุนการจัดสอบ Certificate ให้กับนิสิต
2. มีจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมด้านดิจิทัล	- อบรมด้านจริยธรรมด้านดิจิทัล Creative Digital Marketer Certificate และลิขสิทธิ์ผลงาน - ทางด้านการสร้างสรรค์ หรือสัญญาอนุญาตครีเอทีฟคอมมอนส์ (Creative Commons Licence: CC)
3. มีความเชี่ยวชาญด้านการตลาดดิจิทัลเชิงสร้างสรรค์	- ในหลักสูตรกำหนดการทำโครงการในการสร้างผลงานด้านนวัตกรรม
4. มีความสามารถในการสร้างสรรค์ผลงานด้านนวัตกรรม	- ผลงานสร้างสรรค์ของนิสิตในหลักสูตร จะถูกรวบรวมและเผยแพร่สู่ผู้สนใจเรียนอย่างกว้างขวาง

2. การพัฒนาผลการเรียนรู้ของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป

1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม

1.1 ผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

1.1.1 ปฏิบัติตนเป็นคนตรงต่อเวลา มีจิตสาธารณะ

1.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

1.2.1 สอดแทรกแนวคิดทางคุณธรรม จริยธรรม ความรับผิดชอบและการแสดงออกที่มุ่งสู่ความสำเร็จในระหว่างการเรียนรู้การสอน โดยเน้นย้ำในเรื่องการเข้าเรียน การส่งงานตรงเวลา และการไม่ทุจริตในการสอบหรือคัดลอกผลงานผู้อื่น

1.2.2 วิเคราะห์ประเด็นปัญหาทางด้านคุณธรรม จริยธรรม หรือกรณีศึกษาของบุคคลตัวอย่างที่ใช้คุณธรรม จริยธรรมในการดำเนินชีวิต

1.2.3 จัดกิจกรรมการเรียนรู้การสอน กิจกรรมทางวิชาการ/วิชาชีพ การทำโครงการที่ใช้แนวคิด วิธีการทางด้านคุณธรรม จริยธรรม

1.3 วิธีการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

1.3.1 กำหนดวิธีการประเมินผลหรือคะแนนในเรื่องการแสดงออกทางด้าน คุณธรรม จริยธรรมในแต่ละกิจกรรมการเรียนรู้การสอนที่ใช้ในรายวิชา การมาเรียน ส่งงานตรงเวลา และไม่ทุจริตในการสอบหรือคัดลอกผลงานผู้อื่น กล้าที่จะแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับกรณีศึกษาในการเรียน

1.3.2 กำหนดวิธีการประเมินผลการเข้าร่วมกิจกรรมทางวิชาการทางวิชาชีพหรือประสิทธิผลของการเข้าร่วมกิจกรรมด้านจิตสาธารณะ

2. ด้านความรู้

2.1 ผลการเรียนรู้ด้านความรู้

2.1.1 ให้มีความรู้และทักษะการใช้ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ทั้งด้านการฟัง การพูด การอ่านและการเขียน มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ให้นิสิตมีรสนิยมทางสุนทรียะทางศิลปะและดนตรี และนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน

2.1.2 ให้มีความรู้รอบทั้งด้านมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ เพื่อให้ทำให้เกิดการรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์โลก ทำให้รักโลก รักธรรมชาติ รักสิ่งแวดล้อม และสามารถอยู่รอดในการเปลี่ยนแปลงใน ทั้งนี้เพื่อทำให้เกิดการปรับตัวให้เข้ากับสังคมไทย สังคมอาเซียน และสังคมโลก

2.1.3 ให้มีความรู้เพื่อนำไปพัฒนาทักษะการใช้ชีวิต การดูแลตนเอง และดำรงตนอย่างมีความสุข ดำเนินชีวิตบนพื้นฐานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

2.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้

2.2.1 บรรยายในชั้นเรียนและถามตอบ การสาธิตและฝึกภายในห้องปฏิบัติการ

2.2.2 ใช้การสอนแบบปัญหาเป็นฐาน (Problem-based Learning)

2.2.3 ใช้การสอนแบบการทดลองเป็นฐาน (Experimental-based Learning)

- 2.2.4 ใช้การสอนโดยโครงงานเป็นฐาน (Project-based Learning)
- 2.2.5 ใช้การสอนโดยบูรณาการกับการทำงาน (Work-integrated Learning)
- 2.2.6 ศึกษาออกสถานที่ (Field Trips)
- 2.2.7 ใช้การเรียนการสอนแบบทีม (Team Teaching)
- 2.2.8 ใช้การเรียนการสอนโดยชุมชนเป็นฐาน (Community-based Learning)
- 2.2.9 ใช้การสอนแบบเน้นวิจัยเป็นฐาน (Research-based Learning)
- 2.2.10 ใช้การปฏิบัติงานกับแหล่งประสบการณ์วิชาชีพ / สถานประกอบการ (Professional Training / Co-operative Education)

2.3 วิธีการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ด้านความรู้

- 2.3.1 ประเมินความรู้และทักษะโดยการทดสอบแบบข้อเขียน สอบปฏิบัติ สอบปากเปล่า และการสังเกต พฤติกรรมการเรียนรู้
- 2.3.2 ประเมินทัศนคติของการเรียนรู้ โดยการใช้แบบสอบถาม หรือแบบรายงานตนเอง
- 2.3.3 ประเมินผลงานที่นิสิตได้รับมอบหมาย
- 2.3.4 ประเมินผลโดยแหล่งประสบการณ์วิชาชีพ /สถานประกอบการ
- 2.3.5 ประเมินผลโดยใช้แบบทดสอบวัดความรู้

3. ด้านทักษะทางปัญญา

3.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

- 3.1.1 วิเคราะห์ สังเคราะห์ นำความรอบรู้ทั้งด้านมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ ไปใช้ให้เกิดการรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์โลก ทำให้รักโลก รักธรรมชาติ รักสิ่งแวดล้อม และสามารถอยู่รอดในการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ทั้งนี้เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริง ทำให้เกิดการปรับตัวให้เข้ากับสังคมไทย สังคมอาเซียน และสังคมโลก
- 3.1.2 แสดงออกถึงการมีวิจารณญาณคิดแบบองค์รวม โดยสามารถเชื่อมโยงความรู้ระหว่างมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ได้ และคิดสร้างสรรค์ ใฝ่เรียนรู้ และผลงานนวัตกรรม
- 3.1.3 มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ตามศตวรรษที่ 21 และมีคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ

3.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

- 3.2.1 ใช้การเรียนการสอนแบบปัญหาเป็นฐาน (Problem-based Learning)
- 3.2.2 ใช้การเรียนการสอนแบบการทดลองเป็นฐาน (Experimental-based Learning)
- 3.2.3 ใช้การเรียนการสอนโดยโครงงานเป็นฐาน (Project-based Learning)
- 3.2.4 ใช้การเรียนการสอนโดยการทำงานเป็นฐาน (Work-integrated Learning)
- 3.2.5 ใช้การเรียนการสอนออกสถานที่ (Field Trips)
- 3.2.6 ใช้การเรียนการสอนแบบเน้นทำงานเป็นทีม (Team-based Learning)
- 3.2.7 ใช้การเรียนการสอนแบบเน้นกิจกรรม (Activity-based Learning)

3.3 วิธีการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

- 3.3.1 ประเมินความรู้และทักษะโดยการทดสอบแบบข้อเขียน สอบปฏิบัติ สอบปากเปล่า
- 3.3.2 ประเมินกระบวนการทำงานเป็นทีมและการสังเกตพฤติกรรมการเรียนรู้
- 3.3.3 ประเมินผลงานที่นิสิตได้รับมอบหมาย
- 3.3.4 ประเมินความสามารถในการคิดวิเคราะห์และแก้ปัญหา
- 3.3.5 ประเมินผลโดยใช้แบบทดสอบวัดความรอบรู้

4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1. ผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- 4.1.1. แสดงออกถึงความสามารถในการทำงานเป็นทีม มีความเป็นผู้นำและมีมนุษยสัมพันธ์
- 4.1.2. ปรับตัวให้อยู่ในสังคมที่ต่างวัฒนธรรมได้

4.2. กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- 4.2.1. ใช้การเรียนการสอนที่เน้นการเรียนรู้แบบร่วมมือ (Co-operative and Collaborative Learning) โดยส่งเสริมความรับผิดชอบต่อการเรียนรู้ของตนเองและเพื่อนร่วมกลุ่ม
- 4.2.2. ให้นิสิตค้นคว้าเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง (Investigative and Life Long Learning)
- 4.2.3. ใช้การเรียนการสอนแบบเน้นทำงานเป็นทีม (Team-based Learning)
- 4.2.4. ใช้การเรียนการสอนแบบบูรณาการ (Integrated Learning Approach)

4.3. วิธีการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ

- 4.3.1. ประเมินความรับผิดชอบต่อการมีส่วนร่วมของผู้เรียนในกิจกรรมการเรียนการสอนต่าง ๆ
- 4.3.2. ประเมินผลงานที่นิสิตได้รับมอบหมายและวัดผลแบบเพื่อนประเมินเพื่อน (Peer evaluation) โดยให้เพื่อนในกลุ่มประเมินพฤติกรรมการทำงาน
- 4.3.3. ประเมินทัศนคติของการใช้ชีวิตและการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม โดยการใช้แบบสอบถาม หรือแบบประเมินตนเอง

5. ด้านทักษะการวิเคราะห์ตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1. ผลการเรียนรู้ด้านการวิเคราะห์ตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- 5.1.1. ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประมวลผล แปลความหมาย และนำเสนอข้อมูลสารสนเทศอย่างถูกต้อง และรู้เท่าทัน
- 5.1.2. แสดงออกถึงความสามารถในการสื่อสาร วิเคราะห์ สังเคราะห์ สรุปประเด็น เนื้อหา ทั้งการพูด การเขียน และการนำเสนอ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.2. กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะในการวิเคราะห์เชิง ตัวเลขการสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- 5.2.1. บรรยายในชั้นเรียนและถามตอบ การสาธิตและฝึกภายในห้องปฏิบัติการ
- 5.2.2. ใช้การเรียนการสอนแบบปัญหาเป็นฐาน (Problem-based learning)
- 5.2.3. ใช้การเรียนการสอนแบบการทดลองเป็นฐาน (Experimental-based Learning)

- 5.2.4. ใช้การเรียนการสอนโดยโครงงานเป็นฐาน (Project-based Learning)
- 5.2.5. ใช้การเรียนการสอนโดยบูรณาการกับการทำงาน (Work-integrated Learning)
- 5.2.6. ใช้การเรียนการสอนแบบเน้นทำงานเป็นทีม (Team-based Learning)
- 5.2.7. ใช้การเรียนการสอนแบบสัมมนา (Seminar)

5.3. วิธีการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- 5.3.1. ประเมินความสามารถในการสื่อสาร ทั้งการพูด การเขียน การนำเสนอ จากผลงานที่ได้รับมอบหมาย หรือจากการสัมมนา
- 5.3.2. ประเมินความสามารถในการวิเคราะห์เชิงตัวเลขและการใช้เทคโนโลยี

3. การพัฒนาผลการเรียนรู้ในแต่ละด้านของหมวดวิชาเฉพาะ

1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม

1.1 ผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- 1.1.1 มีวินัย ตรงต่อเวลา เสียสละ ซื่อสัตย์สุจริตและมีความรับผิดชอบต่อตนเอง
- 1.1.2 มีความรับผิดชอบต่อสังคมและองค์กร
- 1.1.3 เคารพสิทธิและรับฟัง ความคิดเห็นของผู้อื่น เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรและสังคม รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์
- 1.1.4 มีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ ตระหนักถึงสิทธิในประเด็นต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นลิขสิทธิ์ การคัดลอกผลงาน หรือ สัญญาอนุญาตครีเอทีฟคอมมอนส์

1.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- 1.2.1 การสอนแทรกในรายวิชา
- 1.2.2 การสอนในภาคปฏิบัติ
- 1.2.3 การสอนแบบให้นิสิตมีส่วนร่วม
- 1.2.4 การเป็นต้นแบบที่ดีของอาจารย์
- 1.2.5 การจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตรแบบให้นิสิตมีส่วนร่วม
- 1.2.6 การสอนจากกรณีศึกษา
- 1.2.7 การมอบหมายงาน

1.3 วิธีการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- 1.3.1 การให้สัดส่วนคะแนนการวัดผลด้านคุณธรรมในรายวิชา จริยธรรม เช่น การส่งงานที่มอบหมายตรงตามกำหนด มีการระบุแหล่งข้อมูลอ้างอิงที่ทำการคัดลอกข้อมูล เป็นต้น
- 1.3.2 ประเมินโดยอาจารย์จากการสังเกตพฤติกรรม
- 1.3.3 ประเมินโดยผู้ใช้บัณฑิต

2. ด้านความรู้

2.1 ผลการเรียนรู้ด้านความรู้

- 2.1.1 มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาที่ศึกษา
- 2.1.2 สามารถนำความรู้ไปใช้เพื่อสร้างความเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน
- 2.1.3 สามารถติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการ
- 2.1.4 สามารถนำความรู้ไปบูรณาการกับความรู้ในศาสตร์อื่นๆ

2.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้

- 2.2.1 เปิดรายวิชาเพื่อสอนโดยเฉพาะ
- 2.2.2 การสอนในภาคปฏิบัติ
- 2.2.3 การสอนแบบให้นิสิตมีส่วนร่วม
- 2.2.4 การเรียนรู้จากผู้มีประสบการณ์จริงและหรือสถานการณ์จริง
- 2.2.5 การจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตรแบบให้นิสิตมีส่วนร่วม
- 2.2.6 การสอนจากกรณีศึกษา
- 2.2.7 การมอบหมายงาน

2.3 วิธีการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ด้านความรู้

- 2.3.1 การให้สัดส่วนคะแนนการวัดผลในรายวิชา
- 2.3.2 ประเมินโดยอาจารย์จากการทดสอบ
- 2.3.3 ประเมินโดยผู้ใช้บัณฑิต
- 2.3.4 ประเมินจากผลรางวัลที่มีการสนับสนุนให้นิสิตเข้าร่วมประกวดแข่งขัน

3. ด้านทักษะทางปัญญา

3.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

- 3.1.1 คิดอย่างมีวิจารณญาณ เป็นระบบและสร้างสรรค์
- 3.1.2 สามารถค้นหาข้อเท็จจริง ตีความ และประเมินสารสนเทศ เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์
- 3.1.3 สามารถใช้ข้อมูลและความรู้ที่ได้รับในการแก้ไขปัญหาและงานอื่นๆ ด้วยตนเอง
- 3.1.4 มีความใฝ่รู้ สามารถวิเคราะห์และสังเคราะห์ความรู้จากแหล่งต่างๆ ที่หลากหลายได้อย่างถูกต้อง เพื่อนำไปสู่การสร้างสรค์นวัตกรรม
- 3.1.5 การสอนเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญที่เปิดโอกาสให้มีการอภิปรายแสดงความคิดเห็นได้มากขึ้น

3.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

- 3.2.1 เปิดรายวิชาเพื่อสอนโดยเฉพาะ
- 3.2.2 การสอนในภาคปฏิบัติ
- 3.2.3 การสอนแบบให้นิสิตมีส่วนร่วม
- 3.2.4 การเรียนรู้จากผู้มีประสบการณ์จริงและหรือสถานการณ์จริง
- 3.2.5 การจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตรแบบให้นิสิตมีส่วนร่วม
- 3.2.6 การสอนจากกรณีศึกษา
- 3.2.7 การมอบหมายงาน

3.3 วิธีการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

- 3.3.1 การให้สัดส่วนคะแนนการวัดผลในรายวิชา
- 3.3.2 ประเมินโดยอาจารย์จากการทดสอบ
- 3.3.3 ประเมินโดยผู้ใช้บัณฑิต
- 3.3.4 ประเมินจากผลรางวัลที่มีการสนับสนุนให้บัณฑิตเข้าร่วมประกวดแข่งขัน

4 ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- 4.1.1 ทักษะการทำงานเป็นทีม
- 4.1.2 สามารถสื่อสารกับกลุ่มคนหลากหลายและสามารถสนทนาทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ
- 4.1.3 สามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกแก่การแก้ปัญหาสถานการณ์ต่าง ๆ ในกลุ่มทั้งในบทบาทของผู้นำ หรือในบทบาทของผู้ร่วมทีมทำงาน

4.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- 4.2.1 การมอบหมายงานให้ทำเป็นกลุ่ม
- 4.2.2 การนำเสนอผลการศึกษาโครงการและมีการนำเสนองานที่มอบหมายในรายวิชา
- 4.2.3 การสอนแบบให้บัณฑิตมีส่วนร่วม
- 4.2.4 การเรียนรู้จากผู้มีประสบการณ์จริงและหรือสถานการณ์จริง
- 4.2.5 การจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตรแบบให้บัณฑิตมีส่วนร่วม

4.3 วิธีการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ

- 4.3.1 การให้สัดส่วนคะแนนการวัดผลในรายวิชา
- 4.3.2 ประเมินโดยอาจารย์จากการสังเกตพฤติกรรม
- 4.3.3 ประเมินโดยผู้ใช้บัณฑิต

5 ด้านทักษะการวิเคราะห์ตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ผลการเรียนรู้ด้านการวิเคราะห์ตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- 5.1.1 ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประมวลผล แปลความหมาย และนำเสนอข้อมูลสารสนเทศอย่างถูกต้อง และรู้เท่าทัน
- 5.1.2 มีความสามารถในการสื่อสาร วิเคราะห์ สังเคราะห์ สรุปประเด็น เนื้อหา ทั้ง การพูด การเขียน และการนำเสนอ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 5.1.3 สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่หลากหลาย เพื่อการติดต่อสื่อสาร สืบค้นข้อมูล ผลิตดิจิทัลมีเดียเพื่อวัตถุประสงค์ที่หลากหลาย รวมไปถึงติดตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยีอุบัติใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะในการวิเคราะห์เชิง ตัวเลขการสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- 5.2.1 เปิดรายวิชาเพื่อสอนโดยเฉพาะ
- 5.2.2 การสอนแบบให้บัณฑิตมีส่วนร่วม
- 5.2.3 ใช้การเรียนการสอนโดยโครงงานเป็นฐาน (Project-based Learning)

- 5.2.4 ใช้การเรียนการสอนโดยบูรณาการกับการทำงาน (Work-integrated Learning)
- 5.2.5 ใช้การเรียนการสอนแบบเน้นทำงานเป็นทีม (Team-based Learning)
- 5.2.6 ใช้การเรียนการสอนด้านการใช้เทคโนโลยีที่หลากหลาย ซอฟต์แวร์แอปพลิเคชันที่เป็นประโยชน์บนอุปกรณ์ที่หลากหลายเพื่อรวบรวมและจัดระเบียบในการใช้งานส่วนตัวอย่างปลอดภัย
- 5.2.7 การใช้เทคโนโลยีในการเรียนรู้อย่างมั่นใจ รวมถึงการใช้เครื่องมือสำหรับการอ้างอิง การผลิตงานนำเสนอ การเชื่อมโยง และการแบ่งปันความคิด รวมถึงทดสอบความก้าวหน้าในการเรียนรู้เพื่อเข้าใจเรื่องที่ศึกษา
- 5.3 วิธีการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ**
 - 5.3.1 การให้สัดส่วนคะแนนการวัดผลในรายวิชา
 - 5.3.2 ประเมินโดยอาจารย์จากการทดสอบ
 - 5.3.3 ประเมินโดยผู้ใช้บัณฑิต
 - 5.3.4 ประเมินจากผลรางวัลที่มีการสนับสนุนให้บัณฑิตเข้าร่วมประกวดแข่งขัน

3. แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้สู่รายวิชา หลักสูตรใหม่พ.ศ.2563 (Curriculum Mapping)

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม				2. ความรู้				3. ทักษะทางปัญญา					4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ			5. ทักษะการวิเคราะห์ตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ		
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	1	2	3
1.1 กลุ่มวิชาภาษา																				
001201	ทักษะภาษาไทย	●				●	○	○		○	●	○			○	○		○	●	
001211	ภาษาอังกฤษพื้นฐาน	●				●	○	●		●	○	●			●	●		○	○	
001212	ภาษาอังกฤษพัฒนา	●				●	○	●		●	○	●			●	●		○	○	
001213	ภาษาอังกฤษเชิงวิชาการ	●				●	○	●		●	○	●			●	●		○	○	
1.2 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์																				
001221	สารสนเทศศาสตร์เพื่อการศึกษาค้นคว้า	●				●	○	○		○	○	●			●	○		●	○	
001222	ภาษา สังคมและวัฒนธรรม	●				●	●	●				●			●					
001224	ศิลปะในชีวิตประจำวัน	○				●	○			○	●				○	○				
001225	ความเป็นส่วนตัวของชีวิต	●					●	○		●	○				●	○		○	●	
001226	วิถีชีวิตในยุคดิจิทัล	○				●		○		○		●			●				●	
001227	ดนตรีวิถีไทยศึกษา	●				●				○						●			○	
001228	ความสุขกับงานอดิเรก	●					○	●		○	●	○			●				●	

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม				2. ความรู้				3. ทักษะทางปัญญา					4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ			5. ทักษะการวิเคราะห์ตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ		
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	1	2	3
001229	รู้จักตัวเอง เข้าใจผู้อื่น ชีวิตที่มีความหมาย	●					○	●		●	○				●	○			●	
001241	ดนตรีตะวันตกในชีวิตประจำวัน	○				●					●				○					
001242	การคิดเชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรม	●				●	○	○		○	○	●			●	○		●	○	
1.3 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์																				
002131	ปรัชญาชีวิตเพื่อวิถีพอเพียงในชีวิตประจำวัน	●				○	●	●		●	●	○			●	○		●	●	
001232	กฎหมายพื้นฐานเพื่อคุณภาพชีวิต	●					●	●		●					●				●	
001233	ไทยกับประชาคมโลก	●				●	●	●		●	●	●			○	○		○	○	
001234	อารยธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น	●				○	●	○		●	●	○			●	○		○	●	
001235	การเมือง เศรษฐกิจและสังคม	●				●	●	●		●	○	○			○	●		○	○	
001236	การจัดการการดำเนินชีวิต	●				●	○	●		●	○	●			●	●		○	●	
001237	ทักษะชีวิต	●				○	○	●		●	○	○			●	○		○	●	
001238	การรู้เท่าทันสื่อ	○				●	●	●		●	●	●			○	●		●	●	
001239	ภาวะผู้นำกับความรัก	●					○				○				●				○	
001251	พลวัตกลุ่มและการทำงานเป็นทีม	●				●	○	○			○	●			●	●		○	○	
001252	นเรศวรศึกษา	●				○	●	●		●	●	○			●	○		○	●	

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม				2. ความรู้				3. ทักษะทางปัญญา					4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ			5. ทักษะการวิเคราะห์ตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ		
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	1	2	3
001253	การเป็นผู้ประกอบการ	●				●	●	●		●	●	●			○	●		○	○	
1.4 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์																				
001271	มนุษย์กับสิ่งแวดล้อม	●				●		○		●	○	○			●	○		●	○	
001272	คอมพิวเตอร์สารสนเทศขั้นพื้นฐาน	●				●				●					●			●		
001273	คณิตศาสตร์และสถิติในชีวิตประจำวัน	●				○	●			○	●				○			●	○	
001274	ยาและสารเคมีในชีวิตประจำวัน	●					●	○		●	○				●				●	
001275	อาหารและวิถีชีวิต	●						○		●	○				○				○	
001276	พลังงานและเทคโนโลยีใกล้ตัว	●				●	●	●		●	●					○			○	
001277	พฤติกรรมมนุษย์	●					○	●		○	●				●				●	
001278	ชีวิตและสุขภาพ	○						●			●				●				●	
001279	วิทยาศาสตร์ในชีวิตประจำวัน	●				●	●	●		●	●	●			○	○		●	●	
1.5 กลุ่มวิชาพลานามัย																				
001281	กีฬาและการออกกำลังกาย	●						●			●				●	○			●	
815101	การสร้างความคิดและแรงบันดาลใจในการออกแบบ	●				●					●			○	○		○			○

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม				2. ความรู้				3. ทักษะทางปัญญา					4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ			5. ทักษะการวิเคราะห์ตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ		
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	1	2	3
815102	กระบวนการค้นคว้าความรู้ด้านนวัตกรรมและการตลาดอย่างเป็นระบบ	●	●	●	○	●	○	○	○	●	○	○	○	●	●	○	○	●	●	●
815110	รหัสพันธุกรรมทางพันธุกรรมการตลาด	●	●	●	○	●	○	○	○	●	○	○	○	●	●	○	○	●	○	○
815111	การตลาดเชิงสร้างสรรค์		●				●			●				○	○					○
815112	การศึกษาและการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้า			●			●						●	○				●		
815130	การจัดการร่วมสมัยและการพลิกผันทางดิจิทัล	●			●	●			●	●			○	○	●			○		●
815131	ศาสตร์และศิลป์ในการวางแผนการตลาด				●	●			●	●			●	●	○					○
815132	นวัตกรรมการบริหารทรัพยากรมนุษย์			●		●				○		●		○		○	●			○
815203	ภาษาอังกฤษเชิงวิชาการทางด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์	●	●	●	○	●	○	○	○	●	○	○	○	●	●	○	○	●	○	○
815211	การตลาดเพื่อการสร้างคุณค่าร่วม		●				●		○				●		●					○
815212	นวัตกรรมและการสร้างมูลค่าทางการตลาด		●			●			●	●			●	○	○					○
815213	การตลาดเชิงเนื้อหาดิจิทัลเชิงโต้ตอบ	●	○	●	●	●				●	●		●	○	●		○	●		●

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม				2. ความรู้				3. ทักษะทางปัญญา					4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ			5. ทักษะการวิเคราะห์ตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ		
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	1	2	3
815214	นวัตกรรมอัจฉริยะและการศึกษาลูกค้าย่างลึกซึ้ง	●	●	●	●	●				●				●	●			●	○	●
815220	การจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม	●		●	●	●			●	●			○	○	○			●	●	
815221	นวัตกรรมและการจัดการเชิงปฏิบัติการ	●				●	●						●	●	○			○	○	
815230	การจัดการทรัพยากรสินทางปัญญาและนวัตกรรม				●	●			●		●			○				●		
815240	การวิเคราะห์สนเทศศาสตร์ทางการตลาดและระบบธุรกิจอัจฉริยะ	○		●					●		●	●		○				●	●	●
815250	การจัดการทางการเงินสำหรับนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์	●	●	○	○	●			●			●				●		●	●	
815251	การเงินสำหรับผู้ประกอบการ	●	●	○	○	○	●	○	○	●	○	○	○	●	○	○	●	●	○	○
815310	การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์				●			●		●				○			●			○
815320	การบริหารคุณภาพกับนวัตกรรม	●				●							●	○	○				○	
815321	โลจิสติกส์ในการสร้างคุณค่าทางการตลาด	●				●							●	○	○				○	
815326	นวัตกรรมและการออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกเชิงสร้างสรรค์		●					●	●				●	○				●		○

[illegible]

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม				2. ความรู้				3. ทักษะทางปัญญา					4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ			5. ทักษะการวิเคราะห์ตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ		
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	1	2	3
815491	การฝึกอบรมหรือการฝึกงานในต่างประเทศ	●	●	●	●	●	○	●	●	●	○	●	○	●	●	○	●	●	●	○
815492	สหกิจศึกษา	●	●	●	●	●	○	●	●	●	○	●	○	●	●	○	●	●	●	○
815493	การฝึกงาน	●	●	●	●	●	○	●	●	●	○	●	○	●	●	○	●	●	●	○
2.3.2 วิชาเลือก																				
815311	การตลาดผ่านสื่อสังคมและการตลาดออนไลน์			●					●		●								○	●
815312	การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ดิจิทัล	●					●							●			●			●
815313	การบริหารจัดการตราสินค้า				●		●		●				●					○		
815314	ระบบการตลาดอัจฉริยะ				●				●				○	●		○			○	●
815315	การเขียนแผนการตลาดเชิงสร้างสรรค์	●			●				●		○		○	●		○		●	○	
815322	นวัตกรรมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ	●	●	●	●	●	○	○	●	●	○	○	○	●	●	○	○	○	○	
815323	นวัตกรรมการตลาดสำหรับธุรกิจการเกษตร	●	●	●	●	●	○	○	●	●	○	○	○	●				○	○	
815324	นวัตกรรมการตลาดสำหรับธุรกิจสุขภาพ	●	●	●	●	●	○	○	●	●	○	○	○	●	●	○	○	○	○	
815325	นวัตกรรมการตลาดสำหรับการกีฬาและความบันเทิง				●				●				●	●		●		○	○	

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม				2. ความรู้				3. ทักษะทางปัญญา					4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ			5. ทักษะการวิเคราะห์ตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ		
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	1	2	3
815341	เทคโนโลยีเสมือนสำหรับการตลาด	●			○	●				●			○	●	●			○	○	●
815342	หลักการเขียนโปรแกรม	●			○	●				●			○	●	●			●		
815343	หลักการออกแบบสำหรับมนุษย์	●			○	●				●			○	●	●			●		

หมวดที่ 5 หลักเกณฑ์ในการประเมินผลนิสิต

1. กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน (เกรด)

ใช้เกณฑ์การประเมินตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยนเรศวร ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ.2559

2. กระบวนการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนิสิต

2.1 การทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ขณะนิสิตยังไม่สำเร็จการศึกษา

2.1.1 มี KPI กำหนดให้มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของผลการเรียนรู้อย่างน้อยร้อยละ 25 ของรายวิชาที่เปิดในแต่ละปีการศึกษา โดยมีคณะกรรมการที่ได้รับการแต่งตั้งขึ้นเพื่อรับผิดชอบในแต่ละภาคเรียนหรือปีการศึกษา ซึ่งอาจเป็นอาจารย์ภายในหรือภายนอกหลักสูตรที่มีความรู้และเข้าใจในเรื่องการทวนสอบผลสัมฤทธิ์และได้รับความเห็นชอบจากกรรมการบริหารหลักสูตร ผลจากการทวนสอบให้นำไปปรับปรุงการสอนในรอบต่อไป

2.1.2 อาจารย์ที่ได้รับการแต่งตั้งเป็นอาจารย์ผู้นิเทศสหกิจศึกษา หรือ การฝึกงาน สามารถสอบถามจากองค์กรที่นิสิตได้ไปฝึกปฏิบัติงานเกี่ยวกับความคิดเห็น ข้อดี ข้อเสีย หรือข้อที่ควรปรับปรุงของนิสิต รวมไปถึงรายวิชาหรือความรู้ที่ควรปรับปรุงหรือเพิ่มเติมให้กับนิสิตที่ได้เข้าไปฝึกปฏิบัติงานในองค์กรต่างๆ เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาแนวทางการจัดการเรียนการสอนหรือการจัดโครงการบรรยายพิเศษในรายวิชาที่เกี่ยวข้องสำหรับนิสิตรุ่นต่อไป

2.2 การทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้หลังจกนิสิตสำเร็จการศึกษา

การกำหนดกลวิธีการทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ของนิสิต โดยวัดจากสัมฤทธิ์ผลของการประกอบอาชีพของบัณฑิตที่ทำอย่างต่อเนื่องและนำข้อมูลที่ได้ย้อนกลับมาปรับปรุงกระบวนการเรียนการสอน และหลักสูตร รวมทั้งการประเมินคุณภาพของหลักสูตรและหน่วยงานโดยองค์กรตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดโดย สกอ. โดยมีวิธีการดำเนินการดังต่อไปนี้

2.2.1 เก็บข้อมูลการได้งานทำของบัณฑิต ประเมินจากบัณฑิตแต่ละรุ่นที่จบการศึกษา ในด้านของระยะเวลาในการหางานทำ ความเห็นต่อความรู้ ความสามารถ ความมั่นใจของบัณฑิตในการประกอบการทำงาน อาชีพ

2.2.2 มีการประเมินจากผู้ประกอบการเพื่อวัดความพึงพอใจ และประเด็นอื่นที่มีประโยชน์กับการพัฒนาหลักสูตร ด้วยวิธีหลากหลาย เช่น การสัมภาษณ์ แบบสอบถาม ฯลฯ ทั้งนี้ให้เป็นไปตามความเหมาะสมในแต่ละปีการศึกษา และตามความเห็นชอบของกรรมการบริหารหลักสูตร

2.2.3 มีการประเมินจากศิษย์เก่าในประเด็นต่างๆ ที่เป็นประโยชน์กับการปรับปรุงหรือพัฒนาหลักสูตร อย่างสม่ำเสมอ ตามความเห็นชอบของกรรมการบริหารหลักสูตร พร้อมมีช่องทางในการเปิดรับข้อคิดเห็นจากศิษย์เก่าเพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการปรับปรุงหรือพัฒนาหลักสูตร

3. เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

3.1 นิสิตที่มีสิทธิ์ได้รับปริญญาบัตร ต้องมีคุณสมบัติครบถ้วน ดังต่อไปนี้

ใช้เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยนเรศวร ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2559

ข้อ 19 การเสนอให้ได้รับปริญญาตรี

19.1 ในภาคการศึกษาสุดท้ายที่นิสิตจะสำเร็จการศึกษา นิสิตจะต้องยื่นใบรายงาน คาดว่าจะสำเร็จการศึกษา โดยผ่านอาจารย์ที่ปรึกษาต่อมหาวิทยาลัยภายในระยะเวลา 1 เดือน นับจากวันเปิดภาคเรียน ทั้งนี้ นิสิตต้องมีสถานภาพการเป็นนิสิตในภาคการศึกษาที่ยื่นใบรายงาน

19.2 นิสิตที่ได้รับการเสนอให้ได้รับปริญญาตรี ต้องมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

19.2.1 เรียนรายวิชาต่างๆ ครบตามหลักสูตรและเงื่อนไขของสาขาวิชานั้น และ ไม่มีรายวิชาใด ได้รับอักษร I หรืออักษร P โดยใช้เวลาเรียน ดังนี้

19.2.1.1 การศึกษาเพื่อปริญญาตรี 4 ปี สำเร็จการศึกษาได้ ไม่ก่อน 6 ภาคการศึกษาปกติ สำหรับการลงทะเบียนเรียนเต็มเวลา และไม่ก่อน 14 ภาคการศึกษาปกติ สำหรับการลงทะเบียนเรียนไม่เต็มเวลา

19.2.2 นิสิตที่ขอเทียบโอนรายวิชาต้องใช้เวลาศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยนเรศวรอย่างน้อย 1 ปี การการศึกษา

19.2.3 มีค่าระดับชั้นสะสมเฉลี่ยตลอดหลักสูตรไม่น้อยกว่า 2.00

19.2.4 ได้รับการทดสอบความรู้ภาษาอังกฤษ และความรู้ด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ

19.3 นิสิตที่จะได้รับการเสนอชื่อให้ได้รับปริญญาเกียรตินิยม นอกจากเป็นผู้มีคุณสมบัติตามที่กำหนดไว้ในข้อ 19.2 แล้ว ต้องมีคุณสมบัติเพิ่มเติมดังต่อไปนี้

19.3.1 มีค่าระดับชั้นสะสมเฉลี่ยตลอดหลักสูตรตั้งแต่ 3.50 ขึ้นไป จะได้รับเกียรตินิยมอันดับหนึ่ง แต่ถ้ามีค่าระดับชั้นสะสมเฉลี่ยตลอดหลักสูตรตั้งแต่ 3.25 ถึง 3.49 จะได้รับเกียรตินิยมอันดับสอง

19.3.2 ไม่เคยได้รับระดับชั้น F หรืออักษร U และต้องไม่ลงทะเบียนเรียนซ้ำในรายวิชาใด

19.3.3 กรณีเป็นนิสิตที่มีการขอเทียบโอนผลการเรียน จำนวนหน่วยกิต ต้องไม่เกิน 1 ใน 6 ของจำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร

หมวดที่ 6 การพัฒนาคุณภาพครู

1. การเตรียมการสำหรับอาจารย์ใหม่

1.1 อาจารย์ใหม่ทุกคนเข้าโปรแกรมการปฐมนิเทศ ที่ประกอบด้วย

1.1.1 บทบาทหน้าที่ในพันธกิจของการเป็นอาจารย์ของมหาวิทยาลัยนเรศวรทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย การผลิตบัณฑิต การวิจัย การบริการวิชาการ และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

1.1.2 สิทธิผลประโยชน์ของอาจารย์ และกฎระเบียบต่างๆ

1.1.3 หลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนและกิจกรรมต่างๆ ของคณะ

1.2 คณะมอบหมายอาจารย์อาวุโสเป็นอาจารย์พี่เลี้ยง โดยมีหน้าที่

1.2.1 ให้คำแนะนำและการปรึกษาเพื่อเรียนรู้และปรับตัวเองเข้าสู่การเป็นอาจารย์ในคณะ

1.2.2 ให้คำแนะนำทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติที่ต้องสอนคู่กับอาจารย์อาวุโส

1.2.3 ประเมินและติดตามความก้าวหน้าในการปฏิบัติงานของอาจารย์ใหม่

1.3 อาจารย์ใหม่ทุกคนได้รับการพัฒนาอย่างทั่วถึงในด้านจัดการเรียนการสอน การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการศึกษา และความรู้งานวิจัยที่ทันสมัยทางนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์หรือที่เกี่ยวข้อง โดยจัดกิจกรรมพัฒนาวิชาการภายในคณะ และส่งเสริมให้เข้าร่วมประชุมวิชาการ สัมมนาและอบรมทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

2. การพัฒนาความรู้และทักษะให้แก่คณาจารย์

2.1 การพัฒนาทักษะการจัดการเรียนการสอน การวัดและการประเมินผล

2.1.1 จัดระบบการประเมินผลด้านการสอนและการประเมินผลอย่างมีส่วนร่วมระหว่างผู้สอน ผู้บริหาร และผู้เรียน

2.1.2 จัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการเพื่อทบทวน/ประเมินผลที่ทันสมัยทั้งในห้องเรียนที่สอดคล้องกับผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน

2.1.3 สนับสนุนอาจารย์เข้าร่วมประชุมวิชาการและดูงานเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนและการประเมินผล

2.1.4 พัฒนาระบบการประเมินโดยผู้ร่วมงาน (Peer Evaluation)

2.1.5 สนับสนุนให้มีการวิจัยในห้องเรียน

2.1.6 สนับสนุนให้มีการพัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการศึกษา

2.2 การพัฒนาวิชาการและวิชาชีพด้านอื่นๆ

2.2.1 สนับสนุนให้อาจารย์เข้ารับการอบรมเพิ่มพูนทักษะปฏิบัติ การปฏิบัติการที่ทันสมัย

2.2.2 จัดทำโครงการพัฒนาบุคลากรทางด้านการประกันคุณภาพภายในตามนโยบายคณะ

2.2.3 พัฒนาคณาจารย์ให้ก้าวสู่ตำแหน่งทางวิชาการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รองศาสตราจารย์ และศาสตราจารย์

2.2.4 ส่งเสริมให้มีการตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานทางวิชาการทั้งในระดับชาติและนานาชาติ

หมวดที่ 7 การประกันคุณภาพหลักสูตร

1. การกำกับมาตรฐาน

มีการกำกับมาตรฐานหลักสูตรตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ(TQF) และเกณฑ์การประกันคุณภาพการศึกษาของมหาวิทยาลัย ดังนี้

1.1 การดำเนินการจัดทำและติดตาม มคอ. ต่างๆ ของหลักสูตร.ให้ดำเนินการตามแผนการบริหารจัดการหลักสูตรตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ(TQF) ภาคการศึกษาต้น/ภาคการศึกษาปลาย โดยให้มีการกำกับติดตามโดยคณบดี/ผู้อำนวยการวิทยาลัย รายละเอียดดังนี้

- จัดทำและส่ง มคอ.3, 4, 5, 6, 7 และรายงานตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงานตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ(TQF) โดยอัปโหลดผ่านระบบบริหารจัดการหลักสูตร TQF

- คณะรายงานการจัดส่ง มคอ.3, 4, 5, 6, 7 เสนอที่ประชุมคณะกรรมการวิชาการ/คณะกรรมการสภามหาวิทยาลัย ตามลำดับ

1.2 อาจารย์ที่รับผิดชอบรายวิชาและหลักสูตร ต้องจัดการเรียนการสอน และประเมินผลการเรียนให้เป็นไปตามรายละเอียดที่กำหนดไว้ในรายวิชา

2. บัณฑิต

2.1 มีการสำรวจหรือนำข้อมูลวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงหลักสูตร

2.2 มีการจัดการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตเมื่อครบรอบหลักสูตร เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงหลักสูตร

2.3 มีการสำรวจภาวะการมีงานทำของบัณฑิต เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงหลักสูตร

3. นิสิต

3.1 การให้คำปรึกษาด้านวิชาการ และอื่น ๆ แก่นิสิต

คณะดำเนินการแต่งตั้งอาจารย์ที่ปรึกษาทางวิชาการให้แก่นิสิตทุกคน โดยนิสิตที่มีปัญหา ในเรื่องการเรียนรู้สามารถปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาทางวิชาการได้ ซึ่งอาจารย์ของหลักสูตรทุกคนจะทำหน้าที่เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาทางวิชาการให้แก่นิสิต และทุกคนมีการกำหนดชั่วโมงว่าง (Office Hours) เพื่อให้ นิสิตสามารถเข้าปรึกษาได้ นอกจากนี้ คณะยังมีนักวิชาการศึกษาที่ทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาทางด้านวิชาการ และนักกิจกรรมนิสิตที่ทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาทางด้านการจัดกิจกรรมเพิ่มเติมด้วย

3.2 การอุทธรณ์ของนิสิต

ให้เป็นไปตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการและข้อบังคับมหาวิทยาลัยนเรศวร ว่าด้วย วินัยนิสิต

4. คณาจารย์

4.1 การรับอาจารย์ใหม่

- 4.1.1 อาจารย์ประจำต้องมีคุณวุฒิเป็นไปตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการเรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2558
- 4.1.2 มีความเข้าใจถึงวัตถุประสงค์และเป้าหมายของหลักสูตร
- 4.1.3 มีความรู้ มีทักษะในการจัดการเรียนการสอนและการประเมินผลสัมฤทธิ์ของนิสิตและ มีประสบการณ์ในการทำวิจัยหรือประสบการณ์ในการประกอบวิชาชีพในสาขาวิชาที่สอน
- 4.1.4 ผ่านการคัดเลือกและสัมภาษณ์โดยคณะกรรมการของมหาวิทยาลัย เพื่อให้เข้าใจถึง วัตถุประสงค์และเป้าหมายของหลักสูตร ตลอดจนวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัย

4.2 การมีส่วนร่วมของคณาจารย์ในการวางแผน การติดตามและทบทวนหลักสูตร

มีการจัดประชุมร่วมกันระหว่างอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอนในการวางแผน จัดการเรียนการสอน ประเมินผลและให้ความเห็นชอบการประเมินผลทุกรายวิชา เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อ เตรียมไว้สำหรับการปรับปรุงหลักสูตร ตลอดจนปรึกษาหารือแนวทางที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายตามหลักสูตร และได้บันทึกเป็นไปตามคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์

4.3 การแต่งตั้งคณาจารย์พิเศษ

- 4.3.1 สัดส่วนอาจารย์ต่อนิสิตเต็มเวลาเทียบเท่า ให้เป็นไปตามเกณฑ์การประกันคุณภาพ การศึกษาภายในสถานศึกษาระดับอุดมศึกษา สกอ.
- 4.3.2 อาจารย์พิเศษต้องเป็นผู้มีประสบการณ์ตรงหรือเกี่ยวข้องหรือมีวุฒิการศึกษาขั้นต่ำระดับปริญญาโท
- 4.3.3 วิทยาการผู้ทรงคุณวุฒิจะต้องมีประสบการณ์การทำงานในองค์กรหรือในสายงานที่เกี่ยวข้อง กับรายวิชาที่เชิญมาบรรยาย

5. หลักสูตร การเรียนการสอน การประเมินผู้เรียน

- 5.1 หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์
- 5.2 การเรียนการสอน เป็นหลักสูตรปริญญาตรี โดยใช้ภาษาไทยและอังกฤษ รับนิสิตเฉพาะชาวไทย ในการดำเนินการสอน เรียนวันจันทร์ เวลา 00.8-17.00 น. แบ่งออกเป็น 2 ภาคการศึกษา คือ ภาคการศึกษาต้น (มิถุนายน – กันยายน) และภาคการศึกษาปลาย (พฤศจิกายน-กุมภาพันธ์)
- 5.3 การประเมินผู้เรียน ผู้สอนจะมีการประเมินการเรียนการสอน ได้แก่ การประเมินจากชิ้นงานที่ได้รับมอบหมาย การสอบกลางภาค ปลายภาค และประเมินผู้เรียนตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ ระดับอุดมศึกษา
- 5.4 ประสิทธิภาพบัณฑิตมีงานทำและตรงตามสายงาน 100% ความพึงพอใจของนายจ้างต่อบัณฑิต ของหลักสูตรอยู่ในระดับดีมาก

5.5 ประสิทธิภาพของหลักสูตรเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของหลักสูตร โดยบัณฑิตที่จบจากหลักสูตรจะเป็นผู้มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ทางด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ เป็นบัณฑิตที่มีคุณสมบัติพร้อมทำงาน สามารถปรับตัวและใช้องค์ความรู้ในการสร้างสรรค์ผลงานได้อย่างมีประสิทธิภาพทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก เป็นการนำองค์รภายนอกทั้งภาคเอกชนและรัฐวิสาหกิจ ทางด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการผลิตบัณฑิตของหลักสูตร โดยเป็นที่ปรึกษา ผู้สอนร่วมในรายวิชา วิทยากรพิเศษ หรือ ผู้วิพากษ์หลักสูตร มีการประเมินหลักสูตรทุกปีการศึกษาจากกระบวนการประกันคุณภาพการศึกษาภายในมีการจัดโครงการกิจกรรมเพื่อสร้างประสบการณ์ให้กับนิสิตทั้งด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์

6. สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

มหาวิทยาลัยมีแหล่งความรู้ที่สนับสนุนวิชาการทางด้านบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ การบัญชี นิเทศศาสตร์ และสาขาวิชาอื่นที่เกี่ยวข้อง ณ สำนักหอสมุด ซึ่งมีหนังสือในกลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มากกว่า 150,000 เล่ม และมีฐานข้อมูลออนไลน์ที่อยู่ในดัชนีอ้างอิงอีกไม่น้อยกว่า 58 ฐานข้อมูล ดังนี้

สาขาวิชานวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ มีทรัพยากรเพื่อจัดการเรียนการสอน ดังนี้

- มีห้องเรียนที่มีสื่อการสอนและอุปกรณ์ที่ทันสมัยที่เอื้อให้คณาจารย์สามารถปฏิบัติงานสอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- มีห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ที่มีความพร้อมทั้งวัสดุอุปกรณ์ เครื่องคอมพิวเตอร์ ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ที่สอดคล้องกับสาขาวิชาที่เปิดสอนอย่างพอเพียงต่อการปฏิรูประบบการเรียนรู้ด้วยหลักความคิดปฏิบัติการเพื่อให้เห็น ให้คิด และได้ทำ
- มีเจ้าหน้าที่ฝ่ายสนับสนุนดูแลสื่อการเรียนการสอน อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และซอฟต์แวร์ที่ใช้ประกอบการสอนที่พร้อมใช้ปฏิบัติงาน
- มีเครื่องคอมพิวเตอร์ประกอบการเรียนวิชาปฏิบัติการระหว่างการเรียนการสอนในรายวิชาปฏิบัติการต่อจำนวนนิสิตในอัตราส่วน เป็นอย่างน้อย 1:1
- มีโปรแกรมที่ถูกต้องตามกฎหมายติดตั้งบนเครื่องคอมพิวเตอร์ทุกเครื่อง เครื่องคอมพิวเตอร์ มีการปรับเปลี่ยนรุ่นให้ทันสมัย

ห้องสมุด

มหาวิทยาลัยฯ มีแหล่งความรู้ที่สนับสนุนวิชาการทางด้านบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ การบัญชี นิเทศศาสตร์ จำนวนทรัพยากรสารสนเทศสำหรับบริการ กลุ่มสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

- หนังสือภาษาไทย จำนวน 58,057 รายชื่อ
- หนังสือภาษาอังกฤษ 19,711 รายชื่อ
- วารสารภาษาไทย จำนวน 308 หัวเรื่อง
- วารสารต่างประเทศ จำนวน 31 หัวเรื่อง

- ฐานข้อมูลออนไลน์ จำนวน 24 ฐาน Audio-Visuals ภาษาไทย 3,900 ไฟล์

7. ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators)

7.1 ตัวบ่งชี้หลัก (Core KPIs)

การประกันคุณภาพหลักสูตรและการจัดการการเรียนการสอนที่จะทำให้บัณฑิตมีคุณภาพอย่างน้อยตาม
มาตรฐาน ผลการเรียนรู้ที่กำหนด โดยมีตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน ดังนี้

ที่	ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน (สกอ.)	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
		2563	2564	2565	2566	2567
1	อาจารย์ประจำหลักสูตรอย่างน้อยร้อยละ 80 มีส่วนร่วมในการประชุมเพื่อวางแผน ติดตาม และทบทวนการดำเนินงานหลักสูตร	√	√	√	√	√
2	มีรายละเอียดของหลักสูตร ตามแบบ มคอ.2 ที่สอดคล้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิแห่งชาติ หรือ มาตรฐานคุณวุฒิสภา/สาขาวิชา (ถ้ามี)	√	√	√	√	√
3	มีรายละเอียดของรายวิชา และรายละเอียดของประสบการณ์ภาคสนาม (ถ้ามี) ตามแบบ มคอ.3 และ มคอ.4 อย่างน้อยก่อนการเปิดสอนในแต่ละภาคการศึกษาให้ครบทุกรายวิชา	√	√	√	√	√
4	จัดทำรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา และรายงานผลการดำเนินการของประสบการณ์ภาคสนาม (ถ้ามี) ตามแบบ มคอ.5 และ มคอ.6 ภายใน 30 วัน หลังสิ้นสุดภาคการศึกษาที่เปิดสอนให้ครบทุกรายวิชา	√	√	√	√	√
5	จัดทำรายงานผลการดำเนินการของหลักสูตร ตามแบบ มคอ.7 ภายใน 60 วัน หลังสิ้นปีการศึกษา	√	√	√	√	√
6	มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนิสิตตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ ที่กำหนดใน มคอ.3 และ มคอ.4 (ถ้ามี) อย่างน้อยร้อยละ 25 ของรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละปีการศึกษา	√	√	√	√	√
7	มีการพัฒนา/ปรับปรุงการจัดการเรียนการสอน กลยุทธ์การสอน หรือ การประเมินผลการเรียนรู้ จากผลการประเมินการดำเนินงานที่รายงานใน มคอ.7 ปีที่แล้ว		√	√	√	√

ที่	ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน (สกอ.)	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
		2563	2564	2565	2566	2567
8	อาจารย์ใหม่ (ถ้ามี) ทุกคน ได้รับการปฐมนิเทศหรือ คำแนะนำด้านการจัดการเรียนการสอน	√	√	√	√	√
9	อาจารย์ประจำทุกคนได้รับการพัฒนาทางวิชาการ และ/ หรือวิชาชีพ อย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง	√	√	√	√	√
10	จำนวนบุคลากรสนับสนุนการเรียนการสอน (ถ้ามี) ได้รับการ พัฒนาวิชาการ และ/หรือวิชาชีพ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ต่อปี	√	√	√	√	√
11	ระดับความพึงพอใจของนิสิตปีสุดท้าย/บัณฑิตใหม่ที่มีต่อ คุณภาพหลักสูตร เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.5 จากคะแนนเต็ม 5.0				√	√
12	ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อบัณฑิตใหม่ เฉลี่ย ไม่น้อยกว่า 3.5 จากคะแนนเต็ม 5.0					√

เกณฑ์การประเมินผลการดำเนินงานเพื่อการรับรองและเผยแพร่หลักสูตร

เกณฑ์การประเมินผลการดำเนินการ เป็นไปตามที่กำหนดในมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา
แห่งชาติ หลักสูตรที่ได้มาตรฐานตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา ต้องมีผลดำเนินการบรรลุเป้าหมาย
ตัวบ่งชี้บังคับ (ตัวบ่งชี้ที่ 1 - 5) และตัวบ่งชี้ที่ 6 - 12 จะต้องดำเนินการให้บรรลุตามเป้าหมายอย่างน้อยร้อยละ 80
ของตัวบ่งชี้ในปีที่ประเมิน ผลการประเมินการดำเนินการจะต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์นี้ต่อเนื่องกัน 2 ปี จึงจะได้
รับรองว่าหลักสูตรมีมาตรฐานเพื่อเผยแพร่ต่อไป และจะต้องรับการประเมินให้อยู่ในระดับดีตามหลักเกณฑ์นี้
ตลอดไป เพื่อการพัฒนาคุณภาพบัณฑิตอย่างต่อเนื่อง

7.2 ตัวบ่งชี้ของหลักสูตร/สาขาวิชา (Expected Learning Outcomes)

Expected Learning Outcomes ที่เป็นตัวบ่งชี้ของหลักสูตร/สาขาวิชาที่กำหนดใน มคอ.2 จะ
ถูกควบคุมตัวบ่งชี้ให้บรรลุเป้าหมาย โดยคณะ/หลักสูตร/สาขา

ที่	ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงานในระดับหลักสูตร	ค่าเป้าหมาย				
		2563	2564	2565	2566	2567
1	บัณฑิตได้งานทำ/ประกอบอาชีพตรงตามสายงาน ใน 1 ปี หลังสำเร็จการศึกษา	-	-	-	-	ร้อยละ 85
2	ผลประเมินการบริหารหลักสูตรตามเกณฑ์ประกัน คุณภาพการศึกษาภายในระดับหลักสูตร	พอใช้	พอใช้	ดี	ดี	ดีมาก

7.3 ตัวบ่งชี้ในระดับมหาวิทยาลัย

ตัวบ่งชี้ในระดับมหาวิทยาลัย จะควบคุมโดยการออกประกาศ มาตรการ กำกับ ติดตาม ประเมิน
ตัวบ่งชี้ให้บรรลุเป้าหมาย โดยมหาวิทยาลัย

ที่	ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงานในระดับมหาวิทยาลัย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
		2563	2564	2565	2566	2567
1	ร้อยละของรายวิชาเฉพาะด้านทั้งหมดที่เปิดสอนมีวิทยากรจากภาคธุรกิจ เอกชน/ภาครัฐมาบรรยายพิเศษอย่างน้อย 1 ครั้ง	45	50	55	60	70
2	ร้อยละของนิสิตที่สอบภาษาอังกฤษผ่านตามเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนด	-	-	50	50	60
3	ร้อยละของนิสิตที่สอบเทคโนโลยีสารสนเทศผ่านตามเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนด	-	50	50	50	50
4	ร้อยละของบัณฑิตที่ได้งานทำ/ประกอบอาชีพอิสระใน 1 ปี หลังสำเร็จ การศึกษา	-	-	-	-	85
5	นิสิต/บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาไปแล้วสร้างชื่อเสียงในระดับชาติและนานาชาติ	-	-	-	-	-
6	ร้อยละของจำนวนรายวิชาที่มีการเรียนการสอนในลักษณะ บูรณาการศาสตร์	30	40	50	60	70
7	ร้อยละของจำนวนโครงการ/วิจัย/วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี ในลักษณะบูรณาการศาสตร์	25	50	75	100	100
8	จำนวนนวัตกรรมที่สร้างขึ้นโดยนิสิตในระดับปริญญาตรี	-	-	-	10	10
9	จำนวน start-up/ entrepreneurship	-	-	-	-	-
10	จำนวนเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการกับภาครัฐ เอกชน สถานประกอบการ ในประเทศ และ หรือต่างประเทศ	2	2	2	2	2
11	จำนวนพื้นที่เป้าหมาย (target area) ให้ผู้เรียนได้พัฒนาองค์ความรู้และ สร้างนวัตกรรมเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ และคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของ ประชาชน	-	-	-	-	-

หมวดที่ 8 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของหลักสูตร

เมื่อสิ้นสุดการเรียนการสอน การประเมินผลและการทวนสอบผลการเรียนรู้ของแต่ละรายวิชาและ
ประสบการณ์ภาคสนามในแต่ละภาคการศึกษาแล้ว

1. ให้อาจารย์ผู้สอนจัดทำรายงานผลการดำเนินการของ รายวิชา ซึ่งรวมถึงการประเมินผลและการทวน
สอบผลการเรียนในรายวิชาที่ตนรับผิดชอบ พร้อมปัญหา/ อุปสรรคและข้อเสนอแนะ ตามแบบ
รายงานผลการดำเนินการของรายวิชา (มคอ.5) และแบบรายงานผลการดำเนินการของประสบการณ์
ภาคสนาม (มคอ.6)
2. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ประมวล/วิเคราะห์ประสิทธิภาพและประสิทธิผลการดำเนินการและ
จัดทำรายงานผลการดำเนินการของหลักสูตรในภาพรวมประจำปีการศึกษาเมื่อสิ้นปีการศึกษา โดยมี
หัวข้ออย่างน้อยตามแบบรายงานผลการดำเนินการของหลักสูตร (มคอ.7 เพื่อใช้ในการพิจารณา)
ปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรการสอน กลยุทธ์การประเมินผลและแก้ไขปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้น และ
หากจำเป็นจะต้องปรับปรุงหลักสูตรหรือการจัดการเรียนการสอนก็สามารถทำได้ในแต่ละปี
การศึกษา หรือก่อนหลักสูตรจะครบรอบ หรือเมื่อหลักสูตรครบรอบ
3. จัดทำรายงานผลการดำเนินการของหลักสูตร โดยมีหัวข้อ และรายละเอียดอย่างน้อยตามแบบ
รายงานผลการดำเนินการของหลักสูตร (มคอ.7 เช่นเดียวกับการรายงานผลการดำเนินการ) ของ
หลักสูตรในแต่ละปีการศึกษา วิเคราะห์ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการบริหารจัดการหลักสูตร
ในภาพรวมโดยพิจารณาว่าบัณฑิตบรรลุมาตรฐานผลการเรียนรู้ตามที่คาดหวังไว้หรือไม่รวมทั้งให้นำ
ผลการวิเคราะห์มาปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรและหรือการดำเนินการของหลักสูตรต่อไป
4. นำผลการวิเคราะห์จากการประเมินหลักสูตร การสำรวจความพึงพอใจของนิสิตปัจจุบัน บัณฑิต ผู้ใช้
บัณฑิต ผู้มีส่วนได้เสีย อาจารย์ผู้สอน มาเป็นส่วนประกอบในการดำเนินการปรับปรุงหลักสูตร และ
แต่งตั้งกรรมการจากภายในและภายนอกเพื่อจัดทำร่างหลักสูตรร่วมกันจากนั้นนำเสนอร่างแก่
คณะกรรมการประจำคณะพิจารณา ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของคณะกรรมการประจำคณะ และ
เสนอกรรมการวิชาการ สภาวิชาการและสภามหาวิทยาลัยพิจารณาต่อไป

1. การประเมินประสิทธิผลของการสอน

1.1 การประเมินกลยุทธ์การสอน

1.1.1 การประเมินระหว่างการจัดการเรียนการสอน จะกระทำโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญซึ่ง
กำหนดให้อาจารย์ประเมินผู้เรียนโดยทดสอบถึงความเข้าใจในบทเรียนตลอดจนการแสดงออกถึงพฤติกรรมที่มี
ส่วนร่วมในห้องเรียน และนำผลการประเมินดังกล่าวพิจารณาร่วมกับแบบประเมินการสอนของอาจารย์ที่นิสิต

ประเมินผ่านระบบบริการการศึกษาของมหาวิทยาลัยในการประชุมคณะกรรมการบริหารหลักสูตร เพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และขอคำแนะนำสำหรับการปรับปรุงการจัดการเรียนการสอนของอาจารย์

1.1.2 การประเมินภายหลังการเรียน ให้ใช้ผลทดสอบในแต่ละภาคการศึกษา ซึ่งเป็นการสอบวัดประเมินผลที่สามารถบ่งชี้ความรู้และความเข้าใจในเนื้อหารายวิชาที่ได้เรียน และนำผลการวัดประเมินผลของผู้เรียนมาเป็นข้อมูลให้อาจารย์ปรับปรุงกลยุทธ์การสอนในภาคการศึกษา ถัดไป

1.2 การประเมินทักษะของอาจารย์ในการใช้แผนกลยุทธ์การสอน

ประเมินการสอนโดยนิสิต ในประเด็นวิธีการสอน ความตรงต่อเวลา การชี้แจงเป้าหมาย วัตถุประสงค์รายวิชา การชี้แจงเกณฑ์การประเมินผลรายวิชา และการใช้สื่อการสอนของทุกรายวิชาผ่านระบบการประเมินการสอนอาจารย์ที่มหาวิทยาลัยจัดทำขึ้นในระบบบริการการศึกษาในแต่ละภาคการศึกษาแล้วนำผลการประเมินที่อาจารย์ผู้สอนแต่ละท่านได้รับมาเป็นแนวทางในการพัฒนาทักษะ การสอนของอาจารย์ต่อไป

2. การประเมินหลักสูตรในภาพรวม

การประเมินหลักสูตรจะประเมินจาก 1) นิสิตชั้นปีที่ 4 และบัณฑิตที่จบการศึกษาในแต่ละปีการศึกษา ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม 2) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น คณาจารย์ในสาขาวิชา และผู้ใช้บัณฑิต โดยสำรวจข้อมูลจากนายจ้างและ/หรือผู้บังคับบัญชาโดยแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ จากนั้น คณะกรรมการประเมินหลักสูตรทำการวิเคราะห์และประเมินหลักสูตรในภาพรวมและใช้ข้อมูลย้อนกลับของผู้เรียน ผู้สำเร็จการศึกษา ผู้ใช้บัณฑิต เพื่อประกอบการประเมิน

3. การประเมินผลการดำเนินงานตามรายละเอียดหลักสูตร

กำหนดให้ใช้ระบบการประกันคุณภาพการศึกษา ระดับหลักสูตร ประเมินผลการดำเนินงานประจำปี การศึกษา ตามรายละเอียดหลักสูตร โดยยึดตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรี และตัวบ่งชี้ที่กำหนดของหลักสูตร โดยผู้ที่ทำหน้าที่ประเมินคือ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และคณะกรรมการประกันคุณภาพ

4. การทบทวนผลการประเมินและวางแผนปรับปรุง

- มีการรวบรวมข้อมูล ปัญหา แต่ละรายวิชา เสนออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรหรือภาควิชา มาดำเนินการปรับปรุง
- จัดประชุมสัมมนาเพื่อทบทวนผลการดำเนินงานและนำผลจากการพิจารณาไปปรับปรุงการจัดการเรียนการสอนจนถึงการปรับปรุงหลักสูตรให้ได้มาตรฐานและสอดคล้องกับความต้องการของนิสิต ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

ภาคผนวก ก

สรุปประเด็นการวิพากษ์หลักสูตร

หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชานวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์

หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2563

สรุปรายงานการร่างหลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์

หลักสูตรใหม่ พ.ศ. ๒๕๖๓

เมื่อวันอาทิตย์ที่ ๒๘ มกราคม ๒๕๖๑

ณ ห้องประชุม ๒๑๐๘ อาคารคณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร

ผู้มาประชุม

๑. ผศ.จิตติคุณ วัฒนะ	ประธานกรรมการ
๒. นายกิตติพงษ์ วีระเดชะ	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก (ประธานอำนวยการ Y&R ประเทศไทย)
๓. ดร.จันจิรา จันทรโณม	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก (ผู้จัดการสถานีโทรทัศน์ S Channel บมจ.ไอ.ซี.ซี. . อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล)
๔. ผศ. ร.อ.หญิงวชิรา พันธุ์ไพโรจน์	กรรมการและเลขานุการ
๕. นางสาววิภา ระดวง	ผู้ช่วยเลขานุการ

ผู้เข้าร่วมประชุม

๑. ผศ.ดร.อรรถไกร พันธุ์ศักดิ์	อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ
๒. ดร.อุดมลักษณ์ ศรีสุขขม	อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ
๓. อ.พิมสหรา ยาคาลัย	อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ

เริ่มประชุมเวลา ๑๓.๐๐ น.

ประธานกล่าวเปิดประชุม และดำเนินการประชุมตามระเบียบวาระต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ระเบียบวาระที่ ๑ เรื่องที่ประธานแจ้งให้ที่ประชุมทราบ

๑.๑ ประธาน แจ้งว่า ในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างพลิกโฉม ทำให้เป็นแรงขับเคลื่อนกระบวนการทางธุรกิจให้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว มีการใช้นวัตกรรมต่างๆในธุรกิจเพิ่มมากขึ้น ในทางธุรกิจปัจจุบันใช้การตลาดเป็นตัวขับเคลื่อน ในขณะที่ตัวกันต้องมีความสามารถทางเทคโนโลยีด้วย ดังตัวอย่างที่เกิดขึ้น ทาง Airbnb ได้กำหนดคุณสมบัติของ ผู้บริหารทางการตลาด ต้องมีความสามารถในการเขียนโปรแกรม Python โดยไม่ได้เรียก CMO (Chief Marketing Officer) แต่ใช้ว่า CMT(Chief Marketing Technology) ทางคณะจึงได้เกิดแนวคิดที่จะทำหลักสูตรใหม่ เพื่อพัฒนาทรัพยากรบุคคลให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดในปัจจุบันและอนาคต จึงได้เชิญท่านมาร่วมประชุมให้แนวคิดในการจัดทำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดและนวัตกรรม(สหวิทยาการ) ซึ่งเป็นหลักสูตรใหม่ โดยจะเปิดให้ทันปีการศึกษา พ.ศ. ๒๕๖๑

มติที่ประชุม รับทราบ

ระเบียบวาระที่ ๒ เรื่องรับรองรายงานการประชุม

ระเบียบวาระที่ ๓ เรื่องเสนอให้ที่ประชุมทราบ

ระเบียบวาระที่ ๔ เรื่องเสนอให้ที่ประชุมพิจารณา

๔.๑ ประธานแจ้งว่า ทางคณะกรรมการได้จัดทำร่างหลักสูตรมาให้คณะกรรมการพิจารณาในเบื้องต้น โดยได้กำหนดอาชีพหลังสำเร็จการศึกษาจากหลักสูตรฯ ไว้ ๔ ลักษณะ ดังนี้

- (๑) นักการตลาดเชิงสร้างสรรค์
- (๒) นักวิเคราะห์ข้อมูลด้านการตลาด
- (๓) นวัตกรรม
- (๔) นักวิจัยด้านการตลาด

ทั้งนี้ ทางหลักสูตรมีเป้าประสงค์ที่ต้องการให้บัณฑิตที่จบการศึกษาออกไปสามารถปฏิบัติงานได้ตรงตามความต้องการของผู้ประกอบการ จึงได้ให้มีการฝึกสหกิจศึกษาเป็นระยะเวลา ๑ ปี และขอเปลี่ยนจากบริหารธุรกิจบัณฑิต เป็น วิทยาศาสตร์บัณฑิต เหมือนกับทางจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่เปิดหลักสูตรหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม (สหสาขาวิชา)

นายกิตติพงษ์ วีระเดช ได้แสดงความคิดเห็นว่า การฝึกงานสหกิจเป็นระยะเวลา ๑ ปี นั้นไม่เห็นด้วย หากนิสิตไม่ได้มีความรู้ที่สามารถช่วยงานหน่วยงานได้เพียงพอจะกลายเป็นภาระของผู้ประกอบการ และทำให้นิสิตไม่ได้ประโยชน์เท่าที่ควร ดังนั้นจึงเห็นว่า ควรปรับหลักสูตรให้มีการทำโครงการที่ต่อเนื่องทุกภาคการศึกษาหรือปีการศึกษา โดยนำโจทย์จากภาคธุรกิจ และควรกระจายวิชาศึกษาทั่วไปไม่ควรจัดอยู่เฉพาะชั้นปีที่ ๑ หรือ ปีที่ ๒ ควรให้นิสิตได้รู้ตัวเองให้ไว ไม่ใช่รอจนปี ๓ แล้วพบว่าสาขาที่ศึกษาอยู่ไม่ตรงกับความสามารถของตนเอง ทำให้นิสิตเสียเวลา สำหรับเรื่องคุณวุฒิ จะเป็น บช.บ หรือ วท.บ ก็ได้เช่นเดียวกัน ขอให้บัณฑิตเป็นผู้ที่สามารถทำงานได้ตรงตามความประสงค์ของผู้ประกอบการ เป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ และมีทัศนคติในการทำงานที่ดี ให้นิสิตได้เข้าร่วมกับชมรมยุวสมาชิกสมาคมทางการตลาดแห่งประเทศไทย เพื่อให้นิสิตได้เข้ารับการอบรมทางด้านการตลาด

ดร.จันจิรา จันทรโณม เห็นด้วยกับทางคณะกรรมการจัดทำหลักสูตรที่สอดคล้องกับความต้องการในอนาคต โดยเน้นให้มีทัศนคติในเชิงบวก

มติที่ประชุม รับทราบและให้ปรับแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

ระเบียบวาระที่ ๕ เรื่องอื่น ๆ

เลิกประชุมเวลา ๑๖.๐๐ น.



(วิภา ระดวง)

ผู้จัดรายงานการประชุม

สรุปการวิพากษ์หลักสูตร วท.บ.นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์

หลักสูตรใหม่ พ.ศ. ๒๕๖๓

๑. รศ.อรพิน สันติธีรากุล

ประธานกรรมการ

(หัวหน้าภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่)

ข้อเสนอแนะ

- ๑.) เป็นหลักสูตรที่ดี มีความทันสมัย สามารถตอบโจทย์ต่อผู้ประกอบการในปัจจุบันและอนาคต
- ๒.) หากต้องการเป็น วท.บ. ให้ปรับเอาคำว่านวัตกรรมขึ้นนำหน้า ทั้งหลักสูตรและรายวิชา
- ๓.) ให้ปรับชื่อวิชาภาษาไทยกับภาษาอังกฤษให้สอดคล้องกัน
- ๔.) ทบทวนคำอธิบายรายวิชาและชื่อบางวิชา เช่น การจัดการทางการเงิน ควรมีเรื่องของ Block chain หรือทางด้าน Fintech

๒. ดร.คันสนา สิริตาม

กรรมการ

(ผู้บริหาร NIM EXPRESS)

ข้อเสนอแนะ

- ๑.) ทบทวนหน้า ๑๘ และ หน้า ๒๐ ช่องกลยุทธ์ เป็น steps ไม่ใช่กลยุทธ์ ให้ระบุต้องการจะมุ่งเน้นอะไร เช่น มุ่งเน้นการสร้างเครือข่าย เป็นต้น
- ๒.) หน้า ๒๕ รายวิชาทักษะความชำนาญที่เกี่ยวข้องกับคน ไม่มีอะไรที่เกี่ยวข้องกับ Competency น่าจะเพิ่มในส่วน HRM ที่เน้น Foster organization innovation ลงไปในคำอธิบายด้วย
- ๓.) ควรมีวิชา Creativity & Innovation / Design Thinking & Innovation เป็นต้น พวกนี้ดีต่อการเริ่มต้นเข้าหลักสูตรการตลาดเชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรม ซึ่งจะเป็นพื้นฐานที่เวลาไปเรียนตัวหลักๆจะเข้าใจและเรียนรู้ได้ดีขึ้น
- ๔.) ชื่อรายวิชาภาษาไทยกับภาษาอังกฤษไม่ตรงกัน

๓. ดร.อดิศักดิ์ โชติธรรมธรา

กรรมการ

ข้อเสนอแนะ

- ๑) ควรมีวิชา Creativity & Innovation / Design Thinking & Innovation
- ๒) การเรียงลำดับรายวิชา ทักษะความชำนาญที่เกี่ยวข้องกับคน ควรจะเรียนก่อนในภาคการศึกษาที่ ๑



(วิภา ระดวง)

ผู้สรุปการวิพากษ์หลักสูตร

ภาคผนวก ข

ประวัติและผลงานทางวิชาการของอาจารย์ผู้รับผิดชอบ
หลักสูตร

ผลงานทางวิชาการของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร
ตามเกณฑ์มาตรฐานในระบบ CHECO

ชื่อ – นามสกุล

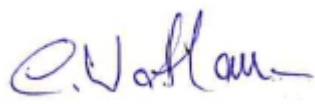
(ภาษาไทย) : ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิตตินุช วัฒนะ

(ภาษาอังกฤษ) : Asst. Prof. Chitinout Wattana

ผลงานทางวิชาการตามเกณฑ์มาตรฐานย้อนหลัง 5 ปี	น้ำหนัก
1. งานสร้างสรรค์ที่ได้รับเผยแพร่ในระดับความร่วมมือระหว่างประเทศ -	0.8
2. งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับชาติ -	0.6
3. งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับนานาชาติ -	1
4. งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับภูมิภาคอาเซียน -	1
5. งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับสถาบัน -	0.4
6. งานสร้างสรรค์ที่มีการเผยแพร่สู่สาธารณะในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง หรือผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ Online -	0.2
7. ตำราหรือหนังสือที่ได้รับการประเมินผ่านเกณฑ์การขอรับตำแหน่งทางวิชาการแล้ว -	1
8. ตำราหรือหนังสือที่ได้รับการประเมินผ่านเกณฑ์การขอรับตำแหน่งทางวิชาการแต่ไม่ได้นำมาขอรับการประเมินตำแหน่งทางวิชาการ -	1
9. บทความวิจัยหรือบทความทางวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการที่ปรากฏในฐานข้อมูลกลุ่มที่ 2 -	0.6
10. บทความวิจัยหรือบทความทางวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ อรรถไกร พันธุ์กักดี, จิตตินุช วัฒนะ , และอุดมลักษณ์ ศรีซำชม.(2561). รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุความรู้สึกไว้วางใจ จากการได้รับบริการสุขภาพ ของผู้รับบริการโรงพยาบาลเอกชน เขต ภาคเหนือตอนล่าง 1.วารสารการบริหารและจัดการ,8(2)	0.2

ผลงานทางวิชาการตามเกณฑ์มาตรฐานย้อนหลัง 5 ปี	น้ำหนัก
11. บทความวิจัยหรือบทความทางวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับนานาชาติที่มีอยู่ในฐานข้อมูล ตามประกาศ ก.พ.อ. หรือระเบียบคณะกรรมการการอุดมศึกษาว่าด้วย หลักเกณฑ์การพิจารณาวารสารทางวิชาการ พ.ศ.2556 -	0.4
12. บทความวิจัยหรือบทความทางวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์ในวารสารระดับนานาชาติที่อยู่ในฐานข้อมูล ตามประกาศ ก.พ.อ. หรือระเบียบคณะกรรมการการอุดมศึกษาว่าด้วย หลักเกณฑ์การพิจารณาวารสารทางวิชาการ พ.ศ.2556 Intanon, R., Sumkaew, N., & <u>Wattana, C.</u> (2019). Factors Influencing the Success of Small and Medium Scale Manufacturing Enterprises, Open Journal of Social Sciences(IF=0.59).p 335 - 345 Trachootham, D., Songkaew, W., Hongsachum, B., <u>Wattana, C.</u>, Changklungdee, N., Karapoch, J., Thirdsuttironnapi, S., Meennuch, E., Klaitong, C., Sinthusek, T., Lam-ubol, A.(2015). Nuri-jelly may improve quality improve quality of life and decrease tube feeding demand in head and neck cancer patients. . <i>Supportive Care in Cancer</i>, 23(5).p 1421 – 1430	1
13. บทความวิจัยหรือบทความทางวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์ในวารสารระดับนานาชาติที่ไม่อยู่ในฐานข้อมูล ตามประกาศ ก.พ.อ. หรือระเบียบคณะกรรมการการอุดมศึกษาว่าด้วย หลักเกณฑ์การพิจารณาวารสารทางวิชาการ พ.ศ.2556 แต่สถาบันนำเสนอสถาบันอนุมัติและจัดทำเป็นประกาศให้ทราบเป็นการทั่วไป และแจ้งให้ กพอ./กกอ. ทราบภายใน 30 วัน นับแต่วันที่ออกประกาศ (ซึ่งไม่อยู่ใน Beall's list) หรือตีพิมพ์ในวารสารวิชาการที่ปรากฏในฐานข้อมูล TCI กลุ่มที่ 1 -	0.8
14. ผลงานค้นพบพันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ ที่ค้นพบใหม่และได้รับการจดทะเบียน -	1
15. ผลงานที่ได้รับการจดสิทธิบัตร -	1
16. ผลงานวิจัยที่หน่วยงานหรือองค์กรระดับชาติว่าจ้างให้ดำเนินการ -	1
17. ผลงานทางวิชาการรับใช้สังคมที่ได้รับการประเมินผ่านเกณฑ์การขอรับตำแหน่งทางวิชาการแล้ว -	1

ขอรับรองว่า ผลงานทางวิชาการข้างต้น ไม่ใช่ส่วนหนึ่งของการศึกษาเพื่อรับปริญญา เป็นผลงานทางวิชาการที่ได้รับการเผยแพร่ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในการพิจารณาแต่งตั้งให้บุคคลดำรงตำแหน่งทางวิชาการ เป็นผลงานทางวิชาการในรอบ 5 ปีย้อนหลัง และเขียนตามรูปแบบบรรณานุกรม

ลงชื่อ.....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิตตินุช วัฒนะ)
เจ้าของประวัติและผลงานทางวิชาการ

ผลงานทางวิชาการของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร
ตามเกณฑ์มาตรฐานในระบบ CHECO

ชื่อ - สกุล

(ภาษาไทย) : ผศ.ดร.อรรถไกร พันธุ์ภักดี

(ภาษาอังกฤษ) : Asst. Prof. Attakrai Punpukdee, Ph.D.

ผลงานทางวิชาการตามเกณฑ์มาตรฐานย้อนหลัง 5 ปี	น้ำหนัก
1. งานสร้างสรรค์ที่ได้รับเผยแพร่ในระดับความร่วมมือระหว่างประเทศ -	0.8
2. งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับชาติ -	0.6
3. งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับนานาชาติ -	1
4. งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับภูมิภาคอาเซียน -	1
5. งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับสถาบัน -	0.4
6. งานสร้างสรรค์ที่มีการเผยแพร่สู่สาธารณะในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง หรือผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ Online -	0.2
7. ตำราหรือหนังสือที่ได้รับการประเมินผ่านเกณฑ์การขอรับตำแหน่งทางวิชาการแล้ว -	1
8. ตำราหรือหนังสือที่ได้รับการประเมินผ่านเกณฑ์การขอรับตำแหน่งทางวิชาการแต่ไม่ได้นำมาขอรับการประเมินตำแหน่งทางวิชาการ -	1
9. บทความวิจัยหรือบทความทางวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการที่ปรากฏในฐานข้อมูลกลุ่มที่ 2 -	0.6
10. บทความวิจัยหรือบทความทางวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ อรรถไกร พันธุ์ภักดี , จิตตินุช วัฒนะ, อุดมลักษณ์ ศรีชัชชม.(2561). รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุความรู้สึกไว้วางใจ จากการได้รับบริการสุขภาพ ของผู้รับบริการโรงพยาบาลเอกชนเขตภาคเหนือตอนล่าง 1.วารสารการบริหารและการจัดการ,8(2).	0.2

ผลงานทางวิชาการตามเกณฑ์มาตรฐานย้อนหลัง 5 ปี	น้ำหนัก
11. บทความวิจัยหรือบทความทางวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับนานาชาติที่มีอยู่ในฐานข้อมูล ตามประกาศ ก.พ.อ. หรือระเบียบคณะกรรมการการอุดมศึกษาว่าด้วย หลักเกณฑ์การพิจารณาวารสารทางวิชาการ พ.ศ.2556 <u>Punpukdee,A.</u> (2016). A Comparison of Prediction results of The models in Innovative Knowledge Productivity between Knowledge sharing and Absorptive capacity, Members of Knowledge Management Network (CoPs) for Caring Patients with Diabetes in Public Hospitals of Thailand. <i>SIBR-RDINRRU 2016 Osaka International Conference on Interdisciplinary Business & Economics Research</i>: 5(3),122	0.4
12. บทความวิจัยหรือบทความทางวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์ในวารสารระดับนานาชาติที่อยู่ในฐานข้อมูล ตามประกาศ ก.พ.อ. หรือระเบียบคณะกรรมการการอุดมศึกษาว่าด้วย หลักเกณฑ์การพิจารณาวารสารทางวิชาการ พ.ศ.2556 -	1
13. บทความวิจัยหรือบทความทางวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์ในวารสารระดับนานาชาติที่ไม่อยู่ในฐานข้อมูล ตามประกาศ ก.พ.อ. หรือระเบียบคณะกรรมการการอุดมศึกษาว่าด้วย หลักเกณฑ์การพิจารณาวารสารทางวิชาการ พ.ศ.2556 แต่สถาบันนำเสนอสภาสถาบันอนุมัติและจัดทำเป็นประกาศให้ทราบเป็นการทั่วไป และแจ้งให้ กพอ./กกอ. ทราบภายใน 30 วัน นับแต่วันที่ออกประกาศ (ซึ่งไม่อยู่ใน Beall's list) หรือตีพิมพ์ในวารสารวิชาการที่ปรากฏในฐานข้อมูล TCI กลุ่มที่ 1 <u>อรรถไกร พันธุ์ภักดี.</u>(2559). ปัจจัยจำแนกการเลือกใช้บริการหรือไม่เลือกใช้บริการสุขภาพสถานพยาบาลเอกชนที่จะเปิดใหม่ใน จังหวัดอุดรดิตถ์ ประเทศไทย. <i>วารสารมหาวิทยาลัยคริสเตียน</i>. 23(2),45-55 <u>อรรถไกร พันธุ์ภักดี.</u>(2559). การเปรียบเทียบผลการใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของแบบวัดทุนทางสังคมระหว่างองค์ประกอบเชิงยืนยันกับการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ. <i>วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร</i>. 11(2), 46-61 <u>อรรถไกร พันธุ์ภักดี.</u>(2558). ทุนทางสังคมภายใต้บริบทชุมชนการปฏิบัติและการจัดการความรู้: การวิเคราะห์ห่มโนทัศน์. <i>วารสารมหาวิทยาลัยคริสเตียน</i>.” 21(4).629-642 <u>อรรถไกร พันธุ์ภักดี.</u>(2558). รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของสมรรถนะในการสร้าง	0.8

ผลงานทางวิชาการตามเกณฑ์มาตรฐานย้อนหลัง 5 ปี	น้ำหนัก
ความรู้ของพยาบาลวิชาชีพ ในโรงพยาบาลของรัฐเขตภาคเหนือของประเทศไทย.วารสารมหาวิทยาลัยคริสเตียน.” 21(1). 71-81	
14. ผลงานค้นพบพันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ ที่ค้นพบใหม่และได้รับการจดทะเบียน -	1
15. ผลงานที่ได้รับการจดสิทธิบัตร -	1
16. ผลงานวิจัยที่หน่วยงานหรือองค์กรระดับชาติว่าจ้างให้ดำเนินการ	1
17. ผลงานทางวิชาการรับใช้สังคมที่ได้รับการประเมินผ่านเกณฑ์การขอรับตำแหน่งทางวิชาการแล้ว -	1

ขอรับรองว่า ผลงานทางวิชาการข้างต้น ไม่ใช่ส่วนหนึ่งของการศึกษาเพื่อรับปริญญา เป็นผลงานทางวิชาการที่ได้รับการเผยแพร่ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในการพิจารณาแต่งตั้งให้บุคคลดำรงตำแหน่งทางวิชาการ เป็นผลงานทางวิชาการในรอบ 5 ปีย้อนหลัง และเขียนตามรูปแบบบรรณานุกรม

ลงชื่อ.....

(ผศ.ดร.อรรถไกร พันธุ์ภักดี)

เจ้าของประวัติและผลงานทางวิชาการ

ผลงานทางวิชาการของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร
ตามเกณฑ์มาตรฐานในระบบ CHECO

ชื่อ – นามสกุล (ภาษาไทย) : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เรืออากาศเอกหญิงวชิรา พันธุ์ไพโรจน์
(ภาษาอังกฤษ) : Asst.Prof.Flt.Lt. Wachira Punpairoj

ผลงานทางวิชาการตามเกณฑ์มาตรฐานย้อนหลัง 5 ปี	น้ำหนัก
1. งานสร้างสรรค์ที่ได้รับเผยแพร่ในระดับความร่วมมือระหว่างประเทศ -	0.8
2. งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับชาติ -	0.6
3. งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับนานาชาติ -	1
4. งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับภูมิภาคอาเซียน -	1
5. งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับสถาบัน -	0.4
6. งานสร้างสรรค์ที่มีการเผยแพร่สู่สาธารณะในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง หรือผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ Online -	0.2
7. ตำราหรือหนังสือที่ได้รับการประเมินผ่านเกณฑ์การขอรับตำแหน่งทางวิชาการแล้ว -	1
8. ตำราหรือหนังสือที่ได้รับการประเมินผ่านเกณฑ์การขอรับตำแหน่งทางวิชาการแต่ไม่ได้นำมาขอรับการประเมินตำแหน่งทางวิชาการ -	1
9. บทความวิจัยหรือบทความทางวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการที่ปรากฏในฐานข้อมูลกลุ่มที่ 2 -	0.6
10. บทความวิจัยหรือบทความทางวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ รจเรข แก้วพฤกษ์ และ <u>วชิรา พันธุ์ไพโรจน์</u> . (2562) วิเคราะห์งบประมาณรายได้คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร ปีงบประมาณ พ.ศ.2557-2561. <i>วารสารการบริหารและจัดการ</i> , 8(2).	0.2

ผลงานทางวิชาการตามเกณฑ์มาตรฐานย้อนหลัง 5 ปี	น้ำหนัก
11. บทความวิจัยหรือบทความทางวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับนานาชาติที่มีอยู่ในฐานข้อมูล ตามประกาศ ก.พ.อ. หรือระเบียบคณะกรรมการการอุดมศึกษาว่าด้วย หลักเกณฑ์การพิจารณาวารสารทางวิชาการ พ.ศ.2556 <u>Yaklai, P. & Punpairoj, W.</u> (2019) Determinants Of Textile Industry Innovation: A Conceptual Perspective SIBR 2019(Seoul) Conference on Interdisciplinary Business and Economics Research, 20th- 21th April 2019. Seoul, Korea Narongrit, M. <u>Wachira, P.</u> (2015) Online Signature Verification Using Phase Space, 13th International Conference on IT Applications and Management, 14-16 January 2015. Phitsanulok. Thailand; 2015, p.146 – 150	0.4
12. บทความวิจัยหรือบทความทางวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์ในวารสารระดับนานาชาติที่อยู่ในฐานข้อมูล ตามประกาศ ก.พ.อ. หรือระเบียบคณะกรรมการการอุดมศึกษาว่าด้วย หลักเกณฑ์การพิจารณาวารสารทางวิชาการ พ.ศ.2556 -	1
13. บทความวิจัยหรือบทความทางวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์ในวารสารระดับนานาชาติที่ไม่อยู่ในฐานข้อมูล ตามประกาศ ก.พ.อ. หรือระเบียบคณะกรรมการการอุดมศึกษาว่าด้วย หลักเกณฑ์การพิจารณาวารสารทางวิชาการ พ.ศ.2556 แต่สถาบันนำเสนอสถาบันอนุมัติและจัดทำเป็นประกาศให้ทราบเป็นการทั่วไป และแจ้งให้ กพอ./กกอ. ทราบภายใน 30 วัน นับแต่วันที่ออกประกาศ (ซึ่งไม่อยู่ใน Beall's list) หรือตีพิมพ์ในวารสารวิชาการที่ปรากฏในฐานข้อมูล TCI กลุ่มที่ 1 -	0.8
14. ผลงานค้นพบพันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ ที่ค้นพบใหม่และได้รับการจดทะเบียน -	1
15. ผลงานที่ได้รับการจดสิทธิบัตร -	1
16. ผลงานวิจัยที่หน่วยงานหรือองค์กรระดับชาติว่าจ้างให้ดำเนินการ -	1
17. ผลงานทางวิชาการรับใช้สังคมที่ได้รับการประเมินผ่านเกณฑ์การขอรับตำแหน่งทางวิชาการแล้ว -	1

ขอรับรองว่า ผลงานทางวิชาการข้างต้น ไม่ใช่ส่วนหนึ่งของการศึกษาเพื่อรับปริญญา เป็นผลงานทางวิชาการที่ได้รับการเผยแพร่ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในการพิจารณาแต่งตั้งให้บุคคลดำรงตำแหน่งทางวิชาการ เป็นผลงานทางวิชาการในรอบ 5 ปีย้อนหลัง และเขียนตามรูปแบบบรรณานุกรม

ลงชื่อ ร.อ.หญิง

..... ๖๘๓ ๓๓๘/.....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์วชิรา พันธุ์ไพโรจน์)

เจ้าของประวัติและผลงานทางวิชาการ

ผลงานทางวิชาการของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร
ตามเกณฑ์มาตรฐานในระบบ CHECO

ชื่อ – นามสกุล

(ภาษาไทย) : ดร.อุดมลักษณ์ ศรีชั่วชม

(ภาษาอังกฤษ) : Udomlak Srichuachom, Ph.d.

ผลงานทางวิชาการตามเกณฑ์มาตรฐานย้อนหลัง 5 ปี	น้ำหนัก
1. งานสร้างสรรค์ที่ได้รับเผยแพร่ในระดับความร่วมมือระหว่างประเทศ -	0.8
2. งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับชาติ -	0.6
3. งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับนานาชาติ -	1
4. งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับภูมิภาคอาเซียน -	1
5. งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับสถาบัน -	0.4
6. งานสร้างสรรค์ที่มีการเผยแพร่สู่สาธารณะในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง หรือผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ Online -	0.2
7. ตำราหรือหนังสือที่ได้รับการประเมินผ่านเกณฑ์การขอรับตำแหน่งทางวิชาการแล้ว -	1
8. ตำราหรือหนังสือที่ได้รับการประเมินผ่านเกณฑ์การขอรับตำแหน่งทางวิชาการแต่ไม่ได้นำมาขอรับการประเมินตำแหน่งทางวิชาการ -	1
9. บทความวิจัยหรือบทความทางวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการที่ปรากฏในฐานข้อมูลกลุ่มที่ 2 -	0.6
10. บทความวิจัยหรือบทความทางวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ อรรถไกร พันธุ์ศักดิ์, จิตตินุช วัฒนะ, และ อุดมลักษณ์ ศรีชั่วชม . (2561). รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุความรู้สึกไว้วางใจ จากการได้รับบริการสุขภาพ ของผู้รับบริการโรงพยาบาลเอกชนเขตภาคเหนือตอนล่าง 1. <i>วารสารการบริหารและการจัดการ</i> , 8(2).	0.2

ผลงานทางวิชาการตามเกณฑ์มาตรฐานย้อนหลัง 5 ปี	น้ำหนัก
11. บทความวิจัยหรือบทความทางวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับนานาชาติที่มีอยู่ในฐานข้อมูล ตามประกาศ ก.พ.อ. หรือระเบียบคณะกรรมการการอุดมศึกษาว่าด้วย หลักเกณฑ์การพิจารณาวารสารทางวิชาการ พ.ศ.2556 -	0.4
12. บทความวิจัยหรือบทความทางวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์ในวารสารระดับนานาชาติที่อยู่ในฐานข้อมูล ตามประกาศ ก.พ.อ. หรือระเบียบคณะกรรมการการอุดมศึกษาว่าด้วย หลักเกณฑ์การพิจารณาวารสารทางวิชาการ พ.ศ.2556 -	1
13. บทความวิจัยหรือบทความทางวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์ในวารสารระดับนานาชาติที่ไม่อยู่ในฐานข้อมูล ตามประกาศ ก.พ.อ. หรือระเบียบคณะกรรมการการอุดมศึกษาว่าด้วย หลักเกณฑ์การพิจารณาวารสารทางวิชาการ พ.ศ.2556 แต่สถาบันนำเสนอสภาสถาบันอนุมัติและจัดทำเป็นประกาศให้ทราบเป็นการทั่วไป และแจ้งให้ กพอ./กกอ. ทราบภายใน 30 วัน นับแต่วันที่ออกประกาศ (ซึ่งไม่อยู่ใน Beall's list) หรือตีพิมพ์ในวารสารวิชาการที่ปรากฏในฐานข้อมูล TCI กลุ่มที่ 1 -	0.8
14. ผลงานค้นพบพันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ ที่ค้นพบใหม่และได้รับการจดทะเบียน -	1
15. ผลงานที่ได้รับการจดสิทธิบัตร -	1
16. ผลงานวิจัยที่หน่วยงานหรือองค์กรระดับชาติว่าจ้างให้ดำเนินการ -	1
17. ผลงานทางวิชาการรับใช้สังคมที่ได้รับการประเมินผ่านเกณฑ์การขอรับตำแหน่งทางวิชาการแล้ว -	1

ขอรับรองว่า ผลงานทางวิชาการข้างต้น ไม่ใช่ส่วนหนึ่งของการศึกษาเพื่อรับปริญญา เป็นผลงานทางวิชาการที่ได้รับการเผยแพร่ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในการพิจารณาแต่งตั้งให้บุคคลดำรงตำแหน่งทางวิชาการ เป็นผลงานทางวิชาการในรอบ 5 ปีย้อนหลัง และเขียนตามรูปแบบบรรณานุกรม

ลงชื่อ.....

(ดร.อุดมลักษณ์ ศรีสุขชม)

เจ้าของประวัติและผลงานทางวิชาการ

ผลงานทางวิชาการของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร
ตามเกณฑ์มาตรฐานในระบบ CHECO

ชื่อ – นามสกุล

(ภาษาไทย) : ดร.พิมสรา ยาคาลัย

(ภาษาอังกฤษ) : Pimsara Yaklai, Ph.D.

ผลงานทางวิชาการตามเกณฑ์มาตรฐานย้อนหลัง 5 ปี	น้ำหนัก
1. งานสร้างสรรค์ที่ได้รับเผยแพร่ในระดับความร่วมมือระหว่างประเทศ -	0.8
2. งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับชาติ -	0.6
3. งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับนานาชาติ -	1
4. งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับภูมิภาคอาเซียน -	1
5. งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในระดับสถาบัน -	0.4
6. งานสร้างสรรค์ที่มีการเผยแพร่สู่สาธารณะในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง หรือผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ Online -	0.2
7. ตำราหรือหนังสือที่ได้รับการประเมินผ่านเกณฑ์การขอรับตำแหน่งทางวิชาการแล้ว -	1
8. ตำราหรือหนังสือที่ได้รับการประเมินผ่านเกณฑ์การขอรับตำแหน่งทางวิชาการแต่ไม่ได้นำมาขอรับการประเมินตำแหน่งทางวิชาการ -	1
9. บทความวิจัยหรือบทความทางวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการที่ปรากฏในฐานข้อมูลกลุ่มที่ 2 -	0.6
10. บทความวิจัยหรือบทความทางวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ กลวัชร ดาชาวะ, พิมสรา ยาคาลัย และบุญประเสริฐ สุรักษรัตนสกุล.(2561). Lightweight CommonKADS เพื่อการวิเคราะห์และสกัดองค์ความรู้สำหรับงานเชิงให้บริการ. <i>The 3rd National RMUTR Conference</i> วันที่ 18 - 20 กรกฎาคม 2561	0.2

ผลงานทางวิชาการตามเกณฑ์มาตรฐานย้อนหลัง 5 ปี	น้ำหนัก
11. บทความวิจัยหรือบทความทางวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับนานาชาติที่มีอยู่ในฐานข้อมูล ตามประกาศ ก.พ.อ. หรือระเบียบคณะกรรมการการอุดมศึกษาว่าด้วย หลักเกณฑ์การพิจารณาวารสารทางวิชาการ พ.ศ.2556 <u>Yaklai, P.</u> & Punpairoj, W. (2019) Determinants Of Textile Industry Innovation: A Conceptual Perspective SIBR 2019(Seoul) Conference on Interdisciplinary Business and Economics Research, 20th- 21th April 2019. Seoul, Korea	0.4
12. บทความวิจัยหรือบทความทางวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์ในวารสารระดับนานาชาติที่อยู่ในฐานข้อมูล ตามประกาศ ก.พ.อ. หรือระเบียบคณะกรรมการการอุดมศึกษาว่าด้วย หลักเกณฑ์การพิจารณาวารสารทางวิชาการ พ.ศ.2556 -	1
13. บทความวิจัยหรือบทความทางวิชาการฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์ในวารสารระดับนานาชาติที่ไม่อยู่ในฐานข้อมูล ตามประกาศ ก.พ.อ. หรือระเบียบคณะกรรมการการอุดมศึกษาว่าด้วย หลักเกณฑ์การพิจารณาวารสารทางวิชาการ พ.ศ.2556 แต่สถาบันนำเสนอสถาบันอนุมัติและจัดทำเป็นประกาศให้ทราบเป็นการทั่วไป และแจ้งให้ กพอ./กกอ. ทราบภายใน 30 วัน นับแต่วันที่ออกประกาศ (ซึ่งไม่อยู่ใน Beall's list) หรือตีพิมพ์ในวารสารวิชาการที่ปรากฏในฐานข้อมูล TCI กลุ่มที่ 1 <u>Yaklai, P.</u>, Suwunnamek, O., & Srinuan, C. (2017). Effects of intellectual capital and knowledge management on Thai food industry innovation: A conceptual Perspective. <i>Asian International Journal of Social Sciences</i>, 17(1), 55 – 98 ณภัทร ศรีนวล, อุดลย์ นงภา, สิทธิโชค สิ้นรัตน์, แวมยุรา คำสุข และพิมสหรา ยาคาลัย(2559). การประยุกต์ใช้กระบวนการลำดับขั้นเชิงวิเคราะห์ปัจจัยในการเลือกทำเลที่ตั้งของคลังสินค้า. วารสารธุรกิจปริทัศน์, 8(2), 75 - 90	0.8
14. ผลงานค้นพบพันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ ที่ค้นพบใหม่และได้รับการจดทะเบียน -	1
15. ผลงานที่ได้รับการจดสิทธิบัตร -	1
16. ผลงานวิจัยที่หน่วยงานหรือองค์กรระดับชาติว่าจ้างให้ดำเนินการ -	1
17. ผลงานทางวิชาการรับใช้สังคมที่ได้รับการประเมินผ่านเกณฑ์การขอรับตำแหน่งทางวิชาการแล้ว -	1

ขอรับรองว่า ผลงานทางวิชาการข้างต้น ไม่ใช่ส่วนหนึ่งของการศึกษาเพื่อรับปริญญา เป็นผลงานทางวิชาการที่ได้รับการเผยแพร่ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในการพิจารณาแต่งตั้งให้บุคคลดำรงตำแหน่งทางวิชาการ เป็นผลงานทางวิชาการในรอบ 5 ปีย้อนหลัง และเขียนตามรูปแบบบรรณานุกรม

ลงชื่อ.....

(ดร.พิมสุรา ยาคาลัย)

เจ้าของประวัติและผลงานทางวิชาการ

ภาคผนวก ค

คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตร

หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดและนวัตกรรม



คำสั่งมหาวิทยาลัยนเรศวร

ที่ ๒๖๓๒ /2560

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตร หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาดและนวัตกรรม (สหวิทยาการ) หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2561
คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร

ตามที่ มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้มีนโยบายให้ทุกคณะดำเนินการจัดทำหลักสูตรใหม่ และปรับปรุงหลักสูตรตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (TQF) พ.ศ. 2552 เพื่อให้ใช้หลักสูตรดังกล่าวกับนิสิตที่เข้าศึกษาในปีการศึกษา 2561 เป็นต้นไป ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินการพัฒนาหรือปรับปรุงรายละเอียดของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดและนวัตกรรม (สหวิทยาการ) หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2561 ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ ฉะนั้น อาศัยอำนาจความตามมาตรา 17 มาตรา 20 และมาตรา 37 แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยนเรศวร พ.ศ. 2533 จึงแต่งตั้งบุคคลดังต่อไปนี้ เป็นคณะกรรมการหลักสูตรตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (TQF) ดังนี้

ที่ปรึกษา

1. อธิการบดีมหาวิทยาลัยนเรศวร
2. รองอธิการบดี(รองศาสตราจารย์ ดร.รสริน ว่องวิไลรัตน์)
3. คณบดีคณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร
4. รองคณบดีฝ่ายวิชาการ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร

หน้าที่ ให้คำปรึกษาด้านต่าง ๆ ให้การพัฒนาเพื่อปรับปรุงรายละเอียดของหลักสูตร ดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (TQF) พ.ศ. 2552 และสำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดและนวัตกรรม (สหวิทยาการ) หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2561

คณะกรรมการร่างหลักสูตร

1. ผศ.จิตติคุณ	วัฒนธรรม	อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	ประธานกรรมการ
2. นายกิตติพงษ์	วิระเดชะ	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก	กรรมการ
3. ดร.จันจิรา	จันทร์โถม	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก	กรรมการ
4. นายประเมษฐ์	คำชู	อาจารย์ประจำหลักสูตร	กรรมการ
5. ผศ.ร.อ.หญิงวชิรา	พันธุ์โพธิ์งาม	อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	กรรมการและเลขานุการ
6. นางสาววิภา	ระดวง		ผู้ช่วยเลขานุการ

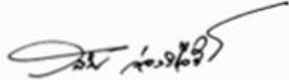
คณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตร

1. รศ. อรพิน	สันติธีรากุล	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก	ประธานกรรมการ
2. ดร.ศันสนา	สิริตาม	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก	กรรมการ
3. ผศ.ดร.อรรณโภา	พันธุ์ภักดี	อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	กรรมการ
4. ดร.อดิศักดิ์	โชติธรรมธรา	อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	กรรมการ
5. ดร.อุดมลักษณ์	ศรีชีวะม	อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	กรรมการและเลขานุการ

หน้าที่ จัดทำหลักสูตรให้สอดคล้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (TQF) พ.ศ. 2552 หรือมาตรฐานสาขาวิชา (ถ้ามี)

ทั้งนี้ตั้งแต่วันที่ 18 กรกฎาคม พ.ศ. 2560 เป็นต้นไป

ลง ณ วันที่ 18 กรกฎาคม พ.ศ. 2560



(รองศาสตราจารย์ ดร.รสริน ว่องวิไลรัตน์)

รองอธิการบดี ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยนเรศวร

ภาคผนวก ง

Program-Structure

ปีการศึกษาที่ 1		ปีการศึกษาที่ 2		ปีการศึกษาที่ 3		ปีการศึกษาที่ 4	
ภาคการศึกษาต้น	ภาคการศึกษาปลาย	ภาคการศึกษาต้น	ภาคการศึกษาปลาย	ภาคการศึกษาต้น	ภาคการศึกษาปลาย	ภาคการศึกษาต้น	ภาคการศึกษาปลาย
ศึกษาทั่วไป วิชาพื้นฐานวิชาชีพ วิชาแกน วิชาบังคับ	ศึกษาทั่วไป วิชาพื้นฐานวิชาชีพ วิชาแกน วิชาบังคับ โครงการ ฯ 1	ศึกษาทั่วไป วิชาแกน วิชาบังคับ	ศึกษาทั่วไป วิชาแกน วิชาบังคับ โครงการ ฯ 2	ศึกษาทั่วไป วิชาบังคับ วิชาเลือก (Major)	ศึกษาทั่วไป โครงการ ฯ 3 วิชาบังคับ วิชาเลือก (Major)	โครงการ ฯ 4 วิชาบังคับ วิชาเลือก (Major)	การฝึกงาน หรือ สหกิจศึกษา
K : (1) การจัดการร่วมสมัยและการพลิกผันดิจิทัล (2) นวัตกรรมการบริหารทรัพยากรมนุษย์	K : (1) การตลาดเชิงสร้างสรรค์	K : (1) การจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม (2) การจัดการทรัพยากรสินทางปัญญาและนวัตกรรม (3) การจัดการทางการเงินสำหรับนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์	K : (1) การเงินสำหรับผู้ประกอบการ (2) นวัตกรรมและการจัดการเชิงปฏิบัติการ	K : (1) การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ (2) การบริหารคุณภาพกับนวัตกรรม	K : โลจิสติกส์ในการสร้างคุณค่าทางการตลาด	K : วิชาชีพทางด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์	K : การปรับตัวในองค์กรวิชาชีพ
S : การสร้างความคิดและแรงบันดาลใจในการออกแบบ	S : (1) การศึกษาและการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้า (2) ศาสตร์และศิลป์ในการวางแผนการตลาด (3) โครงการทางด้านแนวคิดและการแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์	S : การวิเคราะห์สหศาสตร์ทางการตลาดและระบบธุรกิจอัจฉริยะ	S : (1) ภาษาอังกฤษเชิงวิชาการทางด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ (2) โครงการทางด้านการวิเคราะห์ธุรกิจและการแปลงสภาพดิจิทัล	S : นวัตกรรมและการออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกเชิงสร้างสรรค์	S : (1) การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสำเร็จรูปสำหรับงานด้านตลาด (2) โครงการทางด้านการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับธุรกิจ	S : โครงการทางด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์	S : การฝึกงาน หรือสหกิจศึกษา
A : รหัสพันธุกรรมทางนวัตกรรมการตลาด	A : (1) กระบวนการค้นคว้าความรู้การตลาดอย่างเป็นระบบ	A : (1) นวัตกรรมอัจฉริยะและการศึกษาลูกค้าอย่างลึกซึ้ง (2) นวัตกรรมและการสร้างมูลค่าทางการตลาด	A : (1) การตลาดเพื่อการสร้างความร่วมมือ (2) การตลาดเชิงเนื้อหาดิจิทัลเชิงโต้ตอบ	A : (1) วิจัยด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์	A : วิชาชีพทางด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์	A : (1) สัมมนาทางวิชาการด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ (2) วิชาชีพทางด้านวิชาชีพทางด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์	A : ปฏิบัติการวิชาชีพทางการตลาดและนวัตกรรม
Expected Learning Outcomes ได้ฝึกทักษะ และมีความรู้พื้นฐานในการสนับสนุนการศึกษาด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ รู้จักตนเอง และเกิดแรงบันดาลใจเพื่อสร้างผลงาน		Expected Learning Outcomes มีความสามารถทางด้านภาษาเชิงวิชาการด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ และทักษะในการใช้เทคโนโลยีในการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดรวมทั้งด้านการวิเคราะห์ธุรกิจและการแปลงสภาพดิจิทัล		Expected Learning Outcomes มีความรู้ความสามารถในการวิจัยด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์สามารถเขียนแผนทางการตลาดให้กับสินค้านวัตกรรม		Expected Learning Outcomes ได้นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ไม่ว่าจะเป็น สินค้า/บริการ หรือกระบวนการ และสามารถปฏิบัติงานทางการตลาดและนวัตกรรมในสถานประกอบการ	
Program Learning Outcomes (Competence Based Education) 1. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ทางด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของอุตสาหกรรมและความต้องการของประเทศ 2. มีขีดความสามารถในการพัฒนาระบบความคิดและการเรียนรู้ทั้งในด้าน มโนทัศน์ กระบวนทัศน์ เพื่อประยุกต์ใช้ความรู้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด 3. สามารถปรับตัวและใช้องค์ความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก 4. มีความสามารถในการทำงานเป็นทีม โดยประยุกต์ใช้องค์ความรู้ในการสร้างสรรค์ผลงานที่อยู่บนพื้นฐานเหตุและผลตามหลักวิทยาศาสตร์							
ปรัชญา : มุ่งสร้างบัณฑิตทางด้านนวัตกรรมการตลาดที่มีการเชื่อมโยงเหตุและผล สามารถบูรณาการความรู้ที่ครอบคลุมทั้งด้านวิทยาศาสตร์ สังคมศาสตร์ และบริหารธุรกิจ หันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก ตลอดจนมีความคิดสร้างสรรค์ สามารถนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ใน							

PROGRAM STRUCTURE OF BACHELOR OF SCENCE PROGRAM IN INNOVATION AND CREATIVE MARKETING

หมวดวิชา		Program Learning Outcomes (Competence Based Education) บัณฑิตสามารถทำอะไรได้เมื่อเรียนจบหลักสูตร	
หมวดวิชาเลือกเสรีนิสิตสามารถลงได้ในทุกภาคการศึกษา			
โครงการ ฯ วิชาบังคับ วิชาเลือก กลุ่มวิชาประสบการณ์ภาคสนาม (การฝึกงานหรือสหกิจศึกษา)	มุ่งสร้างบัณฑิต ทางด้านนวัตกรรม การตลาดที่มีการ เชื่อมโยงเหตุและ ผล สามารถบูรณา การความรู้ที่ ครอบคลุมทั้งด้าน วิทยาศาสตร์ สังคมศาสตร์ และ บริหารธุรกิจ ท้น ต่อการเปลี่ยนแปลง ของโลก ตลอดจนมี ความคิดสร้างสรรค์	Expected Learning Outcomes	
มีความสามารถในการทำงานเป็นทีม โดยประยุกต์ใช้องค์ความรู้ในการ สร้างสรรค์ผลงานที่อยู่บนพื้นฐานเหตุและผลตามหลักวิทยาศาสตร์		K : การปรับตัวในองค์กรวิชาชีพ S :ทักษะการสื่อสาร ทักษะด้านการทำงานเป็นทีม ทักษะด้านภาษา ทักษะด้านการสื่อสารและทักษะการใช้เทคโนโลยี A : นำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานในฐานะนักการตลาดเชิงสร้างสรรค์ นักวิเคราะห์และนักวิจัยทางด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ นวัตกรรม หรือ อื่นๆที่เกี่ยวข้องในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล	
		กลุ่มวิชาในชั้นปีที่ 4 (Semester 1,2) : (1) วิชาชีพทางด้านวิชาชีพทางด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ (2)โครงการทางด้านนวัตกรรมและ การตลาดเชิงสร้างสรรค์ (3) สัมมนาทางวิชาการด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ (4) การฝึกงานหรือสหกิจศึกษา	
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป วิชาบังคับ โครงการ ฯ และหมวดวิชาเลือก		Expected Learning Outcomes	
สามารถปรับตัวและใช้องค์ความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพทันต่อการ เปลี่ยนแปลงของโลก		กลุ่มวิชาในชั้นปีที่ 3 (Semester 1,2) : (1) นวัตกรรมและการออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกเชิงสร้างสรรค์ (2) วิจัยด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิง สร้างสรรค์ (3) การบริหารคุณภาพกับนวัตกรรม (4) การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ (5) โลจิสติกส์ในการสร้างคุณค่าทางการตลาด (6) การประยุกต์ใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศสำเร็จรูปสำหรับงานด้านตลาด (7) โครงการทางด้านการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับธุรกิจ (8) วิชาชีพทางด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิง สร้างสรรค์	
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป หมวดวิชาแกนหมวดวิชาบังคับ และ โครงการ ฯ		Expected Learning Outcomes	
มีขีดความสามารถในการพัฒนาระบบความคิดและการเรียนรู้ทั้งในด้าน มโนทัศน์ กระบวนทัศน์ เพื่อประยุกต์ใช้ความรู้ให้เกิดประสิทธิภาพ สูงสุด	สามารถนำ นวัตกรรมมา ประยุกต์ใช้ใน กระบวนการทาง ตลาด เพื่อสร้าง มูลค่าเพิ่มให้กับ องค์กรอย่างยั่งยืน	K : มีความรู้ความสามารถพื้นฐานด้านธุรกิจ การตลาดและนวัตกรรมอย่างสร้างสรรค์ S : ทักษะการทำงานเป็นทีม ทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ทักษะ ด้านภาษาอังกฤษ A : การนำความรู้มาประยุกต์ในการทำชิ้นงานตามที่ได้รับมอบหมาย	
	กระบวนกรทาง ตลาด เพื่อสร้าง มูลค่าเพิ่มให้กับ องค์กรอย่างยั่งยืน และเพิ่มศักยภาพ ทางการแข่งขันของ ประเทศไทย	กลุ่มวิชาในชั้นปีที่ 2 (Semester1, 2) : (1) การจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม (2) การจัดการทรัพยากรสินทางปัญญาและนวัตกรรม (3) การจัดการทาง การเงินสำหรับนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ (4) การเงินสำหรับผู้ประกอบการ (5) นวัตกรรมและการจัดการเชิงปฏิบัติการ (6) การวิเคราะห์สนเทศ ศาสตร์ทางการตลาดและระบบธุรกิจอัจฉริยะ (7) ภาษาอังกฤษเชิงวิชาการทางด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ (8) นวัตกรรมอัจฉริยะและ การศึกษาลูกค้าอย่างลึกซึ้ง (9) นวัตกรรมและการสร้างมูลค่าทางการตลาด (10) การตลาดเพื่อการสร้างคุณค่าร่วม (11) การตลาดเชิงเนื้อหาดิจิทัลเชิง โต้ตอบ (12) โครงการทางด้านการวิเคราะห์ธุรกิจและการแปลงสภาพดิจิทัล	
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป หมวดวิชาเฉพาะกลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ กลุ่มวิชาแกน กลุ่มวิชาบังคับ และ โครงการ ฯ		Expected Learning Outcomes	
มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ทางด้านนวัตกรรมและการตลาดเชิง สร้างสรรค์ เพื่อตอบโจทยความต้องการของอุตสาหกรรมและความ ต้องการของประเทศ		K : มีความรู้ความสามารถพื้นฐานด้านนวัตกรรม ด้านธุรกิจ S : ทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ ทักษะในการปรับตัว ทักษะด้านการพัฒนาระบบความคิด A : การนำความรู้มาประยุกต์ในการทำชิ้นงานตามที่ได้รับมอบหมาย	
		กลุ่มวิชาในชั้นปีที่ 1 (Semester 1,2) : (1) การจัดการร่วมสมัยและการพลิกผันดิจิทัล (2) นวัตกรรมการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (3) การสร้างความคิดและแรงบันดาลใจในการออกแบบ (4) การตลาดเชิงสร้างสรรค์ (5) การศึกษาและการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้า	

PROGRAM STRUCTURE OF BACHELOR OF SCENCE PROGRAM IN CREATIVE MARKETING AND INNOVATION

5. ปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ด้วยความรับผิดชอบในหน้าที่ โดยยึดหลัก คุณธรรม จริยธรรม และรับผิดชอบต่อสังคม							
Professional Training		International Academic of Professional Training			Co-operative Education		
4. มีความสามารถในการทำงานเป็นทีม โดยประยุกต์ใช้องค์ความรู้ในการสร้างสรรค์ผลงานที่อยู่บนพื้นฐานหลักการวิจัยธุรกิจ							
Innovation and Creative Marketing Research		Strategic Marketing Planning		Logistics in Marketing Value Creation		Quality Management and Innovation	
3. สามารถปรับตัวและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพ							
Innovative Marketing DNA	Technology and Innovation Management	Marketing Informatics and Business Intelligence	Academic English for Marketing and Innovation	Digital Interactive Content Marketing		Information Technology Solutions for Marketing	
2. มีขีดความสามารถในการพัฒนาระบบความคิดและการเรียนรู้ทั้งในด้าน มโนทัศน์ กระบวนทัศน์ เพื่อประยุกต์ใช้ความรู้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด							
Kick Start to Design Thinking	Innovative Marketing	Life and Learning for Customer	Art and Science for Marketing Plan	Innovation and Creation of Market Value	Innovative Human Resource Management	Seminar in Innovation and Creative Marketing	Financial Management for Innovation and Creative Marketing
The Systematic Process of Innovation and Marketing Research	Marketing for Creating Share Value	Contemporary Management And Digital Disruption	Innovation and Creative Facility Design	Smart Innovation and Customer Insight	Intellectual Property and innovation Management	Innovation and Operation Management	Entrepreneurial Financial
1. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ทางด้านการตลาดและนวัตกรรม เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของอุตสาหกรรมและความต้องการของประเทศ							
Project of Design Thinking and Creative Problem Solving		Project of Business Analytics and Digital Transformation		Project in Data Analytics for Business		Project in Creative Marketing and Innovation	

- นักการตลาดเชิงสร้างสรรค์
- นวัตกรรม
- นักวิเคราะห์และนักวิจัย นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์
- ผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์

มุ่งสร้างบัณฑิตให้สามารถมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เพื่อปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล มีจริยธรรมในวิชาชีพและรับผิดชอบต่อสังคม

ภาคเรียน 8

ภาคเรียน 5 - 7

ภาคเรียน 1 - 7

ภาคเรียน 1 - 4

ภาคเรียน 1 - 7

ภาคผนวก จ

ผลการสำรวจความต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาตรี

หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชานวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์

การสำรวจความสนใจของนักเรียนในการเข้าศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ (Innovation and Creative Marketing)

การสำรวจความสนใจของนักเรียนในการเข้าศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ โดยประชากรที่ทำการศึกษาคั้งนี้เป็นนักเรียนมัธยมปลายทั่วประเทศ ด้วยวิธีการทำแบบสำรวจออนไลน์ มีจำนวนผู้ตอบแบบสำรวจกลับทั้งสิ้น 537 คน สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. ผลการสำรวจความสนใจของนักเรียนในการเข้าศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ (Innovation and Creative Marketing)

ความคิดเห็นในการศึกษาต่อ	จำนวน	ร้อยละ
สนใจ	352	65.54
ไม่สนใจ	185	34.45
รวม	537	100.00

จากผลสำรวจความสนใจของนักเรียนในการเข้าศึกษาหลักสูตรนวัตกรรมการตลาดเชิงสร้างสรรค์ (Innovation and Creative Marketing) พบว่า นักเรียนมีความสนใจ ร้อยละ 65.54 ไม่สนใจ ร้อยละ 34.45

2. เหตุผลที่สนใจศึกษาต่อในหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ (Innovation and Creative Marketing)

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
คิดว่าน่าจะมั่งงานที่ดีภายหลังสำเร็จการศึกษา	239	23%
จะได้รายรับที่เหมาะสมในอนาคต	148	14%
จะมีชื่อเสียงและการยอมรับจากสังคม	29	3%
เป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน	164	16%
สามารถนำความรู้ไปต่อยอดสร้างธุรกิจของตนเอง/ครอบครัวได้	295	28%
หลักสูตรที่เปิดใหม่นี้มีความน่าสนใจ	172	16%
สามารถทำการตลาดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจได้หลากหลายเช่น ธุรกิจบริการ ธุรกิจเกษตร ธุรกิจสุขภาพ ธุรกิจการกีฬา	270	26%
รวม	1,047	100%

จากการวิเคราะห์พบว่าเหตุผลที่สนใจมากที่สุด ได้แก่ ศึกษาต่อเนื่องจากสามารถนำความรู้ไปต่อยอดสร้างธุรกิจของตนเอง/ครอบครัวได้ ร้อยละ 54.5 รองลงมาได้แก่ สามารถทำการตลาดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจได้หลากหลายเช่น ธุรกิจบริการ ธุรกิจเกษตร ธุรกิจสุขภาพ ธุรกิจการกีฬา และคิดว่าจะมีงานที่ดีภายหลัง ร้อยละ 44.5 ตามลำดับ

3. ผลการสำรวจความคิดเห็นในการเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษา 35,000-40,000 บาท/ภาคการศึกษา (ซึ่งรวมค่าใช้จ่ายในการศึกษาดูงานทั้งในและต่างประเทศ)

ความคิดเห็นในการศึกษาต่อ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วย	390	72.7
ไม่เห็นด้วย	147	27.3
รวม	537	100.00

จากการวิเคราะห์พบว่า เห็นด้วยกับการเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษา 35,000-40,000 บาท/ภาคการศึกษา จำนวน 390 คน คิดเป็นร้อยละ 72.7 และไม่เห็นด้วยจำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3

ภาคผนวก ฉ

ผลสำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้บัณฑิตต่อคุณภาพบัณฑิต

ผลสำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้บัณฑิตต่อคุณภาพบัณฑิต

จากการสำรวจความคิดเห็นจากผู้ใช้งานบัณฑิตต่อคุณภาพบัณฑิตที่ต้องการและความสนใจที่จะรับบัณฑิตที่จบการศึกษาจากหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร โดยใช้วิธีการส่งแบบสอบถามออนไลน์ มีผู้ตอบกลับมาทั้งสิ้น 102 คน ซึ่งแสดงผลการสำรวจดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงประเภทหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประเภทหน่วยงาน	จำนวน	ร้อยละ
หน่วยงานเอกชน	80	78.43
หน่วยงานราชการ	15	14.71
รัฐวิสาหกิจ	4	3.92
อื่น ๆ ได้แก่ เจ้าของกิจการ	3	2.94
รวม	102	100.00

ผลการสำรวจความคิดเห็นจากผู้ใช้งานบัณฑิต พบว่าผู้ตอบแบบสำรวจทำงานในหน่วยงานเอกชนคิดเป็น ร้อยละ 78.43 รองลงมาเป็นหน่วยงานราชการคิดเป็นร้อยละ 14.71 หน่วยงานรัฐวิสาหกิจคิดเป็นร้อยละ 3.92 และอื่น ๆ ได้แก่ เจ้าของกิจการ ร้อยละ 2.94 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงผลสำรวจความคิดเห็นในการรับบัณฑิตที่จบหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร โดยแยกตามประเภทหน่วยงาน

ประเภทหน่วยงาน	ความคิดเห็นในการรับบัณฑิต		รวม
	สนใจ	ไม่สนใจ	
หน่วยงานเอกชน	74 (70.59)	6 (8.88)	80 (76.47)
หน่วยงานราชการ	14 (13.73)	1 (0.98)	15 (14.71)
รัฐวิสาหกิจ	4 (3.92)	- (0.00)	4 (3.92)
อื่น ๆ ได้แก่ เจ้าของกิจการ	3 (2.94)	- (0.00)	3 (2.94)
รวม	95	7	102

	(93.14)	(6.86)	(100.00)
--	---------	--------	----------

ผลการสำรวจความคิดเห็นจากผู้ใช้งานบัณฑิตต่อการรับบัณฑิตที่จบจากหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร พบว่า มีความสนใจที่จะรับเข้าทำงาน คิดเป็นร้อยละ 93.14 ไม่สนใจที่จะรับเข้าทำงาน คิดเป็นร้อยละ 6.86 โดยหน่วยงานเอกชนสนใจที่จะรับคิดเป็นร้อยละ 70.59 ไม่สนใจคิดเป็นร้อยละ 8.88 หน่วยงานราชการสนใจที่จะรับคิดเป็นร้อยละ 13.73 และไม่สนใจคิดเป็นร้อยละ 0.98 ตามลำดับ

**ตารางที่ 3 แสดงการจัดอันดับความคิดเห็นของผู้ใช้บัณฑิตในด้านทักษะของบัณฑิตที่จำเป็นต้องมีในภาค
ด้านทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม**

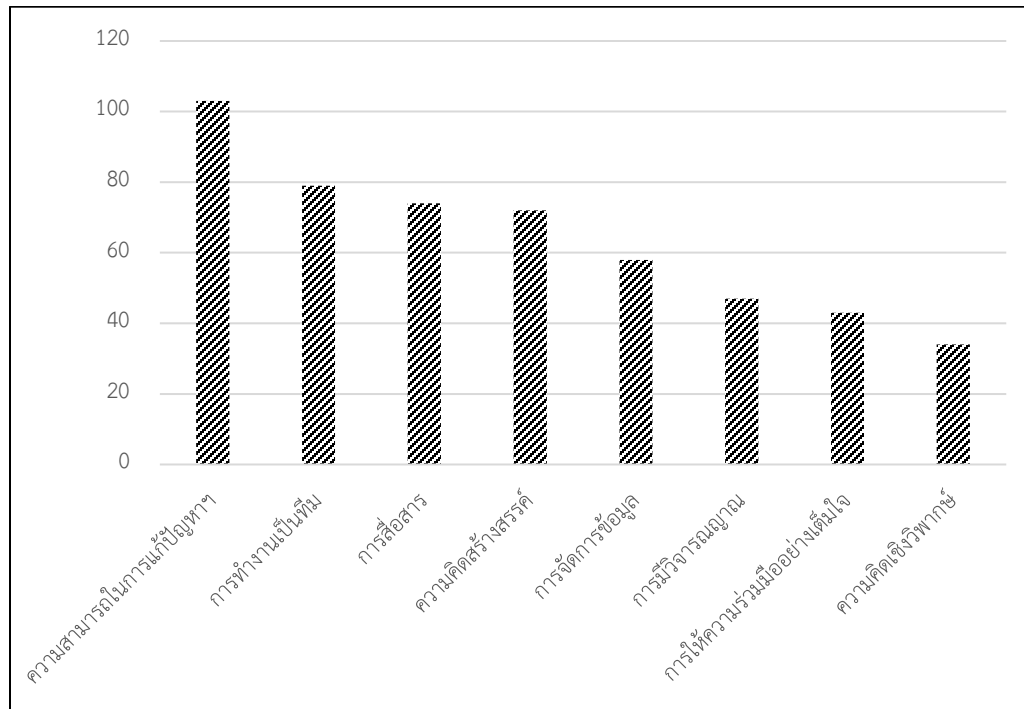
ทักษะการเรียนรู้ และ นวัตกรรม	ความสำคัญ				
	อันดับที่ 1	อันดับที่ 2	อันดับที่ 3	อันดับที่ 4	อันดับที่ 5
ความคิดสร้างสรรค์	30 (29.41)	9 (8.82)	8 (7.84)	12 (11.76)	13 (12.75)
ความคิดเชิงวิพากษ์	4 (3.92)	9 (8.82)	2 (1.96)	8 (7.84)	11 (10.78)
การมีวิจรรย์ญาณ	7 (6.86)	7 (6.86)	16 (15.69)	10 (9.80)	7 (6.86)
ความสามารถในการแก้ปัญหา และการแก้ปัญหาที่ซับซ้อน	10 (9.80)	25 (24.51)	18 (17.65)	30 (29.41)	20 (19.61)
การสื่อสาร	19 (18.63)	15 (14.71)	20 (19.61)	13 (12.75)	7 (6.86)
การทำงานเป็นทีม	15 (14.71)	17 (16.67)	21 (20.59)	11 (10.78)	15 (14.71)
การให้ความร่วมมืออย่างเต็มที่	9 (8.82)	9 (8.82)	6 (5.88)	10 (9.80)	9 (8.82)
การจัดการข้อมูล	8 (7.84)	11 (10.78)	11 (10.78)	8 (7.84)	20 (19.61)

ในการสำรวจความคิดเห็นด้านทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม ได้ให้ผู้บัณฑิตทำการจัดอันดับความสำคัญของทักษะที่ต้องการมากที่สุด 5 อันดับ โดยเรียงลำดับ 1 – 5 ซึ่งประกอบไปด้วยทักษะ (1) ความคิดสร้างสรรค์ (2)

ความคิดเชิงวิพากษ์ (3) การมีวิจารณญาณ (4) ความสามารถในการแก้ปัญหาและการแก้ปัญหาที่ซับซ้อน (5) การสื่อสาร (6) การทำงานเป็นทีม (7) การให้ความร่วมมืออย่างเต็มที่ และ (8) การจัดการข้อมูล พบว่า ผู้ใช้บัณฑิตให้ความสำคัญอันดับ 1 ด้านความคิดสร้างสรรค์ คิดเป็นร้อยละ 29.41 อันดับ 2 ด้านความสามารถในการแก้ปัญหาและการแก้ปัญหาที่ซับซ้อน คิดเป็นร้อยละ 24.51 อันดับ 3 ด้านการทำงานเป็นทีม คิดเป็นร้อยละ 20.59 อันดับ 4 ด้านการสื่อสาร คิดเป็นร้อยละ 12.75 และอันดับ 5 ด้านการจัดการข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 19.61

ตารางที่ 4 แสดงการจัดอันดับความคิดเห็นของผู้ใช้บัณฑิตในด้านทักษะของบัณฑิตที่จำเป็นต่อองค์กรในอนาคต
ด้านทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรมในภาพรวม

ทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม	จำนวน	ค่าร้อยละ
ความสามารถในการแก้ปัญหาและการแก้ปัญหาที่ซับซ้อน	103	20.20%
การทำงานเป็นทีม	79	15.49%
การสื่อสาร	74	14.51%
ความคิดสร้างสรรค์	72	14.12%
การจัดการข้อมูล	58	11.37%
การมีวิจารณญาณ	47	9.22%
การให้ความร่วมมืออย่างเต็มที่	43	8.43%
ความคิดเชิงวิพากษ์	34	6.67%
รวม	510	100.00%



ภาพที่ 1 แสดงการเรียงลำดับความคิดเห็นของผู้ใช้บัณฑิต ฯ

ด้านทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรมในภาพรวม

เมื่อพิจารณาในภาพรวมความคิดเห็นของผู้ใช้บัณฑิตด้านทักษะของบัณฑิตที่จำเป็นต้ององค์กรในอนาคต ด้านทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม ผู้ใช้บัณฑิตเลือกความสามารถในการแก้ปัญหาและการแก้ปัญหาที่ซับซ้อนสูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20.20 รองลงมาเป็นทักษะด้านการทำงานเป็นทีม คิดเป็นร้อยละ 15.49 และ ทักษะด้านการสื่อสาร คิดเป็นร้อยละ 14.51 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงความคิดเห็นของผู้ใช้บัณฑิตในด้านทักษะของบัณฑิตที่จำเป็นต้ององค์กรในอนาคต ด้านทักษะสารสนเทศ สื่อ และเทคโนโลยี

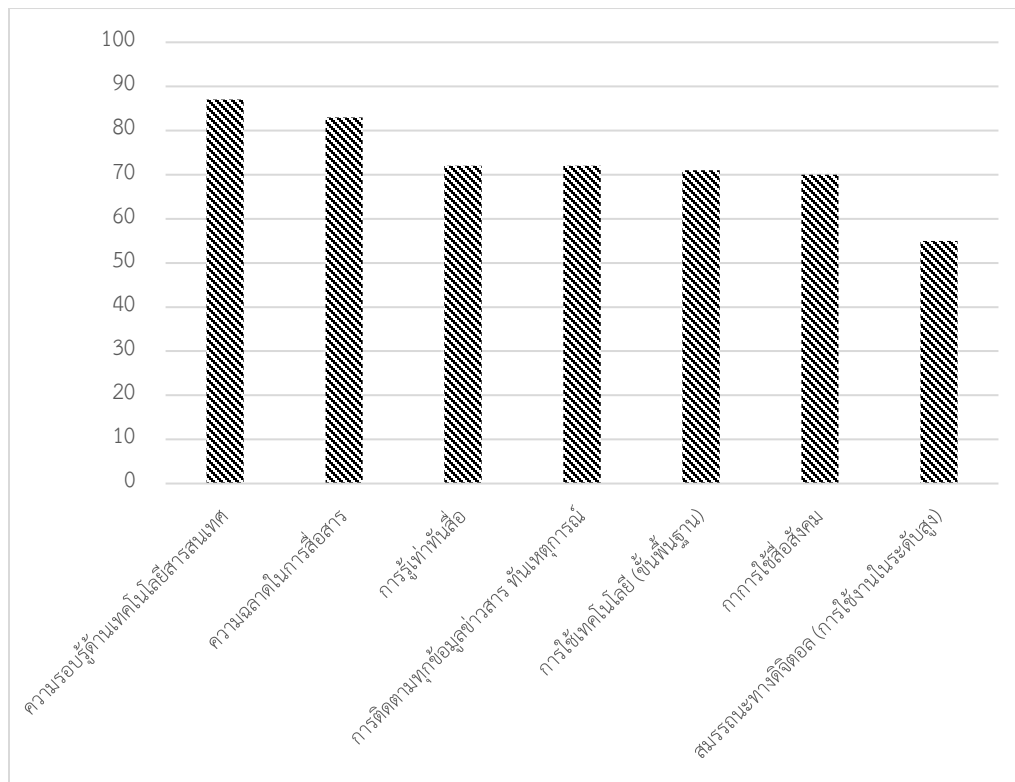
ทักษะสารสนเทศ สื่อ และเทคโนโลยี	ความสำคัญ				
	อันดับที่ 1	อันดับที่ 2	อันดับที่ 3	อันดับที่ 4	อันดับที่ 5
การใช้เทคโนโลยี (ขั้นพื้นฐาน)	18 (17.65)	15 (14.71)	18 (17.65)	10 (9.80)	10 (9.80)
ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	15 (14.71)	24 (23.53)	20 (19.61)	18 (17.65)	10 (9.80)
การใช้สื่อสังคม	7 (6.86)	10 (9.80)	17 (16.67)	19 (18.63)	17 (16.67)

การติดตามทุกข้อมูลข่าวสาร ทันเหตุการณ์	7 (6.86)	10 (9.80)	12 (11.76)	21 (20.59)	22 (21.57)
สมรรถนะทางดิจิทัล (การใช้งานในระดับสูง)	5 (4.90)	12 (11.76)	8 (7.84)	11 (10.78)	19 (18.63)
ความฉลาดในการสื่อสาร	32 (31.37)	16 (15.69)	17 (16.67)	9 (8.82)	9 (8.82)
การรู้เท่าทันสื่อ	18 (17.65)	15 (14.71)	10 (9.80)	14 (13.73)	15 (14.71)

ในการสำรวจความคิดเห็นด้านทักษะสารสนเทศ สื่อและเทคโนโลยี ได้ให้ผู้บัณฑิตทำการจัดอันดับความสำคัญของทักษะที่ต้องการมากที่สุด 5 อันดับ โดยเรียงลำดับ 1 – 5 ซึ่งประกอบไปด้วยทักษะ (1) การใช้เทคโนโลยี (ขั้นพื้นฐาน) (2) ความรอบรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (3) การใช้สื่อสังคม (4) การติดตามทุกข้อมูลข่าวสาร ทันเหตุการณ์ (5) สมรรถนะทางดิจิทัล (การใช้งานในระดับสูง) (6) ความฉลาดในการสื่อสาร และ (7) การรู้เท่าทันสื่อ **พบว่า** ผู้บัณฑิตให้ความสำคัญอันดับ 1 ด้านความฉลาดในการสื่อสาร คิดเป็นร้อยละ 31.37 อันดับ 2 ด้านความรอบรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ คิดเป็นร้อยละ 23.53 อันดับ 3 ด้านการใช้เทคโนโลยี (ขั้นพื้นฐาน) คิดเป็นร้อยละ 17.65 อันดับ 4 ด้านการติดตามทุกข้อมูลข่าวสาร ทันเหตุการณ์ คิดเป็นร้อยละ 20.59 และอันดับ 5 ด้านสมรรถนะทางดิจิทัล (การใช้งานในระดับสูง) คิดเป็นร้อยละ 18.63

ตารางที่ 6 แสดงการจัดอันดับความคิดเห็นของผู้บัณฑิตในด้านทักษะของบัณฑิตที่จำเป็นต้องรู้ในอนาคต
ด้านทักษะสารสนเทศ สื่อ และเทคโนโลยี ในภาพรวม

ทักษะสารสนเทศ สื่อ และเทคโนโลยี	จำนวน	ค่าร้อยละ
ความรอบรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	87	17.06%
ความฉลาดในการสื่อสาร	83	16.27%
การรู้เท่าทันสื่อ	72	14.12%
การติดตามทุกข้อมูลข่าวสาร ทันเหตุการณ์	72	14.12%
การใช้เทคโนโลยี (ขั้นพื้นฐาน)	71	13.92%
กาการใช้สื่อสังคม	70	13.73%
สมรรถนะทางดิจิทัล (การใช้งานในระดับสูง)	55	10.78%
รวม	510	100.00%



ภาพที่ 2 แสดงการเรียงลำดับความคิดเห็นของผู้ใช้บัณฑิต ฯ

ด้านทักษะสารสนเทศ สื่อ และเทคโนโลยี ในภาพรวม

เมื่อพิจารณาในภาพรวมความคิดเห็นของผู้ใช้บัณฑิตด้านทักษะของบัณฑิตที่จำเป็นต้ององค์กรในอนาคต ด้านทักษะสารสนเทศ สื่อ และเทคโนโลยี ผู้ใช้บัณฑิตเลือกทักษะความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 17.06 รองลงมาเป็นทักษะด้านความฉลาดในการสื่อสาร คิดเป็นร้อยละ 16.27 และ ทักษะด้านการรู้เท่าทันสื่อ คิดเป็นร้อยละ 14.12 ตามลำดับ

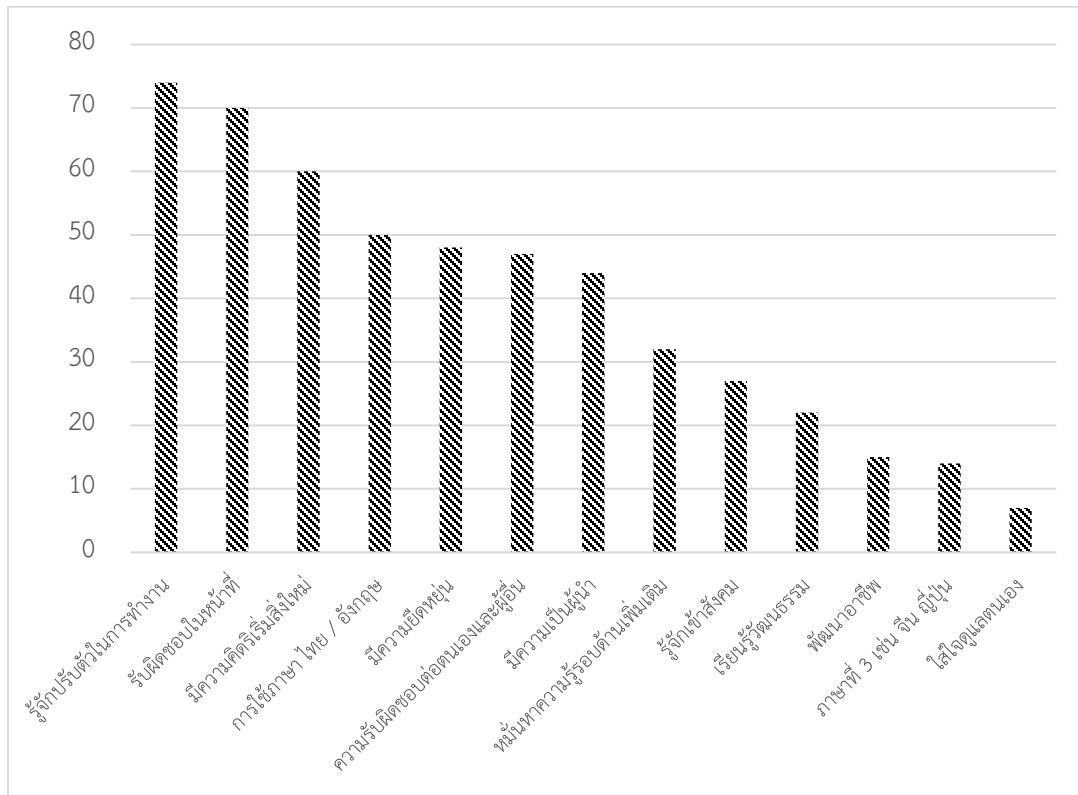
ตารางที่ 7 แสดงความคิดเห็นของผู้ใช้บัณฑิตในด้านทักษะของบัณฑิตที่จำเป็นต่อองค์กรในอนาคต ด้านทักษะชีวิตและอาชีพ

ทักษะชีวิตและอาชีพ	ความสำคัญ				
	อันดับที่ 1	อันดับที่ 2	อันดับที่ 3	อันดับที่ 4	อันดับที่ 5
รู้จักปรับตัวในการทำงาน	26 (25.49)	20 (19.61)	14 (13.73)	7 (6.86)	7 (6.86)
การใช้ภาษา ไทย / อังกฤษ	9 (8.82)	9 (8.82)	6 (5.88)	16 (15.69)	10 (9.80)
มีความยืดหยุ่น	1 (0.98)	8 (7.84)	19 (18.63)	7 (6.86)	13 (12.75)
ภาษาที่ 3 เช่น จีน ญี่ปุ่น	1 (0.98)	1 (0.98)	2 (1.96)	7 (6.86)	3 (2.94)
มีความคิดริเริ่มสิ่งใหม่	8 (7.84)	7 (6.86)	16 (15.69)	20 (19.61)	9 (8.82)
มีความเป็นผู้นำ	3 (2.94)	14 (13.73)	10 (9.80)	6 (5.88)	11 (10.78)
เรียนรู้วัฒนธรรม	4 (3.92)	4 (3.92)	3 (2.94)	7 (6.86)	4 (3.92)
รู้จักเข้าสังคม	3 (2.94)	2 (1.96)	9 (8.82)	5 (4.90)	8 (7.84)
รับผิดชอบในหน้าที่	29 (28.43)	17 (16.67)	6 (5.88)	10 (9.80)	8 (7.84)
หมั่นหาความรู้รอบด้านเพิ่มเติม	1 (0.98)	8 (7.84)	10 (9.80)	7 (6.86)	6 (5.88)
พัฒนาอาชีพ	0 (0.00)	4 (3.92)	2 (1.96)	4 (3.92)	5 (4.90)
ใส่ใจดูแลตนเอง	0 (0.00)	1 (0.98)	1 (0.98)	2 (1.96)	3 (2.94)
ความรับผิดชอบต่อตนเองและผู้อื่น	17 (16.67)	7 (6.86)	4 (3.92)	4 (3.92)	15 (14.71)

ในการสำรวจความคิดเห็นด้านทักษะทักษะชีวิตและอาชีพได้ให้ผู้บัณฑิตทำการจัดอันดับความสำคัญของทักษะที่ต้องการมากที่สุด 5 อันดับ โดยเรียงลำดับ 1 – 5 ซึ่งประกอบไปด้วยทักษะ (1) รู้จักปรับตัวในการทำงาน (2) การใช้ภาษา ไทย / อังกฤษ (3) มีความยืดหยุ่น (4) ภาษาที่ 3 เช่น จีน ญี่ปุ่น (5) มีความคิดริเริ่มสิ่งใหม่ (6) ความเป็นผู้นำ (7) เรียนรู้วัฒนธรรม (8) รู้จักเข้าสังคม (9) รับผิดชอบในหน้าที่ (10) หมั่นหาความรู้รอบด้านเพิ่มเติม (11) พัฒนาอาชีพ (12) ใส่ใจดูแลตนเอง และ (13) ความรับผิดชอบต่อตนเองและผู้อื่น พบว่า ผู้บัณฑิตให้ความสำคัญอันดับ 1 ด้านรับผิดชอบในหน้าที่ คิดเป็นร้อยละ 28.43 อันดับ 2 ด้านรู้จักปรับตัวในการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 19.51 อันดับ 3 ด้านมีความยืดหยุ่น คิดเป็นร้อยละ 18.63 อันดับ 4 ด้านมีความคิดริเริ่มสิ่งใหม่ คิดเป็นร้อยละ 19.61 และอันดับ 5 ด้านความรับผิดชอบต่อตนเองและผู้อื่น คิดเป็นร้อยละ 14.71

ตารางที่ 8 แสดงการจัดอันดับความคิดเห็นของผู้บัณฑิตในด้านทักษะของบัณฑิตที่จำเป็นต้องมีในอนาคต
ทักษะชีวิตและอาชีพในภาพรวม

ทักษะชีวิตและอาชีพ	จำนวน	ค่าร้อยละ
รู้จักปรับตัวในการทำงาน	74	14.51%
รับผิดชอบในหน้าที่	70	13.73%
มีความคิดริเริ่มสิ่งใหม่	60	11.76%
การใช้ภาษา ไทย / อังกฤษ	50	9.80%
มีความยืดหยุ่น	48	9.41%
ความรับผิดชอบต่อตนเองและผู้อื่น	47	9.22%
มีความเป็นผู้นำ	44	8.63%
หมั่นหาความรู้รอบด้านเพิ่มเติม	32	6.27%
รู้จักเข้าสังคม	27	5.29%
เรียนรู้วัฒนธรรม	22	4.31%
พัฒนาอาชีพ	15	2.94%
ภาษาที่ 3 เช่น จีน ญี่ปุ่น	14	2.75%
ใส่ใจดูแลตนเอง	7	1.37%
รวม	510	100.00%



ภาพที่ 3 แสดงการเรียงลำดับความคิดเห็นของผู้ใช้บัณฑิต ฯ
ทักษะชีวิตและอาชีพในภาพรวม

เมื่อพิจารณาในภาพรวมความคิดเห็นของผู้ใช้บัณฑิตด้านทักษะของบัณฑิตที่จำเป็นต้ององค์กรในอนาคต ด้านทักษะสารสนเทศ สื่อ และเทคโนโลยี ผู้ใช้บัณฑิตเลือกรู้จักปรับตัวในการทำงานสูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.51 รองลงมาเป็นด้านรับผิดชอบต่อหน้าที่ คิดเป็นร้อยละ 13.73 และ ด้านมีความคิดริเริ่มสิ่งใหม่ คิดเป็นร้อยละ 11.76 ตามลำดับ

นอกจากทักษะดังกล่าวข้างต้นแล้ว ผู้ใช้บัณฑิตได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับด้านทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม ด้านทักษะสารสนเทศ สื่อ และเทคโนโลยีและด้านทักษะชีวิตและอาชีพเพิ่มเติม ดังนี้

ความคิดเห็นเพิ่มเติม	จำนวน
ความคิดเชิงบวก ความคิดเชิงระบบ	1
ความชำนาญของงานที่ทำ	1
การนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงจนเกิดเป็นทักษะ	1
ความคิดนอกกรอบ	2
ทรัพยากรมีจำกัดให้เรียนรู้สิ่งจำเป็นก่อน ถ้าทรัพยากรเหลือเพื่อสามารถเรียนรู้ทุกรูปแบบได้	1

ความคิดเห็นเพิ่มเติม	จำนวน
ไฟร์เรียนไฟร์รู้ สอบถามถ้าไม่เข้าใจในงาน	1
พร้อมเปิดรับสิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ เพราะนวัตกรรมใหม่ๆ มีการปรับเปลี่ยนและพัฒนาอย่างรวดเร็ว	1
กล้าคิด กล้าทำ กล้าแสดงออก	2
ควรให้ความสำคัญเท่าๆ กันในทุกเรื่องข้างต้น	1
วิสัยทัศน์มองถึงความเป็นไปได้ในอนาคต	1
Technology oriented	1
การบูรณาการองค์ความรู้ต่างๆ ที่ได้มาจากการเรียนรู้และนวัตกรรม เพื่อนำไปใช้ต่อยอด	1
Entrepreneurship	1
การค้นหาข้อมูลที่ถูกต้องและนำไปใช้ได้จริง	1
Design thinking	1
ความเข้าใจใน Blockchain	1
มีไหวพริบ	1
ถ้ามีความรู้เฉพาะทางระดับสูงจะสามารถเป็นผู้เชี่ยวชาญได้	1
การค้นหาข้อมูล การวิเคราะห์และการประยุกต์ใช้	1
Marketing	2
ความเข้าใจพฤติกรรมของผู้รับสื่อ	1
มีเป้าหมายและpassion	1
มีจริยธรรมในการทำงาน	1
มีทักษะการนำเสนอ(present)	2
ความเป็นผู้นำ จะทำให้รู้จักบทบาทหน้าที่ของตนเอง และบทบาทหน้าที่ต่อสังคม	1
รู้จักยอมรับการเปลี่ยนแปลง	1
Service mind	1
Analytical Skill	1
Follower ship การเป็นผู้ตามด้วย ไม่ใช่แค่เป็นผู้นำ	1
Effective Communication	1
ความสามารถในการเรียนรู้ด้วยตนเองตลอดเวลา	1
ความละเอียดรอบคอบในการทำงาน	1
การใช้เทคโนโลยีในการทำ Data Analysis	1

ภาคผนวก ข

ข้อบังคับมหาวิทยาลัยนเรศวร ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2559



**ข้อบังคับมหาวิทยาลัยนเรศวร
ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๕๙**

โดยที่เป็นการสมควรปรับปรุงข้อบังคับมหาวิทยาลัยนเรศวร ว่าด้วยการศึกษาในระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๕๙ ให้เกิดความเหมาะสมยิ่งขึ้น

ฉะนั้น อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๑๔ (๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยนเรศวร พ.ศ. ๒๕๓๓ และแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๔๑ โดยมติสภามหาวิทยาลัย ในคราวประชุม ครั้งที่ ๒๑๘ (๔/๒๕๕๙) เมื่อวันที่ ๑๒ มิถุนายน ๒๕๕๙ จึงให้ออกข้อบังคับไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ข้อบังคับนี้เรียกว่า “ข้อบังคับมหาวิทยาลัยนเรศวร ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๕๙”

ข้อ ๒ ข้อบังคับนี้ให้ใช้บังคับกับนิสิตที่เข้าศึกษาตั้งแต่ปีการศึกษา ๒๕๕๙ เป็นต้นไป

ข้อ ๓ ให้ยกเลิกข้อบังคับมหาวิทยาลัยนเรศวร ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๔๙ บรรดาข้อบังคับ ระเบียบ คำสั่ง หรือประกาศอื่นใดกำหนดไว้แล้วในข้อบังคับนี้ หรือซึ่งขัดหรือแย้งกับข้อบังคับนี้ ให้ใช้ข้อบังคับนี้แทน

ข้อ ๔ ในข้อบังคับนี้

“มหาวิทยาลัย” หมายความว่า มหาวิทยาลัยนเรศวร

“สภามหาวิทยาลัย” หมายความว่า สภามหาวิทยาลัยนเรศวร

ข้อ ๕ คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

๕.๑ หลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาการและทางวิชาชีพหรือปฏิบัติการต้องเป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าซึ่งกระทรวงศึกษาธิการรับรอง

๕.๒ หลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) จะต้องเป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตร วิชาชีพชั้นสูง หรือเทียบเท่า หรือระดับอนุปริญญา (๓ ปี) หรือเทียบเท่าในสาขาวิชาที่ตรงกับสาขาวิชาที่จะเข้าศึกษาในหลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาชีพหรือปฏิบัติการจากสถาบันการศึกษาซึ่งสภามหาวิทยาลัยรับรอง

๕.๓ หลักสูตรปริญญาตรีแบบก้าวนำทั้งทางวิชาการและทางวิชาชีพหรือปฏิบัติการต้องเป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ซึ่งกระทรวงศึกษาธิการรับรอง มีค่าเฉลี่ยสะสมไม่น้อยกว่า ๓.๕๐ จากระบบ ๔ ระดับคะแนนหรือเทียบเท่าและระหว่างศึกษาในหลักสูตรแบบก้าวนำ หากภาคการศึกษาใดมีผลการเรียนต่ำกว่า ๓.๕๐ จะถือว่าขาดคุณสมบัติในการศึกษาหลักสูตรแบบก้าวนำ

๕.๔ เป็นผู้ที่มีร่างกายแข็งแรง และไม่เป็นโรคติดต่อร้ายแรง อันเป็นอุปสรรคต่อการศึกษา

๕.๕ ไม่เคยต้องโทษตามคำพิพากษาของศาลถึงที่สุดให้จำคุก เว้นแต่ความที่กระทำโดยประมาท หรือความผิดลหุโทษ

๕.๖ ไม่เคยถูกคัดชื่อออก หรือถูกไล่ออกจากสถาบันการศึกษาใดๆ เพราะความผิดทางความประพฤติ

ข้อ ๖ การรับเข้าศึกษา

มหาวิทยาลัยจะทำการสอบคัดเลือก หรือคัดเลือกผู้สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า หรือระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง หรือเทียบเท่า หรือ ระดับอนุปริญญา (๓ ปี) หรือเทียบเท่า ในสาขาวิชาที่ตรงกับสาขาวิชาที่จะเข้าศึกษาในหลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาการ และทางวิชาชีพหรือปฏิบัติการ หรือหลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) หรือหลักสูตรปริญญาตรีแบบก้าวหน้าทั้งทางวิชาการและทางวิชาชีพ หรือปฏิบัติการ เข้าเป็นนิสิตเป็นคราวๆ ไป ตามประกาศและรายละเอียดที่มหาวิทยาลัยหรือสำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษากำหนด

ข้อ ๗ การรับโอนนิสิต หรือนักศึกษาจากสถาบันการศึกษาอื่น

๗.๑ มหาวิทยาลัยอาจรับโอนนิสิต หรือนักศึกษาจากสถาบันอุดมศึกษาอื่น ซึ่งมหาวิทยาลัยรับรอง

๗.๒ คุณสมบัติของผู้ขอโอนมาเป็นนิสิตของมหาวิทยาลัย

๗.๒.๑ มีคุณสมบัติตามที่กำหนดไว้ในข้อ ๕

๗.๒.๒ ได้ศึกษาในสถาบันการศึกษาที่มหาวิทยาลัยรับรองมาแล้วไม่น้อยกว่าหนึ่งปีการศึกษา

๗.๓ ผู้ประสงค์ที่จะขอโอนมาเป็นนิสิตมหาวิทยาลัย ต้องปฏิบัติดังนี้

๗.๓.๑ ยื่นคำร้องต่อมหาวิทยาลัยตามแบบฟอร์มที่กำหนด โดยส่งถึงมหาวิทยาลัย ไม่น้อยกว่าสามสิบวัน ก่อนวันลงทะเบียนของภาคการศึกษาที่ประสงค์จะเข้าศึกษา หรือ

๗.๓.๒ ให้สถานศึกษาเดิมจัดส่งระเบียบผลการเรียนและรายละเอียดเนื้อหา รายวิชาที่ได้เรียนไปแล้วมายังมหาวิทยาลัยโดยตรง

๗.๔ มหาวิทยาลัยอาจพิจารณาให้ความเห็นชอบรับโอน โดยผ่านการพิจารณาจาก คณะหรือหน่วยงานที่เทียบเท่า

๗.๕ การเทียบโอนหน่วยกิตและผลการเรียน

๗.๕.๑ มหาวิทยาลัยจะพิจารณาเทียบโอนรายวิชาที่เรียนมา โดยความเห็นชอบของคณะหรือหน่วยงานที่เทียบเท่า ทั้งนี้ต้องเป็นไปตามที่กำหนดไว้ในประกาศมหาวิทยาลัย

๗.๕.๒ การเทียบโอนหน่วยกิตและผลการเรียนจากสถาบันการศึกษาต่างประเทศ ให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

๗.๕.๓ การเทียบโอนหน่วยกิตและผลการเรียนจากสถาบันอุดมศึกษาภายในประเทศ ในกรณีมีข้อตกลงในการลงทะเบียนเรียนข้ามสถาบัน ให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

๗.๕.๔ การเทียบโอนหน่วยกิตและผลการเรียนในการจัดวิชาศึกษาทั่วไป รายวิชาในหลักสูตร สำหรับหลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) จากรายวิชาที่ได้ศึกษามาแล้วในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง หรือระดับอนุปริญญา ให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๘ การขอเข้าศึกษาเพื่อปริญญาที่สอง

๘.๑ ผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาจากมหาวิทยาลัยนเรศวร หรือจากสถาบันอุดมศึกษาอื่น อาจขอเข้าศึกษาต่อเพื่อปริญญาตรีสาขาวิชาอื่นเป็นการเพิ่มเติมได้ แต่ต้องเป็นผู้มีคุณสมบัติตามที่กำหนดไว้ในข้อ ๕

๘.๒ การแสดงความจำนงขอเข้าศึกษา ต้องปฏิบัติดังนี้

๘.๒.๑ ยื่นคำร้องต่อมหาวิทยาลัยตามแบบฟอร์มที่กำหนด โดยส่งถึงมหาวิทยาลัยไม่น้อยกว่าสามสิบวัน ก่อนวันลงทะเบียนของภาคการศึกษาที่ประสงค์จะเข้าศึกษา

๘.๒.๒ การรับเข้าศึกษา มหาวิทยาลัยอาจพิจารณารับเข้าโดยผ่านความเห็นชอบของคณะ หรือหน่วยงานที่เทียบเท่า

๘.๓ การเทียบโอนหน่วยกิต

๘.๓.๑ การเทียบโอนหน่วยกิตให้นำข้อ ๗.๕ มาใช้บังคับโดยอนุโลม

ข้อ ๙ การรายงานตัวเป็นนิสิต

๙.๑ ผู้ที่สอบคัดเลือกได้ ผู้ที่ได้รับการคัดเลือก ผู้ที่ได้รับอนุมัติให้โอนมาจากสถานศึกษาอื่น หรือผู้ที่ได้รับอนุมัติให้เข้าศึกษาต่อหรือผู้ที่เข้าศึกษาเพื่อปริญญาที่สองจะต้องไปรายงานตัว และเตรียมหลักฐานต่างๆ ตามที่กำหนดไว้ในประกาศมหาวิทยาลัย เพื่อขึ้นทะเบียนเป็นนิสิต ในวัน เวลา ที่มหาวิทยาลัยกำหนด

๙.๒ กรณีนิสิตไม่ไปรายงานตัวตามวันเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด ให้ถือว่า สละสิทธิ์การเข้าเป็นนิสิต เว้นแต่ได้รับอนุมัติจากมหาวิทยาลัยเป็นรายๆ ไป

๙.๓ เมื่อขึ้นทะเบียนเป็นนิสิตแล้ว มหาวิทยาลัยจะกำหนดรหัสประจำตัวนิสิต โดยทางคณะจะจัดอาจารย์ที่ปรึกษาให้ และให้อาจารย์ที่ปรึกษามีหน้าที่ให้คำปรึกษาแนะนำ ตลอดจนแนะแนวการศึกษาให้สอดคล้องกับแผนกำหนดการศึกษา

ข้อ ๑๐ ระบบการจัดการศึกษา มหาวิทยาลัยมีระบบการจัดการศึกษา ๒ ระบบ คือ การศึกษาในระบบและการศึกษานอกระบบ

๑๐.๑ การศึกษาในระบบ เป็นการศึกษาในหลักสูตรที่มีการกำหนดจุดมุ่งหมาย แผนการศึกษา ระยะเวลาของการศึกษา การวัดผลและการประเมินผล ซึ่งเป็นเงื่อนไขของการสำเร็จการศึกษา

๑๐.๒ การศึกษานอกระบบ เป็นการศึกษาที่มีความยืดหยุ่นในการกำหนดจุดมุ่งหมาย รูปแบบ วิธีการจัดการศึกษา ระยะเวลาของการศึกษา การวัดผล และการประเมินผล ซึ่งเป็นเงื่อนไขของการสำเร็จการศึกษา

๑๐.๓ มหาวิทยาลัยใช้ระบบการจัดการศึกษา ระบบทวิภาค โดยแบ่งการจัดการศึกษาออกเป็น ๒ แบบ คือ

๑๐.๓.๑ แบบ ๒ ภาคการศึกษาต่อปีการศึกษา เป็นการจัดการศึกษาปกติ ซึ่งเป็นภาคการศึกษาบังคับ มีระยะเวลาศึกษาไม่น้อยกว่า ๑๕ สัปดาห์ มหาวิทยาลัยอาจเปิดภาคฤดูร้อน ซึ่งเป็นภาคการศึกษาไม่บังคับและใช้ระยะเวลาเรียนประมาณ ๘ สัปดาห์ โดยจัดชั่วโมงเรียนของแต่ละรายวิชา ให้มีจำนวนชั่วโมงต่อหน่วยกิต ตามที่กำหนดไว้ในภาคการศึกษาปกติของระบบทวิภาค

๑๐.๓.๒ แบบ ๓ ภาคการศึกษาต่อปีการศึกษา ใช้ระยะเวลาเรียนไม่น้อยกว่า ๑๕ สัปดาห์ต่อภาคการศึกษา ทั้งนี้ต้องจัดการเรียนให้มีจำนวนชั่วโมงต่อหน่วยกิต ตามที่กำหนดไว้ในภาคการศึกษาปกติของระบบทวิภาค

๑๐.๔ กรณีที่หลักสูตรสาขาวิชาใด ประกอบด้วยรายวิชาที่จำเป็นต้องเปิดสอนในภาคฤดูร้อน เพื่อการฝึกงานหรือฝึกภาคสนาม หรือกรณีศึกษาให้ถือเสมือนว่าภาคฤดูร้อนเป็นส่วนหนึ่งของภาคการศึกษาภาคบังคับด้วย

๑๐.๕ มหาวิทยาลัย ใช้ระบบหน่วยกิตในการดำเนินการศึกษา จำนวนหน่วยกิต ใช้แสดงถึงปริมาณการศึกษาของแต่ละรายวิชา

๓๐.๖ การคิดหน่วยกิต

๓๐.๖.๑ รายวิชาภาคทฤษฎีที่ใช้เวลาบรรยายหรืออภิปรายปัญหาไม่น้อยกว่า ๑๕ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ ๑ หน่วยกิต ระบบทวิภาค

๓๐.๖.๒ รายวิชาภาคปฏิบัติ ที่ใช้เวลาฝึกหรือทดลองไม่น้อยกว่า ๓๐ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ ๑ หน่วยกิต ระบบทวิภาค

๓๐.๖.๓ การฝึกงาน หรือการฝึกอบรบในต่างประเทศ ที่ใช้เวลาฝึกไม่น้อยกว่า ๔๕ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ ๑ หน่วยกิต ระบบทวิภาค

๓๐.๖.๔ การฝึกสหกิจศึกษา ทั้งในประเทศหรือต่างประเทศ ใช้เวลาฝึกสหกิจศึกษา ไม่ต่ำกว่า ๑๖ สัปดาห์อย่างต่อเนื่อง โดยมีจำนวนหน่วยกิต ๖ - ๙ หน่วยกิต ระบบทวิภาค

๓๐.๗ มหาวิทยาลัยอาจกำหนดเงื่อนไขที่ต้องผ่านก่อน (Prerequisite) สำหรับการลงทะเบียนบางรายวิชา โดยนิสิตต้องมีผลการเรียนระดับ D ขึ้นไป เพื่อให้สามารถเรียนรายวิชานั้นอย่างมีประสิทธิภาพ

๓๐.๘ รายวิชาหนึ่งๆ มีรหัสรายวิชาและชื่อรายวิชาที่กำกับไว้

๓๐.๙ รหัสรายวิชาประกอบด้วย

๓๐.๙.๑ เลขที่ ๓	ตัวแรก แสดงถึง	สาขาวิชา
๓๐.๙.๒ เลขที่ ๔	ตัวแรก แสดงถึง	ระดับชั้นปีของการศึกษา
๓๐.๙.๓ เลขที่ ๕	ตัวแรก แสดงถึง	หมวดหมู่ในสาขาวิชา
๓๐.๙.๔ เลขที่ ๖	ตัวแรก แสดงถึง	อนุกรมของรายวิชา

๓๐.๑๐ สภาพนิสิต แบ่งออกได้ ดังนี้

๓๐.๑๐.๑ นิสิตปกติ ได้แก่ นิสิตที่มีผลการเรียนและการสอบได้ค่าระดับเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ ๒.๐๐ ขึ้นไป

๓๐.๑๐.๒ นิสิตรอปริญญ์ ได้แก่ นิสิตที่มีผลการเรียนและการสอบได้ค่าระดับเฉลี่ยสะสมมากกว่า ๑.๕๐ แต่น้อยกว่า ๒.๐๐

๓๐.๑๐.๓ นิสิตพ้นสภาพ ได้แก่ นิสิตที่มีผลการเรียนและการสอบได้ค่าน้อยกว่า ๑.๕๐ หรือ มีผลการเรียนเฉลี่ยสะสมมากกว่า ๑.๕๐ แต่น้อยกว่า ๒.๐๐ สามภาคการศึกษาปกติ

๓๐.๑๑ การจำแนกสภาพนิสิต จะกระทำเมื่อสิ้นภาคการศึกษา ของการศึกษาในระบบทวิภาค แบบ ๒ ภาคการศึกษาต่อปีการศึกษา หรือการศึกษาในระบบทวิภาค แบบ ๓ ภาคการศึกษา ต่อปีการศึกษา สำหรับผลการศึกษาภาคฤดูร้อนให้นำไปรวมกับผลการศึกษาถัดไป ที่นิสิตผู้นั้นลงทะเบียนเรียน ยกเว้น ผู้ที่จบการศึกษาภาคฤดูร้อน

ข้อ ๑๑ หลักสูตรสาขาวิชา

๓๑.๑ หลักสูตรระดับปริญญาตรีของแต่ละสาขาวิชา ประกอบด้วย

๓๑.๑.๑ หมวดวิชาศึกษาทั่วไป หมายถึง หมวดวิชาที่เสริมสร้างความเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ ให้ความรอบรู้อย่างกว้างขวาง เข้าใจ และเห็นคุณค่าของตนเอง ผู้อื่น สังคม ศิลปวัฒนธรรมและธรรมชาติ ใส่ใจต่อความเปลี่ยนแปลงของสรรพสิ่ง พัฒนาดตนเองอย่างต่อเนื่อง ดำเนินชีวิตอย่างมีคุณธรรม พร้อมให้ความช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ และเป็นพลเมืองที่มีคุณค่าของสังคมไทยและสังคมโลก โดยให้มีจำนวนหน่วยกิตรวม ไม่น้อยกว่า ๓๐ หน่วยกิต

๓๑.๑.๒ หมวดวิชาเฉพาะสาขา เป็นกลุ่มรายวิชาแกน วิชาเฉพาะด้าน วิชาพื้นฐานวิชาชีพ และวิชาชีพที่มุ่งหมายให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจและปฏิบัติงานได้ โดยให้มีหน่วยกิตรวม ดังนี้

๑๒.๓ การลงทะเบียนรายวิชาหลังกำหนด ให้กระทำได้ภายในระยะเวลาของการขอเพิ่มรายวิชา หากพ้นกำหนดนี้ มหาวิทยาลัยอาจยกเลิกสิทธิ์การลงทะเบียนรายวิชาในภาคการศึกษานั้น

๑๒.๔ การลงทะเบียนเรียนจะสมบูรณ์ก็ต่อเมื่อได้ชำระค่าธรรมเนียมต่างๆตามที่กำหนดไว้ในประกาศมหาวิทยาลัย

๑๒.๕ วิชาใดที่ได้รับอักษร I หรือ P นิสิตไม่ต้องลงทะเบียนเรียนรายวิชานั้นซ้ำอีก

๑๒.๖ การจัดการศึกษาในระบบทวิภาค แบบ ๒ ภาคการศึกษา ต่อปีการศึกษา นิสิตสามารถลงทะเบียนเรียนรายวิชาของแต่ละภาคการศึกษาก็ได้ ไม่น้อยกว่า ๔ หน่วยกิต แต่ไม่เกิน ๒๒ หน่วยกิต และสามารถลงทะเบียนเรียนรายวิชาสำหรับภาคฤดูร้อนได้ ไม่เกิน ๔ หน่วยกิต

การจัดการศึกษาในระบบทวิภาค แบบ ๓ ภาคการศึกษาต่อปีการศึกษา นิสิตสามารถลงทะเบียนเรียนรายวิชาของแต่ละภาคการศึกษาก็ไม่น้อยกว่า ๖ หน่วยกิต แต่ไม่เกิน ๑๕ หน่วยกิต

กรณีนิสิตต้องการลงทะเบียนเรียนน้อยกว่า ๔ หน่วยกิต หรือเกินกว่า ๒๒ หน่วยกิต สำหรับการจัดการศึกษาในระบบทวิภาค แบบ ๒ ภาคการศึกษาต่อปีการศึกษา ตามวรรคหนึ่ง หรือต้องการลงทะเบียนเรียนน้อยกว่า ๖ หน่วยกิต หรือมากกว่า ๑๕ หน่วยกิต สำหรับการจัดการศึกษาในระบบทวิภาค แบบ ๓ ภาคการศึกษาต่อปีการศึกษา ตามวรรคสอง ให้ยื่นคำร้องขออนุมัติต่อมหาวิทยาลัย

๑๒.๗ การลงทะเบียนที่ผิดเงื่อนไข ให้ถือว่าลงทะเบียนนั้นเป็นโมฆะ และรายวิชาที่ลงทะเบียนผิดเงื่อนไขนั้น ให้ได้รับอักษร W

๑๒.๘ นิสิตอาจขอลงทะเบียนเข้าร่วมศึกษารายวิชาใดๆ เพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้ (Audit) ได้โดยความเห็นชอบของอาจารย์ผู้สอนและคณะ หรือหน่วยงานที่เทียบเท่าที่รายวิชานั้นสังกัดอยู่ยินยอม และได้ยื่นหลักฐานนั้นต่อมหาวิทยาลัย ทั้งนี้ นิสิตจะต้องชำระค่าหน่วยกิตรายวิชานั้นตามที่กำหนดไว้ในประกาศมหาวิทยาลัย และนิสิตจะได้รับผลการเรียนเป็นอักษร S หรือ U

๑๒.๙ ภาคการศึกษาปกติใด หากนิสิตไม่ได้ลงทะเบียนเรียนด้วยเหตุใดๆ ก็ตาม จะต้องขอลาพักการศึกษาสำหรับภาคการศึกษานั้น โดยทำหนังสือขออนุมัติลาพักการศึกษาต่อคณบดี และจะต้องเสียค่าธรรมเนียมเพื่อขึ้นทะเบียนเป็นนิสิต/เพื่อรักษาสภาพนิสิตภายในสิบห้าวัน นับจากวันเปิดภาคการศึกษา หากไม่ปฏิบัติตามดังกล่าว ต้องพ้นสภาพการเป็นนิสิต

๑๒.๑๐ มหาวิทยาลัยอาจอนุมัติให้นิสิตที่พ้นสภาพนิสิต กลับเข้าเป็นนิสิตใหม่ ถ้ามีเหตุผลอันสมควร โดยให้ถือระยะเวลาที่พ้นสภาพนิสิตนั้น เป็นระยะเวลาพักการศึกษา ในกรณีเช่นนี้ นิสิตจะต้องชำระค่าธรรมเนียมเพื่อขึ้นทะเบียนเป็นนิสิต รวมทั้งค่าธรรมเนียมอื่นๆ ที่ค้างชำระเสมือนเป็นผู้ลาพักการศึกษา มหาวิทยาลัยไม่อนุมัติให้กลับเข้าเป็นนิสิตตามวรรคก่อน หากพ้นกำหนดเวลาสองปี นับจากวันที่นิสิตผู้นั้นพ้นสภาพการเป็นนิสิต

๑๒.๑๑ ในกรณีมีโครงการแลกเปลี่ยนนิสิต นักศึกษา ระหว่างสถาบันอุดมศึกษา หรือมีข้อตกลงเฉพาะราย หรือมีข้อตกลงในการลงทะเบียนเรียนข้ามสถาบัน

๑๒.๑๑.๑ มหาวิทยาลัยอาจพิจารณาอนุมัติให้นิสิตลงทะเบียนเรียนรายวิชาที่เปิดสอนในสถาบันอุดมศึกษาอื่น แทนการลงทะเบียนเรียนในมหาวิทยาลัยเรศวรทั้งหมด หรือบางส่วนได้

๑๒.๑๑.๒ กรณีเป็นนิสิตหรือนักศึกษาจากสถาบันอื่น มหาวิทยาลัย อาจพิจารณาอนุมัติให้ลงทะเบียนรายวิชาที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยนเรศวร โดยชำระค่าธรรมเนียมตามที่กำหนดไว้ในประกาศมหาวิทยาลัย

ข้อ ๑๓ การเพิ่มและถอนรายวิชา

๑๓.๑ การเพิ่มรายวิชาจะกระทำได้ภายใน ๒ สัปดาห์แรก นับจากวันเปิดภาคการศึกษา หรือภายใน ๑ สัปดาห์แรก นับจากวันเปิดภาคฤดูร้อน

๑๓.๒ การถอนรายวิชาจะกระทำได้ภายในกำหนดเวลาไม่เกินสัปดาห์ที่ ๑๒ ของเวลาเรียนของภาคการศึกษานับตั้งแต่วันเปิดภาคการศึกษา การถอนรายวิชาภายในกำหนดเวลาเดียวกันกับการเพิ่มรายวิชาจะไม่ปรากฏอักษร W ในระเบียบผลการศึกษา แต่ถ้าถอนรายวิชาหลังกำหนดเวลาการเพิ่มรายวิชานิสิตจะได้รับอักษร W

๑๓.๓ ขั้นตอนปฏิบัติในการเพิ่มและถอนรายวิชา ให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้ในประกาศมหาวิทยาลัย

๑๓.๔ การคำนวณค่าระดับชั้นสะสมเฉลี่ยของนิสิตที่ย้ายสาขาวิชา หรือย้ายคณะให้นำเอาผลคูณของจำนวนหน่วยกิตกับค่าระดับชั้นของทุกรายวิชาที่ปรากฏในหลักสูตรสาขาวิชาที่รับเข้า ไม่ว่าจะเป็นรายวิชาที่เทียบให้หรือไม่ก็ตาม รายวิชาที่ไม่ปรากฏในหลักสูตรสาขาวิชาที่รับเข้า ไม่ว่านิสิตจะได้รับค่าระดับชั้นใด จะไม่นำมาคำนวณค่าระดับชั้นสะสมเฉลี่ย

๑๓.๕ การคำนวณค่าระดับชั้นสะสมเฉลี่ยของนิสิตที่โอนย้ายมาจากสถาบันอุดมศึกษาอื่น ให้คำนวณค่าระดับชั้นสะสมเฉลี่ยเฉพาะรายวิชาที่เรียนใหม่

ข้อ ๑๔ การวัดและการประเมินผลการศึกษา

๑๔.๑ มหาวิทยาลัยจัดให้มีการวัดผลการศึกษาภาคการศึกษาละไม่น้อยกว่าหนึ่งครั้ง

๑๔.๒ นิสิตต้องมีเวลาเรียนแต่ละรายวิชาไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๘๐ ของเวลาเรียนทั้งหมด จึงจะมีสิทธิ์ได้รับการวัดและประเมินผลในรายวิชานั้น ผู้ไม่มีสิทธิ์ได้รับการวัดและประเมินผลตามวรรคก่อน จะได้รับระดับชั้น F หรือ อักษร U

๑๔.๓ มหาวิทยาลัยใช้ระบบระดับชั้นและค่าระดับชั้นในการวัดและประเมินผล นอกจากรายวิชาที่กำหนดให้วัดและประเมินผลด้วยอักษร S และ U

๑๔.๔ สัญลักษณ์และความหมายของการวัดและประเมินผลรายวิชาต่างๆ ให้กำหนด ดังนี้

สัญลักษณ์	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)	

กรณีที่มีการเทียบโอนผลการเรียนจากการศึกษาจากระบบ หรือการศึกษาตามอัธยาศัย ให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย โดยมีสัญลักษณ์การวัดผลและการประเมินผล ดังนี้

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)

๓๔.๕ ระบบอักษร S และ U ใช้เฉพาะบางรายวิชาที่มหาวิทยาลัยกำหนด และประเมินผลด้วยอักษร S และ U

๓๔.๖ อักษร I เป็นสัญลักษณ์ที่แสดงว่านิสิตไม่สามารถเข้ารับการวัดผลในรายวิชานั้น ให้เสร็จสมบูรณ์ได้ โดยมีหลักฐานแสดงว่ามีเหตุสุดวิสัยบางประการ การให้อักษร I ต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ผู้สอนและการอนุมัติจากคณบดีที่รายวิชานั้นสังกัดอยู่ นิสิตจะต้องดำเนินการขอรับการวัดและประเมินผลเพื่อแก้อักษร I ให้สมบูรณ์ภายใน ๔ สัปดาห์นับแต่วันเปิดภาคการศึกษาถัดไปของการลงทะเบียนเรียน หากพ้นกำหนดดังกล่าวมหาวิทยาลัยจะเปลี่ยนอักษร I เป็นระดับชั้น F หรืออักษร U

๓๔.๗ อักษร P เป็นสัญลักษณ์ที่แสดงว่ารายวิชานั้นยังมีการเรียนการสอนต่อเนื่องอยู่ และไม่มีการวัดและประเมินผลภายในภาคการศึกษาที่ลงทะเบียน ทั้งนี้ให้ใช้เฉพาะบางรายวิชาที่มหาวิทยาลัยกำหนด อักษร P จะเปลี่ยนก็ต่อเมื่อมีการวัดและประเมินผล ภายในระยะเวลาไม่เกินวันสุดท้ายของการสอบปลายภาค ประจำสองภาคการศึกษาถัดไปหากพ้นกำหนดระยะเวลาดังกล่าวตามวรรคก่อนแล้ว มหาวิทยาลัยจะเปลี่ยนอักษร P เป็นระดับชั้น F หรืออักษร U

๓๔.๘ อักษร W เป็นสัญลักษณ์ที่แสดงว่า

๓๔.๘.๑ นิสิตได้ถอนรายวิชาที่ลงทะเบียนตามเงื่อนไขการลงทะเบียน

๓๔.๘.๒ การลงทะเบียนคิดเงื่อนไขและเป็นโมฆะ

๓๔.๘.๓ นิสิตถูกสั่งพักการศึกษาในภาคการศึกษานั้น

๓๔.๘.๔ มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ให้นิสิตถอนทุกรายวิชาที่ลงทะเบียน

๓๔.๙ อักษร S U I P และ W จะไม่ถูกนำมาคำนวณหาค่าระดับชั้นสะสมเฉลี่ย

๓๔.๑๐ การนับหน่วยกิตสะสม และการคำนวณหาค่าระดับชั้นสะสมเฉลี่ย

๓๔.๑๐.๑ การนับจำนวนหน่วยกิตสะสมเพื่อให้ครบหลักสูตร ให้นับเฉพาะหน่วยกิตของรายวิชาที่สอบได้เท่านั้น

๓๔.๑๐.๒ มหาวิทยาลัยจะคำนวณค่าระดับชั้นสะสมเฉลี่ยจากหน่วยกิต และค่าระดับชั้นของรายวิชาทั้งหมดที่นิสิตได้ลงทะเบียนในแต่ละภาคการศึกษา

๓๔.๑๐.๓ การคำนวณค่าระดับชั้นสะสมเฉลี่ยให้นำเอาผลคูณของจำนวนหน่วยกิตกับค่าระดับชั้นของทุกๆ รายวิชาตามข้อ ๓๔.๑๐.๒ มารวมกันแล้วหารด้วยจำนวนหน่วยกิตของรายวิชาทั้งหมด ยกเว้นข้อ ๓๔.๙ และในกรณีที่นิสิตลงทะเบียนเรียนรายวิชาใดรายวิชาหนึ่งมากกว่าหนึ่งครั้ง มหาวิทยาลัยจะคำนวณค่าระดับชั้นสะสมเฉลี่ยจากหน่วยกิตและค่าระดับชั้นที่นิสิตลงทะเบียนเรียนครั้งสุดท้ายเพียงครั้งเดียว

ข้อ ๑๕ การเรียนซ้ำ

๑๕.๑ รายวิชาใดที่นิสิตสอบได้ต่ำกว่า C นิสิตสามารถลงทะเบียนเรียนซ้ำได้

๑๕.๒ รายวิชาบังคับใดตามโครงสร้างหลักสูตรที่นิสิตสอบได้ F นิสิตต้อง

ลงทะเบียนเรียนซ้ำ

๓๕.๓ รายวิชาบังคับใดตามโครงสร้างหลักสูตรที่นิสิตสอบได้ U นิสิตต้องลงทะเบียนเรียนซ้ำ

ข้อ ๑๖ การลา

๑๖.๑ การลาป่วยและการลากิจ

นิสิตผู้ใดมีกิจจำเป็น หรือเจ็บป่วย ไม่สามารถเข้าชั้นเรียนในชั่วโมงเรียนได้ ให้ยื่นใบลาตามแบบฟอร์มของมหาวิทยาลัยผ่านอาจารย์ที่ปรึกษา แล้วนำไปขออนุญาตจากอาจารย์ผู้สอน

๑๖.๒ การลาพักการศึกษา

๑๖.๒.๑ นิสิตจะขออนุญาตลาพักการศึกษาได้ในกรณีต่อไปนี้

(๑) ถูกกระทำความผิดหรือเกณฑ์เข้ารับราชการทหาร

(๒) ได้รับทุนแลกเปลี่ยนนักศึกษาระหว่างประเทศ หรือ ทุนอื่นใด

ซึ่งมหาวิทยาลัยเห็นสมควรสนับสนุน

(๓) เจ็บป่วยหรือประสบอุบัติเหตุ

(๔) เหตุผลอื่นๆ ที่คณะเห็นสมควร

๑๖.๒.๒ นิสิตที่ประสงค์จะลาพักการศึกษาลดลงหนึ่งภาคการศึกษาปกติ หรือมากกว่า ให้ยื่นใบลาตามแบบฟอร์มของมหาวิทยาลัย พร้อมกับหนังสือยินยอมจากผู้ปกครอง ผ่านอาจารย์ที่ปรึกษาถึงคณบดี เพื่อพิจารณาอนุมัติแล้วแจ้งมหาวิทยาลัยเพื่อทราบต่อไป

๑๖.๒.๓ นิสิตที่ลาพัก หรือถูกสั่งพักการศึกษาลดลงหนึ่งภาคการศึกษาปกติ หรือมากกว่า จะต้องชำระค่าธรรมเนียมเพื่อขึ้นทะเบียนเป็นนิสิตทุกภาคการศึกษา

๑๖.๓ การลาออก นิสิตที่ประสงค์จะขอลาออก ต้องยื่นใบลาออกพร้อมหนังสือยินยอมจากผู้ปกครองผ่านอาจารย์ที่ปรึกษาถึงคณบดี แล้วเสนอมหาวิทยาลัยเพื่อพิจารณาอนุมัติ

ข้อ ๑๗ การย้ายสาขาวิชา

๑๗.๑ การย้ายสาขาวิชาภายในคณะ ให้ปฏิบัติตามเงื่อนไขของคณะและภาควิชา

๑๗.๒ การย้ายสาขาวิชาไปคณะอื่น จะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขต่อไปนี้

๑๗.๒.๑ นิสิตที่ประสงค์จะขอย้ายสาขาวิชาไปคณะอื่น จะต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา ภาควิชา และคณบดีคณะเดิม และได้เรียนตามแผนการศึกษาในคณะเดิมมาแล้ว ไม่น้อยกว่าสองภาคการศึกษาปกติ

๑๗.๒.๒ การย้ายสาขาวิชาไปคณะอื่นจะต้องได้รับความเห็นชอบจากมหาวิทยาลัย โดยผ่านการพิจารณาของคณะหรือหน่วยงานที่เทียบเท่าที่นิสิตสังกัดและจะรับย้ายไปสังกัดนั้น ทั้งนี้ ให้ทำเป็นประกาศมหาวิทยาลัย

๑๗.๒.๓ การย้ายสาขาวิชาหรือย้ายคณะจะสมบูรณ์ต่อเมื่อได้ชำระค่าธรรมเนียมการย้ายสาขา ตามประกาศของมหาวิทยาลัย และต้องดำเนินการให้เสร็จสิ้นก่อนวันเปิดภาคการศึกษาที่นิสิตประสงค์จะย้ายไป

๑๗.๒.๔ เมื่อนิสิตได้ย้ายสาขาวิชาแล้ว รายวิชาที่เคยเรียนมามีจำนวนมาคำนวณหาค่าธรรมเนียมสะสมเฉลี่ยในสาขาวิชาใหม่ได้

ข้อ ๑๘ การพ้นสภาพนิสิต

นิสิตจะพ้นสภาพนิสิตด้วยเหตุดังต่อไปนี้

๑๘.๑ ตาย

๑๘.๒ ลาออก

๑๘.๓ โอนไปเป็นนิสิต นักศึกษาสถาบันการศึกษาอื่น

- ๑๘.๔ ขาดคุณสมบัติของการเข้าเป็นนิสิตข้อหนึ่งข้อใดตามที่กำหนดไว้ในข้อ ๕
- ๑๘.๕ ไม่มาลงทะเบียนเรียนภายในเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนดตามข้อ ๑๒.๔
- ๑๘.๖ มีความประพฤติไม่สมควรเป็นนิสิต หรือกระทำการอันก่อให้เกิดความเสื่อมเสียแก่มหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยเห็นสมควรให้ออนข้อจากทะเบียนนิสิต
- ๑๘.๗ เมื่อได้ขึ้นทะเบียนเป็นนิสิตมหาวิทยาลัยนเรศวรเป็นเวลา ๒ เท่าของเวลาที่กำหนดไว้ในแผนการศึกษาของสาขาวิชานั้นแล้วยังไม่สำเร็จการศึกษา
- ๑๘.๘ มีผลการเรียนอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังต่อไปนี้
- ๑๘.๘.๑ เมื่อเรียนมาแล้ว มีผลการเรียนน้อยกว่า ๑.๕๐ ต่อหนึ่งภาคการศึกษา
- ๑๘.๘.๒ เมื่อมีสถานภาพนิสิตรอพินิจ มีผลการเรียนเฉลี่ยสะสม มากกว่า ๑.๕๐ แต่น้อยกว่า ๒.๐๐ สามภาคการศึกษาปกติ

ข้อ ๑๙ การเสนอให้ได้รับปริญญาตรี

- ๑๙.๑ ในภาคการศึกษาสุดท้ายที่นิสิตจะสำเร็จการศึกษา นิสิตจะต้องยื่นใบรายงานคาดว่าจะสำเร็จการศึกษา โดยผ่านอาจารย์ที่ปรึกษาต่อมหาวิทยาลัยภายในระยะเวลา ๓ เดือน นับจากวันเปิดภาคเรียน ทั้งนี้ นิสิตต้องมีสถานภาพการเป็นนิสิตในภาคการศึกษาที่ยื่นใบรายงาน
- ๑๙.๒ นิสิตที่ได้รับการเสนอให้ได้รับปริญญาตรี ต้องมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้
- ๑๙.๒.๑ เรียนรายวิชาต่างๆ ครบตามหลักสูตรและเงื่อนไขของสาขาวิชานั้น และ ไม่มีรายวิชาใดได้รับอักษร I หรืออักษร P โดยใช้เวลาเรียน ดังนี้
- ๑๙.๒.๑.๑ การศึกษาเพื่อปริญญาตรี ๔ ปี สำเร็จการศึกษาได้ไม่ก่อน ๖ ภาคการศึกษาปกติ สำหรับการลงทะเบียนเรียนเต็มเวลา และไม่ก่อน ๓๔ ภาคการศึกษาปกติ สำหรับการลงทะเบียนเรียนไม่เต็มเวลา
- ๑๙.๒.๑.๒ การศึกษาเพื่อปริญญาตรี ๕ ปี สำเร็จการศึกษาได้ไม่ก่อน ๘ ภาคการศึกษาปกติ สำหรับการลงทะเบียนเรียนเต็มเวลา และไม่ก่อน ๓๗ ภาคการศึกษาปกติ สำหรับการลงทะเบียนเรียนไม่เต็มเวลา
- ๑๙.๒.๑.๓ หลักสูตรปริญญาตรี ไม่น้อยกว่า ๖ ปี สำเร็จการศึกษาได้ไม่ก่อน ๑๐ ภาคการศึกษาปกติ สำหรับการลงทะเบียนเรียนเต็มเวลา และไม่ก่อน ๒๐ ภาคการศึกษาปกติ สำหรับการลงทะเบียนเรียนไม่เต็มเวลา
- ๑๙.๒.๑.๔ การศึกษาเพื่อปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) สำเร็จการศึกษาได้ไม่ก่อน ๔ ภาคการศึกษาปกติ สำหรับการลงทะเบียนเรียนเต็มเวลาและไม่ก่อน ๘ ภาคการศึกษาปกติ สำหรับการลงทะเบียนเรียนไม่เต็มเวลา
- ๑๙.๒.๑.๕ การศึกษาเพื่อปริญญาที่สอง สำเร็จการศึกษาได้ไม่ก่อน ๒ ภาคการศึกษาปกติ สำหรับการลงทะเบียนเรียนเต็มเวลา และไม่ก่อน ๓ ภาคการศึกษาปกติ สำหรับการลงทะเบียนเรียนไม่เต็มเวลา
- ๑๙.๒.๒ นิสิตที่ขอเทียบโอนรายวิชาต้องใช้เวลาศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยนเรศวรอย่างน้อย ๑ ปีการศึกษา
- ๑๙.๒.๓ มีค่าระดับชั้นสะสมเฉลี่ยตลอดหลักสูตรไม่น้อยกว่า ๒.๐๐
- ๑๙.๒.๔ ได้รับการทดสอบความรู้ภาษาอังกฤษ และความรู้ด้านคอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีสารสนเทศ
- ๑๙.๓ นิสิตที่จะได้รับการเสนอชื่อให้ได้รับปริญญาเกียรตินิยม นอกจากเป็นผู้มีคุณสมบัติตามที่กำหนดไว้ในข้อ ๑๙.๒ แล้ว ต้องมีคุณสมบัติเพิ่มเติมดังต่อไปนี้

๓๔.๓.๑ มีค่าระดับชั้นสะสมเฉลี่ยตลอดหลักสูตรตั้งแต่ ๓.๕๐ ขึ้นไป จะได้รับเกียรตินิยมอันดับหนึ่ง แต่ถ้ามีค่าระดับชั้นสะสมเฉลี่ยตลอดหลักสูตรตั้งแต่ ๓.๒๕ ถึง ๓.๔๙ จะได้รับเกียรตินิยมอันดับสอง

๓๔.๓.๒ ไม่เคยได้รับระดับชั้น F หรืออักษร U และต้องไม่ลงทะเบียนเรียนซ้ำในรายวิชาใด

๓๔.๓.๓ กรณีเป็นนิสิตที่มีการขอเทียบโอนผลการเรียน จำนวนหน่วยกิต ต้องไม่เกิน ๓ ใน ๖ ของจำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร

ข้อ ๒๐ การอนุมัติปริญญา สภามหาวิทยาลัยนครสวรรค์จะพิจารณาอนุมัติปริญญาเมื่อสิ้นทุกภาคการศึกษา ยกเว้น กรณีที่นิสิตไม่สำเร็จการศึกษาตามแผนการเรียนที่หลักสูตรกำหนดให้อนุมัติในวันที่มีผลการเรียนโดยสมบูรณ์ในภาคการศึกษานั้นๆ และนิสิตต้องมีสถานภาพการเป็นนิสิตด้วย

ข้อ ๒๑ การให้รางวัลแก่ผู้เรียนดี

๒๑.๑ รางวัลเรียนดีประจำปี มหาวิทยาลัยจะมอบเกียรติบัตรให้กับนิสิตที่มีผลการเรียนดีประจำปีการศึกษาหนึ่งๆ โดยลงทะเบียนเรียนสองภาคการศึกษาปกติ ในปีการศึกษานั้น ไม่น้อยกว่า ๓๒ หน่วยกิต ไม่เคยได้รับระดับชั้น F หรือ อักษร U และต้องมีค่าระดับชั้นสะสมเฉลี่ย ในปีการศึกษานั้นๆ ๓.๗๕ ขึ้นไป นิสิตปีสุดท้ายของหลักสูตรไม่อยู่ในข่ายของสิทธิได้รับรางวัลเรียนดี

๒๑.๒ รางวัลเรียนดีตลอดหลักสูตร นิสิตที่เรียนดีตลอดหลักสูตร ได้รับปริญญา เกียรตินิยมอันดับหนึ่งและมีผลการเรียนเฉลี่ยสะสม ๓.๗๕ ขึ้นไป มีสิทธิได้รับรางวัลเหรียญทอง

ข้อ ๒๒ การประกันคุณภาพของหลักสูตร ให้ทุกหลักสูตรกำหนดระบบการประกันคุณภาพของหลักสูตร โดยมีองค์ประกอบในการประกันคุณภาพอย่างน้อย ๖ ด้าน คือ

๒๒.๑ การกำกับมาตรฐาน

๒๒.๒ บัณฑิต

๒๒.๓ นักศึกษา

๒๒.๔ อาจารย์

๒๒.๕ หลักสูตร การเรียนการสอน การประเมินผู้เรียน

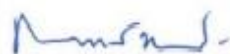
๒๒.๖ สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

ข้อ ๒๓ การพัฒนาหลักสูตร ให้ทุกหลักสูตรพัฒนาหลักสูตรให้ทันสมัย โดยมีการประเมินและรายงานผลการดำเนินการของหลักสูตรทุกปีการศึกษา เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงพัฒนาหลักสูตรเป็นระยะๆ อย่างน้อยตามรอบระยะเวลาของหลักสูตร หรือทุกรอบ ๕ ปี

ข้อ ๒๔ นิสิตที่เข้าศึกษาจนจบชั้นนี้ ก็ให้ใช้ข้อบังคับนั้นต่อไปจนสำเร็จการศึกษา

ข้อ ๒๕ ให้อธิการบดีรักษาการให้เป็นไปตามข้อบังคับนี้และเพื่อการนี้ให้มีอำนาจประกาศได้ การใดที่มีได้กำหนดไว้ในข้อบังคับนี้ หรือไม่เป็นไปตามข้อบังคับนี้ ให้อธิการบดีมีอำนาจวินิจฉัยสั่งการตามที่เห็นสมควร แล้วรายงานให้สภามหาวิทยาลัยทราบ

ประกาศ ณ วันที่ ๓๐ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๕๔



(ศาสตราจารย์ ดร. นพ. กระแส ชนะวงศ์)

นายกสภามหาวิทยาลัยนครสวรรค์

ภาคผนวก ซ

ประกาศคณะกรรมการการอุดมศึกษา

เรื่อง

แนวทางการปฏิบัติตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ
เกี่ยวกับสมรรถนะดิจิทัลสำหรับคุณวุฒิระดับปริญญาตรี



ประกาศคณะกรรมการการอุดมศึกษา
เรื่อง แนวทางการปฏิบัติตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ
เกี่ยวกับสมรรถนะดิจิทัลสำหรับคุณวุฒิระดับปริญญาตรี

ตามที่ได้มีประกาศคณะกรรมการการอุดมศึกษา เรื่อง แนวทางการปฏิบัติตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๒ ลงวันที่ ๑๖ กรกฎาคม ๒๕๕๒ เพื่อเป็นแนวทางให้สถาบันอุดมศึกษาใช้ในการพัฒนาหรือปรับปรุงหลักสูตร การจัดการเรียนการสอน และการพัฒนาคุณภาพการจัดการศึกษา ให้สามารถผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพตามเจตนารมณ์ของประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๒

เพื่อให้สอดคล้องกับทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ ๒๑ แนวคิดการศึกษาไทย ๔.๐ และกรอบการผลิตและพัฒนากำลังคนเพื่อรองรับดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ของคณะอนุกรรมการวางแผนการผลิตและพัฒนาากำลังคนเพื่อรองรับดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม คณะกรรมการการอุดมศึกษา ในการประชุมครั้งที่ ๑๗/๒๕๖๑ เมื่อวันที่ ๓๒ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๑ จึงกำหนดแนวทางในการจัดทำมาตรฐานผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ โดยให้นำสมรรถนะดิจิทัลสำหรับคุณวุฒิระดับปริญญาตรีมาเป็นแนวทางในการกำหนดมาตรฐานผลการเรียนรู้ด้านที่ ๕ ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ดังนี้

สมรรถนะดิจิทัลสำหรับคุณวุฒิระดับปริญญาตรี		
ด้าน	ระดับที่จำเป็น	ระดับสูง
๑. การสืบค้นและใช้งาน	- สามารถใช้เครื่องมือต่างๆ เพื่อสืบค้นข้อมูลที่เกี่ยวข้อง รู้วิธีใช้ตัวกรองเพื่อจำกัดผลลัพธ์ (เช่น การค้นหารูปภาพ วิดีโอ หรือสื่อรูปแบบอื่นๆ) - รู้วิธีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลต่างๆ - รู้วิธีการจัดระบบ และแบ่งปันทรัพยากร (เช่น เครื่องมือ bookmarking) และตระหนักถึงประเด็นต่างๆ เรื่องลิขสิทธิ์และประเด็นการคัดลอกผลงาน	สามารถใช้เครื่องมือสืบค้นขั้นสูงสำหรับระบบห้องสมุดและแหล่งเก็บข้อมูลออนไลน์ได้อย่างชำนาญ และติดตามข้อมูลหรือทรัพยากรเฉพาะด้านได้ เข้าใจข้อจำกัดด้านลิขสิทธิ์ ระหนักถึงสิทธิรูปแบบอื่นๆ เช่น ครีเอทีฟคอมมอนส์ (Creative Commons) และสามารถ (หรือรู้วิธี) แชร์แพร่ และแบ่งปันสิ่งต่างๆ ทางออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
๒. การสร้างสรรค์และนวัตกรรม	- สามารถผลิต (และได้ผลิต) สื่อดิจิทัล เช่น กราฟิก คลิปวิดีโอหรือคลิปเสียง และการบันทึกภาพหน้าจอ เป็นต้น - สามารถเรียนรู้หลักการพื้นฐานได้ตามคำแนะนำและสามารถทดลองทำได้	- สามารถผลิต (และได้ผลิต) ทรัพยากรดิจิทัลและมีเดียเพื่อวัตถุประสงค์ที่หลากหลาย รวมถึงการนำเสนอในรูปแบบอินโฟกราฟิก เสียง และวิดีโอ ฯลฯ รวมทั้งรู้แหล่งที่มาและปรับแต่ง อาทิ แหล่งทรัพยากรการศึกษาแบบเปิด (Open Education Resource (OER)) - มีประสบการณ์การใช้เครื่องมือสร้างสรรค์และแก้ไขแบบปฏิสัมพันธ์ได้ตอบ

สมรรถนะดิจิทัลสำหรับคุณวุฒิระดับปริญญาตรี		
ด้าน	ระดับที่จำเป็น	ระดับสูง
๓. เอกลักษณ์และ คุณภาพชีวิต	- ตระหนักถึงประเด็นความปลอดภัยออนไลน์ รวมถึงการปกป้องข้อมูลและภาพลักษณ์ส่วนบุคคล - ใช้คุณลักษณะด้านความปลอดภัย เช่น ซอฟต์แวร์ด้านไวรัส และการตั้งค่าความมั่นคงปลอดภัยบนอุปกรณ์ รวมทั้งข้อมูลส่วนตัวบนสื่อสังคมออนไลน์ - รู้จักสิ่งจำเป็นพื้นฐานสำหรับการป้องกันข้อมูล - ระวังการฉ้อโกงและโครงการในการแบ่งปันข้อมูลกับผู้อื่น และในการมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นๆ ทางออนไลน์	
๔. การสอน หรือ การเรียนรู้	- สามารถใช้เทคโนโลยีที่หลากหลายอย่างสะดวกสบายในการเรียนรู้ - สามารถคิดตั้งและใช้ซอฟต์แวร์ รวมถึงแอปพลิเคชันที่เป็นประโยชน์บนอุปกรณ์ส่วนตัวทั้งโทรศัพท์มือถือหรือแท็บเล็ต เพื่อช่วยในการรวบรวมและจัดระเบียบบันทึกข้อมูลในการใช้งานส่วนบุคคล	สามารถใช้เทคโนโลยีในการเรียนรู้ได้อย่างมั่นใจ รวมทั้งเครื่องมือสำหรับการอ้างอิง การผลิตงานนำเสนอ การเชื่อมโยง และการแบ่งปันความคิด และแหล่งทรัพยากรการเรียนรู้ สามารถใช้เทคโนโลยีช่วยทดสอบความก้าวหน้าในการเรียนรู้และความเข้าใจเรื่องที่ศึกษา
๕. เครื่องมือ และ เทคโนโลยี	สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่หลากหลายได้อย่างคุ้นเคย และใช้คำศัพท์เฉพาะได้พอสมควร	สามารถติดตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยีอุบัติใหม่ อาทิ กรีนเทคโนโลยี (Green technology) เอนเนอจีเซฟวิ่ง (Energy saving) และสามารถนำมาใช้งานได้ อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
๖. การติดต่อสื่อสาร และการ ประสานงาน	สามารถใช้เครื่องมือที่หลากหลายได้อย่างสะดวกสบายเพื่อการสนทนาและทำงานร่วมกับผู้อื่นแบบออนไลน์ รวมถึงการแบ่งปันเอกสารและหรือข้อคิดเห็น การประชุมทางไกล (video-conferencing) และการเข้าร่วมสัมมนาผ่านเว็บไซต์ การสัมมนาผ่านเครื่องมือและช่องทางที่หลากหลาย	

หมายเหตุ

ระดับที่จำเป็น หมายถึง ทักษะพื้นฐานสำหรับคุณวุฒิระดับปริญญาตรีทุกหลักสูตร

ระดับสูง หมายถึง ทักษะเพิ่มเติมขั้นสูงที่เข้มข้นขึ้นสำหรับคุณวุฒิระดับปริญญาตรี

ประกาศ ณ วันที่ ๑๒ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๓



(ศาสตราจารย์วิชัย วีระจตุต)

รองประธานกรรมการ

ปฏิบัติหน้าที่ประธานกรรมการการอุดมศึกษา

ภาคผนวก ณ

เปลี่ยนแปลงคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาวัฒนธรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์
หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2562



คำสั่งมหาวิทยาลัยนเรศวร

ที่ ๐๔๔๐๑/2561

เรื่อง เปลี่ยนแปลงคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตร หลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต
สาขาวิชานวัตกรรม และการตลาดเชิงสร้างสรรค์ หลักสูตรใหม่ 2562
คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร

ตามที่ มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้มีนโยบายให้ทุกคณะดำเนินการจัดทำหลักสูตรใหม่ และปรับปรุงหลักสูตรตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (TQF) พ.ศ. 2552 และเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2558 เพื่อให้ใช้หลักสูตรดังกล่าวกับนิสิตที่เข้าศึกษาในปีการศึกษา 2562 เป็นต้นไป คณะได้ดำเนินการจัดทำรายละเอียดหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดและนวัตกรรม แล้วคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตรเสนอให้เปลี่ยนแปลงชื่อหลักสูตรและสาขาวิชาเป็นหลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรม และการตลาดเชิงสร้างสรรค์ หลักสูตรใหม่ 2562 ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ ฉะนั้น อาศัยอำนาจความตามมาตรา 17 มาตรา 20 และมาตรา 37 แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยนเรศวร พ.ศ. 2533 จึงขอเปลี่ยนแปลงคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตร ดังนี้

เปลี่ยนแปลงชื่อหลักสูตรและสาขาวิชา

จากเดิม	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดและนวัตกรรม
เปลี่ยนเป็น	หลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรม และการตลาด เชิงสร้างสรรค์

ทั้งนี้ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2561 เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๒๖ กรกฎาคม พ.ศ. 2561

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา จันทร์ศิลา)

รองอธิการบดี ปฏิบัติราชการแทน

อธิการบดีมหาวิทยาลัยนเรศวร



คำสั่งมหาวิทยาลัยนเรศวร

ที่ ๑๕๕๑ / 2560

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตร หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาดและนวัตกรรม (สหวิทยาการ) หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2561
คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร

ตามที่ มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้มีนโยบายให้ทุกคณะดำเนินการจัดทำหลักสูตรใหม่ และปรับปรุงหลักสูตรตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (TQF) พ.ศ. 2552 เพื่อให้ใช้หลักสูตรดังกล่าวกับนิสิตที่เข้าศึกษาในปีการศึกษา 2561 เป็นต้นไป ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินการพัฒนาหรือปรับปรุงรายละเอียดของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดและนวัตกรรม (สหวิทยาการ) หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2561 ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ ฉะนั้น อาศัยอำนาจความตามมาตรา 17 มาตรา 20 และมาตรา 37 แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยนเรศวร พ.ศ. 2533 จึงแต่งตั้งบุคคลดังต่อไปนี้ เป็นคณะกรรมการหลักสูตรตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (TQF) ดังนี้

ที่ปรึกษา

1. อธิการบดีมหาวิทยาลัยนเรศวร
2. รองอธิการบดี(รองศาสตราจารย์ ดร.รสริน ว่องวิไลรัตน์)
3. คณบดีคณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร
4. รองคณบดีฝ่ายวิชาการ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร

หน้าที่ ให้คำปรึกษาด้านต่าง ๆ ให้การพัฒนาเพื่อปรับปรุงรายละเอียดของหลักสูตร ดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (TQF) พ.ศ. 2552 และสำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดและนวัตกรรม (สหวิทยาการ) หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2561

คณะกรรมการร่างหลักสูตร

1. ผศ.จิตติคุณ	วิณะ	อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	ประธานกรรมการ
2. นายกิตติพงษ์	วีระเดชะ	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก	กรรมการ
3. ดร.จันทิรา	จันทร์โณ	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก	กรรมการ
4. นายปรเมษฐ์	คำชู	อาจารย์ประจำหลักสูตร	กรรมการ
5. ผศ.ร.อ.หญิงวชิรา	พันธุ์โพธิ์โรจน์	อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	กรรมการและเลขานุการ
6. นางสาววิภา	ระดวง		ผู้ช่วยเลขานุการ

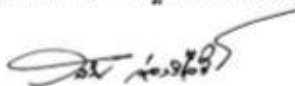
คณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตร

1. รศ. อรพิน	สันติธีรากุล	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก	ประธานกรรมการ
2. ดร.คันสนา	สิริตาม	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก	กรรมการ
3. ผศ.ดร.อรรถไกร	พันธุ์ภักดี	อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	กรรมการ
4. ดร.ยติศักดิ์	โชติธรรมธรา	อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	กรรมการ
5. ดร.อุทุมลักษณ์	ศรีวิชฌม	อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	กรรมการและเลขานุการ

หน้าที่ จัดทำหลักสูตรให้สอดคล้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (TQF) พ.ศ. 2552 หรือมาตรฐานสาขาวิชา (ถ้ามี)

ทั้งนี้ตั้งแต่วันที่ 18 กรกฎาคม พ.ศ. 2560 เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ 18 กรกฎาคม พ.ศ. 2560



(รองศาสตราจารย์ ดร.วรินทร์ ว่องวิไลรัตน์)

รองอธิการบดี ปฏิบัติราชการแทน

อธิการบดีมหาวิทยาลัยนเรศวร

ภาคผนวก ญ

มติสภามหาวิทยาลัยอนุนัติ

หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชานวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์

หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2563

รายงานการประชุมสภามหาวิทยาลัยนเรศวร

ครั้งที่ 261 (5/2562)

วันอาทิตย์ที่ 26 พฤษภาคม 2562

เวลา 09.00 น.

ณ ห้องประชุมสุพรรณกัลยา 3 อาคารสำนักงานอธิการบดี ชั้น 3 มหาวิทยาลัยนเรศวร

รายนามกรรมการผู้มาประชุม

1. ศาสตราจารย์นายแพทย์ ดร.กระแสด	ชณะวงศ์	นายกสภามหาวิทยาลัย ประธานที่ประชุม
2. พลเอก ดร.ศิริ	ทิวะพันธุ์	อุปนายกสภามหาวิทยาลัย
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษ ดร.ปรีชา	เรืองจันทร์	กรรมการสภา ผู้ทรงคุณวุฒิ
4. รองศาสตราจารย์ ดร.วรากรณ์	สามโกเศศ	กรรมการสภา ผู้ทรงคุณวุฒิ
5. ศาสตราจารย์ ดร.สมชาติ	โสภณรณฤทธิ์	กรรมการสภา ผู้ทรงคุณวุฒิ
6. นางจรรุพันธ์	อิงภรณ์	ประธานกรรมการส่งเสริมฯ
7. ศาสตราจารย์พิเศษ ดร.กาญจนา	นารังษี	อธิการบดี
8. รองศาสตราจารย์ ดร.สำราญ	มีแจ้ง	กรรมการสภา ประเภทผู้บริหาร
9. รองศาสตราจารย์นายแพทย์ศิริเกษม	ศิริลักษณ์	กรรมการสภา ประเภทผู้บริหาร
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันต์	จันทร์สมศักดิ์	กรรมการสภา ประเภทผู้บริหาร
11. รองศาสตราจารย์ ดร.ภิกษิณี	ชาญวิทย์	กรรมการสภา ประเภทอาจารย์
12. รองศาสตราจารย์ ดร.ชไมพร	กาญจนกิจสกุล	กรรมการสภา ประเภทอาจารย์
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เนตรนภิส	วรรณิสสร	ประธานสภาอาจารย์
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิรธ	บุญยรัตพันธุ์	กรรมการและเลขานุการสภา
15. นายประจักษ์	เมฆสุธิพิทักษ์	ผู้ช่วยเลขานุการสภา
16. นางนิพัทธ์	เกษมพร	ผู้ช่วยเลขานุการสภา
17. นางสาวอิตดาวลัย	ชูสาย	ผู้ช่วยเลขานุการสภา
18. นางศิริมาศ	เสนารักษ์	ผู้ช่วยเลขานุการสภา

รายนามกรรมการผู้ไม่มาประชุม

1. ศาสตราจารย์เกียรติคุณ นายแพทย์บุญชอบ พงษ์พาณิชย์ กรรมการสภา ผู้ทรงคุณวุฒิ
2. ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.มรกต ดันดีเจริญ กรรมการสภา ผู้ทรงคุณวุฒิ

ระเบียบวาระที่ 5 เรื่องเสนอเพื่อพิจารณาเชิงนโยบาย

ระเบียบวาระที่ 5.1 การขออนุมัติหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2563 ของคณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร

1. สรุปเรื่อง

ด้วยคณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร ขอเสนอหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรม และการตลาดเชิงสร้างสรรค์ หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2563 ซึ่งคณะกรรมการสภาวิชาการ ในการประชุม ครั้งที่ 4/2562 เมื่อวันที่ 2 เมษายน 2562 ได้พิจารณาให้ความเห็นชอบเรียบร้อยแล้ว

2. ข้อมูลเพื่อประกอบการพิจารณา

2.1 ชื่อหลักสูตร

ภาษาไทย : หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมและการตลาด
เชิงสร้างสรรค์
ภาษาอังกฤษ : Bachelor of Science Program in Innovation and Creative
Marketing

2.2 ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

ชื่อเต็ม : วิทยาศาสตรบัณฑิต (นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์)
Bachelor of Science (Innovation and Creative Marketing)
ชื่อย่อ : วท.บ. (นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์)
B.S. (Innovation and Creative Marketing)

2.3 ปรัชญาของหลักสูตร

มุ่งสร้างบัณฑิตทางด้านนวัตกรรมการตลาดที่มีการเชื่อมโยงเหตุและผล สามารถบูรณาการความรู้ที่ครอบคลุมทั้งด้านวิทยาศาสตร์ สังคมศาสตร์ และบริหารธุรกิจ ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก ตลอดจนมีความคิดสร้างสรรค์ สามารถนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการทางตลาด เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กรอย่างยั่งยืนและพัฒนาคุณภาพทางการแข่งขันของประเทศไทย

2.4 วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

- 1) เพื่อผลิตบัณฑิตที่เป็นผู้มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ทางด้านวิศวกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์เพื่อตอบสนองความต้องการของอุตสาหกรรมและความต้องการของประเทศ
- 2) เพื่อพัฒนาให้มีขีดความสามารถในการพัฒนาระบบความคิดและการเรียนรู้ทั้งในด้านโมโนทัศน์ กระบวนการทัศน์ เพื่อประยุกต์ใช้ความรู้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด
- 3) สามารถปรับตัวและใช้องค์ความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก
- 4) มีความสามารถในการทำงานเป็นทีม โดยประยุกต์ใช้องค์ความรู้ในการสร้างสรรค์ผลงานที่อยู่บนพื้นฐานเหตุผลและผลตามหลักวิทยาศาสตร์

2.5 รูปแบบของหลักสูตร

1. เป็นหลักสูตรระดับ 2 ปี (หลักสูตร 4 ปี) ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิแห่งชาติ ระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2552
2. จัดการเรียนการสอนเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
3. รับเฉพาะนิสิตชาวไทย

2.6 โครงสร้างหลักสูตร

หมวดวิชา		เกณฑ์ ศอ. พ.ศ. 2558 (หน่วยกิต)	หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2563 (หน่วยกิต)
1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	ไม่น้อยกว่า	30	30
1.1 วิชาบังคับ			30
1.1.1 กลุ่มวิชาภาษา	ไม่น้อยกว่า		12
1.1.2 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์	ไม่น้อยกว่า		6
1.1.3 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์	ไม่น้อยกว่า		6
1.1.4 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์	ไม่น้อยกว่า		6
2.1 วิชาบังคับไม่บังคับหน่วยกิต			1
2.1.1 กลุ่มวิชาพลานามัย			
2. หมวดวิชาเฉพาะ	ไม่น้อยกว่า	72	97
2.1 วิชาพื้นฐานวิชาชีพ			9
2.2 วิชาเฉพาะด้าน			26
2.3 วิชาเฉพาะด้าน			56
2.3.1 วิชาบังคับ			44
1) กลุ่มวิชาชีพวิศวกรรมและการตลาด			37

หมวดวิชา	เกณฑ์ คร. พ.ศ. 2558 (หน่วยกิต)	หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2563 (หน่วยกิต)
2) กลุ่มโครงการและการสืบนา		7
2.3.2 วิชาเลือก		12
2.4 สาขาวิชา/นิเทศ/นิเทศ/นิเทศ/นิเทศ/นิเทศ		6
3. หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า		6
รวมจำนวนหน่วยกิตตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า	120	133

2.7 แผนการรับนิสิต

นิสิตชั้นปี	ปีการศึกษา				
	2563	2564	2565	2566	2567
ชั้นปีที่ 1	40	40	40	40	40
ชั้นปีที่ 2	-	40	40	40	40
ชั้นปีที่ 3	-	-	40	40	40
ชั้นปีที่ 4	-	-	-	40	40
รวม	40	80	120	160	160
สำเร็จการศึกษา	-	-	-	40	40

3. ข้อเสนอเพื่อพิจารณา

ฝ่ายเลขานุการ จึงนำเสนอเพื่อพิจารณาหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2563 ของคณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร

4. การอภิปราย

1. รองศาสตราจารย์ ดร.ชไมพร กาญจนกิจสกุล กรรมการสภา ประภทอาจารย์ ได้ให้ข้อสังเกตว่า ชื่อของหลักสูตร "วิทยาศาสตรบัณฑิต" ซึ่งหลักสูตรดังกล่าวต้องมีการเรียนวิชาเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์หรือไม่ เหตุใดจึงไม่ใช้ชื่อหลักสูตร "ศิลปศาสตรบัณฑิต"

2. รองศาสตราจารย์ ดร.วรากรณ์ สามโกเศศ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

1) เหตุใดชื่อของหลักสูตรต้องเป็น "วิทยาศาสตร์บัณฑิต" เนื่องจากหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต มีเงื่อนไขอยู่

2) ในการผลิตบัณฑิตสาขาวิชานวัตกรรมการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ที่คณะมีแผนจะเชิญอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิจากภายนอกมาสอน เช่น นักการตลาดออนไลน์ นักการตลาดอสังหาริมทรัพย์ นักวิเคราะห์ข้อมูลนักธุรกิจ เป็นต้น จึงการดำเนินการดังกล่าวอาจใช้ต้นทุนสูง คณะควรมีการทบทวนการบริหารจัดการทางการเงิน เพื่อให้เกิดความคุ้มค่า

3) ให้ตรวจสอบจากสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) ว่าสามารถใช้ชื่อของหลักสูตรเป็น "วิทยาศาสตร์บัณฑิต" ได้หรือไม่

3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันต์ จันทร์เทศศักดิ์ กรรมการสภา ประสาทผู้บริหาร

หลักสูตร "วิทยาศาสตร์บัณฑิต" ได้ระบุไว้ในเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับอุดมศึกษา ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา หรือไม่

4. รองศาสตราจารย์นายแพทย์ศิริเกษม ศิริลักษณ์ กรรมการสภา ประสาทผู้บริหาร

ได้ชื่นชมแนวคิดในการจัดทำหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการตลาดเชิงสร้างสรรค์ของคณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร โดยขอให้เพิ่มเติม ดังนี้

1) ขอให้เน้นการจัดการเรียนรู้ที่เน้นการปฏิบัติงานจริงจากแหล่งฝึกที่มีอยู่ทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย

2) ควรพิจารณาความเชื่อมโยงการตลาดเชิงสร้างสรรค์กับการดูแลสุขภาพ (health care) ของโรงพยาบาล เนื่องจากอาจารย์ประจำหลักสูตรมีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับการบริหารโรงพยาบาล

5. ศาสตราจารย์นายแพทย์ ดร.กระแสด ชนวงษ์ นายกณภพมหาวิทยาลัย ได้ให้ข้อเสนอแนะว่าหลักสูตรดังกล่าวเป็นลักษณะการแข่งขันทางการตลาด แต่หากเพิ่มในเรื่องของ Common Sense จะมีความน่าสนใจมากขึ้น

5. มติที่ประชุม

1. อนุมัติหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการตลาดเชิงสร้างสรรค์ หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2563 ของคณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร

2. กรรมการสภามหาวิทยาลัยได้ให้ข้อเสนอแนะ ดังนี้-

1) ให้คณะประสานกับสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเกี่ยวกับชื่อหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต

2) ควรตรวจสอบชื่อของหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ว่าต้องมีการเรียนวิชาเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์หรือไม่

- 3) ควรมีการทบทวนการบริหารจัดการทางการเงินเกี่ยวกับการเชิญอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิจากภายนอกมาสอน
- 4) ควรเน้นการจัดการเรียนรู้ที่เน้นการปฏิบัติจริงจากแหล่งฝึกที่มีอยู่ทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย
- 5) ควรพิจารณาความเชื่อมโยงการตลาดเชิงสร้างสรรค์กับการดูแลสุขภาพ (health care) ของโรงพยาบาล เนื่องจากอาจารย์ประจำหลักสูตรมีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับการบริหารโรงพยาบาล

ระเบียบวาระที่ 6 เรื่องพิจารณาทั้ทั้ง

- ไม่มี -

ระเบียบวาระที่ 7 เรื่องพิจารณางานประจำ

ระเบียบวาระที่ 7.1 การขออนุมัติแต่งตั้งคณะกรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัย (กองกลาง)

1. สรุปเรื่อง

ตามที่ สภามหาวิทยาลัยนครสวรรค์ ในการประชุมครั้งที่ 258 (2/2562) เมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2562 มีมติแต่งตั้ง นางจันทิมา ชื่นภักดิ์ ดำรงตำแหน่งประธานกรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัยนครสวรรค์ ตั้งแต่วันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2562 เป็นต้นไป นั้น

เพื่อให้เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยนครสวรรค์ ว่าด้วย คณะกรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัยนครสวรรค์ พ.ศ. 2561 ข้อ 5 (2) ประธานกรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัยนครสวรรค์ จึงได้เสนอชื่อ คณะกรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัย จำนวน 6 คน เพื่อให้สภามหาวิทยาลัยพิจารณาแต่งตั้ง ดังนี้

1. นายสุวิทย์ สุขเกษม ที่ปรึกษาและกรรมการ บริษัท อดิสรณ์ ฟิล์มโฮมเมอส์ จำกัด
2. นายวิศิษฐ์ วัฒนศิริกุล ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท อดิสรณ์ ฟิล์มโฮมเมอส์ จำกัด
3. ศ.ดร.ภรณ์ วัฒนโธมส กรรมการผู้จัดการ บริษัท ไทยโฮมเมอส์ แออร์คไนท์ จำกัด
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวิธาน พิลมาโงวโรย อาจารย์ประจำหลักสูตรการจัดการภูมิวัฒนธรรม วิทยาลัยโพนพิสัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2. มติที่ประชุม

รับทราบ "การรับทราบรายงานสรุปผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2562 มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ รอบ 6 เดือน (ระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม 2561 – 31 มีนาคม 2562)"

ระเบียบวาระที่ 9 เรื่องอื่น ๆ

ระเบียบวาระที่ 9.1 กำหนดการประชุมสภามหาวิทยาลัยครั้งต่อไป

เนื่องจากมีวาระเร่งด่วน มหาวิทยาลัยจึงขอกำหนดการประชุมสภามหาวิทยาลัย ในวันอาทิตย์ที่ 16 มิถุนายน 2562 เวลา 09.00 น. ณ ห้องทิพย์นภาลัย ชั้น 1 โรงแรมมิโด (Mido Hotel) กรุงเทพมหานคร

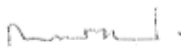
ปิดประชุม เวลา 12.00 น.


 (นางสาวสุดารัตน์ สิงห์เดช)
 เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป
 ผู้จัดรายการการประชุม


 (นางศิริมาศ เสนารักษ์)
 ผู้อำนวยการกองกลาง
 ผู้ช่วยเลขานุการสภามหาวิทยาลัย


 (นางสาววาสนา นุชท่าโพ)
 วิชาการในตำแหน่ง หัวหน้างานกิจการสภามหาวิทยาลัย
 ผู้ตรวจรายการประชุม


 (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิเชฐ นุชท่าโพ)
 กรรมการและเลขานุการสภามหาวิทยาลัย


 (ศาสตราจารย์นายแพทย์ ดร.กระแส ชนธวงค์)
 นายกสภามหาวิทยาลัยนครสวรรค์
 ประธานที่ประชุม