



หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด
(หลักสูตรนานาชาติ)

หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2565

คณะกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยชินวัตร

สารบัญ

เรื่อง	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. อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา	2
9. ชื่อ ตำแหน่ง และคุณวุฒิการศึกษาของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	3
10. สถานที่จัดการเรียนการสอน	3
11. สถานการณ์ภายนอกหรือการพัฒนาที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนหลักสูตร	4
12. ผลกระทบจากข้อ 11 ต่อการพัฒนาหลักสูตรและความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน.....	5
13. ความสัมพันธ์กับหลักสูตรอื่น ที่เปิดสอนในคณะ/ภาควิชาอื่นของสถาบัน	5
หมวดที่ 2. ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร	6
1. ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร	6
2. แผนพัฒนาปรับปรุง	6
หมวดที่ 3. ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร	8
1. ระบบการจัดการศึกษา.....	8
2. การดำเนินการหลักสูตร	8
3. หลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน.....	10
4. องค์ประกอบเกี่ยวกับประสบการณ์ภาคสนาม	33
5. ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงการหรืองานวิจัย (ถ้ามี).....	33
หมวดที่ 4. ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล	34
1. การพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา.....	34
2. การพัฒนาผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน	35
3. แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา	39
(CURRICULUM MAPPING)	

หมวดที่ 5. หลักเกณฑ์ในการประเมินผลนักศึกษา	46
1. กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน.....	46
2. กระบวนการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา.....	46
3. เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร.....	46
หมวดที่ 6. การพัฒนาคณาจารย์	47
1. การเตรียมการสำหรับอาจารย์ใหม่.....	47
2. การพัฒนาความรู้และทักษะให้แก่อาจารย์.....	47
หมวดที่ 7. การประกันคุณภาพหลักสูตร	48
1. การบริหารหลักสูตร.....	48
2. การบริหารทรัพยากรการเรียนการสอน.....	48
3. การบริหารคณาจารย์.....	48
4. การบริหารบุคลากรสนับสนุนการเรียนการสอน.....	49
5. การสนับสนุนและการให้คำแนะนำนักศึกษา.....	49
6. ความต้องการของตลาดแรงงาน สังคม และ/หรือความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต.....	49
7. ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน (KEY PERFORMANCE INDICATORS).....	50
หมวดที่ 8. การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของหลักสูตร	51
1. การประเมินประสิทธิผลของการสอน.....	51
2. การประเมินหลักสูตรในภาพรวม.....	51
3. การประเมินผลการดำเนินงานตามรายละเอียดหลักสูตร.....	51
4. การทบทวนผลการประเมินและวางแผนปรับปรุง.....	51
ภาคผนวก	52
ภาคผนวก ก ประวัติอาจารย์ประจำหลักสูตร.....	53
ภาคผนวก ข ระเบียบมหาวิทยาลัยชินวัตร ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ.2554.....	62
ภาคผนวก ค ข้อกำหนดมหาวิทยาลัยชินวัตร.....	74
ภาคผนวก ง คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรนานาชาติ).....	105

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรนานาชาติ)
หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2565

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยชินวัตร
คณะ/ภาควิชา คณะการจัดการ

หมวดที่ 1. ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อหลักสูตร

ภาษาไทย: หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
(หลักสูตรนานาชาติ)
ภาษาอังกฤษ: Bachelor of Business Administration in Marketing (International Program)

2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

ชื่อเต็ม (ภาษาไทย): บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)
ชื่อย่อ (ภาษาไทย): บธ.บ. (การตลาด)
ชื่อเต็ม (ภาษาอังกฤษ): Bachelor of Business Administration (Marketing)
ชื่อย่อ (ภาษาอังกฤษ): B.B.A (Marketing)

3. วิชาเอก

ไม่มี

4. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร

132 หน่วยกิต

5. รูปแบบของหลักสูตร

5.1 รูปแบบ

หลักสูตรระดับปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปี

5.2 ภาษาที่ใช้

ภาษาอังกฤษ

5.3 การรับเข้าศึกษา

รับทั้งนักศึกษาไทยและนักศึกษาต่างประเทศ ที่สามารถพูด ฟัง อ่าน เขียน และเข้าใจภาษาอังกฤษ

5.4 ความร่วมมือกับสถาบันอื่น

ไม่มี

5.5 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา

ให้ปริญญาเพียงสาขาวิชาเดียว

6. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

- เป็นหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559
- คณะกรรมการวิชาการเห็นชอบในการประชุมครั้งที่ 3/2565 เมื่อวันที่ 9 มีนาคม 2565
- คณะกรรมการบริหารเห็นชอบในการประชุมครั้งที่ 3/2565 เมื่อวันที่ 9 มีนาคม 2565
- สภามหาวิทยาลัย อนุมัติหลักสูตรในการประชุมครั้งที่ 2/2565 วันที่ 23 มีนาคม 2565
- เปิดสอน ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษาที่ 2565

7. ความพร้อมในการเผยแพร่หลักสูตรที่มีคุณภาพและมาตรฐาน

หลักสูตรมีความพร้อมเผยแพร่ว่าเป็นหลักสูตรที่มีคุณภาพและมาตรฐาน ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552 ในปีการศึกษา 2566

8. อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

- เจ้าของกิจการ อาชีพอิสระ ธุรกิจส่วนตัว
- นักบริหารทั่วไป นักบริหารทรัพยากรมนุษย์
- นักพัฒนาองค์กร
- บุคลากรในสถาบันทั้งในภาครัฐและเอกชน
- ปฏิบัติงานในองค์กรทั้งภายในและต่างประเทศ

ชื่อ ตำแหน่ง และคุณวุฒิการศึกษาของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	คุณวุฒิ (สาขาวิชา), สถาบันการศึกษา	ปีที่สำเร็จ การศึกษา
1. ดร. ทิพวรรณ เลิศอรรถกรกิจ	อาจารย์	- Ph.D. of Business Administration (Marketing), Assumption University	2564
		- M.B.A. (Marketing), National Institute of Development Administration	2548
		- B.A. (Mass Communication), Ramkamhaeng University	2549
		- B.S. (Information Technology), Assumption University	2543
2. ผศ. ดร. ธีร์ธวัช นุกุลกิจ	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์	- Doctor of Business Administration, Pathumthani University	2021
		- Master of Business Administration, Pathumthani University	2011
		- Bachelor of Business Administration Program in Marketing, Pathumthani University	2009
3. Dr. Pratikshya Bhandari	อาจารย์	-Ph.D. in Management, Shinawatra University	2564
		-Master in Business Studies, Prithivi Narayan Campus, Nepal	2562
		-Bacheloi in Business Studies, Kanya Camous, Nepal	2558

4. Dr. Bijay Sigdel	อาจารย์	- Ph.D. in Management, Shinawatra University	2564
		- MBA. (General), Asian Institute of Technology	2562
		- BBA. (General), Pokhara College of Management, Nepal	2559
5. Dr. Liew Cheng Siang	อาจารย์	-Doctor of Philosophy (Ph.D.), University of Malaya	2562
		- Master of Business Administration (MBA.), University of Portsmouth, UK	2547
		-Bachelor of Science (Honours) Computing, University of Portsmouth, UK	2544

10. สถานที่จัดการเรียนการสอน

วิทยาเขตหลัก จ.ปทุมธานี มหาวิทยาลัยชินวัตร

11. สถานการณ์ภายนอกหรือการพัฒนาที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนหลักสูตร

11.1 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางเศรษฐกิจ

การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของประเทศและเศรษฐกิจโลกเรียกร้องให้มีการแก้ไขหลักสูตรปริญญาตรีบริหารธุรกิจสาขาการตลาดในปัจจุบัน ด้วยเป้าหมายที่จะรวมประเทศในอาเซียน การแข่งขันจะเข้มข้นขึ้น ทักษะการสื่อสารและความเข้าใจในวัฒนธรรมเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง ในขณะที่ความรู้ด้านการตลาดมีความสำคัญมากกว่าที่เคยในการเชื่อมโยงธุรกิจไทยเข้ากับอาเซียนและบริบทระดับโลก การทำธุรกรรมทางธุรกิจเพิ่มเติมจะดำเนินการทางออนไลน์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ผู้บริโภคได้รับพลังมากกว่าที่เคยในโลกดิจิทัล ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์/แบรนด์และธุรกิจสามารถค้นหาและค้นพบได้ง่าย ธุรกิจกำลังขยายตัวไปทั่วโลก แต่พวกเขาก็ถูกกดดันให้ตอบสนองต่อความต้องการและบริบทในท้องถิ่นมากขึ้น ธุรกิจผู้ประกอบการเป็นเรื่องปกติมากขึ้นเมื่อความนิยมของธุรกรรมระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภคเติบโตขึ้น หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตสาขาการตลาดต้องตอบสนองแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและรูปแบบธุรกิจ

11.2 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางสังคมและวัฒนธรรม

ในทศวรรษที่ผ่านมา เทคโนโลยีได้กลายเป็นหนึ่งในแรงผลักดันที่สำคัญของสังคมและวัฒนธรรมของผู้บริโภค ด้วยการเปิดตัวอินเทอร์เน็ต พลังของผู้บริโภคก็ถูกปลดปล่อยออกมา ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และแบรนด์มีการแบ่งปันกับผู้บริโภครายอื่นทั่วโลก ผู้สำเร็จการศึกษาด้านการตลาดต้องเรียนรู้ที่จะฝึกฝนทักษะใหม่ในการจัดการไม่เพียงแต่ผู้บริโภคแต่ละรายเท่านั้น แต่ยังต้องจัดการวิธีที่ผู้บริโภคกลุ่มต่างๆ มีปฏิสัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์/แบรนด์ในโลกออนไลน์ด้วย การพัฒนาที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือความต้องการของสังคมในการทำธุรกิจและจริยธรรมในวิชาชีพและความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น หลักสูตรปริญญาตรีบริหารธุรกิจสาขาการตลาดฉบับปรับปรุงต้องผลิตบัณฑิตที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและมีจรรยาบรรณในวิชาชีพตลอดจนความเข้าใจที่ดีเกี่ยวกับการพัฒนาใหม่ในสังคมและวัฒนธรรมของผู้บริโภค

12. ผลกระทบจากข้อ 11 ต่อการพัฒนาหลักสูตรและความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

12.1 การพัฒนาหลักสูตร

เนื่องจากสถานการณ์ภายนอกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและการพัฒนาทางสังคมและวัฒนธรรมในยุคของการสื่อสารไร้พรมแดนทำให้จำเป็นต้องพัฒนาหลักสูตรการตลาดเพื่อรองรับการพัฒนาเนื้อหาในอุตสาหกรรมนี้ เพื่อเพิ่มมูลค่าตามแนวทางการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของรัฐบาล คณะกรรมการที่รับผิดชอบโครงการได้พัฒนาหลักสูตรปริญญาตรีบริหารธุรกิจสาขาการตลาดเพื่อให้ทันกับแนวโน้มที่เปลี่ยนแปลงไปของโลก

12.2 ความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

มีความสอดคล้องกับพันธกิจของมหาวิทยาลัยชินวัตร ดังนี้

- 12.2.1 ผลิตบัณฑิตสาขาการตลาดที่มีคุณภาพและคุณธรรม
- 12.2.2 สนับสนุนการวิจัยเพื่อพัฒนาท้องถิ่น
- 12.2.3 ให้บริการทางวิชาการและวิชาชีพแก่สังคม
- 12.2.4 ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

13. ความสัมพันธ์กับหลักสูตรอื่น ที่เปิดสอนในคณะ/ภาควิชาอื่นของสถาบัน

หลักสูตรนี้กำหนดให้นักศึกษาต้องเรียนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ให้เกิดความรอบรู้อย่างกว้างขวาง มีโลกทัศน์ที่กว้างไกล มีความเข้าใจธรรมชาติ ตนเอง ผู้อื่น และสังคม อีกทั้งมีความกระหายใคร่รู้ และสามารถคิดอย่างเป็นเหตุเป็นผล ใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสารได้มีประสิทธิภาพ เปี่ยมคุณธรรมตระหนักในคุณค่าของศิลปะและวัฒนธรรมทั้งของไทยและนานาชาติ สามารถประยุกต์ความรู้ไปใช้ดำเนินชีวิต และดำรงตนอยู่ในสังคมได้เป็นอย่างดีมีความสุข

นอกจากนี้ ยังเปิดโอกาสให้อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรอื่นๆ สามารถนำรายวิชาของหลักสูตรนี้ไปกำหนดในหมวดวิชาเฉพาะ รายวิชาแกน หรือรายวิชาเฉพาะด้านบังคับ หรือรายวิชาเฉพาะด้านเลือก หรือวิชาพื้นฐานวิชาชีพ เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ และปฏิบัติงานได้ดี นอกเหนือจากหลักสูตรของตนเองแล้ว รวมทั้งเปิดโอกาสให้นักศึกษาต่างหลักสูตรของมหาวิทยาลัยชินวัตร สามารถเลือกเรียน

รายวิชาใด ๆ ตามความถนัดหรือสนใจ หากเป็นไปตามเงื่อนไขเฉพาะของรายวิชานั้นๆ

หมวดที่ 2. ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร

1. ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1.1 ปรัชญา และความสำคัญ

ผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาบริหารธุรกิจมีความเพียบพร้อมไปด้วยความรู้และทักษะเฉพาะด้านธุรกิจหลักและสาขาวิชาในศตวรรษที่ 21 และกรอบความคิดของผู้ประกอบการผ่านกิจกรรมทางวิชาการ กิจกรรมร่วมหลักสูตรและกิจกรรมนอกหลักสูตรที่สร้างสรรค์และสร้างสรรค์ เพื่อนำไปสู่นวัตกรรมที่ยั่งยืนยิ่งขึ้น สังคมโลก

1.2 วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1.2.1 เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ ความสามารถทางการตลาด

1.2.2 เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีกระบวนการคิด วิเคราะห์ แก้ปัญหา และบูรณาการ ความรู้ด้านการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ

1.2.3 เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่นด้วยความรับผิดชอบเป็นอย่างดี มีความถนัดเชิงวิชาชีพ จนสามารถนำเสนอผลงานอย่างมีประสิทธิภาพ

1.2.4 เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีคุณลักษณะพิเศษ มีจินตนาการ พร้อมทักษะการใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยี

1.2.5 เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีความรู้คู่คุณธรรม มีความรับผิดชอบต่อตนเอง สามารถพัฒนา และก่อคุณประโยชน์แก่สังคม

2. แผนพัฒนาปรับปรุง

แผนการพัฒนา/เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้ความสำเร็จ
1. ปรับปรุงหลักสูตรและพัฒนาหลักสูตรสาขาวิชาการตลาดให้มีมาตรฐาน และสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน	- ติดตามประเมินหลักสูตรอย่างสม่ำเสมอทุกๆ 5 ปี	-รายงานผลการประเมินหลักสูตร
2. ปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการท้องถิ่นและการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม	- ติดตามความเปลี่ยนแปลงในความต้องการใช้บัณฑิตและตลาดแรงงานด้านการตลาด	- รายงานผลการประเมินความพึงพอใจในการจ้างบัณฑิตจากสถานประกอบการ

	- พัฒนาทักษะการสอนของอาจารย์ ที่เน้นมาตรฐานการเรียนรู้ 5 ด้าน	- โครงการพัฒนาทักษะการสอนและ การประเมินผลของอาจารย์ - ปริมาณงานบริการวิชาการต่อ อาจารย์ในหลักสูตร - หนังสือรับรอง หรือรายงานผล การอบรม/ สัมมนา/ ศึกษาดูงาน
3. ปรับปรุงปัจจัยสนับสนุนการเรี ยนการสอน	- ส่งเสริมการศึกษาดูงานอบรม/ สัมมนา - สำรวจความต้องการของบัณฑิตและ นายจ้าง	- รายงานผลการสำรวจความต้อง การของนายจ้าง

หมวดที่ 3. ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร

1. ระบบการจัดการศึกษา

1.1 ระบบ

การจัดการศึกษาเป็นแบบทวิภาค โดยหนึ่งปีการศึกษา แบ่งออกเป็น 2 ภาคการศึกษาปกติ มีระยะเวลาศึกษาหนึ่งภาคการศึกษาปกติ ไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์

1.2 การจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน

การศึกษาภาคฤดูร้อน มีระยะเวลาการศึกษาไม่น้อยกว่า 8 สัปดาห์

เดือนมิถุนายน – เดือนกรกฎาคม

1.3 การเทียบเคียงหน่วยกิตในระบบทวิภาค

ไม่มี

2. การดำเนินการหลักสูตร

2.1 วัน-เวลาในการดำเนินการเรียนการสอน

เรียนวันจันทร์ ถึงวันศุกร์ ในเวลาทำการ

หมายเหตุ: ในกรณีที่มีความจำเป็นสามารถจัดการเรียนการสอนนอกเวลาราชการได้

ภาคการศึกษา 1 เดือนสิงหาคม – เดือนธันวาคม

ภาคการศึกษา 2 เดือนมกราคม – เดือนพฤษภาคม

ภาคฤดูร้อน เดือนมิถุนายน – เดือนกรกฎาคม

2.2 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

2.2.1 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า

2.2.2 มีคุณสมบัติครบถ้วนตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

2.2.3 มีความประพฤติดี มีระเบียบวินัย

2.3 ปัญหาของนักศึกษาแรกเข้า

2.3.1 นักศึกษามีพื้นฐานความสามารถทางการตลาด

2.3.2 นักศึกษามีความรู้และทักษะ การใช้เทคโนโลยี ตามมาตรฐานของสาขาวิชา

2.3.3 นักศึกษาบางคนมีทัศนคติและพฤติกรรมที่ไม่สอดคล้องกับวิชาชีพทางการตลาด

2.4 กลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา/ข้อจำกัดของนักศึกษาในข้อ 2.3

2.4.1 จัดทดสอบวัดความสามารถทางศิลปกรรม เพื่อแบ่งกลุ่มนักศึกษาตามความสามารถ

2.4.2 จัดสอนปรับพื้นฐานทางการตลาด

2.4.3 จัดอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อให้คำปรึกษาทั้งทางด้านวิชาการและวิชาชีพ

2.4.4 จัดอบรมการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ในระดับอุดมศึกษา

2.5 แผนการรับนักศึกษาและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี

จำนวนนักศึกษา	จำนวนนักศึกษาแต่ละปีการศึกษา				
	2565	2566	2567	2568	2569
ชั้นปีที่ 1	30	30	30	30	30
ชั้นปีที่ 2		30	30	30	30
ชั้นปีที่ 3			30	30	30
ชั้นปีที่ 4				30	30
รวม	30	60	90	120	120
คาดว่าจะสำเร็จการศึกษา				30	30

2.6 งบประมาณตามแผน

ประมาณการรายรับ	ปีงบประมาณ				
	2567	2568	2569	2565	2566
ชั้นปีที่ 1	3,336,000	3,336,000	3,336,000	3,336,000	3,336,000
ชั้นปีที่ 2		3,060,000	3,060,000	3,060,000	3,060,000
ชั้นปีที่ 3			3,180,000	3,180,000	3,180,000
ชั้นปีที่ 4				2,520,000	2,520,000
รวมรายรับ	3,336,000	6,396,000	9,576,000	12,096,000	12,096,000

ประมาณการรายจ่าย	ปีงบประมาณ				
	2565	2566	2567	2568	2569
ค่าใช้จ่ายวัสดุ อุปกรณ์ต่างๆ	600,000	1,200,000	1,800,000	2,400,000	2,400,000
ทุนและค่าใช้จ่ายการดำเนินงาน	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000
รวมรายจ่าย	1,800,000	2,400,000	3,000,000	3,600,000	3,600,000

2.6 ระบบการศึกษา

ระบบการศึกษาเป็นแบบชั้นเรียน

2.7 การเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชาและการลงทะเบียนเรียนข้ามมหาวิทยาลัย

ให้เป็นไปตามระเบียบมหาวิทยาลัยชินวัตร ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2554

(ภาคผนวก ข)

3. หลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน

3.1 หลักสูตร

3.1.1 จำนวนหน่วยกิต รวมตลอดหลักสูตรไม่ต่ำกว่า 132 หน่วยกิต

3.1.2 โครงสร้างหลักสูตร

โครงสร้างหลักสูตรประกอบด้วยหมวดวิชาศึกษาทั่วไป หมวดวิชาเฉพาะและหมวด วิชาเลือกเสรี โดยสอดคล้องตามประกาศกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เรื่องเกณฑ์มาตรฐาน หลักสูตร ระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2558

จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตรไม่น้อยกว่า	132	หน่วยกิต
ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป จำนวนไม่น้อยกว่า	30	หน่วยกิต
1. กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร บัณฑิต	18	หน่วยกิต
2. กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ บัณฑิต	9	หน่วยกิต
3. กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์กับคณิตศาสตร์ บัณฑิต	3	หน่วยกิต
ข. หมวดวิชาเฉพาะด้าน จำนวนไม่น้อยกว่า	96	หน่วยกิต
1.กลุ่มวิชาแกน	54	หน่วยกิต
2.กลุ่มวิชาเฉพาะด้านบัณฑิต	30	หน่วยกิต
3.กลุ่มวิชาเลือก	12	หน่วยกิต
ค. หมวดวิชาเลือกเสรี	6	หน่วยกิต

3.1.3 รายวิชาในหลักสูตร

3.1.3.1ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	30 หน่วยกิต
กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร บัณฑิต	18 หน่วยกิต
1001101 ภาษาอังกฤษพื้นฐาน	3(3-0-6)
Fundamental English	
1001102 ภาษาอังกฤษสำหรับการเรียนเชิงวิชาการ	3(3-0-6)
English for Academic Study	
1001203 การเขียนภาษาอังกฤษเชิงวิชาการ	3(3-0-6)
English for Academic Writing	
1001204 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในที่สาธารณะ	3(3-0-6)

	English for Public Speaking	
1001205	ภาษาอังกฤษเพื่อการเขียนบทความเชิงวิชาการ	3(3-0-6)
	English for Writing Academic Article	
1001206	ภาษาอังกฤษเพื่อการนำเสนอ	3(3-0-6)
	English for Presentation	
กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ บัณฑิต		9 หน่วยกิต
1002101	ความหลากหลายทางวัฒนธรรม	3(3-0-6)
	Cultural Diversity	
1002104	การจัดการชีวิตและการทำงาน	3(3-0-6)
	Life and Work Management	
1002205	การคิดและการตัดสินใจ	3(3-0-6)
	Thinking and Decision Making	
กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์กับคณิตศาสตร์ บัณฑิต		3 หน่วยกิต
1003201	เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	3(3-0-6)
	Information and Communication Technology	
3.1.3.2ข. หมวดวิชาเฉพาะด้าน		96 หน่วยกิต
กลุ่มวิชาแกน		54 หน่วยกิต
1102201	เศรษฐศาสตร์มหภาค	3(3-0-6)
	Macroeconomics	
1102103	หลักการการเงิน	3(2-2-5)
	Principles of Finance	
1102101	หลักการตลาด	3(3-0-6)
	Principles of Marketing	
1102203	การจัดการทรัพยากรมนุษย์	3(3-0-6)
	Human Resource Management	
1102210	พฤติกรรมองค์กร	3(3-0-6)

	Organization behavior	
1102301	ภาวะผู้ประกอบการ Entrepreneurship	3(3-0-6)
1102302	ธุรกิจระหว่างประเทศ International Business	3(3-0-6)
1102204	เทคนิคการวิเคราะห์เชิงปริมาณ Quantitative Analysis Techniques	3(3-0-6)
1102303	การจัดการเชิงกลยุทธ์ Strategic Management	3(3-0-6)
1102201	บัญชีการเงิน Financial Accounting	3(3-0-6)
1102104	หลักการการจัดการ Principles of Management	3(3-0-6)
1102213	เศรษฐศาสตร์จุลภาค Microeconomics	3(3-0-6)
1102446	กฎหมายธุรกิจ Business Law	3(3-0-6)
1102212	ภาวะผู้นำ Leadership	3(3-0-6)
1102208	การจัดการการผลิตและปฏิบัติการ Production and Operation Management	3(3-0-6)
1102304	ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ Business Research Methods	3(3-0-6)
1102447	การฝึกงาน Internship	6(240 ชม.)
	กลุ่มวิชาเฉพาะด้านบังคับ	30 หน่วยกิต
1103301	พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer Behavior	3(3-0-6)
1103302	การตลาดดิจิทัล	3(3-0-6)

	Digital Marketing	
1103303	การวิจัยการตลาด Marketing Research	3(3-0-6)
1103304	การตลาดระหว่างประเทศ International Marketing	3(3-0-6)
1103305	การจัดการด้านการขาย Sale Management	3(3-0-6)
1103306	การตลาดบริการ Service Marketing	3(3-0-6)
1103307	การบริหารธุรกิจค้าปลีก Retail management	3(3-0-6)
1103401	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ Integrated marketing communication	3(3-0-6)
1103402	โครงการด้านการตลาด 1 Marketing Project 1	3(3-0-6)
1103403	โครงการด้านการตลาด 2 Marketing Project 2	3(3-0-6)

12 หน่วยกิต

กลุ่มวิชาเลือก

ให้นักศึกษาลงทะเบียนเรียนรายวิชาเลือกที่เปิดสอนในคณะกรรมการจัดการ ได้แก่ สาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ สาขาการจัดการ สาขาการจัดการโลจิสติกส์ และห่วงโซ่อุปทาน สาขาการบัญชีและการเงิน มหาวิทยาลัยชินวัตร โดยจะต้องไม่เคยลงทะเบียนเรียนในรายวิชานี้ๆ มาก่อน

ค. หมวดวิชาเลือกเสรี จำนวนไม่น้อยกว่า

6 หน่วยกิต

ให้เลือกเรียนรายวิชาใดๆ ในหลักสูตรมหาวิทยาลัยชินวัตรโดยไม่ซ้ำกับรายวิชาที่เคยเรียนมาแล้ว

คำอธิบายระบบรหัสรายวิชาหลักสูตรศึกษาศาสตร်ทั่วไป

รหัสวิชาประกอบด้วยตัวเลข 7 ตัว

ตำแหน่งที่ 1 - 2 เป็นรหัสกลางของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป

10 หมายถึง รหัสวิชาศึกษาทั่วไป

ตำแหน่งที่ 3 - 4 เป็นรหัสของกลุ่มวิชา ได้แก่

01 หมายถึง หมวดวิชาภาษาและการสื่อสาร

02 หมายถึง หมวดวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

03 หมายถึง หมวดวิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี

ตำแหน่งที่ 5 เป็นชั้นปีที่ศึกษา

1 หมายถึง รายวิชาที่จัดสอนในชั้นปีที่ 1

2 หมายถึง รายวิชาที่จัดสอนในชั้นปีที่ 2

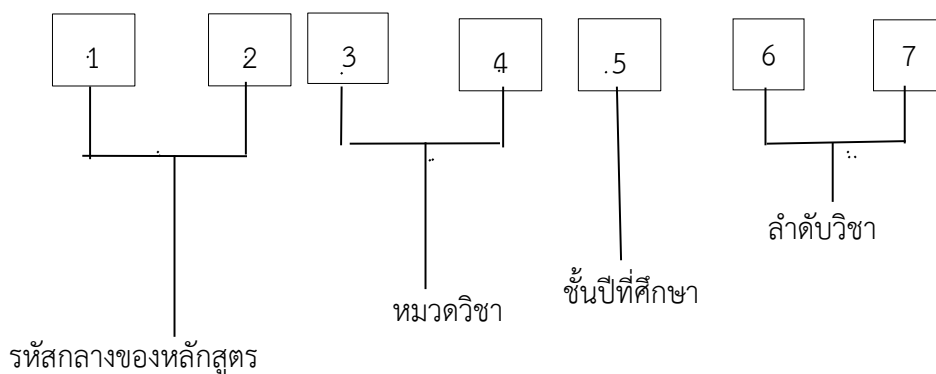
ตำแหน่งที่ 6 - 7 เป็นลำดับวิชา

01 หมายถึง วิชาที่อยู่ลำดับที่ 1

02 หมายถึง วิชาที่อยู่ลำดับที่ 2

03 หมายถึง วิชาที่อยู่ลำดับที่ 3 เป็นต้น

ตัวอย่าง



คำอธิบายระบบรหัสรายวิชาของหลักสูตรฯ

รหัสวิชาประกอบด้วยตัวเลข 7 ตัว

ตำแหน่งที่ 1 - 2 เป็นรหัสคณะฯ

11 หมายถึง รหัสคณะกรรมการจัดการ

ตำแหน่งที่ 3 - 4 เป็นรหัสของของหลักสูตรฯ

03 หมายถึง รหัสหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด

ตำแหน่งที่ 5 เป็นชั้นปีที่ศึกษา

1 หมายถึง รายวิชาที่จัดสอนในชั้นปีที่ 1

2 หมายถึง รายวิชาที่จัดสอนในชั้นปีที่ 2

3 หมายถึง รายวิชาที่จัดสอนในชั้นปีที่ 3

4 หมายถึง รายวิชาที่จัดสอนในชั้นปีที่ 4

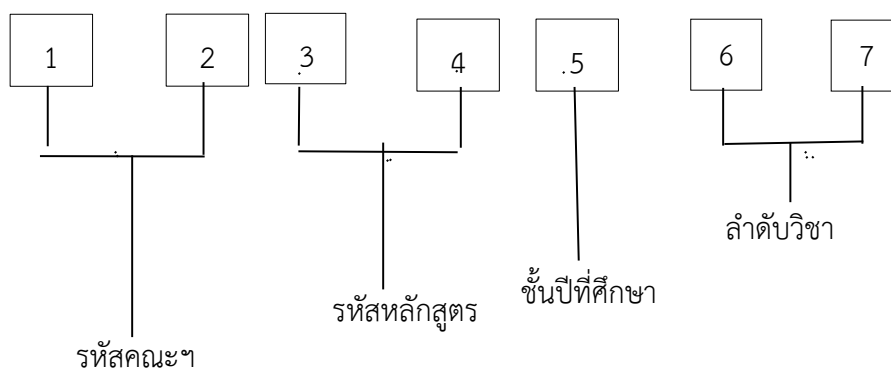
ตำแหน่งที่ 6 - 7 เป็นลำดับวิชา

01 หมายถึง วิชาที่อยู่ลำดับที่ 1

02 หมายถึง วิชาที่อยู่ลำดับที่ 2

03 หมายถึง วิชาที่อยู่ลำดับที่ 3 เป็นต้น

ตัวอย่าง



3.1.4 แผนการศึกษา: สาขาวิชาการตลาด

ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 1

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
1001101	ภาษาอังกฤษพื้นฐาน Fundamental English	3(3-0-6)
1001102	ภาษาอังกฤษสำหรับการเรียนเชิงวิชาการ English for Academic Study	3(3-0-6)
1002101	ความหลากหลายทางวัฒนธรรม Cultural Diversity	3(3-0-6)
1002104	การจัดการชีวิตและการทำงาน Life and Work Management	3(3-0-6)
1001204	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในสาธารณะ English for Public Speaking	3(3-0-6)
1002205	การคิดและการตัดสินใจ Thinking and Decision Making	3(3-0-6)
รวม		18 หน่วยกิต

ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 2

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
1001203	ภาษาอังกฤษสำหรับการเขียนเชิงวิชาการ English for Academic Writing	3(3-0-6)
1102101	หลักการการตลาด Principles of Marketing	3(3-0-6)
1102104	หลักการการจัดการ Principles of Management	3(3-0-6)
1102201	เศรษฐศาสตร์มหภาค Macroeconomics	3(3-0-6)
1102213	เศรษฐศาสตร์จุลภาค Microeconomics	3(3-0-6)
1102103	หลักการการเงิน Principles of Finance	3(3-0-6)
รวม		18 หน่วยกิต

ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 1

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
1001205	ภาษาอังกฤษเพื่อการเขียนบทความวิชาการ English for Writing Academic Article	3(3-0-6)
1001206	ภาษาอังกฤษเพื่อการนำเสนอผลงาน English for Presentation	3(3-0-6)
1003201	เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร Information and Communication Technologies	3(3-0-6)
1102209	บัญชีการเงิน Financial Accounting	3(3-0-6)
1102210	พฤติกรรมองค์กร Organization Behavior	3(3-0-6)
รวม		15 หน่วยกิต

ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
1102301	ผู้ประกอบการ Entrepreneurship	3(3-0-6)
1102203	การจัดการทรัพยากรมนุษย์ Human Resource Management	3(3-0-6)
1102208	การจัดการการผลิตและปฏิบัติการ Production and Operations Management	3(3-0-6)
1102212	ภาวะผู้นำ Leadership	3(3-0-6)
xxxxxxx	วิชาเลือกเสรี 1 Free elective 1	3(3-0-6)
xxxxxxx	วิชาเลือกเสรี 2 Free elective 2	3(3-0-6)
รวม		18 หน่วยกิต

ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
1103301	พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer Behavior	3(3-0-6)
1103305	การจัดการด้านการขาย Sale Management	3(3-0-6)
1103306	การตลาดบริการ Service Marketing	3(3-0-6)
1103307	การบริหารธุรกิจค้าปลีก Retail management	3(3-0-6)
1102204	เทคนิคการวิเคราะห์เชิงปริมาณ Quantitative Analysis Techniques	3(3-0-6)
xxxxxxx	วิชาเลือก 1 Elective 1	3(3-0-6)
	รวม	18 หน่วยกิต

ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
1102304	ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ Business Research Methods	3(3-0-6)
1103302	การตลาดดิจิทัล Digital Marketing	3(3-0-6)
1103304	การตลาดระหว่างประเทศ International Marketing	3(3-0-6)
1102446	กฎหมายธุรกิจ Business Law	3(3-0-6)
xxxxxxx	วิชาเลือก 2 Elective 2	3(3-0-6)
1103303	การวิจัยการตลาด Marketing Research	3(3-0-6)
	รวม	18 หน่วยกิต

ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 1

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
xxxxxxx	วิชาเลือก 3 Elective 3	3(3-0-6)
1102303	การจัดการเชิงกลยุทธ์ Strategic Management	3(3-0-6)
1102302	ธุรกิจระหว่างประเทศ International Business	3(3-0-6)
1103401	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ Integration marketing communication	3(3-0-6)
1103402	โครงการด้านการตลาด 1 Marketing Project 1	3(3-0-6)
xxxxxxx	วิชาเลือก 4 Elective 4	3(3-0-6)
รวม		18 หน่วยกิต

ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 2

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
1103403	โครงการด้านการตลาด 2 Management Project 2	3(3-0-6)
1102447	การฝึกงาน Internship	6(240 hrs)
รวม		9 หน่วยกิต

3.1.5 คำอธิบายรายวิชา

กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร บัณฑิต

1001101	ภาษาอังกฤษพื้นฐาน Fundamental English	3(3-0-6)
---------	--	----------

โครงสร้างที่สำคัญของภาษา ฝึกฟัง พูด อ่าน เขียน โดยให้ประสานสัมพันธ์กันทั้ง 4 ทักษะ เน้นความสามารถในการใช้ภาษาเพื่อการติดต่อสื่อสารในชีวิตประจำวัน (Basic English) ได้โดยถูกต้อง

Fundamental structure of English language, practice in listening, speaking, reading and writing skills with combination emphasizing on language usage for communication in everyday life (Basic English).

- | | | |
|---------|--|----------|
| 1001102 | ภาษาอังกฤษสำหรับการเรียนเชิงวิชาการ
English for Academic Study
การพัฒนาทักษะการอ่านที่เกี่ยวกับเอกสารประกอบการเรียน หนังสือ ตำราภาษาอังกฤษที่สัมพันธ์กับสาขาที่ศึกษา
English reading skills improvement relevant to their specific English textbooks and other documents relating to their fields. | 3(3-0-6) |
| 1001203 | การเขียนภาษาอังกฤษเชิงวิชาการ
English for Academic Writing
การพัฒนาทักษะการอ่านที่เกี่ยวกับเอกสารประกอบการเรียน หนังสือ ตำราภาษาอังกฤษที่สัมพันธ์กับสาขาวิชาที่ศึกษา
Study of the structure of English, focusing on the basic concepts and elements of grammara and usage to provide an overview and an understanding of how the language works. The basic parts of speech (nouns, verbs, determiners, adverbs etc.) word order, and larger syntactic units (such as nouns phrases or verbs phrases) will be discussed. Sentence structure problems, agreements errors, commonly focused and misused words will also be part of the course. | 3(3-0-6) |
| 1001204 | ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในที่สาธารณะ
English for Public Speaking
การพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ เน้นการฟังและการพูดเพื่อการสื่อสารในสถานการณ์ต่างๆ การแสดงความคิดเห็น และการพูดในที่สาธารณะอย่างเหมาะสม ตลอดจนการนำเสนอ
Skills to communicate in various situations, the students will be trained to give talks and exchange opinions with the public and have an opportunity to practice, design, organize and deliver a presentation. | 3(3-0-6) |
| 1001205 | ภาษาอังกฤษเพื่อการเขียนบทความวิชาการ
English for Writing Academic Article | 3(3-0-6) |

พัฒนาทักษะด้านการสื่อสารภาษาอังกฤษที่สำคัญ ครอบคลุมทั้ง 4 ทักษะ คือ ฟัง พูด อ่าน และเขียน ที่มุ่งเพิ่มศักยภาพของนักศึกษาในการใช้ภาษาอังกฤษสำหรับงานด้านวิชาการ ได้แก่ การอ่านและการเขียนบทความเชิงวิชาการ การเตรียมการนำเสนอผลงานทางวิชาการ

* สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 2 ขึ้นไป

Develop essential English communications skills covering all four areas: listening, speaking, reading and writing, aiming to increase the student's English potential for academic work, including reading and writing academic articles, presentations preparation for academic works.

1001206 ภาษาอังกฤษเพื่อการนำเสนอ 3(3-0-6)

English for Presentations

เตรียมความพร้อมสำหรับการนำเสนอในรูปแบบที่เหมาะสมสำหรับอาชีพต่าง ๆ ศึกษาเทคนิคในการนำเสนอต่าง ๆ วิธีการจัดการประชุม การอภิปราย งานสัมมนา รูปแบบและการวางตัวสำหรับงานพิธีกร รูปแบบและการวางตัวที่เหมาะสมสำหรับการกล่าวสุนทรพจน์เปิดและปิดพิธีกร ความสามารถในการจัดคัดเลือก และปรับปรุงเนื้อหาที่ใช้ในการนำเสนอต่าง ๆ เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพในการนำเสนอ สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ฟังได้

Developing and enhancing skills in preparing and making presentations in professional settings; include ways to conduct meetings, forums, and sessions for conferences; styles and manners of emcees for events; and styles and manners for delivering keynote speeches and closing speeches for formal events; organize, select, and improve on the contents of their presentations; make their presentations more effective and capturing to the audiences.

กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ บัณฑิต

1002101 ความหลากหลายทางวัฒนธรรม 3(3-0-6)

Cultural Diversity

ศึกษาเกี่ยวกับความหลากหลายทางวัฒนธรรม เพื่อเตรียมความพร้อมให้นักศึกษาได้เข้าใจถึงความซับซ้อนและความหลากหลายทางสังคมในวัฒนธรรมต่าง ๆ ทั้งด้านความเชื่อ ขนบธรรมเนียมประเพณี เรียนรู้ความแตกต่างระหว่างบุคคลในสังคมยุคโลกาภิวัตน์ เพื่อให้สามารถปรับแนวคิดและทัศนคติในการเรียนรู้ การดำเนินชีวิตและการทำงานร่วมกัน

Study on multicultural societies to prepare students for the complexity of the diverse world in which they work and live. Student will study the differences between people in terms of

beliefs, customs, religions, politics and etc. The student will adapt the knowledge to change their attitude to live and work in the globalization era.

1002104 การจัดการชีวิตและการทำงาน 3(3-0-6)

Life and Work Management

การเรียนรู้จุดมุ่งหมายของตนเอง ความตระหนักรู้ตนเอง การประเมินและการปรับปรุงตนเอง การมีวินัยในตนเอง การบริหารเวลาและการจัดลำดับความสำคัญของงานที่จะทำ การวิเคราะห์และแก้ปัญหา ตัดสินใจ การวางแผนชีวิต การพัฒนาครอบครัว และการมีสัมมาอาชีวะ (จรรยาบรรณวิชาชีพ)

Self- determination, self- recognition, self- evaluation, self- improvement, time management, prioritization of tasks, problem solving and decision making, self- discipline, life planning, family development and career pursuing.

1002205 การคิดและการตัดสินใจ 3(3-0-6)

Thinking and Decision Making

หลักการและกระบวนการการคิดของมนุษย์ ตรรกศาสตร์และการใช้เหตุผล ความคิดสร้างสรรค์ ข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล กระบวนการตัดสินใจ การคิดแก้ปัญหา การใช้วิจารณญาณเพื่อให้รู้จัก คิดเป็น และการประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน

This course inculcates students with skills in utilizing systematic processes for effective perception, cognition, anticipation, recollection, and determination beneficial to their professional and personal lives, including situational assessment, problem analysis, decision analysis, potential problem analysis, and potential opportunity analysis.

กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์กับคณิตศาสตร์ บัณฑิต

1003201 เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร 3(3-0-6)

Information and Communication Technologies

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร คำศัพท์ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร ส่วนประกอบฮาร์ดแวร์ และซอฟต์แวร์ อินเทอร์เน็ต และเว็ลด์ไวด์เว็บ และการประยุกต์ใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

This is an introductory course on Information and Communication Technologies. Topics include ICT terminologies, hardware and software components, the Internet and World Wide Web, and ICT based application.

กลุ่มวิชาแกน

1102201 เศรษฐศาสตร์มหภาค

3(3-0-6)

Macroeconomics

กระบวนวิชานี้เป็นการศึกษาถึงระบบเศรษฐกิจในระดับประเทศและระหว่างประเทศ โดยการนำเสนอวิธีการวัดค่าและการตรวจสอบความเปลี่ยนแปลงของตัวบ่งชี้ที่สำคัญต่าง ๆ ทางเศรษฐศาสตร์ อันสืบเนื่องมาจากวัฏจักรทางธุรกิจ หัวข้อในการศึกษาประกอบด้วยปัจจัยตัวแปรและผลกระทบของตลาดทรัพยากรแรงงาน ตลาดสินค้าผลิตภัณฑ์ และ ตลาดสินทรัพย์หลักทรัพย์ ด้วยพื้นฐานความเข้าใจ ในความเกี่ยวพันกันอย่างแนบแน่นและต่างเนื่องของตลาดต่างๆ ดังกล่าว เครื่องมือในการวิเคราะห์หลากหลาย ประเภทจึงถูกนำมาประยุกต์ใช้เพื่อการสืบเสาะหาผลกระทบของความแปรปรวนในระบบตลาดและวงจรธุรกิจที่มีต่อ ระบบเศรษฐกิจโดยรวม

This course studies an economic system at the national and international levels. It presents the methods to measure important economic indicators and examines their movements in response to business cycles. Course topics include determinants of and effects on labor market, goods market, and asset market. With understanding of the connection among those markets, analytical tools are used to investigate the effects of economic shocks on the economy as a whole.

1102103 บัญชีการเงิน

3(3-0-6)

Principles of Finance

แนวคิดขั้นพื้นฐานทางการบัญชี กระบวนการทำบัญชี และระบบบัญชี เช่น งบการเงินและธุรกรรม การวิเคราะห์และการบันทึกบัญชี การจัดทำบัญชีตามเกณฑ์คงค้างและการรายงานทางการเงิน และการจัดทำ วงจรบัญชีให้สมบูรณ์ การบัญชีสำหรับกิจการที่ขายสินค้า สินค้าคงเหลือและต้นทุน และระบบสารสนเทศ ด้านการบัญชี

Financial objectives and responsibilities; financial statement analysis; financial planning and forecasting; working capital management; capital budgeting; sources of funds and cost of capital; dividend policy.

1102101 การจัดการทรัพยากรมนุษย์

3(3-0-6)

Principles of Marketing

การจัดการทรัพยากรมนุษย์ในยุคดิจิทัล การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ ข้อกำหนดด้านกฎหมาย การวิเคราะห์งานและการสรรหา การคัดเลือก การจัดคนลงสู่ตำแหน่งงาน การฝึกอบรมและการพัฒนา การประเมินผลการปฏิบัติงานและการพัฒนางานอาชีพ การจ่ายผลตอบแทนและสวัสดิการ ความสัมพันธ์ ระหว่างพนักงานและฝ่ายบริหาร ทัศนคติและพฤติกรรมในองค์กร และการใช้ระบบเทคโนโลยี เพื่อเพิ่มประสิทธิผล

This course introduces the principles and practices of marketing management. Course topics include understanding consumer behavior in digital era, identifying local and global markets, creating and managing products and services, pricing methods, distribution channels, and

integrated marketing communication methods. A special emphasis is placed on the use of the Internet and e-commerce in digital marketing.

- | | | |
|--|---|----------|
| 1102203 | <p>การจัดการทรัพยากรมนุษย์
Human Resource Management</p> <p>ศึกษาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในยุคดิจิทัล การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ ข้อกำหนดด้านกฎหมาย การวิเคราะห์งานและการสรรหา การคัดเลือก การจัดคนลงสู่ตำแหน่งงาน การฝึกอบรมและการพัฒนา การประเมินผลการปฏิบัติงานและการพัฒนางานอาชีพ การจ่ายผลตอบแทนและสวัสดิการ ความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานและฝ่ายบริหาร ทักษะและพฤติกรรมในองค์กร และการใช้ระบบเทคโนโลยี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ รวมถึงศึกษากระบวนการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีมาเสริมสร้างการจัดการ พัฒนาทรัพยากรมนุษย์</p> | 3(3-0-6) |
| <p>This course examines human resource management functions in organizations of digital era. Course topics include human resource planning, legal requirements, Analyzing jobs and recruiting, selection and placement, training and development, Performance appraisal and career development, compensation and benefits, employee management relations, attitudes and behavior within organizations in order to increase effectiveness through technology systems. It includes the digital transformation.</p> | | |
| 1102210 | <p>พฤติกรรมองค์กร
Organization behavior</p> <p>การเริ่มต้นธุรกิจ ความเข้าใจเกี่ยวกับผู้ประกอบการ การแสวงหาและประเมินโอกาสในการเริ่มต้นธุรกิจ การรวบรวมทรัพยากรต่างๆ เพื่อแปลงโอกาสให้เป็นธุรกิจ</p> | 3(3-0-6) |
| <p>Organization theory and design structure of formal and informal organization. Individual behavior and group perception behavior, motivation process. Environment of organization. The management of conflict in organization. Organization development.</p> | | |
| 1102301 | <p>ภาวะผู้ประกอบการ
Entrepreneurship</p> <p>ศึกษาการเริ่มต้นธุรกิจ ความเข้าใจเกี่ยวกับผู้ประกอบการ การแสวงหาและประเมินโอกาสในการเริ่มต้นธุรกิจ การรวบรวมทรัพยากรต่างๆ เพื่อแปลงโอกาสให้เป็นธุรกิจ</p> | 3(3-0-6) |
| <p>This course provides an overview of major forms of business communication such as business conversation and negotiation, business correspondence, oral and written presentation, and techniques associated with these forms. The negotiation portion of this course explores the major concepts and theories of the psychology of bargaining and negotiation.</p> | | |
| 1102302 | <p>ธุรกิจระหว่างประเทศ
International Business</p> <p>ศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจระหว่างประเทศและการปฏิบัติงานของบริษัทข้ามชาติในธุรกิจโลก ข้อกีดกันทางการค้าและการลงทุน การประเมินและการบริหารความเสี่ยงของธุรกิจระหว่างประเทศ</p> | 3(3-0-6) |

ทางด้านเศรษฐศาสตร์และการเมือง ตลาดเงินตราระหว่างประเทศและอนุพันธ์ วิธีการเข้าดำเนินงาน ในตลาดต่างประเทศและระบบการควบคุม การบริหารงานระหว่างประเทศและการบริหารการตลาด การบริหารทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ ความแตกต่างทางวัฒนธรรมและผลกระทบ ของความแตกต่างทางวัฒนธรรมที่มีต่อการดำเนินธุรกิจ

This course focuses on the general international business environment and the global business practices of multinational corporations. Course topics include barriers against free trade and foreign investments, assessment and management of economic and political risk in international business, foreign exchange markets and derivatives, entry mode and controlling systems, international operations and marketing management, and international human resource management. Examination of cross-cultural differences and their impacts on business practices are also emphasized.

1102204 เทคนิคการวิเคราะห์เชิงปริมาณ 3(3-0-6)

Quantitative Analysis Techniques

ศึกษาการนำเทคนิคการวิเคราะห์เชิงปริมาณมาใช้เพื่อแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ ค่าเวกเตอร์และเมทริกซ์ โปรแกรมเชิงเส้น ปัญหาในการขนส่ง ปัญหาในการจัดสรร ปัญหาในการควบคุมสินค้าคงคลัง กราฟและเครือข่าย การวิเคราะห์แบบมาร์คอฟ และการสร้างแบบจำลองโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อแก้ไขปัญหาธุรกิจ

This course discusses the applications of quantitative analysis techniques in business problem-solving. Course topics include vectors and matrices, linear programming, transportation problems, assignment problems, inventory control problems, graph and network, Markov analysis, and simulation. This course utilizes computer programs to find solutions for business problems.

1102303 การจัดการเชิงกลยุทธ์ 3(3-0-6)

Strategic Management

ศึกษาการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมกระบวนการวางแผนกลยุทธ์ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร เครื่องมือในการวิเคราะห์กลยุทธ์ แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเชิงกลยุทธ์ การกำหนดกลยุทธ์ การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติและการติดตามประเมินผลกลยุทธ์ ตลอดจนการวิเคราะห์โครงสร้างองค์กรและองค์ประกอบ มโนทัศน์ของ วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย นโยบายขององค์กร วิเคราะห์พฤติกรรม ทฤษฎีและแบบจำลองต่างๆ ขององค์การ หลักเกณฑ์วิธีการ การวิเคราะห์ การตัดสินใจเกี่ยวกับการสร้างกลยุทธ์ การนำกลยุทธ์ที่สร้างขึ้นไปใช้เพื่อให้ได้รับประโยชน์อย่างสูงสุด

This course aims to analyze environment, strategic planning process, analysis of the internal and external environment affecting the strategy of the organization. Strategy analysis tools strategic management concepts implementation and strategy monitoring as well as analysis of the organizational structure with the concept of vision, missions, goals, policy statements, and tools for strategic analysis.

- 1102209 บัญชีการเงิน 3(3-0-6)
 Financial Accounting
 ศึกษาแนวคิดขั้นพื้นฐานทางการบัญชี กระบวนการทำบัญชี และระบบบัญชี เช่น
 งบการเงินและธุรกรรม การวิเคราะห์และการบันทึกบัญชี การจัดทำบัญชีตามเกณฑ์คงค้าง
 และการรายงานทางการเงิน เป็นต้น และการจัดทำวงจบบัญชีให้สมบูรณ์ การบัญชีสำหรับกิจการที่ขายสินค้า
 สินค้าคงเหลือและต้นทุน และระบบสารสนเทศด้านการบัญชี

This course introduces basic concepts of the accounting principles, procedures, and systems; financial statements and business transactions; analyzing and recording transactions; accrual accounting and financial reporting; and completing the accounting cycle. The course also covers accounting for merchandising activities, inventories and cost of sales, and the accounting information systems.

- 1102104 หลักการจัดการ 3(3-0-6)
 Principles of Management
 แนวคิดและวิวัฒนาการของการจัดการ งานบริหาร สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อการจัดการธุรกิจ
 จริยธรรมทางธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม บทบาทการจัดการและหน้าที่การจัดการของผู้จัดการ
 การตัดสินใจทางธุรกิจ การวางแผน การจัดระเบียบ การเป็นผู้นำ และการควบคุม

Concepts and evolution of management. Managerial jobs. Business environment affecting business management. Business ethics and corporate social responsibility. Managerial roles and management functions of managers. Business decision-making, planning, organizing, leading, and controlling.

- 1102213 เศรษฐศาสตร์จุลภาค 3(3-0-6)
 Microeconomics
 ศึกษาทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาคซึ่งครอบคลุมทฤษฎีหน่วยธุรกิจ (Theory the firm)
 ทฤษฎีการบริโภค (Consumer Theory) ทฤษฎีการผลิต (Production Theory) พฤติกรรมการ
 แข่งขันในตลาดต่างๆ ดุลยภาพทั่วไป (General Equilibrium) ทฤษฎีเกม (Game Theory)
 และศึกษาการเลือกข้ามเวลา (Intertemporal Choice) รวมทั้งเศรษฐศาสตร์สวัสดิการ (Welfare Economics)
 และประยุกต์ใช้หลักทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ในการแก้ปัญหาต่างๆ เช่น การใช้จ่ายสาธารณะภาคีรัฐบาล
 สำหรับสินค้าสาธารณะ การวิเคราะห์โครงการเพื่อปรับปรุงความมั่นคงทางสังคม อาทิ ด้านการศึกษา
 การสาธารณสุข ตลอดจนการปฏิรูปภาษีที่จะมีผลต่อสวัสดิการในสังคม

This course includes the microeconomics theory of the firm, consumer theory, production theory, competitive behavior in a variety of markets, general equilibrium, game theory, intertemporal choice and welfare economics. Applications to certain issues are also included such as government spending for public goods (education, health), and the social welfare reform tax.

1102446	กฎหมายธุรกิจ Business Law สภาพแวดล้อมทางกฎหมายของธุรกิจ แนวคิดของกฎหมายและที่มาของธุรกิจ ประเภทของกฎหมาย กระบวนการยุติธรรม การระงับข้อพิพาทโดยศาลและอนุญาโตตุลาการ ความรับผิดชอบทางแพ่งและทางอาญา Business legal environment, concepts of business law and origins, types of law, justice process, settlement by court and arbitration, civil and criminal liability.	3(3-0-6)
1102212	ภาวะผู้นำ Leadership ความหมาย ธรรมชาติ และความสำคัญของความเป็นผู้นำ ทฤษฎีความเป็นผู้นำ จริยธรรมในการเป็นผู้นำ อิทธิพลของภาวะผู้นำ วิสัยทัศน์ของผู้นำ ภารกิจ คุณค่า และกลยุทธ์ แนวคิดใหม่ของการเป็นผู้นำ: ภาวะผู้นำที่ชื่นชม การพัฒนาองค์กรในเชิงบวก การนำการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกภายในผู้นำและองค์กร ความเป็นผู้นำ การสื่อสาร การฟังอย่างลึกซึ้ง การตั้งคำถามเชิงบวก การรู้และเข้าใจพฤติกรรมของผู้อื่น Meaning, nature, and importance of leadership, leadership theories, leadership ethics, Influence of leadership, leadership's vision, mission, value, and strategy, new concept of leadership: appreciative leadership, positive organization development, leading positive changes within leaders and organizations, leadership communication, deep listening, setting up positive questions, knowing and understanding others' behaviors.	3(3-0-6)
1102208	การจัดการการผลิตและปฏิบัติการ Production and Operation Management ศึกษาปัญหาด้านการผลิตและการปฏิบัติการที่พบในองค์การจากมุมมองของผู้บริหาร หลักการและการวิเคราะห์การตัดสินใจเพื่อเพิ่มการผลิตและการบริหารให้อยู่ในระดับสูงสุด การออกแบบระบบการผลิตและการให้บริการ การออกแบบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบกระบวนการในการให้บริการ การเลือกสถานที่ การจัดการพื้นที่ การควบคุมคุณภาพ การควบคุมสินค้าคงคลัง และการจัดสรรทรัพยากร และเวลาเพื่อการผลิต This course studies problems encountered by firms in production and Operations from managerial perspective. It examines the principles and analysis of decision-making for optimizing the production and services operations. Emphasis is placed on the design of manufacturing and services systems, product design and development, design of service delivery processes, location selection, facility layouts, material requirement planning, enterprise resource planning, quality control, inventory control, and scheduling.	3(3-0-6)
1102304	ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ Business Research Methods ศึกษาหลักการของการวิจัยทางธุรกิจ การใช้งานวิจัยในการแก้ปัญหา และตัดสินใจในทางธุรกิจ การคัดเลือกหัวข้อการวิจัย วางแผน และโครงการงานวิจัย วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง การกำหนดค่าระดับ	3(3-0-6)

การเก็บรวบรวมข้อมูล การสร้างแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน การแปลผลการวิจัยและการเสนอผลการวิจัย

This course emphasizes the nature of research method for business decision-making and problem-solving, the choosing of research topics, and the planning and organizing of research projects. Course topics include sample selection, scaling, data collection through experimentation, questionnaire, interview, the descriptive and inferential statistical methods for data analysis and presentation

1102447 การฝึกงาน 6(240hrs)
Internship

ฝึกปฏิบัติงานจริงให้เหมาะสมกับอาชีพศึกษาอย่างน้อย 240 ชั่วโมงในหน่วยงานของรัฐหรือ สาธารณะ รวมทั้งทำรายงานหรือสัมมนาหลังจากเสร็จสิ้นการฝึกงาน

Practice of real work suitable to a vocational field for at least 240 hours in either a governmental or public organization, including doing a report or seminar after finishing an internship.

หมวดวิชาเฉพาะด้าน

1103301 พฤติกรรมผู้บริโภค 3(3-0-6)
Consumer Behavior

หลักการและการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค พิจารณาปัจจัยในการตัดสินใจซื้อทั้งปัจจัยภายในและภายนอก รวมทั้งผลจากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

Principles and analysis of consumer behavior. Considering factors for buying decision both internal and external factors. Including the results from studying consumer behavior to set up marketing strategies.

1103302 การตลาดดิจิทัล 3(3-0-6)
Digital Marketing

ลักษณะ โครงสร้าง และประเภทของช่องทางการตลาด บทบาท หน้าที่ และการพัฒนาระบบช่องทาง ความขัดแย้งและความร่วมมือของสถาบันการตลาด การคัดเลือก ประเมิน และควบคุมช่องทางการตลาด ปัจจัยและสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อการจัดการช่องทางการตลาด

Nature, structure and type of marketing channel. Role, function and development of channel systems. Conflict and co-operation of marketing institutions. Selecting, evaluating and controlling marketing channel. Factors and environments that effect marketing channel management.

1103303 การวิจัยการตลาด 3(3-0-6)
Marketing Research
บทบาทและความสำคัญของการวิจัยการตลาดในธุรกิจ กระบวนการวิจัยการตลาด การกำหนดปัญหา แหล่งข้อมูล การทบทวนวรรณกรรม การออกแบบการวิจัย การสุ่มตัวอย่าง การออกแบบแบบสอบถาม การรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การรายงาน การนำผลการวิจัยไปใช้ในธุรกิจ การปฏิบัติจริงในการวิจัยตลาด

The role and importance of marketing research on businesses; the process of marketing research; problem determination, source of data, literature review, research design, sampling, questionnaire design, data collection, data analysis, reporting, applying research results in businesses; actual practices in market research.

1103304 การตลาดระหว่างประเทศ 3(3-0-6)
International Marketing
แนวคิด รูปแบบ และวิธีการจัดการ กลยุทธ์ทางการตลาดระหว่างประเทศ แนวคิดของ ตลาดไร้พรมแดน การศึกษาสิ่งแวดล้อม นโยบายการค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจทางการตลาด การลงทุนจากต่างประเทศ รวมถึงการวิเคราะห์ประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของตลาดโลก

Concept, form and methods of management, strategies in marketing International The concept of borderless markets, environmental Studies Trade policies that affect marketing decisions, the Foreign Investment Including an analysis of the issues that affect the operation of global marketing.

1103305 การจัดการด้านการขาย 3(3-0-6)
Sale Marketing
วิธีและวิธีปฏิบัติในการสื่อสารสำหรับองค์กรธุรกิจ ระหว่างธุรกิจและธุรกิจ ธุรกิจและผู้บริโภค ธุรกิจและหน่วยงานราชการ จดหมายโต้ตอบทางธุรกิจ รายงานธุรกิจ เพื่อจัดทำเอกสารการซื้อขาย และแจ้งให้ผู้บริโภคทราบเกี่ยวกับธุรกิจผ่านทางสื่อ

Methods and practices of communication for business enterprises; between business and business; business and consumer, business and government agencies. Business correspondence. Business reports. To prepare trading document and to inform consumer about business by media.

1103401 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ 3(3-0-6)
Integration marketing communication
แนวคิดและหลักการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การส่งเสริมกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด

แบบผสมผสานสำหรับสถานการณ์ทางธุรกิจ

Concepts and principles of integrated marketing communication, promotion mix, integrated marketing communication strategies for business situations.

1103306	<p>การตลาดบริการ</p> <p>Service Marketing</p> <p>แนวคิดของผู้จัดการในการวางแผนและกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์และราคา การตั้งค่าส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์และราคาที่เกี่ยวข้อง กับวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ศึกษาสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่มีอิทธิพลและกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์และราคา</p>	3(3-0-6)
	<p>Manager's concepts in planning and setting product and price policy. Setting product mix. Developing marketing strategy for product and price related to product life cycle. Studying internal and external environment that influence and to set product and price policy.</p>	
1103307	<p>การบริหารธุรกิจค้าปลีก</p> <p>Retail Marketing</p> <p>ลักษณะและการปฏิวัติของการค้าปลีก สถาบันการค้าปลีก การขายปลีก การจัดการ ที่ตั้ง การจัดการองค์กร การบริหารงานบุคคล การจัดการสินค้า การตั้งราคา วิธีการส่งเสริมการขายและบริการขายปลีก ระบบควบคุมและแนวโน้มของธุรกิจค้าปลีก</p>	3(3-0-6)
	<p>Characteristic and revolution of retailing. Retailing institutions. Retailing management. Location. Organizational management. Personnel management. Merchandising management. Price setting. Promotion methods and retailing services. Controlling system and trend of retailing business.</p>	
1103402	<p>โครงการด้านการตลาด 1</p> <p>(Marketing Project 1)</p> <p>หลักสูตรนี้ต้องการร่างโครงการบริหารธุรกิจด้วยการนำเสนอโครงการและรายงานโครงการฉบับร่าง</p>	3(3-0-6)
	<p>This course requires business-administration projects proposal with the project presentation and full project report.</p>	
1103403	<p>โครงการด้านการตลาด 2</p> <p>Marketing Project 2</p> <p>หลักสูตรนี้ต้องการโครงการบริหารธุรกิจด้วยการนำเสนอโครงการและรายงานโครงการฉบับเต็ม</p>	3(3-0-6)

This course requires business-administration projects with the project presentation and full project report.

3.2 ชื่อ ตำแหน่งและคุณวุฒิของอาจารย์ประจำหลักสูตร

ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	คุณวุฒิ (สาขาวิชา), สถาบันการศึกษา	ปีที่สำเร็จ การศึกษา	ภาระงานสอน ชั่วโมง/ปีการศึกษา				
				2561	2562	2563	2564	2565
1. ดร. ทิพวรรณ เลิศอรุณกรกิจ	อาจารย์	- Ph.D. of Business Administration (Marketing), Assumption University	2564	45	45	45	45	45
		- M.B.A. (Marketing), National Institute of Development Administration	2548					
		- B.A. (Mass Communication), Ramkamhaeng University	2549					
		- B.S. (Information Technology), Assumption University	2543					
2. ผศ. ดร. ธีร์ธวัช นุกุลกิจ	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์	- Doctor of Business Administration, Pathumthani University	2021	45	45	45	45	45
		- Master of Business Administration, Pathumthani University	2011					
		- Bachelor of Business Administration Program in Marketing, Pathumthani University	2009					
3. Dr. Pratikshaya Bhandari	อาจารย์	- Ph.D. in Management, Shinawatra University	2564	45	45	45	45	45
		- Master in Business Studies, Prithivi Narayan Campus, Nepal	2562					
		- Bachelor in Business Studies, Kanya Campus	2558					
4. Dr. Bijay Sigdel	อาจารย์	- Ph.D. in Management, Shinawatra University	2564	45	45	45	45	45
		- MBA. (General), Asian Institute of Technology	2562					
		- BBA. (General), Pokhara College of Management	2559					
5. Dr. Liew Cheng Siang	อาจารย์	- Doctor of Philosophy (Ph.D.) , University of Malaya	2562	45	45	45	45	45
			2547					

		- Master of Business Administration (MBA.), University of Portsmouth, UK - Bachelor of Science (Honours) Computing, University of Portsmouth, UK	2544	
--	--	---	------	--

* : อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

4. องค์ประกอบเกี่ยวกับประสบการณ์ภาคสนาม

4.1 มาตรฐานผลการเรียนรู้ของประสบการณ์ภาคสนาม

ไม่มี

4.2 ช่วงเวลา

ไม่มี

4.3 การจัดเวลาและตารางสอน

ไม่มี

5. ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงการ

- คำอธิบายโดยย่อ

การทำโครงการเกี่ยวกับกรณีศึกษาด้านการจัดการ โดยให้ดำเนินการเสนอโครงการ

การศึกษาค้นคว้า

หรือเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์และรายงานข้อมูล

การนำเสนอการทำโครงการในรูปเอกสารรายงาน การรายงานในชั้นเรียน ฯลฯ

- มาตรฐานผลการเรียนรู้

- มีความรู้และทักษะด้านการจัดการและ/หรือการบริหารโครงการ ตั้งแต่กระบวนการในการกำหนดวางแผน ชี้แนะ ติดตาม และประเมินผลของโครงการ

- มีทักษะการทำงานด้านการวางแผน การบริหารจัดการ การติดต่อสื่อสาร การจัดเตรียมสื่อ (Power point) เพื่อการนำเสนอและเทคนิคการนำเสนอ

- ช่วงเวลา

ภาคการศึกษาที่ 2 ชั้นปีที่ 4

- จำนวนหน่วยกิต

3 หน่วยกิต

- การเตรียมการ

มีการให้คำแนะนำและช่วยเหลือทางวิชาการแก่นักศึกษา เช่น การเลือกโครงการ การแนะนำ

แหล่งข้อมูล

- **กระบวนการประเมินผล**

มีการประเมินผลงานการทำโครงการของนักศึกษา เช่น การประเมินความก้าวหน้าในการทำโครงการ การประเมินคุณภาพของผลงาน การประเมินการนำเสนอผลงาน ฯลฯ

หมวดที่ 4. ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล

1. การพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา

นอกจากคุณลักษณะของบัณฑิตที่พึงประสงค์ของมหาวิทยาลัยชินวัตร หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการ ยังได้กำหนดคุณลักษณะพิเศษของนักศึกษาด้านความสามารถในการคิดและทักษะปฏิบัติเพิ่มเติมดังนี้

คุณลักษณะพิเศษ	กลยุทธ์หรือกิจกรรมการดำเนินการ
1.1 ความคิดวิเคราะห์และสร้างสรรค์	- จัดกิจกรรมเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง
1.2 ความสามารถด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ	- จัดเตรียมเครื่องมือทางด้านสารสนเทศเพื่อให้นักศึกษาได้ใช้ประโยชน์ในการหาข้อมูลอย่างได้ครบถ้วน - ฝึกฝนนักศึกษาจัดเตรียมสื่อในการนำเสนอหน้าชั้นเรียน โดยกำหนดให้มีการประยุกต์ใช้ในรูปแบบที่หลากหลายและสอดคล้องกับเทคโนโลยีในปัจจุบัน
1.3 ความสามารถด้านการใช้ภาษาอังกฤษ	-จัด โครงการสอนเสริมภาษาอังกฤษ -ฝึกฝนการอ่านวารสารวิชาการภาษาอังกฤษ สอดแทรกตามรายวิชาต่างๆ - มีรายวิชาภาษาอังกฤษเฉพาะทางที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับคำศัพท์เฉพาะทางด้านธุรกิจ - มีโครงการแลกเปลี่ยนนักศึกษากับมหาวิทยาลัยต่างประเทศ
1.4 คิดวิเคราะห์ปัญหาและการทำงานร่วมกับผู้อื่น	- จัดการเรียนการสอนโดยแบ่งนักศึกษาทำงานกันเป็นกลุ่มเพื่อเรียนรู้การวางแผนการทำงาน ทำงานร่วมกัน การมีมนุษยสัมพันธ์ ที่ดี -มีอาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ประจำชั้นคอยดูแลเอาใจใส่ ให้คำแนะนำและคำปรึกษาต่าง ๆ

1.5 มีความรู้ทางการจัดการและการวางแผนธุรกิจ	- จัดโครงการสำหรับวิเคราะห์การวางแผนธุรกิจ - จัดโครงการให้นักศึกษาสัมภาษณ์ผู้มีประสบการณ์จริงในการทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ
1.6 มีมนุษยสัมพันธ์ คุณธรรม จรรยาบรรณและจริยธรรม	- มีรายวิชากฎหมายและจริยธรรมสำหรับทางด้านธุรกิจ

2. การพัฒนาผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน

2.1 คุณธรรมและจริยธรรม

2.1.1 ผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรมและจริยธรรม

1. ยึดมั่นในคุณธรรม จริยธรรม เสียสละ ซื่อสัตย์สุจริต และมีจรรยาบรรณในวิชาการและการประกอบอาชีพ
2. มีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา เคารพกฎระเบียบ รวมทั้งรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม
3. มีภาวะความเป็นผู้นำสามารถทำงานเป็นทีม
4. เคารพสิทธิ์ และรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นรวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์

2.1.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรมและจริยธรรม

1. มีการสอดแทรกคุณธรรมจริยธรรม และภาวะผู้นำและภาวะผู้ตาม รวมถึงการทำงานเป็นทีม การตรงต่อเวลา และการให้ความเคารพผู้อื่น ในการเรียนการสอนทุกรายวิชา
2. มีการกำหนดให้นักศึกษาร่วมเสวนาแสดงความคิดเห็นและสร้างข้อโต้แย้งทางวิชาการอย่างสร้างสรรค์
3. ให้แรงจูงใจเพื่อให้แสดงพฤติกรรมที่ดีที่ถูกต้องเหมาะสม

2.1.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรมและจริยธรรม

1. การประเมินผลจากแนวทางในการนำเสนอผลงานและหรือในการตอบคำถามและการทำข้อสอบ
2. การประเมินพฤติกรรมแสดงออกในชั้นเรียนโดยเพื่อนนักศึกษาและอาจารย์ผู้สอน
3. การประเมินความพึงพอใจคุณลักษณะบัณฑิต โดยผู้ใช้บัณฑิต

2.2 ความรู้

2.2.1 ผลการเรียนรู้ด้านความรู้

1. มีองค์ความรู้และเข้าใจในหลักการและทฤษฎีรวมทั้งสามารถบูรณาการความรู้ในหลักการและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
2. มีความเข้าใจสามารถวิเคราะห์สภาพแวดล้อม เศรษฐกิจ และองค์ความรู้

3. มีความรู้ในกระบวนการ และเทคนิควิจัยเพื่อแก้ไขปัญหา
4. สามารถใช้ความรู้ในศาสตร์ของตนเพื่อแก้ไขปัญหาได้จริง.

2.2.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้

1. การสอนหลายรูปแบบในรายวิชาตามหลักสูตร ได้แก่ การบรรยาย การจัดสัมมนา การให้ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง
2. การฝึกปฏิบัติ การฝึกงาน
3. การส่งเสริมให้เข้าร่วมกิจกรรม และประกวดแข่งขันในงานต่างๆ ที่เกี่ยวกับด้านธุรกิจ
4. การศึกษาดูงานหรือเยี่ยมชมองค์การ และการเข้าร่วมประชุมสัมมนาทางวิชาการและเชิงธุรกิจ
5. ให้แรงจูงใจเพื่อให้แสดงความรู้ความสามารถ

2.2.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านความรู้

1. การประเมินผลการเรียนรู้จากการเรียนรายวิชา โดยการสอบข้อเขียน สอบภาคปฏิบัติ การทำแบบฝึกหัด การทำรายงาน การนำเสนอ
2. การประเมินความพึงพอใจคุณลักษณะบัณฑิต โดยผู้ใช้บัณฑิต

2.3 ทักษะทางปัญญา

2.3.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

1. สามารถรวบรวมศึกษาวิเคราะห์และสรุปข้อเท็จจริงรวมทั้งประเด็นปัญหาและความต้องการ
2. สามารถศึกษาปัญหาที่ค่อนข้างซับซ้อนและเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหาย่างสร้างสรรค์โดยคำนึงถึงความรู้ด้านทฤษฎีและประสบการณ์ด้านการปฏิบัติ
3. สามารถใช้ทักษะความเข้าใจในเนื้อหาสาระทางวิชาการ/งานอาชีพ เพื่อการปฏิบัติงานประจำ และแก้ไขปัญหาได้อย่างเหมาะสม
4. สามารถคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ

2.3.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

1. การสอนโดยเน้นให้ผู้เรียนได้ฝึกทักษะการคิดวิเคราะห์ การตั้งคำถามปลายเปิด
2. การให้ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง การสัมมนา การทำโครงการ การทำวิจัย และให้คิดริเริ่มหัวข้อโครงการ
3. การวัดและประเมินผลที่ให้ผู้เรียนได้ฝึกทักษะการคิดวิเคราะห์
4. การส่งเสริมให้ผู้เรียนติดตามข่าวสารด้านธุรกิจ เพื่อการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง

2.3.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

1. ประเมินผลการเรียนรู้จากการเรียนรายวิชา
2. ประเมินผลงานจากการทำการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง การโครงการ การทำวิจัย และความสามารถสร้างสรรค์
3. การประเมินความพึงพอใจคุณลักษณะบัณฑิต โดยผู้ใช้บัณฑิต

2.4 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

2.4.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

1. มีส่วนช่วยและเอื้อต่อการแก้ปัญหาในกลุ่มอย่างสร้างสรรค์
2. มีภาวะของผู้นำและผู้ตามได้อย่างดี
3. สามารถรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมายทั้งต่อตนเองและกลุ่มได้อย่างเหมาะสม
4. สามารถสื่อสารกับกลุ่มคนที่หลากหลายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.4.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์

ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

1. การให้ทำงานกลุ่ม
2. การให้นำเสนอผลงาน

2.4.3

กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

1. การประเมินผลงานที่เป็นงานกลุ่ม
2. การประเมินการนำเสนอผลงาน
3. การประเมินผลการเรียนรายวิชาฝึกงาน
4. การประเมินความพึงพอใจคุณลักษณะบัณฑิต โดยผู้ใช้บัณฑิต

2.5 ทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ

2.5.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและ

เทคโนโลยีสารสนเทศ

1. สามารถศึกษาและทำความเข้าใจในประเด็นปัญหาและสามารถเลือกและประยุกต์ใช้เทคนิคทางสถิติหรือคณิตศาสตร์ที่เกี่ยวข้องอย่างเหมาะสม
2. เลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อใช้เป็นรูปแบบของการนำเสนอรวมทั้งใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลประมวลผลและแปลความหมาย
3. สามารถเลือกใช้รูปแบบของการนำเสนอที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มบุคคลที่แตกต่างกันได้
4. สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งการพูดการฟัง การอ่าน การเขียน

2.5.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะในการวิเคราะห์

เชิงตัวเลข การสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ

1. การสอนรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับสถิติและเทคนิคเชิงปริมาณ
2. การวิเคราะห์ข้อมูล/ตัวเลขในรายวิชาต่างๆ ของหลักสูตร
3. การสอนรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศ

4. การให้นำเสนอผลงาน

2.5.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข

การสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ

1. ประเมินผลการเรียนรู้จากการเรียนรายวิชา โดยการสอบข้อเขียน สอบภาคปฏิบัติ การทำแบบฝึกหัด การทำรายงาน
2. การประเมินการนำเสนอผลงาน
3. การประเมินความพึงพอใจคุณลักษณะบัณฑิต โดยผู้ใช้บัณฑิต

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา
(Curriculum Mapping)

3. แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

รายวิชา	1. คุณธรรมและจริยธรรม				2. ความรู้				3. ทักษะทางปัญญา				4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ			5. ทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ				
	1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	2.3	2.4	3.1	3.2	3.3	3.4	4.1	4.2	4.3	5.1	5.2	5.3	5.4	
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป																				
กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร บัณฑิต																				
1001101	ภาษาอังกฤษพื้นฐาน		<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1001102	ภาษาอังกฤษสำหรับการเรียนเชิงวิชาการ		<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1001203	การเขียนภาษาอังกฤษเชิงวิชาการ		<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1001204	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในที่สาธารณะ		<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1001205	ภาษาอังกฤษเพื่อการเขียนบทความเชิงวิชาการ		<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1001206	ภาษาอังกฤษเพื่อการนำเสนอ		<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

รายวิชา	1. คุณธรรมและจริยธรรม				2. ความรู้				3. ทักษะทางปัญญา				4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ			5. ทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ			
	1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	2.3	2.4	3.1	3.2	3.3	3.4	4.1	4.2	4.3	5.1	5.2	5.3	5.4
กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ บัณฑิต																			
1002101	ความหลากหลายทางวัฒนธรรม																		
		●	○		●	●		○		○			○			●	○		
1002104	การจัดการชีวิตและการทำงาน																		
		●	○	○	●			○	○				●			○	○		
1002205	การคิดและการตัดสินใจ																		
		●			●			○	●	●	●	●			○	●	○		
กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ บัณฑิต																			
1003201	เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร																		
		●	○		●	●		●	●					●		●			●

รายวิชา		1. คุณธรรมและจริยธรรม				2. ความรู้				3. ทักษะทางปัญญา				4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ			5. ทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ				
		1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	2.3	2.4	3.1	3.2	3.3	3.4	4.1	4.2	4.3	5.1	5.2	5.3	5.4	
กลุ่มวิชาแกน																					
1102201	เศรษฐศาสตร์มหภาค	○	○	○	●	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	●
1102103	หลักการเงิน	●	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	●
1102101	หลักการตลาด	○	●	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	●	○
1102203	การจัดการทรัพยากรมนุษย์	○	○	○	●	●	○	○	○	○	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○
1102210	พฤติกรรมองค์กร	○	●	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○
1102301	ภาวะผู้ประกอบการ	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○	●

รายวิชา		1. คุณธรรมและจริยธรรม				2. ความรู้				3. ทักษะทางปัญญา				4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ			5. ทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ			
		1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	2.3	2.4	3.1	3.2	3.3	3.4	4.1	4.2	4.3	5.1	5.2	5.3	5.4
1102302	ธุรกิจระหว่างประเทศ	○	○	○	○	○	○	○	●	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○
1102204	เทคนิคการวิเคราะห์เชิงปริมาณ	○	○	○	○	○	●	○	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○
1102303	การจัดการเชิงกลยุทธ์	○	○	○	○	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
1102209	บัญชีการเงิน	●	○	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
1102104	หลักการการจัดการ	○	●	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
1102213	เศรษฐศาสตร์จุลภาค	○	●	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
1102446	กฎหมายธุรกิจ	●	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
1102212	ภาวะผู้นำ	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
1102208	การจัดการการผลิตและปฏิบัติการ	○	○	○	●	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
1102304	ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ	●	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
1102447	การฝึกงาน	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

รายวิชา	1. คุณธรรมและจริยธรรม				2. ความรู้				3. ทักษะทางปัญญา				4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ			5. ทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ			
	1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	2.3	2.4	3.1	3.2	3.3	3.4	4.1	4.2	4.3	5.1	5.2	5.3	5.4
1103301	พฤติกรรมผู้บริโภค	●	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
1103302	การตลาดดิจิทัล	○	○	○	○	○	○	○	●	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○
1103303	การวิจัยการตลาด	○	●	○	○	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
1103304	การตลาดระหว่างประเทศ	○	○	○	○	○	○	○	●	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○
1103305	การจัดการด้านการขาย	●	○	○	○	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
1103401	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	○	○	○	○	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
1103306	การตลาดบริการ	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
1103307	การบริหารธุรกิจค้าปลีก	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
1103402	โครงการด้านการตลาด1	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
1103403	โครงการด้านการตลาด2	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
วิชาเลือกเสรี																			

ผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน มีความหมาย ดังนี้

1. คุณธรรมและจริยธรรม

- 1) มีความรับผิดชอบ และซื่อสัตย์สุจริตในการศึกษาและงานที่กำหนด
- 2) ทำการศึกษา วิจัย โดยยึดหลักคุณธรรม จริยธรรม และมีจรรยาบรรณ ไม่ละเมิดสิทธิ และทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น
- 3) เคารพในกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น

2. ความรู้

- 1) มีความรู้ความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในหลักการที่สำคัญ ทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติ ในเนื้อหาสาขาวิชาพื้นฐาน และ/หรือสาขาวิชาเฉพาะด้าน
- 2) สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ วิธีการ และเครื่องมือทางเทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมเพื่อนำไปใช้ในการศึกษาค้นคว้าทางวิชาการหรือการปฏิบัติทางวิชาชีพ
- 3) สามารถติดตามความก้าวหน้า และวิวัฒนาการทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงมีความเข้าใจในวิธีการพัฒนาความรู้ใหม่ และการประยุกต์ ตลอดจนผลกระทบของผลงานวิจัยในปัจจุบันที่มีต่อองค์ความรู้ในสาขาวิชาการ ตลาด

- 4) มีความเข้าใจทฤษฎีการวิจัยอย่างลึกซึ้งในกลุ่มวิชาการตลาด และสามารถพัฒนาความรู้ใหม่ด้านการตลาดทั้งในเชิงวิชาการ และในภาคธุรกิจ/อุตสาหกรรม
- 5) ตระหนักในระเบียบข้อบังคับที่ใช้อยู่ในสภาพแวดล้อมของระดับชาติและนานาชาติที่อาจมีผลกระทบต่อสาขาวิชา รวมทั้งเหตุผลและการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

3. ทักษะทางปัญญา

- 1) สามารถใช้ความรู้ทางภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติในการจัดการบริบทใหม่ดิจิทัล และพัฒนาแนวคิดริเริ่มและสร้างสรรค์เพื่อตอบสนองประเด็นหรือปัญหา
- 2) สามารถวิเคราะห์ประเด็นหรือปัญหาที่ซับซ้อนได้อย่างมีวิจารณญาณและเป็นระบบ รวมถึงพัฒนาข้อสรุปและข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้อง
- 3) มีความสามารถใช้ดุลยพินิจในการตัดสินใจในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- 1) สามารถสื่อสารกับกลุ่มคนที่หลากหลาย และสามารถสื่อสารโดยใช้ภาษาอังกฤษได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 2) มีความรับผิดชอบในการดำเนินงานของตนเองและร่วมมือกับผู้อื่นเพื่อจัดการข้อโต้แย้งและปัญหา

- 3) แสดงออกทักษะการเป็นผู้นำได้อย่างเหมาะสมตามโอกาสและสถานการณ์เพื่อ
พัฒนาประสิทธิภาพในการทำงานของกลุ่ม

5. ทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ

- 1) สามารถคัดกรองข้อมูลทางคณิตศาสตร์และสถิติเพื่อนำมาใช้ในการศึกษาค้นคว้า
ปัญหา สรุปปัญหา และเสนอแนะแก้ไขปัญหในด้านต่าง ๆ
- 2) สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพทั้งการพูดและการเขียน
โดยใช้รูปแบบและดิจิทัลที่เหมาะสมเพื่อการสืบค้นข้อมูล
และเพื่อการปฏิบัติงาน
- 3) สามารถนำเสนอผลงาน ทั้งในรูปแบบการเขียนการบรรยาย
และการอภิปรายได้อย่างถูกต้องชัดเจน

หมวดที่ 5 หลักเกณฑ์ในการประเมินผลนักศึกษา

1. กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน

การวัดผลและการสำเร็จการศึกษาเป็นไปตามระเบียบมหาวิทยาลัยชินวัตร ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2554 (ตามภาคผนวก ข)

2. กระบวนการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา

2.1 การทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ขณะนักศึกษายังไม่สำเร็จการศึกษา

กำหนดระบบการทวนสอบในระดับรายวิชาควรให้นักศึกษาประเมินการเรียนการสอนในระดับรายวิชา อาจมีคณะกรรมการพิจารณาความเหมาะสมของข้อสอบให้เป็นไปตามแผนการสอนการทวนสอบในระดับหลักสูตร สามารถทำได้โดยมีระบบประกันคุณภาพภายในมหาวิทยาลัย ดำเนินการทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ และรายงานผล

2.2 การทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้หลังนักศึกษาสำเร็จการศึกษา

การกำหนดกลวิธีการทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ของนักศึกษา ควรเน้นการทำวิจัยสัมฤทธิ์ผลของการประกอบอาชีพของบัณฑิตที่ทำอย่างต่อเนื่องและนำผลวิจัยที่ได้ย้อนกลับมาปรับปรุงกระบวนการเรียนการสอน และหลักสูตรแบบครบวงจร รวมทั้งการประเมินคุณภาพของหลักสูตรและหน่วยงานโดยองค์การระดับสากล โดยการวิจัยอาจจะดำเนินการดังตัวอย่างต่อไปนี้

1. การตรวจสอบหรือสอบถามจากผู้ประกอบการโดยการขอเข้าสัมภาษณ์ หรืออาจใช้การส่งแบบสอบถาม เพื่อประเมินความพึงพอใจในบัณฑิตที่จบการศึกษาและเข้าทำงานในสถานประกอบการนั้นๆ ในคาบระยะเวลาต่างๆ เช่น หลังจากบัณฑิตเริ่มเข้าทำงาน เป็นต้น
2. การประเมินตำแหน่ง/และหรือความก้าวหน้าในสายงานของบัณฑิต

3. เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร โดยต้องเรียนครบ ตามจำนวนหน่วยกิตที่กำหนดไว้ในหลักสูตร และต้องได้ระดับคะแนนเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 2.00 จากระบบ 4 ระดับคะแนนหรือเทียบเท่า

หมวดที่ 6 การพัฒนาคณาจารย์

1. การเตรียมการสำหรับอาจารย์ใหม่

1.1 การให้เข้ารับการปฐมนิเทศสำหรับอาจารย์ใหม่ ให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักสูตร และการบริหารวิชาการของมหาวิทยาลัย บทบาทหน้าที่ของอาจารย์มหาวิทยาลัย และให้มีทักษะเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ตลอดจนกฎระเบียบต่างๆ รวมถึงสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับ

1.2 กำหนดให้อาจารย์จะต้องเพิ่มพูนความรู้ โดยเข้าร่วมอบรมเพื่อพัฒนาการสอน การวัดและการประเมินผล เพื่อพัฒนาการเรียนการสอน การศึกษาดูงาน ประชุมสัมมนา และการประชุมวิชาการเสนอผลงาน ทั้งในและต่างประเทศ

2. การพัฒนาความรู้และทักษะให้แก่อาจารย์

2.1 การพัฒนาทักษะการจัดการเรียนการสอน การวัดและการประเมินผล

2.1.1 กำหนดให้อาจารย์ต้องเข้ารับการอบรมเพื่อพัฒนาตนเองด้านการจัดการเรียนการสอน การวัดและการประเมินผล ตามความต้องการของอาจารย์ และเป็นไปตามนโยบายของมหาวิทยาลัย ซึ่งมหาวิทยาลัยมีการเปิดหลักสูตรอบรมเพื่อพัฒนาอาจารย์ในหัวข้อต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเรียนการสอน การวิจัย การผลิตผลงานทางวิชาการ เป็นประจำทุกปี

2.1.2 การจัดให้มีการสอนแบบเป็นทีม ซึ่งจะส่งเสริมโอกาสให้อาจารย์ได้มีประสบการณ์การสอนร่วมกับคนอื่น รวมถึงการมีโอกาสได้เป็นผู้รับผิดชอบรายวิชา ผู้ประสานงาน และผู้ร่วมทีมการสอน

2.1.3 การส่งเสริมหรือสร้างโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ด้านการจัดการเรียนการสอนระหว่างอาจารย์ในหลักสูตร หรือทำวิจัยการเรียนการสอนที่สามารถนำไปเผยแพร่ ในการประชุมวิชาการที่มีการจัดการเรียนการสอนในสาขาวิชาเดียวกันของหลายๆ สถาบัน

2.2 การพัฒนาวิชาการและวิชาชีพด้านอื่นๆ

2.2.1 การส่งเสริมให้อาจารย์เข้าร่วมการอบรม การประชุมสัมมนาในสาขาวิชาการหรือวิชาชีพ ที่จัดทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

2.2.2 การส่งเสริมให้อาจารย์ผลิตผลงานทางวิชาการในรูปแบบต่างๆ และการนำเสนอผลงาน ในการประชุมวิชาการในสาขาวิชาการหรือวิชาชีพ อย่างน้อยให้มีผลงานการเขียนหรือการนำเสนอปีละ 1 เรื่อง

หมวดที่ 7 การประกันคุณภาพหลักสูตร

1. การบริหารหลักสูตร

การบริหารหลักสูตรมีคณะกรรมการบริหารประจำคณะ ประกอบด้วยคณบดี ผู้อำนวยการหลักสูตรประธานหลักสูตรและอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร รับผิดชอบโดยมีคณบดีเป็นผู้กำกับดูแลและคอยให้คำแนะนำตลอดจนกำหนดนโยบายปฏิบัติให้แก่อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร วางแผนการจัดการเรียนการสอนร่วมกับผู้บริหารของคณะและอาจารย์ผู้สอนติดตามและรวบรวมข้อมูลสำหรับใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรโดยกระทำทุกปีอย่างต่อเนื่อง

2. การบริหารทรัพยากรการเรียนการสอน

2.1 การบริหารงบประมาณ

มหาวิทยาลัยจะจัดสรรงบประมาณประจำปีสำหรับคณะเพื่อการจัดการเรียนการสอนและการซื้อตำราสื่อการเรียนอย่างเพียงพอเพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการเรียนรู้ของนักศึกษา

2.2 ทรัพยากรการเรียนการสอนที่มีอยู่เดิม

ทรัพยากรการเรียนการสอนในสำนักวิทยบริการห้องบรรยายขนาดพอเหมาะกับจำนวนนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านโสตทัศนูปกรณ์ เช่น เครื่องขยายเสียง คอมพิวเตอร์ เครื่องฉายภาพ เป็นต้นสำนักห้องสมุดมีสื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อโสตทัศน และสื่อดิจิทัลไว้ให้บริการสนับสนุนการจัดการเรียนการสอน จำนวน 8,842 รายการ สำนักหอสมุดได้บอกรับวารสารวิชาการฉบับปัจจุบันให้บริการ (ไม่รวมวารสารที่ได้รับอนุญาต)

2.3 การจัดหาทรัพยากรการเรียนการสอนเพิ่มเติม

มีการจัดห้องค้นคว้าโดยเฉพาะสำหรับนักศึกษาเพื่อสนับสนุนการศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเอง และการประชุมกลุ่ม นอกจากนี้ มหาวิทยาลัยได้จัดสรรงบประมาณประจำปีให้เพียงพอสำหรับการจัดหาหนังสือ ตำรา วารสารวิชาการ และสื่อการศึกษาต่างๆ เป็นประจำทุกปี เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของคณะวิชา

2.4 การประเมินความเพียงพอของทรัพยากร

มหาวิทยาลัยมีการประเมินความเพียงพอของทรัพยากรโดยคณะวิชาและหน่วยงานต่างๆ ทุกปี นอกจากนี้คณาจารย์และนักศึกษายังมีส่วนร่วมในการประเมินความเพียงพอของทรัพยากรเป็นประจำทุกปีด้วย

3. การบริหารคณาจารย์

3.1 การรับอาจารย์ใหม่

การรับอาจารย์ใหม่ของหลักสูตรจะกระทำผ่านคณะกรรมการที่ได้รับการแต่งตั้งโดยอธิการบดีซึ่งจะดำเนินการให้อาจารย์ใหม่ที่จะได้จากการคัดเลือกมีคุณสมบัติตามเกณฑ์ของ สกอ.

อาจารย์ใหม่ต้องเข้ารับการปฐมนิเทศเพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักสูตรและการบริหารงานวิชาการของ

คณะฯ อาจารย์ใหม่จะได้รับการมอบหมายให้มีอาจารย์พี่เลี้ยงทำหน้าที่ให้คำแนะนำ และเป็นพี่ปรึกษาในด้านการจัดการเรียนการสอน แนะนำบทบาทหน้าที่ของอาจารย์มหาวิทยาลัย และจรรยาบรรณครู และให้มีทักษะเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ การสอนสอดแทรกคุณธรรมและจริยธรรม และการสอนโดยใช้สื่อและเทคโนโลยีสารสนเทศ อาจารย์ใหม่จะถูกประเมินผลการปฏิบัติงานเป็นระยะๆ เช่น ทุกสิ้นภาคการศึกษา และก่อนการต่อสัญญาจ้าง เป็นต้น

4. การบริหารบุคลากรสนับสนุนการเรียนการสอน

4.1 การกำหนดคุณสมบัติเฉพาะสำหรับตำแหน่ง

บุคลากรสายสนับสนุนควรมีวุฒิปริญญาตรีหรือมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับภาระงานที่รับผิดชอบ และมีความรู้เฉพาะด้านการศึกษาระดับอุดมศึกษาและภาษาอังกฤษในระดับดี

4.2 การเพิ่มทักษะความรู้เพื่อการปฏิบัติงาน

มหาวิทยาลัยชินวัตร มีนโยบายให้บุคลากรสายสนับสนุนของมหาวิทยาลัยเข้ารับการฝึกอบรม ทัศนศึกษาหรือการฝึกการทำวิจัยร่วมกับอาจารย์ อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

5. การสนับสนุนและการให้คำแนะนำนักศึกษา

5.1 การให้คำปรึกษาด้านวิชาการและอื่นๆ แก่นักศึกษา

5.1.1 จัดปฐมนิเทศเพื่อให้นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ และมีเจตคติที่ดีต่อหลักสูตร แนะนำวิธีการเรียน กิจกรรมการเรียนการสอน การวัดและการประเมินผล และเกณฑ์การจบหลักสูตร แนะนำสภาพแวดล้อมทั่วไปและแหล่งเรียนรู้ต่างๆ ในมหาวิทยาลัย

5.1.2 จัดอาจารย์ที่ปรึกษาทำหน้าที่แนะนำและติดตามการเรียนของนักศึกษาอย่างต่อเนื่อง เพื่อป้องกันปัญหาการเรียนการสอนที่จะเกิดขึ้น นอกจากนี้ยังช่วยให้คำแนะนำด้านอื่นๆ ตามความต้องการของนักศึกษา

5.1.3 เชิญวิทยากรจากภายนอกเพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ทั้งด้านสติปัญญา อารมณ์ และสังคมเพื่อให้เกิดความมั่นใจในการเรียนยิ่งขึ้น

5.1.4 อาจารย์ผู้สอนจะทำหน้าที่เป็นผู้แนะนำปรึกษาแก่นักศึกษา ทั้งในด้านการเรียนการสอนและด้านอื่นๆ

5.2 การอุทธรณ์ของนักศึกษา

กรณีที่นักศึกษามีความสงสัยเกี่ยวกับผลการประเมินในรายวิชาใดสามารถที่จะยื่นคำร้องขออุทธรณ์คำตอบในการ สอบตลอดจนดูคะแนนและวิธีการประเมินของอาจารย์ในแต่ละรายวิชาได้

6. ความต้องการของตลาดแรงงาน สังคม และ/หรือความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต

เพื่อให้การบริหารหลักสูตรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาได้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน สังคม และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บัณฑิต อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตรจะดำเนินการดังนี้

- 6.1 วิเคราะห์ความต้องการของตลาดแรงงานและสังคมอย่างต่อเนื่อง
- 6.2 ดำเนินการติดตามผลการปฏิบัติงานของนักศึกษาที่ปฏิบัติงานอยู่ในหน่วยงานต่างๆ ภายหลังจากจบการศึกษาไปแล้วเป็นระยะๆ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงานและตัวนักศึกษาเอง
- 6.3 ดำเนินการปรับปรุงหลักสูตร เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน สังคม และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บัณฑิตอย่างต่อเนื่องทุก 5 ปี

ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators)

ดัชนีบ่งชี้ผลการดำเนินงาน	ปีที่ 2565	ปีที่ 2566	ปีที่ 2567	ปีที่ 2568	ปีที่ 2569
1. อาจารย์ประจำหลักสูตรอย่างน้อยร้อยละ 80 มีส่วนร่วมในการประชุมเพื่อวางแผน ติดตาม และทบทวนการดำเนินงานหลักสูตร	X	X	X	X	X
2. มีรายละเอียดของหลักสูตร ตามแบบ มคอ.2 ที่สอดคล้องกับมาตรฐานคุณวุฒิสาขา/สาขาวิชา	X	X	X	X	X
3. มีรายละเอียดของรายวิชา และประสบการณ์ภาคสนาม (ถ้ามี) ตามแบบ มคอ.3 และ มคอ.4 อย่างน้อยก่อนการเปิดสอนในแต่ละภาคการศึกษาให้ครบทุกรายวิชา	X	X	X	X	X
4. จัดทำรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา และประสบการณ์ภาคสนาม (ถ้ามี) ตามแบบ มคอ.5 และ 6 ภายใน 30 วัน หลังสิ้นสุดภาคการศึกษาที่เปิดสอนให้ครบทุกรายวิชา	X	X	X	X	X
5. จัดทำรายงานผลการดำเนินการของหลักสูตร ตามแบบ มคอ.7 ภายใน 60 วัน หลังสิ้นสุดปีการศึกษา	X	X	X	X	X
6. มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาตามมาตรฐานผลการเรีย	X	X	X	X	X

<p>ครู ที่กำหนดในมคอ.3 และ 4 (ถ้ามี) อย่างน้อยร้อยละ 25 ของรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละปีการศึกษา</p>					
<p>7. มีการพัฒนา/ปรับปรุงการจัดการเรียนการสอน กลยุทธ์การสอน หรือ การประเมินผลการเรียนรู้ จากผลการประเมินการดำเนินงานที่รายงานใน มคอ.7 ปีที่แล้ว</p>		X	X	X	X
<p>8. อาจารย์ใหม่ (ถ้ามี) ทุกคน ได้รับการปฐมนิเทศหรือคำแนะนำด้านการจัดการเรียนการสอน</p>	X	X	X	X	X
<p>9. อาจารย์ประจำทุกคนได้รับการพัฒนาทางวิชาการ และ/หรือวิชาชีพ อย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง</p>	X	X	X	X	X
<p>10. จำนวนบุคลากรสนับสนุนการเรียนการสอน (ถ้ามี) ได้รับการพัฒนาวิชาการ และ/หรือวิชาชีพ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ต่อปี</p>	X	X	X	X	X
<p>11. ระดับความพึงพอใจของนักศึกษาปีสุดท้าย/บัณฑิตใหม่ที่มีต่อคุณภาพหลักสูตร เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.5 จากคะแนน 5.0</p>				X	X
<p>12. ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อบัณฑิตใหม่ เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.5 จากคะแนนเต็ม 5.0</p>					X

หมวดที่ 8 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของหลักสูตร

1. การประเมินประสิทธิผลของการสอน

1.1 การประเมินกลยุทธ์การสอน

กระบวนการที่จะใช้ในการประเมินและปรับปรุงยุทธศาสตร์ที่วางแผนไว้ เพื่อพัฒนาการเรียน การสอนนั้นพิจารณาจากตัวผู้เรียนโดยอาจารย์ผู้สอนจะต้องประเมินผู้เรียน จากการทดสอบย่อย การสังเกตพฤติกรรมของนักศึกษา การอภิปรายโต้ตอบจากนักศึกษา การตอบคำถามของนักศึกษาในชั้นเรียน รวมถึงการทดสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน เพื่อตรวจสอบและจะสามารถชี้ได้ว่า ผู้เรียนมีความเข้าใจหรือไม่ในเนื้อหาที่ได้สอนไป หากพบว่ามีปัญหาจะต้องมีการปรับปรุง และพัฒนาการเรียนการสอนในโอกาสต่อไป

1.2 การประเมินทักษะของอาจารย์ในการใช้แผนกลยุทธ์การสอน

ให้นักศึกษาได้มีการประเมินผลการสอนของอาจารย์ ในด้านความหลากหลายของวิธีการสอน การจัดทำแผน บริหารการสอน การตรงต่อเวลา การชี้แจงเป้าหมาย วัตถุประสงค์รายวิชา ชี้แจงเกณฑ์การประเมินผลรายวิชา การเตรียมตัวสอน การสร้างบรรยากาศการเรียนการสอน และการใช้สื่อการสอนในทุกรายวิชา

2. การประเมินหลักสูตรในภาพรวม

1.1 การประเมินจากนักศึกษาปัจจุบันและบัณฑิตที่จบตามหลักสูตร เพื่อรับข้อมูลย้อนกลับจากนักศึกษา

1.2 ประเมินจากนายจ้างหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยประเมินความพึงพอใจต่อคุณภาพของบัณฑิต

3. การประเมินผลการดำเนินงานตามรายละเอียดหลักสูตร

การประเมินคุณภาพการศึกษาประจำปี ตามดัชนีบ่งชี้ผลการดำเนินงาน

4. การทบทวนผลการประเมินและวางแผนปรับปรุง

การรวบรวมข้อมูล จะทำให้ทราบปัญหาของการบริหารหลักสูตรทั้งในภาพรวม และในแต่ละรายวิชา กรณีที่พบปัญหาของรายวิชาที่สามารถที่จะดำเนินการปรับปรุงรายวิชานั้นๆ ได้ทันที ซึ่งก็จะเป็นการปรับปรุงย่อยซึ่งสามารถกระทำได้ตลอดเวลาที่พบปัญหา

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
ประวัติอาจารย์ประจำหลักสูตร

Name	Academic Position	Educational Qualifications	Graduation Year	Publications
1. ดร. ทิพวรรณ เลิศอรธรกรกิจ	อาจารย์	- Ph.D. of Business Administration (Marketing), Assumption University	2564	Lertatthakornkit, T. (2022). The Influence of Tile Strength and Homophily through Electronic Word-of-Mouth towards Purchase Intention via Facebook. <i>Nimitmai Review Journal</i> , 5 (1), 9-21.
		- M.B.A. (Marketing), National Institute of Development Administration	2548	Lertatthakornkit, T. & Intravisit, A. (2021). Influence of Persuasive Message and Behavioral Factors Through Behavioral Desire towards Behavioral Intention in Energy Saving Campaign. <i>Journal of Business Administration, The Association of Private Education Institutions of Thailand</i> , 10 (1), 11-29.
		- B.A. (Mass Communication), Ramkamhaeng University	2549	Lertthakornkit, T. & Prasongsukarn, K. (2014). The Effect of Six Segment Message Strategy Wheel on Stage of Change in Social Marketing. <i>APHEIT International Journal</i> , 3 (1), 60-69.
		- B.S. (Information Technology), Assumption University	2543	Nukulkij, K. (2018). Consumption and Purchasing Behaviors of Brown Rice Consumer in Pathumthani Province. <i>Journal of Suvarnabhumi Institute of Technology (Humanities and Social sciences)</i> , 4(1), 335 – 364.
2. ผศ. ดร. ธีร์ธวัช นุกุลกิจ	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์	- Doctor of Business Administration, Pathumthani University	2021	Nukulkij, K. (2018). Teamwork and Job Satisfaction Effecting Organizational Citizenship Behavior of the Industrial Manufacturing Factory Employees in Pathumthani
		- Master of Business Administration, Pathumthani University	2011	
		- Bachelor of Business Administration Program in Marketing, Pathumthani University	2009	

				Province. <i>Journal of Pacific Institute of Management Science Humanities and Social Science</i> , 4(2), 401 – 412.
				Nukuljij, D. (2019). Quality Management Improvement of Private Hospitals in Bangkok Metropolitan. <i>Journal of Suvamabhumi Institute of Technology (Humanities and Social sciences)</i> , 4(1), 205 – 224.
3. Ms. Pratikshaya Bhandari	Lecture	<ul style="list-style-type: none"> - Ph.D. in Management, Shinawatra University - Master in Business Studies, Prithivi Narayan Campus, Nepal - Bachelor in Business Studies, Kanya Campus 	2564 2562 2558	<p>Bhandari, P. & Amponstira, F. (2021). Model of Entrepreneurial Orientation Competitive Advantage and Performance of Woman – Owned Enterprise in Gadaki Province, Nepal. <i>Open Journal of Business and Management</i>, 9(6), 2854 – 2865.</p> <p>Bhandari, P. & Amponstira, F. (2020). Effect of Entrepreneurial Orientation on Profitability of Women Owned Enterprises in Pokhara City, Nepal. <i>International Business Research</i>, 13 (10), 66 – 75.</p>
4. Mr. Bijay Sigdel	Lecture	<ul style="list-style-type: none"> - Ph.D. in Management, Shinawatra University - MBA. (General), Asian Institute of Technology - BBA. (General), Pokhara College of Management 	2564 2562 2559	Sigdel, B. & Amponstira, F. (2021). A Model of Corporate Social Responsibility, Firm Reputation, and Firm Performance in Small and Medium Enterprises in Kaski, Lamjung, Gokha District of Gandaki Province, Nepal. <i>Open Journal of Business and Management</i> , 9 (5). 2248 – 2260.

				Sigdel, B. & Amponstira, F. (2020). Effect of Corporate Social Responsibility on Firms Profitability: A Study on Small and Medium Enterprises in Pokhara City, Nepal. <i>International Business Research</i> , 13 (10). 76 – 84.
5. Dr. Liew Cheng Siang	Lecture	- Doctor of Philosophy (Ph.D.) , University of Malaya	2562	Teck, T.S., Ying, C.W., Wai, C.K., Siang, L.C., & Yew, L.K. (2022). Covid -19 and the ‘Resetting’ of Corporate Social Responsibility a preview of what is coming next. <i>Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues</i> , 25(S2), 1-4.
		- Master of Business Administration (MBA.), University of Portsmouth, UK	2547	
		- Bachelor of Science (Honours) Computing, University of Portsmouth, UK	2544	
				Siang, L. C. & Ting, S. K. (2017). Determinant Factors of Customer Satisfaction in Malaysia Full Service Restaurants. <i>BERJAYA Journal of Services & Management</i> , 8, 41 – 50.

ภาคผนวก ข

ระเบียบมหาวิทยาลัยชินวัตร ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2554



**ระเบียบมหาวิทยาลัยชินวัตร
ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2554**

เนื่องจากระเบียบมหาวิทยาลัยชินวัตร ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรีและโท พ.ศ. 2546 ไม่เป็นไปตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2548 สภามหาวิทยาลัยจึงอาศัยอำนาจตามความในมาตรา 34(2) และมาตรา 56 แห่งพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษา เอกชน พ.ศ. 2546 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2550 ในการประชุมครั้งที่ 3/2554 เมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม 2554 มีมติออกระเบียบ ไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ระเบียบนี้เรียกว่า “ระเบียบมหาวิทยาลัยชินวัตร ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2554”

ข้อ 2 ระเบียบนี้มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ประกาศเป็นต้นไป

ข้อ 3 ให้ยกเลิก ระเบียบมหาวิทยาลัยชินวัตร ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรีและโท พ.ศ. 2546 บรรดาระเบียบ ข้อบังคับ คำสั่ง หรือประกาศอื่นใดที่กำหนดไว้แล้วในระเบียบนี้ หรือที่ขัดหรือแย้งกับระเบียบนี้ ให้ใช้ระเบียบนี้แทน

ข้อ 4 ระบบการศึกษา

การศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นการศึกษาระบบทวิภาค โดยแบ่งเวลาการศึกษาในหนึ่งปี ออกเป็น 2 ภาคการศึกษาปกติ ได้แก่ ภาคการศึกษาที่ 1 และภาคการศึกษาที่ 2 มีระยะเวลาการศึกษาในแต่ละภาค การศึกษาไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์ และภาคการศึกษาดูรู้อื่น มีระยะเวลาและจำนวนหน่วยกิตเป็นกึ่งหนึ่งของภาคการศึกษาปกติ

ระเบียบมหาวิทยาลัยชินวัตร ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2554

ข้อ 5 ระบบหน่วยกิต**5.1 การนับหน่วยกิต**

5.1.1 รายวิชาภาคทฤษฎี ที่ใช้เวลาบรรยาย หรืออภิปรายปัญหา ไม่น้อยกว่า 15 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ 1 หน่วยกิต

5.1.2 รายวิชาภาคปฏิบัติ ที่ใช้เวลาฝึกหรือทดลอง ไม่น้อยกว่า 30 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ 1 หน่วยกิต

5.1.3 การฝึกงานหรือการฝึกภาคสนาม ที่ใช้เวลาฝึก ไม่น้อยกว่า 45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ 1 หน่วยกิต

5.1.4 การทำโครงการหรือกิจกรรมการเรียนอื่นใดตามที่ได้รับมอบหมายที่ใช้เวลาทำโครงการหรือกิจกรรมนั้นๆ ไม่น้อยกว่า 45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ 1 หน่วยกิต

5.2 จำนวนหน่วยกิตตลอดหลักสูตร

หลักสูตรปริญญาตรี มีจำนวนหน่วยกิต รวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิต และอย่างมากไม่เกิน 150 หน่วยกิต

ข้อ 6 ระยะเวลาการศึกษา

ระยะเวลาการศึกษาตามหลักสูตร จำแนกได้ดังนี้

6.1 หลักสูตรปริญญาตรีภาคปกติ (4 ปี) สำเร็จการศึกษาได้ไม่ก่อน 6 ภาคการศึกษาปกติ และใช้เวลาศึกษาไม่เกิน 8 ปีการศึกษา สำหรับการลงทะเบียนเรียนเต็มเวลา

6.2 หลักสูตรปริญญาตรีภาคปกติ (5 ปี) สำเร็จการศึกษาได้ไม่ก่อน 8 ภาคการศึกษาปกติ และใช้เวลาศึกษาไม่เกิน 10 ปีการศึกษา สำหรับการลงทะเบียนเรียนเต็มเวลา

6.3 หลักสูตรปริญญาตรีภาคสมทบ (4 ปี) สำเร็จการศึกษาได้ไม่ก่อน 7 ภาคการศึกษาปกติ และใช้เวลาศึกษาไม่เกิน 7 ปีการศึกษา สำหรับการลงทะเบียนเรียนเต็มเวลา

6.4 หลักสูตรปริญญาตรีภาคสมทบ (5 ปี) สำเร็จการศึกษาได้ไม่ก่อน 9 ภาคการศึกษาปกติ และใช้เวลาศึกษาไม่เกิน 9 ปีการศึกษา สำหรับการลงทะเบียนเรียนเต็มเวลา

ข้อ 7 คุณสมบัติของผู้สมัครเข้าศึกษา

หลักสูตรปริญญาตรี ต้องสำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า

ข้อ 8 การรับเข้าศึกษา

อธิการบดีหรือผู้ที่อธิการบดีมอบหมายเป็นผู้พิจารณาคัดเลือกผู้สมัครที่มีคุณสมบัติตามข้อ 7 เข้าเป็นนักศึกษาโดยการพิจารณาจากใบสมัครตามแบบฟอร์มที่มหาวิทยาลัยกำหนด พร้อมเอกสารประกอบการพิจารณา โดยอาจจัดให้มีการสอบคัดเลือกข้อเขียน สัมภาษณ์ ทดสอบความสามารถ หรือ ทดสอบความถนัด หรืออื่น ๆ เพิ่มเติมได้ตามความเหมาะสม

ข้อ 9 การขึ้นทะเบียนนักศึกษา

ผู้ที่ได้รับการพิจารณาให้เข้าศึกษาตามประกาศของมหาวิทยาลัย จะมีสภาพเป็นนักศึกษา ต่อเมื่อได้ขึ้นทะเบียนนักศึกษาแล้ว

ผู้ที่ได้รับการพิจารณาให้เข้าศึกษาตามประกาศของมหาวิทยาลัย จะต้องไปรายงานตัว เพื่อขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาด้วยตนเองตามวัน เวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด

นักศึกษาที่ขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาแล้ว จะต้องชำระค่าเล่าเรียน ค่าบำรุง ค่าธรรมเนียม และอื่น ๆ ตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด โดยจะประกาศให้ทราบล่วงหน้า

ข้อ 10 การลงทะเบียนเรียน

การลงทะเบียนเรียนในแต่ละภาคการศึกษาจะต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา ก่อน ถ้า วิชาใดมีวิชาบังคับซึ่งได้กำหนดไว้ในหลักสูตรให้ศึกษาก่อน นักศึกษาจะต้องผ่านการศึกษาวินิจฉัยมาแล้ว หรือได้รับอนุมัติจากประธานหลักสูตรเป็นพิเศษ จึงจะมีสิทธิลงทะเบียนรายวิชา

นักศึกษาต้องลงทะเบียนเรียน ตาม วัน เวลา วิธีการ และสถานที่ ที่มหาวิทยาลัยกำหนด ยกเว้น ในกรณีที่นักศึกษามีเหตุจำเป็นสุดวิสัยจะต้องได้รับอนุมัติ ให้ลงทะเบียนเป็นพิเศษจากประธานหลักสูตร ในกรณีลงทะเบียนล่าช้า นักศึกษาจะต้องชำระค่าปรับตามประกาศของมหาวิทยาลัย

นักศึกษาที่ไม่ได้ลงทะเบียนในภาคการศึกษาใด จะต้องยื่นหนังสือขอลาพักการศึกษาสำหรับ ภาคการศึกษานั้นและต้องชำระค่าธรรมเนียมรักษาสถานภาพภายใน 2 สัปดาห์ นับจากวันเปิดเรียน

นักศึกษาหลักสูตรปริญญาตรีภาคปกติ ต้องลงทะเบียนเรียนในแต่ละภาคการศึกษาปกติ ไม่น้อยกว่า 9 หน่วยกิต และไม่เกิน 22 หน่วยกิต และในภาคฤดูร้อนลงทะเบียนเรียนได้ไม่เกิน 10 หน่วยกิต การลงทะเบียน โดยมีจำนวนหน่วยกิต มากกว่าหรือ น้อยกว่าเกณฑ์ที่กำหนด ต้องได้รับอนุมัติจากคณบดี โดยผ่านอาจารย์ที่ปรึกษา

นักศึกษาหลักสูตรปริญญาตรีภาคสมทบ ต้องลงทะเบียนเรียนในแต่ละภาคการศึกษาปกติ ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต และไม่เกิน 18 หน่วยกิต และในภาคฤดูร้อนลงทะเบียนเรียนได้ไม่เกิน 10 หน่วยกิต การลงทะเบียน โดยมีจำนวนหน่วยกิต มากกว่าหรือ น้อยกว่าเกณฑ์ที่กำหนด ต้องได้รับอนุมัติจากคณบดี โดยผ่าน อาจารย์ที่ปรึกษา

ระเบียบมหาวิทยาลัยชินวัตร ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2554



ข้อ 11 การขอเพิ่ม หรือขอเพิกถอนรายวิชา

11.1 การขอเพิ่มรายวิชา ให้กระทำได้ภายใน 2 สัปดาห์แรกนับจากวันเปิดภาคการศึกษาปกติ หรือ ภายในสัปดาห์แรกนับจากวันเปิดภาคการศึกษาคูฤดูร้อน

11.2 การเพิกถอนรายวิชา

11.2.1 การเพิกถอนรายวิชา หากดำเนินการภายใน 2 สัปดาห์แรก นับจากวันเปิดภาคการศึกษา รายวิชานั้นจะไม่ปรากฏในใบรายงานผลการศึกษา และนักศึกษาจะได้รับการโอนเงินค่าหน่วยกิตในภาคการศึกษาถัดไป

11.2.2 การเพิกถอนรายวิชา เมื่อพ้น 2 สัปดาห์แรกนับจากวันเปิดภาคการศึกษา และไม่เกิน 2 สัปดาห์ก่อนกำหนดการสอบประจำภาค จะได้รับสัญลักษณ์ W ในใบรายงานผลการศึกษา และไม่มีสิทธิได้รับการโอนหรือคืนค่าหน่วยกิต

11.2.3 การเพิกถอนรายวิชาเมื่อพ้นจากระยะเวลาที่กำหนดตาม 11.2.2 นักศึกษาจะขอเพิกถอนการลงทะเบียนรายวิชาไม่ได้

11.2.4 การเพิ่มรายวิชาและการเพิกถอนรายวิชา ต้องได้รับการอนุมัติจากอาจารย์ที่ปรึกษา และจำนวนหน่วยกิตที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียนหลังจากเพิ่มรายวิชา และการเพิกถอนรายวิชาต้องเป็นไปตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

กรณีที่ไม่เป็นไปตามที่ระบุข้างต้น จะต้องได้รับอนุมัติจากคณบดี โดยผ่านอาจารย์ที่ปรึกษา

ข้อ 12 การวัดผล และประเมินผลการศึกษา

12.1 ผลการศึกษาของแต่ละรายวิชาให้มีการประเมินเป็นสัญลักษณ์ ที่มีค่าระดับคะแนน จำนวน 8 ระดับ ดังต่อไปนี้

สัญลักษณ์	ค่าระดับคะแนน		ความหมาย
A	4.00	ดีเยี่ยม	(Excellent)
B+	3.50	ดีมาก	(Very Good)
B	3.00	ดี	(Good)
C+	2.50	ค่อนข้างดี	(Rather Good)
C	2.00	พอใช้	(Fair)
D+	1.50	อ่อน	(Poor)
D	1.00	อ่อนมาก	(Very Poor)
F	0.00	ไม่ผ่าน	(Fail)

12.2 ในกรณีที่ไม่สามารถประเมินผลเป็นสัญลักษณ์ที่มีค่าระดับคะแนนตาม ข้อ 12.1 ให้ใช้สัญลักษณ์ที่ไม่มีค่าระดับคะแนน ดังต่อไปนี้

สัญลักษณ์	ความหมาย
I (Incomplete)	การวัดผลยังไม่สมบูรณ์
S (Satisfactory)	ผลการเรียนเป็นที่น่าพอใจ นักศึกษาสอบผ่านรายวิชานั้น
U (Unsatisfactory)	ผลการเรียนไม่เป็นที่น่าพอใจ นักศึกษาต้องเรียนซ้ำเพื่อเปลี่ยน U เป็น S
W (Withdraw)	การเพิกถอนรายวิชาโดยได้รับอนุมัติ หรือมหาวิทยาลัย เพิกถอนรายวิชาและไม่นับหน่วยกิต
AUD (Audit)	การลงทะเบียนรายวิชานั้นเป็นกรณีพิเศษโดยเข้าร่วมฟัง การบรรยายและไม่นับหน่วยกิต
ACC (Accredited)	เป็นผลการเรียนที่ได้จากการเทียบโอนหน่วยกิต

12.3 การให้ F กระทำได้ในกรณีต่อไปนี้

12.3.1 นักศึกษาเข้าสอบและได้คะแนนต่ำกว่าเกณฑ์

12.3.2 นักศึกษาทุจริตในการสอบ และได้รับการตัดสินให้สอบตก

12.3.3 เปลี่ยนจาก I เป็น F โดยอัตโนมัติเนื่องจากไม่ปฏิบัติตามระเบียบของสัญลักษณ์ I

เพราะนักศึกษาไม่ทำการสอบ หรือทำงานที่อาจารย์ผู้สอนมอบหมายให้ทำ เพื่ออาจารย์ผู้สอนสามารถ รายงานผลการประเมินได้ใน 2 สัปดาห์แรกของภาคการศึกษาถัดไป

12.4 การให้ I กระทำได้ในกรณีต่อไปนี้

นักศึกษามีเหตุจำเป็นสุดวิสัยเกิดขึ้นในช่วงเวลาใกล้สอบ และ/หรือ ระหว่างสอบ เช่น การเจ็บป่วย และการได้รับอนุญาตให้ลาป่วยได้ และโดยสาเหตุอื่นที่อาจารย์ผู้สอนและผู้อำนวยการหลักสูตร เห็นสมควรให้รอผลการศึกษา เพราะนักศึกษายังทำงานหรือส่วนประกอบ การศึกษาของรายวิชานั้นยังไม่สมบูรณ์

การเปลี่ยน I ให้เป็นระดับคะแนนที่เหมาะสมกับคุณภาพของการสอบและ/หรือทำงานให้ กระทำได้เมื่อนักศึกษาทำการสอบและ/หรือทำงานครบถ้วนตามกำหนดแล้ว ทั้งนี้ต้องให้เสร็จสิ้นภายใน 2 สัปดาห์แรกของภาคการศึกษาถัดไป หากพ้นกำหนดนี้แล้วจะเปลี่ยนสัญลักษณ์ I เป็น F หรือ U โดยอัตโนมัติ

12.5 การให้ W จะกระทำได้เฉพาะรายวิชาที่มีนักศึกษาได้ลงทะเบียนไว้แล้วในกรณีต่อไปนี้

12.5.1 นักศึกษาขอเพิกถอนรายวิชา

- 1) นักศึกษาขอถอนรายวิชาที่ได้ลงทะเบียนเรียนไว้ภายในระยะเวลา นับตั้งแต่ 3 สัปดาห์หลังการลงทะเบียนจนถึง 2 สัปดาห์ก่อนวันเริ่มต้นการสอบปลายภาค โดยต้องได้รับอนุมัติจากอาจารย์ที่ปรึกษา
- 2) ในกรณีที่นักศึกษาขอถอนรายวิชาภายใน 1 สัปดาห์ก่อนวันเริ่มต้นการสอบปลายภาคต้องได้รับอนุมัติจากคณบดีหรือผู้ที่คณบดีมอบหมาย
- 3) นักศึกษาขอเพิกถอนวิชาที่ลงทะเบียนทุกวิชาเนื่องจากได้รับอนุมัติจากประธานหลักสูตร ให้ลาพักการศึกษาภายหลัง 8 สัปดาห์ของภาคการศึกษาปกติ หรือได้รับ อนุมัติให้เพิกถอนวิชาที่ลงทะเบียนทุกวิชา ภายหลัง 4 สัปดาห์ของภาค การศึกษาฤดูร้อน
- 4) นักศึกษาขอเพิกถอนวิชานั้น เนื่องจากป่วยในวันที่มีการสอบโดยมีใบรับรองแพทย์มาแสดงเป็นหลักฐานและได้รับอนุมัติจากคณบดี
- 5) ถูกสั่งพักการศึกษาโดยคำสั่งอธิการบดี

12.6 การให้ S จะกระทำได้เมื่อนักศึกษาสามารถเรียนรายวิชานั้นผ่านเป็นที่น่าพอใจ แต่จะไม่นับคะแนนเฉลี่ยสะสม

12.7 การให้ U จะกระทำได้ก็ต่อเมื่อนักศึกษาไม่สามารถเรียนรายวิชานั้นผ่านจนเป็นที่น่าพอใจ โดยเป็นการใช้กับรายวิชาเช่นเดียวกันกับที่ใช้อักษร S

12.8 การให้ AUD ให้กระทำเฉพาะรายวิชาที่นักศึกษาได้ลงทะเบียนเรียนเอาไว้ และแจ้งความจำนงในวันลงทะเบียนว่า จะเรียนโดยไม่นับหน่วยกิต และไม่ประสงค์จะให้มีการวัดผล ทั้งนี้ นักศึกษาต้องมีเวลาเรียนไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของเวลาเรียนตลอดภาคการศึกษานั้นๆ มิฉะนั้นจะถือว่านักศึกษาได้ถอนรายวิชาดังกล่าว และผลการเรียนจะเป็น W

12.9 การให้ ACC ให้กระทำเฉพาะรายวิชาที่นักศึกษาขอเทียบโอนรายวิชาและหน่วยกิต

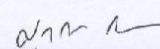
ข้อ 13 การประเมินผลการศึกษา

13.1 การประเมินผลการเรียนของนักศึกษาแต่ละคนให้กระทำเมื่อสิ้นการศึกษาแต่ละภาคการศึกษา

13.2 การกำหนดแต้มเฉลี่ย ให้นับเฉพาะรายวิชาที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียนและสอบตามหลักสูตร และ

13.3 เป็นวิชาที่ได้รับระดับคะแนน A, B+, B, C+, C, D+, D, หรือ F

ระเบียบมหาวิทยาลัยชินวัตร ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2554



ในกรณีที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียนรายวิชาซ้ำให้นำหน่วยกิตและแต้มระดับคะแนนในรายวิชานั้นๆ มารวมในการคำนวณแต้มระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมด้วย

13.4 การคำนวณหาแต้มระดับคะแนนเฉลี่ยประจำภาคให้นำผลรวมของผลคูณของหน่วยกิตกับแต้มระดับคะแนนของแต่ละรายวิชาในภาคนั้นหารด้วยผลรวมของจำนวนหน่วยกิตของทุกรายวิชาที่เรียนในภาคนั้น ในการหารให้ใช้จุดทศนิยมสองตำแหน่งไม่มีการปัดเศษ

13.5 การคำนวณหาแต้มระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมให้นำผลรวมของผลคูณของหน่วยกิตกับแต้มระดับคะแนนของรายวิชาทั้งหมดที่ลงทะเบียนหารด้วยผลรวมของจำนวนหน่วยกิตของทุกรายวิชาที่ลงทะเบียนเรียน ในการหารให้ใช้จุดทศนิยมสองตำแหน่งไม่มีการปัดเศษ

13.6 สำหรับรายวิชาที่ได้รับระดับคะแนน F ให้บันทึกผลในใบรายงานผลการศึกษาระดับคะแนนครั้งสุดท้ายที่ลงทะเบียนและนำมาคำนวณในแต้มระดับคะแนนเฉลี่ยประจำภาค (โดยจำนวนหน่วยกิตของรายวิชาที่ลงทะเบียนนั้น จะถูกนำมาคำนวณเพียงครั้งเดียว)

ข้อ 14 การสอบตกและเรียนซ้ำ

แนวปฏิบัติเกี่ยวกับการสอบตกและเรียนซ้ำมีดังต่อไปนี้

14.1 นักศึกษาที่สอบไม่ผ่านตามเกณฑ์ของการวัดผล ถือว่ายังสอบไม่ผ่านและอาจต้องทำงานตามที่อาจารย์ผู้สอนในรายวิชานั้นมอบหมายเพื่อปรับระดับคะแนน

14.2 ในกรณีที่นักศึกษาสอบตกในแต่ละรายวิชาจะต้องปฏิบัติดังนี้

14.2.1 นักศึกษาสอบตกได้ระดับคะแนน F ในวิชาที่ไม่ใช่วิชาเลือกจะต้องลงทะเบียนวิชานั้นซ้ำ

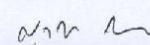
14.2.2 นักศึกษาสอบตกได้ระดับคะแนน F ในวิชาเลือก จะลงทะเบียนวิชานั้นซ้ำหรือเลือกรายวิชาอื่นแทนก็ได้

14.2.3 นักศึกษาอาจลงทะเบียนเรียนในรายวิชาที่ได้เคยระดับคะแนน D หรือ D+ ตามความสมัครใจ และให้บันทึกผลในใบรายงานผลการศึกษาระดับคะแนนครั้งสุดท้ายที่ลงทะเบียนและนำมาคำนวณในแต้มระดับคะแนนเฉลี่ยประจำภาค (โดยจำนวนหน่วยกิตของรายวิชาที่ลงทะเบียนนั้น จะถูกนำมาคำนวณเพียงครั้งเดียว)

14.3 เมื่อนักศึกษาสอบได้จำนวนหน่วยกิตครบทุกวิชา ตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตรแล้ว ได้ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ 1.8 แต่ไม่ถึง 2.0 นักศึกษาอาจยื่นคำร้องขอเรียนเพิ่มเติมให้ได้แต้มระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม 2.0 จากระบบ 4 แต้ม ระดับคะแนนได้ โดยวิธีการดังนี้

14.3.1 ลงทะเบียนเรียนเพิ่มในรายวิชาอื่นที่ยังไม่เคยเรียนที่มีอยู่ในหลักสูตร โดยได้รับอนุมัติจากอธิการบดี ทั้งนี้ต้องเป็นรายวิชาที่มหาวิทยาลัยเปิดทำการสอน

ระเบียบมหาวิทยาลัยชินวัตร ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2554



14.3.2 เรียนซ้ำในบางรายวิชาอื่น ซึ่งนักศึกษาเคยเรียนแล้ว ทั้งนี้ในรายวิชาที่ขอเรียนซ้ำนั้น ต้องได้ระดับคะแนนไม่สูงกว่า D+

14.3.3 การลงทะเบียนตามข้อ (14.3.1) และ (14.3.2) นั้นจะกระทำได้โดยไม่จำกัดหน่วยกิตชั้นต่ำในแต่ละภาคการศึกษา แต่ทั้งนี้ต้องไม่เกิน 2 ภาคการศึกษา

ข้อ 15 การจำแนกสภาพนักศึกษา

15.1 การจำแนกสภาพนักศึกษาจะกระทำเมื่อสิ้นภาคการศึกษาปกติแต่ละภาค ทั้งนี้ยกเว้นนักศึกษาที่เข้าศึกษาเป็นปีแรกซึ่งการจำแนกสภาพนักศึกษาจะกระทำเมื่อสิ้นภาคการศึกษาที่สองนับแต่เริ่มเข้าศึกษา

15.2 สำหรับภาคการศึกษาดูรู้อื่นให้นำผลการศึกษาไปรวมกับผลการศึกษาในภาคเรียนปกติแรกที่นักศึกษาผู้นั้นลงทะเบียนเรียน เพื่อจำแนกสภาพนักศึกษา

15.3 นักศึกษาสภาพปกติ ได้แก่ นักศึกษาที่สอบได้เต็มเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ 2.0 ขึ้นไป

15.4 นักศึกษาสภาพวิथाทัณฑ์ ได้แก่ นักศึกษาที่สอบได้เต็มเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า 2.0

15.5 ฐานะชั้นปีของนักศึกษา จะกระทำเมื่อสิ้นสุดแต่ละปีการศึกษา ตามเกณฑ์ดังนี้

15.5.1 นักศึกษาที่สอบได้น้อยกว่า 33 หน่วยกิต ได้เทียบฐานะเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1

15.5.2 นักศึกษาที่สอบได้ตั้งแต่ 33 หน่วยกิตขึ้นไป แต่น้อยกว่า 66 หน่วยกิต ให้เทียบฐานะเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 2

15.5.3 นักศึกษาที่สอบได้ตั้งแต่ 66 หน่วยกิตขึ้นไป แต่น้อยกว่า 99 หน่วยกิต ให้เทียบฐานะเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 3

15.5.4 นักศึกษาที่สอบได้ตั้งแต่ 99 หน่วยกิตขึ้นไป ให้เทียบเท่าฐานะเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 4

ข้อ 16 การพ้นสภาพการเป็นนักศึกษา

นักศึกษาจะพ้นสภาพนักศึกษาในข้อใดข้อหนึ่ง ดังต่อไปนี้

16.1 ได้รับเต็มระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม น้อยกว่า 1.50 เว้นแต่เป็นนักศึกษาในภาคการศึกษาแรกของชั้นปีหนึ่ง

16.2 ได้รับเต็มระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม น้อยกว่า 1.80 ในสองภาคการศึกษาติดต่อกัน

16.3 ไม่สามารถสำเร็จการศึกษาภายใน 16 ภาคการศึกษาปกติ นับตั้งแต่ภาคการศึกษาแรกที่ลงทะเบียนเรียนหลักสูตรปริญญาตรี (4 ปี) สำหรับการลงทะเบียนเรียนเต็มเวลา หรือไม่สามารถสำเร็จการศึกษาภายใน 18 ภาคการศึกษาปกติ นับตั้งแต่ภาคการศึกษาแรกที่ลงทะเบียนเรียนหลักสูตรปริญญาตรี (5 ปี) สำหรับการลงทะเบียนเรียนเต็มเวลา

ระเบียบมหาวิทยาลัยชินวัตร ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2554

(ลายเซ็น)

16.4 กระทำผิดวินัยอย่างร้ายแรง ตามข้อบังคับของมหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยสั่งให้พ้นสภาพนักศึกษา

16.5 ศึกษาครบตามหลักสูตร และได้ปริญญา

16.6 ถึงแก่กรรม หรือลาออก

ข้อ 17 การเทียบวิชาเรียนและโอนหน่วยกิต

17.1 การเทียบวิชาเรียนและโอนหน่วยกิตภายในมหาวิทยาลัย

นักศึกษาที่ผ่านการคัดเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยชินวัตร สามารถขอเทียบและโอนหน่วยกิตที่ได้เรียนมาแล้วจากหลักสูตรในมหาวิทยาลัยชินวัตร โดยจำนวนหน่วยกิตสูงสุดที่สามารถเทียบได้ขึ้นอยู่กับข้อกำหนดเฉพาะของแต่ละสาขา นักศึกษาที่มีความประสงค์ขอเทียบรายวิชาเรียนและโอนหน่วยกิตจะต้องยื่นผลการศึกษาระดับสมบุรณ์ พร้อมคำอธิบายรายวิชาที่จะขอเทียบโอนจากหลักสูตรเดิม เพื่อให้คณะกรรมการวิชาการเป็นผู้พิจารณาอนุมัติการเทียบวิชาเรียนและโอนหน่วยกิต ภายใต้เงื่อนไข ดังต่อไปนี้

17.1.1 เป็นรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาในหลักสูตรระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ที่เคยศึกษาในมหาวิทยาลัยชินวัตร

17.1.2 เป็นรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาที่บรรจุในหลักสูตรของคณะหรือสาขาวิชาที่ขอเทียบ

17.1.3 เป็นรายวิชาหรือกลุ่มวิชาที่มีเนื้อหาสาระครอบคลุม ไม่น้อยกว่าสามในสี่ของรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาที่ขอเทียบ

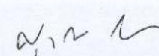
17.1.4 ในระดับปริญญาตรี การเทียบวิชาเรียนและโอนหน่วยกิตภายในมหาวิทยาลัยต้องเป็นรายวิชาที่สอบไล่ได้ satisfactory ไม่ต่ำกว่า C หรือ S

17.2 การเทียบวิชาเรียนและโอนหน่วยกิตจากสถาบันอุดมศึกษาอื่น

นักศึกษาที่ผ่านการคัดเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยชินวัตร สามารถขอเทียบและโอนหน่วยกิตที่ได้เรียนมาแล้วจากสถาบันอุดมศึกษาอื่นที่ได้มาตรฐาน โดยจำนวนหน่วยกิตสูงสุดที่สามารถเทียบได้ขึ้นอยู่กับข้อกำหนดเฉพาะของแต่ละสาขา นักศึกษาที่มีความประสงค์ขอเทียบรายวิชาเรียนและโอนหน่วยกิต จะต้องยื่นผลการศึกษาระดับสมบุรณ์ พร้อมคำอธิบายรายวิชาที่จะขอเทียบโอนจากสถาบันอุดมศึกษาเดิม เพื่อให้คณะกรรมการวิชาการพิจารณาอนุมัติการเทียบวิชาเรียนและโอนหน่วยกิต ภายใต้เงื่อนไข ดังต่อไปนี้

17.2.1 เป็นรายวิชาในหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาหรือเทียบเท่าจากสถาบันอุดมศึกษาที่สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา หรือสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน หรือหน่วยงานอื่นในประเทศและต่างประเทศที่เทียบเท่าให้การรับรองวิทยฐานะ

ระเบียบมหาวิทยาลัยชินวัตร ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2554

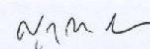


- 17.2.2 เป็นรายวิชาที่มีเนื้อหาสาระครอบคลุมไม่น้อยกว่าสามในสี่ของรายวิชาที่ขอเทียบตามหลักสูตรของมหาวิทยาลัย
- 17.2.3 เป็นรายวิชาที่ศึกษามาแล้วไม่เกิน 5 ปี นับถึงวันที่ขอเทียบโอนรายวิชาเรียน
- 17.2.4 เป็นรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาที่สอบไล่ได้ไม่ต่ำกว่าระดับคะแนนตัวอักษร C หรือแต่มีระดับคะแนน 2.00 หรือเทียบเท่า
- 17.2.5 นักศึกษาจะได้รับการศึกษาเทียบโอนหน่วยกิต ได้ไม่เกินสามในสี่ของจำนวนหน่วยกิตรวมที่จะต้องศึกษาในแต่ละหลักสูตร
- 17.2.6 นักศึกษาต้องใช้เวลาในการศึกษาที่มหาวิทยาลัยชั้นวัด เป็นระยะเวลาอย่างน้อยหนึ่งปีการศึกษา
- 17.2.7 มหาวิทยาลัยอาจจะจัดให้มีการสอบ การทดสอบ หรือการวัดผล โดยวิธีอื่นที่เหมาะสม เพื่อประกอบการพิจารณาเทียบโอนหน่วยกิต ก็ได้
- เพื่อให้การดำเนินการขอเทียบรายวิชาและ โอนหน่วยกิตเป็นไปด้วยความสะดวกและรวดเร็ว นักศึกษาควรแนบสำเนาคู่มือการศึกษาของสถานศึกษาเดิมมาพร้อมกับการยื่นขอเทียบวิชาเรียนและ โอนหน่วยกิตด้วย

ข้อ 18 การสำเร็จการศึกษา

- 18.1 การให้ปริญญาแก่นักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีและมีสิทธิได้รับปริญญาต้องมีคุณสมบัติดังนี้
- 18.1.1 ศึกษารายวิชาครบถ้วนตามที่กำหนดในหลักสูตร โดยแต่ละรายวิชาจะต้องได้ผลการเรียนไม่ต่ำกว่า D หรือ S
- 18.1.2 มีแต่มีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่น้อยกว่า 2.00
- 18.1.3 สอบผ่านภาษาอังกฤษตามเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนด
- 18.1.4 มีความประพฤติเรียบร้อย
- 18.2 การให้ปริญญาเกียรตินิยมอันดับหนึ่ง ให้แก่นักศึกษาที่มีคุณสมบัติดังต่อไปนี้
- 18.2.1 สอบได้ครบทุกรายวิชาตามหลักสูตร และมีระยะเวลาเรียนอย่างมากไม่เกินจำนวนภาคการศึกษาปกติติดต่อกันตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตร ทั้งนี้ไม่นับภาคการศึกษาที่ได้รับอนุมัติให้ลาพักการศึกษา
- 18.2.2 สอบได้แต่มีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ 3.50 ขึ้นไป
- 18.2.3 สอบผ่านภาษาอังกฤษตามเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนด
- 18.2.4 มีความประพฤติเรียบร้อย

ระเบียบมหาวิทยาลัยชินวัตร ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2554



18.3 การให้ปริญญาเกียรตินิยมอันดับสอง ให้แก่นักศึกษาที่มีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

18.3.1 สอบได้ครบทุกรายวิชาตามหลักสูตร และมีระยะเวลาเรียนอย่างมากไม่เกินจำนวนภาคการศึกษาปกติติดต่อกันตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตร ทั้งนี้ไม่นับภาคการศึกษาที่ได้รับอนุมัติให้ลาพักการศึกษา

18.3.2 สอบได้เต็มระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ 3.25 แต่ไม่ถึง 3.50

18.3.3 สอบผ่านภาษาอังกฤษตามเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนด

18.3.4 มีความประพฤติเรียบร้อย

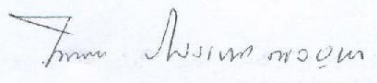
ข้อ 19 การรักษาระเบียบ

19.1 ให้อธิการบดีเป็นผู้รักษาระเบียบนี้และให้มีอำนาจออกประกาศ คำสั่ง หรือระเบียบปฏิบัติ ซึ่งไม่ขัดแย้งกับระเบียบนี้ ในกรณีที่มีปัญหาการตีความหรือการปฏิบัติตามระเบียบนี้ ให้อธิการบดีเป็นผู้วินิจฉัย

19.2 ในกรณีที่มีความจำเป็นที่มหาวิทยาลัยต้องปฏิบัตินอกเหนือไปจากระเบียบข้างต้น ให้นำเรื่องเสนอต่อสภามหาวิทยาลัยเพื่อพิจารณาอนุมัติ

ประกาศ ณ วันที่ 24 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2554

ลงชื่อ



(นายพารณ อิศรเสนา ณ อยุธยา)

นายกสภามหาวิทยาลัยชินวัตร



Bachelor of Business Administration Program
In
Marketing
(International Program)

(New Curriculum B.E. 2565)

School of Management
Shinawatra University

Contents

List of Contents	Page
SECTION 1. GENERAL INFORMATION	
1. CODE AND PROGRAM NAME.....	1
2. NAME OF DEGREE AND FIELD OF STUDY.....	1
3. MAJOR.....	1
4. NUMBER OF CREDITS TAKEN THROUGHOUT THE PROGRAM.....	1
5. PROGRAM CHARACTERISTICS.....	1
6. PROGRAM STATUS AND PROGRAM APPROVAL/ENDOSEMENT	2
7. READINESS TO DISSEMINATE QUALITY AND STANDARD.....	2
8. PROFESSIONS THAT CAN BE UNDERTAKEN AFTER GRADUATION	2
9. NAME, ID CARD NUMBER, POSITIONS AND EDUCATIONAL QUALIFICATIONS OF LECTURERS IN CHARGE OF THE PROGRAM	3
10. TEACHING LOCATION	3
11. EXTERNAL CIRCUMSTANCES OR DEVELOPMENTS THAT NEED TO BE TAKEN INTO ACCOUNT IN PROGRAM PLANNING	4
12. EFFECTS OF ITEM 11 ON CURRICULUM DEVELOPMENT AND RELEVANCE TO THE INSTITUTION'S MISSION	5
13. RELATIONSHIP WITH OTHER PROGRAMS OFFERED IN OTHER FACULTIES/DEPARTMENTS OF THE INSTITUTION.....	5
SECTION 2 PROGRAM SPECIFIC INFORMATION	6
1. PHILOSOPHY, IMPORTANCE AND OBJECTIVES OF THE PROGRAM.....	6
2. IMPROVEMENT PLAN	6
SECTION 3. EDUCATIONAL MANAGEMENT SYSTEM, IMPLEMENTATION AND PROGRAM STRUCTURE	8
1. EDUCATIONAL MANAGEMENT SYSTEM	8
2. PROGRAM IMPLEMENTATION	8
3. PROGRAM AND FACULTY MEMBERS	10
4. FIELD EXPERIENCE ELEMENTS.....	33
5. PROJECT OR RESEARCH REQUIREMENTS (IF ANY).....	33
SECTION 4. LEARNING OUTCOMES, TEACHING AND ASSESSMENT STRATEGIES	34

1.	DEVELOPMENT OF SPECIAL CHARACTERISTICS OF STUDENTS	34
2.	DEVELOPMENT OF LEARNING OUTCOMES IN EACH AREA	35
3.	MAP SHOWING THE DISTRIBUTION OF RESPONSIBILITY STANDARDS FOR LEARNING OUTCOMES FROM THE CURRICULUM TO THE COURSE (CURRICULUM MAPPING)	39
SECTION 5. CRITERIA FOR STUDENT ASSESSMENT		46
1.	RULES OR CRITERIA FOR GRADING.....	46
2.	THE PROCESS OF VERIFYING STUDENT ACHIEVEMENT STANDARDS	46
3.	GRADUATION CRITERIA ACCORDING TO THE CURRICULUM	46
SECTION 6. FACULTY DEVELOPMENT		47
1.	PREPARATION FOR NEW LECTURERS.....	47
2.	DEVELOPING KNOWLEDGE AND SKILLS FOR LECTURERS.....	47
SECTION 7. CURRICULUM QUALITY ASSURANCE		48
1.	CURRICULUM ADMINISTRATION	48
2.	TEACHING AND LEARNING RESOURCE MANAGEMENT	48
3.	FACULTY MANAGEMENT	48
4.	MANAGEMENT OF TEACHING AND LEARNING SUPPORT PERSONNEL.....	49
5.	STUDENT SUPPORT AND ADVICE.....	49
6.	EXPECTATION OF LEARNING OUTCOMES AT THE END OF THE SCHOOL YEAR.....	49
7.	LABOR MARKET NEEDS, SOCIETY AND/OR SATISFACTION OF GRADUATE USERS.....	49
8.	KEY PERFORMANCE INDICATORS).....	50
SECTION 8. ASSESSMENT AND IMPROVEMENT OF PROGRAM IMPLEMENTATION		51
1.	EVALUATION OF THE EFFECTIVENESS OF TEACHING.....	51
2.	OVERALL CURRICULUM ASSESSMENT	51
3.	EVALUATION OF THE PERFORMANCE ACCORDING TO THE COURSE DETAILS	51
4.	REVIEW OF THE ASSESSMENT RESULTS AND PLANNING FOR IMPROVEMENT	51
Appendice		52
APPENDIX A BIOGRAPHY AND WORK ACHIEVEMENTS OF LECTURERS IN CHARGE OF THE PROGRAM.....		53
APPENDIX B SHINAWATRA UNIVERSITY REGULATIONS ON BACHELOR DEGREE, B.E. 2554		62
APPENDIX C SHINAWATRA UNIVERSITY PROVISION B.E. 2552		74
APPENDIX D APPOINTMENT OF COMMITTEE FOR CURRICULUM DEVELOPMENT BACHELOR OF ARTS PROGRAM IN MARKETING (INTERNATIONAL PROGRAM)		105

**Bachelor of Business Program
In Marketing (International Program)
New Curriculum B.E. 2565**

Name of higher education institution: Shinawatra University
Faculty/Institute/Office: School of Management

Section 1 General Information

1. Code and Curriculum Name

Bachelor of Business Administration Program in Marketing
(International Program)

2. Name of degree and field of study

Full Title: Bachelor of Business Administration (Marketing)
Abbreviation (English): B.B.A. (Marketing)

3. Major

None

4. Number of credits studied throughout the curriculum

132 Credits

5. Structure of the curriculum

5.1 Structure

Bachelor Degree Program, 4 years curriculum

5.2 Language

English

5.3 Admission

Thai students and international students with good command of English

5.4 Cooperation with other institutions

None

5.5 Award of degrees to graduates

Only one degree granted

6. Curriculum status and curriculum approval

- New Curriculum B.E. 2565
- Committee for Curriculum development approve at the meeting on

- Academic Committee approved the curriculum at the meeting no. on (Date/year).....
- Executive Committee approved the curriculum at the meeting no. on (Date/year).....
- The University Council approved the curriculum in the meeting no. on (Date/year).....
- Starting from the first semester of the academic year 2022 onwards

7. Readiness for publication the quality and standard of the curriculum

The program will be disseminated as quality and standardized according to the Higher Education Qualifications Framework 2009 in the academic year 2024

8. Professions that can be taken after graduation

This program aims to produce graduates to work in the field of

1. Marketing, brand, product managers in local and multinational companies
2. Positions in research and/or information service businesses
3. Employees in state enterprises
4. Positions in international or non-profit institutions/organizations
5. Business entrepreneurs
6. Graduate School in Marketing/Marketing Research/Marketing Communication/Logistics
7. Master of Business Administration (either in Thailand or outside Thailand)

9. Name-surname, position and educational qualifications of the lecturers in charge of the program

Name	Academic Position	Educational Qualifications	Year of Graduation
1. Dr. Tippawan Lertatthakornkit	Lecture	-Doctorate Degree in Marketing, Assumption University	2021
		-Master Degree in Marketing, National Institute of Development Administration	2005

		-Bachelor Degree in Mass Communication, Ramkamhaeng University	2006
		-Bachelor Degree in Information Technology, Assumption University	2000
2. Assistant Professor Dr. Dheetawat Nukulki	Assistant Professor	- Doctor of Business Administration, Pathumthani University	2021
		- Master of Business Administration, Pathumthani University	2011
		- Bachelor of Business Administration Program in Marketing, Pathumthani University	2009
3. Dr. Pratikshya Bhandari	Lecture	-Ph.D. in Management, Shinawatra University	2021
		-Master in Business Studies, Prithivi Narayan Campus, Nepal	2019
		-Bachelori in Business Studies, Kanya Camous, Nepal	2015
4. Dr.. Bijay Sigdel	Lecture	- Ph.D. in Management, Shinawatra University	2021
		- MBA. (General), Asian Institute of Technology	2019
		- BBA. (General), Pokhara College of Management, Nepal	2016
5. Dr. Liew Cheng Siang	Lecture	-Doctor of Philosophy (Ph.D.), University of Malaya	2019
		- Master of Business	2004

		Administration (MBA.), University of Portsmouth, UK -Bachelor of Science (Honours) Computing, University of Portsmouth, UK	2001
--	--	--	------

10. Location of teaching and learning

Shinawatra University

11. External factors or developments that need to be taken into account in curriculum planning

11.1 Economic factors or developments

Rapid changes of the country's and the world's economy call for a revision of the current Bachelor of Business Administration program in Marketing. With the goal of uniting ASEAN countries, competition will become more intense. Communication skills and cultural understanding are certainly required; while the knowledge in marketing is more important than ever in bridging Thai businesses to the ASEAN and global contexts. More business transactions are conducted online via the Internet. Consumers are empowered more than ever in the digital world. Information about products/brands and businesses can be easily searched and found. Businesses are expanding across the globe yet they are increasingly being pressured to respond to the local needs and contexts. Entrepreneurial businesses are more common as the popularity of consumer-to-consumer transaction grows. The Bachelor of Business Administration program in Marketing must answer to those changing trends in the economy and the business model.

11.2 Factors or social and cultural development trends

For the past decade, technology has become one of the major driving forces of Consumer's social and culture. With an introduction of the Internet, the consumer's power is unleashed. Information about products and brands is shared with other consumers all over the world. Marketing graduates must learn to master the new skill of managing not only an individual consumer but also managing how different groups of consumers interact with the product/brand in an online world. Another important development is the demand of the society for more business and professional ethics and responsibility. The revised Bachelor of

Business Administration program in Marketing must produce graduates who have the sense of social responsibility and professional ethics as well as a good grasp of the new developments in consumer's social and culture.

12. Effects of Items 11 on curriculum development and relevance to the institution

12.1 Curriculum Development

Due to the rapidly changing external circumstances and social and cultural developments in the era of borderless communication. This makes it necessary to develop Marketing course to support the content development of this industry, to increase the value in line with the government's creative economy promotion guidelines. The committee responsible for the program has developed a Bachelor of Business Administration program in Marketing to keep up with the changing trends of the world.

12.2 Relevance to the mission of Institution

12.2.1 Produce graduates in the field of Marketing with quality and morality

12.2.2 Support research for local development

12.2.3 Providing academic and professional services to society

12.2.4 Preserving arts and culture

13. Relationship with other curricula offered in other faculties/ departments of the institution

This course requires students to take general education courses to gain extensive knowledge have a wide worldview, understanding of themselves, others, society and have a thirst for knowledge. The students must be able to think rationally, communicate effectively, full of morality, realizing the value of both Thai and international arts and culture and able to apply knowledge to life and live in society happily.

In addition, there are opportunities for lecturers who are responsible for other programs can assigned these courses to be specific courses, core courses, or compulsory specialized courses, or elective courses or basic professional courses. To provide students with knowledge, understanding and good performance. As well as providing opportunities for students in different programs of Shinawatra University can choose any course according to their aptitude or interest. If the specific conditions of that course are met.

Section 2: Specific Information on the Curriculum

1. Philosophy, significance and objectives of the curriculum

1.1 Philosophy

Bachelor of Business Administration graduates are well equipped with 21st century, core business and discipline-specific knowledge and skills, and entrepreneurial mindset through innovative and impactful academic, co-curricular and extra-curricular activities, so as to contribute to a more innovative and sustainable global society.

1.2 Objectives

1.2.1 To produce entrepreneurial-minded graduates who are able to demonstrate an ability to work in a team.

1.2.2 To produce graduates with a process of thinking, analyzing, solving problems, and effectively integrating knowledge of Marketing.

1.2.3 To produce graduates with the skills to work with others with great responsibility, professional aptitude and will be able to present their work effectively.

1.2.4 To produce graduates with professional characteristics, imagination and skills in using marketing for business operation.

1.2.5 To produce graduates with knowledge and virtue, self-responsibility, able to develop and bring benefits to society.

1. Development and Improvement Plan

Development plan/ change	Stratergies	Evidence/Indicators
1. Improve the curriculum and develop the curriculum to be standardized and in accordance with the needs of the market.	- Regularly monitor and assess courses every 5 years.	-Course Assessment Report
2. Improve curriculum to meet local needs and economic and social	- Track changes in the demand for graduates and the labor market for	- A report on the satisfaction assessment results of hiring graduates

changes.	<p>Marketing content.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Develop teaching skills of teachers emphasizing 5 learning standards Develop lecturer's teaching skills following 5 domains of learning standards. 	<p>from the workplace</p> <ul style="list-style-type: none"> - Teaching skills development and teacher evaluation project - The amount of academic service of the lecturers - Certificate/ Training /Seminar /Study Tour
3. Improve teaching support factors	<ul style="list-style-type: none"> - Promote education visit, training or seminars - Explore the needs of graduates and employers. 	<ul style="list-style-type: none"> - Employer demand survey report

Section 3 Educational Management System, Implementation, and Curriculum Structure

1. Educational Management System

1.1 System

Educational system is a semester. One academic year is divided into two regular semesters. One semester normally lasts a minimum of 15 weeks of study.

1.2 Summer semester education

The duration of study is not less than 8 weeks.

The summer semester starts from June to July.

1.3 Credit comparison in the semester system

None

2. Curriculum implementation

2.1 Academic Calendar

Monday – Friday during the office hours

Note: In case of necessity, teaching can be arranged outside office hours.

Semester 1 August – December

Semester 2 January – May

Summer semester June – July

2.2 Qualifications of the applicants

2.2.1 Graduated from high school or equivalent

2.2.2 have all the qualifications as specified by the university

2.2.3 Have good behavior discipline

2.3 Problems of new students

2.3.1 Students have different backgrounds of artistic ability.

2.3.2 Students have knowledge and skills use of technology according to the standards of the discipline

2.3.3 Some students have attitudes and behaviors that are inconsistent with the Marketing profession.

2.4 Strategies to Solve Student Problems/Restrictions

2.4.1 Organize a test to measure artistic ability to divide students into groups according to their abilities

2.4.2 Teaching the basics of marketing.

2.4.3 Organize advisors to provide advice both academically and professionally.

2.4.4 Organize training for the development of learning skills in higher education

2.5 Plans for accepting students and graduates for a period of 5 years

Number of students	Number of students in each academic year				
	2565	2566	2567	2568	2569
First Year	30	30	30	30	30
Second Year		30	30	30	30
Third Year			30	30	30
Fourth Year				30	30
Total	30	60	90	120	120
Expected Graduation				30	30

2.6 Budget Plan

Estimated Revenues	Fiscal Years				
	2565	2566	2567	2568	2569
First Year	3,336,000	3,336,000	3,336,000	3,336,000	3,336,000
Second Year		3,060,000	3,060,000	3,060,000	3,060,000
Third Year			3,180,000	3,180,000	3,180,000
Fourth Year				2,520,000	2,520,000
Total	3,336,000	6,396,000	9,576,000	12,096,000	12,096,000

Estimated Expenses	Fiscal Years				
	2565	2566	2567	2568	2569
Remunerations and Materials	600,000	1,200,000	1,800,000	2,400,000	2,400,000
Scholarship and Other Operational Costs	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000
Total Expenses	1,800,000	2,400,000	3,000,000	3,600,000	3,600,000

2.7 Education System

The education system is class instructions

2.8 Credit transfer and cross-institutional enrollment

To be in accordance with the regulations of Shinawatra University on Bachelor's Degree Education, B.E. 2554 (Appendix B)

3. Program and lecturers

3.1 Program

3.1.1 Total Credits not less than/equal to 132 credits

3.1.2 Program structure

The course structure consists of general education courses, specific courses and free electives courses in accordance with the announcement of the Ministry of Education regarding curriculum standards Bachelor's degree, B.E. 2558

Numbers of total credits not less than	132	credits
a. General Education courses not less than	30	credits
1. Language and communication group (compulsory)	18	credits
2. Humanities and Social Science group	9	credits
3. Science and Mathematics group (compulsory)	3	credits
b. Specific courses not less than	96	credits
1.core courses	54	credits
2.major courses	30	credits
3. elective courses	12	credits
c. Free elective courses	6	credits

3.1.3 Courses in the curriculum

3.1.3.1 a. General Education **30 Credits**

Language and communication group **18 credits**
(compulsory)

1001101 Fundamental English 3(3-0-6)

1001102	English for Academic Study	3(3-0-6)
1001203	English for Academic Writing	3(3-0-6)
1001204	English for Public Speaking	3(3-0-6)
1001205	English for Writing Academic Article	3(3-0-6)
1001206	English for Presentation	3(3-0-6)

Humanities and Social Science group

9 credits

1002101	Cultural Diversity	3(3-0-6)
1002104	Life and Work Management	3(3-0-6)
1002205	Thinking and Decision Making	3(3-0-6)

Science and Mathematics group

3 credits

(compulsory)

1003201	Information and Communication Technology	3(3-0-6)
---------	--	----------

96 credits

3.1.3.2 b. Specific courses

Core Courses

54 credits

1102201	Macroeconomics	3(3-0-6)
1102103	Principles of Finance	3(3-0-6)
1102101	Principles of Marketing	3(3-0-6)
1102203	Human Resource Management	3(3-0-6)
1102210	Organization behavior	3(3-0-6)
1102301	Entrepreneurship	3(3-0-6)
1102302	International Business	3(3-0-6)
1102204	Quantitative Analysis Technique	3(3-0-6)
1102303	Strategic Management	3(3-0-6)
1102211	Financial Accounting	3(3-0-6)
1102104	Principles of Management	3(3-0-6)
1201203	Microeconomics	3(3-0-6)

1102305	Business Law	3(3-0-6)
1102212	Leadership	3(3-0-6)
1102208	Production and Operation Management	3(3-0-6)
1102304	Business Research Methods	3(3-0-6)
1102447	Internship	6(240hrs)

Major courses

30 credits

1103301	Consumer Behavior	3(3-0-6)
1103302	Digital Marketing	3(3-0-6)
1103303	Marketing Research	3(3-0-6)
1103304	International Marketing	3(3-0-6)
1103305	Sale Management	3(3-0-6)
1103306	Service Marketing	3(3-0-6)
1103307	Retail management	3(3-0-6)
1103401	Integration marketing communication	3(3-0-6)
1103402	Marketing Project 1	3(3-0-6)
1103403	Marketing Project 2	3(3-0-6)

Elective Courses

12 credits

Choosing any major courses from Human Resources Management, Logistics and Supply Chains and Accounting and Finance curriculum in Shinawatra University which not the same as the courses that have been studied previously.

3.1.3.3 c. Free elective Courses

6 credits

Choosing any courses in Shinawatra University which not the same as the courses that have been studied previously.

Description of the course codes of General Education

Course code consists of 7 digit numbers

Position 1 – 2 is course code of general education course

10 refers to general education course code

Position 3 - 4 is code of courses group

01 refers to Language and communication

02 refers to Social science and humanities

03 refers to Science and mathematics

Position 5 is year of study

1 refers to courses taught in year 1

2 refers to courses taught in year 2

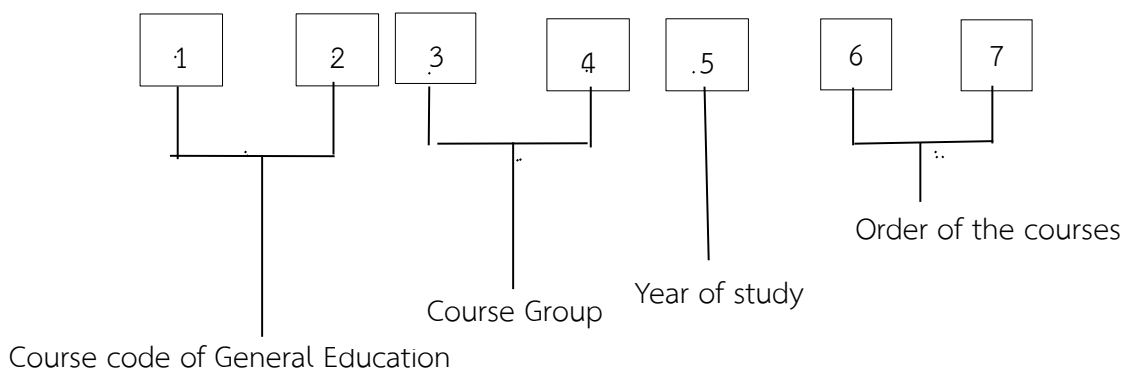
Position 6 – 7 is the order of courses

01 refers to course no. 1

02 refers to course no. 2

03 refers to course no. 3

Example



Description of the course codes in the curriculum

Course code consists of 7-digit numbers

Position 1 - 2 is school code

11 refers to School of Management code

Position 3 - 6 is the curriculum code

03 refers to code of Bachelor of Business Administration in Marketing

(International Program)

Position 5 is year of study

1 refers to courses taught in year 1

2 refers to courses taught in year 2

3 refers to courses taught in year 3

4 refers to courses taught in year 4

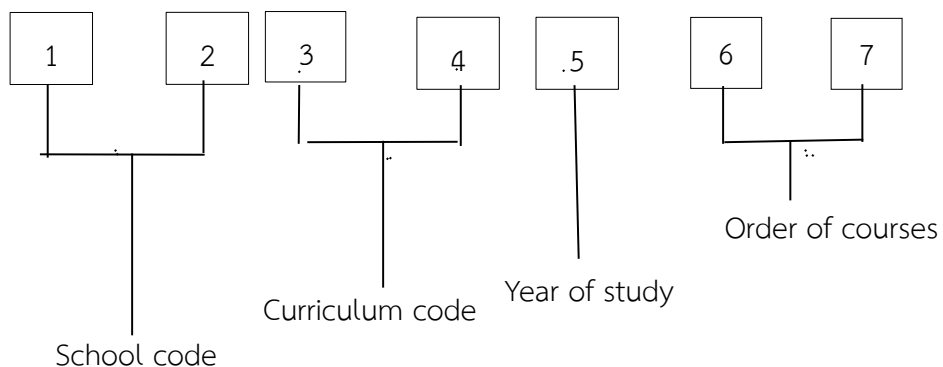
Position 6 – 7 is the order of courses

01 refers to course no. 1

02 refers to course no. 2

03 refers to course no. 3

Example



3.1.4 Study Plan: Marketing Program

First Year/ First Semester

Course code	Course name	Credit
1001101	Fundamental English	3(3-0-6)
1001102	English for Academic Study	3(3-0-6)
1002101	Cultural Diversity	3(3-0-6)
1002104	Life and Work Management	3(3-0-6)
1001204	English for Public Speaking	3(3-0-6)
1002205	Thinking and Decision Making	3(3-0-6)
	Total	18 Credits

First Year/ Second Semester

Course code	Course name	Credit
1001203	English for Academic Writing	3(2-2-5)
1102101	Principles of Marketing	3(3-0-6)
1102104	Principles of Management	3(3-0-6)
1102201	Macroeconomics	3(3-0-6)
1201203	Microeconomics	3(3-0-6)
1102103	Principles of Finance	3(3-0-6)
	Total	18 Credits

Second Year/ First Semester

Course code	Course name	Credit
1001205	English for Writing Academic Article	3(3-0-6)
1001206	English for Presentation	3(3-0-6)
1003201	Information and Communication Technology	3(3-0-6)
1102211	Financial Accounting	3(3-0-6)
1102210	Organization behavior	3(3-0-6)
	Total	15 Credits

**Second Year/ Second
Semester**

Course code	Course name	Credit
1102301	Entrepreneurship	3(3-0-6)
1102203	Human Resource Management	3(3-0-6)
1102208	Production and Operation Management	3(3-0-6)
1102212	Leadership	3(3-0-6)
Xxxxxxx	Free elective 1	3(3-0-6)
Xxxxxxx	Free elective 2	3(3-0-6)
	Total	18 Credits

Third Year/ First Semester

Course code	Course name	Credit
1103301	Consumer Behavior	3(3-0-6)
1103305	Sale Management	3(2-2-5)
1103306	Service Marketing	3(3-0-6)
1103307	Retail management	3(3-0-6)
1102204	Quantitative Analysis Technique	3(3-0-6)
Xxxxxxx	Elective 1	3(3-0-6)
	Total	18 Credits

Third Year/ Second Semester

Course code	Course name	Credit
1102304	Business Research Methods	3(3-0-6)
1103302	Digital Marketing	3(3-0-6)
1103304	International Marketing	3(2-2-5)
1102305	Business Law	3(3-0-6)
Xxxxxxx	Elective 2	3(3-0-6)
1103303	Marketing Research	3(3-0-6)
	Total	18 credits

**Fourth Year/ First
Semester**

Course code	Course name	Credit
Xxxxxxx	Elective 3	3(3-0-6)
1102303	Strategic Management	3(3-0-6)
1102302	International Business	3(3-0-6)
1103401	Integration marketing communication	3(3-0-6)
1103402	Marketing Project 1	3(3-0-6)
Xxxxxxx	Elective 4	3(3-0-6)
	Total	18 Credits

**Fourth Year/ Second
Semester**

Course code	Course name	Credit
1103403	Marketing Project 2	3(3-0-6)
Xxxxxxx	Internship	6(240 hrs)
	Total	9 Credits

3.1.5 Course Description

Language and communication (Compulsory)

1001101	Fundamental English	3(3-0-6)
---------	---------------------	----------

Fundamental structure of English language, practice in listening, speaking, reading and writing skills with combination emphasizing on language usage for communication in everyday life (Basic English).

1001102	English for Academic Study	3(3-0-6)
---------	----------------------------	----------

English reading skills improvement relevant to their specific English textbooks and other documents relating to their fields.

- 1001203 English for Academic Writing 3(3-0-6)
 Study of the structure of English, focusing on the basic concepts and elements of grammar and usage to provide an overview and an understanding of how the language works. The basic parts of speech (nouns, verbs, determiners, adverbs *etc.*) word order, and larger syntactic units (such as nouns phrases or verbs phrases) will be discussed. Sentence structure problems, agreements errors, commonly focused and misused words will also be part of the course.
- 1001204 English for Public Speaking 3(3-0-6)
 Skills to communicate in various situations, the students will be trained to give talks and exchange opinions with the public and have an opportunity to practice, design, organize and deliver a presentation.
- 1001205 English for Writing Academic Article 3(3-0-6)
 Develop essential English communications skills covering all four areas: listening, speaking, reading and writing, aiming to increase the student's English potential for academic work, including reading and writing academic articles, presentations preparation for academic works.
- 1001206 English for Presentations 3(3-0-6)
 Developing and enhancing skills in preparing and making presentations in professional settings; include ways to conduct meetings, forums, and sessions for conferences; styles and manners of emcees for events; and styles and manners for delivering keynote speeches and closing speeches for formal events; organize, select, and improve on the contents of their presentations; make their presentations more effective and capturing to the audiences.

Social Science and humanities group (compulsory)

- 1002101 Cultural Diversity 3(3-0-6)
 Study on multicultural societies to prepare students for the complexity of the diverse world in which they work and live. Student will study the differences between

people in terms of beliefs, customs, religions, politics and etc. The student will adapt the knowledge to change their attitude to live and work in the globalization era.

1002104 Life and Work Management 3(3-0-6)

Self-determination, self-recognition, self-evaluation, self-improvement, time management, prioritization of tasks, problem solving and decision making, self-discipline, life planning, family development and career pursuing.

1002205 Thinking and Decision Making 3(3-0-6)

This course inculcates students with skills in utilizing systematic processes for effective perception, cognition, anticipation, recollection, and determination beneficial to their professional and personal lives, including situational assessment, problem analysis, decision analysis, potential problem analysis, and potential opportunity analysis.

Science and Mathematics group (compulsory)

1003201 Information and Communication Technologies 3(3-0-6)

This is an introductory course on Information and Communication Technologies. Topics include ICT terminologies, hardware and software components, the Internet and World Wide Web, and ICT based application.

Core Courses

1102201 Macroeconomics 3(3-0-6)

This course studies an economic system at the national and international levels. It presents the methods to measure important economic indicators and examines their movements in response to business cycles. Course topics include determinants of and effects on labor market, goods market, and asset market. With understanding of the connection among those markets, analytical tools are used to investigate the effects of economic shocks on the economy as a whole.

- 1102103 Principle of Finance 3(3-0-6)
 Financial objectives and responsibilities; financial statement analysis; financial planning and forecasting; working capital management; capital budgeting; sources of funds and cost of capital; dividend policy.
- 1102101 Principles of Marketing 3(3-0-6)
 This course introduces the principles and practices of marketing management. Course topics include understanding consumer behavior in digital era, identifying local and global markets, creating and managing products and services, pricing methods, distribution channels, and integrated marketing communication methods. A special emphasis is placed on the use of the Internet and e-commerce in digital marketing.
- 1102203 Human Resource Management 3(3-0-6)
 This course examines human resource management functions in organizations of digital era. Course topics include human resource planning, legal requirements, Analyzing jobs and recruiting, selection and placement, training and development, Performance appraisal and career development, compensation and benefits, employee Management relations, attitudes and behavior within organizations in order to increase Effectiveness through technology systems. It includes the digital transformation.
- 1102210 Organization behavior 3(3-0-6)
 Organization theory and design structure of formal and informal organization. Individual behavior and group perception behavior, motivation process. Environment of organization. The management of conflict in organization. Organization development.
- 1102301 Entrepreneurship 3(3-0-6)
 This course provides an overview of major forms of business communication such as business conversation and negotiation, business correspondence, oral and written presentation, and techniques associated with these forms. The negotiation portion of this course explores the major concepts and theories of the psychology of bargaining and negotiation.

1102302 International Business

3(3-0-6)

This course focuses on the general international business environment and the global business practices of multinational corporations. Course topics include barriers against free trade and foreign investments, assessment and management of economic and political risk in international business, foreign exchange markets and derivatives, entry mode and controlling systems, international operations and marketing management, and international human resource management. Examination of cross-cultural differences and their impacts on business practices are also emphasized.

1102204 Quantitative Analysis Techniques

3(3-0-6)

This course discusses the applications of quantitative analysis techniques in business problem-solving. Course topics include vectors and matrices, linear programming, transportation problems, assignment problems, inventory control problems, graph and network, Markov analysis, and simulation. This course utilizes computer programs to find solutions for business problems.

1102303 Strategic Management

3(3-0-6)

This course aims to analyze environment, strategic planning process, analysis of the internal and external environment affecting the strategy of the organization. Strategy analysis tools strategic management concepts implementation and strategy monitoring as well as analysis of the organizational structure with the concept of vision, missions, goals, policy statements, and tools for strategic analysis.

1102211 Financial Accounting

3(3-0-6)

This course introduces basic concepts of the accounting principles, procedures, and systems; financial statements and business transactions; analyzing and recording transactions; accrual accounting and financial reporting; and completing the accounting cycle. The course also covers accounting for merchandising activities, inventories and cost of sales, and the accounting information systems.

1102104 Principles of Management

3(3-0-6)

Concepts and evolution of management. Managerial jobs. Business environment affecting business management. Business ethics and corporate social

responsibility. Managerial roles and management functions of managers. Business decision-making, planning, organizing, leading, and controlling.

1201203 Microeconomics 3(3-0-6)

This course includes the microeconomics theory of the firm, consumer theory, production theory, competitive behavior in a variety of markets, general equilibrium, game theory, intertemporal choice and welfare economics. Applications to certain issues are also included such as government spending for public goods (education, health), and the social welfare reform tax.

1102305 Business Law 3(3-0-6)

Business legal environment, concepts of business law and origins, types of law, justice process, settlement by court and arbitration, civil and criminal liability.

1102212 Leadership 3(3-0-6)

Meaning, nature, and importance of leadership, leadership theories, leadership ethics, Influence of leadership, leadership's vision, mission, value, and strategy, new concept of leadership: appreciative leadership, positive organization development, leading positive changes within leaders and organizations, leadership communication, deep listening, setting up positive questions, knowing and understanding others' behaviors.

1102208 Production and Operation Management 3(3-0-6)

This course studies problems encountered by firms in production and Operations from managerial perspective. It examines the principles and analysis of decision-making for optimizing the production and services operations. Emphasis is placed on the design of manufacturing and services systems, product design and development, design of service delivery processes, location selection, facility layouts, material requirement planning, enterprise resource planning, quality control, inventory control, and scheduling.

1102304 Business Research Methods 3(3-0-6)

This course emphasizes the nature of research method for business decision-making and problem-solving, the choosing of research topics, and the planning and organizing of research projects. Course topics include sample selection, scaling, data

collection through experimentation, questionnaire, interview, the descriptive and inferential statistical methods for data analysis and presentation.

1102447 Internship 6(240hrs)
A practice of real work suitable to a vocational field for at least 240 hours in either a governmental or public organization, including doing a report or seminar after finishing an internship.

Major Courses

1103301 Consumer Behavior 3(3-0-6)
Principles and analysis of consumer behavior. Considering factors for buying decision both internal and external factors. Including the results from studying consumer behavior to set up marketing strategies.

1103302 Digital Marketing 3(3-0-6)
Nature, structure and type of marketing channel. Role, function and development of channel systems. Conflict and co-operation of marketing institutions. Selecting, evaluating and controlling marketing channel. Factors and environments that effect marketing channel management.

1103303 Marketing Research 3(3-0-6)
The role and importance of marketing research on businesses; the process of marketing research; problem determination, source of data, literature review, research design, sampling, questionnaire design, data collection, data analysis, reporting, applying research results in businesses; actual practices in market research

1103304 International Marketing 3(3-0-6)
Concept, form and methods of management, strategies in marketing International The concept of borderless markets, environmental Studies Trade policies that affect marketing decisions, the Foreign Investment Including an analysis of the issues that affect the operation of global marketing.

- 1103305 Sale Marketing 3(3-0-6)
 Methods and practices of communication for business enterprises; between business and business; business and consumer, business and government agencies. Business correspondence. Business reports. To prepare trading document and to inform consumer about business by media.
- 1103401 Integration marketing communication 3(3-0-6)
 Concepts and principles of integrated marketing communication, promotion mix, integrated marketing communication strategies for business situations.
- 1103306 Service Marketing 3(3-0-6)
 Manager's concepts in planning and setting product and price policy. Setting product mix. Developing marketing strategy for product and price related to product life cycle. Studying internal and external environment that influence and to set product and price policy.
- 1103307 Retail Marketing 3(3-0-6)
 Characteristic and revolution of retailing. Retailing institutions. Retailing management. Location. Organizational management. Personnel management. Merchandising management. Price setting. Promotion methods and retailing services. Controlling system and trend of retailing business.
- 1103402 Marketing Project 1 3(3-0-6)
 This course requires business-administration projects with the project presentation and full project report.
- 1103403 Marketing Project 2 3(3-0-6)
 This course requires business-administration projects with the project presentation and full project report.

3.2 Name, Qualification of Lecturers in charge of the program

Name	Academic Position	Qualifications (Field of Study), Educational Institutions	Year of Graduation	Teaching Workload hrs/year				
				2561	2562	2563	2564	2565
1. Dr. Tippawan Lertatthakornkit	Lecture	<ul style="list-style-type: none"> - Doctorate Degree in Marketing, Assumption University - Master Degree in Marketing, National Institute of Development Administration - Bachelor Degree in Mass Communication, Ramkamhaeng University - Bachelor Degree in Information Technology 	2021 2005 2006 2000	45	45	45	45	45
2. Assistant Professor Dr. Dheetawat Nukulki	Assistant Professor	<ul style="list-style-type: none"> - Doctor of Business Administration, Pathumthani University - Master of Business Administration, Pathumthani University - Bachelor of Business Administration Program in Marketing, Pathumthani University 	2021 2011 2009	45	45	45	45	45
3. Dr. Pratikshaya Bhandari	Lecture	<ul style="list-style-type: none"> - Ph.D. in Management, Shinawatra University - Master in Business Studies, Prithivi Narayan Campus, Nepal - Bachelor in Business Studies, Kanya Campus 	2021 2019 2015	45	45	45	45	45
4. Dr. Bijay Sigdel	Lecture	<ul style="list-style-type: none"> - Ph.D. in Management, Shinawatra University - MBA. (General), Asian Institute of Technology - BBA. (General), Pokhara College of Management 	2021 2019 2016	45	45	45	45	45
5. Dr. Liew Cheng Siang	Lecture	<ul style="list-style-type: none"> - Doctor of Philosophy (Ph.D.) , University of Malaya - Master of Business Administration (MBA.), University of Portsmouth, UK 	2019 2004	45	45	45	45	45

		- Bachelor of Science (Honours) Computing, University of Portsmouth, UK	2001	
--	--	---	------	--

* : Lecturer in charge of program

4. Elements of field experience (internship or co-operative education) (if any)

4.1 Field Experience Learning Outcomes Standards

none

4.2 Moment

None

4.3 Time arrangement and teaching schedule

None

5. Project or research requirements (if any)

5.1 Brief Description

Project work on digital case studies by providing a project proposal research or collect information data analysis and report, presentation in the form of a paper report, classroom reporting, etc.

Standards for learning outcomes

- Have knowledge and skills in management and/or project management from the planning, guide, monitor and evaluate projects.
- Have skills in management, communication, media preparation (Power point) for presentations and presentation techniques

- **Duration**

Second semester of fourth year

- **Number of Credits**

3 Credits

- **Preparation**

Academic guidance and assistance are provided to students, such as project selection, referrals, resources

- **Evaluation Process**

There is an evaluation research progress by presenting progress

Section 4. Learning Outcomes, Teaching Strategy and Evaluation

1. Development of special characteristics of students

In addition to the desirable characteristics of graduates of Shinawatra University in Bachelor of Business Administration Program in Marketing, in addition, special characteristics of students in thinking ability and practical skills were also specified as follows:

Special Characteristics	Strategy or Student Activities
1.1 Analytical and creative thinking	- Organize activities that allow students to continually use their creativity
1.2 Computer and Information Technology Competence	- Provide information tools for students to use in finding information completely. - Train students to prepare materials for presentations in front of the class by requiring them to be applied in a variety of formats and in accordance with current technology.
1.3 English proficiency	- Practice reading books, articles, academic journals in English that are interlaced according to different courses. - Specialized English courses related to international trade terminology. - There are student exchange programs with foreign universities.
1.4 Think analytically and work with others.	- Organize teaching and learning by dividing students to work in groups to learn to plan work, work together, and have good human relations. - There are advisors and class teachers to look after, take care of and give advice.
1.5 Knowledge of business management and planning	- Organize a project for analyzing marketing plan. - Organize a project for students to interview people with real experience in running a

	successful business.
1.6 Human relations, morality, code of conduct and ethics	- Business law and ethics courses are available.

2. Development of learning outcomes in each aspect

2.1 Morality and Ethics

2.1.1 Learning outcomes on morality and ethics

Adhering to morality, ethics, sacrifice, honesty and has a code of ethics in academics and occupation

1. Discipline, punctuality, respect rules as well as being responsible to oneself and society
2. Have leadership ability to work as a team
3. Respect the rights and listen to the opinions of others as well as respect the values and dignity of human beings.

2.1.2 Teaching strategies used in the development of moral and ethical learning

1. There is a moral and ethical insertion. and leadership and follower including working as a team punctuality and respect for others in teaching every course
2. Students are required to participate in discussions and create constructive academic arguments.
3. Provide incentives to demonstrate good behavior that is appropriate.

2.1.3 Moral and Ethical Learning Assessment Strategies

1. Assessment based on presentation guidelines and/or answering questions and taking exams.
2. Assessment of behavioral expressions in class by fellow students and teachers.
3. Graduate Character Satisfaction Assessment by employer

2.2 Knowledge

2.2.1 Knowledge learning outcomes

1. Have knowledge and understanding of principles and theories as well as be able to integrate knowledge of relevant principles and theories.
2. Understanding and analyzing the environment, economy and body of knowledge

3. Have knowledge of the process and research techniques to solve problems
4. Be able to use their knowledge of science to actually solve problems.

2.2.2 Teaching strategies used to develop knowledge learning

1. Teaching in variety of forms in curriculum such as lectures, seminars, self-study and research.
2. Practical training, internship
3. Encouragement to participate in activities and contests in various events related to business
4. Study tour or visit the organization and attending academic and business seminars
5. Provide incentives to demonstrate competence

2.2.3 Cognitive Learning Assessment Strategies

1. Evaluation of learning from studying the course by written exam, practical exam, doing exercises, making reports, making presentations
2. Graduate Character Satisfaction Assessment by employer

2.3 Intellectual skills

2.3.1 Learning outcomes in cognitive skills

1. Able to collect, study, analyze and summarize facts including issues, problems and needs.
2. Able to study complex problems and suggest creative solutions, taking into account theoretical knowledge and practical experience.
3. Can use skills to understand the content of academic/professional for routine work and resolve problems appropriately
4. Able to think systematically

2.3.2 Teaching strategies used to develop cognitive skills learning

1. Teaching with an emphasis on allowing learners to practice critical thinking skills, open-ended questions
2. Self-study, seminars, project work, research and initiatives on project topics
3. Measurement and evaluation that allows learners to practice analytical thinking skills.
4. Encouraging students to follow business news for continuous self-improvement

2.3.3 Cognitive Skills Learning Assessment Strategies

1. Evaluate the learning outcomes of each courses.

2. Evaluate the results of self-study, project, research and creativity.
3. Graduate Character Satisfaction Assessment by employer

2.4 Interpersonal Skills and responsibility

2.4.1 Learning outcomes on interpersonal skills and responsibility

1. Contribute and facilitate creative problem solving in the group.
2. Have good leadership and follower abilities
3. Be able to take responsibility for the tasks assigned to both oneself and the group appropriately.
4. Able to communicate effectively with diverse groups of people.

2.4.2 Teaching strategies used to develop learning skills in relation to

People and Responsibilities

1. Group work
2. Report presentation

2.4.3 Interpersonal Skills Learning Assessment Strategies and responsibility

1. Group work evaluation
2. Evaluation of the presentation
3. Evaluation of the internship course
4. Graduate Character Satisfaction Assessment by employer

2.5 Numerical analysis skills in media, information and communication

2.5.1 Learning Outcomes of Numerical Analysis Skills in Media, Information and Communication

1. Able to study and understand issues and be able to choose and apply relevant statistical or mathematical techniques appropriately.
2. Choose information technology to be used as a form of presentation as well as for data collection, process and interpret.
3. Able to choose a suitable presentation format for different groups of people.
4. Able to communicate effectively in speaking, listening, reading and writing.

2.5.2 Teaching strategies used to develop learning skills in numerical analysis, media, information and communication skills

1. Teaching of courses related to statistics and quantitative techniques.
2. Analysis of data/numbers in various courses of the program
3. Teaching of courses related to information technology
4. Presentation of work

2.5.3 Assessment Strategies for Learning Numerical Analysis Skills in Media, Information and Communication

1. Evaluate the learning outcomes by written exam, practical exam, doing exercises, reporting.
2. Evaluation of the presentation
3. Graduate Character Satisfaction Assessment by employer

A Curriculum Map showing the distribution of responsibility of domains for standards of learning outcomes, from the curriculum to courses.
(Curriculum Mapping)

3. A Curriculum Map showing the distribution of responsibility of domains for standards of learning outcomes, from the curriculum to courses.

(Curriculum Mapping)

Courses		1. Ethical and Moral				2. Knowledge				3. Intellectual skill				4. Interpersonal			5. Numerical, communication and Information Technology			
		1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	2.3	2.4	3.1	3.2	3.3	3.4	4.1	4.2	4.3	5.1	5.2	5.3	5.4
General Education Course																				
Language and communication group (compulsory)																				
1001101	Fundamental English	○	●	○		●			○		●	○		●	○			○		
1001102	English for Academic Study		●	○		●	●		○		●	○		●	○		○	○		
1001203	English for Academic Writing		●	○		●	●		○		●						●	●	○	
1001204	English for Public Speaking	○	●	○		●	●		●		○	●	●	●	●	○	●	●	○	
1001205	English for Writing Academic Article		●	○	○	●	○	●	●		●	○	●	●	○	○	●	●	○	
1001206	English for Presentations		●	○	○	●	○	●	●		●	○	○	●	○	○	●	●		

Courses		1. Ethical and Moral				2. Knowledge				3. Intellectual skill				4. Interpersonal			5. Numerical, communication and Information Technology			
		1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	2.3	2.4	3.1	3.2	3.3	3.4	4.1	4.2	4.3	5.1	5.2	5.3	5.4
Social Science and humanities group (compulsory)																				
1002101	Cultural Diversity		●	○		●	●		○		○			○			●	○		
1002104	Life and Work Management		●	○	○	●			○	○				●			○	○		
1002205	Thinking and Decision Making		●			●			○	●	●	●	●			○	●	○		
Science and Mathematics group (compulsory)																				
1003201	Information and Communication Technology		●	○		●	●		●	●					●		●			●

Course		1. Ethical and Moral				2. Knowledge				3. Intellectual skill				4. Interpersonal			5. Numerical, communication and Information Technology					
		1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	2.3	2.4	3.1	3.2	3.3	3.4	4.1	4.2	4.3	5.1	5.2	5.3	5.4		
Core courses																						
1102201	Macroeconomics	○	○	○	●	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	●	
1102103	Principle of Finance	●	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	●
1102101	Principle of Marketing	○	●	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
1102203	Human Resource Management	○	○	○	●	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
1102210	Organization Behavior	○	●	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
1102301	Entrepreneurship	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

Course		1. Ethical and Moral				2. Knowledge				3. Intellectual skill				4. Interpersonal			5. Numerical, communication and Information Technology			
		1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	2.3	2.4	3.1	3.2	3.3	3.4	4.1	4.2	4.3	5.1	5.2	5.3	5.4
1102302	International Business	○	○	○	○	○	○	○	●	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○
1102204	Quantitative Analysis Technique	○	○	○	○	○	●	○	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○
1102303	Strategic Management	○	○	○	○	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
1102211	Financial Accounting	●	○	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
1102104	Principle of Management	○	●	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
1201203	Microeconomics	○	●	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
1102305	Business Law	●	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
1102212	Leadership	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
1102208	Production and Operation Management	○	○	○	●	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
1102304	Business Research Methods	●	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
1102447	Internship	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

Major courses																				
1103301	Consumer Behavior	●	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
1103302	Digital Marketing	○	○	○	○	○	○	○	●	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○
1103303	Marketing Research	○	●	○	○	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○	●	○	○	○	○
1103304	International Marketing	○	○	○	○	○	○	○	●	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○
1103305	Sale Management	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
1103401	Integration marketing communication	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
1103306	Service Marketing	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
1103307	Retail management	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
1103402	Marketing Project 1	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
1103403	Marketing Project 1	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Free elective courses																				

2) Conducting studies and research based on moral, ethical and ethical principles not infringing on rights and the intellectual property of others

The learning outcomes in each area have the following meanings:

1. Morality and Ethics

1) be responsible and honesty in studies and assignments

- 3) Respect the rules and regulations, respect the rights and listen to the opinions of others.

2. Knowledge

- 1) have a thorough understanding of the essential principles both theory and practice in the content of basic disciplines and/or a specific field of study
- 2) Be able to apply appropriate knowledge, methods and tools of information technology for use in academic study or professional practice.
- 3) can track progress and the evolution of information technology including understanding how to develop new knowledge and application as well as the impact of current research on the body of knowledge in the field of marketing.
- 4) Have a deep understanding of research theory in marketing courses. and able to develop new knowledge in Marketing both academically and in the business/industry sector.
- 5) Be aware of the regulations applicable in national and international environments that may affect the field of study, including reasons and changes that may occur in the future.

3. Intellectual skills

- 1) Can apply theoretical and practical knowledge to manage new digital contexts and develop originality and creativity to respond to issues or problems
- 2) Able to analyze complex issues or problems critically and systematically and develop relevant conclusions and recommendations.
- 3) Have the ability to use discretion in making decisions Solving problems that arise in different situations

4. Interpersonal Skills and Responsibilities

- 1) Able to communicate with diverse groups of people effectively in English
- 2) Take responsibility for their own operations and cooperate with others to resolve disputes and issues.
- 3) Demonstrate leadership skills appropriately according to the occasion and situation to enhance the efficiency of the group's work.

5. Numerical analysis skills communication and information technology

- 1) able to screen mathematical and statistical data for use in researching problems, summarizing problems, and suggesting solutions in various fields.
- 2) Able to communicate effectively both speaking and writing, using the appropriate format and digital tools for information retrieval and for work
- 3) Able to present work both in the form of writing lectures and the discussion was clear and accurate.

Section 5 Criteria for Student Assessment

1. Rules or criteria for grading

The measurements are in accordance with the Shinawatra University Regulations on Bachelor Education B.E. 2554. (see in Appendix B)

2. The process of verifying student achievement standards

2.1 Verification of learning outcome standards while students have not yet completed their studies.

Determine a system for testing at the course level. Students should assess teaching and learning at the course level. There may be a committee to consider the suitability of the exams in accordance with the teaching plan. Curriculum-level testing can be done with a quality assurance system within the university. Conduct standardized testing of learning outcomes and report results.

2.2 Verification of learning outcome standards after students graduate

Standardized testing methods for students' learning outcomes should focus on doing research on the effectiveness of continue the careers of graduates and bring back research results to improve teaching and learning processes and integrated curriculum, including quality assessment of courses and departments by international organizations. The research may be conducted as in the following example;

1. Examination or inquiries from entrepreneurs by asking for an interview or may use a questionnaire submission to assess the satisfaction of graduates and working in that organization. in different periods such as after the graduates start working, etc.
2. Assessment of the graduate's position/and/or advancement

3. Criteria for graduation

Students need to pass the course completely as specified in the curriculum with a minimum grade point average of 2.00 from a 4-point system or equivalent

Section 6 Faculty Development

1. Preparation for new lecturers

1.1 There is an orientation for new lecturers in order to have knowledge and understanding of university policies, roles and duties of lecturers, curriculum and course roles rules including the rights and benefits of teachers;

1.2 Requirement for lecturers to increase their knowledge By attending training to improve teaching, measurement and evaluation. Conducting research to improve teaching and learning including study visits, conferences, seminars and academic conferences presenting work both locally and internationally.

2. Knowledge development and skills for teachers

Development of teaching and learning management skills, measurement and evaluation

2.1 Lecturers are required to attend training for self-development in teaching and learning management, measurement and evaluation and in accordance with the policy of the university. There are many training courses opened the university to develop lecturers on various topics related to teaching and learning management, research on academic works annually

2.2 Organizing teaching as a team to promote opportunities for lecturers to gain teaching experience together with others, including the opportunity to be responsible for the course, coordinator and teaching team members.

2.3 To promote opportunities to exchange learning experiences in educational management between lecturers in the course or conducting teaching and learning research that can be disseminated in academic conferences that are organized in the same course area of many institutions

3. Academic development and other professions

3.1 Encouraging lecturers to participate in the training, seminars in academic or professional fields both inside and outside the university at least once a year

3.2 Encouraging lecturers to publish their academic works in various formats and presenting works in academic conferences in academic or professional fields at least one paper or presentation per year

Section 7 Curriculum Quality Assurance

1. Curriculum administration

The administration of the curriculum is performed by a committee of the Faculty consisting of Dean, course director, and the lecturers responsible for the course, with the Dean to supervise and provide advice as well as formulate a policy of conduct for the lecturers in charge of the course, plan teaching management together with faculty administrators and instructors to monitor and collect information for use in curriculum improvement and development every year continuously.

2. Teaching Resource Management

2.1 Budget management

The university allocates an annual budget for faculty to purchase textbooks, audio-visual teaching materials and sufficient computer equipment to support classroom teaching as well as create an environment suitable for students' self-learning.

2.2 Existing teaching resources

Teaching and learning resources that university provide are suitable for the number of students, with audio-visual facilities such as amplifiers, computers, projectors etc., the library office has printed media, electronic media, audio-visual media and digital media to support in total 8,842 items. The Library has been subscribed to the current academic journal. (Excluding complimentary journals)

2.3 Providing additional teaching resources

The research room is provided for students to support their self-study and group meetings. In addition, the university has allocated an adequate annual budget for the provision of books, textbooks, academic journals. and various educational materials annually to meet the needs of the faculty.

2.4 Resource Sufficiency Assessment

The university assesses the sufficiency of its resources by faculties, students and other departments every year.

3. Faculty Management

3.1 Recruiting new lecturers

The recruitment of new lecturers will be done through a committee appointed by the rector, which will select the lecturers whose qualification meet the criteria of OHEC. The new lecturers must attend an orientation in order to gain knowledge and understanding of the faculty's curriculum and academic administration. New lecturers will be assigned a mentor to advise on teaching and learning management, introduce the roles and duties of university professors and ethics and to have skills related to teaching and learning that focuses on learners, teaching incorporating morals and ethics and teaching using media and information technology. New lecturers are assessed periodically, eg. at the end of each semester and before the renewal of the employment contract, etc.

4. Personnel management to support teaching and learning

4.1 Determination of specific qualifications for the position

Supporting staffs should have a bachelor's degree or have experience related to the work of responsibility and have knowledge of higher education and ability to use English at a good level.

4.2 Increasing knowledge and skills for work practice

At Shinawatra University, there is a policy for the university's supporting staffs to attend training, field trips, research training with professors or other skill-enhancing activities at least once a year.

5. Student support and advice

5.1 Providing academic advice and others to students

5.1.1 New student will receive an orientation to understand and have good attitude towards the curriculum, guide on learning methods, learning evaluation and the criteria for completing the course, introduce to the general environment and learning resources on campus.

5.1.2 Appoint an advisor to advise and continuously monitor students' learning to prevent problems in teaching and learning that will arise, and also gives advice on other areas according

to the needs of students

5.1.3 Invite external speakers to enhance intellectual, emotional and social learning in order to gain more confidence and experience in learning.

5.1.4 Lecturers will act as advisors to students both in academic and other fields

5.2 Student Appeal

In case students have doubts about the assessment results in any course, they can submit a request to see the answer sheet in the exam as well as to see the scores and assessment methods of the instructors in each course.

6. Labor market needs, society and/or satisfaction of graduate users

To manage the course effectively and able to develop students' learning in accordance with the needs of the labor market, society and create satisfaction for graduate users. The professors in charge of the course and the full-time instructors will proceed as follows:

6.1 Continuously analyze labor market and social needs

6.2 Follow up on the performance of graduates working in various organizations after graduating from time to time by collecting information from supervisors, colleagues and graduates themselves.

6.3 Curriculum improvement to meet the needs of the labor market, society and create satisfaction for graduate users continuously every 5 years.

7. Key Performance Indicators

Key Performance Indicators	Year 2565	Year 2566	Year 2567	Year 2568	Year 2569
(1) At least 80% of course instructors participate in meetings to plan, monitor and review course implementation.	X	X	X	X	X
(2) There are details of the curriculum according to the TQF 2 form consistent with the framework of the National Qualifications Standards or the qualification standard in the field/field of study	X	X	X	X	X

(3) The details of the course and field experience (if applicable, according to TQF 3 and TQF 4 forms, at least before the opening of each semester, complete all courses)	X	X	X	X	X
(4) Prepare a report on the results of the course's performance. and field experience (if applicable, according to TQF 5 & 6 form, within 30 days after the end of the semester, which covers all courses)	X	X	X	X	X
(5) Prepare a report on the results of the curriculum in the form of TQF 7 within 60 days after the end of the academic year.	X	X	X	X	X
(6) There is a verification of student achievement according to the learning outcome standards prescribed in TQF 3 & 4 (if any, at least 25% of the courses offered in each academic year).	X	X	X	X	X
(7) There is development/improvement of teaching and learning management. teaching strategy or learning evaluation from the results of the operational evaluation reported in TQF 7 last year.		X	X	X	X
(8) New teachers (if any, all receive orientation or advice on teaching and learning management).	X	X	X	X	X
(9) All full-time instructors receive academic and/or professional development at least once a year.	X	X	X	X	X
(10) Number of personnel supporting teaching and learning (If there is academic and/or professional development not less than 50 percent per year).	X	X	X	X	X
(11) Satisfaction level of final year students/new graduates towards program quality Average of not less than 3.5 out of 5.0.				X	X
(12) The degree of satisfaction of graduate users towards new graduates Average of not less than 3.5 out of 5.0.					X

Section 8 Assessment and Improvement of Course Operations

1. Assessing the effectiveness of teaching

1.1 Teaching Strategies Assessment

Evaluation and improve strategy process plan to develop teaching and learning which are considered by the lecturers assess on student test, student behavior observation, in class discussion, including mid-term and final examination to check and point out whether the learner understand the content or not. If there are any problems, it will be improved and developed in the future.

1.2 Assessment of teachers' skills in using teaching strategies

Assessed by students about the teacher's teaching in all aspects such as teaching plan, methods, punctuality, goal clarification, course objectives, measurement and evaluation criteria and the use of teaching media in all courses.

2. Overall Curriculum Assessment

1.1 Assessment from current students and graduates who have completed the program to receive feedback from students

1.2 Assessment by employers or related parties by assessing the satisfaction on the quality of the graduates

3. Evaluation of the performance according to the course details

Annual Quality Assessment of Education According to the performance indicator

4. Review of assessment results and planning for improvement

Data collection will make an awareness of the problems of course administration as a whole and in each course. In case of problem in the courses, it can proceed to improve that course immediately, which will be a minor improvement that can be done anytime the problem is encountered.

APPENDICES

APPENDIX A
Lecturer in charge of the program CV

Name	Academic Position	Educational Qualifications	Graduation Year	Publications
1. Dr. Tippawan Lertatthakornkit	Lecture	- Doctorate Degree in Marketing, Assumption University	2021	Lertatthakornkit, T. & Intravisit, A. (2021). Influence of Persuasive Message and Behavioral Factors Through Behavioral Desire towards Behavioral Intention in Energy Saving Campaign. <i>Journal of Business Administration, The Association of Private Education Institutions of Thailand</i> , 10 (1), 11-29.
		- Master Degree in Marketing, National Institute of Development Administration	2005	
		- Bachelor Degree in Mass Communication, Ramkhamhaeng University	2006	
		- Bachelor Degree in Information Technology, Assumption University	2000	Lertthakornkit, T. & Prasongsukarn, K. (2014). The Effect of Six Segment Message Strategy Wheel on Stage of Change in Social Marketing. <i>APHEIT International Journal</i> , 3 (1), 60-69.
2. Assistant Professor Dr. Dheetawat Nukulki	Assistant Professor	- Doctor of Business Administration, Pathumthani University	2021	Nukulki, K. (2018). Consumption and Purchasing Behaviors of Brown Rice Consumer in Pathumthani Province. <i>Journal of Suvarnabhumi Institute of Technology (Humanities and Social sciences)</i> , 4(1), 335 – 364.
		- Master of Business Administration, Pathumthani University	2011	
		- Bachelor of Business Administration Program in Marketing, Pathumthani University	2009	Nukulki, K. (2018). Teamwork and Job Satisfaction Effecting Organizational Citizenship Behavior of the Industrial Manufacturing Factory Employees in Pathumthani Province. <i>Journal of Pacific Institute of Management Science Humanities and Social Science</i> , 4(2), 401 – 412.

				Nukulki, D. (2019). Quality Management Improvement of Private Hospitals in Bangkok Metropolitan. <i>Journal of Suvarnabhumi Institute of Technology (Humanities and Social sciences)</i> , 4(1), 205 – 224.
3. Ms. Pratikshaya Bhandari	Lecture	<ul style="list-style-type: none"> - Ph.D. in Management, Shinawatra University - Master in Business Studies, Prithivi Narayan Campus, Nepal - Bachelor in Business Studies, Kanya Campus 	2021	Bhandari, P. & Amponstira, F. (2021). Model of Entrepreneurial Orientation
			2019	Competitive Advantage and Performance of Woman – Owned Enterprise in Gadaki Provice, Nepal. <i>Open Journal of Business and Management</i> , 9(6), 2854 – 2865.
			2015	Bhandari, P. & Amponstira, F. (2020). Effect of Entrepreneurial Orientation on Profitability of Women Owned Enterprises in Pokhara City, Nepal. <i>International Business Research</i> , 13 (10), 66 – 75.
4. Mr. Bijay Sigdel	Lecture	<ul style="list-style-type: none"> - Ph.D. in Management, Shinawatra University - MBA. (General), Asian Institute of Technology - BBA. (General), Pokhara College of Management 	2021	Sigdel, B. & Amponstira, F. (2021). A Model of Corporate Social Responsibility, Firm Reputation, and Firm Performance in Small and Medium Enterprises in Kaski, Lamjung, Gokha District of Gandaki Province, Nepal. <i>Open Journal of Business and Management</i> , 9 (5). 2248 – 2260.
			2019	
			2016	Sigdel, B. & Amponstira, F. (2020). Effect of Corporate Social Responsibility on Firms Profitability: A Study on Small and Medium Enterprises in Pokhara City, Nepal. <i>International Business Research</i> , 13

				(10). 76 – 84.
5. Dr. Liew Cheng Siang	Lecture	<ul style="list-style-type: none"> - Doctor of Philosophy (Ph.D.) ,University of Malaya - Master of Business Administration (MBA.), University of Portsmouth, UK - Bachelor of Science (Honours) Computing, University of Portsmouth, UK 	<p>2019</p> <p>2004</p> <p>2001</p>	<p>Teck, T.S., Ying, C.W., Wai, C.K., Siang, L.C., & Yew, L.K. (2022). Covid -19 and the ‘Resetting’ of Corporate Social Responsibility a preview of what is coming next. Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues, 25(S2), 1-4.</p> <p>Siang, L. C. & Ting, S. K. (2017). Determinant Factors of Customer Satisfaction in Malaysia Full Service Restaurants. BERJAYA Journal of Services & Management, 8, 41 – 50.</p>

Appendix B

Shinawatra University Regulations on Bachelor's Degree Education, B.E. 2554



ระเบียบมหาวิทยาลัยชินวัตร
ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2554

เนื่องจากระเบียบมหาวิทยาลัยชินวัตร ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรีและโท พ.ศ. 2546 ไม่เป็นไปตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2548 สภามหาวิทยาลัยจึงอาศัยอำนาจตามความในมาตรา 34(2) และมาตรา 56 แห่งพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษา เอกชน พ.ศ. 2546 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2550 ในการประชุมครั้งที่ 3/2554 เมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม 2554 มีมติออกระเบียบ ไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ระเบียบนี้เรียกว่า “ระเบียบมหาวิทยาลัยชินวัตร ว่าด้วยการศึกษาในระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2554”

ข้อ 2 ระเบียบนี้มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ประกาศเป็นต้นไป

ข้อ 3 ให้ยกเลิก ระเบียบมหาวิทยาลัยชินวัตร ว่าด้วยการศึกษาในระดับปริญญาตรีและโท พ.ศ. 2546 บรรดาระเบียบ ข้อบังคับ คำสั่ง หรือประกาศอื่นใดที่กำหนดไว้แล้วในระเบียบนี้ หรือที่ขัดหรือแย้งกับระเบียบนี้ ให้ใช้ระเบียบนี้แทน

ข้อ 4 ระบบการศึกษา

การศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นการศึกษาระบบทวิภาค โดยแบ่งเวลาการศึกษาในหนึ่งปี ออกเป็น 2 ภาคการศึกษาปกติ ได้แก่ ภาคการศึกษาที่ 1 และภาคการศึกษาที่ 2 มีระยะเวลาการศึกษาในแต่ละภาค การศึกษาไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์ และภาคการศึกษาฤดูร้อน มีระยะเวลาและจำนวนหน่วยกิตเป็นกึ่งหนึ่งของภาคการศึกษาปกติ

ระเบียบมหาวิทยาลัยชินวัตร ว่าด้วยการศึกษาในระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2554

Signature

ข้อ 5 ระบบหน่วยกิต

5.1 การนับหน่วยกิต

5.1.1 รายวิชาภาคทฤษฎี ที่ใช้เวลาบรรยาย หรืออภิปรายปัญหา ไม่น้อยกว่า 15 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ 1 หน่วยกิต

5.1.2 รายวิชาภาคปฏิบัติ ที่ใช้เวลาฝึกหรือทดลอง ไม่น้อยกว่า 30 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ 1 หน่วยกิต

5.1.3 การฝึกงานหรือการฝึกภาคสนาม ที่ใช้เวลาฝึก ไม่น้อยกว่า 45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ 1 หน่วยกิต

5.1.4 การทำโครงการหรือกิจกรรมการเรียนรู้อื่นใดตามที่ได้รับมอบหมายที่ใช้เวลาทำโครงการหรือกิจกรรมนั้นๆ ไม่น้อยกว่า 45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ 1 หน่วยกิต

5.2 จำนวนหน่วยกิตตลอดหลักสูตร

หลักสูตรปริญญาตรี มีจำนวนหน่วยกิต รวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิต และอย่างมากไม่เกิน 150 หน่วยกิต

ข้อ 6 ระยะเวลาการศึกษา

ระยะเวลาการศึกษาตามหลักสูตร จำแนกได้ดังนี้

6.1 หลักสูตรปริญญาตรีภาคปกติ (4 ปี) สำเร็จการศึกษาได้ไม่ก่อน 6 ภาคการศึกษาปกติ และใช้เวลาศึกษาไม่เกิน 8 ปีการศึกษา สำหรับการลงทะเบียนเรียนเต็มเวลา

6.2 หลักสูตรปริญญาตรีภาคปกติ (5 ปี) สำเร็จการศึกษาได้ไม่ก่อน 8 ภาคการศึกษาปกติ และใช้เวลาศึกษาไม่เกิน 10 ปีการศึกษา สำหรับการลงทะเบียนเรียนเต็มเวลา

6.3 หลักสูตรปริญญาตรีภาคสมทบ (4 ปี) สำเร็จการศึกษาได้ไม่ก่อน 7 ภาคการศึกษาปกติ และใช้เวลาศึกษาไม่เกิน 7 ปีการศึกษา สำหรับการลงทะเบียนเรียนเต็มเวลา

6.4 หลักสูตรปริญญาตรีภาคสมทบ (5 ปี) สำเร็จการศึกษาได้ไม่ก่อน 9 ภาคการศึกษาปกติ และใช้เวลาศึกษาไม่เกิน 9 ปีการศึกษา สำหรับการลงทะเบียนเรียนเต็มเวลา

ข้อ 7 คุณสมบัติของผู้สมัครเข้าศึกษา

หลักสูตรปริญญาตรี ต้องสำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า

ข้อ 8 การรับเข้าศึกษา

อธิการบดีหรือผู้ที่อธิการบดีมอบหมายเป็นผู้พิจารณาคัดเลือกผู้สมัครที่มีคุณสมบัติตามข้อ 7 เข้าเป็นนักศึกษา โดยการพิจารณาจากใบสมัครตามแบบฟอร์มที่มหาวิทยาลัยกำหนด พร้อมเอกสารประกอบการพิจารณา โดยอาจจัดให้มีการสอบคัดเลือกข้อเขียน สัมภาษณ์ ทดสอบความสามารถ หรือ ทดสอบความถนัด หรืออื่น ๆ เพิ่มเติมได้ตามความเหมาะสม

ข้อ 9 การขึ้นทะเบียนนักศึกษา

ผู้ที่ได้รับการพิจารณาให้เข้าศึกษาตามประกาศของมหาวิทยาลัย จะมีสภาพเป็นนักศึกษา ต่อเมื่อได้ขึ้นทะเบียนนักศึกษาแล้ว

ผู้ที่ได้รับการพิจารณาให้เข้าศึกษาตามประกาศของมหาวิทยาลัย จะต้องไปรายงานตัว เพื่อขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาด้วยตนเองตามวัน เวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด

นักศึกษาที่ขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาแล้ว จะต้องชำระค่าเล่าเรียน ค่าบำรุง ค่าธรรมเนียม และอื่น ๆ ตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด โดยจะประกาศให้ทราบล่วงหน้า

ข้อ 10 การลงทะเบียนเรียน

การลงทะเบียนเรียนในแต่ละภาคการศึกษาจะต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา ก่อน ถ้าวิชาใดมีวิชาบังคับซึ่งได้กำหนดไว้ในหลักสูตรให้ศึกษา ก่อน นักศึกษาจะต้องผ่านการศึกษาวชิชาดังกล่าวมาแล้ว หรือได้รับอนุมัติจากประธานหลักสูตรเป็นกรณีพิเศษ จึงจะมีสิทธิลงทะเบียนรายวิชา

นักศึกษาต้องลงทะเบียนเรียน ตาม วัน เวลา วิธีการ และสถานที่ ที่มหาวิทยาลัยกำหนด ยกเว้นในกรณีที่นักศึกษามีเหตุจำเป็นสุดวิสัยจะต้องได้รับอนุมัติ ให้ลงทะเบียนเป็นกรณีพิเศษจากประธานหลักสูตร ในกรณีลงทะเบียนล่าช้า นักศึกษาจะต้องชำระค่าปรับตามประกาศของมหาวิทยาลัย

นักศึกษาที่ไม่ได้ลงทะเบียนในภาคการศึกษาใด จะต้องยื่นหนังสือขอลาพักการศึกษาสำหรับภาคการศึกษานั้น และต้องชำระค่าธรรมเนียมรักษาสถานภาพภายใน 2 สัปดาห์ นับจากวันเปิดเรียน

นักศึกษาหลักสูตรปริญญาตรีภาคปกติ ต้องลงทะเบียนเรียนในแต่ละภาคการศึกษาก่อนปี ไม่ น้อยกว่า 9 หน่วยกิต และไม่เกิน 22 หน่วยกิต และในภาคฤดูร้อนลงทะเบียนเรียนได้ไม่เกิน 10 หน่วยกิต การลงทะเบียนโดยมีจำนวนหน่วยกิต มากกว่าหรือ น้อยกว่าเกณฑ์ที่กำหนด ต้องได้รับอนุมัติจากคณบดีโดย ผ่านอาจารย์ที่ปรึกษา

นักศึกษาหลักสูตรปริญญาตรีภาคสมทบ ต้องลงทะเบียนเรียนในแต่ละภาคการศึกษาก่อนปี ไม่ น้อยกว่า 6 หน่วยกิต และไม่เกิน 18 หน่วยกิต และในภาคฤดูร้อนลงทะเบียนเรียนได้ไม่เกิน 10 หน่วยกิต การ ลงทะเบียนโดยมีจำนวนหน่วยกิต มากกว่าหรือ น้อยกว่าเกณฑ์ที่กำหนด ต้องได้รับอนุมัติจากคณบดีโดยผ่าน อาจารย์ที่ปรึกษา

ระเบียบมหาวิทยาลัยชินวัตร ว่าด้วยการศึกษาในระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2554



ข้อ 11 การขอเพิ่ม หรือขอเพิกถอนรายวิชา

11.1 การขอเพิ่มรายวิชา ให้กระทำได้ภายใน 2 สัปดาห์แรกนับจากวันเปิดภาคการศึกษาปกติ หรือ ภายในสัปดาห์แรกนับจากวันเปิดภาคการศึกษาคู่เรียน

11.2 การเพิกถอนรายวิชา

11.2.1 การเพิกถอนรายวิชา หากดำเนินการภายใน 2 สัปดาห์แรก นับจากวันเปิดภาคการศึกษา รายวิชานั้นจะไม่ปรากฏในใบรายงานผลการศึกษา และนักศึกษาจะได้รับการโอนเงินค่าหน่วยกิตในภาคการศึกษาถัดไป

11.2.2 การเพิกถอนรายวิชา เมื่อพ้น 2 สัปดาห์แรกนับจากวันเปิดภาคการศึกษา และไม่เกิน 2 สัปดาห์ก่อนกำหนดการสอบประจำภาค จะได้รับสัญลักษณ์ W ในใบรายงานผลการศึกษา และไม่มีสิทธิได้รับการ โอนหรือคืนค่าหน่วยกิต

11.2.3 การเพิกถอนรายวิชาเมื่อพ้นจากระยะเวลาที่กำหนดตาม 11.2.2 นักศึกษาจะขอเพิกถอนการลงทะเบียนรายวิชาไม่ได้

11.2.4 การเพิ่มรายวิชาและการเพิกถอนรายวิชา ต้องได้รับการอนุมัติจากอาจารย์ที่ปรึกษา และจำนวนหน่วยกิตที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียนหลังจากเพิ่มรายวิชา และการเพิกถอนรายวิชาต้องเป็นไปตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

กรณีที่ไม่เป็นไปตามที่ระบุข้างต้น จะต้องได้รับอนุมัติจากคณบดีโดยผ่านอาจารย์ที่ปรึกษา

ข้อ 12 การวัดผล และประเมินผลการศึกษา

12.1 ผลการศึกษาของแต่ละรายวิชาให้มีการประเมินเป็นสัญลักษณ์ ที่มีค่าระดับคะแนน จำนวน 8 ระดับ ดังต่อไปนี้

สัญลักษณ์	ค่าระดับคะแนน		ความหมาย
A	4.00	ดีเยี่ยม	(Excellent)
B+	3.50	ดีมาก	(Very Good)
B	3.00	ดี	(Good)
C+	2.50	ค่อนข้างดี	(Rather Good)
C	2.00	พอใช้	(Fair)
D+	1.50	อ่อน	(Poor)
D	1.00	อ่อนมาก	(Very Poor)
F	0.00	ไม่ผ่าน	(Fail)

ระเบียบมหาวิทยาลัยชินวัตร ว่าด้วยการศึกษาาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2554

Signature

12.2 ในกรณีที่ไม่สามารถประเมินผลเป็นสัญลักษณ์ที่มีค่าระดับคะแนนตาม ข้อ 12.1 ให้ใช้สัญลักษณ์ที่ไม่มีค่าระดับคะแนน ดังต่อไปนี้

สัญลักษณ์	ความหมาย
I (Incomplete)	การวัดผลยังไม่สมบูรณ์
S (Satisfactory)	ผลการเรียนเป็นที่น่าพอใจ นักศึกษาสอบผ่านรายวิชานั้น
U (Unsatisfactory)	ผลการเรียนไม่เป็นที่น่าพอใจ นักศึกษาต้องเรียนซ้ำเพื่อเปลี่ยน U เป็น S
W (Withdraw)	การเพิกถอนรายวิชาโดยได้รับอนุมัติ หรือมหาวิทยาลัย เพิกถอนรายวิชาและไม่นับหน่วยกิต
AUD (Audit)	การลงทะเบียนรายวิชานั้นเป็นกรณีพิเศษโดยเข้าร่วมฟัง การบรรยายและไม่นับหน่วยกิต
ACC (Accredited)	เป็นผลการเรียนที่ได้จากการเทียบ โอนหน่วยกิต

12.3 การให้ F กระทำได้ในกรณีต่อไปนี้

12.3.1 นักศึกษาเข้าสอบและได้คะแนนต่ำกว่าเกณฑ์

12.3.2 นักศึกษาทุจริตในการสอบ และได้รับการตัดสินให้สอบตก

12.3.3 เปลี่ยนจาก I เป็น F โดยอัตโนมัติเนื่องจากไม่ปฏิบัติตามระเบียบของสัญลักษณ์ I

เพราะนักศึกษาไม่ทำการสอบ หรือทำงานที่อาจารย์ผู้สอนมอบหมายให้ทำ เพื่ออาจารย์ผู้สอนสามารถ รายงานผลการประเมินได้ใน 2 สัปดาห์แรกของภาคการศึกษาถัดไป

12.4 การให้ I กระทำได้ในกรณีต่อไปนี้

นักศึกษามีเหตุจำเป็นสุดวิสัยเกิดขึ้นในช่วงเวลาใกล้สอบ และ/หรือ ระหว่างสอบ เช่นการ เจ็บป่วย และการได้รับอนุญาตให้ลาป่วยได้ และโดยสาเหตุอื่นที่อาจารย์ผู้สอนและผู้อำนวยการหลักสูตร เห็นสมควรให้รอผลการศึกษา เพราะนักศึกษายังทำงานหรือส่วนประกอบ การศึกษาของรายวิชานั้นยังไม่ สมบูรณ์

การเปลี่ยน I ให้เป็นระดับคะแนนที่เหมาะสมกับคุณภาพของการสอบและ/หรือทำงานให้ กระทำได้เมื่อนักศึกษาทำการสอบและ/หรือทำงานครบถ้วนตามกำหนดแล้ว ทั้งนี้ต้องให้เสร็จสิ้นภายใน 2 สัปดาห์แรกของภาคการศึกษาถัดไป หากพ้นกำหนดนี้แล้วจะเปลี่ยนสัญลักษณ์ I เป็น F หรือ U โดยอัตโนมัติ

ระเบียบมหาวิทยาลัยชินวัตร ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2554

12.5 การให้ W จะกระทำเฉพาะรายวิชาที่มีนักศึกษาได้ลงทะเบียนไว้แล้วในกรณีต่อไปนี้

12.5.1 นักศึกษาขอเพิกถอนรายวิชา

- 1) นักศึกษาขอถอนรายวิชาที่ได้ลงทะเบียนเรียนไว้ภายในระยะเวลา นับตั้งแต่ 3 สัปดาห์หลังการลงทะเบียนจนถึง 2 สัปดาห์ก่อนวันเริ่มต้นการสอบปลายภาค โดยต้องได้รับอนุมัติจากอาจารย์ที่ปรึกษา
- 2) ในกรณีที่นักศึกษขอถอนรายวิชาภายใน 1 สัปดาห์ก่อนวันเริ่มต้นการสอบปลายภาคต้องได้รับอนุมัติจากคณบดีหรือผู้ที่คณบดีมอบหมาย
- 3) นักศึกษาขอเพิกถอนวิชาที่ลงทะเบียนทุกวิชาเนื่องจากได้รับอนุมัติจากประธานหลักสูตร ให้ลาพักการศึกษาภายหลัง 8 สัปดาห์ของภาคการศึกษาปกติ หรือได้รับ อนุมัติให้เพิกถอนวิชาที่ลงทะเบียนทุกวิชา ภายหลัง 4 สัปดาห์ของภาค การศึกษาฤดูร้อน
- 4) นักศึกษาขอเพิกถอนวิชานั้น เนื่องจากป่วยในวันที่มีการสอบ โดยมีใบรับรองแพทย์มาแสดงเป็นหลักฐานและได้รับอนุมัติจากคณบดี
- 5) ถูกสั่งพักการศึกษาโดยคำสั่งอธิการบดี

12.6 การให้ S จะกระทำได้เมื่อนักศึกษาสามารถเรียนรายวิชานั้นผ่านเป็นที่น่าพอใจ แต่จะไม่นับคะแนนเฉลี่ยสะสม

12.7 การให้ U จะกระทำได้ก็ต่อเมื่อนักศึกษาไม่สามารถเรียนรายวิชานั้นผ่านจนเป็นที่น่าพอใจ โดยเป็นการใช้กับรายวิชาเช่นเดียวกันกับที่ใช้อักษร S

12.8 การให้ AUD ให้กระทำเฉพาะรายวิชาที่นักศึกษาได้ลงทะเบียนเรียนเอาไว้ และแจ้งความจำนงในวันลงทะเบียนว่า จะเรียนโดยไม่นับหน่วยกิต และไม่ประสงค์จะให้มีการวัดผล ทั้งนี้ นักศึกษาต้องมีเวลาเรียนไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของเวลาเรียนตลอดภาคการศึกษานั้นๆ มิฉะนั้นจะถือว่านักศึกษาได้ถอนรายวิชาดังกล่าว และผลการศึกษาจะเป็น W

12.9 การให้ ACC ให้กระทำเฉพาะรายวิชาที่นักศึกษาขอเทียบโอนรายวิชาและหน่วยกิต

ข้อ 13 การประเมินผลการศึกษา

13.1 การประเมินผลการศึกษาของนักศึกษาแต่ละคนให้กระทำเมื่อสิ้นการศึกษาแต่ละภาคการศึกษา

13.2 การคำนวณแต้มเฉลี่ย ให้นับเฉพาะรายวิชาที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียนและสอบตามหลักสูตร และ

13.3 เป็นวิชาที่ได้รับระดับคะแนน A, B+, B, C+, C, D+, D, หรือ F

ระเบียบมหาวิทยาลัยชินวัตร ว่าด้วยการศึกษาาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2554

ในกรณีที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียนรายวิชาซ้ำให้นำหน่วยกิตและแต้มระดับคะแนนในรายวิชานั้นๆ มารวมในการคำนวณแต้มระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมด้วย

13.4 การคำนวณหาแต้มระดับคะแนนเฉลี่ยประจำภาคให้นำผลรวมของผลคูณของหน่วยกิตกับแต้มระดับคะแนนของแต่ละรายวิชาในภาคนั้นหารด้วยผลรวมของจำนวนหน่วยกิตของทุกรายวิชาที่เรียนในภาคนั้น ในการหารให้ใช้จุดทศนิยมสองตำแหน่งไม่มีการปัดเศษ

13.5 การคำนวณหาแต้มระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมให้นำผลรวมของผลคูณของหน่วยกิตกับแต้มระดับคะแนนของรายวิชาทั้งหมดที่ลงทะเบียนหารด้วยผลรวมของจำนวนหน่วยกิตของทุกรายวิชาที่ลงทะเบียนเรียน ในการหารให้ใช้จุดทศนิยมสองตำแหน่งไม่มีการปัดเศษ

13.6 สำหรับรายวิชาที่ได้รับระดับคะแนน F ให้บันทึกผลในใบรายงานผลการศึกษาระดับคะแนนครั้งสุดท้ายที่ลงทะเบียน และนำมาคำนวณในแต้มระดับคะแนนเฉลี่ยประจำภาค (โดยจำนวนหน่วยกิตของรายวิชาที่ลงทะเบียนนั้น จะถูกนำมาคำนวณเพียงครั้งเดียว)

ข้อ 14 การสอบตกและเรียนซ้ำ

แนวปฏิบัติเกี่ยวกับการสอบตกและเรียนซ้ำมีดังต่อไปนี้

14.1 นักศึกษาที่สอบไม่ผ่านตามเกณฑ์ของการวัดผล ถือว่ายังสอบไม่ผ่านและอาจต้องทำงานตามที่อาจารย์ผู้สอนในรายวิชานั้นมอบหมายเพื่อปรับระดับคะแนน

14.2 ในกรณีที่นักศึกษาสอบตกในแต่ละรายวิชาจะต้องปฏิบัติดังนี้

14.2.1 นักศึกษาสอบตกได้ระดับคะแนน F ในวิชาที่ไม่ใช่วิชาเลือกจะต้องลงทะเบียนวิชานั้นซ้ำ

14.2.2 นักศึกษาสอบตกได้ระดับคะแนน F ในวิชาเลือก จะลงทะเบียนวิชานั้นซ้ำหรือเลือกรายวิชาอื่นแทนก็ได้

14.2.3 นักศึกษาอาจลงทะเบียนเรียนในรายวิชาที่ได้เคยระดับคะแนน D หรือ D+ ตามความสมัครใจ และให้บันทึกผลในใบรายงานผลการศึกษาระดับคะแนนครั้งสุดท้ายที่ลงทะเบียน และนำมาคำนวณในแต้มระดับคะแนนเฉลี่ยประจำภาค (โดยจำนวนหน่วยกิตของรายวิชาที่ลงทะเบียนนั้น จะถูกนำมาคำนวณเพียงครั้งเดียว)

14.3 เมื่อนักศึกษาสอบได้จำนวนหน่วยกิตครบทุกวิชา ตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตรแล้ว ได้ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ 1.8 แต่ไม่ถึง 2.0 นักศึกษาอาจยื่นคำร้องขอเรียนเพิ่มเติมให้ได้แต้มระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม 2.0 จากระบบ 4 แต้ม ระดับคะแนนได้ โดยวิธีการดังนี้

14.3.1 ลงทะเบียนเรียนเพิ่มในรายวิชาอื่นที่ยังไม่เคยเรียนที่มีอยู่ในหลักสูตร โดยได้รับอนุมัติจากอธิการบดี ทั้งนี้ต้องเป็นรายวิชาที่มหาวิทยาลัยเปิดทำการสอน

ระเบียบมหาวิทยาลัยชินวัตร ว่าด้วยการศึกษาาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2554

14.3.2 เรียนซ้ำในบางรายวิชาอื่น ซึ่งนักศึกษาเคยเรียนแล้ว ทั้งนี้ในรายวิชาที่ขอเรียนซ้ำ นั้น ต้องได้ระดับคะแนนไม่สูงกว่า D+

14.3.3 การลงทะเบียนตามข้อ (14.3.1) และ (14.3.2) นั้นจะกระทำได้โดยไม่จำกัด หน่วยกิตขั้นต่ำในแต่ละภาคการศึกษา แต่ทั้งนี้ต้องไม่เกิน 2 ภาคการศึกษา

ข้อ 15 การจำแนกสภาพนักศึกษา

15.1 การจำแนกสภาพนักศึกษาจะกระทำเมื่อสิ้นภาคการศึกษาปกติแต่ละภาค ทั้งนี้ยกเว้น นักศึกษาที่เข้าศึกษาเป็นปีแรกซึ่งการจำแนกสภาพนักศึกษาจะกระทำเมื่อสิ้นภาคการศึกษาที่สองนับแต่เริ่ม เข้าศึกษา

15.2 สำหรับภาคการศึกษาฤดูร้อน ให้นำผลการศึกษาไปรวมกับผลการศึกษาในภาคเรียน ปกติแรกที่นักศึกษาผู้นั้นลงทะเบียนเรียน เพื่อจำแนกสภาพนักศึกษา

15.3 นักศึกษาสภาพปกติ ได้แก่ นักศึกษาที่สอบได้เต็มเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ 2.0 ขึ้นไป

15.4 นักศึกษาสภาพวิथाทัณฑ์ ได้แก่ นักศึกษาที่สอบได้เต็มเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า 2.0

15.5 ฐานะชั้นปีของนักศึกษา จะกระทำเมื่อสิ้นสุดแต่ละปีการศึกษา ตามเกณฑ์ดังนี้

15.5.1 นักศึกษาที่สอบได้น้อยกว่า 33 หน่วยกิต ได้เทียบฐานะเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1

15.5.2 นักศึกษาที่สอบได้ตั้งแต่ 33 หน่วยกิตขึ้นไป แต่น้อยกว่า 66 หน่วยกิต ให้เทียบฐานะ เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 2

15.5.3 นักศึกษาที่สอบได้ตั้งแต่ 66 หน่วยกิตขึ้นไป แต่น้อยกว่า 99 หน่วยกิต ให้เทียบ ฐานะเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 3

15.5.4 นักศึกษาที่สอบได้ตั้งแต่ 99 หน่วยกิตขึ้นไป ให้เทียบเท่าฐานะเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 4

ข้อ 16 การพ้นสภาพการเป็นนักศึกษา

นักศึกษาจะพ้นสภาพนักศึกษาในข้อใดข้อหนึ่ง ดังต่อไปนี้

16.1 ได้รับเต็มระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม น้อยกว่า 1.50 เว้นแต่เป็นนักศึกษาในภาคการศึกษาแรกของชั้นปีหนึ่ง

16.2 ได้รับเต็มระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม น้อยกว่า 1.80 ในสองภาคการศึกษาติดต่อกัน

16.3 ไม่สามารถสำเร็จการศึกษาภายใน 16 ภาคการศึกษาปกติ นับตั้งแต่ภาคการศึกษาแรกที่ ลงทะเบียนเรียนหลักสูตรปริญญาตรี (4 ปี) สำหรับการลงทะเบียนเรียนเต็มเวลา หรือไม่สามารถสำเร็จการศึกษา ภายใน 18 ภาคการศึกษาปกติ นับตั้งแต่ภาคการศึกษาแรกที่ลงทะเบียนเรียนหลักสูตรปริญญาตรี (5 ปี) สำหรับการ ลงทะเบียนเรียนเต็มเวลา

16.4 กระทำผิดวินัยอย่างร้ายแรง ตามข้อบังคับของมหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยสั่งให้พ้นสภาพนักศึกษา

16.5 ศึกษาครบตามหลักสูตร และได้ปริญญา

16.6 ถึงแก่กรรม หรือลาออก

ข้อ 17 การเทียบวิชาเรียนและโอนหน่วยกิต

17.1 การเทียบวิชาเรียนและโอนหน่วยกิตภายในมหาวิทยาลัย

นักศึกษาที่ผ่านการคัดเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยชินวัตร สามารถขอเทียบและโอนหน่วยกิตที่ได้เรียนมาแล้วจากหลักสูตรในมหาวิทยาลัยชินวัตร โดยจำนวนหน่วยกิตสูงสุดที่สามารถเทียบได้ขึ้นอยู่กับข้อกำหนดเฉพาะของแต่ละสาขา นักศึกษาที่มีความประสงค์ขอเทียบรายวิชาเรียนและโอนหน่วยกิต จะต้องยื่นผลการศึกษาลับสมบุรณ์ พร้อมคำอธิบายรายวิชาที่จะขอเทียบโอนจากหลักสูตรเดิม เพื่อให้คณะกรรมการวิชาการเป็นผู้พิจารณาอนุมัติการเทียบวิชาเรียนและโอนหน่วยกิต ภายใต้งบเงื่อนไข ดังต่อไปนี้

17.1.1 เป็นรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาในหลักสูตรระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ที่เคยศึกษาในมหาวิทยาลัยชินวัตร

17.1.2 เป็นรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาที่บรรจุในหลักสูตรของคณะหรือสาขาวิชาที่ขอเทียบ

17.1.3 เป็นรายวิชาหรือกลุ่มวิชาที่มีเนื้อหาสาระครอบคลุม ไม่น้อยกว่าสามในสี่ของรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาที่ขอเทียบ

17.1.4 ในระดับปริญญาตรี การเทียบวิชาเรียนและโอนหน่วยกิตภายในมหาวิทยาลัย ต้องเป็นรายวิชาที่สอบไล่ได้สัญลักษณ์ไม่ต่ำกว่า C หรือ S

17.2 การเทียบวิชาเรียนและโอนหน่วยกิตจากสถาบันอุดมศึกษาอื่น

นักศึกษาที่ผ่านการคัดเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยชินวัตร สามารถขอเทียบและโอนหน่วยกิตที่ได้เรียนมาแล้วจากสถาบันอุดมศึกษาอื่นที่ได้มาตรฐาน โดยจำนวนหน่วยกิตสูงสุดที่สามารถเทียบได้ขึ้นอยู่กับข้อกำหนดเฉพาะของแต่ละสาขา นักศึกษาที่มีความประสงค์ขอเทียบรายวิชาเรียนและโอนหน่วยกิต จะต้องยื่นผลการศึกษาลับสมบุรณ์ พร้อมคำอธิบายรายวิชาที่จะขอเทียบโอนจากสถาบันอุดมศึกษาเดิม เพื่อให้คณะกรรมการวิชาการพิจารณาอนุมัติการเทียบวิชาเรียนและโอนหน่วยกิต ภายใต้งบเงื่อนไข ดังต่อไปนี้

17.2.1 เป็นรายวิชาในหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาหรือเทียบเท่าจากสถาบันอุดมศึกษาที่สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา หรือสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน หรือหน่วยงานอื่นในประเทศและต่างประเทศที่เทียบเท่าให้การรับรองวิทยฐานะ

ระเบียบมหาวิทยาลัยชินวัตร ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2554

- 17.2.2 เป็นรายวิชาที่มีเนื้อหาสาระครอบคลุมไม่น้อยกว่าสามในสี่ของรายวิชาที่ขอเทียบตามหลักสูตรของมหาวิทยาลัย
- 17.2.3 เป็นรายวิชาที่ศึกษามาแล้วไม่เกิน 5 ปี นับถึงวันที่ขอเทียบโอนรายวิชาเรียน
- 17.2.4 เป็นรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาที่สอบไล่ได้ไม่ต่ำกว่าระดับคะแนนตัวอักษร C หรือแต่มีระดับคะแนน 2.00 หรือเทียบเท่า
- 17.2.5 นักศึกษาจะได้รับการเทียบวิชาเรียนและโอนหน่วยกิตได้ไม่เกินสามในสี่ของจำนวนหน่วยกิตรวมที่จะต้องศึกษาในแต่ละหลักสูตร
- 17.2.6 นักศึกษาต้องใช้เวลาในการศึกษาที่มหาวิทยาลัยชินวัตร เป็นระยะเวลาอย่างน้อยหนึ่งปีการศึกษา
- 17.2.7 มหาวิทยาลัยอาจจะต้องให้มีการสอบ การทดสอบ หรือการวัดผลโดยวิธีอื่นที่เหมาะสม เพื่อประกอบการพิจารณาเทียบโอนหน่วยกิต ก็ได้
- เพื่อให้การดำเนินการขอเทียบรายวิชาและโอนหน่วยกิตเป็นไปด้วยความสะดวกและรวดเร็ว นักศึกษาควรแนบสำเนาข้อมูลการศึกษาของสถานศึกษาเดิมมาพร้อมกับการยื่นขอเทียบวิชาเรียนและโอนหน่วยกิตด้วย

ข้อ 18 การสำเร็จการศึกษา

- 18.1 การให้ปริญญาแก่นักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีและมีสิทธิได้รับปริญญาต้องมีคุณสมบัติดังนี้
- 18.1.1 ศึกษารายวิชาครบถ้วนตามที่กำหนดในหลักสูตร โดยแต่ละรายวิชาจะต้องได้ผลการเรียน ไม่ต่ำกว่า D หรือ S
- 18.1.2 มีแต่มีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่น้อยกว่า 2.00
- 18.1.3 สอบผ่านภาษาอังกฤษตามเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนด
- 18.1.4 มีความประพฤติเรียบร้อย
- 18.2 การให้ปริญญาเกียรติยศอันดับหนึ่ง ให้แก่นักศึกษาที่มีคุณสมบัติดังต่อไปนี้
- 18.2.1 สอบได้ครบทุกรายวิชาตามหลักสูตร และมีระยะเวลาเรียนอย่างมา ไม่เกินจำนวนภาคการศึกษาปกติติดต่อกันตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตร ทั้งนี้ไม่นับภาคการศึกษาที่ได้รับอนุมัติให้ลาพักการศึกษา
- 18.2.2 สอบได้แต่มีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ 3.50 ขึ้นไป
- 18.2.3 สอบผ่านภาษาอังกฤษตามเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนด
- 18.2.4 มีความประพฤติเรียบร้อย

ระเบียบมหาวิทยาลัยชินวัตร ว่าด้วยการศึกษาาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2554

18.3 การให้ปริญญาเกียรตินิยมอันดับสอง ให้แก่นักศึกษาที่มีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

18.3.1 สอบได้ครบทุกรายวิชาตามหลักสูตร และมีระยะเวลาเรียนอย่างมากไม่เกินจำนวนภาคการศึกษาปกติติดต่อกันตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตร ทั้งนี้ ไม่นับภาคการศึกษาที่ได้รับอนุมัติให้ลาพักการศึกษา

18.3.2 สอบได้แต่มีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ 3.25 แต่ไม่ถึง 3.50

18.3.3 สอบผ่านภาษาอังกฤษตามเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนด

18.3.4 มีความประพฤติเรียบร้อย

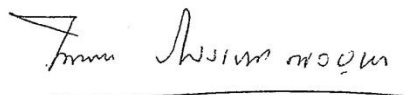
ข้อ 19 การรักษาระเบียบ

19.1 ให้อธิการบดีเป็นผู้รักษาระเบียบนี้และให้มีอำนาจออกประกาศ คำสั่ง หรือระเบียบปฏิบัติ ซึ่งไม่ขัดแย้งกับระเบียบนี้ ในกรณีที่มีปัญหาการตีความหรือการปฏิบัติตามระเบียบนี้ ให้อธิการบดีเป็นผู้วินิจฉัย

19.2 ในกรณีที่มีความจำเป็นที่มหาวิทยาลัยต้องปฏิบัตินอกเหนือไปจากระเบียบข้างต้น ให้นำเรื่องเสนอต่อสภามหาวิทยาลัยเพื่อพิจารณาอนุมัติ

ประกาศ ณ วันที่ 24 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2554

ลงชื่อ



(นายพารณ อิศรเสนา ณ อยุธยา)

นายกสภามหาวิทยาลัยชินวัตร

ระเบียบมหาวิทยาลัยชินวัตร ว่าด้วยการศึกษาาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2554

Appendix C

Appointment of Committee for Curriculum Development Bachelor Business Administration Program in Marketing (International Program)

Shinawatra University Order

No. 0๖๙ /2022

Subject: Appointment of Curriculum Development Committee, Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program) New Program 2022, School of Management

In order to design and develop a curriculum of Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program) New Program 2022, and be disseminated as a quality standard according to the Higher Education Institution Act, B.E. 2546 (2003), amended (No.2), B.E. 2550 (2007), Shinawatra University appoints the Curriculum Development Committee of Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program) New Program 2022, which consists of the following names.

- | | |
|---|------------------------------|
| 1. Dr. Sarana Photchanachan | Chairman |
| 2. Asst. Prof. Dr. Pusanisa Thechatakerng | External Qualified Committee |
| 3. Dr. Kullaya Uppapong | External Qualified Committee |
| 4. Dr. Manoch Prompanyo | Committee |
| 5. Dr. Wasin Phromphithakkul | Committee |
| 6. Dr. Eksiri niyomsilp | Committee |
| 7. Ms. Arucha Semaphrom | Secretary |

The committee is responsible for designing and developing the curriculum to be modern and meet the needs of the country.

This shall be effective from now on.

Announced on ๑๑ March 2022



(Assoc. Prof. Zhou Fei)
President, Shinawatra University

Appendix D
Table of Comparison Revision on the Bachelor of Business Administration
Program in Marketing (International Program)
New Curriculum B.E. 2565

**Table of Comparison Revision on the Bachelor of Business Administration Program in
Marketing (International Program)**

New curriculum B.E. 2565

Current Content	Remarks
Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International program) New curriculum B.E .2565	
Name of higher education institution: Shinawatra University Faculty/Institute/Office: School of Management	
Code and Curriculum Name Thai: หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรนานาชาติ) English : Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)	
Name of degree and field of study Full Title (Thai): บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด) Abbreviation (Thai): บธ.บ. (การตลาด) Full Title (English): Bachelor of Business Administration (Marketing) Abbreviation (English): B.B.A.(Marketing)	
Language Bilingual in Chinese and English	
Program structure (132 credits)	

General Education	30	credits	
Languages	18	credits	
Sciences and Mathematics	3	credits	
Humanities and Social Sciences	9	credits	
Specialization Course	96	credits	
Core Course	54	credits	
Major Required Course	30	credits	
Elective courses	12	credits	
Free Elective Course	6	credits	
Language and communication group compulsory (18 Credits)			
1001101 Fundamental English 1001102 English for Academic Study 1001203 English for Academic Writing 1001204 English for Public Speaking 1001205 English for Writing Academic Article 1001206 English for Presentation			
Humanities and Social Science group (9 Credits)			
1002101 Cultural Diversity 1002104 Life and Management 1002205 Thinking and Decision Making			
Science and Mathematics group (3 Credits)			
1003201 Information and Communication Technology			
Core courses (54 Credits)			
1102201 Macroeconomics 1102103 Principles of Finance 1102101 Principles of Marketing 1102203 Human Resource Management 1102210 Organization Behavior 1102301 Entrepreneurship 1102302 International Business			

<p>1102204 Quantitative Analysis Techniques 1102303 Strategic Management 1102211 Financial Accounting 1102104 Principles of Management 1201203 Microeconomics 1102305 Business Law 1102212 Leadership 1102208 Production and Operation Management 1102304 Business Research Methods 1102447 Internship</p>	
<p>Major courses (30 Credits) 1103301 Consumer Behavior 1103302 Digital Marketing 1103303 Marketing Research 1103304 International Marketing 1103305 Sale Management 1103306 Service Marketing 1103307 Retail Management 1103401 Integration Marketing Communication 1103402 Marketing Project 1 1103403 Marketing Project 2</p>	
<p>Elective Courses (12 Credits) Choosing any major courses from Human Resources Management, Logistics and Supply Chains and Accounting and Finance curriculum in Shinawatra University which not the same as the courses that have been studied previously.</p>	
<p>Free elective courses (6 Credits) Choosing any courses in Shinawatra University which not the same as the courses that have been studied previously.</p>	