



รายงานการประเมินตนเองระดับหลักสูตร

(Self – Assessment report: SAR)

ประจำปีการศึกษา 2564

บริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชาการตลาด

คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์

มหาวิทยาลัยพะเยา

คำนำ

รายงานการประเมินตนเอง บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2564 ฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อแสดงผลการดำเนินงานของหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ ตามองค์ประกอบและเกณฑ์การประกันคุณภาพระดับหลักสูตร CUPT QA ของ ที่ประชุมอธิการบดีแห่งประเทศไทย (ทปอ.) ประกอบด้วย องค์ประกอบที่ 1 การกำกับมาตรฐาน ตัวบ่งชี้ที่ 1.1 การบริหารจัดการหลักสูตรตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรที่กำหนดโดยสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร พ.ศ. 2558 และ องค์ประกอบที่ 2 การพัฒนาคุณภาพหลักสูตรตามเกณฑ์ AUN-QA ระดับหลักสูตร สารสำคัญของรายงานการประเมินตนเอง ระดับหลักสูตร มหาวิทยาลัยพะเยา ปีการศึกษา 2564 ฉบับนี้ แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ส่วนที่ 1 โครงร่างหลักสูตร (Program Profile) ส่วนที่ 2 ผลการดำเนินงานตามตัวบ่งชี้ ส่วนที่ 3 สรุปผลการประเมินตนเอง และส่วนที่ 4 ภาคผนวก

บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์) หวังเป็นอย่างยิ่งว่า รายงานการประเมินตนเอง ระดับหลักสูตร มหาวิทยาลัยพะเยา ปีการศึกษา 2564 ฉบับนี้ จะเป็นเอกสารสำคัญที่แสดงผลการดำเนินงานที่คำนึงถึงคุณภาพในการจัดการศึกษาที่จะนำไปสู่การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดความเชื่อมั่น และความมั่นใจในมาตรฐานและคุณภาพของบัณฑิตของมหาวิทยาลัยพะเยา

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประกอบศิริ ภัคตีพินิจ)

(มิถุนายน 2565)

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	2
สารบัญ	3
สารบัญตาราง	
สารบัญแผนภูมิ	
สารบัญรูปภาพ	
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	4
วิสัยทัศน์ พันธกิจของมหาวิทยาลัยพะเยา	
ส่วนที่ 1 โครงร่างหลักสูตร (Program Profile)	6
ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร	7
ผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร (ELO)	8
โครงสร้างหลักสูตร	
ส่วนที่ 2 ผลการดำเนินงานตามตัวบ่งชี้ CUPT QA ตามเกณฑ์ AUN QA ระดับหลักสูตร	
องค์ประกอบที่ 1 การกำกับมาตรฐาน	10
องค์ประกอบที่ 2 การพัฒนาคุณภาพหลักสูตรตามเกณฑ์ AUN-QA ระดับหลักสูตร	11
AUN. 1 Expected Learning Outcomes	20
AUN. 2 Programme Structure and Content	38
AUN. 3 Teaching and Learning Approach	50
AUN. 4 Student Assessment	71
AUN. 5 Academic Staff	87
AUN. 6 Student Support Services	94
AUN. 7 Facilities and Infrastructure	113
AUN. 8 Output and Outcomes	118
ส่วนที่ 3 สรุปผลการประเมินตนเอง	135
ตารางสรุปผลการประเมินตนเอง ระดับหลักสูตร ตามเกณฑ์ สกอ. และ AUN QA	136
รายงานจุดเด่น และจุดที่ควรพัฒนา	141
ส่วนที่ 4 ภาคผนวก	

รายการหลักฐานอ้างอิง

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

ในปีการศึกษา 2564 บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา ได้เปิดสอนในระดับปริญญาตรี มีนิสิตเท่ากับ 291 คน อาจารย์ประจำ 6 คน คณาจารย์มีตำแหน่งทางวิชาการระดับศาสตราจารย์ จำนวน - คน รองศาสตราจารย์ จำนวน - คน และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จำนวน - คน โดยคณาจารย์ที่มีวุฒิปริญญาเอกหรือเทียบเท่าจำนวน 2 คน

ผลการประเมินทั้ง 2 องค์กรประกอบ 11 ตัวบ่งชี้ พบว่า ในภาพรวม มีระดับการประเมินเท่ากับ 4 เมื่อพิจารณาเป็นรายองค์ประกอบ ได้แก่

องค์กรประกอบที่ 1 การกำกับมาตรฐาน	เป็นไปตามเกณฑ์
องค์กรประกอบที่ 2 การพัฒนาคุณภาพหลักสูตรตามเกณฑ์ AUN-QA ระดับหลักสูตร	
AUN. 1 Expected Learning Outcomes	ระดับ4.....
AUN. 2 Programme Structure and Content	ระดับ4.....
AUN. 3 Teaching and Learning Approach	ระดับ4.....
AUN. 4 Student Assessment	ระดับ4.....
AUN. 5 Academic Staff	ระดับ4.....
AUN. 6 Student Support Services	ระดับ4.....
AUN. 7 Facilities and Infrastructure	ระดับ4.....
AUN. 8 Output and Outcomes	ระดับ4.....

จุดเด่น และจุดที่ควรพัฒนา

จุดเด่น

1. มีกระบวนการกำหนด Expected Learning Outcomes และ Programme Structure and Content ที่ชัดเจน สอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
2. รูปแบบการเรียนการสอน การประเมินที่หลากหลาย มีภาคีความร่วมมือจำนวนมาก
3. บัณฑิตมีฐานเงินเดือนเฉลี่ยสูงกว่าที่รัฐบาลประกาศ 31.33%

จุดที่ควรพัฒนา

1. การเพิ่มทางเลือกความชำนาญของศาสตร์ย่อยในหลักสูตร (minor)
2.
3.

ส่วนที่ 1
โครงร่างหลักสูตร
(Program Profile)

ส่วนที่ 1

โครงสร้างหลักสูตร (Program Profile)

1. ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร¹
2. ผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร (ELO)
3. โครงสร้างหลักสูตร (แบบกระชับ)

1. ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1.1 ปรัชญาหลักสูตร

“การตลาดศาสตร์แห่งปัญญา เพิ่มคุณค่าสู่ธุรกิจและสังคม”

1.2 ความสำคัญ

สำหรับประเทศไทยซึ่งเป็นสมาชิกประชาคมอาเซียน และกำลังปรับตัวให้เข้ากับการควมรวมระบบเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคและระดับโลกต่อไป ได้ใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเป็นแนวทางการขยายตัวภาคธุรกิจ ซึ่งให้ความสำคัญในยุคศาสตร์ต่างๆ ในแผนฯ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ความเข้มแข็งภาคเกษตร ความมั่นคงของอาหารและพลังงาน ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน ยุทธศาสตร์การสร้างเชื่อมโยงกับประเทศในภูมิภาค เพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม ยุทธศาสตร์การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน เพื่อให้อัฒกักรธุรกิจมีความเข้มแข็งและอยู่รอด รวมถึงผลักดันธุรกิจ ให้ก้าวไปสู่การก้าวระดับสากลและการเตรียมความพร้อมในการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลกมากขึ้น ในสภาพการแข่งขันของธุรกิจที่ทวีความรุนแรงขึ้น ศาสตร์ทางการตลาดยังมีความสำคัญในการสร้างความรุ่งเรืองให้กับองค์กรธุรกิจ และสามารถนำพาธุรกิจไปสู่ความเป็นผู้นำ ศาสตร์ทางการตลาดยังสามารถทำให้อัฒกักรธุรกิจดำรงอยู่รอดได้ในสถานการณ์คับขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการถูกคุกคามจากคู่แข่งทางตรงหรือคู่แข่งทางอ้อมก็ตาม นอกจากนี้การตลาดยังสามารถประยุกต์กับศาสตร์อื่นๆ ตลอดจนสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ ดังนั้นศาสตร์การตลาดจึงเป็นกระบวนการการคิด วิเคราะห์ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า บริการ และองค์กรรวมถึงชุมชนสังคม โดยที่ผู้บริโภคซึ่งถึงคุณค่านั้นด้วย

ดังนั้น คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา สาขาวิชาการตลาด ได้เห็นถึงความสำคัญถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นข้างต้น จึงได้ทำการพัฒนาหลักสูตรสาขาวิชาการตลาดขึ้น เพื่อสร้างองค์ความรู้ทางการตลาดยุคใหม่ ให้สอดคล้องกับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และการผลิตบุคลากรให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดแรงงานในอนาคต เพื่อให้สอดคล้องกับเปลี่ยนแปลงทางด้านธุรกิจที่เกิดขึ้นด้วย โดยมุ่งเน้นไปที่การปลูกฝังความคิดและการผลิตบัณฑิตที่มีความเข้าใจเรื่องการพัฒนา การสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์พลังงาน การนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่ โดยบัณฑิตสามารถวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ และนำแนวคิดและองค์ความรู้ต่างๆ ไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานทางการตลาดให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม

¹ ข้อ 1 – 3 ให้ทุกหลักสูตรอธิบายรายละเอียดของโครงสร้างหลักสูตร (Program Profile) ประมาณ 1 – 2 หน้า โดยให้ครอบคลุมเนื้อหา มีความเชื่อมโยงเกี่ยวข้องกับหลักสูตร

ทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลง การเป็นบุคคลที่มีคุณธรรมและจริยธรรมในการประกอบวิชาชีพ การดำรงตนอยู่ในสังคมควบคู่ไปกับการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.3 วัตถุประสงค์

1.3.1 เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ความสามารถทางการตลาด สามารถประยุกต์และบูรณาการความรู้ทางวิชาการ ในการสร้างสรรค์ผลงานให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง องค์กร และสังคม

1.3.2 เพื่อผลิตบัณฑิตสาขาวิชาการตลาดที่มีศักยภาพและประสิทธิภาพ มีความสามารถในการพัฒนาตนเอง สามารถเรียนรู้สิ่งใหม่ มีความสามารถในการแข่งขันรอบด้าน และสามารถรับมือเผชิญกับปัญหาที่เกิดขึ้นจริงในการทำธุรกิจได้

1.3.3 เพื่อผลิตบัณฑิตให้คุณธรรมและจริยธรรม มีความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติหน้าที่ มีระเบียบวินัยในการปฏิบัติงานและมีสำนึกในจรรยาบรรณแห่งอาชีพ

1.3.4 เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ความสามารถในการทำวิจัยด้านการตลาด สามารถออกแบบ เลือกรวิธีการวิจัย รวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ผลข้อมูลได้

2. ผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร (ELO)

ชั้นปีที่ 1 : มีความรู้ ความเข้าใจพื้นฐานเบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจและมีทักษะการดำรงชีวิต มีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม

ชั้นปีที่ 2 : สามารถประยุกต์ใช้เครื่องมือทางการตลาดในการวิเคราะห์ตลาดและการตัดสินใจทางการตลาดเพื่อส่งมอบคุณค่าให้กับผู้บริโภค

ชั้นปีที่ 3 : สามารถใช้เครื่องมือทางธุรกิจในการประเมินและวางแผนทางการตลาดเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของธุรกิจ

ชั้นปีที่ 4 : สามารถถ่ายทอด นำเสนอแนวคิดและประสบการณ์ทางวิชาชีพ และสร้างสรรค์นวัตกรรมทางการตลาดเพื่อการพัฒนาธุรกิจ

3. โครงสร้างหลักสูตร (แบบกระชับ)

1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	30 หน่วยกิต
1.1 หมวดวิชาศึกษาทั่วไปบังคับ	
1.2 หมวดวิชาศึกษาทั่วไปเลือก	
2. หมวดวิชาเฉพาะ	
2.1 กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	24 หน่วยกิต
2.2 กลุ่มวิชาเอก	
2.2.1 วิชาเอกบังคับ	46 หน่วยกิต
2.2.2 วิชาเอกเลือก	15 หน่วยกิต
2.2.3 วิชาการศึกษาอิสระ การฝึกงานและสหกิจศึกษา	6 หน่วยกิต
3. หมวดวิชาเลือกเสรี	6 หน่วยกิต
รวม (หน่วยกิต)	127 หน่วยกิต

ส่วนที่ 2

ผลการดำเนินงานตามตัวบ่งชี้

**รายงานผลการดำเนินงานของหลักสูตรตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร
สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.)**

ตารางสรุปผลการดำเนินงานตามเกณฑ์การประเมินองค์ประกอบที่ 1

สถานที่จัดการเรียนการสอน มหาวิทยาลัยพะเยา

เกณฑ์การประเมิน เกณฑ์ปี 2548 เกณฑ์ปี 2558

ประเภทหลักสูตร (สำหรับเกณฑ์ปี 2558)

วิชาการ ปฏิบัติการหรือวิชาชีพ

การกำกับให้เป็นไปตามมาตรฐาน

ข้อ	เกณฑ์การประเมิน	ผลการดำเนินงาน
1	จำนวนอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	เป็นไปตามเกณฑ์
2	คุณสมบัติของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	เป็นไปตามเกณฑ์
3	คุณสมบัติของอาจารย์ประจำหลักสูตร	เป็นไปตามเกณฑ์
4	คุณสมบัติของอาจารย์ผู้สอน	เป็นไปตามเกณฑ์
5	คุณสมบัติของ อาจารย์ผู้สอน ที่เป็นอาจารย์พิเศษ (ถ้ามี)	-
6	คุณสมบัติของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลักและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	-
7	คุณสมบัติของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม (ถ้ามี)	-
8	อาจารย์ผู้สอบวิทยานิพนธ์	-
9	คุณสมบัติอาจารย์ผู้สอบวิทยานิพนธ์	-
10	การตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานของผู้สำเร็จการศึกษา	-
11	ภาระงานอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และการค้นคว้าอิสระในระดับบัณฑิตศึกษา	-
12	การปรับปรุงหลักสูตรตามรอบระยะเวลาของหลักสูตรหรือทุกรอบ 5 ปี	เป็นไปตามเกณฑ์

หมายเหตุ สำหรับหลักสูตรระดับปริญญาตรี ประเมินใน 6 ประเด็นตามข้อ 1, 2, 3, 4, 5 และ 12

สรุปผลการดำเนินงานองค์ประกอบที่ 1 ตามเกณฑ์ข้อ 1 – 12

เป็นไปตามเกณฑ์

ข้อสังเกต.....

ผลการกำกับมาตรฐาน

เกณฑ์ข้อ 1 จำนวนอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

(ปริญาตรี) จำนวนอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 5 คนและเป็นอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร เกินกว่า 1 หลักสูตรไม่ได้และประจำหลักสูตรตลอดระยะเวลาที่จัดการศึกษาตามหลักสูตรนั้น

เป็นไปตามเกณฑ์

ผลการดำเนินการกำกับมาตรฐาน

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มีจำนวนอาจารย์ผู้รับผิดชอบ 3 คน และมีอาจารย์ประจำหลักสูตร 6 คน และไม่มีผู้ใดรับผิดชอบหลักสูตรเกินกว่า 1 หลักสูตรและประจำหลักสูตรตลอดระยะเวลาที่จัดการศึกษาตามหลักสูตร

จำนวนอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร / คุณสมบัติของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร / คุณสมบัติของอาจารย์ประจำหลักสูตร (ตัวบ่งชี้ 1.1 เกณฑ์ข้อ 1, 2, 3)

อาจารย์ประจำหลักสูตร ในมคอ. 2

ชื่ออาจารย์ประจำหลักสูตร	ตำแหน่งทางวิชาการ	วุฒิการศึกษาสูงสุด	คุณวุฒิ (สาขาวิชา)	ประเภท <<อาจารย์ผู้รับผิดชอบหรืออาจารย์ประจำหลักสูตร>>	ผลงานทางวิชาการเป็นไปตามเกณฑ์	หมายเหตุ
1.นายกมลพงศ์ รัตนสงวนวงศ์	-	ป. โท	เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	ผู้รับผิดชอบ	✓	ประธานหลักสูตร
2. นายคณิตส์ คณิศราพรพงศ์	-	ป. โท	การตลาด	ผู้รับผิดชอบ	✓	
3. นายบุรินทร์ บัณฑิตวงษ์	-	ป. โท	International Business	ผู้รับผิดชอบ	✓	
4. ดร. กิตติศักดิ์ ศรีไพโรจน์	-	ป. เอก	บริหารธุรกิจ	ประจำหลักสูตร	✓	
5. ดร. ธัญทิพย์ ฤกษ์โยธิน	-	ป. เอก	การตลาด	ประจำหลักสูตร	✓	
6. นายชาญชัย พรหมมี	-	ป. โท	บริหารธุรกิจ	ประจำหลักสูตร	✓	ลาศึกษาต่อ

อาจารย์ประจำหลักสูตร ณ สิ้นปีการศึกษาที่ประเมิน

ชื่ออาจารย์ประจำหลักสูตร	ตำแหน่งทางวิชาการ	วุฒิการศึกษาสูงสุด	คุณวุฒิ (สาขาวิชา)	ประเภท <<อาจารย์ผู้รับผิดชอบหรืออาจารย์ประจำหลักสูตร>>	ผลงานทางวิชาการเป็นไปตามเกณฑ์	หมายเหตุ
1.นายกมลพงศ์ รัตนสงวนวงศ์	-	ป.โท	เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	ผู้รับผิดชอบ	✓	ประธานหลักสูตร
2.นายคณิสส์ คณิสราพรพงศ์	-	ป.โท	การตลาด	ผู้รับผิดชอบ	✓	
3.นายบุรินทร์ บัณฑิตวงค์	-	ป.โท	International Business	ผู้รับผิดชอบ	✓	
4. นายชาญชัย พรหมมี	-	ป.โท	บริหารธุรกิจ	ประจำหลักสูตร	✓	ลาศึกษาต่อ
5. ดร. ธีรทิพย์ คลุทโยธิน	-	ป.เอก	การตลาด	ประจำหลักสูตร	✓	
6. ดร. กิตติศักดิ์ ศรีไพโรจน์	-	ป.เอก	การตลาด	ประจำหลักสูตร	✓	

เกณฑ์ข้อ 2 คุณสมบัติของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

(ปริญญาตรี) คุณสมบัติของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร มีคุณวุฒิปริญญาโทหรือเทียบเท่าหรือดำรงตำแหน่งทางวิชาการไม่ต่ำกว่าผู้ช่วยศาสตราจารย์ และมีผลงานทางวิชาการ 1 รายการใน 5 ปี ย้อนหลัง

(ปริญญาตรี เพิ่มเติมเฉพาะหลักสูตรปฏิบัติการหรือวิชาชีพ) อาจารย์ 2 ใน 5 คน ต้องมีประสบการณ์ ในด้านการปฏิบัติการ

เป็นไปตามเกณฑ์

ผลการดำเนินการกำกับมาตรฐาน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มีคุณวุฒิปริญญาโท 4 ท่านและปริญญาเอก 1 ท่าน และ ทุกท่านมีผลงานทางวิชาการ 1 รายการใน 5 ปี ย้อนหลัง

ชื่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	จำนวนโครงการวิจัย					หมายเหตุ
	2560	2561	2562	2563	2564	

1.นายกมลพงศ์ รัตนสงวนวงศ์	1	1	1	1		
2. นายคณิตส์ คณิสราพรพงศ์			1	1		
3. นายบุรินทร์ บัณฑิตวงค์			1	1		
4. นายชาญชัย พรหมมิ			1	4		
5. ดร. ธัญทิพย์ คฤทโยธิน		1	3		1	
6.ดร. กิตติศักดิ์ ศรีไพโรจน์				1	1	

ชื่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	จำนวนผลงานทางวิชาการ					หมายเหตุ
	2560	2561	2562	2563	2564	
1.นายกมลพงศ์ รัตนสงวนวงศ์	1	1	1	1		
2. นายคณิตส์ คณิสราพรพงศ์			1	1		
3. นายบุรินทร์ บัณฑิตวงค์			1	1		
4. นายชาญชัย พรหมมิ			1	4		
5. ดร. ธัญทิพย์ คฤทโยธิน		1	3		1	
6.ดร. กิตติศักดิ์ ศรีไพโรจน์				1	1	

เกณฑ์ข้อ 3 คุณสมบัติของอาจารย์ประจำหลักสูตร

(ปริญญาตรี) คุณสมบัติของอาจารย์ประจำหลักสูตร มีคุณวุฒิปริญญาโทหรือเทียบเท่า หรือ ดำรงตำแหน่งทางวิชาการไม่ต่ำกว่าผู้ช่วยศาสตราจารย์ และ มีผลงานทางวิชาการ 1 รายการใน 5 ปี ย้อนหลัง

เป็นไปตามเกณฑ์

ผลการดำเนินการกำกับมาตรฐาน

อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มีคุณวุฒิปริญญาโท 4 ท่านและ ปริญญาเอก 2 ท่าน และ ทุกท่านมีผลงานทางวิชาการอย่างน้อย 1 รายการใน 5 ปี ย้อนหลัง

ทั้งนี้ในปี 2563 อาจารย์ชาญชัย พรหมมิ ได้เข้าสู่กระบวนการยื่นขอตำแหน่งทางวิชาการเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ซึ่งเป็นไปตามแผนการพัฒนาของสาขาวิชา และในปี 2564 กำลังอยู่ในขั้นตอนทบทวนผู้ทรงคุณวุฒิ ในเรื่องของการกำหนดภาระงาน และความรับผิดชอบงานต่างๆในสาขา เพื่อให้อาจารย์ที่มีความพร้อมในการยื่นขอตำแหน่งทางวิชาการได้มีเวลาเต็มที่ และดำเนินการขอตำแหน่งก่อน โดยในปี

2564-2566 ดร. ธัญทิพย์ คฤทโยธินและ ดร. กิตติศักดิ์ ศรีไพโรจน์ จะเข้าสู่กระบวนการยื่นขอตำแหน่งทางวิชาการ เป็นรายชื่อต่อไป

เกณฑ์ข้อ 4 คุณสมบัติของอาจารย์ผู้สอน

(ปริญญาตรี) คุณสมบัติของอาจารย์ผู้สอน ที่เป็นอาจารย์ประจำ มีคุณวุฒิปริญญาโทหรือเทียบเท่า หรือดำรงตำแหน่งทางวิชาการไม่ต่ำกว่าผู้ช่วยศาสตราจารย์ ในสาขาวิชานั้นหรือสาขาวิชาที่สัมพันธ์กันหรือสาขาวิชาของรายวิชาที่สอนรายละเอียด

เป็นไปตามเกณฑ์

ผลการดำเนินการกำกับมาตรฐาน

อาจารย์ผู้สอนประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มีคุณวุฒิปริญญาโท 4 ท่านและปริญญาเอก 2 ท่าน และมีผลงานทางวิชาการอย่างน้อย 1 รายการใน 5 ปี ย้อนหลัง

เกณฑ์ข้อ 5 คุณสมบัติของ อาจารย์ผู้สอน ที่เป็นอาจารย์พิเศษ (ถ้ามี)

(ปริญญาตรี) คุณสมบัติของ อาจารย์ผู้สอน ที่เป็นอาจารย์พิเศษ (ถ้ามี) มีคุณวุฒิปริญญาโท หรือคุณวุฒิปริญญาตรีหรือเทียบเท่าและมีประสบการณ์ทำงานที่เกี่ยวข้องกับวิชาที่สอนไม่น้อยกว่า 6 ปี ทั้งนี้มีชั่วโมงสอนไม่เกินร้อยละ 50 ของรายวิชา โดยมีอาจารย์ประจำเป็นผู้รับผิดชอบรายวิชานั้น

เป็นไปตามเกณฑ์

ผลการดำเนินการกำกับมาตรฐาน

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ไม่มีอาจารย์พิเศษ

ตารางอาจารย์ที่ปรึกษาหลักวิทยานิพนธ์หลัก และอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ
(ตัวบ่งชี้ 1.1 เกณฑ์ข้อ 6, 11)

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก วิทยานิพนธ์หลัก และอาจารย์ที่ ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	คุณวุฒิ/สาขาวิชา/ ปีที่สำเร็จการศึกษา	ประสบการณ์การทำวิจัย		ภาระงานอาจารย์ ที่ปรึกษา (จำนวนนักศึกษา ที่อาจารย์เป็นอาจารย์ ที่ปรึกษาหลัก)
		มี	ไม่มี	
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

เกณฑ์ข้อ 6 คุณสมบัติของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลักและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

(ปริญญาโท) คุณสมบัติของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลักและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ 1. เป็นอาจารย์ประจำหลักสูตรที่มีคุณวุฒิปริญญาเอกหรือเทียบเท่า หรือ ชั้นต่ำปริญญาโทหรือเทียบเท่าและดำรงตำแหน่งทางวิชาการไม่ต่ำกว่ารองศาสตราจารย์ ในสาขาวิชานั้นหรือสาขาวิชาที่สัมพันธ์กัน และ 2. มีผลงานทางวิชาการอย่างน้อย 3 รายการใน 5 ปีย้อนหลัง โดยอย่างน้อย 1 รายการต้องเป็นผลงานวิจัย

(ปริญญาเอก) คุณสมบัติของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลักและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ 1. เป็นอาจารย์ประจำหลักสูตรที่มีคุณวุฒิปริญญาเอกหรือเทียบเท่า หรือ ชั้นต่ำปริญญาโทหรือเทียบเท่าและดำรงตำแหน่งทางวิชาการไม่ต่ำกว่ารองศาสตราจารย์ ในสาขาวิชานั้นหรือสาขาวิชาที่สัมพันธ์กัน และ 2. มีผลงานทางวิชาการอย่างน้อย 3 รายการใน 5 ปีย้อนหลัง โดยอย่างน้อย 1 รายการต้องเป็นผลงานวิจัย

เป็นไปตามเกณฑ์

ผลการดำเนินการกำกับมาตรฐาน

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดในปีการศึกษา 2563 ไม่มีนิสิตลงทะเบียนในรายวิชาการค้นคว้าอิสระ

เกณฑ์ข้อ 11 ภาระงานอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และการค้นคว้าอิสระในระดับบัณฑิตศึกษา

(ปริญญาโท) ภาระงานอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และการค้นคว้าอิสระในระดับบัณฑิตศึกษา วิทยานิพนธ์ อาจารย์คุณวุฒิปริญญาเอก 1 คน ต่อ นักศึกษา 5 คน การค้นคว้าอิสระ อาจารย์คุณวุฒิปริญญาเอก 1 คน ต่อ นักศึกษา 15 คน หากเป็นที่ปรึกษาทั้ง 2 ประเภทให้เทียบสัดส่วนนักศึกษาที่ทำวิทยานิพนธ์ 1 คนเทียบเท่ากับ นักศึกษาที่ค้นคว้าอิสระ 3 คน หากอาจารย์คุณวุฒิปริญญาเอกและมีตำแหน่งทางวิชาการหรือปริญญาโทและตำแหน่งทางวิชาการระดับรองศาสตราจารย์ขึ้นไป 1 คน ต่อ นักศึกษา 10 คน

(ปริญญาเอก) ภาระงานอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และการค้นคว้าอิสระในระดับบัณฑิตศึกษา วิทยานิพนธ์ อาจารย์คุณวุฒิปริญญาเอก 1 คน ต่อ นักศึกษา 5 คน การค้นคว้าอิสระ อาจารย์คุณวุฒิปริญญาเอก 1 คน ต่อ นักศึกษา 15 คน หากเป็นที่ปรึกษาทั้ง 2 ประเภทให้เทียบสัดส่วนนักศึกษาที่ทำวิทยานิพนธ์ 1 คนเทียบเท่ากับ นักศึกษาที่ค้นคว้าอิสระ 3 คน หากอาจารย์คุณวุฒิปริญญาเอกและมีตำแหน่งทางวิชาการหรือปริญญาโทและตำแหน่งทางวิชาการระดับรองศาสตราจารย์ขึ้นไป 1 คน ต่อ นักศึกษา 10 คน

เป็นไปตามเกณฑ์

ผลการดำเนินการกำกับมาตรฐาน

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดในปีการศึกษา 2563 ไม่มีการเรียนการสอนในระดับบัณฑิตศึกษา

เกณฑ์ข้อ 7 คุณสมบัติอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

(ปริญญาโท) คุณสมบัติของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม (ถ้ามี) กรณี เป็นอาจารย์ประจำ ต้องมีคุณวุฒิปริญญาเอกหรือเทียบเท่า หรือ ชั้นต่ำปริญญาโทหรือเทียบเท่าและดำรงตำแหน่งทางวิชาการ ไม่ต่ำกว่ารองศาสตราจารย์ ในสาขาวิชานั้นหรือสาขาวิชาที่สัมพันธ์กัน และมีผลงานทางวิชาการอย่างน้อย 3 รายการใน 5 ปีย้อนหลัง โดยอย่างน้อย 1 รายการต้องเป็นผลงานวิจัย หรือ กรณี เป็นผู้ทรงคุณวุฒิ ภายนอก 1. มีคุณวุฒิปริญญาเอกหรือเทียบเท่าและมีผลงานทางวิชาการที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในระดับชาติ ซึ่งตรงหรือสัมพันธ์กับหัวข้อวิทยานิพนธ์หรือการค้นคว้าอิสระไม่น้อยกว่า 10 เรื่อง หากไม่มีคุณวุฒิหรือประสบการณ์ตามที่กำหนดจะต้องมีความรู้ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์สูงเป็นที่ยอมรับ ซึ่งตรงหรือสัมพันธ์กับหัวข้อวิทยานิพนธ์หรือการค้นคว้าอิสระ โดยผ่านการเห็นชอบของสภาสถาบันและ แจ้ง กกอ ทราบ

(ปริญญาเอก) คุณสมบัติของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม (ถ้ามี) กรณี เป็นอาจารย์ประจำ ต้องมีคุณวุฒิปริญญาเอกหรือเทียบเท่า หรือ ชั้นต่ำปริญญาโทหรือเทียบเท่าและดำรงตำแหน่งทางวิชาการ ไม่ต่ำกว่ารองศาสตราจารย์ ในสาขาวิชานั้นหรือสาขาวิชาที่สัมพันธ์กัน และมีผลงานทางวิชาการอย่างน้อย 3 รายการใน 5 ปีย้อนหลัง โดยอย่างน้อย 1 รายการต้องเป็นผลงานวิจัย หรือ กรณี เป็นผู้ทรงคุณวุฒิ ภายนอก 1. มีคุณวุฒิปริญญาเอกหรือเทียบเท่าและมีผลงานทางวิชาการที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในระดับนานาชาติ ซึ่งตรงหรือสัมพันธ์กับหัวข้อวิทยานิพนธ์หรือการค้นคว้าอิสระไม่น้อยกว่า 5 เรื่อง หากไม่มีคุณวุฒิหรือประสบการณ์ตามที่กำหนดจะต้องมีความรู้ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์สูงเป็นที่ยอมรับ ซึ่งตรงหรือสัมพันธ์กับหัวข้อวิทยานิพนธ์หรือการค้นคว้าอิสระ โดยผ่านการเห็นชอบของสภาสถาบันและ แจ้ง กกอ ทราบ

เป็นไปตามเกณฑ์

ผลการดำเนินการกำกับมาตรฐาน

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดในปีการศึกษา 2563 ไม่มีการเรียนการสอน ในระดับบัณฑิตศึกษา

ตารางอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม (ถ้ามี) (ตัวบ่งชี้ 1.1 เกณฑ์ข้อ 7)

อาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ร่วม	คุณวุฒิ/ สาขาวิชา/ ปีที่สำเร็จ การศึกษา	ประสบการณ์การทำวิจัย		สถานภาพ	
		มี	ไม่มี	อาจารย์ ประจำ	ผู้ทรงคุณวุฒิ ภายนอก
1.					
2.					
3.					
4.					
5.					

เกณฑ์ข้อ 8 อาจารย์ผู้สอบวิทยานิพนธ์

(ปริญญาโท) อาจารย์ผู้สอบวิทยานิพนธ์ ประกอบด้วย อาจารย์ประจำหลักสูตรและผู้ทรงคุณวุฒิ จากภายนอกไม่น้อยกว่า 3 คน ประธานผู้สอบวิทยานิพนธ์ต้องไม่เป็นที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลักหรือที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

(ปริญญาเอก) อาจารย์ผู้สอบวิทยานิพนธ์ ประกอบด้วย อาจารย์ประจำหลักสูตรและผู้ทรงคุณวุฒิ จากภายนอกไม่น้อยกว่า 5 คน ประธานผู้สอบวิทยานิพนธ์ต้องเป็นผู้ทรงคุณวุฒิจากภายนอก

เป็นไปตามเกณฑ์

ผลการดำเนินการกำกับมาตรฐาน

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดในปีการศึกษา 2564 ไม่มีการเรียนการสอน ในระดับบัณฑิตศึกษา

ตารางอาจารย์ผู้สอบวิทยานิพนธ์ (ตัวป่งซี่ 1.1 เกณฑ์ข้อ 8, 9)

อาจารย์ผู้สอบวิทยานิพนธ์	คุณวุฒิ/สาขาวิชา/ ปีที่สำเร็จการศึกษา	ประสบการณ์การทำวิจัย		สถานภาพ	
		มี (ตั้งแนบ :ระบุ เลข เอกสารอ้างอิง)	ไม่มี	อาจารย์ ประจำ	ผู้ทรง คุณวุฒิ ภายนอก
1.					
2.					
3.					
4.					
5.					

เกณฑ์ข้อ 9 คุณสมบัติอาจารย์ผู้สอบวิทยานิพนธ์

(ปริญญาโท) คุณสมบัติอาจารย์ผู้สอบวิทยานิพนธ์ กรณี เป็นอาจารย์ประจำหลักสูตรต้องมีคุณวุฒิ ปริญญาเอกหรือเทียบเท่า หรือ ชั้นต่ำปริญญาโทหรือเทียบเท่าและดำรงตำแหน่งทางวิชาการไม่ต่ำกว่า รองศาสตราจารย์ ในสาขาวิชานั้นหรือสาขาวิชาที่สัมพันธ์กัน และมีผลงานทางวิชาการอย่างน้อย 3 รายการใน 5 ปีย้อนหลัง โดยอย่างน้อย 1 รายการต้องเป็นผลงานวิจัย หรือ กรณี เป็นผู้ทรงคุณวุฒิ ภายนอก 1. มีคุณวุฒิปริญญาเอกหรือเทียบเท่าและมีผลงานทางวิชาการที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ใน ระดับชาติ ซึ่งตรงหรือสัมพันธ์กับหัวข้อวิทยานิพนธ์หรือการค้นคว้าอิสระไม่น้อยกว่า 10 เรื่อง หากไม่มี คุณวุฒิหรือประสบการณ์ตามที่กำหนดจะต้องมีความรู้ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์สูงเป็นที่ยอมรับ ซึ่งตรงหรือสัมพันธ์กับหัวข้อวิทยานิพนธ์หรือการค้นคว้าอิสระ โดยผ่านการเห็นชอบของสภาสถาบันและ แจ้ง กกอ ทราบ

(ปริญญาเอก) คุณสมบัติอาจารย์ผู้สอบวิทยานิพนธ์ กรณี เป็นอาจารย์ประจำหลักสูตรต้องมี คุณวุฒิปริญญาเอกหรือเทียบเท่า หรือ ชั้นต่ำปริญญาโทหรือเทียบเท่าและดำรงตำแหน่งทางวิชาการไม่ต่ำ กว่ารองศาสตราจารย์ ในสาขาวิชานั้นหรือสาขาวิชาที่สัมพันธ์กัน และมีผลงานทางวิชาการอย่างน้อย 3 รายการใน 5 ปีย้อนหลัง โดยอย่างน้อย 1 รายการต้องเป็นผลงานวิจัย หรือ กรณี เป็นผู้ทรงคุณวุฒิ

ภายนอก 1. มีคุณสมบัติปริญญาเอกหรือเทียบเท่าและมีผลงานทางวิชาการที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในระดับนานาชาติ ซึ่งตรงหรือสัมพันธ์กับหัวข้อวิทยานิพนธ์หรือการค้นคว้าอิสระไม่น้อยกว่า 5 เรื่อง หากไม่มีคุณสมบัติหรือประสบการณ์ตามที่กำหนดจะต้องมีความรู้ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์สูงเป็นที่ยอมรับซึ่งตรงหรือสัมพันธ์กับหัวข้อวิทยานิพนธ์หรือการค้นคว้าอิสระ โดยผ่านการเห็นชอบของสภาสถาบันและ
แจ้ง กกอ ทราบ

เป็นไปตามเกณฑ์

ผลการดำเนินการกำกับมาตรฐาน

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดในปีการศึกษา 2564 ไม่มีการเรียนการสอนในระดับบัณฑิตศึกษา

เกณฑ์ข้อ 10 การตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานของผู้สำเร็จการศึกษา

(ปริญญาโท) การตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานของผู้สำเร็จการศึกษา กรณี แผน ก1 ต้องได้รับการยอมรับให้ตีพิมพ์ในวารสารระดับชาติหรือนานาชาติที่มีคุณภาพตามประกาศของ กกอ. กรณี แผน ก2 ต้องได้รับการยอมรับให้ตีพิมพ์ในวารสารระดับชาติหรือนานาชาติที่มีคุณภาพตามประกาศของ กกอ. หรือนำเสนอต่อที่ประชุมวิชาการโดยบทความที่นำเสนอได้รับการตีพิมพ์ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมทางวิชาการ (proceedings) กรณี แผน ข รายงานการค้นคว้าหรือส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระต้องได้รับการเผยแพร่ในลักษณะใดลักษณะหนึ่งที่สืบค้นได้

(ปริญญาเอก) การตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานของผู้สำเร็จการศึกษา กรณี แบบ 1 ต้องได้รับการยอมรับให้ตีพิมพ์ในวารสารระดับชาติหรือนานาชาติที่มีคุณภาพตามประกาศของ กกอ. อย่างน้อย 2 เรื่อง กรณี แบบ 2 ต้องได้รับการยอมรับให้ตีพิมพ์ในวารสารระดับชาติหรือนานาชาติที่มีคุณภาพตามประกาศของ กกอ.

เป็นไปตามเกณฑ์

ผลการดำเนินการกำกับมาตรฐาน

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดในปีการศึกษา 2564 ไม่มีการเรียนการสอนในระดับบัณฑิตศึกษา

ตารางการตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานของผู้สำเร็จการศึกษา (ตัวบ่งชี้ 1.1 เกณฑ์ข้อ 10)

ผู้สำเร็จการศึกษา	ชื่อผลงาน	แหล่งเผยแพร่

เกณฑ์ข้อ 12 การปรับปรุงหลักสูตรตามรอบระยะเวลาที่กำหนด

คณะได้เริ่มดำเนินการเปิดหลักสูตรครั้งแรกในปี พ.ศ. 2555 หลักสูตรปัจจุบันได้ปรับปรุงตามรอบหลักสูตร และได้รับการอนุมัติจากสภามหาวิทยาลัยพะเยา ในปี พ.ศ. 2559 นับเป็นการปรับปรุงในรอบที่หนึ่งของหลักสูตร และในการปรับปรุงหลักสูตรรอบที่สอง สำหรับปีการศึกษา 2564 ได้ทำการเปลี่ยนชื่อหลักสูตรเป็น หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานและผู้ประกอบ

สรุปผลการดำเนินงานตามเกณฑ์ 12 ข้อ

- เป็นไปตามเกณฑ์ทุกข้อ
 ไม่เป็นไปตามเกณฑ์ โปรดระบุข้อ.....

องค์ประกอบที่ 1 การพัฒนาคุณภาพหลักสูตรตามเกณฑ์ AUN-QA ระดับหลักสูตร

AUN - QA criterion 1 Expected Learning Outcomes

Sub Criterion 1

1. The programme to show that the expected learning outcomes are appropriately formulated in accordance with an established learning taxonomy, are aligned to the vision and mission of the university, and are known to all stakeholders.
2. The programme to show that the expected learning outcomes for all courses are appropriately formulated and are aligned to the expected learning outcomes of the programme.
3. The programme to show that the expected learning outcomes consist of both generic outcomes (related to written and oral communication, problem-solving, information technology, teambuilding skills, etc) and subject specific outcomes (related to knowledge and skills of the study discipline).
4. The programme to show that the requirements of the stakeholders, especially the external stakeholders, are gathered, and that these are reflected in the expected learning outcomes.
5. The programme to show that the expected learning outcomes are achieved by the students by the time they graduate.

ผลการดำเนินงาน

1.1 The programme to show that the expected learning outcomes are appropriately formulated in accordance with an established learning taxonomy, are aligned to the vision and mission of the university, and are known to all stakeholders.

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ได้กำหนดปรัชญาของหลักสูตรไว้ว่า “การตลาดศาสตร์ แห่งปัญญา เพิ่มคุณค่าสู่ธุรกิจและสังคม”

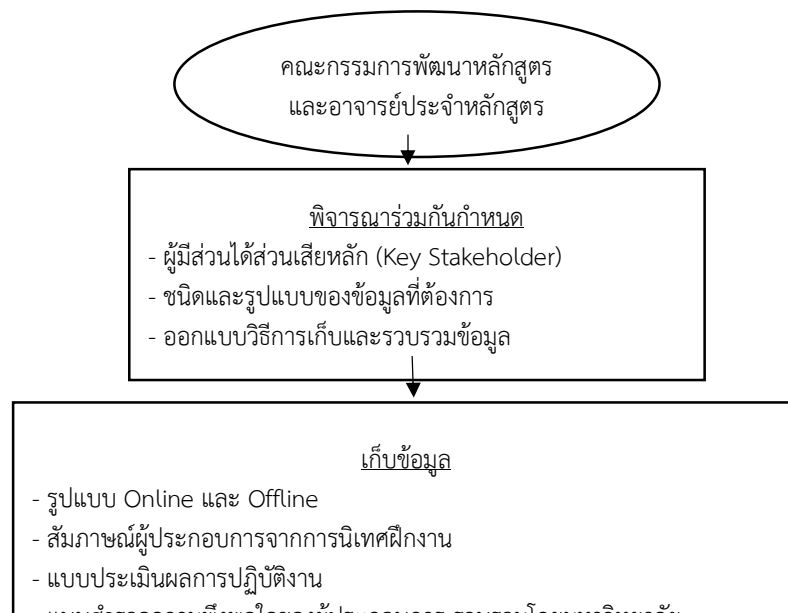
โดยวัตถุประสงค์ของหลักสูตรคือ

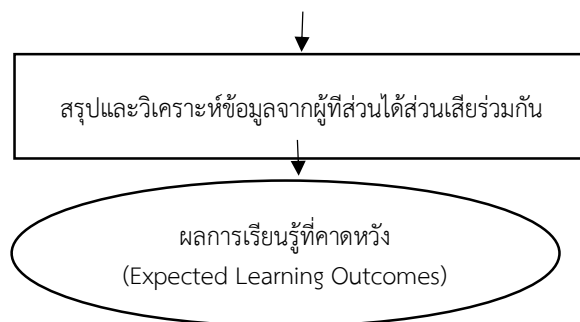
1. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ความสามารถทางการตลาด สามารถประยุกต์และบูรณาการความรู้ทางวิชาการ ในการสร้างสรรค์ผลงานให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง องค์กร และสังคม
2. เพื่อผลิตบัณฑิตสาขาวิชาการตลาดที่มีศักยภาพและประสิทธิภาพ มีความสามารถในการพัฒนาตนเอง สามารถเรียนรู้สิ่งใหม่ มีความสามารถในการแข่งขันรอบด้าน และสามารถรับมือเผชิญกับปัญหาที่เกิดขึ้นจริงในการทำธุรกิจได้

3. เพื่อผลิตบัณฑิตให้คุณธรรมและจริยธรรม มีความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติหน้าที่ มีระเบียบวินัย ในการปฏิบัติงานและมีสำนึกในจรรยาบรรณแห่งอาชีพ
4. เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ความสามารถในการทำวิจัยด้านการตลาด สามารถออกแบบ เลือก วิธีการวิจัย รวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ผลข้อมูลได้

ซึ่งทางหลักสูตรฯ ได้มีการกำหนดปรัชญาหลักสูตรและวัตถุประสงค์ของหลักสูตร จากการรวบรวม ข้อมูลหลักฐานจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของหลักสูตร วิเคราะห์สถานการณ์และสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การตลาด แนวโน้ม นำมาประกอบกับความต้องการของผู้ประกอบการในหลายอุตสาหกรรม ทั้ง อุตสาหกรรมค้าปลีก บริการ การผลิต และข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งหมด แล้วนำมาสรุปร่วมกันเพื่อกำหนด ปรัชญาและวัตถุประสงค์ของหลักสูตร และในทุกๆปีในภาคการศึกษาปลาย หลักสูตรฯจะมีการทบทวน ติดตาม ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจในทุกด้านเพื่อนำมาใช้ในการ ยืนยันและปรับปรุงพัฒนาให้หลักสูตรมีความทันสมัยอยู่เสมอ ซึ่งในทุกๆปี หลักสูตรฯได้มีการเปลี่ยนแปลง เนื้อหาในรายวิชาอย่างต่อเนื่อง ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นคือนิสิตมีความรู้ความสามารถที่ตรงกับความต้องการของ ผู้ประกอบการ

ทางหลักสูตรฯ ได้มีการกำหนดผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง (Expected Learning Outcomes) อย่าง ชัดเจน และสอดคล้องถึงวิสัยทัศน์ ที่ว่า “มหาวิทยาลัยพะเยาเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของรัฐ เพื่อเปิด โอกาสในการผลิตบัณฑิตให้เป็นเสาหลักของครอบครัว และเป็นแบบอย่างของมหาวิทยาลัยรับใช้สังคม” เนื่องจากศาสตร์ด้านการตลาดสามารถสร้างคุณค่าให้กับธุรกิจที่มีอยู่ให้สามารถผลิตและพัฒนาสินค้าหรือ บริการได้อย่างสร้างสรรค์ที่ตอบสนองความต้องการของสังคม โดยสามารถเป็นผู้ประกอบการที่มีความ รับผิดชอบต่อตนเองและสังคม สิ่งแวดล้อม และสอดคล้องกับพันธกิจของสถาบันทั้ง 5 ด้านได้แก่ ด้านการ ผลิตบัณฑิต ด้านการวิจัย ด้านการบริการวิชาการ ด้านการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมและด้านการบริหาร โดยหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดได้กำหนดผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง (Expected Learning Outcomes) ตามชั้นปีของนิสิต เพื่อให้สอดคล้องกับการเรียนรู้ที่คาดหวังของรายวิชา และ สอดคล้องกับผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร โดยมีกระบวนการในการพัฒนาผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง ของหลักสูตรฯและรายละเอียดดังนี้





โดยในปี 2563 คณาจารย์ในสาขาได้กำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ออกเป็น 5 กลุ่มได้แก่ ศิษย์เก่า ผู้ใช้บัณฑิต ศิษย์ปัจจุบัน สถานประกอบการคณาจารย์และผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งแตกต่างจากปีก่อนหน้าหนึ่งกลุ่ม คือได้เพิ่มศิษย์ปัจจุบันเข้ามาเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก เนื่องจาก หลังจากได้รวบรวมข้อมูลในปีก่อน ได้พบแนวโน้มและข้อสังเกตบางอย่าง เช่นนิสิตมีความสนใจในเรื่องการตลาดออนไลน์ การขาย การออกแบบมากยิ่งขึ้น มีนิสิตขายสินค้าออนไลน์ และนิสิตมีความสนใจเลือกเรียนในรายวิชามากเป็นพิเศษ เช่นรายวิชาผู้ประกอบการ รายวิชาการออกแบบกราฟฟิก รายวิชาการบริหารการขาย รายวิชาการสร้างแบรนด์ เพื่อนำไปสร้างคอนเท้นไวชายของ สาขาจึงมีความต้องการทราบความต้องการและความคิดเห็นของนิสิตปัจจุบัน เพื่อนำไปออกแบบเนื้อหาการสอนที่สอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของนิสิตมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ได้รวบรวมข้อมูลเชิงลึกทั้งหมดไปประกอบการพิจารณาและกำหนดรายวิชา ในหลักสูตรปรับปรุงปี พ.ศ. 2564 ต่อไป

โดยผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง (ELO) สามารถถูกแบ่งได้ออกเป็นตามชั้นปี ดังนี้

ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง (ELO)	รายวิชาที่สอดคล้อง
ชั้นปีที่ 1	
มีความรู้ ความเข้าใจพื้นฐานเบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจและมีทักษะการดำรงชีวิต มีความรับผิดชอบตนเองและสังคม	ภาษาอังกฤษพื้นฐาน ชี วิ ต และ สุข ภาพ ทักษะชีวิต การจัดการการดำเนินชีวิต เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น จริยธรรมธุรกิจและ ธรรมาภิบาลสำหรับการตลาด กลุ่มวิชา พลานามัย ทักษะภาษาไทย ภาษาอังกฤษ พัฒนา อารยธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น หลักการตลาด หลักการจัดการ การบัญชี การเงิน
ชั้นปีที่ 2	

สามารถประยุกต์ใช้เครื่องมือทางการตลาดในการวิเคราะห์ตลาดและการตัดสินใจทางการตลาดเพื่อส่งมอบคุณค่าให้กับผู้บริโภค	กฎหมายธุรกิจ การเงินธุรกิจ พฤติกรรมผู้บริโภค เทคโนโลยีสารสนเทศพื้นฐานทางธุรกิจ สถิติธุรกิจ การจัดการการผลิตและการปฏิบัติการ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การตัดสินใจทางการตลาด ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ 1 กลุ่มวิชาศึกษาทั่วไปเลือก
ชั้นปีที่ 3	
สามารถใช้เครื่องมือทางธุรกิจในการประเมินและวางแผนทางการตลาดเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของธุรกิจ	การบริหารผลิตภัณฑ์และราคา การบริหารช่องทางทางการตลาด การบริหารการส่งเสริมการตลาด การตลาดดิจิทัล การตลาดบริการ กลยุทธ์ทางการตลาด ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ 2 กลุ่มวิชาเอกเลือก
ชั้นปีที่ 4	
สามารถถ่ายทอด นำเสนอแนวคิดและประสบการณ์ทางวิชาชีพ และสร้างสรรค์นวัตกรรมทางการตลาดเพื่อการพัฒนาธุรกิจ	ระเบียบวิธีวิจัย การจัดการการตลาด สัมมนา วิชาเอกเลือก กลุ่มรายวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ELO กับ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของหลักสูตร

ELO	ศิษย์เก่า	ผู้ใช้บัณฑิต	ศิษย์ปัจจุบัน	สถานประกอบการ	คณาจารย์และผู้ทรงคุณวุฒิ
มีความรู้ ความเข้าใจพื้นฐานเบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจและมีทักษะการดำรงชีวิต มีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม	✓	✓	✓	✓	✓
สามารถประยุกต์ใช้เครื่องมือทางการตลาดใน	✓	✓	✓	✓	✓

การวิเคราะห์ตลาดและการ ตัดสินใจทางการตลาดเพื่อ ส่งมอบคุณค่าให้กับ ผู้บริโภค					
สามารถใช้เครื่องมือทาง ธุรกิจในการประเมินและ วางแผนทางการตลาดเพื่อ สนับสนุนการดำเนินงาน ของธุรกิจ	✓	✓	✓	✓	✓
สามารถถ่ายทอด นำเสนอ แนวคิดและประสบการณ์ ทางวิชาชีพ และสร้างสรรค์ นวัตกรรมทางการตลาดเพื่อ การพัฒนาธุรกิจ	✓	✓	✓	✓	✓

สาขาวิชาการตลาด มีกระบวนการการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียดังนี้

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	วิธีการเก็บข้อมูล	ช่วงการเก็บข้อมูล
ศิษย์เก่า	แบบสอบถามออนไลน์และการ สัมภาษณ์	เมษายน-พฤษภาคม ของทุกปี
ผู้ใช้บัณฑิต	สัมภาษณ์ช่วงนิเทศนิสิตฝึกงานและ ผลการประเมินนิสิตฝึกงาน	ช่วงก่อนสอบปลายภาคของทุก ภาคการศึกษา
ศิษย์ปัจจุบัน	สอบถามในชั้นเรียน การให้ คำปรึกษา การประเมินผู้สอนใน ระบบ REG และแบบสอบถาม ออนไลน์	ตลอดปีการศึกษา 2563
สถานประกอบการ	แบบสอบถามออนไลน์และ VDO Conference	ภาคการศึกษาปลายของทุกปี
คณาจารย์ และผู้ทรงคุณวุฒิ	สัมภาษณ์และประชุมร่วมกัน	ช่วงหลังสอบปลายภาคของทุก ภาคการศึกษา

โดยหลังจากรวบรวมข้อมูลทั้งหมดแล้ว ในเสร็จสิ้นการเรียนการสอนในแต่ละภาคการศึกษา สาขาวิชาจะนำข้อมูลทั้งหมดมาประมวลผลร่วมกัน เพื่อสรุปข้อมูลทั้งหมดที่ได้มาเพื่อนำไปกำหนด ทิศทางในการพัฒนาหลักสูตรและผู้เรียนต่อไป

โดยในอดีตสาขาวิชาฯ ได้ให้ความสำคัญกับทุกผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แต่ได้ให้สัดส่วนความสำคัญของ ข้อมูลจากศิษย์เก่าที่สำเร็จการศึกษาแล้วและผู้ใช้บัณฑิต เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญ เนื่องจากได้ ปริมาณข้อมูลที่ค่อนข้างเยอะ อีกทั้งข้อมูลของบัณฑิตได้เข้าไปปฏิบัติงานจริงแล้ว หรือประกอบอาชีพ ธุรกิจส่วนตัวแล้ว กลับมาแนะนำ บอกกล่าวว่ามีเนื้อหาที่เรียนในหลักสูตรยังขาดทักษะ หรือองค์ความรู้ใน ด้านใดบ้าง ต้องปรับปรุงอะไรบ้าง เพื่อนำมาปรับปรุงเนื้อหารายวิชาในแต่ละปีให้สอดคล้องต่อความ ต้องการ แต่ในปีการศึกษานี้สาขาวิชาได้ประมวลผลจากข้อมูลในปีก่อนๆ และข้อมูลในปีปัจจุบัน เพื่อ กำหนดทิศทางของบัณฑิตที่พึงประสงค์ และเนื้อหาการเรียนการสอนในอนาคตข้างหน้าด้วย เพื่อรองรับ การเปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจ โดยใช้ข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดประกอบเข้าด้วยกันและ ร่วมกันพิจารณา พยากรณ์ และกำหนดแนวโน้ม ร่วมกับสถาบันประกอบการและผู้ใช้บัณฑิตอย่างเข้มข้น เพื่อผลิตบัณฑิตสำหรับอนาคต

โดยผลการศึกษาล่าสุดพบว่าผู้ประกอบการ ผู้ใช้บัณฑิต นิสิตปัจจุบัน และศิษย์เก่าได้ให้ ความสำคัญในเรื่องของธุรกิจออนไลน์เป็นอย่างมาก ทั้งเรื่องการวิเคราะห์ข้อมูล การซื้อขายผ่านทาง ช่องทางออนไลน์ การใช้ช่องทางสื่อสารบนสื่อสังคมออนไลน์ การโฆษณาและการสร้างแบรนด์บนสื่อสังคม ออนไลน์ การสร้างคอนเท้น การประกอบธุรกิจออนไลน์ โดยข้อมูลนี้ได้นำไปใช้ในการพัฒนาหลักสูตรใหม่ “การตลาดดิจิทัล” ซึ่งจะเริ่มใช้ในปีการศึกษา 2564 ทั้งการกำหนดรายวิชา เนื้อหา เป็นที่เรียบร้อยแล้ว และก่อนที่จะพัฒนาเป็นหลักสูตรใหม่ ทางหลักสูตรฯ ก็ได้ปรับแก้เนื้อหาในรายวิชาที่เกี่ยวข้องให้มีความ ทันสมัยมากยิ่งขึ้น ซึ่งทำเป็นประจำทุกปีการศึกษาอยู่แล้ว เพื่อให้ผู้เรียนมีองค์ความรู้และทักษะที่ทันสมัย ที่สุด

อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษามีดังนี้

1. พนักงานขาย
2. พนักงานส่งเสริมการขาย
3. พนักงานการตลาด
4. นักการวิจัยทางการตลาด
5. พนักงานฝ่ายวางแผนการตลาด
6. นักวิเคราะห์การตลาด
7. ที่ปรึกษาทางการตลาด
8. ผู้จัดการฝ่ายการตลาด
9. ผู้จัดการฝ่ายขาย
10. ผู้จัดการผลิตภัณฑ์
11. ผู้จัดการตราผลิตภัณฑ์
12. เจ้าของธุรกิจหรือผู้ประกอบการธุรกิจ

ทั้งนี้ หลังจากการติดตาม ทบทวนความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มพบว่า มีความต้องการทักษะด้านการตลาดออนไลน์ ตามที่ได้ระบุไว้ก่อนหน้านี้ ทำให้หลักสูตรได้มีการปรับเนื้อหาในรายวิชาเดิม ให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น โดยการสอดแทรกเนื้อหาใหม่ด้านการตลาดออนไลน์เข้าไปในหลายรายวิชา ทำให้ผู้เรียนในปัจจุบันได้ทักษะและองค์ความรู้ใหม่ไปพร้อมกับองค์ความรู้เดิมที่หลักสูตรฯได้กำหนดไว้ ทั้งนี้อาชีพใหม่ที่เพิ่มขึ้นสำหรับนักการตลาดในยุคปัจจุบันได้แก่

1. นักการตลาดดิจิทัล
2. ผู้จัดการโซเชียลมีเดีย
3. นักสื่อสารการตลาดเชิงเนื้อหา
4. ผู้เชี่ยวชาญการตลาดทางด้านเครื่องมือค้นหา (SEO & SEM)
5. นักวางแผนโฆษณาดิจิทัล

ซึ่งทั้งผู้เรียนในปัจจุบัน (หลักสูตรการตลาด)และในหลักสูตรใหม่ หลักสูตรการตลาดดิจิทัล (เริ่มใช้ ปีการศึกษา2564) ก็สามารถที่จะประกอบอาชีพที่เกิดขึ้นใหม่ในธุรกิจเหล่านี้ได้

ตารางแสดงความสอดคล้องระหว่าง ELO กับ วิสัยทัศน์ และพันธกิจ

ที่	Learning outcome	วิสัยทัศน์ของสถาบัน	พันธกิจ
1	มีความรู้ ความเข้าใจพื้นฐานเบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจและมีทักษะการดำรงชีวิต มีความรับผิดชอบตนเองและสังคม	✓	ผลิตบัณฑิต
2	สามารถประยุกต์ใช้เครื่องมือทางการตลาดในการวิเคราะห์ตลาดและการตัดสินใจทางการตลาดเพื่อส่งมอบคุณค่าให้กับผู้บริโภค	✓	ผลิตบัณฑิต, การบริการวิชาการ
3	สามารถใช้เครื่องมือทางธุรกิจในการประเมินและวางแผนทางการตลาดเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของธุรกิจ	✓	ผลิตบัณฑิต การวิจัย การบริการวิชาการนการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

4	สามารถถ่ายทอด นำเสนอแนวคิดและประสบการณ์ทางวิชาชีพ และสร้างสรรค์นวัตกรรมทางการตลาดเพื่อการพัฒนาธุรกิจ	✓	ผลิตบัณฑิต การวิจัย การบริการวิชาการนการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม
---	--	---	---

มหาวิทยาลัยพะเยาได้กำหนด วิสัยทัศน์ (Vision) ว่า มหาวิทยาลัยสร้างปัญญา เพื่อนวัตกรรมชุมชน สู่มหาวิทยาลัย (University for Community Innovation with International Standard) เป็นมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงระดับโลก ผลิตกำลังคนที่มีคุณภาพและมีมาตรฐาน วิจัยและนวัตกรรม รักษาและส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ประสานความร่วมมือและสร้างเครือข่ายกับองค์กรภาครัฐและเอกชน ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อชั้นนำ และสร้างสรรค์ปัญญาเพื่อความเข้มแข็งและความยั่งยืนของชุมชน และสังคม บริหารจัดการด้วยหลัก ธรรมาภิบาล มีระบบประกันคุณภาพ ประเมินและตรวจสอบได้ในทุกพันธกิจ โดยมีเป้าหมายในการบรรลุวิสัยทัศน์ภายในปี พ.ศ. 2567 และกำหนด พันธกิจ (Mission) 5 ด้าน ได้แก่ 1) ผลิตคนไทยศตวรรษที่ 21 2) วิจัยและนวัตกรรม สู่มหาวิทยาลัยชั้นนำ 3) บริการวิชาการสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนและสังคม 4) ทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อความเป็นไทย และ 5) บริหารงานทันสมัยด้วยธรรมาภิบาล (Good governance) และเรียนรู้เปลี่ยนแปลงร่วมกัน

ซึ่งทั้งวิสัยทัศน์และพันธกิจ มีความสอดคล้องกับผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของบัณฑิตในทุกหัวข้อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการผลิตบัณฑิตในศตวรรษที่ 21 ที่มุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ทั้งนี้หลักสูตรฯ ได้มีการประเมินว่าผู้เรียนสามารถบรรลุผลการเรียนรู้ที่คาดหวังไว้จากหลายช่องทาง โดยประเมินจากผลการเรียน การทำงานกลุ่ม ผลการประเมินการฝึกงาน การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการขณะนิเทศฝึกงาน และผลประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตหลังสำเร็จการศึกษาไปแล้ว ซึ่งทางคณะ เป็นผู้รวบรวมข้อมูล โดยผลการประเมินพบว่าผู้เรียนสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้ มีบัณฑิตรหัส 60 ที่ได้งานทันทีหลังฝึกงานเสร็จ 58% ของผู้ที่สำเร็จการศึกษาในปีการศึกษา 2563 ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีการศึกษา 2562 มีนิสิตที่ได้งานทันทีหลังสำเร็จการศึกษา 51% (รหัส 59)

โดยข้อมูลผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง จะถูกสื่อสารผ่านหลายช่องทาง เริ่มตั้งแต่การประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์มหาวิทยาลัย ผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ กลุ่มเฟสบุคของสาขา เพจเฟสบุคของสาขา Next Gen Marketing การปฐมนิเทศนิสิตใหม่ในทุกปี เพื่อให้ผู้เรียนได้ทราบถึงความคาดหวังของหลักสูตร โดยจากการประเมินพบว่า ช่องทางการสื่อสารที่ดีที่สุดสำหรับการสื่อสารผลการเรียนรู้ที่คาดหวังไปสู่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่ม ผู้เรียน บุคลากรในมหาวิทยาลัย คือเว็บไซต์ของคณะฯและเพจเฟสบุคของสาขา เนื่องจากมีข้อมูลครบถ้วนและสามารถเข้าถึงได้ตลอดเวลา อย่างไรก็ตาม การสื่อสารไปยังกลุ่มผู้ประกอบการภายนอกอาจทำได้ยากนัก เนื่องจากงบประมาณการสื่อสารที่จำกัดของหลักสูตรฯ และผู้ประกอบการมีความหลากหลาย แต่หลักสูตรฯได้มีการประเมินและวางแผนไว้แล้วว่าต้องใช้ช่องทางการสื่อสารออนไลน์เพื่อเข้าถึงและสื่อสารถึงผู้ประกอบการ เนื่องจากเป็นช่องทางที่ต้นทุนต่ำ และสามารถให้ข้อมูลได้ตรงประเด็นมากกว่า เข้าถึงข้อมูลได้สะดวกกว่า

1.2. The programme to show that the expected learning outcomes for all courses are appropriately formulated and are aligned to the expected learning outcomes of the programme.

หลักสูตรบริหารธุรกิจสาขาวิชาการตลาด มีการทบทวนอย่างต่อเนื่องเพื่อความทันสมัย ด้วยการ
ใช้ข้อมูลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งจาก ผลการประเมินการเรียนการสอนในแต่ละภาคการศึกษา ข้อมูล
จากศิษย์เก่า ผู้ใช้บัณฑิต ผู้ประกอบการที่นิสิตไปฝึกงาน มาประมวลผล เพื่อใช้เป็น input ในการพัฒนา
หลักสูตรและการเรียนการสอน

รายวิชา / หน่วยกิต	ELO				Stakeholder				
	1	2	3	4	1	2	3	4	5
128120 หลักการตลาด 3(3-0-6)	✓				✓	✓	✓	✓	✓
128121 จริยธรรมธุรกิจ และธรรมาภิบาลสำหรับ การตลาด 3(3-0-6)	✓					✓		✓	✓
128221 พฤติกรรม ผู้บริโภค 3(2-2-5)		✓				✓		✓	✓
128222 การตัดสินใจ ทางการตลาด3(2-2-5)		✓				✓		✓	✓
128321 การบริหาร ผลิตภัณฑ์และราคา 3(2-2-5)			✓		✓	✓	✓	✓	✓
128322 การบริหาร ช่องทางทางการตลาด 3(2-2-5)			✓		✓	✓	✓	✓	✓
128323 การบริหารการ ส่งเสริมการตลาด 3(2-2-5)			✓		✓	✓	✓	✓	✓
128324 การตลาด ดิจิทัล 3(2-2-5)			✓		✓	✓	✓	✓	✓
128325 การตลาด บริการ 3(2-2-5)			✓		✓	✓		✓	✓
128330 กลยุทธ์ทาง การตลาด 3(2-2-5)			✓			✓		✓	✓

รายวิชา / หน่วยกิต	ELO				Stakeholder				
	1	2	3	4	1	2	3	4	5
128421 ระเบียบวิธีวิจัย 3(2-2-5)				✓		✓		✓	✓
128423 การจัดการ การตลาด 3(2-2-5)				✓		✓		✓	✓
128424 สัมมนา 1(0-3-2)				✓		✓		✓	✓
128311 การบริหารการ ขาย 3(2-2-5)			✓		✓	✓		✓	✓
128326 การบริหารตรา สินค้า 3(2-2-5)			✓		✓	✓	✓	✓	✓
128327 การบริหาร การค้าปลีก 3(2-2-5)			✓		✓	✓		✓	✓
128328 การตลาด การเกษตร 3(2-2-5)			✓		✓	✓		✓	✓
128329 ผู้ประกอบการ และการพัฒนาธุรกิจ 3(2-2-5)			✓		✓	✓	✓	✓	✓
128422 การบริหาร ลูกค้าสัมพันธ์และ การตลาด สัมพันธ์ภาพ 3(2-2-5)				✓	✓	✓	✓	✓	✓
128425 การพัฒนา ผลิตภัณฑ์ใหม่และการ บรรจุภัณฑ์ 3(2-2-5)				✓		✓		✓	✓
128426 การตลาดอิง การกุศล 3(2-2-5)				✓		✓		✓	✓
128427 การตลาดเพื่อ สิ่งแวดล้อม 3(2-2-5)				✓		✓		✓	✓
128428 การตลาด ระดับโลก				✓		✓		✓	✓

รายวิชา / หน่วยกิต	ELO				Stakeholder				
	1	2	3	4	1	2	3	4	5
3(2-2-5)									

* G = Generic, S = Specific

ในทุกๆรายวิชาของหลักสูตรได้ถูกออกแบบมา จากข้อมูลที่หลักสูตรฯได้สอบถามจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ตลอดระยะเวลาทั้งปี โดยหากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีข้อเสนอแนะ หรือความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไป แม้ว่าจะไม่ถึงรอบปรับหลักสูตรใหญ่ทุก 5 ปีก็ตาม ทางหลักสูตรจะหารือร่วมกันถึงการปรับเนื้อหาในรายวิชาที่สอดคล้องกับความต้องการ เพื่อให้ผู้เรียนได้มีความรู้ความสามารถที่ตรงกับความ ต้องการตลาดมากที่สุด โดยการปรับเปลี่ยนคำอธิบายรายวิชาหากอยู่ในช่วงต้นของภาคการศึกษา คณาจารย์จะแทรกเนื้อหาเข้าไปในบทเรียนเลย และเขียนสรุปใน มคอ. 5 อีกทางหนึ่ง เพื่อให้ในแต่ละปี หลักสูตรจะนำมารวบรวม ตรวจสอบ และจัดทำเป็นแนวทางการพัฒนาหลักสูตรในระยะยาวต่อไป

โดยการเก็บข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดเวลาทั้งปีนั้น มาจากการออกไปนิเทศฝึกงาน การบริการวิชาการของคณาจารย์ แบบประเมินของผู้ใช้บัณฑิตที่ทางคณะเป็นผู้ดำเนินการ รวมไปถึง ภาคเอกชนต่างๆที่เข้าร่วมทำกิจกรรมกับทางหลักสูตร หรือเซ็น MOU เพื่อร่วมผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพ

สำหรับทิศทางการพัฒนาหลักสูตรและรายวิชา ทางหลักสูตรได้เห็นแนวโน้มว่าในหลายๆรายวิชา สามารถบูรณาการกันได้ หมายความว่าผู้เรียนสามารถเรียนและทำโปรเจ็คเดียวเพื่อใช้ตอบ ELO หรือ CLO ได้ในหลายวิชา (ทั้งนี้ CLO รูปแบบการเรียนการสอนและการประเมินผู้เรียน จะอธิบายในข้อที่ 4 ถัดไป) ทั้งนี้ในช่วงเตรียมการสอนก่อนเปิดเทอม ทางหลักสูตรได้เริ่มปฏิบัติการบูรณาการรายวิชามาแล้ว ถึง 2 ปี โดยให้ทำโปรเจ็คร่วมกับผู้ประกอบการจริง และใช้หลายรายวิชาารวมกันทำโปรเจ็คเดียว เช่น รายวิชา การจัดการการตลาด สัมมนาและ ระเบียบวิธีวิจัย โดยในปี 2562 หลักสูตรได้นำธุรกิจจริงคือ โรงแรม M2 Hotel Waterside ซึ่งกำลังอยู่ในช่วงก่อสร้าง มาเป็นโปรเจ็คให้ผู้เรียน วางแผนการตลาดให้ ทางโรงแรม และในปี 2563 ได้นำธุรกิจ ไอเอ็มเดลิเวอรี่ (iiMmm Delivery) มาเป็นโจทย์ให้ผู้เรียนได้ วางแผนสื่อสารการตลาด ซึ่งผลลัพธ์เป็นที่น่าพอใจ เนื่องจากผู้เรียนมีเวลามากขึ้นในการทุ่มเทให้กับโปรเจ็คใหญ่เพียงโปรเจ็คเดียว ผู้ประกอบการทั้งสองบริษัท ได้นำผลงานนิสิตไปใช้จริงในการประกอบธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ไอเอ็มเดลิเวอรี่ ได้ยกให้ผลงานของนิสิตที่น่าเสนอ เป็นพะเยาโมเดล ไปปรับใช้กับทั้ง ประเทศ และในปีการศึกษาต่อไปได้มีการวางแผนร่วมกับสถาบันนวัตกรรม และหอการค้าจังหวัดพะเยา ในการพัฒนาการเรียนการสอนให้ไปอีกขั้น โดยได้ตกลงเบื้องต้นแล้วในการดำเนินการ เช่นการให้ผู้เรียน ทำการนำเสนอแผนธุรกิจ (Pitching) แล้วได้ทุนไปทำธุรกิจจริง

1.3 The programme to show that the expected learning outcomes consist of both generic

outcomes (related to written and oral communication, problem-solving, information technology, teambuilding skills, etc) and subject specific outcomes (related to knowledge and skills of the study discipline).

รายวิชา / หน่วยกิต	ELO				Stakeholder					Level	
	1	2	3	4	1	2	3	4	5	G	S
128120 หลักการ ตลาด 3(3-0-6)	✓				✓	✓	✓	✓	✓	✓	
128121 จริยธรรม ธุรกิจและธรรมาภิ บาลสำหรับ การตลาด 3(3-0-6)	✓					✓		✓	✓	✓	
128221 พฤติกรรม ผู้บริโภค 3(2-2-5)		✓				✓		✓	✓	✓	
128222 การ ตัดสินใจทาง การตลาด3(2-2-5)		✓				✓		✓	✓	✓	
128321 การบริหาร ผลิตภัณฑ์และราคา 3(2-2-5)			✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	
128322 การบริหาร ช่องทางทาง การตลาด 3(2-2-5)			✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	
128323 การบริหาร การส่งเสริม การตลาด 3(2-2-5)			✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	
128324 การตลาด ดิจิทัล 3(2-2-5)			✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	
128325 การตลาด บริการ 3(2-2-5)			✓		✓	✓		✓	✓		✓
128330 กลยุทธ์ ทางการตลาด 3(2-2-5)			✓			✓		✓	✓		✓
128421 ระเบียบวิธี วิจัย				✓		✓		✓	✓		✓

รายวิชา / หน่วยกิต	ELO				Stakeholder					Level	
	1	2	3	4	1	2	3	4	5	G	S
3(2-2-5)											
128423 การจัดการ การตลาด 3(2-2-5)				✓		✓		✓	✓		✓
128424 สัมมนา 1(0-3-2)				✓		✓		✓	✓		✓
128311 การบริหาร การขาย 3(2-2-5)			✓		✓	✓		✓	✓	✓	
128326 การบริหาร ตราสินค้า 3(2-2-5)			✓		✓	✓	✓	✓	✓		✓
128327 การบริหาร การค้าปลีก 3(2-2-5)			✓		✓	✓		✓	✓		✓
128328 การตลาด การเกษตร 3(2-2-5)			✓		✓	✓		✓	✓		✓
128329 ผู้ประกอบการและ การพัฒนาธุรกิจ 3(2-2-5)			✓		✓	✓	✓	✓	✓		✓
128422 การบริหาร ลูกค้าสัมพันธ์ และการตลาด สัมพันธ์ภาพ 3(2-2-5)				✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓
128425 การพัฒนา ผลิตภัณฑ์ใหม่และ การบรรจุภัณฑ์ 3(2-2-5)				✓		✓		✓	✓		✓
128426 การตลาด อ็ิงการกุศล 3(2-2-5)				✓		✓		✓	✓		✓
128427 การตลาด เพื่อสิ่งแวดล้อม 3(2-2-5)				✓		✓		✓	✓		✓
128428 การตลาด ระดับโลก				✓		✓		✓	✓		✓

รายวิชา / หน่วยกิต	ELO				Stakeholder					Level	
	1	2	3	4	1	2	3	4	5	G	S
3(2-2-5)											

นอกจากทางหลักสูตรได้ออกแบบรายวิชาตามความต้องการของตลาดแรงงานหรือผู้ประกอบการแล้วยัง มีการระบุผลการเรียนรู้ตามหลัก การเรียนรู้ตามทฤษฎีของบลูม (Bloom's taxonomy) โดยวิชาพื้นฐานส่วนใหญ่ที่นิสิตปี 1-2 เรียนจะเป็นวิชาแบบ Generic แล้ววิชา ในปีที่ 4 จะเข้มข้นขึ้นตามลำดับเป็นแบบ Specific

1.4 The programme to show that the requirements of the stakeholders, especially the external stakeholders, are gathered, and that these are reflected in the expected learning outcomes.

หลักสูตรมีการสำรวจความต้องการจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนด้วยแบบสอบถามออนไลน์ โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เป็นนิสิตปัจจุบัน ศิษย์เก่า จะส่งลิงค์ให้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของหลักสูตร ส่วนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกจะใช้วิธีการสัมภาษณ์จากการไปนิเทศฝึกงานและแบบสอบถามออนไลน์ โดยให้บัณฑิตที่ทำงานแล้วส่งให้หัวหน้างานตอบแบบสอบถาม

คำถาม การตอบกลับ 119 การตั้งค่า

**แบบสอบถาม สำหรับ ศิษย์เก่า (รหัส 55-59) เรื่องการ
พัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564**

ข้อมูลทั้งหมดของผู้ตอบแบบสอบถามจะถูกเก็บเป็นความลับ และถูกนำไปใช้ในการพัฒนาหลักสูตร เท่านั้น กรุณาตอบตาม
ความเป็นจริง

รหัสนิสิต *

ข้อความค่าตอบสั้นๆ

เพศ *

ชาย

หญิง

อายุ *

ข้อความค่าตอบสั้นๆ

โดยหลังจากได้ผลลัพธ์แล้ว หลักสูตรจะนำมาปรับปรุงในรายวิชา เพื่อไปพัฒนาหลักสูตรต่อไป

โดยหัวข้อใดที่สามารถเพิ่มหรือสอดแทรกได้เลยก็จะปรับใช้ทันที หากหัวข้อที่มีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงในหลายวิชา จะนำไปประชุมร่วมกันเพื่อวางแผนการสอนในทุกรายวิชาที่เกราบข้องและพัฒนาหลักสูตรในการปรับใหญ่ครั้งต่อไป

adobe illustrator / adobe photoshop /premiere
 : Digital marketing
 i Photoshop.ภาษา/คำที่ใช้โฆษณา/ทางด้านการตลาด
 i Skill การเข้าหาลูกค้า แบบชีวิตจริง
 เกรฟฟิค การออกแบบผลิตภัณฑ์ ระบบดิจิทัล
 การกล่าที่จะคิดที่จะทำ การกล่าที่จะถามหรือแสดงความคิดเห็น
 การขายตรง ทักษะการคุยกับลูกค้าให้ปิดการขายได้ วิธีรับมือนักค้าแต่ละรูปแบบ
 การขายสินค้าให้กับลูกค้า
 การจัดอบรมให้ผลิตได้ทำกิจกรรมกับบุคคลที่มีประสบการณ์
 การตลาดออนไลน์
 การปลูกฝังให้ผลิตติดตามและเรียนรู้ข่าวสาร อย่างจริงจังเพื่อให้ผลิตเรียนรู้และเข้าใจทั่วทั้งโลก เพื่อค้นหาว่าจะไปแล้วจะไปไหน
 การยิงโฆษณาและการทำตลาดผ่าน Social Media
 i การรับมือ+แก้ไขปัญหามะพรหมน้ำเมื่อเจอเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง
 การเรียนรู้พร้อมปฏิบัติจริงเพื่อให้ผลิตจดจำได้ง่ายกว่าการที่ต้องเรียนแต่ในห้องและทักษะด้านเทคโนโลยีโปรแกรมต่างๆซึ่งปัจจุบันจำเป็นต้องการเรียนรู้และการทำงาน
 การลงมือทำ
 การวิเคราะห์สถานการณ์การตลาดในปัจจุบันเพื่อการตลาดในอนาคต
 กิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและทางด้านศาสนาคุณธรรมจริยธรรมจิตอาสา พัฒนาทั้งทางร่างกายจิตใจ
 อบรมด้าน
 : ควรจะมีการเรียนการสอนในเรื่องของการทำงานหน้างาน หลังงาน การจัดงานอีเว้นท์เพราะมีงานในการจัดงานอีเว้นท์ถือเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่ดีอีกช่องทางหนึ่ง จึงอยากใหทางอาจ
 ด้านการขาย
 ด้านการติดต่อและผลดีสื่อ
 ด้านการอยู่ร่วมกับสังคมการเจอผู้คน
 ด้านการแต่งรูปภาพ อาทิ โปรแกรม PS Ai เพราะต้องการควบคู่กับการทำโฆษณา ซึ่งสำคัญมากและการซื้อขายระหว่างประเทศแบบพื้นฐาน อีกอย่างการบริหารด้านการเงิน ควรจะมีบ้าง
 ด้านความกล้าแสดงออก ในการเจอลูกค้า
 ด้านคอมพิวเตอร์
 ดูงานภายนอกเพื่อสร้างคอนเน็คชั่นในข้างหน้า และพบเจอในชีวิตจริง
 ทักษะการขาย การนำเสนอ การกล้าแสดงออกต่อคนหมู่มากและองค์กรอื่นๆ
 ทักษะการชักนำหรือการพูดเพื่อเกิดการกระตุ้น ในลูกค้าคือล้อยตาม
 ทักษะการทำงานเป็นทีม และการเน้นการนำไปใช้จริง
 ทักษะด้าน graphics design ทักษะด้านการตัดต่อวิดีโอ การทำการตลาดออนไลน์ ทุกรูปแบบ Facebook LINE Twitter Instagram แบบละเอียด.เจาะลึก
 ทักษะด้านการเจรจา พมประลูกค้า บุคลิกภาพ
 ทักษะที่ควรมีคือ การเข้าถึงคนที่ดีที่เหมาะสม มารยาท ความเคารพ อธิยาศัย บุคลิก
 ทักษะภาษาอังกฤษ
 เทคนิคการตอบคำถามกับลูกค้า มองให้เห็นปัญหาของการตลาด
 เทคโนโลยีและภาษา
 ธุรกิจออนไลน์
 เน้นการหาข้อมูลแบบสมจริง มีข้อมูลอ้างอิงต่างๆให้เด็กได้นำข้อเท็จจริงมาวิเคราะห์ ดีกว่าสมมุติขึ้นมา
 เนื้อหาการปฏิบัติงาน เช่น การศึกษาจากผู้ประกอบการและการฝึกงานที่ยากไ้เียะกว่าเ้าเื่อม
 แนวคิด บวก การเข้าถึงคน การทำความดี
 ปฏิบัติ
 ปฏิบัติจริงเยอะๆ
 ผลักดันด้านการแข่งขัน สู่ระดับประเทศ
 ศึกษานานาชาติ

จากภาพ ตัวอย่างความต้องการจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของหลักสูตร ที่มุ่งเน้นการฝึกปฏิบัติให้พร้อมทำงานจริง และทักษะอื่นๆที่ต้องการ



1. Demographics
 Name : นันทนา
 Gender : หญิง
 Age : 36 ปี
 Status : สมรส
 Location : อ.คลองคำใต้
 Type of living : บ้านเดี่ยว
 Dining : MG

2. Education
 Degree : ปริญญาตรี
 Education : ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
 Job : ครูสอนพิเศษ

3. Occupation
 Title : วิชาสอนพิเศษพิเศษ
 Working : อ.คลองคำใต้
 Income : 25,000 บาท
 Time of work : 08.00 - 17.00 น.

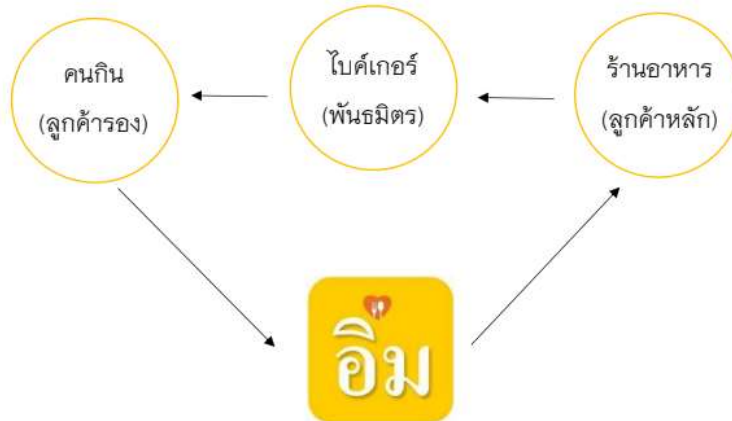
Goals คุณนันทนาต้องการทานอาหารให้ตรงเวลาและไม่อยากออกจากบ้านขณะที่สภาพอากาศแปรปรวน	Problem - ไม่รู้จะสั่งอาหาร Delivery กับใครเนื่องจากบ้านอยู่ไกล - ต้องการสั่งอาหารผ่าน Delivery ที่ติดตั้งระบบติดตามผลกับระยะเวลาจริง - ต้องการบริการ Delivery ที่สามารถจัดส่งในระยะเวลาที่ใกล้
Pain กังวลว่าเนื่องจากสภาพอากาศแปรปรวนขอใบสั่งอาหารจะยาวจนเกิดความล่าช้า	Wish ต้องการรับประทานอาหารให้ตรงเวลา และบริการจัดส่ง ถ้ามี Delivery ในระยะเวลาที่ใกล้ได้

Interest - ชอบดูรายการออนไลน์ - ชอบซื้อของออนไลน์	Top 5 Application 1.Line 2.Facebook 3.Youtube 4.Google 5.App โยเอ็ม	Top 5 Fanpage 1.เชียงใหม่ใหญ่ 2.ชีวิตคิดชีวิต 3.Starvingtime 4.กินข้าวกัน by แม่อ้อย 5.หนูดีวิ	Top 5 Influencers 1.เป่าตัว 2.Peach eat laek 3.ลิหล่า ทากัน 4.mown friend 5.ไอซ์กินข้าว
--	---	--	---

2.5 The programme to show that the expected learning outcomes are achieved by the students by the time they graduate.

นอกเหนือไปจากการประเมินการเรียนการสอนแบบปกติแล้ว เช่น การสอบกลางภาค สอบปลายภาค คะแนนเก็บ การนำเสนอในชั้นเรียน รายงาน โปรเจกต์งานกลุ่ม ทางสาขายังได้ให้ผู้ประกอบการมาร่วมประเมิน ในรายวิชาการจัดการการตลาด ในชั้นปีที่ 4 ซึ่งเป็นวิชาที่นิสิตต้องใช้ความรู้จากทุกชั้นปีมาประกอบในการทำแผนการตลาด เสนอแก่ผู้ประกอบการ ตามโจทย์ของผู้ประกอบการที่ตั้งไว้ และให้ผู้ประกอบการเป็นผู้ประเมิน

4. การวิเคราะห์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง (Collaborator) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก ที่ร่วมมือกับองค์กร ในลักษณะการเป็นหุ้นส่วนที่มีประโยชน์ร่วมกัน เช่น Agency, Supplier, คู่ค้าทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องทั้งหมด เพื่อที่จะสามารถระบุถึงปัญหาต่างๆ ในการทำธุรกิจได้





นำมาสคอต น้องอิม มาทำเป็นสติ๊กเกอร์ไลน์ ถ้าหากลูกค้าคนกินสั่งอาหารจากร้านอาหารครบ 200 บาทต่อออเดอร์ก็จะได้รับโค้ดดาวโหลดสติ๊กเกอร์ไลน์ฟรี ซึ่งสามารถตอบใจหัตถ์วัตถุประสงค์ข้อ2.ทำอย่างไรให้ลูกค้าซื้อให้ได้ 70 บาท ต่อออเดอร์ โดยที่บริษัทยังได้กำไร

คำรุ้ณะ ผีผี!



เค้าขอกโทษ...



ขอบคุณครับผม



รักน้าาาา



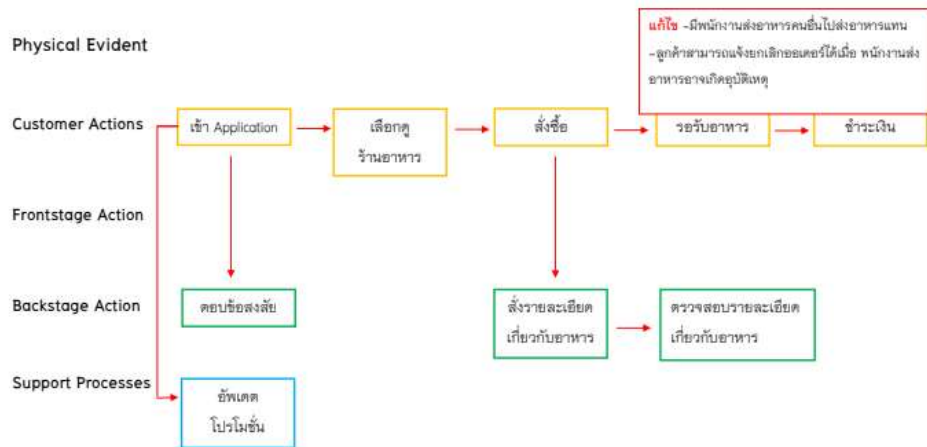
ขอให้ถูกหวย



วันนี้ วันพระ



Service Blueprint



จากภาพข้างต้น เป็นผู้ประกอบการส่งอาหารเดลิเวอรี่ ชื่อไออิม ที่เมื่อเด็กปี 4 การตลาดได้

นำเสนอผลงานต่อผู้บริหารจังหวัดพะเยาแล้ว ผู้บริหารสำนักงานใหญ่ได้ยกให้เป็น พะเยาโมเดลสำหรับจังหวัดอื่นๆด้วย เนื่องจากได้วิเคราะห์รอบด้าน จากเครื่องมือทางการตลาดที่นิสิตได้เรียนมา เอามาประกอบกันแล้วทำเป็นแผนการตลาดที่สมบูรณ์ โดยเฉพาะการไมซ์เครื่องมือใหม่ๆเช่น Business Model Canvas, Customer Persona, Customer Journey} การใช้กราฟฟิก การทำคอนเท้น Syciker Line ในการสื่อสาร ฯลฯ

ผลการประเมินตนเอง

AUN-QA Criterion 1 – Checklist	ระดับ
	2564
1.1 The programme to show that the expected learning outcomes are appropriately formulated in accordance with an established learning taxonomy, are aligned to the vision and mission of the university, and are known to all stakeholders.	4
1.2 The programme to show that the expected learning outcomes for all courses are appropriately formulated and are aligned to the expected learning outcomes of the programme.	4
1.3 The programme to show that the expected learning outcomes consist of both generic outcomes (related to written and oral communication, problem-solving, information technology, teambuilding skills, etc) and subject specific outcomes (related to knowledge and skills of the study discipline).	4
1.4 The programme to show that the requirements of the stakeholders, especially the external stakeholders, are gathered, and that these are reflected in the expected learning outcomes.	4
1.5 The programme to show that the expected learning outcomes are achieved by the students by the time they graduate.	4
ความคิดเห็นโดยรวม (Overall opinion)	4

AUN - QA criterion 2 Programme Structure and Content

Sub Criterion 2

1. The specifications of the programme and all its courses are shown to be comprehensive, up-to-date, and made available and communicated to all stakeholders.
2. The design of the curriculum is shown to be constructively aligned with achieving the expected learning outcomes.
3. The design of the curriculum is shown to include feedback from stakeholders, especially external stakeholders.
4. The contribution made by each course in achieving the expected learning outcomes is shown to be clear.
5. The curriculum to show that all its courses are logically structured, properly sequenced (progression from basic to intermediate to specialised courses), and are integrated.
6. The curriculum to have option(s) for students to pursue major and/or minor specialisations.
7. The programme to show that its curriculum is reviewed periodically following an established procedure and that it remains up-to-date and relevant to industry.

ผลการดำเนินงาน

2.1 The specifications of the programme and all its courses are shown to be comprehensive, up-to-date, and made available and communicated to all stakeholders.

คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยได้มีโครงการแนะแนวสัจจรเพื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรและรายละเอียดของหลักสูตร โดยมีทีมคณาจารย์และนิสิตที่กำลังศึกษาอยู่ลงพื้นที่ร่วมกัน และยังมีเว็บไซต์ของคณะ และ Landing page ของสาขาวิชาการตลาดเพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์หลักสูตรและรายละเอียดของหลักสูตร เพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีข้อมูลประกอบการตัดสินใจ จาก URL : <http://www.bca.up.ac.th/>

ซึ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถเข้าถึงรายละเอียดของหลักสูตร ได้แก่ ชื่อปริญญา จำนวนหน่วยกิต ที่เรียนตลอดหลักสูตร ปรัชญาและวัตถุประสงค์ของหลักสูตร อาชีพที่ปฏิบัติได้หลังสำเร็จการศึกษา แผนการศึกษาตลอด 4 ชั้นปี คำอธิบายรายวิชาทุกวิชา

สาขาวิชาการตลาดยังมี Facebook Fanpage ของคณะ “คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา” <https://www.facebook.com/bcaup.official> ที่ใช้ประชาสัมพันธ์หลักสูตรอีกช่องทางหนึ่ง รวมไปถึง Facebook Fanpage ของสาขาวิชาการตลาดเองชื่อ Next Gen Marketing ที่

บริหารงานโดยทีมของอาจารย์และนิสิตแต่ละชั้นปี ในการช่วยบริหาร Content เพื่อสื่อสารและประชาสัมพันธ์และยังมีการประชาสัมพันธ์อีกหลายช่องทาง โดยสรุปในตารางด้านล่างนี้

ช่องทาง	กลุ่มเป้าหมาย	ข้อมูลที่เผยแพร่
คู่มือนิสิต	1.ผู้เรียนที่เป็นนิสิตใหม่ ของหลักสูตร โดย มหาวิทยาลัยพะเยาจะ ดำเนินการจัดทำขึ้นทุกปี การศึกษาที่มีการรับ นิสิตใหม่ 2.อาจารย์ที่ปรึกษานิสิต ใหม่ 3.สาขาวิชาการตลาด	ตอนที่ 1 มหาวิทยาลัยพะเยา ตอนที่ 2 ข้อบังคับ ระเบียบ ประกาศสำหรับนิสิตระดับ ปริญญาตรี ตอนที่ 3 โครงสร้างหลักสูตร/ สาขาวิชา ตอนที่ 4 คำอธิบายรายวิชา
เว็บไซต์ของคณะ www.bca.up.ac.th หน้าหลัก หลักสูตรที่เปิดสอน -หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด	ผู้เรียน ผู้สอน กรรมการ ประจำหลักสูตร บุคลากร และบุคคล ทั่วไป โดยข้อมูลที่เป็น รายวิชาจะมีทั้ง ภาษาไทยและ ภาษาอังกฤษ	ชื่อหลักสูตร ชื่อปริญญา จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอด หลักสูตร ปรัชญาและ วัตถุประสงค์ของหลักสูตร อาชีพที่ปฏิบัติได้หลังสำเร็จ การศึกษาทั้งราชการและ รัฐวิสาหกิจ หน่วยงาน ภาคเอกชนบริษัทและแผนการ ศึกษาและคำอธิบายรายวิชา
มคอ. 2	ผู้สอน กรรมการประจำ หลักสูตร บุคลากร	ประกอบด้วย 8 หมวด หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของ หลักสูตร หมวดที่ 3 ระบบการจัดการ การศึกษา การดำเนินการ และ โครงสร้างของหลักสูตร หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กล ยุทธ์ การสอน และ การ ประเมินผล หมวดที่ 5 หลักเกณฑ์ในการ ประเมินผลนิสิต หมวดที่ 6 การพัฒนาอาจารย์

ช่องทาง	กลุ่มเป้าหมาย	ข้อมูลที่เผยแพร่
		หมวดที่ 7 การประกันคุณภาพ หลักสูตร หมวดที่ 8 การประเมินและ ปรับปรุงการดำเนินการของ หลักสูตร
1. Facebook คณะบริหารธุรกิจและนิติศาสตร์ https://www.facebook.com/bcaup.official 2. Email bcaup.official@gmail.com 3. โทรศัพท์ 054466666 - ต่อ 1508 4. เว็บไซต์ 4.1 คณะบริหารธุรกิจและนิติศาสตร์- มหาวิทยาลัยพะเยา (www.bca.up.ac.th/)	ประชาชนทั่วไป อาจารย์ ผู้เรียน ม.6 ครูแนะแนว ผู้ประกอบการ หน่วยงานราชการและ เอกชน ผู้ปกครอง	-หลักสูตรที่เปิดสอนในแต่ละ หลักสูตรของคณะบริหารธุรกิจ และนิติศาสตร์ -ประวัติความเป็นมา -ประเมินโอกาสสอดคล้องคณะ บริหารธุรกิจและนิติศาสตร์ หลักสูตร
Facebook สาขาวิชาการตลาด Next Gen Marketing https://www.facebook.com/Next- Gen-Marketing-741832892678591/ Line Official Account : @mktup	ประชาชนทั่วไป อาจารย์ ผู้เรียน ม.6 ครูแนะแนว ผู้ประกอบการ หน่วยงานราชการและ เอกชน ผู้ปกครอง	รายละเอียดของหลักสูตร ผลงานนิสิต ตารางวันเวลารับสมัครนิสิต กิจกรรมและโครงการเสริม หลักสูตรต่างๆของนิสิต อาชีพที่สามารถทำได้
ลิงก์พิมพ์ โครงการแนะแนวสัจจระของมหาวิทยาลัยพะเยา โครงการแนะแนวสัจจระคณะบริหารธุรกิจและ นิติศาสตร์ 9 จังหวัด	1.นักเรียน ครูแนะแนว โรงเรียนมัธยม 2.แนะแนวสัจจระของ มหาวิทยาลัยพะเยา แนะแนวสัจจระของคณะ 3. OPEN HOUSE UP	1.หลักสูตรที่เปิดสอนโดยคณะ บริหารธุรกิจและนิติศาสตร์ 2.โปรซัวร์คณะ
Line Official Account	ประชาชนทั่วไป อาจารย์ นิสิตปัจจุบัน ศิษย์เก่า	ข่าวสาร กิจกรรมของสาขาวิชา การรับสมัครนิสิตใหม่

โดยในรายละเอียดของหลักสูตรแสดงถึงรายละเอียดของรายวิชา และได้กำหนดผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง โดยครอบคลุมทั้งความรู้ ทักษะ และทัศนคติ ที่ช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจถึงวิธีการเรียนการสอน ซึ่งผลการ

เรียนรู้ที่คาดหวังได้รายงานแล้วในข้างต้น หัวข้อ AUN - QA criterion 1 ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง (Expected Learning Outcomes)

ทั้งนี้ ในส่วนของสื่อที่คณะฯเป็นผู้ดำเนินการ จะผ่านการตรวจสอบโดยหลักสูตรฯ เพื่อให้ข้อมูลมีความถูกต้องและเป็นข้อมูลที่ล่าสุด เช่นข้อมูลโครงสร้างหลักสูตร วัตถุประสงค์หลักสูตร แผนการศึกษา ฯลฯ โดยข้อมูลทั้งหมดที่ถูกสื่อสารในทุกช่องทางจะเป็นข้อมูลชุดเดียวกัน เพียงแต่ด้วยข้อจำกัดด้านขนาดหรือพื้นที่ของสื่อบางชนิดทำให้บางสื่ออาจใส่ข้อมูลได้ไม่ครบทั้งหมด แต่ได้ระบุให้ช่องทางอื่นๆ ที่สามารถให้รายละเอียดที่มากกว่าลงไปในทุกสื่อด้วยผ่านทาง LINK หรือ QR CODE

ซึ่งจากปีที่ผ่านมา จากการประเมินวัดผลประสิทธิภาพของสื่อในช่องทางต่างๆที่หลักสูตรได้รวบรวมข้อมูลและหลักฐาน พบว่า ผู้เรียนได้ใช้ช่องทางเว็บไซต์คณะ และ เพจเฟซบุคคณะ เป็นช่องทางสื่อสารหลักเพื่อหาข้อมูลหลักเช่น ตารางรอบรับเข้าศึกษา เอกสารในการสมัคร การเตรียมความพร้อมก่อนเข้าศึกษา และผู้เรียนจะใช้เพจเฟซบุคสาขา (Next Gen Marketing) ในการศึกษาหาข้อมูลเชิงลึกในสาขาเช่นกิจกรรมการเรียนการสอน ผลงานนิสิต ข่าวสารต่างๆของทางหลักสูตรฯ ส่วนกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกมหาวิทยาลัยจะใช้เว็บไซต์ของทางคณะฯเป็นหลักในการค้นหาข้อมูลต่างๆ

โดยสามารถสรุปรายละเอียดเส้นทางการรับสื่อ (Customer Journey) ข้อมูลของหลักสูตร รายวิชา และความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียดังนี้

	ศิษย์เก่า	ผู้ใช้บัณฑิต	ศิษย์ปัจจุบัน	สถานประกอบการ	คณาจารย์ และ ผู้ทรงคุณวุฒิ
Program Specification					
- ชื่อหลักสูตร / ปริญญา	- เว็บไซต์ - เพจสาขา	- โบรชัวร์ - เว็บไซต์ - เพจสาขา	- โบรชัวร์ - เว็บไซต์ - เพจสาขา	- โบรชัวร์ - เว็บไซต์ - เพจสาขา	- เว็บไซต์ - เพจสาขา
- โครงสร้างหลักสูตร	- เว็บไซต์ - เพจสาขา	- โบรชัวร์ - เว็บไซต์ - เพจสาขา	- โบรชัวร์ - เว็บไซต์ - เพจสาขา	- โบรชัวร์ - เว็บไซต์ - เพจสาขา	- เว็บไซต์ - เพจสาขา
- วัตถุประสงค์ของหลักสูตร	- เว็บไซต์ - เพจสาขา	- โบรชัวร์ - เว็บไซต์ - เพจสาขา	- โบรชัวร์ - เว็บไซต์ - เพจสาขา	- โบรชัวร์ - เว็บไซต์ - เพจสาขา	- เว็บไซต์ - เพจสาขา
- ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง	- เว็บไซต์ - เพจสาขา	- โบรชัวร์ - เว็บไซต์ - เพจสาขา	- โบรชัวร์ - เว็บไซต์ - เพจสาขา	- โบรชัวร์ - เว็บไซต์ - เพจสาขา	- เว็บไซต์ - เพจสาขา
- รายวิชาและคำอธิบายรายวิชา	- เว็บไซต์ - เพจสาขา	- โบรชัวร์ - เว็บไซต์ - เพจสาขา	- โบรชัวร์ - เว็บไซต์ - เพจสาขา	- โบรชัวร์ - เว็บไซต์ - เพจสาขา	- เว็บไซต์ - เพจสาขา
- แผนการศึกษา	- เว็บไซต์ - เพจสาขา	- เว็บไซต์ - เพจสาขา	- เว็บไซต์ - เพจสาขา	- เว็บไซต์ - เพจสาขา	- เว็บไซต์ - เพจสาขา
- หน่วยกิต	- เว็บไซต์ - เพจสาขา	- โบรชัวร์ - เว็บไซต์ - เพจสาขา	- โบรชัวร์ - เว็บไซต์ - เพจสาขา	- โบรชัวร์ - เว็บไซต์ - เพจสาขา	- เว็บไซต์ - เพจสาขา

	ศิษย์เก่า	ผู้ใช้งานจิต	ศิษย์ปัจจุบัน	สถานประกอบการ	คณาจารย์ และ ผู้ทรงคุณวุฒิ
- รายชื่อและประวัติ อาจารย์	- เว็บไซต์	- เว็บไซต์	- เว็บไซต์	- เว็บไซต์	- เว็บไซต์
Course Specification					
รายละเอียด รายวิชา - ชื่อรายวิชาและหน่วย กิต	- เว็บไซต์ - เว็บไซต์ มหาวิทยาลัย (คู่มือนิสิต) - เพจสาขา	- เว็บไซต์ - เพจสาขา	- เว็บไซต์ - เว็บไซต์ มหาวิทยาลัย (คู่มือนิสิต) - ระบบ REG - Microsoft Team - เพจสาขา	- เว็บไซต์ - เพจสาขา	- ระบบ REG - Microsoft Team - เพจสาขา - เว็บไซต์
- ผลการเรียนรู้ที่ คาดหวังในแต่ละ รายวิชา (ความรู้ ทักษะ)	X	X	- ระบบ REG - Microsoft Team	X	X
- รูปแบบการเรียนการสอน	X	X	- ระบบ REG - Microsoft Team	X	X
- วิธีการประเมินผู้เรียน	X	X	- ระบบ REG - Microsoft Team	X	X
- ใบประมวลผลการสอน (Course Outline)	X	X	- ระบบ REG - Microsoft Team	X	X
- ระบุวันที่ของการ ทบทวนรายวิชา	X	X	- ระบบ REG - Microsoft Team	X	X
ความพึงพอใจใน ภาพรวม (Self Assessment)	ดี	ดี	ดี	ดี	ดี

จากตารางข้างต้น ทางหลักสูตรได้พิจารณาแล้ว ประเมินประสิทธิภาพของช่องทางการสื่อสารไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ ของข้อมูล Program และ Course Specification พบว่า ข้อมูล เนื้อหาในแต่ละช่องทางการสื่อสารมีความครบถ้วน เพียงพอแล้ว สำหรับแต่ละผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ในส่วนของรายละเอียด Course Specification ได้แก่ ผลการเรียนรู้ที่คาดหวังในแต่ละรายวิชา (ความรู้ ทักษะ) รูปแบบการเรียนการสอน วิธีการประเมินผู้เรียน ใบประมวลผลการสอน (Course Outline) ระบุวันที่ของการทบทวนรายวิชา ในปีก่อน ทางหลักสูตรได้ประเมินแล้วว่า เป็น

ข้อมูลที่มีจำนวนมากจนเกินไป นำไปสื่อสารให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มทั้งหมดได้ยาก และเป็นข้อมูลที่บางกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไม่ได้ให้ความสนใจมากนัก เนื่องจากไม่เกี่ยวข้องกัน อย่างไรก็ตาม ในปีการศึกษาปัจจุบันได้ หลักสูตรได้พบแนวโน้มใหม่ คือมีการสอบถามข้อมูลจากกลุ่มนิสิตและผู้ประกอบการมากขึ้นในเรื่อง “ผลการเรียนรู้ที่คาดหวังในแต่ละรายวิชา (ความรู้ ทักษะ)” และ “รูปแบบการเรียนการสอนในแต่ละรายวิชาของหลักสูตร” ซึ่งทางหลักสูตรได้มีข้อมูลในส่วนนี้พร้อมแล้ว เนื่องจากในทุกปีการศึกษา ทางหลักสูตรจะทำการประเมินร่วมกัน เพื่อหาแนวทางพัฒนาหลักสูตรและรายวิชาให้ไปในทิศทางเดียวกัน

ดังนั้นในปีนี้และปีหน้า ทางหลักสูตรจะเริ่มจัดเรียงข้อมูลให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความต้องการทราบ นำมาเสนอผ่านช่องทางที่เหมาะสมต่อไป โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มนอกมหาวิทยาลัย จะใช้ช่องทางเพจเฟซบุ๊กของสาขา และเว็บคณะ เนื่องจากได้ประเมินแล้วว่า เป็นช่องทางที่เข้าถึงง่ายที่สุดและเป็นช่องทางที่นิยมใช้ ส่วนกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในมหาวิทยาลัยเช่น นิสิต ศิษย์เก่าจะใช้กลุ่มเฟซบุ๊กของสาขา ในแต่ละรุ่นเพื่อให้ทราบโดยทั่วกัน และในอนาคตจะกำหนดช่องทางสื่อสารใหม่ ผ่านเว็บไซต์เฉพาะของหลักสูตรเอง หรือในลักษณะอื่น ที่สามารถสื่อสารข้อมูลจำนวนมากของหลักสูตรและของแต่ละรายวิชาได้ เพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถเข้าไปอ่านได้ทั้งหมด

2.2 The design of the curriculum is shown to be constructively aligned with achieving the expected learning outcomes. & 2.3 The design of the curriculum is shown to include feedback from stakeholders, especially external stakeholders. & 2.4 The contribution made by each course in achieving the expected learning outcomes is shown to be clear. & 2.5 The curriculum to show that all its courses are logically structured, properly sequenced (progression from basic to intermediate to specialised courses), and are integrated.

รายวิชา / หน่วยกิต	ELO				Stakeholder				
	1	2	3	4	1	2	3	4	5
128120 หลักการตลาด 3(3-0-6)	✓				✓	✓	✓	✓	✓
128121 จริยธรรมธุรกิจ และธรรมาภิบาลสำหรับ การตลาด 3(3-0-6)	✓					✓		✓	✓
128221 พฤติกรรม ผู้บริโภค 3(2-2-5)		✓				✓		✓	✓
128222 การตัดสินใจ ทางการตลาด3(2-2-5)		✓				✓		✓	✓
128321 การบริหาร ผลิตภัณฑ์และราคา 3(2-2-5)			✓		✓	✓	✓	✓	✓

รายวิชา / หน่วยกิต	ELO				Stakeholder				
	1	2	3	4	1	2	3	4	5
128322 การบริหาร ช่องทางทางการตลาด 3(2-2-5)			✓		✓	✓	✓	✓	✓
128323 การบริหารการ ส่งเสริมการตลาด 3(2-2-5)			✓		✓	✓	✓	✓	✓
128324 การตลาด ดิจิทัล 3(2-2-5)			✓		✓	✓	✓	✓	✓
128325 การตลาด บริการ 3(2-2-5)			✓		✓	✓		✓	✓
128330 กลยุทธ์ทาง การตลาด 3(2-2-5)			✓			✓		✓	✓
128421 ระเบียบวิธีวิจัย 3(2-2-5)				✓		✓		✓	✓
128423 การจัดการ การตลาด 3(2-2-5)				✓		✓		✓	✓
128424 สัมมนา 1(0-3-2)				✓		✓		✓	✓
128311 การบริหารการ ขาย 3(2-2-5)			✓		✓	✓		✓	✓
128326 การบริหารตรา สินค้า 3(2-2-5)			✓		✓	✓	✓	✓	✓
128327 การบริหาร การค้าปลีก 3(2-2-5)			✓		✓	✓		✓	✓
128328 การตลาด การเกษตร 3(2-2-5)			✓		✓	✓		✓	✓
128329 ผู้ประกอบการ และการพัฒนาธุรกิจ 3(2-2-5)			✓		✓	✓	✓	✓	✓
128422 การบริหาร ลูกค้าสัมพันธ์และ				✓	✓	✓	✓	✓	✓

รายวิชา / หน่วยกิต	ELO				Stakeholder				
	1	2	3	4	1	2	3	4	5
การตลาด สัมพันธ์ภาพ 3(2-2-5)									
128425 การพัฒนา ผลิตภัณฑ์ใหม่และการ บรรจุภัณฑ์ 3(2-2-5)				✓		✓		✓	✓
128426 การตลาดเชิง การกุศล 3(2-2-5)				✓		✓		✓	✓
128427 การตลาดเพื่อ สิ่งแวดล้อม 3(2-2-5)				✓		✓		✓	✓
128428 การตลาด ระดับโลก 3(2-2-5)				✓		✓		✓	✓

ในทุกรายวิชาได้มีการนำข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาประกอบในการปรับคำอธิบายรายวิชา และเนื้อหาการสอนเช่น จากผู้ใช้บัณฑิตในกลุ่มผู้ประกอบการที่มี MOU ในแผนการศึกษาหลักสูตร บัณฑิตพรีเมียม ที่ร่วมผลิตบัณฑิตกับบริษัท CP ALL ก็ได้ทำให้มีการปรับคำอธิบายรายวิชาที่ร่วมสอนเพื่อให้ได้ ELO ที่สอดคล้องทั้งของนิสิตแผนปกติและแผนแบบพรีเมียม เช่น

การบริหารการขาย

3(2-2-5)

Sales Administration

บทบาทและความสำคัญของการจัดการขาย หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้บริหารงานขาย การวางแผนการขาย การจัดสายงาน การจัดการของฝ่ายขาย นโยบายการขาย การวิเคราะห์ตลาดและสินค้า การวางแผนและการวิเคราะห์ การจัดแบ่งเขตและโควตาการขาย การคัดเลือกและการอบรมพนักงานขายและการให้ค่าตอบแทน การวัดผล การควบคุมงบประมาณและค่าใช้จ่ายในด้านการขาย ศิลปะการขาย จิตบริการ การใช้พนักงานขาย ความพยายามทางการตลาดด้านอื่น ๆ การประเมินผลและควบคุมการขาย การคัดเลือกวิธีการขาย เครดิตการซื้อขาย การเก็บเงิน การจ้างขาย การปฏิบัติงานเบื้องต้นในร้านค้าระดับพนักงานในส่วนงานแคชเชียร์และงานพื้นฐานทั่วไป การรักษาสูขอนามัยส่วนบุคคล การรักษาความสะอาดพื้นที่ขายและอุปกรณ์

ต่าง ๆ ภายในร้าน ขั้นตอนการขายสินค้า การให้บริการที่เครื่องคิดเงิน และความปลอดภัยในการทำงาน

การบริหารการค้าปลีก

3(2-2-5)

Retailing Administration

แนวคิดของการค้าปลีก ลักษณะความเป็นเจ้าของ การตัดสินใจเลือกตำแหน่งที่ตั้ง แผนงาน อาคาร วัสดุภายใน อุปกรณ์ และการบริหารสินค้า การซื้อ การจัดเก็บ การควบคุม การตั้งราคาขาย การส่งเสริมการขายในร้านค้าและการบริการลูกค้า

Concepts of retail marketing and its organizations, decisions on store location, layout, building, fixtures, equipment and merchandise management, buying, handling, control and pricing, store promotion and customer services

ทางผู้ประกอบการได้ขอให้เพิ่มคำอธิบายรายวิชาการบริหารการขาย ในส่วน “เครดิตการซื้อ ขาย การเก็บเงิน การจ้างขาย การปฏิบัติงานเบื้องต้นในร้านค้าระดับพนักงานในส่วนงานแคชเชียร์ และงานพื้นฐานทั่วไป การรักษาสุขอนามัยส่วนบุคคล การรักษาความสะอาดพื้นที่ขายและอุปกรณ์ต่าง ๆ ภายในร้าน ขั้นตอนการขายสินค้า การให้บริการที่เครื่องคิดเงิน และความปลอดภัยในการทำงาน” เพื่อให้สอดคล้องกับ ELO ของผู้ประกอบการ และในรายวิชาการบริหารการค้าปลีก มีการปรับแก้ เพิ่มในส่วนของ “อาคาร วัสดุภายใน อุปกรณ์ และการบริหารสินค้า”

ทั้งนี้แม้ในรายวิชาอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับโครงการบัณฑิตพรีเมียมที่ร่วมกับ CP ALL ก็มีแนวทางปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน

2.6 The curriculum to have option(s) for students to pursue major and/or minor specialisations.

เนื่องจากในการปรับหลักสูตรรอบปี 2558 ทางมหาวิทยาลัยยังไม่ได้สนับสนุนให้มีการแยกย่อยหลักสูตรเป็น minor ในปี 3 จึงทำให้ทางหลักสูตรปัจจุบัน ไม่ได้มีการให้สิทธิ์เลือก minor ได้

2.7 The programme to show that its curriculum is reviewed periodically following an established procedure and that it remains up-to-date and relevant to industry.

หลักสูตรฯ ใช้กลไกจากการประชุมสาขาทางแบบทางการและไม่เป็นทางการในการให้ข้อมูล เกี่ยวข้องกับรายวิชา ความต้องการของผู้ประกอบการในทุกปีและได้มีการทำสรุป เพื่อแจ้งในการประชุม หลักสูตร โดยในปีล่าสุดมีผลสรุปดังนี้

สรุปผลสำรวจ คุณลักษณะของบัณฑิตที่พึงประสงค์และความคาดหวังของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย

เรื่องการพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ปีพ.ศ. 2564

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มได้แก่

1. ผู้ใช้บัณฑิต (บริษัทเอกชนในกรุงเทพฯและต่างจังหวัด หน่วยงานราชการและสถานประกอบการ ที่รับนิสิตการตลาดฝึกงาน)
2. ศิษย์เก่า
3. ศิษย์ปัจจุบัน
4. องค์กรวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับการตลาด

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม

- | | |
|---|---------|
| 1. ผู้ใช้บัณฑิต | 225 ราย |
| 2. ศิษย์เก่า | 112 ราย |
| 3. ศิษย์ปัจจุบัน | 102 ราย |
| 4. องค์กรวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับการตลาด | 5 ราย |

ข้อมูลเพิ่มเติม

44% ผู้เรียนสาขาวิชาการตลาด มีธุรกิจครอบครัว

90% ผู้เรียนสาขาวิชาการตลาดมีภูมิลำเนาอยู่ภาคเหนือตอนบนและล่าง อีก 10% อยู่ภาคอื่นๆ

สรุปผล (ตามเอกสารแนบ)

คุณลักษณะของบัณฑิตที่พึงประสงค์และความคาดหวังของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่มีต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด พบว่าบัณฑิตต้องสามารถใช้เครื่องมือการตลาดดิจิทัลยุคใหม่ (Digital Marketing) ได้ และยังสามารถใช้เครื่องมือที่เกี่ยวข้องเพื่อปรับเปลี่ยนธุรกิจไปสู่ดิจิทัล (Digital Transformation) ในการวิเคราะห์ข้อมูลและนำข้อมูลไปใช้ทางการตลาดได้ และยังคงมีความเชี่ยวชาญในทักษะอื่นๆเช่น การขาย การนำเสนอ การสื่อสาร บุคลิกภาพ การสร้าง Content โปรแกรม

ติดต่อภาพและวิดีโอ การเป็นผู้ประกอบการ คณิตศาสตร์ ภาษาต่างประเทศและภาษาที่สาม

ความต้องการ	ผู้ประกอบการ	ศิษย์ เก่า	ศิษย์ ปัจจุบัน	องค์กร วิชาชีพ
การใช้เครื่องมือการตลาดดิจิทัลยุคใหม่ (Line OA, Google Adwords, Keyword Planner, Facebook Ads, Email marketing, Social Media Marketing) การใช้ Online MarketPlace	✓	✓	✓	✓
การออกแบบสื่อ และ Content Marketing	✓	✓	✓	✓
ทักษะการขาย การปิดการขาย การเจรจาต่อรอง วิธีรับมือลูกค้า	✓	✓	✓	✓
Event Marketing		✓		
การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อธุรกิจ Data Mining, Big Data	✓	✓		✓
Microsoft office และโปรแกรมอื่นๆที่ใช้ในธุรกิจ	✓	✓	✓	✓
ทักษะการพูด สื่อสาร นำเสนอ การประสานงาน การกล้าแสดงออก	✓	✓	✓	✓
Social Skill การเข้าสังคม และการพัฒนาบุคลิกภาพ	✓	✓	✓	✓
ด้านการติดต่อและผลิตสื่อ	✓	✓	✓	✓
การทำงานเป็นทีม	✓	✓	✓	✓
การฝึกปฏิบัติการทำธุรกิจจริง แบบลงมือจริง		✓	✓	
วิชาภาษาและการส่งออก		✓		
การฝึกปฏิบัติให้นำสินค้ามาขายจริงทั้ง online & offline		✓	✓	
ทักษะการเป็นผู้ประกอบการ		✓	✓	✓
ทักษะทางคณิตศาสตร์เบื้องต้น	✓	✓	✓	
ภาษาต่างประเทศ ภาษาที่ 3	✓	✓	✓	✓

ผลการประเมินตนเอง

AUN-QA Criterion 2 – Checklist	ระดับ
	2564
2.1 The specifications of the programme and all its courses are shown to be comprehensive, up-to-date, and made available and communicated to all stakeholders.	4
2.2 The design of the curriculum is shown to be constructively aligned with achieving the expected learning outcomes.	4
2.3 The design of the curriculum is shown to include feedback from stakeholders, especially external stakeholders.	4
2.4 The contribution made by each course in achieving the expected learning outcomes is shown to be clear.	4
2.5 The curriculum to show that all its courses are logically structured, properly sequenced (progression from basic to intermediate to specialised courses), and are integrated.	4
2.6 The curriculum to have option(s) for students to pursue major and/or minor specialisations.	3
2.7 The programme to show that its curriculum is reviewed periodically following an established procedure and that it remains up-to-date and relevant to industry.	4
ความคิดเห็นโดยรวม (Overall opinion)	4

AUN - QA criterion 3 Teaching and Learning Approach

Sub Criterion 3

1. The educational philosophy is shown to be articulated and communicated to all stakeholders. It is also shown to be reflected in the teaching and learning activities.
2. The teaching and learning activities are shown to allow students to participate responsibly in the learning process.
3. The teaching and learning activities are shown to involve active learning by the students.
4. The teaching and learning activities are shown to promote learning, learning how to learn, and instilling in students a commitment for life- long learning (e. g. , commitment to critical inquiry, information- processing skills, and a willingness to experiment with new ideas and practices).
5. The teaching and learning activities are shown to inculcate in students, new ideas, creative thought, innovation, and an entrepreneurial mindset.
6. The teaching and learning processes are shown to be continuously improved to ensure their relevance to the needs of industry and are aligned to the expected learning outcomes.

ผลการดำเนินงาน

3.1 The educational philosophy is shown to be articulated and communicated to all stakeholders. It is also shown to be reflected in the teaching and learning activities. & 3.2The teaching and learning activities are shown to allow students to participate responsibly in the learning process.

อาจารย์ร่วมกันกำหนดกลยุทธ์การเรียนการสอนให้มีความหลากหลายตามลักษณะของรายวิชา และมุ่งเน้นที่ผู้เรียน เพื่อให้เกิดความตื่นตัว ความอยากเรียนรู้ มีความพร้อมที่จะเรียนและรับความรู้ใหม่ ๆ รู้จักประสานความรู้เก่าและใหม่เพื่อประยุกต์ใช้ รู้จักการแก้ปัญหา เรียนรู้จากประสบการณ์จริง มีกระบวนการศึกษาและแลกเปลี่ยนความรู้ร่วมกัน โดยผู้สอนควรสร้างบรรยากาศการเรียนที่ยืดหยุ่น ร่วมมือกัน และฝึกความเป็นผู้ใฝ่รู้ตลอดชีวิต

ทั้งนี้กลยุทธ์การเรียนการสอนที่ผู้สอนใช้เพื่อถ่ายทอดความรู้ ทักษะ ทศนคติ อันนำมาซึ่งผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง ตามมคอ.2 ข้อ 2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้อย่างได้แก่

1. กลยุทธ์ ด้านคุณธรรม จริยธรรม
 - 1.1 กำหนดให้ทุกรายวิชาสอดแทรกกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อให้นิสิตตระหนักในจริยธรรม
 - 1.2 ปลูกฝังให้เคารพกฎระเบียบ เคารพในกฎระเบียบของมหาวิทยาลัย เช่น การเข้าเรียนอย่างสม่ำเสมอ การเข้าเรียนตรงต่อเวลา การแต่งกายให้เรียบร้อยถูกระเบียบ
2. กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้
 - 2.1 บูรณาการความรู้ในรายวิชาต่าง ๆ ที่นิสิตได้รับอย่างเหมาะสม
 - 2.2 มีการปฏิบัติเพื่อให้นิสิตเกิดเข้าใจ
 - 2.3 มีการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงโดยการศึกษาดูงานหรือเชิญผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ตรงมาเป็นวิทยากร
3. กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา
 - 3.1 จัดกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมให้นิสิตวิเคราะห์ เช่นการจัดสัมมนาการวิเคราะห์ข่าวเศรษฐกิจประจำวัน
 - 3.2 จัดนำเสนอผลงานในชั้นเรียน เช่น การนำเสนอหน้าชั้นเรียน การจัดโต้วาที วิทยากรวิจารณ์ประเด็นข่าวสารเศรษฐกิจและนโยบายของรัฐบาล
4. กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ
 - 4.1 จัดการเรียนการสอนโดยมอบหมายงานให้ทำกิจกรรมกลุ่ม เน้นการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างนิสิตด้วยกัน นิสิตกับอาจารย์ผู้สอน นิสิตกับบุคคลภายนอกที่มาจากความหลากหลายวัฒนธรรม ส่งเสริมให้ทำงานเป็นทีมและการแสดงออกของภาวะผู้นำ
5. กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ
 - 5.1 การใช้คณิตศาสตร์และสถิติในการเรียนการสอนในรายวิชาที่เกี่ยวข้อง
 - 5.2 การนำโปรแกรมสำเร็จรูปมาใช้ในการเรียนการสอนในวิชาที่เกี่ยวข้อง
6. กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้สุนทรียภาพ
 - 6.1 จัดกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้สอดแทรกในรายวิชา
7. กลยุทธ์การสอนที่ใช้ด้านส่งเสริมสุขภาพและพัฒนาบุคลิกภาพ
 - 7.1 การบรรยายพิเศษและฝึกปฏิบัติในห้องปฏิบัติการ
 - 7.2 การจัดกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้
 - 7.3 สอดแทรกเนื้อหาในการบรรยายรายวิชาที่เกี่ยวข้อง
 - 7.4 ให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการเรียนรู้

ทั้งนี้รายวิชาต่าง ๆ ได้กระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา ในหมวดที่ 4 ข้อ 3 (Curriculum Mapping) การประเมินกลยุทธ์การสอนตามหมวด 8 ข้อ 1.1

- 1.1 มีการประชุมร่วมกันของอาจารย์ในสาขาวิชาเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในเรื่องกระบวนการเรียนการสอน วิธีการถ่ายทอดความรู้ของอาจารย์แต่ละคน เพื่อนำไปวางแผนกลยุทธ์ ในการเรียนการสอนและต่อละรายวิชาที่แต่ละคนรับผิดชอบ
 - 1.2 ประเมินผลการสอนโดยใช้แบบประเมินของมหาวิทยาลัยเมื่อสิ้นสุดการเรียนการสอนในแต่ละภาคการศึกษา
 - 1.3 ใช้การสังเกตพฤติกรรม เพื่อประเมินการเรียนรู้จากการทำกิจกรรมทั้งในและนอกห้องเรียน รวมทั้งผลงานที่ได้รับมอบหมายและการทดสอบ
- นอกจากนี้ยังปรากฏใน

มคอ.3 หมวดที่ 5 ข้อที่ 1 แผนการสอน หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน หมวดที่ 7 ประเด็นเรื่องการประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

มคอ.5 หมวดที่ 2 การจัดการเรียนการสอนเปรียบเทียบกับแผนการสอน หมวดที่ 4 ปัญหาและผลกระทบต่อการดำเนินการ หมวดที่ 6 แผนการปรับปรุง

มคอ.7 ข้อ 1 การประเมินรายวิชาที่เปิดสอนในปีที่รายงาน ข้อ 2 ประสิทธิภาพของกลยุทธ์การสอน

ปรัชญาหลักสูตรคือ “การตลาดศาสตร์แห่งปัญญา เพิ่มคุณค่าสู่ธุรกิจและสังคม” โดยหลักสูตรได้มีการสื่อสารไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน โดยได้มีการวิเคราะห์จากสถานการณ์หรือการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สถานการณ์หรือการพัฒนาทางสังคมและวัฒนธรรม ผลกระทบจาก 2 สถานการณ์ดังกล่าว และ ตระหนักถึงความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน ตามรายละเอียดในองค์ 2.1 และตามตารางด้านล่างนี้

รายวิชา	CLOs	Assessment Tools	ปัญหา/ข้อสังเกตที่พบปีก่อน	ผลประเมิน การสอน	Solution	ผลลัพธ์จากการแก้ไข / แนวโน้ม
128120 หลักการ ตลาด 3(3-0-6)	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตสามารถอธิบายลักษณะและกระบวนการ หน้าที่ทางการตลาดได้ - นิสิตสามารถวิเคราะห์และออกแบบแผนการตลาดเบื้องต้นได้ - นิสิตสามารถนำองค์ความรู้ไปปรับเป็นแผนการตลาดได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - แบบฝึกหัด - ข้อสอบ - รายงานกลุ่ม 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตขาดพื้นฐานเกี่ยวกับองค์ความรู้ทางการตลาด - นิสิตยังปรับตัวเข้ากับการเรียนในระดับมหาวิทยาลัยไม่ได้ 	4.00	<ul style="list-style-type: none"> - เน้นการพูดคุยและยกตัวอย่างสินค้าในชีวิตประจำวัน - เน้นถาม-ตอบ 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตสามารถอธิบายลักษณะและกระบวนการทางการตลาดได้ชัดเจนขึ้น - นิสิตสามารถปรับเอากลยุทธ์ทางการตลาดได้จัดทำเป็นแผนการตลาดเบื้องต้นได้
128121 จริยธรรม ธุรกิจและธรรมาภิบาลสำหรับการตลาด 3(3-0-6)	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตสามารถอธิบายการบริหารจัดการองค์กรธุรกิจที่มีคุณธรรม จริยธรรม ได้ - สามารถอธิบายคุณลักษณะและองค์ประกอบขององค์กรธุรกิจที่มีจริยธรรมได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ข้อสอบ - การนำเสนอ - รายงาน 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตพบว่าเป็นเรื่องไกลตัว ไม่เข้าใจระบบธุรกิจ 	4.30	<ul style="list-style-type: none"> - เพิ่มเนื้อหารายวิชา อธิบายถึงฟังก์ชันการทำงานขององค์กร และองค์ประกอบของธุรกิจภาพรวม เพื่อให้เห็นภาพมากขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตมีความสนใจมากขึ้น เข้าใจได้ว่าทำไมไม่มีคุณธรรม จริยธรรม ไม่ได้มีผลกระทบต่อบุคคลภายนอกเท่านั้น ยังส่งผลกระทบต่อภายในองค์กรด้วย ตามห่วงโซ่อุปทาน
128221 พฤติกรรมผู้บริโภค 3(2-2-5)	<ul style="list-style-type: none"> - สามารถวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อ - สามารถวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ - สามารถอธิบายถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อ(Buying Process)และCustomer Journey ของลูกค้าได้ - สามารถวิเคราะห์ Customer Persona ได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - แบบฝึกหัด - ข้อสอบ - กิจกรรมในชั้นเรียน - รายงานกลุ่ม 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับศาสตร์ที่เกี่ยวข้องน้อย เช่น พฤติกรรมกระบวนการทางจิตวิทยาภายในผู้บริโภค - นิสิตยังมีความกล้าแสดงออกน้อย 	4.00	<ul style="list-style-type: none"> - ให้นักการศึกษาเพิ่มเติมในทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เป็นกิจกรรมในชั้นเรียน เช่น ทฤษฎีการเรียนรู้แล้วมีกิจกรรมการนำเสนอในชั้นเรียน 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตมีความรู้ในศาสตร์เกี่ยวข้องของสัมพันธวิธีขึ้นส่งผลให้มีความเข้าใจในกระบวนการที่เกี่ยวข้องและปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่อความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้าได้
128222 การตัดสินใจทางการตลาด3(2-2-5)	<ul style="list-style-type: none"> - สามารถใช้เครื่องมือในการคำนวณหามูลค่าตลาด - สามารถวิเคราะห์แก้ไขปัญหาแบบ Multi-criteria decision analysis ได้ - สามารถ วิเคราะห์ความชอบความเอนเอียงที่จะชอบของกลุ่มลูกค้าได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - แบบฝึกหัด - ข้อสอบ - การนำเสนอ - งานกลุ่ม 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตที่ไม่มีพื้นฐานการคำนวณทำความเข้าใจเนื้อหาได้ยาก - นิสิตไม่มีคอมพิวเตอร์หรือโน้ตบุค ทำให้ไม่สามารถใช้โปรแกรม SPSS ในการคำนวณได้ - นิสิตไม่เข้าใจว่าคำนวณแล้วเอาไปใช้ยังไง 	4.00	<ul style="list-style-type: none"> - บูพื้นฐานการคำนวณที่จำเป็นในสองสัปดาห์แรก - ออกแบบการคำนวณใน excel ในรูปแบบสำเร็จรูปให้นิสิตนำไปใช้ได้เลย - วางแผนจะปรับปรุงคำอธิบายรายวิชาเพิ่ม 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตที่พื้นฐานการคำนวณไม่ดีขึ้น สามารถใช้เครื่องมือในการหาผลลัพธ์ เพื่อนำไปวิเคราะห์ และประยุกต์ใช้ในชั้นเรียน กิจกรรมนอกหลักสูตรต่างๆ เช่น Startup Thailand League, R2M หรือในรายวิชาอื่นได้

รายวิชา	CLOs	Assessment Tools	ปัญหา/ข้อสังเกตที่พบปีก่อน	ผลประเมิน การสอน	Solution	ผลลัพธ์จากการแก้ไข / แนวโน้ม
					เนื้อหาเกี่ยวกับความสำคัญของรายวิชา	
128321 การบริหารผลิตภัณฑ์และราคา 3(2-2-5)	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตมีความเข้าใจและสามารถอธิบายแนวคิดการบริหารกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์การตั้งราคาที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานทางการตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ - นิสิตมีความเข้าใจเข้าใจและสามารถอธิบายกระบวนการในการจัดการผลิตภัณฑ์ รวมถึงปัจจัยสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และราคา - นิสิตสามารถเลือกแผนการบริหารผลิตภัณฑ์และราคา นโยบายและกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ รวมถึงการจัดการส่วนประสมผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ 	<ul style="list-style-type: none"> - แบบฝึกหัด - ข้อสอบ - กิจกรรมในชั้นเรียน - รายงานกลุ่ม 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตมีความรู้พื้นฐานทางการคำนวณในด้านบัญชีต้นทุนค่อนข้างน้อย 	4.00	<ul style="list-style-type: none"> - เพิ่มเวลาจำนวนคาบในการบรรยาย ทำความเข้าใจในเนื้อหาพื้นฐานทางการคำนวณในด้านบัญชี 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตมีความเข้าใจในพื้นฐานทางการคำนวณด้านบัญชีมากขึ้น และสามารถนำมาคำนวณราคาที่เหมาะสมได้
128322 การบริหารช่องทางทางการตลาด 3(2-2-5)	<ul style="list-style-type: none"> - สามารถอธิบายรูปแบบของช่องทางการตลาดได้ - สามารถประเมินประสิทธิภาพของช่องทางการตลาดแต่ละรูปแบบได้ - สามารถพยากรณ์และวิเคราะห์สินค้าคลังได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - แบบฝึกหัดท้ายบท - ข้อสอบ - รายงานกลุ่ม 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตขาดทักษะการวิเคราะห์และการสังเกต - นิสิตขาดองค์ความรู้ด้านภาษาอังกฤษทางธุรกิจ - นิสิตขาดความเข้าใจในกระบวนการพยากรณ์ 	4.00	<ul style="list-style-type: none"> - ปรับรูปแบบการสอนเน้นการอภิปรายกรณีศึกษา - มีการแปลคำศัพท์ภาษาอังกฤษเป็นภาษาไทยให้นิสิตเข้าใจ - เน้นการสอนคำนวณแบบไม่เร็วเพื่อให้นิสิตตามทัน 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตสามารถอภิปรายเกี่ยวกับกรณีศึกษาได้ชัดเจนขึ้น - นิสิตเข้าใจในศัพท์ภาษาอังกฤษที่สำคัญ - นิสิตสามารถเข้าในกระบวนการคำนวณที่ถูกต้อง รวดเร็ว
128323 การบริหารการส่งเสริมการตลาด 3(2-2-5)	<ul style="list-style-type: none"> -สามารถเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสื่อ 	<ul style="list-style-type: none"> -ข้อสอบ รายงานกลุ่ม 	<ul style="list-style-type: none"> -นิสิตไม่สามารถกำหนดกิจกรรมหรือเลือกเครื่องมือทางการตลาดที่ไปในทิศทางเดียวกันได้ 	4.00	<ul style="list-style-type: none"> -ปูพื้นฐานความสำคัญของการเลือกเครื่องมือที่ไปในทิศทางเดียวกัน รวมไปถึงยกตัวอย่างกรณีศึกษาของ 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตสามารถกำหนดกิจกรรมหรือเลือกเครื่องมือทางการตลาดที่ไปในทิศทางเดียวกันได้

รายวิชา	CLOs	Assessment Tools	ปัญหา/ข้อสังเกตที่พบปีก่อน	ผลประเมินการสอน	Solution	ผลลัพธ์จากการแก้ไข / แนวโน้ม
	<ul style="list-style-type: none"> -สามารถเขียนแผนการสื่อสารทางการตลาดได้ -สามารถวิเคราะห์ กำหนดกลุ่มเป้าหมาย กำหนดกลยุทธ์ และงบประมาณในการบริหารแคมเปญการสื่อสารทางการตลาดได้ -สามารถวิเคราะห์สภาพเศรษฐกิจ และสภาพแวดล้อมทางการตลาดได้ -สามารถประเมินผลและควบคุมโปรแกรมการสื่อสารทางการตลาดได้ 		<ul style="list-style-type: none"> -นิสิตขาดความเข้าใจในการกำหนดงบประมาณ และประเมินผลโปรแกรมการสื่อสารทางการตลาด 		<ul style="list-style-type: none"> ผลการตอบรับของผู้บริโภคต่อการออกแบบเครื่องมือดังกล่าว - เน้นการใช้กรณีศึกษาการกำหนดงบประมาณและประเมินผลโปรแกรมการสื่อสารทางการตลาด 	<ul style="list-style-type: none"> -นิสิตมีความเข้าใจในการกำหนดงบประมาณ และการประเมินผลโปรแกรมการสื่อสารทางการตลาดมากขึ้น
128324 การตลาดดิจิทัล 3(2-2-5)	<ul style="list-style-type: none"> - สามารถอธิบายกระบวนการทางการตลาดดิจิทัลได้ - สามารถออกแบบเนื้อหาการตลาดดิจิทัลได้ - สามารถใช้เครื่องมือโฆษณาบนแพลตฟอร์มดิจิทัลต่างๆได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - นำเสนอ - สอบข้อเขียน - แบบฝึกหัด - สอบปฏิบัติรายคน 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตขาดคอมพิวเตอร์ที่สามารถติดต่อภาพได้ - นิสิตยังโฆษณาไม่ได้เนื่องจากต้องใช้คอมพิวเตอร์ - นิสิตต้องมีบัตรเอทีเอ็มที่มีสัญลักษณ์วีซ่า/มาสเตอร์การ์ด เพื่อใช้ในการยิงโฆษณา - ศัพท์เทคนิค เป็นภาษาอังกฤษเยอะ 	4.3	<ul style="list-style-type: none"> - ให้ใช้คอมพิวเตอร์สาขาที่จัดหา - การยิงโฆษณาปรับแก้ให้ทำเป็นกลุ่ม โดยในกลุ่มต้องมีนิสิตที่มีบัตรเอทีเอ็มที่มีสัญลักษณ์วีซ่า/มาสเตอร์การ์ด 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตมีความเข้าใจมากยิ่งขึ้น อย่งเห็นได้ชัด ว่ากระบวนการทำงานของเครื่องมือการตลาดดิจิทัล โดยเฉพาะเครื่องมือโฆษณาเป็นอย่างไร
128325 การตลาดบริการ 3(2-2-5)	<ul style="list-style-type: none"> - สามารถอธิบายลักษณะและกระบวนการของการตลาดบริการได้ - สามารถออกแบบกระบวนการให้บริการโดยใช้ Service blueprint และ Customer persona ได้ - นิสิตสามารถออกแบบกลยุทธ์การบริการได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - กรณีศึกษาประจำบท - ข้อสอบ - รายงานกลุ่ม 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตขาดความสามารถในการแสดงออกและการทำงานเป็นทีม - นิสิตขาดความสามารถในการสื่อสารถึงรายละเอียดของรายงานกลุ่ม 	4.00	<ul style="list-style-type: none"> - เน้นการสอนแบบ Active learning - ให้นิสิตลงมือทำงานจริงมากกว่าการบรรยายเนื้อหา - เน้นการให้คำปรึกษากับนิสิต โดยเฉลี่ยสัปดาห์ละ 5-6 ชั่วโมง 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตกล้าที่จะแสดงความคิดเห็นและการสื่อสารกับเพื่อนร่วมชั้นเรียน - นิสิตเข้าใจในเนื้อหาที่ได้ทำงานอย่างแท้จริง และได้ฝึกฝนการค้นหาข้อมูลจากแหล่งที่น่าเชื่อถือ

รายวิชา	CLOs	Assessment Tools	ปัญหา/ข้อสังเกตที่พบปีก่อน	ผลประเมิน การสอน	Solution	ผลลัพธ์จากการแก้ไข / แนวโน้ม
128330 กลยุทธ์ทางการตลาด 3(2-2-5)	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตเข้าใจและสามารถอธิบายกระบวนการออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดได้ - นิสิตสามารถวิเคราะห์สถานการณ์และกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับธุรกิจได้ - นิสิตมีทักษะการทำงานเป็นทีมและมีภาวะผู้นำ 	<ul style="list-style-type: none"> - กรณีศึกษาประจำบท - ข้อสอบ - รายงานกลุ่ม 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตขาดทักษะด้านภาษาอังกฤษเนื่องจากมีคำศัพท์ที่เป็นภาษาอังกฤษจำนวนมาก - นิสิตขาดการสังเคราะห์และวิเคราะห์ข้อมูล 	4.00	<ul style="list-style-type: none"> - เน้นการถาม-ตอบ และอภิปรายในชั้นเรียน - ยกตัวอย่างกรณีศึกษาให้นิสิตมองเห็นภาพ - แปลงภาษาอังกฤษและทดสอบความรู้เกี่ยวกับภาษาอังกฤษกับนิสิต เพื่อกระตุ้นให้นิสิตเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตสามารถอภิปรายได้ชัดเจนมากขึ้น - นิสิตสามารถวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมได้ดีขึ้น
128421 ระเบียบวิธีวิจัย 3(2-2-5)	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตเข้าใจความสำคัญ และกระบวนการวิจัยทางการตลาด - นิสิตสามารถเขียนโครงร่างงานวิจัยได้ - นิสิตสามารถทำการวิจัยและเขียนรายงานการวิจัยได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ข้อสอบ - รายงานวิจัย - โครงร่างงานวิจัย 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตขาดทักษะการออกแบบเครื่องมือทางการวิจัย - นิสิตต้องฝึกทักษะการวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยที่ถูกต้อง 	4.00	<ul style="list-style-type: none"> - เน้นการยกตัวอย่างงานวิจัยว่าหัวข้อวิจัยลักษณะไหนควรใช้เครื่องมืออย่างไร - ให้นิสิตฝึกทำการวิเคราะห์ข้อมูลในการทำงานกลุ่ม 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตสามารถเลือกเครื่องมือวิจัยที่เหมาะสมในการเขียนโครงร่างงานวิจัยได้ - นิสิตสามารถทำการวิจัย วิเคราะห์ และเขียนรายงานการวิจัยได้
128423 การจัดการการตลาด 3(2-2-5)	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตสามารถวิเคราะห์และประเมินโอกาสทางธุรกิจได้ - นิสิตสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับกรณีศึกษาจริงได้ - นิสิตมีความสามารถในการสื่อสารไปยังนักลงทุนได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - กรณีศึกษาจริง - รายงานแผนการตลาด 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตขาดการสังเคราะห์และวิเคราะห์ข้อมูล - นิสิตขาดความรู้เชิงลึกเกี่ยวกับสถานการณ์และกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อปรับใช้กับการจัดทำแผนการตลาด 	4.00	<ul style="list-style-type: none"> - เน้นลงมือปฏิบัติจริงกับผู้ประกอบการ - เน้นการให้คำปรึกษาแบบเจาะลึก 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตเข้าใจและสามารถออกแบบกลยุทธ์และแผนการตลาดได้ - นิสิตมีความสามารถในการสื่อสารเพื่อนำมาได้ดีขึ้น
128424 สัมมนา 1(0-3-2)	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตสามารถออกแบบกระบวนการสัมมนาได้ - นิสิตมีความสามารถในการกำหนดหัวข้อหลักและรายละเอียดการสัมมนาที่ทันสมัยได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - กรณีศึกษา - การลงมือปฏิบัติ 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตขาดกระบวนการคิดอย่างมีแบบแผน - นิสิตยังไม่เข้าใจในรายละเอียดเชิงลึกในประเด็นการสัมมนา 	4.00	<ul style="list-style-type: none"> - เน้นการลงมือทำ และการร่วมประชุมหารือ - ให้อิสระแก่นิสิตในการกำหนดประเด็นและแนวทางการการสัมมนา 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตสามารถออกแบบงานสัมมนาทางออนไลน์ได้อย่างดีเยี่ยม - นิสิตมีความสามารถในการทำงานเป็นทีม

รายวิชา	CLOs	Assessment Tools	ปัญหา/ข้อสังเกตที่พบปีก่อน	ผลประเมิน การสอน	Solution	ผลลัพธ์จากการแก้ไข / แนวโน้ม
	- นิสิตมีความสามารถในการทำงานเป็นทีม					
128311 การบริหารการขาย 3(2-2-5)	- นิสิตมีความเข้าใจและสามารถอธิบายกระบวนการการบริหารการขายได้ - นิสิตมีความเข้าใจสามารถใช้ศิลปะในการขาย เทคนิคการขายของพนักงานขายจิตบริการ - นิสิตสามารถวางแผนการขายสินค้า และประยุกต์ใช้การบริหารงานที่เหมาะสมได้	- แบบฝึกหัด - ข้อสอบ - กิจกรรมในชั้นเรียน - รายงานกลุ่ม	- การเรียนในเชิงปฏิบัติ มีข้อจำกัดในเรื่องเงินหรือต้นทุนสินค้าที่นิสิตจะนำมาขาย - นิสิตมีความกล้าแสดงออก หรือการมีปฏิสัมพันธ์กับคนไม่คุ้นเคยค่อนข้างน้อย	4.00	- ใช้รูปแบบการจำลองสถานการณ์ในการทดสอบการนำเสนอขายของนิสิต - ใช้ช่องทางในการขายรูปแบบออนไลน์ในการนำเสนอผลงานการนำเสนอขายของกลุ่ม	- นิสิตมีความกล้าแสดงออก และสามารถนำเสนอขายสินค้าโดยใช้เทคนิคในการขายและศิลปะในการขายได้
128326 การบริหารตราสินค้า 3(2-2-5)	-นิสิตสามารถเขียนแผนการสื่อสารตราสินค้าได้ -นิสิตสามารถออกแบบตราสินค้าวิเคราะห์ กำหนดกลุ่มเป้าหมายกำหนดกลยุทธ์ทางตราสินค้าในการบริหารแคมเปญการสื่อสารตราสินค้าได้ -นิสิตสามารถประเมินผลและควบคุมโปรแกรมการสื่อสารตราสินค้าได้	-ข้อสอบ -รายงานกลุ่ม	-นิสิตขาดความเข้าใจในการออกแบบแผนการสื่อสารแบรนด์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย -นิสิตไม่สามารถแปล และอธิบายคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารตราสินค้าได้	4.00	-ปูพื้นฐานความสำคัญของการออกแบบการสื่อสารตราสินค้าให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายโดยเน้นการยกตัวอย่างกรณีศึกษา - อธิบายความหมายของคำศัพท์ และให้นิสิตเขียนส่งในรายงานกลุ่ม	-นิสิตสามารถออกแบบตราสินค้ากลยุทธ์ทางตราสินค้าในการบริหารแคมเปญการสื่อสารตราสินค้าให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายได้ -นิสิตมีความเข้าใจคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารตราสินค้ามากขึ้น
128327 การบริหารการค้าปลีก 3(2-2-5)	1. นิสิตสามารถเข้าใจแนวคิดของการค้าปลีกในแต่ละสมัย 2. นิสิตสามารถออกแบบร้านค้าปลีกโดยใช้ Business Model Canvas ได้	1. กรณีศึกษา 2. แบบฝึกหัดท้ายบท 3. แบบจำลองรูปแบบธุรกิจ 4. การรายงานความคืบหน้า 5. นำเสนอแบบจำลองธุรกิจ	1. นิสิตขาดการมีส่วนร่วมในการคิดแบบจำลองธุรกิจ 2. นิสิตขาดประสบการณ์จริงกับการประกอบธุรกิจค้าปลีก 3. นิสิตไม่สามารถเชื่อมโยงองค์ประกอบของธุรกิจได้	4	1. เน้นการมีส่วนร่วมในห้องเรียนโดยใช้กรณีศึกษาและนำแบบฝึกหัดท้ายบทมาอภิปรายร่วมกัน 2. ให้นิสิตรายงานความคืบหน้าแบบจำลองธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ 3. ให้นิสิตร่วมกิจกรรมส่งเสริมร้านค้าปลีกในพื้นที่ชุมชนจริง	1. นิสิตมีส่วนร่วมและแสดงความคิดเห็นในการออกแบบแบบจำลองธุรกิจของตัวเองได้เป็นอย่างดี 2. นิสิตมีความสามารถออกแบบจำลองธุรกิจได้อย่างเหมาะสม

รายวิชา	CLOs	Assessment Tools	ปัญหา/ข้อสังเกตที่พบปีก่อน	ผลประเมิน การสอน	Solution	ผลลัพธ์จากการแก้ไข / แนวโน้ม
128328 การตลาด การเกษตร 3(2-2-5)	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตเข้าใจลักษณะการตลาดการเกษตร การเกษตรได้ และออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาด การเกษตรได้ - นิสิตสามารถวิเคราะห์สถานการณ์และ กำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับธุรกิจ การเกษตรได้ <p>นิสิตมีทักษะการทำงานเป็นทีมและมีภาวะ ผู้นำ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - กรณีศึกษาประจำ ท - ข้อสอบ - งานวิจัย 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตขาดความเข้าใจถึงหลักการ ของการตลาดการเกษตร ซึ่งเป็น หน่วยเศรษฐกิจหลักของ ประเทศ - นิสิตขาดการสังเคราะห์และวิเคราะห์ ข้อมูลในหน่วยเศรษฐกิจภาค การเกษตรที่ดี - - นิสิตขาดความรู้ทางการใช้ สถิติวิเคราะห์ในการทำการวิจัยทาง การตลาด - นิสิตไม่มีความรู้เกี่ยวกับสถาบัน หลักในตลาดการเกษตร ที่เป็น กลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจภาค การเกษตรของประเทศ 	4.00	<ul style="list-style-type: none"> - เน้นการถาม-ตอบ และอภิปรายในชั้นเรียน - ยกตัวอย่างกรณีศึกษาให้ นิสิตเข้าใจในภาพรวม ของการตลาดการเกษตร 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตสามารถอภิปรายได้ชัดเจนม ากขึ้น นิสิตสามารถวิเคราะห์และกำหนดค ฎกลยุทธ์ที่เหมาะสมได้ดีขึ้น - นิสิตสามารถทำรายงานวิจัย และ วิเคราะห์การตลาดการเกษตรได้ดี
128329 ผู้ประกอบ การและการพัฒนา ธุรกิจ 3(2-2-5)	<ol style="list-style-type: none"> 1. นิสิตสามารถวิเคราะห์ความเป็น ผู้ประกอบการของตนเองได้ 2. นิสิตสามารถมีวิสัยทัศน์ของการเป็น ผู้ประกอบการ 3. นิสิตออกแบบจำลองธุรกิจ (LEAN) สำหรับผู้ประกอบการได้ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. กรณีศึกษา 2. แบบฝึกหัดท้าย บท 3. แบบจำลอง รูปแบบธุรกิจ 4. การรายงาน ความคืบหน้า 5. นำเสนอ แบบจำลอง ธุรกิจ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. นิสิตขาดการมีส่วนร่วมในการ คิดแบบจำลองธุรกิจ 2. นิสิตขาดประสบการณ์จริงกับ การประกอบธุรกิจ 3. มีความยุ่งยากเมื่อมีการ ทำงานเป็นทีม 	4	<ol style="list-style-type: none"> 1. เน้นการมีส่วนร่วมใน ห้องเรียนโดยใช้ กรณีศึกษาและนำ แบบฝึกหัดท้ายบทมา อภิปรายร่วมกัน 2. ให้นิสิตรายงานความ คืบหน้าแบบจำลอง ธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ ให้นิสิตมีส่วนร่วมในการ นำเสนอแบบจำลองธุรกิจ อย่างทั่วถึง 	<ol style="list-style-type: none"> 1. นิสิตมีความสามารถวิเคราะห์ ความเป็นผู้ประกอบการของ ตนเองได้อย่างเหมาะสม 2. นิสิตมีวิสัยทัศน์ของการเป็น ผู้ประกอบการธุรกิจได้เป็น อย่างดี 3. นิสิตมีความสามารถใช้ แบบจำลองธุรกิจออกแบบ ธุรกิจของตนเองได้อย่าง เหมาะสม
128422 การบริหาร ลูกค้าสัมพันธ์	<ol style="list-style-type: none"> 1. นิสิตสามารถออกแบบกระบวนการ การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าได้ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. กรณีศึกษา 	<ol style="list-style-type: none"> 1. นิสิตไม่กล้าแบ่งปันความ คิดเห็นในชั้นเรียน 	4	<ol style="list-style-type: none"> 1. มอบหมายให้นิสิต เตรียมกรณีศึกษาแล้ว 	<ol style="list-style-type: none"> 1. นิสิตมีความสามารถใน วิเคราะห์กรณีศึกษาและนำมา

รายวิชา	CLOs	Assessment Tools	ปัญหา/ข้อสังเกตที่พบปีก่อน	ผลประเมินการสอน	Solution	ผลลัพธ์จากการแก้ไข / แนวโน้ม
และการตลาดสัมพันธ์ภาพ 3(2-2-5)	2. นิสิตสามารถนำเสนอการสร้างสรรค์ประสบการณ์การตลาดให้กับลูกค้าได้	2. แบบฝึกหัดท้ายบท 3. รายงาน	2. นิสิตขาดทักษะการนำเสนอ		นำมาแบ่งปันกับเพื่อนในชั้นเรียน 2. นำเสนอแนวความคิดที่ออกแบบกระบวนการสร้างความสัมพันธ์และการสร้างประสบการณ์การตลาดให้กับลูกค้าของตนเองได้	แบ่งปันในชั้นเรียนได้เป็นอย่างดี 2. นิสิตมีความสามารถในการออกแบบกระบวนการสร้างความสัมพันธ์และการสร้างประสบการณ์การตลาดให้กับลูกค้าของตนเองได้อย่างเหมาะสม
128425 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และการบรรจุภัณฑ์ 3(2-2-5)	- นิสิตสามารถออกแบบบรรจุภัณฑ์และโลโก้ที่สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายฟังก์ชันการทำงานและวัตถุประสงค์ทางการตลาดได้ - นิสิตสามารถออกแบบ prototype ผลิตภัณฑ์ใหม่ ตามความต้องการของตลาดและข้อมูลจากการวิเคราะห์ทางการตลาดได้	1. แบบฝึกหัด 2. ชิ้นงาน prototype 3. การนำเสนอ 4. รายงาน	1. นิสิตบางคนไม่มีคอมพิวเตอร์ 2. ไม่มีซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ที่สามารถใช้ได้ทุกฟังก์ชันเมนูการทำงาน	4.00	1. ผู้สอนได้หาเว็บที่สามารถใช้โปรแกรมที่เหมือน photoshop ได้ทุกประการและฟรี 2. จัดหาคอมพิวเตอร์และห้องคอมพิวเตอร์ มีการลงเวลาใช้งานเพื่อให้ทุกคนเข้าถึงได้	1. นิสิตสามารถใช้โปรแกรมออนไลน์ฟรีเป็น 2. สามารถพัฒนาชิ้นงานตามที่ต้องการได้
128426 การตลาดอิงการกุศล 3(2-2-5)	- นิสิตเข้าใจลักษณะกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถประยุกต์ใช้ร่วมกับกิจกรรมทางการกุศล - นิสิตสามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาดอิงการกุศลที่เหมาะสมได้ - นิสิตมีทักษะการทำงานเป็นทีมและมีภาวะผู้นำ	- กรณีศึกษาประจำบท - ข้อสอบ - งานวิจัย	- นิสิตขาดไม่มีความรู้และขาดการให้ความสำคัญเกี่ยวกับองค์การการกุศลระดับประเทศและระดับโลก - นิสิตขาดการสังเคราะห์และวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการตลาดอิงการกุศล	4.00	- เน้นการถาม-ตอบและอภิปรายในชั้นเรียน - ยกตัวอย่างกรณีศึกษาให้นิสิตเข้าใจในภาพรวมของกลยุทธ์ทางการตลาดที่ต้องประยุกต์ใช้กับการกุศล	- นิสิตสามารถอภิปรายได้ชัดเจนมากขึ้น - นิสิตสามารถวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมได้ดีขึ้น - นิสิตสามารถทำรายงานวิจัย และวิเคราะห์พฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการตลาดอิงการกุศลได้

รายวิชา	CLOs	Assessment Tools	ปัญหา/ข้อสังเกตที่พบปีก่อน	ผลประเมินการสอน	Solution	ผลลัพธ์จากการแก้ไข / แนวโน้ม
			- นิสิตขาดความรู้ทางการใช้สถิติวิเคราะห์ในการทำการวิจัยทางการตลาด			

3.3 The teaching and learning activities are shown to involve active learning by the students.

ในปีการศึกษา 2564 หลักสูตรได้มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงในรายวิชาค่อนข้างมาก เนื่องด้วยโลกธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้เรียนต้องสามารถทำงานได้จริงและทำงานได้หลากหลายอย่างในศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง อาจารย์ประจำรายวิชา มีการปรับกลยุทธ์การเรียนการสอนอย่างชัดเจน มีการใช้กลยุทธ์การสอนที่หลากหลายมากในแต่ละรายวิชา ตาม CLOs และความเหมาะสมในแต่ละรายวิชา มีการสำรวจที่นิ่งในรายวิชาเลือกเสรีที่ทางหลักสูตรเห็นว่าสอดคล้องต่อ PLOs ของหลักสูตร และสอดคล้องกับความสนใจของผู้เรียนด้วย เนื่องจากทางหลักสูตรจะสอบถามนิสิตว่ามีความสนใจเรียนวิชาเลือกเสรีวิชาใดบ้าง

ทางหลักสูตรยังได้ทำห้องคอมพิวเตอร์ และจัดหาเครื่องคอมพิวเตอร์ได้ 1 เครื่อง สำหรับนิสิตในสาขาเพื่อมาใช้ในการประกอบการเรียน การฝึกปฏิบัติในหลายรายวิชา เช่น การตลาดดิจิทัล วิจัย และอื่นๆ โดยมีศิษย์เก่าได้ให้ความอนุเคราะห์บริจาคเครื่องเลเซอร์ปริ้นเตอร์ด้วย ส่งผลให้นิสิตที่มีฐานะไม่ดี สามารถใช้คอมพิวเตอร์ได้ อีกทั้งได้แนะนำให้นิสิตใช้โปรแกรมฟรี ที่มีคุณสมบัติเหมือนโปรแกรมลิขสิทธิ์ราคาแพง เช่น Adobe Photoshop, Adobe Illustrator เพื่อป้องกันการลงโปรแกรมละเมิดลิขสิทธิ์

ทั้งนี้ กระบวนการทุกอย่างมีผลลัพธ์เป็นที่น่าพึงพอใจ มีแนวโน้มทิศทางที่ดีขึ้น นำไปใช้ได้ในการศึกษาต่อไป

นอกเหนือไปจากนั้น ได้มีการบูรณาการการเรียนการสอนในบางรายวิชาเข้าร่วมกับกิจกรรมบริการวิชาการ เช่น โครงการอมสินยุวพัฒนารักษ์ถิ่น และธุรกิจผลิตภัณฑ์สบู่ cold process ยี่ห้อโดยนิสิต ได้ลงพื้นที่ นำความรู้ลงไปพัฒนาชุมชนตามศาสตร์ที่ได้เรียน และชุมชนได้นำผลงานไปใช้จริงในธุรกิจ โดยอาจารย์ใช้ผลงานที่ได้ เป็นส่วนหนึ่งของการประเมินด้วย แต่เนื่องด้วยสถานการณ์โควิด ทำให้ต้องบริหารจัดการจัดการด้วยการให้นิสิตส่งตัวแทนบางคนในการลงพื้นที่ และกลับมาสื่อสารกับคนในกลุ่ม เพื่อวางแผนพัฒนาชุมชนต่อไป

นิสิตสร้างเพจเฟซบุ๊ค และสร้างสื่อดิจิทัลทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวเพื่อใช้ในการสื่อสารกับกลุ่มลูกค้า (รายวิชาการตลาดดิจิทัล) และออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ร่วมกับชุมชน (รายวิชาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และบรรจุภัณฑ์) และวางแผนช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออฟไลน์ (รายวิชาการบริหารช่องทางการตลาด) โดยผลลัพธ์ทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมรยอดชายเพิ่มขึ้น มีช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้นด้วยทั้งออนไลน์และออฟไลน์

ในหลักสูตรมีหลายรายวิชาที่มีการใช้การบูรณาการกับงานวิจัย บริการวิชาการ หรือผู้ประกอบการ ซึ่งเป็น การเรียนแบบ Active Learning โดยมีรายละเอียดดังนี้

128324 การตลาดดิจิทัลร่วมกับผู้ประกอบการแบรนด์ละมุนละไม ในการร่วมคิด Content หาดูขาย และออกแบบบรรจุภัณฑ์และยังได้ช่วยเสนอแนวทางในการพัฒนาคอนเทนต์เพื่อนำไปใช้ในการสื่อสารการตลาด

ตัวอย่าง บรรจุภัณฑ์และโลโก้ก่อนและหลังที่นิสิตสาขาวิชาการตลาดเข้าไปช่วยออกแบบ



ก่อน

หลัง

และยังได้ช่วยเสนอแนวทางในการพัฒนาคอนเทนต์เพื่อนำไปใช้ในการสื่อสารการตลาด



128222 การตัดสินใจทางการตลาด บูธธนาคาร การเรียนการสอนร่วมกับงานวิจัย ระเบียบกวีาน ซึ่งทำการสำรวจมูลค่าตลาดและ ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อโคมไฟโซลาเซลล์



ผลแบบสอบถามโคมไฟโซลาเซลล์ .XLSX ☆ ☰ ☺

ไฟล์ แก้ไข ตู แทรก รูปแบบ ข้อมูล เครื่องมือ ความช่วยเหลือ แก้ไขครั้งล่าสุดวันที่ 9 กุมภาพันธ์ ๒๕๖1

1	ผลิตภัณฑ์	ผู้ตอบแบบสอบถาม	อายุ	สนใจซื้อ	ราคาที่รับได้	จำนวนที่ซื้อต่อปี
2	โคมไฟแขวน	ผู้ชาย	23	3	300	1
3	โคมไฟแขวน	ผู้หญิง	20	2	150	1
4	โคมไฟแขวน	ผู้หญิง	20	2	250	1
5	โคมไฟแขวน	ผู้หญิง	20	2	250	1
6	โคมไฟตั้งโต๊ะ	ผู้ชาย	22	3	300	1
7	โคมไฟตั้งโต๊ะ	ผู้ชาย	22	4	350	1
8	โคมไฟตั้งโต๊ะ	ผู้หญิง	22	4	550	2
9	โคมไฟแขวน	ผู้ชาย	40	3	120	2
10	โคมไฟแขวน	ผู้หญิง	40	1	80	1
11	โคมไฟตั้งโต๊ะ	ผู้หญิง	21	4	250	2
12	โคมไฟแขวน	ผู้หญิง	20	5	799	5
13	โคมไฟตั้งโต๊ะ	ผู้หญิง	21	2	300	1
14	โคมไฟตั้งโต๊ะ	ผู้หญิง	21	2	300	1
15	โคมไฟตั้งโต๊ะ	ผู้หญิง	19	3	250	1
16	โคมไฟแขวน	ผู้ชาย	20	2	199	1
17	โคมไฟแขวน	ผู้หญิง	55	3	199	1
18	โคมไฟตั้งโต๊ะ	ผู้หญิง	32	4	300	1
19	โคมไฟแขวน	ผู้หญิง	21	2	100	1
20	โคมไฟแขวน	ผู้หญิง	21	3	150	1
21	โคมไฟแขวน	ผู้หญิง	21	2	189	1
22	โคมไฟตั้งโต๊ะ	ผู้ชาย	59	4	300	1
23	โคมไฟตั้งโต๊ะ	ผู้หญิง	56	1	300	1
24	โคมไฟแขวน	ผู้ชาย	21	2	159	1

โดยนิตติจะใช้ทฤษฎีที่เรียนในรายวิชานี้ มาปฏิบัติจริง จากโจทย์งานวิจัยจริง เพื่อหามูลค่าตลาดของสินค้าชุมชนที่คิดค้นขึ้นมาใหม่ เพื่อนำไปวางแผนการตลาดต่อไป

128327 การบริหารการค้าปลีก บูธธนาคารกับบริษัท Makro ในโครงการ U Project ร่วมกันบริหารร้านค้าปลีก โดยได้มีการทำ MOU ในทุกๆปีด้วย

makro **บันทึกข้อตกลงความร่วมมือ**

ระหว่าง

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) และ คณะบริหารธุรกิจและนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา

ด้วยความร่วมมือระหว่างบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) และ คณะบริหารธุรกิจและนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา ในการส่งเสริมกิจกรรมแม็คโคร และนักศึกษาชมรมวิทยลัย ร่วมพัฒนาร้านค้าปลีกท้องถิ่น ทั้งสองฝ่ายเห็นชอบร่วมกันทำข้อตกลงความร่วมมือดังต่อไปนี้

1. แม็คโครถ่ายทอดความรู้ และประสบการณ์นี้ ซึ่งการบริหารจัดการร้านค้าปลีกให้กับนักศึกษาชมรมวิทยลัยของพะเยาสนใจเข้าร่วมกิจกรรม โดยจัดบรรยาย และสื่อความรู้ ผ่านช่องทางออนไลน์
2. มหาวิทยาลัยให้การสนับสนุนโดยการพัฒนาร้านค้าปลีกท้องถิ่น ผ่านทางนักศึกษาชมรมวิทยลัยที่เข้าร่วมกิจกรรม ภายใต้โครงการแม็คโคร มิตรแท้ใจร่วม
3. มหาวิทยาลัย และแม็คโคร ร่วมกันทำการประชาสัมพันธ์กิจกรรมนี้ทางเว็บไซต์ชมรมวิทยลัย

การดำเนินการในกิจกรรมต่าง ๆ ดังกล่าว ตลอดจนสิ่งใดที่จะเสริมสร้างความสำเร็จของความร่วมมือดังกล่าวให้มีเกิดผล จะได้รับการพิจารณา และตกลงร่วมกันระหว่างสองฝ่ายในรายละเอียดฉบับกรณี ๆ ไป

ระยะเวลาความร่วมมือในกิจกรรมแม็คโคร และนักศึกษาชมรมวิทยลัย ร่วมพัฒนาร้านค้าปลีกท้องถิ่น ประจำปีการศึกษา 2564 มีระยะเวลา 3 เดือน โดยเริ่มต้นตั้งแต่วันที่สิงหาคม - ตุลาคม 2564

ข้อตกลงนี้มีผลบังคับใช้ได้จนกว่าทั้งสองฝ่ายเห็นชอบเปลี่ยนแปลงแก้ไขข้อความใด ๆ ของบันทึกข้อตกลงนี้ จะกระทำด้วยความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรของทั้งสองฝ่าย

ลงนาม ณ วันที่ 12 ตุลาคม 2564



(นางณิชา สุทธิชาติ)

ผู้จัดการอาวุโส ฝ่ายประสานงานเชิงการค้า
กลุ่มธุรกิจและนวัตกรรม
บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจวบศรี รักดีพิริจ)

คณบดีคณะบริหารธุรกิจและนิติศาสตร์
มหาวิทยาลัยพะเยา

128328 การตลาดการเกษตร บูรณาการกับงานวิจัยของสาขาฯ และบริการวิชาการของคณะ เพื่อช่วยส่งเสริมการขาย และทดสอบผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่คิดค้นขึ้นใหม่ ในงานต่างๆเช่น กาดกล้วยต้า (แม่ตำสายโน) ซึ่งจัดขึ้นทุกๆเดือนๆละครั้ง นิสิตทุกคนจะผลิตกันมาลงพื้นที่ ออกงานแสดงสินค้า งาน สสว. Connexx ริมกว๊านพะเยา





128425 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และการบรรจุภัณฑ์ ได้มีการบูรณาการกับโครงการ U2T ตำบลลอ อําเภोजุนที่คณะรับผิตชอบ โดยนิตตลงไปเก็บปัญหาที่เกิดขึ้นของวิสาหกิจชุมชน แล้วนำวางแผน การตลาด ซึ่งในภาพเป็นสินค้าสบูที่ชุมชนบอกว่าดีที่สดุ แต่บรรจุภัณฑ์ไม่สวย นิตตจึงไปออกแบบบรรจุ ภัณฑ์ และคิดราคาขายให้ใหม่ตามมูลค่าที่เพิ่มขึ้น



128423 การจัดการการตลาด ในปีล่าสุดได้บูรณาการกับบริษัทแอปพลิเคชันเดลิเวอรี่ ไอเอ็ม ๖ รายละเอียดตามในองค์ประกอบ 2.5) และในสองปีก่อนเป็นผู้ประกอบการโรงแรม M2 Hotel Waterside ซึ่งผู้ประกอบการจะมาให้โจทย์ด้วยตนเอง และให้นิสิตออกแบบแผนการตลาดตามโจทย์ที่ได้

128426 การตลาดอิงการกุศล เป็นการบูรณาการกับโครงการบริการวิชาการของคณะ ด้านทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ที่สาขาได้รับผิดชอบ โดยให้นิสิตลงไปสืบสาน ถ่ายทอดกระบวนการทำผ้าทอที่ตำบลหนองหล่ม อำเภอดอกคำใต้ และทำการตลาดให้กับสินค้าในชุมชน



3.4 The teaching and learning activities are shown to promote learning, learning how to learn, and instilling in students a commitment for life- long learning (e. g. , commitment to critical inquiry, information- processing skills, and a willingness to experiment with new ideas and practices). & 3.5 The teaching and learning activities are shown to inculcate in students, new ideas, creative thought, innovation, and an entrepreneurial mindset. & 3.6 The teaching and learning processes are shown to be continuously improved to ensure their relevance to the needs of industry and are aligned to the expected learning outcomes.

สาขาวิชาการตลาดได้มีการบูรณาการในหลายรูปแบบ ในเรื่องการเรียนรู้การสอน โดยในรายวิชาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และการบรรจุภัณฑ์ ได้เชิญอาจารย์จากคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์มาเป็นผู้สอนร่วม เนื่องจากเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ในรายวิชาการตัดสินใจทาง

การตลาด ก็ได้เชิญผู้ประกอบการในจังหวัดพะเยา มาร่วมบรรยายในหัวข้อของการค้นหาต้นทุนที่แท้จริงในการทำธุรกิจ ในรายวิชาการตลาดดิจิทัล ก็ได้เชิญนิสิตจากสาขาวิศวกรรมซอฟต์แวร์ ที่ชนะการเข้าร่วมรายการ Startup Thailand League มาบรรยายเรื่องของแนวคิดการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการสร้างนวัตกรรม และโมเดลธุรกิจใหม่ๆ ในการยกระดับสินค้าหรือบริการ เพื่อเป็นการเปิดโลกทัศน์ และกรอบแนวคิดของนิสิต ให้อยากศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมด้วยตนเอง เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของตนเอง และยังให้นิสิตได้ทดลองปฏิบัติจริง โดยการใช้ Facebook marketing เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาวิชา โดยนิสิตจะต้องออกแบบ content และเลือกใช้กลยุทธ์ได้ตามความถนัดของตัวเอง

ทั้งนี้รายวิชาของนิสิตชั้นปีที่ 3-4 ของสาขาการตลาด เป็นวิชาที่เน้นฝึกปฏิบัติ โดยบรรยากาศของการเรียนการสอน จะมุ่งเน้นไปให้นิสิตคิดหรือทดลองทำจากความคิดของนิสิตเอง ยกตัวอย่างเช่นรายวิชาการตัดสินใจทางการตลาด ที่นิสิตจะต้องเลือกผลิตภัณฑ์ขึ้นมา 1 อย่าง ที่คิดว่าน่าลงทุน โดยใช้ข้อมูลต่างๆมาประกอบการตัดสินใจ และใช้ทฤษฎีทางการตลาดมาประกอบเพื่อสรุปผลออกมาเป็นเชิงปริมาณ และในรายวิชา รายวิชาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และการบรรจุภัณฑ์ นิสิตจะต้องออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าเดิมหรือกลุ่มลูกค้าใหม่ ตามความคิดเห็นการวิเคราะห์ของนิสิตเอง และยังต้องสร้าง mockup ผลิตภัณฑ์ขึ้นมาจริงๆด้วย ซึ่งจะได้ประยุกต์ใช้ทั้งความรู้เชิงวิชาการและฝึกฝนทักษะด้านศิลปะและสุนทรียภาพด้วย โดยวิธีการประเมินผลทั้งสองรายวิชานี้ เป็นการประเมินร่วมกันแบบไตรภาคี มีทั้งอาจารย์การตลาด อาจารย์สถาปัตยกรรมศาสตร์และ ภาคเอกชน

อีกทั้งยังมีการนำผู้ประกอบการจริงในจังหวัดพะเยา มาเป็นโจทย์ที่ใช้ในการเรียนการสอน บูรณาการหลายวิชาในปีที่ 4 โดยร่วมกับผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกหอการค้าจังหวัดพะเยา หรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชน หรือกลุ่ม OTOP โดยทางสาขาวิชาจะทำการคัดเลือกผู้ประกอบการในแต่ละปี ให้มีความหลากหลายและเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม ซึ่งเป็นผู้ประกอบการที่มีขนาดไม่ใหญ่มาก ไม่มีความเชี่ยวชาญด้านการตลาดมากนัก หรือต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ในช่องทางใหม่เช่นช่องทางออนไลน์ รวมไปถึงการคิดโมเดลธุรกิจใหม่ ช่องทางหรือแหล่งรายได้ใหม่ โดยให้นิสิตชั้นปีที่ 4 คิดแผนการตลาด เพื่อเพิ่มยอดขาย กำไร ฐานลูกค้า ฯลฯ ตามโจทย์ที่ผู้ประกอบการต้องการ โดยให้ผู้ประกอบการเป็นผู้ให้คะแนนร่วมกับคณาจารย์ในสาขา

กิจกรรมการเรียนการสอนส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต

สาขาวิชาการตลาดเป็นวิชาที่อยู่ใกล้ชิดกับคนทุกคนในชีวิตประจำวัน ซึ่งซึ่งการเรียนรู้ถือว่าทุกคนโดยทั่วไปต้องมีการเรียนรู้โดยการปรับตนเองให้อยู่ในสังคมในสถานะสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ซึ่งการเรียนรู้นี้เป็นการเรียนรู้ตลอดชีวิต หลักสูตรดำเนินการสอนโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญโดยใช้ปัญหาเป็นโจทย์ และให้นักศึกษาแสวงหาความรู้เพื่อพัฒนาตนเอง แก้ไขปัญหา การสืบค้นข้อมูลผ่านการเรียนรู้ด้วยตนเอง และประยุกต์ใช้เครื่องมือทางการตลาดและธุรกิจ ไปวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดและการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน และคาดการณ์สถานการณ์ในอนาคต

หลักสูตรดำเนินการสอนโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญโดยใช้กรณีศึกษาที่เกิดขึ้นจริงในภาคธุรกิจเป็นโจทย์ และให้นักศึกษาแสวงหาความรู้เพื่อพัฒนาตนเอง แก้ไขปัญหา การสืบค้นข้อมูลผ่านการเรียนรู้ด้วยตนเอง

และประยุกต์ใช้เครื่องมือทางการตลาด ไปวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดและสามารถวางแผนงานทางด้านการตลาดรวมถึงการลงมือปฏิบัติงานทางการตลาดที่เหมาะสมได้

กิจกรรมการเรียนการสอนที่ส่งเสริมความเป็นผู้ใฝ่รู้ตลอดชีวิต มีดังนี้

1. การสอนบรรยายให้ชั้นเรียน การมอบหมายงาน และมีการทดสอบความสามารถโดยการสอบกลางภาคและปลายภาค ซึ่งวิธีการเหล่านี้มีกลยุทธ์เพื่อให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ตามปกติที่กำหนดไว้ซึ่งทุกรายวิชาทางการตลาดจะมีการจัดกิจกรรมในลักษณะนี้
2. มีการทบทวนบทเรียนท้ายชั่วโมงและก่อนสอบทั้งกลางภาคและปลายภาคเพื่อสรุปประเด็นหลักที่สำคัญในแต่ละเรื่องแต่ละบทและให้ผู้เรียนได้มองเห็นหัวใจของเนื้อหาและเห็นจุดย่อยที่ต้องศึกษาเพิ่มเติม
3. มีการจัดฝึก Focus Group การวิเคราะห์ร่วมกันเพื่อให้ผู้เรียนได้ใช้ความรู้นำมาแก้ปัญหาของบทเรียนที่มอบหมายได้
4. มีการนำเสนอหน้าชั้นเรียนเพื่อฝึกฝนในการสื่อสารและสภาวะความเป็นผู้นำกล้าพูดกล้าเสนอให้สาธารณชนในห้องได้ทราบ
5. มอบหมายงานทำเป็นกลุ่มเพื่อฝึกทักษะของการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม
6. มีงานวิจัยหรือโครงการในระหว่างการเรียนการสอนเพื่อเพิ่มทักษะในการใช้เครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์วิชาทางเศรษฐมิติมาใช้และบูรณาการในเนื้อหาและสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้

เนื่องด้วยหลักสูตรได้มีการผลักดัน ให้นักศึกษาทำกิจการเสริมหลักสูตรจากหน่วยงานภายนอกต่างๆ ในแต่ละรายวิชาจะให้นักศึกษาทุกคนไปเข้าร่วมอบรมต่างๆ ที่สอดคล้องกับรายวิชาและ CLO ของรายวิชา โดยหลังจากอบรมแล้ว หากนักศึกษาต้องการแข่งขันต่อสามารถทำได้ตามความต้องการ ทั้งนี้เพื่อให้นักศึกษาเห็นภาพที่ใหญ่ขึ้น ถึงสภาพทางเศรษฐกิจ หรือประเด็นต่างๆทางการตลาดที่เปลี่ยนไปรวดเร็ว รวมไปถึงการมีทักษะความเป็นผู้ประกอบการ ที่สอดคล้องกับนโยบายของทางคณะฯและมหาวิทยาลัย โดยข้อมูลต่างๆ จะแจ้งในช่องทางเฟสบุคของสาขา โดยมีตัวอย่างกิจกรรมที่ให้นักศึกษาเข้าร่วมดังนี้



ทั้งนี้หลังจากอบรมแล้ว นิสิตที่มีความสนใจในกิจกรรมต่างๆ ได้เข้าร่วมดำเนินการแข่งขันต่อ เช่นรายการ Startup Thailand League R2M และ Entrepreneurial Ecosystem Development โดยมีได้มีการ บังคับ แต่นิสิตที่มรความสนใจจะเป็นผู้เลือกเอง ซึ่งผลที่ได้คือมีนิสิตไม่ต่ำกว่า 20 คน ต่อปี ที่ได้เข้าร่วม การแข่งขันต่างๆ



ผลการประเมินตนเอง

AUN-QA Criterion 3 – Checklist	ระดับ
	2564
3.1 The educational philosophy is shown to be articulated and communicated to all stakeholders. It is also shown to be reflected in the teaching and learning activities.	4
3.2 The teaching and learning activities are shown to allow students to participate responsibly in the learning process.	4
3.3 The teaching and learning activities are shown to involve active learning by the students.	4
3.4 The teaching and learning activities are shown to promote learning, learning how to learn, and instilling in students a commitment for life-long learning (e.g., commitment to critical inquiry, information-processing skills, and a willingness to experiment with new ideas and practices).	4
3.5 The teaching and learning activities are shown to inculcate in students, new ideas, creative thought, innovation, and an entrepreneurial mindset.	4
3.6 The teaching and learning processes are shown to be continuously improved to ensure their relevance to the needs of industry and are aligned to the expected learning outcomes.	4
ความคิดเห็นโดยรวม (Overall opinion)	4

AUN - QA criterion 4 Student Assessment

Sub Criterion 4

1. A variety of assessment methods are shown to be used and are shown to be constructively aligned to achieving the expected learning outcomes and the teaching and learning objectives.
2. The assessment and assessment-appeal policies are shown to be explicit, communicated to students, and applied consistently.
3. The assessment standards and procedures for student progression and degree completion, are shown to be explicit, communicated to students, and applied consistently.
4. The assessments methods are shown to include rubrics, marking schemes, timelines, and regulations, and these are shown to ensure validity, reliability, and fairness in assessment.
5. The assessment methods are shown to measure the achievement of the expected learning outcomes of the programme and its courses.
6. Feedback of student assessment is shown to be provided in a timely manner.
7. The student assessment and its processes are shown to be continuously reviewed and improved to ensure their relevance to the needs of industry and alignment to the expected learning outcomes.

ผลการดำเนินงาน

ให้เขียนบรรยายกระบวนการและผลการดำเนินงานตามเกณฑ์ ข้อ 4.1 4.2 4.3 4.4 4.5 4.6 และ 4.7 โดยใช้ Diagnostic Questions และ Sources of Evidence เพื่อเป็นแนวทางประกอบการเขียน

4.1 A variety of assessment methods are shown to be used and are shown to be constructively aligned to achieving the expected learning outcomes and the teaching and learning objectives. & 4.5 The assessment methods are shown to measure the achievement of the expected learning outcomes of the programme and its courses. & 4.7 The student assessment and its processes are shown to be continuously reviewed and improved to ensure their relevance to the needs of industry and alignment to the expected learning outcomes.

หลักสูตรได้มีระบบการทบทวนและกำกับดูแลคุณภาพ มาตรฐานในการเรียนการสอนอย่างเป็นระบบ โดยยึดตาม มคอ.2 วัตถุประสงค์หลักสูตร ELOs มคอ.3 และ มคอ.5 อย่างเคร่งครัด โดยในทุกปีการศึกษา จะรวบรวมข้อมูลทั้งหมด ประชุมหารือร่วมกันเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาแต่ละรายวิชา หรือความร่วมมือข้ามรายวิชา หรือภาคเอกชน เพื่อผลิตบัณฑิตให้ตรงกับความต้องการของตลาดมากที่สุด โดยหลักสูตรจะดูไปถึง CLOs วิธีการประเมิน วิธีการสอน ผลลัพธ์และแนวทางการพัฒนา ตามตารางต่อไป

รายวิชา	CLOs	Assessment Tools	ปัญหา/ข้อสังเกตที่พบปีก่อน	ผลประเมิน การสอน	Solution	ผลลัพธ์จากการแก้ไข / แนวโน้ม
128120 หลักการ ตลาด 3(3-0-6)	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตสามารถอธิบายลักษณะและกระบวนการ หน้าที่ทางการตลาดได้ - นิสิตสามารถวิเคราะห์และออกแบบแผนการตลาดเบื้องต้นได้ - นิสิตสามารถนำองค์ความรู้ไปปรับเป็นแผนการตลาดได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - แบบฝึกหัด - ข้อสอบ - รายงานกลุ่ม 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตขาดพื้นฐานเกี่ยวกับองค์ความรู้ทางการตลาด - นิสิตยังปรับตัวเข้ากับการเรียนในระดับมหาวิทยาลัยไม่ได้ 	4.00	<ul style="list-style-type: none"> - เน้นการพูดคุยและยกตัวอย่างสินค้าในชีวิตประจำวัน - เน้นถาม-ตอบ 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตสามารถอธิบายลักษณะและกระบวนการทางการตลาดได้ชัดเจนขึ้น - นิสิตสามารถปรับเอากลยุทธ์ทางการตลาดได้จัดทำเป็นแผนการตลาดเบื้องต้นได้
128121 จริยธรรม ธุรกิจและธรรมาภิบาลสำหรับการตลาด 3(3-0-6)	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตสามารถอธิบายการบริหารจัดการองค์กรธุรกิจที่มีคุณธรรม จริยธรรม ได้ - สามารถอธิบายคุณลักษณะและองค์ประกอบขององค์กรธุรกิจที่มีจริยธรรมได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ข้อสอบ - การนำเสนอ - รายงาน 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตพบว่าเป็นเรื่องไกลตัว ไม่เข้าใจระบบธุรกิจ 	4.30	<ul style="list-style-type: none"> - เพิ่มเนื้อหารายวิชา อธิบายถึงฟังก์ชันการทำงานขององค์กร และองค์ประกอบของธุรกิจในภาพรวม เพื่อให้เห็นภาพมากขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตมีความสนใจมากขึ้น เข้าใจได้ว่าทำไมไม่มีคุณธรรม จริยธรรม ไม่ได้มีผลกระทบต่อบุคคลภายนอกเท่านั้น ยังส่งผลกระทบต่อภายในองค์กรด้วย ตามห่วงโซ่อุปทาน
128221 พฤติกรรมผู้บริโภค 3(2-2-5)	<ul style="list-style-type: none"> - สามารถวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อ - สามารถวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ - สามารถอธิบายถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อ(Buying Process)และCustomer Journey ของลูกค้าได้ - สามารถวิเคราะห์ Customer Persona ได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - แบบฝึกหัด - ข้อสอบ - กิจกรรมในชั้นเรียน - รายงานกลุ่ม 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับศาสตร์ที่เกี่ยวข้องน้อย เช่น ทฤษฎีกระบวนการทางจิตวิทยาภายในผู้บริโภค - นิสิตยังมีความกล้าแสดงออกน้อย 	4.00	<ul style="list-style-type: none"> - ให้นักการศึกษาเพิ่มเติมในทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เป็นกิจกรรมในชั้นเรียน เช่น ทฤษฎีการเรียนรู้แล้วมีกิจกรรมการนำเสนอในชั้นเรียน 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตมีความรู้ในศาสตร์เกี่ยวข้องสัมพันธ์ดีขึ้นส่งผลให้มีความเข้าใจในกระบวนการที่เกี่ยวข้องและปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่อความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้าได้
128222 การตัดสินใจทางการตลาด3(2-2-5)	<ul style="list-style-type: none"> - สามารถใช้เครื่องมือในการคำนวณหามูลค่าตลาด - สามารถวิเคราะห์แก้ไขปัญหาแบบ Multi-criteria decision analysis ได้ - สามารถ วิเคราะห์ความชอบความเอนเอียงที่จะชอบของกลุ่มลูกค้าได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - แบบฝึกหัด - ข้อสอบ - การนำเสนอ - งานกลุ่ม 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตที่ไม่มีพื้นฐานการคำนวณทำความเข้าใจเนื้อหาได้ยาก - นิสิตไม่มีคอมพิวเตอร์หรือโน้ตบุค ทำให้ไม่สามารถใช้โปรแกรม SPSS ในการคำนวณได้ - นิสิตไม่เข้าใจว่าคำนวณแล้วเอาไปใช้ยังไง 	4.00	<ul style="list-style-type: none"> - บูพื้นฐานการคำนวณที่จำเป็นในสองสัปดาห์แรก - ออกแบบการคำนวณใน excel ในรูปแบบสำเร็จรูปให้นิสิตนำไปใช้ได้เลย - วางแผนจะปรับปรุงคำอธิบายรายวิชาเพิ่ม 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตที่พื้นฐานการคำนวณไม่ดีขึ้นสามารถใช้เครื่องมือในการหาผลลัพธ์ เพื่อนำไปวิเคราะห์ และประยุกต์ใช้ในชั้นเรียน กิจกรรมนอกหลักสูตรต่างๆ เช่น Startup Thailand League, R2M หรือในรายวิชาอื่นได้

รายวิชา	CLOs	Assessment Tools	ปัญหา/ข้อสังเกตที่พบปีก่อน	ผลประเมิน การสอน	Solution	ผลลัพธ์จากการแก้ไข / แนวโน้ม
					เนื้อหาเกี่ยวกับความสำคัญของรายวิชา	
128321 การบริหารผลิตภัณฑ์และราคา 3(2-2-5)	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตมีความเข้าใจและสามารถอธิบายแนวคิดการบริหารกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์การตั้งราคาที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานทางการตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ - นิสิตมีความเข้าใจเข้าใจและสามารถอธิบายกระบวนการในการจัดการผลิตภัณฑ์ รวมถึงปัจจัยสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และราคา - นิสิตสามารถเลือกแผนการบริหารผลิตภัณฑ์และราคา นโยบายและกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ รวมถึงการจัดการส่วนประสมผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ 	<ul style="list-style-type: none"> - แบบฝึกหัด - ข้อสอบ - กิจกรรมในชั้นเรียน - รายงานกลุ่ม 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตมีความรู้พื้นฐานทางการคำนวณในด้านบัญชีต้นทุนค่อนข้างน้อย 	4.00	<ul style="list-style-type: none"> - เพิ่มเวลาจำนวนคาบในการบรรยาย ทำความเข้าใจในเนื้อหาพื้นฐานทางการคำนวณในด้านบัญชี 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตมีความเข้าใจในพื้นฐานทางการคำนวณด้านบัญชีมากขึ้น และสามารถนำมาคำนวณราคาที่เหมาะสมได้
128322 การบริหารช่องทางทางการตลาด 3(2-2-5)	<ul style="list-style-type: none"> - สามารถอธิบายรูปแบบของช่องทางการตลาดได้ - สามารถประเมินประสิทธิภาพของช่องทางการตลาดแต่ละรูปแบบได้ - สามารถพยากรณ์และวิเคราะห์สินค้าคลังได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - แบบฝึกหัดท้ายบท - ข้อสอบ - รายงานกลุ่ม 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตขาดทักษะการวิเคราะห์และการสังเกต - นิสิตขาดองค์ความรู้ด้านภาษาอังกฤษทางธุรกิจ - นิสิตขาดความเข้าใจในกระบวนการพยากรณ์ 	4.00	<ul style="list-style-type: none"> - ปรับรูปแบบการสอนเน้นการอภิปรายกรณีศึกษา - มีการแปลคำศัพท์ภาษาอังกฤษเป็นภาษาไทยให้นิสิตเข้าใจ - เน้นการสอนคำนวณแบบไม่เร็วเพื่อให้นิสิตตามทัน 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตสามารถอภิปรายเกี่ยวกับกรณีศึกษาได้ชัดเจนขึ้น - นิสิตเข้าใจในศัพท์ภาษาอังกฤษที่สำคัญ - นิสิตสามารถเข้าในกระบวนการคำนวณที่ถูกต้อง รวดเร็ว
128323 การบริหารการส่งเสริมการตลาด 3(2-2-5)	<ul style="list-style-type: none"> -สามารถเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสื่อ 	<ul style="list-style-type: none"> -ข้อสอบ รายงานกลุ่ม 	<ul style="list-style-type: none"> -นิสิตไม่สามารถกำหนดกิจกรรมหรือเลือกเครื่องมือทางการตลาดที่ไปในทิศทางเดียวกันได้ 	4.00	<ul style="list-style-type: none"> -ปูพื้นฐานความสำคัญของการเลือกเครื่องมือที่ไปในทิศทางเดียวกัน รวมไปถึงยกตัวอย่างกรณีศึกษาของ 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตสามารถกำหนดกิจกรรมหรือเลือกเครื่องมือทางการตลาดที่ไปในทิศทางเดียวกันได้

รายวิชา	CLOs	Assessment Tools	ปัญหา/ข้อสังเกตที่พบปีก่อน	ผลประเมินการสอน	Solution	ผลลัพธ์จากการแก้ไข / แนวโน้ม
	<ul style="list-style-type: none"> -สามารถเขียนแผนการสื่อสารทางการตลาดได้ -สามารถวิเคราะห์ กำหนดกลุ่มเป้าหมาย กำหนดกลยุทธ์ และงบประมาณในการบริหารแคมเปญการสื่อสารทางการตลาดได้ -สามารถวิเคราะห์สภาพเศรษฐกิจ และสภาพแวดล้อมทางการตลาดได้ -สามารถประเมินผลและควบคุมโปรแกรมการสื่อสารทางการตลาดได้ 		<ul style="list-style-type: none"> -นิสิตขาดความเข้าใจในการกำหนดงบประมาณ และประเมินผลโปรแกรมการสื่อสารทางการตลาด 		<ul style="list-style-type: none"> ผลการตอบรับของผู้บริโภคต่อการออกแบบเครื่องมือดังกล่าว - เน้นการใช้กรณีศึกษาการกำหนดงบประมาณและประเมินผลโปรแกรมการสื่อสารทางการตลาด 	<ul style="list-style-type: none"> -นิสิตมีความเข้าใจในการกำหนดงบประมาณ และการประเมินผลโปรแกรมการสื่อสารทางการตลาดมากขึ้น
128324 การตลาดดิจิทัล 3(2-2-5)	<ul style="list-style-type: none"> - สามารถอธิบายกระบวนการทางการตลาดดิจิทัลได้ - สามารถออกแบบเนื้อหาการตลาดดิจิทัลได้ - สามารถใช้เครื่องมือโฆษณาบนแพลตฟอร์มดิจิทัลต่างๆได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - นำเสนอ - สอบข้อเขียน - แบบฝึกหัด - สอบปฏิบัติรายคน 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตขาดคอมพิวเตอร์ที่สามารถติดต่อภาพได้ - นิสิตยังไม่สามารถใช้งานได้เนื่องจากต้องใช้คอมพิวเตอร์ - นิสิตต้องมีบัตรเอทีเอ็มที่มีสัญลักษณ์วีซ่า/มาสเตอร์การ์ด เพื่อใช้ในการยิงโฆษณา - ศัพท์เทคนิค เป็นภาษาอังกฤษเยอะ 	4.3	<ul style="list-style-type: none"> - ให้ใช้คอมพิวเตอร์สาขาที่จัดหา - การยิงโฆษณาปรับแก้ให้ทำเป็นกลุ่ม โดยในกลุ่มต้องมีนิสิตที่มีบัตรเอทีเอ็มที่มีสัญลักษณ์วีซ่า/มาสเตอร์การ์ด 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตมีความเข้าใจมากยิ่งขึ้น อย่งเห็นได้ชัด ว่ากระบวนการทำงานของเครื่องมือการตลาดดิจิทัล โดยเฉพาะเครื่องมือโฆษณาเป็นอย่างไร
128325 การตลาดบริการ 3(2-2-5)	<ul style="list-style-type: none"> - สามารถอธิบายลักษณะและกระบวนการของการตลาดบริการได้ - สามารถออกแบบกระบวนการให้บริการโดยใช้ Service blueprint และ Customer persona ได้ - นิสิตสามารถออกแบบกลยุทธ์การบริการได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - กรณีศึกษาประจำบท - ข้อสอบ - รายงานกลุ่ม 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตขาดความสามารถในการแสดงออกและการทำงานเป็นทีม - นิสิตขาดความสามารถในการสื่อสารถึงรายละเอียดของรายงานกลุ่ม 	4.00	<ul style="list-style-type: none"> - เน้นการสอนแบบ Active learning - ให้นิสิตลงมือทำงานจริงมากกว่าการบรรยายเนื้อหา - เน้นการให้คำปรึกษากับนิสิต โดยเฉลี่ยสัปดาห์ละ 5-6 ชั่วโมง 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตกล้าที่จะแสดงความคิดเห็นและการสื่อสารกับเพื่อนร่วมชั้นเรียน - นิสิตเข้าใจในเนื้อหาที่ได้ทำงานอย่างแท้จริง และได้ฝึกฝนการค้นหาข้อมูลจากแหล่งที่น่าเชื่อถือ

รายวิชา	CLOs	Assessment Tools	ปัญหา/ข้อสังเกตที่พบปีก่อน	ผลประเมิน การสอน	Solution	ผลลัพธ์จากการแก้ไข / แนวโน้ม
128330 กลยุทธ์ทางการตลาด 3(2-2-5)	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตเข้าใจและสามารถอธิบายกระบวนการออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดได้ - นิสิตสามารถวิเคราะห์สถานการณ์และกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับธุรกิจได้ - นิสิตมีทักษะการทำงานเป็นทีมและมีภาวะผู้นำ 	<ul style="list-style-type: none"> - กรณีศึกษาประจำท - ข้อสอบ - รายงานกลุ่ม 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตขาดทักษะด้านภาษาอังกฤษเนื่องจากมีคำศัพท์ที่เป็นภาษาอังกฤษจำนวนมาก - นิสิตขาดการสังเคราะห์และวิเคราะห์ข้อมูล 	4.00	<ul style="list-style-type: none"> - เน้นการถาม-ตอบและอภิปรายในชั้นเรียน - ยกตัวอย่างกรณีศึกษาให้นิสิตมองเห็นภาพ - แปลงภาษาอังกฤษและทดสอบความรู้เกี่ยวกับภาษาอังกฤษกับนิสิตเพื่อกระตุ้นให้นิสิตเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตสามารถอภิปรายได้ชัดเจนมากขึ้น - นิสิตสามารถวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมได้ดีขึ้น
128421 ระเบียบวิธีวิจัย 3(2-2-5)	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตเข้าใจความสำคัญ และกระบวนการวิจัยทางการตลาด - นิสิตสามารถเขียนโครงร่างงานวิจัยได้ - นิสิตสามารถทำการวิจัยและเขียนรายงานการวิจัยได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ข้อสอบ - รายงานวิจัย - โครงร่างงานวิจัย 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตขาดทักษะการออกแบบเครื่องมือทางการวิจัย - นิสิตต้องฝึกทักษะการวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยที่ถูกต้อง 	4.00	<ul style="list-style-type: none"> - เน้นการยกตัวอย่างงานวิจัยว่าหัวข้อวิจัยลักษณะไหนควรใช้เครื่องมืออย่างไร - ให้นิสิตฝึกทำการวิเคราะห์ข้อมูลในการทำงานกลุ่ม 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตสามารถเลือกเครื่องมือวิจัยที่เหมาะสมในการเขียนโครงร่างงานวิจัยได้ - นิสิตสามารถทำการวิจัย วิเคราะห์ และเขียนรายงานการวิจัยได้
128423 การจัดการการตลาด 3(2-2-5)	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตสามารถวิเคราะห์และประเมินโอกาสทางธุรกิจได้ - นิสิตสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับกรณีศึกษาจริงได้ - นิสิตมีความสามารถในการสื่อสารไปยังนักลงทุนได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - กรณีศึกษาจริง - รายงานแผนการตลาด 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตขาดการสังเคราะห์และวิเคราะห์ข้อมูล - นิสิตขาดความรู้เชิงลึกเกี่ยวกับสถานการณ์และกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อปรับใช้กับการจัดทำแผนการตลาด 	4.00	<ul style="list-style-type: none"> - เน้นลงมือปฏิบัติจริงกับผู้ประกอบการ - เน้นการให้คำปรึกษาแบบเจาะลึก 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตเข้าใจและสามารถออกแบบกลยุทธ์และแผนการตลาดได้ - นิสิตมีความสามารถในการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวได้ดีขึ้น
128424 สัมมนา 1(0-3-2)	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตสามารถออกแบบกระบวนการสัมมนาได้ - นิสิตมีความสามารถในการกำหนดหัวข้อหลักและรายละเอียดการสัมมนาที่ทันสมัยได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - กรณีศึกษา - การลงมือปฏิบัติ 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตขาดกระบวนการคิดอย่างมีแบบแผน - นิสิตยังไม่เข้าใจในรายละเอียดเชิงลึกในประเด็นการสัมมนา 	4.00	<ul style="list-style-type: none"> - เน้นการลงมือทำและการร่วมประชุมหารือ - ให้อิสระแก่นิสิตในการกำหนดประเด็นและแนวทางการการสัมมนา 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตสามารถออกแบบงานสัมมนาทางออนไลน์ได้อย่างดีเยี่ยม - นิสิตมีความสามารถในการทำงานเป็นทีม

รายวิชา	CLOs	Assessment Tools	ปัญหา/ข้อสังเกตที่พบปีก่อน	ผลประเมิน การสอน	Solution	ผลลัพธ์จากการแก้ไข / แนวโน้ม
	- นิสิตมีความสามารถในการทำงานเป็นทีม					
128311 การบริหารการขาย 3(2-2-5)	- นิสิตมีความเข้าใจและสามารถอธิบายกระบวนการการบริหารการขายได้ - นิสิตมีความเข้าใจสามารถใช้ศิลปะในการขาย เทคนิคการขายของพนักงานขายจิตบริการ - นิสิตสามารถวางแผนการขายสินค้า และประยุกต์ใช้การบริหารงานที่เหมาะสมได้	- แบบฝึกหัด - ข้อสอบ - กิจกรรมในชั้นเรียน - รายงานกลุ่ม	- การเรียนในเชิงปฏิบัติ มีข้อจำกัดในเรื่องเงินหรือต้นทุนสินค้าที่นิสิตจะนำมาขาย - นิสิตมีความกล้าแสดงออก หรือการมีปฏิสัมพันธ์กับคนไม่คุ้นเคยค่อนข้างน้อย	4.00	- ใช้รูปแบบการจำลองสถานการณ์ในการทดสอบการนำเสนอขายของนิสิต - ใช้ช่องทางในการขายรูปแบบออนไลน์ในการนำเสนอผลงานการนำเสนอขายของกลุ่ม	- นิสิตมีความกล้าแสดงออก และสามารถนำเสนอขายสินค้าโดยใช้เทคนิคในการขายและศิลปะในการขายได้
128326 การบริหารตราสินค้า 3(2-2-5)	-นิสิตสามารถเขียนแผนการสื่อสารตราสินค้าได้ -นิสิตสามารถออกแบบตราสินค้าวิเคราะห์ กำหนดกลุ่มเป้าหมายกำหนดกลยุทธ์ทางตราสินค้าในการบริหารแคมเปญการสื่อสารตราสินค้าได้ -นิสิตสามารถประเมินผลและควบคุมโปรแกรมการสื่อสารตราสินค้าได้	-ข้อสอบ -รายงานกลุ่ม	-นิสิตขาดความเข้าใจในการออกแบบแผนการสื่อสารแบรนด์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย -นิสิตไม่สามารถแปล และอธิบายคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารตราสินค้าได้	4.00	-ปูพื้นฐานความสำคัญของการออกแบบการสื่อสารตราสินค้าให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายโดยเน้นการยกตัวอย่างกรณีศึกษา - อธิบายความหมายของคำศัพท์ และให้นิสิตเขียนส่งในรายงานกลุ่ม	-นิสิตสามารถออกแบบตราสินค้ากลยุทธ์ทางตราสินค้าในการบริหารแคมเปญการสื่อสารตราสินค้าให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายได้ -นิสิตมีความเข้าใจคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารตราสินค้ามากขึ้น
128327 การบริหารการค้าปลีก 3(2-2-5)	3. นิสิตสามารถเข้าใจแนวคิดของการค้าปลีกในแต่ละสมัย 4. นิสิตสามารถออกแบบร้านค้าปลีกโดยใช้ Business Model Canvas ได้	6. กรณีศึกษา 7. แบบฝึกหัดท้ายบท 8. แบบจำลองรูปแบบธุรกิจ 9. การรายงานความคืบหน้า 10. นำเสนอแบบจำลองธุรกิจ	4. นิสิตขาดการมีส่วนร่วมในการคิดแบบจำลองธุรกิจ 5. นิสิตขาดประสบการณ์จริงกับการประกอบธุรกิจค้าปลีก 6. นิสิตไม่สามารถเชื่อมโยงองค์ประกอบของธุรกิจได้	4	4. เน้นการมีส่วนร่วมในห้องเรียนโดยใช้กรณีศึกษาและนำแบบฝึกหัดท้ายบทมาอภิปรายร่วมกัน 5. ให้นิสิตรายงานความคืบหน้าแบบจำลองธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ 6. ให้นิสิตร่วมกิจกรรมส่งเสริมร้านค้าปลีกในพื้นที่ชุมชนจริง	3. นิสิตมีส่วนร่วมและแสดงความคิดเห็นในการออกแบบแบบจำลองธุรกิจของตัวเองได้เป็นอย่างดี 4. นิสิตมีความสามารถออกแบบจำลองธุรกิจได้อย่างเหมาะสม

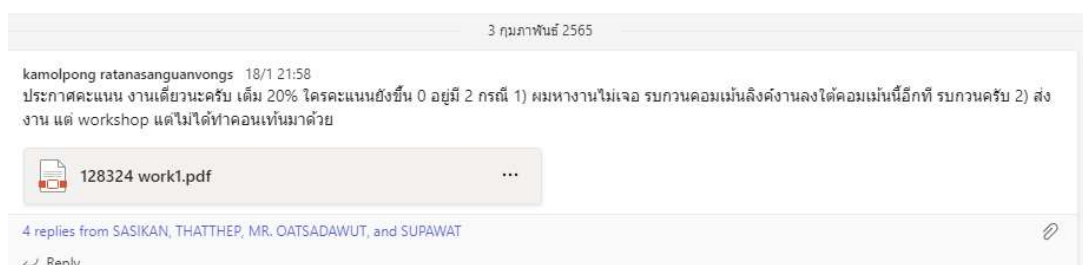
รายวิชา	CLOs	Assessment Tools	ปัญหา/ข้อสังเกตที่พบปีก่อน	ผลประเมิน การสอน	Solution	ผลลัพธ์จากการแก้ไข / แนวโน้ม
128328 การตลาด การเกษตร 3(2-2-5)	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตเข้าใจลักษณะการตลาดการเกษตร ได้ และออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาด การเกษตรได้ - นิสิตสามารถวิเคราะห์สถานการณ์และ กำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับธุรกิจ การเกษตรได้ นิสิตมีทักษะการทำงานเป็นทีมและมีภาวะ ผู้นำ	<ul style="list-style-type: none"> - กรณีศึกษาประจำ ท - ข้อสอบ - งานวิจัย 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตขาดความเข้าใจถึงหลักการ ของตลาดการเกษตร ซึ่งเป็น หน่วยเศรษฐกิจหลักของ ประเทศ - นิสิตขาดการสังเคราะห์และวิเคราะห์ ข้อมูลในหน่วยเศรษฐกิจภาค การเกษตรที่ดี - - นิสิตขาดความรู้ทางการใช้ สถิติวิเคราะห์ในการทำการวิจัยทาง การตลาด - นิสิตไม่มีความรู้เกี่ยวกับสถาบัน หลักในตลาดการเกษตร ที่เป็น กลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจภาค การเกษตรของประเทศ 	4.00	<ul style="list-style-type: none"> - เน้นการถาม-ตอบ และอภิปรายในชั้นเรียน - ยกตัวอย่างกรณีศึกษาให้ นิสิตเข้าใจในภาพรวม ของตลาดการเกษตร 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตสามารถอภิปรายได้ชัดเจนม ากขึ้น - นิสิตสามารถวิเคราะห์และกำหนดค ฎกลยุทธ์ที่เหมาะสมได้ดีขึ้น - นิสิตสามารถทำรายงานวิจัย และ วิเคราะห์ตลาดการเกษตรได้ดี
128329 ผู้ประกอบ การและการพัฒนา ธุรกิจ 3(2-2-5)	<ol style="list-style-type: none"> 4. นิสิตสามารถวิเคราะห์ความเป็น ผู้ประกอบการของตนเองได้ 5. นิสิตสามารถมีวิสัยทัศน์ของการเป็น ผู้ประกอบการ 6. นิสิตออกแบบจำลองธุรกิจ (LEAN) สำหรับผู้ประกอบการได้ 	<ol style="list-style-type: none"> 6. กรณีศึกษา 7. แบบฝึกหัดท้าย บท 8. แบบจำลอง รูปแบบธุรกิจ 9. การรายงาน ความคืบหน้า 10. นำเสนอ แบบจำลอง ธุรกิจ 	<ol style="list-style-type: none"> 4. นิสิตขาดการมีส่วนร่วมในการ คิดแบบจำลองธุรกิจ 5. นิสิตขาดประสบการณ์จริงกับ การประกอบธุรกิจ 6. มีความยุ่งยากเมื่อมีการ ทำงานเป็นทีม 	4	<ol style="list-style-type: none"> 3. เน้นการมีส่วนร่วมใน ห้องเรียนโดยใช้ กรณีศึกษาและนำ แบบฝึกหัดท้ายบทมา อภิปรายร่วมกัน 4. ให้นิสิตรายงานความ คืบหน้าแบบจำลอง ธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ ให้นิสิตมีส่วนร่วมในการ นำเสนอแบบจำลองธุรกิจ อย่างทั่วถึง 	<ol style="list-style-type: none"> 4. นิสิตมีความสามารถวิเคราะห์ ความเป็นผู้ประกอบการของ ตนเองได้อย่างเหมาะสม 5. นิสิตมีวิสัยทัศน์ของการเป็น ผู้ประกอบการธุรกิจได้เป็น อย่างดี 6. นิสิตมีความสามารถใช้ แบบจำลองธุรกิจออกแบบ ธุรกิจของตนเองได้อย่าง เหมาะสม
128422 การบริหาร ลูกค้าสัมพันธ์	<ol style="list-style-type: none"> 3. นิสิตสามารถออกแบบกระบวนการ การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าได้ 	<ol style="list-style-type: none"> 4. กรณีศึกษา 	<ol style="list-style-type: none"> 3. นิสิตไม่กล้าแบ่งปันความ คิดเห็นในชั้นเรียน 	4	<ol style="list-style-type: none"> 3. มอบหมายให้นิสิต เตรียมกรณีศึกษาแล้ว 	<ol style="list-style-type: none"> 3. นิสิตมีความสามารถใน วิเคราะห์กรณีศึกษาและนำมา

รายวิชา	CLOs	Assessment Tools	ปัญหา/ข้อสังเกตที่พบปีก่อน	ผลประเมินการสอน	Solution	ผลลัพธ์จากการแก้ไข / แนวโน้ม
และการตลาดสัมพันธ์ภาพ 3(2-2-5)	4. นิสิตสามารถนำเสนอการสร้างสรรค์ประสบการณ์การตลาดให้กับลูกค้าได้	5. แบบฝึกหัดท้ายบท 6. รายงาน	4. นิสิตขาดทักษะการนำเสนอ		นำมาแบ่งปันกับเพื่อนในชั้นเรียน 4. นำเสนอแนวความคิดที่ออกแบบกระบวนการสร้างความสัมพันธ์และการสร้างประสบการณ์การตลาดให้กับลูกค้าของตนเองได้	แบ่งปันในชั้นเรียนได้เป็นอย่างดี 4. นิสิตมีความสามารถในการออกแบบกระบวนการสร้างความสัมพันธ์และการสร้างประสบการณ์การตลาดให้กับลูกค้าของตนเองได้อย่างเหมาะสม
128425 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และการบรรจุภัณฑ์ 3(2-2-5)	- นิสิตสามารถออกแบบบรรจุภัณฑ์และโลโก้ที่สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ฟังก์ชันการทำงานและวัตถุประสงค์ทางการตลาดได้ - นิสิตสามารถออกแบบ prototype ผลิตภัณฑ์ใหม่ ตามความต้องการของตลาดและข้อมูลจากการวิเคราะห์ทางการตลาดได้	1. แบบฝึกหัด 2. ชิ้นงาน prototype 3. การนำเสนอ 4. รายงาน	1. นิสิตบางคนไม่มีคอมพิวเตอร์ 2. ไม่มีซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ที่สามารถใช้ได้ทุกฟังก์ชันเมนูการทำงาน	4.00	1. ผู้สอนได้หาเว็บที่สามารถใช้โปรแกรมที่เหมือน photoshop ได้ทุกประการ และฟรี 2. จัดหาคอมพิวเตอร์และห้องคอมพิวเตอร์ มีการลงเวลาใช้งานเพื่อให้ทุกคนเข้าถึงได้	1. นิสิตสามารถใช้โปรแกรมออนไลน์ฟรีเป็น 2. สามารถพัฒนาชิ้นงานตามที่ต้องการได้
128426 การตลาดอิงการกุศล 3(2-2-5)	- นิสิตเข้าใจลักษณะกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถประยุกต์ใช้ร่วมกับกิจกรรมทางการกุศล - นิสิตสามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาดอิงการกุศลที่เหมาะสมได้ - นิสิตมีทักษะการทำงานเป็นทีมและมีภาวะผู้นำ	- กรณีศึกษาประจำบท - ข้อสอบ - งานวิจัย	- นิสิตขาดไม่มีความรู้และขาดการให้ความสำคัญเกี่ยวกับองค์การการกุศลระดับประเทศและระดับโลก - นิสิตขาดการสังเคราะห์และวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการตลาดอิงการกุศล	4.00	- เน้นการถาม-ตอบและอภิปรายในชั้นเรียน - ยกตัวอย่างกรณีศึกษาให้นิสิตเข้าใจในภาพรวมของกลยุทธ์ทางการตลาดที่ต้องประยุกต์ใช้กับการกุศล	- นิสิตสามารถอภิปรายได้ชัดเจนมากขึ้น - นิสิตสามารถวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมได้ดีขึ้น - นิสิตสามารถทำรายงานวิจัย และวิเคราะห์พฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการตลาดอิงการกุศลได้

รายวิชา	CLOs	Assessment Tools	ปัญหา/ข้อสังเกตที่พบปีก่อน	ผลประเมินการสอน	Solution	ผลลัพธ์จากการแก้ไข / แนวโน้ม
			- นิสิตขาดความรู้ทางการใช้สถิติวิเคราะห์ในการทำการวิจัยทางการตลาด			

4.2 The assessment and assessment-appeal policies are shown to be explicit, communicated to students, and applied consistently.

หลักสูตรได้ชี้แจงนิสิตถึงวิธีการประเมิน เกณฑ์การประเมินในการปฐมนิเทศส์ปดาร์แรกของแต่ ละรายวิชา และในแต่ละกิจกรรมในการเรียนจะแจ้งนิสิตอีกครั้งว่ามีการให้คะแนนอย่างไร โดยเมื่อนิสิต สอบปลายภาคแล้ว หรือประกาศคะแนนในแต่ละกิจกรรมของรายวิชาแล้ว อาจารย์จะแจ้งคะแนนให้ ทราบแล้วให้นิสิตที่มีความสงสัย สามารถสอบถามถึงคะแนนตัวเองได้ ให้โอกาสนิสิตได้แก้ไข



4.3 The assessment standards and procedures for student progression and degree completion, are shown to be explicit, communicated to students, and applied consistently.

หลักสูตรใช้เกณฑ์การตัดเกรดด้วยคะแนนรวมทั้งหมด ไม่ใช้การตัดเกรดแบบอิงเกณฑ์ เพื่อคงไว้ซึ่งมาตรฐานและเพื่อให้นิสิตได้ ELO ตามที่ได้ออกแบบไว้ในหลักสูตร

4.4 The assessments methods are shown to include rubrics, marking schemes, timelines, and regulations, and these are shown to ensure validity, reliability, and fairness in assessment.

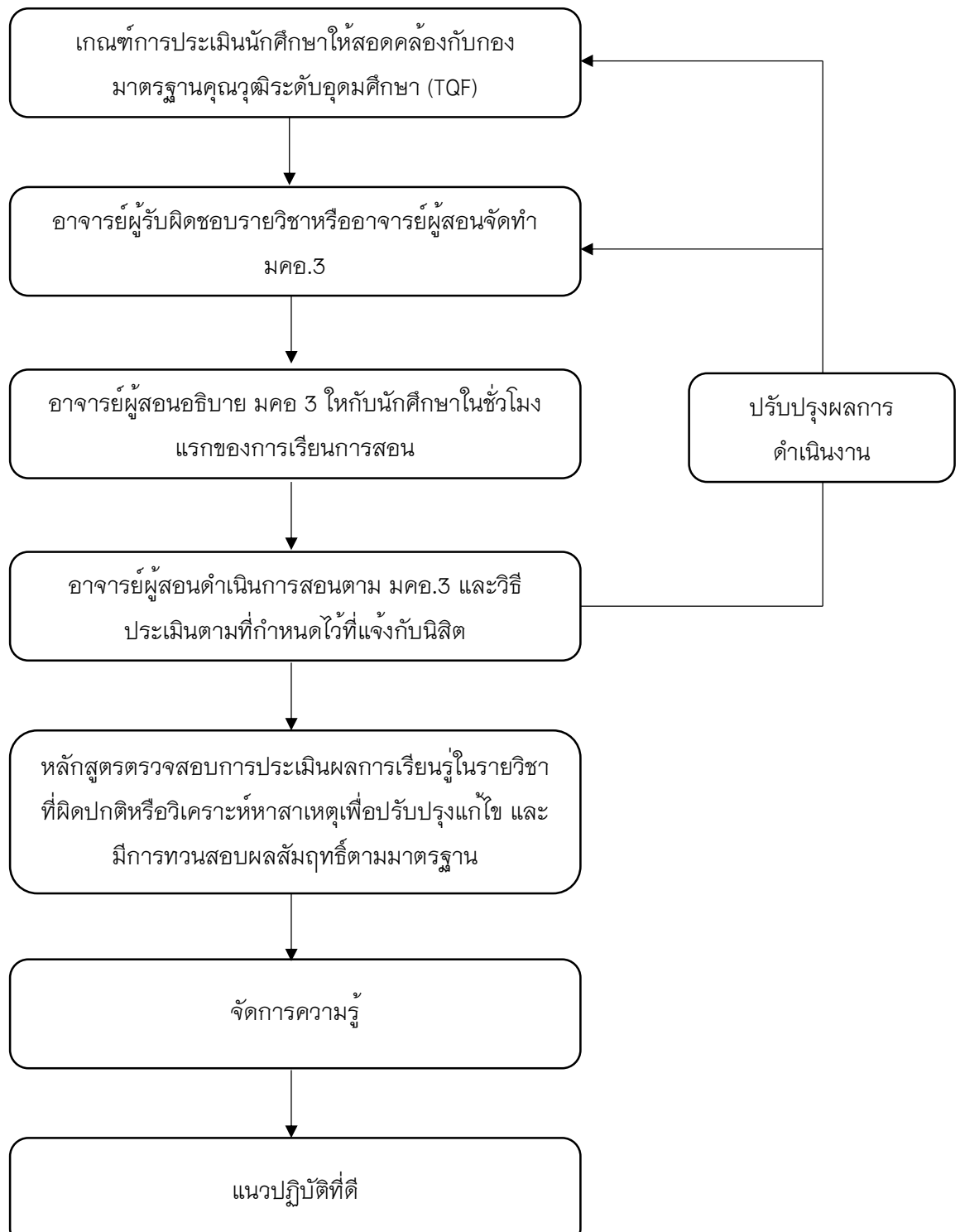
เกณฑ์การประเมินในหลายวิชาใช้การประมวลแบบ comprehensive ใช้หลายองค์ประกอบ ประมวลพร้อมกัน เช่นรายวิชาที่ให้นิสิตเขียนแผนการตลาด หรือผลิตชิ้นงาน จะเป็นการให้คะแนนแบบองค์รวม แต่ถ้าเป็นรายวิชาที่ประเมินจากรายงานหรือการนำเสนอจะสามารถกำหนด rubrics ในการประเมินได้

4.6 Feedback of student assessment is shown to be provided in a timely manner.

หลังจากที่อาจารย์ได้แจ้งคะแนนในแต่ละกิจกรรมแล้วหรือแจ้งคะแนนสอบลงระบบ REG แล้ว จะเปิดโอกาสให้นักสิตได้ตรวจสอบความถูกต้อง จำนวนงานที่ส่ง คะแนนที่ได้ หากมีข้อสงสัยนิสิตสามารถ ติดต่อมายังอาจารย์ผู้สอนได้

การประเมินผู้เรียนมีความสอดคล้องกับผลสัมฤทธิ์ของผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง

1. ระบบการประเมินผู้เรียน



2. ระบบและกลไกการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของผู้เรียน
ระบบการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของผู้เรียน



5.2 หลกสูตรพึงใช้วิธีการประเมินที่หลากหลายและสอดคล้องกับผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง และควรวัดผลสัมฤทธิ์ของผลการเรียนรู้ที่คาดหวังทั้งหลักสูตรและรายวิชา

หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด มีวิธีการประเมินที่หลากหลายในแต่ละระดับชั้นของรายวิชา โดยรายวิชาที่เป็นพื้นฐานและอยู่ในระดับความจำ ความเข้าใจ ประเมินด้วยวิธีการสอบแบบอัตนัยหรือปรนัยเท่านั้น แต่ในรายวิชาที่อยู่ในขั้นการนำความรู้ไปใช้ การวิเคราะห์ การประเมินค่า และการสร้างสรรค์ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นวิชาในชั้นปีที่ 3-4 บางส่วนจะถูกประเมินด้วยผลของการฝึกปฏิบัติ ไม่ว่าจะ

จะเป็นรายงาน ชิ้นงาน งานวิจัย หรืองานสร้างสรรค์ โดยรายละเอียดการประเมินและสัดส่วนคะแนนการประเมินจะถูกระบุอยู่ใน มคอ. 3 ของแต่ละรายวิชา

5.3 การประเมินผู้เรียน มีการกำหนดกรอบเวลา วิธีการ กฎ ระเบียบ การกระจายค่าน้ำหนัก หัวข้อ การประเมิน และการให้เกรด ไว้อย่างชัดเจนและสื่อสารให้ผู้เรียนทราบ

หลักสูตรมีการประเมินนิสิตในด้านต่างๆทั้งช่วงเวลา วิธีการ ข้อบังคับ มีสัดส่วนการประเมิน เกณฑ์ และเกรด ซึ่งมีความชัดเจนและแจ้งให้นักศึกษาทราบล่วงหน้า มีการประเมินที่มีมาตรฐาน มีความชัดเจน และเชื่อมโยงกันทั้งหลักสูตร สอดคล้องในทุกรายวิชาตลอดการเรียนของนิสิตทั้งสี่ชั้นปี เพื่อพัฒนา และเสริมสร้างการเรียนรู้ตามที่กำหนดไว้ในหัวข้อการพัฒนาการเรียนรู้อยู่แต่ละด้านของหลักสูตร ในการประเมินรายวิชาทุกรายวิชามีความแตกต่างกันไปตามผลการเรียนรู้ที่คาดหวังและวิธีการเรียนการสอน ซึ่งมีการกำหนดไว้ใน มคอ. และ Course syllabus โดยแต่ละรายวิชาจะมีวิธีการประเมินได้แก่ การประเมิน จิตพิสัย การประเมินจากรายงาน การสอบกลางภาค การประสอบปลายภาค ผลงานวิจัย การศึกษาคุณ งาน การนำเสนอผลงาน การจิตอาสา รวมถึงการสังเกตของผู้สอนซึ่งแต่ละรายวิชาจะกำหนดหรือแจ้งให้ผู้เรียนได้ทราบในวันแรกของการเปิดเรียน และขั้นตอนสุดท้ายคือการตัดเกรด ซึ่งมีการตัด 2 ประเภท คือการตัดอิงกลุ่ม หรือการตัดอิงเกณฑ์ โดยค่า A = 4.00, B+ = 3.50, B = 3.00, C+=2.50, C=2.00, D+=1.50 และ D=1.00 นอกจากนี้ยังมีเกรดที่เป็น non-credit ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกฎเกณฑ์ระเบียบที่ มหาวิทยาลัยกำหนดและจะกำหนดไว้ในคู่มือนิสิตในแต่ละปี

นอกจากนี้ หลักสูตรยังมีวิธีการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ในแต่ละด้านซึ่งกำหนดไว้ใน มคอ 2 หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล ข้อ 2 การพัฒนาผลการเรียนรู้แต่ละด้าน ในข้อย่อย 3 แต่ละด้าน ดังนี้

ด้าน	วิธีการวัดและประเมินผลการเรียนรู้
1.ด้านคุณธรรมจริยธรรม	1.ประเมินพฤติกรรมสอบที่เป็นไปอย่างสุจริต 2.ประเมินจากพฤติกรรมของนิสิต เช่น การเข้าเรียน การแต่งกาย
2. ด้านความรู้	1.การสอบย่อย 2.การสอบกลางภาคและปลายภาคเรียน 3.ประเมินจากรายงานและโครงงานของนิสิต 4.ประเมินจากกิจกรรมของรายวิชาในชั้นเรียน
3. ด้านทักษะทางปัญญา	1.ประเมินผลการวิเคราะห์และการดำเนินงานของนิสิต 2.ประเมินโดยการสอบข้อเขียนด้วยโจทย์แบบทดสอบหรือสัมภาษณ์ 3. ประเมินจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน สังเกตการอภิปราย แสดงความคิดเห็น ตอบคำถาม
4.ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ	1. ประเมินจากผลงานที่ได้รับมอบหมายของกลุ่ม และผลงานของผู้เรียนในกลุ่ม

ด้าน	วิธีการวัดและประเมินผลการเรียนรู้
	2. ประเมินความรับผิดชอบในการเรียนและงานที่มอบหมาย ทั้งรายบุคคลและรายกลุ่มด้วยการสังเกตพฤติกรรมในการเรียนและพฤติกรรมในการร่วมงานหรือกิจกรรม 3. ผลการประเมินสถานที่ฝึกงาน
5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	1. นิสิตสามารถแก้ไขปัญหาทางคณิตศาสตร์และสถิติได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม 2. การนำโปรแกรมสำเร็จรูปมาประยุกต์ใช้ 3. การนำเสนอและแปรผลที่ได้รับความถูกต้อง
6. คุณทริยภาพ	1. สังเกตการรับรู้และเข้าใจด้านสุนทรียภาพ 2. ประเมินจากการเข้าร่วมกิจกรรม
7. ทักษะการส่งเสริมสุขภาพและการพัฒนาบุคลิกภาพ	1. ประเมินจากพฤติกรรมจากการเข้าร่วมกิจกรรม

5.4 การประเมินผู้เรียน ประกอบด้วย ช่วงเวลา วิธีการ ข้อบังคับ สัดส่วนการประเมิน เกณฑ์ และเกรด พึ่งมีความชัดเจนและแจ้งให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทราบ

รายละเอียดการประเมินผู้เรียนจะถูกแจ้งให้นิสิตทราบในคาบเรียนแรก โดยอาจารย์ผู้สอนจะต้องอธิบาย ใบประมวลรายวิชา (Course Syllabus) ให้แก่นิสิต ตามที่ได้ระบุไว้ใน มคอ.2 และ มคอ. 3

5.5 การประเมินควรมีมาตรฐาน ชัดเจน และเชื่อมโยงกันทั้งหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด ใช้การตัดอิงเกณฑ์ โดยค่า A = 4.00, B+ = 3.50, B = 3.00, C+ = 2.50, C = 2.00, D+ = 1.50 และ D = 1.00 ในทุกรายวิชา โดยในช่วงก่อนส่งเกรด สาขาวิชาการตลาดจะมีการประชุมวิพากษ์เกรดทุกครั้ง เพื่อยืนยันมาตรฐานการประเมิน

5.6 มีการใช้กระบวนการหรือวิธีการต่าง ๆ เพื่อประกันว่าการประเมินผู้เรียนมีความเที่ยงตรง ความน่าเชื่อถือและเป็นธรรม

หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด มีการประชุมเพื่อวิพากษ์เกรดทุกครั้ง เพื่อความน่าเชื่อถือและเป็นธรรมแก่นิสิต

5.7 ความเที่ยงตรง และความน่าเชื่อถือของวิธีการประเมินควรมีการบันทึกไว้เป็นลายลักษณ์อักษร และประเมินผลวิธีการประเมินอย่างต่อเนื่อง การพัฒนาวิธีการประเมินแบบใหม่ขึ้น และได้นำไปทดลองใช้

หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด มีการประชุมเพื่อวิพากษ์เกรดทุกครั้ง เพื่อความน่าเชื่อถือ และมีการประชุมทั้งเป็นทางการและไม่เป็นทางการในแต่ละช่วงของภาคการศึกษา เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลเรื่องการวัดผลที่เหมาะสมในแต่ละรายวิชา รวสมไปถึงรูปแบบการประเมิน โดยในบางวิชาที่มีแผนการสอนแบบบูรณาการ หรือเป็นวิชาที่ผลลัพธ์คืองานสร้างสรรค์เช่นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

ได้มีการวางแผนร่วมกันประเมินโดยใช้อาจารย์มากกว่า 1 ท่าน ตามความถนัดของอาจารย์ และเชิญผู้ประกอบการภายนอกจากภาคเอกชนมาร่วมประเมินด้วย

5.8 ผู้เรียนเข้าถึงกระบวนการร้องทุกข์อย่างเหมาะสม

นิสิตสามารถยื่นคำร้องทั่วไป UP.1 เพื่อเข้าสู่กระบวนการการร้องทุกข์ได้อย่างอิสระ หากคิดว่าผลการประเมินนั้นไม่เป็นธรรม โดยยื่นได้ที่สำนักงานคณะฯ

ผลการประเมินตนเอง

AUN-QA Criterion 4 – Checklist	ระดับ
	2564
4.1 A variety of assessment methods are shown to be used and are shown to be constructively aligned to achieving the expected learning outcomes and the teaching and learning objectives.	4
4.2 The assessment and assessment-appeal policies are shown to be explicit, communicated to students, and applied consistently.	4
4.3 The assessment standards and procedures for student progression and degree completion, are shown to be explicit, communicated to students, and applied consistently.	4
4.4 The assessments methods are shown to include rubrics, marking schemes, timelines, and regulations, and these are shown to ensure validity, reliability, and fairness in assessment.	4
4.5 The assessment methods are shown to measure the achievement of the expected learning outcomes of the programme and its courses.	4
4.6 Feedback of student assessment is shown to be provided in a timely manner.	4
4.7 The student assessment and its processes are shown to be continuously reviewed and improved to ensure their relevance to the needs of industry and alignment to the expected learning outcomes.	4
ความคิดเห็นโดยรวม (Overall opinion)	4

AUN - QA criterion 5 Academic Staff**Sub Criterion 5**

1. The programme to show that academic staff planning (including succession, promotion, re-deployment, termination, and retirement plans) is carried out to ensure that the quality and quantity of the academic staff fulfil the needs for education, research, and service.
2. The programme to show that staff workload is measured and monitored to improve the quality of education, research, and service.
3. The programme to show that the competences of the academic staff are determined, evaluated, and communicated.
4. The programme to show that the duties allocated to the academic staff are appropriate to qualifications, experience, and aptitude.
5. The programme to show that promotion of the academic staff is based on a merit system which accounts for teaching, research, and service.
6. The programme to show that the rights and privileges, benefits, roles and relationships, and accountability of the academic staff, taking into account professional ethics and their academic freedom, are well defined and understood.
7. The programme to show that the training and developmental needs of the academic staff are systematically identified, and that appropriate training and development activities are implemented to fulfil the identified needs.
8. The programme to show that performance management including reward and recognition is implemented to assess academic staff teaching and research quality.

ผลการดำเนินงาน

ทางคณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ได้มีการวางแผนอัตรากำลังล่วงหน้า 10 ปี เพื่อให้ทางหลักสูตรได้ดำเนินการอย่างเหมาะสม และไม่เกิดผลกระทบต่อหลักสูตร



แผนอัตรากำลัง | จำนวนบุคลากรสายวิชาการที่จะเกษียณอายุราชการในปีงบประมาณ 2568 – 2577

หลักสูตร	ปีงบประมาณ										รวม
	2568	2569	2570	2571	2572	2573	2574	2575	2576	2577	
สาขาวิชาการจัดการสื่อสาร	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
สาขาวิชาการสื่อสารสื่อใหม่	-	-	-	-	-	-	2	-	1	-	3
สาขาวิชาการบัญชี	-	1	-	-	-	-	1	-	-	-	2
สาขาวิชาการเงินและการลงทุน	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1
สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	2
สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1
สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1
คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์	1	1	2	-	-	-	3	-	1	4	12

ตารางข้อมูลอาจารย์ประจำหลักสูตร

ประเภท	ชาย	หญิง	รวม		จำนวนอาจารย์ที่มีวุฒิปริญญาเอกหรือคุณสมบัติเทียบเท่าปริญญาเอก
			จำนวน (ราย)	FTE	
1. ศาสตราจารย์					
2. รองศาสตราจารย์					
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์					
4. อาจารย์	5	1	6	6.63	2
5. อาจารย์ชาวต่างชาติ					
6. อาจารย์พิเศษ (Visiting professors/ lecturers)					
รวม					

จากตารางพบว่า ค่า FTE อยู่ในอัตราส่วนที่เหมาะสม คณาจารย์สามารถปฏิบัติงานตามพันธกิจทุกด้านของมหาวิทยาลัยได้ โดยที่ยังคงคุณภาพการเรียนการสอนได้อย่างดี

ตารางข้อมูลการพัฒนาทางวิชาชีพของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลำดับ	ชื่ออาจารย์ ผู้รับผิดชอบ หลักสูตร	รายละเอียดการพัฒนาทางวิชาชีพ การอบรม/ สัมมนา/ประชุมทางวิชาการ/ดูงานฯลฯ	ความสอดคล้อง		
			ELO	CLO	พันธกิจ
1.	นายกมลพงษ์ รัตนสงวนวงศ์	คอร์สออนไลน์ Content Marketing (Dots Academy) คอร์สออนไลน์ เทคนิคFacebook Ads เพิ่มยอดขายอย่างถาวร (the Biz)	✓	✓	✓
2.	นายบุรินทร์ บัตตะวงค์	อบรมโครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรการพัฒนา โจทย์การวิจัย "เขียนข้อเสนอโครงการอย่างไรให้ตรง ใจแหล่งทุน" หลักสูตร การใช้สมาร์ทโฟนเพื่อธุรกิจออนไลน์ (หอการค้าจังหวัดพะเยา)	✓	✓	✓
3.	นายคณิสต์ คณิสราพรพงศ์	อบรมโครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรการพัฒนา โจทย์การวิจัย "เขียนข้อเสนอโครงการอย่างไรให้ตรง ใจแหล่งทุน" แนวทางการกระตุ้นการลงทุนในพื้นที่ภายใต้ เศรษฐกิจไทยหลังสถานการณ์ covid 19 ผู้จัด สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม	✓	✓	✓
4.	นายชาญชัย พรมมิ	1. การอบรมออนไลน์ในระบบ CMU MOOC ใน หัวข้อ intro to influencer เส้นทางสู่การเป็นอิน ฟลูเอนเซอร์ โดยคณะกรรมการสื่อสารมวลชน และ วิทยาลัยการศึกษาตลอดชีวิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2. การอบรมออนไลน์ในระบบ CMU MOOC ใน หัวข้อ The art of storytelling in business communication: case study of Thai enterprises โดยคณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัย นวัตกรรมดิจิทัล ศูนย์บริการเทคโนโลยีสารสนเทศ และวิทยาลัยการศึกษาตลอดชีวิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 3. การอบรมออนไลน์ในระบบ CMU MOOC ใน หัวข้อ Design based thinking in Thailand โดย วิทยาลัยนานาชาตินวัตกรรมดิจิทัล ศูนย์บริการ	✓	✓	✓

ลำดับ	ชื่ออาจารย์ ผู้รับผิดชอบ หลักสูตร	รายละเอียดการพัฒนาทางวิชาชีพ การอบรม/ สัมมนา/ประชุมทางวิชาการ/ดูงานฯลฯ	ความสอดคล้อง		
			ELO	CLO	พันธกิจ
		เทคโนโลยีสารสนเทศ และวิทยาลัยการศึกษาดลอดชีวิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ วันที่ 6 มิถุนายน 2564 4. Short-course quick nano-MBA online ความรู้ธุรกิจพื้นฐานระยะสั้นออนไลน์ โดนคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 5. อบรมออนไลน์หลักสูตร innovation mindset โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย6. อบรมโครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรการพัฒนาโจทย์การวิจัย "เขียนข้อเสนอโครงการอย่างไรให้ตรงใจแหล่งทุน"			
5.	ดร. ธัญทิพย์ คฤหโยธิน	1.อบรมโครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรการพัฒนา โจทย์การ1. The Association for Consumer Research (ACR) 2020 Virtual Conference, 2. อบรมเชิงปฏิบัติการ การวิเคราะห์ผลตอบแทน ทางสังคม Social Return on Investment (SROI) รุ่นที่ 1 ณ ห้องประชุมคณะบริหารธุรกิจและนิเทศ ศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา 3. อบรมโครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรการ พัฒนาโจทย์การวิจัย “การเขียนข้อเสนอโครงการ อย่างไรให้ตรงใจแหล่งทุน” ณ Wintree City Resort Chiang Mai จังหวัดเชียงใหม่ 4. อบรม เชิงปฏิบัติการ “การวิเคราะห์ผลตอบแทน ทางสังคม Social Return on Investment (SROI)” รุ่นที่ 1 รอบที่ 2: Advance and Practice ณ Wintree City Resort Chiang Mai จังหวัด เชียงใหม่ 5. อบรม เชิงปฏิบัติการ “การวิเคราะห์ผลตอบแทน ทางสังคม Social Return on Investment (SROI)” รุ่นที่ 1 รอบที่ 3: Academic Writing ณ	✓	✓	✓

ลำดับ	ชื่ออาจารย์ ผู้รับผิดชอบ หลักสูตร	รายละเอียดการพัฒนาทางวิชาชีพ การอบรม/ สัมมนา/ประชุมทางวิชาการ/ดูงานฯลฯ	ความสอดคล้อง		
			ELO	CLO	พันธกิจ
		<p>Wintree City Resort Chiang Mai จังหวัดเชียงใหม่</p> <p>6. American Marketing Association (AMA)/American Collegiate Retailing Association (ACRA) 2021 Virtual Conference, (Academic paper presenter - accepted with proceeding to be published at the end of June 2021)</p> <p>7. Journal of Business Ethics Special Issue “Ethical Consumerism in Emerging Markets: Opportunities & Challenges” Paper Developmental Workshop, (Academic paper presenter)</p> <p>8. London College of Fashion - Fashion Business School Research Seminar, May 28, 2021 (Book chapter presenter)</p> <p>9. Sasin’s International Research Collaboration on Research Impact Assessment: Publishing Research with Impact Seminar, (Attendee)</p> <p>10. Better Marketing for a Better World (BMBW) special issue forum: Sustainability and Climate Concerns – a discussion with the authors of the special issue of the Journal of Marketing, (Attendee)</p>			
6.	ดร. กิตติศักดิ์ ศรีไพโรจน์	<p>1. RDM The Series เทคนิคการขอทุนกับสำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร (องค์การมหาชน) (สกว.) 18/06/2563</p> <p>2. RDM The Series เทคนิคการขอทุนกับสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) 25/06/2563</p> <p>3. RDM The Series เทคนิคการเขียนบทความวิจัยกลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 21/07/2563</p>	✓	✓	✓

ลำดับ	ชื่ออาจารย์ ผู้รับผิดชอบ หลักสูตร	รายละเอียดการพัฒนาทางวิชาชีพ การอบรม/ สัมมนา/ประชุมทางวิชาการ/ดูงานฯลฯ	ความสอดคล้อง		
			ELO	CLO	พันธ กิจ
		4. การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่องการเขียน บทความวิชาการและวิจัยเพื่อตีพิมพ์ในวารสาร ระดับนานาชาติ ครั้งที่ 10.1 ประจำปี 2564 5. โครงการมุ่งเป้าสู่การพัฒนาวิทยานิพนธ์บนเส้นทาง ความก้าวหน้าทางวิชาการที่สูงขึ้น EP2 6. โครงการมุ่งเป้าสู่การพัฒนาวิทยานิพนธ์บนเส้นทาง ความก้าวหน้าทางวิชาการที่สูงขึ้น EP3 2 7. อบรมเชิงปฏิบัติการ การวิเคราะห์ผลตอบแทน ทางสังคม Social Return on Investment (SROI) รุ่นที่ 1 ระหว่างวันที่ ณ ห้องประชุมคณะ บริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา 8. อบรมโครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรการ พัฒนาโจทย์การวิจัย “การเขียนข้อเสนอโครงการ อย่างไรให้ตรงใจแหล่งทุน” ณ Wintree City Resort Chiang Mai จังหวัดเชียงใหม่ 9. อบรม เชิงปฏิบัติการ “การวิเคราะห์ผลตอบแทน ทางสังคม Social Return on Investment (SROI)” รุ่นที่ 1 รอบที่ 2: Advance and Practice ระหว่างวันที่ ณ Wintree City Resort Chiang Mai จังหวัดเชียงใหม่			

โดยทางหลักสูตรได้มีการกำหนดแนวทางการใช้งบประมาณของคณะในการไปพัฒนาตนเองไว้
หลายประการ ได้แก่

1. ต้องเป็นสิ่งที่จำเป็นหรือสอดคล้องต่อวัตถุประสงค์ของหลักสูตร
2. ต้องสอดคล้องต่อ ELOs ของหลักสูตร หรือ CLOs ในรายวิชาที่รับผิดชอบ
3. เพื่อส่งเสริมหรือสนับสนุนกระบวนการเรียนการสอน หรือ การวิจัย การบริการวิชาการ ตามพันธ
กิจและวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัย

ทั้งนี้จะมีการประชุมหารือก่อนทำการอนุมัติงบประมาณไปพัฒนาทางวิชาชีพของอาจารย์แต่ละ
ท่าน เนื่องจาก หลักสูตรอยากให้อาจารย์ได้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยมีการวางแผนรวบรวมความต้องการ
ไปอบรมของอาจารย์แต่ละคนในแต่ละปี เพื่อให้ทุกคนเห็นภาพรวมไปในทิศทางเดียวกัน หากการอบรมใด

สามารถไปร่วมกันได้ หรือต้องใช้งบประมาณเกินกว่าที่คณะกำหนดไว้ อาจารย์ในสาขาท่านอื่นสามารถโอนงบประมาณของตนเองไปสนับสนุนอาจารย์ท่านที่ต้องการหรือจำเป็นต้องไปอบรมได้

ผลการประเมินตนเอง

AUN-QA Criterion 5 – Checklist	ระดับ
	2564
5.1 The programme to show that academic staff planning (including succession, promotion, re-deployment, termination, and retirement plans) is carried out to ensure that the quality and quantity of the academic staff fulfil the needs for education, research, and service.	4
5.2 The programme to show that staff workload is measured and monitored to improve the quality of education, research, and service.	4
5.3 The programme to show that the competences of the academic staff are determined, evaluated, and communicated.	4
5.4 The programme to show that the duties allocated to the academic staff are appropriate to qualifications, experience, and aptitude.	4
5.5 The programme to show that promotion of the academic staff is based on a merit system which accounts for teaching, research, and service.	4
5.6 The programme to show that the rights and privileges, benefits, roles and relationships, and accountability of the academic staff, taking into account professional ethics and their academic freedom, are well defined and understood.	4
5.7 The programme to show that the training and developmental needs of the academic staff are systematically identified, and that appropriate training and development activities are implemented to fulfil the identified needs.	4
5.8 The programme to show that performance management including reward and recognition is implemented to assess academic staff teaching and research quality.	4
ความคิดเห็นโดยรวม (Overall opinion)	4

AUN - QA criterion 6 Student Support Services

Sub Criterion 6

1. The student intake policy, admission criteria, and admission procedures to the programme are shown to be clearly defined, communicated, published, and up-to-date.
2. Both short-term and long-term planning of academic and non-academic support services are shown to be carried out to ensure sufficiency and quality of support services for teaching, research, and community service.
3. An adequate system is shown to exist for student progress, academic performance, and workload monitoring. Student progress, academic performance, and workload are shown to be systematically recorded and monitored. Feedback to students and corrective actions are made where necessary.
4. Co-curricular activities, student competition, and other student support services are shown to be available to improve learning experience and employability.
5. The competences of the support staff rendering student services are shown to be identified for recruitment and deployment. These competences are shown to be evaluated to ensure their continued relevance to stakeholders needs. Roles and relationships are shown to be well-defined to ensure smooth delivery of the services.
6. Student support services are shown to be subjected to evaluation, benchmarking, and enhancement.

ผลการดำเนินงาน

6.1 มีการวางแผนและดำเนินการตามแผนบริหารและพัฒนา ทรัพยากรบุคคลสายวิชาการ (เช่น แผนความก้าวหน้าทางสายงาน ยกย่องชมเชย การสับเปลี่ยนอัตรากำลัง การเลิกจ้าง และการเกษียณอายุงาน) เพื่อเติมเต็ม ความจำเป็นด้านการเรียนการสอน การวิจัย และการบริการวิชาการ

อาจารย์แต่ละท่านได้รับหนังสือสัญญาการว่าจ้างและระบุรายละเอียดการสิ้นสุดการจ้างและการเกษียณอายุงานจากมหาวิทยาลัยอีกทั้งคณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ได้ให้สาขาวิชาทำแผนพัฒนาบุคลากรฝ่ายวิชาการ แผนการขอตำแหน่งทางวิชาการ แผนการกลับเข้ามาปฏิบัติงานหลังการลาศึกษาต่อ และแผนการเกษียณอายุราชการ

6.2 มีการวัดสัดส่วนของผู้สอนต่อผู้เรียน และภาระงานของผู้สอน และกำกับติดตามเพื่อพัฒนาคุณภาพด้านการเรียนการสอน การวิจัย และการบริการวิชาการ

สาขาวิชาการตลาดมีการคำนึงถึงภาระงานสอนของอาจารย์ในสาขา โดยอิงตามเกณฑ์ภาระงานที่มหาวิทยาลัยกำหนด และมีการประชุมสาขาวิชา เพื่อกำหนดหมู่เรียน และจำนวนวิชาที่ต้องสอน เพื่อให้

จำนวนนิสิตที่ต้องสอนตลอดเทอมไม่มากหรือน้อยจนเกินไป โดยเฉพาะวิชาหลักการตลาด ซึ่งเป็นวิชาพื้นฐานวิชาชีพ และถูกนำไปบรรจุในหลายหลักสูตร รวมไปถึงวิชาในคณะอื่นๆ ที่ขอความอนุเคราะห์ อาจารย์ในสาขาวิชาการตลาดเป็นผู้สอน โดยการกำหนดจำนวนวิชาที่เรียนนั้น นอกจากจะยึดตามความถนัดของอาจารย์ จำนวนนิสิต แล้วยังคำนึงถึงจำนวนโครงการของสาขาวิชา ภาระงานด้านอื่นๆ ประกอบด้วย

6.3 กำหนดเกณฑ์การสรรหาและคัดเลือก รวมถึง จริยธรรมวิชาชีพ และเสรีภาพทางวิชาการ สำหรับ ตำแหน่งงาน การจ้างงาน ความก้าวหน้าทางสายงาน และเผยแพร่ให้ทราบโดยทั่วกัน

สาขาวิชาการตลาดมีระบบการสรรหาทรัพยากรบุคคล ดังนี้

1. สาขาวิชาดำเนินการจัดร่างประกาศโดยกำหนดรายละเอียดคุณสมบัติเฉพาะตำแหน่งอย่างชัดเจน รวมถึงเกณฑ์การคัดเลือกและอัตราค่าจ้างตามมาตราฐานที่มหาวิทยาลัยพะเยากำหนดและนำเข้าไปประชุมคณะกรรมการประจำคณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์และนำเสนอมหาวิทยาลัยเพื่อขอ กำหนดตำแหน่งอาจารย์

2. เมื่อได้รับการอนุมัติให้บรรจุอาจารย์ได้ สาขาวิชาดำเนินการจัดทำประกาศการรับสมัครอาจารย์และกองการเจ้าหน้าที่จะปิดประกาศรับสมัครต่อไป

3. ประชาสัมพันธ์การรับสมัครในช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ เช่น การประกาศและประชาสัมพันธ์ผ่าน website หรือ การปิดประกาศในที่ต่าง ๆ ตลาดแรงงาน เป็นต้น

4. กองการเจ้าหน้าที่จะแจ้งวันสอบคัดเลือก

5. กองการเจ้าหน้าที่จัดสอบคัดเลือกและเชิญคณบดี/ผู้แทนเข้าสัมภาษณ์ร่วมกับอธิการบดีรองอธิการบดี โดยมีผู้อำนวยการกองการเจ้าหน้าที่เป็นเลขานุการ โดยเกณฑ์ในการคัดเลือกอยู่บนฐาน

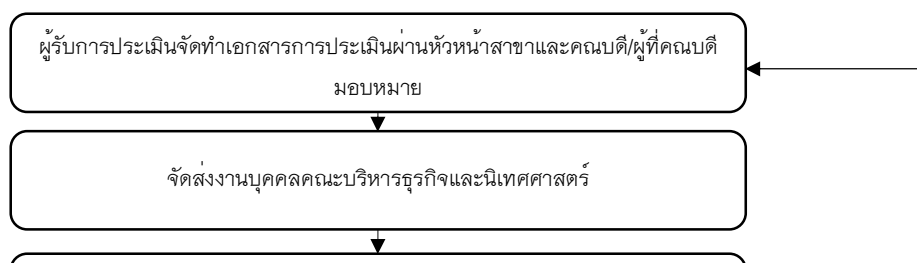
จริยธรรม และ เสรีภาพทางวิชาการ การวางแผนกำลังคน

6. กองการเจ้าหน้าที่ประกาศผลการคัดเลือก โดยประกาศผ่านช่องทางต่าง ๆ พร้อมกำหนดให้อาจารย์ใหม่มารายงานตัวตามวันที่กำหนด

7. เมื่อผู้สมัครผ่านการคัดเลือกแล้วจะต้องผ่านการตรวจสุขภาพร่างกายและสุขภาพจิตตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด กรณีที่ผลการตรวจสุขภาพผ่านถือว่าเป็นผู้ที่มีลักษณะครบตามที่กำหนดแต่ถ้าการตรวจสุขภาพไม่ผ่านถือว่าเป็นผู้ที่มีลักษณะต้องห้ามของการเป็นพนักงานของมหาวิทยาลัย ซึ่ง มหาวิทยาลัยจะดำเนินการทำหนังสือภายนอกแจ้งผู้สมัครทราบ หรืออาจจะผ่านช่องทางอื่น เช่น E-mail เป็นต้น

6.4 มีการระบุและประเมินผลสมรรถนะของบุคลากรสายวิชาการ

ระบบการประเมินสมรรถนะของอาจารย์



1. ระบบการประเมิน/แนวทางและหลักเกณฑ์การประเมินการปฏิบัติงานของอาจารย์ใหม่

ภายใน 5 ปี ที่ได้รับการบรรจุอาจารย์สาขาวิชาการตลาดจะต้องถูกประเมินผลจากการปฏิบัติงานปีละ 2 ครั้งตามเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนดโดยพิจารณาจากรอบการประเมิน โดยรอบที่ 1 ระหว่าง เดือนตุลาคม- มีนาคม และรอบที่ 2 เดือนเมษายน-กันยายน โดยแบบประเมินออกแบบทั้งที่เป็น Competence และ แบบ Performance โดยเป็นการหนดตาม Rating Scale ทั้งนี้ ผู้ประเมินจะต้องจัดทำเอกสารภาระงานตามแบบฟอร์มที่มหาวิทยาลัยกำหนด โดยมีหัวข้อ ดังนี้

1. งานวิชาการ (การจัดการเรียนการสอน)
2. งานพัฒนาวิชาการ ซึ่งจำแนกเป็นประเภทของผลงานทางวิชาการ เช่น เอกสารประกอบการสอน ตำรา เป็นต้น
3. งานวิจัย
4. งานบริการวิชาการ เช่นการไปเป็นวิทยากรรับเชิญบรรยาย เป็นกรรมการงานวารสารและอื่น ๆ เป็นต้น
5. ตำแหน่งบริหารงาน เช่น ประธานหลักสูตร หัวหน้าสาขาวิชา รองคณบดี คณะกรรมการต่าง ๆ เป็นต้น
6. งานสภาอาจารย์มหาวิทยาลัย
7. ผู้อำนวยการ/หัวหน้างานอื่น ๆ ที่สังกัดสำนักงานอธิการบดีหรือคณะ
8. สรุปรภาระงาน

2. การประเมินเพื่อพิจารณาความดีความชอบ

คณะจะพิจารณาความดีความชอบโดยการกำหนดเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของสายวิชาการ ประกอบด้วย

1) ปัจจัยที่จะประเมินผลการปฏิบัติงาน

1.1) งานสอน พิจารณาจากปริมาณงานสอน รวมถึงเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และคุณภาพการสอนได้แก่ ผลการประเมิน เช่น การเตรียมการสอน วิธีการสอน เอกสารและสื่อการสอน วิธีการประเมินและวัดผลข้อสอบ ความรู้ ความเข้าใจของผู้เรียน เป็นต้น รวมทั้งผลงานทางวิชาการที่สนับสนุนการเรียนการสอน เช่น การเขียนตำรา ผลสื่อประกอบการเรียนการสอน ตำราที่มีคุณค่า

1.2) งานวิจัย พิจารณาจากปริมาณงานวิจัย การอุทิศตนต่องานวิจัย ศักยภาพการทำงานวิจัย การเผยแพร่งานวิจัย งบประมาณงานวิจัย และคุณภาพของงานวิจัย

1.3) งานเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาของนิสิต โดยการให้คำปรึกษา หรือแนะนำนิสิตด้านวิชาการและด้านการบริการและพัฒนา นิสิตตลอดทั้งการเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาชมรมต่าง ๆ ซึ่งเป็นกิจกรรมเสริมหลักสูตรและเป็นที่ปรึกษาในกิจกรรมทางวิชาการ

1.4) งานบริการทางวิชาการ เป็นการให้คำปรึกษาแนะนำด้านวิชาการ หรือวิชาชีพ ในการวางระบบงานการวิจัย หน่วยงานธุรกิจ เอกชน หน่วยงานระหว่างประเทศหรือนิติบุคคล

1.5) ผลงานทางวิชาการด้านอื่น ๆ เป็นผลงานทางวิชาการที่ส่งเสริมความก้าวหน้าทางวิชาการหรือนำไปสู่การใช้ประโยชน์เพื่อการแก้ปัญหา เช่น การเขียนบทความทางวิชาการ การนำผลงานการวิจัยไปสู่สิ่งประดิษฐ์คิดค้นใหม่

1.6) อื่น ๆ ได้แก่ การเป็นกรรมการต่าง ๆ และงานอื่น ๆ

2) ขั้นตอนการดำเนินงานพิจารณาความดีความชอบ

2.1) คณะแจ้งกำหนดการประเมินเพื่อพิจารณาความดีความชอบในที่ประชุมคณะกรรมการประจำของคณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์

2.2) หัวหน้าสาขาวิชาแจ้งให้อาจารย์ในสาขาวิชาดำเนินการจัดทำเอกสาร

2.3) อาจารย์ในสาขาวิชาดำเนินการจัดทำเอกสารและนำส่งหัวหน้าสาขาวิชาตามปีการศึกษา

2.4) หัวหน้าสาขาวิชาดำเนินการจัดส่งเอกสารที่งานบุคคลของคณะ ไม่เกินวันที่ 5 สิงหาคมของปีงบประมาณนั้น ๆ

2.5) คณะดำเนินการจัดทำคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการพิจารณาความดีความชอบประกอบด้วย

1. คณบดี เป็นประธาน

2. รองคณบดี เป็นกรรมการ

3. หัวหน้าสาขาวิชา/ผู้ช่วยคณบดี เป็นกรรมการ

4. ผู้บริหาร/อาจารย์/พนักงานที่คณบดีเห็นชอบ เป็นกรรมการและเลขานุการ

- คณะกรรมการที่คณบดีแต่งตั้งจัดประชุมพิจารณาความดีความชอบ

- คณะจัดส่งผลให้มหาวิทยาลัยตามกำหนด

3) การเทียบคะแนนกับผลการประเมิน

ระดับผลการประเมิน	คะแนน	ผลการประเมิน (ชั่วโมงการปฏิบัติงาน)
ดีมาก	80.01-100.00	1,764 หรือมากกว่า
ดี	70.01-80.00	1,638-1,753
ปานกลาง	60.01-70.00	1,512-1,637
พอใช้	50.00-60.00	1,636-1,511
ปรับปรุง	ต่ำกว่า 50.00	1,260-1,385

4) เงื่อนไขในการพิจารณาขึ้นเงินเดือน

4.1) การพิจารณาเลื่อนเงินเดือน ขึ้นอยู่กับงบประมาณที่จะได้รับและจำนวนผู้ปฏิบัติงานที่มีสิทธิได้รับการพิจารณาเลื่อนเงินเดือนของปีงบประมาณนั้น ๆ

4.2) การพิจารณาเลื่อนเงินเดือนจะเรียงลำดับจากผู้ที่มิฉะนั้นมากที่สุดตามลำดับ

4.3) กรณีที่มีคะแนนการประเมินผลการปฏิบัติงานเท่ากันหลายคนและมีจำนวนชั่วโมงการปฏิบัติงานต่ำกว่า 1,260 ชั่วโมงให้คณะกรรมการประจำคณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์พิจารณา

4.4) ในบางปีงบประมาณ ถ้าดำเนินการพิจารณาตามขั้นตอนต่าง ๆ ไม่ทันเนื่องจากเหตุปัจจัยอื่น ๆ การพิจารณาอาจขึ้นอยู่กับกรณีขอยกของคณบดีจะพิจารณากำหนด

4.5) เกณฑ์ภาระงานของอาจารย์จะใช้เกณฑ์ภาระงานของมหาวิทยาลัยพะเยากำหนด

6.5 มีการระบุความต้องการอบรมเพื่อพัฒนาบุคลากรสายวิชาการ และจัดกิจกรรมอบรมและพัฒนาตามความต้องการนั้น

คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์มีการทำแบบสอบถามทุกสาขาวิชาถึงความต้องการการพัฒนาด้านวิชาการของบุคลากรแต่ละท่าน เพื่อรวบรวมแล้วจะเป็นตัวกลางในการจัดหาวิทยากร หรือการอบรมทั้งในและระหว่างคณะ โดยคณาจารย์สาขาวิชาการตลาดทุกคนได้ใช้เงินงบประมาณสนับสนุนของคณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์เพื่อการพัฒนาด้านวิชาการทุกปี

6.6 การบริหารผลการปฏิบัติงาน เช่น ให้งานวัล ยกย่องให้เกียรติเพื่อสร้างแรงจูงใจ และสนับสนุนการเรียนการสอน การวิจัย และการบริการวิชาการ

คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ได้ปฏิบัติใช้กฎ ระเบียบของทางมหาวิทยาลัยในการมอบรางวัลให้แก่คณาจารย์ที่สามารถตีพิมพ์ผลงานทางวิชาการได้ และเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักโดยใช้ช่องทางสังคมออนไลน์กลุ่ม นอกจากนี้ ในแผนการบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคลของสาขาวิชาการตลาดยังมีการกำหนดเรื่องความผูกพันของบุคลากร (Workforce Engagement) และการรักษาบุคลากรไว้ในข้อที่ 6 ในเรื่องของสวัสดิการและผลประโยชน์ คือ

สวัสดิการและผลประโยชน์

นอกจากอาจารย์สาขาวิชาการตลาดจะได้รับค่าตอบแทนเป็นเงินเดือนแล้ว มหาวิทยาลัยพะเยายังต้องจูงใจและธำรงรักษาให้อาจารย์การตลาดสามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็มความสามารถและเต็มใจ โดยการให้สวัสดิการ ผลประโยชน์และบริการอื่น ๆ ซึ่งส่งผลต่อ

1) ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยพะเยา/คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ ในสายตาของอาจารย์การตลาดเป็นไปในทางบวกซึ่งจะเป็นสายโซ่ที่จะผูกต่อแนวความคิดด้านอื่น ๆ ตามมาเช่น ความศรัทธาในมหาวิทยาลัยหรือคณะ

2) อาจารย์ที่ปฏิบัติงานมีขวัญและกำลังใจเพื่อได้รับรู้ว่ามหาวิทยาลัย/คณะวิทยาการการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ที่ตนเองสังกัดอยู่ไม่ทอดทิ้งและยังให้การพิทักษ์คุ้มครอง ซึ่งจะก่อให้เกิดผลในด้านความตั้งใจในการปฏิบัติงานของอาจารย์เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล

3). จูงใจให้บุคคลอื่นที่มีความรู้ความสามารถเข้ามาเป็นอาจารย์ทางการตลาดเพราะมองเห็นว่ามหาวิทยาลัยพะเยา/คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์มีความมั่นคงในการจัดสวัสดิการต่าง ๆ ให้แก่บุคลากรทุกคน

4) มหาวิทยาลัยพะเยา/คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ใช้สวัสดิการและผลประโยชน์เป็นเครื่องมือในการธำรงรักษาอาจารย์ให้ทำงานอยู่กับคณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์เป็นระยะเวลาที่ยาวนาน

ทั้งนี้ สวัสดิการที่มหาวิทยาลัยพะเยา/คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์จัดให้กับบุคลากรทุกคนรวมทั้งอาจารย์สาขาวิชาการตลาด เพื่อให้บุคลากรมีความสุขขั้นพื้นฐาน 8H ดังนี้

มีสุขภาพแข็งแรงทั้งกายและใจ (Happy Body)

1. การประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลกลุ่ม โดยคณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์มหาวิทยาลัยพะเยาจัดสรรงบประมาณหัวละ 300 บาท จัดสวัสดิการประกันภัยอุบัติเหตุบุคลากรกลุ่มให้กับอาจารย์สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์และสาขาอื่น ๆ ทั้งที่ปฏิบัติงานในปัจจุบันและลาศึกษาต่อโดยผลประโยชน์ความคุ้มครองวงเงินประกัน ดังนี้

ผลประโยชน์ความคุ้มครองวงเงินเอาประกัน	วงเงินเอาประกัน
1. การเสียชีวิต การสูญเสียอวัยวะ สายตา การรับฟังเสียง การพุทุดอกเสียง หรือทุพพลภาพถาวรจาก	
1.1 อุบัติเหตุ	100,000
1.2 จากการถูกฆาตกรรมหรือถูกทำร้าย	100,000
1.3 จากอุบัติเหตุที่ผู้ได้รับความคุ้มครอง ขับขี่หรือโดยสารรถจักรยานยนต์	100,000
2. ค่ารักษาพยาบาลต่ออุบัติเหตุแต่ละครั้ง	10,000
3. ค่าปลงศพหรือค่าใช้จ่ายในการจัดงานศพ (กรณีเสียชีวิตที่มีไขจากอุบัติเหตุ)	10,000

2. สวัสดิการการรักษาพยาบาล มหาวิทยาลัยพะเยากำหนดหลักเกณฑ์ในการเบิกจ่ายเงินสวัสดิการเกี่ยวกับการรักษาพยาบาลของพนักงานมหาวิทยาลัยพะเยา 2 กรณี คือ

2.1 สิทธิการเบิกจ่ายตามประกาศของมหาวิทยาลัยพะเยา

1) เงินสวัสดิการเกี่ยวกับการรักษาพยาบาลพนักงานมหาวิทยาลัยมีการกำหนดในประกาศมหาวิทยาลัยเรื่อง เงินสวัสดิการเกี่ยวกับการรักษาพยาบาล 2554 โดยให้ปฏิบัติตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยระเบียบสวัสดิการเกี่ยวกับค่ารักษาพยาบาล พ.ศ. 2523 โดยเป็นค่ารักษาพยาบาลสำหรับผู้เจ็บไข้ได้ป่วยด้วยโรคต่าง ๆ ทั่วไป รวมทั้งการรักษาโรคฟัน และการตรวจสุขภาพโดยทั่วไปให้กับพนักงานมหาวิทยาลัยพะเยา พนักงานราชการของมหาวิทยาลัยพะเยา ผู้มีความรู้ความสามารถพิเศษที่จ้างเป็นอาจารย์ และลูกจ้างชั่วคราวชาวต่างประเทศ ดังนั้นจากประกาศดังกล่าวทำให้อาจารย์สาขาวิชาการตลาดพึงได้สิทธิในประกาศดังกล่าวด้วย ทั้งนี้ยังครอบคลุมถึงบุคคลในครอบครัวของพนักงานมหาวิทยาลัย คือ

1.1) บิดา-มารดา โดยชอบด้วยกฎหมายของพนักงานมหาวิทยาลัย

1.2) คู่สมรสโดยชอบด้วยกฎหมายของพนักงานมหาวิทยาลัย

1.3) บุตรชอบด้วยกฎหมายของพนักงานมหาวิทยาลัย ซึ่งยังไม่บรรลุนิติภาวะหรือบรรลุนิติภาวะแล้วแต่คำสั่งศาลให้เป็นคนไร้ความสามารถซึ่งอยู่ในความอุปการะเลี้ยงดูของบิดาหรือมารดา ซึ่งเป็นผู้มีสิทธิได้รับเงินสวัสดิการเกี่ยวกับการรักษาพยาบาลแต่ทั้งนี้ไม่รวมบุตรบุญธรรม หรือบุตรซึ่งได้ยกให้เป็นบุตรบุญธรรม

2) กรณีบุคคลในครอบครัวขอยกเลิกสิทธิหรือสละสิทธิจากกองทุนประกันสังคมหรือสละสิทธิในสิทธิสวัสดิการการรักษาพยาบาลเดิม บุคคลนั้นยังได้สิทธิค่ารักษาพยาบาลจากกองทุนประกันสุขภาพถ้วนหน้าฯ ซึ่งเป็นสวัสดิการการรักษาพยาบาลที่ประชาชนไทยพึงได้รับ และกรณีให้คนในครอบครัวสละสิทธิหรือบุคคลในครอบครัวสละสิทธิสวัสดิการการรักษาพยาบาลเองก็จะไม่สามารถนำมาเบิกเงินสวัสดิการค่ารักษาพยาบาลกับทางมหาวิทยาลัยได้ เนื่องจากเป็นกรณีที่มีสิทธิเบิกเงินสวัสดิการรักษาพยาบาลจากแหล่งอื่นซึ่งต้องใช้สิทธินั้นก่อนแต่สละสิทธิ

2.2 สิทธิจากกองทุนประกันสังคม โดยพนักงานมหาวิทยาลัยต้องเป็นผู้ประกันตนในกองทุนประกันสังคมตามพระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ. 2533 โดยพนักงานและมหาวิทยาลัยจ่ายเข้าระบบประกันสังคมฝ่ายละ 5% สำหรับลูกจ้างชั่วคราวที่เบิกจ่ายจากเงินของคณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ทางคณะฯจะจ่ายเข้าระบบประกันสังคม 5% เช่นกัน แต่ไม่เกิน 750 บาท ทั้งนี้ผู้ประกันตนจะได้สิทธิประโยชน์และความคุ้มครอง 7 ประการ คือ

- 1) กรณีเจ็บป่วยหรือประสบภัยอันตรายอันมิใช่เนื่องจากการทำงาน
- 2) กรณีทุพพลภาพอันมิใช่เนื่องจากการทำงาน
- 3) กรณีการคลอดบุตรโดยต้องจ่ายเงินสมทบมาแล้วไม่น้อยกว่า 7 เดือนก่อนวันคลอด บุตรจะได้รับเงินค่าคลอดบุตรเหมาจ่าย 13,000 บาทต่อครั้งไม่จำกัดจำนวนครั้งและสิทธิรับเงินสงเคราะห์การหยุดงานเพื่อการคลอดบุตรในตราร้อยละ 50 ของค่าจ้างเฉลี่ยเป็นระยะเวลา 90 วัน ทั้งนี้ถ้าสามีภรรยาเป็นผู้ประกันตนทั้งคู่ให้ใช้สิทธิฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งต่อการคลอดบุตร 1 ครั้ง
- 4) กรณีเสียชีวิตอันมิใช่เนื่องจากการทำงาน ซึ่งจ่ายเงินสมทบมาแล้วไม่น้อยกว่า 1 เดือนภายในระยะเวลา 6 เดือนก่อนวันที่ถึงแก่ความตายผู้จัดการศพมีสิทธิได้รับค่าทำศพ 30,000 บาท แต่ถ้าได้ส่งเงินสมทบมาแล้ว 12 เดือนขึ้นไปให้จ่ายเงินสงเคราะห์เป็นจำนวน 50% ของค่าจ้างรายเดือนคูณด้วย 12
- 5) กรณีสงเคราะห์บุตรต้องเป็นบุตรชอบด้วยกฎหมายตั้งแต่แรกเกิดจนถึงอายุไม่เกิน 6 บริบูรณ์ ทั้งนี้ต้องจ่ายเงินสมทบมาแล้วไม่น้อยกว่า 12 เดือนภายในระยะเวลา 36 เดือนก่อนเดือนที่มีสิทธิได้รับประโยชน์ทดแทนจะมีสิทธิได้รับเงินสงเคราะห์บุตรเดือนละ 400 บาทต่อบุตร 1 คน คราวละไม่เกิน 3 คน
- 6) กรณีชราภาพ กรณีจ่ายเงินสมทบไม่น้อยกว่า 180 เดือนไม่ว่าระยะเวลา 180 วันจะติดต่อกันหรือไม่ก็ตามและมีอายุครบ 55 ปีบริบูรณ์และความเป็นผู้ประกันตนสิ้นสุดลง มีสิทธิรับบำนาญชราภาพรายเดือนตลอดชีพในอัตราร้อยละ 15 ของค่าจ้างเฉลี่ย 60 เดือนสุดท้าย หากจ่ายเงินสมทบเกิน 180 วัน ให้ปรับเพิ่มอัตรารายบำนาญชราภาพจากอัตราร้อยละ 15 เพิ่มอีกร้อยละ 1 ต่อระยะเวลาการจ่ายเงินสมทบทุก 12 เดือน
- 7) กรณีว่างงานไม่น้อยกว่า 6 เดือนภายในระยะเวลา 15 เดือนก่อนการว่างงาน (ถูกเลิกจ้างหรือลาออกหรือสิ้นสุดสัญญาจ้างตามกำหนดระยะเวลา) โดยไม่มีความผิดตามกฎหมาย กรณีการเลิกจ้างจะได้รับเงินทดแทนระหว่างการว่างงานปีละไม่เกิน 180 วันในอัตราร้อยละ 50 ของค่าจ้างเฉลี่ย หรือกรณีลาออกหรือสิ้นสุดสัญญาจ้างตามระยะเวลาที่กำหนดได้รับเงินทดแทนระหว่างการว่างงานปีละไม่เกิน 90 วัน ในอัตราร้อยละ 30 ของค่าจ้างเฉลี่ย

ทั้งนี้ระยะเวลาการยื่นคำขอรับประกันทดแทนภายใน 2 ปี

3. โครงการ มพ.เยี่ยมไข้และให้กำลังใจบุคลากร ดำเนินการโดยงานสวัสดิการ กองการเจ้าหน้าที่ มหาวิทยาลัยพะเยา โดยอัตรากำหนดการเบิกจ่ายค่ากระเช้าเยี่ยมบุคลากรที่เจ็บป่วยและเข้ารับการรักษาตัวในโรงพยาบาลคนละ 1,000 บาท

4. ศูนย์การแพทย์มหาวิทยาลัยพะเยา เปิดให้บริการบุคลากรของมหาวิทยาลัยพะเยาด้านการรักษาพยาบาลเมื่อบุคลากรเกิดปัญหาสุขภาพทั่วไปหรือเฉียบพลัน ปัญหาสุขภาพเรื้อรัง บริหารเบื้องต้นกรณีผู้ป่วยฉุกเฉิน อุบัติเหตุรุนแรงก่อนส่งต่อ ด้านส่งเสริมสุขภาพโดยการให้บริการตรวจสุขภาพแก่นิสิต

อาจารย์ บุคลากร และประชาชนทั่วไป ตลอดทั้งบริการให้ความรู้ด้านการส่งเสริมสุขภาพแก่นิสิต อาจารย์ บุคลากร และประชาชนทั่วไป ด้านการป้องกันโรค ดำเนินการฉีดวัคซีนป้องกันโรค เช่นบาดทะยัก ไข้หวัดใหญ่ ค้นหาเฝ้าระวังโรคร้ายแรง แรงงานต่างด้าว และสุดท้ายด้านการฟื้นฟูสุขภาพ ได้แก่ การวางแผน ไทยเพื่อฟื้นฟูสุขภาพและบำบัดรักษาโรค และส่งต่อเพื่อการรักษา นอกจากนี้ยังมีบริการรถฉุกเฉินเพื่อรับการรักษาที่โรงพยาบาลพะเยา

5. การตรวจสุขภาพบุคลากรมหาวิทยาลัยประจำปี มหาวิทยาลัยพะเยาจัดให้มีบริการตรวจสุขภาพประจำปี ปีละครั้ง จัดโดยคณะแพทยศาสตร์ ร่วมกับกองการเจ้าหน้าที่และโรงพยาบาลพะเยาโดยเป็นการตรวจตามเกณฑ์กระทรวงการคลังตามกลุ่มอายุต่ำกว่า 35 ปีและกลุ่มอายุ 35 ปีขึ้นไปสำรวจคัดกรองความเสี่ยงทั่วไปของบุคลากรมหาวิทยาลัยพะเยา เช่น ตรวจร่างกายทั่วไป ตรวจวัดความดันโลหิต วัดสวนสูง ชั่งน้ำหนัก คำนวณ BMI วัดรอบเอว การตรวจเลือด เอกซเรย์ทรวงอก ตรวจมะเร็งปากมดลูก และพบแพทย์ เป็นต้น

6. คลินิกแพทย์แผนไทยประยุกต์ ซึ่งเบิกค่ารักษาบำบัดได้ตามสิทธิ ดังนี้

การบำบัดรักษา	อัตราบริการ
1. คำนวณพร้อมประคบสมุนไพรเพื่อการบำบัดรักษาโรค	250
2. คำนวณพร้อมประคบสมุนไพรเพื่อการฟื้นฟูสมรรถภาพ อาทิ อัมพฤกษ์ อัมพาต	250
3. ค่าอบไอน้ำสมุนไพรเพื่อการบำบัดรักษา	100
4. คำนวณเพื่อการบำบัดรักษาโรค	200
5. คำนวณเพื่อการฟื้นฟูสมรรถภาพ อาทิ อัมพฤกษ์ อัมพาต	200
6. ค่าประคบสมุนไพรเพื่อการบำบัดรักษาโรค	100
7. การดูแลมารดาหลังคลอด	500
8. จ่ายยาสมุนไพร	

7. บริการด้านการออกกำลังกาย โดยคณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ได้จัดซื้อเครื่องออกกำลังกายจำนวน 4 เครื่องไว้บริการบุคลากรของคณะในขณะเดียวกันมหาวิทยาลัยพะเยาได้จัดสถานที่สำหรับออกกำลังกาย เช่นสนามกีฬาฟุตบอล สนามกีฬา สระว่ายน้ำ บาสเกตบอล เทนนิส แบดมินตัน ตรีกรี้อ เป็นต้น

มีน้ำใจเอื้ออาทรต่อกันและกัน (Happy Heart)

1. เครื่องราชอิสริยาภรณ์ โดยมหาวิทยาลัยพะเยาได้ร่างการขอพระราชทานเครื่องราชอิสริยาภรณ์ให้แก่ผู้ดำรงตำแหน่งต่าง ๆ ดังนี้

ลำดับที่	ตำแหน่ง	เริ่มต้นขอ	เลื่อนได้ถึง	หมายเหตุ
1	ประจำแผนกหรือตำแหน่งเทียบเท่า	บ.ม.	จ.ช.	ชั้นที่ 5 มงกุฎไทย บ.ม. เภยจมาภรณ์มงกุฎไทย ชั้นที่ 4 ข้างเผือก จ.ช. จัตุราภรณ์ข้างเผือก
2	หัวหน้าแผนกหรือตำแหน่งเทียบเท่า	จ.ช.	ต.ม.	ชั้นที่ 3 มงกุฎไทย ต.ม. ตริตาภรณ์มงกุฎไทย

3.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์หรือ อาจารย์	จ.ช.	ท.ม.	ชั้นที่ 2 มงกุฎไทย ท.ม. วิทยาลัยการณ้มงกุฎไทย
4.	ผู้ช่วยอธิการบดี รองคณบดี รองผู้อำนวยการศูนย์ รองผู้อำนวยการสถาบัน หัวหน้าภาควิชาหรือตำแหน่งเทียบเท่า	ต.ม.	ท.ม.	
ลำดับ ที่	ตำแหน่ง	เริ่มต้น ขอ	เลื่อนได้ ถึง	หมายเหตุ
5.	รองศาสตราจารย์	ต.ม.	ป.ม.	ชั้นที่ 1 มงกุฎไทย ป.ม. ประถมการณ์มงกุฎไทย
6.	รองอธิการบดี คณบดี ผู้อำนวยการสถาบัน ผู้อำนวยการศูนย์หรือตำแหน่งเทียบเท่า	ท.ม.	ท.ช.	ชั้นที่ 2 ช้างเผือก ท.ช. วิทยาลัยการณ้ช้างเผือก
7.	ศาสตราจารย์	ท.ม.	ป.ช.	ชั้นที่ 1 ช้างเผือก ป.ช. ประถมการณ์ช้างเผือก
8.	อธิการบดีหรือตำแหน่งเทียบเท่า	ท.ม.	ป.ม.	

2. สวัสดิการทั่วไป มหาวิทยาลัยพะเยามีประกาศเรื่องกำหนดอัตราการเบิกจ่ายเงินสวัสดิการ (9 กันยายน 2554) ดังนี้

รายการ	รายละเอียดไม่เกิน(บาท)
1.บุคลากรเจ็บป่วยเข้ารับรักษาในสถานพยาบาลเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 15 วันให้เบิกจ่ายเงินช่วยเหลือในวงเงิน	1,000
2.การสมรส	
2.1บุคลากรสมรสระหว่างพนักงานด้วยกันและจดทะเบียนสมรสตามกฎหมายให้จ่ายเงินขวัญถุง คู่ละ	5,000
2.2 บุคลากรสมรสกับบุคคลภายนอกและจดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมาย	1,000
3.บุคลากรมีบุตรให้จ่ายเงินแสดงความยินดี ไม่เกิน 3 คน	1,000
รายการ	รายละเอียดไม่เกิน(บาท)
4.เกษียณอายุการปฏิบัติงาน ให้จัดหาของที่ระลึก	2,000
5.บุคลากรถึงแก่กรรม ให้จัดหาพวงหรีดในนามมหาวิทยาลัย	1,000
6.เงินสมทบคู่สมรส บุตร บิดา มารดาไม่รวมบุตรบุญธรรมถึงแก่กรรมรายละเอียด	1,000
7.จัดพวงหรีดคู่สมรส บุตร บิดา มารดาไม่รวมบุตรบุญธรรมถึงแก่กรรมรายละเอียด	1,000
8.บุคลากรประสบอัคคีภัย ฆาตภัย อุทกภัยให้จ่ายเงินช่วยเหลือ	10,000
9.บุคลากรอุปสมบทตามประเพณีให้จ่ายเงินเพื่อช่วยงานหรือร่วมทำบุญ	1,000

รู้จักผ่อนคลายต่อสิ่งต่าง ๆ ในการดำเนินชีวิต(Happy Relax)

1. สิทธิการลาของพนักงานมหาวิทยาลัยใช้สิทธิตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการลาของข้าราชการ พ.ศ. 2555 ซึ่งอาจารย์สาขาวิชาการตลาดสามารถใช้ ระเบียบนี้ได้ ดังนี้

ประเภทการลา	สิทธิการลา
ลาป่วย	-มีสิทธิได้รับเงินเดือนระหว่างลาป่วย 1 ปีงบประมาณละ 60 วันทำการ -ลาป่วยเพื่อรักษาตัวเป็นเวลานานปีงบประมาณละไม่เกิน 120 วันทำการ -ลาป่วยติดต่อกันตั้งแต่ 30 วันขึ้นไป ต้องมีใบรับรองแพทย์

	-ให้ยื่นใบลาต่อผู้บังคับบัญชาภายในวันแรกที่กลับมาปฏิบัติงานตามปกติ
คลอดบุตร	-ครั้งหนึ่งไม่เกิน 90 วันรวมวันหยุดโดยไม่ต้องมีใบรับรองแพทย์และได้รับเงินเดือนปกติ -สามารถลาก่อนหรือหลังวันคลอดก็ได้แต่เมื่อรวมวันลาต้องไม่เกิน 90 วัน
ลาไปช่วยเหลือภริยาที่คลอดบุตร	-ส่งใบลาต่อผู้บังคับบัญชาก่อนหรือในวันที่ลาภายใน 90 วันนับแต่วันที่คลอดบุตร -มีสิทธิลาไปช่วยภริยาที่คลอดบุตรครั้งหนึ่งติดต่อกันไม่เกิน 15 วันทำการโดยได้รับเงินเดือนในวันที่ลา
ลาจิสส่วนตัว	-ลาได้ไม่เกิน 45 วันแต่ในปีแรกที่เริ่มปฏิบัติงานให้ได้รับเงินเดือนระหว่างลาไม่เกิน 15 วันทำการ -ให้ยื่นใบลาต่อผู้บังคับบัญชาเหนือขึ้นไปหนึ่งชั้นล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 3 วันทำการ เมื่อได้รับอนุมัติแล้วจึงจะหยุดงานได้
ลาจิสส่วนตัวเพื่อเลี้ยงดูบุตรต่อเนื่องจากลาคลอดบุตร	-ให้สิทธิลาเพื่อเลี้ยงดูบุตรต่อเนื่องจากการคลอดบุตรไม่เกิน 150 วันทำการโดยไม่มีสิทธิรับเงินเดือนระหว่างลาและไม่มีสิทธิเลื่อนขั้นเงินเดือน/ค่าจ้าง
ลาพักผ่อน	-มีสิทธิลาพักผ่อนปีละ 10 วันทำการ มีสิทธิสะสมวันลาได้ -ทำงานไม่ครบ 10 ปี ได้รับสิทธิสะสมวันลารวมปีงบประมาณปัจจุบันจะต้องไม่เกิน 20 วันทำการ -ทำงานครบ 10 ปีได้รับสิทธิสะสมวันลารวมปีงบประมาณปัจจุบันต้องไม่เกิน 30 วันทำการ -ผู้ปฏิบัติงานยังไม่ครบ 6 เดือน ไม่มีสิทธิลาพักผ่อน
การลาเข้ารับการตรวจเลือกหรือเข้ารับการเตรียมพล	-เมื่อได้รับหมายเรียกให้รายงานลาต่อผู้บังคับบัญชาภายใน 48 ชั่วโมง นับแต่เวลารับหมายเรียกโดยไม่ต้องรอรับคำสั่งอนุญาต -ให้มารายงานตัวเข้าปฏิบัติงานภายใน 7 วัน เว้นแต่มีเหตุจำเป็นขยายเวลารวมไม่เกิน 15 วัน

2. สิทธิการลาของพนักงานราชการ ใช้สิทธิตามประกาศคณะกรรมการบริหารพนักงานราชการ เรื่อง ค่าตอบแทน และสิทธิประโยชน์ของพนักงานราชการ (ฉบับที่ 7) พ.ศ. 2552

ประเภทการลา	สิทธิการลา
ลาป่วย	-มีสิทธิลาป่วยได้เท่าที่ป่วยจริงแต่ให้ได้รับค่าตอบแทนระหว่างลาปีหนึ่งไม่เกิน 30 วัน - กรณีลาติดต่อกันตั้งแต่ 3 วัน ขึ้นไป ผู้มีอำนาจอนุญาตอาจสั่งให้มีใบรับรองแพทย์ประกอบการลาได้
คลอดบุตร	-มีสิทธิลาได้ไม่เกิน 90 วัน โดยได้รับค่าจ้างระหว่างลาจากส่วนราชการ 45 วัน อีก 45 วันรับจากสำนักงานประกันสังคม -สามารถลาก่อนหรือหลังวันคลอดก็ได้แต่เมื่อรวมวันลาต้องไม่เกิน 90 วัน
ลาจิสส่วนตัว	-มีสิทธิลาจิสส่วนตัวได้ปีละไม่เกิน 10 วันทำการ
ลาพักผ่อน	-มีสิทธิลาพักผ่อนปีละ 10 วันทำการ -ปีแรกที่ยังไม่ครบ 6 เดือน ไม่มีสิทธิลาพักผ่อนและสะสมวันลา
การลาเข้ารับราชการทหารในการเรียกพล	-มีสิทธิลาโดยได้รับค่าตอบแทนปีหนึ่งไม่เกิน 60 วัน -ให้กลับรายงานตัวปฏิบัติงานภายใน 7 วัน
การลาอุปสมบทหรือการลาไปประกอบพิธีฮัจญ์	-ได้รับการจ้างต่อเนื่องไม่เกิน 4 ปี มีสิทธิลาได้จำนวน 1 ครั้ง - มีสิทธิลาอุปสมบทได้ไม่เกิน 120 วัน พิธีฮัจญ์ได้ไม่เกิน 120 วัน

หมายเหตุ กรณีพนักงานราชการเข้าทำงานไม่ถึง 1 ปี ให้ทอนสิทธิที่จะได้รับค่าตอบแทนการลาจิสส่วนตัว และการลาพักผ่อนลงตามส่วนของจำนวนวันที่จ้าง

การศึกษาหาความรู้พัฒนาตนเองตลอดเวลาจากแหล่งต่างๆ นำไปสู่การเป็นมืออาชีพและความมั่นคง
ก้าวหน้าในการทำงาน (Happy Brain)

1. การพัฒนาบุคลากร เพื่อให้การพัฒนาอาจารย์สาขาการตลาดให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงานที่สาขาวิชาการตลาดนั้น อาจารย์สาขาวิชาการตลาดสามารถพัฒนาตนเอง ดังนี้

1.1 การไปศึกษา ฝึกอบรม ดูงาน

1) การลาศึกษาต่อ แบ่งเป็น

1.1) ทุนประเภท ก หมายความว่า ทุนศึกษาต่อต่างประเทศ ผู้รับทุนต้องมีผลสอบ TOEFL(Paper) ไม่น้อยกว่า 580 คะแนน หรือผลสอบ IELTS ไม่น้อยกว่า 7.0

1.2) ทุนประเภท ข หมายความว่า ทุนศึกษาต่อต่างประเทศ ผู้ขอทุนต้องมีผลสอบ TOEFL(Paper) ไม่น้อยกว่า 513 คะแนน หรือผลสอบ IELTS ไม่น้อยกว่า 5.5 สำหรับประเทศ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ญี่ปุ่น จีน สหรัฐอเมริกา อังกฤษ ฝรั่งเศส เยอรมัน รวมทั้งประเทศในแถบทวีปยุโรป และถ้ามีผลสอบ TOEFL(Paper) ไม่น้อยกว่า 510 คะแนน หรือผลสอบ IELTS ไม่น้อยกว่า 5 สำหรับประเทศอินเดียและฟิลิปปินส์ หรือกลุ่มประเทศนอกจากออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ญี่ปุ่น จีน สหรัฐอเมริกา อังกฤษ ฝรั่งเศส เยอรมันและประเทศในแถบทวีปยุโรป

1.3) ทุนประเภท ค หมายความว่า ทุนศึกษาต่อภายในประเทศ ผู้ขอทุนจะต้องมีผลสอบ TOEFL(Paper) ไม่น้อยกว่า 510 คะแนน หรือผลสอบ IELTS ไม่น้อยกว่า 5

ประเทศที่ไปศึกษา	รายละเอียดการเบิกจ่าย
ทุนประเภท ก 1.กรณีศึกษาต่อต่างประเทศ 2. กรณีศึกษาต่อในประเทศอังกฤษ	ทุนการศึกษาแบบเหมาจ่าย 1,500,000 บาทต่อปี ทุนการศึกษาแบบเหมาจ่าย 1,800,000 บาทต่อปี
ทุนประเภท ข 1. กรณีศึกษาต่อต่างประเทศ เช่นออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ญี่ปุ่น จีน สหรัฐอเมริกา อังกฤษ ฝรั่งเศส เยอรมัน และประเทศในแถบทวีปยุโรป 2. กรณีศึกษาต่อประเทศอินเดียและฟิลิปปินส์ หรือกลุ่มประเทศนอกเหนือออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ญี่ปุ่น จีน สหรัฐอเมริกา อังกฤษ ฝรั่งเศส เยอรมัน และประเทศในแถบทวีปยุโรป	ทุนการศึกษาแบบเหมาจ่าย 800,000 บาทต่อปี ทุนการศึกษาแบบเหมาจ่าย 350,000 บาทต่อปี
ทุนประเภท ค 1.กรณีศึกษาต่อในประเทศ 2.กรณีหลักสูตรนานาชาติจัดสอนในประเทศไทย	-ค่าลงทะเบียนเรียน ค่าธรรมเนียมและค่าบำรุงการศึกษา เบิกค่าใช้จ่ายเท่าที่จ่ายจริงตามที่สถานศึกษานั้น ๆ กำหนดไว้ในหลักสูตร (หลักฐานใบเสร็จรับเงิน) - ค่าหนังสือ ในอัตราเหมาจ่ายปีละ 1,200 สำหรับทุนปริญญาโทและปีละ 1,400 บาทสำหรับทุนการศึกษาในระดับปริญญาเอก - ค่าใช้จ่ายในการทำวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโทหรือระดับปริญญาเอก รายละเอียด 8,000 บาท

การกำหนดอัตราเงินเดือนตามวุฒิ ดังนี้

1. เมื่อได้รับอนุมัติให้ลาศึกษาต่อและได้รับวุฒิเพิ่มขึ้นก่อนวันรายงานตัวกลับเข้าปฏิบัติหน้าที่ราชการให้กำหนดอัตราเงินเดือนตามคุณวุฒิได้ก่อนวันมารายงานตัวกลับเข้าปฏิบัติหน้าที่ราชการ

2. ผู้ประสงค์จะขอกำหนดอัตราเงินเดือนตามคุณวุฒิจะต้องเสนอเรื่องให้มหาวิทยาลัยพิจารณาภายใน 60 วันนับแต่วันรายงานตัวกลับเข้าปฏิบัติหน้าที่ราชการตามข้อ 1. หรือภายใน 60 วันนับแต่วันที่สำเร็จการศึกษาตามข้อ 2 หากเสนอเรื่องขอกำหนดอัตราเงินเดือนตามคุณวุฒิเกินกำหนดเวลาดังกล่าวให้กำหนดอัตราเงินเดือนตามคุณวุฒิได้ไว้ก่อนวันที่มหาวิทยาลัยได้รับเรื่อง

3. กรณีศึกษานอกเวลาราชการให้กำหนดอัตราเงินเดือนตามคุณวุฒิได้ไม่ก่อนวันที่สำเร็จการศึกษา

1.2 การไปปฏิบัติงานวิจัย

1.3 การไปปฏิบัติงานบริการวิชาการ

1.4 การไปเพิ่มพูนความรู้ทางวิชาการ

1.5 การแลกเปลี่ยนอาจารย์หรือนักวิชาการ

1.6 การอื่นใดที่จำเป็นหรือเหมาะสม เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาอาจารย์

2. การบริการของห้องสมุดและบริการอินเทอร์เน็ต ของศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา ที่ให้บริการยืมคนทรัพยากรสารสนเทศ สืบค้นสารสนเทศ บริการอินเทอร์เน็ต ห้องชมภาพยนตร์ บริการห้อง tablet เพื่อการศึกษาและจัดเครื่องคอมพิวเตอร์จำนวน 50 เครื่องสำหรับบริการสืบค้นข้อมูลสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ยังบริการวารและหนังสือพิมพ์ บริการ Journal link เป็นฐานข้อมูลชี้แหล่งวารสารในประเทศอันเกิดจากความร่วมมือระหว่างห้องสมุดทั้งประเทศไทย

3. ศูนย์บริการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อบริการระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ เช่น อินเทอร์เน็ต อีเมล และให้บริการระบบสารสนเทศ สนับสนุนการเรียนรู้ด้วยตนเอง ฝึกอบรมเพื่อเสริมทักษะ บริการสืบค้นข้อมูลผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

4. ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

มีความศรัทธาในศาสนาและมีศีลธรรมในการดำเนินชีวิต (Happy Soul)

1. พระพุทธรูปนาคปรก

2. พระบรมรูปสมเด็จพระนเรศวรมหาราช

มีเงินรู้จักเก็บ รู้จักใช้ ไม่เป็นหนี้ (Happy Money)

1. กองทุนสำรองเลี้ยงชีพสำหรับพนักงานมหาวิทยาลัย โดยสมาชิกหักเงินสะสมจากค่าจ้างที่มหาวิทยาลัยจ่ายให้แก่สมาชิกในอัตราร้อยละ 5 ของค่าจ้างสมทบและมหาวิทยาลัยจ่ายเงินสมทบเข้ากองทุนในวันเดียวกันในอัตราร้อยละ 5 ของค่าจ้าง ถ้าสมาชิกภาพสิ้นสุดลง สมาชิกจะได้รับเงินสมทบและผลประโยชน์จากเงินสมทบ ดังนี้

อายุสมาชิก

เงินสมทบและผลประโยชน์จากเงินสมทบ (ร้อยละ)

ไม่เกิน 1 ปี	0
ตั้งแต่ 1 ปีแต่ไม่ถึง 5 ปี	20
ตั้งแต่ 5 ปีแต่ไม่ถึง 10 ปี	60
ตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป	100

2. โรงอาหารภายในมหาวิทยาลัย จำนวน 5 แห่งในมหาวิทยาลัย
3. ร้านจำหน่ายของที่ระลึก
4. ไปรษณีย์มหาวิทยาลัยพะเยา
5. สหกรณ์ออมทรัพย์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จำกัด-พะเยา ซึ่งบริการรับฝากเงิน บริการเงินกู้ สวัสดิการต่าง ๆ แก่สมาชิก ดังนี้

รายการ	ความช่วยเหลือ
1.เงินช่วยเหลือค่ารักษาพยาบาลเหมาจ่ายอัตราคืนละ 500 บาท ไม่เกิน 1,000 บาท ปีละไม่เกิน	5 ครั้ง
2.เงินทุนสาธารณประโยชน์เพื่อให้สวัสดิการแก่สมาชิกและครอบครัว	
2.1 สมาชิกถึงแก่กรรม	10,000-40,000
2.2 คู่สมรสหรือทายาทของสมาชิกถึงแก่กรรม	1,000-4,000
2.3 สมาชิกประสบอุบัติเหตุหรือเจ็บป่วยจนเกิดทุพพลภาพ	5,000-20,000
2.4 สมาชิกประสบสาธารณภัย ไม่เกิน	10,000
รายการ	ความช่วยเหลือ
3.เงินสงเคราะห์กรณีสมาชิกถึงแก่กรรม	50,000-100,000
4.กองทุนสวัสดิการสงเคราะห์ (สวส.)	150,000
5.เงินช่วยเหลือสมาชิกถึงแก่กรรมด้วยอุบัติเหตุรายละ	100,000
6.เงินบำเหน็จให้สมาชิก	
6.1 เงินบำเหน็จเป็นสมาชิกสหกรณ์ครบ 25 ปี	1,000-8,000
6.2 เงินบำเหน็จ 60 แก่สมาชิกที่มีอายุครบ 60 ปี	1,500-12,000
7. เงินบำเหน็จแก่กุลสมาชิกอาวุโส	
7.1 อายุครบ 65 ปีบริบูรณ์	5,000
7.2 อายุครบ 70 ปีบริบูรณ์	10,000
7.3 อายุครบ 75 ปีบริบูรณ์	15,000
7.4 อายุครบ 80 ปีบริบูรณ์	20,000
8.ทุนส่งเสริมการศึกษา(บุตรสมาชิก)	
8.1 ทุนสงเคราะห์การศึกษาตั้งแต่ประถมศึกษาปีที่ 1 ถึงปริญญาตรี	
8.2 ทุนเรียนดีตั้งแต่ประถมศึกษาปีที่ 2 ถึงปริญญาตรี	

6. เงินกู้ธนาคารเพื่อซื้อที่อยู่อาศัยและเอนกประสงค์ โดยมหาวิทยาลัยพะเยาได้ทำข้อตกลงกับธนาคารอาคารสงเคราะห์ ธนาคารออมสินและธนาคารกรุงไทย ในการกู้เงินของบุคลากรในอัตราดอกเบี้ยที่ถูกกว่าบุคคลทั่วไปสำหรับการซื้อที่อยู่อาศัย หรือเงินกู้เอนกประสงค์

มีครอบครัวที่อบอุ่นและมั่นคง (Happy Family)

1. สวัสดิการการศึกษาของบุตร

เป็นสวัสดิการที่มหาวิทยาลัยจัดให้กับบุตรของบุคลากรซึ่งเป็นบุตรคนที่หนึ่งถึงคนที่สาม อายุ 3 ปีบริบูรณ์และไม่เกิน 25 ปีบริบูรณ์ในวันที่ 1 พฤษภาคมของทุกปี เป็นการให้สวัสดิการเฉพาะบุตรที่กำลังศึกษาในสถานศึกษาของทางราชการและเอกชนและมหาวิทยาลัยกำหนด ทั้งนี้ มหาวิทยาลัยพะเยาได้ออกข้อบังคับมหาวิทยาลัยพะเยา ว่าด้วยสวัสดิการการศึกษาของบุตรพนักงานมหาวิทยาลัย พ.ศ. 2554 ประกาศมหาวิทยาลัยพะเยาเรื่อง การกำหนดประเภท อัตราและวิธีการเบิกเงินสวัสดิการศึกษามหาวิทยาลัยพะเยา พ.ศ. 2554 และมีการออกข้อบังคับเพิ่มเติมฉบับที่ 1 ว่าด้วยสวัสดิการการศึกษาของบุตรพนักงานมหาวิทยาลัย พ.ศ. 2557 ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2558 จำแนกประเภทดังนี้

1.1 อัตราเงินบำรุงการศึกษาในสถานศึกษาของทางราชการ

ระดับการศึกษา (ปีการศึกษาจะไม่เกิน)	อัตราค่าบำรุงการศึกษา
1.ระดับอนุบาลหรือเทียบเท่า	5,800
2.ระดับประถมศึกษาหรือเทียบเท่า	4,000
3.ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า	4,800
4.ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	4,800
5.ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า	13,700
6.ระดับปริญญาตรี	25,000

1.2 อัตราเงินบำรุงการศึกษาในสถานศึกษาเอกชน ประเภทสามัญศึกษา

ระดับการศึกษา	ค่าเล่าเรียน (ไม่รับเงินอุดหนุน)	ค่าเล่าเรียน (รับเงินอุดหนุน)
ระดับอนุบาล	13,600	4,800
ระดับประถมศึกษา	13,200	4,200
ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น	15,800	3,300
ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย	16,200	3,200

1.3 สถานศึกษาเอกชน ประเภทอาชีวศึกษา หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) หรือเทียบเท่า

ระดับการศึกษา	ค่าเล่าเรียน (ไม่รับเงินอุดหนุน)	ค่าเล่าเรียน (รับเงินอุดหนุน)
1.คหกรรมศาสตร์	16,500	3,400
2.พาณิชยหรือบริหารธุรกิจ	19,900	5,100
3.ศิลปหัตถกรรม	20,000	3,600
4.เกษตรกรรม	21,000	5,000
5.ช่างอุตสาหกรรม	24,400	7,200
6.ประมง	21,100	5,000
7.การท่องเที่ยว	19,900	5,100
8.อุตสาหกรรมสิ่งทอ	24,400	7,200

1.4. หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) หรือเทียบเท่า และหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพเทคนิค (ปวท.) หรือเทียบเท่า ให้เบิกได้ครั้งหนึ่งของจำนวนที่จ่ายจริงของค่าเล่าเรียนปีการศึกษาจะไม่เกินในประเภทรายวิชาหรือสาขาวิชา ดังนี้

สายวิชา/รายวิชา	ปีการศึกษาจะไม่เกิน
1.ช่างอุตสาหกรรม หรืออุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ทัศนศาสตร์	30,000

2.พาณิชย์กรรม หรือบริหารธุรกิจ ศิลปหัตถกรรม หรือศิลปกรรม เกษตรกรรม หรือเกษตรศาสตร์ คหกรรม หรือคหกรรมศาสตร์ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	25,000
--	--------

1.5. หลักสูตรระดับปริญญาตรี ให้เบิกจ่ายได้ครึ่งหนึ่งของจำนวนที่จ่ายไปจริงของค่าเล่าเรียน ปีการศึกษาละไม่เกิน 25,000 บาท

2. โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยพะเยา กรณีนักเรียนเป็นบุตรที่ชอบด้วยกฎหมายของพนักงานมหาวิทยาลัย พะเยา ให้ได้รับการลดหย่อนค่าบำรุงการศึกษาในอัตราร้อยละ 40 ของอัตราค่าบำรุงการศึกษาและไม่สามารถนำใบเสร็จรับเงินค่าบำรุงการศึกษามาเบิกเงินสวัสดิการการศึกษาของบุตรตามข้อบังคับว่าด้วยสวัสดิการการศึกษาของบุตรพนักงานมหาวิทยาลัย พ.ศ. 2554 ได้

3. ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กมหาวิทยาลัยพะเยา คณะพยาบาลศาสตร์ รับเลี้ยงบุตรหลานของบุคลากรมหาวิทยาลัยพะเยา ตั้งแต่อายุ 3 เดือน- 3 ปี เพื่อส่งเสริมให้เด็กมีการเจริญเติบโตทั้งด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สังคม และพัฒนาการให้เป็นไปตามวัย

4. สวัสดิการเกี่ยวกับเงินค่าทำขวัญและเงินค่าทำศพแก่พนักงานของมหาวิทยาลัยพะเยา กรณีที่พนักงานมหาวิทยาลัยพะเยาประสบอันตรายหรือเจ็บป่วยจนถึงแก่ความตายหรือสูญหาย ทูพพลภาพเนื่องจากการปฏิบัติหน้าที่หรือถูกประทุษร้ายเพราะเหตุปฏิบัติงานตามหน้าที่ สูญเสียอวัยวะอันเนื่องจากการปฏิบัติหน้าที่หรือถูกประทุษร้ายเพราะเหตุปฏิบัติงานตามหน้าที่ ตลอดจนได้รับบาดเจ็บอันเนื่องมาจากการปฏิบัติหน้าที่หรือถูกประทุษร้ายเพราะเหตุปฏิบัติงานตามหน้าที่

4.1 มหาวิทยาลัยพะเยาจะจ่ายเงินค่าทำศพกรณีพนักงานเสียชีวิตหรือสูญหาย อันมิใช่เนื่องมาจากการปฏิบัติหน้าที่ และมีได้อยู่ในระหว่างการขาดงาน หรือหนึ่งงาน ให้แก่ทายาท ตามอัตราดังนี้

รายการ	จ่ายในอัตรา
1.พนักงานที่มีระยะเวลาการปฏิบัติงานน้อยกว่า 5 ปี	100,000
2.พนักงานที่มีระยะเวลาการปฏิบัติงานครบ 5 ปี แต่ไม่ถึง 10 ปี	200,000
3.พนักงานที่มีระยะเวลาการปฏิบัติงานครบ 10 ขึ้นไป	300,000

a. เงินค่าทำศพ กรณีพนักงานเสียชีวิตหรือสูญหายอันเนื่องมาจากการปฏิบัติหน้าที่หรือถูกประทุษร้ายเพราะเหตุปฏิบัติหน้าที่ให้แก่ทายาท จำนวน 30 เท่าของค่าจ้างเต็มที่พนักงานผู้มีสิทธิได้รับ แต่ทั้งนี้เงินอัตราไม่ต่ำกว่า 300,000 บาท

4.3 เงินค่าทำขวัญให้แก่พนักงานที่ได้รับบาดเจ็บอันเนื่องมาจากการปฏิบัติงานตามหน้าที่หรือถูกประทุษร้ายเพราะเหตุปฏิบัติหน้าที่ตามหน้าที่ กรณีต้องเข้ารับการรักษาพยาบาลประเภทผู้ป่วยในของโรงพยาบาลของรัฐ หรือสถานพยาบาลของเอกชนซึ่งได้รับการรับรองตามกฎหมาย โดยให้ได้รับเงินค่าทำขวัญตามอัตราที่คณะกรรมการกำหนด

การจ่ายเงินค่าทำขวัญ	อัตราไม่ต่ำกว่า
1.แขนขาดข้างหนึ่ง ให้ได้รับ 24.5 เท่าของค่าจ้าง	245,000
2.ขาขาดข้างหนึ่งได้ได้รับ 22.5 เท่าของค่าจ้าง	225,000
3.มือขาดข้างหนึ่งให้ได้รับ 18.5 เท่าของค่าจ้าง	185,000

4.เท้าขาดข้างหนึ่ง ให้ได้รับ 15 เท่าของค่าจ้าง	150,000
5.ตาบอดข้างหนึ่งให้ได้รับ 11.5 ของค่าจ้าง	115,000
6.สูญเสียสมรรถภาพในการมองเห็นเต็มร้อยละเก้าสิบขึ้นไป หรือสูญเสียความสามารถในการมองเห็น ตั้งแต่สามต่อหกสิบหรือมากกว่าของตาข้างหนึ่ง หรือสูญเสียความสามารถในการใช้สายตาสองข้างร่วมกันให้ได้รับ 11.5 เท่าของค่าจ้าง	115,000
7.หูหนวกทั้งสองข้างให้ได้รับ 9 เท่าของค่าจ้าง	90,000
8.หูหนวกข้างหนึ่งให้ได้รับ 4.5 เท่าของค่าจ้าง	45,000
9.นิ้วหัวแม่มือขาดนิ้วหนึ่งให้ได้รับ 4.5 เท่าของค่าจ้าง	45,000
10.นิ้วชี้ขาดนิ้วหนึ่งให้ได้รับ 3.5 เท่าของค่าจ้าง	35,000
11.นิ้วกลางขาดนิ้วหนึ่งให้ได้รับ 3 เท่าของค่าจ้าง	30,000
12.นิ้วนางขาดนิ้วหนึ่งให้ได้รับ 2.5 เท่าของค่าจ้าง	25,000
การจ่ายเงินค่าทำขวัญ	อัตราไม่ต่ำกว่า
13.นิ้วก้อยขาดนิ้วหนึ่งให้ได้รับ 1 เท่าของค่าจ้าง	10,000
14.นิ้วหัวแม่มือเท้าขาดนิ้วหนึ่งให้ได้รับ 3 เท่าของค่าจ้าง	30,000
15.นิ้วเท้าขาดนิ้วหนึ่งให้ได้รับ 1 เท่าของค่าจ้าง	10,000
16.สูญเสียอวัยวะสืบพันธุ์หรือความสามารถในการสืบพันธุ์ให้ได้รับ 25 เท่าของค่าจ้าง	250,000
17.สูญเสียอวัยวะอื่น ๆ นอกเหนือจากนี้ให้คณะกรรมการบริหารงานบุคคลเป็นผู้พิจารณากำหนดเงินค่าทำขวัญ	

ผู้ใดสูญเสียอวัยวะในหลายส่วนของร่างกายให้คำนวณเงินค่าทำขวัญทุกส่วนแต่เมื่อรวมกันแล้วไม่เกินสามสิบเท่าของค่าจ้าง

4.4 กรณีพนักงานได้รับสิทธิประโยชน์จากการที่มหาวิทยาลัยได้ทำประกันอุบัติเหตุให้และได้รับสิทธิประโยชน์จากการทำประกันแล้วหากสิทธิที่ได้รับน้อยกว่าที่กำหนดไว้ในประกาศนี้ให้จ่ายเพิ่มแต่ไม่เกินสิทธิที่กำหนดไว้ในประกาศนี้ ทั้งนี้สิทธิประโยชน์จากการทำประกันดังกล่าวให้พนักงานและหรือทายาทมีสิทธิได้รับทั้งหมด

4.5 การจ่ายเงินค่าทำขวัญและเงินค่าทำศพให้แก่ทายาท มีหลักเกณฑ์ คือ

- 1) บุตรซึ่งชอบด้วยกฎหมายที่มีชีวิตอยู่ ให้ได้รับสองส่วน ถ้ามีบุตรตั้งแต่ 3 คนขึ้นไปให้ได้รับสามส่วน
- 2) คู่สมรสที่มีชีวิตอยู่ให้ได้รับหนึ่งส่วน
- 3) บิดามารดาหรือบิดา หรือมารดาที่มีชีวิตอยู่ให้ได้รับหนึ่งส่วน ถ้าไม่มีทายาทให้บุคคลอื่นที่มหาวิทยาลัยพิจารณาเห็นว่ามีหลักฐานแสดงว่าเป็นผู้อุปการะผู้ตายหรือผู้อยู่ในอุปการะของผู้ตายเป็นผู้รับเงินค่าทำขวัญและเงินค่าทำศพ ดังกล่าว

5. ฌาปนกิจสงเคราะห์สำหรับบุคลากรและคู่สมรส (ชพค.-ชพส) สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา รับสมัครสมาชิกบุคลากรที่มีอายุไม่เกิน 35 ปี บริบูรณ์และบุคลากรที่มีอายุ 35 ปีบริบูรณ์ขึ้นไปประสงค์สมัครสมาชิกโดยสมาชิกชำระเงินสงเคราะห์ศพเมื่อสมาชิกถึงแก่กรรม โดยสมาชิกจะได้รับสิทธิประโยชน์เมื่อถึงแก่กรรม ครอบครัวจะได้รับเงิน ดังนี้

5.1 ค่าจัดการศพและสงเคราะห์ครอบครัว ช.พ.ค. ประมาณ 940,000 บาท

5.2 ค่าจัดการศพ และสงเคราะห์ครอบครัว ช.พ.ส. ประมาณ 400,000 บาท
 ทั้งนี้ จำนวนเงินที่จะได้รับอาจเพิ่มขึ้นตามจำนวนสมาชิก

มีความรักสามัคคีเอื้อเฟื้อต่อชุมชนที่ตนทำงานและพักอาศัย มีสังคมและสภาพแวดล้อมที่ดี
 (Happy Society)

1. หอพักสวัสดิการบุคลากรสายวิชาการจำนวน 260 ห้อง
2. รถโดยสารภายในมหาวิทยาลัยพะเยาจำนวน 39 คัน
3. บัตรผ่านเข้า-ออกสำหรับติตรถบุคลากร
4. การรักษาความปลอดภัยภายในมหาวิทยาลัย

6.7 มีการกำหนดเป้าหมายและการกำกับติดตาม ประเภทและจำนวนงานวิจัย เงินทุนวิจัย ผลงานตีพิมพ์ ที่ทำโดยบุคลากรสายวิชาการ เพื่อการพัฒนา

คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์มีการนำข้อมูลจำนวนผลงานวิจัยของบุคลากรสายวิชาการมาเทียบเคียงกับปีที่ผ่านมา เพื่อให้เห็นถึงความก้าวหน้าทางด้านผลงานวิจัยที่เพิ่มขึ้นเป็นลำดับ

จุดแข็ง:

มีความรู้ความสามารถ และมีประสบการณ์ด้านการวิจัย มุ่งมั่นที่จะพัฒนาองค์ความรู้ทางวิชาการเพื่อบูรณาการจัดการเรียนการสอน การวิจัย การบริการวิชาการ การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

จุดอ่อน:

บุคลากรบางรายมีแผนที่จะต้องลาศึกษาต่อ ทำให้มีผลต่อการพัฒนาหลักสูตร

โอกาส:

หน่วยงานภาครัฐสนับสนุนให้ทุนการศึกษาต่อต่างประเทศแก่บุคลากรในสาขา และมหาวิทยาลัยมีนโยบายสนับสนุนให้ทุนการศึกษาต่อแก่บุคลากร

อุปสรรค:

ระบบและกลไกด้านการประกันคุณภาพการศึกษามีการปรับเปลี่ยนเกณฑ์

6.7 มีการสร้าง กำกับ และการเทียบเคียงเพื่อการพัฒนาเกี่ยวกับประเภท และปริมาณของกิจกรรมด้านการวิจัยของบุคลากรสายวิชาการ

คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศ มีระบบการสร้าง กำกับ และพัฒนากิจกรรมต่างๆ เพื่อยกระดับคุณภาพงานวิจัย และปริมาณงานวิจัยให้เพิ่มขึ้น ผ่านคณะกรรมการวิจัยของคณะ ซึ่งมีตัวแทนจากอาจารย์ทั้ง 8 สาขาวิชา เช่นการเชิญผู้ทรงคุณวุฒิจากแหล่งทุนมาอธิบายถึงกรอบทุนวิจัยและเงื่อนไขการสนับสนุนให้บูรณาการศาสตร์ในการยื่นขอทุนวิจัย การให้ทุนคณะแก่นักวิจัยรุ่นใหม่ การให้เงินรางวัล top Up จากคณะสำหรับอาจารย์ที่เผยแพร่ผลงานทางวิชาการ ฯลฯ

ตารางข้อมูลการรับเข้าของนิสิตในหลักสูตร (ใช้ได้กับหลักสูตรในทุกระดับการศึกษา)

ภาคการศึกษา/ ปีการศึกษา	จำนวนที่ประกาศรับ (No. Offered)	จำนวนผู้สมัคร (No. Applied)	จำนวนผู้มีสิทธิเข้า ศึกษา (No. Admitted)	จำนวนที่ลงทะเบียน (No. Enrolled)

1/2560	100		60	60
1/2561	100		72	72
1/2562	100		82	82
1/2563	100		57	57
1/2564	100		77	77

ตารางข้อมูลจำนวนนิสิตในแต่ละชั้นปี (ใช้ได้กับหลักสูตรในทุกระดับการศึกษา)

ปีการศึกษา	นิสิต					รวม
	ปี 1	ปี 2	ปี 3	ปี 4	> ปี 4	
2560	60	110	86	62	5	323
2561	72	68	114	88	2	344
2562	79	72	64	115	2	332
2563	57	82	72	60	15	286
2564	75	58	76	72	10	291

จากตารางพบว่าจำนวนนิสิตที่ลงทะเบียนน้อยกว่าจำนวนที่ประกาศรับเข้า แต่ยังคงอยู่ในระดับที่เหมาะสม อัตราส่วนอาจารย์ต่อนิสิตอยู่ระหว่าง 1 :50 ถึง 1 : 60

ผลการประเมินตนเอง

AUN-QA Criterion 6 – Checklist	ระดับ
	2564
6.1 The student intake policy, admission criteria, and admission procedures to the programme are shown to be clearly defined, communicated, published, and up-to-date.	4
6.2 Both short-term and long-term planning of academic and non-academic support services are shown to be carried out to ensure sufficiency and quality of support services for teaching, research, and community service.	4
6.3 An adequate system is shown to exist for student progress, academic performance, and workload monitoring. Student progress, academic performance, and workload are shown to be systematically recorded and monitored. Feedback to students and corrective actions are made where necessary.	4
6.4 Co-curricular activities, student competition, and other student support services are shown to be available to improve learning experience and employability.	4

AUN-QA Criterion 6 – Checklist	ระดับ
	2564
6.5 The competences of the support staff rendering student services are shown to be identified for recruitment and deployment. These competences are shown to be evaluated to ensure their continued relevance to stakeholders needs. Roles and relationships are shown to be well-defined to ensure smooth delivery of the services.	4
6.6 Student support services are shown to be subjected to evaluation, benchmarking, and enhancement.	4
ความคิดเห็นโดยรวม (Overall opinion)	4

AUN - QA criterion 7 Facilities and Infrastructure

Sub Criterion 7

1. The physical resources to deliver the curriculum, including equipment, material, and information technology, are shown to be sufficient.
2. The laboratories and equipment are shown to be up-to-date, readily available, and effectively deployed.
3. A digital library is shown to be set-up, in keeping with progress in information and communication technology.
4. The information technology systems are shown to be set up to meet the needs of staff and students.
5. The university is shown to provide a highly accessible computer and network infrastructure that enables the campus community to fully exploit information technology for teaching, research, service, and administration.
6. The environmental, health, and safety standards and access for people with special needs are shown to be defined and implemented.
7. The university is shown to provide a physical, social, and psychological environment that is conducive for education, research, and personal well-being.
8. The competences of the support staff rendering services related to facilities are shown to be identified and evaluated to ensure that their skills remain relevant to stakeholder needs.
9. The quality of the facilities (library, laboratory, IT, and student services) are shown to be subjected to evaluation and enhancement.

ผลการดำเนินงาน

7.1 The physical resources to deliver the curriculum, including equipment, material, and information technology, are shown to be sufficient.

มีทรัพยากรทางกายภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ใช้ในการดำเนินการหลักสูตร รวมถึงเครื่องมือ วัสดุอุปกรณ์และเทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ เพียงพอ

มหาวิทยาลัยพะเยาจัดให้ห้องเรียนทุกห้องมีการติดตั้งอุปกรณ์การเรียนการสอน เพื่อความสะดวกในการใช้งาน ประกอบด้วย กระดาน อุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์ ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องฉายภาพ จอภาพ เครื่องขยายเสียง เครื่องปรับอากาศ เครื่องระบายอากาศ โต๊ะเก้าอี้ที่เพียงพอ มีการจัดระบบการใช้ห้องเรียน ทั้งในตารางและนอกตารางซึ่งมีเจ้าหน้าที่ดูแลอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการจัดเตรียมระบบออนไลน์ เช่น Microsoft Team, Zoom เป็นต้น เพื่อใช้ในการจัดการเรียนการสอน การติดตามให้คำปรึกษา การประชุม เป็นต้น

คณะฯ จัดให้มีห้องสารสนเทศ ห้องตลาดหลักทรัพย์ เพื่อสนับสนุนการเรียนการสอนของนิสิตในหลักสูตรที่เกี่ยวข้อง หรือสำหรับนิสิตและผู้ที่สนใจทั่วไป สำหรับนิสิตระดับบัณฑิตศึกษาคณะฯ ได้จัดห้องให้นิสิตระดับบัณฑิตศึกษาเพื่อใช้สำหรับการศึกษาค้นคว้าวิจัย และการหาข้อมูลในการเรียนการสอนเพิ่มเติม

7.2 The laboratories and equipment are shown to be up-to-date, readily available, and effectively deployed.

มีห้องปฏิบัติการ เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีความทันสมัยพร้อมใช้งานและสามารถปรับใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คณะฯ มีห้องปฏิบัติการนิเทศศาสตร์ ห้องปฏิบัติการท่องเที่ยวและโรงแรม และห้องปฏิบัติการบัญชี สำหรับการเรียนการสอนเพื่อให้นิสิตได้ลงมือปฏิบัติในสถานการณ์จริง

คณะฯ มีการจัดเตรียมห้องสำหรับนิสิตบัณฑิตศึกษา เพื่อให้นิสิตระดับบัณฑิตศึกษาได้มาศึกษาค้นคว้าและทำงานกลุ่ม โดยจัดเตรียมอุปกรณ์ อาทิ คอมพิวเตอร์ โปรเจคเตอร์ ปริ้นเตอร์ เพื่อสนับสนุนการทำงานของนิสิต และนิสิตสามารถใช้คอมพิวเตอร์ จากห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ จากสำนักหอสมุด

นอกจากนี้แล้วคณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ ได้จัดเตรียมห้องที่สามารถให้บริการออนไลน์ทั้งการประชุม และการสอน รวมทั้งหมด 6 ห้อง เพื่อบริการอาจารย์และนิสิต

7.3 A digital library is shown to be set-up, in keeping with progress in information and communication technology.

มีการจัดเตรียมห้องสมุดดิจิทัลเพื่อให้สอดคล้องกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

ศูนย์บรรณสารมีระบบห้องสมุดดิจิทัล มีฐานข้อมูล E-book E-Journal มีระบบการยืมคืน online มีฐานข้อมูลนานาชาติเพื่อสนับสนุนการจัดการศึกษาในหลักสูตร และเปิดให้เข้าใช้บริการทุกวัน นอกจากนี้หลักสูตรได้มีการ รวบรวมเอกสารงานวิจัยทางด้านการท่องเที่ยวให้นิสิตได้ยืมได้ที่ห้องเรียนบัณฑิตศึกษา และมีคอมพิวเตอร์สำหรับค้นคว้าข้อมูลสำหรับนิสิต

ในส่วนของคุณคณะฯ ได้จัดตั้งห้องสารสนเทศเพื่อให้นิสิตได้ทำการศึกษาค้นคว้า โดยใช้ฐานข้อมูลกลางของมหาวิทยาลัย

7.4 The information technology systems are shown to be set up to meet the needs of staff and students.

มีการติดตั้งระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคลากรและผู้เรียน

มหาวิทยาลัยจัดให้มีระบบสารสนเทศเพื่อรองรับการจัดการเรียนการสอน เช่น

- การลงทะเบียน ระบบทะเบียนนิสิต ตารางสอน ตารางสอบ
- การจัดการเรียนการสอนผ่าน Microsoft Team, LMS, การจองห้องประชุมในระบบ

Zoom

- การยืม-คืนหนังสือ การสืบค้นฐานข้อมูลนานาชาติ

- โปรแกรมประมวลผลต่างๆ เช่น SPSS STATA

- ระบบฐานข้อมูล TQF เพื่อการบริหารจัดการหลักสูตร

ในส่วนของคณะฯ มีระบบเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากร เช่น ระบบการบันทึกภาระงาน ระบบการลา การจองห้องประชุม การจองห้องสอนออนไลน์ การจองรถ เป็นต้น

7.5 The university is shown to provide a highly accessible computer and network infrastructure that enables the campus community to fully exploit information technology for teaching, research, service, and administration.

มหาวิทยาลัยมีการจัดเตรียมโครงสร้างพื้นฐานด้านคอมพิวเตอร์และระบบเครือข่ายที่สามารถเข้าถึงได้ในพื้นที่มหาวิทยาลัย โดยสามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการเรียนการสอน การวิจัย การบริการและการบริหารงานได้อย่างเต็มที่

มหาวิทยาลัยจัดให้มีระบบเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต และ wifi สำหรับบุคลากรและนิสิตในทุกอาคาร มีระบบ www.reg.up.ac.th ที่สามารถอำนวยความสะดวกด้านงานทะเบียนให้กับทั้งนิสิตและอาจารย์ได้

ในส่วนของคณะฯ ได้จัดให้อาจารย์ทุกคนมีคอมพิวเตอร์ มีปรีนเตอร์ทุกห้องพักอาจารย์ และมีนักวิชาการคอมพิวเตอร์ในการให้คำปรึกษาและแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ

7.6 The environmental, health, and safety standards and access for people with special needs are shown to be defined and implemented.

มีการกำหนดและดำเนินการตามมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม สุขภาพและความปลอดภัย รวมถึงในการเข้าถึงสำหรับผู้ที่มีความต้องการพิเศษ

มหาวิทยาลัยพะเยามีนโยบายเป็นสถานศึกษาที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม Green University มีการจัดให้มีพื้นที่สำหรับสูบบุหรี่โดยเฉพาะ มีการจัดการขยะและน้ำเสีย มีห้องสุขาเป็นจำนวนมากและถูกสุขลักษณะ เป็นสถานที่มีความปลอดภัยสูง โดยมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตลอดเวลา และติดตั้งเครื่องมือดับเพลิงในทุกอาคารเรียน มีแม่บ้านประจำอาคารเพื่อดูแลรักษาความสะอาดของพื้นที่ รวมถึงมีรถโดยสารขนส่งระหว่างอาคารเรียน

7.7 The university is shown to provide a physical, social, and psychological environment that is conducive for education, research, and personal well - being.

มหาวิทยาลัยมีสภาพแวดล้อมทางกายภาพ สังคม และจิตใจที่เอื้อต่อการเรียน การวิจัย และคุณภาพชีวิตส่วนบุคคล

มหาวิทยาลัยมีการจัดเตรียมสภาพแวดล้อมในด้านต่าง ๆ เพื่อให้บริการบุคลากรและนิสิต

- ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพให้มีสนามกีฬา เช่น สนามฟุตบอล แบดมินตัน บาสเก็ตบอล สระว่ายน้ำ

- สภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อจิตใจ เช่น พื้นที่สีเขียว ร้านกาแฟ

- สภาพแวดล้อมด้านสังคม เช่น ที่จอดรถ รถสาธารณะขนส่งภายในมหาวิทยาลัย

ในส่วนของคณะฯ ได้จัดที่นั่งให้นิสิต ให้บริการห้องประชุม ห้องสารสนเทศ และจัดพื้นที่สีเขียวให้นิสิตและบุคลากรได้ผ่อนคลาย

7.8 The competences of the support staff rendering services related to facilities are shown to be identified and evaluated to ensure that their skills remain relevant to stakeholder needs.

มีการกำหนดสมรรถนะของเจ้าหน้าที่สายสนับสนุนที่ทำหน้าที่ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อให้แน่ใจว่าเจ้าหน้าที่สายสนับสนุนมีทักษะที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ กำหนดสมรรถนะของเจ้าหน้าที่สายสนับสนุนตามตำแหน่งงาน และกำหนดภาระงานของแต่ละตำแหน่งเป็นลายลักษณ์อักษร โดยคณะฯ กำหนดการประเมินสมรรถนะเจ้าหน้าที่สายสนับสนุนแบบการประเมิน 360 องศา จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในคณะและภายนอกคณะฯ โดยข้อมูลที่ได้จากการประเมิน จะถูกนำมาใช้เพื่อทบทวนสมรรถนะและภาระงานให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทั้งทางตรงและทางอ้อม ในกิจกรรมการทบทวนแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการประจำปีของคณะฯ หลังจากการทบทวนสมรรถนะเรียบร้อยแล้ว คณะฯ จัดทำแผนปฏิบัติการและจัดสรรงบประมาณสำหรับการพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถที่จำเป็นต่อการทำงาน รวมถึงแผนพัฒนางานด้วยการวิจัย (Routine to Research) เพื่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของสำนักงานคณะฯ

7.9 The quality of the facilities (library, laboratory, IT, and student services) are shown to be subjected to evaluation and enhancement.

มีการประเมินและการปรับปรุงคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก (ห้องสมุด ห้องปฏิบัติการไอทีและบริการนักศึกษา)

มหาวิทยาลัยกำหนดให้มีการประเมินการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานภาครัฐ (Integrity and Transparency Assessment: ITA) โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะให้เกิดการปรับปรุงพัฒนาด้านคุณธรรมและความโปร่งใสในหน่วยงาน ซึ่งมีการประเมินในทุกหน่วยงานของมหาวิทยาลัย โดยจัดทำขึ้นปีละ 1 ครั้ง

อีกทั้งมีการประเมินความเสี่ยงในทุกๆ ด้านของหน่วยงาน เช่น การจัดซื้อจัดจ้าง การเงิน การให้บริการ เป็นต้น จัดทำปีละ 1 ครั้ง

นอกจากนี้แล้วยังมีการประเมินผลการใช้บริการของหน่วยงานต่างภายในมหาวิทยาลัย เช่น การประเมินการให้บริการศูนย์บรรณสาร ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ ผลการประเมินเหล่านี้หน่วยงานได้ใช้ในการปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ผลการประเมินตนเอง

AUN-QA Criterion 7 – Checklist	ระดับ
	2564
7.1 The physical resources to deliver the curriculum, including equipment, material, and information technology, are shown to be sufficient.	3

AUN-QA Criterion 7 – Checklist	ระดับ
	2564
7.2 The laboratories and equipment are shown to be up-to-date, readily available, and effectively deployed.	3
7.3 A digital library is shown to be set-up, in keeping with progress in information and communication technology.	3
7.4 The information technology systems are shown to be set up to meet the needs of staff and students.	3
7.5 The university is shown to provide a highly accessible computer and network infrastructure that enables the campus community to fully exploit information technology for teaching, research, service, and administration.	3
7.6 The environmental, health, and safety standards and access for people with special needs are shown to be defined and implemented.	3
7.7 The university is shown to provide a physical, social, and psychological environment that is conducive for education, research, and personal well - being.	3
7.8 The competences of the support staff rendering services related to facilities are shown to be identified and evaluated to ensure that their skills remain relevant to stakeholder needs.	3
7.9 The quality of the facilities (library, laboratory, IT, and student services) are shown to be subjected to evaluation and enhancement.	3
ความคิดเห็นโดยรวม (Overall opinion)	3

AUN - QA criterion 8 Output and Outcomes

Sub Criterion 8

1. The pass rate, dropout rate, and average time to graduate are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.
2. Employability as well as self-employment, entrepreneurship, and advancement to further studies, are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.
3. Research and creative work output and activities carried out by the academic staff and students, are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.
4. Data are provided to show directly the achievement of the Programme outcomes, which are established and monitored.
5. Satisfaction level of the various stakeholders are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.

ผลการดำเนินงาน

8.1 The pass rate, dropout rate, and average time to graduate are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.

มีระบบการกำกับติดตาม และเทียบเคียงสมรรถนะ อัตราการจบการศึกษา อัตราการออกกลางคันและเวลาเฉลี่ยในการจบการศึกษา เพื่อใช้ในการปรับปรุง

มหาวิทยาลัยมีกระบวนการดำเนินงาน โดยมีระบบบริการการศึกษา reg.up.ac.th เป็นระบบสนับสนุนด้านการวัดผลและประเมินผลการศึกษา ซึ่งอาจารย์ที่ปรึกษาสามารถตรวจสอบอัตราการจบการศึกษา อัตราการออกกลางคันและเวลาเฉลี่ยในการจบการศึกษา เพื่อใช้ในการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการเรียนการสอน และหลักสูตร

ทั้งนี้หลักสูตรฯ ได้มีการ ติดตามสาเหตุของการ Drop Out ของนิสิตทุกคนที่ลาออก หรือพ้นสภาพนิสิตทุกคน ด้วยการปรับให้อาจารย์ได้สอนนิสิตตั้งแต่ปี 1 เทอม 1 เพื่อให้ได้เจอนิสิตและนิสิตเกิดความกล้าในการเข้ามาหาอาจารย์เพื่อปรึกษาถึงการเรียน การใช้ชีวิตในรั้วมหาวิทยาลัย ซึ่งในหลักสูตรแรก ปี 2555 นิสิตจะได้เจออาจารย์ในสาขาเมื่อเข้าปี 2 เทอม 2 แล้ว ซึ่งเข้าเกินไปแล้วมีนิสิต drop out จำนวนมาก แต่ในปัจจุบันหลักสูตรปี 2559 นิสิตมีอัตรา dropout ลดลงอย่างเห็นได้ชัด

8.2 Employability as well as self-employment, entrepreneurship, and advancement to further studies, are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.

มีระบบการกำกับติดตาม และเทียบเคียงสมรรถนะ อัตราการได้งานทำ การเป็นผู้ประกอบการและการศึกษาต่อของผู้เรียน เพื่อใช้ในการปรับปรุง

มหาวิทยาลัยมีระบบติดตามภาวะการณ่มิงานทำ การเป็นผู้ประกอบการและการศึกษาต่อของศิษย์เก่า ซึ่งมีการดำเนินการรวบรวมข้อมูลในช่วงที่บัณฑิตมาเข้าร่วมพิธีพระราชทานปริญญาบัตร เพื่อใช้ในการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการเรียนการสอน และหลักสูตร

ในส่วนของคณะฯ มีการดำเนินการจัดตั้งชมรมศิษย์เก่า มีการจัดทำฐานข้อมูลศิษย์เก่า อาชีพ สถานที่ทำงาน และการจัดกิจกรรมให้ศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบันได้ทำกิจกรรมร่วมกัน และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ด้านต่างๆ รวมถึงการแนะแนวอาชีพ

และทางหลักสูตรเองได้มีการกำกับติดตามบัณฑิตที่จบไปแล้วถึงภาวะการณ่มิงานทำ การเป็นเจ้าของกิจการ การทำธุรกิจส่วนตัวของนิสิตจากการสอบถามด้วยแบบฟอร์มออนไลน์ แล้วส่งให้กอรกทางช่องทางออนไลน์ของสาขา โดยนิสิตจบใหม่จะถูกถามแบ่งเป็นรอบ 3 เดือน 6 เดือน และจะครบ 12 เดือน หรือ 1 ปี ตอนกลับมาเข้ารับปริญญา

ส่วนบัณฑิตที่ทำธุรกิจส่วนตัว ทางสาขาได้ทราบข้อมูลจากการประชาสัมพันธ์โครงการต่างๆ ของสถาบันนวัตกรรม ที่ทางหลักสูตรได้นำเสนอไปทางช่องทางออนไลน์ของสาขาและมีบัณฑิตที่สนใจเข้าร่วมโครงการ

8.3 Research and creative work output and activities carried out by the academic staff and students, are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.

มีระบบการกำกับติดตาม และเทียบเคียงสมรรถนะในการทำงานวิจัยของผู้เรียนที่สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินการโดยเจ้าหน้าที่วิชาการเพื่อปรับปรุง

มหาวิทยาลัยมีกระบวนการสนับสนุน ดังนี้

1. ระบบ iThesis หรือ Integrated Thesis & Research Management System (iThesis) เพื่อติดตามและสนับสนุนการทำวิทยานิพนธ์ การศึกษาค้นคว้าอิสระ และข้อมูลวิจัย ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับนิสิตในการ

1.1 จัดทำรูปเล่มตามรูปแบบเอกสารที่กำหนด

1.2 รองรับการจัดส่งโครงร่างวิทยานิพนธ์ วิทยานิพนธ์ฉบับร่าง และวิทยานิพนธ์ฉบับสมบูรณ์ไปยังอาจารย์ที่ปรึกษา

1.3 บันทึกผลการสอบ ข้อมูลวิทยานิพนธ์ และการเผยแพร่ผลงานวิจัย

นอกจากนี้ยังสามารถจัดเก็บไฟล์วิทยานิพนธ์ฉบับสมบูรณ์ไปยังคลังปัญญาของสถาบันการศึกษา (Intellectual Repository) เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับห้องสมุดในการสร้างคลังข้อมูลงานวิจัย และจัดส่งไปยังสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) เพื่อบันทึกลงคลังข้อมูลวิทยานิพนธ์ของประเทศ (Thai Digital Collection) และเผยแพร่ให้แก่ประชาคมวิจัยและประชาชนผู้สนใจ

2. หน่วยพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ เพื่ออำนวยความสะดวกในการยื่นขอพิจารณาจริยธรรมการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์หรือสัตว์ สำหรับการทำวิทยานิพนธ์ และการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองของนิสิต

คณะมีการสนับสนุนการดำเนินงาน ดังต่อไปนี้

1. การจัดทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ข้อมูล การสัมภาษณ์ และขออนุญาตเข้าพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูล
2. การจัดทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การตรวจรูปแบบสารนิพนธ์ และการยื่นสำเร็จการศึกษา
4. การให้ทุนสนับสนุนการเผยแพร่ผลงานวิจัย

8.4 Data are provided to show directly the achievement of the Programme outcomes, which are established and monitored.

มีระบบกำกับติดตามข้อมูลเพื่อแสดงให้เห็นถึงความสำเร็จของหลักสูตรตามเป้าหมายที่มีการจัดตั้งและกำหนดขึ้น

มหาวิทยาลัยมีการดำเนินการดังนี้

1. มีคณะกรรมการวิชาการ ในการพิจารณากลับกรองหลักสูตรเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานการอุดมศึกษา เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับอุดมศึกษา และกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552 รวมทั้งการดำเนินงานด้านวิชาการ ให้เป็นไปตามนโยบายของมหาวิทยาลัยพะเยา
2. มีคณะกรรมการกลับกรองหลักสูตร เพื่อกลับกรองหลักสูตรให้เป็นไปตามมาตรฐานอุดมศึกษาฯ
3. มีสภามหาวิทยาลัยในการอนุมัติหลักสูตร และกำกับติดตาม การดำเนินงานของหลักสูตรให้เป็นไปตามมาตรฐานอุดมศึกษาฯ
4. มีกรรมการบริหารงานวิชาการ ในการกำกับติดตาม และบริหารงานหลักสูตร ให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร รวมถึงสภาวิชาชีพ และมาตรฐานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

คณะมีการดำเนินการต่อไปนี้

1. คณะมีคณะกรรมการวิชาการประจำคณะฯ ในการกำกับ ติดตาม และบริหารงานหลักสูตร ให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร
2. คณะมีคณะกรรมการประจำคณะฯ ในการกำกับ ติดตาม และบริหารงานหลักสูตร ให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร
3. หลักสูตรมีอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ในการกำกับ ติดตาม และบริหารงานหลักสูตร ให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร

8.5 Satisfaction level of the various stakeholders are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.

มีระบบการกำกับติดตาม และเทียบเคียงสมรรถนะระดับความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ เพื่อใช้ในการปรับปรุง

มหาวิทยาลัยมีระบบการกำกับติดตาม และเทียบเคียงสมรรถนะระดับความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียต่าง ๆ เพื่อใช้ในการปรับปรุงการเรียนการสอน และหลักสูตรโดยมีการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต และการสำรวจภาวะการมีงานของบัณฑิต ก่อนการรับพระราชทานปริญญาทุกปี

คณะมีระบบบริหารจัดการการฝึกงานและสหกิจศึกษา ซึ่งมีการประเมินผลความพึงพอใจของสถานประกอบการ/สถานฝึกงาน ทั้งนี้ดำเนินการภายใต้การกำกับดูแลของศูนย์ฝึกประสบการณ์วิชาชีพและสหกิจศึกษาของคณะฯ

ตารางข้อมูลการคงอยู่และการจบการศึกษาของนิสิตในหลักสูตรปริญญาตรี

รหัส แรกเข้า	จำนวนที่ ลงทะเบียน	จำนวนนิสิตที่จบภายในระยะเวลา			จำนวนนิสิตที่พ้นสภาพแต่ละชั้นปี			
		< 4 ปี	4 ปี	> 4 ปี	1	2	3	4 เป็นต้นไป
2555	45	-	29	16	5	5	2	-
2556	86	-	67	19	10	2	1	-
2557	63	-	56	7	16	12	3	-
2558	94	-	86	8	17	6	2	-
2559	113	-	95	18	12	11	2	-
2560	62	-	53	9	8	1	4	1
2561	68	-	59	9	7	5	1	3

จากตารางข้างต้น ตัวเลขด้านจำนวนนิสิตที่พ้นสภาพแต่ละชั้นปี ทางหลักสูตรได้ทำการรวบรวมข้อมูลพบว่า 99% นิสิตลาออกไปศึกษาต่อที่สถาบันอื่นไกลบ้าน หรือ ลาออกไปเนื่องจากสอบติดตำรวจ มีนิสิตเพียง 1% ที่มีผลการเรียนต่ำกว่าเกณฑ์จนพ้นสภาพนิสิต

ตารางข้อมูลผลงานของอาจารย์ประจำหลักสูตร และนักวิจัย

ดร. ธัญทิพย์ คฤทโยธิน

อาจารย์ประจำ หลักสูตร /นักวิจัย	หลักสูตรระดับ ตรี/โท/เอก (ระบุ)	อาจารย์ประจำ หลักสูตร /นักวิจัย ผู้ทำผลงานร่วม	ชื่อผลงาน/ แหล่งเผยแพร่	วัน/เดือน/ปี ที่เผยแพร่
2561	ปริญญาตรี	ดร. ธัญทิพย์ คฤทโยธิน และ ศ. ดร. Ben Kerrane	“Learning from the past? An exploratory study of familial food socialization processes using the lens of	12 November 2018

			emotional reflexivity”, European Journal of Marketing, 52(12), 12 November 2018, pp. 2312–2333.	
		ดร. ธีรวิทย์ คุณไยธิน	A Behavioural Study of Functional Food Consumption in Contemporary Thailand, Chiaranai Bejra: A Collection of Preliminary Research Papers by Participants in the TRF’s Multi-Mentoring System Training Project (Concentration: Humanities, Social Sciences, and Arts), July 2018 – June 2019, Bangkok: Thailand Science Research and	

			Innovation. pp. 275–310.	
2562	ปริญญาตรี	ชาญชัย พรหมมี ดร. ธัญทิพย์ คฤห โยธิน กมลพงศ์ รัตนสงวนวงศ์ บุรินทร์ บัณฑิตวงค์ คณิสส์ คณิสราพร พงศ์	ปัจจัยเชิง ประชากรศาสตร์ที่มี ผลต่อความพึงพอใจ และพฤติกรรมการ ใช้บริการรถโดยสาร ของบริษัท ขนส่ง จำกัด ใน จังหวัดพะเยา. รายงานการประชุม วิชาการ การ ประชุมวิชาการ ระดับชาติ ครั้งที่ 4 มหาวิทยาลัยราช ภัฏกาญจนบุรี	6 กันยายน 2562
		ผศ. วรัญญา ไชยทารินทร์ และดร. ธัญทิพย์ คฤหโยธิน	หนังสือในระบบของ ครัวเรือนเกษตรกร จังหวัดพะเยา. วารสารการพัฒนา ชุมชนและคุณภาพ ชีวิต. 7(3), กันยายน-ธันวาคม 2562, หน้า 283 - 294.	3 กันยายน 2562
2564	ปริญญาตรี	ดร. ธัญทิพย์ คฤห โยธิน และผศ.ดร. ยุพิน ภัทรพงศ์สันต์	“Will I follow my ideal self everywhere? Exploring consumers’ perceptions towards fast fashion influencers on Instagram,” in The American Collegiate Retailing Association (Eds), American	25 มีนาคม 2564

			Collegiate Retailing Association (ACRA) 2021 Conference Proceedings.	
2565	ปริญญาตรี	ดร. ธีรวิทย์ คฤหโยธิน และผศ.ดร. ยูพิน ภัทรพงศ์สันต์	“(Un)Ethical Consumption? Prostitution Services in Thailand,” in The Society for Consumer Psychology (Eds), SCP 2022 Conference Proceedings.	3 มีนาคม 2565
2565	ปริญญาตรี	ดร. ธีรวิทย์ คฤหโยธิน และผศ.ดร. ยูพิน ภัทรพงศ์สันต์	Social Media Influencers for Fast Fashion – Thailand Study. In F. Brooksworth, E. Mogaji, G. Bosah (Eds.) Fashion Marketing in Emerging Economies (in Palgrave Studies of Marketing in Emerging Economies). Switzerland: Palgrave Macmillan.	กันยายน 2565

นายกมลพงศ์ รัตนสงวนวงศ์

อาจารย์ประจำ หลักสูตร /นักวิจัย	หลักสูตรระดับ ตรี/โท/เอก (ระบุ)	อาจารย์ประจำ หลักสูตร /นักวิจัย ผู้ทำผลงานร่วม	ชื่อผลงาน/ แหล่งเผยแพร่	วัน/เดือน/ปี ที่เผยแพร่
2561	ปริญญาตรี	กมลพงศ์ รัตนสงวนวงศ์	การวิจัยเชิง ปฏิบัติการโดยใช้ แนวคิดการประเมิน ชุมชนแบบมีส่วนร่วม เพื่อสร้างความ เข้มแข็งกลุ่มอาชีพ สานแข่งปลาทุบ้าน สันจกปก จังหวัด พะเยา	4 กรกฎาคม 2561
2562	ปริญญาตรี	ชาญชัย พรหมมี ดร. ธัญทิพย์ คฤห โยธิน กมลพงศ์ รัตนสงวนวงศ์ บุรินทร์ บัณฑิตวงค์ คณิสส์ คณิสราพร พงศ์	ปัจจัยเชิง ประชากรศาสตร์ที่มี ผลต่อความพึงพอใจ และพฤติกรรมการ ใช้บริการรถโดยสาร ของบริษัท ขนส่ง จำกัด ใน จังหวัดพะเยา. รายงานการประชุม วิชาการ การ ประชุมวิชาการ ระดับชาติ ครั้งที่ 4 มหาวิทยาลัยราช ภัฏกาญจนบุรี	6 กันยายน 2562
2563	ปริญญาตรี	กมลพงศ์ รัตนสงวนวงศ์ บุรินทร์ บัณฑิตวงค์ คณิสส์ คณิสราพร พงศ์.	การพัฒนาช่องทาง ทางการตลาดแบบ ออนไลน์ของ วิสาหกิจชุมชนใน อำเภอดอกคำใต้. การประชุมวิชาการ ระดับชาติ พะเยา วิจัย กลุ่ม มนุษยศาสตร์และ	23-24 มกราคม 2563

			สังคมศาสตร์ (ครั้งที่ 9) 23-24 มกราคม 2563 หน้า 1018-1029. พะเยา : มหาวิทยาลัยพะเยา	
--	--	--	--	--

นายชาญชัย พรหมมี

อาจารย์ประจำ หลักสูตร / นักวิจัย	หลักสูตรระดับ ตรี/โท/เอก (ระบุ)	อาจารย์ประจำ หลักสูตร / นักวิจัย ผู้ทำผลงานร่วม	ชื่อผลงาน/ แหล่งเผยแพร่	วัน/เดือน/ปี ที่เผยแพร่
2562	ปริญญาตรี	ชาญชัย พรหมมี ดร. ธัญทิพย์ คฤห โยธิน กมลพงศ์ รัตนสงวนวงศ์ บุรินทร์ บัณฑิตวงค์ คณิตส์ คณิตสรพร พงศ์	ปัจจัยเชิง ประชากรศาสตร์ที่มี ผลต่อความพึงพอใจ และพฤติกรรมการ ใช้บริการรถโดยสาร ของบริษัท ขนส่ง จำกัด ใน จังหวัดพะเยา. รายงานการประชุม วิชาการ การ ประชุมวิชาการ ระดับชาติ ครั้งที่ 4 มหาวิทยาลัยราช ภัฏกาญจนบุรี	6 กันยายน 2562
2563	ปริญญาตรี	ชาญชัย พรหมมี	การวิเคราะห์ องค์ประกอบเชิง ยืนยันการรับรู้ คุณภาพบริการ โรงแรมจากมุมมอง นักท่องเที่ยวใน จังหวัดพะเยา. การ ประชุมวิชาการ ระดับชาติ ด้าน บริหารธุรกิจ ครั้งที่ 7 มหาวิทยาลัยแม่ โจ้	7 กุมภาพันธ์ 2563
		ชาญชัย พรหมมี	ความสัมพันธ์ ระหว่างองค์การ เพื่อการเรียนรู้และ	6 มิถุนายน 2563

		<p>ความพึงพอใจในงานของพนักงานสายวิชาการ มหาวิทยาลัยพะเยา. รายงานการประชุมวิชาการ การประชุมวิชาการ ระดับชาติด้าน บริหารจัดการ (ครั้งที่ 12) 6 มิถุนายน 2563 หน้า 744-754. สงขลา: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์</p> <p>ชาญชัย พรหมมี. (2563). อิทธิพลของภูมิทัศน์การบริการและคุณภาพการบริการต่อความตั้งใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. วารสารการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์, 9(4), 88-97.</p> <p>ชาญชัย พรหมมี และ สิริมา นาคสาย. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนิสิต หลักสูตรที่มุ่งเน้นการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัย</p>	<p>วันที่เผยแพร่ 26 ตุลาคม 2563</p> <p>วันที่เผยแพร่ 30 ธันวาคม 2563</p>
--	--	--	--

			พะเยา. วารสาร บริหารธุรกิจและ สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัย รามคำแหง, 3(3), 65-80.	
--	--	--	---	--

บุรินทร์ บัณฑิตวงค์

อาจารย์ประจำ หลักสูตร /นักวิจัย	หลักสูตรระดับ ตรี/โท/เอก (ระบุ)	อาจารย์ประจำ หลักสูตร /นักวิจัย ผู้ทำผลงานร่วม	ชื่อผลงาน/ แหล่งเผยแพร่	วัน/เดือน/ปี ที่เผยแพร่
2562	ปริญญาตรี	ชาญชัย พรหมมี ดร. ธัญทิพย์ คฤห โยธิน กมลพงศ์ รัตนสงวนวงศ์ บุรินทร์ บัณฑิตวงค์ คณิสส์ คณิสราพร พงศ์	ปัจจัยเชิง ประชากรศาสตร์ที่มี ผลต่อความพึงพอใจ และพฤติกรรมการ ใช้บริการรถโดยสาร ของบริษัท ขนส่ง จำกัด ใน จังหวัดพะเยา. รายงานการประชุม วิชาการ การ ประชุมวิชาการ ระดับชาติ ครั้งที่ 4 มหาวิทยาลัยราช ภัฏกาญจนบุรี	6 กันยายน 2562
2563	ปริญญาตรี	กมลพงศ์ รัตนสงวนวงศ์ บุรินทร์ บัณฑิตวงค์ คณิสส์ คณิสราพร พงศ์.	การพัฒนาช่องทาง ทางการตลาดแบบ ออนไลน์ของ วิสาหกิจชุมชนใน อำเภอดอกคำใต้. การประชุมวิชาการ ระดับชาติ พะเยา วิจัย กลุ่ม มนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์ (ครั้งที่ 9) 23-24	23-24 มกราคม 2563

			มกราคม 2563 หน้า 1018-1029. พะเยา : มหาวิทยาลัยพะเยา	
--	--	--	---	--

คณิสต์ คณิสราพรพงศ์.

อาจารย์ประจำ หลักสูตร / นักวิจัย	หลักสูตรระดับ ตรี/โท/เอก (ระบุ)	อาจารย์ประจำ หลักสูตร / นักวิจัย ผู้ทำผลงานร่วม	ชื่อผลงาน/ แหล่งเผยแพร่	วัน/เดือน/ปี ที่เผยแพร่
2562	ปริญญาตรี	ชาญชัย พรหมมิ ดร. ธัญทิพย์ คฤห โยธิน กมลพงศ์ รัตนสงวนวงศ์ บุรินทร์ บัณฑิตวงค์ คณิสต์ คณิสราพร พงศ์	ปัจจัยเชิง ประชากรศาสตร์ที่มี ผลต่อความพึงพอใจ และพฤติกรรมการ ใช้บริการรถโดยสาร ของบริษัท ขนส่ง จำกัด ใน จังหวัดพะเยา. รายงานการประชุม วิชาการ การ ประชุมวิชาการ ระดับชาติ ครั้งที่ 4 มหาวิทยาลัยราช ภัฏกาญจนบุรี	6 กันยายน 2562
2563	ปริญญาตรี	กมลพงศ์ รัตนสงวนวงศ์ บุรินทร์ บัณฑิตวงค์ คณิสต์ คณิสราพร พงศ์.	การพัฒนาช่องทาง ทางการตลาดแบบ ออนไลน์ของ วิสาหกิจชุมชนใน อำเภอดอกคำใต้. การประชุมวิชาการ ระดับชาติ พะเยา วิจัย กลุ่ม มนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์ (ครั้งที่ 9) 23-24	23-24 มกราคม 2563

			มกราคม 2563 หน้า 1018-1029. พะเยา : มหาวิทยาลัยพะเยา
--	--	--	---

ดร. กิตติศักดิ์ ศรีไพโรจน์

อาจารย์ ประจำ หลักสูตร /นักวิจัย	หลักสูตร ระดับ ตรี/โท/ เอก (ระบุ)	อาจารย์ ประจำ หลักสูตร /นักวิจัย ผู้ทำ ผลงาน ร่วม	ชื่อผลงาน/ แหล่งเผยแพร่	วัน/ เดือน/ปี ที่เผยแพร่
2563	ปริญญา ตรี	ชาญชัย พรหมมี กิตติศักดิ์ ศรีไพโรจน์	การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการรับรู้คุณภาพ บริการโรงแรมจากมุมมองนักท่องเที่ยวในจังหวัดพะเยา. การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านบริหารธุรกิจ ครั้งที่ 7 มหาวิทยาลัยแม่โจ้	7 กุมภาพันธ์ 2563
2564	ปริญญา ตรี	กิตติศักดิ์ ศรีไพโรจน์ และ ชนิดาภา ดีสุขอนันต์	กิตติศักดิ์ ศรีไพโรจน์ และ ชนิดาภา ดีสุขอนันต์, สมการโครงสร้างพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำผึ้ง กรณีศึกษาจังหวัดพะเยา, วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, ปีที่ 4 ฉบับที่ 2, พฤษภาคม- สิงหาคม 2564.	

ตารางข้อมูลผลงานวิชาการของอาจารย์ประจำหลักสูตร และนักวิจัยในหลักสูตร
ผลงานวิชาการ

ปี	ผลงานเผยแพร่				รวม	จำนวนผลงานต่อ อาจารย์และ นักวิจัย
	ระดับชาติ		ระดับนานาชาติ			
	Proceeding	วารสาร	Proceeding	วารสาร		
2560						
2561	2	1			3	0.5
2562	2	6			8	1.33
2563	2	2			4	0.67
2564	2				2	0.33

ผลงานสร้างสรรค์

ปี	ผลงานเผยแพร่					รวม	จำนวนผลงานต่อ อาจารย์และ นักวิจัย
	ระดับ ภูมิภาค	ระดับชาติ		ระดับนานาชาติ			
		Proceeding	วารสาร	Proceeding	วารสาร		
2560							
2561							
2562							
2563							

รายงานภาวะการมีงานทำของบัณฑิต มหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2564

ใช้เป็นข้อมูลพื้นฐาน (Common Data Set) สำหรับสนับสนุนระดับคณะวิทยาลัย/

14. คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์

ลำดับ	ประเด็น	หลักสูตร นิเทศศาสตร์ บัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ การสื่อสาร	หลักสูตร นิเทศศาสตร์ บัณฑิต สาขาวิชาการ ประชาสัมพันธ์	หลักสูตร นิเทศศา สตร์ บัณฑิต สาขาวิชา การสื่อสาร สื่อใหม่	หลักสูตร บริหารธุรกิจ บัณฑิต สาขาวิชา การเงินและ การธนาคาร	หลักสูตร บริหารธุรกิจ บัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ ธุรกิจ
1	จำนวนบัณฑิตระดับปริญญาตรีทั้งหมด	16	10	46	71	78
2	จำนวนบัณฑิตระดับปริญญาตรีที่ตอบแบบสำรวจเรื่อง การมีงานทำภายใน 1 ปี หลังสำเร็จการศึกษา	15	6	40	70	74
3	จำนวนบัณฑิตระดับปริญญาตรีที่ได้งานทำหลังสำเร็จการศึกษา (ไม่นับรวมผู้ที่ประกอบอาชีพอิสระ)	7	4	21	37	44
4	จำนวนบัณฑิตระดับปริญญาตรีที่ประกอบอาชีพอิสระ	-	3	3	2	10
5	จำนวนผู้สำเร็จการศึกษา ระดับปริญญาตรีที่มีงานทำก่อนเข้าศึกษา	1	-	5	6	3
6	จำนวนบัณฑิตระดับปริญญาตรีที่มีกิจการของตนเองที่มีรายได้ประจำอยู่แล้ว	-	3	3	2	10
7	จำนวนบัณฑิตระดับปริญญา	-	-	-	-	-

	ตรีที่ศึกษาต่อระดับ บัณฑิตศึกษา					
8	จำนวนบัณฑิตระดับปริญญา ตรีที่อุปสมบท	-	-	-	2	-
9	จำนวนบัณฑิตระดับปริญญา ตรีที่เกณฑ์ทหาร	-	1	2	2	3
10	เงินเดือนหรือรายได้ต่อเดือน ของผู้สำเร็จการศึกษาระดับ ปริญญาตรีที่ได้งานทำหรือ ประกอบอาชีพอิสระ (ค่าเฉลี่ย)	13,637.50	13,250.00	14,580.77	12,458.42	12,367.79

14. คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์(ต่อ)

ลำดับ	ประเด็น	หลักสูตร บริหารธุรกิจ บัณฑิต สาขาวิชาการ จัดการธุรกิจ และหลักสูตร เศรษฐศาสตร์ บัณฑิต	หลักสูตร บริหารธุรกิจ บัณฑิต สาขาวิชา การตลาด	หลักสูตร บริหารธุรกิจ บัณฑิต สาขาวิชา การ ท่องเที่ยว	หลักสูตร บัญชี บัณฑิต	หลักสูตร เศรษฐศาสตร์ บัณฑิต
1	จำนวนบัณฑิตระดับปริญญา ตรีทั้งหมด	12	70	12	115	37
2	จำนวนบัณฑิตระดับปริญญา ตรีที่ตอบแบบสำรวจเรื่องการ มีงานทำภายใน 1 ปี หลัง สำเร็จการศึกษา	11	65	6	111	36
3	จำนวนบัณฑิตระดับปริญญา ตรีที่ได้งานทำหลังสำเร็จ การศึกษา (ไม่นับรวมผู้ที่ ประกอบอาชีพอิสระ)	6	41	2	72	20
4	จำนวนบัณฑิตระดับปริญญา ตรีที่ประกอบอาชีพอิสระ	-	10	-	6	2
5	จำนวนผู้สำเร็จการศึกษาระดับ ปริญญาตรีที่มีงานทำก่อนเข้า ศึกษา	2	6	-	6	-
6	จำนวนบัณฑิตระดับปริญญา ตรีที่มีกิจการของตนเองที่มี รายได้ประจำอยู่แล้ว	-	10	-	6	2
7	จำนวนบัณฑิตระดับปริญญา ตรีที่ศึกษาต่อระดับ บัณฑิตศึกษา	2	-	-	-	-
8	จำนวนบัณฑิตระดับปริญญา	-	-	-	-	-

	ตรีที่อุปสมบท					
9	จำนวนบัณฑิตระดับปริญญาตรีที่เกณฑ์ทหาร	-	1	-	1	-
10	เงินเดือนหรือรายได้ต่อเดือนของผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีที่ได้งานทำหรือประกอบอาชีพอิสระ (ค่าเฉลี่ย)	12,718.75	19,706.38	9,700.00	14,601.65	13,380.00

จากตารางพบว่า ค่าเฉลี่ยเงินเดือนของบัณฑิตสาขาวิชาการตลาดสูงกว่าที่รัฐบาลประกาศที่ 15,000 บาท อยู่ 31.33%

ลำดับที่	หลักสูตร	จำนวนผู้จบบัณฑิต	จำนวนผู้ตอบแบบประเมิน	ร้อยละ	ด้านคุณธรรมจริยธรรม	ด้านความรู้	ด้านทักษะทางปัญญา	ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ	ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยี	ด้านสุนทรียะศิลป์	ด้านทักษะการส่งเสริมสุขภาพและพัฒนาศักยภาพ	ด้านทักษะในการทำงาน	รวม									
14.	คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์	331	185	55.89	4.71	94.29	4.40	88.00	4.44	88.84	4.48	89.60	4.30	85.93	4.49	89.89	4.63	92.60	4.35	86.93	4.48	89.51
	หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสื่อสาร	8	4	50.00	4.75	95.00	4.63	92.60	4.38	87.60	4.63	92.60	4.25	85.00	4.25	85.00	4.75	95.00	4.08	81.60	4.46	89.20
	หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์	6	1	16.67	4.75	95.00	4.00	80.00	4.50	90.00	4.00	80.00	4.00	80.00	5.00	100.00	5.00	100.00	4.00	80.00	4.41	88.20
	หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารสิ่งพิมพ์	27	12	44.44	4.58	91.60	4.31	86.20	4.35	87.00	4.25	85.00	3.96	79.20	4.33	86.60	4.17	83.40	4.06	81.20	4.25	85.00
	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการเงินและการธนาคาร	43	28	65.12	4.71	94.20	4.51	90.20	4.47	89.40	4.53	90.60	4.43	88.60	4.46	89.20	4.64	92.80	4.44	88.80	4.52	90.40
	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ	48	29	60.42	4.63	92.60	4.49	89.80	4.55	91.00	4.52	90.40	4.49	89.80	4.41	88.20	4.55	91.00	4.47	89.40	4.52	90.40
	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ และหลักสูตรเศรษฐศาสตรบัณฑิต	9	5	55.56	4.65	93.00	4.30	86.00	4.15	83.00	4.25	85.00	4.10	82.00	4.00	80.00	4.50	90.00	4.27	85.40	4.28	85.60
	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด	49	26	53.06	4.65	93.40	4.46	89.20	4.43	88.60	4.40	89.00	4.42	88.40	4.42	88.40	4.54	90.80	4.45	89.00	4.47	89.40
	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยว	5	1	20.00	5.00	100.00	4.25	85.00	4.50	90.00	5.00	100.00	4.25	85.00	5.00	100.00	5.00	100.00	4.67	95.40	4.71	94.20
	หลักสูตรปริญญาบัณฑิต	81	46	56.79	4.68	93.60	4.44	88.80	4.44	88.80	4.51	90.20	4.44	88.80	4.41	88.20	4.62	92.40	4.38	87.60	4.49	89.80
	หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยว	35	17	48.57	4.65	93.00	4.46	89.20	4.51	90.20	4.49	89.80	4.34	86.80	4.47	89.40	4.38	87.60	4.49	89.80	4.47	89.40
	หลักสูตรเศรษฐศาสตรบัณฑิต	20	16	80.00	4.81	96.20	4.55	91.00	4.58	91.60	4.70	94.00	4.54	91.60	4.69	93.80	4.78	95.60	4.50	90.00	4.65	93.00

จากตารางพบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ภาพรวมอยู่ที่ 4.47 หรือ 89.40% ซึ่งอยู่ในระดับที่ดีมาก

ผลการประเมินตนเอง

AUN-QA Criterion 8 – Checklist	ระดับ
	2564
8.1 The pass rate, dropout rate, and average time to graduate are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.	4
8.2 Employability as well as self-employment, entrepreneurship, and advancement to further studies, are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.	4
8.3 Research and creative work output and activities carried out by the academic staff and students, are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.	3
8.4 Data are provided to show directly the achievement of the programme outcomes, which are established and monitored.	4

AUN-QA Criterion 8 – Checklist	ระดับ
	2564
8.5 Satisfaction level of the various stakeholders are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.	4
ความคิดเห็นโดยรวม (Overall opinion)	4

ส่วนที่ 3

สรุปผลการประเมินตนเอง

ตารางสรุปผลการประเมินตนเอง ระดับหลักสูตร ตามเกณฑ์ สกอ. และ AUN QA

ตัวบ่งชี้ (Indicators)	ระดับ
องค์ประกอบที่ 1 การกำกับมาตรฐาน	เป็นไปตามเกณฑ์
องค์ประกอบที่ 2 การพัฒนาคุณภาพหลักสูตรตามเกณฑ์ AUN-QA ระดับหลักสูตร	
AUN. 1 Expected Learning Outcomes	
1.1 The programme to show that the expected learning outcomes are appropriately formulated in accordance with an established learning taxonomy, are aligned to the vision and mission of the university, and are known to all stakeholders.	4
1.2 The programme to show that the expected learning outcomes for all courses are appropriately formulated and are aligned to the expected learning outcomes of the programme.	4
1.3 The programme to show that the expected learning outcomes consist of both generic outcomes (related to written and oral communication, problem-solving, information technology, teambuilding skills, etc) and subject specific outcomes (related to knowledge and skills of the study discipline).	4
1.4 The programme to show that the requirements of the stakeholders, especially the external stakeholders, are gathered, and that these are reflected in the expected learning outcomes.	4
1.5 The programme to show that the expected learning outcomes are achieved by the students by the time they graduate.	4
AUN. 2 Programme Structure and Content	
2.1 The specifications of the programme and all its courses are shown to be comprehensive, up-to-date, and made available and communicated to all stakeholders.	4
2.2 The design of the curriculum is shown to be constructively aligned with achieving the expected learning outcomes.	4
2.3 The design of the curriculum is shown to include feedback from stakeholders, especially external stakeholders.	4
2.4 The contribution made by each course in achieving the expected learning outcomes is shown to be clear.	4
2.5 The curriculum to show that all its courses are logically structured, properly sequenced (progression from basic to intermediate to specialised courses), and are integrated.	4

ตัวบ่งชี้ (Indicators)	ระดับ
2.6 The curriculum to have option(s) for students to pursue major and/or minor specialisations.	3
2.7 The programme to show that its curriculum is reviewed periodically following an established procedure and that it remains up-to-date and relevant to industry.	4
AUN. 3 Teaching and Learning Approach	
3.1 The educational philosophy is shown to be articulated and communicated to all stakeholders. It is also shown to be reflected in the teaching and learning activities.	4
3.2 The teaching and learning activities are shown to allow students to participate responsibly in the learning process.	4
3.3 The teaching and learning activities are shown to involve active learning by the students.	4
3.4 The teaching and learning activities are shown to promote learning, learning how to learn, and instilling in students a commitment for life-long learning (e.g., commitment to critical inquiry, information-processing skills, and a willingness to experiment with new ideas and practices).	4
3.5 The teaching and learning activities are shown to inculcate in students, new ideas, creative thought, innovation, and an entrepreneurial mindset.	4
3.6 The teaching and learning processes are shown to be continuously improved to ensure their relevance to the needs of industry and are aligned to the expected learning outcomes.	4
AUN. 4 Student Assessment	
4.1 A variety of assessment methods are shown to be used and are shown to be constructively aligned to achieving the expected learning outcomes and the teaching and learning objectives.	4
4.2 The assessment and assessment-appeal policies are shown to be explicit, communicated to students, and applied consistently.	4
4.3 The assessment standards and procedures for student progression and degree completion, are shown to be explicit, communicated to students, and applied consistently.	4
4.4 The assessments methods are shown to include rubrics, marking schemes, timelines, and regulations, and these are shown to ensure validity, reliability, and fairness in assessment.	4

ตัวบ่งชี้ (Indicators)	ระดับ
4.5 The assessment methods are shown to measure the achievement of the expected learning outcomes of the programme and its courses.	4
4.6 Feedback of student assessment is shown to be provided in a timely manner.	4
4.7 The student assessment and its processes are shown to be continuously reviewed and improved to ensure their relevance to the needs of industry and alignment to the expected learning outcomes.	4
AUN. 5 Academic Staff	
5.1 The programme to show that academic staff planning (including succession, promotion, re-deployment, termination, and retirement plans) is carried out to ensure that the quality and quantity of the academic staff fulfil the needs for education, research, and service.	4
5.2 The programme to show that staff workload is measured and monitored to improve the quality of education, research, and service.	4
5.3 The programme to show that the competences of the academic staff are determined, evaluated, and communicated.	4
5.4 The programme to show that the duties allocated to the academic staff are appropriate to qualifications, experience, and aptitude.	4
5.5 The programme to show that promotion of the academic staff is based on a merit system which accounts for teaching, research, and service.	4
5.6 The programme to show that the rights and privileges, benefits, roles and relationships, and accountability of the academic staff, taking into account professional ethics and their academic freedom, are well defined and understood.	4
5.7 The programme to show that the training and developmental needs of the academic staff are systematically identified, and that appropriate training and development activities are implemented to fulfil the identified needs.	4
5.8 The programme to show that performance management including reward and recognition is implemented to assess academic staff teaching and research quality.	4
AUN. 6 Student Support Services	
6.1 The student intake policy, admission criteria, and admission procedures to the programme are shown to be clearly defined, communicated, published, and up-to-date.	4

ตัวบ่งชี้ (Indicators)	ระดับ
6.2 Both short-term and long-term planning of academic and non-academic support services are shown to be carried out to ensure sufficiency and quality of support services for teaching, research, and community service.	4
6.3 An adequate system is shown to exist for student progress, academic performance, and workload monitoring. Student progress, academic performance, and workload are shown to be systematically recorded and monitored. Feedback to students and corrective actions are made where necessary.	4
6.4 Co-curricular activities, student competition, and other student support services are shown to be available to improve learning experience and employability.	4
6.5 The competences of the support staff rendering student services are shown to be identified for recruitment and deployment. These competences are shown to be evaluated to ensure their continued relevance to stakeholders needs. Roles and relationships are shown to be well-defined to ensure smooth delivery of the services.	4
6.6 Student support services are shown to be subjected to evaluation, benchmarking, and enhancement.	4
AUN. 7 Facilities and Infrastructure	
7.1 The physical resources to deliver the curriculum, including equipment, material, and information technology, are shown to be sufficient.	4
7.2 The laboratories and equipment are shown to be up-to-date, readily available, and effectively deployed.	4
7.3 A digital library is shown to be set-up, in keeping with progress in information and communication technology.	4
7.4 The information technology systems are shown to be set up to meet the needs of staff and students.	4
7.5 The university is shown to provide a highly accessible computer and network infrastructure that enables the campus community to fully exploit information technology for teaching, research, service, and administration.	4
7.6 The environmental, health, and safety standards and access for people with special needs are shown to be defined and implemented.	4
7.7 The university is shown to provide a physical, social, and psychological environment that is conducive for education, research, and personal well - being.	4

ตัวบ่งชี้ (Indicators)	ระดับ
7.8 The competences of the support staff rendering services related to facilities are shown to be identified and evaluated to ensure that their skills remain relevant to stakeholder needs.	4
7.9 The quality of the facilities (library, laboratory, IT, and student services) are shown to be subjected to evaluation and enhancement.	4
AUN. 8 Output and Outcomes	
8.1 The pass rate, dropout rate, and average time to graduate are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.	4
8.2 Employability as well as self-employment, entrepreneurship, and advancement to further studies, are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.	4
8.3 Research and creative work output and activities carried out by the academic staff and students, are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.	3
8.4 Data are provided to show directly the achievement of the Programme outcomes, which are established and monitored.	4
8.5 Satisfaction level of the various stakeholders are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.	4
ระดับในภาพรวม (Overall opinion)	4

รายงานจุดเด่น และจุดที่ควรพัฒนา

สำหรับปีการศึกษา 2564	
AUN. 1 Expected Learning Outcomes	
จุดเด่น	จุดที่สามารถพัฒนาได้
1. มีการวางแผนการเรียนอย่างเป็นระบบ มี ELO ตามแต่ละชั้นปี	1. การสื่อสาร ELO ไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
2. สามารถผลิตบัณฑิตให้เป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมีรายได้หลักล้านบาทต่อปีหลายราย	2. การรวบรวมข้อมูลความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเชิงลึก และปริมาณที่มากขึ้น
3.	3.
AUN. 2 Programme Structure and Content	
จุดเด่น	จุดที่สามารถพัฒนาได้
1. มี facebook Fanpage ของสาขาวิชาฯ	1. พัฒนารายวิชาให้มีความทันสมัยและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตามสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
2. รายวิชาที่มุ่งเน้นการฝึกปฏิบัติและลงมือทำจริง	2.
3. มีเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภาคจำนวนมาก	3.
AUN. 3 Teaching and Learning Approach	
จุดเด่น	จุดที่สามารถพัฒนาได้
1. มีกิจกรรมที่บูรณาการการเรียนการสอนและโครงการเสริมหลักสูตรที่เหมาะสม ทันสมัย ใช้ได้จริง เกิดผลประโยชน์จริงต่อผู้เรียนและชุมชน	1. มีการพัฒนาการเรียนการสอนให้ทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น การสอนออนไลน์
2. เชิญผู้ประกอบการมาร่วมบรรยายและให้โปรเจกต์ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน	
3. มีพันธมิตรกับหน่วยงานต่างๆเพิ่มขึ้นมากทั้ง บริษัท Lamun Lamai, Next Digital, Owl Day House	3.
AUN. 4 Student Assessment	
จุดเด่น	จุดที่สามารถพัฒนาได้
1. คณาจารย์ร่วมกันสอบประมวลความรู้ทางวิชาการและการฝึกปฏิบัติด้านการตลาดในรายวิชาของปี 4	1. มีการพัฒนาระบบประเมินผู้เรียนร่วมกันที่ทันสมัย เก็บข้อมูลได้ละเอียด ง่ายต่อการสรุปผลภาพรวม

สำหรับปีการศึกษา 2564	
2. มีวิธีการประเมินที่หลากหลายและวัดผลได้ดีกว่าแบบเดิมเช่นข้อสอบเพียงอย่างเดียว	2.
3. มีการประเมินร่วมกับผู้ประกอบ	3.
AUN. 5 Academic Staff	
จุดเด่น	จุดที่สามารถพัฒนาได้
1.	1.
2.	2.
3.	3.
AUN. 6 Student Support Services	
จุดเด่น	จุดที่สามารถพัฒนาได้
1. มีโครงการอบรม ส่งเสริมและพัฒนาทักษะนิสิตด้านวิชาชีพทางการตลาด อย่างเหมาะสมและทันสมัย	1. การสร้างเครือข่ายกับผู้ประกอบการเพื่อร่วมพัฒนาการเตรียมการสอนแบบบูรณาการ
2. นำธุรกิจภาคเอกชน เข้ามามีส่วนร่วม ในการเรียนการสอน	2. การมีสถานที่หรือ ecosystem องค์กรประกอบอื่นๆที่สามารถให้นิสิตสามารถได้ลงมือทำจริงๆ
3. การบูรณาการการเรียนการสอนเข้ากับกิจกรรมเสริมหลักสูตร และโครงการบริการวิชาการเช่น โครงการออมสินยุวพัฒน์รักษ์ถิ่น โครงการยุวชนจิตอาสา	3.
AUN. 7 สิ่ง Facilities and Infrastructure	
จุดเด่น	จุดที่สามารถพัฒนาได้
1. มีห้องประชุมสาขาวิชาการตลาด	1. ปรับปรุงห้องสำหรับนิสิตให้สามารถพูดคุยร่วมกันทำงาน และปฏิบัติงานด้านการตลาดกับคณาจารย์ได้
2. มีห้องคอมพิวเตอร์เฉพาะสาขาและปรี้นเตอร์สำหรับการเรียนและฝึกปฏิบัติ สำหรับนิสิตที่ไม่มีคอมพิวเตอร์	2. เพิ่มจำนวนคอมพิวเตอร์และขนาดของสถานที่
3.	3.
AUN. 8 Output and Outcomes	
จุดเด่น	จุดที่สามารถพัฒนาได้
1. มีบัณฑิตที่เป็นผู้ประกอบการหรือทำงานขายที่ใช้ทักษะด้านดิจิทัลค่อนข้างมาก	1. เครือข่ายทางธุรกิจที่จะช่วยสนับสนุนด้านการฝึกงาน สหกิจฯ และ CWIE มีเพิ่มมากขึ้นหลายบริษัท

สำหรับปีการศึกษา 2564	
2. มีบัณฑิตที่ เป็นผู้ประกอบการ ที่ประสบความสำเร็จ	2.
3. บัณฑิตที่จบไปแล้วมีเงินเดือนเฉลี่ยรวมมากกว่าที่รัฐบาลประกาศ	3.

ส่วนที่ 4

ภาคผนวก

รายการหลักฐานอ้างอิง

[1]

[2]