เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร พ.ศ. 2558

รายงานผลการดำเนินงาน (มคอ.7)

หลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชา การตลาด

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2565

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ประจำปีการศึกษา 2567

(1 มิถุนายน 2567 – 31 พฤษภาคม 2568)

วันที่รายงาน 30 กรกฎาคม พ.ศ.2568

รับรองความถูกต้องของข้อมูล

ลายเซ็นต์ ประธานหลักสูตร

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติชัย เจริญชัย)

วันที่รายงาน 30 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2568

ลายเซ็นต์ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

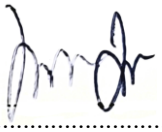
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เขมิกา แสนโสม)

วันที่รายงาน 30 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2568

ลายเซ็นต์ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ลักขณา ศิริจำปา)

วันที่รายงาน 30 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2568

ลายเซ็นต์ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นุชนาถ มีนาสันติรักษ์)

วันที่รายงาน 30 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2568

ลายเซ็นต์ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

(อาจารย์ณิชาภา พิมลศิริ)

วันที่รายงาน 30 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2568

เห็นชอบโดย คณบดี

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยธวัช บวรพิทักษ์)

วันที่รายงาน 30 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2568

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	5
บทนำ	7
ผลการปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผลการประเมินปีที่ผ่านมา	10
หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป	11
ข้อมูลหลักสูตร	11
อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	11
อาจารย์ผู้สอน	18
องค์ประกอบที่ 1 การกำกับมาตรฐาน	21
ตัวบ่งชี้ที่ 1.1 การบริหารจัดการหลักสูตรตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรที่กำหนดโดย สกอ.	21
หมวดที่ 2 อาจารย์	23
องค์ประกอบที่ 4 การบริหารและพัฒนาอาจารย์	23
ตัวบ่งชี้ที่ 4.1 การบริหารและพัฒนาอาจารย์	23
ตัวบ่งชี้ที่ 4.2 คุณภาพอาจารย์	52
ตัวบ่งชี้ที่ 4.3 ผลที่เกิดกับอาจารย์	57
หมวดที่ 3 นักศึกษาและบัณฑิต	59
ข้อมูลนักศึกษา	59
องค์ประกอบที่ 3 นักศึกษา	60
ตัวบ่งชี้ที่ 3.1 การรับนักศึกษา	60
ตัวบ่งชี้ที่ 3.2 การส่งเสริมและพัฒนานักศึกษา	70
ตัวบ่งชี้ที่ 3.3 ผลที่เกิดกับนักศึกษา	77
จำนวนผู้สำเร็จการศึกษา	80
องค์ประกอบที่ 2 บัณฑิต	81
ตัวบ่งชี้ที่ 2.1 คุณภาพบัณฑิตตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ	81
ตัวบ่งชี้ที่ 2.2 (ปริญญาตรี) ภาวะการมีงานทำของบัณฑิตภายในเวลา 1 ปี	82
หมวดที่ 4 ข้อมูลผลการเรียนรายวิชาของหลักสูตรและคุณภาพการสอนในหลักสูตร	83
สรุปผลรายวิชาที่เปิดสอนในภาค/ปีการศึกษา	83
องค์ประกอบที่ 5 หลักสูตร การเรียนการสอน การประเมินผู้	89
ตัวบ่งชี้ที่ 5.1 สาระของรายวิชาในหลักสูตร	89
ตัวบ่งชี้ที่ 5.2 การวางระบบผู้สอนและกระบวนการจัดการเรียนสอน	108
ตัวบ่งชี้ที่ 5.3 การประเมินผู้เรียน	124
การวิเคราะห์รายวิชาที่มีผลการเรียนไม่ปกติ	133
รายวิชาที่ไม่ได้เปิดสอนในปีการศึกษา	133

รายวิชาที่สอนเนื้อหาไม่ครบในปีการศึกษา 133
คุณภาพของการสอน 133
การประเมินรายวิชาที่เปิดสอนในปีที่รายงาน 133
ประสิทธิผลของกลยุทธ์การสอน 135
การปฐมนิเทศอาจารย์ใหม่ 135
กิจกรรมการพัฒนาวิชาชีพของอาจารย์และบุคลากรสายสนับสนุน 135
ตัวบ่งชี้ที่ 5.4 ผลการดำเนินงานตามกรอมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ 137
หมวดที่ 5 การบริหารหลักสูตร 140
การบริหารหลักสูตร 140
องค์ประกอบที่ 6 สิ่งสนับสนุนการเรียน 141
ตัวบ่งชี้ที่ 6.1 สิ่งสนับสนุนการเรียน 141
หมวดที่ 6 ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับคุณหลักสูตรจากผู้ประเมิน 151
หมวดที่ 7 การเปลี่ยนแปลงที่มีผลกระทบต่อหลักสูตร 153
หมวดที่ 8 แผนการดำเนินงานเพื่อพัฒนาหลักสูตร 154
ผลการประเมินรายตัวบ่งชี้ตามองค์ประกอบคุณภาพ 155
ตารางวิเคราะห์คุณภาพการศึกษาภายในระดับหลักสูตร 156
รายงานผลการวิเคราะห์จุดเด่นและจุดที่ควรพัฒนา 157

บทสรุปผู้บริหาร

ข้อมูลทั่วไป

ในรอบปีการศึกษา 2567 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ได้ดำเนินการประกันคุณภาพการศึกษาภายในระดับหลักสูตรตามองค์ประกอบคุณภาพการศึกษาระดับอุดมศึกษา มาตรฐานหลักสูตรและกรอบมาตรฐานคุณวุฒิอุดมศึกษาแห่งชาติ TQF ดำเนินการ 14 ตัวบ่งชี้ และดำเนินการ 6 องค์ประกอบ (Key Performance Indicator) เพื่อติดตามการดำเนินการตามเกณฑ์ โดยมีอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร 5 ท่าน ดังนี้

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติชัย เจริญชัย
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เขมิกา แสนโสม
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ลักขณา ศิริจำปา
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์นุชนาถ มีนาสันติรักษ์
5. อาจารย์ณิชาภา พิมลศิริ

ผลการประเมินคุณภาพภายใน

จากผลการประเมิน พบว่า มีค่าเฉลี่ยของทุกองค์ประกอบ เป็น 4.13 อยู่ในระดับ ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละองค์ประกอบ เรียงคะแนนเฉลี่ยที่ได้จากมากไปหาน้อย ดังนี้

องค์ประกอบคุณภาพ	คะแนนเฉลี่ย	ผลการประเมิน 0.01 - 2.00 ระดับคุณภาพน้อย 2.01 – 3.00 ระดับคุณภาพปานกลาง 3.01 – 4.00 ระดับคุณภาพดี 4.01 – 5.00 ระดับคุณภาพดีมาก
องค์ประกอบที่ 1	ผ่าน	ผ่าน
องค์ประกอบที่ 2	4.83	ระดับ ดีมาก
องค์ประกอบที่ 4	4.33	ระดับ ดีมาก
องค์ประกอบที่ 5	4.00	ระดับ ดี
องค์ประกอบที่ 3	3.67	ระดับ ดี
องค์ประกอบที่ 6	4.00	ระดับ ดี
เฉลี่ยคะแนนรวมทุกตัวบ่งชี้ของทุกองค์ประกอบ	4.13	ระดับ ดีมาก
ผลการประเมิน	4.13	ระดับ ดีมาก

จุดเด่น (3-5 ข้อ)

1. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลัก มีคุณวุฒิปริญญาเอก และมีผลงานทางวิชาการเผยแพร่จำนวนมาก
2. หลักสูตรมีการปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรให้ทันสมัย ตามจุดมุ่งหมายของหลักสูตร
3. หลักสูตรมีกระบวนการประชาสัมพันธ์เชิงรุก โดยใช้สื่อที่หลากหลายมากขึ้น ในการวางแผนการรับนักศึกษามีการประยุกต์รายวิชาในหลักสูตร บูรณาการการเรียนการสอนกับกระบวนการประชาสัมพันธ์ สามารถทำให้มีนักศึกษาสมัครเข้ามาเรียนได้จำนวนมาก
4. หลักสูตรมีกระบวนการในการพัฒนานักศึกษาทำให้เกิดผลงานวิจัยของนักศึกษาและอาจารย์จำนวนมาก ตลอดจนถึงได้รับรางวัลในการนำเสนอดีเด่นจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ

จุดที่ควรพัฒนา (3-5 ข้อ)

1. ควรมีการพัฒนาอาจารย์ในด้านการเขียนบทความเพื่อลงวารสารในฐาน TCI.
2. ควรมีงานวิจัยและนำเสนอในระดับนานาชาติหรือในต่างประเทศ
3. หลักสูตรควรมีการสร้างเครือข่ายกับผู้ประกอบการในพื้นที่ เพื่อเป็นสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้นอกห้องเรียนให้นักศึกษา
4. ควรประเมินผลการเรียนรู้ของนักศึกษาในแต่ละชั้นปี และนำผลมาปรับปรุงการจัดการเรียนการสอนหรือการส่งเสริมทักษะของนักศึกษาให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของหลักสูตร

บทนำ

ประวัติความเป็นมาของหลักสูตร

สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ได้ก่อตั้งขึ้นด้วยนโยบายของกรมการฝึกหัดครู (ในสมัยนั้น) ที่จะให้วิทยาลัยครูทั่วประเทศได้ผลิตบัณฑิตในสาขาอื่นๆ นอกเหนือจากครุศาสตร์บัณฑิต อีกทั้งยังเป็นช่วงที่เกิดการเปลี่ยนแปลงระบบเศรษฐกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่มีความหลากหลายมีความเป็นสากลการแข่งขันและลงทุนอย่างเสรีส่งผลให้มีการพัฒนาทางด้านการคมนาคมเพื่อการเดินทางติดต่อค้าขายการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อที่มีความทันสมัยมากขึ้นทำให้ธุรกิจการค้าการพาณิชย์ต่างๆ เกิดและเติบโตขึ้นในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการตลาดการขายสินค้าและบริการ

กรมการฝึกหัดครู(เดิม) จึงร่วมมือกับวิทยาลัยครูต่างๆ จัดทำหลักสูตรการเรียนการสอนด้านการบริหารธุรกิจ (การตลาด) ระดับปริญญาตรีขึ้น เพื่อผลิตศิลปศาสตร์บัณฑิต เอกบริหารธุรกิจ (การตลาด) รวมทั้งเปิดสอนในระดับปริญญาตรี ทั้งนี้เพื่อเร่งผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพสู่ตลาดแรงงานด้านบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด ของประเทศไทย

ปัจจุบันหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาดได้ตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมในแต่ละบริบททั้งในประเทศและระดับโลก จึงได้ปรับปรุงหลักสูตรโดยมุ่งพัฒนาให้สอดคล้องกับกรอบทิศทางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ คำนึงถึงความต้องการของตลาดแรงงานซึ่งมีการแข่งขันกันสูงนวัตกรรมทางเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและนโยบายด้านธุรกิจการค้าในกลุ่มประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) เพื่อให้นักศึกษามีความพร้อมทั้งในด้านความรู้ และทักษะ กระบวนการในการคิด วิเคราะห์และการตัดสินใจ ทันต่อความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมทั้งปลูกฝังเจตคติที่ดีในวิชาชีพการตลาด ความมีระเบียบวินัย คุณธรรม ความสำนึกในจริยธรรม มีจิตอาสา ความซื่อสัตย์สุจริต และความรับผิดชอบต่อหน้าที่ สังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้สาขาวิชาการตลาดผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการกำลังคนด้านการตลาดของท้องถิ่นและระดับประเทศ

ปรัชญา :

ผลิตบัณฑิตทางวิชาชีพการตลาด เพื่อสร้างผู้ประกอบการทางสังคม มุ่งสู่การพัฒนาท้องถิ่นเป็นสังคมผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ที่มีความต่อเนื่องอย่างยั่งยืนและมีจรรยาบรรณในวิชาชีพการตลาด

วิสัยทัศน์ :

ผลิตนักการตลาดที่มีคุณภาพและคุณธรรมเป็นที่เชื่อถือในระดับสากล มีความรอบรู้ และมีส่วนร่วมในการพัฒนาธุรกิจ เศรษฐกิจ สังคมและท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง นำวิชาการ เชี่ยวชาญในทักษะวิชาชีพการตลาด

พันธกิจ :

1) ผลิตบัณฑิตสาขาวิชาการตลาดให้มีความรู้คู่คุณธรรม จริยธรรมและมีความสามารถในการประกอบวิชาชีพ

2) ส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยเพื่อเพื่อนำองค์ความรู้ไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาวิชาการ วิชาชีพ หลักสูตร กระบวนการผลิตบัณฑิต ตลอดจนการพัฒนาธุรกิจ เศรษฐกิจ สังคมท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง

3) เป็นศูนย์กลางในการบริการวิชาการ ประสานความร่วมมือกับองค์กรอื่นเพื่อให้บริการวิชาการแก่ชุมชน

4) เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาไทยแก่สังคมและท้องถิ่น ร่วมอนุรักษ์ ส่งเสริม เผยแพร่ศิลปวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

5) พัฒนาระบบการบริหารจัดการที่ดี

ยุทธศาสตร์ :

เพื่อให้สาขาวิชาการตลาด ดำเนินงานตามปรัชญา วิสัยทัศน์ พันธกิจ และสอดคล้องกับแผนพัฒนาอุดมศึกษาแห่งชาติ สาขาวิชาการตลาดจึงกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ ดังนี้

1) พัฒนาบัณฑิตสาขาวิชาการตลาดให้มีคุณธรรมและมีความสามารถในการประกอบวิชาชีพ

2) วิจัยและพัฒนาเพื่อพัฒนาองค์ความรู้และเพิ่มศักยภาพในวิชาชีพ

3) บริการวิชาการ ประสานความร่วมมือกับองค์กรอื่นเพื่อให้บริการวิชาการแก่ชุมชน

4) อนุรักษ์ ส่งเสริม เผยแพร่ศิลปวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง

5) พัฒนาระบบการบริหารจัดการที่ดีเพื่อให้ก้าวหน้าต่อการเปลี่ยนแปลง

วัตถุประสงค์ :

เพื่อผลิตบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดให้มีคุณลักษณะ ดังนี้

(1) มีความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านการตลาด ทั้งทฤษฎีและภาคปฏิบัติ สามารถเรียนรู้ และประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อการประกอบอาชีพ พัฒนาตนเอง สังคม และสามารถแก้ปัญหาการทำงานด้านการตลาดให้สอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ของหน่วยงาน

(2) มีความสามารถในการคิด วิเคราะห์ สังเคราะห์ บูรณาการความรู้สู่การปฏิบัติงานได้อย่างสร้างสรรค์และเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม ด้านเทคโนโลยี เศรษฐกิจ และสังคม

(3) มีคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณที่ดีในวิชาชีพการตลาด สามารถนำความรู้ ทักษะด้านการตลาดมาใช้ในการแก้ปัญหาได้อย่างซื่อสัตย์สุจริต

คุณลักษณะของบัณฑิต :

1) มีคุณลักษณะของบัณฑิตตามวิชาชีพ ในด้านความสามารถในการปฏิบัติตามจรรยาบรรณในวิชาชีพ ทักษะในการปฏิบัติงานในวิชาชีพที่สำเร็จการศึกษา

2) มีความรู้ เข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในวิชาชีพ สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาชีพที่ศึกษากับความรู้ในศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

3) มีทักษะทางปัญญา มีความคล่องแคล้วในการคิดเป็นระบบ คิดวิเคราะห์ สามารถเสนอแนะและให้เหตุผลเพื่อการตัดสินใจ

4) มีทักษะความคิดวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสามารถในการฟัง พูด อ่าน เขียน ภาษาไทยและภาษาต่างประเทศได้

5) มีทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มีความรับผิดชอบ

6) มีคุณธรรม จริยธรรม มีวินัย ตรงต่อเวลาและมีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม ตระหนักในคุณค่าและคุณธรรมจริยธรรม เสียสละ และซื่อสัตย์สุจริต เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ขององค์กรและสังคม

โครงสร้างหลักสูตร :

รวมตลอดหลักสูตร

หลักสูตรปกติ (กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ) รวมตลอดหลักสูตรไม่น้อยกว่า 130 หน่วยกิต

หลักสูตรสหกิจศึกษา รวมตลอดหลักสูตรไม่น้อยกว่า 133 หน่วยกิต

โครงสร้างหลักสูตร แบ่งเป็นหมวดวิชาที่สอดคล้องกับที่กำหนดไว้ในเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการ ดังนี้

โครงสร้างหลักสูตรปกติ กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป		**ไม่น้อยกว่า**	**30 หน่วยกิต**
ข. หมวดวิชาเฉพาะ		**ไม่น้อยกว่า**	**94 หน่วยกิต**
ข.1	กลุ่มวิชาแกน	ไม่น้อยกว่า	24 หน่วยกิต
ข.2	กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน	ไม่น้อยกว่า	66 หน่วยกิต
	ข2.1 วิชาชีพบังคับ		54 หน่วยกิต
	ข2.2 วิชาชีพเลือก		12 หน่วยกิต
ข.3	กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ		
	ข3.1 วิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ		4 หน่วยกิต
ค. หมวดวิชาเลือกเสรี		**ไม่น้อยกว่า**	**6 หน่วยกิต**
		รวมตลอดหลักสูตรไม่น้อยกว่า	**130 หน่วยกิต**

โครงสร้างหลักสูตร สหกิจศึกษา

ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป		**ไม่น้อยกว่า**	**30 หน่วยกิต**
ข. หมวดวิชาเฉพาะ		**ไม่น้อยกว่า**	**97 หน่วยกิต**
ข.1	กลุ่มวิชาแกน	ไม่น้อยกว่า	24 หน่วยกิต
ข.2	กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน	ไม่น้อยกว่า	66 หน่วยกิต
	ข2.1 วิชาชีพบังคับ		54 หน่วยกิต
	ข2.2 วิชาชีพเลือก		12 หน่วยกิต
ข.3	กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ		
	ข3.1 วิชาสหกิจศึกษา		7 หน่วยกิต
ค. หมวดวิชาเลือกเสรี		**ไม่น้อยกว่า**	**6 หน่วยกิต**
		รวมตลอดหลักสูตรไม่น้อยกว่า	**133 หน่วยกิต**

ผลการปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผลการประเมินปีที่ผ่านมา

ข้อเสนอแนะจากผลการประเมินหลักสูตรในปีที่ผ่านมา	ผลการปรับปรุง
องค์ประกอบที่ 1 การกำกับมาตรฐาน	
-	-
องค์ประกอบที่ 2 บัณฑิต	
-	-
องค์ประกอบที่ 3 นักศึกษา	
1. อัตราการคงอยู่ และสำเร็จการศึกษา ควรมีการกำหนดเป้าหมายเชิงปริมาณ เป้าหมายเชิงคุณภาพไม่ชัดเจนและเชื่อมโยงไปสู่ผลลัพธ์ได้	ประชุมกำหนดเป้าหมายเชิงคุณภาพให้สอดคล้องกับตัวบ่งชี้
2. หลักสูตรควรวิเคราะห์ถึงสาเหตุถึง การติด F การลาออกของนักศึกษา ให้ทราบสาเหตุที่แท้จริง และทำการปรับกระบวนการดูแลให้คำปรึกษาเพื่อรักษาให้อัตราการลาออกของนักศึกษาให้ลดน้อยลง	ประชุมกำหนดเป้าหมายเชิงคุณภาพให้สอดคล้องกับตัวบ่งชี้
3. การกำหนดเป้าหมายเชิงปริมาณและเป้าหมายเชิงคุณภาพ	ประชุมกำหนดเป้าหมายเชิงคุณภาพให้สอดคล้องกับตัวบ่งชี้
องค์ประกอบที่ 4 อาจารย์	
1. ในการกำหนดเป้าหมายเชิงปริมาณเป้าหมายเชิงคุณภาพยังไม่ชัดเจนและเชื่อมโยงไปสู่ผลลัพธ์ได้	ประชุมกำหนดเป้าหมายเชิงคุณภาพให้สอดคล้องกับตัวบ่งชี้
2. ควรเพิ่มตำแหน่งทางวิชาการของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรได้มีการขอกำหนดตำแหน่งวิชาการเพิ่มขึ้น
องค์ประกอบที่ 5 หลักสูตร การเรียนการสอน การประเมินผู้เรียน	
1. การกำหนดอาจารย์ผู้สอนในแต่ละรายวิชาควรจะพิจารณาจากผลงานวิจัย/ผลงานวิชาการที่มีความสอดคล้องกับรายวิชาที่สอน	ประชุมกำหนดให้มีการสนับสนุนงบประมาณงานวิจัยให้แก่อาจารย์ในสาขา
องค์ประกอบที่ 6 สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้	
1. สาขาควรจะของบประมาณด้านสิ่งสนับสนุนการเรียนการสอนให้เพียงพอต่อนักเรียน และอาจารย์ผู้สอนให้สอดคล้องกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี	สาขาวิชาได้รับทุนสนุบสนุนจากอาจารย์และรุ่นพี่ที่จบการศึกษาไปแล้วให้การสนันสนุน

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

รหัสหลักสูตร (14 หลัก)	2548-156-111-0468
ชื่อหลักสูตร	บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
ระดับการศึกษา(ตรี/โท/เอก)	ปริญญาตรี (4 ปี)
ประเภทหลักสูตร	วิชาการ
ปีที่เปิดสอน	2565
สภามหาวิทยาลัยรับทราบ	27 พฤษภาคม 2565
สกอ.รับทราบ	7 กันยายน พ.ศ.2565
เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร	พ.ศ. 2558
สถานที่จัดการเรียนการสอน	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรตามที่ระบุใน มคอ.2

ที่	**ชื่อ-สกุล (ระบุตำแหน่งทางวิชาการ) (พ.ศ. 2565-ปัจจุบัน)**
1	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ลักขณา ศิริจำปา
2	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เขมิกา แสนโสม
3	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นุชนาถ มีนาสันติรักษ์
4	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติชัย เจริญชัย
5	อาจารย์ณิชาภา พิมลศิริ

หลักฐาน : ระบบรับทราบหลักสูตร CHECO

ข้อมูลปัจจุบันของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร(ข้อมูลปีการศึกษาที่ประเมิน)

ที่	ชื่อ-สกุล (ระบุตำแหน่งทางวิชาการ)	ประวัติศึกษา (ระดับปริญญาตรี – ระดับสูงสุด)	ผลงานวิชาการย้อนหลัง 5 ปี (พ.ศ.2563 – พ.ศ.2568)
1	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติชัย เจริญชัย	บธ.ด.(บริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม บธ.ม.(การตลาด) มหาวิทยาลัยขอนแก่น บธ.บ.(การจัดการการตลาด) มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี	**บทความวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ** จุฑารัตน์ บุบผามาลัย, วีระกิตติ์ เสาร่ม และกิตติชัย เจริญชัย.(2567). ผลกระทบของห่วงโซ่คุณค่าที่มีค่อความได้เรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเจียระไนพลอยอำเภอยางสีสุราช จังหวัดมหาสารคาม. วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 เดือน กรกฎาคม – ธันวาคม 2567 (หน้า 313-329) (TCI1) สืบค้นจาก https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JMDUBRU/article/view/280429 ชัชชษา จิตทวี, นิศารัตน์ โชติเชย และกิตติชัย เจริญชัย. (2567). กระบวนการวางแผนด้านทรัพยากรมนุษย์บนความท้าทายในสังคมยุค 4.0. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ปีที่ 18 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - เมษายน 2567 (หน้า 1-12) (TCI2) สืบค้นจาก https://so05.tci-thaijo.org/index.php/rmuj/article/view/272521 สุวิทย์ วงศ์คะสุ่ม, กิตติชัย เจริญชัย และธารีรัตย์ ขูลีลัง. (2567). คุณภาพการบริการที่มีต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด. วารสารมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ปีที่ 15 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - มิถุนายน 2567 (หน้า 158-169)(TCI2) สืบค้นจาก https://so01.tci-thaijo.org/index.php/humanjubru/article/view/268822 ลัลน์ลนา สิงห์จานุสงค์, วีระกิตติ์ เสาร่ม และกิตติชัย เจริญชัย. (2567). สมรรถนะและองค์การแห่งการเรียนรู้ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐในระบบ e-GP ของส่วนราชการผู้เบิกในจังหวัดร้อยเอ็ด. วารสารมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ปีที่ 15 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - มิถุนายน 2567 (หน้า 125-138)(TCI2) สืบค้นจาก https://so01.tci-thaijo.org/index.php/humanjubru/article/view/268823 ธันวาพร วิมลชัยฤกษ์, กิตติชัย เจริญชัย, นิศารัตน์ โชติเชย และวีระกิตติ์ เสาร่ม. (2567). การจัดการคลังสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านงัวบา ตำบลงัวบา อำเภอวาปีปทุมจังหวัดมหาสารคาม, วารสารวิชาการนอร์ทเทิร์น, ปีที่ 11 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - มีนาคม 2567 (หน้า 35-49) สืบค้นจาก https://so09.tci-thaijo.org/index.php/AJntc/article/view/4039 กิตติชัย เจริญชัย, นิศารัตน์ โชติเชย, ธันวาพร วิมลชัยฤกษ์ และวีระกิตติ์ เสาร่ม. (2567). องค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและและผ้าฝ้ายบ้านงัวบา ตำบลงัวบา อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม. วารสารวิชาการนอร์ทเทิร์น, ปีที่ 11 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - มีนาคม 2567 (หน้า 1-17) สืบค้นจาก https://so09.tci-thaijo.org/index.php/AJntc/article/view/4033

ที่	ชื่อ-สกุล (ระบุตำแหน่งทางวิชาการ)	ประวัติศึกษา (ระดับปริญญาตรี – ระดับสูงสุด)	ผลงานวิชาการย้อนหลัง 5 ปี (พ.ศ.2563 – พ.ศ.2568)
			นิศารัตน์ โชติเชย, กิตติชัย เจริญชัย, ธันวาพร วิมลชัยฤกษ์, และวีระกิตติ์ เสาร่ม. (2567). การจัดการการจัดซื้อของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านงัวบา ตำบลงัวบา อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม, วารสารวิชาการนอร์ทเทิร์น, ปีที่ 11 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - มีนาคม 2567 (หน้า 18-34) สืบค้นจาก https://so09.tci-thaijo.org/index.php/AJntc/article/view/4034 **บทความวิจัย/ บทความทางวิชาการ ที่นำเสนอในการประชุมวิชาการ (ที่มี Proceeding)** อรปรียา เมฆกุดฉิม, ธนากร โพธิ์ศรี, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2567). แนวทางการพัฒนาการจัดการคลังสินค้าของกลุ่มสตรีสหกรณ์ทอผ้าบ้านหนองหิน ตำบลโคกก่อ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1410-1424). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC มุทิตา กางโสภา, สิรินยากร โคตะนนท์, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2567). แนวทางการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์ของกลุ่มสตรีสหกรณ์ทอผ้าบ้านหนองหิน ตำบลโคกก่อ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1425-1440). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC ชนม์นิภา ภูเพชร, ปิยาพร กุลฉวะ, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2567).แนวทางการพัฒนาการจัดซื้อของกลุ่มสตรีสหกรณ์ทอผ้าบ้านหนองหิน ตำบลโคกก่อ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1454-1467). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC รพีภัทร แสนพล, คมกฤษ์ น้อยคูณ, กิตติชัย เจริญชัย และอนุชา ลาวงศ์. (2567).การศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมบ้านกุดรัง ตำบลกุดรัง อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1482-1494). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC

ที่	ชื่อ-สกุล (ระบุตำแหน่งทางวิชาการ)	ประวัติศึกษา (ระดับปริญญาตรี – ระดับสูงสุด)	ผลงานวิชาการย้อนหลัง 5 ปี (พ.ศ.2563 – พ.ศ.2568)
			กมลวรรณ บุญทองโท, สุกัญญา หันบัญญัติ, กิตติชัย เจริญชัย และนิรมิตา จันทะสูตร นันทเสน. (2567). แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมบ้านกุดรัง ตำบลกุดรัง อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1495-1511). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC ศิริกัญญา ศรีแสงสว่าง, มณีรัตน์ สุทธิประภา, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2567). แนวทางการพัฒนาการจัดการสินค้าคงคลังของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมบ้านกุดรัง ตำบลกุดรัง อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1529-1542). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC พิมพ์พิชชาภัส สมจันทร์ จิราพรรณ ลำไธสง กิตติชัย เจริญชัย และวัลวลี ศีลพันธุ์. (2567). การศึกษาระบบสารสนเทศทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนผลิตดอกอัญชันออแกนิคเชิงพาณิชย์ ตำบลเสือโก้ก อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1543-1557). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC วิภาดา เพ็งปอภาร, ปนัดดา วงค์แสน, กิตติชัย เจริญชัย และวัลวลี ศีลพันธุ์. (2567). กระบวนการตัดสินใจซื้อของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวเม่าชุมชนโพธิ์ศรี ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1558-1572). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC จิราภรณ์ ทุมพิลา, จุรภรณ์ นราศร, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2567). แนวทางการพัฒนาการจัดซื้อของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวเม่าชุมชนโพธิ์ศรี ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม. กรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและ

ที่	ชื่อ-สกุล (ระบุตำแหน่งทางวิชาการ)	ประวัติศึกษา (ระดับปริญญาตรี – ระดับสูงสุด)	ผลงานวิชาการย้อนหลัง 5 ปี (พ.ศ.2563 – พ.ศ.2568)
			เสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1573-1586). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC มินตรา รัชเสนา, อนุสรา สายแขม, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2567).แนวทางการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์ของกลุ่มเครื่องเรือนหวายและผักตกชวาบ้านวังไผ่ ตำบลลาดพัฒนา อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1603-1619). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC สมภพ สิงห์ประโคน, ธัญยมัย ชาคำเฮือง, กิตติชัย เจริญชัย และนิรมิตา จันทะสูตร นันทเสน. (2567).คุณภาพการบริการของกลุ่มสานตะกร้าด้วยพลาสติกบ้านดอนดู่ ตำบลคันธารราษฎร์ อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1634-1648). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC ฉัตรลดา ไตรพรม, นฤมล หลอดคำ, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2567). แนวทางการพัฒนาการขนส่งของเสื่อกกไทบ้านแพง ตำบลบ้านแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1649-1661). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC
2	ผู้ช่วยศาตราจารย์ ดร.เขมิกา แสนโสม	บธ.ด.(บริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยขอนแก่น บธ.ม.(บริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยรามคำแหง กศ.บ.(ธุรกิจศึกษาสาขาการตลาด)	**บทความวิจัย/ บทความทางวิชาการ ที่นำเสนอในการประชุมวิชาการ (ที่มี Proceeding)** ชาริณี สืบเทพ, ศศิมาภรณ์ พงค์นอนิล, กิตติชัย เจริญชัย และเขมิกา แสนโสม. (2567). แนวทางการพัฒนาการสื่อสารทางการตลาดแบบบรูณาการของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมบ้านกุดรัง ตำบลกุดรัง อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1512-1528). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิต

ที่	ชื่อ-สกุล (ระบุตำแหน่งทางวิชาการ)	ประวัติศึกษา (ระดับปริญญาตรี – ระดับสูงสุด)	ผลงานวิชาการย้อนหลัง 5 ปี (พ.ศ.2563 – พ.ศ.2568)
		มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	เอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC
3	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ลักขณา ศิริจำปา	บธ.ม.(การตลาด) มหาวิทยาลัยสยาม ค.บ.(คหกรรมศาสตร์) วิทยาลัยครูธนบุรี	**บทความวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ** ธิภาภรณ์ นุชิต , กิตติชัย เจริญชัย , วัลวลี ศีลพันธุ์ และลักขณา ศิริจำปา. (2567). กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของกลุ่มขนมเทียนแก้วแม่พูลศรี ตำบลโคกพระ อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม, วารสารวิชาการนอร์ทเทิร์น, ปีที่ 11 ฉบับที่ 4 เดือนตุลาคม - ธันวาคม 2567 (หน้า 59-77) สืบค้นจาก https://so09.tci-thaijo.org/index.php/AJntc/article/view/6088 **บทความวิจัย/ บทความทางวิชาการ ที่นำเสนอในการประชุมวิชาการ (ที่มี Proceeding)** นราวัลย์ ก้านจันทร์, นราทิพย์ ก้านจันทร์, กิตติชัย เจริญชัย และลักขณา ศิริจำปา. (2567).แนวทางการพัฒนาเทคนิคการขายของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวเม่าชุมชนโพธิ์ศรี ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1587-1602). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC
4	ผู้ช่วยศาสตราจารย์นุชนาถ มีนาสันติรักษ์	บธ.ม.(การจัดการทั่วไป) มหาวิทยาลัยมหาสารคาม บธ.บ.(การจัดการทั่วไป) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช กศ.บ.(ธุรกิจศึกษาสาขาบัญชี) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	**บทความวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ** ชมนาถ แปลงมาลย์ และนุชนาถ มีนาสันติรักษ์. (2567). การพัฒนาตำรับอาหารกลางวันจากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมสุขภาวะของเด็กปฐมวัยสำหรับโรงเรียนขนาดเล็ก อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม. วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, ปีที่ 11 ฉบับที่ 1 เดือน มกราคม-เมษายน 2567 (หน้า 55-78) (TCI 2) สืบค้นจาก https://so03.tci-thaijo.org/index.php/rdirmu/article/view/273379 พจน์ศิรินทร์ ลิมปิน์ทน์, ชมนาถ แปลงมาลย์ และ นุชนาถ มีนาสันติรักษ์. (2567). การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมระยะสั้นแบบผสมผสานสำหรับเยาวชนเพื่อฝึกทักษะการออกแบบลวดลายผ้าด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล. วารสารครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, ปีที่ 21 ฉบับที่ 1 เดือน มกราคม - เมษายน 2567 (หน้า 67-74) (TCI 2) สืบค้นจาก https://so06.tci-thaijo.org/index.php/edu-rmu/article/view/267539 ชมนาถ แปลงมาลย์,นุชนาถ มีนาสันติรักษ์ และอัจฉรา มีนาสันติรักษ์. (2567). ความเสี่ยงต่อความรุนแรงในครอบครัวตำบลเขวา อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม. วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์, ปีที่ 13 ฉบับที่ 3 เดือน พฤษภาคม-มิถุนายน 2567 (หน้า 81-91) (TCI2)

ที่	ชื่อ-สกุล (ระบุตำแหน่งทางวิชาการ)	ประวัติศึกษา (ระดับปริญญาตรี – ระดับสูงสุด)	ผลงานวิชาการย้อนหลัง 5 ปี (พ.ศ.2563 – พ.ศ.2568)
			สืบค้นจาก https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jssr/article/view/262372 **บทความวิจัย/ บทความทางวิชาการ ที่นำเสนอในการประชุมวิชาการ (ที่มี Proceeding)** ฐิติมา เพียรสิงห์, เมขลา จ่ายก, กิตติชัย เจริญชัย และนุชนาถ มีนาสันติรักษ์. (2567).แนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองผู้บริโภคของกลุ่มเครื่องเรือนหวายและผักตกชวาบ้านวังไผ่ ตำบลลาดพัฒนา อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1620-1633). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC
5	อาจารย์ณิชาภา พิมลศิริ	บธ.ม.(ทรัพยากรมนุษย์และการตลาด) มหาวิทยาลัยสยาม บธ.บ.(การตลาดและทรัพยากรมนุษย์) มหาวิทยาลัยสยาม	**บทความวิจัย/ บทความทางวิชาการ ที่นำเสนอในการประชุมวิชาการ (ที่มี Proceeding)** จิรัญญา จันดี, รัตนาภรณ์ ประสมพล, กิตติชัย เจริญชัย และณิชาภา พิมลศิริ. (2567).แนวทางการพัฒนาการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของกลุ่มสตรีสหกรณ์ทอผ้าบ้านหนองหิน ตำบลโคกก่อ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1441-1453). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC ภานุวัฒน์ จันทาหนู, อัคพงศ์ พิมลศิริ, กิตติชัย เจริญชัย และณิชาภา พิมลศิริ. (2567).แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมบ้านกุดรัง ตำบลกุดรัง อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1468-1481). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC

อาจารย์ผู้สอน

ปีการศึกษา 1/2567

ลำดับที่	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	ผู้สอน	ระดับการศึกษา
1	4035201	การจัดการการตลาด	ผศ.นุชนาถ มีนาสันติรักษ์	บธ.ม.(การจัดการทั่วไป), บธ.บ.(การจัดการทั่วไป), กศ.บ.(ธุรกิจศึกษาสาขาบัญชี)
			ผศ.ดร.เขมิกา แสนโสม	บธ.ด.(บริหารธุรกิจ), บธ.ม.(บริหารธุรกิจ), กศ.บ.(ธุรกิจศึกษาสาขาการตลาด)
2	4035327	กลยุทธ์และการวางแผนการตลาด	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย	บธ.ด.(บริหารธุรกิจ), บธ.ม.(การตลาด), บธ.บ.(การจัดการการตลาด)
3	4035202	พฤติกรรมผู้บริโภค	อ.ณิชาภา พิมลศิริ	บธ.ม.(ทรัพยากรมนุษย์และการตลาด), บธ.บ.(การตลาดและทรัพยากรมนุษย์)
4	4035226	การจัดการผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม	อ.ณิชาภา พิมลศิริ	บธ.ม.(ทรัพยากรมนุษย์และการตลาด), บธ.บ.(การตลาดและทรัพยากรมนุษย์)
5	4035303	การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ	ผศ.ดร.เขมิกา แสนโสม	บธ.ด.(บริหารธุรกิจ), บธ.ม.(บริหารธุรกิจ), กศ.บ.(ธุรกิจศึกษาสาขาการตลาด)
6	4035308	การตลาดบริการ	ผศ.ดร.เขมิกา แสนโสม	บธ.ด.(บริหารธุรกิจ), บธ.ม.(บริหารธุรกิจ), กศ.บ.(ธุรกิจศึกษาสาขาการตลาด)
7	4035326	การตลาดระหว่างประเทศและระดับโลก	อ.ณิชาภา พิมลศิริ	บธ.ม.(ทรัพยากรมนุษย์และการตลาด), บธ.บ.(การตลาดและทรัพยากรมนุษย์)
8	4035222	เทคนิคการนำเสนอเพื่องานทางการตลาด	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย	บธ.ด.(บริหารธุรกิจ), บธ.ม.(การตลาด), บธ.บ.(การจัดการการตลาด)
9	4035401	การวิจัยการตลาด	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย	บธ.ด.(บริหารธุรกิจ), บธ.ม.(การตลาด), บธ.บ.(การจัดการการตลาด)
10	4035402	สัมมนาทางการตลาด	ผศ.ลักขณา ศิริจำปา	บธ.ม.(การตลาด) , ค.บ.(คหกรรมศาสตร์)
11	4030313	การจัดการธุรกิจด้วยคอมพิวเตอร์	อ.วัลวลี ศีลพันธุ์	บธ.ม.(เทคโนโลยีสารสนเทศ) , ศศ.บ.(การจัดการทั่วไป)
			อ.ธีระศักดิ์ เกียงขาว	กศ.ม. (เทคโนโลยีการศึกษา) , ค.บ. (คอมพิวเตอร์ศึกษา)
			อ.ดนยา สงครินทร์	วท.ม.(เทคโนโลยีสารสนเทศ) , วท.บ.(วิทยาการคอมพิวเตอร์)
12	4020301	การจัดการการผลิต	ผศ.ดร.นิศารัตน์ โชติเชย	บธ.ด.(บริหารธุรกิจ) , บธ.ม.(บริหารธุรกิจ) , บธ.บ.(บริหารธุรกิจ)
13	4010101	หลักการบัญชี	ผศ.ดร.ไอลัดดา โอ่งกลาง	ปรด.(บริหารธุรกิจ การบัญชี) , บช.ม. (การบัญชี) , บธ.บ (การบัญชี)
			ผศ.ดร.ปภาพิต ศรีสว่างวงศ์	ปรด.(การบัญชี), บช.ม.(การบัญชี) , บธ.บ.(การบัญชี)
14	4040218	เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ	อ.ธันยชนก ปะวะละ	ศ.ม.(เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) , ศศ.บ.(บริหารธุรกิจ)
			ผศ.ดร.กมลทิพย์ ตรีเดช	บธ.ด.(บริหารธุรกิจ) , ศ.ม.(เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) , บธ.บ.(การจัดการทั่วไป)
15	4035316	การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาด	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย	บธ.ด.(บริหารธุรกิจ), บธ.ม.(การตลาด), บธ.บ.(การจัดการการตลาด)
16	4035227	การตั้งราคาและการบริหารการเงิน	อ.จันท์ทัปภาส์ ธนประดิษฐ์กุล	ศ.ม.(เศรษฐศาสตร์) , ศ.บ.(เศรษฐศาสตร์)

ลำดับที่	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	ผู้สอน	ระดับการศึกษา
17	4035225	การตลาดธุรกิจการค้าสมัยใหม่	อ.ณิชาภา พิมลศิริ	บธ.ม.(ทรัพยากรมนุษย์และการตลาด), บธ.บ.(การตลาดและทรัพยากรมนุษย์)
18	4035412	การตลาดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ	อ.ณิชาภา พิมลศิริ	บธ.ม.(ทรัพยากรมนุษย์และการตลาด), บธ.บ.(การตลาดและทรัพยากรมนุษย์)
19	4035101	หลักการตลาด	ผศ.ลักขณา ศิริจำปา	บธ.ม.(การตลาด), ค.บ.(คหกรรมศาสตร์)
20	4020101	การจัดการสมัยใหม่	ผศ.ดร.พรวดี รักษาศรี	บธ.ด.(บริหารธุรกิจ) , กจ.ม.(การจัดการ) , บธ.บ.(การบริหารการตลาด)

ปีการศึกษา 2/2567

ลำดับที่	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	ผู้สอน	ระดับการศึกษา
1	4035201	การจัดการการตลาด	ผศ.นุชนาถ มีนาสันติรักษ์	บธ.ม.(บริหารธุรกิจ), บธ.บ.(การจัดการทั่วไป), กศ.บ.(ธุรกิจศึกษาสาขาบัญชี)
			ผศ.ดร.เขมิกา แสนโสม	บธ.ด.(บริหารธุรกิจ), บธ.ม.(บริหารธุรกิจ), กศ.บ.(ธุรกิจศึกษาสาขาการตลาด)
			ผศ.ลักขณา ศิริจำปา	บธ.ม.(การตลาด), ค.บ.(คหกรรมศาสตร์)
2	4035202	พฤติกรรมผู้บริโภค	อ.ณิชาภา พิมลศิริ	บธ.ม.(ทรัพยากรมนุษย์และการตลาด), บธ.บ.(การตลาดและทรัพยากรมนุษย์)
3	4035226	การจัดการผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม	อ.ณิชาภา พิมลศิริ	บธ.ม.(ทรัพยากรมนุษย์และการตลาด), บธ.บ.(การตลาดและทรัพยากรมนุษย์)
4	4035218	การตลาดดิจิทัล	อ.วัลวลี ศีลพันธุ์	บธ.ม.(เทคโนโลยีสารสนเทศ), ศศ.บ.(การจัดการทั่วไป)
5	4035220	การบริหารงานขายและศิลปะการขาย	อ.ณิชาภา พิมลศิริ	บธ.ม.(ทรัพยากรมนุษย์และการตลาด), บธ.บ.(การตลาดและทรัพยากรมนุษย์)
6	4035329	การออกแบบเนื้อหาบนการตลาดดิจิทัล	อ.วัลวลี ศีลพันธุ์	บธ.ม.(เทคโนโลยีสารสนเทศ), ศศ.บ.(การจัดการทั่วไป)
7	4035330	เครื่องมือและเทคนิคด้านการตลาดดิจิทัล	อ.วัลวลี ศีลพันธุ์	บธ.ม.(เทคโนโลยีสารสนเทศ), ศศ.บ.(การจัดการทั่วไป)
8	4035302	การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย	บธ.ด.(บริหารธุรกิจ), บธ.ม.(การตลาด), บธ.บ.(การจัดการการตลาด)
9	4035303	การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ	ผศ.ดร.เขมิกา แสนโสม	บธ.ด.(บริหารธุรกิจ), บธ.ม.(บริหารธุรกิจ), กศ.บ.(ธุรกิจศึกษาสาขาการตลาด)
10	4035327	กลยุทธ์และการวางแผนการตลาด	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย	บธ.ด.(บริหารธุรกิจ), บธ.ม.(การตลาด), บธ.บ.(การจัดการการตลาด)
11	4035316	การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาด	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย	บธ.ด.(บริหารธุรกิจ), บธ.ม.(การตลาด), บธ.บ.(การจัดการการตลาด)
12	4035413	การออกแบบแคมเปญการตลาดดิจิทัล	อ.วัลวลี ศีลพันธุ์	บธ.ม.(เทคโนโลยีสารสนเทศ), ศศ.บ.(การจัดการทั่วไป)
13	4035323	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด	ผศ.ลักขณา ศิริจำปา	บธ.ม.(การตลาด), ค.บ.(คหกรรมศาสตร์)
14	4035402	สัมมนาทางการตลาด	ผศ.ลักขณา ศิริจำปา	บธ.ม.(การตลาด), ค.บ.(คหกรรมศาสตร์)
15	4035102	กฎหมายธุรกิจและจรรยาบรรณทางการตลาด	ผศ.นุชนาถ มีนาสันติรักษ์	บธ.ม.(บริหารธุรกิจ), บธ.บ.(การจัดการทั่วไป), กศ.บ.(ธุรกิจศึกษาสาขาบัญชี)

ลำดับที่	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	ผู้สอน	ระดับการศึกษา
16	4035325	ระบบสารสนเทศทางการตลาดและสถิติสำหรับวิจัยการตลาด	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย	บธ.ด.(บริหารธุรกิจ), บธ.ม.(การตลาด), บธ.บ.(การจัดการการตลาด)
17	4020301	การจัดการการผลิต	ผศ.ดร.นิศารัตน์ โชติเชย	บธ.ด.(บริหารธุรกิจ) , บธ.ม.(บริหารธุรกิจ) , บธ.บ.(บริหารธุรกิจ)
18	3023100	ภาษาอังกฤษธุรกิจ	อ.ธีระ ตันบุญต่อ	M.I.B.(International Business), B.A.(Business English)
			ผศ.ชุติมา ธรรมดวงศรี	MS.c.(Marketing), B.A.(Business English)
			อ.ภัทรภร บุญศรี	ศศ.บ.(ภาษาอังกฤษ), กศ.ม.(ภาษาอังกฤษ)
19	4040218	เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ	ผศ.ดร.วรายุทธ พลาศรี	ปร.ด.(เศรษฐศาสตร์), ศ.ม.(การเงินการคลัง), ศ.บ.(เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ), น.บ.(นิติศาสตร์)

ปีการศึกษา 3/2567

ลำดับที่	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	ผู้สอน	ระดับการศึกษา
1	4035404	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด	ผศ.ปฏิมาศ เสริฐเลิศ	นศ.ด.(นิเทศศาสตร์), นศ.ม.(สื่อสารมวลชน) , ศศ.บ.(นิเทศศาสตร์)
			ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย	บธ.ด.(บริหารธุรกิจ), บธ.ม.(การตลาด), บธ.บ.(การจัดการการตลาด)
			ผศ.ดร.เขมิกา แสนโสม	บธ.ด.(บริหารธุรกิจ), บธ.ม.(บริหารธุรกิจ), กศ.บ.(ธุรกิจศึกษาสาขาการตลาด)
			ผศ.ลักขณา ศิริจำปา	บธ.ม.(การตลาด), ค.บ.(คหกรรมศาสตร์)
			ผศ.นุชนาถ มีนาสันติรักษ์	บธ.ม.(บริหารธุรกิจ), บธ.บ.(การจัดการทั่วไป), กศ.บ.(ธุรกิจศึกษาสาขาบัญชี)
			อ.ณิชาภา พิมลศิริ	บธ.ม.(ทรัพยากรมนุษย์และการตลาด), บธ.บ.(การตลาดและทรัพยากรมนุษย์)

องค์ประกอบที่ 1 การกำกับมาตรฐาน

ตัวบ่งชี้ 1.1 การบริหารจัดการหลักสูตรตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรีและบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2558

ผ่าน	เกณฑ์การประเมิน	ผลการดำเนินงาน	เอกสารหลักฐาน
☑	1. จำนวนอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ได้ดำเนินการจัดการเรียนการสอนและโดยมีอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรทำหน้าที่บริหารและพัฒนาหลักสูตร วางแผน ควบคุมคุณภาพ ติดตามประเมินผลและทำการพัฒนาหลักสูตรให้ทันสมัย โดยมีอาจารย์รับผิดชอบหลักสูตร จำนวน 5 ท่าน ได้แก่ 1.ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย 2.ผศ.ดร.เขมิกา แสนโสม 3.ผศ.ลักขณา ศิริจำปา 4.ผศ.นุชนาถ มีนาสันติรักษ์ 5.อาจารย์ ณิชาภา พิมลศิริ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรทั้ง 5 ท่าน เป็นอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรนี้เพียงหลักสูตรเดียว และหลักสูตรบริหารุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ปรับปรุง พ.ศ.2565 สภามหาวิทยาลัยรับทราบ เมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2565, สปอว.รับทราบ เมื่อวันที่ 7 กันยายน พ.ศ.2565	1.1-1 : หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาวิชาการตลาด) ฉบับปรับปรุง 2565 1.1-2 : ระบบรับทราบหลักสูตร CHECO
☑	2. คุณสมบัติอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต มีอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรทั้งหมด 5 ท่าน ในระดับปริญญาเอกจำนวน 2 ท่าน ดังนี้ 1. ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย บธ.ด.(บริหารธุรกิจ) 2. ผศ.ดร.เขมิกา แสนโสม บธ.ด.(บริหารธุรกิจ) และระดับปริญญาโท 3 ท่าน ดังนี้ 3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ลักขณา ศิริจำปา บธ.ม.(การตลาด) 4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นุชนาถ มีนาสันติรักษ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ) 5. อาจารย์ณิชาภา พิมลศิริ บธ.ม.(การบริหารทรัพยากรมนุษย์และการตลาด) และมีผลงานทางวิชาการที่ได้รับการเผยแพร่ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในการพิจารณาอย่างน้อย 1 รายการ ในรอบ 5 ปีย้อนหลังทุกท่าน	1.1-1 : หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาวิชาการตลาด) ฉบับปรับปรุง 2565 1.1-2 : ระบบรับทราบหลักสูตร CHECO
☑	3. คุณสมบัติอาจารย์ประจำหลักสูตร	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต มีอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรทั้งหมด 5 ท่าน ในระดับปริญญาเอกจำนวน 2 ท่าน ดังนี้ 1. ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย บธ.ด. (บริหารธุรกิจ)	1.1-1 : หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาวิชาการตลาด) ฉบับปรับปรุง 2565

ผ่าน	เกณฑ์การประเมิน	ผลการดำเนินงาน	เอกสารหลักฐาน
		2. ผศ.ดร.เขมิกา แสนโสม บธ.ด.(บริหารธุรกิจ) และระดับปริญญาโท 3 ท่าน ดังนี้ 3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ลักขณา ศิริจำปา บธ.ม. (การตลาด) 4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์นุชนาถ มีนาสันติรักษ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ) 5. อาจารย์ ณิชาภา พิมลศิริ บธ.ม. (การบริหารทรัพยากรมนุษย์และการตลาด) และมีผลงานทางวิชาการที่ได้รับการเผยแพร่ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในการพิจารณาอย่างน้อย 1 รายการ ในรอบ 5 ปีย้อนหลังทุกท่าน	1.1-2 : ระบบรับทราบหลักสูตร CHECO
☑	4. คุณสมบัติอาจารย์ผู้สอน	คุณสมบัติอาจารย์ผู้สอนหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มีคุณวุฒิขั้นต่ำระดับปริญญาโทหรือเทียบเท่าในสาขาวิชาของรายวิชาที่สอนตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด	1.1-3: รายชื่ออาจารย์ผู้สอนประจำปีการศึกษา 2565
☑	10. การปรับปรุงหลักสูตรตามรอบระยะเวลาที่กำหนด	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ได้ดำเนินการปรับปรุงหลักสูตร พ.ศ.2565 ตามรอบระยะเวลาที่กำหนด - สภามหาวิทยาลัย รับทราบเมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2565 - สปอว..รับทราบเมื่อวันที่ 7 กันยายน พ.ศ.2565 หลักสูตรได้มีการประชุมเพื่อเตรียมความพร้อมในการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรที่จะนำไปใช้ในปีการศึกษา 2565	1.1-1 : หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (ปรับปรุง พ.ศ. 2565) 1.1-4 : ระบบรับทราบหลักสูตร CHECO
ผลการดำเนินงาน		**5 ข้อ**	
ผลคะแนนการประเมินตนเอง		**☑ ผ่าน ☐ ไม่ผ่าน**	

สรุปผลการประเมินตนเอง

ตัวบ่งชี้	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	ผลคะแนนการประเมินตนเอง	การบรรลุเป้าหมาย
1.1	5 ข้อ	5 ข้อ	☑ ผ่าน ☐ ไม่ผ่าน	☑ บรรลุ ☐ ไม่บรรลุ

หลักฐาน : ระบบรับทราบหลักสูตร CHECO

หมวดที่ 2 อาจารย์

องค์ประกอบที่ 4 อาจารย์

ตัวบ่งชี้ที่ 4.1 การบริหารและพัฒนาอาจารย์

ในการรายงานการดำเนินงานตามตัวบ่งชี้นี้ ให้อธิบายกระบวนการหรือแสดงผลการดำเนินงานอย่างน้อยครอบคลุมประเด็นต่อไปนี้

- ระบบการรับและแต่งตั้งอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร
- ระบบการบริหารอาจารย์
- ระบบการส่งเสริมและพัฒนาอาจารย์

<table>
<tr><th>ประเด็นการประเมิน</th><th>ผลการดำเนินงาน</th><th>หลักฐาน</th></tr>
<tr><td>ระบบการรับและแต่งตั้งอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร</td><td>
ระบบและกลไก

<u>ระบบการรับอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร</u>

เป้าหมาย
<table>
<tr><th>เป้าหมายเชิงปริมาณ</th><th>เป้าหมายเชิงคุณภาพ</th></tr>
<tr><td>1. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ครบ 5 ท่าน
2. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรมีผลงานทางวิชาการที่ได้รับการตีพิมพ์และเผยแพร่อย่างน้อยคนละ 1 เรื่อง</td><td>1.อาจารย์ที่ได้รับการแต่งตั้งเป็นผู้รับผิดชอบหลักสูตรมีคุณสมบัติเป็นไปตามเกณฑ์ที่ สกอ.กำหนดและสามารถปฏิบัติหน้าที่เป็นอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรได้</td></tr>
</table>
กำหนดเครื่องมือในการประเมิน คือ การประชุมเพื่อพิจารณาของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

กระบวนการ
ระบบและกลไกการรับและแต่งตั้งอาจารย์ประจำสูตร หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาวิชาการตลาด) ปีการศึกษา 2567 มีดังนี้
1. สาขาวิชาการตลาด ประชุมเพื่อพิจารณาการรับ แต่งตั้ง หรือพิจารณาการปรับปรุงอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร
2. ดำเนินการคัดเลือกอย่างเป็นระบบ
3. นำเสนอและดำเนินการตามระเบียบมหาวิทยาลัย และ สกอ.
4. ประเมินกระบวนการรับและแต่งตั้งอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร
5. ปรับปรุง/พัฒนากระบวนการระบบการรับและแต่งตั้งอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร
6. รายงานผลระบบการรับและแต่งตั้งอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร
</td><td>4.1-1-1 : หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2565

4.1-1-2: ระบบรับทราบหลักสูตร CHECO</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th>ประเด็นการประเมิน</th><th>ผลการดำเนินงาน</th><th>หลักฐาน</th></tr>
<tr><td></td><td>

<u>ระบบการแต่งตั้งอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร</u>

เป้าหมาย

<table>
<tr><th>เป้าหมายเชิงปริมาณ</th><th>เป้าหมายเชิงคุณภาพ</th></tr>
<tr><td>1.มีอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาวิชาการตลาด) มีจำนวนไม่น้อยกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่ สกอ. กำหนด</td><td>1.อาจารย์ที่ได้รับการแต่งตั้งเป็นผู้รับผิดชอบหลักสูตรมีคุณสมบัติเป็นไปตามเกณฑ์ที่ สกอ.กำหนดและสามารถปฏิบัติหน้าที่เป็นอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรได้</td></tr>
</table>

กระบวนการ

ระบบและกลไกการรับและแต่งตั้งอาจารย์ประจำสูตร หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาวิชาการตลาด) ปีการศึกษา 2567 มีดังนี้

1. หลักสูตรประชุมเพื่อพิจารณาการรับ แต่งตั้ง หรือพิจารณาการปรับปรุงอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

2. ดำเนินการพิจารณา/คัดเลือกอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

2.1 คุณวุฒิระดับปริญญาโทขึ้นไป ทางด้านบริหารธุรกิจ

2.2 เอกสารผลงานทางวิชาการ ตามเกณฑ์ สกอ. กำหนด

2.3 ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ และความรับผิดชอบที่เกี่ยวข้อง สอดคล้องกับหลักสูตรฯ

2.4 ภาระงานสอนและความรับผิดชอบ

3. เสนอต่อคณะกรรมการประจำคณะและ คณะกรรมการกลั่นกรองหลักสูตร (สมอ. 08)

4. เสนอต่อคณะกรรมการสภาวิชาการของมหาวิทยาลัย

5. เสนอต่อสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.)

6. แต่งตั้งอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรตามอนุมัติ

7. แนะนำให้คำปรึกษาอาจารย์ใหม่เกี่ยวกับภาระงานในหลักสูตรและบริบทการทำงานในคณะและมหาวิทยาลัย

8. มอบหมายความรับผิดชอบในการจัดการเรียนการสอนและกิจกรรมอื่นๆ

</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>การนำระบบและกลไกไปสู่การปฏิบัติ/ดำเนินงาน</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาวิชาการตลาด) มีระบบและกลไกการรับและแต่งตั้งอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรได้เป็นไปตามเกณฑ์หลักสูตร โดยมีกระบวนการทบทวนระบบและกลไกการประเมินผลกระบวนการตามตัวบ่งชี้ด้านประกันคุณภาพการศึกษาภายในระดับหลักสูตร เพื่อให้ผลการทบทวนเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และจัดทำการสรุปผลการทบทวนผลระบบและกลไกการดำเนินงานด้านการจัดการเรียนการสอนในทุกด้านเพื่อเสนอต่อประธานหลักสูตรและได้นำผลงานดังกล่าวมาสู่การปรับปรุงผลการดำเนินงาน จากผลการดำเนินงานในปีการศึกษา 2567 ดังนี้</td><td>4.1-1-3: รายงานประชุม</td></tr>
</table>

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน
	อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ทั้ง 5 ท่านได้ปรึกษาหารือเรื่องกลไกการแต่งตั้งอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรในปี 2567 ในการประชุมครั้งที่ 1/ 2567 วันอังคารที่ 2 พ.ค. 2567 ก่อนเปิดภาคการศึกษาพบว่ากลไกในการรับและแต่งตั้งอาจารย์ประจำหลักสูตร นั้นที่ผ่านมาสาขาวิชาไม่ได้มีแผนรับอาจารย์ใหม่จึงไม่ได้มีการปรับระบบกลไกที่ชัดเจน เนื่องจากอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ มีการเปลี่ยนแปลงตามการปรับปรุงหลักสูตร พ.ศ. 2565 แต่การพิจารณาของที่ประชุมเห็นว่าควรจะกำหนดกลไกในการรับและแต่งตั้งอาจารย์ใหม่ให้ชัดเจน ตามกลไกที่กำหนด หากมีกรณีปรับเปลี่ยนอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯจะได้บริหารจัดการตามระบบได้ทันเวลา และ การประชุมสาขาฯครั้งที่ 1/ 2567 พบว่ากลไกในการรับและแต่งตั้งอาจารย์ประจำหลักสูตรนั้นที่ผ่านมาสาขาวิชาไม่ได้มีแผนรับอาจารย์ใหม่จึงไม่ได้มีการปรับระบบกลไก เนื่องจากอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ ไม่ได้มีการเปลี่ยนแปลง แต่การพิจารณาของที่ประชุมเห็นว่าควรจะกำหนดกลไกในการรับและแต่งตั้งอาจารย์ใหม่ให้ชัดเจน ตามกลไกที่กำหนด หากมีกรณีปรับเปลี่ยนอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯจะได้บริหารจัดการตามระบบได้ทันเวลา	
	การประเมินกระบวนการ	4.1-1-5: รายงานการประชุม
	สาขาวิชานำผลการทบทวนการรับและการแต่งตั้งกรรมการผู้รับผิดชอบหลักสูตรของมหาวิทยาลัย ประกอบการจัดทำแผนการพัฒนาอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร 1. หลักสูตรประชุมเพื่อพิจารณาการรับ แต่งตั้ง หรือพิจารณาการปรับปรุงอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร 2. ดำเนินการพิจารณา/คัดเลือกอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร 2.1 คุณวุฒิระดับปริญญาโทขึ้นไป ทางด้านบริหารธุรกิจ 2.2 เอกสารผลงานทางวิชาการ ตามเกณฑ์ สกอ. กำหนด 2.3 ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ และความรับผิดชอบที่เกี่ยวข้อง สอดคล้องกับหลักสูตรฯ 2.4 ภาระงานสอนและความรับผิดชอบ 3. เสนอต่อคณะกรรมการประจำคณะและ คณะกรรมการกลั่นกรองหลักสูตร (สมอ. 08) 4. เสนอต่อคณะกรรมการสภาวิชาการของมหาวิทยาลัย 5. เสนอต่อสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) 6. แต่งตั้งอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรตามอนุมัติ 7. แนะนำให้คำปรึกษาอาจารย์ใหม่เกี่ยวกับภาระงานในหลักสูตรและบริบทการทำงานในคณะและมหาวิทยาลัย 8. มอบหมายความรับผิดชอบในการจัดการเรียนการสอนและกิจกรรมอื่นๆ พบว่า ในปีการศึกษา 2567 ไม่มีการเปลี่ยนแปลงผู้รับผิดชอบหลักสูตร ตาม มคอ.2 จนถึงปัจจุบัน ทางสาขาวิชา ได้เพิ่มการพิจารณากระบวนการ	

<table>
<tr><th>ประเด็นการประเมิน</th><th>ผลการดำเนินงาน</th><th>หลักฐาน</th></tr>
<tr><td></td><td>การปรับปรุง/พัฒนากระบวนการจากผลการประเมิน
จากการทบทวนกระบวนการ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาวิชาการตลาด) ได้ทำการปรับปรุงกระบวนการจาก ปีการศึกษา 2567 หลักสูตรไม่มีการรับและแต่งตั้งอาจารย์ใหม่ เมื่อทบทวนแล้วจึงใช้กระบวนการเดิมต่อไป
<table>
<tr><th>ปีการศึกษา 2567</th><th>ปีการศึกษา 2568</th></tr>
<tr><td>1. หลักสูตร ประชุมเพื่อพิจารณาการรับแต่งตั้ง หรือพิจารณาการปรับปรุงอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร</td><td>1. หลักสูตร ประชุมเพื่อพิจารณาการรับแต่งตั้ง หรือพิจารณาการปรับปรุงอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร</td></tr>
<tr><td>2. ดำเนินการพิจารณา/คัดเลือกอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรเป็นระบบ
2.1 คุณวุฒิระดับปริญญาโทขึ้นไปทางด้านบริหารธุรกิจ ผู้รับผิดชอบหลักสูตรในลำดับที่ 1-3 หรือสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องในลำดับที่ 4-5
2.2 เอกสารผลงานทางวิชาการ ตามเกณฑ์ สกอ. กำหนด
2.3 ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ภาระงานสอน และความรับผิดชอบที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องกับหลักสูตรฯ</td><td>2. ดำเนินการพิจารณา/คัดเลือกอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร
2.1 คุณวุฒิระดับปริญญาโทขึ้นไปทางด้านบริหารธุรกิจ ผู้รับผิดชอบหลักสูตรในลำดับที่ 1-3 หรือสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องในลำดับที่ 4-5
2.2 เอกสารผลงานทางวิชาการ ตามเกณฑ์ สกอ. กำหนด
2.3 ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ภาระงานสอน และความรับผิดชอบที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องกับหลักสูตรฯ
2.4 ภาระงานสอน และความรับผิดชอบ</td></tr>
<tr><td>3. นำเสนอต่อคณะกรรมการประจำคณะและ คณะกรรมการกลั่นกรองหลักสูตร (สมอ. 08)</td><td>3. เสนอต่อคณะกรรมการประจำคณะและ คณะกรรมการกลั่นกรองหลักสูตร (สมอ. 08)</td></tr>
<tr><td>4. เสนอต่อคณะกรรมการสภาวิชาการของมหาวิทยาลัย</td><td>4. เสนอต่อคณะกรรมการสภาวิชาการของมหาวิทยาลัยและสภามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม</td></tr>
<tr><td>5. เสนอต่อสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา(สกอ.)</td><td>5. เสนอต่อสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา(สกอ.)</td></tr>
<tr><td>6. แต่งตั้งอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรตามอนุมัติแนะนำให้คำปรึกษาอาจารย์ใหม่เกี่ยวกับภาระงานในหลักสูตรและบริบทการทำงานในคณะและมหาวิทยาลัย</td><td>6. แต่งตั้งอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรตามอนุมัติ แนะนำให้คำปรึกษาอาจารย์ใหม่เกี่ยวกับภาระงานในหลักสูตรและบริบทการทำงานในคณะและมหาวิทยาลัย</td></tr>
</table></td><td></td></tr>
</table>

<table>
<tr><th>ประเด็นการประเมิน</th><th>ผลการดำเนินงาน</th><th>หลักฐาน</th></tr>
<tr><td></td><td>
<table>
<tr><td>7. การประเมินกระบวนการระบบ และปรับปรุง/พัฒนากระบวนการการรับและแต่งตั้งอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร</td><td>7. มอบหมายความรับผิดชอบในการจัดการเรียนการสอนและกิจกรรมอื่นๆ</td></tr>
<tr><td></td><td>8. การประเมินกระบวนการระบบ และปรับปรุง/พัฒนากระบวนการการรับและแต่งตั้งอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร</td></tr>
</table>
ผลการปรับปรุงเห็นชัดเจนเป็นรูปธรรม
-
แนวทางปฏิบัติที่ดี โดยมีหลักฐานเชิงประจักษ์ยืนยัน และกรรมการผู้ตรวจประเมินสามารถให้เหตุผลอธิบายการเป็นแนวปฏิบัติที่ดีได้ชัดเจน
-</td><td></td></tr>
<tr><td>2. ระบบการบริหารอาจารย์</td><td>ระบบและกลไก
<u>ระบบการบริหารอาจารย์</u> มีดังนี้
เป้าหมาย
<table>
<tr><th>เป้าหมายเชิงปริมาณ</th><th>เป้าหมายเชิงคุณภาพ</th></tr>
<tr><td>1.หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาวิชาการตลาด) มีอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ของสกอ. ร้อยละ 100</td><td>1.อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรได้รับมอบหมายและกำหนดภาระหน้าที่อย่างชัดเจนและเหมาะสม</td></tr>
<tr><td>2.อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดมีอัตราการคงอยู่ร้อยละ 100</td><td></td></tr>
<tr><td>3.อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรมีความพึงพอใจต่อการบริหารหลักสูตรในระดับคะแนน 3.51 ขึ้นไป</td><td></td></tr>
</table>
กระบวนการ
1. หลักสูตรประชุมร่วมกันวางแผนการปฏิบัติราชการโดยกำหนดแผนบริหารพัฒนาบุคลากร
- อัตรากำลังและคุณสมบัติของบุคลากร
- แผนกำหนดภาระงานและความรับผิดชอบ
2. จัดทำแผนเป็นรูปเล่มเป็นลายลักษณ์อักษร
3. ดำเนินการตามแผน
4. ประเมินความพึงพอใจของอาจารย์ต่อการบริหารหลักสูตร
5. รายงานผลต่อที่ประชุม
6. ปรับปรุงและพัฒนาแนวทางในการบริหารอาจารย์</td><td>4.1-2-1 : ระบบและกลไกการดำเนินงานสาขาวิชาการตลาด

4.1-2-2: รายงานประชุม ครั้งที่ 1/2567 วันที่ 9 พ.ค. 2567</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th>ประเด็นการประเมิน</th><th>ผลการดำเนินงาน</th><th>หลักฐาน</th></tr>
<tr><td></td><td>

การนำระบบและกลไกไปสู่การปฏิบัติ/ดำเนินงาน

สาขาวิชาการตลาด มีการประชุมวางแผนการบริหารอาจารย์ ประจำปีการศึกษา 2567 และการบริหารความเสี่ยง พร้อมทั้งวางแผนส่งเสริมและพัฒนาอาจารย์ทั้งอาจารย์ประจำหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน เรื่องนโยบายการดำเนินการเรียนการสอนให้ทันสมัยอีกทั้งยังสำรวจความต้องการของอาจารย์ประจำสาขาวิชาเรื่องการพัฒนาศักยภาพของแต่ละบุคคล โดยพิจารณาในหัวข้อ ดังนี้

ภาคเรียนที่ 1/2567 ได้แก่

<table>
<tr><th>ลำดับ</th><th>รหัสวิชา</th><th>ชื่อวิชา</th><th>ผู้สอน</th></tr>
<tr><td rowspan="2">1</td><td rowspan="2">4035201</td><td rowspan="2">การจัดการการตลาด</td><td>ผศ.นุชนาถ มีนาสันติรักษ์</td></tr>
<tr><td>ผศ.ดร.เขมิกา แสนโสม</td></tr>
<tr><td>2</td><td>4035327</td><td>กลยุทธและการวางแผนการตลาด</td><td>ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย</td></tr>
<tr><td>3</td><td>4035202</td><td>พฤติกรรมผู้บริโภค</td><td>อ.ณิชาภา พิมลศิริ</td></tr>
<tr><td>4</td><td>4035226</td><td>การจัดการผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม</td><td>อ.ณิชาภา พิมลศิริ</td></tr>
<tr><td>5</td><td>4035303</td><td>การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ</td><td>ผศ.ดร.เขมิกา แสนโสม</td></tr>
<tr><td>6</td><td>4035308</td><td>การตลาดบริการ</td><td>ผศ.ดร.เขมิกา แสนโสม</td></tr>
<tr><td>7</td><td>4035326</td><td>การตลาดระหว่างประเทศและระดับโลก</td><td>อ.ณิชาภา พิมลศิริ</td></tr>
<tr><td>8</td><td>4035222</td><td>เทคนิคการนำเสนอเพื่องานทางการตลาด</td><td>ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย</td></tr>
<tr><td>9</td><td>4035401</td><td>การวิจัยการตลาด</td><td>ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย</td></tr>
<tr><td>10</td><td>4035402</td><td>สัมมนาทางการตลาด</td><td>ผศ.ลักขณา ศิริจำปา</td></tr>
<tr><td rowspan="3">11</td><td rowspan="3">4030313</td><td rowspan="3">การจัดการธุรกิจด้วยคอมพิวเตอร์</td><td>อ.วัลวลี ศีลพันธุ์</td></tr>
<tr><td>อ.ธีระศักดิ์ เกียงขาว</td></tr>
<tr><td>อ.ดนยา สงครินทร์</td></tr>
<tr><td>12</td><td>4020301</td><td>การจัดการการผลิต</td><td>ผศ.ดร.นิศารัตน์ โชติเชย</td></tr>
<tr><td rowspan="2">13</td><td rowspan="2">4010101</td><td rowspan="2">หลักการบัญชี</td><td>ผศ.ดร.ไอลัดดา โอ่งกลาง</td></tr>
<tr><td>ผศ.ดร.ปภาพิต ศรีสว่างวงศ์</td></tr>
<tr><td rowspan="2">14</td><td rowspan="2">4040218</td><td rowspan="2">เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ</td><td>อ.ธันยชนก ปะวะละ</td></tr>
<tr><td>ผศ.ดร.กมลทิพย์ ตรีเดช</td></tr>
<tr><td>15</td><td>4035316</td><td>การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาด</td><td>ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย</td></tr>
<tr><td>16</td><td>4035227</td><td>การตั้งราคาและการบริหารการเงิน</td><td>อ.จันท์ทัปภาส์ ธนประดิษฐ์กุล</td></tr>
<tr><td>17</td><td>4035225</td><td>การตลาดธุรกิจการค้าสมัยใหม่</td><td>อ.ณิชาภา พิมลศิริ</td></tr>
<tr><td>18</td><td>4035412</td><td>การตลาดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ</td><td>อ.ณิชาภา พิมลศิริ</td></tr>
</table>

</td><td>4.1-2-3: รายงานประชุม

4.1-2-4: รายงานความพึงพอใจต่อการบริหารหลักสูตร</td></tr>
</table>

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน

19	4035101	หลักการตลาด	ผศ.ลักขณา ศิริจำปา
20	4020101	การจัดการสมัยใหม่	ผศ.ดร.พรวดี รักษาศรี

ภาคเรียนที่ 2/2567 ได้แก่

ลำดับ	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	ผู้สอน
1	4035201	การจัดการการตลาด	ผศ.นุชนาถ มีนาสันติรักษ์
			ผศ.ดร.เขมิกา แสนโสม
			ผศ.ลักขณา ศิริจำปา
2	4035202	พฤติกรรมผู้บริโภค	อ.ณิชาภา พิมลศิริ
3	4035226	การจัดการผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม	อ.ณิชาภา พิมลศิริ
4	4035218	การตลาดดิจิทัล	อ.วัลวลี ศีลพันธุ์
5	4035220	การบริหารงานขายและศิลปะการขาย	อ.ณิชาภา พิมลศิริ
6	4035329	การออกแบบเนื้อหาบนการตลาดดิจิทัล	อ.วัลวลี ศีลพันธุ์
7	4035330	เครื่องมือและเทคนิคด้านการตลาดดิจิทัล	อ.วัลวลี ศีลพันธุ์
8	4035302	การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย
9	4035303	การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ	ผศ.ดร.เขมิกา แสนโสม
10	4035327	กลยุทธ์และการวางแผนการตลาด	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย
11	4035316	การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาด	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย
12	4035413	การออกแบบแคมเปญการตลาดดิจิทัล	อ.วัลวลี ศีลพันธุ์
13	4035323	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด	ผศ.ลักขณา ศิริจำปา
14	4035402	สัมมนาทางการตลาด	ผศ.ลักขณา ศิริจำปา
15	4035102	กฎหมายธุรกิจและจรรยาบรรณทางการตลาด	ผศ.นุชนาถ มีนาสันติรักษ์
16	4035325	ระบบสารสนเทศทางการตลาดและสถิติสำหรับวิจัยการตลาด	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย
17	4020301	การจัดการการผลิต	ผศ.ดร.นิศารัตน์ โชติเชย
18	3023100	ภาษาอังกฤษธุรกิจ	อ.ธีระ ตันบุญต่อ
			ผศ.ชุติมา ธรรมดวงศรี
			อ.ภัทรภร บุญศรี

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน

19	4040218	เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ	ผศ.ดร.วรายุทธ พลาศรี

ภาคเรียนที่ 3/2567 ได้แก่

ลำดับ	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	ผู้สอน
1	4035404	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด	ผศ.ปฏิมาศ เสริฐเลิศ
			ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัยผศ.
			ผศ.นุชนาถ มีนาสันติรักษ์
			ลักขณา ศิริจำปา
			ผศ.ดร.เขมิกา แสนโสม
			อ.ณิชาภา พิมลศิริ

และพบว่าอาจารย์ทุกท่านมีความพึงพอใจต่อการบริหารหลักสูตรจากผลการสำรวจความพึงพอใจของอาจารย์ต่อการบริหารหลักสูตร มีค่าเฉลี่ยรวม 5.00 และจำแนกรายด้านดังนี้

- ด้านการรับและแต่งตั้งอาจารย์ ค่าเฉลี่ย 5.00
- ด้านการบริหารอาจารย์ ค่าเฉลี่ย 5.00
- ส่งเสริมและพัฒนาอาจารย์ ค่าเฉลี่ย 5.00
- ด้านการบริหารหลักสูตร ค่าเฉลี่ย 5.00
- ด้านกระบวนการเรียนการสอน ค่าเฉลี่ย 5.00

จากการประชุมสาขาวิชาการตลาด เมื่อสิ้นสุดปีการศึกษา 2567 หลักสูตรดำเนินการสำรวจความต้องการของอาจารย์อีกครั้งว่ามีความต้องการด้านใดบ้างแผนด้านการบริหารความเสี่ยงด้านการใช้เงินงบประมาณ สาขาวิชาได้จัดสรรให้อาจารย์แต่ละท่านรับผิดชอบโครงการและดำเนินงานตามระยะเวลาที่กำหนด พร้อมทั้งรายงานความก้าวหน้าและผลการดำเนินโครงการต่อคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และในรอบการทำงานทุก 6 เดือน อาจารย์จะต้องส่งรายงานภาระงานเพื่อรับการประเมิน ในการขึ้นเงินเดือนและหรือต่อสัญญาจ้างโดยคณะกรรมการประเมินระดับคณะฯ ที่ได้รับการแต่งตั้ง ซึ่งการประเมินจะเป็นการประเมินที่ครอบคลุมในภารกิจทุกด้านทั้งภารกิจด้านการสอน ด้านการวิจัย ด้านการบริการวิชาการและด้านการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม รวมถึงภาระงานด้านการบริหาร ผลการดำเนินงานพบว่า สาขาวิชาการตลาดได้ ใช้งบประมาณตรงตาม ตามระยะเวลาที่กำหนด มติในที่ประชุมเสนอให้ปรับเปลี่ยนกระบวนการระยะเวลาการอบรมของอาจารย์ประจำสาขาวิชา โดยให้อาจารย์ทุกท่านเรียนจากการอบรมออนไลน์ที่ได้มีการจัดขึ้นจากหน่วยงานที่ได้อบรมออนไลน์ทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย

การประเมินกระบวนการ

จากการประชุมสาขาวิชาการตลาดได้ดำเนินการประเมินกระบวนการโดยสรุปดังนี้

1. หลักสูตรประชุมร่วมกันวางแผนการปฏิบัติราชการโดยกำหนดแผนบริหารพัฒนาบุคลากร

4.1-2-5: รายงานประชุม

<table>
<tr><th>ประเด็นการประเมิน</th><th>ผลการดำเนินงาน</th><th>หลักฐาน</th></tr>
<tr><td></td><td>
- อัตรากำลังและคุณสมบัติของอาจารย์
- แผนกำหนดภาระงานและความรับผิดชอบ
- แผนพัฒนาบุคลากรรายบุคคล
พบว่า สาขาวิชาการตลาดประชุมร่วมกันวางแผนการปฏิบัติราชการโดยกำหนดแผนบริหารพัฒนาบุคลากร โดยแบ่งภาระหน้าที่ความรับผิดชอบของอาจารย์ในสาขาวิชาการตลาด อย่างชัดเจนในการรับผิดชอบดูแล ด้านวิชาการ ด้านแผน ด้านประกันคุณภาพ ด้านบริการวิชาการ ด้านกิจการนักศึกษาอย่างเป็นระบบ และการประชุมร่วมกันวางแผนการปฏิบัติราชการโดยกำหนดแผนบริหารพัฒนาบุคลากร เป็นแนวปฏิบัติที่ดี ควรดำเนินการก่อนการเปิดภาคเรียนเพื่อให้ได้มาซึ่งผู้สอนในรายวิชาที่เหมาะสมกับความเชี่ยวชาญของแต่ละบุคคล
2. จัดทำแผนบริหารหลักสูตรฯ เป็นรูปเล่มเป็นลายลักษณ์อักษร
- แผนบริหารบุคลากร (HRM Plane)
- แผนพัฒนาบุคลากร (HRD plane)
- แผนพัฒนาบุคลากรรายบุคคล (ID Plane)
3. ดำเนินการตามแผน
พบว่า ดำเนินการตามแผนในการดำเนินงานตามแผนนั้น สาขาวิชาได้ดำเนินงานล่าช้าจากแผนที่ได้กำหนดไว้เนื่องจากนโยบายของมหาวิทยาลัย ในปีงบประมาณ 2567 มีความล่าช้าและดำเนินงานได้ไม่ตรงตามแผนที่กำหนด และทางหลักสูตรไม่สามารถที่จะใช้เงินตามแผนได้ เนื่องจากเป็นนโยบายในระดับบน
4. ประเมินความพึงพอใจของอาจารย์ต่อการบริหารหลักสูตร
พบว่าประเมินความพึงพอใจของอาจารย์ต่อการบริหารหลักสูตรทำให้ได้ทราบถึงผลการปฏิบัติงานและการบริหารหลักสูตร เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงต่อไป
5. รายงานผลต่อที่ประชุม
พบว่า สาขาวิชาฯ ได้มีการรายงานผลการดำเนินงานตามวงรอบของกรรมการบริหารคณะวิทยาการจัดการที่กำหนดการรายงานผลการปฏิบัติงานต่อที่ประชุมเพื่อให้การบริหารงานเป็นไปอย่างโปร่งใสและเป็นธรรมต่ออาจารย์ประจำหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน
6. ปรับปรุง พัฒนาแนวทางในการบริหารอาจารย์
พบว่า การปรับปรุงและพัฒนาแนวทางในการบริหารอาจารย์ควรมีการประชุมเพื่อพัฒนาและแก้ไขทุกปีการศึกษาเพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติที่ดี
</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>การปรับปรุง/พัฒนากระบวนการจากผลการประเมิน
ในปีการศึกษา 2567 สาขาวิชาการตลาด ได้ดำเนินการการปรับปรุงระบบกลไก/กระบวนการตามผลทบทวนระบบกลไก/กระบวนการ จากปี 2567 และเป็นแนวทางปฏิบัติในปีการศึกษา 2568 ต่อไป
<table>
<tr><th>ปีการศึกษา 2567</th><th>ปีการศึกษา 2568</th></tr>
<tr><td>1. หลักสูตรประชุมร่วมกันวางแผนการปฏิบัติราชการโดยกำหนดแผนบริหารพัฒนา</td><td>1. หลักสูตรประชุมร่วมกันวางแผนการปฏิบัติราชการโดยกำหนดแผนบริหาร</td></tr>
</table>
</td><td>4.1-2-: รายงานประชุม

4.1-3-: การประเมินและพัฒนาระบบกลไก</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th>ประเด็นการประเมิน</th><th>ผลการดำเนินงาน</th><th>หลักฐาน</th></tr>
<tr><td></td><td>
<table>
<tr><td>บุคลากร</td><td>พัฒนาบุคลากร</td></tr>
<tr><td>2. สำรวจความต้องการของอาจารย์</td><td>2. สำรวจความต้องการของอาจารย์</td></tr>
<tr><td>3. จัดทำแผนเป็นรูปเล่มเป็นลายลักษณ์อักษรและเสนอต่อกรรมการบริหารคณะ</td><td>3. จัดทำแผนเป็นรูปเล่มเป็นลายลักษณ์อักษรและเสนอต่อกรรมการบริหารคณะ</td></tr>
<tr><td>4. ดำเนินการตามแผน</td><td>4. ดำเนินการตามแผน</td></tr>
<tr><td>5. ประเมินความพึงพอใจของอาจารย์ต่อการบริหารหลักสูตร</td><td>5. ประเมินความพึงพอใจของอาจารย์ต่อการบริหารหลักสูตร</td></tr>
<tr><td>6. ปรับปรุงและพัฒนาแนวทางในการนบริหารพัฒนาบุคลากร</td><td>6. ปรับปรุงและพัฒนาแนวทางในการนบริหารพัฒนาบุคลากร</td></tr>
<tr><td>7.รายงานผลการปรับปรุงระบบกระบวนการ และแนวปฏิบัติที่ดี</td><td></td></tr>
</table>
ผลการปรับปรุงเห็นชัดเจนเป็นรูปธรรม
-
แนวทางปฏิบัติที่ดี โดยมีหลักฐานเชิงประจักษ์ยืนยัน และกรรมการผู้ตรวจประเมินสามารถให้เหตุผลอธิบายการเป็นแนวปฏิบัติที่ดีได้ชัดเจน
-
</td><td></td></tr>
<tr><td>3. ระบบการส่งเสริมและพัฒนาอาจารย์</td><td>
ระบบและกลไก
<u>ระบบการส่งเสริมและพัฒนาอาจารย์</u>มีดังนี้
เป้าหมาย
<table>
<tr><th>เป้าหมายเชิงปริมาณ</th><th>เป้าหมายเชิงคุณภาพ</th></tr>
<tr><td>1.อาจารย์ประหลักสูตรได้เข้าร่วมโครงการ/กิจกรรมเพื่อพัฒนาศักยภาพของตนเองร้อยละ100</td><td>1.อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรทุกคนได้รับการส่งเสริมและพัฒนาในภาระงานแต่ละด้านตามที่ตนถนัดและเหมาะสม</td></tr>
<tr><td>2.อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรทุกคนได้รับผลการประเมินการจัดการเรียนการสอนไม่น้อยกว่าระดับ 3.51 คะแนน</td><td></td></tr>
</table>
กระบวนการ
1.สาขาวิชาการตลาด ประชุมร่วมกันวางแผนพัฒนาบุคลากรสาขาวิชาฯ ประจำปีงบประมาณ
2. การพัฒนาบุคลกร
- ด้านการศึกษาต่อ
- ด้านการเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ
</td><td>4.1-3-1 : ระบบและกลไกการดำเนินงานสาขาวิชาการตลาด</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th>ประเด็นการประเมิน</th><th>ผลการดำเนินงาน</th><th>หลักฐาน</th></tr>
<tr><td></td><td>- ด้านการวิจัย/ผลงานทางวิชาการ
- ด้านภาระการสอน/อบรม/สัมมนา
3. ดำเนินการตามแผน
4. ประเมินแผน/กิจกรรมของอาจารย์
5. รายงานผลของการส่งเสริมและพัฒนาอาจารย์
6. ปรับปรุงการส่งเสริมและพัฒนาอาจารย์</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>การนำระบบและกลไกไปสู่การปฏิบัติ/ดำเนินงาน</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>สาขาวิชาการตลาด มีการประชุมจัดทำแผนพัฒนาอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร โดยพิจารณาจากความต้องการของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอนว่า มีความต้องการพัฒนาตนเองในด้านใดบ้างเพื่อนำใช้กับกระบวนการเรียนการสอน ทั้งด้านการศึกษาต่อ การขอตำแหน่งทางวิชาการ และได้มีการพัฒนาวิชาชีพ ดังต่อไปนี้
1. สนับสนุนให้อาจารย์ประจำไปประชุม / สัมมนา /ศึกษาดูงาน หรือนำเสนอผลงานวิชาการ ในประเทศหรือต่างประเทศ
<table>
<tr><th>ลำดับที่</th><th>ชื่อเรื่อง</th><th>หน่วยงานที่จัดประชุม</th><th>ชื่อผู้รับผิดชอบหลักสูตร</th></tr>
<tr><td>1</td><td>อรปรียา เมฆกุดฉิม, ธนากร โพธิ์ศรี, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2567). แนวทางการพัฒนาการจัดการคลังสินค้าของกลุ่มสตรีสหกรณ์ทอผ้าบ้านหนองหิน ตำบลโคกก่อ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1410-1424). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น.
สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XlGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC</td><td>วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย</td><td>ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย</td></tr>
<tr><td>2</td><td>มุทิตา กางโสภา, สิรินยากร โคตะนนท์, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2567). แนวทางการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์ของ</td><td>วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย</td><td>ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย</td></tr>
</table></td><td>4.1-3-2: รายงานแผนปฏิบัติราชการสาขาวิชาการตลาด

4.1-3-3: รายงานการประชุม</td></tr>
</table>

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน				หลักฐาน
		กลุ่มสตรีสหกรณ์ทอผ้าบ้านหนองหิน ตำบลโคกก่อ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1425-1440). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC			
	3	จิรัญญา จันดี, รัตนาภรณ์ ประสมพล, กิตติชัย เจริญชัย และณิชาภา พิมลศิริ. (2567).แนวทางการพัฒนาการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของกลุ่มสตรีสหกรณ์ทอผ้าบ้านหนองหิน ตำบลโคกก่อ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1441-1453). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC	วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย อ.ณิชาภา พิมลศิริ	
	4	ชนม์นิภา ภูเพชร, ปิยาพร กุลฉวะ, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2567).แนวทางการพัฒนาการจัดซื้อของกลุ่มสตรีสหกรณ์ทอผ้าบ้านหนองหิน ตำบลโคกก่อ	วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย	

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน				หลักฐาน
		อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1454-1467). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC			
	5	ภานุวัฒน์ จันทาหนู, อัคพงศ์ พิมลศิริ, กิตติชัย เจริญชัย และณิชาภา พิมลศิริ. (2567).แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมบ้านกุดรัง ตำบลกุดรัง อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1468-1481). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC	วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย อ.ณิชาภา พิมลศิริ	
	6	รพีภัทร แสนพล, คมกฤษ์ น้อยคูณ, กิตติชัย เจริญชัย และอนุชา ลาวงศ์. (2567).การศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมบ้านกุดรัง ตำบลกุดรัง อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและ	วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย	

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน				หลักฐาน
		เสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1482-1494). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC			
	7	กมลวรรณ บุญทองโท, สุกัญญา หันบัญญัติ, กิตติชัย เจริญชัย และนิรมิตา จันทะสูตร นันทเสน. (2567). แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมบ้านกุดรัง ตำบลกุดรัง อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1495-1511). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC	วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย	
	8	ชาริณี สืบเทพ, ศศิมาภรณ์ พงค์นอนิล, กิตติชัย เจริญชัย และเขมิกา แสนโสม. (2567). แนวทางการพัฒนาการสื่อสารทางการตลาดแบบบรูณาการของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมบ้านกุดรัง ตำบลกุดรัง อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัย	วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย ผศ.ดร.เขมิกา แสนโสม	

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน				หลักฐาน
		ระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1512-1528). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC			
	9	ศิริกัญญา ศรีแสงสว่าง, มณีรัตน์ สุทธิประภา, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2567). แนวทางการพัฒนาการจัดการสินค้าคงคลังของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมบ้านกุดรัง ตำบลกุดรัง อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1529-1542). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC	วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย	
	10	พิมพ์พิชชาภัส สมจันทร์1 จิราพรรณ ลำไธสง กิตติชัย เจริญชัย และวัลวลี ศีลพันธุ์. (2567). การศึกษาระบบสารสนเทศทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนผลิตดอกอัญชันออแกนิคเชิงพาณิชย์ ตำบลเสือโก้ก อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและ	วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย	

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน				หลักฐาน
		ระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1543-1557). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC			
	11	วิภาดา เพ็งปอภาร, ปนัดดา วงค์แสน, กิตติชัย เจริญชัย และวัลวลี ศีลพันธุ์. (2567). กระบวนการตัดสินใจซื้อของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวเม่าชุมชนโพธิ์ศรี ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1558-1572). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC	วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย	
	12	จิราภรณ์ ทุมพิลา, จุรภรณ์ นราศร, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2567). แนวทางการพัฒนาการจัดซื้อของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวเม่าชุมชนโพธิ์ศรี ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม. กรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International	วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย	

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน				หลักฐาน
		Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1573-1586). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC			
	13	นราวัลย์ ก้านจันทร์, นราทิพย์ ก้านจันทร์, กิตติชัย เจริญชัย และลักขณา ศิริจำปา. (2567).แนวทางการพัฒนาเทคนิคการขายของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวเม่าชุมชนโพธิ์ศรี ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1587-1602). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC	วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย ผศ.ลักขณา ศิริจำปา	
	14	มินตรา รัชเสนา, อนุสรา สายแขม, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2567).แนวทางการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์ของกลุ่มเครื่องเรือนหวายและผักตกชวาบ้านวังไผ่ ตำบลลาดพัฒนา อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า	วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย ผศ.ลักขณา ศิริจำปา	

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน				หลักฐาน
		1603-1619). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC			
	15	ฐิติมา เพียรสิงห์, เมขลา จ่ายก, กิตติชัย เจริญชัย และนุชนาถ มีนาสันติรักษ์. (2567).แนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองผู้บริโภคของกลุ่มเครื่องเรือนหวายและผักตกชวาบ้านวังไผ่ ตำบลลาดพัฒนา อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1620-1633). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC	วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย ผศ.นุชนาถ มีนาสันติรักษ์	
	16	สมภพ สิงห์ประโคน, ธัญยมัย ชาคำเฮือง, กิตติชัย เจริญชัย และนิรมิตา จันทะสูตร นันทเสน. (2567).คุณภาพการบริการของกลุ่มสานตะกร้าด้วยพลาสติกบ้านดอนดู่ ตำบลคันธารราษฎร์ อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า	วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย	

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน			หลักฐาน
		1634-1648). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC		
	17	ฉัตรลดา ไตรพรม, นฤมล หลอดคำ, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2567). แนวทางการพัฒนาการขนส่งของเสื่อกกไทบ้านแพง ตำบลบ้านแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1649-1661). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC	วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย

2. ส่งเสริมให้บุคลากรพัฒนาตนเองทั้งด้านการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้นและการเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ

2.1 รายชื่ออาจารย์ขอเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ

ชื่อ – สกุล	ตำแหน่ง ผศ./รศ.	สถานะ
1. ผศ.ดร.เขมิกา แสนโสม	รองศาสตราจารย์	ขอเข้าโครงการ
2. อ.ณิชาภา พิมลศิริ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ขอเข้าโครงการ

2..2 กิจกรรมการพัฒนาวิชาชีพของอาจารย์และบุคลากรสายสนับสนุน

กิจกรรมที่จัดหรือเข้าร่วม	จำนวน		สรุปข้อคิดเห็นและประโยชน์ที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้รับ
	อาจารย์	บุคลากรสายสนับสนุน	
เข้าร่วมอบรมโครางการส่งเสริม	2		มีความรู้เกี่ยวกับการ

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน				หลักฐาน
	และพัฒนาระบบประกันคุณภาพการศึกษาหลักสูตรตามเกณฑ์ AUN-QA ในวันที่ 4-5 พฤศจิกายน 2567 ณ ห้องประชุมรองศาสตราจารย์ ดร.สมเจตน์ ภูศรี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม			ทำหลักสูตรตามแนวทางของ OBE และการเตรียมความพร้อมรับการตรวจประเมิน AUN-QA	
	เข้าร่วมอบรมอบรมเชิงปฏิบัติการ "การเขียนผลงานทางวิชาการเพื่อขอกำหนดตำแหน่งทางวิชาการ" ภายใต้โครงการส่งเสริมพัฒนางานวิชาการและงานวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้และนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ คณะวิทยาการจัดการ ในวันที่ 14 - 16 ตุลาคม 2567 ณ โรงแรมฟอร์จูน วิวโขง จังหวัดนครพนม	4		มีความรู้เกี่ยวกับการเขียนผลงานทางวิชาการเพื่อขอกำหนดตำแหน่งทางวิชาการ	
	เข้าร่วมอบรมในโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการผู้บริหารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ในวันที่ 13 - 15 กันยายน 2567 ณ โรงแรมฟอร์จูน วิวโขง จังหวัดนครพนม	1		มีความรู้เกี่ยวกับหลักการบริหารงานระเบียบงานราชการด้านต่างๆ	
	การประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 “The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)” ในวันที่ 9 พฤศจิกายน 2567	5	-	มีทักษะการวิจัย การนำเสนอ และได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวิชาการกับหน่วยงานสถาบันการศึกษาทั้งในประเทศและต่างประเทศ	
	อบรมหลักสูตรคณาจารย์นิเทศ CWIE สำหรับผู้ที่ไม่เคยอบรม ฉบับปรับปรุง พ.ศ.2566 ในวันที่ วันที่ 3-4 สิงหาคม 2567 ณ ห้องประชุมรองศาสตราจารย์ ดร.สมเจตน์ ภูศรี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม	1		มีความรู้เกี่ยวกับการเป็นคณาจารย์นิเทศ CWIE	

<table>
<tr><th>ประเด็นการประเมิน</th><th>ผลการดำเนินงาน</th><th>หลักฐาน</th></tr>
<tr><td></td><td>

3.ส่งเสริมให้อาจารย์เรียนรู้ (Learning) ผลิต และพัฒนาผลงานวิจัยและตีพิมพ์เผยแพร่

<table>
<tr><th>ลำดับที่</th><th>ชื่อเรื่อง</th><th>ชื่อวารสาร</th><th>ชื่อผู้รับผิดชอบหลักสูตร</th></tr>
<tr><td>1</td><td>จุฑารัตน์ บุบผามาลัย, วีระกิตติ์ เสาร่ม และ กิตติชัย เจริญชัย. (2567). ผลกระทบของห่วงโซ่คุณค่าที่มีค่อความได้เรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเจียระไนพลอยอำเภอยางสีสุราช จังหวัดมหาสารคาม. วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 เดือน กรกฎาคม – ธันวาคม 2567 (หน้า 313-329) (TCI1) สืบค้นจาก https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JMDUBRU/article/view/280429</td><td>วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี</td><td>ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย</td></tr>
<tr><td>2</td><td>ชัชชษา จิตทวี, นิศารัตน์ โชติเชย และกิตติชัย เจริญชัย. (2567). กระบวนการวางแผนด้านทรัพยากรมนุษย์บนความท้าทายในสังคมยุค 4.0. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ปีที่ 18 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - เมษายน 2567 (หน้า 1-12) (TCI2) สืบค้นจาก https://so05.tci-thaijo.org/index.php/rmuj/article/view/272521</td><td>วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม</td><td>ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย</td></tr>
<tr><td>3</td><td>สุวิทย์ วงศ์คะสุ่ม, กิตติชัย เจริญชัย และธารีรัตย์ ขูลีลัง. (2567). คุณภาพการบริการที่มีต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด. วารสารมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ปีที่ 15 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - มิถุนายน 2567 (หน้า 158-169) (TCI2)</td><td>วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี</td><td>ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย</td></tr>
</table>

</td><td></td></tr>
</table>

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน				หลักฐาน
		สืบค้นจาก https://so01.tci-thaijo.org/index.php/humanjubru/article/view/268822			
	4	ลัลน์ลนา สิงห์จานุสงค์, วีระกิตติ์ เสาร่ม และ กิตติชัย เจริญชัย. (2567). สมรรถนะและองค์การแห่งการเรียนรู้ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐในระบบ e-GP ของส่วนราชการผู้เบิกในจังหวัดร้อยเอ็ด. วารสารมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ปีที่ 15 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - มิถุนายน 2567 (หน้า 125-138) (TCI2) สืบค้นจาก https://so01.tci-thaijo.org/index.php/humanjubru/article/view/268823	วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย	
	5	ชมนาถ แปลงมาลย์ และนุชนาถ มีนาสันติรักษ์. (2567). การพัฒนาตำรับอาหารกลางวันจากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมสุขภาวะของเด็กปฐมวัยสำหรับโรงเรียนขนาดเล็ก อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม. วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, ปีที่ 11 ฉบับที่ 1 เดือน มกราคม-เมษายน 2567 (หน้า 55-78) (TCI 2) สืบค้นจาก https://so03.tci-thaijo.org/index.php/rdirmu/article/view/273379	วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม	ผศ.นุชนาถ มีนาสันติรักษ์	
	6	พจน์ศิรินทร์ ลิมปิน์นท์, ชมนาถ แปลงมาลย์ และ นุชนาถ มีนาสันติรักษ์. (2567). การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมระยะสั้นแบบผสมผสานสำหรับเยาวชนเพื่อฝึกทักษะการออกแบบลวดลายผ้าด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล. วารสารครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ	วารสารครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม	ผศ.นุชนาถ มีนาสันติรักษ์	

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน				หลักฐาน
		มหาสารคาม, ปีที่ 21 ฉบับที่ 1 เดือน มกราคม - เมษายน 2567 (หน้า 67-74) (TCI 2) สืบค้นจาก https://so06.tci-thaijo.org/index.php/edu-rmu/article/view/267539			
	7	ชมนาถ แปลงมาลย์, นุชนาถ มีนาสันติรักษ์ และอัจฉรา มีนาสันติรักษ์. (2567). ความเสี่ยงต่อความรุนแรงในครอบครัวตำบลเขวา อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม. วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์, ปีที่ 13 ฉบับที่ 3 เดือน พฤษภาคม-มิถุนายน 2567 (หน้า 81-91) (TCI2) สืบค้นจาก https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jssr/article/view/262372	วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์	ผศ.นุชนาถ มีนาสันติรักษ์	
	8	ธันวาพร วิมลชัยฤกษ์, กิตติชัย เจริญชัย, นิศารัตน์ โชติเชย และวีระกิตติ์ เสาร่ม. (2567). การจัดการคลังสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านงัวบา ตำบลงัวบา อำเภอวาปีปทุมจังหวัดมหาสารคาม, วารสารวิชาการนอร์ทเทิร์น, ปีที่ 11 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - มีนาคม 2567 (หน้า 35-49) สืบค้นจาก https://so09.tci-thaijo.org/index.php/AJntc/article/view/4039	วารสารวิชาการนอร์ทเทิร์น	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย	
	9	กิตติชัย เจริญชัย, นิศารัตน์ โชติเชย, ธันวาพร วิมลชัยฤกษ์ และวีระกิตติ์ เสาร่ม. (2567). องค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและและผ้าฝ้ายบ้านงัวบา ตำบลงัวบา อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม. วารสารวิชาการนอร์ทเทิร์น, ปีที่	วารสารวิชาการนอร์ทเทิร์น	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย	

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน			หลักฐาน
		11 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - มีนาคม 2567 (หน้า 1-17) สืบค้นจาก https://so09.tci-thaijo.org/index.php/AJntc/article/view/4033		
	10	นิศารัตน์ โชติเชย, กิตติชัย เจริญชัย, ธันวาพร วิมลชัยฤกษ์, และวีระกิตติ์ เสาร่ม. (2567). การจัดการการจัดซื้อของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านงัวบา ตำบลงัวบา อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม, วารสารวิชาการนอร์ทเทิร์น, ปีที่ 11 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - มีนาคม 2567 (หน้า 18-34) สืบค้นจาก https://so09.tci-thaijo.org/index.php/AJntc/article/view/4034	วารสารวิชาการนอร์ทเทิร์น	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย
	11	ธิภาภรณ์ นุชิต , กิตติชัย เจริญชัย , วัลวลี ศีลพันธุ์ และลักขณา ศิริจำปา. (2567). กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของกลุ่มขนมเทียนแก้วแม่พูลศรี ตำบลโคกพระ อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม, วารสารวิชาการนอร์ทเทิร์น, ปีที่ 11 ฉบับที่ 4 เดือนตุลาคม - ธันวาคม 2567 (หน้า 59-77) สืบค้นจาก https://so09.tci-thaijo.org/index.php/AJntc/article/view/6088	วารสารวิชาการนอร์ทเทิร์น	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย ผศ.ลักขณา ศิริจำปา

4.ส่งเสริมให้คณาจารย์มีส่วนร่วมในการบริการวิชาการแก่ชุมชนและสังคม

4.1 การเป็นวิทยากร

ลำดับที่	เลขที่คำสั่ง/เลขที่หนังสือ	ชื่อ-สกุล	วัน/เดือน/ปี	เรื่อง และหน่วยงานที่ให้บริการวิชาการ
1	หนังสือที่ ศธ 0297/834	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย	วันที่ 19 มิถุนายน 2567	เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ผลการดำเนินงาน

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน					หลักฐาน
					แนวปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practice) ภายใต้โครงการส่งเสริมเวทีและประชาคมเพื่อการจัดทำรูปแบบและการพัฒนาหลักสูตรต่อเนื่องเชื่อมโยงการศึกษาขั้นพื้นฐานกับอาชีวศึกษาและอุดมศึกษา	
	2	หนังสือที่ อว 0626.04/774	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย	15 สิงหาคม 2567	เรื่อง ขอเชิญเป็นวิทยากรอบรมเชิงปฏิบัติการพร้อมการสอบนำเสนอภาคปฏิบัติในหัวข้อเรื่อง "เทคนิคการนำเสนอเพื่องานธุรกิจ"	
	3	หนังสือที่ ศธ 0297/ว300	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย	13-14 มีนาคม 2568	เรื่อง ขอเชิญเป็นวิทยากร "ฝึกทักษะอาชีพ วิถีคนตักสิลานคร"	
	4	หนังสือที่ อว 0619.06/884	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย	13 ธันวาคม 2567	เรื่อง ขอเชิญเป็นวิทยากรบรรยายอบรมหัวข้อ “การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมองค์กรด้านสุขภาพ (SWOT Analysis)	
	5	หนังสือที่ ศธ 0297/601	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย	8-9 พฤษภาคม 2568	เรื่อง ขอเชิญเป็นวิทยากร เรื่อง “การพัฒนานวัตกรรมส่งเสริมสนับสนุนการจัดทำธนาคารหน่วยกิต” ภายใต้โครงการ Innovation For Thai Education (IFTE) นวัตกรรมการศึกษา เพื่อพัฒนาการศึกษา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2568	
	6	หนังสือที่ ศธ 0297/554	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย	2 พฤษภาคม 2568	เรื่อง ขอเชิญเป็นวิทยากร หัวข้อ “แนวทางการพัฒนานวัตกรรม ธนาคารหน่วยกิต” การประชุมเชิงปฏิบัติการแนวทางการ	

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน

				ขับเคลื่อนพัฒนาต่อยอดนวัตกรรมทางการศึกษาและการเป็นโค้ชสำหรับผู้บริหารสถานที่ศึกษาตามโครงการ Innovation for Thai Education (IFTE) นวัตกรรมการศึกษาเพื่อพัฒนาการศึกษา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2568

4.2 โครงการบริการวิชาการแก่ชุมชน

ลำดับ	โครงการ	ระยะเวลา	สถานที่	กลุ่มเป้าหมาย
1	การบูรณาการงานวิจัย งานสร้างสรรค์นวัตกรรม การบริการวิชาการแก่ชุมชน และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมกับการเรียนการสอนในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ต่อชุมชน ประจำปีการศึกษา 2567	6 เดือน พ.ย.2567 -เม.ย.2568	1) กลุ่มสตรีสหกรณ์ทอผ้าบ้านหนองหิน ตำบลโคกก่อ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม 2) กลุ่มทอผ้าไหมบ้านกุดรัง ตำบลกุดรัง อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม 3) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตดอกอัญชันออแกนิคเชิงพาณิชย์ ตำบลเสือโก้ก อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม 4) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวเม่าชุมชนโพธิ์ศรี ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม 5) กลุ่มเครื่องเรือนหวายและผักตกชวาบ้านวังไผ่ ตำบลลาด	1) กลุ่มสตรีสหกรณ์ทอผ้าบ้านหนองหิน ตำบลโคกก่อ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม 2) กลุ่มทอผ้าไหมบ้านกุดรัง ตำบลกุดรัง อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม 3) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตดอกอัญชันออแกนิคเชิงพาณิชย์ ตำบลเสือโก้ก อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม 4) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวเม่าชุมชนโพธิ์ศรี ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม 5) กลุ่มเครื่องเรือนหวายและผักตกชวาบ้านวังไผ่ ตำบลลาด

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน					หลักฐาน
				พัฒนา อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม 6) กลุ่มสานตะกร้าด้วยพลาสติกบ้านดอนดู่ ตำบลคันธารราษฎร์ อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม 7) กลุ่มทอเสื่อกกไทบ้านแพง ตำบลบ้านแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม	พัฒนา อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม 6) กลุ่มสานตะกร้าด้วยพลาสติกบ้านดอนดู่ ตำบลคันธารราษฎร์ อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม 7) กลุ่มทอเสื่อกกไทบ้านแพง ตำบลบ้านแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม	
	จากการส่งเสริมพัฒนาและพัฒนาอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร พบว่า อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร มีภาระงานของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรมีงานมาก จากการประชุมติดตามการดำเนินงานของสาขาวิชาการตลาด ให้ปรับปรุงการทำงานของอาจารย์แบ่งเวลา ด้านการอบรมพัฒนาศักยภาพ และเร่งรัดเรื่องการส่งเอกสารเพื่อเข้าพิจารณาตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ให้แล้วเสร็จ และคาดว่าอาจารย์ที่ทำเรื่องขอตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ จะแล้วเสร็จในปีการศึกษา 2569 จำนวน 1 คน และขอเข้าโครงการตำแหน่งรองศาสตราจารย์ จำนวน 1 คน เพื่อเป็นศักยภาพของหลักสูตรต่อไป					
	การประเมินกระบวนการ					
	1.สาขาวิชาการตลาดประชุมร่วมกันวางแผนพัฒนาบุคลากรสาขาวิชาการตลาดประจำปีงบประมาณ พบว่า การประชุมวางแผนพัฒนาบุลากรเป็นส่วนหนึ่งของระบบกลไกที่พึงรักษาไว้ในการทำงาน จากการประชุมได้มีการจัดการเรียนการสอนตามความสามารถ ความเชี่ยวชาญและการแจ้งความประสงค์ของอาจารย์ จากการสำรวจความต้องการในการพัฒนาตนเองทั้งในด้านวิชาการและวิชาชีพ 2. การพัฒนาบุคลากร - ด้านการศึกษาต่อควรมีอาจารย์พี่เลี้ยงให้คำแนะนำ และช่วยเหลืออาจารย์ที่อยู่ในกระบวนการลาศึกษาต่อ เพื่อให้เสร็จสิ้นความระยะเวลาที่กำหนด - ด้านการเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการควรมีอาจารย์พี่เลี้ยงให้คำแนะนำ และช่วยเหลืออาจารย์ที่เข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ และผู้ที่กำลังจะเข้าสู่กระบวนการให้ทราบถึงวิธีและแนวปฏิบัติจากผู้ที่ได้รับตำแหน่งทางวิชาการแล้ว - ด้านการวิจัย/ผลงานทางวิชาการควรเน้นงานทางด้านวิจัยมากขึ้น จากกระบวนการ -อบรมการเขียนขอทุนวิจัย -หาแหล่งทุนและงบประมาณ - ด้านภาระการสอน/อบรม/สัมมนาด้านภาระงานสอนของอาจารย์ทุกท่าน และการ					4.1-3-4: รายงานแผนปฏิบัติราชการสาขาวิชาการตลาด 4.1-3-5: รายงานการประชุม

<table>
<tr><th>ประเด็นการประเมิน</th><th>ผลการดำเนินงาน</th><th>หลักฐาน</th></tr>
<tr><td></td><td>ประชุม กิจกรรมและโครงการมีมาก ดังนั้นควรปรับเวลาด้านการทำงาน และให้ความสำคัญเรื่องการอบรมสัมมนาด้วยปีการศึกษา 2567 นั้น อาจารย์จะต้องหาเวลาไปอบรมสัมมนาเพื่อเพิ่มพูนความรู้และทักษะของตนเอง
พบว่า การพัฒนาบุคลากร ด้านการศึกษาต่อ ด้านการส่งเสริมเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ ด้านการวิจัย/ผลงานทางวิชาการ การอบรมพัฒนาการเรียนการสอน เป็นการพัฒนาที่ดีของการดำเนินงานของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
3. ดำเนินการตามแผน
พบว่า ควรดำเนินการตามแผน
4. ประเมินแผน/กิจกรรมของอาจารย์
พบว่า การประเมินแผน และกิจกรรมของอาจารย์เป็นระบบกลไกที่ควรปฏิบัติ
5. รายงานผลของการส่งเสริมและพัฒนาอาจารย์
พบว่า การรายงานผลของการส่งเสริมและพัฒนาอาจารย์สาขาวิชาการตลาดเพื่อให้เห็นการดำเนินการและการพัฒนาตนเองของอาจารย์ทุกท่านในสาขาวิชา การนำเอาความรู้ที่ได้จากการอบรมมาปรับใช้ในการพัฒนาการเรียนการสอนอยู่ในระดับดี โดยดูจากผลการประเมินการเรียนการสอน
6. ปรับปรุงการส่งเสริมและพัฒนาอาจารย์
พบว่า กลไกทุกกลไกควรมีการปรับปรุงส่งเสริมและพัฒนาระบบ</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>การปรับปรุง/พัฒนากระบวนการจากผลการประเมิน
จากผลการประเมินกระบวนการพบว่า ในปีการศึกษา 2567 ได้มีการปรับปรุงและเตรียมความพร้อมในปีการศึกษา 2568 ต่อไป
<table>
<tr><th>ปีการศึกษา 2567</th><th>ปีการศึกษา 2568</th></tr>
<tr><td>1. สาขาวิชาการตลาดประชุมร่วมกันวางแผนพัฒนาบุคลากรสาขาวิชาการตลาดประจำปีงบประมาณ</td><td>1. สาขาวิชาการตลาดประชุมร่วมกันวางแผนบริหารหลักสูตรเกี่ยวกับ
- แผนบริหารบุคลากร (HRM Plane)
- แผนพัฒนาบุคลากร (HRD plane)
- แผนพัฒนาบุคลากรรายบุคคล (ID Plane)</td></tr>
<tr><td>2. สำรวจความต้องการของบุคลกร
- ด้านการศึกษาต่อ
- ด้านการเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ
- ด้านการวิจัย
- ด้านภาระการสอน/อบรม/สัมมนา</td><td>2. สำรวจความต้องการของบุคลกร
- ด้านการศึกษาต่อ
- ด้านการเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ
- ด้านการวิจัย
- ด้านภาระการสอน/อบรม/สัมมนา</td></tr>
<tr><td>3. ประเมินแผย/กิจกรรมของอาจารย์</td><td>3. ประเมินแผน/กิจกรรมของอาจารย์</td></tr>
<tr><td>4. ปรับปรุงการส่งเสริมและพัฒนาอาจารย์</td><td>4. ปรับปรุงการส่งเสริมและพัฒนาอาจารย์</td></tr>
<tr><td>5. รายงานผลการปรับปรุงระบบ</td><td>5. รายงานผลและพัฒนาปรับปรุงแผน</td></tr>
</table></td><td>4.1-3-6: รายงานแผนปฏิบัติราชการสาขาวิชาการตลาด

4.1-3-7: รายงานการประชุม

4.1-3-8 : การประเมินและพัฒนาระบบกลไก</td></tr>
</table>

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน		หลักฐาน
	กระบวนการ และแนวปฏิบัติที่ดี	บริหารหลักสูตร - แผนบริหารบุคลากร (HRM Plane) - แผนพัฒนาบุคลากร (HRD plane) - แผนพัฒนาบุคลากรรายบุคคล (ID Plane)	
	ผลการปรับปรุงเห็นชัดเจนเป็นรูปธรรม		
	หลักสูตรฯ สนับสนุนอาจารย์ทางด้านการวิจัยและการนำเสนอผลงานวิชาการ ซึ่งอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรได้มีผลงานวิจัยและผลงานทางวิชาการครบทุกท่าน		
	แนวทางปฏิบัติที่ดี โดยมีหลักฐานเชิงประจักษ์ยืนยัน และกรรมการผู้ตรวจประเมินสามารถให้เหตุผลอธิบายการเป็นแนวปฏิบัติที่ดีได้ชัดเจน		
	-		

สรุปผลการประเมินตนเอง

ตัวบ่งชี้	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	คะแนน	การบรรลุเป้าหมาย
4.1	3 ข้อ	3 ข้อ	4	☑ บรรลุ ☐ไม่บรรลุ

ตัวบ่งชี้ที่ 4.2 คุณภาพอาจารย์

ผลการดำเนินงาน

1) ร้อยละของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรที่มีวุฒิปริญญาเอก

รายการ	จำนวน
จำนวนอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรที่มีวุฒิปริญญาเอก	2 คน
จำนวนอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรทั้งหมด	5 คน
คิดเป็นร้อยละ	ร้อยละ 40
ค่าคะแนนของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรที่มีวุฒิปริญญาเอก (คะแนนเต็ม 5 =>ป.ตรี = ร้อยละ 20 ขึ้นไป || ป.โท= ร้อยละ 60 ขึ้นไป || ป.เอก= ร้อยละ 100)	5 คะแนน

(2) ร้อยละของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรที่มีตำแหน่งทางวิชาการ

รายการ	จำนวน
จำนวนอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรที่มีตำแหน่งทางวิชาการ	4 คน
จำนวนอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรทั้งหมด	5 คน
คิดเป็นร้อยละ	ร้อยละ 80
ค่าคะแนนของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรที่มีตำแหน่งทางวิชาการ (คะแนนเต็ม 5 =>ป.ตรี = ร้อยละ 60 ขึ้นไป || ป.โท= ร้อยละ 80 ขึ้นไป || ป.เอก= ร้อยละ 100)	5 คะแนน

(3) ผลงานวิชาการของของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ที่	ผลงานวิชาการ ระบุชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์.) ชื่อเรื่อง. ชื่อวารสาร. ปีที่ (ฉบับที่), หน้าแรก-หน้าสุดท้าย. ตามหลักการเขียนบรรณานุกรม	ค่าน้ำหนัก
1	จุฑารัตน์ บุบผามาลัย, วีระกิตติ์ เสาร่ม และกิตติชัย เจริญชัย.(2567). ผลกระทบของห่วงโซ่คุณค่าที่มีค่อความได้เรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเจียระไนพลอยอำเภอยางสีสุราช จังหวัดมหาสารคาม. วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 เดือน กรกฎาคม – ธันวาคม 2567 (หน้า 313-329) (TCI1) สืบค้นจาก https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JMDUBRU/article/view/280429	0.80
2	ชัชชษา จิตทวี, นิศารัตน์ โชติเชย และกิตติชัย เจริญชัย. (2567). กระบวนการวางแผนด้านทรัพยากรมนุษย์บนความท้าทายในสังคมยุค 4.0. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ปีที่ 18 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - เมษายน 2567 (หน้า 1-12) (TCI2) สืบค้นจาก https://so05.tci-thaijo.org/index.php/rmuj/article/view/272521	0.60
3	สุวิทย์ วงศ์คะสุ่ม, กิตติชัย เจริญชัย และธารีรัตย์ ขูลีลัง. (2567). คุณภาพการบริการที่มีต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด. วารสารมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ปีที่ 15 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - มิถุนายน 2567 (หน้า 158-169)(TCI2) สืบค้นจาก https://so01.tci-thaijo.org/index.php/humanjubru/article/view/268822	0.60
4	ลัลน์ลนา สิงห์จานุสงค์, วีระกิตติ์ เสาร่ม และกิตติชัย เจริญชัย. (2567). สมรรถนะและองค์การแห่งการเรียนรู้ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐในระบบ e-GP ของส่วนราชการผู้เบิกในจังหวัดร้อยเอ็ด. วารสารมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ปีที่ 15 ฉบับ	0.60

ที่	ผลงานวิชาการ ระบุชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์.) ชื่อเรื่อง. ชื่อวารสาร. ปีที่ (ฉบับที่), หน้าแรก-หน้าสุดท้าย. ตามหลักการเขียนบรรณานุกรม	ค่าน้ำหนัก
	ที่ 1 เดือนมกราคม - มิถุนายน 2567 (หน้า 125-138)(TCI2) สืบค้นจาก https://so01.tci-thaijo.org/index.php/humanjubru/article/view/268823	
5	ชมนาถ แปลงมาลย์ และนุชนาถ มีนาสันติรักษ์. (2567). การพัฒนาตำรับอาหารกลางวันจากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมสุขภาวะของเด็กปฐมวัยสำหรับโรงเรียนขนาดเล็ก อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม. วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, ปีที่ 11 ฉบับที่ 1 เดือน มกราคม-เมษายน 2567 (หน้า 55-78) (TCI 2) สืบค้นจาก https://so03.tci-thaijo.org/index.php/rdirmu/article/view/273379	0.60
6	พจน์ศิรินทร์ ลิมปิน์นท์, ชมนาถ แปลงมาลย์ และ นุชนาถ มีนาสันติรักษ์. (2567). การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมระยะสั้นแบบผสมผสานสำหรับเยาวชนเพื่อฝึกทักษะการออกแบบลวดลายผ้าด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล. วารสารครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, ปีที่ 21 ฉบับที่ 1 เดือน มกราคม - เมษายน 2567 (หน้า 67-74) (TCI 2) สืบค้นจาก https://so06.tci-thaijo.org/index.php/edu-rmu/article/view/267539	0.60
7	ชมนาถ แปลงมาลย์,นุชนาถ มีนาสันติรักษ์ และอัจฉรา มีนาสันติรักษ์. (2567). ความเสี่ยงต่อความรุนแรงในครอบครัวตำบลเขวา อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม. วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์, ปีที่ 13 ฉบับที่ 3 เดือน พฤษภาคม-มิถุนายน 2567 (หน้า 81-91) (TCI2) สืบค้นจาก https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jssr/article/view/262372	0.60
8	ธันวาพร วิมลชัยฤกษ์, กิตติชัย เจริญชัย, นิศารัตน์ โชติเชย และวีระกิตติ์ เสาร่ม. (2567). การจัดการคลังสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านงัวบา ตำบลงัวบา อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม, วารสารวิชาการนอร์ทเทิร์น, ปีที่ 11 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - มีนาคม 2567 (หน้า 35-49) สืบค้นจาก https://so09.tci-thaijo.org/index.php/AJntc/article/view/4039	0.20
9	กิตติชัย เจริญชัย, นิศารัตน์ โชติเชย, ธันวาพร วิมลชัยฤกษ์ และวีระกิตติ์ เสาร่ม. (2567). องค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและและผ้าฝ้ายบ้านงัวบา ตำบลงัวบา อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม. วารสารวิชาการนอร์ทเทิร์น, ปีที่ 11 ฉบับที่ 1 เดือน มกราคม - มีนาคม 2567 (หน้า 1-17) สืบค้นจาก https://so09.tci-thaijo.org/index.php/AJntc/article/view/4033	0.20
10	นิศารัตน์ โชติเชย, กิตติชัย เจริญชัย, ธันวาพร วิมลชัยฤกษ์, และวีระกิตติ์ เสาร่ม. (2567). การจัดการการจัดซื้อของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านงัวบา ตำบลงัวบา อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม, วารสารวิชาการนอร์ทเทิร์น, ปีที่ 11 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - มีนาคม 2567 (หน้า 18-34) สืบค้นจาก https://so09.tci-thaijo.org/index.php/AJntc/article/view/4034	0.20
11	ธิภาภรณ์ นุชิต , กิตติชัย เจริญชัย , วัลวลี ศีลพันธุ์ และลักขณา ศิริจำปา. (2567). กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของกลุ่มขนมเทียนแก้วแม่พูลศรี ตำบลโคกพระ อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม, วารสารวิชาการนอร์ทเทิร์น, ปีที่ 11 ฉบับที่ 4 เดือนตุลาคม - ธันวาคม 2567 (หน้า 59-77) สืบค้นจาก https://so09.tci-thaijo.org/index.php/AJntc/article/view/6088	0.20
12	อรปรียา เมฆกุดฉิม, ธนากร โพธิ์ศรี, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2567). แนวทางการพัฒนาการจัดการคลังสินค้าของกลุ่มสตรีสหกรณ์ทอผ้าบ้านหนองหิน ตำบลโคกก่อ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับ	0.20

ที่	ผลงานวิชาการ ระบุชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์.) ชื่อเรื่อง. ชื่อวารสาร. ปีที่ (ฉบับที่), หน้าแรก-หน้าสุดท้าย. ตามหลักการเขียนบรรณานุกรม	ค่าน้ำหนัก
	นานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1410-1424). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC	
13	มุทิตา กางโสภา, สิรินยากร โคตะนนท์, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2567). แนวทางการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์ของกลุ่มสตรีสหกรณ์ทอผ้าบ้านหนองหิน ตำบลโคกก่อ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1425-1440). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC	0.20
14	จิรัญญา จันดี, รัตนาภรณ์ ประสมพล, กิตติชัย เจริญชัย และณิชาภา พิมลศิริ. (2567).แนวทางการพัฒนาการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของกลุ่มสตรีสหกรณ์ทอผ้าบ้านหนองหิน ตำบลโคกก่อ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1441-1453). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC	0.20
15	ชนม์นิภา ภูเพชร, ปิยาพร กุลฉวะ, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2567).แนวทางการพัฒนาการจัดซื้อของกลุ่มสตรีสหกรณ์ทอผ้าบ้านหนองหิน ตำบลโคกก่อ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1454-1467). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC	0.20
16	ภานุวัฒน์ จันทาหนู, อัคพงศ์ พิมลศิริ, กิตติชัย เจริญชัย และณิชาภา พิมลศิริ. (2567).แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมบ้านกุดรัง ตำบลกุดรัง อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1468-1481). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC	0.20
17	รพีภัทร แสนพล, คมกฤษ์ น้อยคูณ, กิตติชัย เจริญชัย และอนุชา ลาวงศ์. (2567).การศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมบ้านกุดรัง ตำบลกุดรัง อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1482-1494). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC	0.20
18	กมลวรรณ บุญทองโท, สุกัญญา หันบัญญัติ, กิตติชัย เจริญชัย และนิรมิตา จันทะสูตร นันทเสน. (2567). แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมบ้านกุดรัง ตำบลกุดรัง อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1495-1511). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิต	0.20

ที่	ผลงานวิชาการ ระบุชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์.) ชื่อเรื่อง. ชื่อวารสาร. ปีที่ (ฉบับที่), หน้าแรก-หน้าสุดท้าย. ตามหลักการเขียนบรรณานุกรม	ค่าน้ำหนัก
	เอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC	
19	ชาริณี สืบเทพ, ศศิมาภรณ์ พงค์นอนิล, กิตติชัย เจริญชัย และเขมิกา แสนโสม. (2567). แนวทางการพัฒนาการสื่อสารทางการตลาดแบบบรูณาการของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมบ้านกุดรัง ตำบลกุดรัง อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1512-1528). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC	0.20
20	ศิริกัญญา ศรีแสงสว่าง, มณีรัตน์ สุทธิประภา, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2567). แนวทางการพัฒนาการจัดการสินค้าคงคลังของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมบ้านกุดรัง ตำบลกุดรัง อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1529-1542). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC	0.20
21	พิมพ์พิชชาภัส สมจันทร์1 จิราพรรณ ลำไธสง กิตติชัย เจริญชัย และวัลวลี ศีลพันธุ์. (2567). การศึกษาระบบสารสนเทศทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนผลิตดอกอัญชันออแกนิคเชิงพาณิชย์ ตำบลเสือโก้ก อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1543-1557). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC	0.20
22	วิภาดา เพ็งปอภาร, ปนัดดา วงค์แสน, กิตติชัย เจริญชัย และวัลวลี ศีลพันธุ์. (2567). กระบวนการตัดสินใจซื้อของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวเม่าชุมชนโพธิ์ศรี ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1558-1572). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC	0.20
23	จิราภรณ์ ทุมพิลา, จุรภรณ์ นราศร, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2567). แนวทางการพัฒนาการจัดซื้อของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวเม่าชุมชนโพธิ์ศรี ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม. กรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1573-1586). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC	0.20
24	นราวัลย์ ก้านจันทร์, นราทิพย์ ก้านจันทร์, กิตติชัย เจริญชัย และลักขณา ศิริจำปา. (2567).แนวทางการพัฒนาเทคนิคการขายของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวเม่าชุมชนโพธิ์ศรี ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและ	0.20

ที่	ผลงานวิชาการ ระบุชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์.) ชื่อเรื่อง. ชื่อวารสาร. ปีที่ (ฉบับที่), หน้าแรก-หน้าสุดท้าย. ตามหลักการเขียนบรรณานุกรม	ค่าน้ำหนัก
	ระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1587-1602). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC	
25	มินตรา รัชเสนา, อนุสรา สายแขม, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2567).แนวทางการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์ของกลุ่มเครื่องเรือนหวายและผักตกชวาบ้านวังไผ่ ตำบลลาดพัฒนา อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1603-1619). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC	0.20
26	ฐิติมา เพียรสิงห์, เมขลา จ่ายก, กิตติชัย เจริญชัย และนุชนาถ มีนาสันติรักษ์. (2567).แนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองผู้บริโภคของกลุ่มเครื่องเรือนหวายและผักตกชวาบ้านวังไผ่ ตำบลลาดพัฒนา อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1620-1633). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC	0.20
27	สมภพ สิงห์ประโคน, ธัญยมัย ชาคำเฮือง, กิตติชัย เจริญชัย และนิรมิตา จันทะสูตร นันทเสน. (2567).คุณภาพการบริการของกลุ่มสานตะกร้าด้วยพลาสติกบ้านดอนดู่ ตำบลคันธารราษฎร์ อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1634-1648). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC	0.20
28	ฉัตรลดา ไตรพรม, นฤมล หลอดคำ, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2567). แนวทางการพัฒนาการขนส่งของเสื่อกกไทบ้านแพง ตำบลบ้านแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 "The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)".(หน้า 1649-1661). 9 พฤศจิกายน 2567. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/1-XIGQPFHPHOaIrR38ovoQpEYYJpAkCAC	0.20
	รวม	8.60
	จำนวนอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรทั้งหมด	5 คน
	ร้อยละของผลรวมถ่วงน้ำหนักของผลงานทางวิชาการ	ร้อยละ 172
	คะแนนที่ได้ **(คะแนนเต็ม 5 =>ป.ตรี = ร้อยละ 20 ขึ้นไป || ป.โท= ร้อยละ 40 ขึ้นไป || ป.เอก= ร้อยละ 60 ขึ้นไป)**	5 คะแนน

สรุปผลการประเมินตนเอง

ตัวบ่งชี้	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	คะแนน	การบรรลุเป้าหมาย
4.2	3	5	5	☑บรรลุ ☐ไม่บรรลุ

ตัวบ่งชี้ที่ 4.3 ผลที่เกิดกับอาจารย์

ในการรายงานการดำเนินงานตามตัวบ่งชี้นี้ ให้อธิบายกระบวนการหรือแสดงผลการดำเนินงานในประเด็นต่อไปนี้

- การคงอยู่ของอาจารย์
- ความพึงพอใจของอาจารย์

<table>
<tr><th>ประเด็น</th><th>การรายงานผลการดำเนินงาน</th><th>หลักฐาน</th></tr>
<tr><td>1. การคงอยู่ของอาจารย์</td><td>
การรายงานผลการคงอยู่ของอาจารย์ 3 ปี ย้อนหลัง
(1) การคงอยู่ของอาจารย์
<table>
<tr><th>ปีการศึกษา</th><th>จำนวนผู้รับผิดชอบหลักสูตร (1)</th><th>จำนวนอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรคงอยู่จนสิ้นปีการศึกษา 2567 (2)</th><th>อัตราการคงอยู่ (2)/(1) X 100</th></tr>
<tr><td>2562</td><td>5</td><td>5</td><td>100</td></tr>
<tr><td>2563</td><td>5</td><td>5</td><td>100</td></tr>
<tr><td>2564</td><td>5</td><td>5</td><td>100</td></tr>
<tr><td>2565</td><td>5</td><td>5</td><td>100</td></tr>
<tr><td>2566</td><td>5</td><td>5</td><td>100</td></tr>
<tr><td>2567</td><td>5</td><td>5</td><td>100</td></tr>
</table>
ตลอดปีการศึกษา 2567 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ทั้ง 5 ท่าน มีอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรครบตามจำนวนที่ สกอ. กำหนด และมีอัตราการคงอยู่ของอาจารย์คิดเป็นร้อยละ 100 จากจำนวนอาจารย์ทั้งหมด 5 ท่าน โดยเปรียบเทียบย้อนหลัง ตั้งแต่ ปีการศึกษา 2562 – 2567
</td><td>4.3-1-1: หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2565

4.3-1-2: รายงานการประชุม</td></tr>
<tr><td>2. ความพึงพอใจของอาจารย์</td><td>
การรายงานผลความพึงพอใจของอาจารย์ 3 ปี ย้อนหลัง
<table>
<tr><th>ปีการศึกษา</th><th>ความพึงพอใจของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร</th></tr>
<tr><td>2562</td><td>4.99</td></tr>
<tr><td>2563</td><td>5.00</td></tr>
<tr><td>2564</td><td>4.98</td></tr>
<tr><td>2565</td><td>4.99</td></tr>
<tr><td>2566</td><td>5.00</td></tr>
<tr><td>2567</td><td>5.00</td></tr>
</table>
(1) ความพึงพอใจของอาจารย์
คำอธิบายกระบวนการ
หลักสูตรฯ ได้ใช้ข้อมูลของ สำนักมาตารฐานและประกันคุณภาพการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่ได้สำรวจผ่านระบบออนไลน์ QA ในเรื่องความพึงพอใจอาจารย์ต่อหลักสูตร และกำหนดให้ทุกหลักสูตรดำเนินการสำรวจความพึงพอใจใน
</td><td>4.3-2-1: รายงานการสำรวจความพึงพอใจของนักศึกษา / อาจารย์ต่อการบริหารหลักสูตร ปีการศึกษา 2567

4.3-2-2: รายงานการประชุม</td></tr>
</table>

ประเด็น	การรายงานผลการดำเนินงาน	หลักฐาน
	ปีการศึกษา 2567 พบว่าในปีการศึกษา 2567 มีระดับค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของผู้รับผิดชอบหลักสูตรหรืออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรต่อการบริหารและพัฒนาอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักด้วยคะแนน 5.00 ซึ่งเมื่อดูจากผลประเมินย้อนหลังตั้งแต่ปีการศึกษา 2562– 2567 พบว่ามีระดับค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของผู้รับผิดชอบหรืออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรต่อการบริหารหลักสูตร มีค่าคะแนนที่แนวโน้มดีขึ้น มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ ที่ทั่วถึง มีการสำรวจความพึงพอใจเป็นระยะและมีการนำผลการสำรวจดังกล่าวมาปรับปรุงระบบและกลไก มีการสนับสนุนให้คณาจารย์ได้มีโอกาสพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง มีการสร้างเครือข่ายกับผู้ประกอบการภายนอก และมีการปรับปรุงระบบการดูแล พัฒนานักศึกษาอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบมากขึ้นด้วย ซึ่งทางหลักสูตรฯ จะได้มีการนำผลการประเมินจากอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรทุกท่านมาทำการปรับปรุงและพัฒนาในการบริหารจัดการหลักสูตรให้มีประสิทธิภาพต่อไป	

สรุปผลการประเมินตนเอง

ตัวบ่งชี้	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	คะแนน	การบรรลุเป้าหมาย
4.3	3	4	4	☑ บรรลุ ☐ไม่บรรลุ

ตัวชี้บ่งชี้		ผลการดำเนินงาน	คะแนน
องค์ประกอบที่ 4 อาจารย์			
4.1	การบริหารและพัฒนาอาจารย์	3.00	
4.2	คุณภาพอาจารย์	5.00	
4.3	ผลที่เกิดกับอาจารย์	4.00	
คะแนนเฉลี่ย องค์ประกอบที่ 4		**4.33**	

หมวดที่ 3 นักศึกษาและบัณฑิต

ข้อมูลนักศึกษา

ปีการศึกษาที่รับเข้า (ตั้งแต่ปีการศึกษาที่เริ่มใช้หลักสูตร)	จำนวนรับเข้า	จำนวนนักศึกษาคงอยู่ (จำนวนจริง) ในแต่ละปีการศึกษา							สำเร็จการศึกษา
		2561	2562	2563	2564	2565	2566	2567	
2561	47	41 87.23%	26 55.32%	28 59.57%	3 6.38%	1 2.13%			36 76.60%
2562	68		66 97.06%	24 35.29%	26 38.24%	3 4.41%			49 72.06%
2563	36			32 88.88%	27 75.00%	16 44.44%			27 75.00%
2564	67				54 80.60%	24 35.82%	23 34.33%	2 2.99%	41 61.19%
2565	69					60 86.96%	42 60.87%	17 22.50%	40 57.97%
2566	85						63 73.81%	45 53.57%	22 25.88%
2567	92							74 80.43%	3 32.61%

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อจำนวนนักศึกษา

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อจำนวนนักศึกษาสาขาวิชาการตลาด มีจำนวนอัตราการพ้นสภาพเป็นจำนวนมาก เนื่องจากปัญหาสภาวะทางการเงิน ทำให้ลงทะเบียนล่าช้า นักศึกษาจึงมีสถานะพ้นสภาพ แต่อัตราการคงอยู่จริงมีมากกว่าตัวเลขในระบบอัตราการคงอยู่ของมหาวิทยาลัย จากตัวเลขนี้เป็นการยืนการลงทะเบียนและการจ่ายเงินค่าเทอมของนักศึกษา และด้วยปัจจัยแวดล้อมหลายด้านประกอบกัน อีกทั้ง จำนวนแรกเข้าของนักศึกษามีเพียงรายชื่อ ไม่สามารถระบุตัวตนนักศึกษาที่เรียนจริงได้ ทำให้จำนวนตัวเลขอัตราการคงอยู่ของนักศึกษามีความแตกต่างกับจำนวนรับเข้าอย่างเห็นได้ชัด

องค์ประกอบที่ 3 นักศึกษา

ตัวบ่งชี้ที่ 3.1 การรับนักศึกษา

ในการรายงานการดำเนินงานตามตัวบ่งชี้นี้ ให้อธิบายกระบวนการหรือแสดงผลการดำเนินงานอย่างน้อยครอบคลุมประเด็นต่อไปนี้

- การรับนักศึกษา
- การเตรียมความพร้อมก่อนเข้าศึกษา

<table>
<tr><th>ประเด็นการประเมิน</th><th>ผลการดำเนินงาน</th><th>หลักฐาน</th></tr>
<tr><td>1. การรับนักศึกษา</td><td>ระบบและกลไก

<u>ระบบการรับนักศึกษา</u>มีดังนี้
เป้าหมาย
<table><tr><th>เป้าหมายเชิงปริมาณ</th><th>เป้าหมายเชิงคุณภาพ</th></tr><tr><td>1.จำนวนรับนักศึกษาจำนวน 2 หมู่เรียน แบ่งเป็น
- ภาคปกติ 1 หมู่เรียน 20 คน
- เทียบเข้าศึกษา ภาคปกติ 1 หมู่เรียน 20 คน</td><td>1. ได้คุณสมบัติของนักศึกษาตามที่กำหนดกรอบคุณวุฒิที่ระบุใน มคอ. 2</td></tr></table>การปรับจำนวนนักศึกษาที่เปิดรับลงเหลือ 20 คน ต่อ 1 หมู่เรียน ตามเกณฑ์ทางสภาวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามกำหนดจำนวนนักศึกษา

กระบวนการ
1. หลักสูตรประชุมหารือแผนหรือเกณฑ์การรับนักศึกษา
2. ดำเนินการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหลักสูตร
3. ประกาศรับสมัครตามรอบของทางมหาวิทยาลัย
4. คัดเลือกรับนักศึกษาตามขั้นตอนของมหาวิทยาลัย
5. ประกาศผลการคัดเลือกรับนักศึกษา
6. นักศึกษารายงานตัวและลงทะเบียนเรียน
7. ปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่

การนำระบบและกลไกไปสู่การปฏิบัติ/ดำเนินงาน
หลักสูตรฯ ได้วางแผนการดำเนินงานเรื่องการรับนักศึกษาใหม่ โดยจัดการประชุมคณะกรรมการบริหารหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน เพื่อกำหนดกลไกการรับนักศึกษาตามคุณสมบัติที่กำหนดใน มคอ.2 ที่เป็นผู้สำเร็จการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า โดยคัดเลือกจากผู้ผ่านการคัดเลือกโดยระบบการคัดเลือกของมหาวิทยาลัย จากการส่งความต้องการคุณสมบัติของผู้เข้าศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจ(สาขาวิชาการตลาด)</td><td>3.1-1-1 : แผนการรับนักศึกษา ปีการศึกษา 2567

3.1-1-2: รายงานการประชุม

3.1-1-3 : ระบบและกลไกการดำเนินงานสาขาวิชาการตลาด

3.1-1-4 : รายงานการประชุม

3.1-1-5 : รายงานการประชุม</td></tr>
</table>

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน
	คณะกรรมการวางแผนรับนักศึกษาใหม่ในปีการศึกษา 2567 จำนวน 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มเรียนปกติ 20 คน และกลุ่มเทียบเข้าศึกษา 20 คน ตามที่มหาวิทยาลัยได้ส่งเอกสารสำรวจความต้องการมายังหลักสูตร ผลการรับนักศึกษาใหม่พบว่า มีนักศึกษาภาคปกติ (ผู้สำเร็จการศึกษาระดับชั้น ม.6 ปวช.) ได้นักศึกษาจำนวน 64 คน และนักศึกษา ภาคปกติเทียบเข้า (ผู้สำเร็จการศึกษา ระดับชั้น ปวส. , อนุปริญญาตรี หรือเทียบเท่า) ได้นักศึกษาจำนวน 28 คน รวมจำนวนนักศึกษาทั้งหมดได้ 92 คน เป็นที่สังเกตได้ว่าเมื่อสถานการณ์และแนวโน้มของโลกได้เปลี่ยนไปทำให้เริ่มมีผู้สนใจเข้ามาเรียนหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดมากขึ้นอีกทั้งหลักสูตรเองก็ได้มีการปรับการเรียนการสอนในรายวิชาให้ทันสมัยเข้าถึงผู้เรียนและกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้นคณะกรรมการบริหารหลักสูตรทบทวนกลไกการรับนักศึกษาว่าด้วย - เกณฑ์การรับนักศึกษาสอดคล้องกับหลักสูตร - เกณฑ์การคัดเลือกนักศึกษานั้นจะใช้การออกแนะแนวเพียงอย่างเดียวไม่ได้ทางหลักสูตรจึงจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์หลักสูตรโดยอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรมอบหมายให้ อาจารย์ณิชาภา พิมลศิริ อาจารย์ผู้สอนในรายวิชาการจัดกิจกรรมทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์ และ ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย เป็นผู้กำกับดูแล บูรณาการเข้ากับการเรียนการสอน และ สนับสนุนจัดทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์ มอบหมายให้ อาจารย์ณิชาภา พิมลศิริ และ ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย รับผิดชอบในการออกแนะแนว ประชาสัมพันธ์หลักสูตรร่วมกับนักศึกษาและใช้สื่อออนไลน์ เช่น line , IG , Facebook , youtube , Page ในการประชาสัมพันธ์และแนะนำให้หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาดเป็นที่รู้จักของทั้งนักศึกษาและผู้ปกครองมากขึ้น - ปรับหลักสูตรให้ทันสมัยต่อความต้องการของตลาดแรงงานและกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น **การประเมินกระบวนการ** 1. หลักสูตรประชุมหารือแผนหรือเกณฑ์การรับนักศึกษา พบว่าหลักสูตรได้ทำการประชุมแผนรับนักศึกษาพบว่า ทางมหาวิทยาลัยได้กำหนดให้หลักสูตรปรับจำนวนการรับนักศึกษาจาก มคอ.2 ในเล่มหลักสูตรให้เหลือ ห้องละ 20 คน ตามนโยบายของมหาวิทยาลัย ในปี 2567 2. ประกาศรับสมัครตามรอบของทางมหาวิทยาลัย พบว่า การประกาศรับสมัครในรูปแบบเดิมจากทางเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตามจำนวนที่ต้องและดังนั้นสาขาจึงได้ทำการปรับการรับสมัครโดยใช้ช่องทางอื่น เช่น Facebook fan page ทางหลักสูตร ในการประกาศรับนักศึกษาใหม่โดยไม่รอกำหนดจากทางมหาวิทยาลัย โดยการบูรณาการร่วมกับ การเรียนการสอนในรายวิชาการสื่อสารทางการตลาดฯ วิชาการจัดกิจกรรมทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์ 3. ดำเนินการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหลักสูตร พบว่า โดยอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร มอบหมายให้ อาจารย์ณิชาภา พิมลศิริ อาจารย์ผู้สอนในรายวิชาการจัดกิจกรรมทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์ และ ผศ.ดร.	3.1-1-6 : รายงานการประชุม

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน
	กิตติชัย เจริญชัย เป็นผู้ดูแลรับผิดชอบในการออกแนะแนว ประชาสัมพันธ์หลักสูตรร่วมกันกับนักศึกษาในรายวิชานั้น โดยที่หลักสูตรสนับสนุนจัดทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์ให้ และใช้ Social Media ผ่านทาง Line Facebook fan page , IG ในการประชาสัมพันธ์และแนะนำให้หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาดเป็นที่รู้จักของทั้งนักศึกษาและผู้ปกครองมากขึ้น และการประชาสัมพันธ์หลักสูตรจะต้องต่อเนื่องตลอดปีการศึกษา 4. คัดเลือกรับนักศึกษาตามขั้นตอนของมหาวิทยาลัย พบว่า การคัดเลือกนักศึกษาตามขั้นตอนของมหาวิทยาลัยทำให้ได้จำนวนนักศึกษาใหม่น้อย ควรให้หลักสูตรคัดเลือกนักศึกษาใหม่โดยอาจารย์ประจำสาขาออกข้อสอบของสาขาวิชาที่เป็นสายวิชาชีพ 5. ประกาศผลการคัดเลือกรับนักศึกษา พบว่า การประกาศผลการคัดเลือกควรเพิ่มช่องทางจากเว็บไซต์คณะและสาขาวิชา 6. นักศึกษารายงานตัวและลงทะเบียนเรียน พบว่า การรายงานตัวของนักศึกษาและลงทะเบียนเรียนเป็นช่องทางของมหาวิทยาลัยที่ไม่แจ้งข่าวสารมายังคณะและสาขาวิชาทำให้เกิดความสับสนของนักศึกษาใหม่ 7. ปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่ พบว่า มีความซ้ำซ้อนในการปฐมนิเทศ ทั้งของส่วนกลางมหาวิทยาลัย คณะและสาขาวิชา **การปรับปรุง/พัฒนากระบวนการจากผลการประเมิน** จากการประชุมคณะกรรมการบริหารหลักสูตรฯ พบว่าจะต้องปรับวิธีการรับศึกษาในปีการศึกษา 2567 โดยให้แต่งตั้งกรรมการเพื่อแนะแนวตามสถานศึกษา จากนั้นสาขาวิชาได้ส่งข้อมูลไปยังฝ่ายวิชาคณะวิทยาการจัดการในการวางแผนรับนักศึกษา ปีการศึกษา 2567 จำนวน กลุ่มละ 20 คน เพื่อประสิทธิภาพของอาจารย์ต่อจำนวนนักศึกษา การรับนักศึกษานั้นสาขาวิชาได้ใช้ระบบการคัดเลือกนักศึกษาจากส่วนกลางของมหาวิทยาลัย ทำให้จำนวนการรับนักศึกษานั้นลดลง ดังนั้นกระบวนการรับนักศึกษาของสาขาวิชาการตลาด ได้เพิ่มกระบวนการประชาสัมพันธ์เชิงรุก โดยใช้สื่อที่หลากหลายมากขึ้น โดยอาจารย์ประจำหลักสูตรประชุมเพื่อระดมสมองในการวางแผนการรับนักศึกษาตามความต้องการประยุกต์รายวิชาในหลักสูตรในรายวิชาโครงการพิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์ บูรณาการการเรียนการสอนกับกระบวนการประชาสัมพันธ์โดยใช้ความรู้จากรายวิชาการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ วิชาการจัดกิจกรรมทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์ วิชาการตลาดดิจิตัล และจัดกิจกรรมแนะแนวตามโรงเรียนกลุ่มเป้าหมาย และทำกิจกรรมเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจแก่นักเรียนในด้านการประกอบธุรกิจและทางด้านการตลาดพร้อมทั้งสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่สาขาวิชาการตลาดต่อชุมชน กระบวนการพบว่าการประยุกต์รายวิชาและกิจกรรมของนักศึกษาเข้าด้วยกัน สามารถสร้างการเรียนรู้และนำความรู้ความสามารถจากรายวิชามาประกอบกิจกรรมในโครงการ จากสถานการณ์จริง และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อสถานศึกษาและการแนะแนวหลักสูตรเพื่อให้ได้	3.1-1-6 : รายงานการประชุม

<table>
<tr><th>ประเด็นการประเมิน</th><th>ผลการดำเนินงาน</th><th>หลักฐาน</th></tr>
<tr><td></td><td>นักศึกษาตามเกณฑ์ที่ต้องการในปีการศึกษา 2567
ผลการปรับปรุงเห็นชัดเจนเป็นรูปธรรม
จากการปรับกระบวนการรับนักศึกษาเชิงรุก ในปีการศึกษา 2568 โดยการจัดโครงการแนะแนวยังสถานที่ที่นอกเหนือจากพื้นที่เป้าหมายที่เคยแนะแนวเดิมพบว่า มีนักเรียนให้ความสนใจและสมัครเข้าเรียน และยืนยันสิทธิ์รายงานตัวเข้าเรียนแล้วเป็นจำนวน 107 คน และนักเรียนที่เข้ามาเรียนเป็นนักเรียนจากโรงเรียนพื้นที่กลุ่มเป้าหมายใหม่ที่กรรมการบริหารหลักสูตรได้ทำการปรับปรุงกลยุทธ์โดยใช้กิจกรรมของนักศึกษาในรายวิชา พร้อมทั้งโครงการแนะแนวที่ไม่ใช้เส้นทางเดียวกับคณะและมหาวิทยาลัย ส่งผลให้มีจำนวนนักเรียนเข้ามาเรียนอย่างเห็นได้ชัด
แนวทางปฏิบัติที่ดี โดยมีหลักฐานเชิงประจักษ์ยืนยัน และกรรมการผู้ตรวจประเมินสามารถให้เหตุผลอธิบายการเป็นแนวปฏิบัติที่ดีได้ชัดเจน
-</td><td></td></tr>
<tr><td>2. การเตรียมความพร้อมก่อนเข้าศึกษา</td><td>ระบบและกลไก
<u>ระบบการเตรียมความพร้อมก่อนเข้าศึกษา</u>มีดังนี้
เป้าหมาย
<table>
<tr><th>เป้าหมายเชิงปริมาณ</th><th>เป้าหมายเชิงคุณภาพ</th></tr>
<tr><td>1.จำนวนนักศึกษาเข้ารับกระบวนการเตรียมความพร้อมก่อนเข้าศึกษา ร้อยละ 100</td><td>1.ได้นักศึกษาที่มีความพร้อมทางปัญญา สุขภาพกายและจิตความมุ่งมั่นที่จะเรียนและมีเวลาเรียนเพียงพอ</td></tr>
</table>
กระบวนการ
1. ประชุมหารือวางแผนการเตรียมความพร้อมทางการเรียน
- การใช้ชีวิตในมหาวิทยาลัยและระบบการลงทะเบียน
- ความรู้พื้นฐานตามจุดเน้นของสาขาวิชา
2. เตรียมความพร้อมจัดโครงการ/กิจกรรมการเตรียมความพร้อมทางการเรียน
3. ดำเนินโครงการ/กิจกรรมเพื่อเตรียมความพร้อมแก่นักศึกษา
4. ประเมินการดำเนินงานโครงการ/กิจกรรม
5. จัดทำรายงานสรุปผลของโครงการ/กิจกรรม
6. ปรับปรุงโครงการ/กิจกรรม

หลักสูตรฯ ได้มีการจัดโครงการเตรียมความพร้อมให้แก่นักศึกษา เพื่อช่วยให้นักศึกษาสามารถปรับตัวกับการศึกษาได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งจะส่งผลให้นักศึกษามีความสุขกับการเรียน มีอัตราการคงอยู่ของนักศึกษาที่สูงขึ้น และสำเร็จการศึกษาเป็นบัณฑิตมีคุณภาพต่อไป โดยแบ่งกระบวนการเตรียมความพร้อมก่อนเข้าศึกษาเป็น 2 กระบวนการใหญ่ ๆ ได้แก่ กระบวนการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีระหว่างนักศึกษาและผู้ปกครองกับหลักสูตร และกระบวนการเตรียมความพร้อมด้านวิชาการของนักศึกษา</td><td>3.1-2-1: ระบบและกลไกการดำเนินงานสาขาวิชาการตลาด

3.1-2-2 : รายงานการประชุม</td></tr>
</table>

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน
	1. แผนการเตรียมความพร้อมก่อนเข้าศึกษา (P) **1.1 แผนการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีระหว่างนักศึกษาและผู้ปกครองกับหลักสูตร** อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรมอบหมายให้อาจารย์ ดร.กิตติชัย เจริญชัยและ อาจารย์ณิชาภา พิมลศิริ ดำเนินงานเตรียมความพร้อมฯ ได้แก่การปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่ของสาขาวิชาการตลาด เพื่อสร้างความเข้าใจในระบบการลงทะเบียน สิ่งอำนวยความสะดวก สนับสนุนและช่วยเหลือ การจัดการเรียนการสอนในหลักสูตร ทั้งต่อนักศึกษาและผู้ปกครอง เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกัน และจัดกิจกรรม “สานสัมพันธ์น้อง-พี่ นักการตลาด” เพื่อสานสัมพันธ์ระหว่างนักศึกษาใหม่ รุ่นพี่ คณาจารย์ และหลักสูตร **1.2 แผนการเตรียมความพร้อมด้านวิชาการก่อนเข้าศึกษา** นักศึกษาใหม่จะได้รับการพัฒนาทักษะที่จำเป็นสำหรับการเรียนในศตวรรษที่ 21 ซึ่งเป็นทักษะที่จำเป็นสำหรับการเรียน - อาจารย์รับผิดชอบหลักสูตรมอบหมายให้ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ลักขณา ศิริจำปา อาจารย์ ดร.กิตติชัย เจริญชัย และอาจารย์ ณิชาภา พิมลศิริ ดำเนินการจัดอบรมเพื่อเตรียมความพร้อมให้แก่นักศึกษา โดยมุ่งเน้นทักษะที่จำเป็นในการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 เช่น หลักสูตรภาษาอังกฤษเตรียมพร้อม , การใช้คอมพิวเตอร์เพื่อสืบค้นข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต ซึ่งในปีการศึกษา 2566 ทางสาขาได้ให้นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด เข้าอบรมหลักสูตรต่างๆ ผ่านระบบออนไลน์ และมีผลการทดสอบออกมาเป็นที่น่าพอใจ **1.3 แผนการประเมินการดำเนินการและปรับปรุงกระบวนการเตรียมความพร้อมนักศึกษาก่อนเข้าศึกษา** - อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรประชุมและมีมติเห็นควรมอบหมาย ดร.กิตติชัย เจริญชัย , อาจารย์ณิชาภา พิมลศิริ และ กรรมการชมรมนักการตลาด เป็นผู้เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามความพึงพอใจของนักศึกษาในการจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ตามข้อ 1.1 - อาจารย์รับผิดชอบหลักสูตรมอบหมาย ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย , อาจารย์ณิชาภา พิมลศิริ และ กรรมการชมรมนักการตลาด เป็นผู้เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามความพึงพอใจของนักศึกษาเตรียมความพร้อมทางวิชาการตามข้อ 1.2 - อาจารย์รับผิดชอบหลักสูตรจะจัดให้มีการประชุมเพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์ของกระบวนการเตรียมความพร้อมก่อนเข้าศึกษา โดยรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสำรวจความพึงพอใจจากข้อ 1.1 และ 1.2 เพื่อปรับปรุงกระบวนการในกรณีที่มีจุดบกพร่อง หรือพัฒนากระบวนการในกรณีที่มีแนวทางในการพัฒนานักศึกษาเพิ่มเติมในอนาคต พบว่า การจัดกิจกรรม “สานสัมพันธ์ น้อง-พี่ นักการตลาด นักศึกษาในสาขาวิชาการตลาดทุกชั้นปี มีความสมานสามัคคีและให้ความร่วมมือกับอาจารย์ ในการจัดทำกิจกรรมร่วมกัน ตลอดจนถึงนักศึกษามีความคิดสร้างสรรค์ที่ได้จากการอบรม เอามาประยุกต์ใช้ในการ	

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน
	นำเสนอผลงานด้านการตลาดมากขึ้น **2. การดำเนินการเตรียมความพร้อมก่อนเข้าศึกษา (D)** **2.1 การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีระหว่างนักศึกษาและผู้ปกครองกับหลักสูตร** **2.1.1 การปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่และผู้ปกครอง** - (1) การแนะนำคณาจารย์ในสาขาวิชาการตลาด (2) การสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของหลักสูตร วิธีการจัดการเรียนการสอนธรรมชาติของการเรียนบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด เพื่อให้ผู้ปกครองมีความเข้าใจร่วมกันกับนักศึกษา โดยประธานหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด (3) ระบบการลงทะเบียนเรียน ระบบช่วยเหลือและสิ่งสนับสนุนต่าง ๆ โดย ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (4) การแนะนำกิจกรรมเสริมการเรียนรู้ต่าง ๆ ภายในหลักสูตร **2.1.2 การสร้างความผูกพันระหว่างนักศึกษากับหลักสูตร** - อาจารย์รับผิดชอบหลักสูตร มอบหมายให้ผู้นำนักศึกษาจัดกิจกรรม “สานสัมพันธ์น้อง-พี่ นักการตลาด” ระหว่างนักศึกษาใหม่กับรุ่นพี่ คณาจารย์ และหลักสูตร โดยคณะทำงานได้จัดกิจกรรมสานสัมพันธ์น้องพี่ โดยผู้นำนักศึกษาชมรมนักการตลาด ร่วมกันจัดกิจกรรม มีการแสดง ที่มีความจำเป็นต้องใช้ความร่วมมือกันทุกชั้นปี เพื่อสร้างความสมัครสมานสามัคคีระหว่างนักศึกษาน้องใหม่และนักศึกษารุ่นพี่ ผลจากการดำเนินการจัดกิจกรรมส่งผลให้นักศึกษาใหม่รู้จักคุ้นเคยและมีความสามัคคีกันก่อนเริ่มเรียน มีความรู้จัก คุ้นเคยกับมหาวิทยาลัย และหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด ตลอดจนคณาจารย์ในหลักสูตร **2.2 การเตรียมความพร้อมด้านวิชาการก่อนเข้าศึกษา** - ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย และ อาจารย์ ณิชาภา พิมลศิริ ดำเนินการจัดอบรมเพื่อเตรียมความพร้อมให้แก่นักศึกษาซึ่งสอดคล้องกับทักษะที่จำเป็นสำหรับการเรียน (1) การอบรมการใช้ห้องสมุด เป็นการแนะนำให้รู้จักสถานที่ บุคลากร และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในห้องสมุดของมหาวิทยาลัย และการสืบค้นหนังสือทั่วไป และโดยเฉพาะอย่างยิ่งการสืบค้นวิทยานิพนธ์ นอกจากนี้ยังมีการฝึกให้นักศึกษาได้หัดใช้คอมพิวเตอร์เพื่อสืบค้นข้อมูลจากอินเตอร์เน็ตและใช้คอมพิวเตอร์เพื่อช่วยสืบค้นหนังสือหรือข้อมูลต่างๆ ผ่านทางระบบของห้องสมุดมหาวิทยาลัยเอง (2) การอบรมหลักสูตรภาษาอังกฤษเตรียมพร้อม ในปีการศึกษา 2566 ทางสาขาได้ให้นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด เข้าอบรมหลักสูตรต่างๆ ผ่านระบบออนไลน์ และมีผลการทดสอบออกมาเป็นที่น่าพอใจ ผลจากการเข้าอบรมตามโครงการทั้งสองจะช่วยให้นักศึกษาได้รับข้อมูล ความรู้ และประสบการณ์ เพื่อนำไปประยุกต์ใช้และเตรียมตัวเริ่มศึกษาในรายวิชาศึกษาทั่วไปได้เป็นอย่างดี	

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน
	2.3 การรวบรวมข้อมูลเพื่อประกอบการประเมินการดำเนินการและปรับปรุงกระบวนการเตรียมความพร้อมนักศึกษาก่อนเข้าศึกษา - ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัยและ อาจารย์ ณิชาภา พิมลศิริ และกรรมการชมรมนักการตลาด ได้เก็บรวบรวมแบบประเมินความพึงพอใจในการจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ เพื่อจัดทำสรุปรายงานผลการดำเนินงานตามโครงการ เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริหารหลักสูตรในการใช้ประกอบการพิจารณาปรับปรุงกระบวนการเตรียมความพร้อมให้แก่นักศึกษาต่อไป **3. การประเมินและตรวจสอบเพื่อปรับปรุงกระบวนการ (C)** - อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร จัดการประชุมเพื่อทำการวิเคราะห์และสรุปผลสัมฤทธิ์ในการเตรียมความพร้อมก่อนเข้าศึกษา ผลจากการประชุม ที่ประชุมเห็นว่าจากข้อมูลที่ได้รับมาจากการประเมินของนักศึกษายังไม่ครอบคลุมเพียงพอต่อการพัฒนา เนื่องจากนักศึกษาใหม่ยังไม่มีประสบการณ์ในการเรียนในระดับอุดมศึกษามาก่อน จึงจำเป็นที่จะต้องอาศัยข้อมูลจากอาจารย์ผู้สอนรายวิชาในชั้นปีที่ 1 และนักศึกษาเดิมซึ่งเคยผ่านการเรียนชั้นปีที่ 1 มาแล้ว จากการรวบรวมที่ได้นำมาซึ่งการกำหนดประเด็นปัญหาซึ่งคณะกรรมการบริหารหลักสูตรจะต้องนำไปพิจารณาปรับปรุงกระบวนการ ดังนี้ (1) จากข้อมูลที่ได้จากการสอบถามนักศึกษาชั้นปีที่ 2 และอาจารย์ผู้สอนในรายวิชาของชั้นปีที่ 1 มีความสอดคล้องตรงกันว่านักศึกษาชั้นปีที่ 1 ประสบปัญหาในการเขียนคำตอบในข้อสอบอัตนัย เนื่องจาก นักศึกษาขาดความเข้าใจในการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม วิธีการในการเขียนคำตอบ ซึ่งแม้ว่าหลักสูตรและคณาจารย์ผู้สอนจะได้มีการแนะนำวิธีการ และแหล่งศึกษาเพิ่มเติมในเบื้องต้นแล้ว แต่ในทางปฏิบัติแล้วพบว่ามีนักศึกษาส่วนน้อยที่สามารถปรับตัวและแสวงหาความรู้ตลอดจนการฝึกฝนด้วยตนเองเพิ่มเติม (2) ในการอบรมการใช้คอมพิวเตอร์และการใช้ห้องสมุดนั้น ทำให้สามารถแนะนำในการค้นคว้าและการสืบค้นทั่วไปเท่านั้น **4. การวิเคราะห์ผลการประเมินเพื่อนำไปสู่การปรับปรุงพัฒนากระบวนการ** ผลจากการประชุม (สืบเนื่องจากการประเมินกระบวนการตาม ข้อ 3) คณะกรรมการบริหารหลักสูตรได้วิเคราะห์จุดพร่อง/ข้อจำกัดและจุดเด่นของหลักสูตรในการเตรียมความพร้อมก่อนเข้าศึกษา ดังนี้ (1) หลักสูตรฯ ได้รับการยอมรับว่ามีระเบียบวินัย มีการแต่งกาย และบุคลิกภาพที่ดี มีความสามัคคี และมีความรักความผูกพันต่อหลักสูตรและคณะ มีการจัดกิจกรรมปฐมนิเทศโดยการเชิญผู้ปกครองมาร่วมพูดคุย และทำความเข้าใจในวิธีการจัดการเรียนการสอนอย่างเป็นกันเองไปพร้อมๆ กัน ช่วยให้ผู้ปกครองมีความเชื่อมั่นและไว้วางใจต่อหลักสูตร และตระหนักถึงการมีส่วนร่วมในการดูแลและประคับประคองบุตรหลานของตนให้สำเร็จการศึกษา (2) การจัดกิจกรรม “สานสัมพันธ์ น้อง-พี่” ของหลักสูตรฯ ช่วยเสริมสร้างให้นักศึกษา	

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน
	ใหม่มีความคุ้นเคยกันระหว่างเพื่อนร่วมรุ่น รุ่นพี่ คณาจารย์ และหลักสูตร ส่งผลให้นักศึกษาสามารถปรับตัวและใช้ชีวิตในการเรียนระดับอุดมศึกษาได้เป็นอย่างดี โดยเมื่อเกิดปัญหาต่าง ๆ ขึ้นนักศึกษาจะมีความกล้าและความไว้วางใจในการเข้าพบอาจารย์ เพื่อขอคำปรึกษาในเรื่องต่างๆ หลักสูตรจำเป็นจะต้องพิจารณารับนักศึกษามากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ เพื่อเปิดโอกาสทางการศึกษา ส่งผลให้นักศึกษาที่เข้าศึกษานั้นมีพื้นฐานที่แตกต่างกันออกไป ทำให้มีนักศึกษาจำนวนหนึ่งเข้าศึกษาโดยขาดความพร้อมและความกระตือรือร้นในการเรียนรู้ ที่ประชุมคณะกรรมการบริหารหลักสูตรจึงมีความเห็นพ้องว่าจำเป็นจะต้องสร้างกระบวนการในการฝึกเขียนตอบข้อสอบในลักษณะที่เป็นการฝึกปฏิบัติจริง (Workshop) และมีการติดตามผลการพัฒนาทักษะการเขียนตอบข้อสอบของนักศึกษาเป็นระยะๆ **5. การปรับปรุงกระบวนการ (A)** คณะกรรมการบริหารหลักสูตรได้นำผลการประเมินและการวิเคราะห์ต้นมาพิจารณาเพื่อสร้างแผนการเตรียมความพร้อมของนักศึกษาก่อนศึกษาที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังนี้ **1. แผนการปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่** คณะกรรมการบริหารหลักสูตรร่วมกับคณะฯ แต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่ โดยมอบหมายให้ฝ่ายบริหารและพัฒนานักศึกษาร่วมกับอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรเป็นผู้ดำเนินงานหลัก เพื่อสร้างความเข้าใจในระบบการลงทะเบียน สิ่งอำนวยความสะดวกสนับสนุนและช่วยเหลือ การจัดการเรียนการสอนในหลักสูตร ทั้งต่อนักศึกษาและผู้ปกครอง เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกัน ตลอดจนการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างนักศึกษาใหม่ รุ่นพี่ ผู้ปกครอง คณาจารย์ หลักสูตรและคณะ คณะกรรมการบริหารหลักสูตรมอบหมายให้อาจารย์ ดร.กิตติชัย เจริญชัย ร่วมกับอาจารย์ณิชาภา พิมลศิริ เป็นผู้ประสานความเข้าใจระหว่างนักศึกษาและผู้ปกครอง เพื่อให้ตระหนักถึงความสำคัญของการเข้าร่วมการปฐมนิเทศน์ ในอันที่จะสร้างความเข้าใจที่สอดคล้องร่วมกันระหว่างนักศึกษา ผู้ปกครอง และหลักสูตร **1.1แผนการสร้างความผูกพันธ์ระหว่างนักศึกษากับหลักสูตร** คณะกรรมการบริหารหลักสูตรมอบหมายให้ ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย และ อาจารย์ณิชาภา พิมลศิริ เป็นผู้รับผิดชอบหลักในการจัดกิจกรรม “สานสัมพันธ์น้อง-พี่” ระหว่างนักศึกษาใหม่ รุ่นพี่ คณาจารย์ และหลักสูตร คณะกรรมการบริหารหลักสูตรงานวางแผนการจัดกิจกรรมเพื่อสานความสัมพันธ์ก่อนเริ่มเรียน โดยมีกิจกรรม “สานสัมพันธ์น้อง-พี่” ได้มอบหมายให้ผู้นำนักศึกษาชมรมนักการตลาด ร่วมกันจัดกิจกรรม เพื่อสร้างความรักและผูกพันต่อหลักสูตร มีความสมัครสมานสามัคคีกันระหว่างนักศึกษาใหม่ด้วยกัน โดยให้ ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย และ อาจารย์ณิชาภา พิมลศิริ ทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษากิจกรรม	

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน
	1.2 แผนการเตรียมความพร้อมด้านวิชาการก่อนเข้าศึกษา นักศึกษาใหม่จะได้รับการเตรียมความพร้อมก่อนเข้าศึกษาในด้านวิชาการ โดยแบ่งออกเป็น 2 กระบวนการ ได้แก่ พัฒนาทักษะที่จำเป็นสำหรับการเรียนในศตวรรษที่ 21 ซึ่งเป็นทักษะที่จำเป็นสำหรับการเรียน และการเตรียมความพร้อมในการเรียนด้านการตลาดและการฝึกเขียนตอบข้อสอบด้านการตลาด **1.2.1 การพัฒนาทักษะที่จำเป็นสำหรับการเรียนในรายวิชาศึกษาทั่วไป** คณะกรรมการบริหารหลักสูตรมอบหมายให้ ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย และอาจารย์ณิชาภา พิมลศิริ ดำเนินการจัดอบรมเพื่อเตรียมความพร้อมให้แก่นักศึกษา โดยมุ่งเน้นทักษะที่จำเป็นในการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ได้แก่ การใช้ห้องสมุด การใช้คอมพิวเตอร์และการสืบค้นข้อมูล และการใช้ภาษาอังกฤษ (ภาษาอังกฤษเตรียมพร้อม) นอกจากนี้ยังมีการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการลงทะเบียนและการเลือกวิชาเรียนในรายวิชาศึกษาทั่วไป **1.2.2 การเตรียมความพร้อมในการเรียนและพัฒนาทักษะการเขียนตอบข้อสอบด้านการตลาด** อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรมอบหมายให้ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ลักขณา ศิริจำปา และ ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย เป็นผู้รับผิดชอบในการจัดโครงการเตรียมความพร้อมด้านวิชาการและฝึกการเขียนตอบข้อสอบด้านการตลาด ซึ่งจะต้องประกอบไปด้วยรายละเอียด ดังต่อไปนี้ (1) วิธีการเขียนตอบแบบบรรยายและวิเคราะห์ทางด้านการตลาด (2) แนวทางการการปรับตัวในการศึกษา การปฏิบัติตนอย่างไรให้ประสบความสำเร็จ ตลอดจนเทคนิคและวิธีการในการศึกษาด้านการตลาด รูปแบบในการจัดโครงการจะต้องใช้วิธีการการศึกษาเชิงปฏิบัติการ (Workshop) โดยอาจารย์/วิทยากร อธิบายถึงความสำคัญ และให้ความรู้ คำแนะนำ ตลอดจนแนวทางในการเขียนตอบข้อสอบ โดยในขั้นตอนของการฝึกการเขียนตอบนั้นจะให้รุ่นพี่ที่มีผลการเรียนดีเข้ามาร่วมเป็นผู้ช่วยในการให้คำแนะนำในขณะฝึก และช่วยแก้ไขจุดบกพร่องในการเขียนตอบของนักศึกษาใหม่ การจัดโครงการฝึกทักษะการเขียนตอบจะต้องเป็นไปอย่างต่อเนื่อง อย่างน้อย 2 ครั้งสำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คือ ก่อนช่วงสอบกลางภาค และก่อนช่วงสอบปลายภาค เพื่อเป็นการติดตามผล การทบทวนความรู้ความเข้าใจ การพัฒนาพื้นฐานการเขียนตอบเดิมให้เฉียบคมมากยิ่งขึ้น และเป็นการกระตุ้นให้นักศึกษามีความตื่นตัวเพื่อเตรียมความพร้อมในการสอบสอบกลางภาคและปลายภาคต่อไป **1.3 แผนการประเมินการดำเนินการและปรับปรุงกระบวนการเตรียมความพร้อมนักศึกษาก่อนเข้าศึกษา** อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรมอบหมายให้ อาจารย์ณิชาภา พิมลศิริและกรรมการชมรมนักการตลาด เป็นผู้เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามความพึงพอใจของนักศึกษาในการจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ตามข้อ 1.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรมอบหมายให้ อาจารย์ณิชาภา พิมลศิริและกรรมการ	

<table>
<tr><th>ประเด็นการประเมิน</th><th>ผลการดำเนินงาน</th><th>หลักฐาน</th></tr>
<tr><td></td><td>ชมรมนักการตลาดเป็นผู้เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามความพึงพอใจของนักศึกษาในการจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมทางวิชาการตามข้อ 1.2 (รวมทั้ง 1.2.1 และ 1.2.2)
6. ผลจากการปรับปรุงกระบวนการเตรียมความพร้อมก่อนเข้าศึกษาส่งผลในเชิงบวกต่อการเรียนของนักศึกษาอย่างเป็นรูปธรรม (I)
การดำเนินการเตรียมความพร้อมในส่วนของการปฐมนิเทศน์และการสร้างความผูกพันระหว่างนักศึกษากับหลักสูตรซึ่งเป็นจุดเด่นของหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด ยังคงประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี
จากผลการสำรวจประเมินพบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจ ด้านการรับนักศึกษาและการเตรียมความพร้อมก่อนเข้าศึกษามีแนวโน้มที่ดีขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา
<table>
<tr><th>ปีการศึกษา</th><th>คะแนน</th></tr>
<tr><td>2563</td><td>4.57</td></tr>
<tr><td>2564</td><td>4.60</td></tr>
<tr><td>2565</td><td>4.64</td></tr>
<tr><td>2566</td><td>4.65</td></tr>
<tr><td>2567</td><td>4.79</td></tr>
</table>
</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>ผลการปรับปรุงเห็นชัดเจนเป็นรูปธรรม</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>-</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>แนวทางปฏิบัติที่ดี โดยมีหลักฐานเชิงประจักษ์ยืนยัน และกรรมการผู้ตรวจประเมินสามารถให้เหตุผลอธิบายการเป็นแนวปฏิบัติที่ดีได้ชัดเจน</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>-</td><td></td></tr>
</table>

สรุปผลการประเมินตนเอง

ตัวบ่งชี้	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	คะแนน	การบรรลุเป้าหมาย
3.1	3 ข้อ	3 ข้อ	4.00	☑ บรรลุ ☐ไม่บรรลุ

ตัวบ่งชี้ที่ 3.2 การส่งเสริมและพัฒนานักศึกษา

ในการรายงานการดำเนินงานตามตัวบ่งชี้นี้ ให้อธิบายกระบวนการหรือแสดงผลการดำเนินงานอย่างน้อยครอบคลุมประเด็นต่อไปนี้

- การควบคุมการดูแลการให้คำปรึกษาวิชาการและแนะแนวแก่นักศึกษาปริญญาตรี
- การควบคุมการดูแลการให้คำปรึกษาวิทยานิพนธ์ แก่บัณฑิตศึกษา
- การพัฒนาศักยภาพนักศึกษาและการเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21

<table>
<tr><th>ประเด็นการประเมิน</th><th>ผลการดำเนินงาน</th><th>หลักฐาน</th></tr>
<tr><td rowspan="3">1. การควบคุมการดูแลการให้คำปรึกษาวิชาการและแนะแนวแก่นักศึกษาปริญญาตรี</td><td>ระบบและกลไก</td><td rowspan="2"></td></tr>
<tr><td><u>ระบบการควบคุมการดูแลการให้คำปรึกษาวิชาการและแนะแนวแก่นักศึกษาปริญญาตรี</u> มีดังนี้
เป้าหมาย
<table>
<tr><th>เป้าหมายเชิงปริมาณ</th><th>เป้าหมายเชิงคุณภาพ</th></tr>
<tr><td>1.การดูแลการให้คำปรึกษาวิชาการและแนะแนวแก่นักศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 100</td><td>1.นักศึกษามีความสามารถในการเรียนรู้ระดับอุดมศึกษาได้อย่างมีความสุข</td></tr>
<tr><td>2.การประเมินผลการควบคุมการดูแลการให้คำปรึกษาวิชาการและแนะแนวแก่นักศึกษาปริญญาตรี ไม่ต่ำกว่า 3.51</td><td>2.นักศึกษามีความเข้าใจในปัญหาและการแก้ไขปัญหาจนสามารถนำไปประยุกต์ใช้แก้ไขปัญหาในลักษณะเดิมหรือคล้ายกันได้</td></tr>
</table>
กระบวนการ
1. หลักสูตรประชุมเกี่ยวกับการควบคุมดูแลและแนวทาง/ช่องทางการให้คำปรึกษา/ข้อร้องเรียนแก่นักศึกษา
2. ดำเนินการจัดเตรียมช่องทางการใช้คำปรึกษาและข้อร้องเรียน
3. ช่องทางการให้คำปรึกษา
- กล่องรับเรื่องร้องเรียนที่สาขาวิชาการตลาด / ปรึกษาที่ห้องสาขาวิชากับอาจารย์โดยตรง
- จัดช่องทาง Social Network ผ่านทาง Facebook: สาขาการตลาด; Line Group: สาขาการตลาด
4. กระบวนการของการให้ข้อเสนอแนะ/แก้ไขปัญหา
- ให้ข้อเสนอแนะ/เสนอแก้ไขปัญหาทันที
- ประชุมหารือเพื่อหาข้อเสนอแนะ/แนวทางแก้ไข
5. ประเมินความพึงพอใจต่อการให้คำปรึกษาแนะแนว/ข้อร้องเรียน
6. ปรับปรุงการควบคุมดูแลและแนวทาง/ช่องทางการให้คำปรึกษานักศึกษา</td><td>3.2-1-1 : ระบบและกลไกการดำเนินงานสาขาวิชาการตลาด

3.2-1-2 : รายงานการประชุม</td></tr>
<tr><td>การนำระบบและกลไกไปสู่การปฏิบัติ/ดำเนินงาน</td><td rowspan="2">3.2-1-3 : รายงานการประชุม

3.2-1-4 : รายงานการประชุม</td></tr>
<tr><td>สาขาวิชาฯ ได้ส่งรายชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาแต่ละชั้นปี โดยให้อาจารย์ทุกท่านได้พบกับนักศึกษา เพื่อดูแลนักศึกษาในภาพรวมและให้คำปรึกษา ตลอดหลักสูตร ในการให้คำปรึกษาจะเน้นความใกล้ชิด ทำความเข้าใจในปัญหาและหาทางแก้ไขร่วมกันและนักศึกษาสามารถปรึกษาอาจารย์ในสาขาได้ทุกท่าน และทุกเรื่อง ไม่จำกัดเฉพาะอาจารย์ที่ปรึกษาของตนเท่านั้น จากการประเมินพบว่า นักศึกษาบางส่วนยังไม่ได้พบปะกับอาจารย์ที่ปรึกษาหรือ</td></tr>
</table>

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน
	ประธานหลักสูตรมากนัก ทั้งนี้เนื่องมาจาก นักศึกษาไม่กล้าเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อขอรับคำปรึกษารวมถึงนักศึกษายังไม่ทราบช่องทางการติดต่อสื่อสาร การให้คำปรึกษา และรับข้อร้องเรียนที่ทางหลักสูตรได้จัดทำไว้ ทำให้การสื่อสารกิจกรรมและการแนะนำต่าง ๆ ยังไม่ทั่วถึง จึงเห็นควรให้มีการปรับปรุงการดำเนินงานใหม่ โดยเพิ่มช่องทางประสานงานกับอาจารย์ที่ปรึกษาและประธานหลักสูตรโดยตรงเพื่อนำไปถ่ายทอดให้กับนักศึกษาอื่นๆ โดยช่องทางการปรึกษามีหลายช่องทาง - หมายเลขโทรศัพท์ , Facebook , e-mail ส่วนตัวของอาจารย์แต่ละท่าน - จัดทำกลุ่ม line ตามรหัสนักศึกษา จัดทำกลุ่ม Facebook ตามรหัสนักศึกษา ซึ่งช่องทางดังกล่าวนั้นมีการใช้มาตั้งแต่ ปีการศึกษา 2558 จนถึงปัจจุบัน รวมถึงช่องทางการขอรับคำปรึกษา พบที่ปรึกษาโดยตรง ซึ่งจากการใช้งานช่องทางดังกล่าว ตลอดปี 2567 นั้น นักศึกษามีพฤติกรรมในการสื่อสารในการติดต่อขอคำปรึกษา กับอาจารย์ผ่านทาง Line มากขึ้น แสดงให้เห็นถึงการเข้ารับคำปรึกษาอาจารย์ได้ทันท่วงที โดยปัญหาที่ได้รับส่วนใหญ่เป็นเรื่องเกี่ยวกับการเรียน และการทำกิจกรรมต่างๆ รวมถึงระยะเวลาในการลงทะเบียนตามปฏิทินการศึกษา รายละเอียดการให้คำปรึกษา โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ - สรุปประเด็นปัญหาที่นักศึกษาต้องการคำปรึกษา - ส่วนของคำปรึกษาที่อาจารย์ได้ให้แก่นักศึกษา พบว่า นักศึกษายังขาดความรับผิดชอบเรื่องการเข้าเรียน มีปัญหากับอาจารย์ผู้สอน หลังจากให้คำปรึกษานักศึกษาแล้วอาจารย์ที่ปรึกษาจะต้องสรุปรายงานให้ประธานหลักสูตรรับทราบ โดยไม่ต้องรอให้ถึงวาระการประชุมของหลักสูตร	
	การประเมินกระบวนการ	
	1. หลักสูตรประชุมเกี่ยวกับการควบคุมดูแลและแนวทาง/ช่องทางการให้คำปรึกษา/ข้อร้องเรียนแก่นักศึกษา พบว่า สาขาวิชามีการประชุมเกี่ยวกับการควบคุมดูแลและแนวทาง/ช่องทางการให้คำปรึกษา/ข้อร้องเรียนแก่นักศึกษาทุกปีการศึกษาเพื่อวางระบบและกลไกในกรให้คำปรึกษาแก่นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด และนักศึกษาในคณะวิทยาการจัดการ ด้านการเรียน การดำรงชีวิต และเรื่องอื่นๆทั่วไป 2. ดำเนินการจัดเตรียมช่องทางการใช้คำปรึกษาและข้อร้องเรียน พบว่า มีการสำรวจเพื่อจัดเตรียมช่องทางการใช้คำปรึกษาและข้อร้องเรียน ทุกภาคการเรียนให้แก่นักศึกษา 3. ช่องทางการให้คำปรึกษา - กล่องรับเรื่องร้องเรียนที่สาขาวิชาการตลาด / ปรึกษาที่ห้องสาขาวิชากับอาจารย์โดยตรง - จัดช่องทาง สื่อออนไลน์ เช่น Facebook:สาขาการตลาด; Line Group:สาขาการตลาด 4. กระบวนการของการให้ข้อเสนอแนะ/แก้ไขปัญหา - ให้ข้อเสนอแนะ/เสนอแก้ไขปัญหาทันที - ประชุมหารือเพื่อหาข้อเสนอแนะ/แนวทางแก้ไข พบว่าคณะกรรรมบริหารหลักสูตรได้ประชุมเพื่อหารือเพื่อหาข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้คำปรึกษานักศึกษา 5. ประเมินความพึงพอใจต่อการให้คำปรึกษาแนะแนว/ข้อร้องเรียน	3.2-1-6 : รายงานการประชุม

<table>
<tr><th>ประเด็นการประเมิน</th><th>ผลการดำเนินงาน</th><th>หลักฐาน</th></tr>
<tr><td></td><td>
พบว่า การประเมินความพึงพอใจต่อการให้คำปรึกษาแนะแนว/ข้อร้องเรียน ใช้ระบบของมหาวิทยาลัยในการประเมินความพึงพอใจนี้
6. ปรับปรุงการควบคุมดูแลและแนวทาง/ช่องทางการให้คำปรึกษานักศึกษา
พบว่าการปรับปรุงช่องทางนั้นมีการประชุมหารือในคณะกรรมการบริหารหลักสูตร แต่ด้วยช่องทางที่นำมาใช้นั้นครอบคลุมและเพียงพอต่อนักศึกษาแล้วจึงใช้ระบบกลไก และกระบวนการเดิมที่ใช้มาจนถึงปัจจุบัน หากในอนาคตมีช่องทางใหม่ หลักสูตรจะได้ทำการเพิ่มช่องทางนั้นอีกครั้งหนึ่ง
จากผลการสำรวจประเมินพบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจ ต่อการให้คำปรึกษาวิชาการและแนะแนวแก่นักศึกษาปริญญาตรี มีแนวโน้มที่ดีขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา
<table>
<tr><th>ปีการศึกษา</th><th>คะแนน</th></tr>
<tr><td>2563</td><td>4.68</td></tr>
<tr><td>2564</td><td>4.70</td></tr>
<tr><td>2565</td><td>4.71</td></tr>
<tr><td>2566</td><td>4.72</td></tr>
<tr><td>2567</td><td>4.82</td></tr>
</table>
</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>การปรับปรุง/พัฒนากระบวนการจากผลการประเมิน</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>
จากผลการประเมินกระบวนการพบว่า ในปีการศึกษา 2567 ด้านการควบคุมการดูแลการให้คำปรึกษาวิชาการและแนะแนวแก่นักศึกษาปริญญา มีการปรับปรุงดังนี้
<table>
<tr><th>ปีการศึกษา 2567</th><th>ปีการศึกษา 2568</th></tr>
<tr><td>1. หลักสูตรประชุมเกี่ยวกับการควบคุมดูแลและแนวทาง/ช่องทางการให้คำปรึกษา/ข้อร้องเรียนแก่นักศึกษา วิเคราะห์ปัญหา</td><td>1. หลักสูตรประชุมเกี่ยวกับการควบคุมดูแลและแนวทาง/ช่องทางการให้คำปรึกษา/ข้อร้องเรียนแก่นักศึกษา วิเคราะห์ปัญหา</td></tr>
<tr><td>2. ประชาสมพันธ์ช่องทางการดูแลและให้คำปรึกษาแก่นักศึกษา</td><td>2. ประชาสมพันธ์ช่องทางการดูแลและให้คำปรึกษาแก่นักศึกษา</td></tr>
<tr><td>3. สอดส่องดูแลนักศึกษาทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ โดยสังเกตการณ์ทั้งแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม</td><td>3. สอดส่องดูแลนักศึกษาทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ โดยสังเกตการณ์ทั้งแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม</td></tr>
<tr><td>4.ประชุมหารือเพื่อหาข้อเสนอแนะ/แนวทางแก้ไข</td><td>4.ประชุมหารือเพื่อหาข้อเสนอแนะ/แนวทางแก้ไข</td></tr>
<tr><td>5.ประเมินความพึงพอใจต่อการให้คำปรึกษาแนะแนว/ข้อร้องเรียน และปรับปรุงการให้คำปรึกษา</td><td>5.ประเมินความพึงพอใจต่อการให้คำปรึกษาแนะแนว/ข้อร้องเรียน และปรับปรุงการให้คำปรึกษา</td></tr>
<tr><td></td><td>6.รายงานผลการดำเนินงาน</td></tr>
</table>
</td><td>3.2-1-7 : รายงานการประชุม</td></tr>
<tr><td></td><td>ผลการปรับปรุงเห็นชัดเจนเป็นรูปธรรม</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>-</td><td></td></tr>
</table>

<table>
<tr><th>ประเด็นการประเมิน</th><th>ผลการดำเนินงาน</th><th>หลักฐาน</th></tr>
<tr><td></td><td>แนวทางปฏิบัติที่ดี โดยมีหลักฐานเชิงประจักษ์ยืนยัน และกรรมการผู้ตรวจประเมินสามารถให้เหตุผลอธิบายการเป็นแนวปฏิบัติที่ดีได้ชัดเจน
-</td><td></td></tr>
<tr><td>3. การพัฒนาศักยภาพนักศึกษาและการเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21</td><td>ระบบและกลไก
<u>ระบบการพัฒนาศักยภาพนักศึกษาและการเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21</u>มีดังนี้
เป้าหมาย
<table>
<tr><th>เป้าหมายเชิงปริมาณ</th><th>เป้าหมายเชิงคุณภาพ</th></tr>
<tr><td>1.ร้อยละ 80 ของนักศึกษาบริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาวิชาการตลาด) ได้รับการพัฒนาและเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ปีการศึกษาละ 1 ครั้งเป็นอย่างน้อย</td><td>1.นักศึกษามีความเข้าใจถึงความสำคัญของการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ตามที่หลักสูตรได้จัดกิจกรรมอบรมให้</td></tr>
<tr><td></td><td>2.นักศึกษามีการพัฒนาทักษะด้วยตนเองอย่างต่อเนื่องเพื่อให้มีทักษะที่ดียิ่งขึ้น</td></tr>
</table>
กระบวนการ
1. หลักสูตรประชุมจัดทำแผน/โครงการ/งบประมาณ เพื่อพัฒนาศักยภาพ
2. หลักสูตรกำหนดโครงการกิจกรรมในแผนปฏิบัติราชการประจำปี
3. ทักษะที่พัฒนา
- กลุ่มทักษะการเรียนรู้/นวัตกรรมทางสังคม (ภายใต้โครงการบริการวิชาการ)
- กลุ่มทักษะภาษาและวิชาชีพ (ภายใต้โครงการ/กิจกรรม/อบรมตามชื่อโครงการพัฒนาทักษะการเรียนรู้สู่ศตวรรษที่ 21)
- กลุ่มทักษะชีวิต (ภายใต้โครงการ/กิจกรรม/อบรมด้านทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม/คุณธรรมจริยธรรม)
4. ดำเนินโครงการ/กิจกรรม
5. ประเมินผลการดำเนินงานโครงการ/กิจกรรม
6. รายงานสรุปผลของโครงการ/กิจกรรม
7. ปรับปรุงโครงการ/กิจกรรม</td><td>3.2-3-1 : ระบบและกลไกการดำเนินงานสาขาวิชาการตลาด

3.2-3-2 : รายงานการประชุม</td></tr>
<tr><td></td><td>การนำระบบและกลไกไปสู่การปฏิบัติ/ดำเนินงาน
คณะกรรมการบริหารหลักสูตรได้มีการประชุมปรึกษาเรื่องการพัฒนาศักยภาพนักศึกษาในปีการศึกษา 2567 โดยให้อาจารย์ผู้สอน สอดแทรกการพัฒนาศักยภาพและการเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในรายวิชาที่สอนให้แก่นักศึกษาด้วย เนื่องจากงบประมาณของสาขาวิชามีอยู่อย่างจำกัด
ดังนั้นทางสาขาวิชาได้จึงได้ประชุมเพื่อปรึกษาหารือเนื่องจาก แผนของมหาวิทยาลัยได้มีการปรับเปลี่ยนและยังไม่สามารถอนุมัติให้ดำเนินการได้ จึงเป็นเรื่องที่เร่งด่วนและสำคัญต่อ</td><td>3.2-3-3 : รายงานการประชุม

3.2-3-4 : สรุปโครงการ การบูรณาการงานวิจัย</td></tr>
</table>

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน
	นักศึกษา มติในที่ประชุมเห็นว่าหลักสูตรฯ ส่วนใหญ่จะเป็นรายวิชาที่ต้องลงมือฝึกปฏิบัติเพื่อเสริมทักษะการเรียนรู้ให้แก่นักศึกษาให้ให้อาจารย์ผู้สอนทุกท่านเพิ่มทักษะการเรียนรู้ที่ส่งผลต่อการพัฒนาคุณลักษณะของบัณฑิตที่พึงประสงค์ การจัดกิจกรรมการพัฒนานักศึกษาต้องช่วยเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 การฝึกอบรมทักษะทางด้านภาษาต่างประเทศ - จัดกิจกรรมในทุกด้านที่บรรจุอยู่ในแผนปฏิบัติราชการฯ นอกจากนั้นทางสาขาวิชาการตลาด ได้กำหนดคุณลักษณะของผู้ที่สำเร็จการศึกษาที่สำคัญ 3 ประการคือ บุคลิกภาพและการสื่อสาร การเป็นผู้นำ การมีจริยธรรมจรรยาบรรณวิชาชีพ โดยหลักสูตรได้จัดกิจกรรมเสริมหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนดังนี้ (1) จัดสอนวิชาการสื่อสารทางการตลาดฯ วิชาการบริหารการขาย วิชาการจัดการการตลาด ฯ ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับ หลักการสื่อสาร เทคนิคและวิธีการการเจรจา การนำเสนองาน มีการสอดแทรกเรื่องการแต่งกาย ทักษะการพูด การวางตัวในที่ทำงาน จรรยาบรรณทางการตลาด (2) จัดสอนวิชาระบบสารสนเทศทางการตลาด ซึ่งนอกเหนือจากการที่นักศึกษาได้เรียนรู้ในเรื่องของการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์แล้ว นักศึกษาได้เรียนรู้ถึงผลกระทบของการดำเนินการด้านระบบสารสนเทศที่มีต่อสังคม และข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (3) ในการเรียนการสอนบางรายวิชา เช่น วิชาวิจัยการตลาด วิชากลยุทธ์และการวางแผนการตลาด วิชาการจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาด จะให้นักศึกษาทำงานเป็นกลุ่ม โดยมีการให้ประเมินการทำงานกันเองภายในกลุ่ม เน้นการเรียนการสอนเชิงอภิปรายเพื่อให้นักศึกษาได้กล้าแสดงความคิดเห็น และได้ฝึกในการคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ ในทุกปีการศึกษา ทางสาขาวิชาฯ ได้มีการจัดกิจกรรมการพัฒนาให้แก่นักศึกษา โดยให้นักศึกษา เขียนสิ่งที่ตนอยากพัฒนาในช่วงปลายเทอม 2 เพื่อทางสาขาจะได้ทำการวางแผนและจัดทำงบประมาณในปีการศึกษาถัดไป ซึ่งในปีการศึกษา 2567 พบว่า นักศึกษาต้องการพัฒนาทางด้านทักษะทางภาษาอังกฤษเพื่อเตรียมความพร้อมในการทำงาน และพัฒนาทักษะการใช้คอมพิวเตอร์ระบบ Microsoft Office การใช้คอมพิวเตอร์เกี่ยวกับโปรแกรมการผลิตสื่อ การนำเสนองานทางการตลาด และการตัดต่อภาพ เป็นต้น ซึ่งทางสาขาวิชาฯ ได้วางแผนทีจะจัดอบรมให้ในปีการศึกษา 2568	งานสร้างสรรค์นวัตกรรม การบริการวิชาการแก่ชุมชน และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมกับการเรียนการสอนในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ต่อชุมชน ประจำปีการศึกษา 2567
	การประเมินกระบวนการ	3.2-3-8 : รายงานการประชุม
	1. หลักสูตรประชุมจัดทำแผน/โครงการ/งบประมาณ เพื่อพัฒนาศักยภาพ พบว่า สาขาวิชาการตลาดได้ประชุมจัดทำแผนโครงการ งบประมาณ เป็นประจำทุกปีการศึกษาและปีงบประมาณ แต่ไม่สำเร็จตามแผนเนื่องจาก งบประมาณของส่วนกลางไม่ให้ใช้ตามแผนที่กำหนด ล่าช้า จึงทำให้สาขาวิชามีการประชุมแก้ไขปัญหา เลื่อนการดำเนินโครงการโดยไม่มีกำหนด 2. หลักสูตรกำหนดโครงการกิจกรรมในแผนปฏิบัติราชการประจำปี พบว่ามีการกำหนดโครงการกิจกรรมในแผนปฏิบัติราชการ 3. ทักษะที่พัฒนา - กลุ่มทักษะการเรียนรู้/นวัตกรรมทางสังคม (ภายใต้โครงการบริการวิชาการ)	

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน
	- กลุ่มทักษะภาษาและวิชาชีพ (ภายใต้โครงการ/กิจกรรม/อบรมตามชื่อโครงการพัฒนาทักษะการเรียนรู้สู่ศตวรรษที่ 21) - กลุ่มทักษะชีวิต (ภายใต้โครงการ/กิจกรรม/อบรมด้านทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม/คุณธรรมจริยธรรม) พบว่าหลักสูตรการตลาดมีการดำเนินโครงการตามการแบ่งกลุ่มการพัฒนาทักษะตามที่กำหนดไว้ 4. ดำเนินโครงการ/กิจกรรม พบว่า การดำเนินกิจกรรมและโครงการไม่เป็นไปตามแผนที่กำหนด หลักสูตรมีการปรับเปลี่ยนการดำเนินโครงการตามนโยบายของมหาวิทยาลัยและรัฐบาล ในบางกิจกรรมทางสาขาวิชาได้จัดหาการอบรมฟรีออนไลน์ และให้นักศึกษาเข้ารับการอบรมออนไลน์แทน 5. ประเมินผลการดำเนินงานโครงการ/กิจกรรม พบว่า สืบเนื่องจากการดำเนินโครงการที่ไม่เป็นไปตามแผนที่กำหนด หลักสูตรมีการปรับเปลี่ยนการดำเนินโครงการตามนโยบายของมหาวิทยาลัยและรัฐบาล 6. รายงานสรุปผลของโครงการ/กิจกรรม พบว่าสืบเนื่องจากการดำเนินโครงการที่ไม่เป็นไปตามแผนที่กำหนด หลักสูตรมีการปรับเปลี่ยนการดำเนินโครงการตามนโยบายของมหาวิทยาลัยและรัฐบาล 7. ปรับปรุงโครงการ/กิจกรรม พบว่าในปีการศึกษา 2567 การดำเนินงานตามแผนการปฏิบัติไม่เป็นไปตามแผนในช่วง เทอม 2/2567 เนื่องจากงบประมาณที่จะต้องเลื่อนการเบิกจ่าย ทำให้การปรับปรุงโครงการในปี 2567 ได้ถูกปรับลดงบประมาณลง ทางหลักสูตรจัดให้นักศึกษาได้อบรมพัฒนาทักษะด้านภาษาอังกฤษผ่านทางระบบออนไลน์แทน	
	การปรับปรุง/พัฒนากระบวนการจากผลการประเมิน	

<table>
<tr><th>ประเด็นการประเมิน</th><th>ผลการดำเนินงาน</th><th>หลักฐาน</th></tr>
<tr><td></td><td>จากผลการประเมินกระบวนการพบว่า ในปีการศึกษา 2567 ได้มีการปรับปรุงจากปีการศึกษา 2566 นำมาสู่แนวการปฏิบัติที่ดีในปีการศึกษา 2567 และเตรียมความพร้อมในปีการศึกษา 2568 ต่อไป
<table>
<tr><th>ปีการศึกษา 2567</th><th>ปีการศึกษา 2568</th></tr>
<tr><td>1. หลักสูตรประชุมจัดทำแผน/โครงการ/งบประมาณ เพื่อพัฒนาศักยภาพ</td><td>1. หลักสูตรประชุมจัดทำแผน/โครงการ/งบประมาณ เพื่อพัฒนาศักยภาพ</td></tr>
<tr><td>2. หลักสูตรกำหนดโครงการกิจกรรมในแผนปฏิบัติราชการประจำปี</td><td>2. หลักสูตรกำหนดโครงการกิจกรรมในแผนปฏิบัติราชการประจำปี</td></tr>
<tr><td>3. ดำเนินการทักษะที่พัฒนาตามแผน
- กลุ่มทักษะการเรียนรู้/นวัตกรรมทางสังคม (ภายใต้โครงการบริการวิชาการ)
- กลุ่มทักษะภาษาและวิชาชีพ (ภายใต้โครงการ/กิจกรรม/อบรมตามชื่อโครงการพัฒนาทักษะการเรียนรู้สู่ศตวรรษที่21)
- กลุ่มทักษะชีวิต (ภายใต้โครงการ/กิจกรรม/อบรมด้านทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม/คุณธรรมจริยธรรม)</td><td>3. ทักษะที่พัฒนา
- กลุ่มทักษะการเรียนรู้/นวัตกรรมทางสังคม (ภายใต้โครงการบริการวิชาการ)
- กลุ่มทักษะภาษาและวิชาชีพ (ภายใต้โครงการ/กิจกรรม/อบรมตามชื่อโครงการพัฒนาทักษะการเรียนรู้สู่ศตวรรษที่21)
- กลุ่มทักษะชีวิต (ภายใต้โครงการ/กิจกรรม/อบรมด้านทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม/คุณธรรมจริยธรรม)</td></tr>
<tr><td>4. ประเมินผลการดำเนินงานโครงการ/กิจกรรม และสรุปรายงาน</td><td>4. ดำเนินโครงการ/กิจกรรม</td></tr>
<tr><td>5. ปรับปรุงโครงการ/กิจกรรม</td><td>5. ประเมินผลการดำเนินงานโครงการ/กิจกรรม</td></tr>
<tr><td></td><td>6. รายงานสรุปผลของโครงการ/กิจกรรม</td></tr>
</table></td><td>3.2-3-9 : รายงานการประชุม

3.2-3-10: การประเมินและพัฒนาระบบกลไก</td></tr>
<tr><td></td><td>ผลการปรับปรุงเห็นชัดเจนเป็นรูปธรรม</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>หลักสูตรได้ทบทวนและพัฒนากระบวนการจากการประเมินพบว่า กระบวนการที่ใช้ในปีการศึกษา 2567 นั้นมีประสิทธิภาพในการทำงานตามระบบของ สาขาวิชา คณะ และมหาวิทยาลัยสอดคล้องตามที่กำหนด</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>แนวทางปฏิบัติที่ดี โดยมีหลักฐานเชิงประจักษ์ยืนยัน และกรรมการผู้ตรวจประเมินสามารถให้เหตุผลอธิบายการเป็นแนวปฏิบัติที่ดีได้ชัดเจน</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>-</td><td></td></tr>
</table>

สรุปผลการประเมินตนเอง

ตัวบ่งชี้	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	คะแนน	การบรรลุเป้าหมาย
3.2	3 ข้อ	3 ข้อ	4	☑ บรรลุ ☐ไม่บรรลุ

ตัวบ่งชี้ที่ 3.3 ผลที่เกิดกับนักศึกษา

ในการรายงานการดำเนินงานตามตัวบ่งชี้นี้ ให้อธิบายกระบวนการหรือแสดงผลการดำเนินงานในประเด็นต่อไปนี้

- การคงอยู่
- การสำเร็จการศึกษา
- ความพึงพอใจและผลการจัดการข้อร้องเรียนของนักศึกษา

<table>
<tr><th>ประเด็นการประเมิน</th><th>ผลการดำเนินงาน</th><th>หลักฐาน</th></tr>
<tr><td>1. การคงอยู่
2. การสำเร็จการศึกษา</td><td>

การรายงานผลการคงอยู่ของนักศึกษา

อัตราการคงอยู่ของนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เป็นดังนี้

<table>
<tr><th rowspan="2">ปีการศึกษาที่รับเข้า (ตั้งแต่ปีการศึกษาที่เริ่มใช้หลักสูตร)</th><th rowspan="2">จำนวนนักศึกษารับเข้า ❶</th><th colspan="8">จำนวนสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร ❷</th><th rowspan="2">จำนวนที่ลาออกและคัดชื่อออกสะสมจนถึงสิ้นปีการศึกษา 2567 ❸</th></tr>
<tr><th>2561</th><th>2562</th><th>2563</th><th>2564</th><th>2565</th><th>2566</th><th>2567</th><th>รวม</th></tr>
<tr><td>2561</td><td>47</td><td></td><td>-</td><td>36</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>36</td><td>11</td></tr>
<tr><td>2562</td><td>68</td><td></td><td></td><td>-</td><td>49</td><td></td><td></td><td></td><td>49</td><td>19</td></tr>
<tr><td>2563</td><td>36</td><td></td><td></td><td></td><td>12</td><td>15</td><td></td><td></td><td>27</td><td>9</td></tr>
<tr><td>2564</td><td>67</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>22</td><td>19</td><td></td><td>41</td><td>24</td></tr>
<tr><td>2565</td><td>69</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>17</td><td>23</td><td>40</td><td>12</td></tr>
<tr><td>2566</td><td>85</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>22</td><td>22</td><td>18</td></tr>
<tr><td>2567</td><td>92</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>3</td><td>3</td><td>15</td></tr>
</table>

อัตราการคงอยู่ = $\frac{❶ - ❸}{❶}$ x 100 =

อัตราการสำเร็จการศึกษา = $\frac{❷}{❶}$ x 100 =

</td><td>3.3-1-1 : รายงานอัตราการคงอยู่ของนักศึกษา</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th>ประเด็นการประเมิน</th><th>ผลการดำเนินงาน</th><th>หลักฐาน</th></tr>
<tr><td></td><td>ตารางแสดงอัตราการสำเร็จการศึกษา และอัตราการคงอยู่
<table>
<tr><th>ปีการศึกษา</th><th>อัตราการคงอยู่
(❶ - ❸) X 100 / ❶</th><th>อัตราการสำเร็จการศึกษา
❷ X 100 / ❶</th></tr>
<tr><td>2561</td><td>76.60</td><td>76.60</td></tr>
<tr><td>2562</td><td>72.06</td><td>72.06</td></tr>
<tr><td>2563</td><td>75.00</td><td>75.00</td></tr>
<tr><td>2564</td><td>64.18</td><td>61.19</td></tr>
<tr><td>2565</td><td>82.61</td><td>57.97</td></tr>
<tr><td>2566</td><td>78.82</td><td>25.88</td></tr>
<tr><td>2567</td><td>83.70</td><td>3.26</td></tr>
</table></td><td></td></tr>
<tr><td>3. ความพึงพอใจและผลการจัดการข้อร้องเรียนของนักศึกษา</td><td>การรายงานผลความพึงพอใจของนักศึกษา 3 ปี ย้อนหลัง
ผลประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
<table>
<tr><th>ปีการศึกษา</th><th>ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อหลักสูตร (1)</th><th>ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อผลการจัดการข้อร้องเรียน (2)</th><th>ความพึงพอใจภาพรวม (1) และ (2)</th></tr>
<tr><td>2561</td><td>4.54</td><td>4.47</td><td>4.50</td></tr>
<tr><td>2562</td><td>4.55</td><td>4.59</td><td>4.57</td></tr>
<tr><td>2563</td><td>4.59</td><td>4.58</td><td>4.59</td></tr>
<tr><td>2564</td><td>4.61</td><td>4.63</td><td>4.61</td></tr>
<tr><td>2565</td><td>4.63</td><td>4.66</td><td>4.64</td></tr>
<tr><td>2566</td><td>4.68</td><td>4.69</td><td>4.68</td></tr>
<tr><td>2567</td><td>4.70</td><td>4.77</td><td>4.73</td></tr>
</table></td><td>3.3-3-2: รายงานสรุปความพึงพอใจของนักศึกษาและอาจารย์ต่อการบริหารหลักสูตร</td></tr>
</table>

สรุปผลการประเมินตนเอง

ตัวบ่งชี้	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	คะแนน	การบรรลุเป้าหมาย
3.3	3 ข้อ	3 ข้อ	3	☑ บรรลุ ☐ไม่บรรลุ

สรุปผลการประเมินตนเอง องค์ประกอบที่ 3 : นักศึกษา

ตัวบ่งชี้	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	คะแนนการประเมิน	การบรรลุเป้าหมาย
3.1	3 ข้อ	3 ข้อ	4	☑ บรรลุ ☐ไม่บรรลุ
3.2	3 ข้อ	3 ข้อ	4	☑ บรรลุ ☐ไม่บรรลุ
3.3	3 ข้อ	3 ข้อ	3	☑ บรรลุ ☐ไม่บรรลุ
ค่าเฉลี่ยจากการประเมิน 3 ตัวบ่งชี้ (คะแนนเต็ม 5คะแนน)			**ระดับคุณภาพ 4.33**	

จำนวนผู้สำเร็จการศึกษา

ปีการศึกษาที่รับเข้า (ตั้งแต่ปีการศึกษาที่เริ่มใช้หลักสูตร)	ปีการศึกษาที่สำเร็จการศึกษา	2561	2562	2563	2564	2565	2566	2567	รวม
2561	จำนวน		-	36					36
	ร้อยละของจำนวนที่รับเข้าในรุ่น			76.60					76.60
2562	จำนวน			-	49				49
	ร้อยละของจำนวนที่รับเข้าในรุ่น				72.06				72.06
2563	จำนวน				12	15			27
	ร้อยละของจำนวนที่รับเข้าในรุ่น				33.33	41.67			75.00
2564	จำนวน					22	19		41
	ร้อยละของจำนวนที่รับเข้าในรุ่น					32.83	28.36		61.19
2565	จำนวน						17	23	40
	ร้อยละของจำนวนที่รับเข้าในรุ่น						24.64	33.33	57.97
2566	จำนวน							22	22
	ร้อยละของจำนวนที่รับเข้าในรุ่น							25.88	25.88
2567	จำนวน							3	3
	ร้อยละของจำนวนที่รับเข้าในรุ่น							3.26	3.26

จำนวนนักศึกษาที่รับเข้าตามแผน (ตาม มคอ.2 ของปีที่ประเมิน) จำนวน 40 คน)

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการสำเร็จการศึกษา

1. ขาดทุนทรัพย์ที่จะนำมาชำระค่าบำรุงการศึกษา
2. นักศึกษาลงทะเบียนเรียนไม่ครบตามจำนวนหน่วยกิตที่กำหนด
3. นักศึกษาสอบไม่ผ่านในบางรายวิชาทำให้ไม่สามารถสำเร็จการศึกษาได้ตามเวลาที่กำหนด
4. นักศึกษาประสบอุบัติเหตุทำให้ต้องพักการเรียนเพื่อพักรักษาตัว

องค์ประกอบที่ 2 บัณฑิต

ตัวบ่งชี้ 2.1 คุณภาพบัณฑิตตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ

ผลการดำเนินงาน ::

หลักสูตรบริหารธุรกิจ (สาขาวิชาการตลาด) มีผู้สำเร็จการศึกษาปีการศึกษา จำนวน **38** คน ดำเนินการสำรวจผลการประเมินคุณภาพผู้สำเร็จการศึกษาจากมุมมองของผู้ใช้บัณฑิต จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 32.35 ของผู้สำเร็จการศึกษา ซึ่งมีค่าเฉลี่ยคะแนนประเมิน 51.10 เท่ากับ 4.65 รายละเอียดดังตาราง

ข้อมูลพื้นฐานประกอบตัวบ่งชี้	ผลรวมค่าคะแนน	จำนวนข้อที่ตอบ	ค่าเฉลี่ย
ผลการประเมินจากความพึงพอใจของนายจ้าง (เฉลี่ยจากเต็ม 5 คะแนน)	51.10	55	4.65
(1) ด้านคุณธรรมจริยธรรม	52.64	13	4.79
(2) ด้านความรู้	51.38	14	4.67
(3) ด้านทักษะทางปัญญา	49.67	9	4.52
(4) ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ	51.90	10	4.72
(5) ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลขการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	49.33	9	4.48
จำนวนผู้สำเร็จการศึกษาในหลักสูตรทั้งหมด			**38 คน**
จำนวนผู้สำเร็จการศึกษาในหลักสูตรที่ได้รับการประเมินคุณภาพตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ			**11 คน**
ผู้ตอบแบบประเมินความพึงพอใจของนายจ้างที่มีต่อผู้สำเร็จการศึกษาในหลักสูตร (อย่างน้อยร้อยละ 20)			**ร้อยละ 32.35**
คะแนนที่ได้			**4.65 คะแนน**

<u>เอกสารหลักฐาน</u>

2.1-1: รายงานสรุปการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตต่อการปฏิบัติงานและคุณลักษณะของบัณฑิต

สรุปผลการประเมินตนเอง

ตัวบ่งชี้	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	คะแนน	การบรรลุเป้าหมาย
2.1	ค่าเฉลี่ย 4.0	ค่าเฉลี่ย 4.65	4.65 คะแนน	☑ บรรลุ ☐ ไม่บรรลุ

ตัวบ่งชี้ 2.2 (ปริญญาตรี) ภาวะการมีงานทำของบัณฑิตภายในเวลา 1 ปี

ข้อมูลพื้นฐาน	จำนวน	ร้อยละ
1.จำนวนบัณฑิตทั้งหมด	38	
2.จำนวนบัณฑิตที่ตอบแบบสำรวจ❶	31	
3.จำนวนบัณฑิตที่ได้งานทำหลังสำเร็จการศึกษา (ไม่นับรวมผู้ประกอบอาชีพอิสระ)❷ • ตรงสาขาที่เรียน • ไม่ตรงสาขาที่เรียน	 26 -	
4.จำนวนบัณฑิตที่ประกอบอาชีพอิสระ❸	4	
5.จำนวนผู้สำเร็จการศึกษาที่มีงานทำก่อนเข้าศึกษา/ระหว่างเข้าศึกษา,❹	1	
6.จำนวนบัณฑิตที่ศึกษาต่อ❺	-	
7.จำนวนบัณฑิตที่อุปสมบท❻	-	
8.จำนวนบัณฑิตที่เกณฑ์ทหาร❼	-	
9. ร้อยละของบัณฑิตที่ได้งานทำหรือประกอบอาชีพอิสระภายใน 1 ปี	100	
จำนวนบัณฑิตที่ตอบแบบสำรวจทั้งหมด (❶-❹-❺-❻-❼)	**30 (31-1)**	
จำนวนบัณฑิตปริญญาตรีที่ได้งานทำหรือประกอบอาชีพอิสระภายใน 1 ปี (❷ + ❸)	**30 (26+4)**	
ค่าร้อยละของบัณฑิตปริญญาตรีที่ได้งานทำหรือประกอบอาชีพอิสระภายใน 1 ปี	**100.00**	
คะแนนที่ได้	**5.00**	

ปีการศึกษา 2567 หลักสูตรได้ทำการสำรวจภาวะการมีงานทำของบัณฑิตระดับปริญญาตรี เพื่อประเมินร้อยละของจำนวนบัณฑิตปริญญาตรีที่ได้งานทำหรือประกอบอาชีพอิสระภายใน 1 ปีพบว่ามีบัณฑิตปริญญาตรีที่ได้งานทำและประกอบอาชีพอิสระภายใน 1 ปี เท่ากับ ❷ +❸= 30 คน จากจำนวนบัณฑิตที่ตอบแบบสอบถามจำนวน ❶-❹-❺-❻-❼ = 30 คน

ดังนั้น ร้อยละของจำนวนบัณฑิตปริญญาตรีที่ได้งานทำหรือประกอบอาชีพอิสระภายใน 1ปี เท่ากับ 100.00 คิดเป็นคะแนน 5.00 คะแนน

<u>เอกสารหลักฐาน</u>

2.2-1 : แบบสำรวจและผลสำรวจภาวะการมีงานทำของบัณฑิตปริญญาตรีที่ได้งานทำและประกอบอาชีพอิสระภายใน 1 ปี

สรุปผลการประเมินตนเอง

ตัวบ่งชี้	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	คะแนน	การบรรลุเป้าหมาย
2.2	ร้อยละ 70	ร้อยละ 100.00	5	☑ บรรลุ ☐ ไม่บรรลุ

หมวดที่ 4 ข้อมูลผลการเรียนรายวิชาของหลักสูตรและคุณภาพการสอนในหลักสูตร

ข้อมูลผลการเรียนรายวิชาของหลักสูตร

สรุปผลรายวิชาในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ที่เปิดสอนให้กับนักศึกษาสาขาวิชาการตลาด

ในปีการศึกษา 2567

ภาคเรียนที่ 1/2567

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	สาขาที่เรียน	ร้อยละการกระจายของเกรด														จำนวนนักศึกษา	
			A	B+	B	C+	C	D+	D	F	I	P	S	U	AU	W	ลงทะเบียน	สอบผ่าน
4035101	หลักการตลาด*	6731401201 : การตลาด	5	6	9	7	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	30	**30**
		6731401202 : การตลาด	6	5	7	7	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	29	**29**
4035201	การจัดการการตลาด*	6733401201 : การตลาด	6	4	6	5	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	25	**25**
4035202	พฤติกรรมผู้บริโภค**	6733401201 : การตลาด	4	4	5	6	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	21	**21**
4035225	การตลาดธุรกิจการค้าสมัยใหม่**	6631401201 : การตลาด	4	3	5	6	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	20	**20**
		6631401202 : การตลาด	4	5	5	5	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	21	**21**
4035226	การจัดการผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม**	6631401201 : การตลาด	4	5	3	3	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	20	**20**
		6631401202 : การตลาด	5	5	4	3	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	21	**21**
4035227	การตั้งราคาและการบริหารการเงิน**	6631401201 : การตลาด	3	3	6	4	2	3	0	0	0	0	0	0	0	0	21	**21**
		6631401202 : การตลาด	3	2	5	7	3	2	0	0	0	0	0	0	0	0	22	**22**
4035303	การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ**	6531401201 : การตลาด	3	2	4	4	5	3	2	0	0	0	0	0	0	0	23	**23**
		6531401202 : การตลาด	2	4	4	3	4	3	1	0	0	0	0	0	0	0	21	**21**
4035308	การตลาดบริการ**	6531401201 : การตลาด	4	4	5	4	4	2	0	0	0	0	0	0	0	0	23	**23**
		6531401202 : การตลาด	3	4	4	4	3	3	0	0	0	0	0	0	0	0	21	**21**
		6633401201 : การตลาด	4	4	3	3	2	3	0	0	0	0	0	0	0	0	19	**19**
4035326	การตลาดระหว่างประเทศและระดับโลก	6531401201 : การตลาด	5	5	6	5	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	23	**23**
		6531401202 :	4	4	5	6	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	21	**21**

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	สาขาที่เรียน	ร้อยละการกระจายของเกรด														จำนวนนักศึกษา	
			A	B+	B	C+	C	D+	D	F	I	P	S	U	AU	W	ลงทะเบียน	สอบผ่าน
		การตลาด																
4035316	การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาด**	6633401201 : การตลาด	1	2	1	0	3	2	1	0	0	0	0	0	0	0	10	**10**
4035222	เทคนิคการนำเสนอเพื่องานทางการตลาด	6531401201 : การตลาด	3	6	7	3	3	0	0	0	1	0	0	0	0	0	23	**22**
		6531401202 : การตลาด	4	5	5	5	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	21	**21**
4035327	กลยุทธ์และการวางแผนการตลาด**	6633401201 : การตลาด	5	6	3	1	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	19	**18**
4035401	การวิจัยการตลาด**	6531401201 : การตลาด	22	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	24	**22**
		6531401202 : การตลาด	16	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	19	**16**
		6633401201 : การตลาด	8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8	**8**
4035402	สัมมนาทางการตลาด**	6633401201 : การตลาด	16	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	16	**16**
4035412	การตลาดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ**	6633401201 : การตลาด	2	3	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8	**8**
4030313	การจัดธุรกิจด้วยคอมพิวเตอร์*	6733401201 : การตลาด	7	5	6	4	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	25	**25**
		6731401201 : การตลาด	7	8	5	3	4	3	0	0	0	0	0	0	0	0	30	**30**
		6731401202 : การตลาด	8	6	5	3	4	3	0	0	0	0	0	0	0	0	29	**29**
4020301	การจัดการการผลิต*	6631401201 : การตลาด	4	4	3	4	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	20	**20**
		6631401202 : การตลาด	3	5	5	4	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	22	**22**
4020101	การจัดการสมัยใหม่*	67631401201 : การตลาด	10	9	5	4	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	30	**30**
		6731401202 : การตลาด	6	8	6	5	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	29	**29**
4010101	หลักการบัญชี*	6731401201 :	8	10	8	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	30	**30**

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	สาขาที่เรียน	ร้อยละการกระจายของเกรด													จำนวนนักศึกษา	
			A	B+	B	C+	C	D+	D	F	I	P	S	U	AU	W	ลงทะเบียน	สอบผ่าน
		การตลาด																
		6731401202 : การตลาด	4	8	9	7	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	29	**29**
		6733401201 : การตลาด	7	5	6	4	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	25	**25**
4040218	เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ*	6733401201 : การตลาด	7	10	8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	25	**25**

หมายเหตุ: * กลุ่มวิชาชีพพื้นฐานด้านบริหารธุรกิจ

**กลุ่มวิชาชีพบังคับสาขาวิชาการตลาด

***กลุ่มวิชาชีพเลือกสาขาวิชาการตลาด

****กลุ่มวิชาปฏิบัติการและการฝึกประสบการณ์วิชาชีพบังคับสาขาวิชาการตลาด

ภาคเรียนที่ 2/2567

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	สาขาที่เรียน	ร้อยละการกระจายของเกรด													จำนวนนักศึกษา	
			A	B+	B	C+	C	D+	D	F	I	P	S	U	AU	W	ลงทะเบียน	สอบผ่าน
4035102	กฎหมายธุรกิจและจรรยาบรรณทางการตลาด**	6731401201 : การตลาด	5	5	5	4	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	22	**22**
		6731401202 : การตลาด	3	3	4	5	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	18	**18**
4035201	การจัดการการตลาด*	6731401201 : การตลาด	5	7	6	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	21	**21**
		6731401202 : การตลาด	6	3	6	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	18	**18**
4035202	พฤติกรรมผู้บริโภค**	6731401201 : การตลาด	4	5	5	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	18	**18**
		6731401202 : การตลาด	6	6	5	4	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	22	**22**
4035218	การตลาดดิจิทัล**	6631401201 : การตลาด	5	6	4	3	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	20	**20**
		6631401202 : การตลาด	8	3	2	4	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	21	**21**
4035220	การบริหารงานขายและศิลปะการขาย**	6631401201 : การตลาด	5	6	5	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	20	**20**
		6631401202 : การตลาด	8	4	4	3	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	21	**21**
4035329	การออกแบบเนื้อหาบนการตลาด	6531401201 : การตลาด	9	6	5	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	23	**23**

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	สาขาที่เรียน	ร้อยละการกระจายของเกรด														จำนวนนักศึกษา	
			A	B+	B	C+	C	D+	D	F	I	P	S	U	AU	W	ลงทะเบียน	สอบผ่าน
	ดิจิทัล	6531401202 : การตลาด	10	5	2	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	21	**21**
4035330	เครื่องมือและเทคนิคด้านการตลาดดิจิทัล	6531401201 : การตลาด	6	8	5	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	22	**22**
		6531401202 : การตลาด	7	5	6	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	22	**22**
4035226	การจัดการผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม**	6733401201 : การตลาด	5	7	5	3	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	22	**22**
4035302	การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย**	6631401201 : การตลาด	4	6	5	3	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	20	**20**
		6631401202 : การตลาด	4	4	3	3	4	0	0	0	4	0	0	0	0	0	22	**18**
		6733401201 : การตลาด	5	4	6	3	3	0	0	0	1	0	0	0	0	0	22	**21**
4035303	การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ**	6631401202 : การตลาด	6	5	4	4	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	21	**21**
		6631401201 : การตลาด	5	4	6	3	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	21	**21**
4035327	กลยุทธ์และการวางแผนการตลาด	6531401201 : การตลาด	8	7	5	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	24	**24**
		6531401202 : การตลาด	5	7	6	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	21	**21**
4035316	การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาด***	6531401201 : การตลาด	9	5	4	3	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	23	**23**
		6531401202 : การตลาด	5	6	5	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	19	**19**
4035413	การออกแบบแคมเปญการตลาดดิจิทัล	6531401201 : การตลาด	10	8	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	23	**23**
		6531401202 : การตลาด	7	7	5	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	22	**22**
4035323	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด****	6531401201 : การตลาด	14	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	24	**24**
		6531401202 : การตลาด	12	8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	20	**20**
4035325	ระบบสารสนเทศทางการตลาดและสถิติสำหรับวิจัย	6631401201 : การตลาด	3	6	5	4	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	20	**20**
		6631401202 :	5	7	5	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	21	**21**

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	สาขาที่เรียน	ร้อยละการกระจายของเกรด														จำนวนนักศึกษา	
			A	B+	B	C+	C	D+	D	F	I	P	S	U	AU	W	ลงทะเบียน	สอบผ่าน
	การตลาด**	การตลาด																
4035402	สัมมนาทางการตลาด**	6531401201 : การตลาด	15	4	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	23	**23**
		6531401202 : การตลาด	18	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	22	**22**
4020301	การจัดการการผลิต*	6733401201 : การตลาด	5	5	4	3	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	22	**22**
3023100	ภาษาอังกฤษธุรกิจ*	6731401201 : การตลาด	2	4	5	3	4	3	2	0	0	0	0	0	0	0	23	**23**
		6731401202 : การตลาด	2	2	4	2	4	2	1	0	0	0	0	0	0	0	17	**17**
		6733401201 : การตลาด	3	2	3	5	5	2	2	0	0	0	0	0	0	0	22	**22**
4040218	เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ*	6733401201 : การตลาด	4	5	4	6	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	22	**22**

หมายเหตุ: * กลุ่มวิชาชีพพื้นฐานด้านบริหารธุรกิจ

**กลุ่มวิชาชีพบังคับสาขาวิชาการตลาด

***กลุ่มวิชาชีพเลือกสาขาวิชาการตลาด

****กลุ่มวิชาปฏิบัติการและการฝึกประสบการณ์วิชาชีพบังคับสาขาวิชาการตลาด

ภาคเรียนที่ 3/2567

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	สาขาที่เรียน	ร้อยละการกระจายของเกรด														จำนวนนักศึกษา	
			A	B+	B	C+	C	D+	D	F	I	P	S	U	AU	W	ลงทะเบียน	สอบผ่าน
4035404	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด****	6531401201 : การตลาด	25	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	25	25
		6531401202 : การตลาด	20	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	20	20

หมายเหตุ: * กลุ่มวิชาชีพพื้นฐานด้านบริหารธุรกิจ

**กลุ่มวิชาชีพบังคับสาขาวิชาการตลาด

***กลุ่มวิชาชีพเลือกสาขาวิชาการตลาด

****กลุ่มวิชาปฏิบัติการและการฝึกประสบการณ์วิชาชีพบังคับสาขาวิชาการตลาด

สรุปผลรายวิชาในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ที่เปิดสอนให้กับนักศึกษาสาขาอื่นๆ
ในปีการศึกษา 2567

ภาคเรียนที่ 1/2567

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	สาขาที่เรียน	ร้อยละการกระจายของเกรด														จำนวนนักศึกษา	
			A	B+	B	C+	C	D+	D	F	I	P	S	U	AU	W	ลงทะเบียน	สอบผ่าน
4035101	หลักการตลาด	6731402001 : การบัญชี	4	3	7	4	3	2	0	0	0	0	0	0	0	0	23	**23**
		6731402002 : การบัญชี	3	5	6	5	3	3	0	0	0	0	0	0	0	0	25	**25**
4035202	การจัดการการตลาด	6633401301 : คอมพิวเตอร์ธุรกิจ	1	2	2	3	2	1	1	1	0	0	0	0	0	0	13	**12**
		6733401901 : การโรงแรมฯ	3	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	**5**
		6531404001 : เศรษฐศาสตร์	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	**3**
		6631401701 : การจัดการ	6	7	5	4	4	3	0	0	0	0	0	0	0	0	29	**29**
		6631401702 : การจัดการ	5	3	4	4	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	22	**22**
		6633401701 : การจัดการ	2	2	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7	**7**
		6731404101 : ธุรกิจดิจิทัล	3	4	2	3	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	14	**14**
4035218	การตลาดดิจิทัล	6631403501 : นิเทศศาสตร์	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	**5**
		6631403401 : นิเทศศาสตร์	5	5	4	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	16	**16**

ภาคเรียนที่ 2/2567

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	สาขาที่เรียน	ร้อยละการกระจายของเกรด														จำนวนนักศึกษา	
			A	B+	B	C+	C	D+	D	F	I	P	S	U	AU	W	ลงทะเบียน	สอบผ่าน
4035201	การจัดการการตลาด	6731403501 : นิเทศศาสตร์	1	2	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7	**7**
		6731403401 : นิเทศศาสตร์	2	2	4	4	7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	19	**19**
		6731401901 : การโรงแรมฯ	5	7	5	3	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	23	**23**
		6633401701 : การจัดการ	4	3	2	3	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	14	**14**

องค์ประกอบที่ 5 หลักสูตร การเรียนการสอน การประเมินผู้เรียน

ตัวบ่งชี้ที่ 5.1 สาระของรายวิชาในหลักสูตร

ในการรายงานการดำเนินงานตามตัวบ่งชี้นี้ ให้อธิบายกระบวนการหรือแสดงผลการดำเนินงานอย่างน้อยครอบคลุมประเด็นต่อไปนี้

- การออกแบบหลักสูตรและสาระรายวิชาในหลักสูตร
- การปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัยตามความก้าวหน้าในศาสตร์สาขานั้นๆ

<table>
<tr><th>ประเด็นการประเมิน</th><th>ผลการดำเนินงาน</th><th>หลักฐาน</th></tr>
<tr><td rowspan="2">1. การออกแบบหลักสูตรและสาระรายวิชาในหลักสูตร</td><td>ระบบและกลไก

<u>ระบบการออกแบบหลักสูตรและสาระรายวิชาในหลักสูตร</u> มีดังนี้

เป้าหมาย
<table><tr><th>เป้าหมายเชิงปริมาณ</th><th>เป้าหมายเชิงคุณภาพ</th></tr><tr><td>1.ทุกรายวิชาของหลักสูตรมีความทันสมัย ตามความก้าวหน้าในศาสตร์สาขาและสอดคล้องกับความต้องการของชุมชนและท้องถิ่น</td><td>1.นักศึกษาได้เรียนรู้รายวิชาของหลักสูตรที่มีความทันสมัย เป็นไปตามเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป และสอดคล้องกับการนำความรู้ไปใช้ในชุมชนและท้องถิ่น</td></tr></table>
กระบวนการ
1. หลักสูตรประชุมการออกแบบหลักสูตร และสาระในรายวิชาในหลักสูตร
2. สำรวจคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หรือนักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตร)
3. วิพากษ์หลักสูตร
4. จัดทำร่าง/แก้ไขหลักสูตรตามแบบ มคอ. 2
5. เสนอต่อกรรมการประจำคณะ
6. เสนอต่อสภาวิชาการและสภามหาวิทยาลัย
7. เสนอต่อสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา(สกอ.)
8. ดำเนินการเปิดสอนตามหลักสูตร</td><td>5.1-1-1 : หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต ฉบับปรับปรุง 2565</td></tr>
<tr><td>การนำระบบและกลไกไปสู่การปฏิบัติ/ดำเนินงาน

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ได้ทำการเปิดสอนในปีการศึกษา 2567 (หลักสูตรปรับปรุงปี 2565) ได้มีการพัฒนาหลักสูตรเพื่อให้ผู้เรียนได้เกิดทักษะและความสามารถศึกษาค้นคว้าจากแหล่งเรียนรู้ต่างๆได้ หลักสูตรฯ ดำเนินการบนพื้นฐานของกรอบมาตรฐานคุณวุฒิโดยมีการกำหนดรายวิชาตามกรอบมาตรฐานที่กำหนดเพื่อให้หลักสูตรเป็นไปตามการเปลี่ยนแปลงของสังคมและเทคโนโลยีที่ก้าวกระโดด จึงได้ปรับปรุงหลักสูตรปรับปรุงพ.ศ 2565 ขึ้น โดยมีการปรับเปลี่ยนรายวิชาให้ทันสมัยเหมาะสมกับตลาดแรงงานใน</td><td>5.1-1- 2: รายงานการประชุม
.
5.1-1-3: รายงานการประชุม</td></tr>
</table>

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน
	ปัจจุบัน และได้พัฒนาหลักสูตรเพื่อให้ผู้เรียนได้เกิดทักษะและความสามารถศึกษาค้นคว้าจากแหล่งเรียนรู้ต่างๆได้ โดยมีการกำหนดรายวิชาตามกรอบมาตรฐานที่กำหนด ซึ่งเน้นให้ผู้เรียนต้องเรียนรู้ทักษะ ที่จำเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ทักษะชีวิตและอาชีพ ทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม (การคิดวิเคราะห์ การสื่อสาร การร่วมมือ และความคิดสร้างสรรค์) และ ทักษะด้านสารสนเทศสื่อและเทคโนโลยี โดยการลงมือ“Learning by Doing and Thinking” รวมถึงข้อเสนอแนะให้มีการปรับปรุงหลักสูตรที่เน้นเนื้อหาการเรียนการสอนที่มีความทันสมัย สอดคล้องกับสถานการณ์ด้านการตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปทั้งในประเทศ ระดับโลก และประชาคมอาเซียน 1. ปรัชญาของหลักสูตรมุ่งผลิตบัณฑิตให้เป็นนักการตลาดที่มีความรู้คู่คุณธรรมสู่สังคม มีคุณจริยธรรมและจรรยาบรรณในวิชาชีพ 2. วัตถุประสงค์เพื่อผลิตบัณฑิตสาขาวิชาการตลาดให้มีคุณลักษณะดังนี้ 1) มีความรู้ความสามารถในสาขาวิชาการการตลาด และสามารถนำความรู้ไปใช้ในการประกอบวิชาชีพธุรกิจได้เป็นอย่างดี 2) มีความรู้ ความเข้าใจ ในระบบเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับด้านการตลาด และสามารถนำความรู้ไปใช้ในการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ 3) สามารถนำวิทยาการ และเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาช่วยในการดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ 4) มีเจตคติ คุณธรรมจริยธรรม และมีจรรยาบรรณที่ดีต่ออาชีพด้านวิชาชีพการตลาด นอกจากได้นำข้อมูลจากการประเมินของผู้ประกอบการ รวมถึงข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ มาเป็นกรอบในการออกแบบหลักสูตรและสาระวิชา อีกทั้งได้คำนึงถึงความทันสมัย สอดคล้องกับความก้าวหน้าทางวิชาการและตรงตามความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต	5.1-1-4: รายงานการประชุม 5.1-1-5: รายงานการประชุม

<table>
<tr><th>ประเด็นการประเมิน</th><th>ผลการดำเนินงาน</th><th>หลักฐาน</th></tr>
<tr><td></td><td>

การประเมินกระบวนการ

1. หลักสูตรประชุมการออกแบบหลักสูตร และสาระในรายวิชาในหลักสูตร

พบว่า หลักสูตรประชุมการออกแบบหลักสูตร และสาระในรายวิชาในหลักสูตร

2. สำรวจคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หรือนักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตร)

พบว่า หลักสูตรได้สำรวจคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประกอบด้วย ผู้ใช้บัณฑิต บัณฑิต และนักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตร

3. ปรับสาระในรายวิชาในเนื้อหา/กิจกรรมการสอนใน มคอ.3

พบว่า หลักสูตรได้สำรวจคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประกอบด้วย ผู้ใช้บัณฑิต บัณฑิต และนักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตร ได้มีการปรับสาระในรายวิชาในเนื้อหา/กิจกรรมการสอนใน มคอ.3 ดังนี้

3.1 ได้มีการออกแบบเชื่อมโยงสาระในรายวิชา ในเนื้อหา/กิจกรรมการสอนใน มคอ.3 ของรายวิชาสำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 3 เพื่อให้นักศึกษาได้มีทักษะทางวิชาชีพทางการตลาดเพิ่มขึ้นจากการได้ฝึกปฏิบัติจริง

โดยในปีการศึกษา 2566 ได้มีการออกแบบเชื่อมโยงสาระในรายวิชา ในเนื้อหา/กิจกรรมการสอนใน มคอ.3 ของรายวิชาสำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 3 ดังนี้

รายละเอียดออกแบบเชื่อมโยงสาระในรายวิชา ในเนื้อหา/กิจกรรมการสอนใน มคอ.3	รายวิชาในแผนการเรียนปีการศึกษา 2566
Node1 ต้นน้ำ: ได้ผลผลิตเป็นการศึกษากระบวนการการจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชน	วิชาการจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาด
Node2 กลางน้ำ: ได้ผลผลิตเป็นแผนการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชน	วิชากลยุทธ์และการวางแผนการตลาด
Node3 ปลายน้ำ: ได้ผลผลิตงานวิจัยการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน	วิชาวิจัยการตลาด

และทางหลักสูตรได้มีการปรับปรุงการออกแบบเชื่อมโยงสาระในรายวิชา ในเนื้อหา/กิจกรรมการสอนใน มคอ.3 ของรายวิชาสำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 3 เพื่อนำมาใช้ในปีการศึกษา 2567 ดังนี้

รายละเอียดออกแบบเชื่อมโยงสาระในรายวิชา ในเนื้อหา/กิจกรรมการสอนใน มคอ.3	รายวิชาในแผนการเรียนปีการศึกษา 2567
Node1 ต้นน้ำ: ได้ผลผลิตเป็นการศึกษากระบวนการการจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชน	วิชาการจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาด
Node2 กลางน้ำ: ได้ผลผลิตงานวิจัยการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน และแผนการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชน	วิชาวิจัยการตลาด และวิชากลยุทธ์และการวางแผนการตลาด
Node3 ปลายน้ำ: ได้ผลผลิตเป็นแผนการตลาดสร้างสรรค์ธุรกิจเชิงพาณิชย์ และมีทักษะสามารถ	วิชาการตลาดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ

</td><td></td></tr>
</table>

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน

นำไปถ่ายทอดองค์ความรู้แก่ชุมชน และนำเสนอผลงานในงานประชุมวิชาการได้	และวิชาเทคนิคการนำเสนอเพื่องานทางการตลาด

3.2 ได้มีการออกแบบปรับกลุ่มวิชาชีพเลือกในโครงกสร้างหลักสูตรโดยการปรับรายวิชาในแผนการเรียนกลุ่มวิชาชีพเลือกการตลาด ซึ่งในปีการศึกษา 2566 กลุ่มวิชาการตลาดธุรกิจการค้าสมัยใหม่ และในปีการศึกษา 2567 ได้ปรับแผนเป็นกลุ่มวิชาการตลาดดิจิทัล โดยมีรายวิชาดังนี้

รายวิชากลุ่มวิชาเลือกในปีการศึกษา 2566	รายวิชากลุ่มวิชาเลือกในปีการศึกษา 2567
4035320 การจัดกิจกรรมทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์	4035329 การออกแบบเนื้อหาบนการตลาดดิจิทัล
4035221 การพัฒนาบุคลิกภาพสำหรับนักการตลาด	4035330 เครื่องมือและเทคนิคด้านการตลาดดิจิทัล
4035318 การตลาดลูกค้าสัมพันธ์	4035413 การออกแบบแคมเปญการตลาดดิจิทัล

4. ทบทวน/ประเมินระบบกระบวนการ

พบว่า หลักสูตรได้มีประชุมทบทวน/ประเมินระบบกระบวนการการปรับสาระในรายวิชาในเนื้อหา/กิจกรรมการสอนใน มคอ.3

5. พัฒนา/ปรับปรุงระบบกระบวนการ

พบว่า หลักสูตรได้มีนำการปรับสาระในรายวิชาในเนื้อหา/กิจกรรมการสอนใน มคอ.3 มาใช้ในปีการศึกษา 2567

6. รายงานผลการปรับปรุงระบบกระบวนการ/แนวทางปฏิบัติที่ดี

พบว่า ได้มีการสรุปรายงานผลในการประชุมคณะกรรมการบริหารหลักสูตร ดังนี้

1) ในการออกแบบเชื่อมโยงสาระในรายวิชา ในเนื้อหา/กิจกรรมการสอนใน มคอ.3 ของรายวิชาสำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 3 เพื่อให้นักศึกษาได้มีทักษะทางวิชาชีพทางการตลาดเพิ่มขึ้นจากการได้ฝึกปฏิบัติจริง

2) ได้มีการออกแบบปรับกลุ่มวิชาชีพเลือกในโครงกสร้างหลักสูตรโดยการปรับรายวิชาในแผนการเรียนกลุ่มวิชาชีพเลือกการตลาด ในปีการศึกษา 2567 เป็นกลุ่มการตลาดดิจิทัล โดยมีรายวิชาดังนี้

รายวิชากลุ่มวิชาเลือกในปีการศึกษา 2567	ภารเรียนที่ทำการเรียนการสอน
4035329 การออกแบบเนื้อหาบนการตลาดดิจิทัล	2/2567
4035330 เครื่องมือและเทคนิคด้านการตลาดดิจิทัล	2/2567
4035413 การออกแบบแคมเปญการตลาดดิจิทัล	2/2567

ที่มา: ระบบบริการการศึกษา https://regis.rmu.ac.th/registrar/studentset.asp?cmd=2&campusid=1&groupyear=651&studentgroup=79864&avs685282031=38

<table>
<tr><th>ประเด็นการประเมิน</th><th>ผลการดำเนินงาน</th><th>หลักฐาน</th></tr>
<tr><td></td><td>การปรับปรุง/พัฒนากระบวนการจากผลการประเมิน</td><td>5.1-1-8 : รายงานการประชุม

5.1-1-9 : การประเมินและพัฒนาระบบกลไก</td></tr>
<tr><td></td><td>จากการประชุมสาขาพบว่ากระบวนการที่ใช้ในปี ปีการศึกษา 2567 นั้นมีประสิทธิภาพในการทำงานที่ดีขึ้น และมีการปรับกระบวนการนี้ในปี 2568 ต่อไป
<table>
<tr><th>ปีการศึกษา 2567</th><th>ปีการศึกษา 2568</th></tr>
<tr><td>1.หลักสูตรประชุมการออกแบบหลักสูตรและสาระในรายวิชาในหลักสูตร</td><td>1.หลักสูตรประชุมการออกแบบหลักสูตรและสาระในรายวิชาในหลักสูตร</td></tr>
<tr><td>2. สำรวจคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หรือนักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตร)</td><td>2. สำรวจคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หรือนักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตร)</td></tr>
<tr><td>3. ปรับสาระในรายวิชาในเนื้อหา/กิจกรรมการสอนใน มคอ.3</td><td>3. ปรับสาระในรายวิชาในเนื้อหา/กิจกรรมการสอนใน มคอ.3</td></tr>
<tr><td>4. ทบทวน/ประเมินระบบกระบวนการ</td><td>4. ทบทวน/ประเมินระบบกระบวนการ</td></tr>
<tr><td>5. พัฒนา/ปรับปรุงระบบกระบวนการ</td><td>5. พัฒนา/ปรับปรุงระบบกระบวนการ</td></tr>
<tr><td>6. รายงานผลการปรับปรุงระบบกระบวนการ/แนวทางปฏิบัติที่ดีต่อคณะกรรมการบริหารหลักสูตร</td><td>6. รายงานผลการปรับปรุงระบบกระบวนการ/แนวทางปฏิบัติที่ดีต่อคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และกรรมการประจำคณะ</td></tr>
<tr><td>7. รายงานผลการปรับปรุงระบบกระบวนการ/แนวทางปฏิบัติที่ดีต่อคณะกรรมการวิชาการระดับปริญญาตรี และกรรมการประจำคณะ</td><td></td></tr>
</table></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>ผลการปรับปรุงเห็นชัดเจนเป็นรูปธรรม
1) ได้มีการออกแบบเชื่อมโยงสาระในรายวิชา ในเนื้อหา/กิจกรรมการสอนใน มคอ.3 ของรายวิชาสำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 3 เพื่อให้นักศึกษาได้มีทักษะทางวิชาชีพทางการตลาดเพิ่มขึ้นจากการได้ฝึกปฏิบัติจริง
โดยในปีการศึกษา 2566 ได้มีการออกแบบเชื่อมโยงสาระในรายวิชา ในเนื้อหา/กิจกรรมการสอนใน มคอ.3 ของรายวิชาสำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 3 ดังนี้
<table>
<tr><th>รายละเอียดออกแบบเชื่อมโยงสาระในรายวิชา ในเนื้อหา/กิจกรรมการสอนใน มคอ.3</th><th>รายวิชาในแผนการเรียนปีการศึกษา 2566</th></tr>
<tr><td>Node1 ต้นน้ำ: ได้ผลผลิตเป็นการศึกษากระบวนการการจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชน</td><td>วิชาการจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาด</td></tr>
<tr><td>Node2 กลางน้ำ: ได้ผลผลิตเป็นแผนการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชน</td><td>วิชากลยุทธ์และการวางแผนการตลาด</td></tr>
<tr><td>Node3 ปลายน้ำ: ได้ผลผลิตงานวิจัยการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน</td><td>วิชาวิจัยการตลาด</td></tr>
</table></td><td></td></tr>
</table>

<table>
<tr><th>ประเด็นการประเมิน</th><th>ผลการดำเนินงาน</th><th>หลักฐาน</th></tr>
<tr><td></td><td>
และทางหลักสูตรได้มีการปรับปรุงการออกแบบเชื่อมโยงสาระในรายวิชา ในเนื้อหา/กิจกรรมการสอนใน มคอ.3 ของรายวิชาสำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 3 เพื่อนำมาใช้ในปีการศึกษา 2567 ดังนี้
<table>
<tr><th>รายละเอียดออกแบบเชื่อมโยงสาระในรายวิชา ในเนื้อหา/กิจกรรมการสอนใน มคอ.3</th><th>รายวิชาในแผนการเรียนปีการศึกษา 2567</th></tr>
<tr><td>Node1 ต้นน้ำ: ได้ผลผลิตเป็นการศึกษากระบวนการการจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชน</td><td>วิชาการจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาด</td></tr>
<tr><td>Node2 กลางน้ำ: ได้ผลผลิตงานวิจัยการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน และแผนการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชน</td><td>วิชาวิจัยการตลาดและวิชากลยุทธ์และการวางแผนการตลาด</td></tr>
<tr><td>Node3 ปลายน้ำ: ได้ผลผลิตเป็นแผนการตลาดสร้างสรรค์ธุรกิจเชิงพาณิชย์ และมีทักษะสามารถนำไปถ่ายทอดองค์ความรู้แก่ชุมชน และนำเสนอผลงานในงานประชุมวิชาการได้</td><td>วิชาการตลาดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ
และวิชาเทคนิคการนำเสนอเพื่องานทางการตลาด</td></tr>
</table>
2) ได้มีการออกแบบปรับกลุ่มวิชาชีพเลือกในโครงกสร้างหลักสูตรโดยการปรับรายวิชาในแผนการเรียนกลุ่มวิชาชีพเลือกการตลาด ซึ่งในปีการศึกษา 2566 กลุ่มวิชาการตลาดธุรกิจการค้าสมัยใหม่ และในปีการศึกษา 2567 ได้ปรับแผนเป็นกลุ่มวิชาการตลาดดิจิทัล โดยมีรายวิชาดังนี้
<table>
<tr><th>รายวิชากลุ่มวิชาเลือกในปีการศึกษา 2566</th><th>รายวิชากลุ่มวิชาเลือกในปีการศึกษา 2567</th></tr>
<tr><td>4035320 การจัดกิจกรรมทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์</td><td>4035329 การออกแบบเนื้อหาบนการตลาดดิจิทัล</td></tr>
<tr><td>4035221 การพัฒนาบุคลิกภาพสำหรับนักการตลาด</td><td>4035330 เครื่องมือและเทคนิคด้านการตลาดดิจิทัล</td></tr>
<tr><td>4035318 การตลาดลูกค้าสัมพันธ์</td><td>4035413 การออกแบบแคมเปญการตลาดดิจิทัล</td></tr>
</table>
</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>แนวทางปฏิบัติที่ดี โดยมีหลักฐานเชิงประจักษ์ยืนยัน และกรรมการผู้ตรวจประเมินสามารถให้เหตุผลอธิบายการเป็นแนวปฏิบัติที่ดีได้ชัดเจน
-</td><td></td></tr>
<tr><td>2. การปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัยตามความก้าวหน้าในศาสตร์สาขานั้นๆ</td><td>ระบบและกลไก
<u>ระบบการปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัยตามความก้าวหน้าในศาสตร์สาขานั้นๆ</u>มีดังนี้
เป้าหมาย
<table>
<tr><th>เป้าหมายเชิงปริมาณ</th><th>เป้าหมายเชิงคุณภาพ</th></tr>
<tr><td>1.นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนของอาจารย์สาขาวิชาการตลาดแต่ละคนไม่น้อยกว่าระดับ 3.51คะแนน</td><td>1.สาระการจัดการเรียนการสอนในรายวิชาที่เปิดสอนมีการปรับปรุงให้มีความทันสมัยหรือให้มีความเหมาะสมต่อผู้เรียน</td></tr>
</table>
</td><td>5.1-2-1 :รายงานการประชุม</td></tr>
</table>

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน
	<table><tr><td></td><td>2.นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเนื้อหาสาระในแต่ละรายวิชาในหลักสูตร</td></tr><tr><td></td><td>3.นักศึกษาสามารถประยุกต์ใช้ความรู้จากที่เรียนกับงานที่ได้รับมอบหมายในแต่ละรายวิชาได้</td></tr></table> **กระบวนการ** 1. หลักสูตรประชุมการพัฒนาสาระรายวิชาและการจัดการเรียนการสอน - วางแผนโครงการพัฒนาหลักสูตรประจำปีการศึกษา 2. ดำเนินการจัดโครงการพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด 3. วางแผนจัดสรรรายวิชา 4. การดำเนินงานมคอ.3 - ปรับสาระในรายวิชาในเนื้อหา/กิจกรรม/วิธีการสอนใน มคอ.3 - วางแผนการบูรณาการในรายวิชาใน มคอ.3 5. ดำเนินการจัดการเรียนการสอน 6. ประเมินผลการเรียนในรายวิชา 7. ทวนสอบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน 8. จัดทำ มคอ.7 9. ปรับปรุงหลักสูตร/การจัดการเรียนการสอนให้ทันสมัย	
	การนำระบบและกลไกไปสู่การปฏิบัติ/ดำเนินงาน ในการปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัยอยู่เสมอนั้น ประธานหลักสูตรและคณาจารย์ในสาขาได้มีการประชุมหารือกัน สาขาวิชาได้นำข้อมูลการผู้ทรงคุณวุฒิเห็นว่า ควรปรับปรุงสาระในรายวิชาในเนื้อหา/กิจกรรมการสอน ในการปรับปรุงหลักสูตรเป็นประจำก่อนเปิดภาคการศึกษาทุกครั้ง รวมทั้งหลังสิ้นปีการศึกษา เพื่อพิจารณาผลสัมฤทธิ์และเสียงสะท้อนจากนักศึกษาในแต่ละรายวิชา ได้ศึกษาผลรายงานจากโครงการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ที่กำหนดใน มคอ.3, 4, 5 และ 6 การวิเคราะห์และประเมินข้อมูลเบื้องต้นที่ได้จากผู้ทรงคุณวุฒิและสอบถามพูดคุยกับศิษย์เก่าและสถานประกอบการในช่วงนิเทศนักศึกษาฝึกงาน รวมถึงปรับตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ตลอดจนผู้ทรงคุณวุฒิสำหรับการปรับปรุงหลักสูตร 2565 เพื่อให้ตรงกับจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของหลักสูตร 1.หลักสูตรปรับปรุงรายวิชาในแผนให้ทันสมัยและเข้ากับยุคฯ 4.0 2.ปรับปรุงเนื้อหาสาระให้สอดคล้องกับชื่อรายวิชา 3.ปรับปรุง มคอ.3 ให้เข้ากับสภาพปัจจุบัน และเพิ่มคำอธิบายรายวิชาให้ทันสมัยมากยิ่งขึ้น สอดแทรกความรู้ หรือเชิญวิทยากร มาสนับสนุนการจัดการเรียนการสอน 4.ในการจัดการเรียนการสอนแต่ละรายวิชาสามารถเพิ่มการจัดโครงการสนับสนุนการจัดการเรียนการสอนได้ จากการประเมินกระบวนการพบว่า หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ได้มีการปรับปรุงกระบวนการพิจารณารายวิชาจากประชุมเชิงปฏิบัติการพัฒนาและ	5.1-2-3 :รายงานการประชุม 5.1-2-4 :รายงานการประชุม

<table>
<tr><th>ประเด็นการประเมิน</th><th>ผลการดำเนินงาน</th><th>หลักฐาน</th></tr>
<tr><td></td><td>
ปรับปรุงหลักสูตร การจากเชิญกรรมการภายนอกทางด้านวิชาการและด้านวิชาชีพ พร้อมทั้งผู้ใช้บัณฑิต เป็นผู้ร่วมประเมินและวิชาสาระรายวิชา จาก มคอ. 3 และการรายงาน มคอ.5 เสนอให้ที่ประชุมพิจารณา พบว่า สาขาวิชาดำเนินการปรับปรุงสาระในรายวิชาในเนื้อหา/กิจกรรมการสอนในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด และมีการวางแผนการดำเนินการรอบการปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ปรับปรุง พ.ศ. 2565 ดังนี้
<table>
<tr><th>หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2560</th><th>หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565</th><th>เหตุผลและรายละเอียดการปรับปรุง</th></tr>
<tr><td>หมวดวิชาการศึกษาทั่วไป
33 หน่วยกิต</td><td>หมวดวิชาการศึกษาทั่วไป
30 หน่วยกิต</td><td>มีการปรับรายวิชาให้มีความสอดคล้องกับแผนการเรียนเพิ่มมากขึ้น ตามที่กลุ่มหมวดศึกษาทั่วไปของมหาวิทยาลัยกำหนด</td></tr>
<tr><td>โครงสร้างหลักสูตร
หมวดวิชาชีพ
กลุ่มวิชาแกน
ไม่น้อยกว่า 33 หน่วยกิต
รวมทั้งสิ้น 11 รายวิชา ดังนี้</td><td>โครงสร้างหลักสูตร
หมวดวิชาชีพ
กลุ่มวิชาแกน
ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต
รวมทั้งสิ้น 8 รายวิชาดังนี้</td><td>ปรับเปลี่ยนกลุ่มวิชาแกน จากเดิม 33 หน่วย เป็น 24 หน่วยกิต เพื่อให้สอดคล้องครอบคลุมเนื้อหามากขึ้น</td></tr>
<tr><td>3023318 ภาษาอังกฤษธุรกิจ 3(3-0-6)</td><td>3023100 ภาษาอังกฤษธุรกิจ 3(3-0-6)</td><td>ปรับรหัสวิชา3023318 ภาษาอังกฤษธุรกิจ เป็นรหัสวิชา 3023100 ภาษาอังกฤษธุรกิจ เพื่อให้มีเนื้อหากระชับและครอบคลุมเนื้อหามากขึ้น</td></tr>
<tr><td>4010101 หลักการบัญชี 3(2-2-5)</td><td>4010101 หลักการบัญชี 3(2-2-5)</td><td>ยังคงเดิม</td></tr>
<tr><td>4020101 การจัดการสมัยใหม่ 3(3-0-6)</td><td>4020101 การจัดการสมัยใหม่ 3(3-0-6)</td><td>ยังคงเดิม</td></tr>
<tr><td>4020227 การบริหารการผลิต 3(3-0-6)</td><td>4020301 การจัดการการผลิต 3(3-0-6)</td><td>ปรับให้รายวิชา 4020227 การบริหารการผลิต เป็นรายวิชา 4020301 การจัดการการผลิต เพื่อให้ครอบคลุมเนื้อหามากขึ้น</td></tr>
<tr><td>4030313 การจัดการธุรกิจด้วยคอมพิวเตอร์ 3(2-2-5)</td><td>4030313 การจัดการธุรกิจด้วยคอมพิวเตอร์ 3(2-2-5)</td><td>ยังคงเดิม</td></tr>
<tr><td>4035101 หลักการตลาด 3(3-0-6)</td><td>4035101 หลักการตลาด 3(3-0-6)</td><td>ยังคงเดิม</td></tr>
<tr><td>4035201 การจัดการการตลาด 3(3-0-6)</td><td>4035201 การจัดการการตลาด 3(3-0-6)</td><td>ยังคงเดิม</td></tr>
<tr><td>4040120 เศรษฐศาสตร์การ</td><td>4040218 เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ</td><td>ปรับให้รายวิชา 4040120</td></tr>
</table>
</td><td></td></tr>
</table>

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน			หลักฐาน
	จัดการ 3(3-0-6)	3(3-0-6)	เศรษฐศาสตร์การจัดการ เป็นรายวิชา 4040218 เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ เพื่อให้ครอบคลุมเนื้อหามากขึ้น	
	4015101 การเงินธุรกิจ 3(3-0-6)		ตัดรายวิชา 4015101 การเงินธุรกิจ โดยนำไปบูรณาการกับรายวิชาในกลุ่มวิชาชีพบังคับ	
	4015301 การภาษีอากรและกฎหมายธุรกิจ 3(3-0-6)		ตัดรายวิชา 4015301 การภาษีอากรและกฎหมายธุรกิจ โดยนำไปบูรณาการกับรายวิชาในกลุ่มวิชาชีพบังคับ	
	4040225 การวิเคราะห์เชิงปริมาณและสถิติศาสตร์ธุรกิจ 3(3-0-6)		ตัดรายวิชา 4040225 การวิเคราะห์เชิงปริมาณและสถิติศาสตร์ธุรกิจ โดยนำไปบูรณาการกับรายวิชาในกลุ่มวิชาชีพบังคับและกลุ่มวิชาชีพเลือก	
	โครงสร้างหลักสูตร **วิชาชีพบังคับ** **ไม่น้อยกว่า 42 หน่วยกิต** รวมทั้งสิ้น 14 รายวิชา ดังนี้	**โครงสร้างหลักสูตร** **วิชาชีพบังคับ** **ไม่น้อยกว่า 54 หน่วยกิต** รวมทั้งสิ้น 18 รายวิชา ดังนี้	ปรับเพิ่มรายวิชาในกลุ่มวิชาชีพบังคับเพื่อให้สอดคล้องครอบคลุมเนื้อหามากขึ้น จาก 42 หน่วยกิต เป็น 54 หน่วยกิต	
	4035202 พฤติกรรมผู้บริโภค 3(2-2-5)	4035102 กฎหมายธุรกิจและจรรยาบรรณทางการตลาด 3(2-2-5)	เพิ่มรายวิชาใหม่ในกลุ่มวิชาชีพบังคับเพื่อให้สอดคล้องกับศาสตร์ของวิชาชีพทางการตลาดและได้บูรณาการกับเนื้อหารายวิชากฎหมายธุรกิจ	
	4035204 ระบบสารสนเทศทางการตลาด 3(2-2-5)	4035202 พฤติกรรมผู้บริโภค 3(2-2-5)	ยังคงเดิม	
	4035218 การตลาดดิจิทัล 3(2-2-5)	4035218 การตลาดดิจิทัล 3(2-2-5)	ยังคงเดิม	
	4035220 การบริหารงานขายและศิลปะการขาย 3(2-2-5)	4035220 การบริหารงานขายและศิลปะการขาย 3(2-2-5)	ยังคงเดิม	
	4035223 ภาษาอังกฤษเพื่องานการตลาด 3(2-2-5)	4035223 ภาษาอังกฤษเพื่องานการตลาด 3(2-2-5)	ยังคงเดิม	
	4035301 นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา 3(2-2-5)	4035225 การตลาดธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 3(2-2-5)	เพิ่มรายวิชาใหม่ในกลุ่มวิชาชีพบังคับเพื่อให้สอดคล้องกับศาสตร์ของวิชาชีพทางการตลาด	
	4035302 การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย 3(2-2-5)	4035226 การจัดการผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม 3(2-2-5)	เพิ่มรายวิชาใหม่ในกลุ่มวิชาชีพบังคับเพื่อให้สอดคล้องกับศาสตร์ของวิชาชีพทางการตลาดและได้	

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน			หลักฐาน
			บูรณาการกับเนื้อหารายวิชาการสร้างความแตกต่างและนวัตกรรมทางการตลาด	
	4035303 การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ 3(2-2-5)	4035227 การตั้งราคาและการบริหารการเงิน 3(2-2-5)	เพิ่มรายวิชาใหม่ในกลุ่มวิชาชีพบังคับเพื่อให้สอดคล้องกับศาสตร์ของวิชาชีพทางการตลาดและได้บูรณาการกับเนื้อหารายวิชาการเงินธุรกิจและภาษีอากรธุรกิจ	
	4035307 กลยุทธ์การตลาด 3(2-2-5)	4035302 การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย 3(2-2-5)	ยังคงเดิม	
	4035308 การตลาดบริการ 3(2-2-5)	4035303 การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ 3(2-2-5)	ยังคงเดิม	
	4035312 การตลาดระหว่างประเทศ 3(3-0-6)	4035308 การตลาดบริการ 3(2-2-5)	ยังคงเดิม	
	4035322 การวางแผนการตลาด 3(2-2-5)	4035316 การจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาด 3(2-2-5)	ปรับจากกลุ่มวิชาชีพเลือกมาเป็นกลุ่มวิชาชีพบังคับเพื่อให้ครอบคลุมเนื้อหาวิชาชีพมากขึ้นและได้แก้ไขชื่อวิชาให้ถูกต้องตามราชบัณฑิตยสถาน	
	4035401 การวิจัยการตลาด 3(2-2-5)	4035325 ระบบสารสนเทศทางการตลาดและสถิติสำหรับวิจัยการตลาด 3(2-2-5)	เพิ่มรายวิชาใหม่ในกลุ่มวิชาชีพบังคับเพื่อให้สอดคล้องกับศาสตร์ของวิชาชีพทางการตลาดและได้บูรณาการกับเนื้อหารายวิชาระบบสารสนเทศทางการตลาดและรายวิชาสถิติศาสตร์สำหรับวิจัยการตลาด	
	4035402 สัมมนาทางการตลาด 3(2-2-5)	4035326 การตลาดระหว่างประเทศและระดับโลก 3(2-2-5)	เพิ่มรายวิชาใหม่ในกลุ่มวิชาชีพบังคับเพื่อให้สอดคล้องกับศาสตร์ของวิชาชีพทางการตลาดและได้บูรณาการกับเนื้อหารายวิชาการตลาดระหว่างประเทศและรายวิชาการตลาดโลก	
		4035327 กลยุทธ์และการวางแผนการตลาด 3(2-2-5)	เพิ่มรายวิชาใหม่ในกลุ่มวิชาชีพบังคับเพื่อให้สอดคล้องกับศาสตร์ของวิชาชีพทางการตลาดและได้บูรณาการกับเนื้อหารายวิชากลยุทธ์การตลาดและรายวิชาการวางแผนการตลาด	

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน			หลักฐาน
		4035401 การวิจัยการตลาด 3(2-2-5)	ยังคงเดิม	
		4035402 สัมมนาทางการตลาด 3(2-2-5)	ยังคงเดิม	
		4035412 การตลาดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ 3(2-2-5)	เพิ่มรายวิชาใหม่ในกลุ่มวิชาชีพบังคับเพื่อให้สอดคล้องกับศาสตร์ของวิชาชีพทางการตลาด	
	โครงสร้างหลักสูตร **กลุ่มวิชาชีพเลือก** **ไม่น้อยกว่า 12 หน่วยกิต** รวมทั้งสิ้น 4 รายวิชาดังนี้	**โครงสร้างหลักสูตร** **กลุ่มวิชาชีพเลือก** **ไม่น้อยกว่า 12 หน่วยกิต** รวมทั้งสิ้น 4 รายวิชาดังนี้	จัดกลุ่มวิชาชีพเลือกเพื่อให้สอดคล้องกับศาสตร์ของวิชาชีพทางการตลาด และมีการเพิ่มรายวิชาและตัดรายวิชาเพื่อให้ทันสมัยขึ้น	
	4035205 การขายส่งและการขายปลีก 3(2-2-5)	**กลุ่มวิชาการตลาดดิจิทัล** 4035222 เทคนิคการนำเสนอเพื่องานทางการตลาด 3(2-2-5)	ยังคงเดิม	
	4035206 การตลาดเกษตรและสหกรณ์ 3(3-0-6)	4035228 หลักการสำคัญของสื่อออนไลน์และการตลาดดิจิทัล 3(2-2-5)	เพิ่มรายวิชาใหม่ในกลุ่มวิชาชีพเลือกเพื่อให้ครอบคลุมวิชาการตลาดดิจิทัล	
	4035210 งานซื้อขายและบริการ 3(2-2-5)	4035321 การตลาดทางตรงและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3(2-2-5)	ยังคงเดิม	
	4035211 การตลาดเพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว 3(3-0-6)	4035328 การบริหารจัดการข้อมูลการตลาดดิจิทัล 3(2-2-5)	เพิ่มรายวิชาใหม่ในกลุ่มวิชาชีพเลือกเพื่อให้ครอบคลุมวิชาการตลาดดิจิทัล	
	4035212 การตลาดธุรกิจโรงแรม 3(3-0-6)	4035329 การออกแบบเนื้อหาบนการตลาดดิจิทัล 3(2-2-5)	เพิ่มรายวิชาใหม่ในกลุ่มวิชาชีพเลือกเพื่อให้ครอบคลุมวิชาการตลาดดิจิทัล	
	4035213 การตลาดธุรกิจการกีฬา 3(3-0-6)	4035330 เครื่องมือและเทคนิคด้านการตลาดดิจิทัล 3(2-2-5)	เพิ่มรายวิชาใหม่ในกลุ่มวิชาชีพเลือกเพื่อให้ครอบคลุมวิชาการตลาดดิจิทัล	
	4035214 การตลาดธุรกิจโรงพยาบาล 3(3-0-6)	4035331 การขายออนไลน์ 3(2-2-5)	เพิ่มรายวิชาใหม่ในกลุ่มวิชาชีพเลือกเพื่อให้ครอบคลุมวิชาการตลาดดิจิทัล	
	4035215 การตลาดธุรกิจบันเทิง 3(3-0-6)	4035332 การบริหารร้านค้าออนไลน์ 3(2-2-5)	เพิ่มรายวิชาใหม่ในกลุ่มวิชาชีพเลือกเพื่อให้ครอบคลุมวิชาการตลาดดิจิทัล	
	4035216 การตลาดธุรกิจอาหารและโภชนาการ 3(3-0-6)	4035413 การออกแบบแคมเปญการตลาดดิจิทัล3(2-2-5)	เพิ่มรายวิชาใหม่ในกลุ่มวิชาชีพเลือกเพื่อให้ครอบคลุมวิชาการตลาดดิจิทัล	

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน			หลักฐาน
	4035217 การตลาดธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 3(2-2-5)	4035414 นวัตกรรมสร้างสรรค์บนสื่อตลาดดิจิทัล 3(2-2-5)	เพิ่มรายวิชาใหม่ในกลุ่มวิชาชีพเลือกเพื่อให้ครอบคลุมวิชาการตลาดดิจิทัล	
	4035219 การตลาดสินค้ารูปแบบการดำเนินชีวิต 3(3-0-6)	**กลุ่มวิชาการจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาด** 4035310 การจัดซื้อ 3(2-2-5)	ยังคงเดิม	
	4035221 การพัฒนาบุคลิกภาพสำหรับนักการตลาด 3(2-2-5)	4035333 การออกแบบและการดำเนินงานคลังสินค้า 3(2-2-5)	เพิ่มรายวิชาใหม่ในกลุ่มวิชาชีพเลือกเพื่อให้ครอบคลุมวิชาการจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาด	
	4035222 เทคนิคการนำเสนอเพื่องานทางการตลาด 3(2-2-5)	4035334 การลำเลียงวัสดุและการบรรจุภัณฑ์ 3(2-2-5)	เพิ่มรายวิชาใหม่ในกลุ่มวิชาชีพเลือกเพื่อให้ครอบคลุมวิชาการจัดการห่วงโซ่อุปทานและ โลจิสติกส์ทางการตลาด	
	4035224 การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 3(3-0-6)	4035335 การจัดการเพื่อการส่งออกและนำเข้า 3(2-2-5)	เพิ่มรายวิชาใหม่ในกลุ่มวิชาชีพเลือกเพื่อให้ครอบคลุมวิชาการจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาด	
	4035306 การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย 3(2-2-5)	4035336 การประกันภัยเพื่อการดำเนินงานโลจิสติกส์ 3(2-2-5)	เพิ่มรายวิชาใหม่ในกลุ่มวิชาชีพเลือกเพื่อให้ครอบคลุมวิชาการจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาด	
	4035310 การจัดซื้อ 3(2-2-5)	4035337 การควบคุมต้นทุนการผลิต 3(2-2-5)	เพิ่มรายวิชาใหม่ในกลุ่มวิชาชีพเลือกเพื่อให้ครอบคลุมวิชาการจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาด	
	4035311 การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด 3(3-0-6)	4035408 การบริหารการจัดส่งสินค้าและการกระจายสินค้า 3(2-2-5)	ยังคงเดิม	
	4035313 การพยากรณ์ยอดขาย 3(2-2-5)	4035409 การบริหารคลังสินค้าและสินค้าคงคลัง 3(2-2-5)	ยังคงเดิม	
	4035315 การจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชนสำหรับตลาดต่างประเทศ 3(2-2-5)	4035415 การวางแผนการตลาดเพื่อการจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ 3(2-2-5)	เพิ่มรายวิชาใหม่ในกลุ่มวิชาชีพเลือกเพื่อให้ครอบคลุมวิชาการจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาด	
	4035316 การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทาง	4035416 การค้าและโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ	เพิ่มรายวิชาใหม่ในกลุ่มวิชาชีพเลือกเพื่อให้ครอบคลุมวิชาการ	

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน			หลักฐาน
	การตลาด 3(2-2-5)	3(2-2-5)	จัดการห่วงโซ่อุปทานและ โลจิสติกส์ทางการตลาด	
	4035317 ธุรกิจจำลองทางการตลาด 3(2-2-5)	**กลุ่มวิชาการตลาดธุรกิจการค้าสมัยใหม่** 4035205 การขายส่งและการขายปลีก 3(2-2-5)	ยังคงเดิม	
	4035318 การตลาดลูกค้าสัมพันธ์ 3(2-2-5)	4035221 การพัฒนาบุคลิกภาพสำหรับนักการตลาด 3(2-2-5)	ยังคงเดิม	
	4035319 สถิติศาสตร์สำหรับวิจัยการตลาด 3(2-2-5)	4035224 การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 3(3-0-6)	ยังคงเดิม	
	4035320 การจัดกิจกรรมทางการตลาด และการประชาสัมพันธ์ 3(2-2-5)	4035229 การจัดการตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ 3(2-2-5)	เพิ่มรายวิชาใหม่ในกลุ่มวิชาชีพเลือกเพื่อให้ครอบคลุมวิชาการตลาดธุรกิจการค้าสมัยใหม่	
	4035321 การตลาดทางตรงและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3(2-2-5)	4035306 การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย 3(2-2-5)	ยังคงเดิม	
	4035403 ปัญหาพิเศษทางการตลาด 3(2-2-5)	4035311 การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด 3(3-0-6)	ยังคงเดิม	
	4035406 การจัดการการมาตรฐานผลิตภัณฑ์และตราสินค้า 3(2-2-5)	4035317 ธุรกิจจำลองทางการตลาด 3(2-2-5)	ยังคงเดิม	
	4035407 การตลาดโลก 3(3-0-6)	4035318 การตลาดลูกค้าสัมพันธ์ 3(2-2-5)	ยังคงเดิม	
	4035408 การบริหารการจัดส่งสินค้าและการกระจายสินค้า 3(2-2-5)	4035320 การจัดกิจกรรมทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์ 3(2-2-5)	ยังคงเดิม	
	4035409 การบริหารคลังสินค้าและสินค้าคงคลัง 3(2-2-5)	4035403 ปัญหาพิเศษทางการตลาด 3(2-2-5)	ยังคงเดิม	
	4035410 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการจัดการบรรจุภัณฑ์ 3(2-2-5)	**กลุ่มวิชาการตลาดบริการ** 4035206 การตลาดเกษตรและสหกรณ์ 3(3-0-6)	ยังคงเดิม	
	4035411 การสร้างความแตกต่างและนวัตกรรมทางการตลาด 3(2-2-5)	4035211 การตลาดเพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว 3(3-0-6)	ยังคงเดิม	
		4035212 การตลาดธุรกิจโรงแรม 3(3-0-6)	ยังคงเดิม	

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน			หลักฐาน
		4035213 การตลาดธุรกิจการกีฬา 3(3-0-6)	ยังคงเดิม	
		4035214 การตลาดธุรกิจโรงพยาบาล 3(3-0-6)	ยังคงเดิม	
		4035215 การตลาดธุรกิจบันเทิง 3(3-0-6)	ยังคงเดิม	
		4035216 การตลาดธุรกิจอาหารและโภชนาการ 3(3-0-6)	ยังคงเดิม	
		4035338 การตลาดธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ 3(3-0-6)	เพิ่มรายวิชาใหม่ในกลุ่มวิชาชีพเลือกเพื่อให้ครอบคลุมวิชาการตลาดบริการ	
		4035417 การตลาดสถาบันการเงินเพื่อการลงทุนในหลักทรัพย์ 3(3-0-6)	เพิ่มรายวิชาใหม่ในกลุ่มวิชาชีพเลือกเพื่อให้ครอบคลุมวิชาการตลาดบริการ	
		4035418 การตลาดสำหรับธุรกิจชุมชน 3(3-0-6)	เพิ่มรายวิชาใหม่ในกลุ่มวิชาชีพเลือกเพื่อให้ครอบคลุมวิชาการตลาดบริการ	
		4035419 นวัตกรรมธุรกิจการบริการ 3(3-0-6)	เพิ่มรายวิชาใหม่ในกลุ่มวิชาชีพเลือกเพื่อให้ครอบคลุมวิชาการตลาดบริการ	
	โครงสร้างหลักสูตร กลุ่มวิชาประสบการณ์วิชาชีพ ไม่น้อยกว่า 4 หน่วยกิต รวมทั้งสิ้น 2 รายวิชาดังนี้	**โครงสร้างหลักสูตร กลุ่มวิชาประสบการณ์วิชาชีพ ไม่น้อยกว่า 4 หน่วยกิต** รวมทั้งสิ้น 2 รายวิชาดังนี้		
	ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ 4035323 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด 1(1-2-3)	**ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ** 4035323 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด 1(0-3-2)	ปรับการกำหนดชั่วโมงเรียนให้สอดคล้องกับวิธีการคำนวนชั่วโมงเรียน	
	4035404 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด 3(350)	4035404 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด 3(350)	ยังคงเดิม	
	สหกิจศึกษากับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพการตลาด 4035324 การเตรียมสหกิจศึกษาทางการตลาด 1(1-2-3)	**สหกิจศึกษากับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพการตลาด** 4035324 การเตรียมสหกิจศึกษาทางการตลาด 1(0-3-2)	ปรับการกำหนดชั่วโมงเรียนให้สอดคล้องกับวิธีการคำนวนชั่วโมงเรียน	

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน			หลักฐาน
	4035405 สหกิจศึกษาทางด้านการตลาด 6(560)	4035405 สหกิจศึกษาทางด้านการตลาด 6(640)	ปรับการกำหนดชั่วโมงเรียนให้สอดคล้องกับวิธีการคำนวนชั่วโมงเรียน	
	โครงสร้างหลักสูตร กลุ่มวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต	**โครงสร้างหลักสูตร กลุ่มวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต**	ยังคงเดิม	
	เพื่อส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) กลุ่มธุรกิจเกิดใหม่ (Startup) และวิสาหกิจชุมชน (Community Enterprise) ให้กับบุคลากรในประเทศทั้งนักศึกษาและประชาชนทั่วไปให้มีความต้องการประกอบธุรกิจ และในส่วนคุณลักษณะบัณฑิตที่ผู้ใช้บัณฑิตต้องการนั้นจะต้องมีคุณลักษณะครบทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณธรรมจริยธรรม ด้านความรู้ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ และด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลขการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งสอดคล้องกับทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 (21st Century Student Outcome and Support System) ภายใต้บริบทที่เน้นให้ผู้เรียนต้องเรียนรู้ทักษะ ที่จำเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ทักษะชีวิตและอาชีพ ทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม (การคิดวิเคราะห์ การสื่อสาร การร่วมมือ และความคิดสร้างสรรค์) และทักษะด้านสารสนเทศสื่อและเทคโนโลยี โดยการลงมือ“Learning by Doing and Thinking”รวมถึงข้อเสนอแนะให้มีการปรับปรุงหลักสูตรที่เน้นเนื้อหาการเรียนการสอนที่มีความทันสมัยสอดคล้องกับสถานการณ์ด้านการตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปทั้งในประเทศ ระดับโลก และประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) ดังนั้นหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดจึงได้มีการพัฒนาปรับปรุงหลักสูตรโดยมุ่งผลิตบัณฑิตให้มีคุณภาพตามคุณลักษณะวิชาการและวิชาชีพด้านการตลาด โดยมีการจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตรทั้งด้านวิชาการและทักษะวิชาชีพการให้บริการวิชาการแก่สังคม เพื่อพัฒนานักศึกษาและอาจารย์เพื่อให้สอดคล้องกับปรัชญา พันธกิจ คุณลักษณะของบัณฑิต อัตลักษณ์ และเอกลักษณ์ของมหาวิทยาลัยฯ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการคุณภาพการศึกษา การวิจัยและบริการวิชาการแก่สังคม ชุมชน ควบคู่ไปกับการมีความรู้คู่คุณธรรม มีจริยธรรมและการมีจิตสำนึกของความเป็นพลเมืองที่ดีโดยใส่ใจถึงผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับสังคมและวัฒนธรรมไทย			
	การประเมินกระบวนการ			
	1. หลักสูตรประชุมการพัฒนาสาระรายวิชาและการจัดการเรียนการสอน - วางแผนโครงการพัฒนาหลักสูตรประจำปีการศึกษา พบว่า ปีการศึกษา 2567 หลักสูตรได้วางแผนโครงการพัฒนาหลักสูตรเพื่อความทันสมัยให้ตรงตามความต้องการของผู้ประกอบการและชุมชนท้องถิ่น และมุ่งเน้นการสร้างนักการตลาดให้เป็นผู้ประกอบการ 2. ดำเนินการจัดโครงการพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด พบว่า การดำเนินโครงการพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (ปรับปรุง พ.ศ.2565) ในการเปิดรับนักศึกษา 2567			5.1-2-5 : รายงานการประชุม

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน
	3. วางแผนจัดสรรรายวิชา พบว่า การวางแผนจัดสรรรายวิชาเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและความเชี่ยวชาญของอาจารย์ผู้สอนเพื่อให้เกิดประสิทธิผลต่อนักนักศึกษาอย่างสูงสุด 4. การดำเนินงานมคอ.3 - ปรับสาระในรายวิชาในเนื้อหา/กิจกรรม/วิธีการสอนใน มคอ.3 - วางแผนการบูรณาการในรายวิชาใน มคอ.3 พบว่า การปรับสาระรายวิชาใน มคอ.3 เนื่องจากเป็นรายวิชาที่ทำการปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัย 5. ดำเนินการจัดการเรียนการสอน พบว่า การดำเนินจัดการเรียนการสอนเป็นไปตามแผนของการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด 6. รายงานการปรับปรุงหลักสูตร/การจัดการเรียนการ พบว่า การประเมินผลการเรียนในรายวิชาเป็นไปตามระยะเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด 7. ทวนสอบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน พบว่า การทวนสอบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน จำนวน 16 รายวิชา 8. จัดทำ มคอ.7 พบว่า เป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนด 9. ปรับแผนการเรียน/สาระในรายวิชาในเนื้อหา/กิจกรรมการสอนให้ทันสมัย พบว่า การปรับปรุงหลักสูตรมีการปรับปรุงสาระในรายวิชาในเนื้อหา/กิจกรรมการสอนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว	
	การปรับปรุง/พัฒนากระบวนการจากผลการประเมิน	

<table>
<tr><th>ประเด็นการประเมิน</th><th>ผลการดำเนินงาน</th><th>หลักฐาน</th></tr>
<tr><td></td><td>
จากการประชุมสาขาพบว่ากระบวนการที่ใช้ในปี ปีการศึกษา 2567 นั้นมีประสิทธิภาพในการทำงานที่ดีขึ้น จึงให้ใช้กระบวนการนี้ในปี 2568 ต่อไป
<table>
<tr><th>ปีการศึกษา 2567</th><th>ปีการศึกษา 2568</th></tr>
<tr><td>1. หลักสูตรประชุมวางแผนโครงการพัฒนาหลักสูตรประจำปีการศึกษา
- วางแผนโครงการพัฒนาหลักสูตรประจำปีการศึกษา</td><td>1. หลักสูตรประชุมวางแผนโครงการพัฒนาหลักสูตรประจำปีการศึกษา
- วางแผนโครงการพัฒนาหลักสูตรประจำปีการศึกษา</td></tr>
<tr><td>2. ดำเนินการจัดโครงการพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด</td><td>2. ดำเนินการจัดโครงการพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด</td></tr>
<tr><td>3. วางแผนจัดสรรรายวิชา</td><td>3. วางแผนจัดสรรรายวิชา</td></tr>
<tr><td>4. การดำเนินงานมคอ.3
- ปรับสาระในรายวิชาในเนื้อหา/กิจกรรม/วิธีการสอนใน มคอ.3
- วางแผนการบูรณาการในรายวิชาในมคอ.3</td><td>4. การดำเนินงานมคอ.3
- ปรับสาระในรายวิชาในเนื้อหา/กิจกรรม/วิธีการสอนใน มคอ.3
- วางแผนการบูรณาการในรายวิชาใน มคอ.3</td></tr>
<tr><td>5. ดำเนินการจัดการเรียนการสอน</td><td>5. ดำเนินการจัดการเรียนการสอน</td></tr>
<tr><td>6. ทวนสอบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และรายงานการปรับปรุงหลักสูตร/การจัดการเรียนการ</td><td>6. ประเมินผลการเรียนในรายวิชา</td></tr>
<tr><td>7. จัดทำ มคอ.7</td><td>6. ทวนสอบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และรายงานการปรับปรุงหลักสูตร/การจัดการเรียนการ</td></tr>
<tr><td>8. ปรับแผนการเรียน/สาระในรายวิชาในเนื้อหา/กิจกรรมการสอนให้ทันสมัย</td><td>7. จัดทำ มคอ.7</td></tr>
<tr><td></td><td>8. ปรับแผนการเรียน/สาระในรายวิชาในเนื้อหา/กิจกรรมการสอนให้ทันสมัย</td></tr>
</table>
</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>ผลการปรับปรุงเห็นชัดเจนเป็นรูปธรรม</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>
ผลการปรับปรุงของหลักสูตรในปีการศึกษา 2567
1) การปรับปรุงหลักสูตรมีการปรับปรุงสาระในรายวิชาในเนื้อหา/กิจกรรมการสอนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ได้มีการปรับชื่อรายวิชา และสาระคำอธิบายในบางรายวิชาในกลุ่มวิชาชีพการตลาด ดังนี้
<table>
<tr><th>รายวิชาในปีการศึกษา 2566</th><th>รายวิชาในปีการศึกษา 2567</th></tr>
<tr><td>วิชา 4035226 การจัดการผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม</td><td>วิชา 4035226 การจัดการผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม</td></tr>
<tr><td>วิชา 4035227 การตั้งราคาและการบริหารการเงิน</td><td>วิชา 4035227 การตั้งราคาและการบริหารการเงิน</td></tr>
<tr><td>วิชา 4035326 การตลาดระหว่างประเทศและระดับโลก</td><td>วิชา 4035326 การตลาดระหว่างประเทศและระดับโลก</td></tr>
</table>
</td><td></td></tr>
</table>

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน

วิชา 4035325 ระบบสารสนเทศทางการตลาดและสถิติสำหรับวิจัยการตลาด	วิชา 4035325 ระบบสารสนเทศทางการตลาดและสถิติสำหรับวิจัยการตลาด
วิชา 4035327 กลยุทธ์และการวางแผนการตลาด	วิชา 4035327 กลยุทธ์และการวางแผนการตลาด
วิชา 4035412 การตลาดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ	วิชา 4035412 การตลาดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ

และได้มีการนำไปบรรจุในแผนการเรียนตลอดหลักสูตร สำหรับนักศึกษาที่เข้ามาศึกษาในปีการศึกษา 2567 โดยการกำหนดในแผนการเรียนดังนี้

รายวิชาในปีการศึกษา 2566	ภาคเรียนที่ทำการศึกษา
วิชา 4035226 การจัดการผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม	1/2567
วิชา 4035227 การตั้งราคาและการบริหารการเงิน	1/2567
วิชา 4035326 การตลาดระหว่างประเทศและระดับโลก	1/2567
วิชา 4035325 ระบบสารสนเทศทางการตลาดและสถิติสำหรับวิจัยการตลาด	2/2567
วิชา 4035327 กลยุทธ์และการวางแผนการตลาด	2/2567
วิชา 4035412 การตลาดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ	2/2567

ที่มา: ระบบบริการการศึกษา https://regis.rmu.ac.th/registrar/studentset.asp?cmd=2&campusid=1&groupyear=651&studentgroup=79864&avs769372780=10

2) ได้มีการออกแบบปรับกลุ่มวิชาชีพเลือกในโครงกสร้างหลักสูตรโดยการปรับรายวิชาในแผนการเรียนกลุ่มวิชาชีพเลือกการตลาด ซึ่งในปีการศึกษา 2566 กลุ่มวิชาการตลาดธุรกิจการค้าสมัยใหม่ และในปีการศึกษา 2567 ได้ปรับแผนเป็นกลุ่มวิชาการตลาดดิจิทัล โดยมีรายวิชาดังนี้

รายวิชากลุ่มวิชาเลือกในปีการศึกษา 2566	รายวิชากลุ่มวิชาเลือกในปีการศึกษา 2567
4035320 การจัดกิจกรรมทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์	4035329 การออกแบบเนื้อหาบนการตลาดดิจิทัล
4035221 การพัฒนาบุคลิกภาพสำหรับนักการตลาด	4035330 เครื่องมือและเทคนิคด้านการตลาดดิจิทัล
4035318 การตลาดลูกค้าสัมพันธ์	4035413 การออกแบบแคมเปญการตลาดดิจิทัล

และได้มีการนำไปบรรจุในแผนการเรียนตลอดหลักสูตร สำหรับนักศึกษาที่เข้ามาศึกษาในปีการศึกษา 2567 โดยการกำหนดในแผนการเรียนดังนี้

รายวิชากลุ่มวิชาเลือกในปีการศึกษา 2567	ภารเรียนที่ทำการเรียนการสอน
4035329 การออกแบบเนื้อหาบนการตลาดดิจิทัล	2/2567
4035330 เครื่องมือและเทคนิคด้านการตลาดดิจิทัล	2/2567
4035413 การออกแบบแคมเปญการตลาดดิจิทัล	2/2567

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน
	ที่มา: ระบบบริการการศึกษา https://regis.rmu.ac.th/registrar/studentset.asp?cmd=2&campusid=1&groupyear=651&studentgroup=79864&avs685282031=38	
	แนวทางปฏิบัติที่ดี โดยมีหลักฐานเชิงประจักษ์ยืนยัน และกรรมการผู้ตรวจประเมินสามารถให้เหตุผลอธิบายการเป็นแนวปฏิบัติที่ดีได้ชัดเจน	
	-	

สรุปผลการประเมินตนเอง

ตัวบ่งชี้	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	คะแนน	การบรรลุเป้าหมาย
5.1	3 ข้อ	4 ข้อ	4	☑ บรรลุ ☐ไม่บรรลุ

ตัวบ่งชี้ที่ 5.2 การวางระบบผู้สอนและกระบวนการจัดการเรียนการสอน

ในการรายงานการดำเนินงานตามตัวบ่งชี้นี้ ให้อธิบายกระบวนการหรือแสดงผลการดำเนินงานอย่างน้อยครอบคลุมประเด็นต่อไปนี้

- การกำหนดผู้สอน
- การกำกับ ติดตาม และตรวจสอบการจัดทำแผนการเรียนรู้(มคอ. 3 และ มคอ. 4) การจัดการเรียนการสอน
- การจัดการเรียนการสอนในระดับปริญญาตรีที่มีการบูรณาการกับการวิจัย การบริการวิชาการทางสังคม และการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม

<table>
<tr><th>ประเด็นการประเมิน</th><th>ผลการดำเนินงาน</th><th>หลักฐาน</th></tr>
<tr><td rowspan="3">1. การกำหนดผู้สอน</td><td>ระบบและกลไก</td><td rowspan="2">5.2-1-1 : รายงานการประชุม</td></tr>
<tr><td>ระบบการกำหนดผู้สอน มีดังนี้

เป้าหมาย
<table>
<tr><th>เป้าหมายเชิงปริมาณ</th><th>เป้าหมายเชิงคุณภาพ</th></tr>
<tr><td>1.อาจารย์ผู้สอนมีชั่วโมงสอนตามเกณฑ์ที่กำหนด</td><td>1.รายวิชาการในการกำหนดผู้สอนตรงตามความถนัดของผู้สอนทุกท่าน</td></tr>
<tr><td></td><td>2.มีเกณฑ์การกำหนดผู้สอนอย่างชัดเจน</td></tr>
</table>
กระบวนการ
1.หลักสูตรประชุม เพื่อทบทวน พิจารณา คุณสมบัติผู้สอนและกำหนดอาจารย์ผู้สอนในแต่ละวิชา โดยพิจารณาจากความเชี่ยวชาญและประสบการณ์
2. จัดทำ มคอ. 3, 4
3. อาจารย์ผู้สอนนำ มคอ.3, 4 ไปใช้
4.อาจารย์ผู้สอนจัดทำรายงานผลการดำเนินการรายวิชา (มคอ.5, 6)
5.ทวนสอบในรายวิชาที่เปิดสอน 25% ของรายวิชาที่เปิดสอนในภาคการศึกษา
6.ทบทวน/ประเมินระบบกระบวนการ
7.อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรประชุมร่วมกับอาจารย์ผู้สอนและจัดทำรายงานผลการดำเนินงานของหลักสูตร (มคอ.7)</td></tr>
<tr><td>การนำระบบและกลไกไปสู่การปฏิบัติ/ดำเนินงาน</td><td rowspan="2">5.2-1-2 : รายงานการประชุม

5.2-1-3 : รายงานการประชุม</td></tr>
<tr><td>ในปีการศึกษา 2567 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ได้มีการกำหนดผู้สอนโดยพิจารณาโดยคณะกรรมการหลักสูตร ตามคุณสมบัติและความเชี่ยวชาญของอาจารย์ประจำสาขาวิชา โดยกำหนดจากรายวิชาตามแผนการเรียนของนักศึกษาทุกชั้นปีในปีการศึกษา 2567 ในการพิจารณาผู้สอน ได้คำนึงถึงเนื้อหา สาระรายวิชา ประสบการณ์ทำงานและความเชี่ยวชาญของแต่ละท่านให้เหมาะกับรายวิชา ดังนี้</td></tr>
</table>

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน					หลักฐาน
	อาจารย์ผู้สอน	**1/2567**	**2/2567**	**คุณสมบัติ**	**ความเชี่ยวชาญ**	
	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย	1.กลยุทธ์และการวางแผนการตลาด 2. เทคนิคการนำเสนอเพื่องานทางการตลาด 3.การวิจัยการตลาด 4.การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาด	1.การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย 2. กลยุทธ์และการวางแผนการตลาด 3.การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาด 4.ระบบสารสนเทศทางการตลาดและสถิติสำหรับวิจัยการตลาด	บธ.ด.(บริหารธุรกิจ) บธ.ม.(การตลาด) บธ.บ.(การจัดการการตลาด)	- วิจัยการตลาด - กลยุทธ์ทางการตลาด - การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์	
	ผศ.ดร.เขมิกา แสนโสม	1.การจัดการการตลาด 2.การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ 3.การตลาดบริการ	1.การจัดการการตลาด 2.การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ	บธ.ด.(บริหารธุรกิจ) บธ.ม.(บริหารธุรกิจ) กศ.บ.(ธุรกิจศึกษาสาขาการตลาด)	- การตลาดบริการ - การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ	
	ผศ.ลักขณา ศิริจำปา	1.หลักการตลาด 2.สัมมนาทางการตลาด	1.การจัดการการตลาด 2.สัมมนาทางการตลาด 3.การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด	บธ.ม.(การตลาด), ค.บ.(คหกรรมศาสตร์)	- การบริหารการขาย - หลักการตลาด	
	อ.ณิชาภา พิมลศิริ	1.พฤติกรรมผู้บริโภค 2.การจัดการผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม 3. การตลาดระหว่างประเทศและระดับโลก	1.พฤติกรรมผู้บริโภค 2.การจัดการผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม 3.การบริหารงานขายและศิลปะการขาย	บธ.ม.(ทรัพยากรมนุษย์และการตลาด) บธ.บ.(การตลาดและทรัพยากรมนุษย์)	- พฤติกรรมผู้บริโภค - การตลาดระหว่างประเทศ - นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา	

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน

	4.การตลาดธุรกิจการค้าสมัยใหม่ 5.การตลาดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ	4.การจัดกิจกรรมทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์		
ผศ.นุชนาถ มีนาสันติรักษ์	1.การจัดการการตลาด	1.การจัดการการตลาด 2.กฎหมายธุรกิจและจรรยาบรรณทางการตลาด	บธ.ม.(การจัดการทั่วไป) บธ.บ.(การจัดการทั่วไป), กศ.บ.(ธุรกิจศึกษาสาขาบัญชี)	-การวางแผนธุรกิจ -การบริหารการผลิต

ในการกำหนดผู้สอนนั้นหลักสูตรฯได้พิจารณาจากความถนัดของอาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด คณะกรรมการหลักสูตรได้พิจารณาตามความถนัดและความสามารถของอาจารย์แต่ละท่านเนื่องจากหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ต้องมีความสามารถเฉพาะด้านและอาจารย์แต่ละท่านมีความสามารถเฉพาะบุคคลประสบการณ์ความเชี่ยวชาญในการสอนโดยคณะกรรมการผู้รับผิดชอบหลักสูตรพิจารณารายวิชาที่เปิดสอนในปีการศึกษา 2567 หลักสูตรได้มีการดำเนินงานการกำหนดผู้สอนเพื่อให้เป็นไปตามการดำเนินงานและนโยบายการดำเนินงานของคณะฯ ดังต่อไปนี้

1. พิจารณากำหนดผู้สอนตามความรู้ความสามารถของผู้สอน โดยคำนึงถึง คุณวุฒิการศึกษาตรงหรือสอดคล้องกับเนื้อหารายวิชา ความชำนาญในเนื้อหาที่สอน และประสบการณ์การสอน

2. กรรมการบริหารหลักสูตรกำหนดรายวิชาให้ผู้สอนสอนกระจายไปยังรายวิชา เพื่อให้นักศึกษามีโอกาสได้รับการพัฒนา ความรู้ มุมมอง ตลอดแนวความคิดที่หลากหลายจากอาจารย์ผู้มีประสบการณ์

ผลการดำเนินงานสำหรับปีการศึกษา 2567 หลักสูตรได้กำหนดรายวิชาสอนสำหรับภาคการศึกษาที่ 1/2567 และภาคการศึกษาที่ 2/2567 ของในสาขาวิชาการตลาด ให้กับอาจารย์ผู้สอนในหลักสูตร

ในปีการศึกษา 2567 ได้ปรับปรุงกระบวนการ โดยพิจารณาจากภาระงานสอนอื่นนอกเหนือจากสาขาวิชาประกอบด้วยการศึกษา ซึ่งอยู่ในระดับที่เหมาะสม ในส่วนของอาจารย์ที่มีภาระงานสอนและงานด้านบริหารจำนวนมาก ในที่ประชุมอาจารย์ได้เสนอให้พิจารณาการสอนร่วมกับอาจารย์ที่มีภาระงานน้อยเพื่อเฉลี่ยภาระงานให้ใกล้เคียงกันในปีการศึกษา 2567

การประเมินกระบวนการ

1. หลักสูตรประชุม เพื่อทบทวน พิจารณา คุณสมบัติผู้สอนและกำหนดอาจารย์ผู้สอนในแต่ละวิชา

พบว่า การจัดประชุมเพื่อวางระบบผู้สอนและจัดการเรียนการสอนโดยพิจารณาการความเชี่ยวชาญและประสบการณ์พิเศษนั้นเป็นประโยชน์แก่นักศึกษาทั้งด้านวิชาการและด้านวิชาชีพ

5.2-1-4 : รายงานการประชุม

<table>
<tr><th>ประเด็นการประเมิน</th><th>ผลการดำเนินงาน</th><th>หลักฐาน</th></tr>
<tr><td></td><td>2. จัดทำ มคอ. 3, 4
พบว่าหลักสูตรได้จัดจำ มคอ.3,4 ตามระยะเวลาที่มหาวิยาลัยกำหนด และมีการตรวจสอบโดยคณะกรรมการบริหารหลักสูตรและอาจารย์ผู้เสนอร่วมกันก่อนเปิดภาคเรียน
3. อาจารย์ผู้สอนนำ มคอ.3, 4 ไปใช้
พบว่าเมื่อกรรมการบริหารหลักสูตรได้พิจารณา มคอ.3, 4 ร่วมกันแล้ว อาจารย์ผู้สอนนำ มคอ.3,4 ไปใช้ใน ภาคการศึกษา
4. อาจารย์ผู้สอนจัดทำรายงานผลการดำเนินการรายวิชา (มคอ.5, 6) ภายใน 30 วัน หลังสิ้นสุดภาค
พบว่าหลักสูตรได้จัดจำ มคอ.5,6 ตามระยะเวลาที่มหาวิยาลัยกำหนด
5. ทวนสอบในรายวิชาที่เปิดสอน 25% ของรายวิชาที่เปิดสอนในภาคการศึกษา
-แต่งตั้งคณะกรรมการทวนสอบสัมฤทธิ์
-ดำเนินการทวนสอบผลสัมฤทธิ์
พบว่า หลักสูตรดำเนินการตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด
6. ทบทวน/ประเมินระบบกระบวนการ
พบว่า หลักสูตรได้ดำเนินการตามระบบกลไกในปีการศึกษา 2567 อย่างมีประสิทธิภาพในการดำเนินงานที่กำหนดและสอดคล้องกับมหาวิทยาลัย
7. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรประชุมร่วมกับอาจารย์ผู้สอนและจัดทำรายงานผลการดำเนินงานของหลักสูตร (มคอ.7) ภายใน 60 วัน หลังจากสิ้นสุดปีการศึกษา
พบว่า หลักสูตรดำเนินการตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>การปรับปรุง/พัฒนากระบวนการจากผลการประเมิน
สาขาวิชาการตลาดได้ทบทวนและพัฒนากระบวนการจากการประเมินพบว่า กระบวนการที่ใช้ในปีการศึกษา 2567 นั้นมีประสิทธิภาพในการทำงานตามระบบของ สาขาวิชา คณะ และมหาวิทยาลัยสอดคล้องตามที่กำหนด
<table><tr><th>ปีการศึกษา 2567</th><th>ปีการศึกษา 2568</th></tr><tr><td>1.หลักสูตรประชุม เพื่อทบทวน พิจารณาคุณสมบัติผู้สอนและกำหนดอาจารย์ผู้สอนในแต่ละวิชา</td><td>1.หลักสูตรประชุมเพื่อวางระบบผู้สอนและการจัดการเรียนการสอน</td></tr><tr><td>2. จัดทำ มคอ. 3, 4</td><td>2. จัดทำ มคอ. 3, 4</td></tr><tr><td>3. อาจารย์ผู้สอนนำ มคอ.3, 4 ไปใช้</td><td>3.คณะกรรมการหลักสูตรพิจารณา</td></tr><tr><td>4.อาจารย์ผู้สอนจัดทำรายงานผลการดำเนินการรายวิชา (มคอ.5, 6)</td><td>4.อาจารย์ผู้สอนนำ มคอ.3, 4 ไปใช้</td></tr><tr><td>5.ทวนสอบในรายวิชาที่เปิดสอน 25% ของรายวิชาที่เปิดสอนในภาคการศึกษา</td><td>5.อาจารย์ผู้สอนจัดทำรายงานผลการดำเนินการรายวิชา (มคอ.5, 6)</td></tr></table></td><td>5.2-1-5 : รายงานการประชุม

5.2-1-6 : การประเมินและพัฒนาระบบกลไก</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th>ประเด็นการประเมิน</th><th>ผลการดำเนินงาน</th><th>หลักฐาน</th></tr>
<tr><td></td><td>
<table>
<tr><td>6.อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรประชุมร่วมกับอาจารย์ผู้สอนและจัดทำรายงานผลการดำเนินงานของหลักสูตร (มคอ.7)</td><td>6.ทวนสอบในรายวิชาที่เปิดสอน 25% ของรายวิชาที่เปิดสอนในภาคการศึกษา</td></tr>
<tr><td>7. ทบทวน/ประเมินระบบกระบวนการ</td><td>7.อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรประชุมร่วมกับอาจารย์ผู้สอนและจัดทำรายงานผลการดำเนินงานของหลักสูตร (มคอ.7)</td></tr>
<tr><td></td><td>8.ทบทวน/ประเมินระบบกระบวนการ</td></tr>
</table>
</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>ผลการปรับปรุงเห็นชัดเจนเป็นรูปธรรม</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>-</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>แนวทางปฏิบัติที่ดี โดยมีหลักฐานเชิงประจักษ์ยืนยัน และกรรมการผู้ตรวจประเมินสามารถให้เหตุผลอธิบายการเป็นแนวปฏิบัติที่ดีได้ชัดเจน</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>-</td><td></td></tr>
<tr><td>2. การกำกับติดตาม และตรวจสอบการจัดทำแผนการเรียนรู้(มคอ. 3 และ มคอ. 4) การจัดการเรียนการสอน</td><td>ระบบและกลไก</td><td rowspan="2">5.2-2-1 : รายงานการประชุม</td></tr>
<tr><td>
<u>ระบบการกำกับ ติดตาม และตรวจสอบการจัดทำแผนการเรียนรู้(มคอ. 3 และ มคอ. 4) การจัดการเรียนการสอน</u>มีดังนี้

เป้าหมาย
<table>
<tr><th>เป้าหมายเชิงปริมาณ</th><th>เป้าหมายเชิงคุณภาพ</th></tr>
<tr><td>1.อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรจัดทำมคอ. 3 และมคอ.5 ของรายวิชาที่เปิดสอนในปีการศึกษานั้นๆร้อยละ100</td><td>1.หลักสูตรมีการกำหนดผู้สอนได้เหมาะสมกับรายวิชาที่รับผิดชอบ</td></tr>
<tr><td>2.หลักสูตรจัดทำการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคิดเป็นไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของจำนวนรายวิชาที่เปิดสอนในปีการศึกษา</td><td>2.หลักสูตรจัดทำมคอ. 3, 5, 7และการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนตรงตามกำหนดปฏิทินการศึกษา</td></tr>
</table>
กระบวนการ
1.คณะกรรมการหลักสูตรประชุมพิจารณาเพื่อวางระบบผู้สอนและการจัดการเรียนการสอน
2. จัดทำ มคอ. 3, 4
3.อาจารย์ผู้สอนนำ มคอ.3, 4 ไปใช้
4.อาจารย์ผู้สอนจัดทำรายงานผลการดำเนินการรายวิชา (มคอ.5, 6)
5.ทวนสอบในรายวิชาที่เปิดสอน 25% ของรายวิชาที่เปิดสอนในภาคการศึกษา
6.อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรประชุมร่วมกับอาจารย์ผู้สอนและจัดทำรายงานผลการดำเนินงานของหลักสูตร (มคอ.7)
7.ทบทวน/ประเมินระบบกระบวนการ
</td></tr>
<tr><td></td><td>การนำระบบและกลไกไปสู่การปฏิบัติ/ดำเนินงาน</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>ผลการดำเนินการปีการศึกษา 2567 พบว่า อาจารย์ผู้สอนของหลักสูตรทุกท่านได้ส่ง มคอ. 3 คิดเป็นร้อยละ 100 โดยมีจำนวนรายวิชาทั้งหมด 39 รายวิชา ซึ่งเป็นวิชาของสาขาการตลาด</td><td>5.2-2-2 : รายงานการ</td></tr>
</table>

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน
	จำนวน 31 รายวิชา และรายวิชาพื้นฐานในโครงสร้างหลักสูตร จำนวน 8 รายวิชา ตลอดปีการศึกษา 2567 และทุกรายวิชาได้นำข้อเสนอแนะและการปรับปรุงที่ระบุไว้ใน มคอ.5 ปีการศึกษา 2566 มาใช้ในการปรับปรุงการเรียนการสอนในปีการศึกษา 2567 จากการติดตามการเรียนการสอนระหว่างภาคเรียน 1/2567 และ 2/2567 ของสาขา พบว่าส่วนใหญ่ เป็นไปตาม มคอ.3 แต่บางรายวิชามีการปรับเปลี่ยนแผนการเรียนการสอน โดยปรับเปลี่ยนตามสภาพแวดล้อมและสถานการณ์แวดล้อม นอกจากนี้ จากประเมินระบบและกลไกในการดำเนินงานการกำกับติดตามและตรวจสอบการจัดทำแผนการเรียนรู้ (มคอ.3 และมคอ.4) และการจัดการเรียนการสอนในปีการศึกษา 2567 พบว่า ขั้นตอนการส่งเอกสาร มคอ.3 ตามระยะเวลาที่กำหนด เมื่อสิ้นปีการศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ได้ประชุมเพื่อทบทวนผลการดำเนินการกำกับและติดตามผลการดำเนินการจัดทำ มคอ.3 และ มคอ.4 พบว่าการกำหนดระยะเวลาในการส่ง มคอ.3 และ มคอ.4 ของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ตรงตามระยะเวลาที่กำหนด	ประชุม 5.2-2-3 : โครงการทวนสอบ
	การประเมินกระบวนการ	5.2-2-4 : รายงานการประชุม
	1. หลักสูตรประชุมเพื่อวางระบบผู้สอนและการจัดการเรียนการสอนโดยพิจารณาจากประสบการณ์ ความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และผลงานทางวิชาการ รวมถึงความสมัครใจของผู้สอน เพื่อให้การสอนมีคุณภาพ พบว่า การจัดประชุมก่อนเปิดภาคเรียนเพื่อวางระบบผู้สอนและจัดการเรียนการสอนโดยพิจารณาจากประสบการณ์ ความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และผลงานทางวิชาการ รวมถึงความสมัครใจของผู้สอนนั้นเป็นประโยชน์แก่นักศึกษาทั้งด้านวิชาการและด้านวิชาชีพ 2. จัดทำ มคอ. 3, 4 พบว่า หลักสูตรได้จัดจำ มคอ.3,4 ส่งตามระยะเวลาที่มหาวิยาลัยกำหนด และมีการตรวจสอบโดยคณะกรรมการบริหารหลักสูตรและอาจารย์ผู้เสนอร่วมกันก่อนเปิดภาคเรียน 3. อาจารย์ผู้สอนนำ มคอ.3, 4 ไปใช้ พบว่า เมื่อกรรมการบริหารหลักสูตรได้พิจารณา มคอ.3, 4 ร่วมกันแล้ว อาจารย์ผู้สอนนำ มคอ.3,4 ไปใช้ใน ภาคการศึกษา 4. อาจารย์ผู้สอนจัดทำรายงานผลการดำเนินการรายวิชา (มคอ.5, 6) ภายใน 30 วัน หลังสิ้นสุดภาค พบว่าหลักสูตรได้จัดจำ มคอ.5 , 6 ตามระยะเวลาที่มหาวิยาลัยกำหนด 5. ทวนสอบในรายวิชาที่เปิดสอน 25% ของรายวิชาที่เปิดสอนในภาคการศึกษา - แต่งตั้งคณะกรรมการทวนสอบสัมฤทธิ์ - ดำเนินการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ พบว่า หลักสูตรดำเนินการตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด โดยดำเนินการแต่งตั้งคณะกรรมการทวนสอบสัมฤทธิ์ ตามคำสั่งที่ 3468/2568 ลงวันที่ 6 มิถุนายน 2568 ดังนี้ 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัตนา สิทธิอ่วม ประธานกรรมการ (สังกัดคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม) 2. อาจารย์ ดร.กิจปพน ศรีธานี กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกคณะ	

<table>
<tr><th>ประเด็นการประเมิน</th><th>ผลการดำเนินงาน</th><th>หลักฐาน</th></tr>
<tr><td></td><td>
(สังกัดคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม)
3. อาจารย์ ดร.มนันยา นันทสาร กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกคณะ
(สังกัดคณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม)
และโดยดำเนินการทวนสอบผลสัมฤทธิ์รายวิชาที่เปิดสอนทั้งหมดของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ปีการศึกษา 2567 ในกลุ่มวิชาชีพการตลาด จำนวน 31 รายวิชา และรายวิชาที่นักศึกษาสาขาวิชาการตลาดมีการเรียนในกลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ จำนวน 8 วิชา รวมทั้งสิ้น 39 วิชา ตามข้อกำหนดของตัวบ่งชี้ระบุบว่าจะต้องทำการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ฯ อย่างน้อยร้อยละ 25 ของรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละปีการศึกษา ดังนั้นหลักสูตรจึงดำเนินการทวนสอบ จำนวน 16 รายวิชา คิดเป็นร้อยละ 41.03 ดังนี้
<table>
<tr><th rowspan="2">รายวิชาที่เปิดสอน</th><th rowspan="2">รายวิชาที่ทวนสอบ</th><th colspan="3">ผลการประเมิน</th></tr>
<tr><th>$\bar{x}$</th><th>S.D.</th><th>ระดับ</th></tr>
<tr><td colspan="5">ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2567</td></tr>
<tr><td>4035101 หลักการตลาด</td><td>✓</td><td>4.05</td><td>0.73</td><td>ดี</td></tr>
<tr><td>4035201 การจัดการการตลาด</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>4035202 พฤติกรรมผู้บริโภค</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>4035225 การตลาดธุรกิจการค้าสมัยใหม่</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>4035226 การจัดการผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>4035227 การตั้งราคาและการบริหารการเงิน</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>4035303 การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>4035308 การตลาดบริการ</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>4035326 การตลาดระหว่างประเทศและระดับโลก</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>4035316 การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาด</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>4035222 เทคนิคการนำเสนอเพื่องานทางการตลาด</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>4035327 กลยุทธ์และการวางแผนการตลาด</td><td>✓</td><td>4.09</td><td>0.92</td><td>ดี</td></tr>
<tr><td>4035401 การวิจัยการตลาด</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>4035402 สัมมนาทางการตลาด</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>4035412 การตลาดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>4010101 หลักการบัญชี
(กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ : สาขาบัญชีผู้สอน)</td><td>✓</td><td>4.16</td><td>0.73</td><td>ดี</td></tr>
<tr><td>4020101 การจัดการสมัยใหม่
(กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ : สาขาการจัดการ ผู้สอน)</td><td>✓</td><td>4.13</td><td>0.71</td><td>ดี</td></tr>
<tr><td>4020301 การจัดการการผลิต
(กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ : สาขาการจัดการ ผู้สอน)</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>4030313 การจัดการธุรกิจด้วยคอมพิวเตอร์
(กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ : สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ผู้สอน)</td><td>✓</td><td>4.04</td><td>0.83</td><td>ดี</td></tr>
</table>
</td><td></td></tr>
</table>

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน

4040218 เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ (กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ : สาขาเศรษฐศาสตร์ ผู้สอน)				
ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2567				
4035102 กฎหมายธุรกิจและจรรยาบรรณทางการตลาด				
4035201 การจัดการการตลาด	✓	4.16	0.89	ดี
4035202 พฤติกรรมผู้บริโภค				
4035218 การตลาดดิจิตอล				
4035220 การบริหารงานขายและศิลปะการขาย				
4035329 การออกแบบเนื้อหาบนการตลาดดิจิทัล	✓	4.47	0.67	ดี
4035330 เครื่องมือและเทคนิคด้านการตลาดดิจิทัล	✓	4.49	0.57	ดี
4035226 การจัดการผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม	✓	4.55	0.87	ดี
4035302 การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย	✓	4.29	0.86	ดี
4035303 การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ				
4035327 กลยุทธ์และการวางแผนการตลาด				
4035316 การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาด	✓	4.10	1.17	ดี
4035413 การออกแบบแคมเปญการตลาดดิจิทัล	✓	4.49	0.56	ดี
4035323 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด				
4035325 ระบบสารสนเทศทางการตลาดและสถิติสำหรับวิจัยการตลาด	✓	3.99	0.81	ดี
4035402 สัมมนาทางการตลาด				
3023100 ภาษาอังกฤษธุรกิจ (กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ : สาขาภาษาอังกฤษธุรกิจ ผู้สอน)	✓	4.03	0.69	ดี
4020301 การจัดการการผลิต (กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ : สาขาการจัดการ ผู้สอน)	✓	4.25	0.62	ดี
4040218 เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ (กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ : สาขาเศรษฐศาสตร์ ผู้สอน)	✓	4.17	0.71	ดี
วิชากลุ่มวิชาชีพการตลาด จำนวน 31 รายวิชา และวิชากลุ่มพื้นฐานวิชาชีพ จำนวน 8 วิชา รวม 39 วิชา				
รวมรายวิชาที่ทวนสอบทั้งหมด 16 รายวิชา				
ร้อยละของรายวิชาที่มีการทวนสอบ 41.03				

6. อาจารย์ผู้สอนและจัดทำรายงานผลการดำเนินงานของหลักสูตร (มคอ.7) ภายใน 60 วัน หลังจากสิ้นสุดปีการศึกษา

พบว่า หลักสูตรดำเนินการตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

<table>
<tr><th>ประเด็นการประเมิน</th><th>ผลการดำเนินงาน</th><th>หลักฐาน</th></tr>
<tr><td></td><td>7. ทบทวน/ประเมินระบบกระบวนการ
พบว่า หลักสูตรดำเนินการตามระบบกลไกในปีการศึกษา 2567 อย่างมีประสิทธิภาพในการดำเนินงานที่กำหนดและสอดคล้องกับมหาวิทยาลัยอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรประชุมร่วมกัน</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>การปรับปรุง/พัฒนากระบวนการจากผลการประเมิน</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>สาขาวิชาการตลาดได้ทบทวนและพัฒนากระบวนการจากการประเมินพบว่า กระบวนการที่ใช้ในปีการศึกษา 2567 นั้นมีประสิทธิภาพในการทำงานตามระบบของ สาขาวิชา คณะ และมหาวิทยาลัยสอดคล้องตามที่กำหนด
<table>
<tr><th>ปีการศึกษา 2567</th><th>ปีการศึกษา 2568</th></tr>
<tr><td>1.คณะกรรมการหลักสูตรประชุมพิจารณาเพื่อวางระบบผู้สอนและการจัดการเรียนการสอน</td><td>1.หลักสูตรประชุมเพื่อวางระบบผู้สอนและการจัดการเรียนการสอน</td></tr>
<tr><td>2.อาจารย์ผู้สอนจัดทำ มคอ.3, 4 และนำไปใช้</td><td>2. จัดทำ มคอ. 3, 4</td></tr>
<tr><td>3.อาจารย์ผู้สอนจัดทำรายงานผลการดำเนินการรายวิชา (มคอ.5, 6)</td><td>3.คณะกรรมการหลักสูตรพิจารณา</td></tr>
<tr><td>4.ทวนสอบในรายวิชาที่เปิดสอน 25% ของรายวิชาที่เปิดสอนในภาคการศึกษา</td><td>4.อาจารย์ผู้สอนนำ มคอ.3, 4ไปใช้</td></tr>
<tr><td>5.อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรประชุมร่วมกับอาจารย์ผู้สอนและจัดทำรายงานผลการดำเนินงานของหลักสูตร (มคอ.7)</td><td>5.อาจารย์ผู้สอนจัดทำรายงานผลการดำเนินการรายวิชา (มคอ.5, 6)</td></tr>
<tr><td>6.ทบทวน/ประเมินระบบกระบวนการ</td><td>6.ทวนสอบในรายวิชาที่เปิดสอน 25% ของรายวิชาที่เปิดสอนในภาคการศึกษา</td></tr>
<tr><td></td><td>7.อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรประชุมร่วมกับอาจารย์ผู้สอนและจัดทำรายงานผลการดำเนินงานของหลักสูตร (มคอ.7)</td></tr>
<tr><td></td><td>8.ทบทวน/ประเมินระบบกระบวนการ</td></tr>
</table></td><td>5.2-2-5 : รายงานการประชุม

5.2-2-6 : การประเมินและพัฒนาระบบกลไก</td></tr>
<tr><td></td><td>ผลการปรับปรุงเห็นชัดเจนเป็นรูปธรรม</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>หลักสูตรได้ทบทวนและพัฒนากระบวนการจากการประเมินพบว่า กระบวนการที่ใช้ในปีการศึกษา 2567 นั้นมีประสิทธิภาพในการทำงานตามระบบของ สาขาวิชา คณะ และมหาวิทยาลัยสอดคล้องตามที่กำหนด</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>แนวทางปฏิบัติที่ดี โดยมีหลักฐานเชิงประจักษ์ยืนยัน และกรรมการผู้ตรวจประเมินสามารถให้เหตุผลอธิบายการเป็นแนวปฏิบัติที่ดีได้ชัดเจน</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>-</td><td></td></tr>
</table>

<table>
<tr><th>ประเด็นการประเมิน</th><th>ผลการดำเนินงาน</th><th>หลักฐาน</th></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td rowspan="3">3. การจัดการเรียนการสอนในระดับปริญญาตรีที่มีการบูรณาการกับการวิจัย การบริการวิชาการทางสังคม และการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม</td><td>ระบบและกลไก

<u>ระบบการจัดการเรียนการสอนในระดับปริญญาตรีที่มีการบูรณาการกับการวิจัย การบริการวิชาการทางสังคม และการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม</u> มีดังนี้

เป้าหมาย
<table>
<tr><th>เป้าหมายเชิงปริมาณ</th><th>เป้าหมายเชิงคุณภาพ</th></tr>
<tr><td>1.หลักสูตรมีรายวิชาที่ได้บูรณาการกับการวิจัย การบริการวิชาการ และการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมทุกปีการศึกษา</td><td>1.นักศึกษาได้เรียนรู้จากกิจกรรมการบูรณาการที่เชื่อมโยงหรือนอกเหนือจากทฤษฎีในห้องเรียน</td></tr>
</table>
กระบวนการ
1. หลักสูตรมีการประชุมเพื่อชี้แจงให้อาจารย์ในหลักสูตรเข้าใจถึงการจัดการเรียนการสอนที่มีการบูรณาการให้เข้ากับการวิจัย การบริการวิชาการทางสังคม และการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม
2. กำหนดรายวิชาที่สามารถบูรณาการไปสู่การวิจัย การบริการวิชาทางสังคม การทำนุบำรุง
ศิลปะและวัฒนธรรมและดำเนินการจัดทำ มคอ.3 หรือ มคอ.4
3. ดำเนินการตามแผนของรายวิชาในการการบูรณาการไปสู่การวิจัย และการบริการวิชาทางสังคม และการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม โดยอาจารย์และนักศึกษาต่างมีส่วนร่วมในการดำเนินการ
4. ประชุมสรุปผลและทบทวนผลการดำเนินการในการการบูรณาการไปสู่การวิจัย และการบริการวิชาทางสังคม และการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม
5. พัฒนาปรับปรุงระบบกระบวนการ(ถ้ามี)</td><td>5.2 -3-1 : รายงานการประชุม</td></tr>
<tr><td>การนำระบบและกลไกไปสู่การปฏิบัติ/ดำเนินงาน

สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ ได้มีการประชุมวางแผนเพื่อกำหนดนโยบายรูปแบบการเรียนการสอนในหมวดวิชาชีพบังคับ และหมวดวิชาชีพเลือก โดยในแต่ละรายวิชามีการกำหนดผลผลิตและผลลัพธ์การจัดการเรียนรู้ของแต่ละวิชา ซึ่งจะเน้นภาคปฏิบัติควบคู่กับภาคทฤษฎีเพื่อให้นักศึกษาได้พัฒนาสมรรถนะเชิงวิชาชีพ รวมไปถึงถึงการจัดการเรียนการสอนที่มีการบูรณาการให้เข้ากับการวิจัย การบริการวิชาการทางสังคม และการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม เช่น
<table>
<tr><th>รายวิชา</th><th>ผลผลิต (Output)</th><th>ผลลัพธ์ (Outcome)</th></tr>
<tr><td>วิชาการตลาดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ</td><td>แผนการตลาด</td><td>ต้นแบบแผนการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ</td></tr>
<tr><td>วิชาการบริหารงานขายและศิลปะการขาย</td><td>การวางแผนการขาย และการบริหารทีมขาย</td><td>ต้นแบบแผนการขาย และรูปแบบการบริหารทีมขาย</td></tr>
</table></td><td>5.2-3-2 : สรุปโครงการการบูรณาการงานวิจัย งานสร้างสรรค์นวัตกรรม การบริการวิชาการแก่ชุมชน และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมกับการเรียนการสอนในหลักสูตร</td></tr>
</table>

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน

วิชาเทคนิคการนำเสนอเพื่องานทางการตลาด	การนำเสนองานทางการตลาด	บุคลิกภาพการเป็นนักการตลาด
วิชาการจัดกิจกรรมทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์	การวางแผนการจัดกิจกรรมทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์	การเรียนรู้และแก้ไขปัญหาตามสถานการณ์จริงในการจัดกิจกรรมทางการตลาดและประชาสัมพันธ์
วิชาการวิจัยการตลาด	วิจัยการตลาด	บทความวิจัยการตลาด
วิชาการวางแผนการตลาด	แผนการตลาด	ต้นแบบแผนการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ
วิชาการจัดการโซ่อุปทานและ โลจิสติกส์ทางการตลาด	แผนการตลาดโลจิสติกส์	ต้นแบบแผนการตลาดโลจิสติกส์สำหรับผู้ประกอบการ
วิชากลยุทธ์การตลาด	แผนการตลาด	ต้นแบบแผนการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ

ในแต่ละรายวิชาจะมีการกำหนดรายละเอียดมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ หรือ รายละเอียด มคอ.3 ในส่วนของรายละเอียดการประเมินผลที่ชัดเจน โดยมีนโยบายการกำหนดรายละเอียดการประเมินผล โดยใช้หลัก 3P's คือ

Planning (การวางแผน) คือ ให้นักศึกษามีการวางแผนการจัดทำผลผลิต (Output) อย่างเป็นระบบ โดยการมีหัวข้อ และประเด็นเพื่อเป็นแนวทางให้กับนักศึกษา และฝึกให้นักศึกษาได้มีการคิดอย่างเป็นระบบโดยมีอาจารย์ประจำวิชาเป็นที่ปรึกษา

Process (กระบวนการ) คือ ให้นักศึกษาได้นำสิ่งที่นักศึกษาได้ทำการวางแผนในห้องเรียนไปสู่กระบวนการปฏิบัติตามที่นักศึกษาได้ทำการออกแบบในตอนที่ทำการวางแผน เพื่อเป็นการฝึกให้นักศึกษาได้เรียนรู้ในสถานการณ์จริง และได้มีการนำองค์ความรู้ของรายวิชานั้นๆไปปฏิบัติ

Presentation (การนำเสนอ) คือ ให้นักศึกษาได้มีการสรุปผลจากการกระบวนการปฏิบัติ และสิ่งที่ได้จากกระบวนการปฏิบัติจากสถานการณ์จริง โดยการนำเสนอผลงาน และเพื่อเป็นการฝึกทักษะการสื่อสารของนักศึกษาต่อสาธารณชน และสร้างความมั่นใจในตัวเอง

สาขาวิชาการตลาดได้ออกแบบกระบวนการจัดการเรียนการสอนโดยบูรณาการการเรียนการสอนกับการวิจัย การบูรณาการกับการบริการทางสังคม และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ในโครงการ การบูรณาการงานวิจัย งานสร้างสรรค์นวัตกรรม การบริการวิชาการแก่ชุมชน และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม กับการเรียนการสอนใน สาขาวิชาการตลาด เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ต่อชุมชน ประจำปีการศึกษา 2567

โดยนำนักศึกษาออกฝึกประสบการณ์และเก็บข้อมูลเกี่ยวกับผู้ประกอบการ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ภายในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม เพื่อนำนักศึกษาเข้าร่วมกิจกรรมการบูรณาการการเรียนการสอนกับการวิจัย การบูรณาการกับการบริการทางสังคม และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม แล้วนั้น ทำให้นักศึกษาเข้าใจบริบทของกลุ่มเป้าหมายที่เรียนรู้จากสถานการณ์จริง นำมาแก้ไขปัญหาและนำไปวางแผนการตลาดได้มากยิ่งขึ้น และมีการบูรณาการ 6 รายวิชา โดยการผสานรายวิชาด้านการตลาด เป็น 3 Node การเรียนรู้ ประกอบด้วย

บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ต่อชุมชน ประจำปีการศึกษา 2566

5.2-3-3 : สรุปโครงการทวนสอบหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

5.2-3-4 : สรุปโครงการ อบรมเชิงปฏิบัติการช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน
	Node1 ต้นน้ำ บูรณาการกับรายวิชาการจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาด เพื่อให้ได้ผลผลิตการศึกษากระบวนการจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งได้ผลผลิตเป็นการศึกษากระบวนการการจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาด Node2 กลางน้ำ บูรณาการกับรายวิชาวิจัยการตลาด และรายวิชากลยุทธ์และการวางแผนการตลาด เพื่อให้ได้ผลผลิตการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ การสร้างตราสินค้า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการพัฒนารูปแบบการจัดจำหน่ายให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งได้ผลผลิตงานวิจัยการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน และแผนการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชน Node3 ปลายน้ำ บูรณาการกับรายวิชาการตลาดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ และรายวิชาเทคนิคการนำเสนอเพื่องานทางการตลาด เพื่อให้ได้ผลผลิตแผนการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน และสามารถนำไปถ่ายทอดสู่กลุ่มชุมชน รวมไปถึงการนำเสนอในการประชุมวิชาการทั้งระดับชาติและนานาชาติ นอกจากนั้น ในปีการศึกษา 2567 ทางสาขาวิชาการตลาดได้ประยุกต์การเข้าร่วมการแข่งขันทักษะทางวิชาการหรือการเข้าร่วมนำเสนอผลงานทางวิชาการในงานระดับชาติและนานาชาติ เพื่อเป็นการพัฒนาสมรรถนะเชิงวิชาชีพ เช่น 1. นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด เข้าร่วมนำเสนอบทความวิจัยในการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย [The 12th National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)] ในวันที่ 9 พฤศจิกายน 2567 ณ วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย จ.ขอนแก่น บูรณาการจำนวน 5 รายวิชา คือ วิชาการวิจัยการตลาด วิชากลยุทธ์และการวางแผนการตลาด วิชาการจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาด วิชาเทคนิคการนำเสนอเพื่องานทางการตลาด และวิชาการตลาดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ 2. นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด เข้าร่วมแข่งขันทักษะทางวิชาการในงานบริหารธุรกิจวิชาการครั้งที่ 10 คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี วันที่ 6 กันยายน 2567 บูรณาการจำนวน 8 รายวิชา คือ วิชาการตลาดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ วิชาการตลาดธุรกิจการค้าสมัยใหม่ วิชาการบริหารงานขายและศิลปะการขาย วิชาเทคนิคการนำเสนอเพื่องานทางการตลาด วิชาการจัดการผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม วิชาการตั้งราคาและการบริหารการเงิน วิชาการบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย และวิชาการติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ 3. นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด เข้าร่วมแข่งขันทักษะวิชาการด้านการตลาด "การแข่งทักษะการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์" ในงานวิทยาการจัดการสัมพันธ์ ครั้งที่ 31 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี วันที่ 13-14 กรกฎาคม 2567 บูรณาการจำนวน 8 รายวิชา คือ วิชาการตลาดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ วิชาการตลาดธุรกิจการค้าสมัยใหม่ วิชาการบริหารงานขายและศิลปะการขาย วิชาเทคนิคการนำเสนอเพื่องานทางการตลาด วิชาการจัดการผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม วิชาการตั้งราคาและการบริหารการเงิน วิชาการบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย และวิชาการติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ เมื่อนักศึกษาได้ผลผลิตจากการผสานรายวิชา ในการบูรณาการการเรียนการสอนกับ	

<table>
<tr><th>ประเด็นการประเมิน</th><th>ผลการดำเนินงาน</th><th>หลักฐาน</th></tr>
<tr><td></td><td>การวิจัย การบูรณาการกับการบริการทางสังคม และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ได้ดำเนินการถ่ายทอดองค์ความรู้และเผยแพร่ข้อมูลยังชุมชนที่แต่ละกลุ่มได้ทำการศึกษา เพื่อที่ใช้ชุมชนนำผลผลิตจากการศึกษาไปใช้ประโยชน์ในกลุ่มผู้ประกอบการในชุมชนนั้นๆต่อไป
จากการดำเนินงานที่ผ่านมา คณะกรรมผู้รับผิดชอบหลักสูตรได้ทบทวนกระบวนการวางระบบผู้สอนว่าควรมีการวางแผนผสานรายวิชา ให้มีความต่อเนื่องให้เพิ่มมากขึ้น และเน้นการปฏิบัติให้เพิ่มมากขึ้น พร้อมทั้งให้นำนักศึกษาสาขาวิชาการตลาดเข้าร่วมโครงการฯจากส่วนงานภายนอก ในปีถัดไปให้มากขึ้น</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>การประเมินกระบวนการ
1. หลักสูตรมีการประชุมเพื่อชี้แจงให้อาจารย์ในหลักสูตรเข้าใจถึงการจัดการเรียนการสอนที่มีการบูรณาการให้เข้ากับการวิจัย การบริการวิชาการทางสังคม และการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม
พบว่า หลักสูตรได้ดำเนินการประชุมเพื่อกำหนดรายวิชาเพื่อจดการเรียนการสอนและบูรณาการให้สอดคล้องกับพันธกิจของคณะ และมหาวิทยาลัย
2. กำหนดรายวิชาที่สามารถบูรณาการไปสู่การวิจัย การบริการวิชาทางสังคม การทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมและดำเนินการจัดทำ มคอ.3 หรือ มคอ.4
พบว่า การออกแบบ มคอ. 3 เพื่อให้สอดคล้องการการบูรณาการกิจกรรมให้สอดคล้องในรายวิชา
3. ดำเนินการตามแผนของรายวิชาในการการบูรณาการไปสู่การวิจัย และการบริการวิชาทางสังคม และการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม โดยอาจารย์และนักศึกษาต่างมีส่วนร่วมในการดำเนินการ
พบว่า การดำเนินการเป็นไปตามแผนที่กำหนด
4. ประชุมสรุปผลและทบทวนผลการดำเนินการในการการบูรณาการไปสู่การวิจัย และการบริการวิชาทางสังคม และการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม
พบว่า การทบทวนและประเมินระบบจะต้องมีการประชุมเพื่อศึกษาปัญหาในปีการศึกษา 2567 และแนวทางปฏิบัติเพื่อเตรียมในปีการศึกษา 2568</td><td>5.2-3-5 : รายงานการประชุม</td></tr>
<tr><td></td><td>การปรับปรุง/พัฒนากระบวนการจากผลการประเมิน
สาขาวิชาการตลาดได้ทบทวนและพัฒนากระบวนการจากการประเมินพบว่า กระบวนการที่ใช้ในปีการศึกษา 2567 นั้นมีประสิทธิภาพในการทำงานตามระบบของ สาขาวิชา คณะ และมหาวิทยาลัยสอดคล้องตามที่กำหนด</td><td>5.2-3-6 : รายงานการประชุม</td></tr>
<tr><td></td><td><table><tr><th>ปีการศึกษา 2567</th><th>ปีการศึกษา 2568</th></tr><tr><td>1. หลักสูตรมีการประชุมเพื่อชี้แจงให้อาจารย์ในหลักสูตรเข้าใจถึงการจัดการเรียนการสอนที่มีการบูรณาการให้เข้ากับการวิจัย การบริการวิชาการทางสังคม และการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม</td><td>1.หลักสูตรประชุมเพื่อกำหนดรายวิชาเพื่อจัดการเรียนการสอนที่บูรณาการฯ ให้สอดคล้องกับแผน</td></tr></table></td><td>5.2-3-7 : การประเมินและพัฒนาระบบกลไก</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th>ประเด็นการประเมิน</th><th>ผลการดำเนินงาน</th><th>หลักฐาน</th></tr>
<tr><td></td><td>
<table>
<tr><td>2. กำหนดรายวิชาที่สามารถบูรณาการไปสู่การวิจัย การบริการวิชาทางสังคม การทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมและดำเนินการจัดทำ มคอ. 3 หรือ มคอ.4</td><td>2. ออกแบบ มคอ. 3 ที่มีการบูรณาการกับการวิจัย การบริการวิชาการ และการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม</td></tr>
<tr><td>3. ดำเนินการตามแผนของรายวิชาในการการบูรณาการไปสู่การวิจัย และการบริการวิชาทางสังคม และการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม โดยอาจารย์และนักศึกษาต่างมีส่วนร่วมในการดำเนินการ</td><td>ดำเนินการตามแผนของรายวิชาในการการบูรณาการไปสู่การวิจัย และการบริการวิชาทางสังคม และการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม โดยอาจารย์และนักศึกษาต่างมีส่วนร่วมในการดำเนินการ</td></tr>
<tr><td>4.ประชุมสรุปผลและทบทวนผลการดำเนินการในการการบูรณาการไปสู่การวิจัย และการบริการวิชาทางสังคม และการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม</td><td>4.ทบทวน/ประเมินระบบกระบวนการ</td></tr>
<tr><td>5.รายงานผลการดำเนินการต่อคณะกรรมการประจำคณะ</td><td>5.พัฒนา/ปรับปรุงระบบกระบวนการ (ถ้ามี)</td></tr>
</table>
ผลการปรับปรุงเห็นชัดเจนเป็นรูปธรรม
ทางหลักสูตรได้มีการปรับปรุงการออกแบบเชื่อมโยงสาระในรายวิชา ในเนื้อหา/กิจกรรมการสอนใน มคอ.3 ของรายวิชาสำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 3 เพื่อนำมาใช้ในปีการศึกษา 2567 ให้มีการจัดการเรียนการสอนที่มีการบูรณาการให้เข้ากับการวิจัย การบริการวิชาการทางสังคม และการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม ดังนี้
<table>
<tr><th>รายละเอียดออกแบบเชื่อมโยงสาระในรายวิชา ในเนื้อหา/กิจกรรมการสอนใน มคอ.3</th><th>รายวิชาในแผนการเรียนปีการศึกษา 2567</th></tr>
<tr><td>Node1 ต้นน้ำ: ได้ผลผลิตเป็นการศึกษากระบวนการการจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชน</td><td>วิชาการจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาด</td></tr>
<tr><td>Node2 กลางน้ำ: ได้ผลผลิตงานวิจัยการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน และแผนการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชน</td><td>วิชาวิจัยการตลาด
และวิชากลยุทธ์การวางแผนการตลาด</td></tr>
<tr><td>Node3 ปลายน้ำ: ได้ผลผลิตเป็นแผนการตลาดสร้างสรรค์ธุรกิจเชิงพาณิชย์ และมีทักษะสามารถนำไปถ่ายทอดองค์ความรู้แก่ชุมชน และนำเสนอผลงานในงานประชุมวิชาการได้</td><td>วิชาการตลาดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ
และวิชาเทคนิคการนำเสนอเพื่องานทางการตลาด</td></tr>
</table>
กิจกรรมการบูรณาการการเรียนการสอนกับการวิจัย การบูรณาการกับการบริการทางสังคม และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ของหลักสูตร สามารถสร้างสรรค์ผลงานได้ตามผลผลิต (Output) และผลลัพธ์ (Outcome) ของแต่ละรายวิชา ซึ่งมี**ผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินการ**
1. การนำเสนอบทความวิจัยประเภท บรรยาย ในงานการประชุมระดับชาติและนานาชาติ ปีการศึกษา 2567
นักศึกษาสาขาวิชาการตลาดได้รับรางวัล **ได้รับรางวัลการนำเสนอแบบบรรยาย**</td><td></td></tr>
</table>

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน
	ดีเด่น (Best Oral Presentation) ในการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย [The 12th National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)] ในวันที่ 9 พฤศจิกายน 2567 ณ วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย จ.ขอนแก่น ประกอบด้วย 1) เรื่องที่ 1 "การศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมบ้านกุดรัง ตำบลกุดรัง อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม" ผู้วิจัย: นายคมกฤษ์ น้อยคูณ และนายรพีภัทร แสนพล อาจารย์ที่ปรึกษา: ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย และ ผศ.ลักขณา ศิริจำปา 2) เรื่องที่ 2 "แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมบ้านกุดรัง ตำบลกุดรัง อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม" ผู้วิจัย: นางสาวกมลวรรณ บุญทองโท และนางสาวสุกัญญา หันบัญญัติ อาจารย์ที่ปรึกษา: ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย และ ผศ.ดร.เขมิกา แสนโสม 3) เรื่องที่ 3 "การศึกษาระบบสารสนเทศทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนผลิตดอกอัญชันออแกนิคเชิงพาณิชย์ ตำบลเสือโก้ก อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม" ผู้วิจัย: นางสาวจิราพรรณ ลำไธสง และนายพิมพ์พิชชาภัส สมจันทร์ อาจารย์ที่ปรึกษา: ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย และ อ.ณิชาภา พิมลศิริ 4) เรื่องที่ 4 "แนวทางการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์ของกลุ่มเครื่องเรือนหวายและผักตกชวาบ้านวังไผ่ ตำบลลาดพัฒนา อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม" ผู้วิจัย: นางสาวมินตรา รัชเสนา และนางสาวอนุสรา สายแขม อาจารย์ที่ปรึกษา: ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย และ ผศ.นุชนาถ มีนาสันติรักษ์ **2. ผลการแข่งขันทักษะทางวิชาการในงานบริหารธุรกิจวิชาการครั้งที่ 10 คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี** วันที่ 6 กันยายน 2567 **1) การแข่งขันทักษะวิชาการด้านการตลาด (Marketing Knowledge Contest 2024)** 🏅 ได้รับรางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1 โดย นางสาวศิริกัญญา ศรีแสงสว่าง อาจารย์ที่ปรึกษา: อ.ณิชาภา พิมลศิริ **2) การประกวดนักขายมืออาชีพ (The Best Salesman 2024)** 🏅 ได้รับรางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1 ทีมนักขายประกอบด้วย นางสาวจิรัญญา จันดี นางสาวรัตนาภรณ์ ประสมพล และนางสาวชนม์นิภา ภูเพชร อาจารย์ที่ปรึกษา: ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย **3. ผลการแข่งขันทักษะวิชาการด้านการตลาด "การแข่งทักษะการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์" ในงานวิทยาการจัดการสัมพันธ์ ครั้งที่ 31 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี** วันที่ 13-14 กรกฎาคม 2567 🏅 ได้รับรางวัลรองชนะเลิศอันดับ 2 🏅 "ทีมขนมฝรั่งกุฎีจีน แม่ศรีตูหลานย่าเป้า ประกอบด้วย นางสาวตวงทอง อนันเอื้อ และนายณตสกร บุบผา" อาจารย์ที่ปรึกษา: ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย 🏅 ได้รับรางวัลชมเชย 🏅 "ทีม TEKKY by RMU. ประกอบด้วย	

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน
	นางสาวสุพรรษา มหาอ้น และนายภควัต ปิยะจักรพงศ์" อาจารย์ที่ปรึกษา: อ.ณิชาภา พิมลศิริ และเมื่อนักศึกษาได้ผลผลิตจากการผสานรายวิชา ในการบูรณาการการเรียนการสอนกับการวิจัย การบูรณาการกับการบริการทางสังคม และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ได้ดำเนินการถ่ายทอดองค์ความรู้และเผยแพร่ข้อมูลยังชุมชนที่แต่ละกลุ่มได้ทำการศึกษา เพื่อที่ใช้ชุมชนนำผลผลิตจากการศึกษาไปใช้ประโยชน์ในกลุ่มผู้ประกอบการในชุมชนนั้นๆต่อไป	
	แนวทางปฏิบัติที่ดี โดยมีหลักฐานเชิงประจักษ์ยืนยัน และกรรมการผู้ตรวจประเมินสามารถให้เหตุผลอธิบายการเป็นแนวปฏิบัติที่ดีได้ชัดเจน	
	-	

สรุปผลการประเมินตนเอง

ตัวบ่งชี้	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	คะแนน	การบรรลุเป้าหมาย
5.2	3 ข้อ	3 ข้อ	4	☑ บรรลุ ☐ไม่บรรลุ

ตัวบ่งชี้ที่ 5.3 การประเมินผู้เรียน

ในการรายงานการดำเนินงานตามตัวบ่งชี้นี้ ให้อธิบายกระบวนการหรือแสดงผลการดำเนินงานอย่างน้อยครอบคลุมประเด็นต่อไปนี้

- การประเมินผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ
- การตรวจสอบการประเมินผลการเรียนรู้ของนักศึกษา
- การกำกับการประเมินการจัดการเรียนการสอนและประเมินหลักสูตร (มคอ.5 มคอ. 6 และ มคอ. 7)

<table>
<tr><th>ประเด็นการประเมิน</th><th>ผลการดำเนินงาน</th><th>หลักฐาน</th></tr>
<tr><td rowspan="2">1. การประเมินผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ</td><td>ระบบและกลไก

<u>ระบบการประเมินผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ</u>มีดังนี้

เป้าหมาย
<table>
<tr><th>เป้าหมายเชิงปริมาณ</th><th>เป้าหมายเชิงคุณภาพ</th></tr>
<tr><td>1.นักศึกษาทุกคนได้รับการประเมินผลการเรียนตามจุดเน้นในแต่ละรายวิชาและสอดคล้องตาม Curriculum Mappingที่หลักสูตรกำหนด</td><td>1.การประเมินผลการเรียนรู้อย่างเที่ยงตรงครอบคลุม 5 ด้านตามที่กำหนดในหลักสูตรและผลการเรียนรู้ที่หลักสูตรกำหนดเพิ่มเติมตามจุดเน้น</td></tr>
</table>
กระบวนการ
1. นักศึกษาลงทะเบียนรายวิชา
2. อาจารย์ผู้สอนจัดทำ มคอ.3,4
3. ดำเนินการสอน
4. ประเมินผลการเรียน
5. จัดทำรายงาน มคอ. 5,6
6. รับรองผลการเรียน
6. ทวนสอบผลสัมฤทธิ์และจัดทำ มคอ. 7
7. ทบทวน/ประเมินระบบกระบวนการ
8. พัฒนา/ปรับปรุงระบบกระบวนการ
9. รายงานผลการปรับปรุงระบบกระบวนการและแนวทางปฏิบัติที่ดี</td><td>5.3-1-1 : รายงานการประชุม</td></tr>
<tr><td>การนำระบบและกลไกไปสู่การปฏิบัติ/ดำเนินงาน

ในปีการศึกษา 2567 หลักสูตรฯ ได้จัดให้มีระบบและกลไกการประเมินการเรียนรู้ของผู้เรียนทั้ง 5 ด้าน ตาม มคอ. 2 ตามกระบวนการดังนี้
1. กรรมการบริหารหลักสูตร กำกับ ติดตาม และตรวจสอบการประเมินผลการเรียนรู้ของนิสิต ตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ใน มคอ.3
2. หลักสูตรฯ ร่วมกับคณะได้ดำเนินการทวนสอบผลสัมฤทธิ์รายวิชาเพื่อประเมินผลการเรียนรู้ในทุกภาคการศึกษา โดยในปีการศึกษา 2567 ได้มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์รายวิชาที่เปิดสอนทั้งหมดของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ปีการศึกษา 2567 ในกลุ่ม</td><td>5.3-1-2 : สรุปโครงการทวนสอบหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th>ประเด็นการประเมิน</th><th>ผลการดำเนินงาน</th><th>หลักฐาน</th></tr>
<tr><td></td><td>
วิชาชีพการตลาด จำนวน 31 รายวิชา และรายวิชาที่นักศึกษาสาขาวิชาการตลาดมีการเรียนในกลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ จำนวน 8 วิชา รวมทั้งสิ้น 39 วิชา ตามข้อกำหนดของตัวบ่งชี้ระบุบว่าจะต้องทำการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ฯ อย่างน้อยร้อยละ 25 ของรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละปีการศึกษา ดังนั้นหลักสูตรจึงดำเนินการทวนสอบ จำนวน 16 รายวิชา คิดเป็นร้อยละ 41.03 ดังนี้ โดยมีรายละเอียดดังนี้
<table>
<tr><th>รายวิชาที่เปิดสอน</th><th>รายวิชาที่ทวนสอบ</th></tr>
<tr><td colspan="2">ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2567</td></tr>
<tr><td>4035101 หลักการตลาด</td><td>✓</td></tr>
<tr><td>4035327 กลยุทธ์และการวางแผนการตลาด</td><td>✓</td></tr>
<tr><td>4010101 หลักการบัญชี</td><td>✓</td></tr>
<tr><td>4020101 การจัดการสมัยใหม่</td><td>✓</td></tr>
<tr><td>4030313 การจัดการธุรกิจด้วยคอมพิวเตอร์</td><td>✓</td></tr>
<tr><td colspan="2">ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2567</td></tr>
<tr><td>4035201 การจัดการการตลาด</td><td>✓</td></tr>
<tr><td>4035329 การออกแบบเนื้อหาบนการตลาดดิจิทัล</td><td>✓</td></tr>
<tr><td>4035330 เครื่องมือและเทคนิคด้านการตลาดดิจิทัล</td><td>✓</td></tr>
<tr><td>4035226 การจัดการผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม</td><td>✓</td></tr>
<tr><td>4035302 การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย</td><td>✓</td></tr>
<tr><td>4035316 การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาด</td><td>✓</td></tr>
<tr><td>4035413 การออกแบบแคมเปญการตลาดดิจิทัล</td><td>✓</td></tr>
<tr><td>4035325 ระบบสารสนเทศทางการตลาดและสถิติสำหรับวิจัยการตลาด</td><td>✓</td></tr>
<tr><td>3023100 ภาษาอังกฤษธุรกิจ</td><td>✓</td></tr>
<tr><td>4020301 การจัดการการผลิต</td><td>✓</td></tr>
<tr><td>4040218 เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ</td><td>✓</td></tr>
</table>
3. กรรมการบริหารหลักสูตร วิเคราะห์ผลการทวนสอบฯ พร้อมข้อเสนอแนะ และแนวทางการพัฒนา/ปรับปรุงในที่ประชุมสำนักวิชาคณะ
ผลการดำเนินการในปีการศึกษา 2567 พบว่า รายวิชาที่ทำการทวนสอบ ในวันที่ 10 มิถุนายน 2568 จำนวน 16 รายวิชา ได้ผ่านการพิจารณาทุกรายวิชา อย่างไรก็ตาม รายวิชาที่ทำการทวนสอบบางส่วนกรรมการให้ข้อเสนอแนะ เช่น ควรระบุแผนการสอนที่คาดว่าจะปฏิบัติได้จริงลงใน มคอ.3 ให้ชัดเจน ควรปรับปรุงเกณฑ์การวัดผลและการสอนให้สอดคล้องกับ Curriculum mapping ควรเพิ่มเติมแผนการประเมินการเรียนรู้และการวัดผลใน มคอ3. ให้ครบถ้วน ควรปรับปรุงสื่อการสอนให้กับนักศึกษา ควรเพิ่มเติมการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการแก้ปัญหา เป็นต้น ซึ่งที่ประชุมสาขาทบทวนกระบวนการดังกล่าวและได้มีมติเห็นควรให้อาจารย์ในสาขาดำเนินการปรับปรุงข้อเสนอแนะต่าง ๆ ตามความเหมาะสมในการจัดการเรียน
</td><td></td></tr>
</table>

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน
	การสอนปีการศึกษา 2567 ผลการดำเนินการในปีการศึกษา 2567 พบว่า นักศึกษาทุกคนได้รับการประเมินผลการเรียนตามจุดเน้นในแต่ละรายวิชาและสอดคล้องตาม Curriculum Mapping ที่หลักสูตรกำหนด และรายวิชาที่ทำการทวนสอบได้ผ่านการพิจารณาทุกรายวิชา โดยมีข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการทวนสอบฯ 1. ควรแสดงผลการเรียนรู้กลยุทธ์การสอนและการประเมินผลในแต่ละด้านลงใน มคอ.3 ให้ชัดเจน ตามแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping) 2. ควรปรับแก้ไข มคอ.3 เกณฑ์/ประเมินผลให้สอดคล้องกับกระบวนการจัดการเรียนการสอนในบางรายวิชา 3. เพิ่มกิจกรรมที่ทำใน มคอ.3 ให้ชัดเจนและสอดคล้องกับ Curriculum Mapping ในบางรายวิชา 4. แจงรายละเอียดเกณฑ์การวัดประเมินผลรายวิชา ให้ชัดเจนใน มคอ.3 ในบางรายวิชา 5. ควรปรับแผนการสอนใน มคอ.3 ให้อยู่ 15 สัปดาห์ /สอบสัปดาห์ 16 ในบางรายวิชา 6. ให้ปรับปรุงเนื้อหาและกิจกรรมการเรียนการสอนใน มคอ.3 และ มคอ.5 และให้สอดคล้องกันในบางรายวิชา ซึ่งที่ประชุมสาขาได้ทบทวนผลการทวนสอบของรายวิชาต่าง ๆ ดังกล่าวและได้มีมติเห็นควรให้อาจารย์ในสาขาดำเนินการปรับปรุงข้อเสนอแนะต่าง ๆ ตามความเหมาะสมของบริบทแต่ละรายวิชาในการจัดการเรียนการสอนปีการศึกษา 2567 ซึ่งสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้ ข้อเสนอแนะแนวทางการปรับปรุง 1. หลักสูตรควรตั้งกรรมการดำเนินการทวนสอบผลสัมฤทธิ์รายวิชาของหลักสูตรเองก่อนให้กรรมการทวนสอบภายนอกมาทำการทวนสอบ เพื่อเป็นการตรวจสอบความถูกต้องเบื้องต้น 2. นำข้อสรุปที่ได้จากกรรมการทวนสอบผลสัมฤทธิ์มาปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น 3. หลักสูตรควรจัดทำคู่มือที่แสดงรายละเอียดและกลไกการทวนสอบผลสัมฤทธิ์รายวิชาของหลักสูตรหรือคณะให้ชัดเจนซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแนวทางการเรียนการสอนเหล่านี้จะได้นำเสนอร่วมกันในที่ประชุม ในปีการศึกษา 2567 และจะได้แนวทางในการปรับประยุกต์ใช้งานในรายวิชาในสาขาในปีการศึกษา 2568 ต่อไป	
	การประเมินกระบวนการ	
	1. นักศึกษาลงทะเบียนรายวิชา พบว่า นักศึกษาลงทะเบียนเรียนรายวิชาตามแผนการเรียนที่หลักสูตรฯได้กำหนด 2. อาจารย์ผู้สอนจัดทำ มคอ.3, 4	5.3-1-3 : รายงานการประชุม

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน
	พบว่า อาจารย์ผู้สอนจัดทำ มคอ.3, 4 ตามระยะเวลาที่กำหนด 3. ดำเนินการสอน พบว่า การดำเนินการสอนของอาจารย์ประจำรายวิชาได้สอนตามแผนการเรียนที่กำหนดในรายวิชา 4. ประเมินผลการเรียน พบว่า การประเมินผลการเรียนในรายวิชาได้ทำการประเมินผู้เรียนและประเมินการสอน 5. จัดทำรายงาน มคอ. 5,6 และรับรองผลการเรียน พบว่า การจัดทำรายงาน ตามระยะเวลาที่กำหนด 6. ทวนสอบผลสัมฤทธิ์และจัดทำ มคอ. 7 พบว่า ได้ดำเนินการทวนสอบผลสัมฤทธิ และจัดทำ มคอ.7 ตามระยะเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด 7. ทบทวน/ประเมินระบบกระบวนการ พบว่า หลักสูตรได้นำผลการทวนสอบเสนอคณะกรรมการบริหารหลักสูตรเพื่อเป็นแนวทางในการบริหารหลักสูตรต่อไป 8. พัฒนา/ปรับปรุงระบบกระบวนการ พบว่า หลักสูตรได้นำผลการทวนสอบเสนอคณะกรรมการบริหารหลักสูตรเพื่อเป็นแนวทางในการบริหารหลักสูตรต่อไป 9. รายงานผลการปรับปรุงระบบกระบวนการและแนวทางปฏิบัติที่ดี พบว่า ทางหลักสูตรได้ดำเนินการสรุปผลการทวนสอบเพื่อเสนอคณะกรรมการประจำคณะ	
	การปรับปรุง/พัฒนากระบวนการจากผลการประเมิน	
	จากผลการประเมินกระบวนการพบว่า ในปีการศึกษา 2567 แล้วนั้นทำให้เห็นได้ว่ามีความชัดเจนในกระบวนการมากขึ้นตามที่กำหนด	5.3-1-4 : รายงานการประชุม
	ผลการปรับปรุงเห็นชัดเจนเป็นรูปธรรม	
	-	
	แนวทางปฏิบัติที่ดี โดยมีหลักฐานเชิงประจักษ์ยืนยัน และกรรมการผู้ตรวจประเมินสามารถให้เหตุผลอธิบายการเป็นแนวปฏิบัติที่ดีได้ชัดเจน	
	-	
2. การตรวจสอบการประเมินผล	**ระบบและกลไก**	
	<u>ระบบการตรวจสอบการประเมินผลการเรียนรู้ของนักศึกษา</u>มีดังนี้ **เป้าหมาย**	5.3-2-1 : รายงานการประชุม

<table>
<tr><th>ประเด็นการประเมิน</th><th>ผลการดำเนินงาน</th><th>หลักฐาน</th></tr>
<tr><td>การเรียนรู้ของนักศึกษา</td><td>
<table>
<tr><th>เป้าหมายเชิงปริมาณ</th><th>เป้าหมายเชิงคุณภาพ</th></tr>
<tr><td>1.ร้อยละ 25 ของรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละปีการศึกษาได้รับการทวนสอบผลสัมฤทธิ์</td><td>1.การประเมินผลการเรียนรู้มีความเหมาะสม (เกณฑ์การประเมิน วิธีการประเมิน เครื่องมือการประเมิน วิธีการให้เกรด สะท้อนผลการเรียนรู้ของผู้เรียน และนำผลประเมินไปพัฒนาการเรียนของตนเอง)</td></tr>
</table>
กระบวนการ
1.อาจารย์ผู้สอนดำเนินการส่ง มคอ 3
2.หลักสูตรประชุมกลั่นกรองทักษะการเรียนรู้ ให้สอดคล้องระหว่าง มคอ 2 และ มคอ 3
3.อาจารย์ปรับปรุงแก้ไขตามข้อแนะนำ
4.หลักสูตรดำเนินการจัดส่ง มคอ 3
5.อาจารย์ผู้สอนจะต้องดำเนินการส่งเอกสาร มคอ 3 และใบสรุปคะแนนของนักศึกษาทั้งหมด และข้อสอบทั้งหมด แบบฝึกหัดและตัวอย่างชิ้นงานของนักศึกษา และผลการประเมินของนักศึกษา จากระบบทะเบียน ผลการทดสอบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนโดยนักศึกษา
6.หลักสูตรแต่งตั้งคณะกรรมการทวนสอบ และดำเนินทวนสอบ จำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละเทอม
7.อาจารย์ผู้สอนนำปัญหาที่ได้ปรับปรุง มคอ. 3 ในรอบถัดไป
8. หลักสูตรฯ ต้องมีการสุ่มสัมภาษณ์นักศึกษา เพื่อวัดผลการเรียนรู้ที่นอกเหนือจาการตัดเกรด</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>การนำระบบและกลไกไปสู่การปฏิบัติ/ดำเนินงาน</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>1. มีการนำส่ง มคอ. 3 ครบถ้วนทุกรายวิชา และมีการทวนสอบร้อยละ 25 ครบถ้วน
2. อาจารย์ผู้สอนส่งเกรดทุกรายวิชา แต่มีบางรายวิชาแก้ไขผลการศึกษา เนื่องจากบางรายวิชาส่งผลการศึกษา I เนื่องจากดำเนินการในการเรียนการสอนยังไม่สมบูณ์ อย่างไรก็ดีหลักสูตรได้ดำเนินการแก้ไขและส่งผลการเรียนก่อนเปิดภาคการศึกษาใหม่เรียบร้อยครบถ้วน ซึ่งหลักสูตรได้นำปัญหาที่พบไปหารือเพื่อปรับปรุงกระบวนการต่อไปและใช้ในปีการศึกษา 2567
3. จากการติดตามการเรียนการสอนระหว่างภาคเรียน 1/2567 และ 2/2567 ของหลักสูตร พบว่าส่วนใหญ่ เป็นไปตาม มคอ.3
จากปัญหาที่เกิดขึ้น หลักสูตรได้ประชุมพิจารณาและเห็นควรให้ทุกรายวิชาปฏิบัติการดำเนินการเช่นกัน ตามแนวทางการแก้ปัญหา คือ ให้มีสถานที่ส่งงานที่ชัดเจนที่นักศึกษาสามารถส่งงานได้ถูกที่ ตรวจงานและส่งคืนงานให้นักศึกษา ทุกครั้งของการสั่งงาน ประกาศคะแนนให้นักศึกษา ทราบทุกครั้งของการตรวจงาน ประกาศคะแนนทั้งหมดให้นักศึกษา ตรวจสอบก่อนทำการส่งผลการเรียนเพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาดขึ้นอีก รวมถึงให้รายวิชาใดที่มีการเปลี่ยนแปลงแผนการสอน ให้ดำเนินการบันทึกการเปลี่ยนแปลงนั้นลงใน มคอ.3 เพื่อให้สอดคล้องกับการดำเนินงานจริงในการจัดการเรียนการสอนปีการศึกษา 2567</td><td>5.3-2-2 : รายงานการประชุม
5.3-2-3 : รายงานการประชุม
5.3-2-4 : คำสั่งโครงการทวนสอบหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต</td></tr>
</table>

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน
	การประเมินกระบวนการ	
	1.อาจารย์ผู้สอนดำเนินการส่ง มคอ 3 พบว่า ดำเนินการส่ง มคอ.3 ตามวันและเวลาที่กำหนด 2.หลักสูตรประชุมกลั่นกรองทักษะการเรียนรู้ ให้สอดคล้องระหว่าง มคอ 2 และมคอ 3 พบว่า คณะกรรมการบริหารหลักสูตรร่วมพิจารณา รายวิชา และ มคอ.3 ก่อนเปิดภาคเรียน เพื่อให้สอดคล้องกับการเรียนการสอน ของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต ตามความต้องการของผู้ใช้บัณฑิตและชุมชน สังคม 3.อาจารย์ปรับปรุงแก้ไขตามข้อแนะนำ พบว่า อาจารย์ผู้สอนปรับแก้ มคอ.3 ตามคณะกรรมการแนะนำ 4.หลักสูตรดำเนินการจัดส่ง มคอ 3 พบว่า หลักสูตรดำเนินการส่ง มคอ.3 ตามระยะเวลาที่กำหนด 5. อาจารย์ผู้สอนจะต้องดำเนินการส่งเอกสาร มคอ.3 และใบสรุปคะแนนของนักศึกษาทั้งหมด และข้อสอบทั้งหมด แบบฝึกหัดและตัวอย่างชิ้นงานของนักศึกษา และผลการประเมินของนักศึกษา จากระบบทะเบียน ผลการทดสอบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนโดยนักศึกษา พบว่า อาจารย์ผู้สอนดำเนินการตามระยะเวลาที่กำหนด 6.หลักสูตรแต่งตั้งคณะกรรมการทวนสอบ และดำเนินทวนสอบ จำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละเทอม พบว่า ดำเนินการตามระยะเวลาที่กำหนด 7.อาจารย์ผู้สอนนำปัญหาที่ได้ปรับปรุง มคอ. 3 ในรอบถัดไป พบว่า อาจารย์ผู้สอนนำปัญหาและข้อเสนอแนะที่ได้ เพื่อปรับปรุงการเรียนการสอนในปีการศึกษา 2566 8. หลักสูตรฯ ต้องมีการสุ่มสัมภาษณ์นักศึกษา เพื่อวัดผลการเรียนรู้ที่นอกเหนือจากการตัดเกรด พบว่า หลักสูตรดำเนินตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด	5.3-2-5 : รายงานการประชุม
	การปรับปรุง/พัฒนากระบวนการจากผลการประเมิน	
	จากการทบทวนกระบวนการพบว่า ระบบกลไก คณะกรรมการบริหารหลักสูตรเห็นควรให้ปรับปรุงขั้นตอน ให้กระชับขึ้นดังนี้ 1. อาจารย์ผู้สอนดำเนินการส่ง มคอ 3 2. หลักสูตรประชุมกลั่นกรองทักษะการเรียนรู้ ให้สอดคล้องระหว่าง มคอ 2 และ มคอ 3 3. อาจารย์ปรับปรุงแก้ไขตามข้อแนะนำ 4. หลักสูตรดำเนินการจัดส่ง มคอ 3 5. อาจารย์ผู้สอนจะต้องดำเนินการส่งเอกสาร มคอ 3 และใบสรุปคะแนนของนักศึกษาทั้งหมด และข้อสอบทั้งหมด แบบฝึกหัดและตัวอย่างชิ้นงานของนักศึกษา และผลการประเมินของนักศึกษา จากระบบทะเบียน ผลการทดสอบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนโดยนักศึกษา 6. หลักสูตรแต่งตั้งคณะกรรมการทวนสอบ และดำเนินทวนสอบ จำนวนไม่น้อยกว่าร้อย	5.3-2-6 : รายงานการประชุม 5.3-2-7 : การประเมินและพัฒนาระบบกลไก

<table>
<tr><th>ประเด็นการประเมิน</th><th>ผลการดำเนินงาน</th><th>หลักฐาน</th></tr>
<tr><td></td><td>ละ 25 ของรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละเทอม
7. อาจารย์ผู้สอนนำปัญหาที่ได้ปรับปรุง มคอ. 3 ในรอบถัดไป</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>ผลการปรับปรุงเห็นชัดเจนเป็นรูปธรรม</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>-</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>แนวทางปฏิบัติที่ดี โดยมีหลักฐานเชิงประจักษ์ยืนยัน และกรรมการผู้ตรวจประเมินสามารถให้เหตุผลอธิบายการเป็นแนวปฏิบัติที่ดีได้ชัดเจน</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>-</td><td></td></tr>
<tr><td>2.การกำกับการประเมินการจัดการเรียนการสอนและประเมินหลักสูตร (มคอ.5 มคอ. 6 และมคอ. 7)</td><td>ระบบและกลไก
<u>ระบบการกำกับการประเมินการจัดการเรียนการสอนและประเมินหลักสูตร (มคอ.5 มคอ. 6 และมคอ. 7)</u> มีดังนี้
เป้าหมาย
<table>
<tr><th>เป้าหมายเชิงปริมาณ</th><th>เป้าหมายเชิงคุณภาพ</th></tr>
<tr><td>1. ทุกรายวิชาจัดทำ มคอ.5 และ มคอ.6 ภายใน 30 วัน หลังจากสิ้นสุดภาคการศึกษา</td><td>1. มคอ.5 และ มคอ.6 มีความสอดคล้องกับ มคอ.3 และ มคอ.4</td></tr>
<tr><td>2. สาขาวิชาจัดทำ มคอ.7 ภายใน 60 วัน หลังจากสิ้นสุดภาคการศึกษากำหนด</td><td>2. มคอ.7 ถูกต้องสมบูรณ์</td></tr>
</table>
กระบวนการ
1. หลักสูตร ร่วมกับหลักสูตรและคณะ จะดำเนินการประกาศปฏิทินสำหรับการส่ง มคอ. 5 และ มคอ. 7 ให้กับอาจารย์ผู้สอน
2. อาจารย์ผู้สอนดำเนินการส่งเกรดตามปฏิทินการศึกษา
3. หลักสูตรจัดการประชุมเกรด ทวนสอบความผิดปกติของการเรียนรู้ในรายวิชาทั้งหมด
4. หลักสูตรร่วมกับคณะ ดำเนินการทวนสอบผลสัมฤทธิ์การศึกษาภายใน 30 วันหลังปิดภาคการศึกษา
5. อาจารย์ผู้สอนจัดทำ มคอ. 5 และหลักสูตรดำเนินเก็บสำเนาไว้ในระบบ Google Drive
6. ประชุมรับรอง มคอ. 5 และ ดำเนินการจัดส่ง มคอ. 5.
7. หลักสูตรดำเนินการจัดทำมคอ 7. ภายใน 60 วัน หลังปิดภาคการศึกษาที่ 2
8. หลักสูตรทบทวนกระบวนการ ผลการดำเนินงาน</td><td>5.3-3-1 : รายงานการประชุม</td></tr>
</table>

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน
	การนำระบบและกลไกไปสู่การปฏิบัติ/ดำเนินงาน	
	ผลการดำเนินการปีการศึกษา 2567 พบว่า อาจารย์ผู้สอนของหลักสูตรทุกท่านได้ส่ง มคอ.5 คิดเป็นร้อยละ 100 โดยมีรายวิชาในกลุ่มวิชาชีพการตลาด ปีการศึกษา 2567 จำนวน 31 รายวิชา และรายวิชาที่นักศึกษาสาขาวิชาการตลาดมีการเรียนในกลุ่มกลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ จำนวน 8 วิชา รวมทั้งสิ้น 39 วิชา ในขณะที่ มคอ.3 ตลอดปีการศึกษา 2567 และทุกรายวิชาได้นำข้อเสนอแนะและการปรับปรุงที่ระบุไว้ใน มคอ.5 ปีการศึกษา 2566 มาใช้ในการปรับปรุงการเรียนการสอนในปีการศึกษา 2567 จากการติดตามการเรียนการสอนระหว่างภาคเรียน 1/2567 และ 2/2567 ของสาขา พบว่าส่วนใหญ่ เป็นไปตาม มคอ.3 แต่บางรายวิชามีการปรับเปลี่ยนแผนการเรียนการสอน โดยปรับเปลี่ยนตามสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ เนื่องจากปัญหาด้านเวลา กิจกรรมต่างๆของ มหาวิทยาลัย คณะฯ วันสำคัญ วันหยุด ทำให้อาจารย์ผู้สอน ต้องเลื่อนการเรียนการสอน ไม่เป็นไปตาม มคอ. 3 ที่ได้กำหนดไว้ นอกจากนี้ การประเมินระบบและกลไกในการดำเนินงาน การกำกับติดตามและตรวจสอบการจัดทำแผนการเรียนรู้ (มคอ.3 และมคอ.4) และการจัดการเรียนการสอนในปีการศึกษา 2567 พบว่า ขั้นตอนการส่งเอกสาร มคอ.3 ตามระยะเวลาที่กำหนด เมื่อสิ้นปีการศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ได้ประชุมเพื่อทบทวนผลการดำเนินงาน การกำกับและติดตามผลการดำเนินการจัดทำ มคอ.3 และ มคอ.4 พบว่าการกำหนดระยะเวลาในการส่ง มคอ.3 และ มคอ.4 ของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ตรงตามระยะเวลาที่กำหนด	5.3-3-2 : รายงานการประชุม 5.3-3-3 : รายงานการประชุม
	การประเมินกระบวนการ	
	1. หลักสูตร ร่วมกับคณะ จะดำเนินการประกาศปฏิทินสำหรับการส่ง มคอ. 5 และ มคอ. 7 ให้กับอาจารย์ผู้สอน พบว่า คณะกรรมการบริหารหลักสูตรได้ประชุมแจ้งระยะเวลาในการดำเนินการประกาศปฏิทินสำหรับการส่ง มคอ. 5 และ มคอ. 7 ให้กับอาจารย์ผู้สอน 2. อาจารย์ผู้สอนดำเนินการส่งเกรดตามปฏิทินการศึกษา พบว่า อาจารย์ผู้สอนดำเนินการส่งเกรดตามระยะเวลาที่กำหนด 3. หลักสูตรจัดการประชุมเกรด ทวนสอบความผิดปกติของการเรียนรู้ในรายวิชาทั้งหมด พบว่า หลักสูตรดำเนินการประชุมตรวจสอบความผิดปกติของการเรียนรู้ในรายวิชาทั้งหมดที่เปิดสอนในปีการศึกษา 2567 4. หลักสูตรร่วมกับคณะ ดำเนินการทวนสอบผลสัมฤทธิ์การศึกษาภายใน 30 วันหลังปิดภาคการศึกษา พบว่า หลักสูตรดำเนินการทวนสอบผลสัมฤทธิ์การศึกษาตามกำหนดของมหาวิทยาลัย 5. อาจารย์ผู้สอนจัดทำ มคอ. 5 และหลักสูตรดำเนินเก็บสำเนาไว้ในระบบ Google Drive พบว่า การเก็บสำเนาเอกสารไว้ในระบบ Google Drive อาจารย์ทุกท่านสามารถตรวจสอบผลการเรียนได้ง่าย	5.3-3-4 : รายงานการประชุม 5.3-3-5 : สรุปโครงการทวนสอบหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน
	6. ประชุมรับรอง มคอ. 5 และ ดำเนินการจัดส่ง มคอ. 5. พบว่า หลักสูตรได้ดำเนินการประชุมรับรองและจัดส่ง มคอ.5 ตามระยะเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด 7. หลักสูตรดำเนินการจัดทำ มคอ 7. ภายใน 60 วัน หลังปิดภาคการศึกษาที่ 2 พบว่า หลักสูตรดำเนินการตามกำหนดของมหาวิทยาลัย 8. หลักสูตรทบทวนกระบวนการ ผลการดำเนินงาน พบว่า คณะกรรมการบริหารหลักสูตรให้ดำเนินกระบวนการของปีการศึกษา 2567 ในปีการศึกษา 2568 ต่อไป	
	การปรับปรุง/พัฒนากระบวนการจากผลการประเมิน	
	จากการทบทวนกระบวนการของระบบและกลไกการกำกับการประเมินการจัดการเรียนการสอน และประเมินหลักสูตร (มคอ.5 มคอ.6 และมคอ.7) กระบวนการของระบบและกลไกเดิมสามารถใช้ได้ผลดี นั่นคือทุกรายวิชาที่ทำการเปิดสอนในปีการศึกษา 2567 ได้มีการปรับปรุงการดำเนินงานตามที่ระบุใน มคอ.5 และ 7 ในปีการศึกษา 2566 โดยระบุการปรับปรุงใน มคอ. 3 ของปีการศึกษา 2567 และหลักสูตรได้มีการกำกับดูแลการส่ง มคอ. 3, 5 และ 7 ได้ครบและทันตามกำหนด เพื่อให้การจัดการเรียนการสอนในปีการศึกษา 2567 เป็นไปตามข้อเสนอแนะและมีประสิทธิภาพ ที่ประชุมหลักสูตรเห็นควรให้นำข้อเสนอแนะและการปรับปรุงต่าง ๆ ที่ระบุไว้ใน มคอ. 5 และ 7 ในปีการศึกษา 2567 เช่น ควรระบุแผนการสอนที่คาดว่าจะปฏิบัติได้จริงลงใน มคอ. 3 ให้ชัดเจน ควรปรับปรุงเกณฑ์การวัดผลและการสอนให้สอดคล้องกับ Curriculum mapping ควรเพิ่มเติมแผนการประเมินการเรียนรู้และการวัดผลใน มคอ. 3 ให้ครบถ้วน ควรปรับปรุงสื่อการสอนให้กับนักศึกษา เป็นต้น ไปปรับปรุงตามความเหมาะสมกับบริบทของแต่ละรายวิชาที่เปิดสอนเพื่อให้การจัดการเรียนการสอนในปีการศึกษา 2568 เป็นไปอย่างประสิทธิภาพ	5.3-3-6 : รายงานการประชุม 5.3-3-7 : การประเมินและพัฒนาระบบกลไก
	ผลการปรับปรุงเห็นชัดเจนเป็นรูปธรรม	
	-	
	แนวทางปฏิบัติที่ดี โดยมีหลักฐานเชิงประจักษ์ยืนยัน และกรรมการผู้ตรวจประเมินสามารถให้เหตุผลอธิบายการเป็นแนวปฏิบัติที่ดีได้ชัดเจน	
	-	

สรุปผลการประเมินตนเอง

ตัวบ่งชี้	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	คะแนน	การบรรลุเป้าหมาย
5.3	3 ข้อ	3 ข้อ	3	☑ บรรลุ ☐ไม่บรรลุ

การวิเคราะห์รายวิชาที่มีผลการเรียนไม่ปกติ

รหัส ชื่อวิชา	ภาคการศึกษา	ความผิดปกติ	การตรวจสอบ	เหตุที่ทำให้ผิดปกติ	มาตรการแก้ไข
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-

รายวิชาที่ไม่ได้เปิดสอนในปีการศึกษา

รหัส ชื่อวิชา	ภาคการศึกษา	เหตุผลที่ไม่เปิดสอน	มาตรการที่ดำเนินการ
-	-	-	-
-	-	-	-

รายวิชาที่สอนเนื้อหาไม่ครบในปีการศึกษา

รหัส ชื่อวิชา	ภาคการศึกษา	หัวข้อที่ขาด	สาเหตุที่ไม่ได้สอน	วิธีแก้ไข
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-

คุณภาพของการสอน

การประเมินรายวิชาที่เปิดสอนในปีที่รายงาน

รายวิชาที่มีการประเมินคุณภาพการสอน และแผนการปรับปรุงจากผลการประเมิน

รหัส ชื่อวิชา	ภาคการศึกษา	ผลการประเมินโดยนักศึกษา		แผนการปรับปรุง
		มี	ไม่มี	
4035101 หลักการตลาด	1/2567	✓		-
4035201 การจัดการการตลาด	1/2567	✓		-
4035202 พฤติกรรมผู้บริโภค	1/2567	✓		-
4035225 การตลาดธุรกิจการค้าสมัยใหม่	1/2567	✓		-
4035226 การจัดการผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม	1/2567	✓		-
4035227 การตั้งราคาและการบริหารการเงิน	1/2567	✓		-
4035303 การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ	1/2567	✓		-
4035308 การตลาดบริการ	1/2567	✓		-
4035312 การตลาดระหว่างประเทศ	1/2567	✓		-
4035316 การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาด	1/2567	✓		-
4035222 เทคนิคการนำเสนอเพื่องานทางการตลาด	1/2567	✓		-
4035327 กลยุทธ์และการวางแผนการตลาด	1/2567	✓		-
4035401 การวิจัยการตลาด	1/2567	✓		-
4035402 สัมมนาทางการตลาด	1/2567	✓		-
4035412 การตลาดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ	1/2567	✓		-
4010101 หลักการบัญชี	1/2567	✓		-
4020101 การจัดการสมัยใหม่	1/2567	✓		-

รหัส ชื่อวิชา	ภาคการศึกษา	ผลการประเมินโดยนักศึกษา		แผนการปรับปรุง
		มี	ไม่มี	
4020301 การจัดการการผลิต	1/2567	✓		-
4030313 การจัดการธุรกิจด้วยคอมพิวเตอร์	1/2567	✓		-
4040218 เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ	1/2567	✓		-
4035102 กฎหมายธุรกิจและจรรยาบรรณทางการตลาด	2/2567	✓		-
4035201 การจัดการการตลาด	2/2567	✓		-
4035202 พฤติกรรมผู้บริโภค	2/2567	✓		-
4035218 การตลาดดิจิทัล	2/2567	✓		-
4035220 การบริหารงานขายและศิลปะการขาย	2/2567	✓		-
4035329 การออกแบบเนื้อหาบนการตลาดดิจิทัล	2/2567	✓		-
4035330 เครื่องมือและเทคนิคด้านการตลาดดิจิทัล	2/2567	✓		-
4035226 การจัดการผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม	2/2567	✓		-
4035302 การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย	2/2567	✓		-
4035303 การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ	2/2567	✓		-
4035327 กลยุทธ์และการวางแผนการตลาด	2/2567	✓		-
4035316 การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาด	2/2567	✓		-
4035413 การออกแบบแคมเปญการตลาดดิจิทัล	2/2567	✓		-
4035323 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด	2/2567	✓		-
4035325 ระบบสารสนเทศทางการตลาดและสถิติสำหรับวิจัยการตลาด	2/2567	✓		-
4035402 สัมมนาทางการตลาด	2/2567	✓		-
3023100 ภาษาอังกฤษธุรกิจ	2/2567	✓		-
4020301 การจัดการการผลิต	2/2567	✓		-
4040218 เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ	2/2567	✓		-
4035404 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด	3/2567	✓		-

ผลการประเมินคุณภาพการสอนโดยรวม

จากการจัดการเรียนการสอนในปีการศึกษา 2567 ผลการประเมินโดยรวมที่นักศึกษาเป็นผู้ประเมิน ในภาคเรียนที่ 1 /2567 อยู่ในระดับดี และ ในภาคเรียน 2/25657 อยู่ในระดับดี ซึ่งผลการประเมินดังกล่าว จำแนกเป็นค่าเฉลี่ยผลการประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อด้านคุณภาพการจัดการเรียนการสอน และผลการประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ และมีความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับคุณภาพการสอนว่าอาจารย์ใส่ใจ การสอนนักศึกษาเป็นอย่างดี

ประสิทธิผลของกลยุทธ์การสอน

มาตรฐานผลการเรียนรู้	สรุปข้อคิดเห็นของผู้สอน และข้อมูลป้อนกลับจากแหล่งต่าง ๆ	แนวทางแก้ไขปรับปรุง
คุณธรรมจริยธรรม	ควรมีการสอดแทรกหลักคุณธรรมจริยธรรมในรายวิชาของหลักสูตรมากขึ้น	สอดแทรกกิจกรรมที่เสริมสร้างคุณธรรมจริยธรรมให้มากขึ้น
ความรู้	ควรมีการเพิ่มตัวอย่างกรณีศึกษาศึกษาต่างๆเพื่อเพิ่มความรู้ความเข้าใจที่ชัดเจนยิ่งขึ้น	สอดแทรกตัวอย่าง กรณีศึกษาที่ทันสมัยและชัดเจนขึ้น
ทักษะทางปัญญา	เป็นหลักสูตรที่มีรายวิชาและการจัดการเรียนการสอนที่พัฒนาทักษะทางปัญญาเป็นอย่างดี	พัฒนากิจกรรมการเรียนการสอนที่พัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่อง
ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคลและความรับผิดชอบ	มีการจัดกิจกรรมกลุ่มเพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ	พัฒนากิจกรรมการเรียนการสอนที่พัฒนาทักษะต่อไป
ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	รายวิชาของหลักสูตรส่วนใหญ่เป็นการเพิ่มทักษะการวิเคราะห์ที่เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้เป็นอย่างดี	พัฒนากิจกรรมการเรียนการสอนที่พัฒนาทักษะต่อไป

การปฐมนิเทศอาจารย์ใหม่

การปฐมนิเทศเพื่อชี้แจงหลักสูตร มี ❑ ไม่มี ☑

จำนวนอาจารย์ใหม่ - คน

จำนวนอาจารย์ที่เข้าร่วมปฐมนิเทศ - คน

กิจกรรมการพัฒนาวิชาชีพของอาจารย์และบุคลากรสายสนับสนุน

กิจกรรมที่จัดหรือเข้าร่วม	จำนวน		สรุปข้อคิดเห็น และประโยชน์ที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้รับ
	อาจารย์	บุคลากรสายสนับสนุน	
เข้าร่วมอบรมโครางการส่งเสริมและพัฒนาระบบประกันคุณภาพการศึกษาหลักสูตรตามเกณฑ์ AUN-QA ในวันที่ 4-5 พฤศจิกายน 2567 ณ ห้องประชุมรองศาสตราจารย์ ดร. สมเจตน์ ภูศรี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม	2		มีความรู้เกี่ยวกับการทำหลักสูตรตามแนวทางของ OBE และการเตรียมความพร้อมรับการตรวจประเมิน AUN-QA
เข้าร่วมอบรมอบรมเชิงปฏิบัติการ "การเขียนผลงานทางวิชาการเพื่อขอกำหนดตำแหน่งทางวิชาการ" ภายใต้โครงการส่งเสริมพัฒนางาน	4		มีความรู้เกี่ยวกับการเขียนผลงานทางวิชาการเพื่อขอกำหนดตำแหน่งทางวิชาการ

กิจกรรมที่จัดหรือเข้าร่วม	จำนวน		สรุปข้อคิดเห็น และประโยชน์ที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้รับ
	อาจารย์	บุคลากรสายสนับสนุน	
วิชาการและงานวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้และนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ คณะวิทยาการจัดการ ในวันที่ 14 - 16 ตุลาคม 2567 ณ โรงแรมฟอร์จูน วิวโขง จังหวัดนครพนม			
เข้าร่วมอบรมในโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการผู้บริหาร มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ในวันที่ 13 - 15 กันยายน 2567 ณ โรงแรมฟอร์จูน วิวโขง จังหวัดนครพนม	1		มีความรู้เกี่ยวกับหลักการบริหารงาน ระเบียบงานราชการด้านต่างๆ
การประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 12 “The 12th CAS National and International Conference 2024 (CASNIC 2024)” ในวันที่ 9 พฤศจิกายน 2567	5	-	มีทักษะการวิจัย การนำเสนอ และได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวิชาการกับหน่วยงานสถาบันการศึกษาทั้งในประเทศและต่างประเทศ
อบรมหลักสูตรคณาจารย์นิเทศ CWIE สำหรับผู้ที่ไม่เคยอบรม ฉบับปรับปรุง พ.ศ.2566 ในวันที่ วันที่ 3-4 สิงหาคม 2567 ณ ห้องประชุมรองศาสตราจารย์ ดร.สมเจตน์ ภูศรี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม	1		มีความรู้เกี่ยวกับการเป็นคณาจารย์นิเทศ CWIE

ตัวบ่งชี้ 5.4 ผลการดำเนินงานตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ

คำอธิบายตัวบ่งชี้

ผลการดำเนินงานของหลักสูตร หมายถึง ร้อยละของผลการดำเนินงานตามตัวบ่งชี้การดำเนินงานตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาที่ปรากฏในหลักสูตร (มคอ.2) หมวดที่ 7 ข้อ 7 ที่หลักสูตรแต่ละหลักสูตรดำเนินการได้ในแต่ละปีการศึกษา อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรจะเป็นผู้รายงานผลการดำเนินงานประจำปี ในแบบรายงานผลการดำเนินการของหลักสูตร (มคอ.7)

เกณฑ์การประเมิน

มีการดำเนินงานน้อยกว่าร้อยละ 80 ของตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงานที่ระบุไว้ในแต่ละปี มีค่าคะแนนเท่ากับ 0
มีการดำเนินงานร้อยละ 80 ของตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงานที่ระบุไว้ในแต่ละปี มีค่าคะแนนเท่ากับ 3.50
มีการดำเนินงานร้อยละ 80.01 – 89.99 ของตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงานที่ระบุไว้ในแต่ละปี มีค่าคะแนนเท่ากับ 4.00
มีการดำเนินงานร้อยละ 90.00 – 94.99 ของตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงานที่ระบุไว้ในแต่ละปี มีค่าคะแนนเท่ากับ 4.50
มีการดำเนินงานร้อยละ 95.00 – 99.99 ของตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงานที่ระบุไว้ในแต่ละปี มีค่าคะแนนเท่ากับ 4.75
มีการดำเนินงานร้อยละ 100 ของตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงานที่ระบุไว้ในแต่ละปี มีค่าคะแนนเท่ากับ 5.00

	ดัชนีบ่งชี้ผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators)	**ตามเกณฑ์**	**ผลการดำเนินงาน**
1)	อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรอย่างน้อยร้อยละ 80 มีส่วนร่วมในการประชุมเพื่อวางแผน ติดตาม และทบทวนการดำเนินงานหลักสูตร	☑ผ่าน ☐ ไม่ผ่าน ☐ ไม่รับการประเมิน	หลักสูตร ได้มีการทบทวนเกี่ยวกับหลักสูตรอยู่ตลอดเวลา เพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงหลักสูตรให้เป็นไปตามสถานการณ์ปัจจุบัน และได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตร เพื่อช่วยดูแลในเรื่องของการปรับปรุงหลักสูตร
2)	มีรายละเอียดของหลักสูตร ตามแบบ มคอ. 2 ที่สอดคล้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิแห่งชาติ หรือ มาตรฐานคุณวุฒิสาขา/สาขาวิชา (ถ้ามี)	☑ผ่าน ☐ ไม่ผ่าน ☐ ไม่รับการประเมิน	หลักสูตร ได้มีการจัดทำหลักสูตรตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ และได้ทำการพัฒนาหลักสูตรการตลาด เพื่อใช้ปีการศึกษา 2565 เพื่อให้เป็นไปตามสถานการณ์ปัจจุบัน
3)	มีรายละเอียดของรายวิชา และรายละเอียดของประสบการณ์ภาคสนาม (ถ้ามี) ตามแบบ มคอ.3 และ มคอ.4 อย่างน้อยก่อนการเปิดสอนในแต่ละภาคการศึกษาให้ครบทุกรายวิชา	☑ผ่าน ☐ ไม่ผ่าน ☐ ไม่รับการประเมิน	หลักสูตร กำหนดให้อาจารย์ภายในสาขามีการจัดทำ มคอ. 3 ทุกภาคเรียน โดยมีการประชุมเพื่อจัดทำ มคอ. 3 ก่อนการเปิดการศึกษาทุกปีการศึกษา
4)	จัดทำรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา และรายงานผลการดำเนินการของประสบการณ์ภาคสนาม (ถ้ามี) ตามแบบ มคอ.5 และ มคอ.6 ภายใน 30 วัน หลังสิ้นสุดภาคการศึกษาที่เปิดสอนให้ครบทุกรายวิชา	☑ผ่าน ☐ ไม่ผ่าน ☐ ไม่รับการประเมิน	หลักสูตร ได้มีการกำหนดและมอบหมายให้อาจารย์ผู้สอนในรายวิชาให้จัดทำ มคอ. 5 ภายใน 30 วันหลังสิ้นสุดภาคการศึกษาที่เปิดสอนให้ครบทุกรายวิชา
5)	จัดทำรายงานผลการดำเนินการของ	☑ผ่าน	หลักสูตร ได้มีการจัดทำ มคอ. 7 ภายใน 60 วัน หลังปี

	ดัชนีบ่งชี้ผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators)	ตามเกณฑ์	ผลการดำเนินงาน
	หลักสูตร ตามแบบ มคอ.7 ภายใน 60วัน หลังสิ้นสุดปีการศึกษา	☐ ไม่ผ่าน ☐ ไม่รับการประเมิน	การศึกษา
6)	มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ที่กำหนดใน มคอ.3 และมคอ.4 (ถ้ามี) อย่างน้อยร้อยละ 25 ของรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละปีการศึกษา	☑ผ่าน ☐ ไม่ผ่าน ☐ ไม่รับการประเมิน	หลักสูตร ได้มีการทวนสอบมาตรฐานการเรียนรู้โดยโดยแต่งตั้งคณะกรรมการทวนสอบในแต่ละปีการศึกษา
7)	มีการพัฒนา/ปรับปรุงการจัดการเรียนการสอนกลยุทธ์การสอน หรือ การประเมินผลการเรียนรู้ จากผลการประเมินการดำเนินงานที่รายงานใน มคอ.7 ปีที่แล้ว	☑ผ่าน ☐ ไม่ผ่าน ☐ ไม่รับการประเมิน	หลักสูตร ได้นำผลการประเมิน มคอ. 7 มาใช้ในการจัดทำ มคอ. 3 ทุกครั้งก่อนการเปิดการเรียนการสอนในภาคเรียนที่ 1/2567
8)	อาจารย์ใหม่ (ถ้ามี) ทุกคน ได้รับการปฐมนิเทศหรือคำแนะนำด้านการจัดการเรียนการสอน	☐ ผ่าน ☐ ไม่ผ่าน ☑ ไม่รับการประเมิน	-
9)	อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรทุกคนได้รับการพัฒนาทางวิชาการ และ/หรือวิชาชีพ อย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง	☑ผ่าน ☐ ไม่ผ่าน ☐ ไม่รับการประเมิน	อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรทุกท่านได้รับการพัฒนาทางวิชาการ และ/หรือวิชาชีพ
10)	จำนวนบุคลากรสนับสนุนการเรียนการสอน (ถ้ามี) ได้รับการพัฒนาวิชาการ และ/หรือวิชาชีพ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ต่อปี	☐ ผ่าน ☐ ไม่ผ่าน ☑ ไม่รับการประเมิน	-
11)	ระดับความพึงพอใจของนักศึกษาปีสุดท้าย/บัณฑิตใหม่ที่มีต่อคุณภาพหลักสูตร เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.5 จากคะแนนเต็ม 5.0	☑ผ่าน ☐ ไม่ผ่าน ☐ ไม่รับการประเมิน	ผลงานประเมิน ความพึงพอใจของนักศึกษาชั้นปีสุดท้าย ต่อคุณภาพหลักสูตรระดับ 4.63
12)	ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อบัณฑิตใหม่ เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.5 จากคะแนนเต็ม 5.0	☑ผ่าน ☐ ไม่ผ่าน ☐ ไม่รับการประเมิน	ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อบัณฑิตใหม่ **4.65**
		รวมตัวบ่งชี้ในปีนี้	**10 ตัวบ่งชี้**
		จำนวนตัวบ่งชี้ที่ดำเนินการผ่านเฉพาะตัวบ่งชี้ที่ 1-5	**5 ตัวบ่งชี้**
		ร้อยละของตัวบ่งชี้ที่ 1-5	**ร้อยละ 100**
		จำนวนตัวบ่งชี้ในปีนี้ที่ดำเนินการผ่าน	**10 ตัวบ่งชี้**
		ร้อยละของตัวบ่งชี้ทั้งหมดในปีนี้	**ร้อยละ 100**
		คะแนนที่ได้	**5 คะแนน**

สรุปผลการประเมินตนเอง

ตัวบ่งชี้	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	คะแนน	การบรรลุเป้าหมาย
5.4	ร้อยละ 80	ร้อยละ 100	5	☑ บรรลุ ☐ไม่บรรลุ

สรุปผลการประเมินตนเอง องค์ประกอบที่ 5 : หลักสูตร การเรียนการสอน การประเมินผู้เรียน

ตัวบ่งชี้	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	คะแนนการประเมิน	การบรรลุเป้าหมาย
5.1	3 ข้อ	4 ข้อ	4	☑ บรรลุ ☐ไม่บรรลุ
5.2	3 ข้อ	4 ข้อ	4	☑ บรรลุ ☐ไม่บรรลุ
5.3	3 ข้อ	3 ข้อ	3	☑ บรรลุ ☐ไม่บรรลุ
5.4	ร้อยละ 80	ร้อยละ100	5	☑ บรรลุ ☐ไม่บรรลุ
ค่าเฉลี่ยจากการประเมิน 4ตัวบ่งชี้ (คะแนนเต็ม 5คะแนน)			**16 /4 = 4.00 คะแนน**	**บรรลุเป้าหมาย**

หมวดที่ 5 การบริหารหลักสูตร

การบริหารหลักสูตร

ปัญหาในการบริหารหลักสูตร	ผลกระทบของปัญหาต่อสัมฤทธิผลตามวัตถุประสงค์ของหลักสูตร	แนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาในอนาคต
สภาพห้องเรียนและอุปกรณ์ส่งเสริมการเรียนในห้องซึ่งต้องมีให้เหมาะสมกับเทคโนโลยีในปัจจุบัน	ไม่สามารถจัดหาหรือนำเสนอผ่านอุปกรณ์ที่ทันสมัยให้กับผู้เรียนได้	ควรมีการส่งเสริมเรื่องเทคโนโลยีที่ทันสมัยมากกว่านี้
การจัดสรรคาบเวลาให้เหมาะสมกับลักษณะวิชาที่เรียน	ผู้เรียนต้องเรียนตามคาบเวลาที่มีอยู่ไม่สามารถจัดให้เหมาะสมกับเนื้อหาได้ เช่น วิชาที่ใช้การคำนวณหรือคิดวิเคราะห์มาจัดในคาบเรียนบ่ายหรือห้องเรียนที่ไม่มีอุปกรณ์ด้านเทคโนโลยี	ควรมีการระบุไว้ในการจัดแผนการเรียนการสอนในรายวิชาที่ต้องการ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการเรียนมากขึ้น

องค์ประกอบที่ 6 สิ่งสนับสนุนการเรียน

ตัวบ่งชี้ที่ 6.1 สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

ในการรายงานการดำเนินงานตามตัวบ่งชี้นี้ ให้อธิบายกระบวนการหรือแสดงผลการดำเนินงานอย่างน้อยครอบคลุมประเด็นต่อไปนี้

- ระบบการดำเนินงานของภาควิชา/คณะ/สถาบันโดยมีส่วนร่วมของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรเพื่อให้มีสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้
- จำนวนสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ที่เพียงพอและเหมาะสมต่อการจัดการเรียนการสอน
- กระบวนการปรับปรุงตามผลการประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาและอาจารย์ต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

<table>
<tr><th>ประเด็นการประเมิน</th><th>ผลการดำเนินงาน</th><th>หลักฐาน</th></tr>
<tr><td>1. ระบบการดำเนินงานของภาควิชา/คณะ/สถาบันโดยมีส่วนร่วมของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร เพื่อให้มีสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้</td><td>ระบบและกลไก
<u>ระบบการดำเนินงานของภาควิชา/คณะ/สถาบันโดยมีส่วนร่วมของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร เพื่อให้มีสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้</u>มีดังนี้
เป้าหมาย
<table>
<tr><th>เป้าหมายเชิงปริมาณ</th><th>เป้าหมายเชิงคุณภาพ</th></tr>
<tr><td>1.ผู้ใช้บริการสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ของหลักสูตรมีความพึงพอใจในการใช้บริการอยู่ในระดับที่ไม่น้อยกว่า 3.51คะแนน</td><td>1.สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้สามารถช่วยสนับสนุนให้บุคลากร นักศึกษา หรือบุคคลภายนอกมีความรู้ความเข้าใจด้านการตลาดการลงทุนมากยิ่งขึ้น</td></tr>
<tr><td></td><td>2.สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้สามารถช่วยสนับสนุนให้บุคลากร นักศึกษา หรือบุคคลภายนอกในแนะแนวทางคำปรึกษาหรือการแก้ไขปัญหาในกรณีต่างๆได้อย่างมีประสิทธิภาพ</td></tr>
</table>
หลักสูตรสาขาวิชาการตลาด มีระบบและกลไกสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ปีการศึกษา 2567 ซึ่งเป็นผลจากการพัฒนากระบวนการและการประเมินกลไกการจัดการสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ในปีการศึกษา 2566 โดยมีกระบวนการทั้งสิ้น 7 ขั้นตอนดังนี้
กระบวนการ
1. คณะกรรมการบริหารหลักสูตรมาประชุมร่วมกันนำผลสรุปความพึงพอใจของนักศึกษาและอาจารย์ต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้มาวิเคราะห์เพื่อพิจารณาสรุป
2. นักศึกษาและอาจารย์ใช้ประโยชน์ต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้
3. ประเมินความพึงพอใจของอาจารย์และนักศึกษา
4. ทบทวน/ประเมินกระบวนการระบบสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้
5. พัฒนาและปรับปรุงระบบการดำเนินงาน (ถ้ามี)
6. รายงานผลการปรับปรุงและแนวทางปฏิบัติที่ดี</td><td>6.1-1-1 : รายงานการประชุม</td></tr>
</table>

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน
	การนำระบบและกลไกไปสู่การปฏิบัติ/ดำเนินงาน	
	คณะกรรมการบริหารหลักสูตร ฯ ทำการสำรวจจัดทำความต้องการสิ่งสนับสนุนการเรียนการสอนของอาจารย์ผู้สอนและนักศึกษา เพื่อจัดสรรสิ่งสนับสนุนการเรียนการสอน โดยนำผลการประเมินสิ่งสนับสนุนการเรียนการสอนจากนักศึกษาอาจารย์และบุคลากร มาใช้เป็นข้อมูลร่วมในการพิจารณาเตรียมความพร้อมของสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ของหลักสูตรดังนี้ 1. สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ สาขาวิชาฯ มีสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ ดังนี้ 1) พื้นที่สำหรับให้นักศึกษาเข้าพบอาจารย์และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ทำงานร่วมกัน ทำให้นักศึกษาเข้ามาปรึกษาการเรียนโดยเฉพาะวิชาวิจัยทางธุรกิจและสัมมนาเป็นจำนวนมาก 2) ห้องสมุดขนาดเล็ก ประกอบด้วย งานวิจัยและหนังสืออ่านนอกเวลาเรียน ทำให้การเรียนวิชาวิจัยทางการตลาดดีขึ้น 3) มี facebook เพจ และ Line สาขาวิชาฯ เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้และสิ่งที่สนับสนุนการเรียนรู้ เช่น การลงทะเบียน แนวการสอน ใบสั่งงาน ตัวอย่างผลงานนักศึกษา เป็นต้น คณะฯ มีสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ ดังนี้ 1) ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ 2) ห้องปฏิบัติการลงทุน 3) อินเตอร์เน็ต 4) ห้องเรียนที่มีความเหมาะสมในการเรียนการสอนทั้งจำนวนผู้เรียน และสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น เครื่องปรับอากาศ โปรเจคเตอร์ เครื่องเสียง เป็นต้น 5) ชั้นจัดวางเอกสาร วารสาร ตำราเรียน **มหาวิทยาลัยฯ มีสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้** ดังนี้ 1) ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ 2) ห้องสมุด 3) อินเตอร์เน็ต 4) สนามกีฬา และอื่นๆ 2. นำเสนอความต้องการของอาจารย์และนักศึกษาต่อคณะฯมีข้อเสนอดังนี้ 1) อินเตอร์เน็ตความเร็วสูงทุกชั้นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนรู้ด้วยตนเองแก่นักศึกษา 2) ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ มี คอมพิวเตอร์ที่พร้อมใช้งานเพิ่มขึ้น 3) ฝึกปฏิบัติงานการขายแบบออนไลน์ เพื่อให้นักศึกษาใช้เป็นแนวทางในการสร้างธุรกิจของตนเอง 3. ติดตามผลของข้อเสนอแนะ 4. ประเมินความพึงพอใจของอาจารย์และนักศึกษาต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ 5. ประเมินกระบวนการระบบสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ 6. ปรับปรุงและพัฒนาระบบสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ 7. รายงานผลการปรับปรุงและพัฒนาระบบสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้	6.1-1-2 : รายงานการประชุม

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน
	ในปี 2567 หลักสูตรฯ มีรูปแบบจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ และมีการใช้เทคโนโลยี และสื่อการสอนที่เหมาะสมส่งเสริมให้ผู้เรียนศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมด้วยตนเอง ทุกหลักสูตรยังมีรายวิชาที่ส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ด้วยตนเองจากการทำวิจัย อาจารย์ผู้สอนมีจัดการเรียนการสอนตามประสโยยจมวลรายวิชา/มคอ.3/มคอ.4 ที่กำหนดไว้ มีการวิเคราะห์ศักยภาพของผู้เรียน และนำผลมาปรับปรุงเพื่อพัฒนาการจัดการเรียนการสอนและปรับปรุงรายวิชาให้ดีขึ้น และทุกหลักสูตรฯ เปิดโอกาสให้นักศึกษาทำการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการจัดการเรียนการสอนและสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ทุกรายวิชา ทุกภาคการศึกษา เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่ อาจารย์ผู้สอน หลักสูตร และฝ่ายวิชาการในการวางแผน พัฒนา และปรับปรุงคุณภาพการจัดการเรียนการสอนอย่างต่อเนื่อง โดยการดำเนินงานของแต่ละรายวิชาจะถูกรายงานใน มคอ. 5 โดยให้ทุกรายวิชาของทุกหลักสูตรของคณะฯ มีรายละเอียดของรายวิชา (มคอ. 3) ก่อนการเปิดสอนในแต่ละภาคการศึกษา ตามที่กำหนดในกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ ได้มีการกำหนดให้ทุกหลักสูตรมีรายวิชาที่ส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ด้วยตนเอง และการให้นักศึกษาได้เรียนรู้จากการปฏิบัติทั้งในและนอกห้องเรียนหรือจากการทำวิจัย ซึ่งนักศึกษา จะต้องทำการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เพื่อแก้ไขปัญหา โดยมีอาจารย์ที่ปรึกษาคอยให้คำแนะนำ นอกจากนั้น คณะวิทยาการจัดการยังสนับสนุนและส่งเสริมให้แต่ละหลักสูตรจัดทำโครงการ โดยให้ผู้มีประสบการณ์จากภายนอกได้เข้ามาร่วมในการพัฒนาการเรียนการสอนทั้งในรูปแบบของการเชิญมาให้ความรู้ในลักษณะแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ซึ่งทางหลักสูตรได้ปรับเปลี่ยนให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้ประกอบการ ในรูปแบบออนไลน์ ในปีการศึกษา 2567 พบว่า การดำเนินการในส่วนระบบและกลไกการสนับสนุนการเรียนรู้ที่เพียงพอและเหมาะสมต่อการจัดการเรียนการสอนเป็นไปด้วยความเรียบร้อยตามขั้นตอน หลักสูตรได้ยื่นเบิกจ่ายวัสดุการเรียนการสอนกับคณะ ทั้งในส่วนของงบประมาณแผ่นดินและงบประมาณรายได้ ซึ่งได้จากการสำรวจจากอาจารย์ผู้สอนทุกท่านในสาขา อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่เกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกเกิดขึ้นกับหลักสูตรฯ สามารถแบ่งได้ส่วนใหญ่ ๆ คือ สถานที่ และ อุปกรณ์ประกอบการเรียนการสอน ซึ่งสถานที่ได้แก่ ห้องปฏิบัติการ ซึ่งไม่เพียงพอสำหรับนักศึกษา และในส่วนอุปกรณ์ประกอบการเรียนการสอนได้แก่ อุปกรณ์ในห้องปฏิบัติการและอุปกรณ์เสริมทักษะอื่น ๆ ซึ่งปัญหาที่แท้จริงเกี่ยวข้องกับงบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัด จากการทบทวนระบบและกลไกการสนับสนุนการเรียนรู้ที่เพียงพอและเหมาะสมต่อการจัดการเรียนการสอนของคณะฯ ที่มีอยู่เดิมในที่ประชุมหลักสูตรพบว่า ยังขาดกระบวนการในส่วนของการขอความร่วมมือจากศิษย์เก่าหรือหน่วยงานจากภายนอก ที่จะเข้ามาสนับสนุนหรือบริจาค เครื่องมือและอุปกรณ์ในห้องปฏิบัติการ เครื่องมือและอุปกรณ์เสริมทักษะต่าง ๆ ทุนการศึกษาสำหรับนักศึกษา รวมไปถึงการทำข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ระหว่างคณะฯ/หลักสูตร กับหน่วยงานภายนอก ดังนั้นสาขาจึงมีมติร่วมกันที่จะเพิ่มกระบวนการเข้าในระบบและกลไกเดิม คือ ห้องเรียนและ ห้องปฏิบัติการให้ทางคณะวิทยาการจัดการดูแล และในส่วนของอุปกรณ์ในห้องปฏิบัติการและอุปกรณ์เสริมทักษะอื่น ๆ นอกจากงบประมาณของคณะแล้ว จะต้องหาวิธีการให้ได้มาซึ่งการสนับสนุน ซึ่งในปีการศึกษา 2567 สาขาได้ดำเนินการขอรับการสนับสนุนทุนจากศิษย์เก่าและอาจารย์ในสาขาวิชา จัดซื้อ	

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน
	อุปกรณ์การเรียนการสอน (ชุดเครื่องขยายเสียง และ ไฟวง ขาตั้งกล้องเพื่อใช้ฝึกปฏิบัติในรายวิชาของสาขา) อีกทั้ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติชัย เจริญชัย ให้แก่ นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด ในพิธีไหว้ครู ปีการศึกษา 2567 จำนวน 5,000 บาท	
	การประเมินกระบวนการ	
	1. คณะกรรมการบริหารหลักสูตรมาประชุมร่วมกันนำผลสรุปความพึงพอใจของนักศึกษาและอาจารย์ต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้มาวิเคราะห์เพื่อพิจารณาสรุป **พบว่า** คณะกรรมการบริหารหลักสูตรประชุมและสำรวจอุปกรณ์ สิ่งสนับสนุนการเรียนการสอนในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต 2. นำเสนอความต้องการของอาจารย์และนักศึกษาต่อคณะฯ **พบว่า** คณะฯ ได้มีการจัดการติดตั้งอินเตอร์เน็ตความเร็วสูงในอาคาร คณะวิทยาการจัดการทุกชั้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในใช้สื่อช่วยในการเรียนการสอนและการสืบค้นด้วยตนเองแก่นักศึกษามีประสิทธิภาพมากขึ้น 3. นักศึกษาและอาจารย์ใช้ประโยชน์ต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ **พบว่า** นักศึกษาและอาจารย์ผู้สอนและอาจารย์ประจำหลักสูตรใช้ อุปกรณ์ และสิ่งสนับสนุนการเรียนการสอนในหลักสูตรและกิจกรรมสำหรับนักศึกษาและอาจารย์ผู้สอน 4. จัดทำระบบประเมินความพึงพอใจของอาจารย์และนักศึกษา **พบว่า** มหาวิทยาลัยได้จัดทำระบบประเมินความพึงพอใจสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ของนักศึกษาและอาจารย์ 5. ประเมินความพึงพอใจของอาจารย์และนักศึกษาต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ **พบว่า** ผลการประเมินความพึงพอใจอยู่ใน ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 6. พัฒนาและปรับปรุงระบบการดำเนิงาน (ถ้ามี) **พบว่า** ระบบการของบประมาณสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ ขึ้นอยู่กับทางมหาวิทยาลัยจัดสรรงบประมาณให้ 7. รายงานผลการปรับปรุงและแนวทางปฏิบัติที่ดี **พบว่า** งบประมาณสนับสนุนสิ่งเรียนรู้หลักสูตร มีงบประมาณที่จำกัด และมีค่าใช้จ่ายสูงและมีข้อจำกัดในการใช้งาน ทำให้สิ่งสนับสนุนไม่เพียงพอต่อการเรียนการสอน	6.1-1-4 : รายงานการประชุม 6.1-1-5 : ผลการประเมินความพึงพอใจสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ของนักศึกษาและอาจารย์
	การปรับปรุง/พัฒนากระบวนการจากผลการประเมิน	6.1-1-6 : รายงานการประชุม 6.1-1-7 : การประเมินและพัฒนาระบบกลไก
	เพิ่มระบบกลไกการสำรวจความต้องการสิ่งสนับสนุนการเรียนการสอนของอาจารย์ผู้สอนและสำรวจความต้องการสิ่งสนับสนุนการเรียนของนักศึกษาเพื่อจะได้ทราบถึงความต้องการในการจัดการเรียนการสอนของหลักสูตรเพื่อเสนอต่อคณะและมหาวิทยาลัยในการจัดสรรงบประมาณดังนี้ 1 ประชุมคณะกรรมการบริหารหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอนเพื่อเสนอความต้องการสิ่งสนับสนุนการเรียนการสอนของหลักสูตร 2 การสำรวจความต้องการสิ่งสนับสนุนการเรียนการสอนของอาจารย์ผู้สอนและสำรวจความต้องการสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ของนักศึกษา 3 เสนอข้อจัดสรรงบประมาณสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ของหลักสูตรต่อมหาวิทยาลัย	

<table>
<tr><th>ประเด็นการประเมิน</th><th>ผลการดำเนินงาน</th><th>หลักฐาน</th></tr>
<tr><td></td><td>4 ประเมินความพึงพอใจต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้
5 ทบทวนหรือประเมินระบบการดำเนินงาน</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>ผลการปรับปรุงเห็นชัดเจนเป็นรูปธรรม</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>-</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>แนวทางปฏิบัติที่ดี โดยมีหลักฐานเชิงประจักษ์ยืนยัน และกรรมการผู้ตรวจประเมินสามารถให้เหตุผลอธิบายการเป็นแนวปฏิบัติที่ดีได้ชัดเจน</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>-</td><td></td></tr>
<tr><td>2. จำนวนสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ที่เพียงพอและเหมาะสมต่อการจัดการเรียนการสอน</td><td>ระบบและกลไก
<u>จำนวนสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ที่เพียงพอและเหมาะสมต่อการจัดการเรียนการสอน</u>มีดังนี้
เป้าหมาย
<table>
<tr><th>เป้าหมายเชิงปริมาณ</th><th>เป้าหมายเชิงคุณภาพ</th></tr>
<tr><td>1.ผู้ใช้บริการสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ของหลักสูตรมีความพึงพอใจในการใช้บริการอยู่ในระดับที่ไม่น้อยกว่า 3.51คะแนน</td><td>1.สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้สามารถช่วยสนับสนุนให้บุคลากร นักศึกษา หรือบุคคลภายนอกมีความรู้ความเข้าใจด้านการตลาดการลงทุนมากยิ่งขึ้น</td></tr>
<tr><td></td><td>2.สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้สามารถช่วยสนับสนุนให้บุคลากร นักศึกษา หรือบุคคลภายนอกในแนะแนวทางคำปรึกษาหรือการแก้ไขปัญหาในกรณีต่างๆได้อย่างมีประสิทธิภาพ</td></tr>
</table>
กระบวนการ
1 ประชุมพัฒนาปรับปรุงสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้
2. นักศึกษาและอาจารย์ใช้ประโยชน์จากสิ่งสนับสนุน
3 ประเมินความพึงพอใจ
4 ทบทวน/ประเมินระบบการดำเนินงาน
5 พัฒนาและปรับปรุงระบบการดำเนินงาน(ถ้ามี)
6 รายงานผลการปรับปรุงและแนวปฏิบัติที่ดี</td><td>6.1-2-1 : รายงานการประชุม</td></tr>
<tr><td></td><td>การนำระบบและกลไกไปสู่การปฏิบัติ/ดำเนินงาน</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>คณะกรรมการบริหารหลักสูตรฯ ทำการสำรวจ/จัดทำความต้องการสิ่งสนับสนุนการเรียนการสอน ของอาจารย์ผู้สอน และนักศึกษา เพื่อจัดสรรสิ่งสนับสนุนการเรียนการสอน โดยนำผลการ ประเมินสิ่งสนับสนุนการเรียนการสอน จากนักศึกษา อาจารย์และบุคลากร มาใช้เป็นข้อมูลร่วมในการพิจารณา การเตรียมความพร้อมของสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ของสาขาการตลาดซึ่งประกอบไปด้วยห้องปฏิบัติการด้านการตลาดและฝึกปฏิบัติการขาย โดยการ</td><td>6.1-2-2 : รายงานผลการประเมินความพึงพอใจของอาจารย์และ</td></tr>
</table>

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน
	บริหารงานของคณะกรรมการประจำคณะอุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์/การให้บริหารเทคโนโลยีสารสนเทศ ฯลฯ ซึ่งมีการบริหารจัดการด้านการจัดสรรสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้เหล่านี้ ดังนี้ 1.ห้องปฏิบัติการ มีกระบวนการดำเนินการ โดยมีรายละเอียดดังนี้ - คณะกรรมการผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ ประชุมวางแผนเตรียมความพร้อมในการสร้างห้องปฏิบัติการด้านการตลาดและฝึกปฏิบัติการขาย ปีการศึกษา 2567 - ประเมินความต้องการในการใช้อุปกรณ์สนับสนุนการเรียนการสอนต่างๆ 2.อุปกรณ์สำหรับปฏิบัติการขาย โดยมีรายละเอียดดังนี้ - คณะกรรมการผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ แจ้งขอรับการสนับสนุนงบประมาณต่อคณะฯ เพื่อนำเสนอคณบดีเพื่อพิจารณาอนุมัติคำขอ - หลังจากผ่านความเห็นชอบจากคณบดี อนุมัติคำขอซื้อ - งานคลังและพัสดุดำเนินการจัดซื้อวัสดุ/อุปกรณ์ตามคำขอซื้อ - งานคลังและพัสดุพร้อมทั้งกรรมการห้องปฏิบัติการคณะฯ ผู้จัดทำคำขอซื้อ ตรวจสอบความถูกต้องของวัสดุ/อุปกรณ์ ก่อนเบิกจ่ายวัสดุ/ อุปกรณ์ เพื่อนำไปสนับสนุนการเรียนการสอน ต่อไป หลักสูตรฯ ได้ดำเนินการจัดสรรสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ตลอดปีการศึกษาแล้ว นักศึกษา คณาจารย์ ตลอดจนบุคลากรผู้เกี่ยวข้องกับการเรียนการสอน ทำการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสิ่ง สนับสนุนการเรียนรู้ผ่านระบบ และ นำผลการประเมินความพึงพอใจ รวมทั้งข้อเสนอแนะมาประชุมประเมินกระบวนการจัดสรรสิ่งสนับสนุนการเรียนการสอน ดังนี้ - ผลการประเมินสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ของนักศึกษา 4.59 - ผลการประเมินสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ของอาจารย์ 5.00 และผลรวมเฉลี่ย 4.63	นักศึกษาต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้
	การประเมินกระบวนการ 1. คณะกรรมการบริหารหลักสูตรมาประชุมร่วมกันนำผลสรุปความพึงพอใจของนักศึกษาและอาจารย์ต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้มาวิเคราะห์เพื่อพิจารณาสรุป **พบว่า** คณะกรรมการบริหารหลักสูตรประชุมและสำรวจอุปกรณ์ สิ่งสนับสนุนการเรียนการสอนในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต 2. นำเสนอความต้องการของอาจารย์และนักศึกษาต่อคณะฯ **พบว่า** คณะฯ ได้มีการจัดการติดตั้งอินเตอร์เน็ตความเร็วสูงในอาคาร คณะวิทยาการจัดการทุกชั้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในใช้สื่อช่วยในการเรียนการสอนและการสืบค้นด้วยตนเองแก่นักศึกษามีประสิทธิภาพมากขึ้น 3. ประเมินความพึงพอใจ พบว่า มหาวิทยาลัยได้จัดทำระบบประเมินความพึงพอใจสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ของนักศึกษาและอาจารย์ 4. ทบทวน/ประเมินระบบการดำเนินงาน พบว่า ระบบการของบประมาณสิ่งสนับสนุนขึ้นอยู่กับมหาวิทยาลัย 5. พัฒนาและปรับปรุงระบบการดำเนินงาน (ถ้ามี) พบว่า ระบบการของบประมาณสิ่งสนับสนุนขึ้นอยู่กับมหาวิทยาลัย	6.1-2-3 : รายงานการประชุม

<table>
<tr><th>ประเด็นการประเมิน</th><th>ผลการดำเนินงาน</th><th>หลักฐาน</th></tr>
<tr><td></td><td>6. รายงานผลการปรับปรุงและแนวปฏิบัติที่ดี
พบว่า งบประมาณสนับสนุนสิ่งเรียนรู้หลักสูตรฯ มีงบประมาณที่จำกัด และมีข้อจำกัดในการใช้งาน ทำให้สิ่งสนับสนุนไม่เพียงพอต่อการเรียนการสอน</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>การปรับปรุง/พัฒนากระบวนการจากผลการประเมิน</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>จากกระบวนการแก้ไขความไม่พึงพอใจต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ในปีการศึกษา 2567 สาขาวิชาจึงได้ปรับปรุงโดยการสร้างความเข้าใจทั้งแก่นักศึกษาและอาจารย์ถึงข้อจำกัดของสาขาวิชาในเรื่องงบประมาณ และอุปกรณ์ที่มีราคาสูงที่ไม่สามารถจัดหามาได้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน ส่วนประเด็นที่หลักสูตรสามารถจัดการได้เช่น วัสดุการเรียนรู้ สาขาวิชาได้จัดหามาสนับสนุนการเรียนรู้ และจัดการพื้นที่ให้เหมาะสมต่อการเรียนรู้แลกเปลี่ยนสนทนาและทำงานร่วมกัน และจะต้องหาวิธีการให้ได้มาซึ่งการสนับสนุน ซึ่งในปีการศึกษา 2567 สาขาได้ดำเนินการขอรับการสนับสนุนจากศิษย์เก่าและ/หน่วยงานจากภายนอก</td><td>6.1-2-4 : รายงานการประชุม

6.1-2-5 : การประเมินและพัฒนาระบบกลไก</td></tr>
<tr><td></td><td>ผลการปรับปรุงเห็นชัดเจนเป็นรูปธรรม</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>-</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>แนวทางปฏิบัติที่ดี โดยมีหลักฐานเชิงประจักษ์ยืนยัน และกรรมการผู้ตรวจประเมินสามารถให้เหตุผลอธิบายการเป็นแนวปฏิบัติที่ดีได้ชัดเจน</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>-</td><td></td></tr>
<tr><td>3. กระบวนการปรับปรุงตามผลการประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาและอาจารย์ต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้</td><td>ระบบและกลไก</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td><u>ระบบกระบวนการปรับปรุงตามผลการประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาและอาจารย์ต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้</u>มีดังนี้

เป้าหมาย
<table>
<tr><th>เป้าหมายเชิงปริมาณ</th><th>เป้าหมายเชิงคุณภาพ</th></tr>
<tr><td>1.ผู้ใช้บริการสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ของหลักสูตรมีความพึงพอใจในการใช้บริการอยู่ในระดับที่ไม่น้อยกว่า 3.51คะแนน</td><td>1.สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้สามารถช่วยสนับสนุนให้บุคลากร นักศึกษา หรือบุคคลภายนอกมีความรู้ความเข้าใจด้านการตลาดการลงทุนมากยิ่งขึ้น</td></tr>
<tr><td></td><td>2.สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้สามารถช่วยสนับสนุนให้บุคลากร นักศึกษา หรือบุคคลภายนอกในแนะแนวทางคำปรึกษาหรือการแก้ไขปัญหาในกรณีต่างๆได้อย่างมีประสิทธิภาพ</td></tr>
</table></td><td>6.1-3-1 : รายงานการประชุม</td></tr>
</table>

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน
	กระบวนการ 1. คณะกรรมการบริหารหลักสูตรมาประชุมร่วมกันนำผลสรุปความพึงพอใจของนักศึกษาและอาจารย์ต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้มาวิเคราะห์เพื่อพิจารณาสรุป 2. นักศึกษาและอาจารย์ใช้ประโยชน์ต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ 3. ประเมินความพึงพอใจ 4. ทบทวน/ประเมินระบบการดำเนินงาน 5. พัฒนาและปรับปรุงระบบการดำเนินงาน (ถ้ามี) 6. รายงานผลการปรับปรุงและแนวปฏิบัติที่ดี	
	การนำระบบและกลไกไปสู่การปฏิบัติ/ดำเนินงาน	
	1.มีระบบกลไกการประเมินความพึงพอใจของอาจารย์และนักศึกษาต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ 2.ผลการดำเนินงานตามกลไกการประเมินความพึงพอใจของอาจารย์และนักศึกษาต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ นักศึกษาและอาจารย์ทางสาขาการตลาดทำการประเมินความพึงพอใจของสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ผ่านระบบ QA ของมหาวิทยาลัยซึ่งมีรายละเอียดผลการประเมินความพึงพอใจปีการศึกษา 2567 พบว่าอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก ทุกรายการย่อยดังนี้ - สาขาวิชามีระบบ และกลไกที่สามารถนำไปสู่การปฏิบัติงานได้จริง - มีการประชุมผู้รับผิดชอบหลักสูตรเพื่อร่วมกันวางระบบการดำเนินงานในการจัดสรรและสนับสนุนอุปกรณ์ประกอบการเรียนการสอนจัดสรรงบประมาณ เพื่อให้มีสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ที่เพียงพอต่อการจัดการเรียนการสอนโดยมี o ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์จำนวน 2 ห้อง o มีจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ทั้งหมดจำนวน 80 เครื่อง o มี สัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สาย ที่มีสัญญานทั่วถึงทุกชั้นของ คณะฯ o มีห้องเรียนพร้อมใช้จำนวน 24 ห้อง พร้อมอุปกรณ์ เครื่องโปรเจคเตอร์ เครื่องขยายเสียง ครบทุกห้อง - มีการประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาและอาจารย์ต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ (ประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาและอาจารย์ต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้) ได้คะแนนเฉลี่ย 4.63 โดยมีการพิจารณาเป็นด้านต่างๆ **ข้อเสนอแนะ** ควรมีห้องคอมพิวเตอร์กราฟิกปฏิบัติการ ที่สามารถใช้ฝึกปฏิบัติการด้านการสร้างงานด้านคอมพิวเตอร์กราฟิกต่างๆ ตลอดจนการฝึกปฏิบัติการตัดต่อวิดีโอ และการขายผ่านระบบออนไลน์ เพื่อให้นักศึกษาสามารถที่จะใช้ฝึกประสบการณ์ในการขายผ่านระบบออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพ 3. มีการปรับปรุงตามผลการประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาและอาจารย์ ได้มีการนำผลการประเมินความพึงพอใจมาปรับปรุงเพื่อพัฒนาสื่อการเรียนการสอนอยู่อย่างต่อเนื่อง โดยจัดสรรงบประมาณเพื่อการปรับปรุงอุปกรณ์ที่ชำรุดอาจารย์ประจำ	6.1-3-2 : รายงานผลการประเมินความพึงพอใจของอาจารย์และนักศึกษาต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

<table>
<tr><th>ประเด็นการประเมิน</th><th>ผลการดำเนินงาน</th><th>หลักฐาน</th></tr>
<tr><td></td><td>
สาขาวิชาได้ทำการประชุมหาแนวทางปรับปรุงเพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ตามความต้องการของทั้งนักศึกษาและอาจารย์อย่างเป็นรูปธรรม
<table>
<tr><th>ปีการศึกษา</th><th>ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ (1)</th><th>ความพึงพอใจของอาจารย์ต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ (2)</th><th>ความพึงพอใจภาพรวม (1) และ (2)</th></tr>
<tr><td>2559</td><td>3.90</td><td>3.96</td><td>3.93</td></tr>
<tr><td>2560</td><td>4.26</td><td>3.96</td><td>4.11</td></tr>
<tr><td>2561</td><td>4.25</td><td>4.17</td><td>4.21</td></tr>
<tr><td>2562</td><td>4.17</td><td>4.77</td><td>4.22</td></tr>
<tr><td>2563</td><td>4.38</td><td>4.68</td><td>4.39</td></tr>
<tr><td>2564</td><td>4.54</td><td>4.54</td><td>4.54</td></tr>
<tr><td>2565</td><td>4.56</td><td>4.99</td><td>4.57</td></tr>
<tr><td>2566</td><td>4.58</td><td>5.00</td><td>4.61</td></tr>
<tr><td>2567</td><td>4.59</td><td>5.00</td><td>4.63</td></tr>
</table>
การประเมินกระบวนการ
1. ประชุมพัฒนาปรับปรุงสิ่งสนับสนุนการเรียนการสอน
พบว่า คณะกรรมการบริหารหลักสูตรประชุมและสำรวจอุปกรณ์ สิ่งสนับสนุนการเรียนการสอนในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
2. นักศึกษาและอาจารย์ใช้ประโยชน์ต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้
พบว่า นักศึกษาและอาจารย์ผู้สอนและอาจารย์ประจำหลักสูตรใช้ อุปกรณ์ และสิ่งสนับสนุนการเรียนการสอนในหลักสูตรและกิจกรรมสำหรับนักศึกษาและอาจารย์ผู้สอน
3. ประเมินความพึงพอใจของอาจารย์และนักศึกษา
พบว่า มหาวิทยาลัยได้จัดทำระบบประเมินความพึงพอใจสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ของนักศึกษาและอาจารย์
4. ประเมินความพึงพอใจของอาจารย์และนักศึกษาต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้
พบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจอยู่ใน ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63
5. พัฒนาและปรับปรุงระบบการดำเนินงาน (ถ้ามี)
พบว่า ระบบการของบประมาณสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ ขึ้นอยู่กับทางมหาวิทยาลัยจัดสรรงบประมาณให้
6. รายงานผลการปรับปรุงและแนวทางปฏิบัติที่ดี
พบว่า งบประมาณสนับสนุนสิ่งเรียนรู้หลักสูตร มีงบประมาณที่จำกัด และมีค่าใช้จ่ายสูงและมีข้อจำกัดในการใช้งาน ทำให้สิ่งสนับสนุนไม่เพียงพอต่อการเรียนการสอน
</td><td>6.1-3-3 : รายงานการประชุม</td></tr>
</table>

ประเด็นการประเมิน	ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน
	การปรับปรุง/พัฒนากระบวนการจากผลการประเมิน	
	ในปีการศึกษา 2567 หลักสูตรสาขาวิชาการตลาด มีกระบวนการปรับปรุงตามผลการประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาและอาจารย์ต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ ดังนี้ 1. หลักสูตรฯจะนำรายงานผลการสำรวจความพึงพอใจของนักศึกษาและอาจารย์ต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ปีการศึกษา 2567 เข้าหารือในการประชุมคณะกรรมการบริหารหลักสูตร 2. คณะกรรมการบริหารหลักสูตรได้นำผลการประเมินความพึงพอใจมาพิจารณาเพื่อติดตามผลกระทบที่เกิดจากสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ เช่น ในปีการศึกษา 2567 ซึ่งสิ่งที่ต้องปรับปรุงพัฒนาคือ ด้านเทคโนโลยีเครือข่ายอินเตอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.38 และด้านห้องปฏิบัติการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.48 ซึ่งมีค่าคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด และรายงานเสนอต่อคณะกรรมการบริหารหลักสูตรฯในการประชุมในครั้งต่อไป 3. เมื่อทราบข้อบกพร่อง คณะกรรมการบริหารหลักสูตรฯมีมติให้ดำเนินการแก้ไขตามจุดที่พบข้อบกพร่องโดยใช้งบประมาณหลักสูตรฯ ดังนั้นในปีการศึกษา 2567 ทางสาขาวิชาการตลาด จึงได้มีการจัดทำสถานที่เพื่อใช้ฝึกปฏิบัติการในช่วงเทศกาลต่างๆหรือช่วงที่คณะได้มีการจัดโครงการ โดยของความอนุเคราะห์พื้นที่เพื่อให้นักศึกษาได้ฝึกปฏิบัติ 4. ติดตามผลที่เกิดขึ้นหลังจากที่มีการปรับปรุงสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ตามความพึงพอใจ โดยดูจากผลการผลการประเมินของนักศึกษา 5. ในปีการศึกษา2568 ทางหลักสูตรฯได้มีการวางแผนโดยการนำข้อมูลผลการประเมิน ปีการศึกษา 2567 มาใช้ในการวางแผนการพัฒนาปรับปรุงเป็นการต่อไป 6. เสนอแนวทางแก้ไขต่อคณะ และมหาวิทยาลัย	6.1-3-4 : รายงานการประชุม 6.1-3-5 : การประเมินและพัฒนาระบบกลไก
	ผลการปรับปรุงเห็นชัดเจนเป็นรูปธรรม	
	-	
	แนวทางปฏิบัติที่ดี โดยมีหลักฐานเชิงประจักษ์ยืนยัน และกรรมการผู้ตรวจประเมินสามารถให้เหตุผลอธิบายการเป็นแนวปฏิบัติที่ดีได้ชัดเจน	
	-	

สรุปผลการประเมินตนเอง

ตัวบ่งชี้	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	คะแนน	การบรรลุเป้าหมาย
6.1	3 ข้อ	3 ข้อ	4	☑ บรรลุ ☐ไม่บรรลุ

หมวดที่ 6 ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับคุณภาพหลักสูตรจากผู้ประเมิน

ข้อคิดเห็นหรือสาระจากผู้ประเมิน	ความเห็นของผู้รับผิดชอบหลักสูตร	การนำไปดำเนินการวางแผนหรือปรับปรุงหลักสูตร

สรุปการประเมินหลักสูตร

การประเมินจากผู้ที่สำเร็จการศึกษา (รายงานตามปีที่สำรวจ)

ข้อวิพากษ์ที่สำคัญจากผลการประเมิน	ข้อคิดเห็นของคณาจารย์ต่อผลการประเมิน
ข้อเสนอการเปลี่ยนแปลงในหลักสูตรจากผลการประเมิน	

การประเมินจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (ผู้ใช้บัณฑิต)

กระบวนการประเมิน	
ข้อวิพากษ์ที่สำคัญจากผลการประเมิน	**ข้อคิดเห็นของคณาจารย์ต่อผลการประเมิน**
ผู้ใช้บัณฑิตมีความคิดเห็นเกี่ยวกับบัณฑิตของสาขาวิชาการตลาดที่ควรพัฒนา ดังนี้ 1. ด้านการติดต่อสื่อสาร คือ ต้องทำการพัฒนาเกี่ยวกับทักษะในการเขียน ทักษะในการฟัง ทักษะในการนำเสนอ และทักษะในการพูดทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศอย่างน้อย 1 ภาษา 2. ด้านความรู้รอบตัว คือต้องทำการพัฒนาเกี่ยวกับความรู้และสนใจในประเด็นปัญหาที่เกี่ยวกับสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง ประเด็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพ ประเด็นปัญหาที่เกี่ยวกับวิชาชีพ ประเด็นปรับเปลี่ยนตนเองให้ทันต่อเทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา 3. ด้านการดำรงชีวิตร่วมกับผู้อื่นในสังคม คือต้องทำการพัฒนาเกี่ยวกับการใช้ชีวิตส่วนตัวในเชิงประมาทและมีความเสี่ยง เช่น ดื่มเหล้า และ/หรือชอบใช้ของฟุ่มเฟือยราคาแพง ฯลฯ เป็นประจำ การควบคุมอารมณ์และความรู้สึก ความเสียสละให้กับองค์กร ความยืดหยุ่นและความสามารถในการประสานงานกับเพื่อนร่วมงาน เคารพและปฏิบัติตามระเบียบและวัฒนธรรมองค์กร ความมีเมตตา เกื้อกูล และมีน้ำใจต่อ	สาขาวิชาฯ ได้เน้นพัฒนาคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ทั้ง 5 ด้านอย่างต่อเนื่อง

เพื่อนร่วมงาน ความขยันขันแข็ง ความเที่ยงธรรม ใจเป็นกลาง และไม่นินทาว่าร้าย ความซื่อสัตย์และความน่าเชื่อถือในการทำงาน และความรับผิดชอบที่จะทำงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จ 4. ด้านความรู้และความสามารถ คือต้องทำการพัฒนาเกี่ยวกับทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษ ความสามารถในการแก้ปัญหา ความรู้ในสาขาที่เรียนมา ความคิดสร้างสรรค์ ความสามารถในการคิดวิเคราะห์	
ข้อเสนอการเปลี่ยนแปลงในหลักสูตรจากผลการประเมิน	

หมวดที่ 7 การเปลี่ยนแปลงที่มีผลกระทบต่อหลักสูตร

การเปลี่ยนแปลงที่มีผลกระทบต่อหลักสูตรในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา

การเปลี่ยนแปลงภายในสถาบัน (ถ้ามี)	การเปลี่ยนแปลงภายนอกสถาบัน (ถ้ามี)
มีการเปลี่ยนแปลงระบบการทำงาน การเสนอโครงการ และการอนุมัติใช้งบประมาณทำให้ การดำเนินงานของหลักสูตรเป็นไปอย่างล่าช้า และไม่ทันการในระยะเวลาที่กำหนด	รูปแบบการพัฒนาหลักสูตรตามเกณฑ์มาตรฐานที่ อว.กำหนด มีหลากหลายรูปแบบประกอบด้วย รูปแบบปกติเป็นการฝึกงาน รูปแบบสหกิจศึกษา รูปแบบ WIL และรูปแบบ CWIE จึงทำให้หลักสูตรต้องมีการพัฒนาหลักสูตรเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดไว้ นอกจากนั้นทางหลักสูตรต้องจัดทำบันทึกข้อตกลง (MOU) กับสถานประกอบการไว้รองรับในการศึกษารูปแบบดังกล่าว

หมวดที่ 8 แผนการดำเนินการเพื่อพัฒนาหลักสูตร

ความก้าวหน้าของการดำเนินงานตามแผนที่เสนอในรายงานของปีที่ผ่านมา

แผนดำเนินการ	กำหนดเวลาที่แล้วเสร็จ	ผู้รับผิดชอบ	ความสำเร็จของแผน/เหตุผลที่ไม่สามารถดำเนินการได้สำเร็จ
โครงการ บูรณาการการเรียนการสอนกับการบริการวิชาการทางสังคมและการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม	พฤษภาคม 2568	อ.ณิชาภา พิมลศิริ	การอนุมัติแผนการใช้งบประมาณ ปี 2568 มีความล่าช้า ทุกกระบวนการทำให้ อนุมัติใช้งบประมาณได้ในไตรมาศ 2 ทำให้โครงการที่อยู่ภายใต้แผนการดำเนินงานของสาขา ล่าช้า

ข้อเสนอในการพัฒนาหลักสูตร

1. **ข้อเสนอในการปรับโครงสร้างหลักสูตร (จำนวนหน่วยกิต รายวิชาแกน รายวิชาเลือกฯ)**
   ให้มีสาขาเดียว ไม่ต้องมีแขนง แต่ปรับวิชาบังคับเลือกเพื่อสร้างความเชี่ยวชาญทางด้านการตลาดตามที่นักศึกษาต้องการ
   ให้มีการปรับหน่วยกิต โดยเน้นภาคปฏิบัติเพิ่มขึ้น
2. **ข้อเสนอในการเปลี่ยนแปลงรายวิชา (การเปลี่ยนแปลง เพิ่มหรือลดเนื้อหาในรายวิชา การเปลี่ยนแปลงวิธีการสอนและการประเมินสัมฤทธิผลรายวิชาฯ)**
   ให้มีเพิ่มรายวิชาด้านภาษาอังกฤษ และวิชาชีพด้านการตลาด เพื่อสร้างความเชี่ยวชาญทางด้านการตลาดตามที่นักศึกษาต้องการ
3. **กิจกรรมการพัฒนาคณาจารย์และบุคลากรสายสนับสนุน**
   อบรมการเขียนผลงานทางวิชาการ ให้กับอาจารย์/บุคลากรสายสนับสนุน

แผนการดำเนินงานสำหรับปีถัดไป

แผนดำเนินการ	กำหนดเวลาที่แล้วเสร็จ	ผู้รับผิดชอบ	ความสำเร็จของแผน/เหตุผลที่ไม่สามารถดำเนินการได้สำเร็จ
โครงการ พัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจ (สาขาวิชาการตลาด)			
โครงการ ทวนสอบผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาวิชาการตลาด)			
โครงการ รับการประเมินคุณภาพการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจ (สาขาวิชาการตลาด)			
โครงการ ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพทางวิชาชีพนักศึกษาสาขาวิชาการตลาด			
โครงการ แนะแนวและประชาสัมพันธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจ (สาขาวิชาการตลาด)			
โครงการ พัฒนาศักยภาพอาจารย์สาขาวิชาการตลาด			
โครงการ บูรณาการการเรียนการสอนกับการบริการวิชาการทางสังคมและการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม			

ตารางสรุปผลการประเมินคุณภาพการศึกษาภายในรายตัวบ่งชี้

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาวิชาการตลาด)

ตัวชี้บ่งชี้		ผลการดำเนินงาน		คะแนน
		ตัวตั้ง / ตัวหาร	ผลลัพธ์ (% หรือสัดส่วน)	
องค์ประกอบที่ 1 การกำกับมาตรฐาน				
1.1	การบริหารจัดการหลักสูตรตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรที่กำหนดโดย สกอ.	ผ่าน		
สรุปผลการประเมิน องค์ประกอบที่ 1		**ผ่าน**		
องค์ประกอบที่ 2 บัณฑิต				
2.1	คุณภาพบัณฑิตตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ	4.65		4.65
2.2	(ปริญญาตรี) ร้อยละของบัณฑิตปริญญาตรีที่ได้งานทำ หรือประกอบอาชีพอิสระภายใน 1 ปี	30 / 30	ร้อยละ 100.00	5.00
คะแนนเฉลี่ย องค์ประกอบที่ 2		**4.83**		
องค์ประกอบที่ 3 นักศึกษา				
3.1	การรับนักศึกษา	4		4.00
3.2	การส่งเสริมและพัฒนานักศึกษา	4		4.00
3.3	ผลที่เกิดกับนักศึกษา	3		3.00
คะแนนเฉลี่ย องค์ประกอบที่ 3		**3.67**		
องค์ประกอบที่ 4 อาจารย์				
4.1	การบริหารและพัฒนาอาจารย์	4		4.00
4.2	คุณภาพอาจารย์			5.00
	- ร้อยละของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรที่มีคุณวุฒิปริญญาเอก	2 / 5	ร้อยละ 40	5.00
	- ร้อยละของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรที่ดำรงตำแหน่งทางวิชาการ	4 / 5	ร้อยละ 80	5.00
	- ผลงานทางวิชาการของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	8.60 / 5	ร้อยละ 172.00	5.00
4.3	ผลที่เกิดขึ้นกับอาจารย์	4		4.00
คะแนนเฉลี่ย องค์ประกอบที่ 4		**4.33**		
องค์ประกอบที่ 5 หลักสูตร การเรียนการสอน การประเมินผู้เรียน				
5.1	สาระของรายวิชาในหลักสูตร	4		4.00
5.2	การวางระบบผู้สอนและกระบวนการจัดการเรียนการสอน	4		4.00
5.3	การประเมินผู้เรียน	3		3.00

ตัวชี้บ่งชี้		ผลการดำเนินงาน		คะแนน
		ตัวตั้ง	ผลลัพธ์	
		ตัวหาร	(% หรือสัดส่วน)	
5.4	ผลการดำเนินงานหลักสูตรตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ	10 / 10	ร้อยละ100	5.00
คะแนนเฉลี่ย องค์ประกอบที่ 5		**4.00**		
องค์ประกอบที่ 6 สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้				
6.1	สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้	4		43.00
คะแนนเฉลี่ย องค์ประกอบที่ 6		**4.00**		
คะแนนเฉลี่ย (องค์ประกอบที่ 2-6)		**4.13**		

ตารางการวิเคราะห์คุณภาพการศึกษาภายในระดับหลักสูตร

องค์ประกอบที่	คะแนนผ่าน	I	P	O	คะแนนเฉลี่ย	ผลการประเมิน 0.01 -2.00 ระดับคุณภาพน้อย 2.01 -3.00 ระดับคุณภาพปานกลาง 3.01 -4.00 ระดับคุณภาพดี 4.01 -5.00 ระดับคุณภาพดีมาก
1		ผ่านการประเมิน				หลักสูตรเป็นไปตามมาตรฐาน
2		-	-	4.83	4.83	ระดับดีมาก
3		-	4.00	3.00	3.67	ระดับดี
4		5.00	4.00	4.00	4.33	ระดับดีมาก
5		-	3.67	5.00	4.00	ระดับดี
6		-	4.00	-	4.00	ระดับดี
ผลการประเมิน		5.00	3.86	4.33	4.13	ระดับดีมาก
		ระดับดีมาก	ระดับดี	ระดับดีมาก	ระดับดีมาก	

หมายเหตุ ในประเด็นตัวบ่งชี้ที่ 3.3 และ 4.3 เป็นผลลัพธ์ของกระบวนการย่อย

รายงานผลการวิเคราะห์จุดเด่นและจุดที่ควรพัฒนา

องค์ประกอบ	ผลการประเมิน
องค์ประกอบที่ 2 บัณฑิต	**จุดเด่น** 1. บัณฑิตที่จบ หลักสูตร บธ.บ. สาขาวิชาการตลาด มีจำนวนมาก
	จุดที่ควรพัฒนา 1. ควรมีระบบและกลไกการพัฒนาทักษะด้านคิดวิเคราะห์ให้แก่นักศึกษา
องค์ประกอบที่ 3 นักศึกษา	**จุดเด่น** 1. หลักสูตรมีกระบวนการประชาสัมพันธ์เชิงรุก โดยใช้สื่อที่หลากหลายมากขึ้น ในการวางแผนการรับนักศึกษามีการประยุกต์รายวิชาในหลักสูตร บูรณาการการเรียนการสอนกับกระบวนการประชาสัมพันธ์ ส่งผลให้มีนักศึกษาเข้ามาเกินแผนรับ 2. หลักสูตรมีกระบวนการในการพัฒนานักศึกษาทำให้เกิดผลงานวิจัยของนักศึกษาและอาจารย์จำนวนมาก ตลอดจนถึงได้รับรางวัลในการนำเสนอดีเด่นจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ
	จุดที่ควรพัฒนา 1. ควรส่งเสริมให้นักศึกษาเข้าร่วมการแข่งขันในระดับนานาชาติ
องค์ประกอบที่ 4 อาจารย์	**จุดเด่น** 1. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรมีตำแหน่งทางวิชาการและมีคุณวุฒิเต็มศักยภาพ 2. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรมีผลงานทางวิชาการตีพิมพ์ครบทุกท่าน 3. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรมีตำแหน่งทางวิชาการจำนวนมาก 4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรมีผลงานทางวิชาการเป็นจำนวนมาก
	จุดที่ควรพัฒนา 1. ควรมีการพัฒนาอาจารย์ในด้านการเขียนบทความเพื่อลงวารสารในฐาน SCOPUS
องค์ประกอบที่5 หลักสูตร การเรียนการสอน การประเมินผู้เรียน	**จุดเด่น** **1** หลักสูตรมีความทันสมัยและมีมาตรฐานตามเกณฑ์ 2 มีระบบกลไกในการจัดการเรียนการสอนที่ส่งผลต่อนักศึกษาทำให้นักศึกษาได้รับรางวัลในการนำเสนอดีเด่นจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ 3 หลักสูตรมีการปรับตัวให้ทันสมัยในการเพิ่มเติมเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น AI ใน มคอ.3
	จุดที่ควรพัฒนา 1. -
องค์ประกอบที่6 สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้	**จุดเด่น** 1. หลักสูตรมีสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้นอกห้องเรียนในการมีเครือข่ายให้นักศึกษาเข้าร่วมงานในการนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ
	จุดที่ควรพัฒนา 1. -

กำหนดตรวจการประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน ระดับหลักสูตร
สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ปีการศึกษา ๒๕๖๗
วันที่ ๓๐ กรกฎาคม ๒๕๖๘
ณ ห้องประชุมคณะวิทยาการจัดการ ชั้น ๒ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

เวลา	กิจกรรมในการดำเนินการ	ผู้รับผิดชอบ	สถานที่
๐๙.๐๐ – ๐๙.๓๐ น.	คณะกรรมการประเมินฯ ประชุม เพื่อซักซ้อมกำหนดการ	คณะกรรมการประเมิน	ห้องประชุม ชั้น ๒ คณะวิทยาการจัดการ
๐๙.๓๐ – ๐๙.๔๕ น.	- ผู้บริหารกล่าวต้อนรับ - ประธานกรรมการประเมินฯ ชี้แจงวัตถุประสงค์ของการประเมิน - นำเสนอผลการดำเนินงานตาม SAR	หน่วยงาน	ห้องประชุม ชั้น ๒ คณะวิทยาการจัดการ
๐๙.๔๕ – ๑๐.๓๐ น.	คณะกรรมการประเมินฯ ตรวจเอกสารหลักฐานประกอบแต่ละตัวบ่งชี้หรือเอกสารอื่น ๆ	คณะกรรมการประเมิน	ห้องประชุม ชั้น ๒ คณะวิทยาการจัดการ
๑๐.๓๐ – ๑๐.๔๕ น.	รับประทานอาหารว่าง	หน่วยงาน	
๑๐.๔๕ – ๑๒.๐๐ น.	คณะกรรมการประเมินฯ ตรวจเอกสารหลักฐานประกอบแต่ละตัวบ่งชี้ หรือเอกสารอื่น ๆ (ต่อ)	คณะกรรมการประเมิน	ห้องประชุม ชั้น ๒ คณะวิทยาการจัดการ
๑๒.๐๐ – ๑๓.๐๐ น.	รับประทานอาหารกลางวัน	หน่วยงาน	
๑๓.๐๐ – ๑๔.๓๐ น.	คณะกรรมการประเมินฯ ตรวจเอกสารหลักฐานประกอบแต่ละตัวบ่งชี้ หรือเอกสารอื่น ๆ (ต่อ)	คณะกรรมการประเมิน	ห้องประชุม ชั้น ๒ คณะวิทยาการจัดการ
๑๔.๓๐ – ๑๔.๔๕ น.	รับประทานอาหารว่าง	หน่วยงาน	
๑๔.๔๕ – ๑๕.๓๐ น.	ประชุมคณะกรรมการประเมินฯ เตรียมการรายงานผล	คณะกรรมการประเมิน	ห้องประชุม ชั้น ๒ คณะวิทยาการจัดการ
๑๕.๓๐ – ๑๖.๓๐ น.	คณะกรรมการประเมินฯ รายงานผลการประเมินฯ ด้วยวาจา ต่อผู้บริหารและบุคลากร	คณะกรรมการประเมิน	ห้องประชุม ชั้น ๒ คณะวิทยาการจัดการ