

รายงานผลการประเมินตนเอง
Self-Assessment Report (SAR)
ตามเกณฑ์ AUN-QA Version 4.0

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชาการตลาด

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ประจำปีการศึกษา 2568

1 มิถุนายน 2568 – 31 พฤษภาคม 2569

คณะกรรมการประเมินการประกันคุณภาพทางการศึกษา ระดับหลักสูตร

ลายเซ็น .....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิกร ยาสมร)

ประธานคณะกรรมการประเมิน

ลายเซ็น .....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิทธิพรร์ สุนทร)

คณะกรรมการประเมิน

ลายเซ็น .....

(อาจารย์สุภาษา ภูพันนา)

คณะกรรมการประเมิน

วันที่ 14 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569

รับรองความถูกต้องของข้อมูล

ลายเซ็น .....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติชัย เจริญชัย)

ประธานหลักสูตร

วันที่รายงาน 14 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569

ลายเซ็น .....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เขมิกา แสนโสม)

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

วันที่รายงาน 14 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569

ลายเซ็น .....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นุชนาถ มีนาสันติรักษ์)

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

วันที่รายงาน 14 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569

ลายเซ็น .....

(อาจารย์ณิชาภา พิมลศิริ)

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

วันที่รายงาน 14 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569

ลายเซ็น .....

(อาจารย์วัลวลี ศีลพันธุ์)

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

วันที่รายงาน 14 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569

สารบัญ

เรื่อง	**หน้า**
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	5-6
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของหลักสูตร	7-29
ส่วนที่ 2 รายงานการประเมินตนเอง	30-127
ส่วนที่ 3 สรุปผลการประเมินตนเอง	128-151

บทสรุปผู้บริหาร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565 ได้รับอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตรจากสภามหาวิทยาลัย ในการประชุมครั้งที่ 6/2565 ในวันที่ 27 เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2565 และได้รับการพิจารณาจากสำนักงานปลัดกระทรวง กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เมื่อวันที่ วันที่ 7 กันยายน พ.ศ. 2565 ทั้งนี้หลักสูตร จัดทำรายงานผลการประเมินตนเองตามเกณฑ์การประเมินของสำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (สป.อว.) ในองค์ประกอบที่ 1 การกำกับมาตรฐาน ตัวบ่งชี้ที่ 1.1 การบริหาร จัดการหลักสูตรตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่องเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร ระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2558 มีคุณภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด และ ผลการประเมินตามเกณฑ์คุณภาพ AUN - QA Version 4.0 (ASEAN University Network - Quality Assurance Version 4) ในรอบปีการศึกษา 2568 ระหว่างวันที่ 1 มิถุนายน 2568 ถึงวันที่ 31 พฤษภาคม 2569 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรทั้ง 5 คน มีคุณวุฒิปริญญาโท 3 คน และคุณวุฒิปริญญาเอก 2 คน และ มีตำแหน่ง ทางวิชาการระดับผู้ช่วยศาสตราจารย์ 3 คน หลักสูตรได้รับงบประมาณในการบริหาร จัดการทั้งสิ้น จำนวน 233,170 บาท แบ่งเป็น งบประมาณแผ่นดินจำนวน 52,600 บาท และงบประมาณเงินรายได้ จำนวน 180,570 บาท

ผลการประเมินตามเกณฑ์ AUN-QA Version 4.0 จำนวน 8 Criteria คะแนนการประเมินโดยรวมอยู่ในระดับ 2 รายละเอียดแสดงดังตาราง

Criteria	Score
ตัวบ่งชี้ 1.1 การบริหารจัดการหลักสูตรตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรีและบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2558	ผ่าน
1. Expected Learning Outcomes	2
2. Programme Structure and Content	2
3. Teaching and Learningn Approach	2
4. Student Assessment	2
5. Academic Staff	2
6. Student Support Services	2
7. Facilities and Infrastructure	2
8. Output and Outcomes	2
Overall Score	**2**

จุดเด่น:

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

จุดบกพร่อง:

-

ส่วนที่ 1
ข้อมูลทั่วไปของหลักสูตร

1.1 รหัสและชื่อหลักสูตร

1.2 ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

1.3 วิชาเอก

1.4 จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร

1.5 รูปแบบของหลักสูตร

1.6 สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

1.7 ประวัติความเป็นมา

1.8 ปรัชญา

1.9 ความสำคัญ

1.10 วัตถุประสงค์

1.11 โครงสร้างหลักสูตร

1.12 มาตรฐานผลการเรียนรู้

1.13 ผลลัพธ์การเรียนรู้ในแต่ละชั้นปีของนักศึกษา

1.14 มาตรฐานผลการเรียนรู้

1.15 เกณฑ์ในการคัดเลือกเข้าศึกษา/คุณสมบัติของผู้ศึกษา/ความต้องการของหลักสูตร

1.16 แนวทางการประกอบอาชีพสำหรับผู้สำเร็จการศึกษา

1.17. ข้อมูลปัจจุบันของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร (ข้อมูลปีการศึกษาที่ประเมิน)

1.18. อาจารย์ผู้สอนปีการศึกษา (ข้อมูลปีการศึกษาที่ประเมิน)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของหลักสูตร

1. รหัสและชื่อหลักสูตร

รหัสหลักสูตร 25481561110468

ชื่อหลักสูตร

ภาษาไทย : หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

ภาษาอังกฤษ : Bachelor of Business Administration Program in Marketing

2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

ชื่อเต็ม (ไทย) : บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

ชื่อย่อ (ไทย) : บธ.บ. (การตลาด)

ชื่อเต็ม (อังกฤษ): Bachelor of Business Administration (Marketing)

ชื่อย่อ (อังกฤษ) : B.B.A. (Marketing)

3. วิชาเอก

-

4. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร

หลักสูตรปกติ (กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ) ไม่น้อยกว่า 130 หน่วยกิต

หลักสูตรสหกิจศึกษา ไม่น้อยกว่า 133 หน่วยกิต

5. รูปแบบของหลักสูตร

5.1 รูปแบบ

☑ หลักสูตรทางปริญญาตรีทางวิชาการ

☐ หลักสูตรทางปริญญาตรีแบบก้าวหน้าทางวิชาการ

☐ หลักสูตรทางปริญญาตรีทางวิชาชีพ

☐ หลักสูตรทางปริญญาตรีแบบก้าวหน้าทางวิชาชีพ

5.2 ระยะเวลาการศึกษาปกติ

☑ หลักสูตรระดับปริญญาตรี 4 ปี

5.3 ภาษาที่ใช้ในการจัดการเรียนการสอน

ภาษาไทย และเอกสารตำราในวิชาของหลักสูตร เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

5.4 การรับเข้าศึกษา

☐ รับเฉพาะนักศึกษาไทย

☐ รับเฉพาะนักศึกษาต่างประเทศ

☑ รับเฉพาะนักศึกษาไทยและนักศึกษาชาวต่างประเทศ ที่สามารถใช้ภาษาไทยเป็นอย่างดี

5.5 ความร่วมมือกับสถาบันอื่น

☑ เป็นหลักสูตรเฉพาะของสถาบัน

☐ เป็นการร่วมพัฒนาหลักสูตรและร่วมผลิตบัณฑิตกับองค์กรร่วมผลิตอื่น

5.6 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา

☑ ให้ปริญญาเพียงสาขาวิชาเดียว

☐ ให้ปริญญามากกว่า 1 สาขาวิชา ระบุ .....

6. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

6.1 หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565 เริ่มเปิดสอนภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา พ.ศ. 2565 โดยปรับปรุงจากหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560

6.2 คณะกรรมการประจำคณะวิทยาการจัดการ เห็นชอบในการนำเสนอหลักสูตร ในการประชุมครั้งที่ 2/2565 วันที่ 8 เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565

6.3. สภาวิชาการ ให้ความเห็นชอบในการประชุมครั้งที่ 4/2565 วันที่ 11 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2565

6.4. สภามหาวิทยาลัยฯ อนุมัติหลักสูตรในการประชุมครั้งที่ 6/2565 วันที่ 27 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2565

7. ประวัติความเป็นมา

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

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

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

8. ปรัชญา

ผลิตบัณฑิตทางวิชาชีพการตลาด เพื่อสร้างผู้ประกอบการทางสังคม มุ่งสู่การพัฒนาท้องถิ่นเป็นสังคมผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ที่มีความต่อเนื่องอย่างยั่งยืนและมีจรรยาบรรณในวิชาชีพการตลาด

9. ความสำคัญ

1) หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด สร้างบุคลากรที่มีทักษะพร้อมทำงานเป็นบัณฑิตที่มีความรู้ความสามารถและทักษะที่จำเป็นในการประกอบวิชาชีพด้านการตลาด พร้อมทั้งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงในสายงานที่หลากหลาย เป็นบุคลากรด้านการตลาดที่มีคุณภาพช่วยสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศให้เติบโตได้อย่างยั่งยืน

2) หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เปิดโอกาสทางอาชีพ ที่กว้างขวางผู้สำเร็จการศึกษาสามารถทำงานในหลากหลายตำแหน่ง เช่น เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด เจ้าหน้าที่ฝ่ายวิจัยตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เจ้าหน้าที่ฝ่ายการขาย เจ้าหน้าที่ฝ่ายวิเคราะห์และการวางแผนการตลาด เจ้าหน้าที่ฝ่ายงานบริการลูกค้าและงานลูกค้าสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่ฝ่ายวางแผนและสื่อสารการตลาด เจ้าหน้าที่ฝ่ายโฆษณาและส่งเสริมการขาย เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดกิจกรรมทางการตลาด เจ้าหน้าที่ฝ่ายตราสินค้า เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อ เจ้าหน้าที่ฝ่ายคลังสินค้า เจ้าหน้าที่จัดส่งและกระจายสินค้า ผู้ประกอบการตัวแทนจำหน่าย อาจารย์ผู้สอนวิชาการตลาดระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ รับราชการในตำแหน่งที่ตรงกับสาขาวิชา พนักงานรัฐวิสาหกิจ ผู้ประกอบกิจการอิสระบนเครือข่ายออนไลน์ และผู้ประกอบกิจการธุรกิจส่วนตัว

3) หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด รองรับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีโดยหลักสูตรเน้นการเรียนรู้ทักษะการสื่อสารในยุคดิจิทัล และสามารถปรับตัวให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีการสื่อสารที่ก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว

4) หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ปลูกฝังคุณธรรมและจริยธรรมโดยหลักสูตรเน้นการสร้างบัณฑิตที่มีคุณธรรม จริยธรรม มีความรับผิดชอบต่อสังคม และมีเจตคติที่ดีต่อวิชาชีพสอดคล้องกับปรัชญาการศึกษา วิสัยทัศน์และพันธกิจของมหาวิทยาลัย

5) หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด พร้อมพัฒนาทักษะการคิดและการแก้ปัญหา ทำให้บัณฑิตสามารถคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ และสร้างสรรค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนมีความสามารถในการบูรณาการองค์ความรู้เพื่อแก้ไขปัญหาทางสังคมได้

10. วัตถุประสงค์

เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีคุณลักษณะดังนี้

(1) มีความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านการตลาด ทั้งทฤษฎีและภาคปฏิบัติ สามารถเรียนรู้ และประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อการประกอบอาชีพ พัฒนาตนเอง สังคม และสามารถแก้ปัญหาการทำงานด้านการตลาดให้สอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ของหน่วยงาน

(2) มีความสามารถในการคิด วิเคราะห์ สังเคราะห์ บูรณาการความรู้สู่การปฏิบัติงานได้อย่างสร้างสรรค์ และเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม ด้านเทคโนโลยี เศรษฐกิจ และสังคม

(3) มีคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณที่ดีในวิชาชีพการตลาด สามารถนำความรู้ ทักษะด้านการตลาดมาใช้ในการแก้ปัญหาได้อย่างซื่อสัตย์สุจริต

11. โครงสร้างหลักสูตร

โครงสร้างหลักสูตร แบ่งเป็นหมวดวิชาที่สอดคล้องกับที่กำหนดไว้ในเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการ ดังนี้

1.1.1 โครงสร้างหลักสูตรปกติ (กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ)

1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป		30	หน่วยกิต
2. หมวดวิชาเฉพาะ	ไม่น้อยกว่า	94	หน่วยกิต
2.1 กลุ่มวิชาแกน		24	หน่วยกิต
2.2 กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน		66	หน่วยกิต
2.2.1 วิชาชีพบังคับ		54	หน่วยกิต
2.2.2 วิชาชีพเลือก	ไม่น้อยกว่า	12	หน่วยกิต
2.3 กลุ่มวิชาประสบการณ์วิชาชีพ			
2.3.1 วิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ		4	หน่วยกิต
3. หมวดวิชาเลือกเสรี	ไม่น้อยกว่า	6	หน่วยกิต
	รวมตลอดหลักสูตรไม่น้อยกว่า	**130**	**หน่วยกิต**

1.1.2 โครงสร้างหลักสูตรสหกิจศึกษา

1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป		30	หน่วยกิต
2. หมวดวิชาเฉพาะ	ไม่น้อยกว่า	97	หน่วยกิต
2.1 กลุ่มวิชาแกน		24	หน่วยกิต
2.2 กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน		66	หน่วยกิต
2.2.1 วิชาชีพบังคับ		54	หน่วยกิต
2.2.2 วิชาชีพเลือก	ไม่น้อยกว่า	12	หน่วยกิต
2.3 กลุ่มวิชาประสบการณ์วิชาชีพ			
2.3.1 วิชาสหกิจศึกษา		7	หน่วยกิต
3. หมวดวิชาเลือกเสรี	ไม่น้อยกว่า	6	หน่วยกิต
	รวมตลอดหลักสูตรไม่น้อยกว่า	**133**	**หน่วยกิต**

12. มาตรฐานผลการเรียนรู้

12.1 ผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

(1) ตระหนักในคุณค่าและคุณธรรม จริยธรรม เสียสละ และซื่อสัตย์สุจริต

(2) มีวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม

(3) มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขข้อขัดแย้งและลำดับความสำคัญ

(4) เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรและสังคม

(5) มีจริยธรรม จรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพทางการตลาด

12.2 ผลการเรียนรู้ด้านความรู้

(1) มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาสาขาวิชาการตลาด

(2) สามารถวิเคราะห์ปัญหา เข้าใจและอธิบายความต้องการของบุคคล องค์กรธุรกิจ และหน่วยงาน รวมทั้งประยุกต์ความรู้ ทักษะ และการใช้เครื่องมือทางการตลาดที่เหมาะสมกับการแก้ไขปัญหา

(3) สามารถวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด นำไปสู่การวางแผนการตลาด การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคล องค์กรธุรกิจ และหน่วยงาน

(4) มีทักษะในการปฏิบัติงานจริงด้านการตลาด การบริหารธุรกิจจากองค์กรธุรกิจ หรือหน่วยงาน เพื่อนำไปสู่การแก้ไขปัญหาอย่างเหมาะสม

(5) สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาการตลาด การบริหารธุรกิจ กับความรู้ในศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

12.3 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

(1) คิดอย่างมีวิจารณญาณและอย่างเป็นระบบ

(2) สามารถสืบค้น ตีความ และประเมินสารสนเทศ เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์

(3) สามารถรวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ และสรุปประเด็นปัญหาและความต้องการ

(4) สามารถประยุกต์ความรู้และทักษะทางการตลาด กับการแก้ไขปัญหาจากกรณีศึกษา หรือการดำเนินธุรกิจทางการตลาด ได้อย่างเหมาะสม

12.4 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

(1) สามารถสื่อสารกับกลุ่มคนหลากหลายและสามารถสนทนาทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ

(2) สามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกแก่การแก้ปัญหาสถานการณ์ต่าง ๆ ในกลุ่มทั้งในบทบาทของผู้นำ หรือในบทบาทของผู้ร่วมทีมทำงาน

(3) สามารถใช้ความรู้ในศาสตร์มาชี้นำสังคมในประเด็นที่เหมาะสม

(4) มีความรับผิดชอบในการกระทำของตนเองและรับผิดชอบงานในกลุ่ม

(5) มีความรับผิดชอบการพัฒนาการเรียนรู้ทั้งของตนเองและทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง

12.5. ผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

(1) มีทักษะในการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ ด้านโปรแกรมสำเร็จรูปในปัจจุบันที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านการตลาด และการบริหารธุรกิจ

(2) สามารถแนะนำประเด็นการแก้ไขปัญหาโดยใช้สารสนเทศทางคณิตศาสตร์หรือการแสดงสถิติประยุกต์ต่อปัญหาที่เกี่ยวข้องอย่างสร้างสรรค์

(3) สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพทั้งปากเปล่าและการเขียน เลือกใช้รูปแบบของสื่อการนำเสนออย่างเหมาะสม

(4) สามารถใช้สารสนเทศและเทคโนโลยีสื่อสารอย่างเหมาะสม

13. ผลลัพธ์การเรียนรู้ในแต่ละชั้นปีของนักศึกษา

เสร็จสิ้นปีการศึกษา	ความคาดหวังผลลัพธ์ของหลักสูตร
ปีที่ 1	1. นักศึกษามีคุณธรรม จริยธรรม วินัย สำนึกในความเป็นไทย ดำเนินชีวิตบนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและมีความรอบรู้อย่างกว้างขวาง มีโลกทัศน์กว้างไกล เข้าใจและเห็นคุณค่าของตนเอง ผู้อื่น สังคม ศิลปะวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ (GE) 2. นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจพื้นฐานทางด้านหลักการบัญชี การจัดการสมัยใหม่ และสามารถเข้าใจถึงโครงสร้างตลาดและผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงในระบบเศรษฐกิจได้ 3. นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจพื้นฐานด้านหลักการตลาด การจัดการการตลาด มีความเข้าใจถึงพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อเป็นพื้นฐานในการนำไปสื่อกระบวนการด้านการตลาดที่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ 4. นักศึกษามีคุณธรรมจริยธรรม ยึดมั่นในจรรยาบรรณวิชาชีพทางด้านการตลาด มีความรับผิดชอบต่อตนเอง วิชาชีพ และสังคม และมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับกฎหมายธุรกิจ 5. นักศึกษามีทักษะด้านภาษาอังกฤษเกี่ยวกับศัพท์เฉพาะทางธุรกิจ การอธิบายบริษัท ผลิตภัณฑ์และการบริการ บทสนทนาพื้นฐานทางด้านภาษาอังกฤษในที่ทำงาน เช่น การแนะนำตัวเองและเพื่อนร่วมงาน ลักษณะงาน หน้าที่และความรับผิดชอบ และสามารถใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารทางธุรกิจได้เบื้องต้น
ปีที่ 2	1. นักศึกษามีทักษะการแสวงหาความรู้ตลอดชีวิต ทักษะการคิดริเริ่มสร้างสรรค์ คิดวิเคราะห์อย่างมีเหตุผล คิดแบบองค์รวม เพื่อพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง มีจิตอาสา สำนึกสาธารณะ สำนึกรักท้องถิ่นมีภาวะผู้นำ รู้กฎหมายเป็นพลเมืองที่มีคุณค่าของสังคมไทยและสังคมโลก (GE) 2. นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจด้านการตลาดแบบดิจิทัล มีทักษะการคิดสร้างสรรค์ สามารถนำเอาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์กราฟิกมาออกแบบกราฟิกสำหรับสื่อดิจิทัลสมัยใหม่ได้ รวมถึงมีทักษะด้านการสื่อสารในสื่อดิจิทัลเพื่อการสื่อสารโน้มน้าวใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ 3. นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการตลาดของธุรกิจการค้าสมัยใหม่และสามารถบริหารงานขาย รูปแบบเทคนิคการขาย

เสร็จสิ้นปีการศึกษา	ความคาดหวังผลลัพธ์ของหลักสูตร
	4. นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการผลิต กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ต้นทุนในงานการตลาดที่มีการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ รวมถึงเข้าใจถึงหลักบริหารการเงิน ภาษีอากรได้อย่างถูกต้อง 5. นักศึกษามีทักษะภาษาอังกฤษเพื่องานการตลาดเกี่ยวกับคำศัพท์ สำนวนและแนวคิดพื้นฐานสำหรับงานตลาด ส่วนประสมทางการตลาด เทคนิคการตั้งคำถาม ข้อมูลประวัติลูกค้า ชนิดของสินค้าและบริการ ที่ใช้ในงานการตลาด 6. นักศึกษาสามารถสืบค้น ตีความ และประเมินสารสนเทศ เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ มีทักษะในการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ ด้านโปรแกรมสำเร็จรูปในปัจจุบันที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านการตลาด
ปีที่ 3	1. นักศึกษาใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างรู้เท่าทัน มีทักษะภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ สามารถนำไปใช้ในการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ (GE) 2. นักศึกษามีความเข้าใจกระบวนการสื่อสารทางการตลาด รูปแบบของการประชาสัมพันธ์ทางการตลาด กระบวนการประชาสัมพันธ์ทางการตลาดทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน เทคนิคและเครื่องมือในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ทางการตลาด การสื่อสารกับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ 3. นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับองค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่าย ลักษณะ รูปแบบ และวิธีการดำเนินการจัดจำหน่ายในการเคลื่อนย้ายสินค้าไปยังผู้บริโภค ได้อย่างมีประสิทธิภาพ 4. นักศึกษามีทักษะความเข้าใจการบริหารจัดการข้อมูลการตลาดดิจิทัลเพื่อสามารถออกแบบเนื้อหาทางการตลาดดิจิทัลบนสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม 5. นักศึกษามีทักษะความรู้ความเข้าใจองค์ประกอบการจัดการโซ่อุปทานตั้งแต่กระบวนการต้นน้ำ กระบวนการกลางน้ำ และกระบวนการปลายน้ำ และงานการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมในโลจิสติกส์ไม่ว่าจะเป็น การจัดซื้อ การจัดหา การขนส่ง การบริหารคลังสินค้า สินค้าคงคลัง เพื่อให้มีประสิทธิภาพการลดต้นทุนขององค์กร 6. นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจในหลักการและการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด การใช้กลยุทธ์สำหรับส่วนตลาดแบบต่าง ๆ กลยุทธ์เพื่อแสวงหาโอกาสทางการตลาด กลยุทธ์ทางการแข่งขันทางการตลาด กลยุทธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา การจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด โดยมุ่งเน้นแนวทาง

เสร็จสิ้นปีการศึกษา	ความคาดหวังผลลัพธ์ของหลักสูตร
	และชั้นเชิงทางการตลาดเพื่อนำหลักการไปประยุกต์กับอาชีพทางธุรกิจในอนาคตได้ 7. นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจลักษณะรูปแบบ และขอบเขตการประกอบการตลาดต่างประเทศ ปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับตลาดระหว่างประเทศ การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมในการตลาดระหว่างประเทศ การตัดสินใจเลือกตลาดเป้าหมาย วิธีการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศที่เป็นเป้าหมายการชำระเงินระหว่างประเทศ การค้าระหว่างประเทศ 8. นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับตลาดบริการ วิเคราะห์ปัญหาทางการตลาดของธุรกิจบริการ เพื่อกำหนดแนวทางแก้ไขและวางแผนการตลาดสำหรับธุรกิจอุตสาหกรรมบริการ 9. นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจในระบบการสนับสนุนการตัดสินใจทางการตลาด การออกแบบและการจัดทำระบบสารสนเทศทางการตลาดเพื่อใช้ในการตัดสินใจทางการตลาด ตลอดจนความรู้เกี่ยวกับสถิติสำหรับการนำไปประยุกต์ใช้การวิจัยตลาด และโปรแกรมสำเร็จรูปที่ช่วยในการบริหารงานการตลาดให้เกิดประสิทธิภาพ
ปีที่ 4	1. นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ปัญหาทางการตลาดในธุรกิจประเภทต่าง ๆ โดยศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่ทำให้ประสบความสำเร็จและความล้มเหลวในการดำเนินงานด้านการตลาด เพื่อฝึกให้นักศึกษานำความรู้ทางด้านการตลาดมาแก้ปัญหาได้ถูกต้องและเหมาะสม 2. นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจกระบวนการวิจัยการตลาด การกำหนดปัญหาการวิจัย และแบบเสนอโครงการการวิจัย การออกแบบการวิจัย การออกแบบวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล การออกแบบกลุ่มตัวอย่าง และการเก็บรวบรวมข้อมูล การประมวลผลข้อมูล การวิเคราะห์และการตีความข้อมูล การจัดทำรายงานการวิจัย การประยุกต์ใช้การวิจัยทางการตลาด 3. นักศึกษาสามารถวางแผนทางการตลาดเพื่อดำเนินธุรกิจ โดยพิจารณาปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กรที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ โดยการใช้เครื่องมือและเทคนิคต่างๆทางการตลาดเพื่อนำไปสู่การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน 4. นักศึกษาสามารถวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด นำไปสู่การวางแผนการตลาด การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคล องค์กรธุรกิจ และหน่วยงาน พร้อมบูรณาการความรู้ ทักษะด้าน

เสร็จสิ้นปีการศึกษา	ความคาดหวังผลลัพธ์ของหลักสูตร
	การตลาดในการวิจัยการตลาด รวมทั้งสามารถในการถ่ายทอดความรู้ ทักษะด้านการตลาด นำเสนอรายงานการตลาดและเผยแพร่การวิจัยการตลาด 5. นักศึกษามีจิตสำนึกในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) ในการจัดทำธุรกิจเกิดใหม่ (Startup) หรือสร้างและพัฒนาวิสาหกิจชุมชน (Community Enterprise) ในท้องถิ่นของนักศึกษาได้ 6. นักศึกษามีการพัฒนานวัตกรรมสื่อการตลาดดิจิทัลที่สร้างสรรค์เพื่อความยั่งยืนขององค์กรและธุรกิจต่อไปได้อย่างต่อเนื่อง 7. นักศึกษาสามารถประยุกต์ใช้องค์ความรู้และทักษะการทำงานในสถานที่ทำงานจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยนักศึกษามีทักษะในการปฏิบัติงานจริงด้านการตลาด การบริหารธุรกิจจากองค์กรธุรกิจ หรือหน่วยงาน เพื่อนำไปสู่การแก้ไขปัญหาอย่างเหมาะสม

14. มาตรฐานผลการเรียนรู้

นักศึกษามีความรู้ความสามารถ สามารถทำงานเป็นทีม มีความเชี่ยวชาญในการใช้เครื่องมือโปรแกรมในการทำงานวิจัย และเพื่อให้ได้งานวิจัยที่มีคุณภาพโดยมีลักษณะที่พึงประสงค์ ดังนี้

1. มีคุณธรรม จริยธรรม มีความรับผิดชอบต่อตนเอง วิชาชีพ สังคมและสิ่งแวดล้อม

2. มีความรู้ ความสามารถ ในศาสตร์และ ทักษะการวิจัยตลาด และศาสตร์อื่นที่เกี่ยวข้อง สามารถติดตามการเปลี่ยนแปลงทางการวิจัย ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง

3. มีความคิดสร้างสรรค์ พัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง มีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดีสามารถทำงานร่วมกับบุคคลอื่น และสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์และวัฒนธรรมขององค์กรได้เป็นอย่างดี

4. มีความรู้ทางด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย สามารถสื่อสารและใช้เทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพ

15. เกณฑ์ในการคัดเลือกเข้าศึกษา/คุณสมบัติของผู้ศึกษา/ความต้องการของหลักสูตร

(1) เป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า จากสถาบันการศึกษา ที่กระทรวงศึกษาธิการรับรอง

(2) ผ่านการคัดเลือกตามเกณฑ์ของสำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม และ/หรือ เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2563 หมวด 5 หรือ

(3) ผ่านการคัดเลือกโดยวิธีรับตรงของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

16. แนวทางการประกอบอาชีพสำหรับผู้สำเร็จการศึกษา

ผู้สำเร็จการศึกษาสามารถประกอบวิชาชีพได้ ในลักษณะของการประกอบวิชาชีพอิสระและการเข้าทำงานในองค์กรหรือหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ดังต่อไปนี้

16.1 เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด

16.2 เจ้าหน้าที่ฝ่ายวิจัยตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์

16.3 เจ้าหน้าที่ฝ่ายการขาย

16.4 เจ้าหน้าที่ฝ่ายวิเคราะห์และการวางแผนการตลาด

16.5 เจ้าหน้าที่ฝ่ายงานบริการลูกค้าและงานลูกค้าสัมพันธ์

16.6 เจ้าหน้าที่ฝ่ายวางแผนและสื่อสารการตลาด

16.7 เจ้าหน้าที่ฝ่ายโฆษณาและส่งเสริมการขาย

16.8 เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร

16.9 เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดกิจกรรมทางการตลาด

16.10 เจ้าหน้าที่ฝ่ายตราสินค้า

16.11 เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อ

16.12 เจ้าหน้าที่ฝ่ายคลังสินค้า

16.13 เจ้าหน้าที่จัดส่งและกระจายสินค้า

16.14 ผู้ประกอบการตัวแทนจำหน่าย

16.15 ผู้ประกอบการตัวแทนออกของ (Shipping)

16.16 อาจารย์ผู้สอนวิชาการตลาดระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ

16.17 รับราชการในตำแหน่งที่ตรงกับสาขาวิชา

16.18 พนักงานรัฐวิสาหกิจ

16.19 ผู้ประกอบกิจการอิสระบนเครือข่ายออนไลน์

16.20 ผู้ประกอบกิจการธุรกิจส่วนตัว

17. 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	**บทความวิจัยและบทความวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ** สกุลทิพย์ แสงโปร่ง, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2568). ส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคชานมไข่มุกในยุคดิจิทัล. วารสารช่อพะยอม, 36(3), 86–96. Link: https://so01.tci-thaijo.org/index.php/ejChophayom/article/view/281761 ชนากานต์ พรหมประดิษฐ์, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2568). องค์ประกอบสมรรถนะการบริหารงานพัสดุของสถานศึกษาภาครัฐ. วารสารช่อพะยอม, 36(3), 76–85. Link: https://so01.tci-thaijo.org/index.php/ejChophayom/article/view/281762 อารียา ภูสีฤทธิ์, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2568). การจัดการโซ่อุปทานของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในยุคปัจจุบัน. วารสารช่อพะยอม, 36(2), 110–122. Link: https://so01.tci-thaijo.org/index.php/ejChophayom/article/view/281763 นันธิดา รัตนรักษ์, เสาวลักษณ์ คำกองแก้ว และกิตติชัย เจริญชัย. (2568). แนวทางการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมบ้านกุดรังตำบลกุดรัง อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม. วารสารสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 9(3), 464-474. Link: https://so02.tci-thaijo.org/index.php/soc-rmu/article/view/280254 จักรกริศน์ การะเกต, นาวา มาสวนจิก และกิตติชัย เจริญชัย. (2568). ผลกระทบของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 2 ภาค 2 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, วารสารสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 9(2), 444-456. Link: https://so02.tci-thaijo.org/index.php/soc-rmu/article/view/279391 นิรมิตา จันทสูตร นันทะเสน, นิศารัตน์ โชติเชย และกิตติชัย เจริญชัย. (2568). คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธุรกิจโรงแรมในเขตจังหวัดมหาสารคาม, วารสารสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 9(2), 183-196. Link: https://so02.tci-thaijo.org/index.php/soc-rmu/article/view/278605

ที่	ชื่อ-สกุล (ระบุตำแหน่งทางวิชาการ)	ประวัติศึกษา (ระดับปริญญาตรี – ระดับสูงสุด)	ผลงานวิชาการย้อนหลัง 5 ปี (พ.ศ.2563 – พ.ศ.2568)
			จตุพล สุนทรจันทร์, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2568). การสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้แอปพลิเคชั่นโปรมันนี่ (PROMONEY) ของสหกรณ์ออมทรัพย์ รพช.ร้อยเอ็ด จำกัด, วารสารสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 9(1), 201-211. Link: https://so02.tci-thaijo.org/index.php/soc-rmu/article/view/277702 ชุติมา ระดาพัฒน์, นรินทิพย์ บุษมงคล, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2568). แนวทางการพัฒนาการบริหารลูกค้าสัมพันธ์วิสาหกิจชุมชนกลุ่มตัดเย็บเสื้อผ้าบ้านท่าตูม ตำบลท่าตูม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม, Interdisciplinary Academic and Research Journal (วารสารสหวิทยาการวิจัยและวิชาการ), 5(4), 881-892. Link: https://so03.tci-thaijo.org/index.php/IARJ/article/view/285327 **บทความวิจัยและบทความวิชาการที่นำเสนอในการประชุมวิชาการ (ที่มี Proceeding)** ทักษอร พาลเหนือ,พัทธ์ธีรา ทองทุม, กิตติชัย เจริญชัย และสุรีพร อู่อรุณ. (2568). การศึกษาการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของขนมไทยครูนิจ บ้านนาโพธิ์ ตำบลนาโพธิ์ อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 13 "The 13th CAS National and International Conference 2025 (CASNIC 2025)".(หน้า 1718-1738). 8 พฤศจิกายน 2568. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. BE018 Link: https://drive.google.com/drive/folders/1-vY7Zza73lUUUXdoSqJGJ8L2jlxBO1la?usp=sharin วิยะดา หมื่นสีพรม, สุรวธิดา ศรีเวียงยา, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2568). การศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อของขนมไทยครูนิจ บ้านนาโพธิ์ ตำบลนาโพธิ์ อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 13 "The 13th CAS National and International Conference 2025 (CASNIC 2025)".(หน้า 1739-1754). 8 พฤศจิกายน 2568. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. BE019 Link: https://drive.google.com/drive/folders/1-vY7Zza73lUUUXdoSqJGJ8L2jlxBO1la?usp=sharin ณัฐวดี ภูดวงจิตร์, ปทุมพร พันธิทักษ์, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2568). การศึกษาการจัดการโซ่อุปทานของขนมไทยครูนิจ บ้านนาโพธิ์ ตำบลนาโพธิ์ อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุม

ที่	ชื่อ-สกุล (ระบุตำแหน่งทางวิชาการ)	ประวัติศึกษา (ระดับปริญญาตรี – ระดับสูงสุด)	ผลงานวิชาการย้อนหลัง 5 ปี (พ.ศ.2563 – พ.ศ.2568)
			วิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 13 "The 13th CAS National and International Conference 2025 (CASNIC 2025)".(หน้า 1772-1790). 8 พฤศจิกายน 2568. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. BE021 Link: https://drive.google.com/drive/folders/1-vY7Zza73lUUUXdoSqJGJ8L2jlxBO1la?usp=sharin กมลชนก ศรีคราม, กฤติมา เขตนัทธี, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2568). การศึกษาการจัดการคลังสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรวิถีเชิงท่องเที่ยวทุ่งนาทอง บ้านเหล่าจั่น อำเภอแกดำ จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 13 "The 13th CAS National and International Conference 2025 (CASNIC 2025)".(หน้า 1822-1834). 8 พฤศจิกายน 2568. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. BE024 Link: https://drive.google.com/drive/folders/1-vY7Zza73lUUUXdoSqJGJ8L2jlxBO1la?usp=sharin ปรียา หมุนลี, ปริญลดา ศรีจวง, กิตติชัย เจริญชัย และนิรมิตา จันทสูตร นันทะเสน. (2568). การศึกษาการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของขนมไทยครูนิจ บ้านนาโพธิ์ ตำบลนาโพธิ์ อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 13 "The 13th CAS National and International Conference 2025 (CASNIC 2025)".(หน้า 1852-1872). 8 พฤศจิกายน 2568. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. BE026 Link: https://drive.google.com/drive/folders/1-vY7Zza73lUUUXdoSqJGJ8L2jlxBO1la?usp=sharin ปนัดดา บิงขุนทด, นลัทพร ลือคำหาญ, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2568). การศึกษาการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของขนมไทยครูนิจ บ้านนาโพธิ์ ตำบลนาโพธิ์ อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 13 "The 13th CAS National and International Conference 2025 (CASNIC 2025)".(หน้า 1873-1890). 8 พฤศจิกายน 2568. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. BE027 Link: https://drive.google.com/drive/folders/1-vY7Zza73lUUUXdoSqJGJ8L2jlxBO1la?usp=sharin ลลิตา บรรจมาตย์, พินสุดา ฝ่ายสิงห์, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2568). การศึกษาการจัดซื้อของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรวิถีเชิงท่องเที่ยวทุ่งนาทอง บ้านเหล่าจั่น อำเภอแกดำ จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบ

ที่	ชื่อ-สกุล (ระบุตำแหน่งทางวิชาการ)	ประวัติศึกษา (ระดับปริญญาตรี – ระดับสูงสุด)	ผลงานวิชาการย้อนหลัง 5 ปี (พ.ศ.2563 – พ.ศ.2568)
			เนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 13 "The 13th CAS National and International Conference 2025 (CASNIC 2025)".(หน้า 1891-1903). 8 พฤศจิกายน 2568. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. BE028 Link: https://drive.google.com/drive/folders/1-vY7Zza73lUUUXdoSqJGJ8L2jlxBO1la?usp=sharin กมลนัทธ์ จินดาสุ, จุฑารัตน์ จราฤทธิ์, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2568). การศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายของขนมไทยครูนิจ บ้านนาโพธิ์ ตำบลนาโพธิ์ อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 13 "The 13th CAS National and International Conference 2025 (CASNIC 2025)".(หน้า 1904-1919). 8 พฤศจิกายน 2568. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. BE029 Link: https://drive.google.com/drive/folders/1-vY7Zza73lUUUXdoSqJGJ8L2jlxBO1la?usp=sharin ชลชาติ จรรยาเลิศ, คณิตรา ทองอินทร์, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2568). การศึกษาการจัดการสินค้าคงคลังของขนมไทยครูนิจ บ้านนาโพธิ์ ตำบลนาโพธิ์ อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 13 "The 13th CAS National and International Conference 2025 (CASNIC 2025)".(หน้า 1920-1937). 8 พฤศจิกายน 2568. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. BE030 Link: https://drive.google.com/drive/folders/1-vY7Zza73lUUUXdoSqJGJ8L2jlxBO1la?usp=sharin จริยา ไชยชาติ, ธีรดา สมดง, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2568). การศึกษาการจัดการโลจิสติกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรวิถีเชิงท่องเที่ยวทุ่งนาทอง บ้านเหล่าจั่น อำเภอแกดำ จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 13 "The 13th CAS National and International Conference 2025 (CASNIC 2025)".(หน้า 1956-1970). 8 พฤศจิกายน 2568. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. BE032 Link: https://drive.google.com/drive/folders/1-vY7Zza73lUUUXdoSqJGJ8L2jlxBO1la?usp=sharin ธันยธรณ์ ยุระพันธ์, อดิศร คำภูเมือง, กิตติชัย เจริญชัย และนิรมิตา จันทสูตร นันทะเสน. (2568). การศึกษาการจัดซื้อของขนมไทยครูนิจ บ้านนาโพธิ์ ตำบลนาโพธิ์ อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุม

ที่	ชื่อ-สกุล (ระบุตำแหน่งทางวิชาการ)	ประวัติศึกษา (ระดับปริญญาตรี – ระดับสูงสุด)	ผลงานวิชาการย้อนหลัง 5 ปี (พ.ศ.2563 – พ.ศ.2568)
			วิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 13 "The 13th CAS National and International Conference 2025 (CASNIC 2025)".(หน้า 1971-1988). 8 พฤศจิกายน 2568. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. BE033 Link: https://drive.google.com/drive/folders/1-vY7Zza73lUUUXdoSqJGJ8L2jlxBO1la?usp=sharin พัชราภรณ์ ยศตะโคตร, นรากร พรมศิลา, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2568). การศึกษาการจัดคลังสินค้าของขนมไทยครูนิจ บ้านนาโพธิ์ ตำบลนาโพธิ์ อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 13 "The 13th CAS National and International Conference 2025 (CASNIC 2025)".(หน้า 1989-2004). 8 พฤศจิกายน 2568. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. BE034 Link: https://drive.google.com/drive/folders/1-vY7Zza73lUUUXdoSqJGJ8L2jlxBO1la?usp=sharin
2	ผู้ช่วยศาตราจารย์ ดร.เขมิกา แสนโสม	บธ.ด.(บริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยขอนแก่น บธ.ม.(บริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยรามคำแหง กศ.บ.(ธุรกิจศึกษาสาขาการตลาด) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	**บทความวิจัยและบทความวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ** จุรีรัตน์ ทรงพระ, ณิชา ชำนิสาร, กิตติชัย เจริญชัย และเขมิกา แสนโสม. (2568). แนวทางการพัฒนาการสร้างตราสินค้าของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง ตำบลท่าสองคอนอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม. วารสารสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 9(3), 714-723. Link: https://so02.tci-thaijo.org/index.php/soc-rmu/article/view/281336 **บทความวิจัยและบทความวิชาการที่นำเสนอในการประชุมวิชาการ (ที่มี Proceeding)** อิสริยา ชัยบุญ, อะพัดชา เต็มวงษ์, กิตติชัย เจริญชัย และเขมิกา แสนโสม. (2568). แนวทางการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง ตำบทท่าสองคอน อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 13 "The 13th CAS National and International Conference 2025 (CASNIC 2025)".(หน้า 1700-1717). 8 พฤศจิกายน 2568. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น.BE017 Link: https://drive.google.com/drive/folders/1-vY7Zza73lUUUXdoSqJGJ8L2jlxBO1la?usp=sharin

ที่	ชื่อ-สกุล (ระบุตำแหน่งทางวิชาการ)	ประวัติศึกษา (ระดับปริญญาตรี – ระดับสูงสุด)	ผลงานวิชาการย้อนหลัง 5 ปี (พ.ศ.2563 – พ.ศ.2568)
3	ผู้ช่วยศาสตราจารย์นุชนาถ มีนาสันติรักษ์	บธ.ม.(การจัดการทั่วไป) มหาวิทยาลัยมหาสารคาม บธ.บ.(การจัดการทั่วไป) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช กศ.บ.(ธุรกิจศึกษาสาขาบัญชี) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	**บทความวิจัยและบทความวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ** ธิดารัตน์ สิงห์สา, กัลยรัตน์ อนุนิวัฒน์, กิตติชัย เจริญชัย และนุชนาถ มีนาสันติรักษ์. (2568). แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของกลุ่มเสื่อกกไทบ้านแพงตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม. วารสารสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 9(3), 724-734. Link: https://so02.tci-thaijo.org/index.php/soc-rmu/article/view/281341 **บทความวิจัย/ บทความทางวิชาการ ที่นำเสนอในการประชุมวิชาการ (ที่มี Proceeding)** ธิรดา น้อยเสนา, วรวุฒิ เพ็ขรแสน, กิตติชัย เจริญชัย และนุขนาถ มีนาสันติรักษ์. (2568). การศึกษาการตลาดเพื่อสังคมของขนมไทยครูนิจ บ้านนาโพธิ์ ตำบลนาโพธิ์ อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 13 "The 13th CAS National and International Conference 2025 (CASNIC 2025)".(หน้า 1808-1821). 8 พฤศจิกายน 2568. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. BE023 Link: https://drive.google.com/drive/folders/1-vY7Zza73lUUUXdoSqJGJ8L2jIxBO1Ia?usp=sharin
4	อาจารย์ณิชาภา พิมลศิริ	บธ.ม.(ทรัพยากรมนุษย์และการตลาด) มหาวิทยาลัยสยาม บธ.บ.(การตลาดและทรัพยากรมนุษย์) มหาวิทยาลัยสยาม	**บทความวิจัยและบทความวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ** ธีรศักดิ์ ไชยนามล, บุษกร จิตนาเรียง, กิตติชัย เจริญชัย และณิชาภา พิมลศิริ. (2568). แนวทางการพัฒนาเทคนิคการขายของวิสาหกิจชุมชนดอกอัญชันออร์แกนิคเชิงพาณิชย์ ตำบลเสือโก้ก อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม, วารสารสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 9(3), 106-116. Link: https://so02.tci-thaijo.org/index.php/soc-rmu/article/view/279860 **บทความวิจัยและบทความวิชาการนำเสนอในการประชุมวิชาการ (ที่มี Proceeding)** ชาลิษา มิ่งเมือง, สุพรรษา มหาอ้น, กิตติชัย เจริญชัย และณิชาภา พิมลศิริ. (2568). การศึกษาส่วนประสมการตลาดทางมุมมองผู้บริโภคของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรวิถีเชิงท่องเที่ยวทุ่งนาทอง บ้านเหล่าจั่น อำเภอแกดำ จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 13 "The 13th CAS National and International Conference 2025 (CASNIC 2025)".(หน้า 1755-1771). 8 พฤศจิกายน 2568. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. BE020 Link: https://drive.google.com/drive/folders/1-vY7Zza73lUUUXdoSqJGJ8L2jIxBO1Ia?usp=sharin

ที่	ชื่อ-สกุล (ระบุตำแหน่งทางวิชาการ)	ประวัติศึกษา (ระดับปริญญาตรี – ระดับสูงสุด)	ผลงานวิชาการย้อนหลัง 5 ปี (พ.ศ.2563 – พ.ศ.2568)
			เพ็ญนภา นวนพื้, ศศิธร มัธหา, กิตติชัย เจริญชัย และณิชาภา พิมลศิริ. (2568). การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองผู้บริโภคของขนมไทยครูนิจ บ้านนาโพธิ์ ตำบลนาโพธิ์ อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 13 "The 13th CAS National and International Conference 2025 (CASNIC 2025)".(หน้า 1938-1955). 8 พฤศจิกายน 2568. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. BE031 Link: https://drive.google.com/drive/folders/1-vY7Zza73lUUUXdoSqJGJ8L2jIxBO1Ia?usp=sharin
5	อาจารย์วัลวลี ศีลพันธุ์	บธ.ม.(เทคโนโลยีสารสนเทศ) มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ศศ.บ.(บริหารธุรกิจ) สถาบันราชภัฏมหาสารคาม	**บทความวิจัยและบทความวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ** จิลลาภัทร พรมโสภา, อภิชญา นามวงษ์, กิตติชัย เจริญชัย และวัลวลี ศีลพันธุ์. (2568). การศึกษาปัจจัยการตลาดภายในของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมบ้านกุดรัง ตำบลกุดรัง อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม, วารสารสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 9(3), 117-125. Link: https://so02.tci-thaijo.org/index.php/soc-rmu/article/view/279859 ปนิดาพร โมกไธสง, พัชริดา ดังโพนทอง, กิตติชัย เจริญชัย และวัลวลี ศีลพันธุ์. (2568). แนวทางการพัฒนาเทคนิคการขายของกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านหวายหลึม ตำบลมะบ้า อำเภอทุ่งเขาหลวง จังหวัดร้อยเอ็ด. Interdisciplinary Academic and Research Journal (วารสารสหวิทยาการวิจัยและวิชาการ), 5(5), 431–444. Link: https://so03.tci-thaijo.org/index.php/IARJ/article/view/286013 พัชรียา ทองกำ, นันทวี เพ็ชรเจริญ, กิตติชัย เจริญชัย และวัลวลี ศีลพันธุ์. (2568). การออกแบบบรรจุภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มตัดเย็บเสื้อผ้าบ้านท่าตูมตำบลท่าตูม อำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม, Interdisciplinary Academic and Research Journal (วารสารสหวิทยาการวิจัยและวิชาการ), 5(4), 329-344. Link: https://so03.tci-thaijo.org/index.php/IARJ/article/view/283936 **บทความวิจัยและบทความวิชาการที่นำเสนอในการประชุมวิชาการ (ที่มี Proceeding)** น้ำฝน หงษ์ทอง, อลิสดา สัตนันท์, กิตติชัย เจริญชัย และวัลวลี ศีลพันธุ์. (2568). การศึกษาระบบสารสนเทศทางการตลาดของขนมไทยครูนิจ บ้านนาโพธิ์ ตำบลนาโพธิ์ อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 13 "The 13th CAS National and

ที่	ชื่อ-สกุล (ระบุตำแหน่งทางวิชาการ)	ประวัติศึกษา (ระดับปริญญาตรี – ระดับสูงสุด)	ผลงานวิชาการย้อนหลัง 5 ปี (พ.ศ.2563 – พ.ศ.2568)
			International Conference 2025 (CASNIC 2025)".(หน้า 1791-1807). 8 พฤศจิกายน 2568. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. BE022 Link: https://drive.google.com/drive/folders/1-vY7Zza73lUUUXdoSqJGJ8L2jlxBO1la?usp=sharin ชลธิชา พันทอง, อัจฉราพร สุขม่วง, กิตติชัย เจริญชัย และวัลวลี ศีลพันธุ์. (2568). การศึกษาเทคนิคการขายของขนมไทยครูนิจ บ้านนาโพธิ์ ตำบลนาโพธิ์ อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 13 "The 13th CAS National and International Conference 2025 (CASNIC 2025)".(หน้า 1835-1851). 8 พฤศจิกายน 2568. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. BE025 Link: https://drive.google.com/drive/folders/1-vY7Zza73lUUUXdoSqJGJ8L2jlxBO1la?usp=sharin

18. อาจารย์ผู้สอน (ข้อมูลปีการศึกษาที่ประเมิน) อาจารย์ผู้สอนในรายวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ปีการศึกษา 2568

ปีการศึกษา 1/2568

ลำดับที่	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	ผู้สอน	ระดับการศึกษา
1	4035101	หลักการตลาด	อ.นิรมิตา จันทสูตร นันทะเสน	บธ.ม.(บริหารธุรกิจ), ศศ.บ.(อุตสาหกรรมท่องเที่ยว)
2	4035201	การจัดการการตลาด	อ.วัลวลี ศีลพันธุ์	บธ.ม.(เทคโนโลยีสารสนเทศ), ศศ.บ.(บริหารธุรกิจ)
3	4035202	พฤติกรรมผู้บริโภค	อ.ณิชาภา พิมลศิริ	บธ.ม.(ทรัพยากรมนุษย์และการตลาด), บธ.บ.(การตลาดและทรัพยากรมนุษย์)
4	4035220	การบริหารงานขายและศิลปะการขาย	อ.วัลวลี ศีลพันธุ์	บธ.ม.(เทคโนโลยีสารสนเทศ), ศศ.บ.(บริหารธุรกิจ)
5	4035223	ภาษาอังกฤษเพื่องานการตลาด	อ.นิรมิตา จันทสูตร นันทะเสน	บธ.ม.(บริหารธุรกิจ), ศศ.บ.(อุตสาหกรรมท่องเที่ยว)
6	4035225	การตลาดธุรกิจการค้าสมัยใหม่	อ.วัลวลี ศีลพันธุ์	บธ.ม.(เทคโนโลยีสารสนเทศ), ศศ.บ.(บริหารธุรกิจ)
7	4035226	การจัดการผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม	ผศ.ดร.นิศารัตน์ โชติเชย	ปร.ด.(บริหารธุรกิจ), บธ.ม.(บริหารธุรกิจ), บธ.บ.(บริหารธุรกิจ)
8	4035227	การตั้งราคาและการบริหารการเงิน	อ.จันท์ทัปภาส์ ธนประดิษฐ์กุล	ศ.ม.(เศรษฐศาสตร์) , ศ.บ.(เศรษฐศาสตร์)
9	4035308	การตลาดบริการ	ผศ.ดร.เขมิกา แสนโสม	บธ.ด.(บริหารธุรกิจ), บธ.ม.(บริหารธุรกิจ), กศ.บ.(ธุรกิจศึกษาสาขาการตลาด)
10	4035326	การตลาดระหว่างประเทศและระดับโลก	ผศ.ดร.นิศารัตน์ โชติเชย	ปร.ด.(บริหารธุรกิจ), บธ.ม.(บริหารธุรกิจ), บธ.บ.(บริหารธุรกิจ)
11	4035327	กลยุทธ์และการวางแผนการตลาด	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย	บธ.ด.(บริหารธุรกิจ), บธ.ม.(การตลาด), บธ.บ.(การจัดการการตลาด)
12	4035222	เทคนิคการนำเสนอเพื่องานทางการตลาด	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย	บธ.ด.(บริหารธุรกิจ), บธ.ม.(การตลาด), บธ.บ.(การจัดการการตลาด)
13	4035316	การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาด	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย	บธ.ด.(บริหารธุรกิจ), บธ.ม.(การตลาด), บธ.บ.(การจัดการการตลาด)
14	4035401	การวิจัยการตลาด	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย	บธ.ด.(บริหารธุรกิจ), บธ.ม.(การตลาด), บธ.บ.(การจัดการการตลาด)
15	4035402	สัมมนาทางการตลาด	ผศ.ดร.เขมิกา แสนโสม	บธ.ด.(บริหารธุรกิจ), บธ.ม.(บริหารธุรกิจ), กศ.บ.(ธุรกิจศึกษาสาขาการตลาด)
16	4035412	การตลาดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ	ผศ.นุชนาถ มีนาสันติรักษ์	บธ.ม.(การจัดการทั่วไป), บธ.บ.(การจัดการทั่วไป), กศ.บ.(ธุรกิจศึกษาสาขาบัญชี)
17	4030313	การจัดการธุรกิจด้วยคอมพิวเตอร์	ผศ.ดร.ธนัณชัย สิงห์มาตย์	บธ.ด.(บริหารธุรกิจ), บธ.ม.(เทคโนโลยีสารสนเทศ), วท.บ.(สถิติ)
			อ.ดนยา สงครินทร์	วท.ม.(เทคโนโลยีสารสนเทศ), วท.บ.(วิทยาการคอมพิวเตอร์)
18	4020301	การจัดการการผลิต	ผศ.ดร.นิศารัตน์ โชติเชย	ปร.ด.(บริหารธุรกิจ), บธ.ม.(บริหารธุรกิจ), บธ.บ.(บริหารธุรกิจ)
19	4010101	หลักการบัญชี	ผศ.ดร.กอบชัย นิกรพิทยา	บธ.ด.(บริหารธุรกิจ), บธ.ม.(การเงิน), บธ.บ.(การบัญชี)

ลำดับที่	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	ผู้สอน	ระดับการศึกษา
20	4040218	เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ	อ.ธันยชนก ปะวะละ	ศ.ม.(เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) , ศศ.บ.(บริหารธุรกิจ)
			อ.จันท์ทัปภาส์ ธนประดิษฐ์กุล	ศ.ม.(เศรษฐศาสตร์) , ศ.บ.(เศรษฐศาสตร์)
			อ.ฉัตรชัย อุดมรัตน์	วท.ม.(ธุรกิจเกษตร), ศ.บ.(เศรษฐศาสตร์)
			ผศ.ดร.กมลทิพย์ ตรีเดช	บธ.ด.(บริหารธุรกิจ) , ศ.ม.(เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) , บธ.บ.(การจัดการทั่วไป)
21	4020101	การจัดการสมัยใหม่	ผศ.ดร.พรวดี รักษาศรี	บธ.ด.(บริหารธุรกิจ) , กจ.ม.(การจัดการ) , บธ.บ.(การบริหารการตลาด)
			อ.สมใจ จอมหงษ์	บธ.ม.(บริหารธุรกิจ), บธ.บ.(การจัดการทั่วไป)

ปีการศึกษา 2/2568

ลำดับที่	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	ผู้สอน	ระดับการศึกษา
1	4035102	กฎหมายธุรกิจและจรรยาบรรณทางการตลาด	อ.วัลวลี ศีลพันธุ์	บธ.ม.(เทคโนโลยีสารสนเทศ), ศศ.บ.(บริหารธุรกิจ)
2	4035201	การจัดการการตลาด	อ.ณิชาภา พิมลศิริ	บธ.ม.(ทรัพยากรมนุษย์และการตลาด), บธ.บ.(การตลาดและทรัพยากรมนุษย์)
3	4035202	พฤติกรรมผู้บริโภค	อ.ณิชาภา พิมลศิริ	บธ.ม.(ทรัพยากรมนุษย์และการตลาด), บธ.บ.(การตลาดและทรัพยากรมนุษย์)
4	4035218	การตลาดดิจิทัล	อ.วัลวลี ศีลพันธุ์	บธ.ม.(เทคโนโลยีสารสนเทศ), ศศ.บ.(บริหารธุรกิจ)
5	4035220	การบริหารงานขายและศิลปะการขาย	อ.วัลวลี ศีลพันธุ์	บธ.ม.(เทคโนโลยีสารสนเทศ), ศศ.บ.(บริหารธุรกิจ)
6	4035226	การจัดการผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม	ผศ.ดร.นิศารัตน์ โชติเชย	ปร.ด.(บริหารธุรกิจ), บธ.ม.(บริหารธุรกิจ), บธ.บ.(บริหารธุรกิจ)
7	4035227	การตั้งราคาและการบริหารการเงิน	อ.ณิชาภา พิมลศิริ	บธ.ม.(ทรัพยากรมนุษย์และการตลาด), บธ.บ.(การตลาดและทรัพยากรมนุษย์)
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)
			อ.วัลวลี ศีลพันธุ์	บธ.ม.(เทคโนโลยีสารสนเทศ), ศศ.บ.(บริหารธุรกิจ)
10	4035323	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด	อ.ณิชาภา พิมลศิริ	บธ.ม.(ทรัพยากรมนุษย์และการตลาด), บธ.บ.(การตลาดและทรัพยากรมนุษย์)
11	4035325	ระบบสารสนเทศทางการตลาดและสถิติสำหรับวิจัยการตลาด	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย	บธ.ด.(บริหารธุรกิจ), บธ.ม.(การตลาด), บธ.บ.(การจัดการการตลาด)

ลำดับที่	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	ผู้สอน	ระดับการศึกษา
12	4035327	กลยุทธ์และการวางแผนการตลาด	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย	บธ.ด.(บริหารธุรกิจ), บธ.ม.(การตลาด), บธ.บ.(การจัดการการตลาด)
13	4035329	การออกแบบเนื้อหาบนการตลาดดิจิทัล	อ.วัลวลี ศีลพันธุ์	บธ.ม.(เทคโนโลยีสารสนเทศ), ศศ.บ.(บริหารธุรกิจ)
14	4035330	เครื่องมือและเทคนิคด้านการตลาดดิจิทัล	อ.วัลวลี ศีลพันธุ์	บธ.ม.(เทคโนโลยีสารสนเทศ), ศศ.บ.(บริหารธุรกิจ)
15	4035316	การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาด	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย	บธ.ด.(บริหารธุรกิจ), บธ.ม.(การตลาด), บธ.บ.(การจัดการการตลาด)
16	4035413	การออกแบบแคมเปญการตลาดดิจิทัล	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย	บธ.ด.(บริหารธุรกิจ), บธ.ม.(การตลาด), บธ.บ.(การจัดการการตลาด)
17	4035402	สัมมนาทางการตลาด	ผศ.ดร.เขมิกา แสนโสม	บธ.ด.(บริหารธุรกิจ), บธ.ม.(บริหารธุรกิจ), กศ.บ.(ธุรกิจศึกษาสาขาการตลาด)
18	4020301	การจัดการการผลิต	ผศ.ดร.นิศารัตน์ โชติเชย	ปร.ด.(บริหารธุรกิจ), บธ.ม.(บริหารธุรกิจ), บธ.บ.(บริหารธุรกิจ)
19	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.ดร.เกตน์สิรี เทียนประเสริฐ	ปร.ด.(ยุทธศาสตร์การพัฒนาภูมิภาค), ศศ.ม.(ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในงานอาชีพ, ศศ.บ.(ภาษาอังกฤษ)
			อ.ภิญญดา วิริยะ	ศศ.ม.(ภาษาอังกฤษ), ศศ.บ.(สื่อสารมวลชน)

ปีการศึกษา 3/2568

ลำดับที่	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	ผู้สอน	ระดับการศึกษา
1	4035404	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด	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.นุชนาถ มีนาสันติรักษ์	บธ.ม.(บริหารธุรกิจ), บธ.บ.(การจัดการทั่วไป), กศ.บ.(ธุรกิจศึกษาสาขาบัญชี)
			อ.ณิชาภา พิมลศิริ	บธ.ม.(ทรัพยากรมนุษย์และการตลาด), บธ.บ.(การตลาดและทรัพยากรมนุษย์)
			อ.วัลวลี ศีลพันธุ์	บธ.ม.(เทคโนโลยีสารสนเทศ), ศศ.บ.(บริหารธุรกิจ)

ส่วนที่ 2
ผลการดำเนินงานตามตัวบ่งชี้

2.1 ผลการประเมินตนเอง ระดับหลักสูตร ตามเกณฑ์ สกอ. (ตัวบ่งชี้ 1.1)

2.2 ผลการดำเนินตามเกณฑ์ AUN-QA

2.1 ผลการประเมินตนเอง ระดับหลักสูตร ตามเกณฑ์ สกอ. (ตัวบ่งชี้ 1.1)
สำหรับเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร ฉบับ พ.ศ. 2558 (ระดับปริญญาตรี)

เกณฑ์การประเมิน	ผลการดำเนินงานตามเกณฑ์ (✓) ไม่เป็นไปตามเกณฑ์ (✗)	เอกสารหลักฐาน
1. จำนวนอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร - ไม่น้อยกว่า 5 คน และ - เป็นอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรเกินกว่า 1 หลักสูตรไม่ได้ และ - ประจำหลักสูตรตลอดระยะเวลาที่จัดการศึกษาตามหลักสูตรนั้น	✓	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ได้ดำเนินการจัดการเรียนการสอนและโดยมีอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรทำหน้าที่บริหารและพัฒนาหลักสูตร วางแผน ควบคุมคุณภาพ ติดตามประเมินผลและทำการพัฒนาหลักสูตรให้ทันสมัย โดยมีอาจารย์รับผิดชอบหลักสูตร จำนวน 5 ท่าน ตาม มคอ.02 ได้แก่ 1. ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย 2. ผศ.ดร.เขมิกา แสนโสม 3. ผศ.ลักขณา ศิริจำปา 4. ผศ.นุชนาถ มีนาสันติรักษ์ 5. อาจารย์ณิชาภา พิมลศิริ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรทั้ง 5 ท่าน เป็นอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรนี้เพียงหลักสูตรเดียว และหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ปรับปรุง พ.ศ.2565 สภามหาวิทยาลัยรับทราบ ในการประชุมครั้งที่ 6/2565 เมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2565 และ สปอว.รับทราบ เมื่อวันที่ 7 กันยายน พ.ศ. 2565 **ผู้รับผิดชอบหลักสูตรชุดปัจจุบัน** ได้แก่ 1. ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย 2. ผศ.ดร.เขมิกา แสนโสม 3. ผศ.นุชนาถ มีนาสันติรักษ์ 4. อาจารย์ณิชาภา พิมลศิริ

เกณฑ์การประเมิน	ผลการดำเนินงานตามเกณฑ์ (✓) ไม่เป็นไปตามเกณฑ์ (✗)	เอกสารหลักฐาน
		5. อาจารย์วัลวลี ศีลพันธุ์ เนื่องจาก ผศ.ลักขณา ศิริจำปา ได้เกษียณอายุราชการในปีงบประมาณ 2568 นั้น จึงขอเปลี่ยนแปลงรายชื่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (ปรับปรุง พ.ศ.2565) เป็นอาจารย์วัลวลี ศีลพันธุ์ แทน สภามหาวิทยาลัยรับทราบ ในการประชุมครั้งที่ 4/2568 เมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม 2568
2. คุณสมบัติของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร - คุณวุฒิระดับปริญญาโทหรือเทียบเท่าหรือดำรงตำแหน่งทางวิชาการไม่ต่ำกว่าผู้ช่วยศาสตราจารย์ในสาขาที่ตรงหรือสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่เปิดสอน - มีผลงานทางวิชาการอย่างน้อย 1 รายการในรอบ 5 ปีย้อนหลัง	✓	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มีอาจารย์ประจำหลักสูตรทั้งหมด 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. ผศ.นุชนาถ มีนาสันติรักษ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ) 4. อาจารย์ณิชาภา พิมลศิริ บธ.ม.(การบริหารทรัพยากรมนุษย์และการตลาด) 5. อาจารย์วัลวลี ศีลพันธุ์ บธ.ม. (เทคโนโลยีสารสนเทศ) และมีผลงานทางวิชาการที่ได้รับการเผยแพร่ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในการ

เกณฑ์การประเมิน	ผลการดำเนินงานตามเกณฑ์ (✓) ไม่เป็นไปตามเกณฑ์ (✗)	เอกสารหลักฐาน
		พิจารณาอย่างน้อย 1 รายการ ในรอบ 5 ปีย้อนหลัง ทุกท่าน
3. คุณสมบัติอาจารย์ประจำหลักสูตร - คุณวุฒิระดับปริญญาโทหรือเทียบเท่าหรือดำรงตำแหน่งทางวิชาการไม่ต่ำกว่าผู้ช่วยศาสตราจารย์ในสาขาที่ตรงหรือสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่เปิดสอน - มีผลงานทางวิชาการอย่างน้อย 1 รายการในรอบ 5 ปีย้อนหลัง - ไม่จำกัดจำนวนและประจำได้มากกว่าหนึ่งหลักสูตร	✓	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มีอาจารย์ประจำหลักสูตรทั้งหมด 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. ผศ.นุชนาถ มีนาสันติรักษ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ) 4. อาจารย์ณิชาภา พิมลศิริ บธ.ม.(การบริหารทรัพยากรมนุษย์และการตลาด) 5. อาจารย์วัลวลี ศีลพันธุ์ บธ.ม. (เทคโนโลยีสารสนเทศ) และมีผลงานทางวิชาการที่ได้รับการเผยแพร่ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในการพิจารณาอย่างน้อย 1 รายการ ในรอบ 5 ปีย้อนหลัง ทุกท่าน
4. คุณสมบัติอาจารย์ผู้สอน *- อาจารย์ประจำ* - คุณวุฒิระดับปริญญาโทหรือเทียบเท่าหรือดำรงตำแหน่งทางวิชาการไม่ต่ำกว่าผู้ช่วยศาสตราจารย์ในสาขาวิชานั้นหรือสาขาวิชาที่สัมพันธ์กันหรือสาขาวิชาของรายวิชาที่สอน	✓	คุณสมบัติอาจารย์ผู้สอนหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มีคุณวุฒิขั้นต่ำระดับปริญญาโทหรือเทียบเท่า ในสาขาวิชาของรายวิชาที่สอนตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด

เกณฑ์การประเมิน	ผลการดำเนินงานตามเกณฑ์ (✓) ไม่เป็นไปตามเกณฑ์ (✗)	เอกสารหลักฐาน
- หากเป็นอาจารย์ผู้สอนก่อนเกณฑ์นี้ประกาศใช้อนุโลมคุณวุฒิระดับปริญญาตรีได้ *- อาจารย์พิเศษ* - คุณวุฒิระดับปริญญาโทหรือคุณวุฒิปริญญาตรีหรือเทียบเท่าและ - มีประสบการณ์ทำงานที่เกี่ยวข้องกับวิชาที่สอนไม่น้อยกว่า 6 ปี - ทั้งนี้ มีชั่วโมงสอนไม่เกินร้อยละ 50 ของรายวิชา โดยมีอาจารย์ประจำ เป็นผู้รับผิดชอบรายวิชานั้น		
10. การปรับปรุงหลักสูตรตามรอบระยะเวลาที่กำหนด - ต้องไม่เกิน 5 ปี ตามรอบระยะเวลาของหลักสูตรหรืออย่างน้อยทุก ๆ 5 ปี	✓	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ได้ดำเนินการปรับปรุงหลักสูตรตามรอบระยะเวลาที่กำหนด และหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ได้ทำการปรับปรุงหลักสูตร พ.ศ.2570 เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของสังคม เทคโนโลยีที่ก้าวกระโดดและตลาดแรงงานในปัจจุบันจึงได้ทำการปรับปรุงหลักสูตรฯ ในวันที่ 30-31 พ.ค.67 วิพากษ์หลักสูตรเพื่อปรับปรุงในรูปแบบ AUN-QA

สรุปผลการประเมินตนเอง องค์ประกอบที่ 1 : การกำกับมาตรฐาน

(แสดงเครื่องหมาย ☑ ให้ตรงกับผลการประเมินข้างต้น)

ตัวบ่งชี้	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	ผลการประเมิน
1.1 การบริหารจัดการหลักสูตรตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรที่กำหนดโดย สกอ.	ผ่าน	☑ ผ่าน ☐ ไม่ผ่าน	☑ หลักสูตรได้มาตรฐาน ☐ หลักสูตรไม่ได้มาตรฐาน

2.2 ผลการดำเนินตามเกณฑ์ AUN-QA

เพื่อให้หลักสูตรรับรู้ถึงระดับคุณภาพของหลักสูตรในแต่ละเกณฑ์ และสามารถปรับปรุงพัฒนาต่อไปได้ การประเมินหลักสูตรใช้เกณฑ์ 7 ระดับ ดังต่อไปนี้

คะแนน	ความหมาย	คุณภาพและระดับความต้องการในการพัฒนา
1	**Absolutely Inadequate** The QA practice to fulfil the criterion is not implemented. There are no plans, documents, evidences or results available. Immediate improvement must be made.	คุณภาพไม่เพียงพออย่างชัดเจน
2	**Inadequate and Improvement is Necessary** The QA practice to fulfil the criterion is still at its planning stage or is inadequate where improvement is necessary. There is little document or evidence available. Performance of the QA practice shows little or poor results.	คุณภาพไม่เพียงพอ จำเป็นต้องมีการปรับปรุง
3	**Inadequate but Minor Improvement Will Make It Adequate** The QA practice to fulfil the criterion is defined and implemented but minor improvement is needed to fully meet them. Documents are available but no clear evidence to support that they have been fully used. Performance of the QA practice shows inconsistent or some results.	คุณภาพไม่เพียงพอ แต่การปรับปรุง แก้ไข หรือพัฒนาเพียงเล็กน้อยสามารถทำให้มีคุณภาพเพียงพอได้
4	**Adequate as Expected** The QA practice to fulfil the criterion is adequate and evidences support that it has been fully implemented. Performance of the QA practice shows consistent results as expected.	มีคุณภาพของการดำเนินการของหลักสูตรตามเกณฑ์
5	**Better Than Adequate** The QA practice to fulfil the criterion is better than adequate. Evidences support that it has been efficiently implemented. Performance of	มีคุณภาพของการดำเนินการของหลักสูตรดีกว่าเกณฑ์

คะแนน	ความหมาย	คุณภาพและระดับความต้องการในการพัฒนา
	the QA practice shows good results and positive improvement trend.	
6	**Example of Best Practices** The QA practice to fulfil the criterion is considered to be example of best practices in the field. Evidences support that it has been effectively implemented. Performance of QA practice shows very good results and positive improvement trend.	เป็นตัวอย่างของแนวปฏิบัติที่ดี
7	**Excellent (Example of World-class or Leading Practices)** The QA practice to fulfil the criterion is considered to be excellent or example of world-class practices in the field. Evidences support that it has been innovatively implemented. Performance of the QA practice shows excellent results and outstanding improvement trends.	ระดับดีเยี่ยม เป็นแนวปฏิบัติในระดับโลกหรือแนวปฏิบัติชั้นนำ

รายละเอียดและผลการดำเนินงานตามเกณฑ์ AUN-QA

เกณฑ์คุณภาพที่ 1 ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง (Expected Learning Outcomes)

Requirement	1	2	3	4	5	6	7
1.1. The programme to show that the expected learning outcomes are appropriately formulated in accordance with an established learning taxonomy, are aligned to the vision and mission of the university, and are known to all stakeholders.		✓					
1.2. The programme to show that the expected learning outcomes for all courses are appropriately formulated and are aligned to the expected learning outcomes of the programme.		✓					
1.3. The programme to show that the expected learning outcomes consist of both generic outcomes (related to written and oral communication, problem- solving, information technology, teambuilding skills, etc) and subject specific outcomes (related to knowledge and skills of the study discipline).		✓					
1.4. The programme to show that the requirements of the stakeholders, especially the external stakeholders, are gathered, and that these are reflected in the expected learning outcomes.		✓					
1.5. The programme to show that the expected learning outcomes are achieved by the students by the time they graduate.		✓					
Overall		2					

เกณฑ์คุณภาพที่ 1 - เกณฑ์ย่อย

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

เกณฑ์คุณภาพย่อยที่ 1.1 หลักสูตรแสดงให้เห็นถึง ผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตรถูกกำหนดขึ้นอย่างเหมาะสมและเป็นไปตามหลักทฤษฎีการเรียนรู้ (learning taxonomy) มีความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์และพันธกิจของมหาวิทยาลัย และมีการสื่อสาร ไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

ผลการดำเนินงาน

หลักสูตรแสดงให้เห็นถึง ผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตรถูกกำหนดขึ้นอย่างเหมาะสมมีความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์และพันธกิจของมหาวิทยาลัย และมีการสื่อสารไปยังผู้มีส่วนได้เสียอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรได้สอบถาม สัมภาษณ์ผู้ดูแลนักศึกษาฝึกประสบการณ์ในฐานะผู้ใช้บัณฑิต และสอบถามนักศึกษาปัจจุบันถึงทักษะที่อยากพัฒนา หรือกิจกรรมที่อยากให้หลักสูตรดำเนินการเพื่อนำไปพัฒนาหลักสูตรตามหลักทฤษฎีการเรียนรู้ (learning taxonomy) ในปีการศึกษา 2570 ต่อไป

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

เกณฑ์คุณภาพย่อยที่ 1.2 หลักสูตรแสดงให้เห็นถึง ผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของทุกรายวิชาถูกกำหนดขึ้นอย่างเหมาะสม และสอดคล้องกับผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร

ผลการดำเนินงาน

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ได้พัฒนาหลักสูตรภายใต้เกณฑ์ TQF กำหนดแผนการเรียนรู้ 5 ด้าน มีการประเมินคุณภาพบัณฑิตโดยผู้ใช้บัณฑิต ซึ่งเนื้อหาสาระในการประเมินเป็นไปตามคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ตามที่หลักสูตรกำหนดไว้ใน มคอ.2 ซึ่งครอบคลุมผลการเรียนรู้อย่างน้อย 5 ด้าน คือ 1) ด้านคุณธรรม จริยธรรม 2) ด้านความรู้3) ด้านทักษะทางปัญญา 4) ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ และ 5) ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และมีการติดตามภาวการณ์มีงานทำของบัณฑิตภายในระยะเวลาหนึ่งปีนับจากวันที่สำเร็จการศึกษา และปรับเป็นแผนการเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLO) ต่อเนื่องถึงแผนการเรียนรู้ในระดับรายวิชา (CLO) ในการปรับปรุงหลักสูตรลำดับถัดไป

1.3. The programme to show that the expected learning outcomes consist of both generic outcomes (related to written and oral communication, problem- solving, information technology, teambuilding skills, etc) and subject specific outcomes (related to knowledge and skills of the study discipline).

เกณฑ์คุณภาพย่อยที่ 1.3 หลักสูตรแสดงให้เห็นถึง ผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร ครอบคลุมผลการเรียนรู้ทั่วไป (ที่เกี่ยวข้องกับทักษะการสื่อสารทั้งด้านการเขียนและการพูด ทักษะการแก้ไขปัญหา ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ทักษะการทำงานเป็นทีม ฯลฯ) และผลการเรียนรู้เฉพาะทาง (ที่เกี่ยวข้องกับความรู้และทักษะเฉพาะของสาขาวิชา)

ผลการดำเนินงาน

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ประเมินคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ตามที่หลักสูตรกำหนดไว้ใน มคอ.2 ซึ่งครอบคลุมผลการเรียนรู้อย่างน้อย 5 ด้าน คือ 1) ด้านคุณธรรม จริยธรรม 2) ด้านความรู้3) ด้านทักษะทางปัญญา 4) ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ และ 5) ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อนำมาปรับใช้กับการจัดการเรียนการสอนในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

ตารางที่ 6 ความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานและคุณลักษณะของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (TQF) จำแนกเป็นรายด้าน

คณะ/สาขาวิชา	จำนวนบัณฑิตที่ได้รับการประเมินความพึงพอใจ	ด้านคุณธรรม จริยธรรม		ด้านความรู้		ด้านทักษะทางปัญญา		ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ		ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ		รวม	
		ผลรวมของค่าคะแนน	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ผลรวมของค่าคะแนน	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ผลรวมของค่าคะแนน	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ผลรวมของค่าคะแนน	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ผลรวมของค่าคะแนน	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ผลรวมของค่าคะแนน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
1. การจัดการ	2	8.73	4.37	8.77	4.39	8.67	4.34	9.50	4.75	8.44	4.22	8.83	4.42
2. การตลาด	9	41.45	4.61	41.38	4.60	41.33	4.59	39.10	4.34	39.89	4.43	40.69	4.52
3. การบัญชี	37	167.64	4.53	158.58	4.29	159.00	4.30	162.60	4.39	159.33	4.31	161.53	4.37
4. การโรงแรมและการท่องเที่ยว	2	8.29	4.15	8.47	4.24	8.44	4.22	8.00	4.00	8.00	4.00	8.26	4.13
5. คอมพิวเตอร์ธุรกิจ	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6. ธุรกิจดิจิทัล	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7. นิเทศศาสตร์	13	62.54	4.81	61.71	4.75	61.78	4.75	61.70	4.75	60.11	4.62	61.65	4.74
8. เศรษฐศาสตร์	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
วิทยาการจัดการ	**63**	**288.55**	**4.58**	**278.64**	**4.42**	**279.22**	**4.43**	**280.90**	**4.46**	**275.78**	**4.38**	**280.86**	**4.46**

ข้อมูล ณ วันที่ 15 มิถุนายน พ.ศ. 2569 เวลา 09 : 06 : 41

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

เกณฑ์คุณภาพย่อยที่ 1.4 หลักสูตรแสดงให้เห็นถึง กระบวนการรวบรวมข้อกำหนดหรือความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยเฉพาะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก มาประกอบการจัดทำผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร

ผลการดำเนินงาน

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดได้จัดโครงการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด ประกอบด้วย 2 กิจกรรม ดังนี้ กิจกรรมที่ 1 การทวนสอบผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ประจำปีการศึกษา 2568 จัดกิจกรรมวันที่ 8 มิถุนายน พ.ศ.2569 และกิจกรรมที่ 2 การทบทวนหลักสูตร (Curriculum Review) หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด จัดกิจกรรมวันที่ 15 มิถุนายน พ.ศ.2569 เพื่อรวมรวมความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยเฉพาะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก และความต้องการเหล่านั้นได้ถูกนำมาสะท้อนไว้ในผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง เพื่อความมั่นใจได้ว่าทักษะ (Skills) และความรู้ (Knowledge) ของนักศึกษาที่จบไป จะตรงกับที่ภาคอุตสาหกรรมหรือหน่วยงานภายนอกในปัจจุบัน

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

เกณฑ์คุณภาพย่อยที่ 1.5 หลักสูตรแสดงให้เห็นถึง ผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตรที่จะสามารถบรรลุโดยผู้เรียนเมื่อสำเร็จการศึกษาตามระยะเวลาที่กำหนด

ผลการดำเนินงาน

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดได้จัดทำการสำรวจภาวการณ์มีงานทำของหนักศึกษาจากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 50 คน มีงานทำจำนวน 40 คน จากจำนวนบัณฑิตจบสาขาวิชาการตลาด

ข้อมูลการตอบแบบประเมิน

ระดับการศึกษา :: ปริญญาตรี แสดงข้อมูล

ตารางที่ 1 จำนวนบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา จำนวนบัณฑิตที่มีงานทำ จำนวนบัณฑิตที่ได้รับการประเมินฯ และร้อยละของบัณฑิตที่ได้รับการประเมินฯ เทียบกับจำนวนบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา

คณะ	จำนวนบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาทั้งหมด (1)	จำนวนผู้ตอบแบบสำรวจภาวะการมีงานทำ			จำนวนบัณฑิตมีงานทำที่สำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต (ไม่รวมบัณฑิตที่ประกอบอาชีพอิสระ)			ร้อยละของบัณฑิตที่ได้รับการประเมินฯ เทียบกับจำนวนบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา (3/(1-2))*100	สถานะการใช้งานระบบ
		มีงานทำ		ไม่มีงานทำ	จำนวนทั้งหมด	ประเมินแล้ว (3)	ยังไม่ประเมิน		
		ก่อน/หลังสำเร็จการศึกษา	ประกอบอาชีพอิสระ (2)						
1. การจัดการ	56	6	0	7	6	2	4	3.57	เปิด
2. การตลาด	50	33	7	0	33	9	24	20.93	เปิด
3. การบัญชี	74	51	3	8	51	37	14	52.11	เปิด
4. การโรงแรมและการท่องเที่ยว	40	24	1	5	24	2	22	5.13	เปิด
5. คอมพิวเตอร์ธุรกิจ	28	0	0	0	0	0	0	0.00	เปิด
6. ธุรกิจดิจิทัล	7	0	0	0	0	0	0	0.00	เปิด
7. นิเทศศาสตร์	15	13	0	2	13	13	0	86.67	เปิด
8. เศรษฐศาสตร์	3	0	0	0	0	0	0	0.00	เปิด
วิทยาการจัดการ	**273**	**127**	**11**	**22**	**127**	**63**	**64**	**24.05**	

หมายเหตุ กรณีบัณฑิตที่มีอาชีพอิสระ ไม่ต้องเอามานับในการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต

ข้อมูล ณ วันที่ 15 มิถุนายน พ.ศ. 2569 เวลา 09 : 15 : 36

และความสอดคล้องจากการทำงานบัณฑิตได้งานที่ตรงสายงาน เนื่องจากทางหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ได้ทำการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตประจำทุกปีการศึกษาและปรับปรุงเนื้อหาสาระในรายวิชาให้ตอบความต้องของตลาดแรงงานในปัจจุบัน

คณะวทยาการจดการ

ข้อมูลทั่วไป :: งานที่บัณฑิตปฏิบัติอยู่ตรงหรือสอดคล้องกับสาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา

ระดับการศึกษา :: ปริญญาตรี แสดงข้อมูล

ตารางที่ 4 ข้อมูลงานที่บัณฑิตปฏิบัติอยู่ตรงหรือสอดคล้องกับสาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา

คณะ/สาขาวิชา	งานที่บัณฑิตปฏิบัติอยู่ตรงหรือสอดคล้องกับสาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา				รวม	
	ตรง/สอดคล้อง		ไม่ตรง/ไม่สอดคล้อง		จำนวน	ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1. การจัดการ	2	100.00	0	0.00	2	100.00
2. การตลาด	9	100.00	0	0.00	9	100.00
3. การบัญชี	30	81.08	7	18.92	37	100.00
4. การโรงแรมและการท่องเที่ยว	1	50.00	1	50.00	2	100.00
5. คอมพิวเตอร์ธุรกิจ	0	0.00	0	0.00	0	0.00
6. ธุรกิจดิจิทัล	0	0.00	0	0.00	0	0.00
7. นิเทศศาสตร์	13	100.00	0	0.00	13	100.00
8. เศรษฐศาสตร์	0	0.00	0	0.00	0	0.00
วิทยาการจัดการ	**55**	**87.30**	**8**	**12.70**	**63**	**100.00**

ข้อมูล ณ วันที่ 15 มิถุนายน พ.ศ. 2569 เวลา 09 : 13 : 50

รายการหลักฐานอ้างอิง

AUN-QA-1.1 มคอ2 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2565)

AUN-QA-1.2 ระบบสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตต่อการปฏิบัติงานและคุณลักษณะของบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม Link: https://pollboss.rmu.ac.th/

AUN-QA-1.3 โครงการการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด Link: https://www.facebook.com/share/r/18zT6bibHr/

AUN-QA-1.4 ระบบสำรวจภาวะการมีงานทำของบัณฑิตมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม Link: https://survey.rmu.ac.th/

เกณฑ์คุณภาพที่ 2 โครงสร้างโปรแกรมและเนื้อหา (Programme Structure and Content)

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

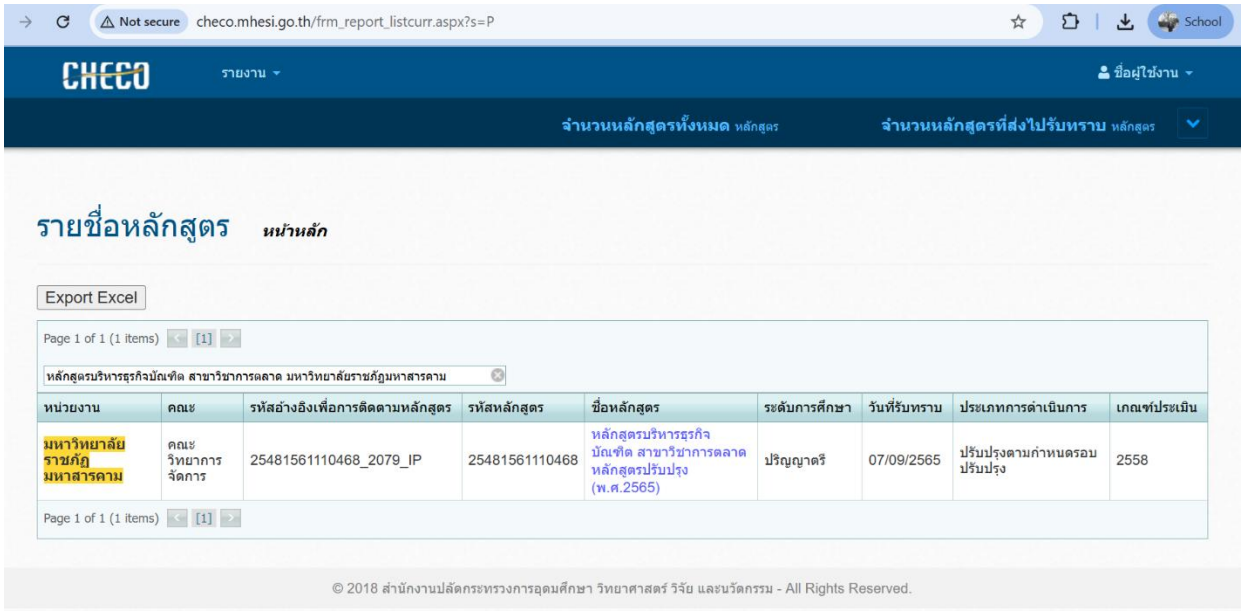
เกณฑ์คุณภาพที่ 2 – เกณฑ์ย่อย

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

เกณฑ์คุณภาพย่อยที่ 2.1 คำอธิบายหลักสูตรและรายวิชามีความครอบคลุม เป็นปัจจุบัน และมีการประชาสัมพันธ์ไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างทั่วถึง

ผลการดำเนินงาน

ข้อกำหนดของหลักสูตรและรายวิชาทั้งหมด มีความครอบคลุม ทันสมัย สามารถเข้าถึงได้ และมีการสื่อสารไปยัง ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ดังนี้หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ได้มีการจัดทำข้อกำหนดของหลักสูตร ครบถ้วนตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด และได้รับการอนุมัติจากสภามหาวิทยาลัยฯ ประชุมครั้งที่ 6/2565 วันที่ 27 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2565 และ สปกอ. ได้รับรองหลักสูตรเรียบร้อยเมื่อวันที่ 7 กันยายน พ.ศ.2565 และเผยแพร่หลักสูตรฯ บนเว็บไซต์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามเพื่อให้ง่ายต่อการเข้าถึงข้อมูลหลักสูตรหลักสูตรฯ มีการสำรวจความต้องการหรือทักษะที่ผู้เรียน ในฐานะของหนึ่งในผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พบว่า ต้องการพัฒนาทักษะด้านการใช้โปรแกรมแกรมคอมพิวเตอร์ และเครื่องมือ อุปกรณ์ในการผลิตสื่อสำหรับการสร้างเนื้อหาให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น หลักสูตรฯ จึงได้มีการปรับปรุงเนื้อการด้านการเรียนการสอนและปรับรูปแบบกิจกรรมการสอนให้ตอบรับกับความต้องการของผู้เรียน โดยปีการศึกษา 2568 ได้อาจารย์ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการตลาดดิจิทัล และเครื่องมือทางการตลาดดิจิทัลที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านเพื่อการพัฒนาทักษะผู้เรียนในทิศทางการเปลี่ยนแปลงให้ทันสมัยและเหตุการณ์ปัจจุบัน



ในการนิเทศนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ได้มีการสอบถามถึงความต้องการ และแนวโน้มทักษะที่ต้องการจากนักศึกษาฝึกประสบการณ์ หรือบุคลากรใหม่ เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงในกิจกรรมรายวิชา หรือผล

การเรียนรู้ เพื่อให้หลักสูตรมีความทันสมัย และตรงกับความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในฐานะของผู้ใช้บัณฑิต

ดังนั้น หลักสูตรได้มีการจัดทำข้อมูลหลักสูตรครบถ้วนถูกต้องตามเกณฑ์และได้รับการรับรองมาตรฐาน รวมถึงการสื่อสารกับผู้เรียน เพื่อพัฒนารูปแบบ, กิจกรรมการเรียนการสอน อีกทั้งสำรวจความคิดเห็นแลกเปลี่ยนมุมมองกับผู้ใช้บัณฑิต เพื่อพัฒนากิจกรรมการเรียนการสอน การฝึกทักษะผู้เรียน ให้ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน การสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จึงครบถ้วนทุกกลุ่ม

2.2. The design of the curriculum is shown to be constructively aligned with achieving the expected learning outcomes

เกณฑ์คุณภาพย่อยที่ 2.2 หลักสูตรได้รับการออกแบบให้สอดคล้องกับการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง

ผลการดำเนินงาน

การออกแบบหลักสูตรสอดคล้องกับการบรรลุผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง ดังนี้

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ออกแบบหลักสูตรบนมาตรฐานหลักสูตร TQF และได้มีการทำสรุปข้อมูลเปรียบเทียบเกณฑ์มาตรฐาน TQF 5 ด้าน โดยร่วมกันออกแบบหลักสูตรโดยวิธีการวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน การประเมินผลผู้สอน และการทวนสอบใช้ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่สอดคล้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา นำไปสู่การกำหนดความรู้ ทักษะเฉพาะด้านการท่องเที่ยว และการบริการ ทักษะทั่วไป และเจตคติที่ผลักดันให้นักศึกษาบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร และกระจายความรับผิดชอบลงสู่การประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียน จากการทวนสอบผลลัพธ์การเรียนรู้รายปี พบว่า หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด สามารถที่จะพัฒนาผู้เรียนเป็นไปตามผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังในแต่ละชั้นปีได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยพิจารณาจากผลการประเมินของคณะกรรมการทวนสอบในรายวิชาที่กำหนดไว้ ซึ่งผลในปีการศึกษา 2568 มีการทวนสอบ จำนวน 13 รายวิชา พบว่า ทุกรายวิชาสามารถจัดการเรียนรู้ให้นักศึกษาบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ได้ในทุกด้าน โดยดำเนินการแต่งตั้งคณะกรรมการทวนสอบสัมฤทธิ์ ตามคำสั่งที่ 3023/2569 ลงวันที่ 4 มิถุนายน 2569 ดังนี้

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุมารินทร์ ราตรี ประธานกรรมการ สังกัดคณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

2. อาจารย์ ดร.กิจปพน ศรีธานี กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกคณะ สังกัดคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม)

3. อาจารย์ ดร.มนันยา นันทสาร กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกคณะ สังกัดคณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม)

หลักสูตรดำเนินการทวนสอบผลสัมฤทธิ์รายวิชาที่เปิดสอนทั้งหมดของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ปีการศึกษา 2568 ในกลุ่มวิชาชีพการตลาด จำนวน 30 รายวิชา และรายวิชาที่นักศึกษา

สาขาวิชาการตลาดมีการเรียนในกลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ จำนวน 10 วิชา รวมทั้งสิ้น 40 วิชา ตามข้อกำหนดของตัวบ่งชี้ระบุว่าจะต้องทำการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ฯ อย่างน้อยร้อยละ 25 ของรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละปีการศึกษา ดังนั้นหลักสูตรจึงดำเนินการทวนสอบ จำนวน 13 รายวิชา คิดเป็นร้อยละ 32.50 ดังนี้

รายวิชาที่เปิดสอน	รายวิชาที่ทวนสอบ	ผลการประเมิน		
		$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2568				
4035101 หลักการตลาด				
4035201 การจัดการการตลาด				
4035202 พฤติกรรมผู้บริโภค	✓	4.76	0.53	ดีมาก
4035220 การบริหารงานขายและศิลปะการขาย				
4035223 ภาษาอังกฤษเพื่องานการตลาด	✓	4.79	0.49	ดีมาก
4035225 การตลาดธุรกิจการค้าสมัยใหม่				
4035226 การจัดการผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม				
4035227 การตั้งราคาและการบริหารการเงิน				
4035308 การตลาดบริการ				
4035326 การตลาดระหว่างประเทศและระดับโลก				
4035327 กลยุทธ์และการวางแผนการตลาด				
4035222 เทคนิคการนำเสนอเพื่องานทางการตลาด	✓	4.65	0.61	ดีมาก
4035316 การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาด				
4035401 การวิจัยการตลาด	✓	4.77	0.53	ดีมาก
4035402 สัมมนาทางการตลาด				
4035412 การตลาดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ				
4030313 การจัดการธุรกิจด้วยคอมพิวเตอร์ (กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ : สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ผู้สอน)				
4020301 การจัดการการผลิต (กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ : สาขาการจัดการ ผู้สอน)				
4010101 หลักการบัญชี (กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ : สาขาบัญชีผู้สอน)				
4040218 เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ (กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ : สาขาเศรษฐศาสตร์ ผู้สอน)				

รายวิชาที่เปิดสอน	รายวิชาที่ทวนสอบ	ผลการประเมิน		
		$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2568				
4035102 กฎหมายธุรกิจและจรรยาบรรณทางการตลาด				
4035201 การจัดการการตลาด				
4035202 พฤติกรรมผู้บริโภค				
4035218 การตลาดดิจิทัล	✓	4.91	0.30	ดีมาก
4035220 การบริหารงานขายและศิลปะการขาย				
4035226 การจัดการผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม	✓	4.76	0.46	ดีมาก
4035227 การตั้งราคาและการบริหารการเงิน				
4035302 การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย	✓	4.86	0.35	ดีมาก
4035303 การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ				
4035323 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด				
4035325 ระบบสารสนเทศทางการตลาดและสถิติสำหรับวิจัยการตลาด	✓	4.90	0.30	ดีมาก
4035327 กลยุทธ์และการวางแผนการตลาด	✓	4.69	0.71	ดีมาก
4035329 การออกแบบเนื้อหาบนการตลาดดิจิทัล	✓	4.58	0.87	ดีมาก
4035330 เครื่องมือและเทคนิคด้านการตลาดดิจิทัล	✓	4.63	0.80	ดีมาก
4035316 การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาด	✓	4.54	0.83	ดีมาก
4035413 การออกแบบแคมเปญการตลาดดิจิทัล	✓	4.56	0.78	ดีมาก
4035402 สัมมนาทางการตลาด				
4020301 การจัดการการผลิต (กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ : สาขาการจัดการ ผู้สอน)				
3023100 ภาษาอังกฤษธุรกิจ (กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ : สาขาภาษาอังกฤษธุรกิจ ผู้สอน)				
วิชากลุ่มวิชาชีพการตลาด จำนวน 30 รายวิชา และวิชากลุ่มพื้นฐานวิชาชีพ จำนวน 10 วิชา รวม 40 วิชา				
รวมรายวิชาที่ทวนสอบทั้งหมด 13 รายวิชา				
ร้อยละของรายวิชาที่มีการทวนสอบ 32.50				

2.3. The design of the curriculum is shown to include feedback from stakeholders, especially external stakeholders.

เกณฑ์คุณภาพย่อยที่ 2.3 หลักสูตรได้รับการออกแบบบนพื้นฐานข้อเสนอแนะของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยเฉพาะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากภายนอก

ผลการดำเนินงาน

หลักสูตรมีการนำข้อมูลป้อนกลับจากผู้มีส่วนได้เสีย โดยเฉพาะผู้มีส่วนได้เสียภายนอกมาประกอบการออกแบบหลักสูตร ดังนี้

หลักสูตรมีการนำข้อมูลป้อนกลับจากผู้มีส่วนได้เสีย โดยเฉพาะผู้มีส่วนได้เสียภายนอกมาประกอบการออกแบบหลักสูตร โดยจัดประชุมเพื่อสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 3 กลุ่ม คือ ผู้ใช้บัณฑิต ศิษย์เก่า และศิษย์ปัจจุบัน รายละเอียดดังนี้

SHs	Feedback	Design of the Curriculum
ผู้ใช้บัณฑิต	- ควรเพิ่มกิจกรรมที่เพิ่มทักษะความคิดสร้างสรรค์ พัฒนาความสามารถในการตั้งคำถาม และแสดงความคิดเห็น - ควรเพิ่มความรู้ในการทำงานกับแพลตฟอร์มออนไลน์ที่หลากหลาย และใช้ AI ได้ - ทักษะด้านการวิเคราะห์ข้อมูล ออกแบบเนื้อหาสื่อ - ควรมีทักษะในการสื่อสารระหว่างบุคคล - ควรมีทักษะการเขียน การถ่ายทอดเรื่องยากให้เข้าใจง่าย - ควรมีทักษะการสื่อสารด้วยภาพ และภาพเคลื่อนไหว - ควรมีทักษะการใช้ซอฟต์แวร์ตัดต่อวีดีโอทั้งซอฟต์แวร์พื้นฐาน และซอฟต์แวร์ระดับสูง - ควรมีทักษะการใช้ AI และการตรวจสอบข้อมูลจาก AI - ควรมีความสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่น - ควรมีความยืดหยุ่น และยอมรับในความเปลี่ยนแปลง - ควรเป็นคนที่กล้าที่จะยอมรับความผิดพลาด และพร้อมที่จะแก้ไขข้อผิดพลาดนั้น - ต้องรู้จักการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ได้รับก่อนใช้ข้อมูลเหล่านั้น	-ออกแบบชิ้นงาน ให้นักศึกษาได้ฝึกทักษะต่าง ๆ -ใช้กลยุทธ์การสอน สร้างเงื่อนไขให้ผู้เรียนต้องทำงานร่วมกันเป็นทีม -ออกแบบชิ้นงานที่ทำให้ผู้เรียนได้ใช้แอพพิเคชั่น และนำเสนอในรูปแบบต่างๆ -ออกแบบกิจกรรมที่ทำให้ผู้เรียนได้สร้างชิ้นงานจริง สร้างประสบการณ์จริงในการทำงาน

SHs	Feedback	Design of the Curriculum
ศิษย์เก่า	ผู้เรียนควรมีความรู้และความสามารถในด้านการเขียนโครงการ การใช้ AI การคิดวิเคราะห์ การตลาด และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงมีความคิดสร้างสรรค์และการประยุกต์ใช้ความรู้ในการทำงาน มีทักษะด้านการสื่อสาร การใช้โปรแกรมสำนักงาน มีทักษะการจัดการภาวะวิกฤติ การเล่าเรื่อง การถ่ายภาพ และภาษาอังกฤษ นอกจากนี้ยังมีจริยธรรมในการทำงาน เช่น ความซื่อสัตย์ ความรับผิดชอบ และการเคารพกฎระเบียบ รวมถึงมีลักษณะนิสัยที่ดี เช่น ความเห็นอกเห็นใจ การปรับตัว การเปิดรับสิ่งใหม่ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และสามารถควบคุมอารมณ์ได้อย่างเหมาะสม	- ออกแบบกิจกรรมการเรียนที่ทำให้ผู้เรียนต้องคิดวิเคราะห์และฝึกการใช้ AI ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด - สร้างกติการการเรียน ให้ผู้เรียนได้พัฒนาด้านจริยธรรมในการเรียน และการทำงานร่วมกับผู้อื่น
ศิษย์ปัจจุบัน	ต้องการพัฒนาทักษะด้านการพูด การนำเสนอ การตัดต่อภาพเคลื่อนไหว และการใช้ AI การคิดวิเคราะห์ การตลาด	รายวิชาการตลาดดิจิทัล ในหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2570 ปรับชื่อและเนื้อหารายวิชาเป็นรายวิชาการประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการตลาดดิจิทัล (AI in Digital Marketing) วิชาระบบสารสนเทศทางการตลาดและสถิติสำหรับวิจัยการตลาด ในหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2570 ปรับชื่อและเนื้อหารายวิชาเป็นรายวิชาปัญญาประดิษฐ์สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลการตลาด (AI for Data Marketing) ซึ่งปรับปรุงรายวิชาให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2.4. The contribution made by each course in achieving the expected learning outcomes is shown to be clear.

เกณฑ์คุณภาพย่อยที่ 2.4 แต่ละหลักสูตรมีส่วนร่วมในการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังอย่างชัดเจน

ผลการดำเนินงาน

หลักสูตรฯ ได้มีการกระจายความรับผิดชอบผลการเรียนรู้ สู่รายวิชาอย่างชัดเจน โดยได้มีการจัดทำข้อมูลเปรียบเทียบผลการเรียนรู้ตามมาตรฐาน TQF อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ทำหน้าที่ในการวางแผนกิจกรรม และกำหนดการดำเนินการทั้งหมด โดยมีคณะกรรมการบริหารหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอนทุกคน เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน โดยมอบหมายให้คณะกรรมการบริหารหลักสูตร ดำเนินการจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตรในรายวิชาแกน รายวิชาบังคับ เพิ่มช่องทางในการสื่อสารให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (SHs) ให้เข้าใจตรงกันในปีการศึกษาต่อไป และทำให้สามารถกำหนดการกระจายความรับผิดชอบรายวิชาจากความเชี่ยวชาญของอาจารย์ ดังตารางที่ 2.4.1

ตารางที่ 2.4.1 แสดงกำหนดการกระจายความรับผิดชอบรายวิชาจากความเชี่ยวชาญของอาจารย์

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	ความเชี่ยวชาญ	รายวิชาสอน
1	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย	- วิจัยการตลาด - กลยุทธ์ทางการตลาด - การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์	วิชาการจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาด วิชาระบบสารสนเทศทางการตลาดและสถิติสำหรับวิจัยการตลาด วิชากลยุทธ์และการวางแผนการตลาด วิชาการวิจัยการตลาด วิชาการบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย วิชาเทคนิคการนำเสนอเพื่องานทางการตลาด
2	ผศ.ดร.เขมิกา แสนโสม	- การตลาดบริการ - การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ	วิชาสัมมนาทางการตลาด วิชาการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ วิชาการตลาดบริการ วิชาการจัดการการตลาด
3	ผศ.นุชนาถ มีนาสันติรักษ์	- การวางแผนธุรกิจ - การบริหารการผลิต - การเป็นผู้ประกอบการ	วิชาการตลาดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ วิชากฎหมายธุรกิจและจรรยาบรรณทางการตลาด วิชาการจัดการการตลาด

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	ความเชี่ยวชาญ	รายวิชาสอน
4	อ.ณิชาภา พิมลศิริ	- พฤติกรรมผู้บริโภค - การตลาดระหว่างประเทศ - นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา	วิชาพฤติกรรมผู้บริโภค วิชาการจัดการผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม วิชาการตั้งราคาและการบริหารการเงิน วิชาการตลาดระหว่างประเทศและระดับโลก วิชาหลักการตลาด
5	อ.วัลวลี ศีลพันธุ์	- การตลาดดิจิทัล - เทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ - ธุรกิจออนไลน์	วิชาการตลาดดิจิทัล วิชาการบริหารงานขายและศิลปะการขาย วิชาการตลาดธุรกิจการค้าสมัยใหม่ วิชาการออกแบบเนื้อหาบนการตลาดดิจิทัล วิชาเครื่องมือและเทคนิคด้านการตลาดดิจิทัล วิชาการออกแบบแคมเปญการตลาดดิจิทัล

2.5. The curriculum to show that all its courses are logically structured, properly sequenced (progression from basic to intermediate to specialised courses), and are integrated.

เกณฑ์คุณภาพย่อยที่ 2.5 หลักสูตรมีรายวิชาที่มีการออกแบบโครงสร้าง จัดลำดับ (พื้นฐาน กลาง และวิชาเฉพาะ) และบูรณาการอย่างสมเหตุสมผล

ผลการดำเนินงาน

หลักสูตรได้มีการออกแบบรายวิชาโดยเบื้องต้นนักศึกษาจะมีพื้นฐานความเข้าใจเกี่ยวกับการตลาด ซึ่งจะได้ศึกษาในรายวิชาหลักการตลาด รายวิชาการจัดการการตลาด รายวิชาพฤติกรรมผู้บริโภค รายวิชากฎหมายธุรกิจอละจรรยาบรรณทางการตลาด เมื่อนักศึกษามีความรู้พื้นฐานทางด้านการตลาดแล้วนั้น นักศึกษาจะเรียนรู้เกี่ยวกับองค์ประกอบหลักด้านการตลาด ซึ่งจะเป็นการศึกษาในรายวิชา การจัดการผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม รายวิชาการตั้งราคาและการบริหารการเงิน รายวิชาการบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย รายวิชาการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ เมื่อนักศึกษามีความรู้องค์ประกอบหลักทางด้านการตลาดแล้วนั้น นักศึกษาได้เรียนรู้เกี่ยวกับการนำข้อมูลทางการตลาดมาสู่การวางแผนทางการตลาด ได้โดบจะเป็นการศึกษาเกี่ยวกับรายวิชาระบบสารสนเทศทางการตลาดและสถิติสำหรับวิจัยการตลาด รายวิชาวิจัยการตลาด วิชากลยุทธ์และการวางแผนการตลาด และนักศึกษามีความพร้อมเป็นผู้ประกอบการซึ่งจะเป็นการศึกษาในรายวิชาการตลาดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ โดยในรายวิชที่นักศึกษาเรียนของสาขาวิชาการตลาดจะมีการให้นักศึกษาได้ใช้ AI มาช่วยในการวิข้อมูลเพื่อเป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์งานต่างๆของแต่ละรายวิชา

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

เกณฑ์คุณภาพย่อยที่ 2.6 หลักสูตรมีตัวเลือกวิชาเอกและ/หรือวิชาโทให้นักศึกษาเลือกเรียน

ผลการดำเนินงาน

หลักสูตรมีการระบุรายวิชาบังคับและรายวิชาเลือกใน มคอ.2 ของหลักสูตรโดยอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ทำหน้าที่ในการวางแผนกิจกรรม และกำหนดการดำเนินการทั้งหมด และมีการนำข้อมูลจากสถานประกอบการที่นักศึกษาได้ไปฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด ผู้ใช้บัณฑิต และบัณฑิต มาเป็นฐานข้อมูลในการกำหนดรายวิชาเลือกให้กับนักศึกษาเพื่อในรายวิชาที่นักศึกษาได้เรียนนั้นตรงตามสถานการณ์ของช่วงเวลานั้นๆ เมื่อได้รายวิชาเลือกแล้วนั้นทางคณะกรรมการบริหารหลักสูตร เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานและประสานงานกับสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนของมหาวิทยาลัยเพื่อตรวจสอบการลงทะเบียนในรายวิชาเลือกต่าง ๆ ให้ถูกต้อง ซึ่งในปีการศึกษา 2568 นั้น แนวโน้มความต้องการของสถานประกอบการต้องการให้นักศึกษามีความรู้เกี่ยวกับการตลาดดิจิทัล ดังนั้น ทางหลักสูตรจึงได้ มีการกำหนดวิชาเลือกเป็นกลุ่มการตลาดดิจิทัล ซึ่งประกอบด้วยรายวิชา จำนวน 4 รายวิชา ประกอบด้วย วิชาการออกแบบเนื้อหาบนการตลาดดิจิทัล วิชาเครื่องมือและเทคนิคด้านการตลาดดิจิทัล วิชาการออกแบบแคมเปญการตลาดดิจิทัล และวิชาเทคนิคการนำเสนอเพื่องานทางการตลาด

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

เกณฑ์คุณภาพย่อยที่ 2.7 หลักสูตรได้รับการปรับปรุงเป็นระยะตามแนวทางที่ได้กำหนดไว้แล้ว มีความเป็นปัจจุบัน และสอดคล้องกับภาคอุตสาหกรรม

ผลการดำเนินงาน

หลักสูตรมีการทบทวนเป็นระยะ ๆ ตามขั้นตอนที่กำหนด เพื่อให้มั่นใจว่าหลักสูตรมีความทันสมัย เป็นปัจจุบันและสอดคล้องกับความต้องการของภาคการทำงาน ดังนี้

หลักสูตรฯ มีการทบทวนหลักสูตรและการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าหลักสูตรมีความทันสมัยเป็นปัจจุบันและตรงกับความต้องการของตลาดผู้ประกอบการ และในปี 2568 อาจารย์ประจำหลักสูตรเริ่มดำเนินการปรับปรุงหลักสูตร ตามแนวทางที่มุ่งผลลัพธ์การเรียนรู้ (Outcome Based Education: OBE) โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และผ่านการนิเทศนักศึกษาฝึกประสบการณ์ นอกจากนี้มีการสำรวจความต้องการของผู้เรียนถึงสิ่งที่สนใจอยากเรียน หรือทักษะที่ต้องการเพิ่มเติม เพื่อพัฒนาในระดับรายวิชา อีกทั้งมีการนำข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก ที่เป็นการเก็บข้อมูล

เพื่อพัฒนาหลักสูตรใหม่ มาใช้ในการปรับรายละเอียดการจัดการเรียนการสอนและกิจกรรมการสอนในระดับรายวิชา

รายการหลักฐานอ้างอิง

AUN-QA-2.1 มคอ2 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2565)

AUN-QA-2.2 โครงการการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
Link: https://www.facebook.com/share/r/18zT6bibHr/

AUN-QA-2.3 มคอ3

AUN-QA-2.4 มคอ5

AUN-QA-2.5 มคอ4

AUN-QA-2.6 มคอ6

เกณฑ์คุณภาพที่ 3 แนวทางการจัดเรียนการสอน (Teaching and Learning Approach)

Requirement	1	2	3	4	5	6	7
3. 1. The educational philosophy is shown to be articulated and communicated to all stakeholders. It is also shown to be reflected in the teaching and learning activities.		✓					
3. 2. The teaching and learning activities are shown to allow students to participate responsibly in the learning process.		✓					
3. 3. The teaching and learning activities are shown to involve active learning by the students.		✓					
3. 4. The teaching and learning activities are shown to promote learning, learning how to learn, and instilling in students a commitment for life- long learning (e. g. , commitment to critical inquiry, information- processing skills, and a willingness to experiment with new ideas and practices).		✓					
3. 5. The teaching and learning activities are shown to inculcate in students, new ideas, creative thought, innovation, and an entrepreneurial mindset.		✓					
3.6. The teaching and learning processes are shown to be continuously improved to ensure their relevance to the needs of industry and are aligned to the expected learning outcomes.		✓					
Overall		2					

เกณฑ์คุณภาพที่ 3 – เกณฑ์ย่อย

3.1 The educational philosophy is shown to be articulated and communicated to all stakeholders. It is also shown to be reflected in the teaching and learning activities.

เกณฑ์คุณภาย่อยที่ 3.1 ปรัชญาการศึกษามีความชัดเจนและมีการสื่อสารถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มและถูกนำไปใช้ในการจัดการเรียนการสอน

ผลการดำเนินงาน

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามมีการกำหนดปรัชญาการศึกษา คือ “บัณฑิตนักปฏิบัติเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิตและรับผิดชอบต่อสังคมท้องถิ่น”

โดยคณะกรรมการบริหารหลักสูตรได้ทำการทบทวนและกำหนดปรัชญาการศึกษาของหลักสูตรเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาการเรียนการสอนปรัชญาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง 2565) “ผลิตบัณฑิตทางวิชาชีพการตลาด เพื่อสร้างผู้ประกอบการทางสังคม มุ่งสู่การพัฒนาท้องถิ่นเป็นสังคมผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ที่มีความต่อเนื่องอย่างยั่งยืนและมีจรรยาบรรณในวิชาชีพการตลาด”

การจัดการเรียนการสอนของหลักสูตรฯ มีการประชุมกำหนดแนวทางจัดกิจกรรมในรายวิชา และอธิบายเป้าหมายการเรียน กิจกรรม ชิ้นงานให้กับผู้เรียนได้รับรู้ร่วมกัน ส่วนการเผยแพร่ผลงานนักศึกษาผ่านช่องทางออนไลน์ของหลักสูตรฯ ประกอบด้วย

Facebook Fanpage : https://www.facebook.com/share/18gcbDM6bU

และ TikTok : https://www.tiktok.com/@rmu.marketing เป็นการแสดงให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกได้เห็นถึงกิจกรรมที่หลักสูตรฯ ได้ดำเนินการ

หลักสูตรได้เชิญผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้รับทราบปรัชญาการศึกษาของหลักสูตร ประกอบด้วย กลุ่มผู้ใช้บัณฑิต กลุ่มศิษย์เก่า กลุ่มนักศึกษาปัจจุบันทุกชั้นปี คณาจารย์ประจำหลักสูตร รับทราบและให้ข้อมูลเพิ่มด้านความต้องการ ทักษะที่บัณฑิตควรเพิ่มก่อนออกไปฝึกงาน และข้อมูลเกี่ยวกับรายวิชาในการจัดเรียนการสอนเพื่อประกอบในการปรับปรุงหลักสูตรครั้งต่อไป

หลักสูตรฯ ได้ดำเนินการออกแบบกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นพัฒนาผู้เรียนตามกิจกรรมการเรียนที่ออกแบบในระดับคณะวิทยาการจัดการดำเนินโครงการด้านงานบริการวิชาการชุมชน ซึ่งมีการลงพื้นที่เพื่อไปพัฒนาชุมชนและกลุ่มวิสาหกิจในเขตพื้นที่ที่ให้บริการของมหาวิทยาลัยภานในจังหวัดมหาสารคาม ในการดำเนินการบริการวิชาการนี้ โดยทีมคณาจารย์ในสาขาวิชามีการประชุม และตกลงร่วมกัน ถึงกิจกรรมและกระบวนการเรียนการสอนที่จะทำให้ผู้เรียนเกิดกระบวนการเรียนรู้ หลักสูตรได้จัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการองค์ความรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐาน โดยลงพื้นที่เพื่อไปเรียนรู้กับชุมชนจริง โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.กระบวนการเรียนรู้ของนักศึกษาเกิดได้จากการลงมือปฏิบัติจริง ในพื้นที่จริง เพื่อสร้างประสบการณ์จริง มาสู่การเรียนการสอนทุกวิชา

2.กระบวนการวัดผลการเรียนรู้ ส่วนหนึ่งให้นักวิชาชีพ หรือผู้เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการประเมินชิ้นงานเพื่อสร้างประสบการณ์การอยู่ในโลกการทำงานที่แท้จริงให้กับนักศึกษา

3.สร้างการเรียนการสอนให้ทำกิจกรรม การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ หรือทำโครงการร่วมกับชุมชนและนักวิชาชีพภายนอก

4.กระบวนการเรียนรู้ของนักศึกษาเกิดจากการวิเคราะห์ประเด็นที่เกิดขึ้นในสังคมจริง เพื่อประมวลให้เกิดการรับรู้ เข้าใจ และใช้การสื่อสารเข้าไปเปลี่ยนแปลงและพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้คนในชุมชนท้องถิ่นและสังคม

5.มีหลักเกณฑ์การฝึกงาน ที่เป็นการฝึกปฏิบัติ และลงมือทำ ร่วมกับองค์กรภาครัฐและเอกชน

ทั้งนี้ หลักสูตรจึงกำหนดให้รายวิชาในหลักสูตรมีการฝึกปฏิบัติ มีการมอบหมายงานให้นักศึกษาที่สะท้อนถึงปรัชญาการศึกษาของมหาวิทยาและของหลักสูตร เน้นกระบวนการเรียนการสอนที่ผู้สอนเป็นผู้ให้คำแนะนำแนวทางให้นักศึกษา โดยผลงานหลังจากการฝึกปฏิบัติจริงจะได้รับการเผยแพร่ผ่านทางช่องทางต่างๆ ทางสื่อออนไลน์ของหลักสูตร ได้แก่ Facebook Fanpage สาขาวิชาการตลาด และ TikTok สาขาวิชาการตลาด นอกจากนั้นยังเผยแพร่ผ่านช่องทางเครือข่าย และสื่อสังคมออนไลน์ที่นักศึกษาเป็นเจ้าของ

สำหรับการเผยแพร่ปรัชญาการศึกษาของหลักสูตรนั้นมีการเผยแพร่ผ่านทางช่องทางต่าง ๆ ทางสื่อออนไลน์ของหลักสูตร ได้แก่ Facebook fanpage ของสาขาวิชาการตลาด การทำงานร่วมกับเครือข่าย บุคคลและชุมชนที่เกี่ยวข้อง การปฐมนิเทศนักศึกษา และการประชุม รวมถึงการประเมินหลักสูตรอีกด้วย

3.2 The teaching and learning activities are shown to allow students to participate responsibly in the learning process.

เกณฑ์คุณภาพย่อยที่ 3.2 มีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้

ผลการดำเนินงาน

หลักสูตรมีการจัดกิจกรรรมการเรียนการสอนที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้ดังนี้

1. ก่อนการเรียนการสอนในแต่ละรายวิชา ผู้รับผิดชอบรายวิชา ได้นำผลการประเมิน การจัดการเรียนการสอนจากผู้เรียนของปีการศึกษาที่ผ่านมา มาทบทวนร่วมกับทีมอาจารย์ผู้ร่วมสอนเพื่อนำไปปรับปรุงพัฒนาวิธีการจัดการเรียนการสอนในปีการศึกษาต่อไป

2. เปิดภาคเรียนในวันแรกของรายวิชา เมื่อผู้รับผิดชอบรายวิชาชี้แจงรายละเอียดของวิชาแล้ว จะเปิดโอกาสให้ผู้เรียนซักถาม ให้ข้อมูลย้อนกลับ และชี้แจงสิทธิ์ของผู้เรียนในการมีส่วนร่วมใน การจัดการเรียนการสอนอย่างมีความรับผิดชอบ โดยผู้เรียนสามารถเลือกประเด็น/หัวข้อการจัดทำรายงาน หัวข้อโครงร่างการวิจัย หรืออาจขอเปลี่ยนแปลงรายละเอียดบางอย่างที่ไม่ขัดกับวัตถุประสงค์ของรายวิชา เช่น ตารางเรียน กิจกรรมการเรียน การสอน สื่อการสอน วิธีการมอบหมายงาน กำหนดการส่งงานวิธีการประเมินผล วิธีการติดต่อกับอาจารย์ผู้สอน เป็นต้น

3. กิจกรรมการเรียนการสอนในระหว่างดำเนินการสอนในภาคเรียน ผู้รับผิดชอบรายวิชาเปิดโอกาสให้ผู้เรียนให้ข้อมูลย้อนกลับถึงวิธีการจัดการเรียนการสอน ด้วยวิธีการที่หลากหลาย เช่น การพูดทางวาจา การส่งข้อความผ่านอุปกรณ์การสื่อสารต่างๆ เป็นต้น โดยเป็นช่องทางที่ผู้เรียนสะดวก เพื่อจะได้นำข้อมูลไปปรับปรุงวิธีการจัดการเรียนการสอน นอกจากนี้ ในรายวิชาที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการให้ข้อเสนอแนะ

ผลงาน รายงาน กรณีศึกษาในชั้นเรียน บางรายวิชา เปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการประเมินการทำงานเป็นทีมภายในกลุ่มเดียวกัน และกลุ่มอื่น ๆ ในกลุ่มเรียนเดียวกัน

4. การประเมินผลรายวิชา เมื่อสิ้นสุดการเรียนการสอนใน หลักสูตรเปิดโอกาสให้ผู้เรียนให้ข้อมูลย้อนกลับถึงวิธีการจัดการจัดการสอนของรายวิชา ผ่านวิธีการที่หลากหลาย เช่น การสัมภาษณ์พูดคุยในชั้นเรียน การประเมินผ่านระบบของมหาวิทยาลัย

3.3 The teaching and learning activities are shown to involve active learning by the students.
เกณฑ์คุณภาพย่อยที่ 3.3 มีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้จากการฝึกปฏิบัติ (active learning).

ผลการดำเนินงาน

หลักสูตรมีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้จากการฝึกปฏิบัติ (Active Learning) ดังนี้

หลักสูตรได้กำหนดให้การจัดการเรียนการสอน ทุกรายวิชาในหลักสูตรต้องให้ผู้เรียนได้มีโอกาสเรียนรู้เป็นแบบ Active Learning คือ ให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ผ่านการปฏิบัติ แบบมีส่วนร่วม และมีปฏิสัมพันธ์กับกิจกรรมการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติที่หลากหลายรูปแบบ ได้แก่ การอธิบาย การอภิปราย การวิเคราะห์กรณีศึกษาการวิพากษ์วิจารณ์ผลงานของเพื่อนในชั้น การตัดสินใจ การระดมสมอง การเลือกศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเอง การนำเสนอด้วยปากเปล่า และจัดทำสื่อการสอนต่าง ๆ หรือนวัตกรรม การลงพื้นที่หรือการทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน ช่วยให้ผู้เรียนได้เข้าใจเนื้อหาง่ายขึ้น ส่งผลให้เกิดเป็นความจำในระยะยาว (Long Term Memory) ซึ่งได้ระบุใน มคอ.3 ของแต่ละรายวิชาในหัวข้อวิธีการสอน และระบุในแผนการสอน ของอาจารย์ทั้งรายวิชาทฤษฎีและรายวิชาปฏิบัติ ในหัวข้อวิธีการจัดการหลักสูตร มีการปรึกษาหารือกันในแต่ละรายวิชาให้มีการจัดการเรียนการสอนแบบ Active Learning หลักสูตรได้สังเกตระหว่างการเรียนการสอน การประเมินผลจากการทำกิจกรรม อีกทั้งยังให้ผู้เรียนได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเพื่อนำข้อเสนอแนะ ข้อปรับปรุง ปัญหาอุปสรรค มาพิจารณาพัฒนาในวงรอบต่อไป

หลักสูตรฯ กำหนดผลการเรียนรู้ของรายวิชาที่สอดรับกับรายวิชา โดยเฉพาะรายวิชาที่มีการฝึกปฏิบัติ ผู้เรียนได้เรียนรู้ และฝึกปฏิบัติเพื่อสร้างสรรค์ชิ้นงานตามโจทย์ที่ผู้สอนกำหนดให้ การกำหนดกิจกรรมการเรียนการสอนเน้นที่การฝึกทักษะผู้เรียนเป็นสำคัญตามหลักการ Active Learning โดยผลลัพธ์ของผู้เรียนสามารถสร้างชิ้นงานได้ ดังนี้

รายวิชา	**ผลผลิต (Output)**	**ผลลัพธ์ (Outcome)**
วิชาการตลาดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ	แผนการตลาด	ต้นแบบแผนการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ

รายวิชา	ผลผลิต (Output)	ผลลัพธ์ (Outcome)
วิชาการบริหารงานขายและศิลปะการขาย	การวางแผนการขาย และการบริหารทีมขาย	ต้นแบบแผนการขาย และรูปแบบการบริหารทีมขาย
วิชาเทคนิคการนำเสนอเพื่องานทางการตลาด	การนำเสนองานทางการตลาด และการจัดกิจกรรมทางการตลาดในสถานที่จริง	บุคลิกภาพการเป็นนักการตลาด ทักษะการจัดงานกิจกรรมทางการตลาด
วิชาการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ	การวางแผนการจัดกิจกรรมทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์	การเรียนรู้และแก้ไขปัญหาตามสถานการณ์จริงในการจัดกิจกรรมทางการตลาดและประชาสัมพันธ์
วิชาการวิจัยการตลาด	วิจัยการตลาด	บทความวิจัยการตลาด
วิชาการจัดการผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม	แผนการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์	ต้นแบบผลิตภัณฑ์ใหม่
วิชาการบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย	การวางแผนการจัดจำหน่ายและการประชาสัมพันธ์	การประสานงานเพื่อการจัดจำหน่าย และการประสานงานกับสถานที่ปฏิบัติจริง
วิชาการจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาด	แผนการตลาดโลจิสติกส์	ต้นแบบแผนการตลาดโลจิสติกส์สำหรับผู้ประกอบการ
วิชากลยุทธ์และการวางแผนการตลาด	แผนการตลาด	ต้นแบบแผนการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ
วิชาการตลาดดิจิทัล	แพลตฟอร์มทางการตลาดดิจิทัล	การสร้างรายได้จากแพลตฟอร์มทางการตลาดดิจิทัล

ในแต่ละรายวิชาจะมีการกำหนดรายละเอียดมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ หรือรายละเอียด 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

สาขาวิชาการตลาดได้ออกแบบกระบวนการจัดการเรียนการสอนโดยที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้จากการฝึกปฏิบัติ (active learning) พร้อมบูรณาการการเรียนการสอนกับการวิจัย การบูรณาการกับการบริการทางสังคมและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ต่อชุมชน ประจำปีการศึกษา 2568

โดยนำนักศึกษาออกฝึกประสบการณ์และเก็บข้อมูลเกี่ยวกับผู้ประกอบการ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ภายในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม เพื่อนำนักศึกษาเข้าร่วมกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้จากการฝึกปฏิบัติ (active learning) กับการบูรณาการการเรียนการสอนกับการวิจัย การบูรณาการกับการบริการทางสังคม และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม แล้วนั้น ทำให้นักศึกษาเข้าใจบริบทของกลุ่มเป้าหมายที่เรียนรู้จากสถานการณ์จริง นำมาแก้ไขปัญหาและนำไปวางแผนการตลาดได้มากยิ่งขึ้น และมีการบูรณาการ 6 รายวิชา โดยการผสานรายวิชาด้านการตลาด เป็น 3 Node การเรียนรู้ ประกอบด้วย

Node1 ต้นน้ำ บูรณาการกับรายวิชาการจัดการผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม รายวิชาการจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาด เพื่อให้ได้ผลผลิตการศึกษากระบวนการจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งได้ผลผลิตเป็นการศึกษากระบวนการการจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาด และต้นแบบผลิตภัณฑ์ใหม่

Node2 กลางน้ำ บูรณาการกับรายวิชาวิจัยการตลาด และรายวิชากลยุทธ์และการวางแผนการตลาด เพื่อให้ได้ผลผลิตการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ การสร้างตราสินค้า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการพัฒนารูปแบบการจัดจำหน่ายให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งได้ผลผลิตงานวิจัยการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน และแผนการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชน

Node3 ปลายน้ำ บูรณาการกับรายวิชาการตลาดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ และรายวิชาเทคนิคการนำเสนอเพื่องานทางการตลาด เพื่อให้ได้ผลผลิตแผนการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน และสามารถนำไปถ่ายทอดสู่กลุ่มชุมชน รวมไปถึงการนำเสนอในการประชุมวิชาการทั้งระดับชาติและนานาชาติ

นอกจากนั้น ในปีการศึกษา 2568 ทางสาขาวิชาการตลาดได้ประยุกต์การเข้าร่วมการแข่งขันทักษะทางวิชาการหรือการเข้าร่วมนำเสนอผลงานทางวิชาการในงานระดับชาติและนานาชาติ เพื่อเป็นการพัฒนาสมรรถนะเชิงวิชาชีพ เช่น

1. นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด เข้าร่วมนำเสนอบทความวิจัยในการประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 13 วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย [The 13th National and International Conference 2025 (CASNIC 2025)] ในวันที่ 8 พฤศจิกายน 2568 ณ วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย จ.ขอนแก่น บูรณาการจำนวน 5 รายวิชา คือ วิชาการวิจัยการตลาด วิชากลยุทธ์และการวางแผนการตลาด

วิชาการจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาด วิชาเทคนิคการนำเสนอเพื่องานทางการตลาด และวิชาการตลาดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ

2. นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด เข้าร่วมแข่งขันทักษะทางวิชาการในงานบริหารธุรกิจวิชาการครั้งที่ 11 คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี วันที่ 19-20 สิงหาคม 2568 บูรณาการจำนวน 8 รายวิชา คือ วิชาการตลาดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ วิชาการตลาดธุรกิจการค้าสมัยใหม่ วิชาการบริหารงานขายและศิลปะการขาย วิชาเทคนิคการนำเสนอเพื่องานทางการตลาด วิชาการจัดการผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม วิชาการตั้งราคาและการบริหารการเงิน วิชาการบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย และวิชาการติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ

เมื่อนักศึกษาได้ผลผลิตจากการผสานรายวิชา ในการบูรณาการการเรียนการสอนกับการวิจัย การบูรณาการกับการบริการทางสังคม และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ได้ดำเนินการถ่ายทอดองค์ความรู้และเผยแพร่ข้อมูลยังชุมชนที่แต่ละกลุ่มได้ทำการศึกษา เพื่อที่ใช้ชุมชนนำผลผลิตจากการศึกษาไปใช้ประโยชน์ในกลุ่มผู้ประกอบการในชุมชนนั้นๆต่อไป

จากการดำเนินงานที่ผ่านมา คณะกรรมผู้รับผิดชอบหลักสูตรได้ทบทวนกระบวนการวางระบบผู้สอนว่าควรมีการวางแผนผสานรายวิชา ให้มีความต่อเนื่องให้เพิ่มมากขึ้น และเน้นการปฏิบัติให้เพิ่มมากขึ้น พร้อมทั้งให้นำนักศึกษาสาขาวิชาการตลาดเข้าร่วมโครงการฯจากส่วนงานภายนอก ในปีถัดไปให้มากขึ้น

3.4. The teaching and learning activities are shown to promote learning, learning how to learn, and instilling in students a commitment for life-long learning (e.g., commitment to critical inquiry, information-processing skills, and a willingness to experiment with new ideas and practices).

เกณฑ์คุณภาพย่อยที่ 3.4 มีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้รู้จักวิธีการเรียนรู้และปลูกฝังให้ผู้เรียน มีทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต (เช่น การตั้งคำถามอย่างสร้างสรรค์และมีวิจารณญาณ ทักษะการประมวลผลสารสนเทศ การทดลองโดยใช้แนวความคิดใหม่และแนวทางปฏิบัติใหม่)

ผลการดำเนินงาน

หลักสูตรมีกิจกรรมการเรียนการสอนที่ออกแบบมาเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนกระบวนการเรียนรู้ตลอดชีวิต ผ่านกิจกรรมในรายวิชาต่าง ๆ เช่น รายวิชาการออกแบบเนื้อหาบนการตลาดดิจิทัล รายวิชาเครื่องมือและเทคนิคด้านการตลาดดิจิทัล และรายวิชาการออกแบบแคมเปญการตลาดดิจิทัล ที่ให้นักศึกษาได้ออกแบบทั้งเนื้อหาและสื่ออย่างสร้างสรรค์ อีกทั้งยังให้นักศึกษาได้ตั้งโจทย์ในการผลิตสื่อตามโจทย์ที่ตนเองสนใจ โดยการนำเอากระบวนการสืบค้น วิเคราะห์ และประเมินข้อมูลข่าวสาร เชิงการวิจัยมาใช้ ตั้งแต่การตั้งโจทย์ปัญหาวัตถุประสงค์ขั้นตอนและกระบวนการผลิตสื่อ การเผยแพร่สื่อ และการเก็บรวบรวมผลหลังจากเผยแพร่สื่อไปแล้ว เพื่อนำผลมาวิเคราะห์ สังเคราะห์และประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลของสื่อ

อย่างไรก็ตามหลักสูตร ได้มีการวางแผนให้มีติดตามการประเมินผลจากการไปนิเทศนักศึกษาฝึกงานและผู้ใช้บัณฑิต เพื่อนำมาวางแผนการจัดกิจกรรมที่มีความ เหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิตยิ่งขึ้น และวางแผนที่จะประเมินคุณลักษณะการเรียนรู้ ตลอดชีวิตจากนักศึกษาชั้นปีที่ 3 ก่อนจบการศึกษา รวมทั้งฝ่ายวิชาการและคณะกรรมการบริหารหลักสูตรได้กำหนดให้ผู้รับผิดชอบรายวิชาปรับกลยุทธ์และออกแบบกิจกรรมการเรียนการสอนและสนับสนุนให้ผู้เรียนมีทักษะการสื่อสาร โดยอาศัยการสืบค้นข้อมูลและการคิดวิเคราะห์เพิ่มขึ้น

3.5. The teaching and learning activities are shown to inculcate in students, new ideas, creative thought, innovation, and an entrepreneurial mindset

เกณฑ์คุณภาพย่อยที่ 3.5 มีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อปลูกฝังผู้เรียน มีความคิดสร้างสรรค์ การคิดค้นนวัตกรรมและมีแนวคิดของการเป็นผู้ประกอบการ

ผลการดำเนินงาน

หลักสูตรมีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อปลูกฝังผู้เรียน มีความคิดสร้างสรรค์ การคิดค้นนวัตกรรมและมีแนวคิดของการเป็นผู้ประกอบการ ดังนี้

หลักสูตรฯ ได้มีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อปลูกฝังผู้เรียน มีความคิดสร้างสรรค์ การคิดค้นนวัตกรรมและมีแนวคิดของการเป็นผู้ประกอบการ เช่น รายวิชากลยุทธ์และการวางแผนการตลาด และรายวิชาการตลาดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ อาจารย์ผู้สอนนำแนวคิดกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) เพื่อให้ผู้เรียนเสนอวิธีการใหม่ ๆ ในรูปแบบของโครงงานที่เกี่ยวกับวิชาชีพของตน (Project Based Education) ในการแก้ไขปัญหา สร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ตลอดจนสร้างนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ผู้ใช้ประโยชน์ได้โดยเฉพาะเป็นประโยชน์ต่อตนเองสังคม และวิชาชีพ (Social Innovation) ผ่านกระบวนการทำงานเป็นทีม ได้การนำแนวคิดการออกแบบโดยมีกิจกรมการเรียนรู้แบบกรณีศึกษา และการเรียนรู้โดยใช้โครงการเป็นฐาน (Project-based Learning) เพื่อส่งเสริมแนวคิดการเป็นนักสร้างสรรค์นวัตกรรมการสื่อสาร โดยการให้นักศึกษาหาตัวอย่างข้อมูลพื้นที่สนใจ หรือกรณีศึกษาที่เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อถอดบทเรียนสร้างความเข้าใจในฐานความคิดเชิงออกแบบสร้างนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ มีการสร้างโจทย์ให้ทำโครงการเขียนโครงการ และแผนการบริหารการสร้างนวัตกรรมการสื่อสาร

3.6. The teaching and learning processes are shown to be continuously improved to ensure their relevance to the needs of industry and are aligned to the expected learning outcomes.

เกณฑ์คุณภาพย่อยที่ 3.6 กระบวนการจัดการเรียนการสอนมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่ามีความสอดคล้องกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรม หรือภาคการทำงานและสอดคล้องกับผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง

ผลการดำเนินงาน

กระบวนการจัดการเรียนการสอนมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่ามีความสอดคล้องกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรมหรือภาคการทำงานและสอดคล้องกับผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง ดังนี้

3.6.1 การประชุมวิพากษ์ผลการศึกษา และการประชุมหลักสูตร เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลการจัดการเรียน การสอน ปัญหา ข้อเสนอแนะ และข้อมูลป้อนกลับจากอาจารย์ โดยหลังจากจบการเรียนการสอนในแต่ละรายวิชา อาจารย์ผู้สอนจะมีการประเมินการสอน โดยการทำ มคอ.5 ซึ่งจะมีข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป การจัดการเรียนการสอนที่เปรียบเทียบกับแผนการสอน ประสิทธิผลของวิธีสอนที่ทำให้เกิดผลการเรียนรู้ตามที่ระบุในรายละเอียดของรายวิชาข้อเสนอการดำเนินการเพื่อปรับปรุงวิธีสอน สรุปผลการจัดการเรียนการสอนของรายวิชา ได้แก่ จำนวนนักศึกษาลงทะเบียนเรียน จำนวนนักศึกษาที่คงอยู่เมื่อสิ้นสุดภาคการศึกษา การกระจายของระดับคะแนน (เกรด) การทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา ผลการประเมินรายวิชาโดยนักศึกษา และแผนการปรับปรุง

3.6.2 การสื่อสารพูดคุยกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในระหว่างการไปนิเทศงาน และการประเมินผลหลังจากฝึกงานเสร็จเรียบร้อยแล้ว

3.6.3 การนัดพบปะศิษย์เก่า และนักวิชาชีพ เพื่อให้แน่ใจว่าหลักสูตรมีความเกี่ยวข้องและสอดคล้องกับตลาดแรงงาน

3.6.4 การนำผลการประเมินของนักศึกษาในแต่ละรายวิชามาพัฒนาปรับปรุง จากนั้น

3.6.5 หลักสูตรนำข้อมูลมาวางแผนการจัดการเรียนการสอนทุกรายวิชา ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของรายวิชา

3.6.6 กำหนดให้มีส่ง มคอ. 3 ของทุกรายวิชาก่อนนำไปดำเนินการจัดการเรียนการสอน

3.6.7 การประเมินผลในรายวิชาสำหรับนักศึกษา เพื่อนำไปพัฒนาและจัดการเรียนการสอนต่อไปผลการดำเนินงาน

หลักสูตรฯ ได้ปรับปรุงกิจกรรมการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต ผลิตนักศึกษาให้มีทักษะที่หลากหลาย สามารถทำงานภายใต้แรงกดดัน อีกทั้งมีทักษะและประสบการณ์ในการใช้เครื่องมือต่างๆ ที่องค์กร หน่วยงานภาครัฐและเอกชนต้องการ จากการสัมภาษณ์เก็บข้อมูล นักศึกษาทุกชั้นปีในรายวิชาต่าง ๆ ได้เสนอความคิดเห็นควรเน้นและเพิ่มทักษะนำ AI มาประยุกต์ใช้ในแต่ละรายวิชา

รายการหลักฐาน

AUN-QA-3.1 Facebook Fanpage สาขาวิชาการตลาด : https://www.facebook.com/share/18gcbDM6bU

AUN-QA-3.2 TikTok สาขาวิชาการตลาด : https://www.tiktok.com/@rmu.marketing

AUN-QA-3.3 มคอ3

AUN-QA-3.4 มคอ5

AUN-QA-3.5 การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 13 วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย Link: https://www.facebook.com/share/p/194UmRMNmm/

Link: https://www.facebook.com/share/p/1BjKm4oMzj

AUN-QA-3.6 แข่งขันทักษะทางวิชาการในงานบริหารธุรกิจวิชาการครั้งที่ 11 คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

Link: https://www.facebook.com/share/p/1EZq4mNC3W

Link: https://www.facebook.com/share/p/1Cegp4PsY6/

เกณฑ์คุณภาพที่ 4 การประเมินผู้เรียน (Student Assessment)

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

เกณฑ์คุณภาพที่ 4 - เกณฑ์ย่อย

4.1. A variety of assessment methods are shown to be used and are shown to be constructively aligned to achieving the expected learning outcomes and the teaching and learning objectives

เกณฑ์คุณภาพย่อยที่ 4.1 มีวิธีการประเมินผู้เรียนที่หลากหลายและสอดคล้องกับการบรรลุผลการเรียนรู้ที่คาดหวังและวัตถุประประสงค์การเรียนรู้

ผลการดำเนินงาน

หลักสูตรมีวิธีการประเมินผู้เรียนที่หลากหลายและสอดคล้องกับการบรรลุผลการเรียนรู้ที่คาดหวังและวัตถุประสงค์การเรียนรู้ ดังนี้

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ 2565 กำหนดวิธีการวัดและการประเมินผู้เรียนไว้หลายวิธี ทุกวิธีมีความสอดคล้องกับผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร

การประเมินผู้เรียนหลังสำเร็จการศึกษา หลักสูตรฯ มีการตรวจสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้หลังจากนักศึกษาสำเร็จการศึกษาด้วยวิธีการ ดังนี้

1. การได้งานทำของบัณฑิต ประเมินจากบัณฑิตแต่ละรุ่นที่จบการศึกษา ในด้านของระยะเวลาในการหางานทำ ความเห็นต่อความรู้ความสามารถ ความมั่นใจของบัณฑิตในการประกอบการงานอาชีพ

2. การประเมินบัณฑิตโดยผู้ใช้บัณฑิต ด้วยการส่งแบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจต่อบัณฑิตที่จบการศึกษาและเข้าทำงานในสถานประกอบการต่าง ๆ หลังจากจบการศึกษาแล้วอย่างน้อย 1 ปี

3. การประเมินจากบัณฑิตที่ไปประกอบอาชีพ ในแง่ของความพร้อมและความรู้จักสาขาวิชาที่เรียนที่เกี่ยวเนื่องกับการประกอบอาชีพของบัณฑิต รวมทั้งเปิดโอกาสให้เสนอข้อคิดเห็นในการปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น

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

เกณฑ์คุณภาพย่อยที่ 4.2 การประเมินผลและนโยบายการอุทธร์ผลการประเมินถูกกำหนดไว้อย่างชัดเจน มีการสื่อสารไปยังผู้เรียนและนำไปใช้อย่างสม่ำเสมอ

ผลการดำเนินงาน

การประเมินผลและนโยบายการอุทธรณ์ผลการประเมินถูกกำหนดไว้อย่างชัดเจน มีการสื่อสารไปยังผู้เรียนและนำไปใช้อย่างสม่ำเสมอ ดังนี้

การอุทธรณ์ของนักศึกษาได้ระบุไว้อย่างชัดเจนใน มคอ.2 ของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565 ในข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ.2563 หมวด 8 การวัดและประเมินผลการศึกษา ข้อ 44 ให้คณะจัดให้มีระบบการตรวจสอบผลการศึกษา เพื่อให้นักศึกษาสามารถรับฟังคำอธิบายเกี่ยวกับการวัดและการประเมินผลการศึกษาตลอดจนการอุทธรณ์ผลการศึกษา หากเห็นว่าผลการศึกษาที่ได้รับอาจเป็นผลจากความบกพร่อง หรือความผิดพลาดจากการวัดและประเมินผลของรายวิชาโดยหลักเกณฑ์และวิธีการให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย เรื่องการตรวจสอบและอุทธรณ์ผลการศึกษา

กรณีที่นักศึกษามีความสงสัยเกี่ยวกับการประเมินในรายวิชาใดสามารถที่จะยื่นคำร้องขอดูกระดาษคำตอบในการสอบ ตลอดจนดูคะแนนและวิธีการประเมินของอาจารย์ในแต่ละรายวิชาได้ทั้งนี้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่มหาวิทยาลัยกำหนด”นอกจากนี้หลักสูตรฯได้กำหนดกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการอุทธรณ์ของนักศึกษาโดยมีช่องทางการร้องเรียนไปยังคณบดี ในส่วนของหลักสูตรฯมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1) นักศึกษาติดต่อประสานกับอาจารย์ผู้สอนโดยตรงและหรือประสานกับประธานหลักสูตร

2) ดำเนินการตรวจสอบข้อมูล/ข้อเท็จจริงถ้าในกรณีที่สามารถแก้ไขเกรดได้หรือในช่วงก่อนส่งเกรดสามารถดำเนินการแก้ไขไปตาม ระบบแต่ถ้าอยู่ในกรณีที่ส่งเกรดแล้วผ่านไปตามขั้นตอนของคณะในการแก้ไขเกรด

ทั้งนี้ในปีการศึกษา 2568 อาจารย์ประจำหลักสูตรมีมติร่วมกันเรียกประชุมนักศึกษาเพื่อชี้แจงภาพรวมให้นักศึกษาทราบ เกณฑ์การประเมินทุกชั้นปี และเรียกพบนักศึกษาที่คาดว่าจะไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินเพื่อหาแนวทางแก้ปัญหาร่วมกัน

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

ผลการดำเนินงาน

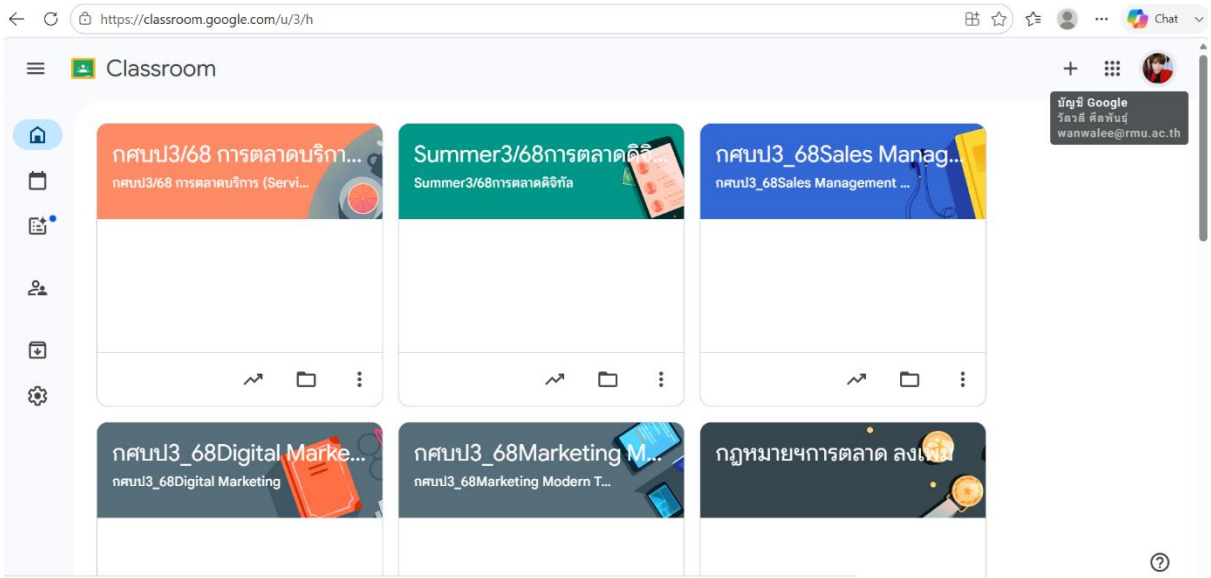
หลักสูตรมีการกำหนดมาตรฐานของการประเมินผลและขั้นตอนการประเมินผู้เรียนที่ชัดเจน สำหรับติดตามความก้าวหน้าและการสำเร็จการศึกษาของผู้เรียน และมีการสื่อสารไปยังผู้เรียนทุกคนอย่างสม่ำเสมอดังนี้

รายวิชาในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มีการประเมินผลการเรียนรู้ตามที่ได้กำหนดไว้ในกลยุทธ์การประเมินผล ซึ่งสอดคล้องกับผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร ดังจะเห็นได้จากประมวลรายวิชามคอ. 3 ซึ่งผู้สอนได้จัดทำและนำส่งผู้รับผิดชอบหลักสูตรก่อนการจัดการเรียนการสอนใน 3 ระยะดังต่อไปนี้

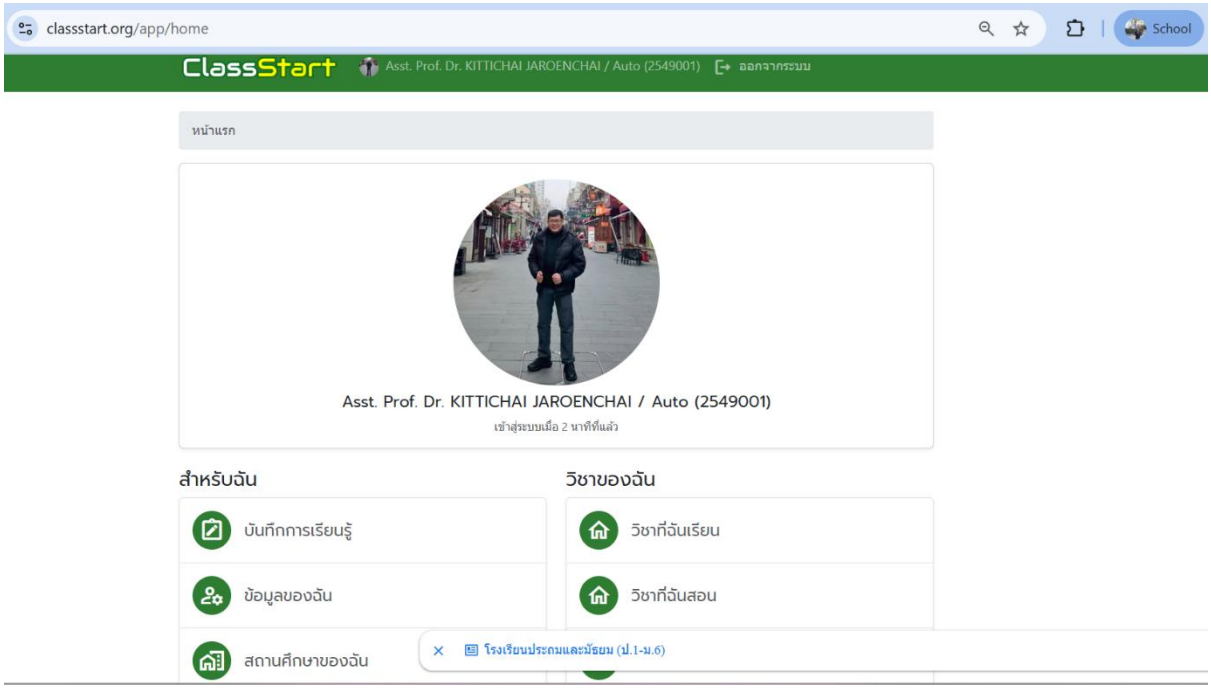
1) ก่อนจัดการเรียนการสอน ผู้สอนนำส่งประมวลรายวิชาให้ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและสื่อสารไปยังผู้เรียน ผู้เรียนได้รับการชี้แจงจากผู้สอนเกี่ยวกับรายละเอียดเนื้อหาการจัดการเรียนการสอน ผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของรายวิชา เกณฑ์การให้คะแนน และเกณฑ์การวัดและประเมินผล และนักศึกษาสามารถดาวโหลดมคอ.3 ได้ที่แพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ เช่น Google classroom หรือ ClassStart และมีช่องทางการติดต่อสื่อสารกับนักศึกษาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Facebook Fanpage, Messenger, Line เป็นต้น

ตัวอย่างแพลตฟอร์มออนไลน์

Google classroom : อาจารย์วัลวลี ศีลพันธุ์



ClassStart : ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย



2) ขณะจัดการเรียนการสอน ผู้สอนจัดการเรียนการสอนในแต่ละรายวิชาและหารือร่วมกันภายในคณะกรรมการผู้รับผิดชอบหลักสูตรเพื่อให้สามารถจัดการเรียนการสอนสอดคล้องกับผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง เมื่อพบปัญหาใด ๆ ในรายวิชาผู้สอนหรืออาจารย์ที่ปรึกษาจะนำเสนอเรื่องดังกล่าวในที่ประชุมอาจารย์ประจำสาขาวิชาซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำทุกเดือนเพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหาต่อไป

3) สิ้นสุดการเรียนการสอนในแต่ละภาคการศึกษา ก่อนการประกาศผลคะแนน ผู้รับผิดชอบหลักสูตรจะทำการวิพากษ์ผลการเรียน จากนั้นจึงนำผลการเรียนเสนอไปยังคณะและมหาวิทยาลัยเพื่อขออนุมัติ และประกาศอย่างเป็นทางการจากนั้นอาจารย์ประจำวิชาหรือผู้ประสานงานรายวิชา นำเสนอรายงานผลการดำเนินงานของรายวิชา มคอ.5 ไปยังผู้รับผิดชอบหลักสูตรเพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนการพัฒนาหรือปรับปรุงหลักสูตรต่อไป ทั้งนี้ผู้รับผิดชอบหลักสูตรได้ติดตามความก้าวหน้าของผู้เรียนรายบุคคลผ่านช่องทางระบบบริการการศึกษา (https://regis.rmu.ac.th/registrar/home.asp)

มีการกำหนดมาตรฐานของการประเมินผลและขั้นตอนการประเมินผู้เรียนที่ชัดเจน ใช้ระบบการประเมินผลแบบเกรด ได้แก่

การประเมินผลการเรียน

คะแนน	ระดับ	ค่าระดับคะแนน	ผลการเรียน
80-100	A	4.0	ดีเยี่ยม
75-79	B+	3.5	ดีมาก
70-74	B	3.0	ดี
65-69	C+	2.5	ดีพอใช้
60-64	C	2.0	พอใช้
55-59	D+	1.5	อ่อน
50-54	D	1.0	อ่อนมาก
0-49	F	0	ตก

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

เกณฑ์คุณภาพย่อยที่ 4.4 วิธีการประเมินผู้เรียนคลอบคลุมวิธีรูบริค (Rubric), การทำเฉลย (Marking Scheme) ช่วงเวลาการประเมินรวมไปถึงเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินและแสดงให้เห็นว่าวิธีการดังกล่าวมี ความถูกต้องความน่าเชื่อถือและยุติธรรม

ผลการดำเนินงาน

วิธีการประเมินผู้เรียนคลอบคลุม วิธีรูบริค (Rubric) การทำเฉลย (Marking Scheme) ช่วงเวลาการประเมิน รวมไปถึงเกณฑ์

ที่ใช้ในการประเมิน และแสดงให้เห็นว่าวิธีการดังกล่าว มีความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ และยุติธรรม วิธีการประเมินผู้เรียนคลอบคลุม วิธีรูบริค (Rubric) การทำเฉลย (Marking Scheme) ช่วงเวลา การประเมิน

รวมไปถึงเกณฑ์ ที่ใช้ในการประเมิน และแสดงให้เห็นว่าวิธีการดังกล่าว มีความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ และยุติธรรม ดังนี้

1. การประเมินผลการเรียนในทุกรายวิชาได้รับการกำหนดไว้ในประมวลรายวิชา โดยแบ่งเกรดออกเป็น 8 ระดับ คือ F D D+ C C+ B B+ และ A โดยใช้วิธีการประเมินแบบอิงเกณฑ์เป็นหลัก

2. ก่อนการมอบหมายงานสำหรับประเมินนักศึกษา อาจารย์ผู้สอนจะแจ้งหลักเกณฑ์การให้คะแนนให้นักศึกษาทราบก่อน โดยเกณฑ์การประเมินดังกล่าวได้สื่อสารผ่านช่องทางการสื่อสาร ได้แก่ Messenger หรือ Line กลุ่มรายวิชาของชั้นปี ซึ่งการออกแบบดังกล่าวเป็นผลมาจากผลการประเมินตนเองและข้อเสนอแนะที่มาจากคณะกรรมการตรวจประเมินในรอบปีที่ผ่านมาทางสาขาจึงมีการกำหนดให้มีการทดลองการใช้เกณฑ์รูบิคในวิชา ที่เกี่ยวกับการวัดผลที่ต้องใช้ผู้ประเมินหลายท่าน

3. เมื่อเสร็จสิ้นการประเมินงานแต่ละชิ้น อาจารย์จะให้คำแนะนำเพื่อนักศึกษานำไปพัฒนางานอย่างทันท่วงทีหรือหากเป็นการสอบย่อยเก็บคะแนนแต่ละครั้งจะมีการแจ้งผลให้นักศึกษาทราบเป็นอย่างชัดเจนและเปิดเผยและเปิดโอกาสให้นักศึกษาตรวจสอบทักท้วงที่มาของคะแนนได้

4.5. The assessment methods are shown to measure the achievement of the expected learning outcomes of the programme and its courses.

เกณฑ์คุณภาพย่อยที่ 4.5 วิธีการประเมินผู้เรียนสามารถวัดผลสำเร็จของการบรรลุผลการเรียนรู้ที่คาดหวังในระยะเวลาของหลักสูตรและผลการเรียนรู้ของรายวิชา

ผลการดำเนินงาน

วิธีการประเมินผู้เรียนสามารถวัดผลสำเร็จของการบรรลุผลการเรียนรู้ที่คาดหวังในระยะเวลาของหลักสูตรและผลการเรียนรู้ของรายวิชา ดังนี้

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565 ได้กำหนดวัตถุประสงค์ระดับหลักสูตร) ไว้อย่างชัดเจนทั้งนี้ เพื่อเป็นเป้าหมายสำคัญที่อาจารย์ผู้สอนและนักศึกษาจะได้เข้าใจตรงกัน ดังนั้น ในการพิจารณา มคอ.3 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรจะพิจารณาวิธีการประเมินผลและเครื่องมือที่ใช้ในการประเมินผลที่แต่ละรายวิชากำหนดขึ้นว่าสามารถนำไปสู่วัตถุประสงค์ระดับหลักสูตรหรือไม่ หากไม่สามารถแสดงความสัมพันธ์/เชื่อมโยง จะแจ้งกลับให้ผู้สอนทบทวน

ในปีการศึกษา 2568 ในกระบวนการพิจารณาก่อนจัดการเรียนการสอน พบว่า วิธีการจัดการเรียนการสอนและวิธีการประเมินผลทุกรายวิชาสามารถสะท้อนความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ระดับหลักสูตรได้

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

เกณฑ์คุณภาพย่อยที่ 4.6 มีการให้ข้อมูลป้อนกลับที่เกิดจากการประเมินผู้เรียนภายในช่วงเวลาที่เหมาะสมและผู้เรียนสามารถนำไปพัฒนาตนเองได้

ผลการดำเนินงาน

หลักสูตรมีการให้ข้อมูลป้อนกลับที่เกิดจากการประเมินผู้เรียนภายในช่วงเวลาที่เหมาะสม และผู้เรียนสามารถนำไปพัฒนาตนเองได้ ดังนี้

หลักสูตรมีกระบวนการให้ข้อมูลย้อนกลับแก่ผู้เรียนสามารถจำแนกได้ 2 ประเภทได้แก่ 1) การให้ข้อมูลย้อนกลับเกี่ยวกับภาพรวมของผลการเรียนของผู้เรียนผ่านทางอาจารย์ที่ปรึกษา และ 2) การให้ข้อมูลย้อนกลับผ่านทางผู้สอนประจำรายวิชา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. การให้ข้อมูลป้อนกลับเกี่ยวกับผลการเรียนของผู้เรียนผ่านทางอาจารย์ที่ปรึกษา คณะวิทยาการจัดการหลักสูตรสาขาวิชาการตลาด มีระบบอาจารย์ที่ปรึกษาที่ติดตามผลการเรียนของนักศึกษาที่มีเกรดเฉลี่ยรวมต่ำกว่า 2.00 และให้คำแนะนำถึงวิธีพัฒนาการเรียนเพื่อให้ผลการเรียนดีขึ้น

2. การให้ข้อมูลย้อนกลับผ่านทางผู้สอนประจำรายวิชา หลักสูตรได้กำหนดให้ผู้รับผิดชอบจัดทำรายละเอียดของรายวิชา (มคอ. 3) ซึ่งได้แสดงรายละเอียดของเกณฑ์การประเมินผลการเรียนรู้ ผู้สอนจะสื่อสารมคอ. 3 ของแต่ละวิชา ตลอดจนเกณฑ์การประเมินผลการเรียนรู้ให้ผู้เรียนได้ทราบก่อนการจัดการเรียนการสอนผู้เรียนจะรับทราบประเด็นของสัดส่วนเกณฑ์การให้คะแนน ตลอดจนการวัดและประเมินผล เมื่อมีการประเมินด้วยวิธีการต่าง ๆ (แบบฝึกหัด สอบย่อย ชิ้นงาน สอบกลางภาค สอบปลายภาค ฯลฯ) ผู้สอนจะแจ้งผลคะแนนให้นักศึกษาทราบทุกครั้งโดยคืนผลคะแนน หรือแจ้งผลคะแนนผ่านทางระบบการศึกษา โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้ผู้เรียนสามารถทักท้วงและขอตรวจสอบผลการให้คะแนนได้ และเพื่อให้ผู้เรียนสามารถพิจารณาตนเองเพื่อที่จะพัฒนาและปรับปรุงตนเองในการเรียนต่อไปหรือเพื่อตัดสินใจในการถอนรายวิชาเมื่อผลการเรียนไม่เป็นที่น่าพอใจ

4.7. The student assessment and its processes are shown to be continuously reviewed and improved to ensure their relevance to the needs of industry and alignment to the expected learning outcome

เกณฑ์คุณภาพย่อยที่ 4.7 การประเมินผู้เรียนและกระบวนการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับการทบทวนและปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเพื่อให้มั่นใจว่ามีความสอดคล้องกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรมหรือในสายงานและสอดคล้องกับผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง

ผลการดำเนินงาน

การประเมินผู้เรียนและกระบวนการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้รับการทบทวนและปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเพื่อให้มั่นใจว่ามีความสอดคล้องกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรมหรือในสายงาน และสอดคล้องกับผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง ดังนี้

แนวทางดำเนินงานของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2565 ในประเด็นของการทบทวนกระบวนการวัดและประเมินผลนั้น เป็นการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง กล่าวคือเมื่อ

สิ้นสุดการเรียนการสอนในแต่ละภาคการศึกษา อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรจะทบทวนวัตถุประสงค์การเรียนรู้รายวิชา รวมทั้งพิจารณาข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะจากผู้เรียน จากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก ซึ่งมักจะเป็นผู้ใช้บัณฑิต เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงหลักสูตร เมื่อเข้าวงรอบของการปรับปรุงครั้งใหม่อาทิ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายกลุ่มขอให้พัฒนาทักษะการสื่อสารของนักศึกษาให้มากขึ้นกว่าเดิม เนื่องจากเป็นทักษะที่จำเป็นลำดับต้น ๆ ในการประกอบอาชีพ เน้นการเรียนการสอน โดยส่งเสริมให้นักศึกษาได้นำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียนทุกสัปดาห์ พร้อมกับให้ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงและพัฒนา และการออกแบบสื่อ เน้นฝึกทักษะการออกแบบอินโฟกราฟิกภาพเคลื่อนไหว โดยส่งเสริมให้นักศึกษาสร้างได้นำเสนอร่างผลงานกับผู้สอน พร้อมกับให้ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงและพัฒนา

หลักสูตรมีการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียนจากการทวนสอบผลลัพธ์การเรียนรู้รายปีหลักสูตรสาขาวิชาการตลาด พัฒนาผู้เรียนเป็นไปตามผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังในแต่ละชั้นปีได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยพิจารณาจากผลการประเมินของคณะกรรมการทวนสอบในรายวิชาที่กำหนดไว้

รายการหลักฐาน

AUN-QA-4.1 มคอ.2 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

AUN-QA-4.2 โครงการการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด Link: https://www.facebook.com/share/r/18zT6bibHr/

AUN-QA-4.3 มคอ3

AUN-QA-4.4 มคอ5

AUN-QA-4.5 Facebook Fanpage สาขาวิชาการตลาด : https://www.facebook.com/share/18gcbDM6bU

AUN-QA-4.6 TikTok สาขาวิชาการตลาด : https://www.tiktok.com/@rmu.marketing

เกณฑ์คุณภาพที่ 5 บุคลากรสายวิชาการ (Academic Staff)

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

implemented to assess academic staff teaching and research quality.							
Overall		2					

เกณฑ์คุณภาพที่ 5 – เกณฑ์ย่อย

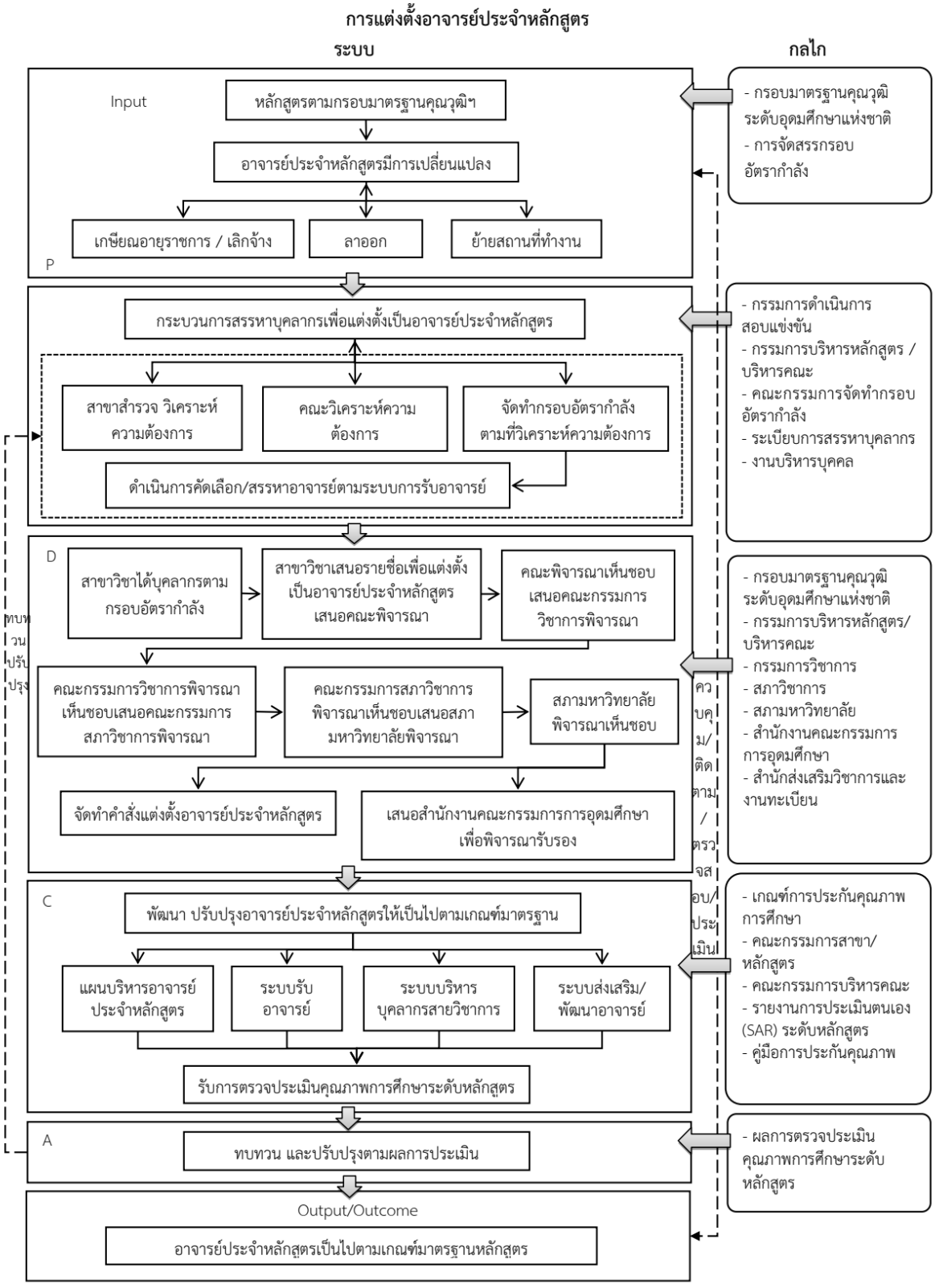
5.1. The programme to show that academic staff planning (including succession, promotion, re-deployment, termination, and retirement plans) is carried out to ensure that the quality and quantity of the academic staff fulfil the needs for education, research, and service

เกณฑ์คุณภาพย่อย 5.1 หลักสูตรแสดงให้เห็นถึง แผนอัตรากำลังบุคลากรสายวิชาการ (รวมถึงการสืบทอดตำแหน่ง การเลื่อนตำแหน่ง การรับเข้าทำงานในตำแหน่งใหม่ การเลิกจ้างและแผนการเกษียณอายุ) และมีการดำเนินการตามแผนเพื่อให้มั่นใจว่าทั้งคุณภาพและปริมาณของบุคลากรสายวิชาการตอบสนองความต้องการด้านการเรียนการสอน การวิจัยและการบริการวิชาการ

ผลการดำเนินงาน

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565 เป็นหลักสูตรปรับปรุงที่เป็นไปตามประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565 โดยใช้เกณฑ์การประกันคุณภาพการศึกษาตามเกณฑ์ AUN-QA ในปีการศึกษา 2568 เป็นปีแรก หลักสูตรมีแผนอัตรากำลังที่กำหนดไว้ในการจัดทำแผนอัตรากำลังของคณะวิทยาการจัดการ นอกจากนั้น หลักสูตรยังมีระบบและกลไกในการรับอาจารย์ใหม่และการแต่งตั้งอาจารย์ประจำหลักสูตรอย่างชัดเจน ซึ่งระบบและกลไกดังกล่าวมีการดำเนินงานสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันทุกหลักสูตรที่เปิดการเรียนการสอนในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม แสดงได้แผนภาพต่อไปนี้

ในปีการศึกษา 2568 หลักสูตรมีอาจารย์ประจำหลักสูตรเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2558 แต่เนื่องจากมีอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร 1 คน ได้เกษียณอายุราชการ คือ ผศ. ลักขณา ศิริจำปา ดังนั้นหลักสูตรจึงได้มีการดำเนินการเปลี่ยนแปลงอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรโดยจัดทำ สมอ. 08 เสนอต่อคณะกรรมการประจำคณะและสภาวิชาวิชาการตามลำดับ ได้แก่ อาจารย์วัลวลี ศีลพันธุ์ ซึ่งมีคุณสมบัติเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2558



หลักสูตรแสดงให้เห็นถึง แผนอัตรากำลังบุคลากรสายวิชาการ และมีการดำเนินการตามแผนเพื่อให้มั่นใจว่าทั้งคุณภาพและปริมาณของบุคลากรสายวิชาการตอบสนองความต้องการด้านการเรียนการสอน การวิจัยและการบริการวิชาการ ดังนี้

ตารางที่ 5.1.1: การวิเคราะห์กรอบอัตรากำลังและส่วนขาด

สายงาน / กลุ่มบุคลากร	(A) อัตรากำลังปัจจุบัน (คน)	(B) คาดการณ์เกษียณ/ลาออก (5 ปีข้างหน้า)	(C) อัตรากำลังที่ควรมีตามภาระงาน (คน)	(D) ความต้องการเพิ่มสุทธิ	หมายเหตุ / เหตุผลความจำเป็น
สาขาวิชาการตลาด	5	3	5	3	

ตารางที่ 5.1.2: แผนการสรรหาและบรรจุบุคลากร 5 ปีข้างหน้า

สายงาน / ตำแหน่ง	ปี 2568 (คน)	ปี 2569 (คน)	ปี 2570 (คน)	ปี 2571 (คน)	ปี 2572 (คน)	รวม 5 ปี (คน)
1. สายวิชาการ						
สาขาการตลาด	-	1	-	1	1	**3**

ตารางที่ 5.1.3: การวันเริ่มปฏิบัติราชการและเกษียณอายุราชการของบุคลากรสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ

1. สาขาวิชาการตลาด

ลำดับ	ชื่อ - สกุล	วันเริ่มบรรจุ	วันเริ่มปฏิบัติงาน มรม.	วัน/เดือน/ปีเกิด	อายุราชการคงเหลือ	วันเกษียณอายุราชการ
	ข้าราชการพลเรือนในสถาบันฯ	-				
1	ผศ.ดร.เขมิกา แสนโสม	23/08/36	01/06/43	26/09/12	4 ปี	30/09/72
2	ผศ.นุชนาถ มีนาสันติรักษ์	02/07/33	09/04/36	01/08/10	2 ปี	30/09/70
	พนักงานในสถาบันฯ (งปม.)	-				
3	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย	04/01/49	04/01/49	22/12/22	15 ปี	30/09/83
4	อ.ณิชาภา พิมลศิริ	08/07/46	08/07/46	20/09/11	3 ปี	30/09/71
5	อ.วัลวลี ศีลพันธุ์	01/07/45	01/07/45	02/07/21	13 ปี	30/09/81

ตารางที่ 5.1.4 แผนพัฒนาบุคลากรด้านการเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ (สายวิชาการ) สาขาวิชาการตลาด

ลำดับที่	สาขาวิชา	เป้าหมายการพัฒนา			ชื่อ - สกุล	ปีงบประมาณ
		ผศ.	รศ.	ศ.		
1	การตลาด		✓		ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เขมิกา แสนโสม	2569

5.2. The programme to show that staff workload is measured and monitored to improve the quality of education, research, and service.

เกณฑ์คุณภาพย่อย 5.2 หลักสูตรแสดงให้เห็นถึง กระบวนการวัด กำกับและติดตามภาระงานของบุคลากรสายวิชาการ เพื่อนำไปปรับปรุงคุณภาพ ด้านการเรียนการสอน การวิจัยและการบริการวิชาการ

ผลการดำเนินงาน

หลักสูตรแสดงให้เห็นถึง กระบวนการวัด กำกับและติดตามภาระงานของบุคลากรสายวิชาการเพื่อนำไปปรับปรุงคุณภาพด้านการเรียนการสอน การวิจัยและการบริการวิชาการ ดังนี้

หลักสูตรฯ ได้มีการประชุมเพื่อจัดตารางสอน โดยแบ่งรายวิชาตามความเหมาะสมและความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมาย โดยสรุปการจัดรายวิชาให้กับผู้สอน ซึ่งผู้สอนทุกคนมีชั่วโมงสอนต่อสัปดาห์ตามเกณฑ์ของมหาวิทยาลัยฯ ที่ 12 ชั่วโมงครบทุกคน ตามรายละเอียด ดังนี้

- ตารางสอนภาคเรียนที่ 1 / 2568
- ตารางสอนภาคเรียนที่ 2 / 2568

โดยกำชับให้มีการส่งเกรดตามปฏิทินวิชาการของมหาวิทยาลัยฯ ซึ่งพบว่าอาจารย์ทุกคนส่งผลการเรียนตามกรอบระยะเวลาที่กำหนด และการส่งผลการเรียน มีการกำกับให้ผลการเรียนแต่ละหมู่เรียนมีการกระจายตามความเหมาะสม และสำหรับนักศึกษาที่มีปัญหาเรื่องผลการเรียน ขอให้มีการพูดคุยในหลักสูตรฯ ก่อน ซึ่งเมื่อสิ้นสุดภาคเรียนที่ 2/2568 พบว่า ประสบปัญหาการไม่เข้าเรียนและส่งงานในหลายวิชา โดยได้เรียกนักศึกษามาทางออกร่วมกันแล้ว

ปีการศึกษา 2568 มีการปรับปรุงการสอนในรายวิชาการออกแบบเนื้อหาบนการตลาดดิจิทัล รายวิชาเครื่องมือและเทคนิคด้านการตลาดดิจิทัล และรายวิชาการออกแบบแคมเปญการตลาดดิจิทัล โดยได้เชิญวิทยากรผู้เชี่ยวชาญเจ้าของธุรกิจออนไลน์เข้ามาร่วมในกระบวนการเรียนและการสอน เพื่อสร้างความหลากหลายและแนวคิดประสบการณ์จากผู้เชี่ยวชาญภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญมากเพื่อทำให้การจัดกิจกรรมการสอนมีประสิทธิภาพและตอบรับความต้องการผู้เรียนมากขึ้น

ตารางที่ 5.2.1 ภาระงานสอน

อาจารย์ผู้สอน	ภาระงานสอน (คาบ) ต่อสัปดาห์		ภาระงานเฉลี่ย	FTEs
	1/2568	2/2568		
ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย	28	48	38.00	2.38
ผศ.ดร.เขมิกา แสนโสม	16	16	16.00	1.00
ผศ.นุชนาถ มีนาสันติรักษ์	21	15	18.00	1.13
อ.ณิชาภา พิมลศิริ	17	28	22.50	1.41
อ.วัลวลี ศีลพันธุ์	32	48	40.00	2.50

ตารางสอนอาจารย์

กิตติชัย เจริญชัย ปีการศึกษา 2568 / 1 2 3

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หมู่เรียน	วัน เวลา	สาขาวิชา	ลงทะเบียน	ห้อง
วันจันทร์-ศุกร์							
	4035327-1	กลยุทธ์และการวางแผนการตลาด	1	จ. 08:00-11:20	6733401201 : การตลาด	26	340702
	4035316-2	การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาด	1	จ. 16:20-19:40	6733401201 : การตลาด	8	340703
	4035401-1	การวิจัยการตลาด	3	พ. 13:00-16:20	6733401201 : การตลาด	26	340502
			2	พฤ. 08:00-11:20	6631401202 : การตลาด	12	340702
	4035222-1	เทคนิคการนำเสนอเพื่องานทางการตลาด	1	พฤ. 11:20-14:40	6631401201 : การตลาด	21	340603
	4035401-1	การวิจัยการตลาด	1	พฤ. 14:40-18:00	6631401201 : การตลาด	20	340804
	4035222-1	เทคนิคการนำเสนอเพื่องานทางการตลาด	2	ศ. 13:00-16:20	6631401202 : การตลาด	13	340603

ตารางสอนอาจารย์

กิตติชัย เจริญชัย ปีการศึกษา 2568 / 1 2 3

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หมู่เรียน	วัน เวลา	สาขาวิชา	ลงทะเบียน	ห้อง
วันจันทร์-ศุกร์							
	4035302-2	การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย	1	จ. 08:00-11:20	6731401201 : การตลาด	21	340703
			2	จ. 11:20-14:40	6731401202 : การตลาด	21	340703
			3	จ. 14:40-18:00	6833401201 : การตลาด	16	340703
	4035413-1	การออกแบบแคมเปญการตลาดดิจิทัล	1	พ. 08:00-11:20	6631401201 : การตลาด	20	340801
			2	พ. 11:20-14:40	6631401202 : การตลาด	12	340503
	4035316-2	การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาด	1	พ. 14:40-18:00	6631401201 : การตลาด	17	340503
	4035327-1	กลยุทธ์และการวางแผนการตลาด	1	พฤ. 08:00-11:20	6631401201 : การตลาด	19	340703
			2	พฤ. 11:20-14:40	6631401202 : การตลาด	13	340703
	4035316-2	การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาด	2	พฤ. 14:40-18:00	6631401202 : การตลาด	13	340703
	4035325-1	ระบบสารสนเทศทางการตลาดและสถิติสำหรับวิจัยการตลาด	1	ศ. 08:00-11:20	6731401201 : การตลาด	21	34 labcom2
			2	ศ. 11:20-14:40	6731401202 : การตลาด	21	34 labcom2
	4035302-2	การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย	4	ศ. 14:40-18:00	6833401202 : การตลาด	16	340703

ตารางสอนอาจารย์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เขมิกา แสนโสม ปีการศึกษา 2568 / 1 2 3

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หมู่เรียน	วัน เวลา	สาขาวิชา	ลงทะเบียน	ห้อง
วันจันทร์-ศุกร์							
	4035308-2	การตลาดบริการ	1	จ. 13:00-16:20	6631401201 : การตลาด	19	340701
	4035402-1	สัมมนาทางการตลาด	1	พฤ. 08:00-11:20	6733401201 : การตลาด	2	340703
	4035308-2	การตลาดบริการ	2	ศ. 08:00-11:20	6631401202 : การตลาด	12	340701
			3	ศ. 13:00-16:20	6733401201 : การตลาด	20	340701

ตารางสอนอาจารย์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เขมิกา แสนโสม ปีการศึกษา 2568 / 1 2 3

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หมู่เรียน	วัน เวลา	สาขาวิชา	ลงทะเบียน	ห้อง
วันจันทร์-ศุกร์							
	4035402-1	สัมมนาทางการตลาด	1	จ. 08:00-11:20	6631401201 : การตลาด	19	340705
			2	จ. 11:20-14:40	6631401202 : การตลาด	13	340705
	4035303-2	การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ	1	พฤ. 08:00-11:20	6731401201 : การตลาด	22	340705
			2	พฤ. 11:20-14:40	6731401202 : การตลาด	22	340705

ตารางสอนอาจารย์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์นุชนาถ มีนาสันติรักษ์ ปีการศึกษา◂2568▸ / 1 2 3

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หมู่เรียน	วัน เวลา	สาขาวิชา	ลงทะเบียน	ห้อง
วันจันทร์-ศุกร์							
	406635201-1	การจัดการการตลาด	2	จ. 10:30-13:00	6731401702 : การจัดการ	20	340503
	4035412-1	การตลาดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ	3	จ. 13:00-16:20	6733401201 : การตลาด	28	340702
	406635201-1	การจัดการการตลาด	4	อ. 10:30-13:00	6833401901 : การโรงแรมและ	10	340502
			1	พ. 08:00-10:30	6731401701 : การจัดการ	16	340503
	4035412-1	การตลาดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ	2	พ. 12:10-15:30	6631401202 : การตลาด	12	340704
			1	พ. 15:30-18:50	6631401201 : การตลาด	20	340704

ตารางสอนอาจารย์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์นุชนาถ มีนาสันติรักษ์ ปีการศึกษา◂2568▸ / 1 2 3

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หมู่เรียน	วัน เวลา	สาขาวิชา	ลงทะเบียน	ห้อง
วันจันทร์-ศุกร์							
	4035201-1	การจัดการการตลาด	4	จ. 08:00-10:30	6831403501 : นิเทศศาสตร์	17	340706
			3	จ. 10:30-13:00	6831403401 : นิเทศศาสตร์	20	340706
	406635201-1	การจัดการการตลาด	3	อ. 08:00-10:30	6833401701 : การจัดการ	12	340706
			1	อ. 10:30-13:00	6731401901 : การโรงแรมและ	24	340706
			2	อ. 13:50-16:20	6731404301 : เศรษฐศาสตร์	7	340706

ตารางสอนอาจารย์

อาจารย์ณิชาภา พิมลศิริ ปีการศึกษา◂2568▸ / 1 2 3

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หมู่เรียน	วัน เวลา	สาขาวิชา	ลงทะเบียน	ห้อง
วันจันทร์-ศุกร์							
	4035101-2	หลักการตลาด	4	พ. 08:00-10:30	6831402003 : การบัญชี	28	340802
	4035202-2	พฤติกรรมผู้บริโภค	1	พฤ. 08:00-11:20	6833401201 : การตลาด	17	340802
			2	พฤ. 11:20-14:40	6833401202 : การตลาด	7	340802
	4035101-2	หลักการตลาด	3	ศ. 08:00-10:30	6831402002 : การบัญชี	29	340803
			2	ศ. 10:30-13:00	6831402001 : การบัญชี	25	340803

ตารางสอนอาจารย์

อาจารย์ณิชาภา พิมลศิริ ปีการศึกษา◂2568▸ / 1 2 3

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หมู่เรียน	วัน เวลา	สาขาวิชา	ลงทะเบียน	ห้อง
วันจันทร์-ศุกร์							
	4035201-1	การจัดการการตลาด	2	จ. 08:00-10:30	6831401201 : การตลาด	20	340704
			5	จ. 13:00-15:30	6831401202 : การตลาด	23	340704
	4035323-2	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด	1	จ. 15:30-18:00	6631401201 : การตลาด	20	340704
			2	พ. 15:30-18:00	6631401202 : การตลาด	12	340504
	4035202-2	พฤติกรรมผู้บริโภค	1	พฤ. 08:00-11:20	6831401201 : การตลาด	20	340704
			2	พฤ. 11:20-14:40	6831401202 : การตลาด	21	340704
	4035227-1	การตั้งราคาและการบริหารการเงิน	2	ศ. 08:00-11:20	6833401202 : การตลาด	8	340704
			1	ศ. 11:20-14:40	6833401201 : การตลาด	8	340704

ตารางสอนอาจารย์

อาจารย์วัลวลี ศีลพันธุ์ ปีการศึกษา 2568 / 1 2 3

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หมู่เรียน	วัน เวลา	สาขาวิชา	ลงทะเบียน	ห้อง
วันจันทร์-ศุกร์							
	4035220-1	การบริหารงานขายและศิลปะการขาย	2	จ. 08:00-11:20	6833401201 : การตลาด	5	340803
	4035225-1	การตลาดธุรกิจการค้าสมัยใหม่	2	จ. 13:00-16:20	6731401202 : การตลาด	21	340606
	4035220-1	การบริหารงานขายและศิลปะการขาย	3	พ. 11:20-14:40	6833401202 : การตลาด	3	340604
	4035201-1	การจัดการการตลาด	2	พ. 14:40-18:00	6833401202 : การตลาด	22	340604
			1	พฤ. 11:20-13:50	6833401201 : การตลาด	18	340601
	4035218-1	การตลาดดิจิทัล	1	พฤ. 13:50-17:10	6731403401 : นิเทศศาสตร์	17	340605
			2	ศ. 08:00-11:20	6731403501 : นิเทศศาสตร์	6	340605
	4035225-1	การตลาดธุรกิจการค้าสมัยใหม่	1	ศ. 13:00-16:20	6731401201 : การตลาด	22	340605

ตารางสอนอาจารย์

อาจารย์วัลวลี ศีลพันธุ์ ปีการศึกษา 2568 / 1 2 3

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หมู่เรียน	วัน เวลา	สาขาวิชา	ลงทะเบียน	ห้อง
วันจันทร์-ศุกร์							
	4035220-1	การบริหารงานขายและศิลปะการขาย	2	จ. 08:00-11:20	6731401202 : การตลาด	21	340702
			1	จ. 11:20-14:40	6731401201 : การตลาด	21	340702
	4035303-2	การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ	4	จ. 14:40-18:00	6833401202 : การตลาด	11	340702
	4035329-1	การออกแบบเนื้อหาบนการตลาดดิจิทัล	1	อ. 08:00-11:20	6631401201 : การตลาด	19	340702
			2	อ. 11:20-14:40	6631401202 : การตลาด	11	340702
	4035330-1	เครื่องมือและเทคนิคด้านการตลาดดิจิทัล	2	อ. 14:40-18:00	6631401202 : การตลาด	10	340702
	4035102-1	กฎหมายธุรกิจและจรรยาบรรณทางการตลาด	2	พฤ. 08:00-11:20	6831401202 : การตลาด	21	340702
			1	พฤ. 11:20-14:40	6831401201 : การตลาด	20	340702
	4035303-2	การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ	3	พฤ. 14:40-18:00	6833401201 : การตลาด	8	340702
	4035218-1	การตลาดดิจิทัล	2	ศ. 08:00-11:20	6731401202 : การตลาด	21	340702
			1	ศ. 11:20-14:40	6731401201 : การตลาด	21	340702
	4035330-1	เครื่องมือและเทคนิคด้านการตลาดดิจิทัล	1	ศ. 14:40-18:00	6631401201 : การตลาด	21	340702

5.3. The programme to show that the competences of the academic staff are determined, evaluated, and communicated.

เกณฑ์คุณภาพย่อย 5.3 หลักสูตรแสดงให้เห็นถึง การกำหนดสมรรถนะของบุคลากรสายวิชาการ การประเมินสมรรถนะของบุคลากรสายวิชาการ และมีการสื่อสารเรื่องดังกล่าวให้บุคลากรสายวิชาการทราบ

ผลการดำเนินงาน

หลักสูตรกำหนดแนวทางการพัฒนาคุณภาพอาจารย์ โดยยึดตามประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง แนวทางการพัฒนาคุณภาพอาจารยเพื่อสงเสริมการบรรลุผลลัพธการเรียนรูตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2566 ที่กำหนดสมรรถนะของอาจารย์ไว้ 4 ด้าน คือ 1) ออกแบบและวางแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ของผู้เรียนอย่างมีประสิทธิภาพ 2) ดำเนินกิจกรรมการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิผล 3) เสริมสร้างบรรยากาศการเรียนรู้และสนับสนุนการเรียนรู้ของผู้เรียน 4) วัดและประเมินผลการเรียนรู้ของผู้เรียน พร้อมทั้งสามารถให้ข้อมูลป้อนกลับอย่างสร้างสรรค์ โดยหลักสูตรได้มีการสื่อสารสมรรถนะ

ให้อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอนรับทราบผ่านการประชุมคณะกรรมการบริหาร เพื่อวางแผนความต้องการพัฒนาตนเอง โดยให้บุคลากรของหลักสูตรจัดทำแผนพัฒนาตนเอง (Individual Development Plan : IDP) ทั้งในด้านการศึกษาต่อ การเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ และการทำผลงานวิชาการ โดยในปีการศึกษา 2568 บุคลากรของหลักสูตรได้มีการพัฒนาสมรรถะด้านต่างๆ ของตนเอง

ตารางที่ 5.3.1 แผนพัฒนาบุคลากรด้านการเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ (สายวิชาการ) สาขาวิชาการตลาด

ลำดับที่	สาขาวิชา	เป้าหมายการพัฒนา			ชื่อ - สกุล	ปีงบประมาณ
		ผศ.	รศ.	ศ.		
1	การตลาด		✓		ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เขมิกา แสนโสม	2569

ตามมติที่ประชุมคณะกรรมการบริหารหลักสูตร สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ครั้งที่ 4/2568 เมื่อวันที่ 8 กรกฎาคม พ.ศ.2568 ได้ตกลงให้มีการจัดสรรเงินเพื่อสนับสนุนทุนวิจัยเพื่อพัฒนาศักยภาพอาจารย์ด้านวิชาชีพ/ด้านการวิจัย/การเผยแพร่งานวิจัยและผลงานทางวิชาการ ของสาขาวิชาการตลาด จำนวน 4 เรื่อง เรื่องละ 11,250.- บาท รวมเป็นเงิน 45,000.- บาท (-สี่หมื่นห้าพันบาทถ้วน-) โดยเบิกจ่ายจากงบประมาณเงินรายได้ (กศ.บป.) ประจำปีงบประมาณ 2568 ที่จัดสรรให้สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ จึงขอความอนุเคราะห์จัดทำประกาศรายชื่ออาจารย์และงานวิจัยที่ได้รับทุนสนับสนุนทุนวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ ครั้งนี้ ดังนี้

ลำดับที่	รายชื่อผลงาน	คณะผู้วิจัย	จำนวนเงิน (บาท)
1	การศึกษาปัจจัยการตลาดภายในของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มทอผ้าไหมบ้านกุดรัง ตำบลกุดรัง อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม Link: https://so02.tci-thaijo.org/index.php/soc-rmu/article/view/279859	นางสาวจิลลาภัทร พรมโสภา นางสาวอภิชญา นามวงษ์ ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย นางวัลวลี ศีลพันธุ์	11,250.-
2	แนวทางการพัฒนาเทคนิคการขายของวิสาหกิจชุมชน ดอกอัญชันออร์แกนิคเชิงพาณิชย์ ตำบลเสือโก้ก อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม Link: https://so02.tci-thaijo.org/index.php/soc-rmu/article/view/279860	นายธีรศักดิ์ ไชยนามล นางสาวบุษกร จิตนาเรียง ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย นางสาวณิชาภา พิมลศิริ.	11,250.-

ลำดับที่	รายชื่อผลงาน	คณะผู้วิจัย	จำนวนเงิน (บาท)
3	การพัฒนากลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของกลุ่มเสื่อกกไทบ้านแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม Link: https://so02.tci-thaijo.org/index.php/soc-rmu/article/view/281341	นางสาวธิดารัตน์ สิงห์สา นายสาวกัลยรัตน์ อนุนิวัฒน์ ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย ผศ.นุชนาถ มีนาสันติรักษ์	11,250.-
4	แนวทางการพัฒนาการสร้างตราสินค้าของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง ตำบลท่าสองคอน อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม Link: https://so02.tci-thaijo.org/index.php/soc-rmu/article/view/281336	นางสาวจุรีรัตน์ ทรงพระ นางสาวณิชา ชำนิสาร ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย ผศ.ดร.เขมิกา แสนโสม	11,250.-

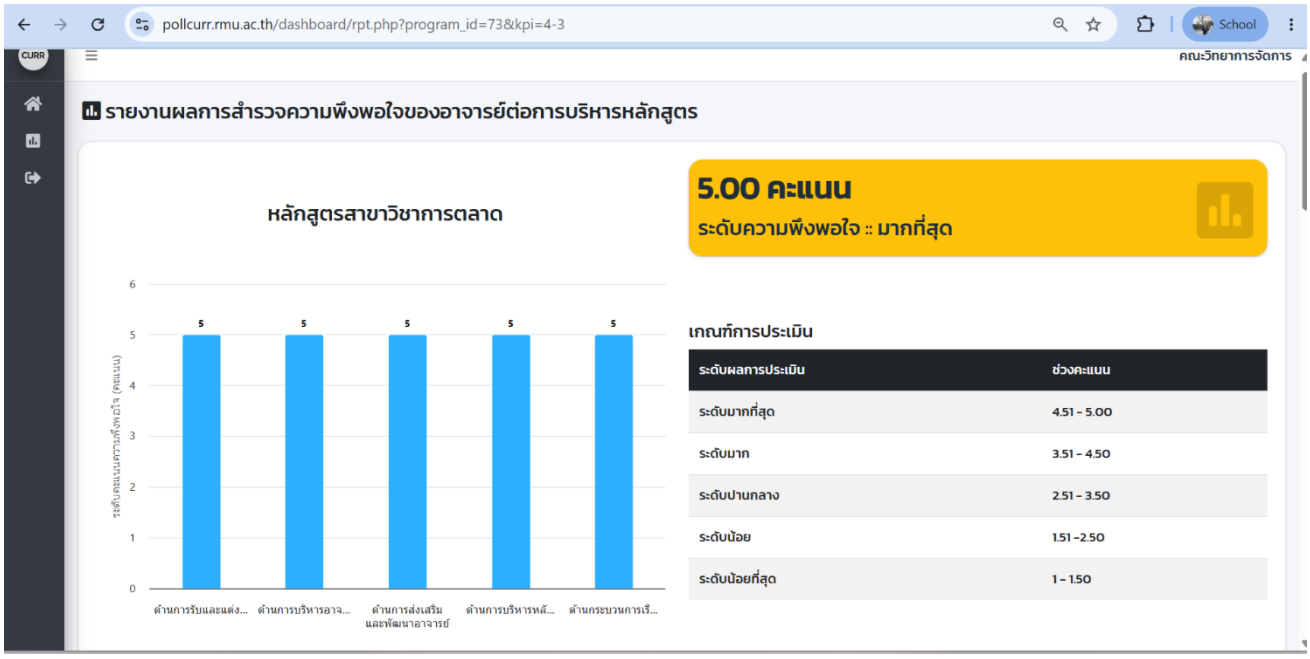
และพบว่าอาจารย์ทุกท่านมีความพึงพอใจต่อการบริหารหลักสูตรจากผลการสำรวจความพึงพอใจของอาจารย์ต่อการบริหารหลักสูตร มีค่าเฉลี่ยรวม 5.00 และจำแนกรายด้านดังนี้

-ด้านการรับและแต่งตั้งอาจารย์ ค่าเฉลี่ย 5.00

-ด้านการบริหารอาจารย์ ส่งเสริมและพัฒนาอาจารย์ ค่าเฉลี่ย 5.00

-ด้านคุณภาพอาจารย์ ค่าเฉลี่ย 5.00

-ด้านการบริหารหลักสูตร ค่าเฉลี่ย 5.00



5.4. The programme to show that the duties allocated to the academic staff are appropriate to qualifications, experience, and aptitude

เกณฑ์คุณภาพย่อย 5.4 หลักสูตรแสดงให้เห็นถึง การจัดสรรภาระงานด้านต่าง ๆ ของบุคลากรสายวิชาการมีความเหมาะสมกับความรู้ความสามารถ ประสบการณ์และความถนัด

ผลการดำเนินงาน

ในปีการศึกษา 2568 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ได้มีการกำหนดผู้สอนโดยพิจารณาโดยคณะกรรมการหลักสูตร ตามคุณสมบัติและความเชี่ยวชาญของอาจารย์ประจำสาขาวิชาทั้ง 5 ท่าน โดยกำหนดจากรายวิชาตามแผนการเรียนของนักศึกษาในปีการศึกษา 2568 การพิจารณาผู้สอน ได้คำนึงถึงเนื้อหา สาระรายวิชา ประสบการณ์ทำงานและความเชี่ยวชาญของแต่ละท่านให้เหมาะกับรายวิชา

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	ความเชี่ยวชาญ	รายวิชาสอน
1	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย	- วิจัยการตลาด - กลยุทธ์ทางการตลาด - การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์	วิชาการจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาด วิชาระบบสารสนเทศทางการตลาดและสถิติสำหรับวิจัยการตลาด วิชากลยุทธ์และการวางแผนการตลาด วิชาการวิจัยการตลาด วิชาการบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย วิชาเทคนิคการนำเสนอเพื่องานทางการตลาด
2	ผศ.ดร.เขมิกา แสนโสม	- การตลาดบริการ - การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ	วิชาสัมมนาทางการตลาด วิชาการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ วิชาการตลาดบริการ วิชาการจัดการการตลาด
3	ผศ.นุชนาถ มีนาสันติรักษ์	- การวางแผนธุรกิจ - การบริหารการผลิต - การเป็นผู้ประกอบการ	วิชาการตลาดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ วิชากฎหมายธุรกิจและจรรยาบรรณทางการตลาด วิชาการจัดการการตลาด
4	อ.ณิชาภา พิมลศิริ	- พฤติกรรมผู้บริโภค - การตลาดระหว่างประเทศ	วิชาพฤติกรรมผู้บริโภค วิชาการจัดการผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม วิชาการตั้งราคาและการบริหารการเงิน

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	ความเชี่ยวชาญ	รายวิชาสอน
		- นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา	วิชาการตลาดระหว่างประเทศและระดับโลก วิชาหลักการตลาด
5	อ.วัลวลี ศีลพันธุ์	- การตลาดดิจิทัล - เทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ - ธุรกิจออนไลน์	วิชาการตลาดดิจิทัล วิชาการบริหารงานขายและศิลปะการขาย วิชาการตลาดธุรกิจการค้าสมัยใหม่ วิชาการออกแบบเนื้อหาบนการตลาดดิจิทัล วิชาเครื่องมือและเทคนิคด้านการตลาดดิจิทัล วิชาการออกแบบแคมเปญการตลาดดิจิทัล

ในการกำหนดผู้สอนนั้นหลักสูตรฯได้พิจารณาจากความถนัดของอาจารย์ประจำสาขาวิชา การตลาด คณะกรรมการบริหารหลักสูตรได้พิจารณาตามความถนัดและความสามารถของอาจารย์แต่ละท่านเนื่องจากหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ต้องมีความสามารถเฉพาะด้านและอาจารย์แต่ละท่านมีความสามารถเฉพาะบุคคลประสบการณ์ความเชี่ยวชาญในการสอนโดยคณะกรรมการประจำหลักสูตรพิจารณารายวิชาที่เปิดสอนในปีการศึกษา 2568 หลักสูตรได้มีการดำเนินงานการกำหนดผู้สอนเพื่อให้เป็นไปตามการดำเนินงาน และนโยบายการดำเนินงานของคณะฯ ดังต่อไปนี้

1. พิจารณากำหนดผู้สอนตามความรู้ความสามารถของผู้สอน โดยคำนึงถึง คุณวุฒิการศึกษาตรงหรือสอดคล้องกับเนื้อหารายวิชา ความชำนาญในเนื้อหาที่สอน และประสบการณ์การสอน

2. กรรมการบริหารหลักสูตรกำหนดรายวิชาให้ผู้สอนสอนกระจายไปยังรายวิชา เพื่อให้นักศึกษามีโอกาสได้รับการพัฒนา ความรู้ มุมมอง ตลอดแนวความคิดที่หลากหลายจากอาจารย์ผู้มีประสบการณ์

5.5 The programme to show that promotion of the academic staff is based on a merit system which accounts for teaching, research, and service.

เกณฑ์คุณภาพย่อย 5.5 หลักสูตรแสดงให้เห็นถึง การประเมินเพื่อเลื่อนขั้นของบุคลากรสายวิชาการ เป็นไปตามระบบคุณธรรมที่มีความยุติธรรม สอดคล้องกับภาระงานด้านการเรียนการสอน การวิจัยและการบริการวิชาการ

ผลการดำเนินงาน

หลักสูตรแสดงให้เห็นถึงการประเมินเพื่อเลื่อนขั้นของบุคลากรสายวิชาการ เป็นไปตามระบบคุณธรรมที่มีความยุติธรรม สอดคล้องกับภาระงานด้านการเรียนการสอน การวิจัยและการบริการวิชาการ ดังนี้

การเลื่อนขั้นของบุคลากรสายวิชาการ เป็นไปตามขั้นตอนของมหาวิทยาลัยฯ โดยหลักสูตรฯ ให้การสนับสนุนด้านงบประมาณพัฒนาบุลากรของหลักสูตร เพื่อใช้ในการพัฒนาด้านการเรียนการสอน การวิจัยและการบริการวิชาการ เท่ากันทุกคน

การประเมินสมรรถนะของบุคลากรสายวิชาการ กำหนดรอบการประเมิน 2 รอบต่อปี คือ รอบที่ 1 เดือนเมษายน - กันยายน และรอบที่ 2 เดือนตุลาคม-มีนาคม โดยการจัดทำเอกสารประกอบการประเมินผลงานตามแบบ ป.มรม. พร้อมแนบหลักฐานประกอบการพิจารณาในรูปไฟล์ในระบบการประเมิน ถึงสาขาวิชาเพื่อดำเนินการประเมินผลการปฏิบัติราชการตามลำดับ และกำหนดให้สาขาวิชารวบรวม สรุปผลและส่งแบบ ป.มรม.ถึงสำนักงานคณบดี คณะวิทยาการจัดการ ทั้งระเบียนข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประเมินบุคลากร

5.6. The programme to show that the rights and privileges, benefits, roles and relationships, and accountability of the academic staff, taking into account professional ethics and their academic freedom, are well defined and understo

เกณฑ์คุณภาพย่อย 5.6 หลักสูตรแสดงให้เห็นถึง ข้อกำหนดด้านสิทธิประโยชน์ ด้านบทบาทและหน้าที่ ด้านความรับผิดชอบ จรรยาบรรณ และความเป็นอิสระทางวิชาการของบุคลากรสายวิชาการ ถูกกำหนดไว้อย่างชัดเจน และสร้างการรับรู้ข้อกำหนดดังกล่าวให้แก่บุคลากรสายวิชาการ

ผลการดำเนินงาน

หลักสูตรแสดงให้เห็นถึง ข้อกำหนดด้านสิทธิประโยชน์ ด้านบทบาทและหน้าที่ ด้านความรับผิดชอบ จรรยาบรรณ และความเป็นอิสระทางวิชาการของบุคลากรสายวิชาการ ถูกกำหนดไว้อย่างชัดเจน และสร้างการรับรู้ข้อกำหนดดังกล่าวให้แก่บุคลากรสายวิชาการ ดังนี้

หลักสูตรฯ ใช้เกณฑ์เดียวกับส่วนกลาง ดังนั้น การชี้แจงหรือการสร้างการรับรู้ข้อกำหนดที่กำหนดขึ้นหรือการปรับเปลี่ยนข้อบังคับ ถูกสื่อสารผ่านช่องทางคณะกรรมการบริหารคณะ ที่มีประธานหลักสูตรเป็นตัวแทนหลักสูตรในการรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ไปชี้แจงกับบุคลากรในสาขาอีกขั้นหนึ่ง โดยมีการประชุมกันทุกเดือน หลักสูตร ฯ มีการมอบหมายอาจารย์พี่เลี้ยงดูแลอาจารย์ใหม่ เพื่อให้คำแนะนำการปฏิบัติงาน และการปรับตัวในการทำงาน

สำหรับความเป็นอิสระทางวิชาการ การดำเนินงานของหลักสูตร และคณะวิทยาการจัดการดำเนินการตามขั้นตอนทางเอกสารและตามแนวปฏิบัติเท่านั้น โดยให้อิสระทางวิชาการกับบุคลากร

มหาวิทยาลัยราชภัฏฯ กำหนดและแจ้งเรื่องสิทธิประโยชน์ สวัสดิการ บทบาทหน้าที่ ระเบียบต่าง ๆ และจรรยาบรรณอันเกี่ยวกับบุคลากรสายวิชาการ โดยชี้แจงรายละเอียดในโครงการปฐมนิเทศบุคลากรบรรจุใหม่ พร้อมแจกคู่มือ ที่มีรายละเอียดต่าง ๆ และแนะนำช่องทางการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมจากเว็บไซต์ของกองบริหารงานบุคคล มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา สำหรับรายละเอียดโดยสังเขปมีดังนี้ สิทธิ

ประโยชน์และสวัสดิการที่จัดสรรโดยมหาวิทยาลัย ได้แก่ สิทธิการลา สิทธิการประกันสังคม สิทธิการได้รับเครื่องราชอิสริยาภรณ์ สิทธิการได้รับเครื่องหมายเกียรติคุณและของที่ระลึก สวัสดิการเกี่ยวกับการรักษาพยาบาลและสวัสดิการเกี่ยวกับการศึกษาของบุตร สวัสดิการสงเคราะห์บุคลากร สวัสดิการกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ สิทธิการได้รับค่าชดเชย สิทธิการได้รับเงินอุดหนุนการจัดทำผลงานวิชาการ สิทธิการได้รับเงินอุดหนุนหรือรางวัลเพื่อเป็นการส่งเสริมให้เข้าสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้น สิทธิได้รับทุนสำหรับการศึกษาต่อ รวมถึงโครงการพัฒนาบุคลากรต่าง ๆ สำหรับเรื่องจรรยาบรรณของอาจารย์

ในส่วนของคณะวิทยาการจัดการ ได้มีการสื่อสารในสิ่งที่เกี่ยวข้องกับสิทธิประโยชน์ กฎระเบียบ ข้อบังคับ จรรยาบรรณ เสรีภาพการแสดงออกทางวิชาการ บทบาท และหน้าที่ของบุคลากรผ่านหลากหลายช่องทาง เช่น การประชุมบุคลาการประจำเดือนเว็บไซต์กองบริการงานบุคคล มหาวิทยาลัยราชภัฏฯ ไลน์กลุ่ม รวมถึงหนังสือแจ้งเวียน เพื่อให้บุคลากรได้ทราบถึงสิทธิประโยชน์ กฎระเบียบ ข้อบังคับ จรรยาบรรณ เสรีภาพในการแสดงออกทางวิชาการ บทบาท และหน้าที่ของบุคลากรที่กล่าวมาข้างต้น และได้เน้นย้ำถึงการปฏิบัติตามกฎระเบียบ รวมถึงการเรียนการสอนเพื่อไม่ให้เกิดข้อร้องเรียนจากนักศึกษา

5.7. The programme to show that the training and developmental needs of the academic staff are systematically identified, and that appropriate training and development activities are implemented to fulfil the identified needs.

เกณฑ์คุณภาพย่อย 5.7 หลักสูตรแสดงให้เห็นถึง แผนด้านการฝึกอบรมและการพัฒนาตนเองที่สอดคล้องกับความต้องการของบุคลากรสายวิชาการ ถูกกำหนดไว้อย่างเป็นระบบ และมีการดำเนินการตามแผนด้านการฝึกอบรมและการพัฒนาตนเองอย่างเหมาะสมเพื่อตอบสนองความต้องการตามที่กำหนดไว้

ผลการดำเนินงาน

มหาวิทยาลัยและคณะมีการสำรวจความต้องการของคณาจารย์ทุกคนเพื่อจัดทำแผนพัฒนาอาจารย์ด้านวิชาการ แผนการเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ และแผนกรอบอัตรากำลังทั้งในระยะสั้น 1 ปี และในระยะยาว ซึ่งจะมีการทบทวนในทุก ๆ 5 ปี และจัดทำเป็นแผนพัฒนาบุคลากรของมหาวิทยาลัย รวมถึงจัดตั้งงบประมาณของมหาวิทยาลัยในการส่งบุคลากรเพื่อฝึกอบรม พัฒนาตนเอง อาจารย์ในหลักสูตรทุกท่านดำเนินการต่าง ๆ ภายใต้ประกาศข้อบังคับโดยมีผู้บริหารคณะและประธานหลักสูตรติดตาม และช่วยเหลือหากเกิดปัญหาต่าง ๆ และในปีการศึกษาที่ผ่านมาอาจารย์ในหลักสูตรมีการอบรมพัฒนาตนเอง เรื่อง การจัดทำหลักสูตรตามแนวทาง Outcome Base Education (OBE) โครงการพัฒนาบุคลากรด้านการวิจัย และมีการเดินทางไปศึกษาดูงานที่ต่างๆ เพื่อนำความรู้กลับมาออกแบบและพัฒนาการจัดการเรียนรู้และการเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาของนักศึกษา

ตารางที่ 5.7.1 ตารางโครงการ/กิจกรรมการพัฒนาวิชาชีพของอาจารย์

กิจกรรมที่จัดหรือเข้าร่วม	อาจารย์ที่เข้าร่วม	ความรู้/ทักษะที่ได้
อบรมเชิงปฏิบัติการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ เพื่อพัฒนาท้องถิ่น วันที่ 26 มกราคม 2569 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม	ผศ.ดร.เขมิกา แสนโสม อ.ณิชาภา พิมลศิริ	เสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และเกณฑ์การพิจารณาเกี่ยวกับหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ใ
อบรมเชิงปฏิบัติการเตรียมความพร้อมการจัดหลักสูตรตามแนวทาง OBE ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม	อ.ณิชาภา พิมลศิริ	การจัดการศึกษาที่เน้นผลลัพธ์เป็นสิ่งสำคัญ จะช่วยให้คุณปรับเปลี่ยนวิธีคิดจากการ "เน้นวิชาที่สอน" เป็น "เน้นความสามารถที่ผู้เรียนปฏิบัติจริง" มีความรู้ความสามารถจาการเรียนในหลักสูตรนำไปใช้ได้จริงหลังสำเร็จการศึกษา
การประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 13 “The 13th CAS National and International Conference 2025 (CASNIC 2025)” ในวันที่ 8 พฤศจิกายน 2568 ณ วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย ผศ.ดร.เขมิกา แสนโสม ผศ.นุชนาถ มีนาสันตินักษ์ อ.ณิชาภา พิมลศิริ อ.วัลวลี ศีลพันธุ์	มีทักษะการวิจัย การนำเสนอ และได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวิชาการกับหน่วยงานสถาบันการศึกษาทั้งในประเทศและต่างประเทศ
อบรมเชิงปฏิบัติการ ส่งเสริมเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ วันที่ 23 เมษายน 2569 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม	อ.ณิชาภา พิมลศิริ	เข้าใจเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ แนวทางและกระบวนการเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ สายมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และบริหารธุรกิจ อย่างถูกต้องและชัดเจน
การพัฒนาผู้บริหารและบุคลากรด้านกฎหมายสำหรับการปฏิบัติราชการ ให้กับสายวิชาการ วันที่ 24 มีนาคม 2569 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย ผศ.นุชนาถ มีนาสันตินักษ์ อ.ณิชาภา พิมลศิริ	สร้างองค์ความรู้และทักษะที่จำเป็นในการปฏิบัติหน้าที่ในฐานะเจ้าหน้าที่ของรัฐ สร้างเกราะคุ้มกัน และแนวทางที่จะช่วยในการปฏิบัติราชการได้อย่างถูกต้อง โปร่งใส และมีประสิทธิภาพ

กิจกรรมที่จัดหรือเข้าร่วม	อาจารย์ที่เข้าร่วม	ความรู้/ทักษะที่ได้
อบรมหลักสูตรระยะสั้น Chinese Language วันที่ 18-23 ธันวาคม 2568 ณ Ludong University, China	ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย ผศ.นุชนาถ มีนาสันตินักษ์ อ.วัลวลี ศีลพันธุ์	เรียนรู้ภาษาจีนเบื้องต้น การแลกเปลี่ยนหลักสูตรระหว่าง Ludong University กับ สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

5.8. The programme to show that performance management including reward and recognition is implemented to assess academic staff teaching and research quality.

เกณฑ์คุณภาพย่อย 5.8 หลักสูตรแสดงให้เห็นถึง การขับเคลื่อนประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสายวิชาการ รวมถึงการให้รางวัลและการยกย่องชมเชย ที่สอดคล้องกับด้านการเรียนการสอน การวิจัยและการบริการวิชาการ

ผลการดำเนินงาน

หลักสูตรมีระบบการบริหารจัดการ การดำเนินงานของอาจารย์ รวมทั้งยกย่องเชิดชูอาจารย์ที่ประสบผลสำเร็จในด้านต่าง ๆ โดยใช้กลไกของมหาวิทยาลัยและของคณะ ในการบริหารจัดการผลการปฏิบัติงานของบุคลากร หลักสูตรมีแผนในการจัดทำแหล่งสารสนเทศรวบรวมผลงานที่มีความเกี่ยวข้องกับคณาจารย์ เพื่อให้แน่ใจว่าตรงตามแผนพัฒนาบุคลากรของมหาวิทยาลัยหรือคณะครุศาสตร์และมีการประชุมชี้แจงให้รับทราบทิศทางและเป้าหมายที่ชัดเจน อีกทั้งหลักสูตรมีแผนปรับปรุง การกำกับติดตามการดำเนินการตามแผนบริหารและพัฒนาบุคลากรของหลักสูตรทุกคน โดย มอบหมายให้ ประธานหลักสูตรดำเนินการให้แล้วเสร็จ ในปีการศึกษาต่อไป

การสร้างขวัญและกำลังใจแก่บุคลากรสายวิชาการ โดยส่งเสริมให้บุคลากรส่งผลงานเข้ารับการพิจารณาจากมหาวิทยาลัย โดยประกาศมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขการจ่ายค่าตอบแทนการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการแก่บุคลากร พ.ศ. 2564 ได้แก่ 1) ค่าสนับสนุนการตีพิมพ์บทความวิจัยในวารสารวิชาการระดับชาติ และนานาชาติ 2) เงินรางวัลสำหรับบุคลากรที่ได้รับการอ้างอิงบทความวิจัยในวารสารวิชาการระดับนานาชาติ 3) เงินรางวัลสำหรับบุคลากรที่ได้รับรางวัลการนำเสนอผลงานในการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ทั้งนี้บุคลากรสายวิชาการ จะต้องส่งแบบเสนอผลงานเพื่อรับรางวัล หรือค่าตอบแทนต่อมหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยตั้งกรรมการพิจารณาตามเกณฑ์ที่กำหนด ถ้าคุณสมบัติถูกต้องตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด คณะกรรมการจะอนุมัติและประกาศรายชื่อทางเว็ปไซต์ให้ทราบ

หลักฐานแสดงผลการดำเนินงาน

AUN-QA-5.1 แผนบริหารและพัฒนาบุคลากรคณะวิทยาการจัดการ

AUN-QA-5.2 รายงานการประชุมสภามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ครั้งที่ 4_2568

AUN-QA-5.3 โครงการพัฒนาศักยภาพอาจารย์ด้านวิชาชีพด้าน-การวิจัย-การเผยแพร่งานวิจัยและผลงานทางวิชาการ

AUN-QA-5.4 ระบบสำรวจความพึงพอใจของนักศึกษา/อาจารย์ต่อการบริหารหลักสูตร มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม Link: https://pollcurr.rmu.ac.th/

AUN-QA-5.5 ประกาศมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เรื่อง แนวทางการคำนวณค่าภาระงานเทียบเท่าเต็มเวลาของอาจารย์ (FTE)

AUN-QA-5.6 ระบบประเมินผลการปฏิบัติงานมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม (ป.มรม.) https://cv.rmu.ac.th/eval

เกณฑ์คุณภาพที่ 6 การบริการและการช่วยเหลือผู้เรียน (Student Support Services)

Requirement	1	2	3	4	5	6	7
6.1. The student intake policy, admission criteria, and admission procedures to the programme are shown to be clearly defined, communicated, published, and up-to-date		✓					
6. 2. Both short- term and long- term planning of academic and non- academic support services are shown to be carried out to ensure sufficiency and quality of support services for teaching, research, and community service.		✓					
6.3. An adequate system is shown to exist for student progress, academic performance, and workload monitoring. Student progress, academic performance, and workload are shown to be systematically recorded and monitored. Feedback to students and corrective actions are made where necessary.		✓					
6.4. Co-curricular activities, student competition, and other student support services are shown to be available to improve learning experience and employability.		✓					
6.5. The competences of the support staff rendering student services are shown to be identified for recruitment and deployment. These competences are shown to be evaluated to ensure their continued relevance to stakeholders needs. Roles and relationships are shown to be well-defined to ensure smooth delivery of the services.		✓					
6. 6. Student support services are shown to be subjected to evaluation, benchmarking, and enhancement.		✓					
Overall		2					

เกณฑ์คุณภาพที่ 6 – เกณฑ์ย่อย

6.1 The student intake policy, admission criteria, and admission procedures to the programme are shown to be clearly defined, communicated, published, and up-to-date.

เกณฑ์คุณภาพย่อยที่ 6.1 หลักสูตรมีนโยบายการรับนักศึกษา เกณฑ์การรับเข้าเรียนและขั้นตอนการรับเข้าเรียนที่ชัดเจน ที่ได้รับการสื่อสาร เผยแพร่และเป็นปัจจุบัน

ผลการดำเนินงาน

นโยบายการรับเข้า เกณฑ์การรับเข้า และขั้นตอนการรับเข้าเรียนในหลักสูตร ถูกกำหนดไว้อย่างชัดเจน มีการสื่อสาร เผยแพร่ และข้อมูลดังกล่าวถูกปรับแก้ให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ โดยหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรฯ ได้วางแผนการดำเนินงานเรื่องการรับนักศึกษาใหม่ โดยจัดการประชุมคณะกรรมการบริหารหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน เพื่อกำหนดกลไกการรับนักศึกษาตามคุณสมบัติที่กำหนดใน มคอ.2 ที่เป็นผู้สำเร็จการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า โดยคัดเลือกจากผู้ผ่านกา ร คัดเลือกโดยระบบการคัดเลือกของมหาวิทยาลัย จากการส่งความต้องการคุณสมบัติของผู้เข้าศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะกรรมการวางแผนรับนักศึกษาใหม่ในปีการศึกษา 2568 จำนวน 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มเรียนปกติ 20 คน และกลุ่มเทียบเข้าศึกษา 20 คน ตามที่มหาวิทยาลัยได้ส่งเอกสารสำรวจความต้องการมายังหลักสูตร ผลการรับนักศึกษาใหม่พบว่า มีนักศึกษาภาคปกติ (ผู้สำเร็จการศึกษา ระดับชั้น ม.6 ปวช.) ได้นักศึกษาจำนวน 57 คน และนักศึกษา ภาคปกติเทียบเข้า (ผู้สำเร็จการศึกษา ระดับชั้น ปวส. , อนุปริญญาตรี หรือเทียบเท่า) ได้นักศึกษาจำนวน 54 คน รวมจำนวนนักศึกษาทั้งหมดได้ 111 คน เป็นที่สังเกตได้ว่าเมื่อสถานการณ์และแนวโน้มของโลกได้เปลี่ยนไปทำให้เริ่มมีผู้สนใจเข้ามาเรียนหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดมากขึ้นอีกทั้งหลักสูตรเองก็ได้มีการปรับการเรียนการสอนในรายวิชาให้ทันสมัยเข้าถึงผู้เรียนและกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้นคณะกรรมการบริหารหลักสูตรทบทวนกลไกการรับนักศึกษาว่าด้วย

- เกณฑ์การรับนักศึกษาสอดคล้องกับหลักสูตร
- เกณฑ์การคัดเลือกนักศึกษานั้นจะใช้การออกแนะแนวเพียงอย่างเดียวไม่ได้ทางหลักสูตรจึงจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์หลักสูตรโดยอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร มอบหมายให้ อาจารย์วัลวลี ศีลพันธุ์ อาจารย์ผู้สอนในรายวิชาการตลาดดิจิทัล และรายวิชาการติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ และ ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย เป็นผู้กำกับดูแล บูรณาการเข้ากับการเรียนการสอน และสนับสนุนจัดทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์ มอบหมายให้ อาจารย์วัลวลี ศีลพันธุ์ และ ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย รับผิดชอบในการออกแนะแนว ประชาสัมพันธ์หลักสูตรร่วมกับนักศึกษาในโครงการประชาสัมพันธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด และใช้สื่อออนไลน์ เช่น TikTok , Facebook, Page ในการประชาสัมพันธ์และแนะนำให้หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดเป็นที่รู้จักของทั้งนักศึกษาและผู้ปกครองมากขึ้น

ตารางที่ 6.1.1 สรุปจำนวนนักศึกษาสาขาวิชาการตลาด

ปีการศึกษาที่รับเข้า (ตั้งแต่ปีการศึกษาที่เริ่มใช้หลักสูตร)	จำนวนแผนรับ	จำนวนรับเข้า	จำนวนนักศึกษาคงอยู่ (จำนวนจริง)ในแต่ละปีการศึกษา					สำเร็จการศึกษา
			2565	2566	2567	2568	พ้นสภาพ	
2565	40	69	60 86.96%	42 60.87%	17 22.50%	3 4.35%	14 20.29%	52 75.36%
2566	40	85		63 73.81%	45 53.57%	28 32.94%	12 13.04%	45 52.94%
2567	40	92			74 80.43%	49 53.26%	21 22.83%	22 23.91%
2568	40	111				95 85.59%	16 14.41%	-

6.2. Both short-term and long-term planning of academic and non-academic support services are shown to be carried out to ensure sufficiency and quality of support services for teaching, research, and community service.

เกณฑ์คุณภาพย่อยที่ 6.2 หลักสูตรมีการดำเนินการตามแผนการบริการและสนับสนุนทั้งทางวิชาการและไมใช่วิชาการในระยะสั้นและระยะยาว เพื่อการบริการด้านการสอน การวิจัย และการบริการชุมชนที่มีความยั่งยืนและมีประสิทธิภาพ

ผลการดำเนินงาน

มีการวางแผนทั้งระยะสั้นและระยะยาว ของการบริการและสนับสนุนผู้เรียนที่ครอบคลุมทั้งทางด้านวิชาการและการใช้ชีวิต และการดำเนินการตามแผนเพื่อให้มั่นใจว่าการบริการและสนับสนุนผู้เรียน ด้านการเรียนการสอน การวิจัยและการบริการวิชาการมีความเพียงพอและมีคุณภาพ ดังนี้

หลักสูตรฯ มีการจัดอาจารย์ที่ปรึกษา ในการให้คำปรึกษาแก่ผู้เรียน โดยนอกเหนือจากหน้าที่ของอาจารย์ที่ปรึกษาแล้ว หลักสูตรยังได้กำหนดหน้าที่ในการให้คำปรึกษาตามบริบทของนักศึกษา ซึ่งได้แจ้งให้นักศึกษารับรู้รับทราบตั้งแต่วันปฐมนิเทศนักศึกษาระดับสาขาฯ โดยแบ่งบทบาทการให้คำปรึกษา ได้แก่

ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย และ ผศ.ดร.เขมิกา แสนโสม ให้คำปรึกษางานด้านวิชาการ การเรียน

อ.ณิชาภา พิมลศิริ และ อ.วัลวลี ศีลพันธุ์ ให้คำปรึกษาด้านกิจกรรมนักศึกษา

อาจารย์วัลวลี ศีลพันธุ์ และ ผศ.นุชนาถ มีนาสันติรักษ์ ให้คำปรึกษาด้านการใช้ชีวิต และการปรับตัวในมหาวิทยาลัยฯ

ผศ.ดร.กิตติชัย เจริญชัย และ อ.ณิชาภา พิมลศิริ ให้คำปรึกษาด้านการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

หลักสูตรฯ มีการมอบทุนการศึกษาสำหรับนักศึกษาที่มีผลการเรียนดี มีความประพฤติดี และกิจกรรมเด่น ทุกปีการศึกษา โดยพิจารณาผลการเรียนความประพฤติ และการมีส่วนร่วมในกจกรรมต่างๆ

6.3. An adequate system is shown to exist for student progress, academic performance, and workload monitoring. Student progress, academic performance, and workload are shown to be systematically recorded and monitored. Feedback to students and corrective actions are made where necessary.

เกณฑ์คุณภาพย่อยที่ 6.3 หลักสูตรมีระบบการตรวจสอบความก้าวหน้าของนักศึกษา ผลการเรียนและการติดตามภาระงานที่เพียงพอ และมีการบันทึกและติดตามข้อมูลอย่างเป็นระบบ มีการสะท้อนข้อเสนอแนะต่อนักศึกษาและดำเนินการแก้ไขปรับปรุงการดำเนินงานในกรณีที่จำเป็น

ผลการดำเนินงาน

หลักสูตรฯ ได้มีการกำหนดให้มีระบบการติดตามความก้าวหน้า ผลการเรียน และการตรวจสอบภาระการ เรียนของผู้เรียน โดยใช้วิธีการที่หลากหลายในการกำกับและติดตามที่มหาวิทยาลัยได้จัดทำขึ้นเป็นระบบสารสนเทศในการเพิ่ม-ถอนรายวิชา ข้อมูลการลงทะเบียนของนักศึกษา ข้อมูลลงทะเบียน ระบบยกเลิกรายวิชา ตารางสอน ข้อมูลสารสนเทศด้านภาวะการมีงานทำ ข้อมูลผลการเรียน ข้อมูลการจัดทำ มคอ. 3, 4, 5 และ 6 ข้อมูลการเป็นที่ปรึกษาและข้อมูลวิเคราะห์ศักยภาพผู้เรียนเป็นต้น โดยอาจารย์ผู้สอนทุกท่านจะเป็นผู้รับผิดชอบในการกำกับติดตามในลักษณะของอาจารย์ที่ปรึกษาในแต่ละหมู่เรียน และทุกชั้นปี ซึ่งข้อมูลจากการวิเคราะห์ศักยภาพผู้เรียนนี้จะไปใช้ในการปรับปรุงตัวนักศึกษาแบบรายบุคคลที่มีผลต่อการคงอยู่ของนักศึกษาและการออกของนักศึกษาโดยตรง โดยวัดผลจากการเพิ่ม-ถอนรายวิชา ข้อมูลการลงทะเบียนของนักศึกษา ข้อมูลลงทะเบียน ระบบยกเลิกรายวิชา ข้อมูลผลการเรียนเป็นหลัก ซึ่งสามารถยกตัวอย่างของระบบได้ ดังนี้

1. ความก้าวหน้าของนักศึกษา

ในทุกภาคการศึกษาในวันเปิดเทอมที่ได้มีการพบที่ปรึกษา ทางที่ปรึกษาจะให้นักศึกษาตรวจสอบผลการเรียน และรายวิชาที่เรียนมาทั้งหมดโดยการเข้าตรวจสอบที่ระบบบริการการศึกษา ที่เมนูตรวจสอบจบ ซึ่งจะเป็นการตรวจสอบผลการเรียน จำนวนรายวิชาที่ผ่านและไม่ผ่าน ในแต่ละภาคการศึกษา เพื่อที่นักศึกกษาจะได้มีการวางแผนการลงทะเบียนในอนาคตต่อไป ในหมวดวิชา หรือกลุ่มวิชาที่ยังลงทะเบียนเรียนไม่ครบหรือยังไม่ผ่านในรายวิชานั้นๆ

2. ผลการเรียน

หลักสูตรฯ มีระบบในการติดตามทางด้านผลการเรียนของนักศึกษา 2 ระบบ คือ ระบบการ วิเคราะห์ศักยภาพผู้เรียน และระบบการเป็นที่ปรึกษาของอาจารย์ซึ่งทั้ง 2 ระบบนี้จะทำงานคู่กันโดยนักศึกษา ทุกชั้นปีจะได้รับการดูแลจากอาจารย์ที่ปรึกษาตั้งแต่ต้นจนจบการศึกษา โดยอาจารย์ที่ปรึกษาประจำหมู่เรียนที่ ถูกแต่งตั้งทำหน้าที่กำกับติดตามความก้าวหน้าของผู้เรียน ติดตามผลการเรียนของนักศึกษาที่มีความเสี่ยงที่จะต้องออกกลางคันหรือมีปัญหาในการเรียนในแต่ละรายวิชาและข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับนักศึกษารายบุคคล โดยข้อมูลเหล่านี้จะมาจากระบบการวิเคราะห์ศักยภาพผู้เรียน นอกจากนี้ทางหลักสูตรยังกำหนดให้อาจารย์ที่ ปรึกษาประจำหมู่เรียนรายงานการให้คำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษาของนักศึกษาเข้าสู่การพิจารณา ความก้าวหน้าในการเรียนและศักยภาพของผู้เรียนในการประชุมของคณะกรรมการบริหารหลักสูตรเพื่อสรุป และหาแนวทางในการช่วยเหลือนักศึกษาที่มีผลการเรียนต่ำกว่าเกณฑ์ที่หลักสูตรกำหนด

3. การตรวจสอบปริมาณงาน ในการตรวจสอบปริมาณงานของนักศึกษาทางหลักสูตรฯ ได้จัดให้มีอาจารย์ผู้รับผิดชอบใน รายวิชาทุกรายวิชาให้จัดทำแผนการเรียนการสอน (มอค.3) ที่มีรายละเอียดของรายวิชา จุดมุ่งหมายและ วัตถุประสงค์ ส่วนประกอบของรายวิชา การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา แผนการสอนและการประเมินผล ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน แผนการประเมินผลการเรียนรู้ ที่มีผลการเรียนรู้ (Learning Outcome) วิธีการประเมิน กำหนดเวลาการประเมิน และสัดส่วนของการประเมินผล ให้สอดคล้องกับการจัดทำตารางการ ให้คะแนนของนักศึกษาที่ประกอบด้วย รหัสนักศึกษา ชื่อ-นามสกุล เวลาในการเข้าเรียน งาน/ชิ้นงาน/ผลงาน/ สอบย่อยที่มีระยะเวลาในการส่งงานกำกับและติดตามงานของนักศึกษา คะแนนกลางภาค คะแนนปลายภาค เพื่อใช้ในการตรวจสอบสำหรับอาจารย์ และทำการจัดส่งให้กับนักศึกษาเพื่อทำการตรวจสอบคะแนนความ ถูกต้องและข้อสงสัยของนักศึกษาสำหรับการส่งงานในแต่ละครั้งผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Line , Messenger เป็นต้นเพื่อเป็นการยืนยันข้อมูลและ ลดข้อร้องเรียนของนักศึกษาในการให้คะแนนของผู้สอนประจำรายวิชาต่าง ๆ

6.4. Co-curricular activities, student competition, and other student support services are shown to be available to improve learning experience and employability.

เกณฑ์คุณภาพย่อยที่ 6.4 มีกิจกรรมเสริมหลักสูตร กิจกรรมการแข่งขันของผู้เรียน และการบริการสนับสนุนผู้เรียนด้านต่าง ๆ เพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์การเรียนรู้ ทักษะและความสามารถในการทำงาน

ผลการดำเนินงาน

ในปีการศึกษา 2568 หลักสูตรฯ ได้จัดระบบสนับสนุนการให้คำปรึกษาแนะนำนอกเหนือจากการเป็นที่ปรึกษาของคณาจารย์ประจำหมู่เรียนต่าง ๆ แล้ว หลักสูตรฯ เองยังเปิดให้นักศึกษาสามารถเข้าพบคณาจารย์ที่ไม่ใช้อาจารย์ที่ปรึกษาประจำหมู่เรียนของตนก็ได้ โดยเปิดโอกาสให้นักศึกษาสามารถเข้าหาอาจารย์ที่ตนเองสะดวกและสบายใจในการเข้ามาให้คำปรึกษาผ่าน Facebook โทรศัพท์ หรือผ่านสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ

เพื่อให้นักศึกษาสามารถเข้าถึงการให้คำปรึกษาทั้งทางด้านวิชาการ การดำรงชีวิต การเรียนการสอน การแนะแนวอาชีพ ตลอดจนการให้คำปรึกษาเรื่องส่วนตัวได้อย่างทันเวลา หากปัญหานั้นเป็นปัญหาที่มีผลต่อส่วนรวมและองค์กร ทางหลักสูตรจะดำเนินการเรียกประชุมคณาจารย์ในหลักสูตร เพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาหรือหาทางช่วยเหลือในประเด็นดังกล่าว

นอกจากนี้หลักสูตรฯ ยังมีการสนับสนุนส่งเสริมให้มีกิจกรรมเสริมหลักสูตรเพื่อเน้นการพัฒนานักศึกษา ตามแผนอย่างต่อเนื่อง โดยส่งเสริมให้นักศึกษาได้เข้าร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตร การเข้าประกวดแข่งขัน ที่ทำให้นักศึกษาได้พัฒนาศักยภาพตนเองและการประกอบอาชีพในอนาคตโดยผลการดำเนินที่โดดเด่นในปี การศึกษา 2568 ดังนี้

1. กิจกรรมปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่ให้กับนักศึกศึกษาชั้นปีที่ 1 ในวันที่ 16 มิถุนายน 2568 ซึ่งในกิจกรรมจะเป็นการชี้แจงแผนการ เรียน รูปแบบการจัดการเรียนการสอน การเตรียมความพร้อมด้านวิชาการและการดำรงชีวิตในมหาวิทยาลัย รูปแบบการฝึกงานและสหกิจศึกษา และยังมีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์การเรียนจากรุ่นพี่และการทำงานจากศิษย์เก่า

2. กิจกรรมการเข้าร่วมแข่งขันทักษะทางวิชาการระดับชาติ ณ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ในระหว่างวันที่ 19 - 20 สิงหาคม พ.ศ. 2568 โดยนักศึกษาได้เข้าร่วมรายการแข่งขัน ดังนี้ กิจกรรมการแข่งขันประกวดนักขายมืออาชีพ"The Best Sales man 2025" กิจกรรมการแข่งขันทักษะวิชาการด้านการตลาด "Marketing Knowledge Contest 2025" และกิจกรรมการแข่งขันประกวดการพูดเล่าเรื่องด้วยภาษาไทยกลาง หัวข้อ "ความภาคภูมิใจในท้องถิ่น" โดนนักศึกษาได้ใช้ความรู้จากรายวิชาทั้งหมดเพื่อเข้าร่วมการแข่งขัน ซึ่งผลการแข่งขันนายธันยธรณ์ ยุระพันธ์ คว้ารางวัล รองชนะเลิศอันดับ 1 และนายอดิศร คำภูเมือง คว้ารางวัล ชมเชย จากเวทีการแข่งขันประกวดการพูดเล่าเรื่องด้วยภาษาไทยกลาง หัวข้อ “ความภาคภูมิใจในท้องถิ่น

3. กิจกรรมเข้าร่วมนำเสนอบทความวิจัยประเภทบรรยาย (Oral Presentation) ในการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 13 วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย [The 13th National and International Conference 2025 (CASNIC 2025)] ณ วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย จังหวัดขอนแก่น วันที่ วันที่ 8 พฤศจิกายน 2568 โดยนักศึกษาสาขาวิชาการตลาดได้รับรางวัลการนำเสนอแบบบรรยายดีเด่น (Best Oral Presentation) จำนวน 2 ผลงานวิจัย จากจำนวนผู้นำเสนอทั้งสิ้น 162 ผลงานวิจัยที่เข้าร่วมนำเสนอในการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ในครั้งนี้ประกอบด้วย

เรื่องที่ 1 "แนวทางการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง ตำบลท่าสองคอน อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม" ผู้วิจัย : นางสาวอะพัดชา เต็มวงษ์ และนางสาวอิสริยา ชัยบุญ

เรื่องที่ 2 "การศึกษาเทคนิคการขายของขนมไทยครูนิจ บ้านนาโพธิ์ ตำบลนาโพธิ์ อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม" ผู้วิจัย : นางสาวชลธิชา พันทอง และนางสาวอัจฉราพร สุขม่วง

4. กิจกรรมบริการวิชาการสาขาวิชาการตลาด หัวข้อ“เส้นทางสู่นักการตลาด” ให้กับนักเรียน นักศึกษาในสถาบันการศึกษาเขตจังหวัดมหาสารคาม จังหวัดร้อยเอ็น จังหวัดกาฬสินธุ์ ในโครงการ การแนะแนวและประชาสัมพันธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ซึ่งเป็นการบูรณาการเรียนการสอนกับรายวิชาการบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย วิชาการออกแบบแคมเปญการตลาดดิจิทัล โดยนักศึกษาจะได้ลงพื้นที่ปฏิบัติจริง ตามสถาบันการศึกษา จำนวน 21 สถาบัน ดังนี้

ลำดับ	ชื่อสถาบันการศึกษา	วัน เดือน ปี และเวลา ที่จัดกิจกรรม
1	วิทยาลัยเทคนิคกาฬสินธุ์ แผนกวิชาการตลาดและแผนกธุรกิจค้าปลีก จังหวัดกาฬสินธุ์	วันที่ 26 พฤศจิกายน 2568 เวลา 13.00 - 15.00 น.
2	วิทยาลัยเทคนิคกาฬสินธุ์ แผนกวิชาการจัดการโลจิสติกและซัพพลายเชน จังหวัดกาฬสินธุ์	วันที่ 27 พฤศจิกายน 2568 เวลา 08.30 - 10.30 น.
3	วิทยาลัยอาชีวศึกษามหาสารคาม แผนกวิชาธุรกิจค้าปลีก จังหวัดมหาสารคาม	วันที่ 1 ธันวาคม 2568 เวลา 13.00 - 15.00 น.
4	วิทยาลัยเทคนิคมหาสารคาม แผนกวิชาการจัดการโลจิสติกและซัพพลายเชน จังหวัดมหาสารคาม	วันที่ 3 ธันวาคม 2568 เวลา 13.00 - 15.00 น.
5	วิทยาลัยการอาชีพมหาสารคาม แผนกวิชาธุรกิจค้าปลีกและแผนกวิชาการจัดการโลจิสติกและซัพพลายเชน จังหวัดมหาสารคาม	วันที่ 7 มกราคม 2569 เวลา 13.30 - 15.30 น.
6	โรงเรียนท่าขอนยางพิทยาคม จังหวัดมหาสารคาม	วันที่ 8 ธันวาคม 2568 เวลา 08.30 - 10.30 น.
7	โรงเรียนหนองเหล็กศึกษา จังหวัดมหาสารคาม	วันที่ 11 ธันวาคม 2568 เวลา 13.30 - 14.30 น.
8	โรงเรียนมหาชัยพิทยาคาร จังหวัดมหาสารคาม	วันที่ 12 ธันวาคม 2568 เวลา 11.00 - 12.00 น.
9	โรงเรียนโกสุมวิทยาสรรค์ จังหวัดมหาสารคาม	วันที่ 15 ธันวาคม 2568 เวลา 13.00 - 15.00 น.
10	โรงเรียนบรบือวิทยาคาร จังหวัดมหาสารคาม	วันที่ 12 มกราคม 2569 เวลา 13.00 - 15.00 น.
11	โรงเรียนวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม	วันที่ 13 มกราคม 2569 เวลา 12.00 - 15.30 น.
12	โรงเรียนงัวบาวิทยาคม จังหวัดมหาสารคาม	วันที่ 19 มกราคม 2569 เวลา 14.00 - 15.00 น.

ลำดับ	ชื่อสถาบันการศึกษา	วัน เดือน ปี และเวลา ที่จัดกิจกรรม
13	โรงเรียนมัธยมวัดกลางโกสุม จังหวัดมหาสารคาม	วันที่ 20 มกราคม 2569 เวลา 10.00 - 11.00 น.
14	วิทยาลัยอาชีวศึกษานครราชสีมา แผนกวิชาการตลาด และแผนกวิชาธุรกิจค้าปลีก จังหวัดนครราชสีมา	วันที่ 21 มกราคม 2569 เวลา 13.30 - 15.30 น.
15	โรงเรียนนาโพธิ์พิทยาสรรพ์ จังหวัดมหาสารคาม	วันที่ 22 มกราคม 2569 เวลา 09.00 - 11.00 น.
16	โรงเรียนกุดรังประชาสรรค์ จังหวัดมหาสารคาม	วันที่ 22 มกราคม 2569 เวลา 13.00 - 14.00 น.
17	โรงเรียนเกิ้งวิทยานุกูล จังหวัดมหาสารคาม	วันที่ 23 มกราคม 2569 เวลา 13.00 - 14.00 น.
18	โรงเรียนมัธยมยางสีสุราช จังหวัดมหาสารคาม	วันที่ 23 มกราคม 2569 เวลา 15.00 - 16.00 น.
19	โรงเรียนเสือโก้กวิทยาสรรค์ จังหวัดมหาสารคาม	วันที่ 26 มกราคม 2569 เวลา 14.00 - 15.00 น.
20	โรงเรียนเหล่ากลางวิทยาคม จังหวัดกาฬสินธุ์	วันที่ 28 มกราคม 2569 เวลา 11.00 - 12.00 น.
21	โรงเรียนลำปาวิทยาคม จังหวัดกาฬสินธุ์	วันที่ 27 มกราคม 2569 เวลา 11.00 - 12.00 น.

5. โครงการวิศวกรสังคมสาขาวิชาการตลาด จัดโครงการวิศวกรสังคม ในวันที่ 4 – 7 สิงหาคม 2568 โดยลงพื้นที่กลุ่มชุมชนบ้านโนนสำราญ ตำบลโนนภิบาล กลุ่มชุมชนในเขตอำเภอแกดำ จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งได้มีการรวมกลุ่มพัฒนาอาชีพดังนี้ กลุ่มเพาะเลี้ยงไข่ผำ กลุ่มไก่ไข่อารมณ์ดี กลุ่มปลาร้าบอง มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างและบ่มเพาะนักศึกษาให้เป็นบัณฑิตนักปฏิบัติที่มีทักษะในการพัฒนาและแก้ไขปัญหาของชุมชนท้องถิ่นอย่างยั่งยืน ผ่านกระบวนการลงพื้นที่จริงและประยุกต์ใช้องค์ความรู้จากห้องเรียนเพื่อสร้างนวัตกรรม

6. โครงการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพทางวิชาชีพนักศึกษาสาขาวิชาการตลาด ในวันที่ 17-24 ธันวาคม 2568 ณ มหาวิทยาลัยหลูตง เมืองเยียนไถ มณฑลซานตง สาธารณรัฐประชาชนจีน โดยมีกิจกรรมต่างๆ เช่น การอบรมในหัวข้อ ภาษาจีนเบื้องต้นสำหรับงานสายอาชีพการตลาด, การสนทนาภาษาจีนเบื้องต้นสำหรับงานสายอาชีพการตลาด ศึกษาดูงานและเยี่ยมชมภูเขาเยียนไถ (Yantaishan Scenic Area) และถนนเฉาหยาง-ซั่วเฉิงลี่ เพื่อศึกษาพื้นที่ประวัติศาสตร์ แหล่งเรียนรู้ประวัติศาสตร์สมัยใหม่ และลักษณะทางภูมิศาสตร์กายภาพของเมืองเยียนไถ มณฑลซานตง สาธารณรัฐประชาชนจีน ศึกษาดูงานและเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์วัฒนธรรมไวน์จางหยู (Changyu Wine Culture Museum) เพื่อศึกษาและเรียนรู้เรื่องราว

ประวัติศาสตร์การผลิตไวน์ของจีน และกิจกรรมการแสดง และการแลกเปลี่ยนศิลปะวัฒนธรรมของนักศึกษาจากทั้ง 2 มหาวิทยาลัย

6.5. The competences of the support staff rendering student services are shown to be identified for recruitment and deployment. These competences are shown to be evaluated to ensure their continued relevance to stakeholders

เกณฑ์คุณภาพย่อยที่ 6.5 มีการกำหนดสมรรถนะ ของบุคลากรสายสนับสนุนที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการสนับสนุนผู้เรียนไว้อย่างชัดเจน เพื่อใช้ในการสรรหาบุคลากรสายสนับสนุนและสร้างการรับรู้สมรรถนะที่กำหนด มีการประเมินสมรรถนะเพื่อให้มั่นใจว่าบุคลากรสายสนับสนุนจะสามารถให้บริการได้อย่างราบรื่นและตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย บทบาทหน้าที่และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของบุคลากรสายสนับสนุนถูกกำหนดไว้อย่างชัดเจนเพื่อให้มั่นใจว่าการให้บริการจะเป็นไปอย่างราบรื่น

ผลการดำเนินงาน

หลักสูตรฯ มีการดำเนินการการบริหารทรัพยากรมนุษย์ด้านบริการนักศึกษาเพื่อตอบสนองความต้องการทางการศึกษา งานวิจัย และงานบริการวิชาการ โดยส่วนใหญ่มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์กลาง (ยกเว้น สิ่งอำนวยความสะดวกเฉพาะ อาทิเช่น ห้องปฏิบัติการทางคอมพิวเตอร์) มหาวิทยาลัยฯ จัดให้มีบุคลากรสายสนับสนุนภายในร่วมกัน อาทิ งานทะเบียนและประมวลผล เจ้าหน้าที่ IT ศูนย์คอมพิวเตอร์ สำนักวิทยบริการ ศูนย์แพทย์มรม. งานหอพักนักศึกษาเป็นต้น และจัดให้มีบุคลากรสายสนับสนุนสังกัดสำนักงานคณบดี คณะวิทยาการจัดการ ทำหน้าที่ในการดูแลการจัดการเรียนการสอน การบริการการศึกษา การบริหารงานธุรการ งานคลังและพัสดุ งานนโยบายแผนและประกันคุณภาพ งานบริการวิชาการ งานวิจัย และงานกิจการนักศึกษาให้แก่ทุกหลักสูตร จำนวน 11 คน

หลักสูตรฯ มีการดำเนินการร่วมกันกับคณะวิทยาการจัดการ มีกระบวนการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรตามเกณฑ์ของที่มหาวิทยาลัยกำหนด โดยมีการกำหนดคุณสมบัติและคุณวุฒิผู้สมัครตรงตามตำแหน่ง ซึ่งกระบวนการสรรหได้มีการแต่งตั้งคณบดีและหัวหน้าสำนักงานของวิทยาลัยเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการสอบทำหน้าที่ตรวจสอบคุณสมบัติ มีคณะกรรมการออกข้อสอบที่ออกข้อสอบภาคความรู้ความสามารถทั่วไปและภาคความรู้เฉพาะตำแหน่ง เพื่อให้ได้บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ความชำนาญ ความเหมาะสมกับตำแหน่งที่รับสมัครอย่างแท้จริงมาบรรจุ โดยหลักเกณฑ์และวิธีการเกี่ยวกับการสรรหานั้น เป็นไปตามประกาศมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม และได้มีการ เผยแพร่ประกาศการรับสมัครผ่านทางเว็บไซต์ของคณะและมหาวิทยาลัย

หลังจากที่ได้ดำเนินการคัดเลือก และมีผู้มารายงานตัวบรรจุเป็นบุคลากร แล้วจึงได้มีการจัดทำคำสั่งมอบหมายภาระงานเพื่อกำหนดขอบเขตภาระงานและความรับผิดชอบให้แก่บุคลากรใหม่ได้ทราบและยึดถือปฏิบัติ โดยบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการทุกคนต้องทำแบบข้อตกลงภาระงานและพฤติกรรมการปฏิบัติงาน

ของบุคลากรประเภทสายสนับสนุนวิชาการ ตามสัดส่วนภาระงานที่มหาวิทยาลัยได้ให้ค่าน้ำหนักภาระงานประกอบสัดส่วนการประเมินจากผลสัมฤทธิ์ของงาน ทางมหาวิทยาลัยมีการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานสายสนับสนุน โดยผู้บังคับบัญชา (หัวหน้า สำนักงาน) และจากคณบดีคณะวิทยาการจัดการทุกภาคการศึกษา ตามระบบออนไลน์ของมหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยมีการประเมินผลการปฏิบัติงานบุคลากร โดยมีการกำหนดวิธีการประเมินผลที่เป็นธรรม มีหลักฐานในการตรวจสอบได้ การสร้างการมีส่วนร่วมในการจัดทำแบบประเมินผลการปฏิบัติงาน มีการกำหนดตัวชี้วัดที่สอดคล้องกับแผนกลยุทธ์การบริหารและพัฒนาบุคลากร แผนกลยุทธ์ของมหาวิทยาลัย และมีการเผยแพร่หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินก่อนที่จะทำการประเมิน โดยการจัดระบบการประเมินผลงานที่มีประสิทธิภาพเป็นธรรม เพื่อกำหนดค่าตอบแทน สิทธิประโยชน์ ตลอดจนการจัดสวัสดิการที่เหมาะสม เพื่อส่งเสริมให้บุคลากรมีคุณภาพชีวิตที่ดี

ตารางที่ 6.5-1 จำนวนและคุณวุฒิการศึกษาของเจ้าหน้าที่สนับสนุน (ณ วันที่ 12 พฤษภาคม 2568)

ลำดับ	ชื่อ - สกุล	วันเริ่มบรรจุ	อายุราชการคงเหลือ	วันเกษียณอายุราชการ	สถานะปัจจุบัน					
					วุฒิการศึกษา			ตำแหน่งวิชาการ		
					ตรี	โท	เอก	ชำนาญการ	ชำนาญการพิเศษ	เชี่ยวชาญ
	ข้าราชการพลเรือนในสถาบันฯ									
1	นางจันทนันท์ จารุโณปถัมภ์	02/07/33	2 ปี	30/09/70		√			√	
	พนักงานในสถาบันฯ (งปม.)	-								
2	นางสร้อยศิรินทร์ เพียงเกตุ	05/01/41	6 ปี	30/09/74		√				
3	นายชัยยง ศรีคุณแก้ว	15/06/44	8 ปี	30/09/76	√			√		
4	นางไพรัช นุตไว	01/12/42	7 ปี	30/09/75		√		√		
5	ว่าที่ ร.ต.รังสิต เรียงอิศราง	12/06/43	10 ปี	30/09/78	√					
6	น.ส.ประภัสสร แสนพินิจ	01/07/47	14 ปี	30/09/82		√				
7	น.ส.จิตรลดา ศรีบุญเรือง	01/02/53	12 ปี	30/09/81		√				
	พนักงานราชการ									
8	นายณรงค์ฤทธิ์ แก้วสีขาว	01/02/48	12 ปี	30/09/80	√					
	พนักงานในสถาบันฯ (งบรายได้)	-								
9	นายเอกพันธ์ ศูนย์จันทร์	01/10/55	21 ปี	30/09/89	√					
10	นางสาวสุรีพร อู่อรุณ	14/09/57	26 ปี	30/09/95		√				
11	นายสมพงษ์ แก้วเกต									

6.6. Student support services are shown to be subjected to evaluation, benchmarking, and enhancement.

เกณฑ์คุณภาพย่อยที่ 6.6 มีการประเมินผลการให้การบริการและสนับสนุนผู้เรียน มีการเทียบเคียงและปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง

ผลการดำเนินงาน

ในปีการศึกษา 2568 หลักสูตรฯ ไม่มีเจ้าหน้าที่สนับสนุนประจำหลักสูตร ดังนั้นทางหลักสูตรฯ จึงใช้บริการเจ้าหน้าที่สนับสนุนของทางมหาวิทยาลัยฯ ซึ่งทางมหาวิทยาลัยมีการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานสายสนับสนุน โดยผู้บังคับบัญชา (หัวหน้าสำนักงาน) และจากคณบดีคณะวิทยาการจัดการ ทุกภาคการศึกษาตามระบบออนไลน์ของมหาวิทยาลัย

หลักฐานแสดงผลการดำเนินงาน

AUN-QA-6.1 มคอ.2 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

AUN-QA-6.2 ระบบบริการการศึกษา Link: https://regis.rmu.ac.th/registrar/home.asp

AUN-QA-6.3 Facebook Fanpage สาขาวิชาการตลาด : https://www.facebook.com/share/18gcbDM6bU

AUN-QA-6.4 TikTok สาขาวิชาการตลาด : https://www.tiktok.com/@rmu.marketing

AUN-QA-6.5 กิจกรรมปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่ให้กับนักศึกศึกษาชั้นปีที่ 1
Link: https://www.facebook.com/share/p/1BQq2YjCtK/

AUN-QA-6.6 แข่งขันทักษะทางวิชาการในงานบริหารธุรกิจวิชาการครั้งที่ 11 คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี Link: https://www.facebook.com/share/p/1EZq4mNC3W
Link: https://www.facebook.com/share/p/1Cegp4PsY6/

AUN-QA-6.7 การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 13 วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย
Link: https://www.facebook.com/share/p/194UmRMNmm/
Link: https://www.facebook.com/share/p/1BjKm4oMzj

AUN-QA-6.8 กิจกรรมบริการวิชาการสาขาวิชาการตลาด หัวข้อ“เส้นทางสู่นักการตลาด”
Link: https://www.facebook.com/share/r/1GCSBKsi9J/
Link: https://www.facebook.com/share/v/17m4TtPmmw
Link: https://www.facebook.com/share/r/18zAxyW2zv

AUN-QA-6.9 โครงการการแนะแนวและประชาสัมพันธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

AUN-QA-6.10 โครงการวิศวกรสังคมสาขาวิชาการตลาด
Link: https://www.facebook.com/share/v/1EFydpGmBs
Link: https://www.facebook.com/share/v/197GuwiLXo
Link: https://www.facebook.com/share/v/197GuwiLXo

Link: https://www.facebook.com/share/v/1AzVwWqrQ8/

Link: https://www.facebook.com/share/v/1946NwSxYe

Link: https://www.facebook.com/share/v/1D1qfJXQ9U/

AUN-QA-6.11 โครงการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพทางวิชาชีพนักศึกษาสาขาวิชาการตลาด

Link: https://www.facebook.com/share/v/1BnnFqoon1/

Link: https://www.facebook.com/share/p/18jyKXFL8C/

Link: https://www.facebook.com/share/p/1BNW25durZ/

Link: https://www.facebook.com/share/p/1KusXcXLXC

AUN-QA-6.12 แผนบริหารและพัฒนาบุคลากรคณะวิทยาการจัดการ

เกณฑ์คุณภาพที่ 7 สิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐาน (Facilities and Infrastructure)

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

เกณฑ์คุณภาพที่ 7 –เกณฑ์ย่อย

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

เกณฑ์คุณภาพย่อยที่ 7.1 มีทรัพยากรทางกายภาพของหลักสูตร รวมถึงวัสดุอุปกรณ์และเทคโนโลยีสารสนเทศเพียงพอต่อการดำเนินงาน

ผลการดำเนินงาน

คณะกรรมการบริหารหลักสูตร ฯ ทำการสำรวจจัดทำความต้องการสิ่งสนับสนุนการเรียนการสอนของอาจารย์ผู้สอนและนักศึกษา เพื่อจัดสรรสิ่งสนับสนุนการเรียนการสอน โดยนำผลการประเมินสิ่งสนับสนุนการเรียนการสอนจากนักศึกษาอาจารย์และบุคลากร มาใช้เป็นข้อมูลร่วมในการพิจารณาเตรียมความพร้อมของสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ของหลักสูตรดังนี้

1. สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

สาขาวิชาฯ มีสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ ดังนี้

1) พื้นที่สำหรับให้นักศึกษาเข้าพบอาจารย์และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ทำงานร่วมกัน ทำให้นักศึกษาเข้ามาปรึกษาการเรียนโดยเฉพาะวิชาวิจัยทางและสัมมนาเป็นจำนวนมาก

2) ห้องสมุดขนาดเล็ก ประกอบด้วย งานวิจัยและหนังสืออ่านนอกเวลาเรียน ทำให้การเรียนวิชาวิจัยทางการตลาดดีขึ้น

3) มี Facebook Fanpage, TikTok 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

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

เกณฑ์คุณภาพย่อยที่ 7.2 ห้องปฏิบัติการและอุปกรณ์ แสดงให้เห็นว่ามีความทันสมัย เพียงพอ และมีประสิทธิภาพพร้อมใช้งาน

ผลการดำเนินงาน

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามและคณะวิทยาการจัดการมีนโยบายในการจัดหาและพัฒนาห้องปฏิบัติการและอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัย เพียงพอ และมีประสิทธิภาพพร้อมใช้งานเพื่อสนับสนุนการจัดการเรียนการสอนของหลักสูตร โดยมีการวางแผนสำรวจความต้องการในการใช้งานห้องปฏิบัติการและอุปกรณ์อย่างเป็นระบบ มีการจัดสรรงบประมาณเพื่อการบำรุงรักษาและปรับปรุงให้พร้อมใช้งานอยู่เสมอ นอกจากนี้ หลักสูตรได้ประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภาคเอกชนเครือข่าย เพื่อเป็นแหล่งฝึกประสบการณ์วิชาชีพที่เพียงพอและเหมาะสมต่อการผลิตนักศึกษาที่มีคุณภาพสู่ตลาดแรงงานในปัจจุบัน

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

เกณฑ์คุณภาพย่อยที่ 7.3 มีห้องสมุดดิจิทัล เพื่อให้เท่าทัน ความก้าวหน้าของข้อมูลและเทคโนโลยีทางการสื่อสาร)

ผลการดำเนินงาน

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามมีสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำหน้าที่เป็นแหล่งเรียนรู้ดิจิทัลที่สนับสนุนการศึกษาและการวิจัย โดยให้บริการสืบค้นข้อมูลผ่านระบบออนไลน์ที่เว็บไซต์https://arit.rmu.ac.th/ ทั้งในระบบเครือข่ายแบบมีสายและไร้สาย นักศึกษาสามารถเข้าถึงทรัพยากรสารสนเทศได้อย่างหลากหลาย เช่น หนังสือ ตำรา วารสาร วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย สื่ออิเล็กทรอนิกส์และฐานข้อมูลต่าง ๆ มหาวิทยาลัยได้ดำเนินการพัฒนาห้องสมุดดิจิทัลให้เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ที่สามารถเข้าถึงได้ทุก ที่ทุกเวลาผ่านเว็บไซต์ https://arit.rmu.ac.th/ โดยมีการติดตั้งระบบเครือข่ายทั้งแบบมีสายและไร้สายที่ ครอบคลุมพื้นที่ทั่วมหาวิทยาลัยอาจารย์ในหลักสูตรมีการแนะนำและส่งเสริมให้นักศึกษาใช้แหล่งสารสนเทศ ออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย เช่น ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ฉบับเต็ม (ThaiLIS) และ Google Scholar โดยมีบุคลากรของสำนักวิทยบริการฯ คอยให้คำปรึกษาและดูแลการใช้

บริการ นักศึกษาในหลักสูตรสามารถเข้าใช้บริการห้องสมุด และสามารถจองห้องประชุมผ่านระบบ ออนไลน์ในเว็บไซต์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงการใช้บริการดาวน์โหลดบทความ วิจัยและวิทยานิพนธ์เพื่อประกอบการทำรายงานและวิทยานิพนธ์ ได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย เช่น ThaiJo , ThaiLIS และ Google ScholarI: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามมีแผนการพัฒนาและแผนการปรับปรุงในปี การศึกษาต่อไปโดยมหาวิทยาลัยดำเนินการ เช่น ฐานข้อมูลการใช้บริการห้องสมุดดิจิทัล ฐานข้อมูล E-book และระบบการติดตาม การประเมินการให้บริการแบบ Real-time

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

เกณฑ์คุณภาพย่อยที่ 7.4 มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ตอบสนองความต้องการของบุคลากรและนักศึกษา

ผลการดำเนินงาน

มีการติดตั้งระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ตอบสนองความต้องการของบุคลากรและผู้เรียน ดังนี้

ชื่อระบบสารสนเทศ	User	วัตถุประสงค์	URL
ระบบบริการการศึกษา	บุคลากร และนักศึกษา	เพื่ออำนวยความสะดวก เช่น งานวิชาการ การบันทึกข้อมูลอาจารย์พิเศษ การเงิน ตรวจสอบเลขครุภัณฑ์ บันทึกการไปราชการ จัดตั้งคำของบประมาณรายจ่ายประจำปี	https://regis.rmu.ac.th/registrar/home.asp
ระบบสารสนเทศสำหรับบุคลากร	บุคลากร	พื่อปรับเปลี่ยนการบริหารงานบุคคลจากงานเอกสารสู่ระบบดิจิทัลที่รวดเร็ว แม่นยำ และช่วยในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์	https://doc.rmu.ac.th/vncaller/
ระบบการบริหารงาน (MIS)	บุคลากรคณะ	การออกเกรด การให้คำปรึกษา ตรวจสอบการเข้าร่วมกิจกรรมของนักศึกษา ตารางสอน ผลการเรียน	https://slip.rmu.ac.th/login.php
ระบบทะเบียนกิจกรรมนักศึกษา	นักศึกษา	เพื่อ บริหารจัดการข้อมูลการเข้าร่วมกิจกรรมนอกห้องเรียนของนักศึกษาอย่างเป็นระบบ เปลี่ยนการบันทึกแบบเดิมให้เป็นดิจิทัล เพื่อใช้เป็นหลักฐานยืนยันการศิษย์เก่าที่มีคุณภาพและมีทักษะพร้อมทำงาน (Soft Skills)	https://e-activity.rmu.ac.th/

ชื่อระบบสารสนเทศ	User	วัตถุประสงค์	URL
ระบบสารสนเทศหลักสูตร	บุคลากรและนักศึกษา	เพื่อ บริหารจัดการข้อมูลโครงสร้างหลักสูตร รายวิชา และแผนการเรียนของสถาบันการศึกษาให้อยู่ในระบบดิจิทัลที่เชื่อมโยงกัน เพื่อให้การปรับปรุงพัฒนาหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนมีความถูกต้อง แม่นยำ และเป็นไปตามมาตรฐานการศึกษา	https://promo-curriculum.rmu.ac.th/
ระบบจัดซื้อจัดจ้าง	บุคลากร	พื่อ ควบคุมและบริหารกระบวนการซื้อสินค้าและบริการขององค์กรให้มีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ และเกิดความคุ้มค่าสูงสุด	https://finance.rmu.ac.th/?page_id=859
ระบบสารบรรณอิเล็คทรอนิกส์	บุคลากร	เพื่อ ปรับเปลี่ยนกระบวนการรับ-ส่ง สร้าง เวียน และจัดเก็บหนังสือราชการหรือเอกสารภายในองค์กร จากรูปแบบกระดาษสู่ระบบดิจิทัล เพื่อเพิ่มความรวดเร็ว ความปลอดภัย และความถูกต้องตามระเบียบงานสารบรรณ	https://doc.rmu.ac.th/DocClient/
ระบบสลิปเงินเดือน	บุคลากร	เพื่อบริหารจัดการและนำส่งเอกสารแสดงรายได้-ภาษีของพนักงานในรูปแบบดิจิทัล	https://slip.rmu.ac.th/
ระบบประเมนผลการเรียนการสอน	บุคลากรและนักศึกษา	รวบรวมข้อมูลสะท้อนกลับ (Feedback) จากผู้เรียนเกี่ยวกับคุณภาพวิชาและผู้สอน	https://eval.rmu.ac.th/login

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

เกณฑ์คุณภาพย่อยที่ 7.5 มหาวิทยาลัยให้บริการโครงสร้างพื้นฐานทางคอมพิวเตอร์และเครือข่ายที่เข้าถึงได้ง่าย ซึ่งช่วยให้มหาวิทยาลัยสามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการสอน การวิจัย การบริการ และการบริหารอย่างเต็มที่

ผลการดำเนินงาน

มหาวิทยาลัย จัดให้มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความจำเป็นของอาจารย์ เจ้าหน้าที่ และผู้เรียน ได้แก่ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ บริการห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ บริการห้องตัดต่อสื่อมัลติมีเดียและถ่ายทำสื่อการเรียนการสอน ซึ่งติดตั้งอยู่ที่อาคารศูนย์คอมพิวเตอร์และศูนย์ภาษาและอาคารสำนักวิทยบริการ เพื่อใช้ในการค้นคว้าข้อมูล การพิมพ์งาน และการทำงานต่าง ๆ แก่อาจารย์

นักศึกษาและบุคลากรสายสนับสนุน การดูแลระบบและการให้บริการดำเนินการโดยสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพตลอด 24 ชั่วโมง

จากปีการศึกษา 2568 มหาวิทยาลัยได้ประเมินระบบเทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความจำเป็น ของอาจารย์ เจ้าหน้าที่ และนักศึกษา โดยสอบถามความคิดเห็นของอาจารย์ เจ้าหน้าที่ และนักศึกษาที่มีต่อระบบเทคโนโลยี สารสนเทศต่าง ๆ มีความพึงพอใจระดับมาก สามารถใช้งานเพื่อการเรียนการสอน การวิจัย การบริการ และการบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิผล มหาวิทยาลัย คณะ และหลักสูตรมีแผนการปรับปรุงเรื่องของการประเมินความพึงพอใจของคณาจารย์และนักศึกษา เกี่ยวกับการบริการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย โดยประเมินแบบ Real time เพื่อนำผลมาปรับปรุงพัฒนาต่อไป

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

เกณฑ์คุณภาพย่อยที่ 7.6 มีการกำหนดมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม สุขภาพและความปลอดภัย ตลอดจนวิธีการเข้าถึงสำหรับผู้ที่มีความต้องการพิเศษและมีการนำไปใช้

ผลการดำเนินงาน

หลักสตูร ใช้แนวทางการดำเนินงานของคณะวิทยาการจัดการในการกำหนดมาตรฐานด้านความปลอดภัย/สิ่งแวดล้อม มาตรฐานความปลอดภัยในห้องปฏิบัติการ มาตรฐานความปลอดภัยในอาคาร และผู้ที่มีความต้องการพิเศษหน่วยงานสำนักงานคณบดีรับผิดชอบ และอาจารย์ในหลักสตูรกระตุ้นให้นักศึกษาช่วยดูแลโดยใช้หลักการ 5 ส. มาใช้เป็นแนวปฏิบัติ ดังนี้

1. ด้านสิ่งแวดล้อม

1.1 ให้เจ้าหน้าที่อาคาร ดูแลบริเวณรอบอาคาร และหน้าคณะให้มีความร่มรื่น และรดน้ำพื้นสนามหญ้าต้นไม้ ทุก ๆ วัน และทำความสะอาดบริเวณโต๊ะ เก้าอี้ ให้มีความสะอาดเสมอ

1.2 ให้ทุกหลักสูตร จัดบริเวณพื้นที่ของตนเอง ทั้งในห้องเรียน และนอกห้องเรียน ให้โล่งโปร่ง และอากาศถ่ายเทได้สะดวก

1.3 ให้ทุกหลักสูตรตรวจสอบแอร์ทุกห้องหากพบว่าชำรุดให้แจ้งต่อคณะทันที

1.4 ให้หัวหน้าสำนักงานคณะกำกับดูแลแม่บ้านทำความสะอาดโดยเฉพาะอย่างยิ่งบริเวณห้องน้ำทุกอาคารทุกชั้น

1.5 ให้ประธานสาขา ทุกหลักสตูรตรวจสอบความสะอาดอาคาร และรายงานหากพบว่า พื้นที่ไม่มีความสะอาด น้ำไม่ไหล หรือมีกลิ่นภายในอาคาร

1.6 ให้บุคลากรทุกคน จัดบริเวณของตนเองให้มีความสะอาดอยู่เสมอ

2. สุขภาพ

2.1 คณะดำเนินการประสานกับมหาวิทยาลัย และศูนย์แพทย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ดำเนินการตรวจสุขภาพประจำปี ให้แก่ บุคลากรและนักศึกษา โดยให้รองคณบดีฝ่ายพัฒนานักศึกษาเป็นผู้ประสานงาน

2.2 ในกรณีที่นักศึกษาหลักสูตรใด เจ็บป่วยในระหว่างเรียนที่คณะ ให้อาจารย์ผู้สอน หรือ ประธานสาขาหรือ อาจารย์ของหลักสูตร ประสานไปยังคณะทันที และให้หัวหน้าสำนักงานคณะ ประสานไปยัง ศูนย์แพทย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามโดยเร็ว

2.3 ในกรณีที่เป็นบุคลากร หากมีความเจ็บป่วยในระหว่างการทำงาน ให้หัวหน้าสำนักงานคณะประสานไปยังศูนย์ แพทย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามโดยเร็ว

2.4 หากมีความจำเป็นต้องเคลื่อนย้ายผู้ป่วย ให้หัวหน้าสำนักงานคณะประสานไปยังโรงพยาบาลมหาสารคาม

3. ด้านความปลอดภัย

3.1 ให้เจ้าหน้าที่ประจำอาคาร ตรวจสอบความเรียบร้อยอาคารเรียน และรายงานอาทิตย์ละ 1 ครั้ง และรายงานให้หัวหน้าสำนักงานคณะทราบ

3.2 ให้นักวิชาการคอมพิวเตอร์ที่ได้รับมอบหมาย ตรวจสอบกล้องวงจรปิดอย่างน้อยอาทิตย์ละ 1 ครั้ง และรายงานให้หัวหน้าสำนักงานคณะทราบ

3.3 ให้เจ้าหน้าที่ประจำอาคาร ตรวจสอบอุปกรณ์ป้องกันอัคคีภัย ของคณะ บริเวณชั้นที่ 1 อย่าง น้อย อาทิตย์ละ 1 ครั้ง และรายงานให้หัวหน้าสำนักงานคณะทราบ

3.4 ในกรณีที่ไฟฟ้าดับ ระหว่างการจัดการเรียนการสอน หรือเกิดไฟฟ้าลัดวงจรในกรณีที่ใช้ห้องปฏิบัติการให้ประธานสาขา หรืออาจารย์ผู้สอน ปลดเบรกเกอร์ของห้องนั้นทันที และรีบดำเนินการแจ้งให้คณะทราบทันที เพื่อคณะจะได้แจ้ง ให้ฝ่ายไฟฟ้าของมหาวิทยาลัยต่อไป

3.5 ให้ประธานสาขา และอาจารย์ทุกคน ตรวจสอบการปิดไฟ/ปิดแอร์/อุปกรณ์ไฟฟ้าอื่น ๆ ทุก ครั้ง เมื่อออกจาก ห้องทำงาน และตรวจสอบ และล้อคห้องด้วยกุณแจทุกครั้งเมื่อออกจากห้องทำงาน

3.6 ให้เจ้าหน้าที่ประจำอาคาร ตรวจสอบการปิดไฟ/ปิดแอร์/อุปกรณ์ไฟฟ้าอื่น ๆ ทุกครั้ง ทุกชั้น ก่อนปิดอาคาร

อาจารย์ประจำหลักสูตรฯนักศึกษา เจ้าหน้าที่อาคาร แม่บ้าน อาจารย์ประจำหลักสูตร อาจารย์ผู้สอน เข้าร่วมดูแลตามหลัก 5 ส. ในแต่ละด้าน

1.ด้านสิ่งแวดล้อม หลักสูตรจัดการเรียนการสอน ในอาคารของคณะวิทยาการจัดการ ได้จัดพื้นห้องสมุดคณะวิทยาการจัดการชั้น 1 ที่ห้องโถง มีระบบเครือข่ายให้นักศึกษาได้นั่งพักผ่อน หรือค้นคว้า ข้อมูลตามความต้องการ รวมทั้งจัดให้
มีหนังสือ วิทยานิพนธ์และเอกสารต่าง ๆ เพื่อการศึกษาค้นคว้า

2.ด้านสุขภาพ หลักสูตรได้ใช้กลไกของคณะ โดยในมหาวิทยาลัยจัด ให้มีศูนย์แพทย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เครือข่ายโรงพยาบาลมหาสารคาม ตั้งอยู่ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม สำหรับให้

การปฐมพยาบาล และการดูแล รักษาเบื้องต้น มีรถฉุกเฉินของชมรมกู้ภัยพระเจ้าศรีโสภณ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่สามารถนำส่งนักศึกษากรณีที่เจ็บป่วยหรือเกิดอุบัติเหตุไปยังโรงพยาบาลมหาสารคาม ได้อย่างทันท่วงที และเหมาะสม

3.ด้านความปลอดภัย จัดให้มีระบบรักษาความปลอดภัยภายในอาคาร

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

เกณฑ์คุณภาพย่อยที่ 7.7 มหาวิทยาลัยมีสภาพแวดล้อมทางกายภาพ สังคม และจิตใจที่เอื้อต่อการศึกษา การวิจัย และสุขภาวะ

ผลการดำเนินงาน

มหาวิทยาลัยมีการสร้างสภาวะแวดล้อมทางกายภาพ ทางสังคมและจิตใจที่เอื้อต่อการเรียนการสอน การวิจัย และสุขภาวะที่ดีของบุคคล ดังนี้

มหาวิทยาลัย และคณะ มีการจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพ สังคมและจิตใจเพื่อให้เอื้อต่อการเรียนการวิจัยและคุณภาพชีวิตส่วนบุคคล 3 ด้าน ได้แก่

ด้านจิตใจ: คณะและมหาวิทยาลัยมีการจัดตกแต่งภูมิทัศน์ธรรมชาติ การแต่งสวน สนามหญ้าสำหรับให้นักศึกษา พักผ่อนและนั่งทำงาน ด้านข้างตึกคณะวิทยาการจัดการ

ด้านกายภาพ: มหาวิทยาลัยมีสถานที่ออกกำลังกาย ฟิตเนส มีสระว่ายน้ำ สนามกีฬา สนาม 3 และเวทีมวย โรงอาหาร หอพักนักศึกษา หอพักอาจารย์ สวนหย่อมเพื่อสุขภาพริมคลองสมถวิล สถานที่ออกกำลังกาย ความปลอดภัยขอกบุคลากรและนักศึกษา ทางเดินรอบสระน้ำสำหรับการออกกำลังกายของบุคลากรและนักศึกษา

ด้านสังคม:มหาวิทยาลัย มีกิจจกรรมเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างนักศึกษาและนักศึกษา กิจกรรมระหว่างนักศึกษาและอาจารย์ การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรภายในมหาวิทยาลัย เช่น ชุมนุมนักศึกษา พิธีอัญเชิญตราพระราชลัญจากร การให้คำปรึกษานักศึกษาด้านสุขภาพจิตจากศูนย์แพทย์มหาวิทยาลัย มีบริการรถจักรยานไฟฟ้า

การดูแลและกำกับติดตามดำเนินการโดยคณะวิทยาการจัดการและมหาวิทยาลัย ผ่านหน่วยงานอาคารสถานที่และหน่วยรักษาความปลอดภัย อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาวิชาการเคมีทำหน้าที่ดูแลและรับฟังข้อเสนอแนะจากนักศึกษาเพื่อส่งต่อไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หลักสูตรมอบอาจารย์ในหลักสตูรทุกท่านดูแลนักศึกษาให้ได้รับบริการ หากมีข้อเสนอแนะในการให้บริการ อาจารย์ในหลักสตูรจะดำเนินการแจ้งโดยตรงไปยังหน่วยงานที่รับผิดชอบ หลักสูตรมีแผนปรับปรุงการตรวจสอบความสอดคล้องของการบริการคุณภาพชีวิตที่ส่งผลต่อการพัฒนา

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

ผลการดำเนินงาน

มหาวิทยาลัยมีการกำหนดสมรรถนะของบุคลากรสายสนับสนุนที่ทำหน้าที่ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับสิ่งอำนวยความสะดวกไว้ในภาพรวม ในประเด็นต่างๆ ดังนี้ 1) ทรัพยากรการดำเนินงานมีความทันสมัย เพียงพอและเหมาะสม 2) การและกิจกรรมมีความหลากหลาย สะดวก รวดเร็ว ครอบคลุม เหมาะสม 3) การจัดอาคารสถานที่ บรรยากาศ และสภาพแวดล้อมมีความเหมาะสมต่อบริบทการให้บริการ 4) บุคลากรมีความรู้ความสามารถในบทบาทหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย และ 5) บุคลากรมีจิตบริการ ให้บริการอย่างเสมอภาคเป็นกัลยาณมิตร โดยมีการประเมินสมรรถนะดังกล่าวอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้มั่นใจว่าบุคลากรสายสนับสนุนมีทักษะที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย

7.9. The quality of the facilities (library, laboratory, IT, and student services) are shown to be subjected to evaluation and enhancement.
เกณฑ์คุณภาพย่อยที่ 7.9 มีการประเมินและปรับปรุงคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องสมุด ห้องปฏิบัติการ เทคโนโลยีสารสนเทศ และการบริการนักศึกษา

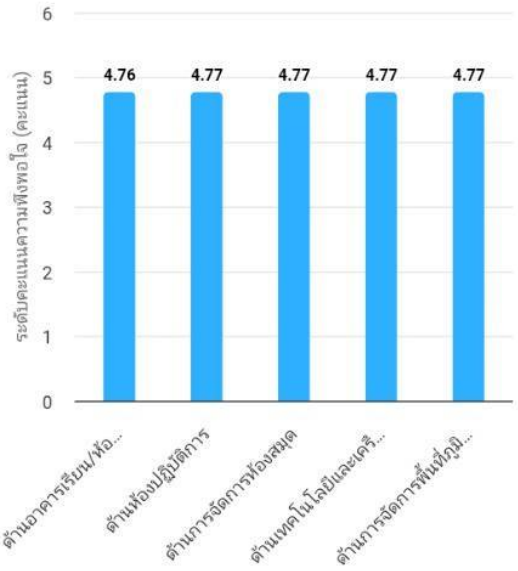
ผลการดำเนินงาน

มหาวิทยาลัยมีการประเมินคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ห้องสมุด ห้องปฏิบัติการ เทคโนโลยีสารสนเทศ และหน่วยงานการให้บริการผู้เรียนต่าง ๆ มหาวิทยาลัยมอบให้สำนักมาตรฐานและประกันคุณภาพของมหาวิทยาลัยดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของนักศึกษา และอาจารย์ในการประเมินและเก็บข้อมูลจากนักศึกษาและอาจารย์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและตรงกับความต้องการจริง

รายงานผลการสำรวจความพึงพอใจของนักศึกษาและอาจารย์ต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

หลักสูตรสาขาวิชาการตลาด

4.77 คะแนน
ระดับความพึงพอใจ :: มากที่สุด



เกณฑ์การประเมิน

ระดับผลการประเมิน	ช่วงคะแนน
ระดับมากที่สุด	4.51 - 5.00
ระดับมาก	3.51 - 4.50
ระดับปานกลาง	2.51 - 3.50
ระดับน้อย	1.51 -2.50
ระดับน้อยที่สุด	1 - 1.50

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม (นักศึกษา)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	32	20.78
หญิง	122	79.22
ชั้นปี		
ปีที่ 1	38	24.68
ปีที่ 2	41	26.62
ปีที่ 3	32	20.78
ปีที่ 4	0	0.00
ปีที่ 5 ขึ้นไป	0	0.00
บัณฑิตใหม่	43	27.92

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม (อาจารย์)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	1	20.00
หญิง	4	80.00
วุฒิการศึกษา		
ปริญญาตรี	0	0.00
ปริญญาโท	3	60.00
ปริญญาเอก	2	40.00
ตำแหน่งทางวิชาการ		
อาจารย์	2	40.00
ผู้ช่วยศาสตราจารย์	3	60.00
รองศาสตราจารย์	0	0.00
ศาสตราจารย์	0	0.00
ประสบการณ์การบริหารหลักสูตร		
น้อยกว่า 1 ปี	0	0.00
1 - 2 ปี	0	0.00

ความพึงพอใจของนักศึกษาและอาจารย์ต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

รายการ	นักศึกษา		อาจารย์		รวม			
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ร้อยละ	ความหมาย
1. ด้านอาคารเรียน/ห้องเรียน	4.76	0.52	5.00	0.00	4.76	0.51	95.28	มากที่สุด
1.1 อาคารเรียน ห้องเรียนเพียงพอและเหมาะสมกับ การจัดการเรียนการสอน	4.76	0.51	5.00	0.00	4.77	0.51	95.35	มากที่สุด
1.2 บรรยากาศในห้องเรียนเหมาะสม (ขนาด แสงสว่าง อุณหภูมิ ความสะอาด) เอื้อต่อการเรียนรู้	4.75	0.53	5.00	0.00	4.76	0.52	95.22	มากที่สุด
1.3 วัสดุในห้องเรียน เช่น ไวท์บรอด ปากกาไวท์บอร์ด แปรงลบกระดานไวท์บอร์ดมีเพียงพอและพร้อมใช้งาน	4.76	0.51	5.00	0.00	4.77	0.51	95.35	มากที่สุด
1.4 โสตทัศนูปกรณ์ในห้องเรียน เช่น คอมพิวเตอร์ โปรเจคเตอร์ เครื่องฉายภาพ เป็นต้น มีเพียงพอและพร้อมใช้งาน	4.75	0.53	5.00	0.00	4.76	0.52	95.22	มากที่สุด
2. ด้านห้องปฏิบัติการ	4.76	0.51	5.00	0.00	4.77	0.51	95.42	มากที่สุด
2.1 เครื่องมือและอุปกรณ์มีจำนวนเพียงพอ และพร้อมใช้งาน	4.77	0.51	5.00	0.00	4.77	0.50	95.47	มากที่สุด
2.2 เครื่องมือและอุปกรณ์มีความทันสมัย และประสิทธิภาพ สำหรับการจัดการเรียนการสอน/การวิจัย	4.76	0.52	5.00	0.00	4.77	0.52	95.35	มากที่สุด
2.3 ขนาด แสงสว่าง อุณหภูมิ ความสะอาดของห้องปฏิบัติการ	4.77	0.51	5.00	0.00	4.77	0.50	95.47	มากที่สุด
2.4 ระบบรักษาความปลอดภัยในการเข้าใช้บริการ เช่น การใช้ห้องปฏิบัติการ การใช้สารเคมี หรือการใช้อุปกรณ์ต่างๆ	4.76	0.52	5.00	0.00	4.77	0.52	95.35	มากที่สุด
2.5 การให้บริการของเจ้าหน้าที่ประจำห้องปฏิบัติการ	4.77	0.51	5.00	0.00	4.77	0.50	95.47	มากที่สุด
3. ด้านการจัดการห้องสมุด	4.76	0.51	5.00	0.00	4.77	0.51	95.42	มากที่สุด
3.1 หนังสือ ตำรา สิ่งพิมพ์ วารสาร ฐานข้อมูลเพื่อการสืบค้น แหล่งเรียนรู้ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ในห้องสมุดมีปริมาณเพียงพอและทันสมัย	4.77	0.51	5.00	0.00	4.77	0.50	95.47	มากที่สุด
3.2 การสืบค้นออนไลน์ การจอง การยืมทรัพยากรสารสนเทศ มีความสะดวก รวดเร็ว ทันความต้องการ	4.76	0.52	5.00	0.00	4.77	0.52	95.35	มากที่สุด
3.3 การให้คำแนะนำ คำปรึกษา และการช่วยเหลือในการสืบค้นสารสนเทศ หรือการบริการยืมระหว่างห้องสมุด รวมทั้งการอบรมการใช้ฐานข้อมูลต่าง ๆ	4.77	0.51	5.00	0.00	4.77	0.50	95.47	มากที่สุด
3.4 การจัดพื้นที่เหมาะต่อการเรียนรู้	4.76	0.52	5.00	0.00	4.77	0.52	95.35	มากที่สุด
3.5 ระยะเวลาเปิด – ปิด มีความเหมาะสม	4.77	0.51	5.00	0.00	4.77	0.50	95.47	มากที่สุด
4. ด้านเทคโนโลยีและเครือข่ายอินเตอร์เน็ต (Wifi , LAN)	4.76	0.52	5.00	0.00	4.77	0.51	95.40	มากที่สุด
4.1 มีการบริการคอมพิวเตอร์ที่เพียงพอ	4.76	0.52	5.00	0.00	4.77	0.52	95.35	มากที่สุด
4.2 มีระบบการจัดการเรียนการสอนทางไกล ที่มีประสิทธิภาพ อาจารย์และนักศึกษาสามารถติดต่อสื่อสารได้อย่างใกล้ชิด	4.77	0.51	5.00	0.00	4.77	0.50	95.47	มากที่สุด

4.3 ความเร็วในการให้บริการเครือข่ายอินเตอร์เน็ต	4.76	0.52	5.00	0.00	4.77	0.52	95.35	มากที่สุด
4.4 จุดเชื่อมต่ออินเตอร์เน็ต Wifi ครอบคลุมทุกพื้นที่ในมหาวิทยาลัย	4.77	0.51	5.00	0.00	4.77	0.50	95.47	มากที่สุด
4.5 ความเสถียรภาพของระบบอินเตอร์เน็ต	4.76	0.52	5.00	0.00	4.77	0.52	95.35	มากที่สุด
5. ด้านการจัดการพื้นที่ภูมิทัศน์ และสาธารณูปโภค	4.76	0.51	5.00	0.00	4.77	0.51	95.42	มากที่สุด
5.1 มีสถานที่สำหรับนักศึกษาให้นักศึกษาและอาจารย์ พบปะ แลกเปลี่ยนสนทนา และทำงานร่วมกัน	4.77	0.51	5.00	0.00	4.77	0.50	95.47	มากที่สุด
5.2 มีพื้นที่ในการทำกิจกรรมนันทนาการ และออกกำลังกาย	4.76	0.52	5.00	0.00	4.77	0.52	95.35	มากที่สุด
5.3 การบริการรักษาพยาบาลกรณีฉุกเฉิน	4.77	0.51	5.00	0.00	4.77	0.50	95.47	มากที่สุด
5.4 ระบบน้ำประปามีความสะอาดและได้มาตรฐาน เพียงพอต่อการอุปโภคและบริโภค	4.76	0.52	5.00	0.00	4.77	0.52	95.35	มากที่สุด
5.5 ระบบไฟฟ้า แสงสว่างภายในอาคาร และนอกอาคารมีเพียงพอและทั่วถึง	4.77	0.51	5.00	0.00	4.77	0.50	95.47	มากที่สุด
5.6 สถานที่จอดจักรยานยนต์/รถยนต์ มีเพียงพอและปลอดภัย	4.76	0.52	5.00	0.00	4.77	0.52	95.35	มากที่สุด
5.7 จุดทิ้งขยะทั้งภายในและภายนอกอาคารมีเพียงพอและเหมาะสม	4.77	0.51	5.00	0.00	4.77	0.50	95.47	มากที่สุด
5.8 มีอุปกรณ์ป้องกันอัคคีภัยในบริเวณอาคารต่างๆ เช่น ถังดับเพลิง หัวฉีดดับเพลิง	4.76	0.52	5.00	0.00	4.77	0.52	95.35	มากที่สุด
5.9 มีป้อมยามและเจ้าหน้ารักษาความปลอดภัย พร้อมให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง	4.77	0.51	5.00	0.00	4.77	0.50	95.47	มากที่สุด
รวม	4.76	0.51	5.00	0.00	4.77	0.51	95.40	มากที่สุด

ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาหลักสูตร

แสดงข้อมูล 10 แถว ค้นหา

ลำดับ	รายการ
1.	- อาจารย์ครับ ขอการบ้านน้อยกว่านี้ได้มั้ยครับ
2.	- อาจารย์ของานน้อยกว่านี้หน่อยครับ
3.	- อาจารย์ใจดีและคอยให้คำปรึกษาแก่หนูค่ะ
4.	- เรียนสนุก ไม่เครียด อาจารย์ ยกตัวอย่างหลากหลายไม่เบื่อเลย
5.	- วิชาการตั้งราคาฯ ยากแต่เรียนสนุกค่ะ ถ้าให้ดีขอการบ้านน้อยหน่อยนะคะ
6.	- ได้ออกแนะแนวประชาสัมพันธ์หลักสูตรเป็นประสบการณ์ที่ดีมาก
7.	- เรียนสนุก ได้ประสบการณ์ที่ดี
8.	- อาจารย์สอนสนุกวิชาการทันสมัยและได้ออกประชาสัพันธ์หลักสูตรเป็นปรสบการณ์ที่ดี
9.	- อาจารย์ใจดี สอนดี ทุกท่านค่ะ
10.	- อาจารย์สอนสนุก และยังได้ฝึกประสบการณ์ในการการขายแบบมืออาชีพ

หลักฐานแสดงผลการดำเนินงาน

AUN-QA-7.1 ระบบประเมินการเรียนการสอน Link: https://eval.rmu.ac.th/login

AUN-QA-7.2 ระบบสำรวจความพึงพอใจของนักศึกษา/อาจารย์ต่อการบริหารหลักสูตร มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม Link: https://pollcurr.rmu.ac.th/

AUN-QA-7.3 รายงานผลการดำเนินงานสำนักวิทยบริการ
Link: https://heyzine.com/flip-book/c7b7b8c564.html#page/1

AUN-QA-7.4 ระบบการให้บริการ Link: www.center.rmu.ac.th/web2026/

เกณฑ์คุณภาพที่ 8 ผลผลิตและผลลัพธ์

Requirement	1	2	3	4	5	6	7
8.1. The pass rate, dropout rate, and average time to graduate are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.		✓					
8.2. Employability as well as self-employment, entrepreneurship, and advancement to further studies, are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.		✓					
8.3. Research and creative work output and activities carried out by the academic staff and students, are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.		✓					
8.4. Data are provided to show directly the achievement of the programme outcomes, which are established and monitored.		✓					
8.5. Satisfaction level of the various stakeholders are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.		✓					
Overall		2					

เกณฑ์คุณภาพที่ 8 –เกณฑ์ย่อย

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

เกณฑ์คุณภาพย่อยที่ 8.1 อัตราการสำเร็จการศึกษาอัตราการออกกลางคัน และเวลาเฉลี่ยในการสำเร็จการศึกษาของผู้เรียนในหลักสูตรถูกจัดเก็บ กำกับติดตาม และเทียบเคียงกับคู่เทียบเพื่อการพัฒนา

ผลการดำเนินงาน

อัตราการสำเร็จการศึกษา อัตราการออกกลางคัน และเวลาเฉลี่ยในการสำเร็จการศึกษา ของผู้เรียนในหลักสูตร ถูกจัดเก็บ กำกับติดตาม และเทียบเคียงกับคู่เทียบเพื่อการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 2.8.1 อัตราการจบการศึกษาและอัตราการออกกลางคัน (ห้าปีย้อนหลัง) (กรณีหลักสูตร 4 ปี)

ปีการศึกษา	จำนวนนิสิตแรกเข้า	ร้อยละของผู้เรียนที่จบภายใน			ร้อยละของผู้เรียนที่ออกกลางคัน			
		3 ปี	4 ปี	>4 ปี	ชั้นปีที่ 1	ชั้นปีที่ 2	ชั้นปีที่ 3	ชั้นปีที่ 4 ขึ้นไป
2564	67	41 61.19%	3 4.48%		13 19.40%	8 11.94%	2 2.99%	
2565	69	50 72.46%	2 2.90%		10 14.49%	4 5.80%		
2566	85	45 52.94%			10 11.76%	2 2.35%		
2567	92	22 23.91%			15 16.30%	6 6.52%		
2568	111				16 14.41%			

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

เกณฑ์คุณภาพย่อยที่ 8.2 อัตราการได้งานทำ การประกอบอาชีพอิสระ การเป็นผู้ประกอบการ และการศึกษาต่อของผู้เรียนในหลักสูตร ถูกจัดเก็บ กำกับติดตาม และเทียบเคียงกับคู่เทียบเพื่อการพัฒนา

ผลการดำเนินงาน

อัตราการได้งานทำ การประกอบอาชีพอิสระ การเป็นผู้ประกอบการ และการศึกษาต่อของผู้เรียนในหลักสูตร ถูกจัดเก็บ กำกับติดตาม และเทียบเคียงกับคู่เทียบเพื่อการพัฒนา ดังนี้

เนื่องจากหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด รับนักศึกษารุ่นที่ 1 ในปีการศึกษา 2565 ซึ่งนักศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 3 ซึ่งยังไม่สำเร็จการศึกษา โดยหลักสูตรฯ นี้ ได้ปรับปรุงจากหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด โดยมีการจัดเก็บข้อมูลอัตราการได้งานทำ

ปีการศึกษา	จำนวนผู้สำเร็จการศึกษา	จำนวนผู้ตอบแบบสำรวจ	บัณฑิตได้งานทำภายใน 1 ปี	ร้อยละ
2564	51	45	44	97.78
2565	63	56	54	98.18
2566	43	36	32	83.72
2567	38	30	30	100.00
2568	50	40	40	100.00

8.3. Research and creative work output and activities carried out by the academic staff and students, are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement
เกณฑ์คุณภาพย่อยที่ 8.3 ผลงานวิจัยและผลงานสร้างสรรค์ และกิจกรรมต่าง ๆ ที่ดำเนินการโดยบุคลากรสายวิชาการและผู้เรียน ถูกจัดเก็บ กำกับติดตาม และเทียบเคียงกับคู่เทียบเพื่อการพัฒนา

ผลการดำเนินงาน

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มีการกำหนดให้อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตรตีพิมพ์ผลงานวิจัยหรือผลงานวิชาการอย่างน้อย 1 ผลงาน ในระยะเวลา 5 ปี
ตารางที่ 8.3.1 ผลงานวิจัยหรือผลงานวิชาการ พ.ศ.2568

ที่	ชื่อ-สกุล	ผลงานวิชาการ พ.ศ.2568
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติชัย เจริญชัย	**บทความวิจัยและบทความวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ** สกุลทิพย์ แสงโปร่ง, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2568). ส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคชานมไข่มุกในยุคดิจิทัล. วารสารช่อพะยอม, 36(3), 86–96. Link: https://so01.tci-thaijo.org/index.php/ejChophayom/article/view/281761 ชนากานต์ พรหมประดิษฐ์, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2568). องค์ประกอบสมรรถนะการบริหารงานพัสดุของสถานศึกษาภาครัฐ. วารสารช่อพะยอม, 36(3), 76–85. Link: https://so01.tci-thaijo.org/index.php/ejChophayom/article/view/281762 อารียา ภูสีฤทธิ์, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2568). การจัดการโซ่อุปทานของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในยุคปัจจุบัน. วารสารช่อพะยอม, 36(2), 110–122. Link: https://so01.tci-thaijo.org/index.php/ejChophayom/article/view/281763 นันธิดา รัตนรักษ์, เสาวลักษณ์ คำกองแก้ว และกิตติชัย เจริญชัย. (2568). แนวทางการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมบ้านกุดรังตำบลกุดรัง อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม. วารสารสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 9(3), 464-474. Link: https://so02.tci-thaijo.org/index.php/soc-rmu/article/view/280254 จักรกริศน์ การะเกต, นาวา มาสวนจิก และกิตติชัย เจริญชัย. (2568). ผลกระทบของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 2 ภาค 2 ภาค

ที่	ชื่อ-สกุล	ผลงานวิชาการ พ.ศ.2568
		ตะวันออกเฉียงเหนือ, วารสารสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 9(2), 444-456. Link: https://so02.tci-thaijo.org/index.php/soc-rmu/article/view/279391 นิรมิตา จันทสูตร นันทะเสน, นิศารัตน์ โชติเชย และกิตติชัย เจริญชัย. (2568). คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธุรกิจโรงแรมในเขตจังหวัดมหาสารคาม, วารสารสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 9(2), 183-196. Link: https://so02.tci-thaijo.org/index.php/soc-rmu/article/view/278605 จตุพล สุนทรจันทร์, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2568). การสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้แอปพลิเคชั่นโปรมันนี่ (PROMONEY) ของสหกรณ์ออมทรัพย์ รพช.ร้อยเอ็ด จำกัด, วารสารสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 9(1), 201-211. Link: https://so02.tci-thaijo.org/index.php/soc-rmu/article/view/277702 ชุติมา ระดาพัฒน์, นรินทิพย์ บุษมงคล, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2568). แนวทางการพัฒนาการบริหารลูกค้าสัมพันธ์วิสาหกิจชุมชนกลุ่มตัดเย็บเสื้อผ้าบ้านท่าตูม ตำบลท่าตูม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม, Interdisciplinary Academic and Research Journal (วารสารสหวิทยาการวิจัยและวิชาการ), 5(4), 881-892. Link: https://so03.tci-thaijo.org/index.php/IARJ/article/view/285327 **บทความวิจัยและบทความวิชาการที่นำเสนอในการประชุมวิชาการ (ที่มี Proceeding)** ทักษอร พาลเหนือ,พัทธ์ธีรา ทองทุม, กิตติชัย เจริญชัย และสุรีพร อู่อรุณ. (2568). การศึกษาการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของขนมไทยครูนิจ บ้านนาโพธิ์ ตำบลนาโพธิ์ อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 13 "The 13th CAS National and International Conference 2025 (CASNIC 2025)".(หน้า 1718-1738). 8 พฤศจิกายน 2568. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. BE018 Link: https://drive.google.com/drive/folders/1-vY7Zza73lUUUXdoSqJGJ8L2jIxBO1Ia?usp=sharin วิยะดา หมื่นสีพรม, สุรวธิดา ศรีเวียงยา, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2568). การศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อของขนมไทยครูนิจ บ้านนาโพธิ์ ตำบลนาโพธิ์ อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 13 "The 13th CAS National and International Conference 2025 (CASNIC 2025)".(หน้า 1739-1754). 8 พฤศจิกายน 2568. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. BE019 Link: https://drive.google.com/drive/folders/1-vY7Zza73lUUUXdoSqJGJ8L2jIxBO1Ia?usp=sharin ณัฐวดี ภูดวงจิตร์, ปทุมพร พันธิทักษ์, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2568). การศึกษาการจัดการโซ่อุปทานของขนมไทยครูนิจ บ้านนาโพธิ์ ตำบลนาโพธิ์ อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 13 "The 13th CAS National and International Conference

ที่	ชื่อ-สกุล	ผลงานวิชาการ พ.ศ.2568
		2025 (CASNIC 2025)".(หน้า 1772-1790). 8 พฤศจิกายน 2568. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. BE021 Link: https://drive.google.com/drive/folders/1-vY7Zza73lUUUXdoSqJGJ8L2jlxBO1la?usp=sharin กมลชนก ศรีคราม, กฤติมา เขตนัทธี, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2568). การศึกษาการจัดการคลังสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรวิถีเชิงท่องเที่ยวทุ่งนาทอง บ้านเหล่าจั่น อำเภอแกดำ จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 13 "The 13th CAS National and International Conference 2025 (CASNIC 2025)".(หน้า 1822-1834). 8 พฤศจิกายน 2568. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. BE024 Link: https://drive.google.com/drive/folders/1-vY7Zza73lUUUXdoSqJGJ8L2jlxBO1la?usp=sharin ปรียา หมุนลี, ปริญลดา ศรีจวง, กิตติชัย เจริญชัย และนิรมิตา จันทสูตร นันทะเสน. (2568). การศึกษาการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของขนมไทยครูนิจ บ้านนาโพธิ์ ตำบลนาโพธิ์ อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 13 "The 13th CAS National and International Conference 2025 (CASNIC 2025)".(หน้า 1852-1872). 8 พฤศจิกายน 2568. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. BE026 Link: https://drive.google.com/drive/folders/1-vY7Zza73lUUUXdoSqJGJ8L2jlxBO1la?usp=sharin ปนัดดา บิงขุนทด, นลัทพร ลือคำหาญ, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2568). การศึกษาการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของขนมไทยครูนิจ บ้านนาโพธิ์ ตำบลนาโพธิ์ อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 13 "The 13th CAS National and International Conference 2025 (CASNIC 2025)".(หน้า 1873-1890). 8 พฤศจิกายน 2568. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. BE027 Link: https://drive.google.com/drive/folders/1-vY7Zza73lUUUXdoSqJGJ8L2jlxBO1la?usp=sharin ลลิตา บรรจมาตย์, พินสุดา ฝ่ายสิงห์, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2568). การศึกษาการจัดซื้อของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรวิถีเชิงท่องเที่ยวทุ่งนาทอง บ้านเหล่าจั่น อำเภอแกดำ จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 13 "The 13th CAS National and International Conference 2025 (CASNIC 2025)".(หน้า 1891-1903). 8 พฤศจิกายน 2568. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. BE028 Link: https://drive.google.com/drive/folders/1-vY7Zza73lUUUXdoSqJGJ8L2jlxBO1la?usp=sharin กมลนัทธ์ จินดาสุ, จุฑารัตน์ จราฤทธิ์, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2568). การศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายของขนมไทยครูนิจ บ้านนาโพธิ์ ตำบลนาโพธิ์ อำเภอกุดรัง จังหวัด

ที่	ชื่อ-สกุล	ผลงานวิชาการ พ.ศ.2568
		มหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 13 "The 13th CAS National and International Conference 2025 (CASNIC 2025)".(หน้า 1904-1919). 8 พฤศจิกายน 2568. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. BE029 Link: https://drive.google.com/drive/folders/1-vY7Zza73lUUUXdoSqJGJ8L2jIxBO1Ia?usp=sharin ชลชาติ จรรยาเลิศ, คณิตรา ทองอินทร์, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2568). การศึกษาการจัดการสินค้าคงคลังของขนมไทยครูนิจ บ้านนาโพธิ์ ตำบลนาโพธิ์ อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 13 "The 13th CAS National and International Conference 2025 (CASNIC 2025)".(หน้า 1920-1937). 8 พฤศจิกายน 2568. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. BE030 Link: https://drive.google.com/drive/folders/1-vY7Zza73lUUUXdoSqJGJ8L2jIxBO1Ia?usp=sharin จริยา ไชยชาติ, ธีรดา สมดง, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2568). การศึกษาการจัดการโลจิสติกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรวิถีเชิงท่องเที่ยวทุ่งนาทอง บ้านเหล่าจั่น อำเภอแกดำ จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 13 "The 13th CAS National and International Conference 2025 (CASNIC 2025)".(หน้า 1956-1970). 8 พฤศจิกายน 2568. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. BE032 Link: https://drive.google.com/drive/folders/1-vY7Zza73lUUUXdoSqJGJ8L2jIxBO1Ia?usp=sharin ธันยธรณ์ ยุระพันธ์, อดิศร คำภูเมือง, กิตติชัย เจริญชัย และนิรมิตา จันทสูตร นันทะเสน. (2568). การศึกษาการจัดซื้อของขนมไทยครูนิจ บ้านนาโพธิ์ ตำบลนาโพธิ์ อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 13 "The 13th CAS National and International Conference 2025 (CASNIC 2025)".(หน้า 1971-1988). 8 พฤศจิกายน 2568. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. BE033 Link: https://drive.google.com/drive/folders/1-vY7Zza73lUUUXdoSqJGJ8L2jIxBO1Ia?usp=sharin พัชราภรณ์ ยศตะโคตร, นรากร พรมศิลา, กิตติชัย เจริญชัย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2568). การศึกษาการจัดคลังสินค้าของขนมไทยครูนิจ บ้านนาโพธิ์ ตำบลนาโพธิ์ อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 13 "The 13th CAS National and International Conference 2025 (CASNIC 2025)".(หน้า 1989-2004). 8 พฤศจิกายน 2568. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. BE034 Link: https://drive.google.com/drive/folders/1-vY7Zza73lUUUXdoSqJGJ8L2jIxBO1Ia?usp=sharin

ที่	ชื่อ-สกุล	ผลงานวิชาการ พ.ศ.2568
2	ผู้ช่วยศาตราจารย์ ดร.เขมิกา แสนโสม	**บทความวิจัยและบทความวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ** จุรีรัตน์ ทรงพระ, ณิชา ชำนิสาร, กิตติชัย เจริญชัย และเขมิกา แสนโสม. (2568). แนวทางการพัฒนาการสร้างตราสินค้าของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง ตำบลท่าสองคอนอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม. วารสารสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 9(3), 714-723. Link: https://so02.tci-thaijo.org/index.php/soc-rmu/article/view/281336 **บทความวิจัยและบทความวิชาการที่นำเสนอในการประชุมวิชาการ (ที่มี Proceeding)** อิสริยา ชัยบุญ, อะพัดชา เต็มวงษ์, กิตติชัย เจริญชัย และเขมิกา แสนโสม. (2568). แนวทางการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง ตำบลทท่าสองคอน อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 13 "The 13th CAS National and International Conference 2025 (CASNIC 2025)".(หน้า 1700-1717). 8 พฤศจิกายน 2568. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น.BE017 Link: https://drive.google.com/drive/folders/1-vY7Zza73lUUUXdoSqJGJ8L2jIxBO1Ia?usp=sharin
3	ผู้ช่วยศาสตราจารย์นุชนาถ มีนาสันติรักษ์	**บทความวิจัยและบทความวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ** ธิดารัตน์ สิงห์สา, กัลยรัตน์ อนุนิวัฒน์, กิตติชัย เจริญชัย และนุชนาถ มีนาสันติรักษ์. (2568). แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของกลุ่มเสื่อกกไทบ้านแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม. วารสารสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 9(3), 724-734. Link: https://so02.tci-thaijo.org/index.php/soc-rmu/article/view/281341 **บทความวิจัย/ บทความทางวิชาการ ที่นำเสนอในการประชุมวิชาการ (ที่มี Proceeding)** ธิรดา น้อยเสนา, วรวุฒิ เพ็ขรแสน, กิตติชัย เจริญชัย และนุขนาถ มีนาสันติรักษ์. (2568). การศึกษาการตลาดเพื่อสังคมของขนมไทยครูนิจ บ้านนาโพธิ์ ตำบลนาโพธิ์ อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 13 "The 13th CAS National and International Conference 2025 (CASNIC 2025)".(หน้า 1808-1821). 8 พฤศจิกายน 2568. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. BE023 Link: https://drive.google.com/drive/folders/1-vY7Zza73lUUUXdoSqJGJ8L2jIxBO1Ia?usp=sharin
4	อาจารย์ณิชาภา พิมลศิริ	**บทความวิจัยและบทความวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ** ธีรศักดิ์ ไชยนามล, บุษกร จิตนาเรียง, กิตติชัย เจริญชัย และณิชาภา พิมลศิริ. (2568). แนวทางการพัฒนาเทคนิคการขายของวิสาหกิจชุมชนดอกอัญชันออร์แกนิคเชิงพาณิชย์ ตำบลเสือโก้ก อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม, วารสารสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 9(3), 106-116. Link: https://so02.tci-thaijo.org/index.php/soc-rmu/article/view/279860

ที่	ชื่อ-สกุล	ผลงานวิชาการ พ.ศ.2568
		บทความวิจัยและบทความวิชาการนำเสนอในการประชุมวิชาการ (ที่มี Proceeding) ชาลิษา มิ่งเมือง, สุพรรษา มหาอ้น, กิตติชัย เจริญชัย และณิชาภา พิมลศิริ. (2568). การศึกษาส่วนประสมการตลาดทางมุมมองผู้บริโภคของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรวิถีเชิงท่องเที่ยวทุ่งนาทอง บ้านเหล่าจั่น อำเภอแกดำ จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 13 "The 13th CAS National and International Conference 2025 (CASNIC 2025)".(หน้า 1755-1771). 8 พฤศจิกายน 2568. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. BE020 Link: https://drive.google.com/drive/folders/1-vY7Zza73lUUUXdoSqJGJ8L2jlxBO1la?usp=sharin เพ็ญนภา นวนพี้, ศศิธร มัธหา, กิตติชัย เจริญชัย และณิชาภา พิมลศิริ. (2568). การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองผู้บริโภคของขนมไทยครูนิจ บ้านนาโพธิ์ ตำบลนาโพธิ์ อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 13 "The 13th CAS National and International Conference 2025 (CASNIC 2025)".(หน้า 1938-1955). 8 พฤศจิกายน 2568. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. BE031 Link: https://drive.google.com/drive/folders/1-vY7Zza73lUUUXdoSqJGJ8L2jlxBO1la?usp=sharin
5	อาจารย์วัลวลี ศีลพันธุ์	**บทความวิจัยและบทความวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ** จิลลาภัทร พรมโสภา, อภิชญา นามวงษ์, กิตติชัย เจริญชัย และวัลวลี ศีลพันธุ์. (2568). การศึกษาปัจจัยการตลาดภายในของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมบ้านกุดรัง ตำบลกุดรัง อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม, วารสารสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 9(3), 117-125. Link: https://so02.tci-thaijo.org/index.php/soc-rmu/article/view/279859 ปนิดาพร โมกไธสง, พัชริดา ดังโพนทอง, กิตติชัย เจริญชัย และวัลวลี ศีลพันธุ์. (2568). แนวทางการพัฒนาเทคนิคการขายของกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านหวายหลึม ตำบลมะบ้า อำเภอทุ่งเขาหลวง จังหวัดร้อยเอ็ด. Interdisciplinary Academic and Research Journal (วารสารสหวิทยาการวิจัยและวิชาการ), 5(5), 431–444. Link: https://so03.tci-thaijo.org/index.php/IARJ/article/view/286013 พัชรียา ทองกำ, นันทวี เพ็ชรเจริญ, กิตติชัย เจริญชัย และวัลวลี ศีลพันธุ์. (2568). การออกแบบบรรจุภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มตัดเย็บเสื้อผ้าบ้านท่าตูมตำบลท่าตูม อำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม, Interdisciplinary Academic and Research Journal (วารสารสหวิทยาการวิจัยและวิชาการ), 5(4), 329-344. Link: https://so03.tci-thaijo.org/index.php/IARJ/article/view/283936 **บทความวิจัยและบทความวิชาการที่นำเสนอในการประชุมวิชาการ (ที่มี Proceeding)** น้ำฝน หงษ์ทอง, อลิสดา สัตนันท์, กิตติชัย เจริญชัย และวัลวลี ศีลพันธุ์. (2568). การศึกษาระบบสารสนเทศทางการตลาดของขนมไทยครูนิจ บ้านนาโพธิ์ ตำบลนาโพธิ์ อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 13 "The 13th CAS National and International Conference

ที่	ชื่อ-สกุล	ผลงานวิชาการ พ.ศ.2568
		2025 (CASNIC 2025)".(หน้า 1791-1807). 8 พฤศจิกายน 2568. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. BE022 Link: https://drive.google.com/drive/folders/1-vY7Zza73lUUUXdoSqJGJ8L2jIxBO1Ia?usp=sharin ชลธิชา พันทอง, อัจฉราพร สุขม่วง, กิตติชัย เจริญชัย และวัลวลี ศีลพันธุ์. (2568). การศึกษาเทคนิคการขายของขนมไทยครูนิจ บ้านนาโพธิ์ ตำบลนาโพธิ์ อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 13 "The 13th CAS National and International Conference 2025 (CASNIC 2025)".(หน้า 1835-1851). 8 พฤศจิกายน 2568. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น. BE025 Link: https://drive.google.com/drive/folders/1-vY7Zza73lUUUXdoSqJGJ8L2jIxBO1Ia?usp=sharin

ตารางที่ 8.3.2 ประเภทและจำนวนสิ่งพิมพ์งานวิจัย

ปี (ปฏิทิน)	ประเภทผลงานตีพิมพ์							
	Proceeding ระดับชาติ	Proceeding ระดับนานาชาติ/ อนุสิทธิบัตร	TCI กลุ่ม 3	TCI กลุ่ม 2	TCI กลุ่ม 1	วารสารระดับนานาชาติ/ สิทธิบัตร/ ตำรา	รวม	จำนวนผลงานตีพิมพ์ต่อบุคลากร
2565	16	-	-	2	-		18	18/5
2566	13	-	-	6	1	-	30	30/5
2567	18	-	3	6	1	-	28	28/5
2568	18	-	3	11	-	-	32	32/5

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

เกณฑ์คุณภาพย่อยที่ 8.4 ข้อมูลที่แสดงให้เห็นถึงการบรรลุผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร ถูกจัดเก็บและกำกับติดตาม

ผลการดำเนินงาน

ผลการดำเนินงานของหลักสูตรแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการคุณภาพการเรียนรู้ โดยเฉพาะในด้านการบรรลุผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร

สาขาวิชาได้มีการจัดเก็บข้อมูลและติดตามผลการเรียนรู้ของผู้เรียนอย่างเป็นระบบ ผ่านกระบวนการประเมินผลในรายวิชา การเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมทักษะ และโครงการพิเศษต่าง ๆ ที่เปิดโอกาสให้นักศึกษา

ได้แสดงความสามารถจริง อาทิ โครงการทดสอบความสามารถทางภาษาอังกฤษ กิจกรรมอบรมเตรียมความพร้อมสำหรับนักศึกษาใหม่

การดำเนินการทั้งหมดนี้อยู่ภายใต้กระบวนการติดตาม ตรวจสอบ และเทียบเคียงกับเกณฑ์มาตรฐานหรือคู่เทียบอย่างต่อเนื่อง โดยมีคณะกรรมการบริหารหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอนร่วมกันพิจารณาผลการดำเนินงานรายปี เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการพัฒนาหลักสูตรให้สามารถตอบสนองต่อเป้าหมายการเรียนรู้และความต้องการของสังคมได้อย่างแท้จริง

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

เกณฑ์คุณภาพย่อยที่ 8.5 ระดับความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ ถูกจัดเก็บ กำกับติดตาม และเทียบเคียงกับคู่เทียบเพื่อการพัฒนา

ผลการดำเนินงาน

ระดับความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสียต่าง ๆ ถูกจัดเก็บ กำกับติดตาม และเทียบเคียงกับคู่เทียบเพื่อการพัฒนา ดังนี้ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มีการรวบรวมข้อมูลป้อนกลับจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยใช้แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ ควบคู่กับการศึกษาแบบเจาะจงเฉพาะกลุ่มในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ ผู้ใช้บัณฑิต ศิษย์เก่าอาจารย์และนักศึกษาเพื่อวัดระดับความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและคุณภาพของผู้สำเร็จการศึกษาผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจจะนำมาใช้ในการพัฒนาการจัดการเรียนการสอนหรือการจัดกิจกรรมเสริมนอกเวลาเรียนพัฒนาหรือปรับเนื้อหารายวิชาเพื่อให้ทันกับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงตลอดจนเพื่อนำไปสู่การปรับปรุงพัฒนาหลักสูตรให้คุณภาพบัณฑิตเป็นไปตามคุณลักษณะที่พึงประสงค์เป็นไปตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติและสามารถสะท้อนความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หลักสูตรฯ มีการกำกับติดตามความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกลุ่มผู้ใช้บัณฑิต ศิษย์เก่า อาจารย์ และนักศึกษา โดยมีผลการประเมินความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างต่อเนื่อง เพื่อใช้ในการประบปรุงหลักสูตร ดังรายละเอียดต่อไปนี้

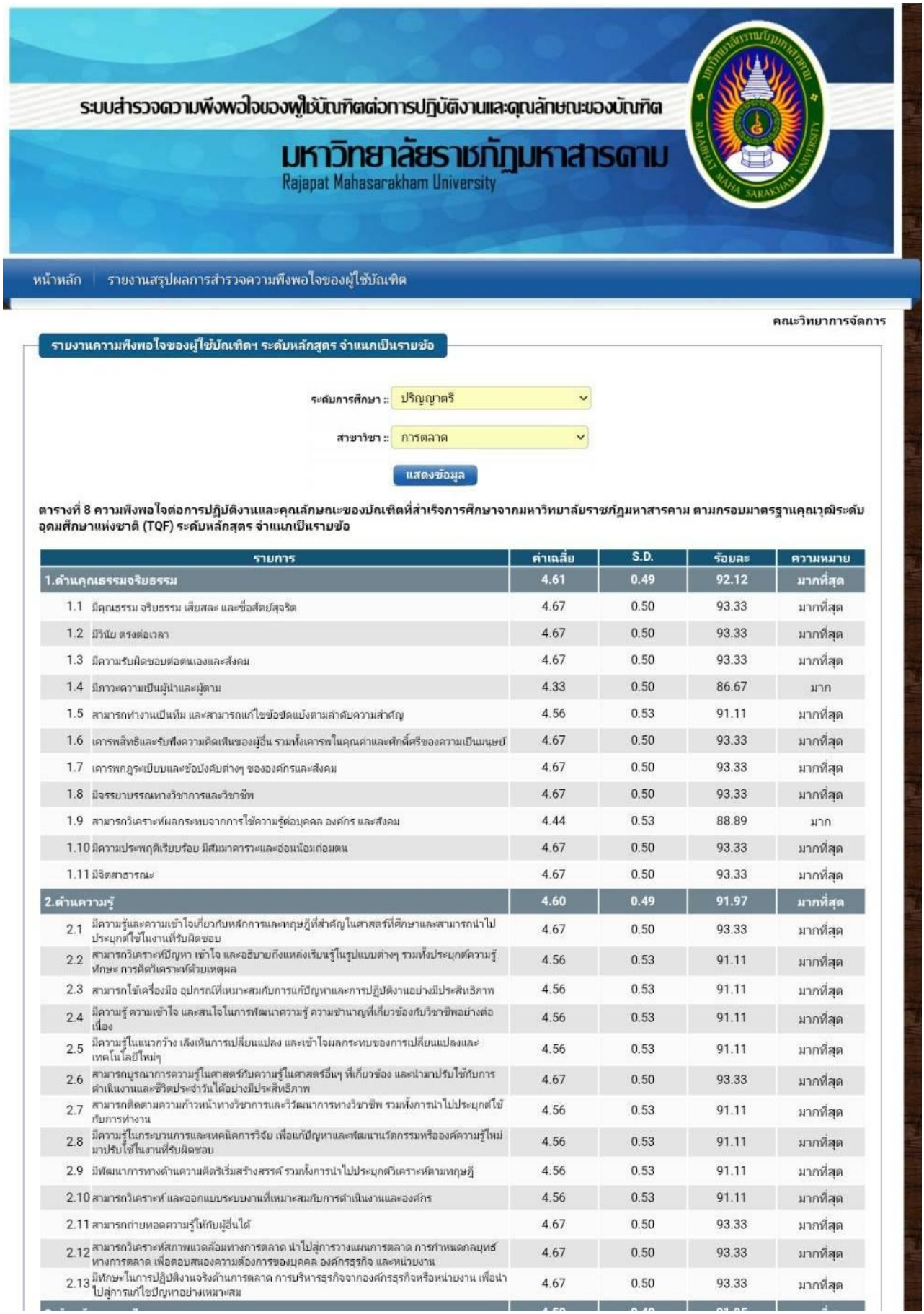
คณะวิทยาการจัดการ

รายงานความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตฯ จำแนกเป็นรายด้าน

ระดับการศึกษา :: ปริญญาตรี แสดงข้อมูล

ตารางที่ 6 ความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานและคุณลักษณะของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (TQF) จำแนกเป็นรายด้าน

คณะ/สาขาวิชา	จำนวนบัณฑิตที่ได้รับการประเมินความพึงพอใจ	ด้านคุณธรรมจริยธรรม		ด้านความรู้		ด้านทักษะทางปัญญา		ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ		ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ		รวม	
		ผลรวมของค่าคะแนน	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ผลรวมของค่าคะแนน	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ผลรวมของค่าคะแนน	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ผลรวมของค่าคะแนน	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ผลรวมของค่าคะแนน	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ผลรวมของค่าคะแนน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
1. การจัดการ	2	8.73	4.37	8.77	4.39	8.67	4.34	9.50	4.75	8.44	4.22	8.83	4.42
2. การตลาด	9	41.45	4.61	41.38	4.60	41.33	4.59	39.10	4.34	39.89	4.43	40.69	4.52
3. การบัญชี	37	167.64	4.53	158.58	4.29	159.00	4.30	162.60	4.39	159.33	4.31	161.53	4.37
4. การโรงแรมและการท่องเที่ยว	9	38.43	4.27	38.80	4.31	38.67	4.30	38.60	4.29	38.70	4.30	38.64	4.29
5. คอมพิวเตอร์ธุรกิจ	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6. ธุรกิจดิจิทัล	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7. นิเทศศาสตร์	13	62.54	4.81	61.71	4.75	61.78	4.75	61.70	4.75	60.11	4.62	61.65	4.74
8. เศรษฐศาสตร์	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
วิทยาการจัดการ	**70**	**318.91**	**4.56**	**309.00**	**4.41**	**309.44**	**4.42**	**311.50**	**4.45**	**306.56**	**4.38**	**311.32**	**4.45**



ตารางที่ 8 ความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานและคุณลักษณะของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (TQF) ระดับหลักสูตร จำแนกเป็นรายข้อ

รายการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ร้อยละ	ความหมาย
1.ด้านคุณธรรมจริยธรรม	**4.61**	**0.49**	**92.12**	**มากที่สุด**
1.1 มีคุณธรรม จริยธรรม เสียสละ และซื่อสัตย์สุจริต	4.67	0.50	93.33	มากที่สุด
1.2 มีวินัย ตรงต่อเวลา	4.67	0.50	93.33	มากที่สุด
1.3 มีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม	4.67	0.50	93.33	มากที่สุด
1.4 มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม	4.33	0.50	86.67	มาก
1.5 สามารถทำงานเป็นทีม และสามารถแก้ไขข้อขัดแย้งตามลำดับความสำคัญ	4.56	0.53	91.11	มากที่สุด
1.6 เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์	4.67	0.50	93.33	มากที่สุด
1.7 เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ขององค์กรและสังคม	4.67	0.50	93.33	มากที่สุด
1.8 มีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ	4.67	0.50	93.33	มากที่สุด
1.9 สามารถวิเคราะห์ผลกระทบจากการใช้ความรู้ต่อบุคคล องค์กร และสังคม	4.44	0.53	88.89	มาก
1.10 มีความประพฤติเรียบร้อย มีสัมมาคารวะและอ่อนน้อมถ่อมตน	4.67	0.50	93.33	มากที่สุด
1.11 มีจิตสาธารณะ	4.67	0.50	93.33	มากที่สุด
2.ด้านความรู้	**4.60**	**0.49**	**91.97**	**มากที่สุด**
2.1 มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในศาสตร์ที่ศึกษาและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในงานที่รับผิดชอบ	4.67	0.50	93.33	มากที่สุด
2.2 สามารถวิเคราะห์ปัญหา เข้าใจ และอธิบายถึงแหล่งเรียนรู้ในรูปแบบต่างๆ รวมทั้งประยุกต์ความรู้ ทักษะ การคิดวิเคราะห์ด้วยเหตุผล	4.56	0.53	91.11	มากที่สุด
2.3 สามารถใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ที่เหมาะสมกับการแก้ปัญหาและการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ	4.56	0.53	91.11	มากที่สุด
2.4 มีความรู้ ความเข้าใจ และสนใจในการพัฒนาความรู้ ความชำนาญที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง	4.56	0.53	91.11	มากที่สุด
2.5 มีความรู้ในแนวกว้าง เล็งเห็นการเปลี่ยนแปลง และเข้าใจผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงและเทคโนโลยีใหม่ๆ	4.56	0.53	91.11	มากที่สุด
2.6 สามารถบูรณาการความรู้ในศาสตร์กับความรู้ในศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง และนำมาปรับใช้กับการดำเนินงานและชีวิตประจำวันได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.67	0.50	93.33	มากที่สุด
2.7 สามารถติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการและวิวัฒนาการทางวิชาชีพ รวมทั้งการนำไปประยุกต์ใช้กับการทำงาน	4.56	0.53	91.11	มากที่สุด
2.8 มีความรู้ในกระบวนการและเทคนิคการวิจัย เพื่อแก้ปัญหาและพัฒนานวัตกรรมหรือองค์ความรู้ใหม่มาปรับใช้ในงานที่รับผิดชอบ	4.56	0.53	91.11	มากที่สุด
2.9 มีพัฒนาการทางด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ รวมทั้งการนำไปประยุกต์วิเคราะห์ตามทฤษฎี	4.56	0.53	91.11	มากที่สุด
2.10 สามารถวิเคราะห์ และออกแบบระบบงานที่เหมาะสมกับการดำเนินงานและองค์กร	4.56	0.53	91.11	มากที่สุด
2.11 สามารถถ่ายทอดความรู้ให้กับผู้อื่นได้	4.67	0.50	93.33	มากที่สุด
2.12 สามารถวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด นำไปสู่การวางแผนการตลาด การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคล องค์กรธุรกิจ และหน่วยงาน	4.67	0.50	93.33	มากที่สุด
2.13 มีทักษะในการปฏิบัติงานจริงด้านการตลาด การบริหารธุรกิจจากองค์กรธุรกิจหรือหน่วยงาน เพื่อนำไปสู่การแก้ไขปัญหาอย่างเหมาะสม	4.67	0.50	93.33	มากที่สุด

3.ด้านทักษะทางปัญญา		**4.59**	**0.49**	**91.85**	**มากที่สุด**
3.1	คิดอย่างมีวิจารณญาณและอย่างเป็นระบบ	4.56	0.53	91.11	มากที่สุด
3.2	สามารถค้นหาข้อเท็จจริง ทำความเข้าใจ คิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ และประเมินข้อมูลสารสนเทศจากแหล่งที่หลากหลาย เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์	4.56	0.53	91.11	มากที่สุด
3.3	สามารถรวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ และสรุปประเด็นปัญหาและความต้องการ	4.67	0.50	93.33	มากที่สุด
3.4	สามารถประยุกต์ความรู้และทักษะกับการแก้ไขปัญหาได้อย่างเหมาะสม	4.67	0.50	93.33	มากที่สุด
3.5	สามารถศึกษา วิเคราะห์ปัญหาที่ซับซ้อน และเสนอแนวทางแก้ไขที่สร้างสรรค์	4.56	0.53	91.11	มากที่สุด
3.6	สามารถใช้ทักษะและความเข้าใจในบริบททางวิชาการและวิชาชีพ	4.56	0.53	91.11	มากที่สุด
3.7	มีทักษะภาคปฏิบัติตามที่ได้รับการฝึกฝน	4.56	0.53	91.11	มากที่สุด
3.8	มีความเป็นผู้นำทางปัญญาในการคิดพัฒนาอย่างสร้างสรรค์	4.67	0.50	93.33	มากที่สุด
3.9	มีวิสัยทัศน์และสามารถปรับใช้องค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้เดิมได้อย่างสร้างสรรค์	4.56	0.53	91.11	มากที่สุด
4.ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ		**4.34**	**0.48**	**86.89**	**มาก**
4.1	รู้จักบทบาทหน้าที่ และมีความรับผิดชอบในการทำงานที่ได้รับมอบหมาย ทั้งงานบุคคลและงานกลุ่ม	4.22	0.44	84.44	มาก
4.2	มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถปรับตัวและทำงานร่วมกับผู้อื่น ทั้งในฐานะผู้นำและสมาชิกกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.56	0.53	91.11	มากที่สุด
4.3	สามารถวางตัวและแสดงความคิดเห็นได้เหมาะสมกับบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบ	4.44	0.53	88.89	มาก
4.4	สามารถวางแผน รับผิดชอบในการเรียนรู้ และการพัฒนาตนเอง และสอดคล้องกับทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง	4.33	0.50	86.67	มาก
4.5	สามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในการแก้ปัญหาสถานการณ์ต่างๆ ในกลุ่ม ทั้งในบทบาทของผู้นำหรือผู้ร่วมทีมทำงาน	4.33	0.50	86.67	มาก
4.6	สามารถสื่อสารกับกลุ่มคนหลากหลาย และความสามารถสนทนาทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ	4.11	0.33	82.22	มาก
4.7	มีสุขภาพ บุคลิกภาพที่ดี	4.56	0.53	91.11	มากที่สุด
4.8	สามารถเป็นผู้ริเริ่มแสดงประเด็นในการแก้ไขสถานการณ์เชิงสร้างสรรค์ ทั้งส่วนตัวและส่วนรวม พร้อมทั้งแสดงจุดยืนอย่างพอเหมาะทั้งของตนเองและของกลุ่ม	4.22	0.44	84.44	มาก
4.9	สามารถใช้ความรู้ในศาสตร์ที่ได้ศึกษามาพัฒนาระบบงานให้องค์กรได้อย่างเหมาะสม	4.22	0.44	84.44	มาก
4.10	มีความขยันหมั่นเพียรและอดทนในการทำงาน	4.44	0.53	88.89	มาก
5.ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ		**4.43**	**0.50**	**88.64**	**มาก**
5.1	สามารถประยุกต์ความรู้ทางคณิตศาสตร์หรือสถิติ เพื่อการวิเคราะห์ประมวลผลการแก้ปัญหา และนำเสนอข้อมูลได้อย่างเหมาะสม	4.11	0.33	82.22	มาก
5.2	สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งการพูดและการเขียน และนำเสนอด้วยรูปแบบที่เหมาะสมสำหรับบุคคลและกลุ่มที่มีความแตกต่างกัน	4.44	0.53	88.89	มาก
5.3	สามารถใช้สารสนเทศและเทคโนโลยีอย่างถูกต้องตามกฎหมาย และมีวิจารณญาณ	4.44	0.53	88.89	มาก
5.4	มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการรวบรวมข้อมูล แปลความหมาย สื่อสารข้อมูล แนวความคิด และติดตามความก้าวหน้า	4.56	0.53	91.11	มากที่สุด
5.5	สามารถใช้ภาษาไทยอย่างถูกต้อง และภาษาอังกฤษหรือภาษาต่างประเทศอื่นใช้งานได้อย่างเหมาะสม	4.22	0.44	84.44	มาก
5.6	มีทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์ สำหรับการทำงานที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพได้เป็นอย่างดี	4.56	0.53	91.11	มากที่สุด
5.7	สามารถการวิเคราะห์และเข้าใจข้อมูลสารสนเทศที่ได้รับอย่างรวดเร็ว ทั้งที่เป็นตัวเลขเชิงสถิติหรือคณิตศาสตร์	4.56	0.53	91.11	มากที่สุด
5.8	สามารถการวิเคราะห์และเข้าใจข้อมูลสารสนเทศที่ได้รับอย่างรวดเร็ว ทั้งภาษาพูดหรือภาษาเขียนและภาษาอังกฤษ	4.44	0.53	88.89	มาก
5.9	สามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่ทันสมัยได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ	4.56	0.53	91.11	มากที่สุด
รวม		**4.52**	**0.50**	**90.43**	**มากที่สุด**

ความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต	ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต (คะแนนเต็ม 5)				
	ปีการศึกษา 2564	ปีการศึกษา 2565	ปีการศึกษา 2566	ปีการศึกษา 2567	ปีการศึกษา 2568
ผลรวม	4.39	4.65	4.66	4.65	4.52
(1) ด้านคุณธรรมจริยธรรม	4.72	4.90	4.85	4.79	4.61
(2) ด้านความรู้	4.28	4.62	4.64	4.67	4.60
(3) ด้านทักษะทางปัญญา	4.17	4.69	4.62	4.52	4.59
(4) ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ	4.50	4.63	4.68	4.72	4.34
(5) ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลขการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	4.26	4.40	4.48	4.48	4.43

หลักฐานแสดงผลการดำเนินงาน

AUN-QA-8.1 ระบบบริการการศึกษา Link: https://regis.rmu.ac.th/registrar/home.asp

AUN-QA-8.2 ระบบสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตต่อการปฏิบัติงานและคุณลักษณะของบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม Link: https://pollboss.rmu.ac.th/

ส่วนที่ 3

สรุปผลการประเมินตนเอง

3.1 ผลการประเมินตนเองตามเกณฑ์ AUN-QA

3.2 จุดเด่น จุดที่ควรพัฒนา และแผนพัฒนา

ส่วนที่ 3 สรุปผลการประเมินตนเอง

3.1 ผลการประเมินตนเองตามเกณฑ์ AUN-QA

ผลการประเมินตนเองตามเกณฑ์ AUN-QA (เป้าหมายและผลการประเมินตนเองตาม Rating Scale 7 ระดับ)

เกณฑ์	รายละเอียด	เป้าหมาย	คะแนนประเมินตนเอง	คะแนนประเมินโดยกรรมการ
1.	**Expected Learning Outcomes**			
1.1	The programme to show that the expected learning outcomes are appropriately formulated in accordance with an established learning taxonomy, are aligned to the vision and mission of the university, and are known to all stakeholders	2	2	2
1.2	The programme to show that the expected learning outcomes for all courses are appropriately formulated and are aligned to the expected learning outcomes of the programme.	2	2	2
1.3	The programme to show that the expected learning outcomes consist of both generic outcomes (related to written and oral communication, problem solving, information technology, teambuilding skills, etc) and subject specific outcomes (related to knowledge and skills of the study discipline).	2	2	4
1.4	The programme to show that the requirements of the stakeholders, especially the external stakeholders, are gathered, and that these are reflected in the expected learning outcomes.	2	2	2
1.5	The programme to show that the expected learning outcomes are achieved by the students by the time they graduate.	2	2	2
Overall Opinion		**2**	**2**	**2**
2. Programme Structure and Content				
2.1	The specifications of the programme and all its courses are shown to be comprehensive, up-to-date, and made available and communicated to all stakeholders.	2	2	3

เกณฑ์	รายละเอียด	เป้าหมาย	คะแนนประเมินตนเอง	คะแนนประเมินโดยกรรมการ
2.2	The design of the curriculum is shown to be constructively aligned with achieving the expected learning outcomes.	2	2	2
2.3	The design of the curriculum is shown to include feedback from stakeholders, especially external stakeholders.	2	2	2
2.4	The contribution made by each course in achieving the expected learning outcomes is shown to be clear.	2	2	3
2.5	The curriculum to show that all its courses are logically structured, properly sequenced (progression from basic to intermediate to specialised courses), and are integrated	2	2	4
2.6	The curriculum to have option(s) for students to pursue major and/or minor specialisations.	2	2	2
2.7	The programme to show that its curriculum is reviewed periodically following an established procedure and that it remains up-to-date and relevant to industry.	2	2	3
Overall Opinion		**2**	**2**	**2**
3. Teaching and Learning Approach				
3.1	The educational philosophy is shown to be articulated and communicated to all stakeholders. It is also shown to be reflected in the teaching and learning activities.	2	2	2
3.2	The teaching and learning activities are shown to allow students to participate responsibly in the learning process.	2	2	3
3.3	The teaching and learning activities are shown to involve active learning by the students.	2	2	3
3.4	The teaching and learning activities are shown to promote learning, learning how to learn, and instilling in students a commitment for life-long learning (e.g. commitment to critical inquiry,	2	2	2

เกณฑ์	รายละเอียด	เป้าหมาย	คะแนนประเมินตนเอง	คะแนนประเมินโดยกรรมการ
	information-processing skills, and a willingness to experiment with new ideas and practices).			
3.5	The teaching and learning activities are shown to inculcate in students, new ideas, creative thought, innovation, and an entrepreneurial mindset.	2	2	3
3.6	The teaching and learning processes are shown to be continuously improved to ensure their relevance to the needs of industry and are aligned to the expected learning outcomes.	2	2	2
Overall Opinion		**2**	**2**	**2**
4. Student Assessment				
4.1	A variety of assessment methods are shown to be used and are shown to be constructively aligned to achieving the expected learning outcomes and the teaching and learning objectives.	2	2	2
4.2	The assessment and assessment-appeal policies are shown to be explicit, communicated to students, and applied consistently.	2	2	2
4.3	The assessment standards and procedures for student progression and degree completion, are shown to be explicit, communicated to students, and applied consistently.	2	2	3
4.4	The assessments methods are shown to include rubrics, marking schemes, timelines, and regulations, and these are shown to ensure validity, reliability, and fairness in assessment.	2	2	2
4.5	The assessment methods are shown to measure the achievement of the expected learning outcomes of the programme and its courses.	2	2	2
4.6	Feedback of student assessment is shown to be provided in a timely manner.	2	2	4

เกณฑ์	รายละเอียด	เป้าหมาย	คะแนนประเมินตนเอง	คะแนนประเมินโดยกรรมการ
4.7	The student assessment and its processes are shown to be continuously reviewed and improved to ensure their relevance to the needs of industry and alignment to the expected learning outcomes.	2	2	2
Overall Opinion		**2**	**2**	**2**
5. Academic Staff				
5.1	The programme to show that academic staff planning (including succession, promotion, re-deployment, termination, and retirement plans) is carried out to ensure that the quality and quantity of the academic staff fulfil the needs for education, research, and service.	2	2	3
5.2	The programme to show that staff workload is measured and monitored to improve the quality of education, research, and service.	2	2	3
5.3	The programme to show that the competences of the academic staff are determined, evaluated, and communicated.	2	2	2
5.4	The programme to show that the duties allocated to the academic staff are appropriate to qualifications, experience, and aptitude.	2	2	4
5.5	The programme to show that promotion of the academic staff is based on a merit system which accounts for teaching, research, and service.	2	2	4
5.6	The programme to show that the rights and privileges, benefits, roles and relationships, and accountability of the academic staff, taking into account professional ethics and their academic freedom, are well defined and understood.	2	2	4
5.7	The programme to show that the training and developmental needs of the academic staff are systematically identified, and that appropriate	2	2	4

เกณฑ์	รายละเอียด	เป้าหมาย	คะแนนประเมินตนเอง	คะแนนประเมินโดยกรรมการ
	training and development activities are implemented to fulfil the identified needs.			
5.8	The programme to show that performance management including reward and recognition is implemented to assess academic staff teaching and research quality.	2	2	3
Overall Opinion		**2**	**2**	**3**
6. การบริการและการช่วยเหลือผู้เรียน (Student Support Services)				
6.1	The student intake policy, admission criteria, and admission procedures to the programme are shown to be clearly defined, communicated, published, and up-to-date.	2	2	4
6.2	Both short-term and long-term planning of academic and non-academic support services are shown to be carried out to ensure sufficiency and quality of support services for teaching, research, and community service.	2	2	3
6.3	An adequate system is shown to exist for student progress, academic performance, and workload monitoring. Student progress, academic performance, and workload are shown to be systematically recorded and monitored. Feedback to students and corrective actions are made where necessary.	2	2	3
6.4	Co-curricular activities, student competition, and other student support services are shown to be available to improve learning experience and employability.	2	2	4
6.5	The competences of the support staff rendering student services are shown to be identified for recruitment and deployment. These competences are shown to be evaluated to ensure their continued relevance to stakeholders needs. Roles and relationships are	2	2	2

เกณฑ์	รายละเอียด	เป้าหมาย	คะแนนประเมินตนเอง	คะแนนประเมินโดยกรรมการ
	shown to be well-defined to ensure smooth delivery of the services.			
6.6	Student support services are shown to be subjected to evaluation, benchmarking, and enhancement.	2	2	2
Overall Opinion		**2**	**2**	**3**
7. Facilities and Infrastructure				
7.1	The physical resources to deliver the curriculum, including equipment, material, and information technology, are shown to be sufficient.	2	2	2
7.2	The laboratories and equipment are shown to be up-to-date, readily available, and effectively deployed.	2	2	2
7.3	A digital library is shown to be set-up, in keeping with progress in information and communication technology.	2	2	3
7.4	The information technology systems are shown to be set up to meet the needs of staff and students.	2	2	4
7.5	The university is shown to provide a highly accessible computer and network infrastructure that enables the campus community to fully exploit information technology for teaching, research, service, and administration.	2	2	3
7.6	The environmental, health, and safety standards and access for people with special needs are shown to be defined and implemented.	2	2	2
7.7	The university is shown to provide a physical, social, and psychological environment that is conducive for education, research, and personal wellbeing.	2	2	2
7.8	The competences of the support staff rendering services related to facilities are shown to be	2	2	2

เกณฑ์	รายละเอียด	เป้าหมาย	คะแนนประเมินตนเอง	คะแนนประเมินโดยกรรมการ
	identified and evaluated to ensure that their skills remain relevant to stakeholder needs.			
7.9	The quality of the facilities (library, laboratory, IT, and student services) are shown to be subjected to evaluation and enhancement.	2	2	2
Overall Opinion		**2**	**2**	**2**
8. Output and Outcomes				
8.1	The pass rate, dropout rate, and average time to graduate are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.	2	2	2
8.2	Employability as well as self-employment, entrepreneurship, and advancement to further studies, are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.	2	2	2
8.3	Research and creative work output and activities carried out by the academic staff and students, are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.	2	2	2
8.4	Data are provided to show directly the achievement of the programme outcomes, which are established and monitored.	2	2	1
8.5	Satisfaction level of the various stakeholders are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.	2	2	2
Overall Opinion		2	2	2
Overall Opinion (1-8)		2	2	2

3.2 จุดเด่น จุดที่ควรพัฒนา และแผนพัฒนา

เกณฑ์	รายละเอียด	จุดเด่น (Straight)	จุดที่ควรพัฒนา (AFI)	ผลการดำเนินงานปีการศึกษา	แผนการดำเนินการปรับปรุงและพัฒนา
1. Expected Learning Outcomes					
1.1	The programme to show that the expected learning outcomes are appropriately formulated in accordance with an established learning taxonomy, are aligned to the vision and mission of the university, and are known to all stakeholders				
1.2	The programme to show that the expected learning outcomes for all courses are appropriately formulated and are aligned to the expected learning outcomes of the programme.				
1.3	The programme to show that the expected learning outcomes consist of both generic outcomes (related to				

เกณฑ์	รายละเอียด	จุดเด่น (Straight)	จุดที่ควรพัฒนา (AFI)	ผลการดำเนินงานปีการศึกษา	แผนการดำเนินการปรับปรุงและพัฒนา
	written and oral communication, problem solving, information technology, teambuilding skills, etc) and subject specific outcomes (related to knowledge and skills of the study discipline).				
1.4	The programme to show that the requirements of the stakeholders, especially the external stakeholders, are gathered, and that these are reflected in the expected learning outcomes.				
1.5	The programme to show that the expected learning outcomes are achieved by the students by the time they graduate.				
2. Programme Structure and Content					
2.1	The specifications of the programme and all its courses				

เกณฑ์	รายละเอียด	จุดเด่น (Straight)	จุดที่ควรพัฒนา (AFI)	ผลการดำเนินงานปีการศึกษา	แผนการดำเนินการปรับปรุงและพัฒนา
	are shown to be comprehensive, up-to-date, and made available and communicated to all stakeholders.				
2.2	The design of the curriculum is shown to be constructively aligned with achieving the expected learning outcomes.				
2.3	The design of the curriculum is shown to include feedback from stakeholders, especially external stakeholders.				
2.4	The contribution made by each course in achieving the expected learning outcomes is shown to be clear.				
2.5	The curriculum to show that all its courses are logically structured, properly sequenced (progression from basic to				

เกณฑ์	รายละเอียด	จุดเด่น (Straight)	จุดที่ควรพัฒนา (AFI)	ผลการดำเนินงานปีการศึกษา	แผนการดำเนินการปรับปรุงและพัฒนา
	intermediate to specialised courses), and are integrated				
2.6	The curriculum to have option(s) for students to pursue major and/or minor specialisations.				
2.7	The programme to show that its curriculum is reviewed periodically following an established procedure and that it remains up-to-date and relevant to industry.				
3. Teaching and Learning Approach					
3.1	The educational philosophy is shown to be articulated and communicated to all stakeholders. It is also shown to be reflected in the teaching and learning activities.				
3.2	The teaching and learning activities are shown to allow students to participate				

เกณฑ์	รายละเอียด	จุดเด่น (Straight)	จุดที่ควรพัฒนา (AFI)	ผลการดำเนินงานปีการศึกษา	แผนการดำเนินการปรับปรุงและพัฒนา
	responsibly in the learning process.				
3.3	The teaching and learning activities are shown to involve active learning by the students.				
3.4	The teaching and learning activities are shown to promote learning, learning how to learn, and instilling in students a commitment for life-long learning (e.g. commitment to critical inquiry, information-processing skills, and a willingness to experiment with new ideas and practices).				
3.5	The teaching and learning activities are shown to inculcate in students, new ideas, creative thought, innovation, and an entrepreneurial mindset.				
3.6	The teaching and learning processes are shown to be				

เกณฑ์	รายละเอียด	จุดเด่น (Straight)	จุดที่ควรพัฒนา (AFI)	ผลการดำเนินงานปีการศึกษา	แผนการดำเนินการปรับปรุงและพัฒนา
	continuously improved to ensure their relevance to the needs of industry and are aligned to the expected learning outcomes.				
4. Student Assessment					
4.1	A variety of assessment methods are shown to be used and are shown to be constructively aligned to achieving the expected learning outcomes and the teaching and learning objectives.				
4.2	The assessment and assessment-appeal policies are shown to be explicit, communicated to students, and applied consistently.				
4.3	The assessment standards and procedures for student progression and degree completion, are shown to be				

เกณฑ์	รายละเอียด	จุดเด่น (Straight)	จุดที่ควรพัฒนา (AFI)	ผลการดำเนินงานปีการศึกษา	แผนการดำเนินการปรับปรุงและพัฒนา
	explicit, communicated to students, and applied consistently.				
4.4	The assessments methods are shown to include rubrics, marking schemes, timelines, and regulations, and these are shown to ensure validity, reliability, and fairness in assessment.				
4.5	The assessment methods are shown to measure the achievement of the expected learning outcomes of the programme and its courses.				
4.6	Feedback of student assessment is shown to be provided in a timely manner.				
4.7	The student assessment and its processes are shown to be continuously reviewed and improved to ensure their				

เกณฑ์	รายละเอียด	จุดเด่น (Straight)	จุดที่ควรพัฒนา (AFI)	ผลการดำเนินงานปีการศึกษา	แผนการดำเนินการปรับปรุงและพัฒนา
	relevance to the needs of industry and alignment to the expected learning outcomes.				
5. Academic Staff					
5.1	The programme to show that academic staff planning (including succession, promotion, re-deployment, termination, and retirement plans) is carried out to ensure that the quality and quantity of the academic staff fulfil the needs for education, research, and service.				
5.2	The programme to show that staff workload is measured and monitored to improve the quality of education, research, and service.				
5.3	The programme to show that the competences of the				

เกณฑ์	รายละเอียด	จุดเด่น (Straight)	จุดที่ควรพัฒนา (AFI)	ผลการดำเนินงานปีการศึกษา	แผนการดำเนินการปรับปรุงและพัฒนา
	academic staff are determined, evaluated, and communicated.				
5.4	The programme to show that the duties allocated to the academic staff are appropriate to qualifications, experience, and aptitude.				
5.5	The programme to show that promotion of the academic staff is based on a merit system which accounts for teaching, research, and service.				
5.6	The programme to show that the rights and privileges, benefits, roles and relationships, and accountability of the academic staff, taking into account professional ethics and their academic freedom, are well defined and understood.				
5.7	The programme to show that the training and developmental				

เกณฑ์	รายละเอียด	จุดเด่น (Straight)	จุดที่ควรพัฒนา (AFI)	ผลการดำเนินงานปีการศึกษา	แผนการดำเนินการปรับปรุงและพัฒนา
	needs of the academic staff are systematically identified, and that appropriate training and development activities are implemented to fulfil the identified needs.				
5.8	The programme to show that performance management including reward and recognition is implemented to assess academic staff teaching and research quality.				
6. การบริการและการช่วยเหลือผู้เรียน (Student Support Services)					
6.1	The student intake policy, admission criteria, and admission procedures to the programme are shown to be clearly defined, communicated, published, and up-to-date.				
6.2	Both short-term and long-term planning of academic and non-academic support services are				

เกณฑ์	รายละเอียด	จุดเด่น (Straight)	จุดที่ควรพัฒนา (AFI)	ผลการดำเนินงานปีการศึกษา	แผนการดำเนินการปรับปรุงและพัฒนา
	shown to be carried out to ensure sufficiency and quality of support services for teaching, research, and community service.				
6.3	An adequate system is shown to exist for student progress, academic performance, and workload monitoring. Student progress, academic performance, and workload are shown to be systematically recorded and monitored. Feedback to students and corrective actions are made where necessary.				
6.4	Co-curricular activities, student competition, and other student support services are shown to be available to improve learning experience and employability.				

เกณฑ์	รายละเอียด	จุดเด่น (Straight)	จุดที่ควรพัฒนา (AFI)	ผลการดำเนินงานปีการศึกษา	แผนการดำเนินการปรับปรุงและพัฒนา
6.5	The competences of the support staff rendering student services are shown to be identified for recruitment and deployment. These competences are shown to be evaluated to ensure their continued relevance to stakeholders needs. Roles and relationships are shown to be well-defined to ensure smooth delivery of the services.				
6.6	Student support services are shown to be subjected to evaluation, benchmarking, and enhancement.				
7. Facilities and Infrastructure					
7.1	The physical resources to deliver the curriculum, including equipment, material, and				

เกณฑ์	รายละเอียด	จุดเด่น (Straight)	จุดที่ควรพัฒนา (AFI)	ผลการดำเนินงานปีการศึกษา	แผนการดำเนินการปรับปรุงและพัฒนา
	information technology, are shown to be sufficient.				
7.2	The laboratories and equipment are shown to be up-to-date, readily available, and effectively deployed.				
7.3	A digital library is shown to be set-up, in keeping with progress in information and communication technology.				
7.4	The information technology systems are shown to be set up to meet the needs of staff and students.				
7.5	The university is shown to provide a highly accessible computer and network infrastructure that enables the campus community to fully exploit information technology for teaching, research, service, and administration.				

เกณฑ์	รายละเอียด	จุดเด่น (Straight)	จุดที่ควรพัฒนา (AFI)	ผลการดำเนินงานปีการศึกษา	แผนการดำเนินการปรับปรุงและพัฒนา
7.6	The environmental, health, and safety standards and access for people with special needs are shown to be defined and implemented.				
7.7	The university is shown to provide a physical, social, and psychological environment that is conducive for education, research, and personal wellbeing.				
7.8	The competences of the support staff rendering services related to facilities are shown to be identified and evaluated to ensure that their skills remain relevant to stakeholder needs.				
7.9	The quality of the facilities (library, laboratory, IT, and student services) are shown to be subjected to evaluation and enhancement.				

เกณฑ์	รายละเอียด	จุดเด่น (Straight)	จุดที่ควรพัฒนา (AFI)	ผลการดำเนินงานปีการศึกษา	แผนการดำเนินการปรับปรุงและพัฒนา
8. Output and Outcomes					
8.1	The pass rate, dropout rate, and average time to graduate are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.				
8.2	Employability as well as self-employment, entrepreneurship, and advancement to further studies, are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.				
8.3	Research and creative work output and activities carried out by the academic staff and students, are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.				
8.4	Data are provided to show directly the achievement of the programme outcomes, which are established and monitored.				

เกณฑ์	รายละเอียด	จุดเด่น (Straight)	จุดที่ควรพัฒนา (AFI)	ผลการดำเนินงานปีการศึกษา	แผนการดำเนินการปรับปรุงและพัฒนา
8.5	Satisfaction level of the various stakeholders are shown to be established, monitored, and benchmarked for improvement.				

การดำเนินงานพัฒนาและปรับปรุงด้านอื่น ๆ (ระบุ)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....