

แบบรายงานผลการดำเนินงานของหลักสูตร (มคอ.7) และ  
รายงานการประเมินคุณภาพการศึกษาภายในระดับหลักสูตร (IQA ระดับหลักสูตร)

หลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด พ.ศ. 2556  
คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม  
ประจำปีการศึกษา 2560  
(ผลการดำเนินงานระหว่างวันที่ 1 สิงหาคม 2560 ถึง วันที่ 31 กรกฎาคม 2561)

วันที่รายงาน 20 มิถุนายน 2561

รับรองความถูกต้องของข้อมูล

1. ประธานหลักสูตร : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ มลิจันทร์ ทองคำ

ลายเซ็น : \_\_\_\_\_ วันที่รายงาน : \_\_\_\_\_

2. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร : อาจารย์ ดร.จุฬารัตน์ ชันแก้ว

ลายเซ็น : \_\_\_\_\_ วันที่รายงาน : \_\_\_\_\_

3. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร : อาจารย์ ดร.เกศินี หล้าวงศ์

ลายเซ็น : \_\_\_\_\_ วันที่รายงาน : \_\_\_\_\_

4. อาจารย์ประจำหลักสูตร : อาจารย์ ดร.วิษชุดา โพธิ์ศรี

ลายเซ็น : \_\_\_\_\_ วันที่รายงาน : \_\_\_\_\_

5. อาจารย์ประจำหลักสูตร : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุตินา เรืองอุตมานันท์

ลายเซ็น : \_\_\_\_\_ วันที่รายงาน : \_\_\_\_\_

6. เห็นชอบโดย : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ มลิจันทร์ ทองคำ หัวหน้าภาควิชาการตลาด (หัวหน้าภาควิชาการตลาด)

ลายเซ็น : \_\_\_\_\_ วันที่เห็นชอบ : \_\_\_\_\_

7. เห็นชอบโดย : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นิตินงค์ ส่งศรีโรจน์ (คณบดี)

ลายเซ็น : \_\_\_\_\_ วันที่เห็นชอบ : \_\_\_\_\_

## สารบัญ

หมวดที่	หน้า
บทสรุปและผลการประเมินตนเองตามตัวบ่งชี้ระดับหลักสูตร .....	3
1 ข้อมูลทั่วไป .....	8
รายงานผลการดำเนินงาน การบริหารจัดการหลักสูตรตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรที่ กำหนดโดย สกอ. --ตัวบ่งชี้ที่ 1.1-- .....	11
2 อาจารย์ .....	12
รายงานผลการดำเนินงาน คุณภาพอาจารย์ --ตัวบ่งชี้ที่ 4.2-- .....	12
รายงานผลการดำเนินงาน การบริหารและพัฒนาอาจารย์ --ตัวบ่งชี้ที่ 4.1-- .....	12
รายงานผลการดำเนินงาน ผลที่เกิดกับอาจารย์ --ตัวบ่งชี้ที่ 4.3-- .....	14
3 นิสิตและบัณฑิต .....	15
รายงานผลการดำเนินงาน การรับนิสิต --ตัวบ่งชี้ที่ 3.1-- .....	15
รายงานผลการดำเนินงาน การส่งเสริมและพัฒนานิสิต --ตัวบ่งชี้ที่ 3.2-- .....	17
รายงานผลการดำเนินงาน คุณภาพบัณฑิตตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิอุดมศึกษาแห่งชาติ --ตัวบ่งชี้ที่ 2.1-- .....	20
รายงานผลการดำเนินงาน ข้อมูลภาวะการดำเนินงานทำของบัณฑิต --ตัวบ่งชี้ที่ 2.2-- .....	21
รายงานผลการดำเนินงาน ผลที่เกิดกับนิสิต --ตัวบ่งชี้ที่ 3.3-- .....	21
4 ข้อมูลสรุปรายวิชา .....	24
รายงานผลการดำเนินงาน สาระของรายวิชาในหลักสูตร --ตัวบ่งชี้ 5.1-- .....	33
รายงานผลการดำเนินงาน การวางระบบผู้สอนและกระบวนการจัดการเรียนการสอน --ตัวบ่งชี้ 5.2-- .....	34
รายงานผลการดำเนินงาน การประเมินผู้เรียน --ตัวบ่งชี้ 5.3-- .....	36
รายงานผลการดำเนินงาน ผลการดำเนินหลักสูตรตามกรอบ TQF --ตัวบ่งชี้ 5.4-- .....	36
5 การบริหารหลักสูตร .....	41
รายงานผลการดำเนินงาน สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ --ตัวบ่งชี้ 6.1-- .....	41
6 ข้อคิดเห็น .....	42
7 การเปลี่ยนแปลงที่มีผลกระทบต่อหลักสูตร .....	43
8 แผนการดำเนินงานเพื่อพัฒนาหลักสูตร .....	43

## บทสรุปผู้บริหาร

ชื่อหลักสูตร **บริหารธุรกิจบัณฑิต** สาขาวิชา **การตลาด คณะ การบัญชีและการจัดการ** มหาวิทยาลัยมหาสารคาม มีผลการดำเนินงานในปีการศึกษา 2560 ได้มาตรฐานตามมาตรฐานการศึกษาระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ และมีคุณภาพอยู่ในระดับดี...**3.83**...คะแนน ตามเกณฑ์การประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน ระดับหลักสูตร 6 องค์ประกอบ (13 ตัวบ่งชี้) โดยองค์ประกอบที่ 1 (ตัวบ่งชี้ 1.1) ผ่าน ตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรสำหรับองค์ประกอบที่ 2-6 พบว่า หลักสูตรมีผลการประเมินตนเองโดยรวมอยู่ในระดับคุณภาพดี **3.83** โดยจำแนกเป็น

องค์ประกอบที่อยู่ในระดับคุณภาพ "ดีมาก"	จำนวน 1 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบที่ 2
องค์ประกอบที่อยู่ในระดับคุณภาพ "ดี"	จำนวน 4 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบที่ 3,4, 5,6

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาผลประเมินคุณภาพหลักสูตร จำแนกตามปัจจัยนำเข้า (Input) กระบวนการ (Process) และผลลัพธ์ (Output) พบว่า

ด้านปัจจัยนำเข้า (Input) มีคะแนน **3.63** คะแนน

ด้านกระบวนการ (Process) มีคะแนน **4.00** คะแนน

ด้านผลลัพธ์ (Output) มีคะแนน **4.17** คะแนน

จากผลประเมินคุณภาพภายในของหลักสูตร ตั้งแต่ปีการศึกษา 2558 ถึงปีการศึกษา 2560 พบว่า หลักสูตรมีพัฒนาการของผลประเมินคุณภาพ  ดีขึ้น  ลดลง  ไม่เปลี่ยนแปลง โดยมีผลประเมินดังนี้

ปีการศึกษา 2558 มีระดับคุณภาพ ดี **3.10** คะแนน

ปีการศึกษา 2559 มีระดับคุณภาพ ดี **3.50** คะแนน

ปีการศึกษา 2560 มีระดับคุณภาพ ดี **3.83** คะแนน

### ผลงานที่โดดเด่นของหลักสูตรในปีการศึกษา 2560

มีกระบวนการให้คำปรึกษาที่เป็นระบบและทันสมัย (Marketing Department: Counseling Information System) สามารถวิเคราะห์พฤติกรรมผู้เรียนได้และนิสิตมีความพึงพอใจต่อการให้คำปรึกษาเพิ่มสูง

### จุดเด่นในภาพรวมของหลักสูตรในปีการศึกษา 2560

ร้อยละของบัณฑิตที่ได้อ่านทำสูงขึ้นจากปี 2559 (ร้อยละ 76.69 เป็น ร้อยละ 85.12)

### โอกาสในการพัฒนาของหลักสูตรในปีการศึกษา 2561

มีการปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัยสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต

**ผลการประเมินตนเอง (Self Assessment) ประจำปีการศึกษา 2560 และ  
ผลการประเมินของคณะกรรมการประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน (Check Assessment)  
ประจำปีการศึกษา 2558-2560 ตามตัวบ่งชี้ระดับหลักสูตร**

ตัวชี้บ่งชี้		ปีการศึกษา	ผลการดำเนินงาน	คะแนน
<b>องค์ประกอบที่ 1 การกำกับมาตรฐาน</b>				
1.1	การบริหารจัดการหลักสูตรตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรที่กำหนดโดย สกอ.	SA2560	ผ่าน	
		CA2559	ผ่าน	
		CA2558	ผ่าน	
<b>องค์ประกอบที่ 2 บัณฑิต</b>				
2.1	คุณภาพบัณฑิตตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ	SA2560	ค่าเฉลี่ย 4.08	4.08
		CA2559	ค่าเฉลี่ย 4.18	4.18
		CA2558	ค่าเฉลี่ย 4.05	4.05
2.2	ร้อยละของบัณฑิตปริญญาตรีที่ได้งานทำ หรือประกอบอาชีพอิสระภายใน 1 ปี	SA2560	ร้อยละ 85.12	4.26
		CA2559	ร้อยละ 76.69	3.84
		CA2558	ร้อยละ 68.40	3.42
<b>คะแนนเฉลี่ย องค์ประกอบที่ 2</b>		SA2560	4.17	
		CA2559	4.01	
		CA2558	3.74	
<b>องค์ประกอบที่ 3 นิสิต</b>				
3.1	การรับนิสิต	SA2560	4.00	
		CA2559	3.00	
		CA2558	3.00	
3.2	การส่งเสริมและพัฒนานิสิต	SA2560	4.00	
		CA2559	3.00	
		CA2558	3.00	
3.3	ผลที่เกิดกับนิสิต	SA2560	2.00	
		CA2559	3.00	
		CA2558	2.00	
<b>คะแนนเฉลี่ย องค์ประกอบที่ 3</b>		SA2560	3.33	
		CA2559	3.00	
		CA2558	2.67	

องค์ประกอบที่ 4 อาจารย์					
4.1	การบริหารและพัฒนาอาจารย์	SA2560	4.00		
		CA2559	3.00		
		CA2558	2.00		
4.2	คุณภาพอาจารย์		4.44		
		ร้อยละของอาจารย์ประจำหลักสูตรที่มีคุณวุฒิปริญญาเอก	SA2560	ร้อยละ 80	5.00
			CA2559	ร้อยละ 80	5.00
	CA2558		ร้อยละ 60	5.00	
	ร้อยละของอาจารย์ประจำหลักสูตรที่ดำรงตำแหน่งทางวิชาการ	SA2560	ร้อยละ 40	3.33	
		CA2559	ร้อยละ 40	3.33	
		CA2558	ร้อยละ 20	1.67	
	- ผลงานวิชาการของอาจารย์ประจำหลักสูตร	SA2560	ร้อยละ 65	5.00	
		CA2559	ร้อยละ 52	5.00	
		CA2558	ร้อยละ 32	5.00	
	4.3	ผลที่เกิดขึ้นกับอาจารย์	SA2560	-	4.00
			CA2559	-	4.00
CA2558			-	3.00	
คะแนนเฉลี่ย องค์ประกอบที่ 4		SA2560	4.15		
		CA2559	3.81		
		CA2558	2.96		
องค์ประกอบที่ 5 หลักสูตร การเรียนการสอน การประเมินผู้เรียน					
5.1	สาระของรายวิชาในหลักสูตร	SA2560	3.00		
		CA2559	3.00		
		CA2558	3.00		
5.2	การวางระบบผู้สอนและกระบวนการจัดการเรียนการสอน	SA2560	4.00		
		CA2559	3.00		
		CA2558	3.00		
5.3	การประเมินผู้เรียน	SA2560	3.00		
		CA2559	3.00		
		CA2558	2.00		

5.4	ผลการดำเนินงานหลักสูตรตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ ระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ	SA2560	ร้อยละ 100	5.00
		CA2559	ร้อยละ 100	5.00
		CA2558	ร้อยละ 100	5.00
คะแนนเฉลี่ย องค์กรประกอบที่ 5		SA2560	3.50	
		CA2559	3.50	
		CA2558	3.25	
องค์กรประกอบที่ 6 สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้				
6.1	สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้	SA2560	4.00	
		CA2559	3.00	
		CA2558	3.00	
คะแนนเฉลี่ย องค์กรประกอบที่ 6		SA2560	4.00	
		CA2559	3.00	
		CA2558	3.00	
คะแนนเฉลี่ย (องค์กรประกอบที่ 2-6)		SA2560	3.91	
		CA2559	3.50	
		CA2558	3.10	

## หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1.1 รหัสหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

1.1.1  มี มคอ.1

1.1.2  ไม่มี มคอ.1

1.2 วันที่สภามหาวิทยาลัยให้ความเห็นชอบหลักสูตร วันที่ 29 เมษายน พ.ศ. 2556

1.3 วันที่นำส่งหนังสือแจ้ง สกอ. เพื่อรับทราบการเห็นชอบหลักสูตร

1.4 สถานที่จัดการเรียนการสอน คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

1.5 อาจารย์ประจำหลักสูตร

1.5.1 รายชื่ออาจารย์ประจำหลักสูตร ที่ระบุใน มคอ.2 และ ปัจจุบัน

ที่ระบุใน มคอ.2 (ปี 2556 - 2557)	ปี 2558
1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์มลิจันทร์ ทองคำ	1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์มลิจันทร์ ทองคำ
2. อาจารย์ ดร.นวลละออง อรรถรังสรรค์	2. อาจารย์ ดร.นวลละออง อรรถรังสรรค์
3. อาจารย์ปวิภาดา ทวีสิทธิ์	3. อาจารย์อภิชัย มหธรรม
4. อาจารย์มงคล ม่วงเขียว	4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.ชุตินา เรืองอุดมมานันท์
5. อาจารย์อภิชัย มหธรรม	5. อาจารย์ ดร.เกศินี หล้าวงศ์

ปัจจุบัน (ปีการศึกษา 2559 - 2560)**
1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์มลิจันทร์ ทองคำ
2. อาจารย์ ดร.จุฬารัตน์ ชันแก้ว
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.ชุตินา เรืองอุดมมานันท์
4. อาจารย์ ดร.เกศินี หล้าวงศ์
5. อาจารย์ ดร.วิชชุดา โปธ์ศรี

\*\* แต่งตั้งตามคำสั่งมหาวิทยาลัยมหาสารคามที่ 2413/2558 (ลงวันที่ 30 มิ.ย. 58)



1.5.2 ข้อมูลประวัติการศึกษาอาจารย์ประจำหลักสูตรปัจจุบัน --ตัวบ่งชี้ 4.2--

รายชื่ออาจารย์ประจำหลักสูตรปัจจุบัน	ระดับการศึกษาที่จบ	ปีที่จบการศึกษา (พ.ศ.)	ชื่อหลักสูตรที่จบการศึกษา	กลุ่มสาขาวิชาที่จบตาม ISCED	สาขาวิชาที่จบการศึกษา	ชื่อสถาบันที่จบการศึกษา
1. ผศ.มลิจันทร์ ทองคำ	ตรี	2526	บริหารธุรกิจบัณฑิต (B.B.A.)	3302 การตลาด marketing 3000	การตลาด	วิทยาลัย คณาวิสัย
	โท	2538	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (M.B.A.)	3302 การตลาด marketing 3000	บริหารธุรกิจ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2. อ.ดร.จุฬารัตน์ ชื่นแก้ว	ตรี	2545	บริหารธุรกิจบัณฑิต (B.B.A.)	3302 การตลาด marketing 3000	การตลาด	มหาวิทยาลัย มหาสารคาม
	โท	2551	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (M.B.A.)	การจัดการเชิงกลยุทธ์ Strategic Management	การจัดการเชิงกลยุทธ์	มหาวิทยาลัย มหาสารคาม
	เอก	2559	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (Ph.D.)	3302 การตลาด marketing 3000	การตลาด	มหาวิทยาลัย มหาสารคาม
3. ผศ.ดร.ชุติมา เรืองอุตมานันท์	ตรี	2542	ศิลปศาสตรบัณฑิต (B.A.)	2202 ภาษาต่างประเทศและวัฒนธรรม Foreign languages and Cultures 2000	B.A. in English (dual concentrations in English and Business)	มหาวิทยาลัย มหาสารคาม
	โท	2548	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (M.S.)	3302 การตลาด marketing 3000	การตลาดระหว่างประเทศ	Erivan K. Haub School of Business, St. Joseph's University, USA.
	เอก	2556	บริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต (D.B.A.)	3302 การตลาด marketing 3000	การตลาดระหว่างประเทศ	Alliant International University, USA

รายชื่ออาจารย์ประจำหลักสูตรปัจจุบัน	ระดับการศึกษาที่จบ	ปีที่จบการศึกษา (พ.ศ.)	ชื่อหลักสูตรที่จบการศึกษา	กลุ่มสาขาวิชาที่จบตาม ISCED	สาขาวิชาที่จบการศึกษา	ชื่อสถาบันที่จบการศึกษา
4.อ.ดร.เกศินี หล้าวงศ์	ตรี	2543	บริหารธุรกิจบัณฑิต (B.B.A.)	3101 เศรษฐศาสตร์ Economic 3000	เศรษฐศาสตร์	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
	โท	2547	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (M.B.A.)	3302 การตลาด marketing 3000	การตลาด (English Program)	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
	เอก	2557	บริหารธุรกิจดุซมิบัณฑิต (D.B.A.)	3302 การตลาด marketing 3000	การตลาดระหว่างประเทศ	Alliant International University, USA
5. อ.ดร.วิชชุดา โพธิ์ศรี	ตรี		บริหารธุรกิจบัณฑิต (B.B.A.)	3306 การเงิน Finance	การเงิน	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
	โท		บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (M.B.A.)	3306 การเงิน Finance 3000	การเงิน	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
			บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (M.B.A.)	3302 การตลาด marketing 3000	การตลาด	Walsh University, USA
	เอก		บริหารธุรกิจดุซมิบัณฑิต (D.B.A.)	3302 การตลาด marketing 3000	การตลาดระหว่างประเทศ	Alliant International University, USA.

### 1.5.3 ข้อมูลผลงานทางวิชาการ/งานสร้างสรรค์อาจารย์ประจำหลักสูตรปัจจุบัน --ตัวบ่งชี้ 4.2--

รายชื่ออาจารย์ประจำหลักสูตร	ชื่อผลงานทางวิชาการ/งานสร้างสรรค์	ค่าน้ำหนักคุณภาพ
1. ผศ.ดร. ชุตินา เรืองอุตมานันท์	1. มยุรีย์ มะโนมัย, ศุภพงษ์ ปิ่นเวหา และชุตินา เรืองอุตมานันท์, ผลกระทบของกลยุทธ์สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจแฟชั่นในประเทศไทย. วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, ปีที่ 10 ฉบับที่ 1 ประจำเดือน มกราคม – มีนาคม 2561.	0.80 คะแนน
2. อ.ดร.จุฬารัตน์ ชันแก้ว	1. จุฬารัตน์ ชันแก้ว, ผลกระทบของการตลาดดิจิทัลที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง ของวัยรุ่นในอำเภอเมืองจังหวัดมหาสารคาม. งานประชุมวิชาการระดับชาตินวัตกรรมและเทคโนโลยีวิชาการ 2017. “งานวิจัยจากองค์ความรู้สู่การพัฒนา	0.20 คะแนน

	อย่างยั่งยืน” เมื่อวันที่ 26 ธันวาคม 2560	
3. อ.ดร.เกศินี หล้าวงศ์	1. อุไรวรรณ เหล่าเจริญ, สุธีรา พ่วงพรพิทักษ์ และเกศินี หล้าวงศ์, นวัตกรรมความเป็นเลิศในการทำงานกับผลการปฏิบัติงานของข้าราชการกรมธนารักษ์, วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, ปีที่ 9 ฉบับที่ 4 ประจำเดือน ตุลาคม – ธันวาคม 2560.	0.80 คะแนน
4. ผศ.มลิจันทร์ ทองคำ	1. จุลสุชดา ศิริสม, อุษณา แจ้งคล้าย และมลิจันทร์ ทองคำ, คุณค่าของการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับทุนทางปัญญาที่มีต่อนักลงทุน: กรณีบริษัทในดัชนี SET100, ปีที่ 9 ฉบับที่ 3 ประจำเดือน กรกฎาคม – กันยายน 2560.	0.80 คะแนน

### 1.6 รายชื่ออาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้สอนภายในคณะ	อาจารย์ผู้สอนภายนอกคณะ (ภายในมหาวิทยาลัย)	อาจารย์พิเศษ (ภายนอกมหาวิทยาลัย)

### 1.7 รายงานผลการดำเนินงาน การบริหารจัดการหลักสูตรตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรที่กำหนดโดย สกอ. –ตัวบ่งชี้ที่ 1.1— (กรณีใช้เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร พ.ศ. 2548)

ข้อที่	เกณฑ์การประเมิน	ผลการดำเนินงาน
1	จำนวนอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	- หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด พ.ศ. 2556 มีอาจารย์ประจำหลักสูตรครบ 5 คน และเป็นประจำหลักสูตร เพียงหลักสูตรเดียว บริหารงานหลักสูตรตลอดระยะเวลาที่จัดการศึกษา ➔สรุปว่า <input checked="" type="checkbox"/> ผ่าน <input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน
2	คุณสมบัติของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	1. อาจารย์ประจำหลักสูตร 5 คน มีคุณวุฒิในสาขาที่ตรงหรือสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่เปิดสอน 2. อาจารย์ประจำหลักสูตร 5 คนมีคุณวุฒิตั้งแต่ปริญญาโท และดำรงตำแหน่งทางวิชาการผู้ช่วยศาสตราจารย์ ในสาขาที่ตรงหรือสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่เปิดสอน ( รายละเอียดตามหมวดที่ 1.5.2 ข้อมูลประวัติการศึกษา อาจารย์ประจำหลักสูตรปัจจุบัน ) ➔สรุปว่า <input checked="" type="checkbox"/> ผ่าน <input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน
11	การปรับปรุงหลักสูตรตามรอบระยะเวลาที่กำหนด	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด พ.ศ.2556 ใช้ในการเรียนการสอนเมื่อปีการศึกษา 2556 จนถึงปัจจุบัน ครบวงจรรอบการปรับปรุงในปีการศึกษา 2560 ปัจจุบันอยู่ในขั้นตอนยื่นเสนอต่อกรรมการสภามหาวิทยาลัย จึงผ่านเกณฑ์ข้อนี้ ➔สรุปว่า <input checked="" type="checkbox"/> ผ่าน <input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน

## หมวดที่ 2 อาจารย์

### 2.1 รายงานผลการดำเนินงาน คุณภาพอาจารย์ --ตัวบ่งชี้ที่ 4.2--

ประเด็น	ข้อมูล	คะแนนประเมิน
2.1.1 ร้อยละอาจารย์ที่มีคุณวุฒิปริญญาเอก (4 : 5)	ร้อยละ 80	5
2.1.2 ร้อยละอาจารย์ที่มีตำแหน่งทางวิชาการ (2 : 5)	ร้อยละ 40	3.33
2.1.3 ผลงานทางวิชาการของอาจารย์ (4 : 5)	ร้อยละ 65	5
คะแนนเฉลี่ย		4.44

### 2.2 รายงานผลการดำเนินงาน การบริหารและพัฒนาอาจารย์ --ตัวบ่งชี้ที่ 4.1--

ผลการดำเนินงาน			
<p>● ระบบการรับและแต่งตั้งอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร มีขั้นตอนดังต่อไปนี้</p> <p>ระบบการรับอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ในปีการศึกษา 2560 หลักสูตรใช้อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรชุดเดิม ไม่มีอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรใหม่เข้ามาบริหารหลักสูตร ซึ่งปัจจุบันมีอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรมีคุณสมบัติเป็นไปตามเกณฑ์ ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรครบจำนวน 5 คน ทำหน้าที่บริหารหลักสูตรตลอดระยะเวลา</li> <li>2. มีอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรที่มีคุณสมบัติเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานกำหนด</li> </ol> <p>● ระบบการบริหารอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร มีขั้นตอนดังต่อไปนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีการวางแผนโครงสร้างบริหารหลักสูตรที่ชัดเจน</li> <li>2. มีการมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจน</li> <li>3. มีการสร้างขวัญและกำลังใจให้อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร เกี่ยวกับภาระงานในการประเมินความดีความชอบในการปฏิบัติงาน</li> <li>4. ให้อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรทุกคนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารหลักสูตร เช่น การจัดตารางเรียน การวางแผนการเรียน การปรับปรุงหลักสูตร การกำหนดตัวผู้สอน ฯลฯ</li> </ol>			
<p><b>โครงสร้างการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด</b></p>			
 <p>ผศ.มลิจันทร์ ทองคำ ประธานผู้รับผิดชอบหลักสูตร</p>			
 <p>อ.ดร.จุฬารัตน์ ชันแก้ว ผู้รับผิดชอบหลักสูตร</p>	 <p>อ.ดร.เกศินี หล้าวงค์ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร</p>	 <p>อ.ดร.วิชชุดา โพธิ์ศรี ผู้รับผิดชอบหลักสูตร</p>	 <p>ผศ.ดร.ชุตินา เรืองอุตมานันท์ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร</p>

## ผลการดำเนินงาน

ประธานผู้รับผิดชอบหลักสูตร (ผศ.มลิจันทร์ ทองคำ) ทำหน้าที่กำกับดูแลการบริหารจัดการหลักสูตรในภาพรวม ผู้รับผิดชอบหลักสูตร คนที่ 2 (อาจารย์ ดร.จุฬารัตน์ ชันแก้ว) ทำหน้าที่รับผิดชอบเรื่องบัณฑิตและนิสิต ผู้รับผิดชอบหลักสูตร คนที่ 3 (อาจารย์ ดร.เกศินี หล้าวงศ์) ทำหน้าที่รับผิดชอบเรื่องอาจารย์ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร คนที่ 4 (อาจารย์ ดร.วิชชุดา โพธิ์ศรี) ทำหน้าที่รับผิดชอบเรื่องหลักสูตร การเรียนการสอนและการประเมินผู้เรียน และผู้รับผิดชอบหลักสูตร คนที่ 5 (ผศ.ดร.ชุตินา เรืองอุตมานันต์) ทำหน้าที่รับผิดชอบเรื่องสิ่งสนับสนุนการเรียนการสอน

อย่างไรก็ตาม อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรได้มีข้อตกลงร่วมกันในการทำงานโดยมุ่งเน้นให้ทุกคนมีส่วนร่วมโดยการจัดประชุมปรึกษาหารือและทำงานร่วมกันอย่างต่อเนื่อง ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ จึงทำให้ทุกคนมีความสุขกับการทำงานและทำให้การทำงานของหลักสูตรดีขึ้น นอกจากนี้ ยังได้มีการประชุมตกลงร่วมกันในเรื่องของการสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงานโดยการเสนอขอภาระงานให้กับผู้รับผิดชอบหลักสูตรที่สามารถใช้ในการประเมินผลการทำงานใน TOR อีกด้วย ทำให้ผู้รับผิดชอบหลักสูตรทุกคนมีความพึงพอใจในการทำงานมากขึ้น

### ● ระบบการส่งเสริมและพัฒนาอาจารย์ มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ในปี 2560 หลักสูตรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและพัฒนาอาจารย์ เนื่องจากในปี 2559 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรมีผลงานทางวิชาการ 1 ท่าน เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมผลงานทางวิชาการให้กับผู้รับผิดชอบหลักสูตรเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐาน 58 ทางหลักสูตรจึงได้กำหนดเป้าหมาย ดังนี้

1. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรทุกคนต้องได้รับการพัฒนาตนเอง (การอบรมสัมมนา อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง หรือ 2 หลักสูตร)
2. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรร้อยละ 80 ต้องมีผลงานทางวิชาการอย่างน้อย 1 เรื่อง

จากเป้าหมายดังกล่าว ประธานหลักสูตรเป็นผู้รับผิดชอบในการกำกับติดตามและได้กระตุ้นให้อาจารย์ทุกคน โดยมีผลการดำเนินงานดังนี้

1. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรทุกคนได้รับการพัฒนาตนเองทุกคนอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ (ตามข้อมูลที่รายงานในหมวดที่ 4 ข้อ 4.7)

2. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรได้ทำผลงานทางวิชาการ ดังนี้

2.1 ผศ.มลิจันทร์ ทองคำ ได้รับทุนวิจัยเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการจากคณะฯ จำนวน 3 เรื่อง และได้ดำเนินการส่งเล่มฉบับสมบูรณ์แล้วทั้ง 3 และได้ตีพิมพ์เผยแพร่แล้ว 1 เรื่อง ได้แก่ เรื่อง คุณค่าของการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับทุนทางปัญญาที่มีต่อนักลงทุน: กรณีบริษัทในดัชนี SET100, ปีที่ 9 ฉบับที่ 3 ประจำเดือน กรกฎาคม - กันยายน 2560.

2.2 อ.ดร.จุฬารัตน์ ชันแก้ว ได้เข้าไปนำเสนอผลงานทางวิชาการในการประชุมวิชาการระดับชาติ นวัตกรรมและเทคโนโลยี 2017 “วิจัยจากองค์ความรู้สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน” เรื่อง ผลกระทบของการตลาดดิจิทัลที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง ของวัยรุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม.

2.3 อ.ดร.วิชชุดา โพธิ์ศรี กำลังดำเนินการผลิตตำราเพื่อประกอบการเรียนการสอนและเสนอขอตำแหน่งทางวิชาการ

2.4 อ.ดร.เกศินี หล้าวงศ์ กำลังดำเนินการผลิตตำราเพื่อประกอบการเรียนการสอนและเสนอขอตำแหน่งทางวิชาการ และมีผลงานทางวิชาการ เรื่อง นวัตกรรมความเป็นเลิศในการทำงานกับผลการปฏิบัติงานของข้าราชการกรมธนารักษ์, วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, ปีที่ 9 ฉบับที่ 4 ประจำเดือน ตุลาคม - ธันวาคม 2560.

ผลการดำเนินงาน
<p>2.5 อ.ดร.ชุตินา เรืองอุตมานันท์ มีผลงานทางวิชาการ เรื่อง ผลกระทบของกลยุทธ์สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจแฟชั่นในประเทศไทย. วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, ปีที่ 10 ฉบับที่ 1 ประจำเดือน มกราคม – มีนาคม 2561.</p> <p>สรุปผลการดำเนินงานในปีการศึกษา 2560 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรได้รับการพัฒนาตนเอง 2 ครั้ง ครบทั้ง 5 คน และมีผลงานทางวิชาการ คิดเป็นร้อยละ 80 ซึ่งเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด</p> <p>จากผลการดำเนินงานที่บรรลุเป้าหมายดังกล่าว เกิดจากการติดตาม เร่งรัด สนับสนุนให้อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรไปอบรมสัมมนาโดยมีงบประมาณสนับสนุนคนละ 30,000 บาท อีกทั้ง ให้การสนับสนุนในการเดินทางไปราชการเพื่อนำเสนอผลงานทางวิชาการและตีพิมพ์เผยแพร่ ตามนโยบายของคณะ</p>
<p><b>สรุปผลการประเมินตนเองในภาพรวมของผลการดำเนินงานทั้งหมดของตัวบ่งชี้ เท่ากับ 4 คะแนน</b></p>
<p><b>เหตุผล กรณีประเมินตนเองที่ระดับ 4 หรือ 5 คะแนน</b></p> <p><b>การดำเนินงานบรรลุเป้าหมายและมีผลอย่างเป็นรูปธรรมในผลงานวิชาการร้อยละ 80 และมีการพัฒนาตนเองร้อยละ 100</b></p>

### 2.3 รายงานผลการดำเนินงาน ผลที่เกิดกับอาจารย์ --ตัวบ่งชี้ที่ 4.3--

ผลการดำเนินงาน				
●การคงอยู่ของอาจารย์				
ปีการศึกษา	2557	2558	2559	2560
อัตรากการคงอยู่				
1. ที่มีอยู่	5	5	5	5
2. ที่ต้องการเพิ่ม				
3. เกษียณอายุ				
4. ที่คงอยู่	5	5	5	5
<p>อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรจำนวน 5 คน คงอยู่ตลอดระยะเวลา ตั้งแต่ปีการศึกษา 57 จนถึง 2560 คิดเป็น ร้อยละ 100</p>				
●ความพึงพอใจของอาจารย์				
<p>หลักสูตรได้กำหนดเป้าหมายความพึงพอใจของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร มีค่าคะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 4.00 ขึ้นไป เนื่องจากหลักสูตรมีการประชุมอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรอย่างสม่ำเสมอ เพื่อวางแผน ติดตามและ ทบทวนผลการดำเนินงาน อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร มีส่วนร่วมในการบริหารหลักสูตรตลอดระยะเวลาการดำเนินงาน และได้ดำเนินการประเมินของอาจารย์ต่อการบริหารหลักสูตรทุกปีการศึกษาและในปีการศึกษา 2560 ผลการประเมินความพึงพอใจของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรต่อการบริหารหลักสูตร ค่าเฉลี่ย โดยรวมอยู่ที่ 4.78</p> <p>เมื่อเปรียบเทียบผลการประเมินความพึงพอใจย้อนหลังตั้งแต่ปี 2557 เป็นไปตามลำดับดังนี้</p> <p>ปีการศึกษา 2559 ผลการประเมินความพึงพอใจของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรต่อการบริหารหลักสูตร ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ที่ 4.75</p> <p>ปีการศึกษา 2558 มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมอยู่ที่ 4.35</p> <p>ปีการศึกษา 2557 อยู่มียุ่ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมอยู่ที่ 4.15</p>				

ผลการดำเนินงาน										
<p>จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าความพึงพอใจของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรต่อการบริหารหลักสูตรมีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นทุกปีตามลำดับ 4.15, 4.35 4.75 และ 4.78</p> <p>ดังนั้น ผลที่เกิดกับอาจารย์สรุปได้ว่ามีแนวโน้มที่ดีขึ้นทั้งด้านอัตราการคงอยู่และความพึงพอใจต่อการบริหารหลักสูตร</p> <div style="text-align: center;"> <p><b>ความพึงพอใจของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรต่อการบริหารหลักสูตร</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>ปี</th> <th>ความพึงพอใจของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรต่อการบริหารหลักสูตร</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ปี 2557</td> <td>4.15</td> </tr> <tr> <td>ปี 2558</td> <td>4.35</td> </tr> <tr> <td>ปี 2559</td> <td>4.75</td> </tr> <tr> <td>ปี 2560</td> <td>4.78</td> </tr> </tbody> </table> </div>	ปี	ความพึงพอใจของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรต่อการบริหารหลักสูตร	ปี 2557	4.15	ปี 2558	4.35	ปี 2559	4.75	ปี 2560	4.78
ปี	ความพึงพอใจของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรต่อการบริหารหลักสูตร									
ปี 2557	4.15									
ปี 2558	4.35									
ปี 2559	4.75									
ปี 2560	4.78									
<p>สรุปผลการประเมินตนเองในภาพรวมของผลการดำเนินงานทั้งหมดของตัวบ่งชี้ เท่ากับ 4 คะแนน</p>										
<p>เหตุผล กรณีประเมินตนเองที่ระดับ 4 คะแนน</p> <p>อัตราการคงอยู่และความพึงพอใจมีแนวโน้มที่ดีขึ้นทุกเรื่อง อัตราการคงอยู่ร้อยละ 100 ติดต่อกัน 3 ปี ความพึงพอใจดีขึ้นตามลำดับดังนี้ 4.35 4.75 และ 4.78</p>										

### หมวดที่ 3 นิสิตและบัณฑิต

#### 3.1 รายงานผลการดำเนินงาน การรับนิสิต –ตัวบ่งชี้ที่ 3.1–

ผลการดำเนินงาน
<p>●การรับนิสิต</p> <p>หลักสูตรได้ทำการประชุมเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อ การรับนิสิตทั้งปัจจัยภายในและภายนอก เช่น ความต้องการศึกษาต่อของนักเรียน ม.6 ความต้องการของตลาดแรงงาน และข้อมูลการเข้าเรียนของปีที่ผ่านมา อัตรากำลังของอาจารย์ และ สิ่งสนับสนุนการเรียนเพื่อกำหนดแผนการรับนิสิตในปี 2560 จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง หลักสูตรจึงได้วางแผนการรับสมัครโดยมีการกำหนดเป้าหมายดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. จำนวนรับตามแผน 200 คน แบ่งเป็น ระบบรับตรง 150 คน ระบบ Admissions 50 คน</li> <li>2. คุณสมบัติเป็นไปตาม มคอ.2 และคุณสมบัติเฉพาะที่กำหนด คือ ความรอบรู้ทางด้านการตลาด ความสามารถในการปรับตัว มีองค์ความรู้สำหรับการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น และมีคุณธรรม จริยธรรมและมีจิตสำนึกในจรรยาบรรณ ซึ่งเป็นไปตาม มคอ.2 และเพิ่มเติมตามนโยบายคณะฯ และมหาวิทยาลัย</li> </ol> <p>หลังจากที่ได้กำหนดเป้าหมายเรียบร้อยแล้วหลักสูตรได้ดำเนินการส่งข้อมูลต่างๆ ไปยังฝ่ายวิชาการ เพื่อดำเนินงานปรับแผนการรับสมัครต่อไปโดยเฉพาะจำนวนรับเข้าที่ต่างจาก มคอ.2 ที่ระบุไว้จำนวน 60 คน แต่เนื่องจากความต้องการในการศึกษาต่อของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีเพิ่มสูงขึ้น ประกอบกับหน่วยงานต่างๆ ในปัจจุบันมีความต้องการบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาในสาขาวิชาการตลาดมากขึ้น ทั้งนี้ ขั้นตอนการรับสมัครและการดำเนินการต่างๆ เป็นไปตามข้อกำหนดของมหาวิทยาลัยและนโยบายของคณะฯ ในปีการศึกษา 2560 หลักสูตรได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการวางแผนจำนวนรับและวิธีการคัดเลือกและมีส่วนร่วมในการวางแผนการสอบสัมภาษณ์ผู้มีสิทธิ์เข้ารับคัดเลือกเพื่อศึกษาต่อ ซึ่งในกระบวนการนี้ หลักสูตรได้ปรับกระบวนการ</p>

## ผลการดำเนินงาน

ในการสอบสัมภาษณ์ที่ต่างไปจากปีการศึกษา 2559 โดยเน้นการสอบสัมภาษณ์ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการตลาดมากขึ้น ใช้วิธีการแยกสาขาวิชา และประชุมทำความเข้าใจกับอาจารย์ในภาควิชาที่เป็นกรรมการสอบสัมภาษณ์ และหาวิธีในการทดสอบคุณสมบัติของผู้เข้าสอบสัมภาษณ์ โดยเน้นการใช้คำถามที่สามารถวัดความรับผิดชอบ เช่น การถามถึงกิจกรรมที่ทำระหว่างเรียน และเน้นดูแฟ้มประวัติการเรียนและกิจกรรมพิเศษ ซึ่งคาดว่า ถ้าผู้สอบสัมภาษณ์มีกิจกรรมระหว่างเรียน เป็นส่วนหนึ่งที่แสดงให้เห็นความรับผิดชอบ ที่ทำให้เราเห็นถึงคุณสมบัติที่จะเรียนให้สำเร็จการศึกษาตามหลักสูตรได้ ตัวชี้วัดที่สามารถจะวัดความสำเร็จของการปรับปรุงกระบวนการในการสอบสัมภาษณ์

ผลการดำเนินงานปีการศึกษา 2560 พบว่า หลักสูตรรับนิสิตได้จำนวน 237 คน ซึ่งมากกว่าแผนที่กำหนดไว้ 200 คน และได้นิสิตที่มีคุณสมบัติตามต้องการ ส่งผลทำให้นิสิตที่เข้ามาศึกษาต่อสามารถปรับตัว และทำให้อัตราการคงอยู่ในปีการศึกษา 2560 มีอัตราการคงอยู่ 94.94% เมื่อเทียบกับ 2559 ที่มีอัตราการคงอยู่ 72.66% จึงทำให้อัตราการคงอยู่เพิ่มขึ้น 22.28%

### ●การเตรียมความพร้อม

ที่ผ่านมาหลักสูตรได้วางแผนโครงการเตรียมความพร้อมให้กับนิสิตใหม่อย่างต่อเนื่อง แต่เนื่องจากปีการศึกษา 2559 ไม่สามารถดำเนินโครงการได้ตามแผนที่กำหนดไว้ และได้รับคำแนะนำจากกรรมการประเมินคุณภาพภายในระดับหลักสูตร เห็นควรให้มีการจัดกระบวนการเตรียมความพร้อมก่อนเข้าศึกษาของนิสิตอย่างเป็นระบบ เพื่อให้นิสิตมีคุณสมบัติเป็นไปตามที่หลักสูตรต้องการ ดังนั้น ในปี 2560 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรจึงได้วางแผนสำรวจความต้องการเกี่ยวกับการจัดโครงการเตรียมความพร้อมให้กับนิสิตใหม่ ในวันที่ นิสิตเข้ามาสอบสัมภาษณ์ผ่านระบบออนไลน์ จึงทำให้ได้รับทราบข้อมูลความต้องการเกี่ยวกับรูปแบบการจัดกิจกรรมให้กับนิสิตใหม่และนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อเตรียมความพร้อมในการเรียน พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่มีจุดอ่อน ด้านความรู้พื้นฐานทางธุรกิจ ด้านวิเคราะห์เชิงตัวเลข ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และด้านภาษาอังกฤษ

หลักสูตรจึงได้จัดทำโครงการ Marketing camp: ก้าวแรกสู่สังเวียนการตลาด ในวันที่ 19 – 20 สิงหาคม 2560 โดยจัดกิจกรรมเกี่ยวกับด้านความรู้พื้นฐานทางการตลาด ด้านการคิดวิเคราะห์เชิงตัวเลข ด้านการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและนำเสนอสินค้าหรือบริการที่ตรงกับความต้องการที่แท้จริง ด้านการสานสัมพันธ์กับศิษย์เก่าที่ประสบความสำเร็จ “โลกแห่งความจริงหลังพ้นรั้วมหาวิทยาลัย” และด้านตระหนักถึงความสำคัญของภาษาอังกฤษ

ซึ่งโครงการดังกล่าวเป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ นอกจากนั้น ยังมีโครงการอื่นๆ ในระหว่างการเรียนรู้ของนิสิต หลักสูตรได้มีการจัดโครงการติวช่วยเหลือนิสิตในรายวิชาที่มีปัญหาและนิสิตก็ได้เข้าร่วมโครงการปฐมนิเทศที่มหาวิทยาลัยและคณะฯ ซึ่งในกำหนดการปฐมนิเทศของคณะฯ ได้มีการกำหนดให้นิสิตได้ปฐมนิเทศตามหลักสูตร ซึ่งทางหลักสูตรได้ดำเนินการปฐมนิเทศนิสิตทั้งในเรื่องการปรับตัว การใช้ชีวิตในมหาวิทยาลัย การเรียนและการได้พบปะรุ่นพี่เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ซึ่งนิสิตที่เข้าร่วมโครงการมีการประเมินความพึงพอใจต่อการจัดโครงการ ดังนี้



ผลการดำเนินงาน			
ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของผู้เข้ารับการอบรมโดยรวมและเป็นรายด้าน			
การประเมินผลในภาพรวม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านความรู้	4.48	0.65	มาก
2. ด้านวัตถุประสงค์	4.65	0.68	มากที่สุด
3. ด้านวิทยากร	4.61	0.59	มากที่สุด
4. ด้านโสตทัศนูปกรณ์และสถานที่	4.61	0.40	มากที่สุด
5. ด้านการประชาสัมพันธ์	4.60	0.65	มากที่สุด
โดยรวม	4.59	0.59	มากที่สุด

จากตาราง พบว่า ผู้เข้ารับการอบรมมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเข้ารับการอบรม โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 5 ด้าน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ด้านวัตถุประสงค์ ( $\bar{X} = 4.65$ ) ด้านวิทยากร ( $\bar{X} = 4.61$ ) และด้านโสตทัศนูปกรณ์และสถานที่ ( $\bar{X} = 4.61$ )

สรุปผลการประเมินตนเองในภาพรวมของผลการดำเนินงานทั้งหมดของตัวบ่งชี้ เท่ากับ 4 คะแนน

เหตุผล กรณีประเมินตนเองที่ระดับ 4 คะแนน

การรับนิสิตได้ตามเป้าหมายและมีอัตราคงอยู่เพิ่มขึ้นจากกระบวนการการสอบคัดเลือกและเตรียมความพร้อมให้กับนิสิต

### 3.2 ข้อมูลนิสิต

ปีการศึกษา ที่รับเข้า	จำนวนที่ประกาศรับ			จำนวนผู้สมัคร			จำนวนผู้มีสิทธิเข้าศึกษา			จำนวนผู้มารายงานตัว			จำนวนที่ลงทะเบียนเรียน		
	ปกติ	พิเศษ	รวม	ปกติ	พิเศษ	รวม	ปกติ	พิเศษ	รวม	ปกติ	พิเศษ	รวม	ปกติ	พิเศษ	รวม
2553	200	50	250	435	123	558	335	95	430	257	73	330	198	56	254
2554	200	50	250	382	58	440	294	45	339	226	34	260	174	26	200
2555	200	50	250	257	40	297	198	31	229	152	24	176	117	18	135
2556	200	50	250	559	73	632	430	56	486	330	43	373	254	33	287
2557	200	50	250	738	35	773	568	27	595	437	21	458	336	16	352
2558	200	50	250	761	12	773	585	9	594	450	7	457	346	5	351
2559	150		200	1187	9	1196	913	7	920	702	5	707	540	4	544
2560	150		200												

ข้อมูลสถิติ ณ วันที่ 13 มิถุนายน 2561 ที่มาฝ่ายวิชาการคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ

### 3.3 รายงานผลการดำเนินงาน การส่งเสริมและพัฒนา นิสิต --ตัวบ่งชี้ที่ 3.2--

ผลการดำเนินงาน
<p>● การควบคุมการดูแลการให้คำปรึกษาวิชาการและแนะแนวแก่นิสิตปริญญาตรี</p> <p>ปีการศึกษา 2560 หลักสูตรได้ทำการวางแผนการควบคุมดูแลการให้คำปรึกษาวิชาการและแนะแนวแก่นิสิต โดยกำหนดเป้าหมายในการกำกับดูแลดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. อาจารย์ที่ปรึกษาที่ได้รับการแต่งตั้งต้องทำหน้าที่การให้คำปรึกษากับนิสิตทุกคนตามคู่มือและสถานการณ์</li> <li>2. อาจารย์ที่ปรึกษาต้องกำหนดวันเวลาการเข้าพบนิสิตในที่ปรึกษาอย่างน้อย ภาคเรียนละ 2 ครั้ง และรายงานการให้คำปรึกษาเมื่อสิ้นสุดภาคการศึกษา</li> </ol>

## ผลการดำเนินงาน

3. อาจารย์ที่ปรึกษาต้องกำหนดตารางการเข้าพบให้กับนิสิตอย่างน้อย 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

4. อาจารย์ที่ปรึกษาต้องเพิ่มวิธีการติดต่อสื่อสารกับนิสิตในที่ปรึกษาที่สะดวกรวดเร็วทันเหตุการณ์มากขึ้น ซึ่งเป้าหมายนี้ถือเป็นเป้าหมายที่เกิดจากการประเมินความพึงพอใจของนิสิตในปีที่ผ่านมาที่ต้องการให้เพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสารกับที่ปรึกษาให้สะดวกมากขึ้น

ผลการดำเนินงานในปีการศึกษา 2560 อาจารย์ที่ปรึกษาทุกคนได้ทำหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมายเป็นอย่างดี และยังเพิ่มช่องทางในการติดต่อสื่อสารระหว่างอาจารย์ที่ปรึกษาผ่านระบบการให้คำปรึกษา (Marketing Department: Counseling Information System) ซึ่งเป็นระบบการจัดเก็บข้อมูลการให้คำปรึกษาผ่านเว็บไซต์ และโทรศัพท์สมาร์ตโฟนแบบเรียลไทม์ (Real Time) และสามารถบันทึกข้อมูลการให้คำปรึกษา รายงานผลการให้คำปรึกษา เพื่อนำมาวิเคราะห์ปัญหาของนิสิตเพื่อให้หลักสูตรได้นำมาใช้พัฒนาปรับปรุงในการบริหารจัดการแก้ไขปัญหาให้นิสิตได้อย่างถูกต้องเหมาะสม จากการปรับปรุงช่องทางให้คำปรึกษาและสำรวจความพึงพอใจของนิสิต ภาควิชาการตลาดทำให้นิสิตมีความพึงพอใจต่อการให้คำปรึกษาของอาจารย์ที่ปรึกษาสูงขึ้นจากปี 2559 (N=97, 4.05) และปี 2560 (N=193, 4.17) จะเห็นได้ว่า ระบบสารสนเทศให้คำปรึกษานิสิตที่ใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยสนับสนุนกระบวนการให้คำปรึกษาทำให้นิสิตได้รับความสะดวกและเข้ามาประเมินอาจารย์ที่ปรึกษาเพิ่มขึ้น ซึ่งข้อมูลที่ได้จากรายงานในระบบ ภาควิชาการตลาดยังได้มีการนำข้อมูลมาวิเคราะห์ปรับปรุงการให้คำปรึกษาได้อย่างสอดคล้องกับพฤติกรรมของนิสิตในปัจจุบัน และยังสามารถควบคุมดูแลการให้คำปรึกษาของอาจารย์ที่ปรึกษาได้อย่างสะดวก รวดเร็วอีกด้วย

กลุ่มเรียน	จำนวนนิสิตทั้งหมด	จำนวนนิสิตที่เข้าพบปรึกษา	
MK591	73 คน <small>เปิดดู</small>	15 คน	<small>Edit</small> <small>Delete</small> <small>Import Student</small>
MK603	73 คน <small>เปิดดู</small>	8 คน	<small>Edit</small> <small>Delete</small> <small>Import Student</small>
กศ.เทียบโอน	0 คน <small>เปิดดู</small>	0 คน	<small>Edit</small> <small>Delete</small> <small>Import Student</small>

### ● การพัฒนาศักยภาพนิสิตและการเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21

หลักสูตรได้ทำการประชุมปรึกษาหารือ ระดมความคิดจากอาจารย์ประจำผู้รับผิดชอบหลักสูตร และอาจารย์ประจำภาควิชาการตลาด ในการจัดกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ให้กับนิสิต เพื่อพัฒนานิสิตให้เป็นไปตามลักษณะที่พึงประสงค์ของหลักสูตร โดยอาจารย์ผู้รับผิดชอบกิจกรรมหรือโครงการดังกล่าว เป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องนั้นๆ แต่ละโครงการจะคัดเลือกนิสิตเข้าร่วมโครงการอย่างเหมาะสม เพื่อให้นิสิตได้รับความรู้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ภายหลังจากดำเนินโครงการเสร็จสิ้น คณะกรรมการจัดโครงการจะทำการประเมินผลของโครงการโดยประเมินจากทั้งคณะกรรมการผู้จัดโครงการ ผู้เข้าร่วมโครงการ และประเมินผลในภาพรวมของการจัดโครงการ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข และเพื่อให้การจัดโครงการในครั้งต่อไปมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และจากการทบทวนโครงการพัฒนาศักยภาพ และการเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในปีงบประมาณ 2560

## ผลการดำเนินงาน

(วงรอบปีการศึกษา 2559) พบว่าหลักสูตรควรปรับเปลี่ยนโครงการหรือกิจกรรมที่จัดขึ้นให้มีความทันสมัยมากขึ้น และส่งเสริมให้นิสิตเข้าร่วมกิจกรรม ของคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ และระบบการดำเนินกิจกรรมของสโมสร นิสิตคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ ที่สอดคล้องกับระบบกิจกรรมของฝ่ายพัฒนานิสิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ดังนั้นในปีการศึกษา 2560 จึงได้กำหนดเป้าหมายในการพัฒนาศักยภาพนิสิตและการเสริมสร้างทักษะการ เรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ดังนี้ จำนวนโครงการที่กำหนดไว้ในแผนงบประมาณประจำปี 2561 จำนวน 10 โครงการ

1. โครงการปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตสาขาวิชาการตลาด
2. โครงการวางแผนยุทธศาสตร์และพัฒนาหลักสูตรภาควิชาการตลาด
3. โครงการ Marketing Camp ก้าวสู่สังเวียนการตลาด
4. โครงการศึกษาดูงานนอกสถานที่สำหรับนิสิตสาขาวิชาการตลาดชั้นปีที่ 3 ระบบปกติ
5. โครงการสอบประมวลความรู้สำหรับนิสิตสาขาวิชาการตลาดหลักสูตร 4 ปี
6. โครงการปัจฉิมนิเทศนิสิตระดับปริญญาตรีสาขาวิชาการตลาด
7. โครงการสัมมนาเชิงวิชาการในหัวข้อ seminar in new age marketing tools, current issues, and trends for driving Thailand 4.0
8. โครงการ English exit exam การพัฒนาศักยภาพนิสิตสาขาการตลาด
9. โครงการพัฒนานิสิตในศตวรรษที่ 21 ด้านการสื่อสารเทคโนโลยี
10. โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการสร้างสรรค์แผนการตลาดสู่การปฏิบัติการเชิงกลยุทธ์ประจำปีการศึกษา 2560

นอกจากโครงการและกิจกรรมที่กำหนดไว้ในแผนงบประมาณ หลักสูตรยังได้ส่งเสริมให้นิสิตได้เข้าร่วมโครงการที่ ดำเนินการจากคณะฯและหน่วยงานต่างๆ ดังนี้

1. โครงการศิลปศิลป์ของนิสิตชั้นปีที่ 2
2. โครงการหนึ่งหลักสูตรหนึ่งชุมชนของนิสิตชั้นปีที่ 2
3. โครงการธุรกิจจำลองของชมรมมาร์เก็ตติ้ง คลับ (Marketing Club)
4. โครงการการส่งแผนธุรกิจเข้าประกวด เช่น โครงการ R2M ของนิสิตชั้นปีที่ 3 และปีที่ 4
5. โครงการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการใหม่ Startup camp
6. โครงการเพื่อเดินทางไปแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในต่างประเทศกับมหาวิทยาลัยในต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศ

บรูไน ประเทศฝรั่งเศส เกาหลี ญี่ปุ่น เพื่อพัฒนาศักยภาพนิสิตสู่ความเป็นเลิศในระดับสากล ของนิสิตชั้น ปีที่ 3 และที่สำคัญ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดได้ประยุกต์ใช้ระบบส่งนิสิตไปฝึกประสบการณ์ วิชาชีพของคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ ตั้งแต่

- กำหนดคุณสมบัติของนิสิต (ชั้นปี และรายวิชาที่สอบผ่านก่อนไปฝึกงาน)
- กำหนดคุณสมบัติของสถานประกอบการ
- กำหนดวิธีการพิจารณา และวิธีการอนุมัติการฝึกงาน
- กำหนดขอบเขตหน้าที่ของการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ
- กำหนดการปฐมนิเทศ
- กำหนดวิธีการรายงานตัวและการรายงานผลการปฏิบัติงาน
- กำหนดวิธีการให้คำปรึกษาขณะฝึกประสบการณ์วิชาชีพ
- กำหนดการวิธีและเกณฑ์การวัดผล และการประเมินผล
- กำหนดแนวปฏิบัติหลังจากเดินทางกลับจากสถานประกอบการ

การฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ทำให้นิสิตได้เรียนรู้การทำงาน ได้รับประสบการณ์ตรงจากการทำงาน ก่อนที่จะ

<b>ผลการดำเนินงาน</b>	
<p>สำเร็จการศึกษา จากกระบวนการในการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ นิสิตสามารถเข้าฝึกประสบการณ์วิชาชีพในสถานประกอบการได้ครบถ้วน</p> <p>ผลการดำเนินงาน</p> <p>โครงการที่จัดอยู่ในกลุ่มการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 <b>กลุ่มทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม</b> ได้แก่ โครงการที่กำหนดไว้ในแผนงบประมาณประจำปี 2561 โครงการที่ 3, 7, 9, 10 และโครงการที่ดำเนินการจากคณะและหน่วยงานต่างๆ ในโครงการที่ 4, 5</p> <p>โครงการที่จัดอยู่ในกลุ่มการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 <b>กลุ่มทักษะสารสนเทศ</b> สื่อ เทคโนโลยี ได้แก่ โครงการที่กำหนดไว้ในแผนงบประมาณประจำปี 2561 โครงการที่ 5, 9 และโครงการที่ดำเนินการจากคณะและหน่วยงานต่างๆ ในโครงการที่ 4, 5</p> <p>โครงการที่จัดอยู่ในกลุ่มการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 <b>กลุ่มทักษะชีวิตและอาชีพ</b> ได้แก่ โครงการที่กำหนดไว้ในแผนงบประมาณประจำปี 2561 โครงการที่ 5, 6, 8 และโครงการที่ดำเนินการจากคณะและหน่วยงานต่างๆ ในโครงการที่ 1, 2, 3, 4, 5, 6</p> <p>อย่างไรก็ตาม โครงการที่กำหนดไว้ในแผนงบประมาณประจำปี 2561 โครงการที่ 8 โครงการ English exit exam การพัฒนาศักยภาพนิสิตสาขาการตลาด โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อเตรียมความพร้อมในการทดสอบความรู้ความสามารถ ด้านภาษาอังกฤษก่อนที่จะสำเร็จการศึกษา โดยมีตัวชี้วัดเป็นร้อยละของผู้สอบผ่าน English exit exam เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 19.38 เป็นร้อยละ 20.17 และมีจำนวนผู้เข้าสอบมากขึ้นจากร้อยละ 74.17 เป็น 94.44 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า เมื่อนิสิตได้ผ่านการเตรียมความพร้อมทำให้เกิดความมั่นใจในการเข้ารับการทดสอบมากขึ้น</p>	
<p>สรุปผลการประเมินตนเองในภาพรวมของผลการดำเนินงานทั้งหมดของตัวบ่งชี้ เท่ากับ..4..คะแนน</p>	
<p><b>เหตุผล กรณีประเมินตนเองที่ระดับ 4 หรือ 5 คะแนน</b></p>	
<p>มีระบบช่องทางในการติดต่อสื่อสารระหว่างอาจารย์ที่ปรึกษาผ่านระบบการให้คำปรึกษา (Marketing Department: Counseling Information System) และร้อยละของผู้สอบผ่าน English exit exam เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 19.38 เป็นร้อยละ 20.17 และมีจำนวนผู้เข้าสอบมากขึ้นจากร้อยละ 74.17 เป็น 94.44</p>	

### 3.4 รายงานผลการดำเนินงาน คุณภาพบัณฑิตตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิอุดมศึกษาแห่งชาติ --ตัวบ่งชี้ที่ 2.1--

หลักสูตร บธ.บ. สาขาการตลาด มีผู้สำเร็จการศึกษา (ปีการศึกษา 2560) จำนวน 133 คน ดำเนินการสำรวจผลการประเมินคุณภาพผู้สำเร็จการศึกษาจากมุมมองของผู้ใช้บัณฑิต จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 21.05 ของผู้สำเร็จการศึกษา ซึ่งมีค่าเฉลี่ยคะแนนประเมิน (คะแนนเต็ม 5) เท่ากับ 4.09 รายละเอียดดังตาราง

ที่	คุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ที่กำหนดใน มคอ.2	ค่าเฉลี่ยคะแนนประเมิน
1	ด้านคุณธรรมจริยธรรม	4.25 คะแนน
2	ด้านความรู้	3.88 คะแนน
3	ด้านทักษะทางปัญญา	4.01 คะแนน
4	ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ	4.16 คะแนน
5	ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	4.04 คะแนน
<b>ค่าเฉลี่ยคะแนนประเมินภาพรวม</b>		<b>4.09 คะแนน</b>

3.5 รายงานผลการดำเนินงาน ข้อมูลภาวะการณั้ได้งานทำของบัณฑิต --ตัวบ่งชี้ที่ 2.2--

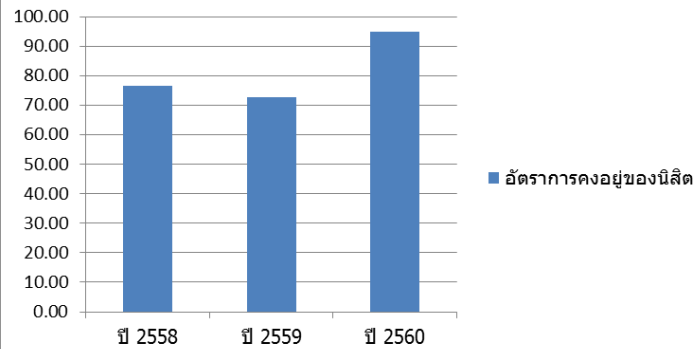
ข้อมูลพื้นฐาน	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนบัณฑิตทั้งหมด	133	
จำนวนบัณฑิตที่ตอบแบบสำรวจ	132	99.25
จำนวนบัณฑิตที่ได้งานทำหลังสำเร็จการศึกษา (ไม่นับรวมผู้ประกอบอาชีพอิสระ)	103	85.12
- ตรงสาขาที่เรียน	76	73.79
- ไม่ตรงสาขาที่เรียน	27	26.21
จำนวนผู้สำเร็จการศึกษาที่มีงานทำก่อนเข้าศึกษา	5	3.79
จำนวนบัณฑิตที่ศึกษาต่อ	5	3.79
จำนวนบัณฑิตที่อุปสมบท	-	-
จำนวนบัณฑิตที่เกณฑ์ทหาร	1	0.76
<b>สรุปคะแนนประเมินตนเอง (เต็ม 5)</b>		<b>4.26 คะแนน</b>

3.6 รายงานผลการดำเนินงาน ผลที่เกิดกับนิสิต --ตัวบ่งชี้ที่ 3.3--

ผลการดำเนินงาน												
●การคงอยู่ของนิสิต ข้อมูลสถิติ ณ วันที่ 12 มิถุนายน 2560 ที่มา: ฝ่ายวิชาการคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ												
ปีที่เข้า	จำนวนนิสิตแรกเข้า	2554	2555	2556	2557	2558	2559	2560	จำนวนนิสิตที่ออก	อัตราการสำเร็จการศึกษา รวม	อัตราการสำเร็จการศึกษาตามเกณฑ์	อัตราการคงอยู่
2552	147	1	67	25	1	2	0	0	51		149.66	65.31
2553	127	0	0	54	15	2	0	0	51		170.08	59.84
2554	145	0	0	1	62	15	6	0	55		176.55	62.07
2555	160	0	0	0	2	82	2		71		196.25	55.63
2556	230	0	0	0	0	4	98	0	90		180.00	60.87
2557	264	0	0	0	0	1	5	0	92		06.82	65.15
2558	341	0	0	0	0	0	0	0	80		01.17	76.54
2559	289	0	0	0	0	0	0	0	79			72.66
2560	237								12			94.94
อัตราการคงอยู่ ปีการศึกษา 2559 = 72.66% อัตรา การคงอยู่ ปีการศึกษา 2560 = 94.94%												

ผลการดำเนินงาน

อัตราการคงอยู่ของนิสิต



● การสำเร็จการศึกษา ข้อมูลสถิติ ณ วันที่ 12 มิถุนายน 2561 ที่มาฝ่ายวิชาการคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ

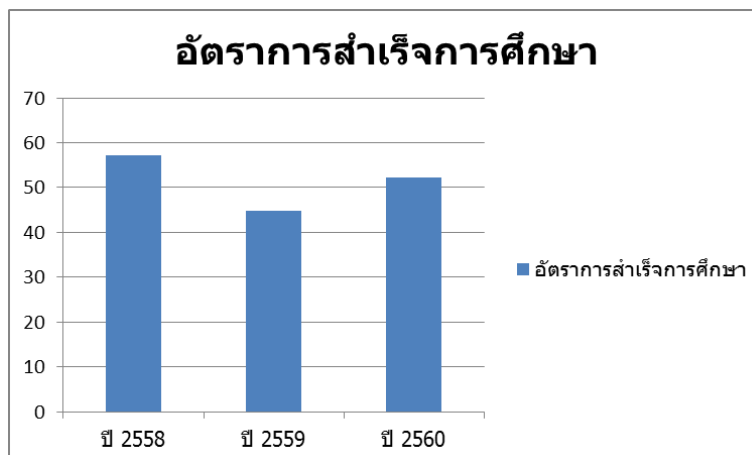
ปีการศึกษา ที่รับเข้า	จำนวนที่รับเข้า			จำนวนที่สำเร็จการศึกษา														
				2556			2557			2558			2559			2560		
	ปกติ	พิเศษ	รวม	ปกติ	พิเศษ	รวม	ปกติ	พิเศษ	รวม	ปกติ	พิเศษ	รวม	ปกติ	พิเศษ	รวม	ปกติ	พิเศษ	รวม
2554	145	26	171				84	18	102									
2555	160	18	178							86	16	102						
2556	230	33	263										102	16	118			
2557	264	16	280													124	22	146
2558	341	5	346															
2559	289	4	293															
2560	237	-	237															

อัตรา การสำเร็จการศึกษา ปีการศึกษา 2558  $(102/178 \times 100) = 57.30\%$

อัตรา การสำเร็จการศึกษา ปีการศึกษา 2559  $(118/263 \times 100) = 44.87\%$

อัตรา การสำเร็จการศึกษา ปีการศึกษา 2560  $(146/280) = 52.14\%$

อัตราความสำเร็จการศึกษา



## ผลการดำเนินงาน

### ●ความพึงพอใจต่อหลักสูตร

ความพึงพอใจของนิสิตต่อหลักสูตรในปีการศึกษา 2558 ค่าเฉลี่ย 4.07

ความพึงพอใจของนิสิตต่อหลักสูตรในปีการศึกษา 2559 ค่าเฉลี่ย 4.07

ความพึงพอใจของนิสิตต่อหลักสูตรในปีการศึกษา 2560 ค่าเฉลี่ย 3.85

ซึ่งในปี 2560 หลักสูตรได้สรุปผลประเมินความพึงพอใจของนิสิตต่อกิจกรรมการพัฒนาศักยภาพและการเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในปีการศึกษา 2560 รายกิจกรรม มีการประเมินดังต่อไปนี้

- โครงการ Marketing Camp ก้าวสู่สังเวียนการตลาด นิสิตมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}$  = 4.59)
- โครงการพัฒนานิสิตในศตวรรษที่ 21 ด้านการสื่อสารเทคโนโลยี นิสิตมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.45)
- โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการสร้างสรรค์แผนการตลาดสู่การปฏิบัติการเชิงกลยุทธ์ประจำปีการศึกษา 2560 นิสิตมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.00)
- โครงการสอบประมวลความรู้สำหรับนิสิตสาขาวิชาการตลาดหลักสูตร 4 ปี นิสิตมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}$  = 4.76)
- โครงการปัจฉิมนิเทศนิสิตระดับปริญญาตรีสาขาวิชาการตลาด นิสิตมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.36)
- โครงการ English exit exam การพัฒนาศักยภาพนิสิตสาขาการตลาด นิสิตมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.38)

นอกจากโครงการและกิจกรรมที่กำหนดไว้ในแผนงบประมาณ หลักสูตรยังได้ส่งเสริมให้นิสิตได้เข้าร่วมโครงการที่ดำเนินการจากคณะฯและหน่วยงานต่างๆ ดังนี้

- โครงการธุรกิจจำลองของชมรมมาร์เก็ตติ้ง คลับ (Marketing Club) นิสิตมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.08)
- โครงการธรรมศิลป์ นิสิตมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.55)

### ●กระบวนการจัดการข้อร้องเรียน จากการประชุมหลักสูตร ได้มีการกำหนดกระบวนการในการจัดการข้อร้องเรียนดังนี้

- นิสิตสามารถร้องเรียนผ่านอาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ที่ปรึกษาทำข้อร้องเรียนเพื่อดำเนินการส่งต่อไปยังหัวหน้าภาควิชาตามขั้นตอน
- หัวหน้าภาควิชานำเข้าที่ประชุมกรรมการผู้รับผิดชอบหลักสูตร
- นำเสนอผลจากที่ประชุมต่อรองคณบดีที่เกี่ยวข้อง
- รองคณบดีที่เกี่ยวข้องนำเสนอคณะกรรมการบริหารเพื่อพิจารณา
- แจ้งผลให้นิสิตรับทราบ

ในการนี้ เมื่อเกิดการร้องเรียนอาจารย์ที่ปรึกษาจะเป็นผู้ดำเนินการเบื้องต้น ถ้าหากสามารถจัดการได้ก็เป็นการสิ้นสุดลงที่อาจารย์ที่ปรึกษา ในกรณีที่มีความรุนแรงให้ดำเนินการเสนอตามขั้นตอนที่กำหนดไว้ ซึ่งในปีการศึกษาที่ผ่านมาได้มีการจัดการข้อร้องเรียนตามขั้นตอนดังกล่าวซึ่งการจัดการข้อร้องเรียนที่ผ่านมาเป็นที่พึงพอใจของนิสิต

ผลการดำเนินงานมีการรายงานครบทุกเรื่องและผลการดำเนินงานมีการรายงานอัตราการคงอยู่ของนิสิต 3 ปี อัตราการสำเร็จการศึกษา 3 ปี ความพึงพอใจต่อหลักสูตร 3 ปี และกระบวนการจัดการข้อร้องเรียน ซึ่งอัตราการคงอยู่ของนิสิตเพิ่มขึ้นตามข้อมูลในตารางข้างต้น และความพึงพอใจของโครงการและกิจกรรมมีความพึงพอใจที่ระดับที่มากขึ้นทุกโครงการ

**สรุปผลการประเมินตนเองในภาพรวมของผลการดำเนินงานทั้งหมดของตัวบ่งชี้ เท่ากับ 2 คะแนน**

**เหตุผล กรณีประเมินตนเองที่ระดับ 4 หรือ 5 คะแนน**

.....

## หมวดที่ 4 ข้อมูลสรุปรายวิชา

### 4.1 ข้อมูลรายวิชา ภาคเรียนที่ 1/2560 และ 2/2560

ชื่อวิชา	ภาคการศึกษา	อาจารย์ผู้สอน	A	B+	B	C+	C	D+	D	F	W	I	จำนวนนิสิตที่ลงทะเบียน	จำนวนที่ผ่าน
0902318 - 2 Sales Management	1/60	ผศ. : มลิจันทร์ ทองคำ	13	26	57	35	24	6	3	4	0	0	168	164
0902320 - 1 Service Marketing	1/60	ผศ.ดร. : อธิรา เอรารัตน์	18	27	32	39	33	5	3	5	0	0	162	157
0902312 - 2 Marketing Research	1/60	อ.ดร. : จุฬารัตน์ ชันแก้ว	15	8	16	32	35	23	8	11	1	0	149	138
0903281 - 1 Entrepreneurship and New Venture Creation	1/60	อ.ดร. : จุฬารัตน์ ชันแก้ว	26	7	37	50	36	2	4	5	0	0	167	162
0909401 - 2 Business Policy and Strategic Management	1/60	อ.ดร. : อนิรุทธิ์ ผงคลี	25	25	30	11	4	0	0	0	0	0	95	95
0902416 - 1 Electronic Commerce Marketing	1/60	อ.ดร. : อนิรุทธิ์ ผงคลี	43	80	30	6	2	0	0	0	0	0	161	161
0902418 - 2 Marketing Planning	1/60	อ. : อภิชัย มหธรรม	38	25	47	41	21	2	1	0	0	2	177	177
0909401 - 2 Business Policy and Strategic Management	1/60	อ.ดร. : ปกรณ์ สัจจพงษ์	41	27	70	59	31	2	1	2	0	0	233	231
0909401 - 2 Business Policy and Strategic Management	1/60	อ.ดร. : วราวรรณ วรรณันตกุล	5	5	17	26	27	6	1	6	4	0	97	91
0902311 - 3 Marketing Communication Management	1/60	อ.ดร. : แคทลียา ษาปะวัง	17	8	32	76	76	27	11	4	0	0	251	247



0902411 - 2 Marketing Quantitative Analysis	1/60	อ.ดร. : วิชชุตดา โพธิ์ศรี	30	16	26	32	26	13	43	50	0	0	236	186
0902316 - 2 Retailing Management	1/60	อ.ดร. : รุจิรา เหลื่อง ศักดิ์ดา พิชญ์	28	52	80	49	29	8	4	1	1	0	252	251
0902315 - 2 Global Marketing	1/60	ผศ.ดร. : ชุตติมา เรืองอุต มานันท์	29	47	66	79	31	16	0	4	0	0	272	268
0909201 - 1 Macroeconomics	1/60	อ. : ณัฐธ์ ธาร เจริญ	34	27	45	76	56	38	26	8	1	0	311	303
0900101 - 2 Introduction to Business	1/60	ผศ.ดร. : พรลภัส สุวรรณ รัตน์	58	39	62	80	38	17	3	13	0	0	310	297
0900101 - 2 Introduction to Business	1/60	อ. : ธมลวรรณ วงศ์นรา	38	21	59	77	63	22	7	16	0	0	303	287
0900101 - 2 Introduction to Business	1/60	อ.ดร. : มณิสรา สนั่นเอื้อ เม็งไฮสง	0	1	4	15	12	13	10	0	1	0	56	56
0900101 - 2 Introduction to Business	1/60	อ.ดร. : กมล เสวต สมบูรณ์	8	8	33	74	80	43	8	17	0	0	271	254
0904101 - 4 Business Computer and Information Technology	1/60	อ. : อนุพงศ์ สุข ประเสริฐ	2	7	28	40	104	35	5	18	1	0	240	222
0904101 - 4 Business Computer and Information Technology	1/60	อ.ดร. : นิพนธ์ พัทธ์ เมืองโคตร	5	6	34	49	15	0	0	3	0	0	115	112
0902101 - 1 Principles of Marketing	1/60	อ.ดร. : ประทาน พร จันทร์ อินทร์	3	5	11	23	27	25	10	21	0	0	125	104

0902101 - 1 Principles of Marketing	1/60	อ.ดร. : นริศรา สัจจงพงษ์	12	13	52	108	99	39	6	25	0	0	354	329
0902414 - 1 Salesmanship	2/60	อ. : สุวัก ติ อมร พันธุ์	13	15	13	6	0	0	0	1	1	0	49	48
0903281 - 1 Entrepreneurship and New Venture Creation	2/60	อ.ดร. : รุจิรา เหลื่อง ศักดิ์ดา พิชญ์	1	0	1	2	1	0	1	0	0	0	6	6
0902411 - 2 Marketing Quantitative Analysis	2/60	อ.ดร. : แคทลียา ชาปะวัง	3	3	6	2	0	0	0	0	0	0	14	14
0902312 - 2 Marketing Research	2/60	อ.ดร. : จุฬารัตน์ ชั้นแก้ว	2	3	6	7	5	2	0	0	0	0	25	25
0902412 - 3 Seminar in Marketing	2/60	อ.ดร. : รุจิรา เหลื่อง ศักดิ์ดา พิชญ์	6	1	1	0	0	0	0	0	0	0	8	8
0902313 - 3 Marketing Management and Marketing Strategy	2/60	อ.ดร. : อนิรุทธ์ ผงคลี	40	50	97	68	0	0	0	2	2	0	259	257
0902415 - 3 Customer Relationship Management	2/60	ผศ.ดร. : ธีรา เอราวัฒน์	4	18	41	52	55	37	26	14	3	0	250	236
0909302 - 2 Business Finance	2/60	อ. : อภิชัย มหารธรรม	49	28	46	39	58	36	57	1	12	0	326	325
0909303 - 2 Business Research Methodology	2/60	อ.ดร. : จุฬารัตน์ ชั้นแก้ว	22	16	32	45	59	42	14	12	0	0	242	230
0901202 - 3 Accounting for Management	2/60	รศ.ดร. : กรไชย พรล ภัสรชกร	7	5	15	16	15	6	4	0	0	0	68	68

0902111 - 2 Consumer Behavior	2/60	อ.ดร. : นริศรา สัจจงพงษ์	16	35	44	63	31	18	7	2	0	0	216	214
0902211 - 2 Product and Price Management	2/60	ผศ. : อิศ ยามภรณ์ ประเสริฐ สังข์	13	15	37	31	50	0	0	1	4	0	151	150
0902212 - 2 Distribution Channels Management	2/60	ผศ. : มลิ จันทร์ ทองคำ	21	27	78	58	33	6	4	1	2	0	230	229
0909203 - 2 Business Statistics	2/60	ผศ.ดร. : วีรยา ภัทรอาษา ชัย	1	2	5	14	25	24	4	13	0	0	88	75
0909301 - 2 Production and Operation Management	2/60	อ. : ญา ดา สามารถ	42	18	34	55	38	24	20	12	5	0	248	236
0909301 - 2 Production and Operation Management	2/60	อ.ดร. : พีรวัฒน์ ไชยล้อม	18	16	37	42	18	11	5	0	1	0	148	148
0901101 - 3 Principles of Accounting	2/60	อ. : ณัฐ ศรี เมืองทอง	0	1	2	11	14	9	8	17	0	0	62	45
0909101 - 2 Microeconomics	2/60	อ.ดร. : เกศินี หล้าวงศ์	16	6	24	55	44	28	48	34	0	0	255	221
0901101 - 3 Principles of Accounting	2/60	อ. : อีรา ภรณ์ ลิมา นนท์วรา ไชย	5	3	15	14	19	9	24	63	0	0	152	89
0903101 - 2 Management and Organizational Behavior	2/60	อ.ดร. : พลอยชมพู กิตติกุล โชติวุฒิ	6	9	16	16	7	0	0	4	0	0	58	54
0903101 - 2 Management and Organizational Behavior	2/60	อ.ดร. : ดวงรัตน์ ธารดำรงค์	41	59	83	106	62	0	0	16	0	0	367	351
0901101 - 3 Principles of Accounting	2/60	อ.ดร. : ธัญญธร ศรีวิเชียร	13	20	29	44	42	24	40	26	1	1	240	214

0903101 - 2 Management and Organizational Behavior	2/60	อ.ดร. : อัจฉริยา อิสสระ ไพบุลย์	2	4	10	20	33	15	6	10	0	0	100	90
--	------	--	---	---	----	----	----	----	---	----	---	---	-----	----

#### 4.2 การวิเคราะห์รายวิชาที่มีผลการเรียนไม่ปกติ เกณฑ์ที่หลักสูตรพิจารณาความผิดปกติ

ชื่อรายวิชา	ภาคการศึกษา	ความผิดปกติ	การตรวจสอบ	เหตุที่ทำให้ผิดปกติ	มาตรการแก้ไข
Introduction to Business	1/2560	ไม่มี A และส่วนใหญ่อยู่ในระดับ C ลงไป	พิจารณาหลักฐานจาก มคอ.5	อ.ผู้สอนไม่รายงานความผิดปกติในรายวิชา	ให้ผู้สอนรายงานผลการประเมินการสอนใน มคอ.3
Business Statistics	2/2560	F 46 (14.62%)	พิจารณาหลักฐานจาก มคอ.5	อ.ผู้สอนรายงานว่าการเตรียมตัวนำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียนของนิสิตที่บางกลุ่มต้องนำเสนอหลายครั้ง เนื่องจากเนื้อหา ที่ ทำการศึกษาด้วยตนเองยังไม่ชัดเจน และไม่ครอบคลุมประเด็นงานที่ได้รับมอบหมาย	

#### 4.3 รายวิชาที่สอนเนื้อหาไม่ครบ

ชื่อรายวิชา	ภาคการศึกษา	หัวข้อที่ขาด	สาเหตุที่ไม่ได้สอน	วิธีแก้
ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มีไม่มี	ไม่มี

#### 4.4 รายวิชาที่มีการประเมินคุณภาพการสอน และแผนการปรับปรุงจากผลการประเมิน

ผู้สอน	ภาคเรียน	รายวิชา	ผลประเมิน		แผนปรับปรุง
			$\bar{x}$	S.D	
ผศ. : มลิจันทร์ ทองคำ	1/60	0902318 - 2 Sales Management	4.185	0.949	
ผศ.ดร. : อีรา เอราวัฒน์	1/60	0902320 - 1 Service Marketing	4.308	0.874	
อ.ดร. : จุฬารัตน์ ชันแก้ว	1/60	0902312 - 2 Marketing Research	4.446	0.774	
อ.ดร. : จุฬารัตน์ ชันแก้ว	1/60	0903281 - 1 Entrepreneurship and New Venture Creation	4.403	0.763	
อ.ดร. : อนิรุทธ์ ผงคลี	1/60	0909401 - 2 Business	4.563	0.675	

		Policy and Strategic Management			
อ.ดร. : อนิรุทธ์ ผงคลี	1/60	0902416 - 1 Electronic Commerce Marketing	4.626	0.665	
อ. : อภิชัย มหธรรม	1/60	0902418 - 2 Marketing Planning	4.228	0.942	
อ.ดร. : ปกรณ์ สัจจงพงษ์	1/60	0909401 - 2 Business Policy and Strategic Management	4.247	0.786	
อ.ดร. : วราวรรณ วรานันต์กุล	1/60	0909401 - 2 Business Policy and Strategic Management	4.171	0.982	
อ.ดร. : แคทลียา ขาปะวัง	1/60	0902311 - 3 Marketing Communication Management	4.238	0.916	
อ.ดร. : วิชชุดา โพธิ์ศรี	1/60	0902411 - 2 Marketing Quantitative Analysis	4.429	0.776	
อ.ดร. : รุจิรา เหลืองศักดิ์ดาพิชญ์	1/60	0902316 - 2 Retailing Management	4.445	0.774	
ผศ.ดร. : ชุตติมา เรืองอุตมานันท์	1/60	0902315 - 2 Global Marketing	4.438	0.740	
อ. : ัญญ์ ชารเจริญ	1/60	0909201 - 1 Macroeconomics	4.451	0.732	
ผศ.ดร. : เตือนเด่น นาคสีหราช	1/60	0909202 - 2 Business Law	4.518	0.674	
อ. : พงษ์พันธ์ บูบเก	1/60	0909202 - 2 Business Law	3.911	1.053	
ผศ.ดร. : พรลภัส สุวรรณรัตน์	1/60	0900101 - 2 Introduction to Business	4.401	0.760	
อ. : ฒมลวรรณ วงศ์นรา	1/60	0900101 - 2 Introduction to Business	4.544	0.657	
อ.ดร. : มณิสรา สนั่นเอื้อเม็งไฮสง	1/60	0900101 - 2 Introduction to Business	4.175	0.718	
อ.ดร. : กมล เสวดสมบูรณ์	1/60	0900101 - 2 Introduction to Business	4.377	0.741	
อ. : อนุพงศ์ สุขประเสริฐ	1/60	0904101 - 4 Business Computer and Information Technology	4.506	0.688	
อ.ดร. : นิพนธ์พัทธ์ เมืองโคตร	1/60	0904101 - 4 Business Computer and Information Technology	4.278	0.800	
อ.ดร. : ประทานพร จันทร์อินทร์	1/60	0902101 - 1 Principles of Marketing	4.489	0.740	
อ.ดร. : นริศรา สัจจงพงษ์	1/60	0902101 - 1 Principles of Marketing	4.394	0.740	

อ. : สุวักขิ อมรพันธุ์	2/60	0902414 - 1 Salesmanship	4.541	0.843	
อ.ดร. : รุจิรา เหลืองศักดิ์ดาพิชญ์	2/60	0903281 - 1 Entrepreneurship and New Venture Creation	4.113	0.938	
อ.ดร. : แคทลียา ซาปะวัง	2/60	0902411 - 2 Marketing Quantitative Analysis	4.385	0.948	
อ.ดร. : จุฬารัตน์ ชันแก้ว	2/60	0902312 - 2 Marketing Research	4.534	0.864	
อ.ดร. : รุจิรา เหลืองศักดิ์ดาพิชญ์	2/60	0902412 - 3 Seminar in Marketing	4.590	0.877	
อ.ดร. : อนิรุทธ์ ผงคลี	2/60	0902313 - 3 Marketing Management and Marketing Strategy	4.448	0.880	
ผศ.ดร. : ชีรา เอรารัตน์	2/60	0902415 - 3 Customer Relationship Management	4.340	0.881	
อ. : อภิชัย มหธรรม	2/60	0909302 - 2 Business Finance	4.414	0.853	
อ.ดร. : จุฬารัตน์ ชันแก้ว	2/60	0909303 - 2 Business Research Methodology	4.353	0.925	
รศ.ดร. : กรไชย พรลภัสสรชกร	2/60	0901202 - 3 Accounting for Management	4.006	0.985	
อ.ดร. : นริศรา สัจจพงษ์	2/60	0902111 - 2 Consumer Behavior	4.251	0.813	
ผศ. : อีสยาภรณ์ ประเสริฐสังข์	2/60	0902211 - 2 Product and Price Management	3.906	0.956	
ผศ. : มลจินทร์ ทองคำ	2/60	0902212 - 2 Distribution Channels Management	4.254	0.816	
ผศ.ดร. : วีรยา ภัทรอาชาชัย	2/60	0909203 - 2 Business Statistics	4.019	0.915	
อ. : ญาดา สามารถ	2/60	0909301 - 2 Production and Operation Management	4.413	0.762	
อ.ดร. : พีรวัฒน์ ไชยล้อม	2/60	0909301 - 2 Production and Operation Management	4.314	0.779	
อ. : ณิชฎฐ์ ศรีเมืองทอง	2/60	0901101 - 3 Principles of Accounting	4.305	0.918	
อ.ดร. : เกศินี หล้าวงศ์	2/60	0909101 - 2 Microeconomics	4.442	0.736	
อ. : ชีราภรณ์ ลิมานนท์ ราชไชย	2/60	0901101 - 3 Principles of Accounting	3.887	1.049	
อ.ดร. : พลอยชมพู กิตติกุลโชติวุฒิ	2/60	0903101 - 2 Management and Organizational Behavior	4.406	0.748	
		0903101 - 2 Management			

อ.ดร. : ดวงรัตน์ ธารดำรงค์	2/60	and Organizational Behavior	4.399	0.702	
อ.ดร. : ัญญธร ศรีวีเชียร	2/60	0901101 - 3 Principles of Accounting	4.357	0.794	
อ.ดร. : อัจฉริยา อีสสระไพบุลย์	2/60	0903101 - 2 Management and Organizational Behavior	4.256	0.790	

#### 4.5 ประสิทธิภาพของกลยุทธ์การสอน

สรุปข้อคิดเห็นของผู้สอนและข้อมูลป้อนกลับจากแหล่งต่างๆ	แนวทางการแก้ไขหรือปรับปรุง
<p>ด้านความรู้ (ข้อมูลจากผู้สอน)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• นิสิตขาดความกระตือรือร้นในการค้นคว้าความรู้เพิ่มเติมด้วยตนเอง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• มอบหมายงานให้อ่านก่อนเข้าชั้นเรียนและมีการทดสอบย่อย</li> <li>• จัดสถานที่ หรือแหล่งเรียนรู้ด้วยตนเองได้ตลอดเวลา</li> </ul>
<p>ด้านคุณธรรมจริยธรรม (ข้อมูลจากผู้สอน)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• นิสิตบางส่วนขาดความรับผิดชอบ</li> <li>• นิสิตบางส่วนไม่ตรงต่อเวลา</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• อาจารย์ผู้สอนปรับวิธีการประเมินผลให้สอดคล้องกับงานที่ได้รับมอบหมาย</li> <li>• อาจารย์ต้องเป็นแบบอย่างที่ดีในเรื่องการตรงต่อเวลา</li> </ul>
<p>ด้านทักษะทางปัญญา</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• นิสิตบางส่วนยังขาดทักษะการประยุกต์ใช้ความรู้และยังขาดความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ ไม่สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ให้กรณีศึกษา และสร้างสถานการณ์จำลองให้นิสิตได้มุ่งแก้ปัญหาทางด้านธุรกิจและสร้างสรรค์สิ่งใหม่มากขึ้น</li> </ul>
<p>ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• นิสิตโดยส่วนใหญ่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนในชั้นเรียน</li> <li>• นิสิตบางส่วนขาดภาวะความเป็นผู้นำ และไม่คอยกล้าแสดงออก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• การทำงานกลุ่มให้นิสิตสลับบทบาทหน้าที่ในการเป็นผู้นำและการนำเสนองาน</li> </ul>
<p>ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• นิสิตมีทักษะด้านการค้นหาข้อมูลน้อย</li> <li>• นิสิตมีปัญหาการสื่อสารด้านภาษาอังกฤษ</li> <li>• นิสิตขาดทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลขพิจารณาได้จากนิสิตมีผลการเรียนเป็น F ในรายวิชาคำนวณ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ปรับปรุงเทคนิคการสอนและสอนเทคนิคในการค้นหาข้อมูลหรือแหล่งในการหาข้อมูลที่เป็นสากล</li> <li>• สอดแทรกคำศัพท์ภาษาอังกฤษในรายวิชา</li> <li>• จัดติวในรายวิชาที่นิสิตต้องการ เช่น วิชาบัญชี</li> </ul>

#### 4.6 การปฐมนิเทศอาจารย์ใหม่ (ถ้ามี) ไม่มี

การปฐมนิเทศเพื่อชี้แจงหลักสูตร	
จำนวนอาจารย์ใหม่	
จำนวนอาจารย์ที่เข้าร่วมปฐมนิเทศ	

#### 4.7 กิจกรรมการพัฒนาวิชาชีพของอาจารย์และบุคลากรสายสนับสนุน

กิจกรรมที่จัดหรือเข้าร่วม	จำนวนอาจารย์ที่เข้าร่วม	จำนวนบุคลากรสายสนับสนุนที่เข้าร่วม	สรุปข้อคิดเห็นและประโยชน์ที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้รับ
1) อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ได้แก่ ผศ.มลิจันทร์ ทองคำ, อาจารย์ ดร.จุฬารัตน์ ชันแก้ว, อาจารย์ ดร.วิชชุดา โพธิ์ศรี และอาจารย์ ดร.เกศินี หล้าวงศ์ เข้าร่วมอบรมหลักสูตรการประยุกต์ผลการวิจัยสู่แผนการตลาด (Apply the research to marketing plan) เมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2561	4	ไม่มี	พัฒนาหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน
2) อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ได้แก่ ผศ.มลิจันทร์ ทองคำ, อาจารย์ ดร.จุฬารัตน์ ชันแก้ว เข้าร่วมอบรมสัมมนา Marketing day 2017 Next move of marketing get real in digital era เมื่อวันที่ 16-17 พฤศจิกายน 2560	2	ไม่มี	พัฒนาหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน
3) อาจารย์ ดร.เกศินี หล้าวงศ์ และอ.ดร.จุฬารัตน์ ชันแก้ว เข้าร่วมอบรม Train The Trainer สัญจรภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ครั้งที่ 10 Disruptive Marketing (การตลาดพลิกโลก) วันที่ 29 มีนาคม 2561	2	ไม่มี	พัฒนาการจัดการเรียนการสอน
4) อาจารย์ ดร.จุฬารัตน์ ชันแก้ว และอ.ดร.วิชชุดา โพธิ์ศรี เข้าอบรม สถิติวิเคราะห์ขั้นสูงสำหรับการวิจัย ประจำปี 2561 เมื่อวันที่ 8-11 มิถุนายน 2561 ที่คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2	ไม่มี	พัฒนาการจัดการเรียนการสอน การวิจัย และการพัฒนาผลงานทางวิชาการ
5) ผศ.มลิจันทร์ ทองคำ, อาจารย์ ดร.จุฬารัตน์ ชันแก้ว, อ.ดร.เกศินี หล้าวงศ์ และอ.ดร.วิชชุดา โพธิ์ศรี เข้าสัมมนาในโครงการการวางแผนยุทธศาสตร์และพัฒนาหลักสูตรภาควิชาการตลาด (Strategy Development and Positioning Seminar for Marketin Department) เมื่อวันที่ 7 – 9 มีนาคม 2561	4	ไม่มี	พัฒนาการจัดการเรียนการสอนและหลักสูตร
6) ผศ.ดร.ชุติมา เรืองอุตมานันท์ เข้าร่วมอบรมทักษะและศักยภาพสำหรับนักวิจัยในการวิเคราะห์ด้านเทคโนโลยีกับการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงของเมืองท่องเที่ยวในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และสาธารณรัฐประชาชนจีน เมื่อวันที่ 7-10 มีนาคม 2561	1	ไม่มี	พัฒนาการจัดการเรียนการสอน



กิจกรรมที่จัดหรือเข้าร่วม	จำนวนอาจารย์ที่เข้าร่วม	จำนวนบุคลากรสายสนับสนุนที่เข้าร่วม	สรุปข้อคิดเห็นและประโยชน์ที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้รับ
7) ผศ.ดร.ชุตินา เรืองอุตมานันท์ เข้าร่วมอบรมพัฒนาอาจารย์ผู้สอนรายวิชาศึกษาทั่วไป หลักสูตรการวัดและประเมินผลการศึกษา กลุ่มวิชาภาษาอังกฤษและการออกข้อสอบเพื่อพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 ในระหว่างวันที่ 28 -29 มิถุนายน 2561	1	ไม่มี	พัฒนาการเรียนการสอน

\*อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรทุกคนมีการพัฒนาวิชาชีพของอาจารย์

#### 4.8 รายงานผลการดำเนินงาน สาระของรายวิชาในหลักสูตร --ตัวบ่งชี้ 5.1--

ผลการดำเนินงาน
<p>●การออกแบบหลักสูตรและสาระรายวิชาในหลักสูตร</p> <p>ในปีการศึกษา 2560 เปิดการเรียนการสอนโดยหลักสูตรที่ได้รับการปรับปรุงและออกแบบมาในปีการศึกษา 2556 ที่เน้นให้หลักสูตรทันสมัยตามความก้าวหน้าในศาสตร์นั้นๆตามขั้นตอนการปรับปรุงพัฒนาหลักสูตรโดยมีเป้าหมายในการปรับปรุงหลักสูตรให้เป็นไปตามวงรอบที่กำหนดและมีความทันสมัย</p> <p>หลักคิดในการออกแบบหลักสูตร</p> <p>เน้นบริบทอันเกี่ยวข้องกับการเติบโตของประเทศไทย ภายใต้กรอบแผนการพัฒนาประเทศที่มุ่งเน้นการนำ “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” มาเป็นแนวทางปฏิบัติ ควบคู่ไปกับการพัฒนาแบบบูรณาการเป็นองค์รวมรู้ที่มิคนเป็นศูนย์กลางการพัฒนาอย่างจริงจัง เพื่อก่อให้เกิดการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศอย่างสมดุล เป็นธรรมและยั่งยืนสร้างความสมดุลระหว่างทุน 6 ทุน คือ ทุนธรรมชาติ ทุนกายภาพ ทุนสังคม ทุนมนุษย์ ทุนการเงิน และทุนวัฒนธรรม เพื่อมุ่งสู่สังคมอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกัน อันเป็นแนวนโยบายของมหาสารคามที่มุ่งเน้นการทำประโยชน์แก่สังคมและชุมชนดังปรัชญามหาวิทยาลัยที่ว่า “ผู้มีปัญญาพึงเป็นอยู่เพื่อมหาชน” โดยมุ่งเน้นการพัฒนานักการตลาดที่มีความรู้ความสามารถในสาขาวิชาชีพ และียบพร้อมด้วย คุณธรรม จริยธรรม ตลอดจนสามารถประยุกต์องค์ความรู้ให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และประเทศชาติข้อมูลที่ใช้ในการพัฒนาหรือปรับปรุงหลักสูตร สถานการณ์หรือการพัฒนาทางเศรษฐกิจ ความต้องการของตลาดแรงงาน และผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสีย</p> <p>จากการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจและการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ทำให้ประเทศไทยจะต้องมีการวางแผนและปรับตัวกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว โดยจะเห็นได้จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (2555-2559) ที่เน้นการเชื่อมโยงประเทศในภูมิภาคเพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ซึ่งส่งผลกระทบต่อทางด้านการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้ทันกับแนวโน้มดังกล่าวผลกระทบจากการปรับตัวและความรู้ทางการตลาดเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อการตลาดในปัจจุบันต่อการแข่งขันในประเทศภาคธุรกิจจำเป็นต้องมีการปรับตัวเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันโดยเฉพาะด้านการตลาด จึงจำเป็นต้องเตรียมบุคลากรด้านการตลาดที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญสถานการณ์หรือการพัฒนาทางสังคมและวัฒนธรรม การเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านสังคมและวัฒนธรรมภายในประเทศมีการเรียนรู้ และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมจากต่างประเทศโดยเฉพาะการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ AEC แรงขับเคลื่อนทางสังคมและวัฒนธรรมในระดับท้องถิ่นระดับชาติและระดับภูมิภาคมีอิทธิพลอย่างมากต่อค่านิยมของผู้บริโภคและพฤติกรรมของผู้บริโภคความเข้าใจถึงค่านิยมระดับท้องถิ่นระดับชาติและระดับภูมิภาคผ่านงานวิจัยต่างๆ ทำให้เข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคและวิธีการที่นักการตลาดสร้างกลยุทธ์ต่างๆ ได้ดีขึ้น การรวมประเด็นต่างๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่อ การวางแผนการตลาดของภาคธุรกิจ ซึ่งจะต้องคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ดังนั้น ในการปรับปรุงหลักสูตร</p>

ผลการดำเนินงาน
<p>ครั้งนี้ได้คำนึงถึงสภาวะทางสังคมและวัฒนธรรมในปัจจุบัน และได้มีการสอดแทรกจริยธรรมและศีลธรรมในการประกอบอาชีพ</p> <p>วัตถุประสงค์ของหลักสูตร เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีคุณลักษณะและความรู้ความสามารถดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. เป็นนักการตลาดที่มีความรอบรู้ในวิชาชีพสามารถประยุกต์องค์ความรู้ทางการตลาดให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และประเทศชาติ</li> <li>2. มีความสามารถในการปรับตัวและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจของประเทศ</li> <li>3. มีพื้นฐานองค์ความรู้สำหรับการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น</li> <li>4. เป็นบุคลากรทางการตลาดที่มีคุณธรรม จริยธรรมและมีจิตสำนึกในจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ</li> </ol> <p>ดังนั้น ในปีการศึกษา 2560 ไม่ได้มีการออกแบบหลักสูตรใหม่</p>
<p>●การปรับสาระรายวิชาในหลักสูตรให้ทันสมัยตามความก้าวหน้าในศาสตร์สาขาวิชานั้นๆ</p> <p>ผลการดำเนินงานการปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัยตามความก้าวหน้าในศาสตร์สาขาวิชานั้นๆ</p> <p>ในปีการศึกษา 2560 การดำเนินงานตามหลักสูตร หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตสาขาวิชาการตลาด (ใช้หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2556) ซึ่งในปีการศึกษานี้ยังไม่ครบวงรอบการปรับปรุงจากแนวคิดและวัตถุประสงค์ในการผลิตบัณฑิตดังกล่าว การปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัยตามความก้าวหน้าในศาสตร์สาขาวิชานั้นๆ ผู้รับผิดชอบหลักสูตรได้ทำการพิจารณารายวิชาต่างๆที่จะเปิดสอนในแต่ละภาคเรียนและเสนอแนะให้อาจารย์ผู้สอนสอดแทรกเนื้อหาที่ทันสมัยเข้าในรายวิชาที่เปิดสอน ปรับเปลี่ยนสาระในรายวิชาให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน ผู้ใช้บัณฑิต และสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป โดยหลักสูตรได้เปิดรายวิชาเอกเลือกที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิตที่มีความทันสมัยต่อสถานการณ์ เช่น รายวิชา 0903281 Entrepreneurship and New Venture Creation, 0902414 Salemanship, 0902318 Sales Management เป็นต้น และยังมีรายวิชาที่มีการปรับสาระรายวิชา เช่น 0902312 การวิจัยการตลาด Marketing Research และ 0909303 Business Research Methodology ได้เพิ่มเนื้อหาเกี่ยวกับการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่าน google form และการใช้ qr code และวิธีการแปลงข้อมูลที่ได้เข้าสู่ระบบการวิเคราะห์ในโปรแกรม spss เพื่อวิเคราะห์ผลการวิจัย</p>
สรุปผลการประเมินตนเองในภาพรวมของผลการดำเนินงานทั้งหมดของตัวบ่งชี้ เท่ากับ..3.คะแนน
เหตุผล กรณีประเมินตนเองที่ระดับ 4 หรือ 5 คะแนน
.....

#### 4.9 รายงานผลการดำเนินงาน การวางระบบผู้สอนและกระบวนการจัดการเรียนการสอน --ตัวบ่งชี้ 5.2--

ผลการดำเนินงาน
<p>●การกำหนดผู้สอน</p> <p>ในปีการศึกษา 2560 หลักสูตรได้ทำการสำรวจรายวิชาที่ต้องการสอนจากอาจารย์ผู้สอนในภาควิชาการตลาดและนำข้อมูลเหล่านั้นมาวิเคราะห์ความเหมาะสมกับรายวิชาที่จะทำการเปิดสอนในแต่ละภาคเรียน เช่น การทำผลงานทางวิชาการ ภาระงานงานวิชาชีพศึกษาทั่วไป ประวัติการสอนในการปีที่ผ่านมา</p> <p>ดังนั้นในปีการศึกษา 2560 หลักสูตรได้วางแผนและกำหนดเป้าหมายในการสอนของอาจารย์ในภาควิชาดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. พิจารณาความเชี่ยวชาญและความต้องการของผู้สอน</li> <li>2. อาจารย์ร้อยละ 80 สอนไม่เกิน 2 รายวิชาในแต่ละภาคเรียน ถ้าหากจำเป็นจะต้องพิจารณาเป็นกรณีไป</li> <li>3. จำนวนภาระงานสอนต้องไม่เกิน 8 กลุ่มเรียน</li> </ol>

<b>ผลการดำเนินงาน</b>
<p>เมื่อกำหนดเป้าหมายเรียบร้อยแล้ว กรรมการผู้รับผิดชอบหลักสูตรได้พิจารณากำหนดตัวผู้สอนตามเกณฑ์ และเป้าหมายที่กำหนด เพื่อนำเสนอไปยังหัวหน้าภาควิชา และรองคณบดีฝ่ายวิชาการเพื่อจัดตารางสอนให้กับ อาจารย์ผู้สอนต่อไป</p> <p>ผลการดำเนินงาน พบว่า อาจารย์ได้สอนตามความรู้ความเชี่ยวชาญและความต้องการ และร้อยละ 80 สอนไม่เกิน 2 รายวิชาในแต่ละภาคเรียน มีจำนวนภาระงานสอนไม่เกิน 8 กลุ่มเรียน ตามข้อมูลในหมวด 4 ข้อ 4.1</p>
<p>●การกำกับ ติดตาม และตรวจสอบการจัดทำแผนการเรียนรู้ (มคอ.3) และการจัดการเรียนการสอน</p> <p>ในปีการศึกษา 2560 หลักสูตรวางแผนการกำกับติดตามและตรวจสอบการจัดทำแผนการเรียนรู้ (มคอ.3) โดยมีเป้าหมายในการกำกับดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. อาจารย์ผู้สอนส่ง มคอ.3 ตรงตามเวลาที่กำหนด ร้อยละ 100</li> <li>2. อาจารย์ผู้สอนทำ มคอ.3 สอดคล้องกับ มคอ.2 ร้อยละ 100</li> </ol> <p>ผลการดำเนินงานการกำกับ ติดตาม และตรวจสอบการจัดทำแผนการเรียนรู้และการจัดการเรียนการสอน ในปีการศึกษา 2559 พบว่า อาจารย์ผู้สอนบางท่านยังจัดทำ มคอ.3 ไม่สอดคล้องกับ มคอ.2 ดังนั้น หลักสูตรจึง ประชุมชี้แจงให้อาจารย์ดังกล่าวได้รับทราบและแก้ไขปรับปรุง มคอ.3 ให้สอดคล้องกับ มคอ.2 และให้ให้ผู้สอน ส่งผ่านระบบออนไลน์ในเวลาที่กำหนด ในปี 2560 พบว่า อาจารย์ผู้สอนทุกคนส่ง มคอ.3 ตรงตามเวลาที่กำหนด และสอดคล้องกับ มคอ.2 ตามเอกสารสรุปรายงานผลการทวนสอบ</p> <p>● การบูรณาการการเรียนการสอนกับการวิจัย การบริการวิชาการทางสังคม และการทำนุบำรุงศิลปะและ วัฒนธรรม</p> <p>หลักสูตรได้ประชุมหารือเพื่อกำหนดรายวิชาที่มีความเหมาะสมกับการบูรณาการในแต่ละด้าน และได้กำหนด เป้าหมายในการบูรณาการในแต่ละด้าน อย่างน้อย 1 รายวิชา โดยในปีการศึกษา 2560 มีรายวิชาที่บูรณาการใน แต่ละด้านดังต่อไปนี้</p> <p><b>ด้านการวิจัย</b> ได้บูรณาการ ในรายวิชา Marketing research ด้วยการใช้ผลงานวิจัยของผู้สอนมาใช้เป็น กรณีศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการวิจัย และให้นิสิตได้ปฏิบัติจริงในการทำรายงานการวิจัยทางการตลาด ครอบคลุม กระบวนการวิจัยตั้งแต่บทที่ 1 – 5</p> <p><b>ด้านการบริการวิชาการทางสังคม</b> ได้บูรณาการ ในรายวิชา Marketing research ของอ.ดร.จุฬารัตน์ ชัน แก้ว ร่วมกับศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยมหาสารคาม การบริการวิชาการกับราย Seminar in Marketing ของอ.ดร. รุจิรา เหลืองศักดิ์พิชญ์ร่วมกับศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยมหาสารคาม และรายวิชา Sale Mangement ของผศ. มลิจันท์ ทองคำ กับชมุชมรอบมหาวิทยาลัยมหาสารคาม</p> <p><b>ด้านทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม</b> ได้บูรณาการ ในรายวิชา Marketing Quantitative Analysis ของอ.ดร. วิชชุดา โพธิ์ศรี รายวิชา Sale Mangement ของผศ.มลิจันท์ ทองคำ มุ่งเน้นให้นิสิตใช้ภาษาไทยให้ถูกต้อง และ รายวิชา Business finance ของอภิชัย มหธรรม มุ่งส่งเสริมทำนุบำรุงศาสนา</p> <p>สรุปผลการดำเนินงาน หลักสูตรสามารถดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดทุกด้าน และเมื่อเทียบกับผล การดำเนินงานในปีการศึกษา 2559 ที่หลักสูตรยังมีการบูรณาการ การจัดการเรียนการสอนกับการวิจัย การบริการ วิชาการทางสังคม และการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมไม่ครอบคลุมทุกด้าน หลักสูตรได้ปรับปรุงวิธีการ ดำเนินงาน ในปีการศึกษา 2560 จนส่งผลให้มีการบูรณาการครบทุกด้าน</p>
<b>สรุปผลการประเมินตนเองในภาพรวมของผลการดำเนินงานทั้งหมดของตัวบ่งชี้ เท่ากับ 4 คะแนน</b>
<b>เหตุผล กรณีประเมินตนเองที่ระดับ 4 หรือ 5 คะแนน</b>
<p>หลักสูตรได้ปรับปรุงกระบวนการทำงานจนมีผลเป็นรูปธรรม เช่น การกำหนดตัวผู้สอน การติดตาม</p>

<b>ผลการดำเนินงาน</b>
ตรวจสอบ ฯลฯ การบูรณาการ เป็นไปตามเป้าหมาย

**4.10 รายงานผลการดำเนินงาน การประเมินผู้เรียน -ตัวบ่งชี้ 5.3--**

<b>ผลการดำเนินงาน</b>
<p>● การประเมินผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ</p> <p>ขั้นตอนและกระบวนการในการประเมินผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. อาจารย์ผู้สอนทุกคนจะต้องทำรายงานผลประเมินผลการเรียนรู้ (มคอ.5) ส่งผ่านระบบออนไลน์ตามกำหนดเวลา</li> <li>2. หลักสูตรดำเนินการทวนสอบผลการเรียนรู้และประเมินความสอดคล้องของ (มคอ.5) กับ (มคอ.3)</li> <li>3. หลักสูตรนำผลการเรียนเข้าสู่กระบวนการพิจารณาของกรรมการวิชาการประจำคณะฯ เพื่อพิจารณา</li> <li>4. หลักสูตรประเมินการเรียนรู้ของนิสิตชั้นปีสุดท้าย โดยการสอบประมวลความรู้ทางวิชาการทางด้านการตลาด และประเมินคุณสมบัติของบัณฑิตที่พึงประสงค์ตามความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต ในด้านการใช้เทคโนโลยี ทักษะการสื่อสาร การนำเสนอ และบุคลิกภาพ</li> </ol>
<b>สรุปผลการประเมินตนเองในภาพรวมของผลการดำเนินงานทั้งหมดของตัวบ่งชี้ เท่ากับ 3 คะแนน</b>
<b>เหตุผล กรณีประเมินตนเองที่ระดับ 4 หรือ 5 คะแนน</b>
.....

**4.11 รายงานผลการดำเนินงาน ผลการดำเนินหลักสูตรตามกรอบ TQF --ตัวบ่งชี้ 5.4--**

ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงานTQF ปีการศึกษา 2559 ตามที่สภามหาวิทยาลัย เห็นชอบ เมื่อวันที่ 25 พฤศจิกายน 2559	ผลการดำเนินงาน
<p>ข้อ 1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรอย่างน้อยร้อยละ 80 มีส่วนร่วมในการประชุมเพื่อวางแผน ติดตาม และทบทวนการดำเนินงานหลักสูตร</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ประชุมเตรียมความพร้อมก่อนเปิดภาคเรียน 1/2560 ในวันที่ 26 กรกฎาคม 2561 <ul style="list-style-type: none"> <li>วาระที่ 1 สรุปผลการประเมินหลักสูตร มคอ.7</li> <li>วาระที่ 3.2 การบูรณาการการเรียนการสอน</li> <li>วาระที่ 3.3 การจัดระบบและขั้นตอนการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาโดยใช้ระบบออนไลน์</li> <li>วาระที่ 3.4 การจัดทำ มคอ.3 ให้เป็นไปตาม Mind Mapping หรือ มคอ.2 ขาดรายละเอียดกลยุทธ์และวิธีการประเมิน ทางภาควิชาจะจัดให้มีการกำหนด มคอ.3 ร่วมกัน ที่เป็นมาตรฐาน และมีการบูรณาการมากขึ้น โดยกำหนด ยุทธศาสตร์สาขา</li> <li>วาระที่ 3.5 การกำหนดยุทธศาสตร์ภาควิชา เรื่องสถานที่ และประเด็นในการจัดการเรียนการสอนที่เป็นไปตามโครงสร้างหลักสูตร มคอ.2</li> <li>วาระที่ 3.6 การออกแบบกิจกรรมโครงการเตรียมความพร้อมของนิสิตชั้นปีที่ 2</li> </ul> </li> <li>2) ประชุมคณาจารย์ภาควิชาการตลาด ในวันที่ 12 มกราคม 2561 ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน ติดตาม และทบทวนการดำเนินงานดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> <li>วาระที่ 1.1 แจ้งความคืบหน้าในการปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2561)</li> <li>วาระที่ 1.2 ประธานในที่ประชุมแจ้งเรื่องเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับอาจารย์ประชุมหลักสูตร พ.ศ.2558 ว่าจะต้องมีงานวิจัยตีพิมพ์อย่างน้อย 1 เรื่อง เพื่อให้อาจารย์ประจำหลักสูตรได้รับทราบแนวทางในการบริหารหลักสูตร</li> </ul> </li> </ol>

ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงานTQF ปีการศึกษา 2559 ตามที่สภามหาวิทยาลัย เห็นชอบ เมื่อวันที่ 25 พฤศจิกายน 2559	ผลการดำเนินงาน	
	3). ประชุมวางแผนยุทธศาสตร์และพัฒนาหลักสูตรภาควิชาการตลาดวันที่ 8 มีนาคม 2561 วาระที่ 1.1 ประธานในที่ประชุมแจ้งสรุปผลการทวนสอบทวนสอบผลสัมฤทธิ์ตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ วาระที่ 4.1 การจัดโครงการในปีงบประมาณ 2562  →สรุปว่า <input checked="" type="checkbox"/> ผ่าน <input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน	
ข้อ 2 มีรายละเอียดของหลักสูตร ตามแบบ มคอ.2 ที่สอดคล้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ หรือ มาตรฐานคุณวุฒิสภา/สาขาวิชา (ถ้ามี)	หลักสูตรสาขา... ไม่มี มคอ.1 โดยรายละเอียดของหลักสูตร (มคอ.2) กำหนดมาตรฐานผลการเรียนรู้ 5 ด้านอย่างครบถ้วน คือ ด้านคุณธรรมจริยธรรม ด้านความรู้ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ →สรุปว่า <input checked="" type="checkbox"/> ผ่าน <input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน	
ข้อ 3 มีรายละเอียดของรายวิชา และรายละเอียดของประสบการณ์ภาคสนาม (ถ้ามี) ตามแบบ มคอ.3 และ มคอ.4 อย่างน้อยก่อนการเปิดสอนในแต่ละภาคการศึกษาให้ครบทุกรายวิชา	ทุกรายวิชาที่เปิดสอนในปีการศึกษา 2560 มีรายละเอียดของรายวิชา และรายละเอียดของประสบการณ์ภาคสนาม ก่อนเปิดสอน ดังนี้ -ภาคการศึกษา 1/2560 เปิดสอน 18 รายวิชา -ภาคการศึกษา 2/2560 เปิดสอน 23 รายวิชา →สรุปว่า <input checked="" type="checkbox"/> ผ่าน <input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน	
ข้อ 4 จัดทำรายงานผลการดำเนินงานของรายวิชา และรายงานผลการดำเนินงานของประสบการณ์ภาคสนาม (ถ้ามี) ตามแบบ มคอ.5 และ มคอ.6 ภายใน 30 วัน หลังสิ้นสุดภาคการศึกษาที่เปิดสอนให้ครบทุกรายวิชา	ทุกรายวิชาที่เปิดสอนในปีการศึกษา 2560 มีการจัดทำรายงานผลการดำเนินงานของรายวิชา และรายงานผลการดำเนินงานของประสบการณ์ภาคสนาม ภายใน 30 วันหลังสิ้นแต่ละภาคการศึกษา ดังนี้ -ภาคการศึกษา 1/2560 เปิดสอน 18 รายวิชา -ภาคการศึกษา 2/2560 เปิดสอน 23 รายวิชา →สรุปว่า <input checked="" type="checkbox"/> ผ่าน <input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน	
ข้อ 5 จัดทำรายงานผลการดำเนินงานของหลักสูตร ตามแบบ มคอ.7 ภายใน 60 วัน หลังสิ้นสุดปีการศึกษา	วันสุดท้ายของการเรียนการสอน ภาคการศึกษา 2/2560 คือวันที่ 15 พฤษภาคม 2561 1. ประธานหลักสูตรรายงาน มคอ.7 วันที่ 18 มิถุนายน 2561 2. หัวหน้าภาควิชาเห็นชอบ มคอ.7 วันที่ 19 มิถุนายน 2561 3. คณบดีเห็นชอบ มคอ.7 วันที่ วันที่ 20 มิถุนายน 2561 →สรุปว่า <input checked="" type="checkbox"/> ผ่าน <input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน	
ข้อ 6 มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนิสิตตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ ที่กำหนดใน มคอ.3 และมคอ.4 (ถ้ามี) อย่างน้อยร้อยละ 25 ของรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละปีการศึกษา	-ภาคการศึกษา 1/2560 เปิดสอน 18 รายวิชา และมีรายวิชาที่ได้รับการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ จำนวน 18 รายวิชา -ภาคการศึกษา 2/2560 เปิดสอน รายวิชา 23 และมีรายวิชาที่มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ จำนวน 23 รายวิชา รายวิชาที่ได้รับการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ คิดเป็นร้อยละ 100 →สรุปว่า <input checked="" type="checkbox"/> ผ่าน <input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน	
ข้อ 7 มีการพัฒนา/ปรับปรุงการจัดการเรียนการสอน กลยุทธ์การสอน หรือการประเมินผลการเรียนรู้ จากผลการประเมินการดำเนินงานที่รายงานใน มคอ.7 ปีที่แล้ว	ข้อเสนอแนะการปรับปรุงใน มคอ.7 ปีการศึกษา 2559	การดำเนินงานปรับปรุง
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● องค์ประกอบที่ 3 นักศึกษา</li> </ul> 1. ครวมีการกำกับติดตามและรายงาน	<ul style="list-style-type: none"> <li>● องค์ประกอบที่ 3 นักศึกษา</li> </ul>

<p>ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงานTQF ปีการศึกษา 2559 ตามที่สภามหาวิทยาลัย เห็นชอบ เมื่อวันที่ 25 พฤศจิกายน 2559</p>	<p>ผลการดำเนินงาน</p>	
	<p>ผลอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งอาจจะอยู่ใน รูปของรายงาน</p> <p>2.การเตรียมความพร้อมก่อนเข้าศึกษา ต่อของนิสิตชั้นปีที่ 1</p> <p>3.การจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตร ตาม ทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● องค์ประกอบที่ 4 อาจารย์           <ol style="list-style-type: none"> <li>1. นำระบบ erner กับ buddy มา ปรับปรุงประสิทธิภาพการเรียนการ สอน</li> <li>2. อาจารย์ประจำหลักสูตรควรมีการ ประสานความสัมพันธ์กับหน่วยงาน ภายนอกแบบองค์รวมทั้งภาครัฐและ เอกชน เกี่ยวกับการแก้ปัญหาในด้าน สอนภาษาอังกฤษ และด้านการคิด วิเคราะห์เชิงตัวเลข</li> </ol> </li> <li>● องค์ประกอบที่ 5           <p>การบูรณาการการจัดการ เรียนการสอนกับการวิจัย การบริการวิชาการและการ ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม</p> </li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีระบบ Marketing Department: Counseling Information System สำหรับ ภาควิชา สามารถรายงานการ กำกับดูแลการให้คำปรึกษาของ อาจารย์ที่ปรึกษาอย่างเป็นรูปธรรม <a href="http://mse-exam.net/mk/index.php">http://mse- exam.net/mk/index.php</a></li> <li>2. หลักสูตรมีระบบการกำกับดูแล ศักยภาพนักศึกษาและการ เสริมสร้างทักษะการเรียนรู้ใน ศตวรรษที่ 21 โดยจัดทำรายงาน โครงการกิจกรรมที่ได้ดำเนินการไป แล้ว</li> <li>3.จัดทำโครงการและกิจกรรมและ เสนอ ไว้ในแผนโครงการและ กิจกรรมของภาควิชา</li> <li>4. จัดทำโครงการและกิจกรรมและ เสนอ ไว้ในแผนโครงการและ กิจกรรมของภาควิชา</li> </ol> <ul style="list-style-type: none"> <li>● องค์ประกอบที่ 4 อาจารย์           <ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีระบบการส่งเสริมให้อาจารย์ ในภาควิชาไปอบรม สัมมนา เพื่อ ปรับปรุงประสิทธิภาพการเรียน การสอนโดยมีงบประมาณ 30,000 ต่อปี</li> <li>2. หลักสูตรได้มีการประสานงาน กับสำนักศึกษาทั่วไป เพื่อจัด อาจารย์ภาควิชาภาษาตะวันตกมา อบรมภาษาอังกฤษให้กับนิสิต และ เชิญวิทยากรภายนอกมาให้ความรู้ ด้านการคิดวิเคราะห์เชิงตัวเลข</li> <li>3. ติดตามกำกับการพัฒนาตนเอง ตามแผนของอาจารย์ที่นำเสนอต่อ คณะ</li> </ol> </li> <li>● องค์ประกอบที่ 5           <p>กำหนดรายวิชาและผู้รับผิดชอบใน การบูรณาการ การจัดการเรียน การสอนกับการวิจัยการบริการ วิชาการและการทำนุบำรุง ศิลปวัฒนธรรม ให้ชัดเจน</p> </li> </ul>

ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงานTQF ปีการศึกษา 2559 ตามที่สภามหาวิทยาลัย เห็นชอบ เมื่อวันที่ 25 พฤศจิกายน 2559	ผลการดำเนินงาน										
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● องค์ประกอบที่ 6 สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้</li> <li>1. ควรแสวงหาการสนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวกต่อการเรียนรู้ของนิสิตให้สอดคล้องกับ Thailand 4.0</li> <li>2.สถานที่ฝึกประสบการณ์ให้กับนิสิต (Chill Break)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● องค์ประกอบที่ 6 สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้</li> <li>1. มีสถานฝึกประสบการณ์ด้านความเป็นผู้ประกอบการ ให้นิสิตเรียนรู้เรื่องการประกอบธุรกิจค้าปลีก</li> <li>2.ควรกำหนดรายวิชาและ ผู้รับผิดชอบในการกำกับ การฝึกประสบการณ์ของนิสิตไว้ให้ชัดเจน</li> </ul>									
ข้อ 8 อาจารย์ (ใหม่) ผู้รับผิดชอบหลักสูตร (ถ้ามี) ได้รับการปฐมนิเทศหรือคำแนะนำด้านการจัดการเรียนการสอน	ไม่มี										
	→สรุปว่า <input type="checkbox"/> ผ่าน <input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน										
ข้อ 9 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรทุกคนได้รับการพัฒนาทางวิชาการ และ/หรือวิชาชีพ อย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง	<p>อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรจำนวน..5.คน และได้รับการพัฒนาทางวิชาการ และ/หรือวิชาชีพ จำนวน..5.คน</p> <table border="1" data-bbox="671 1043 1441 2128"> <thead> <tr> <th data-bbox="671 1043 740 1084">ที่</th> <th data-bbox="740 1043 1054 1084">อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร</th> <th data-bbox="1054 1043 1441 1084">หลักสูตรที่ได้รับการพัฒนา</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="671 1084 740 1384">1</td> <td data-bbox="740 1084 1054 1384">ผศ.มลิจันทร์ ทองคำ</td> <td data-bbox="1054 1084 1441 1384">1) Marketing day 2017 Next move of marketing get real in digital era เมื่อวันที่ 16-17 พฤศจิกายน 2560 2) การประยุกต์ผลการวิจัยสู่แผนการตลาด (Apply the research to marketing plan)</td> </tr> <tr> <td data-bbox="671 1384 740 2128">2</td> <td data-bbox="740 1384 1054 2128">อ.ดร.จุฬารัตน์ ชันแก้ว</td> <td data-bbox="1054 1384 1441 2128">1) Marketing day 2017 Next move of marketing get real in digital era เมื่อวันที่ 16-17 พฤศจิกายน 2560 2) แนวทางการทำวิจัยทางการตลาด: เครื่องมือและวิธีการวิเคราะห์ (Marketing Tool &amp; Analysis) เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2561 3) การวิเคราะห์และพยากรณ์ข้อมูลอนุกรมเวลาสำหรับงานวิจัยด้านเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ เมื่อวันที่ 3-4 มีนาคม 2561 4) Train The Trainer สัญจรภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ครั้งที่ 10 Disruptive Marketing (การตลาดพลิกโลก) วันที่ 29 มีนาคม 2561 5) การประยุกต์ผลการวิจัยสู่แผนการตลาด (Apply the research to</td> </tr> </tbody> </table>		ที่	อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	หลักสูตรที่ได้รับการพัฒนา	1	ผศ.มลิจันทร์ ทองคำ	1) Marketing day 2017 Next move of marketing get real in digital era เมื่อวันที่ 16-17 พฤศจิกายน 2560 2) การประยุกต์ผลการวิจัยสู่แผนการตลาด (Apply the research to marketing plan)	2	อ.ดร.จุฬารัตน์ ชันแก้ว	1) Marketing day 2017 Next move of marketing get real in digital era เมื่อวันที่ 16-17 พฤศจิกายน 2560 2) แนวทางการทำวิจัยทางการตลาด: เครื่องมือและวิธีการวิเคราะห์ (Marketing Tool & Analysis) เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2561 3) การวิเคราะห์และพยากรณ์ข้อมูลอนุกรมเวลาสำหรับงานวิจัยด้านเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ เมื่อวันที่ 3-4 มีนาคม 2561 4) Train The Trainer สัญจรภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ครั้งที่ 10 Disruptive Marketing (การตลาดพลิกโลก) วันที่ 29 มีนาคม 2561 5) การประยุกต์ผลการวิจัยสู่แผนการตลาด (Apply the research to
ที่	อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	หลักสูตรที่ได้รับการพัฒนา									
1	ผศ.มลิจันทร์ ทองคำ	1) Marketing day 2017 Next move of marketing get real in digital era เมื่อวันที่ 16-17 พฤศจิกายน 2560 2) การประยุกต์ผลการวิจัยสู่แผนการตลาด (Apply the research to marketing plan)									
2	อ.ดร.จุฬารัตน์ ชันแก้ว	1) Marketing day 2017 Next move of marketing get real in digital era เมื่อวันที่ 16-17 พฤศจิกายน 2560 2) แนวทางการทำวิจัยทางการตลาด: เครื่องมือและวิธีการวิเคราะห์ (Marketing Tool & Analysis) เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2561 3) การวิเคราะห์และพยากรณ์ข้อมูลอนุกรมเวลาสำหรับงานวิจัยด้านเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ เมื่อวันที่ 3-4 มีนาคม 2561 4) Train The Trainer สัญจรภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ครั้งที่ 10 Disruptive Marketing (การตลาดพลิกโลก) วันที่ 29 มีนาคม 2561 5) การประยุกต์ผลการวิจัยสู่แผนการตลาด (Apply the research to									

ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงานTQF ปีการศึกษา 2559 ตามที่สภามหาวิทยาลัย เห็นชอบ เมื่อวันที่ 25 พฤศจิกายน 2559	ผลการดำเนินงาน	
		marketing plan) เมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2561 6) สถิติวิเคราะห์ขั้นสูงสำหรับการวิจัย ประจำปี 2561 เมื่อวันที่ 8-11 มิถุนายน 2561
	3	อ.ดร.วิษชุดา โพธิ์ศรี 1) การประยุกต์ผลการวิจัยสู่แผนการตลาด (Apply the research to marketing plan) เมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2561 2) สถิติวิเคราะห์ขั้นสูงสำหรับการวิจัย ประจำปี 2561 เมื่อวันที่ 8-11 มิถุนายน 2561
	4	อ.ดร.เกศินี หล้าวงศ์ 1) Train The Trainer สัญจรภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ครั้งที่ 10 Disruptive Marketing (การตลาดพลิกโลก) วันที่ 29 มีนาคม 2561 2) การประยุกต์ผลการวิจัยสู่แผนการตลาด (Apply the research to marketing plan) เมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2561 3) การวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) เมื่อวันที่ 1-3 มิถุนายน 2561 4) Digital Economy Rethink Reshape Reform เมื่อวันที่ 3 – 5 มิถุนายน 2561
	5	ผศ.ดร.ชุดิมา เรืองอุตมานันท์ 1) ทักษะและศักยภาพสำหรับนักวิจัยในการวิเคราะห์ด้านเทคโนโลยีกับการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงของเมืองท่องเที่ยวในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนกลางและสาธารณรัฐประชาชนจีน เมื่อวันที่ 7-10 มีนาคม 2561 2) พัฒนาอาจารย์ผู้สอนรายวิชาศึกษาทั่วไป หลักสูตรการวัดและประเมินผลการศึกษา กลุ่มวิชาภาษาอังกฤษและการออกข้อสอบ เพื่อพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 ในระหว่างวันที่ 28 -29 มิถุนายน 2561
	<p>→สรุปว่า <input checked="" type="checkbox"/>ผ่าน <input type="checkbox"/>ไม่ผ่าน</p>	
ข้อ 10 จำนวนบุคลากรสนับสนุนการเรียนการสอน	ไม่มีบุคลากรสนับสนุนการเรียนการสอน	



<p>ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงานTQF ปีการศึกษา 2559 ตามที่สภามหาวิทยาลัย เห็นชอบ เมื่อวันที่ 25 พฤศจิกายน 2559</p>	<p>ผลการดำเนินงาน</p>
<p>สอน (ถ้ามี) ได้รับการพัฒนาวิชาการ และ/หรือ วิชาชีพ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ต่อปี</p>	<p>มีบุคลากรสนับสนุนการเรียนการสอน จำนวน...คน และ ได้รับการพัฒนาวิชาการ และ/หรือวิชาชีพ จำนวน...คน คิดเป็นร้อยละ.... →สรุปว่า <input type="checkbox"/> ผ่าน <input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน</p>
<p>ข้อ 11 ระดับความพึงพอใจของนิสิตปีสุดท้าย/ บัณฑิตใหม่ที่มีต่อคุณภาพหลักสูตร เฉลี่ยไม่ น้อยกว่า 3.5 จากคะแนนเต็ม 5.0</p>	<p>นิสิตปีสุดท้ายมีความพึงพอใจต่อคุณภาพหลักสูตร ค่าเฉลี่ย 4.07</p>
<p>ข้อ 12 ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มี ต่อบัณฑิตใหม่ เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.5 จาก คะแนนเต็ม 5.0</p>	<p>ผู้ใช้บัณฑิตมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตใหม่ ค่าเฉลี่ย..4.09....</p>
<p>สรุปผลการดำเนินงานตามตัวบ่งชี้ TQF ปีการศึกษา 2560</p>	<p>1. ตัวบ่งชี้ TQF ปีการศึกษา 2560 จำนวน 10 ตัวบ่งชี้ 2. มีผลการดำเนินงานผ่านตามเกณฑ์ จำนวน 10 ตัวบ่งชี้ 3. คิดเป็นร้อยละ 100 ที่ผ่านตามเกณฑ์ 4. คิดเป็น 5 คะแนน</p>

## หมวดที่ 5 การบริหารหลักสูตร

### 5.1 การบริหารหลักสูตร

ประเด็น	ข้อมูลรายละเอียด
ปัญหาในการบริหารหลักสูตร	การเปิดรายวิชาไม่เป็นไปตาม มคอ.2
ผลกระทบของปัญหาต่อสัมฤทธิ์ผลตาม วัตถุประสงค์ของหลักสูตร	นิสิตไม่สามารถวางแผนการเรียนได้ตามคู่มือ และต้องเรียนรายวิชาชั้นสูง พร้อมๆ กัน ทำให้นิสิตต้องเพิกถอนรายวิชา
แนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาในอนาคต	เปิดรายวิชาให้เป็นไปตามแผน มคอ.2

### 5.2 รายงานผลการดำเนินงาน สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ --ตัวบ่งชี้ 6.1--

ผลการดำเนินงาน
<p>● ระบบการดำเนินงานของภาควิชา/คณะ/สถาบันโดยมีส่วนร่วมของอาจารย์ประจำหลักสูตรเพื่อให้มีสิ่ง สนับสนุนการเรียนรู้ที่เพียงพอและเหมาะสมต่อการจัดการเรียนการสอน หลักสูตรได้กำหนดเป้าหมายเกี่ยวกับสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ที่สามารถตอบสนองความต้องการได้ โดยวัดจาก ความพึงพอใจต้องมีความพึงพอใจอยู่ในระดับ 3.51 ขึ้นไป</p> <p><u>ผลการดำเนินงาน</u></p> <p>จากระบบการบริหารงานคณะที่เป็นระบบศูนย์รวม หลักสูตรมีส่วนร่วมในการจัดการสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ โดยการให้ส่งข้อมูลให้คณะฯ ซึ่งอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนนิสิตคงอยู่ในแต่ ละชั้นปี และรายวิชาที่จะเปิดสอนในแต่ละภาคเรียน เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการจัดห้องเรียนและสิ่งสนับสนุนต่างๆ ที่เหมาะสมสอดคล้องกับจำนวนนิสิตและลักษณะรายวิชา จากการทำงานที่ผ่านมาได้รับสิ่งสนับสนุนที่ เพียงพอกับความต้องการ สามารถดูได้จาก การประเมินความพึงพอใจของผู้เรียนต่อสิ่งสนับสนุนในแต่ละ รายวิชา ที่มีค่าความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก</p>
<p>● จำนวนสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ที่เพียงพอและเหมาะสมต่อการจัดการเรียนการสอน</p> <p><u>ผลการดำเนินงาน</u></p> <p>หลักสูตรมีธุรกิจจำลองชื่อ chill break ที่นิสิตทุกคนจะได้รับการฝึกประสบการณ์เป็นระยะเวลาอย่างน้อย 2 ภาคเรียนต่อคน โดยบูรณาการกับการเรียนการสอนในรายวิชา การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย การ</p>

ผลการดำเนินงาน
จัดการคำปลีก ซึ่งหลักสูตรมีการวางแผนที่จะให้นิสิตทุกคนได้เข้าฝึกประสบการณ์จริง และหลักสูตรได้ทำการประเมินผ่านรายวิชาการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย โดยการสอบความรู้ที่นิสิตได้รับตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ 5 ด้าน อย่างเป็นรูปธรรม
<p>● กระบวนการปรับปรุงตามผลการประเมินความพึงพอใจของนิสิตและอาจารย์ต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ผลการดำเนินงาน</p> <p>วิเคราะห์และรายงานผลการประเมินความพึงพอใจของนิสิตต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ไปยังส่วนงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อทำการปรับปรุงแก้ไข เช่น การประเมินความพึงพอใจของนิสิตที่ฝึกประสบการณ์ที่ร้าน chill break ซึ่งมีคะแนนความพึงพอใจที่ (<math>\bar{X} = 4.23</math>)</p> <p>นอกจากนั้นหลักสูตรยังเห็นถึงความจำเป็นของนิสิตที่จะได้รับการสนับสนุนการเรียนรู้ในด้านทักษะที่สอดคล้องกับศาสตร์ของสาขาวิชา จึงได้มีการดำเนินการสร้างธุรกิจจำลองขึ้น ภายใต้ชื่อร้าน “Chill Break” เพื่อให้นิสิตได้ฝึกประสบการณ์ตรง ซึ่งนิสิตทุกคนต้องผ่านการฝึกประสบการณ์จากร้าน Chill Break</p> <p>ผลการดำเนินงานพบว่า นิสิตมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้</p>
สรุปผลการประเมินตนเองในภาพรวมของผลการดำเนินงานทั้งหมดของตัวบ่งชี้ เท่ากับ..4..คะแนน
<p>เหตุผล กรณีประเมินตนเองที่ระดับ 4 หรือ 5 คะแนน</p> <p>มีการดำเนินการสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ที่ให้นิสิตสามารถฝึกประสบการณ์ได้ และนิสิตมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก</p>

## หมวดที่ 6 ข้อคิดเห็น

### 6.1 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับคุณภาพหลักสูตรจากผู้ประเมิน

ประเด็น	ข้อมูลรายละเอียด
ข้อคิดเห็นหรือสาระจากผู้ประเมิน	
ความคิดเห็นของผู้รับผิดชอบหลักสูตร	
การนำไปดำเนินการวางแผนหรือปรับปรุงหลักสูตร	

### 6.2 สรุปการประเมินหลักสูตรจากผู้สำเร็จการศึกษา

ประเด็น	ข้อมูลรายละเอียด
การประเมินจากผู้สำเร็จการศึกษา	
ข้อวิพากษ์ที่สำคัญจากผลการประเมิน	
ข้อคิดเห็นของคณาจารย์ต่อผลการประเมิน	
ข้อเสนอการเปลี่ยนแปลงในหลักสูตรจากผลการประเมิน	

### 6.3 สรุปการประเมินหลักสูตรจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

ประเด็น	ข้อมูลรายละเอียด
กระบวนการประเมิน	
ข้อวิพากษ์ที่สำคัญจากผลการประเมิน	
ข้อคิดเห็นของคณาจารย์ต่อผลการประเมิน	
ข้อเสนอการเปลี่ยนแปลงในหลักสูตรจากผลการประเมิน	

## หมวดที่ 7 การเปลี่ยนแปลงที่มีผลกระทบต่อหลักสูตร

### 7.1 การเปลี่ยนแปลงภายใน/ภายนอกสถาบัน (ถ้ามี) ที่มีผลกระทบต่อหลักสูตรในช่วง 2 ปี

ประเด็น	ข้อมูลรายละเอียด
การเปลี่ยนแปลงภายในสถาบัน (ถ้ามี) ที่มีผลกระทบต่อหลักสูตรในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา	
การเปลี่ยนแปลงภายนอกสถาบัน (ถ้ามี) ที่มีผลกระทบต่อหลักสูตรในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ทำให้หลักสูตรต้องปรับปรุงวิธีการบริหารจัดการหลักสูตรให้ทันสมัยและตรงกับความต้องการผู้สอนและผู้ใช้บัณฑิตมากขึ้น</li> <li>● อัตราการเกิดของเด็กที่มีจำนวนน้อยลง ในปี 2559 ไทยมีอัตราของเด็กเกิดใหม่เพียงแค่ 666,207 คนเท่านั้น อาจส่งผลทำให้จำนวนผู้เรียนในอนาคตลดลง</li> </ul>

## หมวดที่ 8 แผนการดำเนินงานเพื่อพัฒนาหลักสูตร

### 8.1 บันทึกแผนปฏิบัติการประจำปี

แผนการดำเนินงาน	กำหนดเวลาที่แล้วเสร็จ	ผู้รับผิดชอบ
โครงการปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด	ธ.ค.60	คณะกรรมการผู้รับผิดชอบหลักสูตร
โครงการวางแผนยุทธศาสตร์และการพัฒนาหลักสูตร	พ.ย.- ธ.ค.60	คณะกรรมการผู้รับผิดชอบหลักสูตร
โครงการ Marketing Camp ก้าวแรกสู่สังเวียนการตลาด	ก.ค.61	คณะกรรมการผู้รับผิดชอบหลักสูตร
<ul style="list-style-type: none"> <li>● โครงการ สัมมนาเชิงวิชาการในหัวข้อ Seminar in New Age Marketing Tool.Current Issues and Trends for Driving Thailand 4.0</li> <li>● โครงการพัฒนานิสิตในศตวรรษที่ 21 ด้านสื่อเทคโนโลยี</li> <li>● โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการสร้างสรรค์แผนการตลาดสู่การปฏิบัติการเชิงยุทธ์ ประจำปีการศึกษา 2560</li> <li>● โครงการ English Exit Exam การพัฒนาศักยภาพนิสิตสาขาการตลาด</li> <li>● โครงการปัจฉิมนิเทศนิสิตระดับปริญญาตรีสาขาวิชาการตลาด</li> <li>● โครงการสอบประมวลความรู้สำหรับนิสิตสาขาวิชาการตลาด หลักสูตร 4 ปี</li> </ul>	ตลอดปีการศึกษา	คณะกรรมการผู้รับผิดชอบหลักสูตร

<ul style="list-style-type: none"> <li>● โครงการศึกษาดูงานนอกสถานที่สำหรับนิสิตสาขาวิชาการตลาด ชั้นปีที่ 3</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>● โครงการอนุรักษ์การใช้ภาษาไทยให้ถูกต้อง</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>● จัดตั้งร้านธุรกิจจำลองร้าน (Chill Break)</li> </ul>		

## 8.2 ความก้าวหน้าของการดำเนินงานตามแผนและข้อเสนอแนะในการพัฒนาหลักสูตร รายงานจำนวนโครงการ