

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2555)

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น
คณะวิทยาการจัดการ

ข้อมูลทั่วไป

- รหัสและชื่อหลักสูตร
ภาษาไทย: หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
ภาษาอังกฤษ: Bachelor of Business Administration Program in Marketing
- ชื่อปริญญาและสาขาวิชา
ชื่อเต็ม (ภาษาไทย): บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)
ชื่อย่อ (ภาษาไทย): บธ.บ. (การตลาด)
ชื่อเต็ม (ภาษาอังกฤษ): Bachelor of Business Administration (Marketing)
ชื่อย่อ (ภาษาอังกฤษ): B.B.A. (Marketing)
- วิชาเอก
การตลาด
- จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร
จำนวน 135 หน่วยกิต
- รูปแบบของหลักสูตร
5.1 รูปแบบ
หลักสูตรระดับปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปี
5.2 ภาษาที่ใช้
ภาษาไทย และภาษาอังกฤษบางรายวิชา
5.3 การรับเข้าศึกษา
รับนักศึกษาไทย และนักศึกษาชาวต่างประเทศที่สามารถใช้ภาษาไทยได้เป็นอย่างดี
5.4 ความร่วมมือกับสถาบันอื่น
หลักสูตรเฉพาะของสาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
5.5 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา
ให้ปริญญาเพียงสาขาวิชาเดียว
- สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร
เป็นหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2555
คณะกรรมการกลั่นกรองหลักสูตรของมหาวิทยาลัย เห็นชอบในการประชุม
ครั้งที่ 8/2555 วันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2555
สภามหาวิทยาลัย อนุมัติหลักสูตรในการประชุมครั้งที่ 8/2555 วันที่ 1 สิงหาคม 2555
เปิดสอน ภาคการศึกษาต้น ปีการศึกษา 2556

7. ความพร้อมในการเผยแพร่หลักสูตรที่มีคุณภาพและมาตรฐาน

หลักสูตรมีความพร้อมเผยแพร่ว่าเป็นหลักสูตรที่มีคุณภาพและมาตรฐาน ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ ในปีการศึกษา 2557

8. อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

8.1 งานสายธุรกิจ เช่น เจ้าของธุรกิจ นักลงทุน ผู้บริหารองค์กร พนักงานขององค์กรเอกชน เช่น พนักงานธนาคาร เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป ฯลฯ

8.2 งานในกำกับของรัฐ เช่น พนักงานขององค์กรภาครัฐ

8.3 งานสายวิชาการ เช่น อาจารย์ในสถาบันการศึกษาระดับมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา นักวิจัยทางธุรกิจ การศึกษาต่อต้านบริหารและการจัดการเพื่อเป็นผู้เชี่ยวชาญ อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยหรือที่ปรึกษาองค์กรต่างๆ

9. ชื่อ เลขประจำตัวบัตรประชาชน ตำแหน่ง และคุณวุฒิการศึกษาของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	เลขที่บัตรประชาชน	ตำแหน่งทางวิชาการ	คุณวุฒิ
1	นางสาวณัฐกานต์ บุญนันท	x-xxxx-xxxxx-xx-x	-	บธ.ม. (การตลาด)
2	นางสาวนริศรา พาลุสุข	x-xxxx-xxxxx-xx-x	-	M.sc (Marketing Management)
3	นางสาวปรววรรณ เสนาไชย	x-xxxx-xxxxx-xx-x	-	ศศ.ม.(นิเทศศาสตร์)

10. สถานที่จัดการเรียนการสอน

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

11. สถานการณ์ภายนอกหรือการพัฒนาที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนหลักสูตร

11.1 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางเศรษฐกิจ

การจัดการเรียนการสอนหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด มุ่งพัฒนาให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติโดยคำนึงถึงความต้องการของตลาดแรงงานซึ่งมีการแข่งขันกันสูงทั้งในประเทศและต่างประเทศ นวัตกรรมทางเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และนโยบายด้านธุรกิจการค้าของประเทศ การศึกษาในระดับปริญญาตรีเป็นการเตรียมความพร้อมเบื้องต้นในการก้าวสู่อาชีพต่างๆเพื่อรองรับกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีที่เจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ดังนั้นจึงมีความจำเป็นจะต้องปรับหลักสูตรการเรียนการสอนให้เหมาะสมกับสถานการณ์และสิ่งแวดล้อมของโลกธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้บัณฑิตมีความพร้อมทั้งในด้านความรู้ ทักษะ กระบวนการในการคิดวิเคราะห์และการตัดสินใจ โดยการปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัย มีการนำความรู้จากงานวิจัย และกรณีศึกษามาใช้ประกอบการศึกษาและประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอน

11.2 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางสังคมและวัฒนธรรม

ปัจจัยภายนอกที่เปลี่ยนแปลงได้ส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจที่เป็นตลาดแรงงานที่สำคัญ ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อม อิทธิพลทางวัฒนธรรม ปัจจัยด้านข้อมูลข่าวสาร ข้อมูลสารสนเทศ ล้วนส่งผลให้เกิดการปรับเปลี่ยนแนวคิดวิธีการดำเนินงาน การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม และความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรต่างๆ (Corporate Social Responsibility) นักศึกษาจำเป็นต้องเรียนรู้ถึงการเปลี่ยนแปลงต่างๆเพื่อนำไปวิเคราะห์และปรับตัวในสถานการณ์ที่ต้องเผชิญในโลกของการทำงาน

12. ผลกระทบจากข้อ 11 ต่อการพัฒนาหลักสูตรและความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

12.1 การพัฒนาหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด จึงมุ่งเน้นผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ ความสามารถ และศักยภาพด้านการตลาด เพื่อเสริมสร้างความเป็นผู้นำในการปฏิบัติงานและการเป็นผู้ประกอบการที่มีคุณธรรม จริยธรรม มีจิตสาธารณะ และความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนั้นการเรียนการสอนจึงได้ปรับปรุงเนื้อหาและวิธีการเรียนการสอน เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม

หลักสูตรจะดำเนินการปรับปรุงทุกๆ 5 ปี สอดรับกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม การเมืองและวัฒนธรรม และตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงาน โดยมีวัตถุประสงค์คือ เพื่อผลิตบัณฑิตในสาขาวิชาการจัดการให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน เพื่อ “พร้อมทำงาน” (Ready to Work) โดยมีองค์ประกอบ 3 ด้าน คือ มีประสบการณ์พร้อมปฏิบัติงานในวิชาชีพ พร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง และ เรียนรู้ตลอดชีวิต การปรับปรุงหลักสูตรจะก่อให้เกิดคุณภาพทางการศึกษาและสามารถผลิตบัณฑิตได้ตรงกับความต้องการของชุมชน

12.2 ความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เป็นการศึกษาที่เน้นการผลิตบัณฑิตที่มีความเป็นเลิศด้าน

วิทยาการจัดการเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม พร้อมด้านคุณธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม ด้วยการมีส่วนร่วมในการให้บริการทางวิชาการต่อสังคม การทำนุศิลปะและวัฒนธรรม ตลอดจนขยายโอกาสทางการศึกษาเพื่อที่จะเป็นผู้นำทางวิชาการที่มีคุณภาพระดับสากล โดยการส่งเสริมให้มีการทำวิจัยและนำผลการวิจัยมาใช้ในการเรียนการสอน ซึ่งสอดคล้องกับพันธกิจของมหาวิทยาลัยขอนแก่น 4 ด้าน คือ การผลิตบัณฑิต การวิจัย การบริการวิชาการแก่สังคม ทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม

13. ความสัมพันธ์ (ถ้ามี) กับหลักสูตรอื่น ที่เปิดสอนในคณะ/ภาควิชาอื่นของสถาบัน

- 13.1 กำหนดอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำวิชาเพื่อดูแลและรับผิดชอบในการจัดการเรียนการสอน
- 13.2 จัดทำรายละเอียดของหลักสูตร รายละเอียดของรายวิชา รายละเอียดของเนื้อหา และวิธีการประเมินผลให้เป็นไปตามกรอบมาตรฐานการประกันคุณภาพการศึกษา
- 13.3 ประสานงานกับอาจารย์/ผู้แทนของสาขา/คณะที่เกี่ยวข้องในการให้บริการการสอนสำหรับนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยขอนแก่น
- 13.4 กำหนดอาจารย์ผู้รับผิดชอบในรายวิชาที่เปิดให้บริการสำหรับนักศึกษาสาขาอื่นๆ

ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร

1. ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1.1 ปรัชญา

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2555) เป็นหลักสูตรที่มุ่งเน้นให้มีการเรียนการสอนทั้งทางภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ เพื่อให้บัณฑิตเป็นผู้มีความรู้และมีคุณภาพ มีคุณธรรม จริยธรรม สามารถนำความรู้ไปปฏิบัติในหน่วยงานต่าง ๆ และประกอบอาชีพของตนเอง ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นและประเทศชาติให้เจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้น

2.2 วัตถุประสงค์

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2555) มีวัตถุประสงค์เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ความสามารถในด้านต่าง ๆ ดังนี้

4.3.1 มีความรู้ ความสามารถในวิชาชีพ มีความสามารถในสาขาวิชาการตลาด ตัดสินใจและแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ ภายใต้ขอบเขตของเหตุผลและความเป็นไปได้ มีความเคารพต่อความคิดเห็นของผู้อื่นและสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.3.2 มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถวิเคราะห์ปัญหา และแก้ปัญหาต่างๆ ได้บนพื้นฐานของการใช้ทฤษฎีความรู้

4.3.3 มีความสามารถประยุกต์ความรู้ทางวิชาการให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง และประเทศชาติ

4.3.4 มีคุณธรรมและจริยธรรมในวิชาชีพ

4.3.5 มีทักษะในการแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง และสามารถติดต่อสื่อสารกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี

2. แผนพัฒนาปรับปรุง

แผนการพัฒนา/เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้ความสำเร็จ
<ul style="list-style-type: none"> - พัฒนาระบบการและกิจกรรมการเรียนการสอนให้ผู้เรียนมีความรู้ตามที่หลักสูตรกำหนด 	<ul style="list-style-type: none"> - พัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรเพื่อจัดการเรียนการสอนและผลิตบัณฑิตให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐาน - บูรณาการองค์ความรู้เพื่อให้ นักศึกษาสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง - ส่งเสริมกระบวนการจัดการเรียน การสอนโดยมุ่งเน้นผู้เรียนเป็น สำคัญ - พัฒนาระบบการประเมินผลให้เป็น มาตรฐาน 	<ul style="list-style-type: none"> - มีระบบและกลไกการพัฒนาและ บริหารหลักสูตร - มีกระบวนการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียน เป็นสำคัญ - มีโครงการหรือกิจกรรมสนับสนุน การพัฒนาหลักสูตรและการเรียน การสอน - มีระบบและกระบวนการประเมินผล ที่ได้มาตรฐานทุกรายวิชา
<ul style="list-style-type: none"> - การพัฒนาศักยภาพของนักศึกษา 	<ul style="list-style-type: none"> - ส่งเสริมให้นักศึกษามีระเบียบวินัย มีความรับผิดชอบต่อนตนเอง ชุมชน และสังคม - ส่งเสริมการจัดกิจกรรมนักศึกษาให้ ครบทุกด้าน ทั้งด้านวิชาการ กีฬา นันทนาการ บำเพ็ญประโยชน์ และ การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม - สนับสนุนให้นักศึกษาเข้าร่วม โครงการหรือกิจกรรมที่นำความรู้ไป ประยุกต์ใช้ในการทำงานจริง 	<ul style="list-style-type: none"> - ผลการประเมินคุณภาพและ หลักการปฏิบัติเป็นไปตามเป้าหมาย ที่กำหนด - จำนวนกิจกรรมที่นักศึกษาเข้าร่วม ครบถ้วนและสอดคล้องกับ คุณสมบัติของบัณฑิตที่พึงประสงค์ - จำนวนกิจกรรมหรือโครงการที่ นักศึกษาเข้าร่วมไม่น้อยกว่า 3 กิจกรรม/โครงการต่อปี
<ul style="list-style-type: none"> - การเปลี่ยนแปลงจุดเน้นของ หลักสูตร 	<ul style="list-style-type: none"> - เพิ่มรายวิชาในกลุ่มวิชาบังคับ ซึ่ง เพิ่มรายวิชา ภาษาอังกฤษสำหรับ นักการตลาด และสัมมนาทาง การตลาด เพื่อเพิ่มความรู้ ความสามารถทางวิชาชีพ 	<ul style="list-style-type: none"> - จำนวนรายวิชาในกลุ่มวิชาบังคับที่ มีความสัมพันธ์กับกลุ่มวิชาชีพ
<ul style="list-style-type: none"> - การเพิ่มเนื้อหาใหม่ๆ ที่สำคัญ 	<ul style="list-style-type: none"> - เพิ่มความรู้ที่สามารถเชื่อมโยงกับ การประกอบอาชีพในสาขา 	<ul style="list-style-type: none"> - จัดให้มีรายวิชาที่สามารถเชื่อมโยง กับอาชีพ

โครงสร้างหลักสูตร

จำนวนหน่วยกิต รวมตลอดหลักสูตร 135 หน่วยกิต

โครงสร้างหลักสูตร

จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร	135	หน่วยกิต
1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	30	หน่วยกิต
2) หมวดวิชาเฉพาะ	99	หน่วยกิต
- วิชาแกน	45	หน่วยกิต
- วิชาบังคับ	42	หน่วยกิต
- วิชาเลือก	12	หน่วยกิต
3) หมวดวิชาเลือกเสรี	6	หน่วยกิต

รายวิชา

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

(1) กลุ่มวิชาภาษา การสื่อสารและการเรียนรู้ด้วยตนเอง	9 หน่วยกิต
000 101 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร English for Communication	3 (3-0-6)
000 102 ภาษาอังกฤษทางวิชาการ 1 English for Academic Purpose 1	3 (3-0-6)
000 103 ภาษาอังกฤษทางวิชาการ 2 English for Academic Purpose 2	3 (3-0-6)
000160 คอมพิวเตอร์พื้นฐานและเทคโนโลยีสารสนเทศ	3 (ไม่นับหน่วยกิต)*
*รายวิชา 000160 เป็นรายวิชาที่นักศึกษาจะต้องศึกษาเรียนรู้ด้วยตนเอง ในระบบ e-learning ของมหาวิทยาลัย หรือสมัครเข้ารับการอบรมใน หัวข้อต่าง ๆ ที่มหาวิทยาลัยกำหนด ไม่มีการเรียนการสอนในชั้นเรียน และไม่นับหน่วยกิต นักศึกษาจะต้องสอบผ่านรายวิชา 000160 ในระบบ e-testing ตามเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนด	
(2) กลุ่มวิชาวิทย์-คณิต การคิดเชิงวิเคราะห์และเชิงวิพากษ์	6 หน่วยกิต
000 130 ทักษะการรู้สารสนเทศ Information Literacy Skills	3 (3-0-6)
000 169 การคิดเชิงสร้างสรรค์ Creative Thinking	3 (3-0-6)
(3) กลุ่มวิชามนุษย์-สังคม คุณธรรมและจริยธรรมคุณค่าของชีวิตในสังคม	6 หน่วยกิต
000 146 ความสุขของชีวิต Happiness of Life	3 (3-0-6)
000 155 พันธะทางสังคมของพลเมือง Civic Social Engagement	3 (3-0-6)
(4) กลุ่มวิชามนุษย์-สังคม วัฒนธรรมและภูมิปัญญา	3 หน่วยกิต
000 132 ชีวิตกับสุนทรียะ Life and Aesthetics	3 (3-0-6)

(5) กลุ่มวิชาชีพ-คณิต ความรอบรู้และการปรับตัวในยุค โลกาภิวัตน์	6 หน่วยกิต
000 162 ชีวิตกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ Life and Modern Technology	3 (3-0-6)
000 171 ชีวิตกับสุขภาพ Life and Health	3 (3-0-6)

หมวดวิชาเฉพาะ จำนวน 99 หน่วยกิต

(1 วิชาแกน

จำนวน 45 หน่วยกิต

**777 100	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมาย Introduction to law	3 (3-0-6)
**960 101	กฎหมายธุรกิจ 1 Business Law I	3 (3-0-6)
**960 102	ภาษีอากร 1 Taxation I	3 (3-0-6)
**961 241	การเงินธุรกิจ I Corporate Finance I	3 (3-0-6)
**962 101	เศรษฐศาสตร์จุลภาคเบื้องต้น Preliminary Microeconomics	3 (3-0-6)
**962 102	เศรษฐศาสตร์มหภาคเบื้องต้น Preliminary Macroeconomics	3 (3-0-6)
**963 217	หลักการตลาด Principles of Marketing	3 (3-0-6)
*966 111	หลักการบัญชีขั้นต้น Preliminary Principles of Accounting	3 (3-0-6)
**966 121	การบัญชี 2 Accounting II	3 (3-0-6)
*966 241	การบัญชีบริหาร Management Accounting	3 (3-0-6)
**967 201	สถิติเพื่อการจัดการ Statistics for Management	3 (3-0-6)
**967 261	หลักการจัดการ Principles of Management	3 (3-0-6)
*967 262	การจัดการทรัพยากรมนุษย์ Human Resources Management	3 (3-0-6)
**967 263	การจัดการงานผลิตและบริการ Production Management and Service	3 (3-0-6)
**967 303	ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ Management Information Systems	3 (3-0-6)

วิชาบังคับ	จำนวน	หน่วยกิต
**963 221 พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer Behaviors	3	(3-0-6)
*963 301 ภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด English for Marketer	3	(3-0-6)
**963 321 การจัดการงานตลาด Marketing Management	3	(3-0-6)
**963 322 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา Product and Price Management	3	(3-0-6)
**963 323 การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย และการกระจายตัวสินค้า Marketing Channels and Physical Distribution Management	3	(3-0-6)
**963 324 การค้าส่งและการค้าปลีก Wholesaling and Retailing	3	(3-0-6)
**963 325 การจัดการการขาย Sales Management	3	(3-0-6)
**963 326 การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร Integrated Marketing Communication	3	(3-0-6)
**963 328 การตลาดบริการ Service Marketing	3	(3-0-6)
**963 332 การวิจัยการตลาด Marketing Research	3	(3-0-6)
**963 421 การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย Advertising and Sales Promotion	3	(3-0-6)
**963 422 การตลาดโลก Global Marketing	3	(3-0-6)
*963 492 สัมมนาทางการตลาด Seminar in Marketing	3	(3-0-6)
*967 464 จริยธรรมธุรกิจและสถานประกอบการที่ยั่งยืน Business Ethics and Sustainable Enterprise	3	(3-0-6)

วิชาเลือก จำนวน 12 หน่วยกิต
จากรายวิชาดังต่อไปนี้ หรือรายวิชาอื่นที่จะเปิดเพิ่มเติมในภายหลัง ประกอบด้วย

**963 222 การจัดซื้อ Purchasing	3	(3-0-6)
**963 223 การตลาดทางตรง Direct Marketing	3	(3-0-6)
**963 231 การตลาดธุรกิจ Business Marketing	3	(3-0-6)
**963 327 การตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ Southeast Asia Marketing	3	(3-0-6)
**963 329 การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด Quantitative Analysis in Marketing	3	(3-0-6)

**963 402	การตลาดอินเทอร์เน็ต Internet Marketing	3 (3-0-6)
**963 403	การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ Customer Relationship Management	3 (3-0-6)
**963 423	ศิลปะการขายและเทคนิคการนำเสนอ Salesmanship and Presentation Techniques	3 (3-0-6)
**963 424	การจัดการการส่งออกและนำเข้า Export and Import Management	3 (3-0-6)
963 425	การศึกษาเฉพาะบุคคล Individual Study	3 (3-0-6)
**963 495	สหกิจศึกษาด้านการตลาด Cooperative Education in Marketing	9 (0-45-22)

หมวดวิชาเลือกเสรี

ให้นักศึกษาลงทะเบียนเรียนรายวิชาเลือกเสรีที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยขอนแก่น หรือสถาบันการศึกษาอื่น โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริหารหลักสูตร จำนวนไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

คำอธิบายระบบรหัสวิชา

คณะวิทยาการจัดการใช้ระบบรหัสวิชาตามระบบมหาวิทยาลัยขอนแก่น ซึ่งใช้ระบบ รหัสตัวเลข จำนวน 6 หลัก

ตัวเลข	3	ตัวแรก	
	000xxx	หมายถึง	วิชาในหมวดศึกษาทั่วไป
	777xxx	หมายถึง	คณะนิติศาสตร์
	9xx	หมายถึง	คณะวิทยาการจัดการ
		961	กลุ่มวิชาการเงิน
		962	กลุ่มวิชาเศรษฐศาสตร์
		963	กลุ่มวิชาการตลาด
		964	กลุ่มวิชาการท่องเที่ยว
		965	กลุ่มวิชาการโรงแรม
		966	กลุ่มวิชาการบัญชี
		967	กลุ่มวิชาการจัดการ
ตัวเลขตัวที่	4	หมายถึง	ระดับของวิชา
ตัวเลขตัวที่	5	หมายถึง	หมวดวิชา
ตัวเลขตัวที่	6	หมายถึง	ลำดับที่ของวิชา
หมายเหตุ	*	หมายถึง	รายวิชาใหม่
	**	หมายถึง	รายวิชาเดิมเปลี่ยนแปลงใหม่

แผนการศึกษา

แบบเลือกวิชาสหกิจศึกษา

ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 1

000	101	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร English for Communication	3(3-0-6)
000	130	ทักษะการรู้สารสนเทศ Information Literacy Skills	3(3-0-6)
000	146	ความสุขของชีวิต Happiness of Life	3(3-0-6)
962	101	เศรษฐศาสตร์จุลภาคเบื้องต้น Preliminary Microeconomics	3(3-0-6)
966	111	หลักการบัญชีขั้นต้น Preliminary Principles of Accounting	3(3-0-6)
รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน			15
รวมจำนวนหน่วยกิตสะสม			15

ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 2

000	102	ภาษาอังกฤษทางวิชาการ 1 English for Academic Purposes I (EAP I)	3(3-0-6)
000	162	ชีวิตกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ Life and Modern Technology	3(3-0-6)
777	100	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมาย Introduction to law	3(3-0-6)
962	102	เศรษฐศาสตร์มหภาคเบื้องต้น Preliminary Macroeconomics	3(3-0-6)
963	217	หลักการตลาด Principles of Marketing	3(3-0-6)
966	121	การบัญชี 2 Accounting II	3(3-0-6)
รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน			18
รวมจำนวนหน่วยกิตสะสม			33

ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 1

000	103	ภาษาอังกฤษทางวิชาการ 2 English for Academic Purposes II (EAP II)	3(3-0-6)
000	155	พันธะทางสังคมของพลเมือง Civil Social Engagement	3(3-0-6)
960	101	กฎหมายธุรกิจ 1 Business Law I	3(3-0-6)
963	221	พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer Behaviors	3(3-0-6)
966	241	การบัญชีบริหาร	

3(3-0-6)			
967 201	Management Accounting สถิติเพื่อการจัดการ		3(3-0-6)
967 303	Statistics for Management ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ		3(3-0-6)
	Management Information Systems		
	รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน		21
	รวมจำนวนหน่วยกิตสะสม		54
ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2			
000 169	การคิดเชิงสร้างสรรค์ Creative Thinking		3(3-0-6)
000 132	ชีวิตกับสุนทรียะ Life and Aesthetics		3(3-0-6)
961 241	การเงินธุรกิจ 1 Corporate Finance I		3(3-0-6)
963 301	ภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด English for Marketer		3 (3-0-6)
963 321	การจัดการงานตลาด Marketing Management		3(3-0-6)
967 261	หลักการจัดการ Principles of Management		3(3-0-6)
967 262	การจัดการทรัพยากรมนุษย์ Human Resources Management		3(3-0-6)
	รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน		21
	รวมจำนวนหน่วยกิตสะสม		75

ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1

000 171	ชีวิตกับสุขภาพ Life and Health	3(3-0-6)
963 322	การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา Product and Price Management	3(3-0-6)
963 323	การจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายตัวสินค้า Marketing Channels and Physical Distribution Management	3(3-0-6)
963 422	การตลาดโลก Global Marketing	3(3-0-6)
967 263	การจัดการงานผลิตและบริการ Production Management and Service	3(3-0-6)
xxx xxx	วิชาเลือกเสรี Free Elective	3(3-0-6)
	รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน	18
	รวมจำนวนหน่วยกิตสะสม	93

ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2

960 102	ภาษีอากร 1 Taxation I	3(3-0-6)
963 324	การค้าส่งและการค้าปลีก Wholesaling and Retailing	3(3-0-6)
963 325	การจัดการการขาย Sales Management	3(3-0-6)
963 326	การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร Integrated Marketing Communication	3(3-0-6)
967 464	จริยธรรมธุรกิจและสถานประกอบการที่ยั่งยืน Business Ethics and Corporate Governance	3(3-0-6)
xxx xxx	วิชาเลือกเสรี Free Elective	3(3-0-6)
	รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน	18
	รวมจำนวนหน่วยกิตสะสม	111

ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 1

963 328	การตลาดบริการ Service Marketing	3(3-0-6)
963 332	การวิจัยตลาด Marketing Research	3(3-0-6)
963 421	การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย Advertising and Sales Promotion	3(3-0-6)
963 492	สัมมนาทางการตลาด Seminar in Marketing	3(3-0-6)
xxx xxx	วิชาเลือก Major Electives	3(3-0-6)
	รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน	15
	รวมจำนวนหน่วยกิตสะสม	126

ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 2

963 495	สหกิจศึกษาด้านการตลาด Cooperative Education in Marketing	9(0-35-17)
	รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน	9
	รวมจำนวนหน่วยกิตสะสม	135

แบบไม่เลือกวิชาสหกิจศึกษา

ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 1

000	101	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร English for Communication	3(3-0-6)
000	130	ทักษะการรู้สารสนเทศ Information Literacy Skills	3(3-0-6)
000	146	ความสุขของชีวิต Happiness of Life	3(3-0-6)
962	101	เศรษฐศาสตร์จุลภาคเบื้องต้น Preliminary Microeconomics	3(3-0-6)
966	111	หลักการบัญชีขั้นต้น Preliminary Principles of Accounting	3(3-0-6)
		รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน	15
		รวมจำนวนหน่วยกิตสะสม	15

ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 2

000	102	ภาษาอังกฤษทางวิชาการ 1 English for Academic Purposes I (EAP I)	3(3-0-6)
000	162	ชีวิตกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ Life and Modern Technology	3(3-0-6)
777	100	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมาย Introduction to law	3(3-0-6)
962	102	เศรษฐศาสตร์มหภาคเบื้องต้น Preliminary Macroeconomics	3(3-0-6)
963	217	หลักการตลาด Principles of Marketing	3(3-0-6)
966	121	การบัญชี 2 Accounting II	3(3-0-6)
		รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน	18
		รวมจำนวนหน่วยกิตสะสม	33

ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 1

000	103	ภาษาอังกฤษทางวิชาการ 2 English for Academic Purposes II (EAP II)	3(3-0-6)
000	155	พันธะทางสังคมของพลเมือง Civil Social Engagement	3(3-0-6)
960	101	กฎหมายธุรกิจ 1 Business Law I	3(3-0-6)
963	221	พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer Behaviors	3(3-0-6)
966	241	การบัญชีบริหาร 3(3-0-6)	
		Management Accounting	
967	201	สถิติเพื่อการจัดการ Statistics for Management	3(3-0-6)
967	303	ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ Management Information Systems	3(3-0-6)
		รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน	21
		รวมจำนวนหน่วยกิตสะสม	54

ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2

000 169	การคิดเชิงสร้างสรรค์ Creative Thinking	3(3-0-6)
000 132	ชีวิตกับสุนทรียะ Life and Aesthetics	3(3-0-6)
961 241	การเงินธุรกิจ 1 Corporate Finance I	3(3-0-6)
963 301	ภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด English for Marketer	3 (3-0-6)
963 321	การจัดการงานตลาด Marketing Management	3(3-0-6)
967 261	หลักการจัดการ Principles of Management	3(3-0-6)
967 262	การจัดการทรัพยากรมนุษย์ Human Resources Management	3(3-0-6)
	รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน	21
	รวมจำนวนหน่วยกิตสะสม	75

3 ภาคการศึกษาที่ 1		
000 171	ชีวิตกับสุขภาพ Life and Health	3(3-0-6)
963 322	การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา Product and Price Management	3(3-0-6)
963 323	การจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายตัวสินค้า Marketing Channels and Physical Distribution Management	3(3-0-6)
963 422	การตลาดโลก Global Marketing	3(3-0-6)
967 263	การจัดการงานผลิตและบริการ Production Management and Service	3(3-0-6)
xxx xxx	วิชาเลือกเสรี Free Elective	3(3-0-6)
	รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน	18
	รวมจำนวนหน่วยกิตสะสม	93

ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2		
960 102	ภาษีอากร 1 Taxation I	3(3-0-6)
963 324	การค้าส่งและการค้าปลีก Wholesaling and Retailing	3(3-0-6)
963 325	การจัดการการขาย Sales Management	3(3-0-6)
963 326	การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร Integrated Marketing Communication	3(3-0-6)
967 464	จริยธรรมธุรกิจและสถานประกอบการที่ยั่งยืน Business Ethics and Corporate Governance	3(3-0-6)
xxx xxx	วิชาเลือกเสรี Free Elective	3(3-0-6)
	รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน	18
	รวมจำนวนหน่วยกิตสะสม	111

ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 1		
963 328	การตลาดบริการ Service Marketing	3(3-0-6)
963 332	การวิจัยตลาด Marketing Research	3(3-0-6)
963 421	การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย Advertising and Sales Promotion	3(3-0-6)
963 492	สัมมนาทางการตลาด Seminar in Marketing	3(3-0-6)
xxx xxx	วิชาเลือก Major Electives	3(3-0-6)
xxx xxx	วิชาเลือก Major Electives	3(3-0-6)
	รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน	18
	รวมจำนวนหน่วยกิตสะสม	129

ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 2

xxx xxx	วิชาเลือก	3(3-0-6)
	Major Electives	
xxx xxx	วิชาเลือก	3(3-0-6)
	Major Electives	
	รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน	6
	รวมจำนวนหน่วยกิตสะสม	135

ตารางที่ 1 แผนที่แสดงการกระจายผลเรียนรู้ของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป (Curriculum Mapping)

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

กลุ่มวิชา/คุณลักษณะบัณฑิต	ด้านคุณธรรม (Moral)						ด้านความรู้ (Knowledge)								
	พฤติกรรมเชิงคุณธรรม						วิทยาศาสตร์/คณิตศาสตร์			เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร			มนุษย์/สังคม		
	วินัย	รับผิดชอบ	ซื่อสัตย์	เสียสละ	เป็นแบบอย่างที่ดี	แก้ปัญหาทางคุณธรรม	วิทยาศาสตร์	คณิตศาสตร์	สถิติ (วิจัย)	การสื่อสาร	คอมพิวเตอร์	สารสนเทศ	วัฒนธรรม/สังคม	การบริหาร/จัดการ	ภูมิปัญญาท้องถิ่น
กลุ่มวิชาภาษา															
การสื่อสารและการเรียนรู้ด้วยตนเอง															
000 101 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 1	●	●	●							●		●	●		
000 102 ภาษาอังกฤษทางวิชาการ 1	●	●	●							●		●			
000 103 ภาษาอังกฤษทางวิชาการ 2	●	●	●							●		●			
กลุ่มวิชาวิทย์-คณิต															
การคิดเชิงวิเคราะห์และเชิงวิพากษ์															
000 130 ทักษะการรู้สารสนเทศ	●	●	●							●	●	●			
000 169 การคิดเชิงสร้างสรรค์	●	●	●	●									●		
กลุ่มวิชามนุษย์-สังคม															
คุณธรรม จริยธรรม คุณค่าของชีวิตในสังคม															
000 146 ความสุขของชีวิต	●	●	●			●							●		
000 155 พันธะทางสังคมของพลเมือง	●	●	●										●	●	
กลุ่มวิชามนุษย์-สังคม															
วัฒนธรรมและภูมิปัญญา															
000 132 ชีวิตกับสุนทรียะ													●		
กลุ่มวิชาวิทย์-คณิต															
ความรู้รอบรู้และการปรับตัวในยุคโลกาภิวัตน์															
000 162 ชีวิตกับเทคโนโลยีสมัยใหม่	●	●	●				●						●		
000 171 ชีวิตสุขภาพ	●	●	●				●						●		

มาตรฐานผลการเรียนรู้ 5 ด้านของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2552 มีดังนี้

1. ด้านคุณธรรม

1. มีวินัยด้านการตรงต่อเวลา
2. มีความรับผิดชอบในการทำงานที่ได้รับมอบหมาย
3. มีความซื่อสัตย์สุจริต โดยไม่คัดลอกผลงานคนอื่น ไม่ลงชื่อเข้าชั้นเรียนแทนเพื่อน
4. เสียสละโดยการช่วยเหลือเพื่อนในระหว่างเรียน
5. เป็นแบบอย่างที่ดีในการแต่งกาย การเอื้ออาทรต่อเพื่อนร่วมชั้นเรียน
6. สามารถจัดการปัญหาทางคุณธรรมจริยธรรม เมื่อเกิดปัญหาเฉพาะหน้าระหว่างเรียน

2. ด้านความรู้

1. อธิบายองค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์กับชีวิตประจำวันได้
2. ใช้ตัวเลขในการตีความหมายระดับพื้นฐานได้
3. ใช้สถิติขั้นต้นในชีวิตประจำวันได้
4. อธิบายความหมายของการสื่อสารได้
5. อธิบายส่วนประกอบคอมพิวเตอร์พร้อมบอกการใช้งานได้
6. ให้ความหมายของสารสนเทศได้
7. อธิบายความเชื่อมโยงของวัฒนธรรมในสังคมได้
8. สามารถบริหารและจัดการปัญหาของตนเองในชีวิตประจำวันได้
9. เห็นคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่น

3. ด้านทักษะทางปัญญา

1. สามารถสืบค้นวิเคราะห์และสังเคราะห์สารสนเทศมาใช้ในชีวิตประจำวัน
2. สามารถนำความรู้แบบบูรณาการแก้ปัญหาที่ซับซ้อนได้

4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

1. สามารถเป็นผู้นำและผู้ตามได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. ดำรงตนอยู่ในสังคมที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรมได้อย่างมีความสุข
3. สามารถปรับสภาพอารมณ์เพื่อทำงานร่วมกับผู้อื่น
4. รับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมายทั้งงานเดี่ยวและงานกลุ่ม
5. พัฒนาตนเองด้านการคิดในเชิงบวก
6. พัฒนาตนเองให้สอดคล้องกับสภาพสังคม
7. แสดงออกซึ่งความรัก ความภาคภูมิใจในสถาบันและท้องถิ่น
8. มีจิตสาธารณะพร้อมให้ความช่วยเหลือกับเพื่อนมนุษย์

5. ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

1. สามารถใช้ทักษะวิเคราะห์เชิงตัวเลขได้
2. สามารถสื่อสารทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้ได้อย่างเหมาะสม

วิชาเลือก 12 หน่วยกิต	1. คุณธรรม จริยธรรม			2. ความรู้				3. ทักษะทางปัญญา		4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ			5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ	
	1.1	1.2	1.3	2.1	2.2	2.3	2.4	3.1	3.2	4.1	4.2	4.3	5.1	5.2
963 222 การจัดซื้อ	○	●	○	●	○	○	○	●	○	●	●	○	○	○
963 223 การตลาดทางตรง	○	●	○	●	●	○	○	○	○	●	●	○	○	●
963 231 การตลาดธุรกิจ	○	●	○	●	●	○	○	○	○	●	●	○	○	●
963 327 การตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้	○	●	○	●	○	○	○	●	○	●	●	○	○	○
963 329 การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด	○	●	○	●	○	○	○	●	○	●	●	○	○	○
963 402 การตลาดอินเทอร์เน็ต	○	●	○	●	○	○	○	●	○	●	●	○	○	○
963 403 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์	○	●	○	●	○	○	○	●	○	●	●	○	○	○
963 423 ศิลปะการขายและเทคนิคการนำเสนอ	○	●	○	●	○	○	○	●	○	●	●	○	○	○
963 424 การจัดการการส่งออกและนำเข้า	○	●	○	●	○	○	○	●	○	●	●	○	○	○
963 425 การศึกษาเฉพาะบุคคล	○	●	○	●	●	●	○	●	○	●	●	○	●	●
963 495 สหกิจศึกษาด้านการตลาด	●	○	○	●	●	●	●	○	●	●	●	●	○	●
963 217 หลักการตลาด	○	●	○	○	○	●	●	○	○	●	○	○	○	○

รายละเอียดของผลการเรียนรู้ของแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้
จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)
สำหรับหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตร 4 ปี)

1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม (Ethics & Moral)

- 1.1 มีจิตสำนึกและตระหนักในการปฏิบัติตามจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ
- 1.2 มีวินัย ซื่อสัตย์ และรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม
- 1.3 มีจิตสาธารณะ รักและภาคภูมิใจในท้องถิ่น สถาบัน และประเทศชาติ

2. ด้านความรู้ (Knowledge)

- 2.1 มีความรู้ความเข้าใจในหลักการและทฤษฎีสำคัญในสาขาวิชาการตลาด
- 2.2 มีทักษะและประสบการณ์การเรียนรู้ในสาขาวิชาการตลาดสามารถปฏิบัติงานในสาขาวิชาการ/วิชาชีพในสถานการณ์ต่างๆ ได้
- 2.3 มีความรู้ความเข้าใจในพัฒนาการใหม่ๆ ในสาขาวิชา รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการแก้ไขปัญหาและการต่อยอดองค์ความรู้ในสาขาวิชา
- 2.4 ตระหนักในธรรมเนียมปฏิบัติ กฎระเบียบ ข้อบังคับในสาขาวิชาชีพ ที่เปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์ (สำหรับหลักสูตรที่มีมาตรฐานวิชาชีพ)

3. ด้านทักษะทางปัญญา (Cognitive skills)

- 3.1 สามารถค้นหา ตีความ และประเมินสารสนเทศ เพื่อใช้ในการพัฒนาความรู้และการแก้ปัญหาทางวิชาการได้อย่างสร้างสรรค์
- 3.2 สามารถในการคิดวิเคราะห์และริเริ่มสร้างสรรค์ โดยใช้ความรู้และประสบการณ์ของตนในการแก้ปัญหาคำถาม ทำงานได้

4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ (Interpersonal skills & responsibility)

- 4.1 มีภาวะผู้นำ มีความคิดริเริ่มในการวิเคราะห์ปัญหาได้อย่างเหมาะสมบนพื้นฐานของตนเองและของกลุ่ม
- 4.2 ตระหนักในความแตกต่างหลากหลายทางสังคมและวัฒนธรรม สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี
- 4.3 มีความรับผิดชอบต่อการเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเองและสาขาวิชาการ/วิชาชีพอย่างต่อเนื่อง

5. ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Numerical analysis, communication & information technology skills)

- 5.1 มีความสามารถในการใช้กระบวนการทางวิทยาศาสตร์หรือคณิตศาสตร์หรือกระบวนการวิจัยในการคิดวิเคราะห์หรือแก้ปัญหาในชีวิตประจำวันและในการปฏิบัติงานในสาขาวิชาชีพได้
- 5.2 มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และสารสนเทศในการสื่อสาร การแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง การจัดเก็บและประมวลผลข้อมูลและการนำเสนอข้อมูลสารสนเทศ เพื่อประโยชน์ในการศึกษาในสาขาวิชาการ/ วิชาชีพได้

รายละเอียดของผลการเรียนรู้ของแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่
รายวิชา (Curriculum Mapping) สำหรับรหัส 966 xxx

1. ด้านคุณธรรมและจริยธรรม

- 1.1 มีความรู้และความเข้าใจคุณค่าแห่งวิชาชีพ จรรยาบรรณวิชาชีพ มีทัศนคติที่ดีต่อวิชาชีพ
- 1.2 มีความซื่อสัตย์สุจริต มีวินัย เคารพและสามารถปฏิบัติตามกฎระเบียบของสถาบันและสังคม
- 1.3 สามารถบริหารเวลาและปรับวิถีชีวิตอย่างสร้างสรรค์ในสังคม
- 1.4 มีจิตสำนึก และพฤติกรรมที่คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตนอย่างมีคุณธรรม

2. ด้านความรู้

- 2.1 มีความรู้และความเข้าใจในแนวคิด ทฤษฎี หลักการ และวิธีการทางบัญชี
- 2.2 มีความรู้และความเข้าใจในองค์ความรู้ทางด้านอื่นที่สัมพันธ์กับองค์ความรู้ด้านการบัญชี โดยสามารถบูรณาการและนำมาประยุกต์ใช้ได้เหมาะสม
- 2.3 มีความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการปฏิบัติงานด้านการบัญชีและอื่นๆ โดยใช้วิธีการเรียนรู้จากประสบการณ์
- 2.4 สามารถติดตามการเปลี่ยนแปลงทางวิชาการ การวิจัย และวิชาชีพทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ อย่างต่อเนื่อง

3. ด้านทักษะทางปัญญา

- 3.1 สามารถสืบค้นข้อมูล ประมวลข้อมูล และแนวคิดต่างๆ เพื่อนำมาใช้ในการระบุและวิเคราะห์ปัญหาที่มีความซับซ้อนได้ด้วยตนเอง
- 3.2 สามารถประยุกต์และบูรณาการความรู้ทางการบัญชีและด้านอื่นที่สัมพันธ์กัน ใช้ทักษะทางวิชาชีพและดุลยพินิจในการแก้ไขปัญหา รวมทั้งเสนอแนะแนวทางใหม่ในสถานการณ์ต่างๆ อย่างสร้างสรรค์ โดยคำนึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการตัดสินใจ

4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- 4.1 สามารถปฏิบัติและรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมายอย่างมีประสิทธิภาพ
- 4.2 มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่น และปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์และวัฒนธรรมขององค์กรได้เป็นอย่างดี
- 4.3 มีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ สามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในการแก้ไขปัญหาในสถานการณ์ต่างๆ ทั้งในบทบาทของผู้นำหรือในบทบาทของผู้ร่วมงาน
- 4.4 มีความรับผิดชอบการพัฒนาความรู้ความสามารถทางวิชาชีพของตนเองอย่างต่อเนื่อง

5. ด้านทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ

- 5.1 มีทักษะการใช้วิธีวิเคราะห์เชิงปริมาณเพื่อการตัดสินใจอย่างสร้างสรรค์ในการแปลความหมาย และเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาหรือข้อโต้แย้ง
- 5.2 สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพทั้งการพูดและการเขียน รู้จักเลือกและใช้รูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสมกับปัญหาและกลุ่มผู้ฟังที่แตกต่างกัน
- 5.3 สามารถเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและเทคนิคการสื่อสารที่เหมาะสมในการเก็บรวบรวมข้อมูล การแปลความหมาย และการสื่อสารสารสนเทศ
- 5.4 สามารถติดตาม ประเมินผล และรายงานผลได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน

รายละเอียดของผลการเรียนรู้ของแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานการเรียนรู้
จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)
สำหรับรายวิชา 777 100 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมายทั่วไป

1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- 1.1 ตระหนักในคุณค่าและคุณธรรม จริยธรรม เสียสละ และซื่อสัตย์สุจริต
- 1.2 มีวินัย ตรงต่อเวลา และมีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม
- 1.3 มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขข้อขัดแย้งและลำดับความสำคัญ
- 1.4 เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์
- 1.5 เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆขององค์กรและสังคม
- 1.6 สามารถวิเคราะห์ผลกระทบจากการใช้กฎหมายต่อบุคคล องค์กร และสังคม
- 1.7 มีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ

2. ด้านความรู้

- 2.1 มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการที่สำคัญในเนื้อหาสาขาวิชาที่ศึกษา
- 2.2 สามารถเข้าใจ วิเคราะห์ และอธิบายปัญหา รวมทั้งประยุกต์ความรู้และทักษะให้เหมาะสมกับการแก้ไขปัญหา
- 2.3 สามารถติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการและวิวัฒนาการของกฎหมาย
- 2.4 รู้ เข้าใจ และสนใจพัฒนาความรู้ด้านกฎหมายอย่างต่อเนื่อง
- 2.5 มีความรู้ในแนวกว้างของวิชาที่ศึกษาเพื่อให้เล็งเห็นถึงการเปลี่ยนแปลงและเข้าใจผลกระทบของเทคโนโลยีใหม่ๆ
เหตุการณ์บ้านเมือง เศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ที่มีต่อการพัฒนากฎหมาย
- 2.6 สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาที่ศึกษากับความรู้ในศาสตร์อื่นๆที่เกี่ยวข้อง

3. ด้านทักษะทางปัญญา

- 3.1 คิดอย่างมีวิจารณญาณและเป็นธรรม
- 3.2 สามารถสืบค้นและตีความกฎหมาย เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์
- 3.3 สามารถรวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ สรุปประเด็นปัญหาและการแก้ไขปัญหาได้
- 3.4 สามารถประยุกต์ความรู้และทักษะกับการแก้ไขปัญหาทางกฎหมายได้อย่างเหมาะสม

4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- 4.1 สามารถสื่อสารทั้งในภาษาไทยและภาษาต่างประเทศกับกลุ่มบุคคลได้อย่างหลากหลายและอย่างมีประสิทธิภาพ
- 4.2 สามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกแก่การแก้ไขปัญหาสถานการณ์ต่างๆ ในกลุ่ม ทั้งในบทบาทของผู้นำและบทบาทของผู้ร่วมทำงาน
- 4.1 สามารถใช้ความรู้ในศาสตร์นั้นมาชี้นำสังคมในประเด็นที่เหมาะสม
- 4.2 มีความรับผิดชอบในการกระทำของตนเองและรับผิดชอบงานในกลุ่ม
- 4.3 สามารถเป็นผู้ริเริ่มแสดงประเด็นในการแก้ไขสถานการณ์ทั้งส่วนตัวและส่วนรวมพร้อมทั้งแสดงจุดยืนอย่างพอเหมาะของทั้งตนเองและของกลุ่ม
- 4.4 มีความรับผิดชอบการพัฒนาการเรียนรู้ทั้งของตนเองและทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง

5. ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และเทคโนโลยีสารสนเทศ

- 5.1 มีทักษะในการใช้เครื่องมือที่จำเป็นที่มีอยู่ในปัจจุบันต่อการทำงานที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์
- 5.2 สามารถแนะนำประเด็นการแก้ไขปัญหาโดยใช้สารสนเทศทางคณิตศาสตร์หรือการแสดงสถิติประยุกต์ต่อปัญหาที่เกี่ยวข้องอย่างสร้างสรรค์
- 5.3 สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพทั้งปากเปล่าและการเขียน เลือกใช้รูปแบบของการสื่อสารนำเสนออย่างเหมาะสม
- 5.4 สามารถใช้สารสนเทศและเทคโนโลยีสื่อสารอย่างเหมาะสม