



หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล
(หลักสูตรใหม่ พ.ศ.2563)

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยสยาม

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป	1
หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร	7
หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างหลักสูตร	8
หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล	31
หมวดที่ 5 หลักเกณฑ์ในการประเมินผลนักศึกษา	41
หมวดที่ 6 การพัฒนาคณาจารย์	44
หมวดที่ 7 การประกันคุณภาพหลักสูตร	46
หมวดที่ 8 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของหลักสูตร	60
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก บันทึกความร่วมมือ (MOU) มหาวิทยาลัยสยามกับผู้ประกอบการ	61
ภาคผนวก ข มติคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรและมาตรฐานการศึกษา	64
ภาคผนวก ค ประวัติและผลงานอาจารย์ประจำหลักสูตร	66
ภาคผนวก ง ระเบียบมหาวิทยาลัยสยาม ว่าด้วย การศึกษาไม่สูงกว่าระดับปริญญาตรี พ.ศ 2549	73

หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล
(หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2563)

ชื่อสถาบัน

มหาวิทยาลัยสยาม

วิทยาเขต / คณะ / ภาควิชา

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อหลักสูตร

รหัสหลักสูตร : XXXXXX

ภาษาไทย : หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล

ภาษาอังกฤษ : Bachelor of Science Program in Digital Marketing

2. ชื่อปริญญา

ภาษาไทย : วิทยาศาสตร์บัณฑิต (การตลาดดิจิทัล)

ภาษาอังกฤษ : Bachelor of Science (Digital Marketing)

อักษรย่อปริญญา (ภาษาไทย) : วท.บ. (การตลาดดิจิทัล)

อักษรย่อปริญญา (English) : B.Sc. (Digital Marketing)

3. วิชาเอก

—

4. จำนวนหน่วยกิตและระยะเวลาที่เรียนตลอดหลักสูตร

จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร 125 หน่วยกิต

5. รูปแบบของหลักสูตร

5.1 รูปแบบ

- | | |
|--|--|
| ☐ หลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) | ☒ หลักสูตรปริญญาตรี 4 ปี |
| ☐ หลักสูตรปริญญาตรี 5 ปี | ☐ หลักสูตรปริญญาตรี 6 ปี |
| ☐ อื่นๆ (ระบุ) | |

5.2 ประเภทของหลักสูตร

หลักสูตรทางวิชาการ

5.3 ภาษาที่ใช้

- ☐ หลักสูตรจัดการศึกษาเป็นภาษาไทย
- ☐ หลักสูตรจัดการศึกษาเป็นภาษาต่างประเทศ (ระบุภาษา).....
- ☒ หลักสูตรจัดการศึกษาเป็นภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ (ระบุภาษา)...อังกฤษ...

5.4 การรับเข้าศึกษา

- ☐ รับเฉพาะนักศึกษาไทย
- ☐ รับเฉพาะนักศึกษาต่างประเทศ
- ☒ รับทั้งนักศึกษาไทยและนักศึกษาต่างประเทศที่ใช้ภาษาไทยได้เป็นอย่างดี

5.5 ความร่วมมือกับสถาบันอื่น

เป็นหลักสูตรบูรณาการที่มหาวิทยาลัยสยามร่วมกับบริษัท ชโย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) โดยทำบันทึกความตกลงร่วมมือกันทางวิชาการในการพัฒนาหลักสูตร การจัดการเรียนการสอน และการผลิตบัณฑิตให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี

5.6 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา

- ☒ ให้ปริญญาเพียงสาขาวิชาเดียว
- ☐ ให้ปริญญามากกว่า 1 สาขาวิชา (ทวีปริญญา)
- ☐ ปริญญาร่วมกับสถาบัน

6. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ / เห็นชอบหลักสูตร

- 6.1 เป็นหลักสูตรใหม่ พ.ศ.2563 โดยเริ่มเปิดสอนภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2563
- 6.2 คณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรและมาตรฐานการศึกษา เห็นชอบหลักสูตรในการประชุมครั้งที่ 1/2563 เมื่อวันที่ 13 กรกฎาคม 2563
- 6.3 คณะกรรมการวิชาการ เห็นชอบหลักสูตรในการประชุมครั้งที่ 8/2563 เมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2563
- 6.4 คณะกรรมการสภามหาวิทยาลัย อนุมัติหลักสูตรในการประชุม ครั้งที่ 4/2563 เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2563

7. ความพร้อมในการเผยแพร่หลักสูตรที่มีคุณภาพและมาตรฐาน

หลักสูตรมีความพร้อมในการเผยแพร่หลักสูตรที่มีคุณภาพและมาตรฐาน ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552 ในปีการศึกษา 2565

8. อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

- นักการตลาดข้อมูลทางธุรกิจดิจิทัล
- นักสร้างสรรค์นวัตกรรมทางการตลาดดิจิทัล
- นักออกแบบและพัฒนาซอฟต์แวร์ทางการตลาดดิจิทัล
- นักออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ทางการตลาดดิจิทัล

9. ชื่อ-นามสกุล เลขประจำตัวประชาชน และคุณวุฒิการศึกษาของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลำดับ	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่อ-สกุล	เลขประจำตัวประชาชน	คุณวุฒิการศึกษา, สถาบัน, ปีที่สำเร็จการศึกษา
1	อาจารย์	นางสาวกันทิมา คงสถิตสุวรรณ	3 1017 0032x xx x	- ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (วิทยาการคอมพิวเตอร์และระบบสารสนเทศ) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ 2559 - วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศคอมพิวเตอร์) มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ 2541 - บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการสารสนเทศคอมพิวเตอร์) มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น 2538
2	อาจารย์	นายภูริเดช อาภาสัถย์	1 1022 0009x xx x	- วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เทคโนโลยีสารสนเทศ) มหาวิทยาลัยสยาม 2558 - บริหารธุรกิจบัณฑิต (คอมพิวเตอร์ธุรกิจ) มหาวิทยาลัยธนบุรี 2556
3	อาจารย์	นางสาวศรีสุตา จงสิทธิผล	3 1009 0472x xx x	- Doctor of Business Administration (Finance), Southern Illinois University at Carbondale, U.S.A, 1991. - Master of Accounting, Utah State University U.S.A, 1982. - บัณฑิต (เกียรตินิยมอันดับ 1) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2521
4	อาจารย์	นายไพรัช บุญสุวรรณ	3 1017 0058x xx x	- Master of Business Administration, Sasin Graduate Institute of Business Administration, Chulalongkorn University, 2013. - วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศคอมพิวเตอร์) มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ 2533 - บริหารธุรกิจบัณฑิต (การบัญชี) มหาวิทยาลัยรามคำแหง 2529

ลำดับ	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่อ-สกุล	เลขประจำตัวประชาชน	คุณวุฒิการศึกษา, สถาบัน, ปีที่สำเร็จการศึกษา
5	อาจารย์	นางนิตยา เกิดแย้ม	3 1202 0055x xx x	- ศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต (การบริหารการศึกษา) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 2562 - ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (เทคโนโลยีการศึกษา) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 2546 - วิทยาศาสตร์บัณฑิต (วิทยาการคอมพิวเตอร์) มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จ 2542

10. สถานที่จัดการเรียนการสอน

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม

11. สถานการณ์ภายนอกหรือการพัฒนาที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนหลักสูตร

ตามที่รัฐบาลได้กำหนดเป้าหมายการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ “Thailand 4.0” และเป็นจุดเริ่มต้นยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2560 – 2579) ในการขับเคลื่อนไปสู่การเป็นประเทศที่มั่นคง และยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรมเพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรม ทำให้ประเทศไทยมีโอกาสกลายเป็นกลุ่มประเทศที่มีรายได้สูงด้วยการทำน้อยแต่ได้มาก ลดการพึ่งพาต่างชาติ ลดความเหลื่อมล้ำต่าง ๆ สร้างความสมดุลทางเศรษฐกิจและสังคม โดยอาศัยการเปลี่ยนสินค้าโภคภัณฑ์ไปสู่สินค้านวัตกรรมแทนมีการต่อยอดธุรกิจเชิงสร้างสรรค์เพื่อให้กลายเป็นความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน โดยกลุ่มธุรกิจดิจิทัล เป็นเป้าหมายสำคัญอันหนึ่งในการเข้าสู่การช่วยขับเคลื่อนสินค้าจากแหล่งผลิตสู่ตลาดโดยใช้เครื่องมือทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ต้องมีการพัฒนาทักษะของกลุ่มอาชีพที่พร้อมกับการพัฒนาประเทศ ตามนโยบายและเป้าหมายของภาครัฐบาล ทั้งนี้พบว่า การใช้สื่อออนไลน์ในประเทศไทยเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากผลการรวบรวมข้อมูลการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทยจาก ETDA (Electronic Transaction Development Agency) สรุปเทรนด์อีคอมเมิร์ซ (E-Commerce) ปี 2019 พบว่า คนไทยใช้งานบนอินเทอร์เน็ตมากที่สุดในโลก คือ 4.2 ชั่วโมง/วัน นอกจากนี้พบว่า ปี 2018 เป็นปีแรกที่กิจกรรมการซื้อของออนไลน์ติดอันดับ 1 ใน 5 กิจกรรมหลักของผู้ใช้งานในไทย ซึ่งทำให้ทราบว่าประเทศไทยเข้าสู่สังคมดิจิทัล สินค้าและบริการขยายสู่ตลาดออนไลน์ในระดับประเทศและระดับโลกได้โดยง่าย ทำให้สินค้าและบริการกระจายสู่ลูกค้าได้จำนวนมากทั่วโลกโดยมีต้นทุนต่ำ ช่วยลดค่าใช้จ่ายบริษัทขนาดเล็กสามารถแข่งขันกับบริษัทขนาดใหญ่ได้ การสร้างบุคลากรเพื่อสนับสนุนสู่ภาคธุรกิจในตลาดดิจิทัลจึงมีความจำเป็นและประโยชน์ ต่อการขยายตลาดสินค้าและบริการของไทยสู่ตลาดที่กว้างขวางในระดับโลก กิจกรรมในประเทศไทยสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีใหม่ได้ และยังช่วยให้บทบาทของพ่อค้าคนกลางลดลง ทำให้ต้นทุนการซื้อขายลดลง อุปสรรคของสินค้าในการเข้าสู่ตลาดลดลงตามไปด้วย ทำให้ผู้บริโภคทุกทิศโดยเฉพาะผู้บริโภคในเขตพื้นที่ชนบทสามารถจับจ่ายซื้อสินค้าหรือบริการได้เช่นเดียวกับในเมือง ทำให้เป็นเกิดประโยชน์ต่อผู้บริโภคและต่อผู้เกี่ยวข้องในตลาดทั้งเป็นประโยชน์โดยตรงต่อผู้ผลิตและผู้ค้า นอกจากนั้นนวัตกรรมใหม่ๆเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องมากมายทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไป จึงจำเป็นที่ผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลจะต้องรู้ทัน และมีความรู้สร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆมอบให้ผู้บริโภคได้ต่อเนื่องตลอดเวลา

การพัฒนาทักษะแรงงานในตลาดดิจิทัลของบุคลากรเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องตอบสนองต่อการพัฒนาทิศทางการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงของประเทศไทยและนโยบายระดับประเทศสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0 ที่มุ่งส่งเสริมตลาดแรงงานที่มีทักษะความชำนาญด้านตลาดดิจิทัลเพื่อสนับสนุนในกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลทั้งภาคการศึกษาในระดับอุดมศึกษา จึงเสนอการสร้างความทักษะที่จะตอบสนองตามความต้องการในกลุ่มอาชีพอุตสาหกรรมดิจิทัล ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมอนาคต New S Curve ที่เป็น New Growth Engine เพื่อแก้ปัญหาการขาดแคลนแรงงานและการพัฒนาตลาดแรงงานที่มีประสิทธิภาพและเชี่ยวชาญด้านตลาดดิจิทัลในประเทศไทย

12. ผลกระทบจากข้อ 11 ต่อการพัฒนาหลักสูตรและความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

มหาวิทยาลัยสยามก่อตั้งโดยมีวัตถุประสงค์ในการสถาปนาสถาบัน คือ สนองความต้องการของชาติในการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา เพื่อผลิตทรัพยากรบุคคล เพื่อการพัฒนาทักษะทางวิชาชีพและความหลากหลายให้สอดคล้องกับความต้องการตลาด

ดังนั้นเพื่อตอบสนองนโยบายการปฏิรูปอุดมศึกษาไทยด้านการพัฒนากำลังคนและสร้างความสามารถในการแข่งขันรองรับอุตสาหกรรมดิจิทัล และแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) มหาวิทยาลัยสยามจึงได้จัดทำหลักสูตรการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing & Innovation) ระดับปริญญาตรี โดยจัดการศึกษาแบบทวิภาคีในโครงการสร้างบัณฑิตพันธุ์ใหม่และกำลังคนที่มีสมรรถนะเพื่อตอบโจทย์อุตสาหกรรมดิจิทัล

13. ความสัมพันธ์กับหลักสูตรอื่นที่เปิดสอนในคณะ/ภาควิชาอื่นของสถาบัน

เป็นการบูรณาการระหว่างศาสตร์ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศดิจิทัล (Digital Information Technology) 45% บูรณาการกับศาสตร์ความรู้ด้านการตลาด และนิเทศศาสตร์ อีก 55 %พร้อมทั้งฝึกปฏิบัติงานจริง ณ สถานประกอบการ

หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร

1. ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1.1 ปรัชญา

หลักสูตรการตลาดดิจิทัลมุ่งสร้างบัณฑิตที่มีสมรรถนะทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การตลาด และการสื่อสารโดยสามารถนำทักษะทางด้านดิจิทัลมาประยุกต์ใช้เป็นเครื่องมือ รวมทั้งสร้างกำลังคนที่สอดคล้องกับความต้องการของอุตสาหกรรมดิจิทัลตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560 -2579)

1.2 ความสำคัญ

จากการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจอย่างรวดเร็วเนื่องจากพัฒนาการที่ก้าวกระโดดด้านเทคโนโลยีทำให้กระบวนการทางธุรกิจจำเป็นต้องปรับกระบวนการเพื่อให้ทันต่อความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค และความอยู่รอดของภาคธุรกิจ ดังนั้น หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล จึงเป็นหลักสูตรที่บูรณาการองค์ความรู้ในสามศาสตร์ คือ บริหารธุรกิจ นิเทศศาสตร์ และเทคโนโลยีสารสนเทศเข้าด้วยกันเพื่อสร้างบัณฑิตที่มีสมรรถนะที่สามารถตอบสนองการเปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจได้ เนื่องจากปัจจุบันทักษะของบุคลากรที่ภาคธุรกิจต้องการไม่ใช่เพียงองค์ความรู้เฉพาะด้านใดด้านหนึ่งแต่เป็นบุคลากรที่สามารถบูรณาการความรู้ข้ามศาสตร์เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อองค์กร

1.3 วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1. เพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้เรียนให้เป็นผู้ที่คิดอย่างเป็นระบบ มีความคิดสร้างสรรค์เข้าใจในหลักการและนวัตกรรมทางธุรกิจดิจิทัล มีความสามารถทางการสื่อสารและทักษะการค้นคว้าผ่านรายวิชาที่ตอบโจทย์โลกการตลาดดิจิทัล
2. เพื่อให้ผู้เรียนสามารถนำความรู้ด้านเทคโนโลยี การสื่อสารและการตลาด มาประยุกต์ใช้เป็นเครื่องมือเพื่อสร้างแผนธุรกิจที่สามารถนำไปพิชชิงในเวทีการแข่งขันได้
3. เพื่อให้ผู้เรียนสามารถออกแบบและสร้างเครื่องมือเพื่อการสื่อสารทางการตลาดด้วยกระบวนการคิดวิเคราะห์อย่างสร้างสรรค์ผ่านการปฏิบัติงานจริง ณ สถานประกอบการ
4. เพื่อให้ผู้เรียนสามารถบูรณาการองค์ความรู้ทางด้านการตลาดดิจิทัล สามารถวิเคราะห์ความเป็นไปได้และโอกาสทางธุรกิจเพื่อสร้างนวัตกรรมที่เพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศ

หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร

1. ระบบการจัดการศึกษา

1.1 ระบบ

การจัดการศึกษาเป็นแบบทวิภาค โดย 1 ปีการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ภาคการศึกษาปกติ 1 ภาคการศึกษาปกติมีระยะเวลาศึกษาไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์

1.2 การจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน (ถ้ามี)

มีระยะเวลาการศึกษาไม่น้อยกว่า 8 สัปดาห์ และต้องมีชั่วโมงเรียนของแต่ละรายวิชารวมกันทั้งหมด เทียบเคียงกับชั่วโมงของการศึกษาในภาคการศึกษาปกติ ซึ่งเป็นไปตามระเบียบมหาวิทยาลัยสยาม ว่าด้วยการศึกษาไม่สูงกว่าระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2549

1.3 การเทียบเคียงหน่วยกิตในระบบทวิภาค

ไม่มี

2. การดำเนินการหลักสูตร

2.1 วัน-เวลาในการดำเนินการเรียนการสอน

วันจันทร์ ถึงวันอาทิตย์ ระหว่างเวลา 8.00 น. ถึง 18.00 น.

ภาคการศึกษาที่ 1 เดือนสิงหาคม – เดือนธันวาคม

ภาคการศึกษาที่ 2 เดือนมกราคม – เดือนพฤษภาคม

ภาคการศึกษาที่ 3 เดือนมิถุนายน – เดือนกรกฎาคม

หรืออาจมีการปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรมและกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

2.2 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

2.2.1 เป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า หรือระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) หรือระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) หรือระดับปริญญาตรีจากสถาบันการศึกษาที่กระทรวงศึกษาธิการรับรองวิทยฐานะ

2.2.2 ไม่เป็นผู้มีโรคติดต่อร้ายแรง โรคที่สังคมรังเกียจ หรือโรคที่เป็นอุปสรรคต่อการศึกษา

2.2.3 ไม่เป็นผู้มีความประพฤติเสื่อมเสีย และไม่บกพร่องในศีลธรรมอันดีงาม

2.2.4 ผู้ประสงค์จะเข้าศึกษาต้องผ่านการคัดเลือกของมหาวิทยาลัย

2.3 ปัญหาของนักศึกษาแรกเข้า

พื้นฐานความรู้ทางธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาไม่เท่ากัน

2.4 กลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา/ข้อจำกัดของนักศึกษาในข้อ 2.3

หลักสูตรแต่งตั้งอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อให้คำปรึกษาและจัดการเรียนการสอนในลักษณะที่เป็นโมดูล โดยเริ่มต้นจากการปูความรู้พื้นฐานทางด้านธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศให้นักศึกษาเพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้เรียนให้เป็นผู้ที่คิดอย่างเป็นระบบ มีความคิดสร้างสรรค์เข้าใจในหลักการและนวัตกรรมทางธุรกิจดิจิทัล มีความสามารถทางการสื่อสาร มีทักษะการค้นคว้า และนักศึกษาสามารถคิดค้นนวัตกรรมใหม่ได้

2.5 แผนการรับนักศึกษาและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี

จำนวนนักศึกษาที่คาดว่าจะรับ	จำนวนนักศึกษาในแต่ละปีการศึกษา				
	2563	2564	2565	2566	2567
ชั้นปีที่ 1	40	40	40	40	40
ชั้นปีที่ 2		40	40	40	40
ชั้นปีที่ 3			40	40	40
ชั้นปีที่ 4				40	40
รวม	40	80	120	160	160
จำนวนที่คาดว่าจะสำเร็จการศึกษา	-	-	-	40	40

2.6 งบประมาณตามแผน

2.6.1 งบประมาณรายรับ (หน่วย: บาท)

หมวด	2563	2564	2565	2566	2567
1. ค่าบำรุงการศึกษา	456,000.00	822,000.00	1,188,000.00	1,554,000.00	1,554,000.00
2. ค่าหน่วยกิต	1,544,000.00	3,178,000.00	4,812,000.00	6,446,000.00	6,446,000.00
3. เงินอุดหนุนจากรัฐบาล	2,000,000.00	4,000,000.00	6,000,000.00	8,000,000.00	8,000,000.00
รวมทั้งสิ้น	2,000,000.00	4,000,000.00	6,000,000.00	8,000,000.00	8,000,000.00

หมายเหตุ รายได้ต่อหัวนักศึกษาตลอดหลักสูตร 200,000.00 บาท เฉลี่ยต่อปีเท่ากับ 50,000.00 บาท

2.6.2 งบประมาณรายจ่าย (หน่วย: บาท)

หมวด	2563	2564	2565	2566	2567
1. ค่าใช้จ่ายด้านการผลิตบัณฑิต (ค่าสอน)	1,000,000.00	2,000,000.00	3,000,000.00	4,000,000.00	4,000,000.00
2. ค่าใช้จ่ายด้านการวิจัย	400,000.00	800,000.00	1,200,000.00	1,600,000.00	1,600,000.00
3. ค่าใช้จ่ายด้านบริการวิชาการ	300,000.00	600,000.00	900,000.00	1,200,000.00	1,200,000.00
4. ค่าใช้จ่ายด้านทำนุบำรุง ศิลปวัฒนธรรม	100,000.00	200,000.00	300,000.00	400,000.00	400,000.00
5. ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ (ค่าเครื่องมืออุปกรณ์)	200,000.00	400,000.00	600,000.00	800,000.00	800,000.00
รวมทั้งสิ้น	2,000,000.00	4,000,000.00	6,000,000.00	8,000,000.00	8,000,000.00

หมายเหตุ ค่าใช้จ่ายต่อหัวนักศึกษาตลอดหลักสูตร 200,000.00 บาท (เฉลี่ยต่อหัวต่อปี เท่ากับ 50,000 บาท)

2.7 ระบบการจัดการศึกษา

- ☒ แบบชั้นเรียน
- ☐ แบบทางไกลผ่านสื่อสิ่งพิมพ์เป็นหลัก
- ☐ แบบทางไกลผ่านสื่อแพร่ภาพและเสียงเป็นสื่อหลัก
- ☐ แบบทางไกลผ่านอิเล็กทรอนิกส์เป็นสื่อหลัก (E-learning)
- ☐ แบบทางไกลทางอินเทอร์เน็ต
- ☒ อื่นๆ (ระบุ) ระบบออนไลน์ และฝึกปฏิบัติงานที่สถานประกอบการอย่างน้อย 1 ปีการศึกษา

2.8 การเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชาและการลงทะเบียนเรียนข้ามมหาวิทยาลัย

ไม่มีการรับเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชาและการลงทะเบียนเรียนข้ามมหาวิทยาลัย

3. โครงสร้างหลักสูตร

3.1 หลักสูตร

3.1.1 จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร จำนวน 125 หน่วยกิต

3.1.2 โครงสร้างหลักสูตร

หลักสูตรจัดการเรียนการสอนโดยแบ่งเป็น 3 หมวดวิชา ดังนี้

1. หมวดศึกษาทั่วไป จำนวน 30 หน่วยกิต

ก.1 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 15 หน่วยกิต

ก.2 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ จำนวน 9 หน่วยกิต

ก.3 กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร จำนวน 6 หน่วยกิต

2. หมวดวิชาเฉพาะ จำนวน 83 หน่วยกิต

ข.1 วิชาแกน จำนวน 27 หน่วยกิต

ข.2 วิชาเอกบังคับ จำนวน 32 หน่วยกิต

ข.3 วิชาเอกเลือก จำนวน 24 หน่วยกิต

3. หมวดวิชาเลือกเสรี จำนวน 12 หน่วยกิต

3.2 ความหมายรหัสวิชา

รหัส 185-1xx หมายถึง กลุ่มวิชาหมวดศึกษาทั่วไป

รหัส 185-2xx หมายถึง กลุ่มวิชาเฉพาะ

รหัส 185-3xx หมายถึง กลุ่มวิชาเอกบังคับ

รหัส 185-4xx หมายถึง กลุ่มวิชาเอกเลือก

3.3 รายวิชา

3.3.1 หมวดวิชาศึกษาทั่วไป		จำนวน 30 หน่วยกิต
โดยเลือกศึกษาจากรายวิชาดังต่อไปนี้		
ก.1 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์		จำนวน 15 หน่วยกิต
รหัสวิชา	ชื่อรายวิชา	จำนวนหน่วยกิต
(บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง)		
185-101	ผู้นำด้านนวัตกรรมในเศรษฐกิจดิจิทัล	3 (2-2-5)
185-103	หลักการสื่อสารนวัตกรรม	3 (2-2-5)
185-104	การพัฒนาตนเองสู่การเรียนรู้	3 (2-2-5)
185-105	หลักจิตวิทยาในการดูแลลูกค้า	3 (3-0-6)
185-106	จริยธรรมและกฎหมายธุรกิจดิจิทัล	3 (3-0-6)
185-111	ความเป็นพลเมืองในสังคมไทยและสังคมโลก	3 (3-0-6)
185-112	หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน	3 (3-0-6)
ก.2 กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ และวิทยาศาสตร์		จำนวน 9 หน่วยกิต
รหัสวิชา	ชื่อรายวิชา	จำนวนหน่วยกิต
(บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง)		
185-102	การออกแบบความคิดเชิงระบบ	3 (2-2-5)
185-107	ทักษะการคิดผ่านการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์	3 (2-2-5)
185-108	ตรรกะและการออกแบบความคิดเพื่อสร้างนวัตกรรมและธุรกิจเริ่มต้นใหม่	3 (2-2-5)
ก.3 กลุ่มวิชาภาษา		จำนวน 6 หน่วยกิต
185-109	ภาษาอังกฤษเพื่อการศึกษาวិชาการ	3 (2-2-5)
185-110	ภาษาอังกฤษเพื่อการนำเสนอแบบมืออาชีพ	3 (2-2-5)

3.3.2 หมวดวิชาเฉพาะ

ข.1 กลุ่มวิชาแกน		จำนวน 27 หน่วยกิต
รหัสวิชา	ชื่อรายวิชา	จำนวนหน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
185-201	แผนธุรกิจสตาร์ทอัพ	3 (2-2-5)
185-202	การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการดำเนินการทางธุรกิจ	3 (2-2-5)
185-203	การสนับสนุนธุรกิจด้วยปัญญาประดิษฐ์	3 (2-2-5)
185-204	การเงินเบื้องต้นสำหรับนักธุรกิจเริ่มต้นใหม่	3 (2-2-5)
185-205	การผลิตภาพเคลื่อนไหว	3 (2-2-5)
185-206	การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน	3 (2-2-5)
185-207	การสร้างสรรค์ดิจิทัลอาร์ตเพื่องานด้านการตลาดดิจิทัล	3 (2-2-5)
185-208	ธุรกิจดิจิทัลเชิงสร้างสรรค์ผ่านการเล่าเรื่อง	3 (2-2-5)
185-209	กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล	3 (2-2-5)
ข. 2 กลุ่มวิชาเอกบังคับ		จำนวน 32 หน่วยกิต
รหัสวิชา	ชื่อรายวิชา	จำนวนหน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
185-301	สร้างสรรค์สื่อออนไลน์เพื่อการตอบโต้ทางธุรกิจ	3 (2-2-5)
185-302	การถ่ายภาพและแต่งภาพมืออาชีพ	3 (2-2-5)
185-303	เทคโนโลยีการออกแบบและผลิตงานมัลติมีเดีย	3 (2-2-5)
185-304	การดำเนินงานและการจัดการแพลตฟอร์มธุรกิจข้ามพรมแดน	3 (2-2-5)
185-305	เตรียมการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการเพื่อการฝึกงาน	1 (1-0-6)
185-306	การเรียนรู้ผ่านกิจกรรมในสถานที่ทำงาน	1 (1-0-6)

185-307	การจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน 1	9 (0-40-0)
185-308	การจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน 2	9 (0-40-0)
ข.3 กลุ่มวิชาเอกเลือก		จำนวน 24 หน่วยกิต
รหัสวิชา	ชื่อรายวิชา	จำนวนหน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
185-401	สัมมนาการตลาดดิจิทัล	9 (0-40-0)
185-402	การออกแบบแคมเปญการตลาดดิจิทัล	3 (2-2-5)
185-403	การบริหารความสำเร็จด้วยเทคโนโลยี	3 (2-2-5)
185-404	นวัตกรรมและการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	3 (2-2-5)
185-405	เทคนิคการนำเสนองานลูกค้า	3 (2-2-5)
185-406	การออกแบบอัตลักษณ์และแบรนด์	3 (2-2-5)
185-407	นวัตกรรมและเทคนิคการตลาดบนการสื่อสารไร้สาย	3 (2-2-5)
185-408	การตลาดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ	3 (2-2-5)

3.3.3 หมวดวิชาเลือกเสรี จำนวนไม่น้อยกว่า 12 หน่วยกิต

เลือกจากรายวิชาใดๆ ที่เปิดสอนในระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยสยาม จำนวนไม่น้อยกว่า 12 หน่วยกิต

3.4 แผนการศึกษา

แผนการศึกษา หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล หลักสูตร 4 ปี				
ปีที่	ภาคที่	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
1	1	185-101	ผู้นำด้านนวัตกรรมในเศรษฐกิจดิจิทัล	3 (2-2-5)
		185-102	การออกแบบความคิดเชิงระบบ	3 (2-2-5)
		185-103	หลักการสื่อสารนวัตกรรม	3 (2-2-5)
		185-104	การพัฒนาตนเองสู่การเรียนรู้	3 (2-2-5)
		185-105	หลักจิตวิทยาในการดูแลลูกค้า	3 (3-0-6)
		185-109	ภาษาอังกฤษเพื่อการศึกษาทางวิชาการ	3 (2-2-5)
รวม				18
1	2	185-106	จริยธรรมและกฎหมายธุรกิจดิจิทัล	3 (3-0-6)
		185-107	ทักษะการคิดวิเคราะห์ผ่านการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์	3 (2-2-5)
		185-108	ตรรกะการออกแบบความคิดเพื่อสร้างนวัตกรรมและธุรกิจเริ่มใหม่	3 (2-2-5)
		185-110	ภาษาอังกฤษเพื่อการนำเสนอแบบมืออาชีพ	3 (2-2-5)
		185-201	แผนธุรกิจสตาร์ทอัพ	3 (2-2-5)
		185-202	การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการดำเนินการทางธุรกิจ	3 (2-2-5)
รวม				18
2	1	185-203	การสนับสนุนธุรกิจด้วยปัญญาประดิษฐ์	3 (2-2-5)
		185-204	การเงินเบื้องต้นสำหรับนักธุรกิจรุ่นใหม่	3 (2-2-5)
		185-205	การผลิตงานภาพเคลื่อนไหว	3 (2-2-5)
		185-206	การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน	3 (2-2-5)
		185-207	การสร้างสรรค์ดิจิทัลอาร์ตเพื่องานด้านการตลาดดิจิทัล	3 (2-2-5)
		185-208	ธุรกิจดิจิทัลเชิงสร้างสรรค์ผ่านการเล่าเรื่อง	3 (2-2-5)
รวม				18
2	2	185-209	กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล	3 (2-2-5)
		185-301	สร้างสรรค์สื่อออนไลน์เพื่อการโต้ตอบทางธุรกิจ	3 (2-2-5)
		185-302	การถ่ายภาพและแต่งภาพมืออาชีพ	3 (2-2-5)
		185-303	เทคโนโลยีการออกแบบและผลิตงานมัลติมีเดีย	3 (2-2-5)
		185-304	การดำเนินงานและการจัดการแพลตฟอร์มธุรกิจข้ามพรมแดน	3 (2-2-5)
		185-305	เตรียมการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการเพื่อการฝึกงาน	1 (1-0-6)
		185-306	การเรียนรู้ผ่านกิจกรรมในสถานที่ทำงาน	1 (1-0-6)
รวม				17
3	1	185-307	การจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน 1	9 (0-40-0)
		xxx-xxx	เลือกเสรี 1	3
รวม				12

แผนการศึกษา หลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล หลักสูตร 4 ปี				
ปีที่	ภาคที่	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
3	2	185-308	การจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน 2	9 (0-40-0)
		xxx-xxx	เลือกเสรี 2	3
รวม				12

ปีที่	ภาคที่	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
4	1	185-402	การออกแบบแคมเปญการตลาดดิจิทัล	3 (2-2-5)
		185-403	การบริหารความสำเร็จด้วยเทคโนโลยี	3 (2-2-5)
		185-404	นวัตกรรมและการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	3 (2-2-5)
		185-405	เทคนิคการต่อรองและการนำเสนองาน	3 (2-2-5)
		185-406	การออกแบบอัตลักษณ์และตราสินค้า	3 (2-2-5)
		xxx-xxx	เลือกเสรี 3	3
รวม				18
4	2	185-401	สัมมนาทางการตลาดดิจิทัล	9 (0-40-0)
		xxx-xxx	เลือกเสรี 4	3
รวม				12
รวมทั้งหลักสูตร				125

3.5 คำอธิบายรายวิชา

185-101 **ผู้นำด้านนวัตกรรมในเศรษฐกิจดิจิทัล** 3 (2-2-5)

Innovative leader in the digital economy

ศึกษาความสำคัญของการมีภาวะผู้นำด้านนวัตกรรมในเศรษฐกิจดิจิทัล คุณลักษณะความสามารถ กระบวนการคิด ศักยภาพ ที่ส่งเสริมให้เกิดความสำเร็จในการเป็นผู้นำด้านนวัตกรรมในเศรษฐกิจดิจิทัลระดับต่างๆ การตระหนักถึงอุดมคติแห่งการเป็นผู้นำที่ดี มีจิตสาธารณะ และสามารถจัดการกับปัญหาโดยใช้หลักธรรมาภิบาล รวมถึงการพัฒนาทักษะประสบการณ์ เพื่อนำไปประยุกต์ใช้กับสถานการณ์ในทางสร้างสรรค์ ตลอดจนสามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นในฐานะที่เป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี

Study the importance of leadership in terms of components, characteristics, abilities, thinking processes, potential that lead to success in various Innovative leader in the digital economy levels of innovation leadership, realizing the ideals of good leadership, public mind, and the ability to manage problems by using good governance. Including the development of skills, experience in order to apply to the situation in a creative way as well as being able to live with others as a good leader and follower

185-102 **การออกแบบความคิดเชิงระบบ** 3 (2-2-5)

Design thinking

การออกแบบความคิดเชิงระบบ และกระบวนการพัฒนานวัตกรรม การคิดเชิงออกแบบ วิธีการเข้าถึงจิตใจลูกค้าและค้นพบรากเหง้าของปัญหา การสร้างและการเลือกไอเดีย การสร้างต้นแบบของสินค้าหรือบริการ ทดสอบในสนามจริงและเก็บข้อมูล การดำเนินผ่านวงจรของการออกแบบ/สร้าง/ทดสอบ ซ้ำๆอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ การทำงานให้สำเร็จในทีมงานพหุสาขา การระดมความคิด การตัดสินใจ การวิจารณ์อย่างสร้างสรรค์และการจัดการกับความขัดแย้ง

Design thinking and methodologies for innovation, design thinking, developing empathy for potential customers and discovering the roots of problems, generating and selecting ideas, creating rough prototypes, testing in the field and extracting information, quick and efficient design-build-test cycles, getting things done as a multidisciplinary team: brainstorming, making decisions, giving constructive feedback and managing conflicts.

- 185-103 หลักการสื่อสารนวัตกรรม 3 (2-2-5)**
Fundamental Communication for Innovation
 ความรู้เบื้องต้น หลักการ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารทางด้านนวัตกรรม การศึกษา
 กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารนวัตกรรม ผู้เรียนสามารถสื่อสาร นำเสนอ อภิปราย เกี่ยวกับความรู้
 ความคิด ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม การตลาด ฯลฯ
 Fundamental, principles, concepts, and theories of communication for
 innovations and case studies.
- 185-104 การพัฒนาตนเองสู่การเรียนรู้ 3 (2-2-5)**
Self-development into Learning
 แนวคิด กระบวนการ และทักษะวิธีคิดเพื่อการออกแบบนวัตกรรมและธุรกิจใหม่ การพัฒนา
 ตนเองสู่การเรียนรู้ การออกแบบการแก้ปัญหาที่ตรงตามความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้งานและตรงกับความต้องการ
 ของตลาด หลักการสร้างนวัตกรรมต้นแบบ การคุ้มครองสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา
 Concepts processes and thinking skills for innovative design and new business.
 Growth mindset for design of solutions for needs and want of users and direct to market.
 Innovation model and protection of intellectual property.
- 185-105 หลักจิตวิทยาในการดูแลลูกค้า 3 (3-0-6)**
Customer Handling Psychology
 ศึกษาหลักจิตวิทยาในการนำมาประยุกต์ใช้กับลูกค้าเพื่อสร้างความภักดีต่อตราสินค้าและการ
 บริการ
 Study principles of psychology for applying with customers in order to create
 brand loyalty of products and services.
- 185-106 จริยธรรมและกฎหมายธุรกิจดิจิทัล 3 (3-0-6)**
Ethics and Digital Business Law
 ประเด็นทางจริยธรรมที่เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ เช่น ความเป็นส่วนตัว ความเป็นเจ้าของ การ
 เข้าถึงข้อมูล ความถูกต้องแม่นยำ ทรัพย์สินทางปัญญา สิทธิและการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา สิทธิส่วน
 บุคคล สิทธิของผู้บริโภค กฎหมายเทคโนโลยีสารสนเทศและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้และผู้พัฒนาระบบ
 สารสนเทศ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับข้อมูล ข่าวสาร ปัญหาทางกฎหมาย กรณีศึกษา
 Ethical issues in information and communication technology: information

privacy information property, information accessibility, information accuracy; intellectual property, rights, information technology laws, laws related to users and developers, data and information laws, problems, case studies

185-107 ทักษะการคิดผ่านการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ 3 (2-2-5)

Thinking Skill through Computer Programming

ฝึกการคิดวิเคราะห์ การใช้เหตุผลและการแก้ปัญหาอย่างเป็นขั้นตอนโดยใช้ขั้นตอนวิธีหรืออัลกอริทึม (Algorithm) ในการถ่ายทอดความคิดซึ่งนำไปสู่การเขียนโปรแกรมด้วยภาษาคอมพิวเตอร์ที่สอดคล้องกับการพัฒนาโปรแกรมประยุกต์ทางด้านการตลาดดิจิทัล ผู้เรียนสามารถเขียนขั้นตอนวิธีในการเขียนโปรแกรม และสามารถเขียนโปรแกรมพื้นฐานได้

Methods for solving problems by breaking them down to steps or algorithms that can be executed by a computer, and applying these methods to develop software for digital marketing. Students can express solutions as algorithms, and can do some basic programming.

185-108 ตรรกะและการออกแบบความคิดเพื่อสร้างนวัตกรรมและธุรกิจเริ่มต้นใหม่ 3 (2-2-5)

Logic and Thinking Skill to create innovation and startup

หลักตรรกศาสตร์ ความรู้พื้นฐานของกระบวนการคิด การคิดเชิงนิรนัยและอุปนัย การเลือกใช้ทักษะการคิดชนิดต่างๆ ในการแก้ปัญหาที่แตกต่างกัน การคิดวิเคราะห์ การคิดเปรียบเทียบ การคิดสังเคราะห์ การคิดวิพากษ์ การคิดอย่างมีวิจารณญาณ การคิดประยุกต์ การคิดเชิงมโนทัศน์ การคิดเชิงกลยุทธ์ การคิดแก้ปัญหา การคิดบูรณาการ การคิดสร้างสรรค์ การคิดอนาคต และการเรียนรู้ด้วยตนเอง ทักษะการเข้าถึงแหล่งความรู้เพื่อการพัฒนาตนเองตลอดชีวิต

Principles of logics; basic concepts of thinking processes: inductive and deductive thinking; selection of various thinking skills to solve different problems; analytical thinking; comparative thinking; synthesis thinking; critical thinking; considerate thinking; applied thinking; conceptual thinking; strategic thinking; problem-solving thinking; integrative thinking; creative thinking; future thinking; and self-study learning; skills approaching to various resources for lifelong self-development

- 185-109 ภาษาอังกฤษเพื่อการศึกษาทางวิชาการ 3 (2-2-5)**
English for Academic Study
 การฝึกทักษะที่จำเป็นที่เกี่ยวข้องเชิงวิชาการ การฟัง การพูด การอ่าน ไวยากรณ์ การเขียน และคำศัพท์
 Practice essential skills in relation to academic study; listening comprehension, oral presentation, reading, grammar, writing and vocabulary
- 185-110 ภาษาอังกฤษเพื่อการนำเสนอแบบมืออาชีพ 3 (2-2-5)**
English for Professional Presentation
 หลักการพูด การเลือกใช้คำ ประโยค คำเชื่อม โวหาร การออกเสียงคำ และการพูดในสถานการณ์ต่าง ๆ การแสดงความคิดเห็นและการนำเสนอเชิงวิชาการ การนำเสนอทางธุรกิจ และการสัมภาษณ์งาน
 Principles of speaking; word choices selection of sentences, conjunctions, and expressions; speaking in various situations; discussion, academic presentation, business presentation, and job interview
- 185-111 ความเป็นพลเมืองในสังคมไทยและสังคมโลก 3 (3-0-6)**
Civic Literacy in Thai and Global Context
 สภาพการณ์ทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศต่างๆ ประเด็นปัญหาร่วมสมัยในสังคมโลก ประเทศไทยในสังคมโลก ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและกระบวนการทางความคิดที่เป็นสากล ความรับผิดชอบต่อสังคม การรู้หน้าที่ของพลเมืองและรับผิดชอบต่อสังคมในการต่อต้านการทุจริต ความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นพลเมืองกับสถานะการพัฒนาของประเทศ บทบาทและหน้าที่ของบุคคลในฐานะพลเมืองไทยและพลเมืองโลก
 Political, economic, social and cultural circumstances of various groups of countries; contemporary issues of the global society; Thailand in the world society; cultural diversity and global mindset; social responsibility; civic engagement and social responsibility against corruption; relationship between citizenship and developmental status of a country; roles and duties of individual as a Thai and global citizen

- 185-112 หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน 3 (3-0-6)**
Sufficiency Economy Philosophy for Sustainable Development
 หลักการแนวคิดและความสำคัญของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง หลักการเบื้องต้นทางเศรษฐศาสตร์และการรู้เท่าทันทางการเงิน ความเชื่อมโยงระหว่างปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับการพัฒนาที่ยั่งยืนและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน การดำรงชีวิตในสังคมร่วมสมัยด้วยการน้อมนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนโดยมีการเรียนรู้จากโครงการหรือกรณีศึกษา
- Principles and significance of the Sufficiency Economy Philosophy (SEP); basic principles of economics and financial literacy; relationship between SEP, sustainable development (SD), and sustainable development goals (SDGs); living in contemporary society with SEP for sustainable development from project-based learning or case study
- 185-201 แผนธุรกิจสตาร์ทอัพ 3 (2-2-5)**
Startup Business Plan
 ความหมาย ความสำคัญ และองค์ประกอบของแผนธุรกิจ กระบวนการในการพัฒนาแผนธุรกิจตลอดจน องค์ประกอบของธุรกิจ โมเดลแคนวาส และลีนแคนวาส ซึ่งเป็นเครื่องมือในการพัฒนาแผนธุรกิจที่ใช้ในปัจจุบัน ตลอดจนแนวโน้มของเครื่องมือในการพัฒนาแผนธุรกิจที่มีประสิทธิภาพในการอนาคต
- Meaning importance and components of a business plan Business plan development process. Including Components of the Business Model Canvas and Lean Canvas business models which are the tools for developing business plans currently in use. As well as trends of tools for developing business plans that are effective in the future.
- 185-202 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการดำเนินการทางธุรกิจ 3 (2-2-5)**
Data Analysis for Business Operations
 ศึกษาแนวคิด เทคนิค วิธีการจัดเก็บข้อมูลทางธุรกิจหรือข้อมูลมหัพภาค (Big Data) การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องมือทางเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อประกอบการตัดสินใจและกำหนดทิศทางให้ธุรกิจอย่างเหมาะสม ตลอดจนการสร้างข้อได้เปรียบเหนือคู่แข่งขึ้น ผู้เรียนสามารถใช้เครื่องมือ หรือโปรแกรมประยุกต์ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจได้
- Techniques for collection and storage of Big Data. Analysis of data using computer software and applying the result to aid business decision-making. Students can use computer software to analyze data related to business operations.

- 185-203 การสนับสนุนธุรกิจด้วยปัญญาประดิษฐ์ 3 (2-2-5)
Artificial Intelligence for Supporting Business
 ศึกษาวิธีการ กระบวนการทำงานของระบบปัญญาประดิษฐ์เพื่อพัฒนาเครื่องมือสร้าง
 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย หรือผู้ให้บริการ ผู้เรียนสามารถพัฒนาเครื่องมือสร้างปฏิสัมพันธ์ทาง
 การตลาดดิจิทัล เช่น Chat Bot
 Basic concepts related to artificial intelligence and applying them to build
 tools for digital commerce. Students can build tools for digital commerce, e.g. chatbot.
- 185-204 การเงินเบื้องต้นสำหรับนักธุรกิจเริ่มต้นใหม่ 3 (2-2-5)
Introductory Finance for Startup เรียนรู้หลักการ
 เบื้องต้นทางด้านการเงินและการบัญชี สำหรับผู้ประกอบการเริ่มต้นใหม่
 The Introduction to Accounting and Financial Statements is designed to
 introduce basic accounting concepts and financial statements to individuals who have had
 little or no experience with finance or accounting and capable to small business.
- 185-205 การผลิตงานภาพเคลื่อนไหว 3 (2-2-5)
Animation Production
 ทฤษฎี และแนวคิดการเล่าเรื่องผ่านเทคนิคต่าง ๆ ของการสร้างภาพเคลื่อนไหว เพื่อถ่ายทอด
 ความคิด อารมณ์ และความรู้สึก นักศึกษาจะได้รับการมอบหมายให้ฝึกปฏิบัติด้วยเครื่องมือระบบดิจิทัลในการ
 ถ่ายภาพเคลื่อนไหว
 Theories and concepts of storytelling through various techniques of moving
 images in order to convey thought, emotion and feeling, students will be assigned to practice
 with digital moving image equipment.
- 185-206 การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน 3 (2-2-5)
Logistics and Supply Chain Management
 แนวคิดกระบวนการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบและสินค้าจากแหล่งผลิตเข้าสู่ตลาดผู้บริโภค
 กิจกรรมการเคลื่อนย้ายสินค้า ได้แก่ การบริการลูกค้า ระบบสารสนเทศเพื่อโลจิสติกส์ การจัดการสินค้าคง
 คลัง การจัดการวัสดุ การขนส่ง การคลังสินค้า เป็นต้น ช่องทางการกระจายสินค้า ศูนย์กระจายสินค้า
 การจัดการซัพพลายเชน ความได้เปรียบทางการแข่งขัน คุณภาพการบริการลูกค้า การเพิ่มคุณค่าทางธุรกิจ
 และการลดต้นทุน ผู้เรียนสามารถเข้าใจแนวคิดกระบวนการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบและสินค้าจากแหล่งผลิตเข้าสู่
 ตลาดผู้บริโภค กิจกรรมการเคลื่อนย้ายสินค้า
 Concepts and process for moving raw materials and products from place of

production to consumers as well as activities related to this process such as customer service, information technology for logistics, stock management, transportation, among others. Students understand the process for moving raw materials and products from the place of production to the customers.

185-207 การสร้างสรรค์ดิจิทัลอาร์ตเพื่องานด้านการตลาดดิจิทัล 3 (2-2-5)

Creating Digital Art for Digital Marketing

ศึกษาทฤษฎีพื้นฐานเส้น สี รูปร่าง รูปทรง และการจัดองค์ประกอบทัศนศิลป์การออกแบบดิจิทัลอาร์ต การใช้โปรแกรมประยุกต์เพื่อการสร้างสรรค์ดิจิทัลอาร์ตเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการออกแบบและสื่อสารทางการตลาด ผู้เรียนสามารถสร้างดิจิทัลอาร์ตด้วยโปรแกรมประยุกต์

Basic art theory regarding lines, shapes, colors, and composition. Applying art theory to design artwork for digital marketing. Techniques for producing digital art. Students can create digital art.

185-208 ธุรกิจดิจิทัลเชิงสร้างสรรค์ผ่านการเล่าเรื่อง 3 (2-2-5)

Creative Digital Business through Storytelling

แนวคิดพื้นฐานด้านการเล่าเรื่อง การดัดแปลงข้ามสื่อ และการควบรวบสื่อ ประยุกต์แนวคิดเพื่อวางแผน ออกแบบสร้างสรรค์ชิ้นงาน และการตลาดเนื้อหาผ่านสื่อหลากหลายประเภท เรียนรู้บทบาทของการจัดการธุรกิจดิจิทัล แนวคิดการจัดการในธุรกิจดิจิทัล การเลือกกลุ่มตลาดเป้าหมาย และพฤติกรรมของผู้บริโภคในธุรกิจดิจิทัล

Basic concept of storytelling, cross-media and media convergence works, applied concepts for planning and creating communication works and content marketing in various media. Studying the roles of management in digital business. Concept of management in digital business. Selecting target market and consumer behaviors in digital business.

185-209 กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล 3 (2-2-5)

Digital Marketing Strategy

ศึกษากลยุทธ์ที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจ การวิเคราะห์การพัฒนาและประยุกต์ใช้กลยุทธ์การตลาดในธุรกิจจริง เพื่อสร้างทักษะและประสบการณ์ในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมในสถานการณ์ต่างๆ การศึกษากระบวนการในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล การดำเนินกลยุทธ์ในทางปฏิบัติรวมทั้งการตรวจสอบและประเมินผลโดยใช้กรณีศึกษาเป็นเครื่องมือในการประมวลความรู้และเทคนิคเพื่อกำหนดกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลได้อย่างเหมาะสม ภายใต้หลักจริยธรรมทางวิชาชีพการตลาด

Analysis of development and application of digital marketing strategy in real-

world business. Execution of business strategy and evaluating its effectiveness through the use of case studies.

- 185-301 สร้างสรรค์สื่อออนไลน์เพื่อการโต้ตอบทางธุรกิจ 3 (2-2-5)**
Create Online Media for Business Interactions
 ศึกษาวิธีการ กระบวนการ ขั้นตอนเพื่อสร้างสื่อออนไลน์ที่ถูกต้องตามหลักการออกแบบส่วนที่ติดต่อกับผู้ใช้ (User Interface) และผสมผสานกับการวิเคราะห์ประสบการณ์ภายในที่บุคคลต่าง ๆ มีส่วนร่วมในทุกๆ ด้านของผลิตภัณฑ์และบริการของธุรกิจ (User Experience) ผู้เรียนสามารถใช้เครื่องมือ หรือโปรแกรมประยุกต์ในการสร้างสื่อออนไลน์
 Methods for designing and creating online media, with focus on optimizing overall user experience. Students can create online media.
- 185-302 การถ่ายภาพและแต่งภาพมืออาชีพ 3 (2-2-5)**
Professional Photography and Editing
 พื้นฐานการใช้อุปกรณ์สำหรับงานถ่ายภาพอาชีพ การจัดแสงเพื่องานถ่ายภาพอาชีพ การถ่ายภาพสินค้า การถ่ายภาพเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร การถ่ายภาพเพื่อจำหน่ายในคลังภาพออนไลน์ และการแต่งภาพ ผู้เรียนสามารถถ่ายภาพและแต่งภาพเพื่อใช้ในการสื่อสารการตลาด สื่อสารนวัตกรรม
 Basic professional photographic equipment, professional lighting, product photography, corporate photography, online stock photography, and post-production photo editing.
- 185-303 เทคโนโลยีการออกแบบและผลิตงานมัลติมีเดีย 3 (2-2-5)**
Multimedia Design and Production Technology
 ฝึกปฏิบัติการออกแบบและผลิตงานมัลติมีเดีย การใช้ข้อความ ภาพ เสียง วิดีทัศน์ รูปแบบการนำเสนอ เพื่อนำไปใช้ประยุกต์ใช้กับงานมัลติมีเดียด้านต่างๆ เช่น ด้านงานโฆษณา ด้านการศึกษา และด้านธุรกิจ เป็นต้น
 Practice design and produce multimedia; using text, images, sound, video and presentation techniques for advertising, education, business etc.
- 185-304 การดำเนินงานและการจัดการแพลตฟอร์มธุรกิจข้ามพรมแดน 3 (2-2-5)**
Operation and Management of Cross-border Business Platform
 เพื่อให้นักศึกษาได้มีโอกาสศึกษาแนวทางการดำเนินงานของแพลตฟอร์มทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่เป็นที่รู้จักและใช้กันอย่างแพร่หลาย เพื่อให้นักศึกษาสามารถใช้งานและจัดการร้านค้าข้าม

ประเทศ จากมุมมองที่สูงขึ้น เช่น กิจกรรมการวางแผน ลักษณะของแพลตฟอร์ม ความหลากหลายของแพลตฟอร์ม และอื่นๆ ผู้เรียนสามารถใช้งานและจัดการร้านค้าข้ามประเทศได้

Case studies of operational strategy of popular e-commerce businesses with focus on planning activities, characteristics of the platform, and diversity of platforms. Students have an overall understanding of how to use and manage e-commerce businesses.

185-305 เตรียมการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการเพื่อการฝึกงาน 1 (1-0-6)

Preparation for Internship

หลักการปฏิบัติตนในการทำงานในองค์กร ความรู้เบื้องต้นในการทำงาน หน้าที่และความรับผิดชอบ ทักษะที่ที่เหมาะสมในการทำงาน การนำความรู้มาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน ผู้เรียนสามารถเข้าใจความรู้เบื้องต้นในการทำงาน หน้าที่และความรับผิดชอบ ทักษะที่ที่เหมาะสมในการทำงาน การนำความรู้มาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน

Behavioral guidelines for working in an organization. Methods for applying knowledge to the work process. Students have a basic understanding of how to work in an organization.

185-306 การเรียนรู้ผ่านกิจกรรมในสถานที่ทำงาน 1 (1-0-6)

Learning through Workspace Activities

การเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อพัฒนาความเป็นพนักงานที่ดีที่จัดขึ้นโดยสถานประกอบการ กิจกรรมการพัฒนาความเป็นพนักงานที่ดี ประกอบด้วย กิจกรรมด้านจริยธรรมคุณธรรม และจิตอาสา กิจกรรมวิชาการ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม กิจกรรมนันทนาการ สันทนาการและกีฬา กิจกรรมส่งเสริมประชาธิปไตย ภาวะผู้นำและทักษะชีวิต กิจกรรมส่งเสริมระเบียบวินัยนักศึกษา ซึ่งคาดว่าจะผู้เข้าร่วมกิจกรรม จะมีพฤติกรรมแสดงออกทางด้านอารมณ์ สังคม ความถนัดทางวิชาการ ความมีวินัยที่เป็นที่ยอมรับของสังคม และผู้ใกล้ชิด เข้าใจวิธีการทำงานร่วมกับผู้อื่น มีความสุข มีคุณธรรม จริยธรรม มีจิตสาธารณะ มีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม มีความฉลาดทางอารมณ์ (Emotional Quotient) ผู้เรียนสามารถแสดงออกทางด้านอารมณ์ สังคม ความถนัดทางวิชาการ ความมีวินัยที่เป็นที่ยอมรับของสังคม และผู้ใกล้ชิด เข้าใจวิธีการทำงานร่วมกับผู้อื่น

Students will attend activities for personnel development organized by their internship hosts. The activities will cover several topics including ethics, culture, environmental preservation, leadership, etc. Students know how to behave properly while working in an organization.

- 185-307 การจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน 1 9 (0-40-0)**
Internship 1
 การเรียนรู้ร่วมกับการทำงานร่วมกับมืออาชีพในอุตสาหกรรมดิจิทัล รวมถึงการทำงานหาประสบการณ์ การให้ลำดับขั้นเป็นที่น่าสนใจ หรือไม่เป็นที่น่าพอใจ ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ และมีประสบการณ์การทำงานร่วมกับบริษัทในอุตสาหกรรมดิจิทัล
 Students will be doing an internship with organizations in the digital marketing industry. Students know how to work in an organization in the digital marketing industry.
- 185-308 การจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน 2 9 (0-40-0)**
Internship 2
 ความรู้ทักษะและเทคนิคการแก้ปัญหา การให้ลำดับขั้นเป็นที่น่าสนใจ หรือไม่เป็นที่น่าพอใจ ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ และมีประสบการณ์การทำงานร่วมกับบริษัทในอุตสาหกรรมดิจิทัล
 Work integrated learning with professionals in digital industry including gaining work experience and developing skills and problem-solving techniques. Grading will be given on satisfactory or unsatisfactory basis. Students will be doing an internship with organizations and know how to work in the digital marketing industry.
- 185-401 สัมมนาการตลาดดิจิทัล 9 (0-40-0)**
Digital Marketing Seminar
 ศึกษาหัวข้อ แนวคิด วิธีการ รวมถึงกลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัลสมัยใหม่ในแวดวงธุรกิจ หรือเครื่องมือเฉพาะซึ่งเป็นพัฒนาการทางการตลาดใหม่ๆ ที่ทันสมัย หรือกำลังเป็นที่สนใจ หรือเป็นแนวโน้มที่สำคัญในอนาคต เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาความคิด และการทำงานของนักศึกษา ผู้เรียนสามารถนำเสนอกลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัลสมัยใหม่ในแวดวงธุรกิจ หรือเครื่องมือเฉพาะซึ่งเป็นพัฒนาการทางการตลาดใหม่ๆ ที่ทันสมัย
 Study various topics on digital marketing such as new digital marketing strategies and future trends. Students can make presentations on new digital marketing strategies and tools.
- 185-402 การออกแบบแคมเปญการตลาดดิจิทัล 3 (2-2-5)**
Digital Marketing Campaign Design
 ศึกษาองค์ประกอบสำคัญของการทำแคมเปญสื่อสารการตลาดดิจิทัล รวมไปถึงการจำแนกกลุ่มผู้รับสารที่มีคุณค่า วางแผนช่องทางสื่อสาร วัดผลและประเมินผล วางแผนงบประมาณ และประเมินผล

ความสำเร็จของแคมเปญการสื่อสารดิจิทัล รวมไปถึงการวางแผนใช้กิจกรรมเชิงยุทธวิธีที่เหมาะสมผ่านสื่อกลางต่างๆ

Process for creating and running a digital marketing campaign, including identifying target groups, planning communication channels, planning budget, evaluation, among others. Students can plan, create, run, and evaluate digital marketing campaigns.

185-403 การบริหารความสำเร็จด้วยเทคโนโลยี 3 (2-2-5)

Managing Success with Technology

ศึกษาเครื่องมือและเทคนิคการบริหารโครงการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่ผสมผสานกับการบริหารโครงการทางธุรกิจ พร้อมทั้งกำหนดขอบเขต ความเป็นไปได้ งบประมาณ การสื่อสารเพื่อความเข้าใจต่อโครงการ การบริหารความเสี่ยง ตลอดจนการจัดซื้อจัดจ้างทรัพยากรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ผู้เรียนสามารถเขียนโครงการเพื่อเสนอการใช้เทคโนโลยีในการทำการตลาดดิจิทัล

Tools and techniques for managing information technology (IT) that takes into account business structure. Risk and Supply chain management for IT projects. Students can write project proposals for IT projects related to digital marketing.

185-404 นวัตกรรมและการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ 3 (2-2-5)

Innovation and Integrated Marketing Communication

แนวคิด หลักการ และกระบวนการสื่อสารการตลาดและนวัตกรรมแบบบูรณาการ การวางแผน การกำหนดกลยุทธ์ และเครื่องมือสื่อสารการตลาดต่าง ๆ ผู้เรียนสามารถเขียนและนำเสนอแผนการสื่อสารการตลาดและนวัตกรรมแบบบูรณาการ

Concepts, principles and innovative integrated marketing communication process; planning, setting strategies and marketing communication tools. To design process for online advertisements and overall understanding of how modern advertisement industry works. Students have an overall understanding of how modern advertisement industry works.

185-405 เทคนิคการต่อรองและการนำเสนองาน 3 (2-2-5)

Negotiation and Presentation Techniques

เทคนิคต่าง ๆ ในการนำเสนอแผนงานการสื่อสารการตลาดและนวัตกรรม การเจรจาต่อรอง การใช้สื่อดิจิทัลในการนำเสนอ การฝึกปฏิบัติในการนำเสนอแบบมีสื่ออาชีพ ผู้เรียนสามารถนำเสนอและใช้สื่อดิจิทัลในการนำเสนออย่างมืออาชีพ

Various innovation and marketing communication negotiation presentation

techniques, guidelines and audio-visual aids for presentation, professional presentation practice.

- 185-406 การออกแบบอัตลักษณ์และตราสินค้า 3 (2-2-5)**
Identity and Brand Design
 แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ ตราสินค้า คุณค่าตราสินค้า องค์ประกอบของตราสินค้า การบริหารจัดการตราสินค้า แผนการสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างและรักษาตราสินค้า และการออกแบบตราสินค้า ผู้เรียนสามารถสร้างและออกแบบตราสินค้าเพื่อใช้ประกอบในแผนธุรกิจและสื่อสารการตลาดของตนเอง
 Identity and brand concept, brand equity, components of brand equity; brand management, making communication planning to build and maintain brand, and branding design.

- 185-407 นวัตกรรมและเทคนิคการตลาดบนการสื่อสารไร้สาย 3 (2-2-5)**
Innovation and Marketing Techniques on Wireless Communication
 ศึกษาการตลาดซึ่งใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เคลื่อนที่เป็นเครื่องมือในการทำการตลาด ศึกษาผู้ให้บริการสื่อสารไร้สาย ผู้มีบทบาทต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพาณิชย์เคลื่อนที่ และวงจรชีวิตของการตลาดการบริการโดยใช้พิกัดสถานที่ การจัดการบริการพาณิชย์เคลื่อนที่ ผู้เรียนสามารถใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เคลื่อนที่เป็นเครื่องมือในการทำการตลาด
 Study of marketing strategies that use mobile devices as the communication medium. Lifecycle of marketing campaigns that use location data. Management of mobile commerce. Students can use mobile devices as marketing tool.

- 185-408 การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ 3 (2-2-5)**
Marketing for Entrepreneurs
 ศึกษาบทบาทและการจัดการทางการตลาดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และธุรกิจสตาร์ทอัพ ศึกษาและวางแผนทางการตลาดเพื่อดำเนินธุรกิจ โดยพิจารณาปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กรที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ อาทิ การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดเป้าหมาย การวางตำแหน่งทางการตลาด นโยบายด้านผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ การสร้างตราสินค้า การกำหนดราคาและช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด
 Management of marketing strategies for businesses, taking into account the environment inside and outside of the organization. Process for planning marketing strategies

for entrepreneurs, including market segmentation, packaging, branding, pricing, etc. Students plan marketing strategies as entrepreneurs.

3.6 ชื่อ สกุล เลขประจำตัวประชาชน ตำแหน่งและคุณวุฒิของอาจารย์

ลำดับ	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่อ-สกุล	เลขประจำตัวประชาชน	คุณวุฒิการศึกษา, สถาบัน, ปีที่สำเร็จการศึกษา
1	อาจารย์	กันทิมา คงสหัสสุวรรณ	3 1017 0036x xx x	- ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (วิทยาการคอมพิวเตอร์และระบบสารสนเทศ) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ 2559 - วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศคอมพิวเตอร์) 2541 - บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการสารสนเทศคอมพิวเตอร์) มหาวิทยาลัย เซนต์จอห์น 2538
2	อาจารย์	ภูริเดช อาภาสัถย์	1 1022 0009x xx x	- วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เทคโนโลยีสารสนเทศ) มหาวิทยาลัยสยาม 2558 - บริหารธุรกิจบัณฑิต (คอมพิวเตอร์ธุรกิจ) มหาวิทยาลัยธนบุรี 2556
3	อาจารย์	ศรีสุตา จงสิทธิผล	3 1009 0472x xx x	- Doctor of Business Administration (Finance), Southern Illinois University at Carbondale, U.S.A, 2534. - Master of Accounting, Utah State University U.S.A, 2525 - บัญชีบัณฑิต (เกียรตินิยมอันดับ 1) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2521
4	อาจารย์	ไพรัช บุญสุวรรณ	3 1017 0058x xx x	- Master of Business Administration, Sasin Graduate Institute of Business Administration, Chulalongkorn University, 2013. - วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศคอมพิวเตอร์) มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ 2533 - บริหารธุรกิจบัณฑิต (การบัญชี) มหาวิทยาลัยรามคำแหง 2529

ลำดับ	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่อ-สกุล	เลขประจำตัวประชาชน	คุณวุฒิการศึกษา, สถาบัน, ปีที่สำเร็จการศึกษา
5	อาจารย์	นิตยา เกิดแย้ม	3 1202 0055x xx x	- ศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต (การบริหารการศึกษา) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 2562 - ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (เทคโนโลยีการศึกษา) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 2546 - วิทยาศาสตร์บัณฑิต (วิทยาการคอมพิวเตอร์) มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จ 2542

4. องค์ประกอบเกี่ยวกับการฝึกปฏิบัติงาน ณ สถานประกอบการ

4.1 มาตรฐานผลการเรียนรู้ของการฝึกปฏิบัติงาน ณ สถานประกอบการ

จากการประชุมระหว่างคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตร ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พบว่า การที่จะส่งเสริมให้นักศึกษาได้มีการพัฒนาให้เกิดสมรรถนะที่ตรงตามความต้องการของภาคอุตสาหกรรม หลักสูตรควรให้นักศึกษา หรือบัณฑิตมีประสบการณ์ในวิชาชีพก่อนเข้าสู่การทำงานจริง ดังนั้นในหลักสูตรจึงมีรายวิชาประสบการณ์ภาคสนาม เพื่อฝึกให้นักศึกษารู้จักการประยุกต์ใช้ความรู้ที่เรียนมา นำมาใช้กับสภาพการทำงานจริง และเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในทุก ๆ ด้าน ก่อนออกไปทำงานจริง โดยหลักสูตรได้จัดให้นักศึกษาได้เรียนวิชาดังนี้

185-306 การเรียนรู้ผ่านกิจกรรมในสถานที่ทำงาน 1 (1-0-6)

185-307 การจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน 19 (0-40-0)

185-308 การจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน 29 (0-40-0)

โดยหลักสูตรมีความคาดหวังผลการเรียนรู้ของการฝึกปฏิบัติงาน ดังนี้

- (1) สามารถบูรณาการองค์ความรู้ทั้งด้านการคิดวิเคราะห์เชิงโปรแกรม ความรู้ด้านการตลาด และความรู้ด้านนิเทศศาสตร์เพื่อสร้างสรรค์ผลงาน หรือปฏิบัติงานตามความคาดหวังขององค์กรได้
- (2) มีความสามารถในการสื่อสารทั้งวัจนภาษา และอวัจนภาษา
- (3) มีมนุษยสัมพันธ์และสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี
- (4) มีระเบียบวินัย ตรงเวลา และเข้าใจวัฒนธรรมขององค์กร ตลอดจนสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานประกอบการได้
- (5) มีความกล้าในการแสดงออก และนำความคิดสร้างสรรค์ไปใช้ประโยชน์ในงานได้

4.2 ช่วงเวลาในการฝึกปฏิบัติงาน ณ สถานประกอบการ

ปีการศึกษาที่ 4

4.3 ช่วงเวลาฝึกปฏิบัติงาน ณ สถานประกอบการ

นักศึกษาฝึกปฏิบัติงานและศึกษา ณ สถานประกอบการ 5 วันต่อสัปดาห์

หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล

1. การพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา

คุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา	กลยุทธ์หรือกิจกรรมของนักศึกษา
1.1 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ	1.1 ส่งเสริมให้นักศึกษาเรียนรู้ผ่านการฝึกปฏิบัติ การจัดทำโครงการ การนำเสนอ การอภิปราย
1.2 มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมตามวัตถุประสงค์ของงาน	1. จัดให้มีรายวิชาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และผสมผสานการใช้โปรแกรมประยุกต์ร่วมกับการศึกษารายวิชาด้านการตลาดและนิเทศศาสตร์
1.3 มีจริยธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพ และรู้เท่าทันประโยชน์และภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	1. มีการให้ความรู้ข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสอดแทรกจริยธรรมทางวิชาชีพในรายวิชาต่างๆ

2. การพัฒนาผลการเรียนรู้ในแต่ละด้านตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ

2.1 การพัฒนาผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน (หมวดวิชาศึกษาทั่วไป)

2.1.1 ด้านคุณธรรม จริยธรรม

(1) ผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

1) มีคุณธรรม

2) มีจริยธรรม

(2) กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

1) กำหนดให้เป็นวัฒนธรรมในองค์กร ปลุกฝังความมีคุณธรรม จริยธรรมเช่นการเข้าชั้นเรียนตรงเวลา การแต่งกายตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

2) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่ให้ผู้เรียนตระหนักและเห็นคุณค่าของการเรียนรู้ กระตือรือร้นในการเรียนรู้รวมทั้งลักษณะอันพึงประสงค์ของคนดีการยกย่องผู้ทำความดี

3) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นการปฏิบัติให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงคุณธรรมที่ต้องการปลุกฝัง มีความขยันอดทน

4) จัดกิจกรรมเสริมหลักสูตรเพื่อเน้นให้ผู้เรียนเข้าใจถึงคุณธรรมจริยธรรมที่ต้องการปลุกฝัง บ่มเพาะให้ปรากฏในตัวผู้เรียนอย่างเป็นรูปธรรม

5) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นให้ผู้เรียนเรียนรู้จากสถานการณ์จริงและกรณีตัวอย่าง เช่น พฤติกรรมด้านคุณธรรมเช่นความซื่อสัตย์ ประหยัด อดออม

(3) กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้คุณค่าด้านคุณธรรม จริยธรรม

1) ประเมินจากพฤติกรรมของผู้เรียน เช่น การการเข้าชั้นเรียนตรงเวลา การแต่งกายตามระเบียบของมหาวิทยาลัย การเข้าร่วมกิจกรรมในชั้นเรียน การส่งงานที่ได้รับมอบหมาย

2) ประเมินจากการทดสอบย่อย การสอบกลางภาค การสอบปลายภาคที่เป็นไปอย่างสุจริต

3) ประเมินจากการเข้าร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่แสดงถึงความมีวินัย ความเป็นผู้นำ และผู้ตามที่ดี ความรับผิดชอบ การมีจิตสาธารณะ

2.1.2 ด้านความรู้

(1) ผลการเรียนรู้ด้านความรู้

1) สามารถอธิบายถึงความรู้ความเข้าใจในศาสตร์ที่เรียนได้

2) สามารถบูรณาการความรู้พื้นฐานในรายวิชาต่างๆ ที่เรียนกับการเรียนในสาขาวิชาได้หรือนำไปใช้ในการดำรงชีวิตได้

(2) กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้

1) จัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เน้นการเรียนการสอนที่เป็น (Active Learning)

2) จัดกิจกรรมในลักษณะบูรณาการความรู้และประสบการณ์ของผู้เรียนด้านสังคมโลก ผสมผสานกับความรู้และประสบการณ์ใหม่ในรายวิชาที่สอน

3) จัดให้มีการเรียนรู้จากห้องปฏิบัติการ และหรือสถานการณ์จริงที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

4) จัดบรรยายพิเศษโดยวิทยากรที่มีความเชี่ยวชาญ หรือมีประสบการณ์ตรง เพื่อให้มีการเรียนรู้ทั้งองค์ความรู้ ทักษะกระบวนการ หลักการและทฤษฎีสู่การประยุกต์ในชีวิตประจำวัน

5) เรียนรู้จากแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลายทั้งภายในและภายนอก โดยคำนึงถึงความปลอดภัยทางด้านวิทยาการและเทคโนโลยี สู่การประยุกต์ในชีวิตประจำวันอย่างมีความสุข

6) จัดให้มีกิจกรรมการเรียนรู้โดยการนำเสนองานในรูปแบบการทำรายงาน การนำเสนองานทั้งแบบกลุ่มและหรือเป็นรายบุคคล

(3) กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านความรู้

1) ให้มีการประเมินตนเองก่อนเรียนและภายหลังการเรียน

2) ประเมินโดยการทดสอบย่อย สอบกลางภาคและสอบปลายภาคการศึกษา

3) ประเมินจากการปฏิบัติกิจกรรมของรายวิชาทั้งในและนอกห้องเรียน

4) ประเมินจากผลการการทำแบบฝึกหัดในชั้นเรียนการทำรายงาน หรือการนำเสนองาน
ทั้งเป็นกลุ่มหรือรายบุคคล

2.1.3 ด้านทักษะทางปัญญา

(1) ผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

- 1) สามารถแสดงออกถึงการคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบและมีเหตุผล
- 2) แสดงออกถึงความใฝ่รู้ สามารถติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการอย่างต่อเนื่องในรายวิชาที่เรียนได้
- 3) สามารถวิเคราะห์สถานการณ์และใช้ความรู้ความเข้าใจในแนวคิดหลักการ ทฤษฎีและกระบวนการต่างๆ ในการคิดแก้ปัญหาในสถานการณ์ที่ไม่เคยคาดคิดมาก่อนได้อย่างเหมาะสม

(2) กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

- 1) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนด้วยกระบวนการคิดเพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียนคิดวิเคราะห์ด้วยเหตุผลเช่นการอภิปรายกลุ่ม จัดสถานการณ์จำลอง
- 2) การถาม ตอบปัญหาแสดงความเห็นในชั้นเรียน
- 3) จัดการเรียนรู้จากประสบการณ์ ตรง เช่นการฝึกปฏิบัติ การสังเกต การสัมภาษณ์จากผู้มีประสบการณ์ แล้วนำมาสรุปเป็นสาระความรู้ และนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน
- 4) จัดการเรียนการสอนแบบ (Problem based learning) ในลักษณะการประเมินสภาพปัญหาที่เกิดขึ้น กับชีวิตประจำวัน โดยใช้กระบวนการวิเคราะห์เพื่อการแก้ปัญหา

(3) กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

- 1) ประเมินจากรายงานการเรียนรู้
- 2) ประเมินจากผลการวิเคราะห์ปัญหาและความเหมาะสมในการแก้ปัญหา
- 3) ประเมินจากพฤติกรรมทางปัญญาของผู้เรียน ตั้งแต่การตั้งคำถาม การสืบค้น การคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์
- 4) ประเมินจากการจัดทำโครงการเพื่อประยุกต์องค์ความรู้ในรายวิชาทักษะที่นำมาใช้ในสถานการณ์จริง

2.1.4 ทักษะด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

(1) ผลการเรียนรู้ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- 1) แสดงออกถึงความใส่ใจทั้งต่อตนเองและผู้อื่น
- 2) สามารถทำงานเป็นกลุ่ม มีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม
- 3) แสดงออกถึงภาวะผู้นำและผู้ตามที่เหมาะสม

(2) กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- 1) จัดกิจกรรมการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ตรงจากการทำงานเป็นกลุ่มและงานที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เพื่อฝึกทักษะความรับผิดชอบ การยอมรับความแตกต่างของตนในสังคม
- 2) จัดประสบการณ์การเรียนรู้ในภาคปฏิบัติ
- 3) สอดแทรกเรื่องความรับผิดชอบ การทำงานเป็นทีม มีมนุษยสัมพันธ์ การเข้าใจวัฒนธรรมในองค์กร ในรายวิชาต่างๆ
- 4) จัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ให้โอกาสให้ผู้เรียนได้มีปฏิสัมพันธ์ช่วยการเรียนรู้ เช่น ความสำคัญและความรับผิดชอบต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- 5) จัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ให้โอกาสให้ผู้เรียนได้มีโอกาสดูแลออกในการเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี เช่น การทำงานเป็นกลุ่ม

(3) กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- 1) สังเกตพฤติกรรมการแสดงออกขณะทำกิจกรรมกลุ่มของผู้เรียน
- 2) การนำเสนอผลงานเป็นกลุ่ม
- 3) การประเมินความรับผิดชอบ ในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย
- 4) การประเมิน โดยเพื่อนในชั้นเรียน

2.1.5 ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

(1) ผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- 1) สามารถใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 2) สามารถวิเคราะห์ข้อมูลเชิงตัวเลขหรือใช้เทคนิคทางคณิตศาสตร์และสถิติในการดำรงชีวิต
- 3) สามารถรู้เท่าทันและเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสื่อสารและนำเสนอข้อมูลได้

(2) กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- 1) จัดการเรียนการสอนที่เน้นการฝึกทักษะการสื่อสารทั้งการพูด การอ่าน การเขียน และการนำเสนอในชั้นเรียนเป็นภาษาต่างประเทศ
- 2) จัดการเรียนการสอนที่เน้นการฝึกทักษะการสื่อสารทั้งการพูด การอ่าน การเขียน และการนำเสนอในชั้นเรียนเป็นภาษาไทย
- 3) จัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้ผู้เรียนได้สืบค้นข้อมูลด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศที่หลากหลายและเหมาะสม และได้ข้อมูลที่ทันสมัย ตรงกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการ
- 4) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนโดยการจัดประสบการณ์ตรงให้ผู้เรียนได้ใช้คณิตศาสตร์เชิงตัวเลขสถิติพื้นฐานในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ พร้อมกับการนำเสนอด้วยเทคโนโลยีที่เหมาะสม

(3) กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- 1) จัดกิจกรรมให้ผู้เรียนได้สะท้อนความรู้ ความคิด ความเข้าใจ ทักษะการสื่อสารด้านภาษาไทย/ภาษาต่างประเทศ ผ่านสื่อเทคโนโลยีแบบต่างๆ
- 2) สังเกตพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีระหว่างกิจกรรมการเรียนรู้ในชั้นเรียน และการร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตร
- 3) ประเมินจากทักษะการเขียนรายงาน การนำเสนอ ผลงาน โดยใช้เทคโนโลยี
- 4) ประเมินจากการทดสอบย่อย ทดสอบกลางภาค และการทดสอบปลายภาค

2.2 การพัฒนาผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน (หมวดวิชาเฉพาะ)

2.2.1 ด้านคุณธรรม จริยธรรม

(1) ผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- 1) มีคุณธรรม
- 2) มีจริยธรรม

(2) กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- 1) กำหนดให้เป็นวัฒนธรรมในองค์กร ปลุกฝังความมีคุณธรรม จริยธรรมเช่นการเข้าชั้นเรียนตรงเวลา การแต่งกายตามระเบียบของมหาวิทยาลัย
- 2) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่ให้ผู้เรียนตระหนักและเห็นคุณค่าของการเรียนรู้ กระตือรือร้นในการเรียนรู้รวมทั้งลักษณะอันพึงประสงค์ของคนดีการยกย่องผู้ทำความดี
- 3) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นการปฏิบัติให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงคุณธรรมที่ต้องการปลุกฝัง มีความขยันอดทน
- 4) จัดกิจกรรมเสริมหลักสูตรเพื่อเน้นให้ผู้เรียนเข้าใจถึงคุณธรรม จริยธรรมที่ต้องการปลุกฝังบ่มเพาะให้ปรากฏในตัวผู้เรียนอย่างเป็นรูปธรรม
- 5) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นให้ผู้เรียนเรียนรู้จากสถานการณ์จริงและกรณีตัวอย่าง เช่นพฤติกรรมด้านคุณธรรมเช่นความซื่อสัตย์ ประหยัด อดออม
- 6) จัดกิจกรรมเสริมหลักสูตรเพื่อเน้นให้ผู้เรียนเข้าใจถึงคุณค่าของศิลปะและดนตรี รวมทั้งคุณค่าของการมีจิตสาธารณะ

(3) กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- 1) ประเมินจากคุณภาพของงานที่มอบหมายในประเด็นการตรงต่อเวลา ความละเอียดครบถ้วนของเนื้อหาของงาน
- 2) ประเมินจากประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการฝึกปฏิบัติงาน

2.2.2 ด้านความรู้

(1) ผลการเรียนรู้ด้านความรู้

- 1) มีความรู้ด้านการออกแบบเครื่องมือเพื่อการสื่อสารทางการตลาดดิจิทัล
- 2) มีความรู้ในหลักการด้านการสร้างนวัตกรรมทางการตลาดดิจิทัล
- 3) มีความรู้ด้านการบริหารโครงการทางธุรกิจ

(2) กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้

- 1) จัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เน้นการเรียนการสอนที่เป็น (Active Learning)
- 2) จัดกิจกรรมในลักษณะบูรณาการความรู้และประสบการณ์ของผู้เรียนผสมผสานกับความรู้และประสบการณ์ใหม่ในรายวิชาที่สอน
- 3) จัดให้มีการเรียนรู้จากห้องปฏิบัติการ และหรือสถานการณ์จริงที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- 4) จัดบรรยายพิเศษโดยวิทยากรที่มีความเชี่ยวชาญ หรือมีประสบการณ์ตรง เพื่อให้มีการเรียนรู้ทั้งองค์ความรู้ ทักษะกระบวนการ หลักการและทฤษฎีสู่การประยุกต์ในชีวิตประจำวัน
- 5) เรียนรู้จากแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลายทั้งภายในและภายนอก โดยคำนึงถึงความเปลี่ยนแปลงทางด้านวิทยาการและเทคโนโลยี สู่การประยุกต์ในชีวิตประจำวันอย่างมีความสุข
- 6) จัดให้มีกิจกรรมการเรียนรู้โดยการนำเสนองานในรูปแบบการทำรายงาน การนำเสนองานทั้งแบบกลุ่มและหรือเป็นรายบุคคล

(3) กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านความรู้

- 1) ประเมินจากคุณภาพของงานที่มอบหมาย หรือชิ้นงาน
- 2) ประเมินจากประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการฝึกปฏิบัติงาน

2.2.3 ด้านทักษะทางปัญญา

(1) ผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

- 1) มีทักษะการคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ
- 2) มีทักษะในการบูรณาการองค์ความรู้ที่เรียนเพื่อสร้างให้เกิดชิ้นงาน หรือนวัตกรรม
- 3) มีทักษะในการสร้างสรรค์ชิ้นงาน หรือผลงานที่สนับสนุนการตลาดดิจิทัล

(2) กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

- 1) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนด้วยกระบวนการคิดเพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียนคิดวิเคราะห์ด้วยเหตุผล เช่น การอภิปรายกลุ่ม จัดสถานการณ์จำลอง
- 2) การถาม ตอบปัญหาแสดงความเห็นในชั้นเรียน

3) จัดการเรียนรู้จากประสบการณ์ตรง เช่นการฝึกปฏิบัติ การสังเกต การสัมภาษณ์จากผู้มีประสบการณ์ แล้วนำมาสรุปเป็นสาระความรู้ และนำไปใช้สร้างชิ้นงาน หรือนวัตกรรม

4) จัดการเรียนการสอนแบบโครงงาน

(3) กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

1) ประเมินจากคุณภาพของงานที่มอบหมาย หรือชิ้นงาน

2) ประเมินจากประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการฝึกปฏิบัติงาน

2.2.4 ทักษะด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

(1) ผลการเรียนรู้ทักษะด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

1) สามารถสื่อสารเพื่อความสำเร็จของงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2) สามารถทำงานร่วมกับบุคคลอื่นได้

(2) กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ทักษะด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

1) จัดกิจกรรมการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ตรงจากการทำงานเป็นกลุ่มและงานที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล เพื่อฝึกทักษะความรับผิดชอบ การยอมรับความแตกต่างของตนในสังคม

2) จัดประสบการณ์การเรียนรู้ในภาคปฏิบัติ

3) สอดแทรก เรื่องความรับผิดชอบ การทำงานเป็นทีม มีมนุษยสัมพันธ์ การเข้าใจวัฒนธรรมในองค์กร ในรายวิชาต่าง ๆ

(3) กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ทักษะด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

1) ประเมินจากคุณภาพของงานที่มอบหมาย หรือชิ้นงาน

2) ประเมินจากประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการฝึกปฏิบัติงาน

2.2.5 ทักษะด้านการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

(1) ผลการเรียนรู้ทักษะด้านการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

1) สามารถใช้เครื่องมือทางดิจิทัลเพื่องานด้านการตลาดดิจิทัลได้

2) สามารถคิดวิเคราะห์ได้อย่างเป็นระบบโดยใช้หลักการทางคอมพิวเตอร์

(2) กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ทักษะด้านการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

1) จัดการเรียนการสอนที่เน้นการฝึกทักษะการสื่อสารทั้งการพูดการอ่านการเขียน และการนำเสนอเพื่อโน้มน้าว การเจรจาทางธุรกิจเป็นภาษาไทย หรือภาษาต่างประเทศ

2) จัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้ผู้เรียนได้สืบค้นข้อมูลด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศที่หลากหลายและเหมาะสมและได้ข้อมูลที่ทันสมัย ตรงกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

3) จัดกิจกรรมการเรียนรู้การสอนโดยการจัดประสบการณ์ตรงให้ผู้เรียนได้ใช้เครื่องมือทางดิจิทัล แลใช้หลักการทางคอมพิวเตอร์เพื่องานด้านการตลาดดิจิทัล

(3) กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ทักษะด้านการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- 1) ประเมินจากคุณภาพของงานที่มอบหมาย หรือชิ้นงาน
- 2) ประเมินจากคุณภาพในการนำเสนอผลงาน
- 3) ประเมินจากประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการฝึกปฏิบัติงาน

4. แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

4.1 หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	คุณธรรม จริยธรรม		ทักษะความรู้		ทักษะทางปัญญา			ทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและ ความรับผิดชอบต่อ			ทักษะการวิเคราะห์เชิง ตัวเลข การสื่อสาร และ การใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ		
		(1)	(2)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(3)
185-101	ผู้นำด้านนวัตกรรมในเศรษฐกิจดิจิทัล	●	○		○	●					●			
185-102	การออกแบบความคิดเชิงระบบ	○	○		●	●				○		○		
185-103	หลักการสื่อสารนวัตกรรม		○		●	●				○		○		
185-104	การพัฒนาตนเองสู่การเรียนรู้		○		○		●	○						○
185-105	หลักจิตวิทยาในการดูแลลูกค้า		○		○			○	●			●		
185-106	จริยธรรมและกฎหมายธุรกิจดิจิทัล	●	●	○		○			○					
185-107	ทักษะการคิดผ่านการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์		○	●		●								●
185-108	ตรรกะและการออกแบบความคิดเพื่อสร้างนวัตกรรม		○		●			○		○				○
185-109	ภาษาอังกฤษเพื่อการศึกษาทางวิชาการ		○		○		○					●		
185-110	ภาษาอังกฤษเพื่อการนำเสนอแบบมืออาชีพ		○		○		○					●		
185-111	ความเป็นพลเมืองในสังคมไทยและสังคมโลก	○	○		○	○		○	○					
185-112	หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน	○	○	●	○	○		○	○					

4.2 หมวดวิชาเฉพาะ

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	คุณธรรม จริยธรรม		ทักษะความรู้			ทักษะทางปัญญา			ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและ ความรับผิดชอบ		ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การ สื่อสาร และการใช้ เทคโนโลยี สารสนเทศ	
		(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)
185-201	แผนธุรกิจสตาร์ทอัพ	○	●	●	●				●		●	○	
185-202	การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการดำเนินการทางธุรกิจ		○	○			●			○			●
185-203	การสนับสนุนธุรกิจด้วยปัญญาประดิษฐ์		○	○			●			○			●
185-204	การเงินเบื้องต้นสำหรับนักธุรกิจเริ่มต้นใหม่	○				○	○						○
185-205	การผลิตภาพเคลื่อนไหว	○		●				●			○	●	
185-206	การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน		○			●		○		○	○	○	
185-207	การสร้างสรรค์ดิจิทัลอาร์ตเพื่องานด้านการตลาดดิจิทัล	○		●				●			○	●	
185-208	ธุรกิจดิจิทัลเชิงสร้างสรรค์ผ่านการเล่าเรื่อง	○		●				●			○	●	
185-209	กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล	○	●	●	●				●		●	○	
185-301	สร้างสรรค์สื่อออนไลน์เพื่อการตอบโต้ทางธุรกิจ	○		●				●			○	●	
185-302	การถ่ายภาพและแต่งภาพมือถืออาชีพ	○		●				●			○	●	

5. ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังในแต่ละชั้นปี

ปี การศึกษา	ผลลัพธ์การ เรียนรู้ของ หลักสูตร	ผลลัพธ์จากการเรียนรู้	ผลการเรียนรู้ที่ประเมิน	วิธีการวัดและประเมินผล
1	PLO1	ผู้เรียนเป็นผู้ที่คิดอย่างเป็นระบบ มีความสามารถทางการสื่อสารและทักษะการค้นคว้าผ่านรายวิชาที่ตอบโจทย์การตลาดโลกดิจิทัล การออกแบบชีวิต การออกแบบความคิด การวิเคราะห์ และการปรับตัวภายใต้สถานการณ์วิกฤต/วิถีชีวิตใหม่	ความสามารถในการคิดอย่างเป็นระบบ	● โครงงาน/รายงาน ● เสนวนา/โต้วาที/นำเสนอการปรับตัวภายใต้สถานการณ์วิกฤต/วิถีใหม่
2	PLO2	สามารถนำความรู้ด้านเทคโนโลยีการสื่อสารและการตลาดมาประยุกต์ใช้เป็นเครื่องมือเพื่อสร้างแผนธุรกิจที่สามารถนำไปพิชชิงในเวทีการแข่งขันได้	มีทักษะการสื่อสาร และการเขียนแผนธุรกิจด้วยเข้าร่วมแข่งขันการประกวดแผนธุรกิจ	● เขียนแผนธุรกิจ ● เข้าร่วมแข่งขันการประกวดแผนธุรกิจ
3	PLO3	ออกแบบและสร้างเครื่องมือเพื่อการสื่อสารทางการตลาด ด้วยกระบวนการคิดวิเคราะห์อย่างสร้างสรรค์ผ่านการฝึกปฏิบัติงานจริง ณ สถานประกอบการ	ความสามารถในการสร้างสรรค์สื่อออนไลน์ และนำความรู้ใหม่ไปใช้ในการปฏิบัติงานในสภาพจริง	● เว็บไซต์ และแพลตฟอร์มออนไลน์ ● สร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการ
4	PLO4	บูรณาการองค์ความรู้ทางด้านการตลาดดิจิทัล สามารถวิเคราะห์ความเป็นไปได้และโอกาสทางธุรกิจเพื่อเป็นผู้ประกอบการและสร้างนวัตกรรมที่เพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศ	ความสามารถในสร้างต้นแบบทางการตลาดดิจิทัล	● ต้นแบบทางการตลาดดิจิทัล

4. แผนที่แสดงความรับผิดชอบรายวิชาสู่ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง (PLO)

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4
185-101	ผู้นำด้านนวัตกรรมในเศรษฐกิจดิจิทัล	✓			
185-102	การออกแบบความคิดเชิงระบบ	✓			
185-103	หลักการสื่อสารนวัตกรรม	✓			
185-104	การพัฒนาตนเองสู่การเรียนรู้	✓			
185-105	หลักจิตวิทยาในการดูแลลูกค้า	✓			
185-106	จริยธรรมและกฎหมายธุรกิจดิจิทัล	✓			
185-107	ทักษะการคิดผ่านการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์	✓			
185-108	ตรรกะและการออกแบบความคิดเพื่อสร้างนวัตกรรม	✓			
185-109	ภาษาอังกฤษเพื่อการศึกษาทางวิชาการ	✓			
185-110	ภาษาอังกฤษเพื่อการนำเสนอแบบมืออาชีพ	✓			
185-111	ความเป็นพลเมืองในสังคมไทยและสังคมโลก	✓			
185-112	หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน	✓			
185-201	แผนธุรกิจสตาร์ทอัพ		✓		
185-202	การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการดำเนินการทางธุรกิจ		✓		
185-203	การสนับสนุนธุรกิจด้วยปัญญาประดิษฐ์		✓		
185-204	การเงินเบื้องต้นสำหรับนักธุรกิจเริ่มต้นใหม่		✓		
185-205	การผลิตภาพเคลื่อนไหว		✓		
185-206	การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน		✓		
185-207	การสร้างสรรค์ดิจิทัลอาร์ตเพื่องานด้านการตลาดดิจิทัล		✓		
185-208	ธุรกิจดิจิทัลเชิงสร้างสรรค์ผ่านการเล่าเรื่อง		✓		
185-209	กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล		✓		
185-301	สร้างสรรค์สื่อออนไลน์เพื่อการตอบโต้ทางธุรกิจ			✓	
185-302	การถ่ายภาพและแต่งภาพมืออาชีพ			✓	
185-303	เทคโนโลยีการออกแบบและผลิตงานมัลติมีเดีย			✓	
185-304	การดำเนินงานและการจัดการแพลตฟอร์มธุรกิจข้ามพรมแดน			✓	
185-305	เตรียมการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการเพื่อการฝึกงาน			✓	
185-306	การเรียนรู้ผ่านกิจกรรมในสถานที่ทำงาน			✓	
185-307	การจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน 1			✓	
185-308	การจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน 2			✓	
185-401	สัมมนาการตลาดดิจิทัล				✓

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4
185-402	การออกแบบแคมเปญการตลาดดิจิทัล				✓
185-403	การบริหารความสำเร็จด้วยเทคโนโลยี				✓
185-404	นวัตกรรมและการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ				✓
185-405	เทคนิคการนำเสนองานลูกค้า				✓
185-406	การออกแบบอัตลักษณ์และแบรนด์				✓
185-407	นวัตกรรมและเทคนิคการตลาดบนการสื่อสารไร้สาย				✓
185-408	การตลาดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ				✓

หมวดที่ 5 หลักเกณฑ์ในการประเมินผลนักศึกษา

1. กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ ในการให้ระดับคะแนน (เกรด)

การวัดผลและการสำเร็จการศึกษาเป็นไปตามระเบียบมหาวิทยาลัยสยาม ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี

1.1 นักศึกษามีสิทธิ์เข้าสอบในรายวิชาใด จะต้องใช้เวลาเรียนไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80 ของชั่วโมงที่มีการสอนในวิชานั้น

1.2 สัญลักษณ์ของการวัดผล

ผลการสอบของแต่ละรายวิชา จะวัดออกมาเป็นลำดับชั้น (Grade) มีแต่มีระดับคะแนนดังนี้

ลำดับชั้น	ความหมาย	แต้มระดับคะแนน
A	ดีเยี่ยม	4.00
B+	ดีมาก	3.50
B	ดี	3.00
C+	ค่อนข้างดี	2.50
C	พอใช้	2.00
D+	อ่อน	1.50
D	อ่อนมาก	1.00
F	ตก	0.00

การให้ F จะกระทำดังนี้

- นักศึกษาเข้าสอบและสอบตก หรือทุจริตในการสอบ
- นักศึกษาขาดสอบไม่ได้รับอนุมัติจากอธิการบดี
- นักศึกษาไม่มีสิทธิเข้าสอบเนื่องจากการได้รับการตัดสินว่าเวลาเรียนไม่ถึงร้อยละ 80 ในรายวิชานั้น

1.3 นอกจากจัดลำดับชั้นทั้ง 8 ดังกล่าวแล้ว ผลการศึกษาของรายวิชาหนึ่งๆ อาจจะได้ด้วยสัญลักษณ์ต่อไปนี้

สัญลักษณ์	ความหมาย
W	เพิกถอนโดยได้รับอนุมัติ (Withdraw with Permission)
S	การเรียนเป็นที่พอใจ (Satisfactory)
U	การเรียนไม่เป็นที่พอใจ (Unsatisfactory)
I	การวัดผลไม่สมบูรณ์ (Incomplete)
P	การสอนยังไม่สิ้นสุด (In Progress)
AU	การลงทะเบียนเพื่อร่วมฟัง (Audit)

2. กระบวนการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา

2.1 การทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ของนักศึกษายังไม่สำเร็จการศึกษา

1) การทวนสอบในระดับรายวิชา ดำเนินการทวนสอบด้วยวิธีการวัดผลสัมฤทธิ์ในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ การทดสอบ การสอบถาม การสัมภาษณ์ และการสังเกต โดยมีคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรและมาตรฐานการศึกษาพิจารณาความเหมาะสมของกระบวนการทวนสอบให้เป็นไปตามความเหมาะสมและถูกต้อง

2) ระบบการทวนสอบผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนักศึกษาเป็นส่วนหนึ่งของระบบการประกันคุณภาพภายในของมหาวิทยาลัยสยาม โดยมีคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรและมาตรฐานการศึกษาพิจารณาข้อสอบและค่าระดับคะแนน

2.2 การทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้หลังจากนักศึกษาสำเร็จการศึกษา

การทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ของนักศึกษา เน้นศึกษาสัมฤทธิ์ผลของการประกอบอาชีพของบัณฑิต และนำผลการศึกษาที่ได้มาปรับปรุงกระบวนการการเรียนการสอน และหลักสูตรอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการประเมินคุณภาพของหลักสูตร โดยคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรและมาตรฐานการศึกษา ทั้งนี้ การศึกษาจะดำเนินการต่อไปนี้

(1) ศึกษาการดำเนินงานทำของบัณฑิต โดยประเมินจากบัณฑิตแต่ละรุ่นที่จบการศึกษา ด้านของระยะเวลาในการหางานทำ การประกอบอาชีพ และอัตราเงินเดือน

(2) ศึกษาความพึงพอใจของการผู้ใช้บัณฑิต โดยการส่งแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ความสามารถ และทักษะของบัณฑิต

(3) ศึกษาความเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก ที่มาประเมินหลักสูตร หรืออาจารย์พิเศษ เกี่ยวกับความพร้อมของนักศึกษาในการเรียน และคุณสมบัติอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทวนสอบการเรียนรู้ และการพัฒนาองค์ความรู้ของนักศึกษา

(4) ผลงานของนักศึกษาที่วัดเป็นรูปธรรม อาทิ (ก) ผลงานด้านการตลาดดิจิทัล (ข) จำนวนสิทธิบัตร (ค) จำนวนรางวัลทางสังคมและวิชาชีพ (ง) จำนวนกิจกรรมการกุศลเพื่อสังคมและประเทศชาติ (จ) จำนวนกิจกรรมอาสาสมัครในองค์กรที่ทำประโยชน์ต่อสังคม เป็นต้น

3. เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

1. ศึกษาครบรายวิชาและเกณฑ์อื่น ๆ ที่กำหนดไว้ในหลักสูตร
2. ได้ระดับแต้มคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า 2.00
3. มีความประพฤติดี เหมาะสม
4. และให้เป็นไปตามระเบียบมหาวิทยาลัยสยาม ว่าด้วยการศึกษาไม่สูงกว่าระดับปริญญาตรี พ.ศ.

2549

หมวดที่ 6 การพัฒนาอาจารย์และบุคลากร

1. การเตรียมการสำหรับอาจารย์ใหม่

1.1 ศูนย์พัฒนาการเรียนการสอน มหาวิทยาลัยสยามจัดให้มีการปฐมนิเทศอาจารย์ใหม่ โดยอาจารย์ใหม่ทุกคนเข้ากิจกรรมปฐมนิเทศ ประกอบด้วย

- 1.1.1 นโยบายมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอน
- 1.1.2 บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของอาจารย์ตามพันธกิจทั้ง 4 ด้าน
- 1.1.3 สิทธิประโยชน์ของอาจารย์และกฎระเบียบต่าง ๆ
- 1.1.4 หลักสูตร การจัดการเรียนการสอน และกิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย
- 1.1.5 มีการจัดทำเอกสารเป็นคู่มือสำหรับอาจารย์ใหม่ และคำแนะนำการเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา
- 1.1.6 กลยุทธ์และวิธีการเรียนการสอนในระดับอุดมศึกษา
- 1.1.7 การทำเค้าโครงรายวิชา แผนการสอน เอกสารประกอบการสอน
- 1.1.8 การทำวิจัยในชั้นเรียน
- 1.1.9 คุณธรรม และจริยธรรม

1.2 คณะมอบหมายอาจารย์อาวุโสเป็นอาจารย์พี่เลี้ยง โดยมีหน้าที่

- 1.2.1 ให้คำแนะนำและคำปรึกษาเพื่อส่งเสริมให้เรียนรู้และปรับตัวเองเข้าสู่การเป็นอาจารย์ในหลักสูตร
- 1.2.2 แนะนำแนวทางการพัฒนาผู้เรียนด้วยเทคนิคการจัดการศึกษาและการจัดกิจกรรม
- 1.2.3 ให้คำแนะนำและนิเทศการสอนทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติที่ต้องสอนคู่กับอาจารย์อาวุโส
- 1.2.4 ประเมินและติดตามความก้าวหน้าในการปฏิบัติงานของอาจารย์ใหม่

1.3 อาจารย์ทุกคนได้รับการพัฒนาอย่างทั่วถึง ในด้านจัดการเรียนการสอน และความรู้ที่ทันสมัย ตลอดจนการวิจัย โดยจัดกิจกรรมพัฒนาวิชาการภายในคณะและส่งเสริมให้เข้าร่วมประชุม สัมมนา และอบรม ในสถาบันการศึกษาอื่น ดังนี้

1.3.1 สนับสนุนให้เข้าร่วมอบรม ประชุมวิชาการภายในมหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นโครงการที่จัดโดยศูนย์พัฒนาการเรียนการสอน โครงการพัฒนาวิชาการของคณะต่างๆ และโครงการพัฒนาวิชาการของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

1.3.2 สนับสนุนให้เข้าร่วมอบรม ประชุมวิชาการภายนอกมหาวิทยาลัย เช่น การประชุมวิชาการที่จัดโดยองค์กรวิชาชีพ จัดโดยมหาวิทยาลัยต่างๆ ในประเทศไทย

1.3.3 อาจารย์ทุกคนในคณะฯ ต้องเข้าร่วมการอบรมอย่างน้อยปีการศึกษาละ 2 ครั้ง

1.3.4 ศึกษางานอบรมในต่างประเทศ คณะฯ จัดโครงการดูงานต่างประเทศแก่อาจารย์ปีการศึกษา
ละ 1 ครั้ง

2. การพัฒนาความรู้และทักษะให้แก่คณาจารย์และบุคลากร

2.1 การพัฒนาทักษะการจัดการเรียนการสอน การวัดและการประเมินผล

2.1.1 จัดระบบการประเมินผลด้านการสอนและการประเมินผลอย่างมีส่วนร่วมระหว่างผู้สอน
ผู้บริหาร และผู้เรียน โดยอาจารย์ทุกคนต้องประเมินผลด้านการสอนของตนในแฟ้มสะสมงานรายวิชา
นักศึกษาต้องประเมินการสอนของอาจารย์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตก่อนรับทราบเกรดของแต่ละรายวิชา

2.1.2 ส่งเสริมให้อาจารย์เข้าร่วมการสัมมนาเชิงปฏิบัติการเพื่อทบทวน / ประเมินผลการจัดการเรียน
การสอนประจำปีตามรายละเอียดหลักสูตรและรายละเอียดของรายวิชาที่จัดโดยศูนย์พัฒนาการเรียนการสอน
ของมหาวิทยาลัยสยาม

2.1.3 กำหนดให้มีการวิจัยในชั้นเรียน ตามนโยบายของมหาวิทยาลัยสยามที่ทุกรายวิชาต้องส่ง
ผลการวิจัยในชั้นเรียนเมื่อสิ้นสุดการสอนภายใน 1 เดือน

2.1.4 พัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการศึกษา โดยส่งเสริมให้ทุกรายวิชาทำอีเล
นนิ่ง

2.2 การพัฒนาวิชาการและวิชาชีพด้านอื่น ๆ

ในการพัฒนาอาจารย์ให้มีความพร้อมด้านเทคโนโลยีดิจิทัลนั้น มหาวิทยาลัยสยามได้ร่วมมือกับ
สถาบันการศึกษาต่างประเทศ เช่น สาธารณรัฐประชาชนจีน อาจารย์อบรมและศึกษาดูงานเพื่อนำองค์ความรู้
ใหม่กลับมาพัฒนาปรับปรุงหลักสูตรต่อไป

หมวดที่ 7 การประกันคุณภาพหลักสูตร

1. การกำกับมาตรฐาน

หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล มีการบริหารจัดการหลักสูตรตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร ที่กำหนดโดยสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ คือคุณสมบัติของอาจารย์ประจำหลักสูตรทุกคน มีคุณวุฒิ หรือดำรงตำแหน่งทางวิชาการเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร และมีการปรับปรุงหลักสูตรตามกรอบระยะเวลาที่กำหนด หลักสูตรมีการดำเนินงานเกี่ยวกับอาจารย์ตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2558 ดังนี้

1.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

1.1.1 มีอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ซึ่งทำหน้าที่ในการบริหารและพัฒนาหลักสูตรและการเรียนการสอน ตั้งแต่การวางแผน การควบคุมคุณภาพ การติดตามประเมินผลและการพัฒนาหลักสูตร

1.1.2 มีอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรไม่น้อยกว่า 5 คน ต้องอยู่ประจำหลักสูตรนั้นตลอดเวลาที่จัดการศึกษา โดยจะเป็นอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรเกินกว่า 1 หลักสูตรในเวลาเดียวกันไม่ได้

1.1.3 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรต้องมีคุณวุฒิตรงหรือสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่เปิดสอน ขั้นต่ำปริญญาโทหรือเทียบเท่าที่มีตำแหน่งทางวิชาการไม่ต่ำกว่าผู้ช่วยศาสตราจารย์ และมีผลงานทางวิชาการที่ได้รับการเผยแพร่ ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในการพิจารณาแต่งตั้งให้บุคคลดำรงตำแหน่งทางวิชาการอย่างน้อย 1 รายการในรอบ 5 ปีย้อนหลัง

1.2 อาจารย์ประจำหลักสูตร

1.2.1 อาจารย์ประจำหลักสูตรมีคุณวุฒิตรงหรือสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่เปิดสอนขั้นต่ำปริญญาโท หรือเทียบเท่าที่มีตำแหน่งทางวิชาการไม่ต่ำกว่าผู้ช่วยศาสตราจารย์ และมีผลงานทางวิชาการที่ได้รับการเผยแพร่ ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด ในการพิจารณาแต่งตั้งให้บุคคลดำรงตำแหน่งทางวิชาการอย่างน้อย 1 รายการในรอบ 5 ปีย้อนหลัง หรือ

1.2.2 ผู้เชี่ยวชาญจากภาครัฐและภาคธุรกิจ ซึ่งมีประสบการณ์วิชาชีพไม่น้อยกว่า 5 ปี

2. บัณฑิต

คุณภาพของบัณฑิตเป็นไปตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552 โดยหลักสูตรจัดให้มีการผลิตบัณฑิต หรือการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนให้ผู้เรียนมีความรู้ในวิชาการและวิชาชีพ เป็นผู้มีความรู้ มีคุณธรรม จริยธรรม มีความสามารถในการพัฒนาตนเอง สามารถประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อการดำรงชีวิตในสังคมได้อย่างมีความสุขทั้งร่างกายและจิตใจมีความสำนึกและความรับผิดชอบต่อในฐานะพลเมืองและพลโลก และมีคุณลักษณะตามอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ดังนี้

2.1 ส่งเสริมสนับสนุนให้บัณฑิตมีคุณภาพตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552 คือ

- 2.1.1 ด้านคุณธรรม จริยธรรม
- 2.1.2 ด้านความรู้
- 2.1.3 ด้านทักษะทางปัญญา
- 2.1.4 ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ
- 2.1.5 ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

2.2 ร้อยละของบัณฑิตระดับปริญญาตรีที่ได้นำมาทำหรือประกอบอาชีพอิสระภายใน 1 ปี

โดยสำรวจจากบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาตามหลักสูตรระดับปริญญาตรี ภาคปกติ ภาคพิเศษได้งานทำหรือมีกิจการของตนเองที่มีรายได้ประจำภายในระยะเวลา 1 ปี นับจากวันที่สำเร็จการศึกษาเมื่อเทียบกับบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาในปีการศึกษานั้นๆ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70

3. นักศึกษา

หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล มีระบบและกลไก การรับนักศึกษาใหม่ คือ

1. เริ่มจากการกำหนด คุณสมบัติผู้สมัครเรียน โดยคุณสมบัติของผู้เข้าเป็นผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า หรือระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) หรือระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) หรือระดับปริญญาตรีจากสถาบันการศึกษาที่กระทรวงศึกษาธิการรับรองวิทยฐานะ

- 2. ทำประวัติผู้สมัคร
- 3. มีการตรวจสอบเอกสารการสมัครของนักศึกษาจากสำนักรับสมัคร
- 4. ขึ้นทะเบียนนักศึกษา

3.1 การสนับสนุนและการให้คำแนะนำนักศึกษา

3.1.1 การให้คำปรึกษาด้านวิชาการและอื่น ๆ แก่นักศึกษา

หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดดิจิทัลมีการแต่งตั้งอาจารย์ที่ปรึกษาทางวิชาการให้นักศึกษาทุกคน โดยนักศึกษาที่มีปัญหาในการเรียนสามารถปรึกษา กับอาจารย์ที่ปรึกษาทางวิชาการได้ โดยอาจารย์ของหลักสูตร ทุกคนจะต้องทำหน้าที่อาจารย์ที่ปรึกษาทางวิชาการให้นักศึกษา และทุกคนต้องกำหนดชั่วโมงให้คำปรึกษาเพื่อให้นักศึกษาเข้าปรึกษาได้ นอกจากนี้ ต้องมีที่ปรึกษากิจการเพื่อให้คำปรึกษาแนะนำในการจัดทำกิจกรรมแก่นักศึกษา

3.1.2 การอุดหนุนของนักศึกษา

การอุทธรณ์ของนักศึกษาเป็นไปตามกฎระเบียบของสำนักทะเบียนและวัดผล มหาวิทยาลัยสยาม โดยนักศึกษาต้องใช้แบบฟอร์ม คำร้องทั่วไป เพื่อยื่นต่อนายทะเบียน โดยระบุเรื่องที่ต้องการยื่นคำร้อง พร้อมเหตุผลประกอบ การพิจารณาคำร้องจะกระทำแล้วเสร็จภายใน 7 วัน

3.2 ความต้องการของตลาดแรงงาน สังคม และหรือความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต

3.2.1 ความต้องการบุคลากรในอุตสาหกรรมดิจิทัลมีมาก โดยนักศึกษาสำเร็จการศึกษาได้งานทำไม่เกิน 1 ปี

3.2.2 จากผลสำรวจเพื่อพัฒนาหลักสูตร พบว่าผู้ใช้บัณฑิตต้องการบัณฑิตที่มีความรู้ในแนวกว้าง ดังนั้นหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดดิจิทัลจึงเล็งเห็นการเปลี่ยนแปลง และเข้าใจผลกระทบทางธุรกิจที่เกิดจากเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่จะนำมาประยุกต์ใช้ทางธุรกิจ

3.3 การประกันคุณภาพด้านนักศึกษา

3.3.1 การรับนักศึกษา

เกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกนักศึกษามีความโปร่งใส ชัดเจนและสอดคล้องกับคุณสมบัติของนักศึกษาที่กำหนดในหลักสูตร มีเครื่องมือที่ใช้ในการคัดเลือก ข้อมูล หรือวิธีการคัดเลือกนักศึกษาให้ได้ นักศึกษาที่มีความพร้อมทางปัญญา สุขภาพกายและจิต ความมุ่งมั่นที่จะเรียน และมีเวลาเรียนเพียงพอเพื่อให้สามารถสำเร็จการศึกษาได้ตามระยะเวลาที่หลักสูตรกำหนด โดยดำเนินการดังต่อไปนี้

- 1) มีระบบ กลไกในการคัดเลือกนักศึกษา
- 2) มีการนำระบบกลไกไปสู่การปฏิบัติ /ดำเนินการ
- 3) มีการประเมินกระบวนการ
- 4) มีการปรับปรุง/พัฒนา กระบวนการจากผลการประเมิน
- 5) มีผลจากการปรับปรุงเห็นชัดเจนเป็นรูปธรรม

3.3.2 การส่งเสริมและพัฒนานักศึกษา

การส่งเสริมและพัฒนานักศึกษาดำเนินการดังต่อไปนี้

- 1) มีระบบและกลไกในการพัฒนานักศึกษา
- 2) มีการนำระบบและกลไกไปสู่การปฏิบัติและดำเนินการ
- 3) มีการประเมินกระบวนการ
- 4) มีการปรับปรุง/พัฒนากระบวนการจากผลการประเมิน
- 5) มีผลจากการปรับปรุงเห็นชัดเจนเป็นรูปธรรม

3.3.3 ผลที่เกิดกับนักศึกษา

ผลที่เกิดกับนักศึกษา มีรายงานผลการดำเนินการดังต่อไปนี้

- 1) การคงอยู่ของนักศึกษา
- 2) การสำเร็จการศึกษาของนักศึกษา
- 3) ความพึงพอใจและผลการจัดการซื้อร้องเรียนของนักศึกษา

4. อาจารย์

หลักสูตรมีระบบการรับและแต่งตั้งอาจารย์ประจำหลักสูตร มีกระบวนการบริหารและพัฒนาอาจารย์ ตั้งแต่ระบบการรับอาจารย์ใหม่ การคัดเลือกอาจารย์คุณสมบัติ ความรู้ ความเชี่ยวชาญทางสาขาวิชาและมีความก้าวหน้าในการผลิตผลงานทางวิชาการของอาจารย์ดังนี้

4.1. การบริหารคณาจารย์

4.1.1 การรับอาจารย์ใหม่

หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มีการคัดเลือกอาจารย์ใหม่ให้เป็นไปตามนโยบายของมหาวิทยาลัยสยาม มีขั้นตอนดำเนินการดังนี้

- กำหนดคุณสมบัติอาจารย์ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรีในสาขาที่เกี่ยวข้อง และมีความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษ
- ประกาศและเสาะหาผู้มีคุณสมบัติตามต้องการ
- สืบค้นประวัติ และคุณสมบัติของผู้สมัครจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้อย่างเป็นระบบ และมีการตรวจสอบข้อมูลอย่างเป็นธรรม
- ทดสอบความสามารถในการสอนและการใช้สื่อการศึกษา
- เสนอแต่งตั้งและประเมินการปฏิบัติงานตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

4.1.2 การมีส่วนร่วมของคณาจารย์ในการวางแผน การติดตามและทบทวนหลักสูตร

- อาจารย์และผู้เรียนร่วมประเมินรายวิชาเมื่อสิ้นสุดรายวิชา โดยอาจารย์ประเมินในแฟ้มสะสมงานรายวิชา นักศึกษาประเมินทางอินเทอร์เน็ต ก่อนรับเกรดแต่ละรายวิชา
- อาจารย์และผู้บริหารร่วมสัมมนาหลักสูตรและประเมินการจัดการเรียนการสอนเมื่อสิ้นสุดปีการศึกษา
- ผู้ประสานงานรายวิชา จัดสัมมนาร่วมกับอาจารย์ในกลุ่มวิชาเดียวกัน นำผลการประเมินมาวางแผน ทบทวนการจัดการเรียนการสอน และเป็นข้อมูลในการปรับปรุงหลักสูตร

4.1.3 การแต่งตั้งคณาจารย์พิเศษ

○ หลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล มีการจัดจ้างอาจารย์พิเศษเฉพาะหัวข้อเรื่องที่ต้องการความเชี่ยวชาญพิเศษ

○ การจัดจ้างอาจารย์พิเศษ ต้องเสนอแผนล่วงหน้าอย่างน้อย 1 ภาคการศึกษา

○ จัดให้มีการประเมินการสอนของอาจารย์พิเศษทุกครั้งที่มีการสอน

4.2 การประกันคุณภาพด้านหลักสูตร

4.2.1 การบริหารและพัฒนาอาจารย์

ดำเนินการบริหารและพัฒนาอาจารย์ดังต่อไปนี้

- 1) มีระบบและกลไกในการบริหารและพัฒนาอาจารย์
- 2) มีการนำระบบและกลไกไปสู่การปฏิบัติและดำเนินงาน
- 3) ประเมินกระบวนการการดำเนินการบริหารและพัฒนาอาจารย์
- 4) มีการปรับปรุง/พัฒนา/ บูรณาการ กระบวนการจากผลการประเมิน

4.2.2 คุณภาพอาจารย์

หลักสูตร

- 1) อาจารย์ต้องมีคุณวุฒิระดับปริญญาเอกร้อยละ 20 ขึ้นไปของอาจารย์ประจำหลักสูตร
- 2) อาจารย์ต้องมีตำแหน่งทางวิชาการร้อยละ 60 ขึ้นไปของอาจารย์ประจำหลักสูตร
- 3) มีค่าร้อยละของผลรวมถ่วงน้ำหนักของผลงานทางวิชาการของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรร้อยละ 20 ขึ้นไป

4.2.3 ผลที่เกิดกับอาจารย์

มีการรายงานผลการดำเนินงานเกี่ยวกับอาจารย์ดังนี้

- 1) การคงอยู่ของอาจารย์
- 2) ความพึงพอใจของอาจารย์

5. หลักสูตร การเรียนการสอน การประเมินผลผู้เรียน

หลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาการตลาดดิจิทัลได้บริหารจัดการหลักสูตรให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างต่อเนื่อง การกำหนดผู้สอนจะพิจารณาระบบผู้สอนและกระบวนการจัดการเรียนการสอนในแต่ละรายวิชาการประเมินผู้เรียน ให้มีการประเมินตามสภาพจริง มีวิธีการประเมินที่หลากหลาย การจัดกิจกรรมการเรียนการสอน ผลการดำเนินงานหลักสูตรตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ

5.1 การบริหารหลักสูตร

มีการบริหารหลักสูตรตามโครงสร้างคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยคณบดีทำหน้าที่จัดการเรียนการสอนและบริหารจัดการหลักสูตรให้เป็นไปตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พุทธศักราช 2552 และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร ระบบและกลไกในการบริหารหลักสูตร มีดังนี้

5.1.1 มีการบริหารหลักสูตรตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรีตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2552

5.1.2 มีการบริหารหลักสูตรตามโครงสร้างคณะ คือ คณบดี คณะกรรมการประจำหลักสูตร ทำหน้าที่ บริหารจัดการหลักสูตรให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานและวัตถุประสงค์ของหลักสูตร นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานเลขานุการคณะทำหน้าที่ประสานงานอำนวยความสะดวกในการเรียนการสอน การบริหารทรัพยากร การจัดการ

5.1.3 มีคณะกรรมการประจำหลักสูตร ทำหน้าที่กำหนดนโยบาย แผนงานและแผนปฏิบัติการ ดังต่อไปนี้

1) ร่วมกันกำหนดปรัชญาและวัตถุประสงค์ของหลักสูตรให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และแผนพัฒนามหาวิทยาลัย โดยยึดมาตรฐานวิชาการและวิชาชีพ ในระดับอุดมศึกษา

2) กำหนดคุณสมบัติผู้เข้าศึกษา คุณลักษณะบัณฑิตและพัฒนาให้นักศึกษาให้มีคุณลักษณะบัณฑิตที่ต้องการ

3) ดำเนินการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องกับสภาพสังคมและมาตรฐานทางวิชาการและวิชาชีพแปลงหลักสูตรให้สอดคล้องกับสภาพสังคมและมาตรฐานทางวิชาการและวิชาชีพแปลงหลักสูตรสู่กระบวนการเรียนการสอนและการประเมินผลการใช้หลักสูตร

4) เสนออาจารย์ผู้สอนในแต่ละรายวิชาที่เหมาะสมและเพียงพอกับจำนวนนักศึกษาทำการประเมินประสิทธิภาพในการเรียนการสอน

5) ส่งเสริม สนับสนุนอาจารย์ในหลักสูตรให้พัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง

6) รับผิดชอบในการกำหนดแหล่งฝึกประสบการณ์วิชาชีพที่เหมาะสมจัดอาจารย์ จัดอาจารย์นิเทศ เตรียมความพร้อมของนักศึกษา และการประเมินผลการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

7) จัดทำโครงการเพื่อขออนุมัติงบประมาณ ในการสร้างปรับปรุงห้องปฏิบัติการ วัสดุ อุปกรณ์ ครุภัณฑ์และอื่น ๆ อันจะเอื้อต่อการพัฒนากระบวนการเรียนการสอน

5.2 การบริหารจัดการเรียนการสอน

5.2.1 การเตรียมความพร้อมก่อนการเปิดการเรียนการสอน

1) แต่งตั้งอาจารย์ประจำหลักสูตรที่มีคุณสมบัติตรง หรือสัมพันธ์กับสาขาวิชา

2) หลักสูตรมอบหมายผู้สอนเตรียมความพร้อมในเรื่องอุปกรณ์การเรียนการสอน สื่อการสอน เอกสารประกอบการสอน และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ รวมทั้งการติดตามผลการเรียนการสอน และการจัดทำรายงาน

5.2.2 การติดตามการจัดการเรียนการสอน

- 1) หลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาการตลาดดิจิทัลจัดทำระบบสังเกตการณ์จัดการเรียนการสอน เพื่อให้ทราบปัญหา อุปสรรค และขีดความสามารถของผู้สอน
- 2) หลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาการตลาดดิจิทัลสนับสนุนให้ผู้สอนจัดกระบวนการเรียนรู้ที่เน้นความเข้าใจของผู้เรียน และใช้สื่อประสมอย่างหลากหลาย
- 3) เมื่อสิ้นสุดการเรียนการสอน หลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาการตลาดดิจิทัลจัดทำระบบการประเมินผลผู้สอน โดยผู้เรียน ผู้สอนประเมินการสอนของตนเอง และผู้สอนประเมินผลรายวิชา
- 4) เมื่อสิ้นสุดภาคการศึกษา หลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาการตลาดดิจิทัลติดตามผลการประเมินคุณภาพการสอนการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา
- 5) เมื่อสิ้นสุดการเรียนการสอนในแต่ละปี หลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาการตลาดดิจิทัลจัดทำรายงานผลการดำเนินงานหลักสูตรประจำปี ซึ่งประกอบด้วยผลการประเมินคุณภาพการสอน รายงานรายวิชา ผลการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา เสนอต่อคณบดี
- 6) คณะกรรมการประจำหลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาการตลาดดิจิทัลจัดประชุมอาจารย์ประจำหลักสูตรเพื่อวิเคราะห์ผลการดำเนินงานหลักสูตรประจำปี และใช้ข้อมูลเพื่อการปรับปรุงกลยุทธ์การสอนทักษะของอาจารย์ผู้สอนในการใช้กลยุทธ์ การสอน และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพของหลักสูตร และจัดทำรายงานผลการดำเนินงานหลักสูตรเสนอคณบดี

5.3 การติดตามประเมินผลหลักสูตร

- 5.3.1 จัดทำมาตรฐานขั้นต่ำของการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาการตลาดดิจิทัลให้บังเกิดประสิทธิผล
- 5.3.2 มีการประเมินคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของบัณฑิตก่อนสำเร็จการศึกษา
- 5.3.3 มีระบบการประเมินอาจารย์ชัดเจน และแจ้งให้ผู้เกี่ยวข้องทราบ
- 5.3.4 มีการประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาต่อหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนทุกภาคการศึกษา
- 5.3.5 เมื่อครบรอบ 4 ปี หลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาการตลาดดิจิทัลเสนอแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิประเมินผลการดำเนินงานหลักสูตร โดยประเมินจากการเยี่ยมชม รวบรวมรายงานผลการดำเนินงานหลักสูตร และจัดประเมินคุณภาพหลักสูตรโดยนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายก่อนสำเร็จการศึกษา และผู้ใช้บัณฑิต
- 5.3.6 แต่งตั้งคณะกรรมการปรับปรุงหลักสูตร ที่มีจำนวนและคุณสมบัติตามหลักเกณฑ์ของสป.อว. เพื่อให้มีการปรับปรุงหลักสูตรอย่างน้อยทุก 5 ปี โดยนำความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ บัณฑิตใหม่ ผู้ใช้บัณฑิต การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลกระทบต่อลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิตมาประกอบการพิจารณา

5.4 การประกันคุณภาพด้านหลักสูตร

5.4.1 สารของรายวิชาในหลักสูตร

ดำเนินการเกี่ยวกับสารของรายวิชาในหลักสูตร ดังนี้

- 1) หลักคิดในการออกแบบหลักสูตร ข้อมูลที่ใช้ในการพัฒนาหลักสูตรและวัตถุประสงค์ของหลักสูตร
- 2) ปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัยตามความก้าวหน้าทางวิชาการในศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง
 - 2.1) มีระบบ กลไกในการออกแบบและพัฒนาหลักสูตร
 - 2.2) มีการนำระบบกลไกสู่การปฏิบัติและดำเนินงาน
 - 2.3) มีการประเมินกระบวนการในการออกแบบและพัฒนาหลักสูตร
 - 2.4) มีการปรับปรุง/พัฒนา/บูรณาการกระบวนการจากผลการประเมิน

5.4.2 การวางระบบผู้สอนและกระบวนการจัดการเรียนการสอน

ดำเนินการเกี่ยวกับการวางระบบผู้สอนและกระบวนการจัดการเรียนการสอน ดังนี้

- 1) กำหนดผู้สอน
- 2) การกำกับติดตาม และตรวจสอบการทำ มคอ. 3 – 4
- 3) กำกับกระบวนการเรียนการสอน
- 4) จัดการเรียนการสอนที่มีการฝึกปฏิบัติในระดับปริญญาตรี
- 5) บูรณาการพันธกิจต่าง ๆ เข้ากับการเรียนการสอน โดยดำเนินการดังต่อไปนี้
 - 5.1) มีระบบกลไกเกี่ยวกับการวางระบบผู้สอนและกระบวนการจัดการเรียนการสอน
 - 5.2) นำระบบกลไกสู่การปฏิบัติและดำเนินงาน
 - 5.3) ประเมินกระบวนการ
 - 5.4) ปรับปรุงบูรณาการกระบวนการจากผลการประเมิน
 - 5.5) ดำเนินการตามวงจร PDCA

5.4.3 การประเมินผู้เรียน

ดำเนินการประเมินผู้เรียนดังนี้

- 1) ประเมินผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ
- 2) ตรวจสอบการประเมินผลการเรียนรู้ของนักศึกษา
- 3) กำกับการประเมินการจัดการเรียนการสอนและประเมินหลักสูตร (มคอ. 5 มคอ. 6 และ มคอ. 7) โดยดำเนินการดังนี้
 - 3.1) มีระบบกลไกเกี่ยวกับการประเมินผู้เรียน
 - 3.2) มีการนำระบบกลไกไปสู่การปฏิบัติและดำเนินงาน
 - 3.3) ประเมินกระบวนการในการประเมินผู้เรียน
 - 3.4) ปรับปรุง พัฒนา บูรณาการ กระบวนการจากผลการประเมิน

3.5) เรียนรู้โดยดำเนินการตามวงจร PDCA

6. สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

มีบุคลากรฝ่ายสนับสนุนของหลักสูตร ซึ่งประสานงาน จัดซื้อจัดหาทรัพยากรการเรียน การสอน อำนวยความสะดวกในการใช้ทรัพยากร และประเมินความเพียงพอและความต้องการใช้ทรัพยากรของผู้สอน

6.1 การบริหารทรัพยากรการเรียนการสอน

6.1.1 การบริหารงบประมาณ

หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดดิจิทัลจัดสรรงบประมาณประจำปี เพื่อจัดซื้อตำรา สื่อการเรียนการสอน โสตทัศนูปกรณ์ และวัสดุครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์อย่างเพียงพอเพื่อสนับสนุนการเรียนการสอนในชั้นเรียน และสร้างสภาพแวดล้อมให้เหมาะสมกับการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษา

6.1.2 ทรัพยากรการเรียนการสอนที่มีอยู่เดิม

หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดดิจิทัลมีความพร้อมด้านหนังสือ ตำรา และการสืบค้นผ่านฐานข้อมูลโดยมีสำนักหอสมุดกลางที่มีหนังสือด้านการบริหารจัดการและด้านอื่น ๆ รวมถึงฐานข้อมูลที่จะให้สืบค้น ส่วนระดับคณะก็มีหนังสือ ตำราเฉพาะทาง นอกจากนี้คณะฯ มีอุปกรณ์ที่ใช้สนับสนุนการจัดการเรียนการสอนอย่างพอเพียง

1. สถานที่และอุปกรณ์การสอน

การสอน การปฏิบัติการและการทำวิจัย ใช้สถานที่ของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม รายละเอียดเกี่ยวกับอุปกรณ์การสอน การปฏิบัติการ และการทำวิจัย ณ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มีดังนี้

ลำดับที่	รายการและลักษณะเฉพาะ	จำนวน	หน่วย
1.	อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ สำหรับระบบปฏิบัติการ Windows	512	ชุด
2.	อุปกรณ์กล้องถ่ายภาพนิ่งดิจิทัล (Digital Camera) รุ่น Canon IX 970 IS	1	ตัว
3.	กล้องบันทึกวีดิทัศน์ระบบดิจิทัล (Digital Video Camera)		
	3.1) ยี่ห้อ Sony Handycam รุ่น DCR-TRV33 E	1	ตัว
	3.2) ยี่ห้อ Sony Handycam รุ่น HDR-XR100/PK1	1	ตัว
4.	เครื่องฉายภาพวิดีโอ และคอมพิวเตอร์ (LCD Projector)		
	4.1) LCD Projector NEC VT 47 (ห้อง 3-101, 3-102, 3-404)	3	เครื่อง
	4.2) LCD Projector NEC VT 49 (ห้อง 3-301)	1	เครื่อง
	4.3) LCD Projector NEC VT660 (ห้อง 3-102)	1	เครื่อง
	4.4) LCD Projector NEC NP-410 G (ห้อง 3-204, 3-205, 3-402, 3-403, 12-801/1, 12-802)	6	เครื่อง
	4.5) LCD Projector Epson Emp-X5 (ห้อง 3-204)	1	เครื่อง
	4.6) LCD Projector NEC VT 700 G (ห้อง 3-501)	1	เครื่อง
5.	โทรทัศน์สี 29"	6	เครื่อง
6.	เครื่องพิมพ์ LaserJet		
	6.1) Printer Hp LaserJet 1022n	1	เครื่อง
	6.2) Printer Hp LaserJet 1100	1	เครื่อง
	6.3) Printer Hp LaserJet 1020	1	เครื่อง
7.	เครื่องพิมพ์ Inkjet	2	เครื่อง
	7.1) Printer HP DeskJet 820Cxi	1	เครื่อง
	7.2) Printer Epson Stylus photo 1390	1	เครื่อง
8.	Wireless Presenter with Laser Pointer	1	ตัว
9.	Scanner Hp scanjet 5100C	1	เครื่อง
10.	Tablet - G-Pen F509	20	ชุด
11.	Notebook Compaq รุ่น V2024AP	1	เครื่อง
12.	LCD TV 42" LG 42LH20R	2	เครื่อง
13.	Pocket PC HP IPAQ	1	เครื่อง

ลำดับที่	รายการและลักษณะเฉพาะ	จำนวน	หน่วย
14.	I-Pad 3G 64	1	เครื่อง

2. ห้องสมุด

ปัจจุบันมหาวิทยาลัยสยาม มีหอสมุดกลางอยู่ที่อาคารเฉลิมพระเกียรติ ชั้น 2 โดยมีเนื้อที่ใช้สอย 3,560 ตารางเมตร มีจำนวนที่นั่งสำหรับนักศึกษา 1,200 ที่นั่ง และมีที่นั่งสำหรับอาจารย์ 75 ที่นั่ง โดยมีจำนวนทรัพยากรสารสนเทศของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ ภายในสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยสยาม แบ่งเป็น 4 ประเภทดังนี้

1. หนังสือ รวม 52,315 เล่ม แบ่งเป็น

- หนังสือภาษาไทย 27,463 เล่ม
- หนังสือภาษาอังกฤษ 24,852 เล่ม

2. วารสาร รวม 186 ชื่อเรื่อง แบ่งเป็น

- วารสารภาษาไทย 139 เล่ม
- วารสารภาษาอังกฤษ 47 เล่ม

3. ฐานข้อมูลในรูปแบบ CD และ ONLINE มี 4 ฐาน

3.1 LEXIS – NEXIS

3.2 Proquest Dissertations and Theses

3.3 NEWS Center

3.4 - CD ฐานข้อมูล โปรแกรมรวมกฎหมาย for Windows

- CD ฐานข้อมูล SET SMART ของตลาดหลักทรัพย์

4. CD / VCD เช่น ของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ และสภาอุตสาหกรรมฯ

6.1.3 การจัดหาทรัพยากรการเรียนการสอนเพิ่มเติม

ประสานงานกับสำนักหอสมุดกลาง ในการจัดซื้อหนังสือ และตำราที่เกี่ยวข้อง เพื่อบริการให้อาจารย์และนักศึกษาได้ค้นคว้า และใช้ประกอบการเรียนการสอน ในการประสานการจัดซื้อหนังสือ อาจารย์ผู้สอนแต่ละรายวิชาในหลักสูตรมีส่วนร่วมในการเสนอแนะรายชื้อหนังสือ ตลอดจนสื่ออื่น ๆ ที่จำเป็น นอกจากนี้อาจารย์พิเศษที่เชิญมาสอนบางรายวิชาและบางเนื้อหา ได้เสนอแนะรายชื้อหนังสือ สำหรับให้หอสมุดกลางจัดซื้อหนังสือเพื่อไว้ให้อาจารย์และนักศึกษาได้ศึกษาค้นคว้า

ในส่วนของคณะจะมีห้องสมุดย่อย เพื่อบริการหนังสือ ตำรา หรือวารสารเฉพาะทาง และคณะจะต้องจัดสื่อการสอนอื่นเพื่อใช้ประกอบการสอนของอาจารย์ เช่น เครื่องมัลติมีเดียโปรเจคเตอร์

6.1.4 การประเมินความเพียงพอของทรัพยากร

การประเมินความเพียงพอของทรัพยากร คณะฯ มีเจ้าหน้าที่ประจำห้องสมุดของคณะ ซึ่งจะประสานงานการจัดซื้อจัดหาหนังสือเพื่อเข้าหอสมุดกลาง และทำหน้าที่ประเมินความพอเพียงของหนังสือ ตำรา นอกจากนี้มีเจ้าหน้าที่ ด้านโสตทัศนอุปกรณ์ ซึ่งจะอำนวยความสะดวกในการใช้สื่อของอาจารย์ และยังต้องประเมินความพอเพียงและความต้องการใช้สื่อของอาจารย์ด้วย โดยมีรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

เป้าหมาย	การดำเนินการ	การประเมินผล
(1) จัดให้มี ห้องเรียน ห้องปฏิบัติการ ทรัพยากร สื่อ และช่องทางการเรียนรู้ ที่เพียงพอ เพื่อสนับสนุนทั้งการศึกษาในห้องเรียน นอกห้องเรียน และเพื่อการเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง อย่างเพียงพอ มีประสิทธิภาพ	1. จัดให้มีห้องเรียนมัลติมีเดีย ที่มีความพร้อมใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในการสอน การบันทึกเพื่อเตรียมจัดสร้างสื่อสำหรับการทบทวนการเรียนรู้ 2. จัดเตรียมห้องปฏิบัติการทดลองที่มีเครื่องมือทันสมัยและเป็นเครื่องมือวิชาชีพในระดับสากล เพื่อให้นักศึกษาสามารถฝึกปฏิบัติ สร้างความพร้อมในการปฏิบัติงานในวิชาชีพ 3. จัดให้มีห้องสมุดบริการทั้งหนังสือตำรา และสื่อดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ ทั้งห้องสมุดทางกายภาพและทางระบบเสมือน	- รวบรวมจัดทำสถิติจำนวนเครื่องมืออุปกรณ์ ต่อหัวนักศึกษา ชั่วโมงการใช้งานห้องปฏิบัติการ และเครื่องมือความเร็วของระบบเครือข่าย ต่อหัวนักศึกษา - จำนวนนักศึกษาลงเรียนในวิชาเรียนที่มีการฝึกปฏิบัติด้วยอุปกรณ์ต่าง ๆ
(2) จัดให้มีห้องเรียนในสถานประกอบการ เพื่อสนับสนุนการฝึกทักษะ การตลาดดิจิทัล		- สถิติของจำนวนหนังสือตำรา และสื่อดิจิทัล ที่มีให้บริการ และสถิติการใช้งานหนังสือ ตำรา สื่อดิจิทัล - ผลสำรวจความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการให้บริการทรัพยากรเพื่อการเรียนรู้และการปฏิบัติการ

6.2 การประกันคุณภาพด้านสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

ดำเนินการเกี่ยวกับสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ดังนี้

6.2.1 ดำเนินงานโดยมีส่วนร่วมของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร เพื่อให้มีสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

6.2.2 มีจำนวนสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้เพียงพอและเหมาะสมต่อการจัดการเรียนการสอน

6.2.3 ปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานตามผลการประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาและอาจารย์ต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

ดำเนินการเกี่ยวกับการประเมินผู้เรียน ดังนี้

- 1) มีระบบกลไกในการประเมินผู้เรียน
- 2) นำระบบกลไกไปสู่การปฏิบัติและดำเนิน
- 3) ประเมินกระบวนการประเมินผู้เรียน
- 4) ปรับปรุง พัฒนา บูรณาการกระบวนการจากผลการประเมิน
- 5) เรียนรู้โดยดำเนินการตามวงจร PDCA

7. ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators)

ผลการดำเนินการบรรลุตามเป้าหมายตัวบ่งชี้ทั้งหมดอยู่ในเกณฑ์ดีต่อเนื่อง 2 ปีการศึกษาเพื่อติดตามการดำเนินการตาม TQF ต่อไป ทั้งนี้เกณฑ์การประเมินผ่าน คือ มีการดำเนินงานตามข้อ 1–5 และอย่างน้อยร้อยละ 80 ของตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงานที่ระบุไว้ในแต่ละปี

ดัชนีบ่งชี้ผลการดำเนินงาน	ปีการศึกษา				
	2563	2564	2565	2566	2567
(1) อาจารย์ประจำหลักสูตรอย่างน้อยร้อยละ 80 มีส่วนร่วมในการประชุมเพื่อวางแผน ติดตาม และทบทวนการดำเนินงานหลักสูตร	✓	✓	✓	✓	✓
(2) มีรายละเอียดของหลักสูตร ตามแบบ มคอ.2 ที่สอดคล้องกับมาตรฐานคุณวุฒิสาขา/สาขาวิชา	✓	✓	✓	✓	✓
(3) มีรายละเอียดของรายวิชา และประสบการณ์ภาคสนาม ตามแบบ มคอ. 3 และมคอ.4 อย่างน้อยก่อนการเปิดสอนในแต่ละภาคการศึกษาให้ครบทุกรายวิชา	✓	✓	✓	✓	✓
(4) จัดทำรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา และประสบการณ์ภาคสนาม (ถ้ามี) ตามแบบ มคอ.5 และมคอ.6 ภายใน 30 วัน หลังสิ้นสุดภาคการศึกษาที่เปิดสอนให้ครบทุกรายวิชา	✓	✓	✓	✓	✓
(5) จัดทำรายงานผลการดำเนินการของหลักสูตร ตามแบบ มคอ.7 ภายใน 60 วัน หลังสิ้นสุดปีการศึกษา	✓	✓	✓	✓	✓
(6) มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ ที่กำหนดในมคอ.3 และมคอ.4 อย่างน้อยร้อยละ 25 ของรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละปีการศึกษา	✓	✓	✓	✓	✓
(7) มีการพัฒนา/ปรับปรุงการจัดการเรียนการสอน กลยุทธ์การสอน หรือการประเมินผลการเรียนรู้ จากผลการประเมินการดำเนินงานที่รายงานใน มคอ.7 ปีที่แล้ว		✓	✓	✓	✓
(8) อาจารย์ใหม่ (ถ้ามี) ทุกคน ได้รับการปฐมนิเทศหรือคำแนะนำด้านการจัดการเรียนการสอน	✓	✓	✓	✓	✓

ดัชนีบ่งชี้ผลการดำเนินงาน	ปีการศึกษา				
	2563	2564	2565	2566	2567
(9) อาจารย์ประจำทุกคนได้รับการพัฒนาทางวิชาการ และ/หรือวิชาชีพ อย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง	✓	✓	✓	✓	✓
(10) จำนวนบุคลากรสนับสนุนการเรียนการสอน ได้รับการพัฒนาวิชาการ และ/หรือวิชาชีพ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ต่อปี	✓	✓	✓	✓	✓
(11) ระดับความพึงพอใจของนักศึกษาปีสุดท้าย/บัณฑิตใหม่ที่มีต่อคุณภาพ หลักสูตร เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.5 จากคะแนน 5.0			✓	✓	✓
(12) ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อบัณฑิตใหม่ เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.51 จากคะแนนเต็ม 5.0				✓	✓
รวมตัวบ่งชี้ (ข้อ) ในแต่ละปี	9	10	10	11	12
ตัวบ่งชี้บังคับ (ข้อที่)	1-5	1-5	1-5	1-5	1-5
ตัวบ่งชี้ต้องผ่านรวม (ข้อ)	9	10	10	11	12

หมวดที่ 8 การประเมิน และปรับปรุงการดำเนินการของหลักสูตร

1. การประเมินประสิทธิผลของการสอน

1.1 การประเมินกลยุทธ์การสอน

คณะจัดให้มีการประเมินรายวิชา ประเมินการสอนและประเมินผลสัมฤทธิ์ของแต่ละรายวิชา

1.2 การประเมินทักษะของอาจารย์ในการใช้แผนกลยุทธ์การสอน

ผู้เรียนประเมินการสอนของอาจารย์ทุกคนเมื่อสิ้นสุดรายวิชาผ่านทางอินเทอร์เน็ต

2. การประเมินหลักสูตรในภาพรวม

การประเมินหลักสูตรจะต้องกระทำโดยนักศึกษา บัณฑิต ผู้ทรงคุณวุฒิ ตลอดจนผู้ใช้บัณฑิต

2.1 โดยนักศึกษาและบัณฑิต

สำรวจข้อมูลเพื่อประกอบการประเมินหลักสูตรจากผู้เรียนปัจจุบันทุกชั้นปี จากผู้สำเร็จการศึกษาที่ผ่านการศึกษานในหลักสูตร และผู้ใช้บัณฑิต โดยการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่มและการใช้แบบสอบถาม

2.2 โดยผู้ทรงคุณวุฒิ และ/หรือ จากผู้ประเมินภายนอก

คณะกรรมการประเมินหลักสูตร ทำการวิเคราะห์และประเมินหลักสูตรในภาพรวม และใช้ข้อมูลย้อนกลับของผู้เรียน ผู้สำเร็จการศึกษา ผู้ใช้บัณฑิต เป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิเคราะห์และประเมินหลักสูตร

2.3 โดยผู้ใช้บัณฑิต และ/หรือ ผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ

2.3.1 ติดตามบัณฑิตใหม่โดยสำรวจข้อมูลจากนายจ้าง และ/หรือ ผู้บังคับบัญชาโดยการสัมภาษณ์ และการใช้แบบสอบถาม

2.3.1 ติดตามผู้ใช้อื่น เช่น สถานประกอบการฝึกประสบการณ์สหกิจศึกษา

3. การประเมินผลการดำเนินงานตามรายละเอียดหลักสูตร

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศประเมินตามตัวบ่งชี้ที่กำหนดในหมวดที่ 7 โดยให้กรรมการประกันคุณภาพภายในเป็นผู้ประเมิน ซึ่งประกอบด้วยกรรมการจำนวน 4 คน ในจำนวนนี้เป็นผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกในศาสตร์ที่เกี่ยวข้องหรือสัมพันธ์ จำนวน 1 คน

4. การทบทวนผลการประเมินและวางแผนปรับปรุง

คณะกรรมการประเมินหลักสูตรของคณะฯ จัดทำรายงานการประเมินผล และนำเข้าสู่ที่ประชุมสัมมนาเพื่อการปรับปรุงหลักสูตรโดยเชิญผู้ทรงคุณวุฒิเข้าร่วมประชุมและให้ข้อเสนอแนะ

ภาคผนวก ก

บันทึกความร่วมมือ (MOU) มหาวิทยาลัยสยามกับผู้ประกอบการ



**บันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการ
ระหว่าง
มหาวิทยาลัยสยาม
กับ
บริษัท ชโย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)**

บันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการฉบับนี้ จัดทำขึ้นระหว่างมหาวิทยาลัยสยาม ตั้งอยู่เลขที่ ๓๘ ถนนเพชรเกษม แขวงบางหว้า เขตภาษีเจริญ กรุงเทพฯ โดย ดร.พรชัย มงคลวนิช ตำแหน่ง อธิการบดี ผู้มีอำนาจลงนามผูกพันในนามมหาวิทยาลัยสยาม ซึ่งต่อไปในบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการนี้เรียกว่า “มหาวิทยาลัย” ฝ่ายหนึ่ง กับบริษัท ชโย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) โดย นายสุชสันต์ ยศะสินธุ์ ตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ผู้มีอำนาจกระทำการแทน/ผู้รับมอบอำนาจ สำนักงานตั้งอยู่เลขที่ ๔๔/๔๔๙ ๕๐๔ ถนนพหลโยธิน แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพฯ ซึ่งต่อไปในบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการนี้เรียกว่า “สถานประกอบการ” อีกฝ่ายหนึ่ง

มหาวิทยาลัยสยามและบริษัท ชโย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) มีเจตนารมณ์ร่วมกันในการเชื่อมโยงภาคการศึกษากับภาคธุรกิจอุตสาหกรรมเข้าด้วยกัน ซึ่งส่งผลให้ประเทศไทยมีทรัพยากรมนุษย์ที่มีสมรรถนะและศักยภาพสูงขึ้นที่ตอบสนองความต้องการภาคธุรกิจอุตสาหกรรมและแข่งขันได้ในประชาคมโลก โดยจะดำเนินการร่วมกันดังนี้

๑. วัตถุประสงค์

๑.๑ เพื่อร่วมสร้างบัณฑิตพันธุ์ใหม่และกำลังคนที่มีศักยภาพสูง มีคุณลักษณะและสมรรถนะตรงตามความต้องการของสถานประกอบการ

๑.๒ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และประสบการณ์ระหว่างบุคลากรของสถานประกอบการและมหาวิทยาลัย

๑.๓ เพื่อให้มหาวิทยาลัยและสถานประกอบการบูรณาการความร่วมมือในการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการระหว่างการเรียนรู้ในมหาวิทยาลัยกับการปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการ

๒. บทบาทและการกิจความร่วมมือ

๒.๑ มหาวิทยาลัยและสถานประกอบการยินดีที่จะสนับสนุนการดำเนินการตามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือให้สำเร็จลุล่วงอย่างมีประสิทธิภาพ

๒.๒ มหาวิทยาลัยและสถานประกอบการจะร่วมมือกันในเรื่องดังต่อไปนี้

๒.๒.๑ ร่วมกันพัฒนาหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน

๒.๒.๒ สถานประกอบการเป็นฐาน (Platform) ในการพัฒนาการศึกษาาระดับอุดมศึกษาแห่งอนาคตโดยการเสริมสร้างการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง เพื่อให้บัณฑิตมีสมรรถนะและศักยภาพสูง

๒.๒.๓ คณาจารย์ของมหาวิทยาลัยร่วมเป็นครูพี่เลี้ยงในสถานประกอบการ

๒.๒.๔ ผู้เชี่ยวชาญในสถานประกอบการร่วมเป็นอาจารย์ช่วยสอนในมหาวิทยาลัย

๒.๒.๕ คณาจารย์และผู้เชี่ยวชาญในสถานประกอบการร่วมกันประเมินผลการเรียนการสอนเป็นระยะตามสมรรถนะของผู้เรียนหรือบัณฑิต

๓. ระยะเวลาความร่วมมือ

๓.๑ บันทึกข้อตกลงความร่วมมือฉบับนี้มีขอบเขตระยะเวลาความร่วมมือเป็นเวลา ๕ ปี โดยเริ่มตั้งแต่วันที่ลงนามในบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (วันที่ ๑๑ มีนาคม ๒๕๖๒ ถึงวันที่ ๑๑ มีนาคม ๒๕๖๖)

๓.๒ หากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งต้องการยกเลิกความร่วมมือตามบันทึกนี้ก่อนอายุบันทึกฉบับนี้ จะสิ้นสุดลงสามารถกระทำได้โดยแจ้งให้อีกฝ่ายหนึ่งทราบเป็นลายลักษณ์อักษร

๓.๓ บันทึกข้อตกลงความร่วมมือนี้จัดทำขึ้นเป็น ๒ ฉบับ มีข้อความถูกต้องตรงกัน และทั้งสองฝ่ายได้อ่านทำความเข้าใจตามข้อตกลงโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และประทับตรา (ถ้ามี) และต่างฝ่ายต่างยึดถือไว้ฝ่ายละ ๑ ฉบับ

ลงชื่อ.....

(ดร.พรชัย มงคลวนิช)

อธิการบดีมหาวิทยาลัยสยาม

ลงชื่อ.....

(นายสุชนันต์ ยศะสินธุ์)

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

ลงชื่อ.....

(ดร.นันทพร ดำรงพงศ์)

ผู้ช่วยอธิการบดี

พยาน

ลงชื่อ.....

(นายกิตติ ตั้งศรีวงศ์)

รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

พยาน

ลงชื่อ.....

(ดร.สัมฤทธิ์ เทียนคำ)

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

พยาน

ลงชื่อ.....

(นายณัฐพล ทิพชัชวาลวงศ์)

ประธานเจ้าหน้าที่บริหารบัญชีการเงิน

พยาน

ภาคผนวก ข

มติคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรและมาตรฐานการศึกษา



คณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรและมาตรฐานการศึกษา สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล ได้พิจารณาหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2563 ในการประชุมครั้งที่ 1/2563 เมื่อวันที่ 13 กรกฎาคม 2563 ณ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม แล้วมีมติว่าหลักสูตรดังกล่าวเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร ระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2558 และกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552

จึงเห็นควรให้นำเสนอต่อคณะกรรมการวิชาการ มหาวิทยาลัยสยาม เพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบตามขั้นตอนต่อไป

รายชื่อกรรมการ

ลงชื่อ ประธานกรรมการ
(ร้อยตรี ดร. มงคล กลิ่นกระจาย)

ลงชื่อ กรรมการ
(ดร. นวัตกรรม สาระมาน)

ลงชื่อ กรรมการ
(ศาสตราจารย์ ดร. วิเชียร เปรมชัยสวัสดิ์)

ลงชื่อ กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สราวุธ วรสุมนต์)

ลงชื่อ กรรมการและเลขานุการ
(ดร. นันทพร ดำรงพงศ์)

ภาคผนวก ค

ประวัติและผลงานอาจารย์ประจำหลักสูตร

นางสาวกันทิมา คงสถิตสุวรรณ

ประวัติการศึกษา :

- ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (วิทยาการคอมพิวเตอร์และระบบสารสนเทศ), สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2559
- วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศคอมพิวเตอร์), มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ, 2541
- บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการสารสนเทศคอมพิวเตอร์), มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น , 2538

ประวัติการทำงานและประสบการณ์

- รักษาการผู้อำนวยการสำนักบริการการศึกษา และอาจารย์ประจำคณะศิลปกรรมการผลิตสื่อ, สถาบันกัณทนา
- อาจารย์ที่ปรึกษา และกรรมการสอบโครงงานจุลินทรีย์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ผู้อำนวยการสำนักประกันคุณภาพ และประธานหลักสูตรเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น
- อาจารย์พิเศษ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต
- อาจารย์ประจำ สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น
- รองคณบดี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น
- หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการสารสนเทศคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น

ผลงานวิชาการ

- กันทิมา คงสถิตสุวรรณ. (2562). “ก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลกับอินเทอร์เน็ตในทุกสรรพสิ่ง”. วารสารเซนต์จอห์น , 22 (30), 222 – 235. (TCI ฐาน 1 ณ วันที่ตีพิมพ์)
- กันทิมา คงสถิตสุวรรณ. (2560). “อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ต่อองค์กร” วารสารเซนต์จอห์น, 20 (26), 165 – 176. (TCI ฐาน 1 ณ วันที่ตีพิมพ์)

นางสาวศรีสุดา จงสิทธิผล

ประวัติการศึกษา :

- Doctor of Business Administration (Finance), Southern Illinois University at Carbondale, U.S.A., 2534
- Master of Accounting, Utah State University, U.S.A., 2525
- บัณฑิตนิเทศ (เกียรตินิยมอันดับ 1) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2521

ประวัติการทำงานและประสบการณ์

- คณบดีคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม (ปัจจุบัน เริ่ม 7 สิงหาคม 2563)
- รักษาการตำแหน่งคณบดีวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา (1 สิงหาคม 2561 – 15 มิถุนายน 2563)
- ผู้มีความรู้ความสามารถพิเศษเป็นอาจารย์ในมหาวิทยาลัย สังกัดสถานการศึกษาต่อเนื่อง มหาวิทยาลัยนเรศวร (พ.ศ. 2557 – 2561)
- ผู้อำนวยการศูนย์วิทยบริการกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยนเรศวร (พ.ศ. 2551 – 2557)
- คณบดีวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา (พ.ศ. 2555)
- ผู้ทรงคุณวุฒิประจำศูนย์วิทยบริการกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยนเรศวร (พ.ศ. 2547 – 2557)
- รองผู้อำนวยการศูนย์วิทยบริการกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยนเรศวร (พ.ศ. 2547)
- ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายวิชาการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ (พ.ศ. 2539 -2547)
- คณบดีคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ (พ.ศ. 2534 – 2539)
- หัวหน้าภาควิชาบัญชีบริหารและคอมพิวเตอร์ คณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ (พ.ศ. 2525 -2527)
- อาจารย์ประจำคณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ (พ.ศ. 2522 - 2534)
- เจ้าหน้าที่ฝ่ายวางแผนธนาคารทหารไทย (พ.ศ. 2521 - 2522)

ผลงานวิชาการ

- C. Suttikun, H. Chang, C. Acho, M. Ubi, H. Bicksler, R. Komolsevin, and **S. Chongsithiphol**. (2018). Sociodemographic and Travel Characteristics Affecting the Purpose of Selecting Bangkok as a Tourist Destination. *Tourism and Hospitality Research*. 2 (18), pp. 152-162.
- Suchada Ukaew, Dondej Tungtrakanpong, and **Srisuda Chongsithiphol (2020)**. An Assessment of Life Cycle Greenhouse Gas Emission for Day Spa Services in Eastern Thailand: A Case Study in Chonburi, Rayong, and Trad Provinces. *Naresuan University Journal: Science and Technology* . 28 (1), pp. 1- 9.

- ผกามาศ ชัยรัตน์, **ศรีสุดา จงสิทธิผล**, ชัยวัฒน์ ตันติยมาศ, และประภาศรี พรหมประกาย. (2563). การบริหารจัดการการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเรียนรู้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร. วารสารการบริหารนิเทศศิลป์. 6(3). หน้า 25 - 30.
- ผกามาศ ชัยรัตน์, ประภาศรี พรหมประกาย, **ศรีสุดา จงสิทธิผล**, และณัฐพัชร มณีโรจน์. (2563). การพัฒนาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเสริมทักษะการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวโดยชุมชน เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. 13(1). หน้า 35 - 40.
- กฤตย์ เลหาพิบูลรัตน์, **ศรีสุดา จงสิทธิผล**. (2561). แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการรณรงค์น้ำประปาดื่มได้ ในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารเทคโนโลยีภาคใต้. 11(1). หน้า 87 - 94
- อรรธิกา พังงา, **ศรีสุดา จงสิทธิผล**. (2560). การสร้างตราสินค้าเมืองท่องเที่ยวเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน: กรณีศึกษา การท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี. วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย. 12(39). หน้า 25 - 36
- จิตติมนต์ ธนภักดีเอื้ออังกูร, **ศรีสุดา จงสิทธิผล**. (2560). กลยุทธ์การบริหารจัดการตราสินค้าสำหรับอุตสาหกรรมแปรรูปผักและผลไม้ไทย. วารสารศรีปทุม ชลบุรี. 14(2). หน้า 96 - 107.

นายภูริเดช อภาสตัย

ประวัติการศึกษา :

- วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เทคโนโลยีสารสนเทศ), มหาวิทยาลัยสยาม, 2558
- บริหารธุรกิจบัณฑิต (คอมพิวเตอร์ธุรกิจ), มหาวิทยาลัยธนบุรี, 2556

ประวัติการทำงานและประสบการณ์

- อาจารย์ประจำ คณะศึกษาศาสตร์ สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม
- อาจารย์พิเศษ คณะบริหารธุรกิจ สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี
- อาจารย์ประจำหลักสูตร คณะบริหารธุรกิจ สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี ศูนย์การศึกษา ศรีวิพัฒนา
- วิทยากร หลักสูตรวิชาชีพระยะสั้นฐานสมรรถนะ Education to Employment : Vocational Boot Camp (E to E) ครั้งที่ 4 ในหลักสูตรงานกราฟิกสำหรับธุรกิจสินค้าออนไลน์วิทยาลัยเทคโนโลยีพัฒนบริหารธุรกิจ
- กรรมการการแข่งขันทักษะ ครั้งที่ 34 การประกวดสิ่งประดิษฐ์นวัตกรรม

ผลงานวิชาการ

- ภูริเดช อภาสตัย. (2019). การใช้เหมืองกระบวนกรเพื่อค้นพบการทำงานร่วมกันของนักศึกษาในชั้นเรียน, Science and Technology RMUTT Journal Vol 9, No 1 (2019): January - June 2019.
- ภูริเดช อภาสตัย. (2019). การออกแบบการวิเคราะห์อารมณ์ของผู้เรียนในชั้นเรียนโดยใช้เทคนิคเหมืองกระบวนกร, Science and Technology RMUTT Journal Vol 9, No 2 (2019): July - December 2019.
- ภูริเดช อภาสตัย. (2019). การวิเคราะห์เนื้อหาของเอกสารประกอบการสอนด้วยเทคนิคเหมืองกระบวนกร Engineering Journal of Siam University เล่มที่ 38 January - June 2019.
- ภูริเดช อภาสตัย. (2019). การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการของนักเรียนที่มีน้ำหนักเกินเกณฑ์ด้วยเทคนิคเหมืองกระบวนกร, Engineering Journal of Siam University เล่มที่ 39 July - December 2019.

นายไพรัช บุญสุวรรณ

ประวัติการศึกษา :

- Master of Business Administration, Sasin Graduate Institute of Business Administration, Chulalongkorn University, 2013.
- วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการระบบสารสนเทศคอมพิวเตอร์), มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ, 2533
- บริหารธุรกิจบัณฑิต (การบัญชี), มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2529

ประวัติการทำงานและประสบการณ์

- อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัยและผู้ช่วยคณบดี หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม
- ผู้จัดการธนาคารกรุงเทพ สาขาอุตสาหกรรมอมตะนคร
- DP Auditor (Data Processing Auditor) ธนาคารกรุงเทพ สำนักงานใหญ่
- Space Control Department บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)

ผลงานวิชาการ

- Suraporn Onputtha, Sebastain Huber, Nalin Simasathiansophon and **Phirat Boonsuwana**. (2020). Status Report on Sino-Thai Relationships in Business and Economics Today. RMUTT Global Business and Economics Review. 15(2), pp. 73-54

นางสาวนิตยา เกิดแย้ม

ประวัติการศึกษา :

- ศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2562
- ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2546
- วิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา, 2542

ประวัติการทำงานและประสบการณ์

- อาจารย์ผู้สอนในระดับปริญญาตรี สาขาวิชาธุรกิจดิจิทัล และสาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม ในรายวิชาดังต่อไปนี้
 - 101-301 ทักษะดิจิทัลสำหรับศตวรรษที่ 21
 - 130-217 ธุรกิจอัจฉริยะ
 - 185-104 การพัฒนาตนเองสู่การเรียนรู้
 - 191-416 การตลาดออนไลน์และสื่อสังคมออนไลน์
 - 191-419 สัมมนาธุรกิจดิจิทัล
 - 191-420 โครงการธุรกิจดิจิทัล
 - 751-227 เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมทางการศึกษา

หนังสือ/ตำรา

คู่มือใช้งาน Windows XP และ Office 2003, Se-ed book

บทความวิจัย/บทความวิชาการ

- นิตยา เกิดแย้ม, ศรีญธร มั่งมี, เดชานูชิต กตัญญูทวีทิพย์, ปุณยภัสร ขวรัตน์ธนรังษี, เดชานูชิต กตัญญูทวีทิพย์. (2562). การพัฒนาระบบบันทึกข้อมูลยานพาหนะกระจายสินค้าด้วย QR Code เพื่อลดการใช้กระดาษ. การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ “เบญจมิตรวิชาการ” ครั้งที่ 9. 28/05/2562.

ภาคผนวก ง

ระเบียบมหาวิทยาลัยสยาม ว่าด้วย การศึกษาไม่สูงกว่าระดับปริญญาตรี พ.ศ 2549

**ระเบียบมหาวิทยาลัยสยาม
ว่าด้วย การศึกษาไม่สูงกว่าระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2549**

โดยที่เป็นการสมควรปรับปรุงระเบียบมหาวิทยาลัยสยาม ว่าด้วยการศึกษาไม่สูงกว่าระดับปริญญาตรี ให้เหมาะสมยิ่งขึ้น

อาศัยอำนาจตามความหมายใน มาตรา 34 (2) แห่งพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษา เอกชน พ.ศ. 2546 สภามหาวิทยาลัยจึงตราระเบียบไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ระเบียบนี้เรียกว่า “ระเบียบมหาวิทยาลัยสยาม ว่าด้วยการศึกษาไม่สูงกว่าระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2549”

ข้อ 2 ให้ใช้ระเบียบนี้แก่นักศึกษาที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยสยาม หลักสูตรที่ไม่สูงกว่าปริญญาตรี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 เป็นต้นไป

ข้อ 3 ภายใต้ระเบียบนี้ให้ยกเลิกระเบียบ ข้อบังคับ ประกาศ และคำสั่งต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยสยามที่ว่าด้วยการศึกษาไม่สูงกว่าระดับปริญญาตรี ในส่วนที่มีบัญญัติไว้แล้วในระเบียบนี้ หรือซึ่งขัดแย้งกับระเบียบนี้ ให้ใช้ระเบียบนี้แทน

ข้อ 4 ในระเบียบนี้

“มหาวิทยาลัย”	หมายความว่า	มหาวิทยาลัยสยาม
“อธิการบดี”	หมายความว่า	อธิการบดีมหาวิทยาลัยสยาม
“คณะ”	หมายความว่า	คณะที่นักศึกษาสังกัดอยู่
“คณบดี”	หมายความว่า	คณบดีของคณะที่นักศึกษาสังกัดอยู่
“ภาควิชา”	หมายความว่า	ภาควิชาที่นักศึกษาสังกัดอยู่
“หัวหน้าภาควิชา”	หมายความว่า	หัวหน้าแห่งภาควิชาที่นักศึกษาสังกัดอยู่
“สาขาวิชา”	หมายความว่า	สาขาวิชาที่นักศึกษาสังกัดอยู่
“หัวหน้าสาขาวิชา”	หมายความว่า	หัวหน้าแห่งสาขาวิชาที่นักศึกษาสังกัดอยู่
“อาจารย์ที่ปรึกษา”	หมายความว่า	อาจารย์ที่มหาวิทยาลัยแต่งตั้งให้เป็น ที่ปรึกษาของนักศึกษาผู้นั้น
“นักศึกษาภาคปกติ”	หมายความว่า	นักศึกษาที่สมัครเรียนภาคปกติ
“นักศึกษาภาคค่ำ”	หมายความว่า	นักศึกษาที่สมัครเรียนภาคค่ำ

สาระภาคผนวกราชการที่ 13

ข้อ 5 ระบบการศึกษา

5.1 มหาวิทยาลัยสยามจัดการศึกษาสำหรับปริญญาตรีเป็นระบบทวิภาค โดยแบ่งเวลา การศึกษาในหนึ่งปีออกเป็นสองภาคการศึกษาปกติ คือ ภาคการศึกษาที่หนึ่งและภาคการศึกษาที่สอง และหากเห็นสมควรมหาวิทยาลัยอาจจัดให้มีการศึกษาภาคฤดูร้อนก็ได้

ภาคการศึกษาปกติ แต่ละภาคจะมีระยะเวลาการศึกษาไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์ ส่วนภาคการศึกษาฤดูร้อน มีระยะเวลาการศึกษาไม่น้อยกว่า 6 สัปดาห์ และต้องมีชั่วโมงเรียนของแต่ละรายวิชารวมกันทั้งหมดเทียบเท่ากับชั่วโมงของการศึกษาในภาคการศึกษาปกติ

5.2 การกำหนดปริมาณการศึกษาของแต่ละรายวิชา ให้กำหนดเป็นหน่วยกิต โดยมีเกณฑ์ต่อไปนี้

5.2.1 การศึกษาภาคฤดูร้อน การบรรยาย สัมมนา หรือการเรียนการสอน ลักษณะอื่นที่เทียบเท่า ให้คิด 1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ หรือไม่น้อยกว่า 15 ชั่วโมง ตลอดหนึ่งภาคการศึกษาปกติเป็นปริมาณการศึกษา 1 หน่วยกิต

5.2.2 การศึกษาภาคปฏิบัติ การทดลอง การฝึก หรือการศึกษาที่เทียบเท่าให้คิด 2 ถึง 3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ หรือตั้งแต่ 30 ถึง 45 ชั่วโมง ตลอดหนึ่งภาคการศึกษาปกติเป็นปริมาณการศึกษา 1 หน่วยกิต

5.2.3 การศึกษาที่เป็นการศึกษาฝึกงาน การฝึกภาคสนาม การฝึกอาชีพ หรือการฝึกอื่นใดให้คิด 3 ถึง 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ หรือตั้งแต่ 45 ถึง 90 ชั่วโมง ตลอดหนึ่งภาคการศึกษาปกติ เป็นปริมาณการศึกษา 1 หน่วยกิต

5.2.4 การศึกษาบางรายวิชาที่มีลักษณะพิเศษไปรายวิชาปกติ มหาวิทยาลัยอาจกำหนดหน่วยกิตโดยใช้หลักเกณฑ์อื่นใดก็ได้ตามความเหมาะสม

ข้อ 6 คุณสมบัติของผู้สมัครเข้าเป็นนักศึกษา

6.1 ผู้สมัครเข้าศึกษาต้องมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

6.1.1 สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือประกาศนียบัตรวิชาชีพ หรือประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง จากสถาบันการศึกษาที่กระทรวงศึกษาธิการรับรองวิทยฐานะ หรือสำเร็จการศึกษาอื่นที่เทียบเท่า ทั้งนี้ให้เป็นไปตามคุณสมบัติที่กำหนดไว้ในแต่ละหลักสูตร

6.1.2 ไม่เป็นผู้มีโรคติดต่อร้ายแรง โรคที่สังคมรังเกียจ หรือโรคที่เป็นอุปสรรคต่อการศึกษา

6.1.3 ไม่เป็นผู้ที่มีความประพฤติเสื่อมเสียและไม่บกพร่องในศีลธรรมอันดีงาม

6.2 ผู้ประสงค์จะเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยสยามต้องผ่านการคัดเลือกของมหาวิทยาลัย

ข้อ 7 การขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาและการลงทะเบียนเรียน

7.1 ผู้ที่ได้รับการคัดเลือกเข้าเป็นนักศึกษา ต้องขึ้นทะเบียนนักศึกษาตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

7.2 นักศึกษาต้องลงทะเบียนเรียนด้วยตนเอง ตามกำหนดวัน เวลา สถานที่ และรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละภาคการศึกษาตามประกาศของมหาวิทยาลัย

สาระภาคผนวกการที่ 13

7.3 นักศึกษาชั้นปีที่ 1 ทั้งภาคปกติและภาคค่ำ ต้องลงทะเบียนเรียนครบตามจำนวนหน่วยกิตในหลักสูตรชั้นปีที่ 1 ของแต่ละภาคการศึกษา (สำหรับภาคการศึกษาที่ 2 ให้อยู่ในดุลยพินิจของอาจารย์ที่ปรึกษา และต้องได้รับอนุมัติจากคณบดี)

7.4 ในแต่ละภาคการศึกษาคติ นักศึกษาสภาพปกติลงทะเบียนเรียนได้ไม่ต่ำกว่า 15 หน่วยกิต และไม่เกิน 21 หน่วยกิต และในภาคการศึกษาฤดูร้อน ลงทะเบียนเรียนได้ไม่เกิน 9 หน่วยกิต

ส่วนนักศึกษาสภาพรอพินิจ ลงทะเบียนเรียนได้ไม่ต่ำกว่า 9 หน่วยกิต และไม่เกิน 15 หน่วยกิต และในภาคการศึกษาฤดูร้อน ลงทะเบียนได้ไม่เกิน 6 หน่วยกิต

7.5 ในการลงทะเบียนเรียน หากรายวิชาใดมีข้อกำหนดไว้ในหลักสูตรว่าต้องเคยศึกษาหรือต้องผ่านวิชาพื้นฐาน หรือวิชาบังคับก่อน (Prerequisite) นักศึกษาต้องสอบไล่ได้วิชาพื้นฐานหรือวิชาบังคับก่อนแล้วจึงมีสิทธิ์ลงทะเบียนวิชานั้นได้

7.6 การลงทะเบียนเรียนจะกระทำได้อีกเมื่อได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา โดยอาจารย์ที่ปรึกษาลงลายมือชื่อไว้เป็นหลักฐานในบัตรลงทะเบียนเรียน

7.7 การลงทะเบียนเรียนล่าช้า จะกระทำภายใน 7 วัน นับจากวันเปิดภาคการศึกษาปกติ และภายใน 3 วัน นับจากวันเปิดภาคการศึกษาภาคฤดูร้อน แต่นักศึกษาจะต้องเสียค่าธรรมเนียมตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

เมื่อพ้นเวลาตามวรรคหนึ่ง หากนักศึกษายังไม่ได้ลงทะเบียนเรียนจะหมดสิทธิ์ลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษานั้น เว้นแต่มีเหตุผลจำเป็นหรือเหตุสุดวิสัย และคณบดีเห็นว่าควรได้รับการผ่อนผันให้นักศึกษาผู้นั้นลงทะเบียนเรียนได้ โดยนำความเห็นเสนออธิการบดีหรือผู้ที่อธิการบดีมอบหมาย เพื่อพิจารณาอนุมัติเป็นกรณีพิเศษ

7.8 การลงทะเบียนเรียนวิชาเลือกเสรี นักศึกษาสามารถลงทะเบียนเรียนได้ในรายวิชาที่เปิดสอนตามหลักสูตรในระดับปริญญาตรี ทั้งนี้ให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้ในแต่ละหลักสูตร

7.9 การลงทะเบียนในจำนวนหน่วยกิตที่ต่ำกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่กำหนดไว้ในข้อ 7.4 ไม่ใช่บังคับในภาคการศึกษาที่คาดว่าจะจะเป็นภาคการศึกษาสุดท้ายที่นักศึกษาครบหลักสูตร

7.10 การลงทะเบียนในจำนวนหน่วยกิตที่มากกว่าเกณฑ์ขั้นสูงที่กำหนดไว้ในข้อ 7.4 ไม่ใช่บังคับในภาคการศึกษาที่คาดว่าจะจะเป็นภาคการศึกษาสุดท้ายที่นักศึกษาครบหลักสูตรโดยนักศึกษาจะต้องเขียนคำร้องและได้รับความเห็นชอบและอนุมัติจากอาจารย์ที่ปรึกษา คณบดี และอธิการบดี หรือผู้ที่อธิการบดีมอบหมายตามลำดับ แต่ทั้งนี้จะลงทะเบียนมากกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ได้ไม่เกิน 3 หน่วยกิต

ข้อ 8 การขอเพิ่มรายวิชา การขอลดรายวิชา และการขอเพิกถอนรายวิชา

นักศึกษาจะกระทำการขอเพิ่ม ขอลด หรือขอเพิกถอนรายวิชาได้ต่อเมื่อได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา หรืออาจารย์ผู้สอนรายวิชานั้น ๆ และต้องได้รับอนุมัติจากคณบดี หรือผู้ที่คณบดีมอบหมาย โดยถือเกณฑ์การพิจารณาอนุมัติ ดังต่อไปนี้

8.1 การขอเพิ่มรายวิชา จะต้องกระทำภายใน 2 สัปดาห์นับจากวันเปิดภาคการศึกษาปกติ หรือภายในสัปดาห์แรกของภาคการศึกษาฤดูร้อน

8.2 การขอลดรายวิชา จะต้องกระทำภายใน 2 สัปดาห์นับจากวันเปิดภาคการศึกษาปกติ หรือภายในสัปดาห์แรกของภาคการศึกษาฤดูร้อน รายวิชาที่ขอลดนั้นจะไม่บันทึกในใบแสดงผลการศึกษา

สาระภาคนวกรายการที่ 13

8.3 การขอเพิกถอนรายวิชา จะกระทำได้ภายหลัง 2 สัปดาห์นับจากวันเปิดภาคการศึกษาปกติ หรือภายหลัง 1 สัปดาห์นับจากวันเปิดภาคการศึกษาฤดูร้อน จนถึง 2 สัปดาห์ก่อนสอบปลายภาค รายวิชาที่ขอเพิกถอนนั้นจะบันทึก W ในใบแสดงผลการศึกษา

8.4 การขอเพิกถอนรายวิชาภายหลังระยะเวลาที่กำหนดตามข้อ 8.3 สามารถกระทำได้จนถึงระยะเวลาก่อนสอบปลายภาค โดยนักศึกษาจะต้องทำคำร้องขออนุมัติเป็นกรณีพิเศษจากคณบดีที่นักศึกษาสังกัด ถ้าได้รับอนุมัติให้เพิกถอนได้ รายวิชาที่ขอเพิกถอนจะบันทึก W ในใบแสดงผลการศึกษา ถ้าไม่ได้รับอนุญาตให้เพิกถอนนักศึกษาจะต้องศึกษารายวิชานั้นต่อไป

อนึ่ง ในกรณีที่นักศึกษาขาดสอบปลายภาคเพราะเหตุสุดวิสัย นักศึกษาสามารถขออนุมัติเพิกถอนกรณีพิเศษจากอธิการบดี หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายได้ภายใน 1 สัปดาห์นับจากวันที่ขาดสอบ

ข้อ 9 การขอเงินค่าหน่วยกิตคืน

9.1 นักศึกษามีสิทธิ์ขอเงินค่าหน่วยกิตคืนได้เต็มจำนวนในรายวิชาที่มหาวิทยาลัยประกาศปิดวิชา

9.2 นักศึกษามีสิทธิ์ขอเงินค่าหน่วยกิตคืนได้เต็มจำนวน สำหรับผู้ที่มหาวิทยาลัยประกาศให้ทราบภายหลังการลงทะเบียนเรียนว่าพ้นสภาพการเป็นนักศึกษา

9.3 นักศึกษาที่ขอลดรายวิชาภายใน 2 สัปดาห์นับจากวันเปิดภาคการศึกษาปกติ หรือภายในสัปดาห์แรกของภาคการศึกษาฤดูร้อน มีสิทธิ์ที่จะขอคืนเงินค่าหน่วยกิตรายวิชานั้นได้ร้อยละ 50

9.4 นักศึกษาที่ได้รับการอนุมัติให้ลาพักการศึกษาภายใน 2 สัปดาห์นับจากวันเปิดภาคการศึกษาปกติ หรือภายในสัปดาห์แรกของภาคการศึกษาฤดูร้อน มีสิทธิ์ที่จะขอคืนเงินค่าหน่วยกิตทุกรายวิชาได้ร้อยละ 50

9.5 นักศึกษาที่ขอเพิกถอนรายวิชา หรือลาพักการศึกษาเกิน 2 สัปดาห์นับจากวันเปิดภาคการศึกษาปกติ หรือ 1 สัปดาห์ของภาคการศึกษาฤดูร้อน ไม่มีสิทธิ์ขอเงินค่าหน่วยกิตคืนไม่ว่ากรณีใด ๆ

ข้อ 10 ฐานะชั้นปีของนักศึกษา

เพื่อประโยชน์ในการลงทะเบียนเรียนและการบริการอื่น ๆ มหาวิทยาลัยได้แบ่งนักศึกษา ออกเป็นชั้นปี โดยถือเกณฑ์ตามหน่วยกิตสะสมที่สอบไล่ได้แล้ว ดังต่อไปนี้

นักศึกษาฐานะปีที่ 1 ได้แก่ นักศึกษาที่สอบไล่ได้ยังไม่ถึง 36 หน่วยกิต

นักศึกษาฐานะปีที่ 2 ได้แก่ นักศึกษาที่สอบไล่ได้แล้วตั้งแต่ 36 ถึง 74 หน่วยกิต

นักศึกษาฐานะปีที่ 3 ได้แก่ นักศึกษาที่สอบไล่ได้แล้วตั้งแต่ 75 ถึง 107 หน่วยกิต

นักศึกษาฐานะปีที่ 4 ได้แก่ นักศึกษาที่สอบไล่ได้แล้วตั้งแต่ 108 หน่วยกิตขึ้นไป

ข้อ 11 เวลาเรียน

การศึกษาในมหาวิทยาลัย นักศึกษาต้องมีเวลาศึกษาในแต่ละวิชาไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของเวลาเรียนทั้งหมดในรายวิชานั้น จึงจะมีสิทธิ์เข้าสอบไล่ในรายวิชานั้น

สาระภาคนวกรายการที่ 13

ข้อ 12 การวัดการประเมินผลการศึกษา

12.1 การวัดและการประเมินผลการศึกษาให้กระทำเมื่อสิ้นสุดการศึกษาแต่ละภาค โดยคิดจากผลการสอบหรืองานอื่น ๆ ที่ผู้สอนมอบหมายให้ปฏิบัติในระหว่างภาคการศึกษา

12.2 การสอบไล่ นอกจากต้องเป็นไปตามนัยแห่งข้อ 11 ยังต้องถือปฏิบัติตามระเบียบ หรือประกาศว่าด้วยการสอบไล่ของมหาวิทยาลัย ทั้งจะต้องเป็นไปตามเงื่อนไข ดังต่อไปนี้

12.2.1 นักศึกษาที่มีสิทธิ์สอบต้องเป็นนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนและเข้าสอบได้เฉพาะรายวิชาที่ลงทะเบียนเรียนไว้แล้วเท่านั้น

12.2.2 นักศึกษาที่ขาดสอบในรายวิชาใด ให้ถือว่าสอบตกในรายวิชานั้น

12.3 การนับจำนวนหน่วยกิต

12.3.1 การนับจำนวนหน่วยกิตสะสมของนักศึกษาเพื่อให้ครบหลักสูตรให้นับเฉพาะจำนวนหน่วยกิตที่กำหนดในหลักสูตรของรายวิชาที่สอบได้เท่านั้น

ในกรณีที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียนรายวิชาใดมากกว่าหนึ่งครั้งให้นับเฉพาะจำนวนหน่วยกิตครั้งสุดท้ายที่ประเมินผลว่าสอบผ่านไปคิดเป็นหน่วยกิตสะสมเพียงครั้งเดียว

12.3.2 การรวมจำนวนหน่วยกิตเพื่อใช้ในการคำนวณแต้มเฉลี่ยให้นับจากหน่วยกิตของทุกรายวิชาที่ผลการศึกษาได้แต้มประจำในกรณีที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียนรายวิชาใดมากกว่าหนึ่งครั้งให้นับเฉพาะจำนวนหน่วยกิตที่ลงทะเบียนรายวิชานั้น ๆ ครั้งสุดท้ายไปใช้ในการคำนวณแต้มเฉลี่ย

12.4 การศึกษาของแต่ละรายวิชาจะประเมินด้วยสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่มีแต้มประจำ ดังนี้

12.4.1 สัญลักษณ์ที่มีแต้มประจำ

สัญลักษณ์	แต้มประจำ	ความหมาย
A	4.00	ดีเยี่ยม
B+	3.50	ดีมาก
B	3.00	ดี
C+	2.50	ค่อนข้างดี
C	2.00	พอใช้
D+	1.50	อ่อน
D	1.00	ผ่าน
F	0.00	ตก

สาระภาคผนวกรายการที่ 13

12.4.2 สัญลักษณ์ที่ไม่มีแต้มประจำ

สัญลักษณ์	ความหมาย
AU	การร่วมฟังการบรรยาย (Audit)
I	รอการประเมินผล (Incomplete)
S	ผลการประเมินเป็นที่พอใจ (Satisfactory)
U	ผลการประเมินไม่เป็นที่พอใจ (Unsatisfactory)
W	ถอนการศึกษา (Withdrawal)
P	การศึกษายังไม่สิ้นสุด (In Progress)

12.5 การให้คะแนนจะกระทำได้ในกรณีดังต่อไปนี้

12.5.1 นักศึกษาไม่ได้สอบ และ/หรือไม่ส่งผลงาน เพราะป่วยโดยมีใบรับรองแพทย์จากโรงพยาบาล ทั้งนี้ให้อยู่ในดุลยพินิจของผู้รับผิดชอบรายวิชา

12.5.2 นักศึกษาไม่ได้รับอนุญาตให้เข้าสอบตามข้อ 11 เนื่องจากป่วย โดยมีใบรับรองแพทย์จากโรงพยาบาล ทั้งนี้ให้อยู่ในดุลยพินิจของผู้รับผิดชอบรายวิชา

12.5.3 นักศึกษาไม่ได้เข้าสอบ และ/หรือไม่ส่งผลงานตามกำหนด ด้วยเหตุ สุทธิวิสัยให้อยู่ในดุลยพินิจของคณะกรรมการประจำคณะ หรือผู้ที่คณะกรรมการประจำคณะ มอบหมาย

สัญลักษณ์ I จะเปลี่ยนเป็นสัญลักษณ์ F ถ้านักศึกษาไม่สอบ และ/หรือไม่ส่งผลการปฏิบัติงานภายใน 1 ภาคการศึกษาปกติ ยกเว้นในกรณีที่นักศึกษาได้รับอนุญาตให้ลาพักการศึกษา

12.6 การให้สัญลักษณ์ "P" ในรายวิชา PROJECT ในกรณีโครงการไม่เสร็จสิ้น ในภาคการศึกษาที่ลงทะเบียน (ไม่นับภาคฤดูร้อน) นักศึกษาจะต้องยื่นคำร้องเพื่อขอรักษาสถานภาพวิชา โครงการตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

12.7 การคิดแต้มเฉลี่ย แต้มเฉลี่ยมี 2 ประเภท คือ แต้มเฉลี่ยประจำภาคและ แต้มเฉลี่ยสะสม การคำนวณแต้มเฉลี่ยให้ทำดังนี้

12.7.1 แต้มเฉลี่ยประจำภาคให้คำนวณจากผลการศึกษาของนักศึกษานั้น โดยเอาผลรวมของผลคูณของหน่วยกิตกับแต้มประจำของผลการศึกษาแต่ละรายวิชาเป็นตัวตั้งหารด้วยจำนวนหน่วยกิตรวมของรายวิชาที่ผลการศึกษาที่มีแต้มประจำที่ศึกษาในภาคการศึกษานั้นๆให้มีทศนิยมสองตำแหน่ง โดยปัดเศษของตำแหน่งที่สาม

12.7.2 แต้มเฉลี่ยสะสมให้คำนวณจากผลการศึกษาของนักศึกษาตั้งแต่เริ่มเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยจนถึงการประเมินผลครั้งสุดท้าย โดยเอาผลรวมของผลคูณของหน่วยกิตกับแต้มประจำของผลการศึกษาแต่ละรายวิชาเป็นตัวตั้งหารด้วยจำนวนหน่วยกิตรวมของรายวิชาทั้งหมดที่ศึกษา และผลการศึกษาที่มีแต้มประจำตามข้อ 12.3.2 ให้มีทศนิยมสองตำแหน่ง โดยปัดเศษจากตำแหน่งที่สาม

ในกรณีที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียนซ้ำให้นำแต้มประจำของสัญลักษณ์ที่ได้รับการประเมินครั้งสุดท้ายเท่านั้นมาคำนวณแต้มเฉลี่ย

สาระภาคผนวกรายการที่ 13

ข้อ 13 การลงทะเบียนเรียนซ้ำ

13.1 รายวิชาบังคับที่ได้สัญลักษณ์ F หรือรายวิชาที่ได้สัญลักษณ์ U นักศึกษาต้องลงทะเบียนเรียนซ้ำ

13.2 รายวิชาเลือกที่ได้สัญลักษณ์ F นักศึกษาจะต้องลงทะเบียนเรียนซ้ำในรายวิชาเดิมอีกหรือเลือกรายวิชาอื่นแทนก็ได้

13.3 นักศึกษาอาจขอลงทะเบียนซ้ำในรายวิชาที่เรียนแล้ว เพื่อให้ได้แต้มเฉลี่ยสะสมสูงขึ้น ทั้งนี้ต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา และได้รับอนุมัติจากคณบดี

ข้อ 14 การจำแนกสภาพนักศึกษา

14.1 การจำแนกสภาพนักศึกษา จะกระทำเมื่อสิ้นภาคการศึกษาปกติ แต่ละครภาค ทั้งนี้ยกเว้นนักศึกษาที่เข้าศึกษาเป็นปีแรก ซึ่งการจำแนกสภาพนักศึกษาจะกระทำเมื่อสิ้นภาคการศึกษาที่ 2 สำหรับผลการศึกษาระดับการศึกษาดูร้อนไม่มีการจำแนกสภาพนักศึกษา

14.2 นักศึกษาสภาพปกติ ได้แก่ นักศึกษาที่สอบได้แต้มเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า 2.00

14.3 นักศึกษาสภาพรอพินิจ ได้แก่ นักศึกษาที่สอบได้แต้มเฉลี่ยต่ำกว่า 2.00 แต่ยังไม่พ้นสภาพนักศึกษา

ข้อ 15 ระยะเวลาในการศึกษา

15.1 ระดับปริญญาตรีหลักสูตร 6 ปี ให้ศึกษาได้ไม่เกิน 12 ปี

15.2 ระดับปริญญาตรีหลักสูตร 4 ปี ให้ศึกษาได้ไม่เกิน 8 ปี

15.3 ระดับปริญญาตรีหลักสูตร 2 ปี ให้ศึกษาได้ไม่เกิน 4 ปี

ข้อ 16 การพ้นสภาพนักศึกษา

16.1 สำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

16.2 ได้รับอนุมัติจากอธิการบดีให้ลาออก

16.3 อธิการบดีสั่งให้พ้นจากสภาพการเป็นนักศึกษาในกรณีดังต่อไปนี้

16.3.1 เมื่อมีการจำแนกสภาพนักศึกษาและมีแต้มเฉลี่ยสะสม

ต่ำกว่า 1.50

16.3.2 นักศึกษาสภาพรอพินิจที่มีแต้มเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า 1.75

สองภาคการศึกษาติดต่อกันที่มีการจำแนกสภาพนักศึกษา

16.4 มีระยะเวลาการเรียนเกินที่กำหนดไว้ในข้อ 15

16.5 มหาวิทยาลัยสั่งให้พ้นสภาพนักศึกษา ด้วยสาเหตุกระทำผิดวินัยอย่างร้ายแรง

16.6 ตาย

ข้อ 17 การย้ายคณะ หรือสาขาวิชา หรือย้ายรอบเวลาเรียน

17.1 การย้ายคณะหรือสาขาวิชา หรือย้ายรอบเวลาเรียนให้กระทำได้ก่อนการเปิดภาคการศึกษาปกติ โดยนักศึกษาจะต้องยื่นคำร้องก่อนกำหนดการลงทะเบียนในภาคการศึกษาปกติ ไม่น้อยกว่า 3 สัปดาห์ และมหาวิทยาลัยจะประกาศรายชื่อผู้มีสิทธิ์ย้ายก่อนการลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษาปกติ 1 สัปดาห์

สาระภาคนวกรายการที่ 13

17.2 การขอย้ายคณะ หรือสาขาวิชา จะต้องได้รับอนุมัติจากคณะ หรือสาขาวิชาเดิมและคณะหรือสาขาวิชาที่ขอย้ายเข้า

17.3 การขอย้ายรอบเวลาเรียนจะต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา และได้รับอนุมัติจากคณบดี

ข้อ 18 การเทียบวิชาเรียนและโอนหน่วยกิต

นักศึกษาที่ขอย้ายคณะ หรือสาขาวิชาภายในมหาวิทยาลัยสยาม หรือ ที่โอนมาจากสถาบันอุดมศึกษาอื่น ที่มีความประสงค์จะขอเทียบวิชาเรียนและโอนหน่วยกิต เพื่อให้ครบหน่วยกิตตามหลักสูตรได้โดยไม่ต้องลงทะเบียนเรียนในรายวิชาที่ปรากฏในหลักสูตรนั้น ให้ปฏิบัติตามประกาศของมหาวิทยาลัย เรื่องการขอเทียบวิชาเรียนและโอนหน่วยกิต

ข้อ 19 การลาพักการศึกษา

19.1 นักศึกษาจะขอลาพักการศึกษาจะต้องศึกษาในมหาวิทยาลัยมาแล้วอย่างน้อยหนึ่งภาคการศึกษา และการขอลาพักนี้จะกระทำได้ไม่เกินสองภาคการศึกษาติดต่อกัน เว้นแต่มีเหตุสุดวิสัยที่คณบดีเห็นชอบและได้รับอนุมัติจากอธิการบดี ทั้งนี้ไม่นับภาคฤดูร้อน

19.2 ในการลาพักนี้นักศึกษาจะต้องเสียค่าธรรมเนียม เพื่อรักษาสถานภาพนักศึกษาตามอัตราที่มหาวิทยาลัยกำหนด

19.3 นักศึกษาที่จะขอลาพักการศึกษา ต้องยื่นคำร้องผ่านอาจารย์ที่ปรึกษา ได้รับความเห็นชอบจากหัวหน้าภาควิชา และได้รับอนุมัติจากคณบดี

19.4 ในการศึกษาภาคปกติ หากนักศึกษาไม่ได้ลงทะเบียนเรียนเนื่องจากมีความจำเป็นหรือเหตุอันสมควรจะขอลาพักสำหรับภาคการศึกษานั้น ต้องยื่นคำร้องต่อสำนักทะเบียน และวัดผลภายใน 30 วัน นับแต่วันเปิดภาคการศึกษา หากไม่ปฏิบัติตามนี้มหาวิทยาลัยจะจำหน่ายชื่อนักศึกษาผู้นั้นออกจากทะเบียนนักศึกษา

19.5 นักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนแล้ว หากมีความจำเป็นหรือเหตุอันสมควรจะขอลาพักสำหรับภาคการศึกษานั้น ต้องยื่นคำร้องต่อสำนักทะเบียนและวัดผลภายใน 2 สัปดาห์ นับแต่วันเปิดภาคการศึกษา ในกรณีเช่นนี้ รายวิชาที่ลงทะเบียนทั้งหมดจะไม่บันทึกในใบแสดงผลการศึกษา แต่ถ้าลาพักหลังจากกำหนดดังกล่าวนักศึกษาจะได้รับสัญลักษณ์ W

19.6 นักศึกษาที่ได้รับอนุมัติให้ลาพักการศึกษาได้ ให้นับระยะเวลาที่ลาพักอยู่ในระยะการศึกษาด้วย ยกเว้นนักศึกษาที่ลาพักเนื่องจากถูกเกณฑ์เข้ารับราชการทหาร

19.7 นักศึกษาที่ได้รับอนุมัติให้ลาพักการศึกษา ประสงค์จะกลับเข้าเรียนต่อ ต้องรายงานตัวต่อสำนักทะเบียนและวัดผลก่อนที่จะลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษาต่อไปอย่างน้อย 1 สัปดาห์

ข้อ 20 การลาออก

นักศึกษาผู้ประสงค์จะลาออกในกรณีพ้นสภาพตามระเบียบการวัดผล หรือศึกษาจบหลักสูตรให้ยื่นคำร้องต่อสำนักทะเบียนและวัดผล อาจารย์ที่ปรึกษาและคณบดี หรือผู้ที่อธิการบดีมอบหมาย สำหรับการลาออกระหว่างการ studia ให้อาจารย์ที่ปรึกษาและคณบดีทำความเห็นเสนออธิการบดี หรือผู้ที่อธิการบดีมอบหมายเพื่อพิจารณา

นักศึกษาผู้ที่ได้รับอนุมัติให้ลาออกได้จะต้องไม่มีหนี้สินกับมหาวิทยาลัย และจะมีสิทธิ์รับเงินประกันของเสียหายคืนเต็มจำนวน ถ้าไม่ได้ทำทรัพย์สินของมหาวิทยาลัยเสียหายและสูญหาย

สาระภาคนวกรายการที่ 13

กรณีการลาออกของนักศึกษาใหม่ที่ได้ขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาและชำระค่าเล่าเรียนเรียบร้อยแล้วให้ยื่นคำร้องลาออกพร้อมหลักฐาน โดยผ่านสำนักทะเบียนและวัดผลเพื่อพิจารณาและนำเสนอผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายการเงินและทรัพย์สินเพื่อพิจารณาคืนเงินให้ตามระเบียบของมหาวิทยาลัย โดยนักศึกษาต้องยื่นคำร้องลาออกภายในสิ้นเดือนพฤษภาคม หากพ้นกำหนดดังกล่าวมหาวิทยาลัยจะคืนเงินให้เฉพาะค่าประกันของเสียหายเท่านั้น

ข้อ 21 การให้อนุปริญญา หรือปริญญา

การพิจารณาให้ได้ปริญญา นักศึกษาจะต้องมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

21.1 ศึกษาครบรายวิชาและเกณฑ์อื่นๆ ที่กำหนดไว้ในหลักสูตร

21.2 ได้แต้มเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า 2.00

21.3 มีความประพฤติดี เหมาะสมแก่ศักดิ์ศรีแห่งปริญญานั้น

สำหรับการให้อนุปริญญา ออกให้แก่ผู้สำเร็จการศึกษาตามหลักสูตรในสาขาวิชาหนึ่งวิชาใดก่อนถึงขั้นได้รับปริญญาดุษฎี หรือผู้ที่สอบได้ครบทุกลักษณะวิชาตามหลักสูตรปริญญาดุษฎี และได้แต้มคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่าเกณฑ์การสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาดุษฎี แต่ไม่ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดในกฎกระทรวง

ข้อ 22 การให้ปริญญาเกียรตินิยม

นักศึกษาระดับปริญญาดุษฎีจะได้รับการพิจารณาให้ได้รับปริญญาเกียรตินิยมอันดับ 1 เมื่อสอบได้แต้มเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า 3.50 และให้ได้รับปริญญาเกียรตินิยมอันดับ 2 เมื่อสอบได้แต้มเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า 3.25 และต้องมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

22.1 มีระยะเวลาเรียนไม่เกินที่กำหนดไว้ในหลักสูตรนับแต่วันที่ขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาในกรณีที่ได้รับอนุมัติให้พักการเรียนด้วยเหตุจำเป็นและได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการวิชาการไม่เกิน 1 ปีการศึกษาจะไม่นับเป็นระยะเวลาการศึกษา

22.2 มีคุณสมบัติสอบได้ปริญญาดุษฎีตามข้อ 21

22.3 ไม่เคยสอบได้สัญลักษณ์ F ในรายวิชาใด

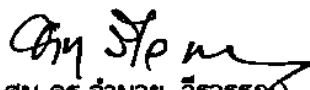
22.4 มีรายวิชาที่เทียบโอนไม่มากกว่า 1 ใน 4 ของจำนวนหน่วยกิตที่ต้องศึกษาตามหลักสูตร

22.5 ไม่เป็นนักศึกษาในหลักสูตรต่อเนื่อง

ข้อ 23 ให้อธิการบดีเป็นผู้รักษาการให้เป็นไปตามระเบียบนี้ ในกรณีที่มีปัญหาเกี่ยวกับการปฏิบัติตามระเบียบนี้ ให้อธิการบดีมีอำนาจสั่งและปฏิบัติตามที่เห็นสมควร

ข้อ 24 ให้ใช้ระเบียบนี้บังคับตั้งแต่ปีการศึกษา 2549 เป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ 29 เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2549


(ศาสตราจารย์พิเศษ ดร.อานวย วีรรณ)
นายกสภามหาวิทยาลัยสยาม