



คู่มือหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชาการตลาด

(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567)

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยสยาม

สารบัญ

	หน้า
1. ชื่อหลักสูตร ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร	2
1.1 ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป	3
1.2 ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับโมดูล	4
1.3 ความคาดหวังของผลลัพธ์การเรียนรู้เมื่อสิ้นปีการศึกษา (YLO)	6
2. โครงสร้างหลักสูตร รายวิชาและหน่วยกิต	10
2.1 หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	11
2.2 หมวดวิชาชีพเฉพาะ: วิชาแกน	13
2.3 หมวดวิชาชีพเฉพาะ: วิชาชีพเฉพาะ	14
2.4 หมวดวิชาชีพเฉพาะ: วิชาชีพเลือก	16
3. รายละเอียดผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา	17
3.1 มาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา	17
3.1 ความสอดคล้องของผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) กับมาตรฐานคุณวุฒิการศึกษา	18
3.2 การเชื่อมโยงระหว่างผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) กับผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับโมดูล	19
3.3 การกระจายความรับผิดชอบผลลัพธ์การเรียนรู้สู่รายวิชา (Curriculum Mapping)	23
4. แผนการศึกษา	29
4.1 แผนการเรียนรู้	29
4.2 กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล	33
4.3 ประสิทธิภาพภาคสนาม (สหกิจศึกษา)	38
ภาคผนวก	39
ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา (KSEC)	40-51



มหาวิทยาลัยสยาม

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชาการตลาด

((หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567))

คณะ/ภาควิชา : คณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาการตลาด

1. รหัสและชื่อหลักสูตร

รหัสหลักสูตร: 25501811101042

ภาษาไทย: หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

ภาษาอังกฤษ: Bachelor of Business Administration Program in Marketing

2. ชื่อปริญญา

ภาษาไทย: บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)

ภาษาอังกฤษ: Bachelor of Business Administration (Marketing)

อักษรย่อปริญญา: (ภาษาไทย) บธ.บ. (การตลาด)

อักษรย่อปริญญา: (ภาษาอังกฤษ) B.B.A. (Marketing)

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้ (Program Learning Outcomes: PLOs)

1.1 ผลลัพธ์การเรียนรู้ร่วมของหลักสูตรบริหารธุรกิจ (Core Program Learning Outcomes:

CPLOs) (PLO1 – PLO4 เป็นผลลัพธ์การเรียนรู้ร่วมของทุกหลักสูตรในคณะบริหารธุรกิจ)

PLO1 ใช้แนวคิดการบริหารธุรกิจในการทำงานตามเป้าหมายของงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อวิชาชีพ และตามบริบทของ ESG (Environment, Social, Governance)

PLO2 ทำแผนธุรกิจที่ตอบรับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals) โดยใช้เครื่องมือทางการบริหารธุรกิจสมัยใหม่

PLO3 วิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศ (Data Analytics) เบื้องต้น และใช้ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) ในงานธุรกิจ

PLO 4 สื่อสารได้อย่างเหมาะสมตามบริบทของงาน

1.2 ผลลัพธ์การเรียนรู้เฉพาะของสาขาวิชาการตลาด (Specific Program Learning

Outcomes: SPLOs)

PLO 5 ประยุกต์ความรู้ทางการตลาดในการเขียนแผนการตลาดอย่างสร้างสรรค์

PLO 6 ใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้

PLO 7 ขยายสินค้าผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออฟไลน์และออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์ม โดยใช้แนวคิดการตลาดดิจิทัลได้

2. ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป (General Education Learning Outcomes)

มหาวิทยาลัยสยามได้พัฒนาหลักสูตรหมวดวิชาศึกษาทั่วไป โดยมีคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรศึกษาหมวดวิชาทั่วไปเป็นผู้รับผิดชอบ ซึ่งหลักสูตรหมวดวิชาศึกษาทั่วไปนี้ได้รับการอนุมัติโดยสภามหาวิทยาลัย โดยหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ได้บรรจุเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตร ในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป และมีผลลัพธ์การเรียนรู้ทั่วไป (GELO) ดังนี้

1. ความรู้ (Knowledge)

GELO 1.1 สามารถประยุกต์ความรู้ที่จำเป็นเพื่อการดำรงชีวิตในสังคมที่เปลี่ยนแปลง

GELO 1.2 สามารถประยุกต์ความรู้ด้านการบริหารจัดการเพื่อสร้างจิตการเป็นผู้ประกอบการ

2. ทักษะ (Skills)

GELO 2.1 ใฝ่เรียนรู้ สามารถแสวงหาความรู้ใหม่ด้วยตนเองเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต

GELO 2.2 มีทักษะในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการแสวงหา วิเคราะห์ และนำเสนอข้อมูล

GELO 2.3 สามารถสื่อสารโดยใช้ภาษาอังกฤษและภาษาอื่นได้ถูกต้องเหมาะสมกับสถานการณ์

3. จริยธรรม (Ethics)

GELO 3.1 มีความซื่อสัตย์ มีระเบียบวินัย และค่านิยมที่ดี

GELO 3.2 แสดงพฤติกรรมความเป็นพลเมืองที่ดี มีความรับผิดชอบต่อสังคม

4. ลักษณะบุคคล (Character)

GELO 4.1 แสดงออกถึงความเห็นอกเห็นใจต่อผู้อื่นและเคารพผู้ที่มาจากสังคมและวัฒนธรรมที่ แตกต่างกัน

GELO 4.2 ปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของสังคม สื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล

GELO 4.3 มีจิตความเป็นผู้ประกอบการ

3. ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับโมดูล (Module Learning Outcomes)

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับโมดูล (Module Learning Outcomes) ของแต่ละโมดูลในหลักสูตร มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

วิชาแกน ประกอบด้วย โมดูลวิชาแกนและวิชาชีพ ดังนี้

โมดูล BUS-1 เปิดโลกธุรกิจ (Module BUS-1 General Business Foundation)

MLO1 ใช้ความรู้ด้านบริหารประสบการณ์คนในธุรกิจโลกและหลักการตลาดเพื่อแก้ปัญหาและตัดสินใจตามสถานการณ์ที่กำหนด

MLO2 บันทึกบัญชีในกิจการให้บริการ การขายสินค้า และการผลิตได้อย่างถูกต้องตามหลักการ

โมดูล BUS-2 เทคโนโลยีการเงิน และการบัญชี (Module BUS-2 Financial and Accounting Technology)

MLO1 ใช้หลักเศรษฐศาสตร์กับการจัดการธุรกิจ เพื่อแก้ปัญหาและตัดสินใจตามสถานการณ์ที่กำหนด

MLO2 แก้ไขเกี่ยวกับการเงินองค์กร การลงทุนในตลาดทุน และการจัดการทางการเงิน

MLO3 คำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ อากรแสตมป์ และภาษีหัก ณ ที่จ่าย

โมดูล BUS-3 ดิจิทัลทรานส์ฟอเมชันสำหรับธุรกิจ (Module BUS-3 (Digital Transformation for Business)

MLO1 ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์วิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศ ปัญญาประดิษฐ์ และการตลาดดิจิทัลเพื่อนำเสนอข้อมูลและเขียนแผนธุรกิจครบตามองค์ประกอบของ Lean Canvas

โมดูล BUS-4 สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (Module Bus-4 Business Environment)

MLO1 ใช้ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินการและห่วงโซ่อุปทาน กฎหมายธุรกิจ และการจัดการเชิงกลยุทธ์ ในการวางแผนเชิงกลยุทธ์ได้ตามสถานการณ์

โมดูล BUS-5 การประกอบการและความยั่งยืน (Module Bus-5 Entrepreneurship and Sustainability)

MLO1 เริ่มธุรกิจ โดยใช้แนวคิดนวัตกรรมเชิงออกแบบ บนพื้นฐานเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals)

MLO2 ทำคลิปวิดีโอเพื่อสื่อสารในรูปแบบ storytelling เกี่ยวกับการจัดการอย่างยั่งยืนของธุรกิจ

โมดูล BUS-6 ประสบการณ์วิชาชีพทางบริหารธุรกิจ (Module Bus-6 Cooperative Education and Work Experiences)

MLO1 ประยุกต์หลักการ แนวคิด และกระบวนการบริหารธุรกิจในการปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการ

โมดูล MKT-1 นวัตกรรมการตลาดในยุคดิจิทัล (Module MKT-1 Innovative Marketing in Digital Era)

- MLO1 เข้าใจหลักการจัดการตลาดนวัตกรรมการตลาด การวิเคราะห์ตลาดและประยุกต์เพื่อกำหนดกลยุทธ์และวางแผนการตลาด
- MLO2 เข้าใจและการออกแบบเพื่อสร้างตราผลิตภัณฑ์ และการสื่อสารเพื่อสร้างตราผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืน
- MLO3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสนับสนุนแผนการตลาด การกำหนดกลยุทธ์การตลาดและการเขียนแผนการตลาดอย่างสร้างสรรค์

โมดูล MKT-2 การสื่อสารการตลาดแบบไฮบริด (Module MKT-2 Hybrid Marketing Communication)

- MLO1 วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยต่างที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจ เส้นทางการตัดสินใจซื้อของลูกค้าในยุคดิจิทัล
- MLO2 เข้าใจและออกแบบเพื่อสร้างเนื้อหาสื่อ การสื่อสารตลาดเนื้อหาผ่านสื่อ ทักษะสื่อสารดิจิทัล และกลยุทธ์การตลาดทางสื่อดิจิทัลสำหรับสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อเข้าถึงลูกค้าเป้าหมาย
- MLO3 ประยุกต์เครื่องมือสื่อสารการตลาด การโฆษณา และการส่งเสริมการขาย เพื่อสื่อสารเข้าถึงลูกค้าเป้าหมาย

โมดูล MKT-3 เทคโนโลยีและนวัตกรรมการตลาด (Module MKT-3 Technology and Marketing Innovation)

- MLO1 เข้าใจและใช้เทคโนโลยีการตลาดเพื่อช่วยในการจัดการข้อมูลการตลาด วิเคราะห์ข้อมูลการตลาดเพื่อการตัดสินใจ ช่วยสนับสนุนการขายทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์
- MLO2 ใช้แนวคิดการจัดการช่องทางการตลาดเพื่อประยุกต์การจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางตลาดออฟไลน์และออนไลน์
- MLO3 เข้าใจเทคนิคการขายออฟไลน์และออนไลน์ และประยุกต์เพื่อฝึกขายผลิตภัณฑ์ผ่านแพลตฟอร์มในตลาดออนไลน์และขายผ่านช่องทางออฟไลน์

โมดูล MKT-04 กลยุทธ์การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ โมดูล (MKT-4 Marketing Strategy for Entrepreneur)

- MLO1 เข้าใจหลักการจัดการนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และราคา และประยุกต์หลักการเพื่อกำหนดกลยุทธ์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ตราผลิตภัณฑ์ และราคา
- MLO2 เข้าใจและประยุกต์หลักการจัดการการตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านแพลตฟอร์มและสื่อสังคมออนไลน์
- MLO3 วิเคราะห์ตลาดและประยุกต์กลยุทธ์การตลาด การตลาดอย่างยั่งยืน และตลาดเป้าหมายกลุ่มวัยรุ่นสูงอายุ และกลุ่ม LGBTQ+ เพื่อวางแผนการตลาดสำหรับการประกอบการ

โมดูล MKT-05 กลยุทธ์การตลาดเฉพาะทาง (Specialized Marketing Strategies)

- MLO 1 วิเคราะห์ตลาดและประยุกต์กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด วิธีการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศและตลาดโลก และการจัดการการตลาดระหว่างประเทศ และตลาดโลก
- MLO 2 เข้าใจตลาดบริการและประยุกต์เพื่อกำหนดกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ และการสร้างแบรนด์บริการ
- MLO3 วิเคราะห์และเข้าใจหลักการจัดการตลาดธุรกิจและอุตสาหกรรม เพื่อกำหนดกลยุทธ์การตลาดธุรกิจและอุตสาหกรรม

โมดูล MKT-06 การตลาดแบบ D2C (Direct to Consumer Marketing)

- MLO1 เข้าใจหลักการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ เทคโนโลยีเพื่อการจัดการ เพื่อการวางแผนกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์สร้างความสัมพันธ์และความภักดี
- MLO2 วิเคราะห์และประยุกต์เพื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการจัดการตลาดทางตรง การดำเนินการ กลยุทธ์ตลาดทางตรง การใช้สื่อและเครื่องมือสื่อสารการตลาด
- MLO3 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมการค้าปลีก และประยุกต์เพื่อกำหนดกลยุทธ์การจัดการตลาดค้าปลีก การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการเพื่อการค้าปลีก การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และการจัดการนวัตกรรมการค้าปลีก

4. ความคาดหวังของผลลัพธ์การเรียนรู้เมื่อสิ้นปีการศึกษา (YLO) วิธีการ/เกณฑ์การวัด การประเมิน

ตาราง ความคาดหวังของผลลัพธ์การเรียนรู้เมื่อสิ้นปีการศึกษา (YLO)

ชั้นปี	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับชั้นปี	ช่วงเวลา การ ประเมิน	วิธีการประเมิน	เกณฑ์การวัดและ ประเมินผล
ชั้นปีที่ 1	- ใช้ความรู้ด้านเศรษฐศาสตร์ การบริหารประสบการณ์คนเพื่อ ธุรกิจโลก การเงินและการบัญชี เพื่อแก้ปัญหาในการทำงาน - บันทึกบัญชีในกิจการให้บริการ การขายสินค้า และการผลิต - คำนวณภาษีประเภทต่างๆ ได้ อย่างถูกต้องตามหลักการ	หลังจบปี การศึกษา ที่ 1	- แบบทดสอบความสามารถของ ตนเอง ชุด BUS1 และ ชุด BUS2	- ระดับคะแนนตั้งแต่ ร้อยละ 70 ขึ้นไป
ชั้นปีที่2	-ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ การ วิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศ ปัญญาประดิษฐ์ และการตลาด	หลังจบปี การศึกษา ที่ 2	- ผลงานที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลช่วย ในการพัฒนากระบวนการทำงาน	- การนำเสนอแผน ธุรกิจ ใช้ Rubric Scoring โดยมติของ

ชั้นปี	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับชั้นปี	ช่วงเวลา การ ประเมิน	วิธีการประเมิน	เกณฑ์การวัดและ ประเมินผล
	ดิจิทัลในการวิเคราะห์และการ แสดงข้อมูลสำหรับการทำแผน ธุรกิจ - ใช้หลักการดำเนินการและห่วง โซ่อุปทาน กฎหมายธุรกิจ และ การจัดการเชิงกลยุทธ์ในการ พัฒนามาตรฐานทางธุรกิจและ วางแผนธุรกิจได้		หรือการตัดสินใจ - การนำเสนอผลงานแผนธุรกิจ ในรูปของ Business Model Canvas / Lean Canvas - แบบทดสอบความสามารถของ ตนเอง ชุด Bus3 หรือ ประกาศนียบัตร Meta Certified Digital Marketing Associate ออกใบรับรองโดย Pearson VUE และ ประกาศนียบัตร Project Management Ready ออก ใบรับรองโดย Project Management Institute (PMI) - แบบทดสอบความสามารถของ ตนเอง ชุด Bus4	กรรมการตัดสิน คะแนนผ่านระดับ 3 ขึ้นไป จากคะแนน 5 -ระดับคะแนนตั้งแต่ ร้อยละ 70 ขึ้นไป
ปี 2 พิเศษเฉพาะ	- ประยุกต์หลักการ แนวคิด การ จัดการนวัตกรรมการตลาด การ จัดการแบรนด์ เพื่อวางแผนและ เขียนแผนการตลาดอย่าง สร้างสรรค์	หลังจบปี การศึกษา ที่ 2	-นักศึกษาทำแบบทดสอบ ชุดที่ 1/MKT การเสนอแผนการตลาด เชิงสร้างสรรค์	-สอบการเสนอ แผนการตลาดเชิง สร้างสรรค์ ใช้ Rubric Scoring โดยมติของกรรมการ ตัดสิน คะแนนผ่าน ระดับ 3 ขึ้นไป จาก คะแนน 5
ชั้นปีที่ 3	- ริเริ่มทำธุรกิจโดยใช้แนวคิดการ	หลังจบปี	- โครงการริเริ่มธุรกิจของ	- ผลงาน สื่อ ใช้

ชั้นปี	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับชั้นปี	ช่วงเวลา การ ประเมิน	วิธีการประเมิน	เกณฑ์การวัดและ ประเมินผล
	ประกอบการและนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาธุรกิจที่ยั่งยืน - ทำคลิปวิดีโอเพื่อสื่อสารในรูปแบบ storytelling เกี่ยวกับการจัดการอย่างยั่งยืนของธุรกิจ	การศึกษา ที่ 3	นักศึกษา - ผลงานคลิปวิดีโอ storytelling เกี่ยวกับการจัดการความยั่งยืนของธุรกิจ - แบบทดสอบความสามารถของตนเอง ชุด Bus5 <u>หรือ</u> ประกาศนียบัตร Entrepreneurship and Small Business (ESB) และ ประกาศนียบัตร Communication Skills for Business (CSB) - โครงการด้านบริหารธุรกิจ/งานวิจัย	Rubric Scoring โดยมติของกรรมการตัดสิน คะแนนผ่านระดับ 3 ขึ้นไป จากคะแนน 5 - ระดับคะแนนตั้งแต่ร้อยละ 70 ขึ้นไป - โครงการธุรกิจ/วิจัย ใช้ Rubric Scoring โดยมติกรรมการตัดสิน คะแนนผ่านระดับ 3 ขึ้นไปจากคะแนน 5
ชั้นปีที่3 ชี้เฉพาะ	- วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ยุคดิจิทัล และการประยุกต์การใช้เครื่องมือสื่อสาร การตลาด การโฆษณาและส่งเสริมการขาย การทำการตลาดเนื้อหา เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ - วิเคราะห์ข้อมูลและการใช้เทคโนโลยีทางการตลาด เครื่องมือการตลาดดิจิทัล การจัดการช่องทางการตลาด และ ขายสินค้าผ่านช่องทาง	หลังจบปี การศึกษา ที่ 3	นักศึกษาทุกคนทำแบบทดสอบความสามารถของตนเอง ชุดที่ 2/MKT และชุดที่ 3/MKT มอบหมายการทดสอบชุดที่ 2/ MKTทดสอบ งานที่มอบหมายเพื่อแสดงการใช้เครื่องมือสื่อสาร การตลาดเพื่อเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายได้ ชุดที่ MKT/ 3 ทดสอบ งานที่มอบหมายแสดงทักษะด้านการขายผ่านช่องทางขายออนไลน์และ	-คะแนนทดสอบชุด MKT ชุด 2 และ 3 ใช้ Rubric Scoring โดยมติของกรรมการตัดสิน คะแนนผ่านระดับ 3 ขึ้นไป จากคะแนน 5/อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตรหรือผู้เชี่ยวชาญร่วมพิจารณา

ชั้นปี	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับชั้นปี	ช่วงเวลา การ ประเมิน	วิธีการประเมิน	เกณฑ์การวัดและ ประเมินผล
	ออนไลน์และออฟไลน์ได้		ออฟไลน์	
ชั้นปีที่ 4	- ประยุกต์หลักการ แนวคิด และ กระบวนการบริหารธุรกิจในการ ปฏิบัติงานจริงในสถาน ประกอบการ	หลังจบปี การศึกษา ที่ 4	- โครงการงานสหกิจศึกษา	- ตามเกณฑ์ สำนักสหกิจศึกษา

2. โครงสร้างหลักสูตร รายวิชาและหน่วยกิต

1. ระบบการจัดการศึกษา

1.1 ระบบ

มหาวิทยาลัยสยามจัดการศึกษาเป็นระบบทวิภาค โดยแบ่งเวลาการศึกษาในหนึ่งปีออกเป็นสองภาค การศึกษาปกติ แต่ละภาคจะมีระยะเวลาการศึกษาไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์ และหากเห็นสมควรมหาวิทยาลัยอาจจัดให้มีการศึกษาภาคฤดูร้อนก็ได้

การกำหนดปริมาณการศึกษาของแต่ละรายวิชา ให้กำหนดเป็นหน่วยกิตโดยมีเกณฑ์ต่อไปนี้

- 3 การศึกษาภาคฤดูร้อน การบรรยาย สัมมนา หรือการเรียนการสอนลักษณะอื่นที่เทียบเท่า ให้คิด 1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ หรือไม่น้อยกว่า 15 ชั่วโมง ต่อหนึ่งภาคการศึกษาปกติเท่ากับ 1 หน่วยกิต
- การศึกษาภาคปฏิบัติ การทดลอง การฝึก หรือการศึกษาที่เทียบเท่า ให้คิด 2 ถึง 3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ หรือตั้งแต่ 30 ถึง 45 ชั่วโมง ต่อหนึ่งภาคการศึกษาปกติเท่ากับ 1 หน่วยกิต

1.2 การจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน

การศึกษาภาคฤดูร้อน มีระยะเวลาการศึกษาไม่น้อยกว่า 6 สัปดาห์ และต้องมีชั่วโมงเรียนของแต่ละรายวิชา รวมกันทั้งหมดเทียบเคียงกับชั่วโมงของการศึกษาในภาคการศึกษาปกติ

1.3 การเทียบเคียงหน่วยกิตในระบบทวิภาค ไม่มี

2. การดำเนินการหลักสูตร

2.1 วัน-เวลาในการดำเนินการเรียนการสอน

ในเวลาทำการ	วันจันทร์ – วันเสาร์	เวลา 8.30 น. – 16.30 น.
นอกเวลาทำการ	วันจันทร์ – วันเสาร์	เวลา 17.00 น. – 21.00 น.
	วันอาทิตย์	เวลา 8.30 น. – 21.00 น.

ภาคเรียนที่ 1 เดือนสิงหาคม – เดือนธันวาคม

ภาคเรียนที่ 2 เดือนมกราคม – เดือนพฤษภาคม

ภาคฤดูร้อน เดือนมิถุนายน – เดือนสิงหาคม

3. โครงสร้างหลักสูตร รายวิชา และหน่วยกิต

3.1 โครงสร้างหลักสูตร

จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร 123 หน่วยกิต

(1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

27 หน่วยกิต

(2) หมวดวิชาเฉพาะ	90 หน่วยกิต	10 โฉดูล
2.1 วิชาแกน	54 หน่วยกิต	6 โฉดูล
2.2 วิชาเฉพาะ	36 หน่วยกิต	
- กลุ่มวิชาชีพอเฉพาะ	27 หน่วยกิต	3 โฉดูล
- กลุ่มวิชาชีพอเลือก	9 หน่วยกิต	1 โฉดูล

(3) หมวดวิชาเลือกเสรี 6 หน่วยกิต

3.2 รายวิชา และโฉดูล

การกำหนดรหัสประจำวิชาในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต มีดังนี้กำหนด

- กำหนดรหัสโฉดูล
 - ตัวอักษร BUS หมายถึง คณะบริหารธุรกิจ
 - ตัวอักษร MKT หมายถึง สาขาวิชาการตลาด
 - ตัวเลขหลังตัวอักษร หมายถึง เลขกำกับโฉดูล
- กำหนดรหัสรายวิชา : ความหมายของรหัสตัวเลข 3 ตัวแรก

103	หมายถึง	กลุ่มวิชาศึกษาทั่วไป
117	หมายถึง	กลุ่มวิชาศึกษาทั่วไป
130	หมายถึง	กลุ่มวิชาแกน
131	หมายถึง	กลุ่มวิชาการบัญชี
132	หมายถึง	กลุ่มวิชาการเงินและการลงทุน
133	หมายถึง	กลุ่มวิชาการตลาด
134	หมายถึง	กลุ่มวิชาการจัดการและการประกอบการ
135	หมายถึง	กลุ่มวิชาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ

*ตัวเลข 3 ตัวหลัง หมายถึง เลขกำกับรายวิชา

(1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

1. จำนวนหน่วยกิต ไม่น้อยกว่า 27 หน่วยกิต

1. รายวิชาบังคับ

โฉดูล 1 สมรรถนะทางภาษา ให้เรียนรายวิชาต่อไปนี้ 9 หน่วยกิต

117-401 ภาษาอังกฤษพื้นฐาน English Fundamentals	3(2-2-5)
117-402 ภาษาอังกฤษขั้นสูง English Communication in Everyday Life	3(2-2-5)
117-403 ภาษาอังกฤษเพื่อวิชาชีพ English for Academic Study	3(2-2-5)

*หากผู้เรียนมีคะแนนภาษาอังกฤษถึงเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนด ให้เรียนรายวิชาเลือกในหลักสูตรหมวด
 วิชาศึกษาทั่วไปแทนจำนวนไม่เกินหนึ่งรายวิชาตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

โมดูล 2 สมรรถนะทางดิจิทัล ให้เรียนรายวิชาต่อไปนี้ 9 หน่วยกิต

117-501 เอไอ ดิจิทัล และความปลอดภัยทางไซเบอร์ในชีวิตประจำวัน	3(2-2-5)
117-502 เครื่องมือดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต	3(2-2-5)
**117-503 การวิเคราะห์ข้อมูลและการแสดงแผนภาพข้อมูล	3(2-2-5)
**ผู้เรียนต้องผ่านการเรียนวิชา 117-501 และ 117-502 หากผู้เรียนมีทักษะทางด้านดิจิทัล	

เพียงพอ และได้รับการอนุมัติจากมหาวิทยาลัย ให้เรียนรายวิชาเลือกในหลักสูตรหมวดวิชาศึกษาทั่วไปแทน

โมดูล 3 การเป็นผู้ประกอบการเพื่อความยั่งยืน ให้เรียนรายวิชาต่อไปนี้ 9 หน่วยกิต

117-601 ความฝัน ความคิด และความยั่งยืน ตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง	3(3-0-6)
117-602 การออกแบบการคิดเพื่อสร้างนวัตกรรมและธุรกิจใหม่บนความยั่งยืน	3(2-2-5)
117-603 แบบจำลองธุรกิจและการบริหารโครงการอย่างยั่งยืน	3(2-2-5)

2. รายวิชาเลือก จำนวน 11 วิชา

103-121 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	3(2-2-5)
103-131 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน	3(2-2-5)
103-141 ภาษาญี่ปุ่นในชีวิตประจำวัน	3(2-2-5)
103-203 ความเป็นพลเมืองในสังคมไทยและสังคมโลก	3(3-0-6)
103-206 อาหาร การดูแลสุขภาพ และการออกกำลังกาย	3(2-2-5)
103-209 ศิลปะและดนตรีเพื่อสุนทรียภาพแห่งชีวิต	3(3-0-6)
103-210 นิยมไทยและอศรรายในสยาม	3(3-0-6)
103-212 จิตวิทยากับการพัฒนาชีวิต	3(3-0-6)
103-304 เปิดโลกชุมชนและการเรียนรู้ผ่านกิจกรรม	3(2-2-5)
103-308 การถ่ายภาพเชิงสร้างสรรค์	3(2-2-5)
117-604 การสร้างนวัตกรรม และปฏิบัติการสร้างธุรกิจสตาร์ทอัพ	3(2-2-5)

(2) หมวดวิชาเฉพาะ 90 หน่วยกิต

วิชาแกน 6 โมดูล 54 หน่วยกิต ให้เรียนรายวิชาในโมดูลต่อไปนี้

โมดูล BUS-1 เปิดโลกธุรกิจ (General Business Foundation) 9 หน่วยกิต ประกอบด้วย

131-106	การบัญชีขั้นต้น (Principles of Accounting)	3(3-0-6)
135-101	การบริหารประสบการณ์คนเพื่อธุรกิจโลก (Human Experience Management for Global Business)	3(3-0-6)
133-202	หลักการตลาด (Principles of Marketing)	3(3-0-6)

โมดูล BUS-2 เทคโนโลยีการเงินและการบัญชี (Financial and Accounting Technology)

9 หน่วยกิต ประกอบด้วย

132-203	การเงินธุรกิจและการลงทุนในตลาดทุน (Corporate Finance and Capital Market Investment)	3(3-0-6)
130-104	เศรษฐศาสตร์เพื่อการจัดการธุรกิจ (Economics for Business Management)	3(3-0-6)
130-303	การภาษีอากร (Taxation)	3(3-0-6)

โมดูล Bus-3 ดิจิทัลทรานส์ฟอเมชันสำหรับธุรกิจ

(Digital Transformation for Business) 9 หน่วยกิต ประกอบด้วย

130-218	สถิติ การวิเคราะห์ข้อมูลและปัญญาประดิษฐ์สำหรับธุรกิจ (Statistics, Data Analytics and AI for Business)	3(3-0-6)
133-203	การตลาดดิจิทัลและการสร้างแผนภาพข้อมูล (Digital Marketing and Data Visualization)	3(3-0-6)
134-304	การบริหารโครงการในยุคดิจิทัล (Project Management in Digital Age in Digital age)	3(3-0-6)

โมดูล BUS-4 สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (Business Environment)

9 หน่วยกิต

130-108	การดำเนินงานและการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Operations and Supply Chain Management)	3(3-0-6)
---------	---	----------

2) วิชาชีพเลือก

1 โมดูล

9 หน่วยกิต

ให้เลือกเรียนรายวิชาในโมดูลต่อไปนี้ หรือรายวิชาชีพเลือกอื่น ๆ ของหลักสูตร หรือรายวิชาในหมวดเฉพาะของหลักสูตรอื่นในมหาวิทยาลัยสยาม /สถาบันการศึกษาอื่นที่ได้รับความเห็นชอบจากหลักสูตร

โมดูล MKT-4 กลยุทธ์การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ (Marketing Strategy for Entrepreneur)

9 หน่วยกิต

133-404	นวัตกรรมจัดการผลิตภัณฑ์และราคา (Product and Price Innovative Management)	3(3-0-6)
133-424	การตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E – commerce Marketing)	3(3-0-6)
133-418	การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Marketing)	3 (3-0-6)

โมดูล MKT-5 กลยุทธ์การตลาดเฉพาะทาง (Specialized Marketing Strategies) 9 หน่วยกิต

133-310	การตลาดระหว่างประเทศและการตลาดโลก (International and Global Marketing)	3 (3-0-6)
133-405	การตลาดบริการและการสร้างแบรนด์บริการ (Service Marketing and Service Branding)	3 (3-0-6)
133-419	การตลาดธุรกิจและอุตสาหกรรม (Business and Industrial Marketing)	3 (3-0-6)

โมดูล MKT-6 การจัดการตลาดแบบ D2C (Direct to Consumer Marketing)

9 หน่วยกิต

133-425	การบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management)	3(3-0-6)
133-406	การตลาดทางตรง (Direct Marketing)	3 (3-0-6)
33-410	การจัดการตลาดค้าปลีก (Retail Marketing Management)	3 (3-0-6)

(3) หมวดวิชาเลือกเสรี

เลือกเรียนรายวิชาใดก็ได้ที่เปิดสอนในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยสยาม และ/หรือสถาบันการศึกษาอื่นที่ได้รับความเห็นชอบจากหลักสูตร

3. รายละเอียดผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา

3.1 มาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา

(1) ด้านความรู้

1.1 ใช้แนวคิดการบริหารธุรกิจในการทำงานตามเป้าหมายของงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อวิชาชีพ และตามบริบทของ ESG (Environment, Social, Governance)

1.2 ทำแผนธุรกิจที่ตอบสนองเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals) โดยใช้เครื่องมือทางการบริหารธุรกิจสมัยใหม่

1.3 ประยุกต์ความรู้ทางการตลาดในการเขียนแผนการตลาดอย่างสร้างสรรค์

(2) ด้านทักษะ

2.1 วิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศ (Data Analytics) เบื้องต้นและใช้ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) ในงานธุรกิจ

2.2 สื่อสารทางธุรกิจได้ตามบริบทของงาน

2.4 ใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

2.5 ขายสินค้าผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออฟไลน์และออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์ม โดยใช้แนวคิดการตลาดดิจิทัล

(3) ด้านจริยธรรม

3.1 แสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อวิชาชีพ ตนเอง สังคมและสิ่งแวดล้อม

3.2 แสดงออกซึ่งความซื่อสัตย์สุจริต และความถูกต้อง

(4) ด้านลักษณะบุคคล

4.1 เป็นผู้ใฝ่รู้และเรียนรู้สิ่งใหม่

4.2 เป็นผู้ที่มีความเป็นผู้นำ

4.3 เป็นผู้ที่มีความเป็นผู้ประกอบการและมี Growth Mindset

4.4 เป็นผู้มีความเป็นนักการตลาดที่ปรับตัวได้ในสถานการณ์ตลาดที่เปลี่ยนไป

3.2 ความสอดคล้องของผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) กับมาตรฐานคุณวุฒิการศึกษา

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของ หลักสูตร (PLOs)	มาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา			
	ด้านความรู้	ด้านทักษะ	ด้านจริยธรรม	ด้านลักษณะ บุคคล
PLO1 ใช้แนวคิดการบริหารธุรกิจในการทำงานตามเป้าหมายของงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อวิชาชีพ และตามบริบทของ ESG (Environment, Social, Governance)	1.1		3.1	4.1, 4.2
PLO2 ทำแผนธุรกิจที่ตอบสนองเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals) โดยใช้เครื่องมือทางการบริหารธุรกิจสมัยใหม่	1.2		3.1, 3.2	4.2, 4.3
PLO3 วิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศ (Data Analytics) เบื้องต้น และใช้ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) ในงานธุรกิจ		2.1	3.1, 3.2	4.3
PLO4 สื่อสารได้อย่างเหมาะสมตามบริบทของงาน		2.2		
PLO5 ประยุกต์ความรู้ทางการตลาดในการเขียนแผนการตลาดอย่างสร้างสรรค์	1.3		3.1, 3.2	4.1, 4.4
PLO6 ใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้		2.4	3.1, 3.2	4.1, 4.4
PLO7 ขยายสินค้าผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออฟไลน์และออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์ม โดยใช้แนวคิดการตลาดดิจิทัลได้		2.5	3.1, 3.2	4.1, 4.4

3.3 แผนที่แสดงการเชื่อมโยงระหว่างผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) กับผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับโมดูล (MLOs)

โมดูล	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับโมดูล (MLOs)	PL O1	PLO2	PLO3	PLO 4	PLO 5	PLO 6	PLO 7
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป								
กลุ่มที่ 1 ภาษาและการสื่อสาร					✓			
กลุ่มที่ 2 การดำรงชีวิตใน ศตวรรษที่ 21				✓				
กลุ่มที่ 3 การเป็น ผู้ประกอบการเพื่อความยั่งยืน		✓	✓					
กลุ่มวิชาแกน								
โมดูล BUS-1 เปิดโลกธุรกิจ (Module BUS-1 General Business Foundation)	MLO1 ใช้ความรู้ด้านบริหารประสบการณ์คน ในธุรกิจโลกและหลักการตลาดเพื่อแก้ปัญหา และตัดสินใจตามสถานการณ์ที่กำหนด MLO2 บันทึกบัญชีในกิจการให้บริการ การ ขายสินค้า และการผลิต	✓						
โมดูล BUS-2 เทคโนโลยี การเงินและการบัญชี (Module BUS-2 Financial and Accounting Technology)	MLO1 อธิบายการใช้หลักเศรษฐศาสตร์กับ การจัดการธุรกิจ MLO2 แก่โจทย์เกี่ยวกับการเงินองค์กร การ ลงทุนในตลาดทุน และการจัดการทางการเงิน MLO3 คำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษี เงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจ เฉพาะ อากรแสตมป์ และภาษีหัก ณ ที่จ่าย	✓		✓				
โมดูล Bus-3 ดิจิทัลทรานส์ฟอ เมชันสำหรับธุรกิจ (Module Bus-3 Digital Transformation for Business))	MLO1 ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์วิเคราะห์ ข้อมูลสารสนเทศ ปัญหาประดิษฐ์ และ การตลาดดิจิทัลเพื่อนำเสนอข้อมูลและเขียน แผนธุรกิจครบตามองค์ประกอบของ Lean Canvas MLO2 อธิบายบทบาทของข้อมูลในการ ขับเคลื่อนการตลาดดิจิทัล การบริหาร	✓	✓	✓				

โมดูล	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับโมดูล (MLOs)	PL O1	PLO2	PLO3	PLO 4	PLO 5	PLO 6	PLO 7
	โครงการในยุคดิจิทัล และการประยุกต์ใช้ AI ในธุรกิจ MLO3 ใช้ความรู้เกี่ยวกับการจัดการข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การจัดการทางสถิติ การตลาดดิจิทัล การบริหารโครงการในยุคดิจิทัลและ AI เพื่อธุรกิจได้อย่างเหมาะสม							
โมดูล Bus-4 สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (Module Bus-4 Business Environment)	MLO1 ใช้ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินการและห่วงโซ่อุปทาน กฎหมายธุรกิจ และการจัดการเชิงกลยุทธ์ ในการวางแผนเชิงกลยุทธ์ได้ตามสถานการณ์ MLO2 ระบุทฤษฎีและแนวคิดหลักในการพัฒนากลยุทธ์ทางธุรกิจ MLO3 ใช้ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินการและห่วงโซ่อุปทาน กฎหมายธุรกิจ และการจัดการเชิงกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจได้อย่างเหมาะสม	✓	✓					
โมดูล Bus-5 การประกอบการและความยั่งยืน (Module Bus-5 Entrepreneurship and Sustainability)	MLO1 เริ่มธุรกิจโดยใช้แนวคิดนวัตกรรมเชิงออกแบบบนพื้นฐานเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals) MLO2 ทำคลิปวิดีโอเพื่อสื่อสารในรูปแบบ storytelling เกี่ยวกับการจัดการอย่างยั่งยืนของธุรกิจ	✓	✓		✓			
โมดูล Bus-6 ประสบการณ์วิชาชีพทางบริหารธุรกิจ (Module Bus-6 Cooperative Education and Work Experiences)	MLO1 ประยุกต์หลักการ แนวคิด และกระบวนการบริหารธุรกิจในการปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการ	✓		✓	✓	✓	✓	✓

โมดูล	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับโมดูล (MLOs)	PL O1	PLO2	PLO3	PLO 4	PLO 5	PLO 6	PLO 7
วิชาชีพเฉพาะ								
โมดูล MKT-1 นวัตกรรม การตลาดในยุคดิจิทัล	MLO1 เข้าใจหลักการจัดการตลาดนวัตกรรม การตลาด การวิเคราะห์ตลาดและประยุกต์เพื่อกำหนดกลยุทธ์และวางแผนการตลาด MLO2 เข้าใจและการออกแบบเพื่อการสร้างตราผลิตภัณฑ์ และการสื่อสารเพื่อสร้างตราผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืน MLO3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสนับสนุนแผนการตลาด การกำหนดกลยุทธ์การตลาด และการเขียนแผนการตลาดอย่างสร้างสรรค์					✓	✓	✓
โมดูล MKT-2 การสื่อสาร การตลาดแบบไฮบริด	MLO1 วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยต่างที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจ เส้นทางการตัดสินใจซื้อของลูกค้าในยุคดิจิทัล MLO2 การออกแบบเพื่อสร้างเนื้อหาสื่อ การสื่อสารตลาดเนื้อหาผ่านสื่อ ทักษะสื่อสารดิจิทัล และกลยุทธ์การตลาดทางสื่อดิจิทัลสำหรับสื่อสังคมออนไลน์ MLO3 ประยุกต์เครื่องมือสื่อสารการตลาด การโฆษณา และการส่งเสริมการขาย เพื่อสื่อสารเข้าถึงลูกค้าเป้าหมาย					✓	✓	✓
โมดูล MKT-3 เทคโนโลยีและ นวัตกรรมการตลาด	MLO1 เข้าใจและใช้เทคโนโลยีการตลาดเพื่อช่วยในการจัดการข้อมูลการตลาด วิเคราะห์ข้อมูลการตลาดเพื่อการตัดสินใจ ช่วยสนับสนุนการขายทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์ MLO2 ใช้แนวคิดการจัดการช่องทางการตลาดเพื่อประยุกต์การจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางตลาดออฟไลน์และออนไลน์ MLO3 เข้าใจเทคนิคการขายออฟไลน์และออนไลน์ และประยุกต์เพื่อฝึกขายผลิตภัณฑ์ผ่านแพลตฟอร์มในตลาด ออนไลน์และขายผ่านช่องทางออฟไลน์					✓	✓	✓

โมดูล	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับโมดูล (MLOs)	PL O1	PLO2	PLO3	PLO 4	PLO 5	PLO 6	PLO 7
วิชาชีพเลือก								
โมดูล MKT-04 กลยุทธ์ การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ(Marketing Strategy for Entrepreneur)	MLO1 เข้าใจหลักการจัดการนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์และราคา และประยุกต์หลักการเพื่อ กำหนดกลยุทธ์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ตรา ผลิตภัณฑ์ และราคา MLO2 เข้าใจและประยุกต์หลักการจัดการ การตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ผ่าน แพลตฟอร์มและสื่อ สังคมออนไลน์ MLO3 วิเคราะห์ตลาดและประยุกต์กลยุทธ์ การตลาด การตลาดอย่างยั่งยืน และตลาด เป้าหมายกลุ่มวัยรุ่น สูงอายุ และกลุ่ม LGBTQ+ เพื่อวางแผนการตลาดสำหรับการ ประกอบการ					✓	✓	✓
โมดูล MKT-05 กลยุทธ์การตลาด เฉพาะทาง	MLO1 วิเคราะห์ตลาดและประยุกต์ กลยุทธ์ ส่วนประสมการตลาด วิธีการเข้าสู่ตลาด ระหว่างประเทศและตลาดโลก และการ จัดการการตลาดระหว่างประเทศ และ ตลาดโลก MLO2 เข้าใจตลาดบริการและประยุกต์เพื่อ กำหนดกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ และการสร้างแบรนด์บริการ MLO3 วิเคราะห์และประยุกต์หลักการจัด ตลาดธุรกิจและอุตสาหกรรมเพื่อกำหนดกล ยุทธ์และวางแผนตลาดธุรกิจและอุตสาหกรรม					✓	✓	✓
โมดูล MKT-06 การตลาดแบบ D2C (Direct to Consumer Marketing)	MLO1 เข้าใจหลักการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ เทคโนโลยีเพื่อการจัดการ เพื่อการวางแผนกล ยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์สร้าง ความสัมพันธ์และความภักดี MLO2 วิเคราะห์และประยุกต์เพื่อกำหนด กลุ่มเป้าหมายในการจัดการตลาดทางตรง การ ดำเนินการ กลยุทธ์ตลาดทางตรง การใช้สื่อ					✓	✓	✓

โมดูล	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับโมดูล (MLOs)	PL O1	PLO2	PLO3	PLO 4	PLO 5	PLO 6	PLO 7
	และเครื่องมือสื่อสารการตลาด MLO3 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมการค้าปลีก และประยุกต์เพื่อกำหนดกลยุทธ์การจัดการ ตลาดค้าปลีก การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณา การเพื่อการค้าปลีก การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และการจัดการนวัตกรรมการค้าปลีก							

3.4 แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบผลลัพธ์การเรียนรู้สู่รายวิชา (Curriculum Mapping) ตามลำดับปีที่ศึกษาและภาคการศึกษา

Introductory (I): รายวิชาที่มีเนื้อหาหรือทักษะระดับพื้นฐานที่จำเป็นต่อการบรรลุ PLOs

Reinforce (R): รายวิชาที่มีเนื้อหาหรือทักษะระดับกลางขึ้นจากระดับพื้นฐานที่จำเป็นต่อการบรรลุ PLOs

Mastery (M): รายวิชาที่มีเนื้อหาหรือทักษะเชิงลึกที่จำเป็นต่อการบรรลุ PLOs

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	PLO 1	PLO 2	PLO 3	PLO 4	PLO 5	PLO 6	PLO 7
ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 1								
103-111	ภาษาอังกฤษพื้นฐาน				I			
หรือ	103-112 การสื่อสารภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน (กรณีมีผลสอบภาษาอังกฤษคะแนนผ่านเกณฑ์) GE กลุ่มภาษาและการสื่อสาร (วิชาที่ 1)				I			
103-201	ทักษะดิจิทัลสำหรับศตวรรษที่ 21 GE กลุ่มการดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21 (วิชาที่ 1)			I				
103-301	หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน GE กลุ่มการเป็นผู้ประกอบการเพื่อความยั่งยืน (วิชาที่ 1)	I						
โมดูล BUS-1 เปิดโลกธุรกิจ (Module BUS-1 General Business Foundation)								
131-106	การบัญชีขั้นต้น	I						
135-101	การบริหารประสบการณ์คนเพื่อธุรกิจโลก	I						

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	PLO 1	PLO 2	PLO 3	PLO 4	PLO 5	PLO 6	PLO 7
133-202	หลักการตลาด	I						
ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 2								
103-112	การสื่อสารภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน หากสอบผ่านเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนด) ให้ ลงเรียน 103-113 ภาษาอังกฤษเพื่อการศึกษา ทางวิชาการ GEกลุ่มภาษาและการสื่อสาร (วิชาที่ 2)				R			
103-202	การวิเคราะห์ข้อมูลและการเรียนรู้ของเครื่องจักร เบื้องต้น GE กลุ่มการดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21 (วิชาที่ 2)			I				
103-302	การออกแบบการคิดเพื่อสร้างนวัตกรรมและธุรกิจใหม่ GE กลุ่มการเป็นผู้ประกอบการเพื่อความยั่งยืน (วิชาที่ 2)	I						
โมดูล BUS-2 เทคโนโลยีการเงินและการบัญชี (Module BUS-2 Financial and Accounting Technology)								
132-203	การเงินธุรกิจและการลงทุนในตลาดทุน	I		I				
130-104	เศรษฐศาสตร์เพื่อการจัดการธุรกิจ			I				
130-303	การภาษีอากร	R		I				
ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 1								
GE3 (Thai Students)								
	วิชาศึกษาทั่วไปเลือกตัวที่ 1 (GenEd Elective1)							
	วิชาศึกษาทั่วไปเลือกตัวที่ 2 (GenEd Elective2)							
	วิชาศึกษาทั่วไปเลือกตัวที่ 3 (GenEd Elective3)							

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	PLO 1	PLO 2	PLO 3	PLO 4	PLO 5	PLO 6	PLO 7
โมดูล Bus-3 ดิจิทัลทรานส์ฟอเมชันสำหรับธุรกิจ (Module Bus-3 (Digital Transformation for Business))								
130-218	สถิติ การวิเคราะห์ข้อมูลและปัญหาประดิษฐ์สำหรับธุรกิจ			M				
133-203	การตลาดดิจิทัลและการสร้างแผนภาพข้อมูล		R	R				
134-304	การบริหารโครงการในยุคดิจิทัล	R	R					
ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2								
โมดูล Bus-4 สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (Module Bus-4 Business Environment)								
130-108	การดำเนินงานและการจัดการห่วงโซ่อุปทาน	R						
130-302	กฎหมายธุรกิจ	R						
130-405	การจัดการเชิงกลยุทธ์	R	R			R		
โมดูล MKT-1 นวัตกรรมการตลาดในยุคดิจิทัล (Innovation Marketing in Digital Era)								
133-301	การจัดการนวัตกรรมการตลาด					M	R	R
133-413	การจัดการแบรนด์เพื่อความยั่งยืน					R	R	R
133-416	การวางแผนการตลาดและการวิเคราะห์ข้อมูล					M	R	R
ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1								
โมดูล Bus-5 การประกอบการและความยั่งยืน (Module Bus-5 Entrepreneurship and Sustainability)								
130-208	การประกอบการและนวัตกรรม		M					
130-311	การจัดการเพื่อความยั่งยืน	R	R					
130-310	การเล่าเรื่อง การสื่อสารธุรกิจ และการเจรจาต่อรอง				M			
โมดูล MKT-2 การสื่อสารการตลาดแบบไฮบริด (Module MKT-2 Hybrid Marketing Communication)								
133-302	พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล (Consumer Behavior in Digital Era)					R	R	R

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	PLO 1	PLO 2	PLO 3	PLO 4	PLO 5	PLO 6	PLO 7
133-421	การตลาดเนื้อหาและโซเชียลมีเดีย (Content Marketing and Social Media)					R	M	R
133-311	การสื่อสารการตลาด โฆษณาและส่งเสริมการขาย (Marketing Communication, Advertising and Sale Promotion)					R	M	R
ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2								
โมดูล MKT-3 เทคโนโลยีและนวัตกรรมการตลาด (Module MKT-3 Technology and Marketing Innovation)								
133-422	เทคโนโลยีทางการตลาดและการวิเคราะห์ข้อมูล (Market Technology and Market Analysis)					R	R	R
133-308	การจัดการช่องทางการตลาด (Marketing Channels Management)					R	R	M
133-423	กลยุทธ์การขายในยุคดิจิทัล (Sales Strategy in Digital Age)					R	R	M
โมดูล Bus-6 ประสบการณ์วิชาชีพทางบริหารธุรกิจ Module Bus-6 Cooperative Education and Work Experiences								
130-490	Cooperative Education Preparation (เตรียมสหกิจศึกษา)	R						
130-309	การศึกษาเฉพาะด้านทางการบริหารธุรกิจ (Special Topic in Business Administration) ศึกษารายวิชา 133-309 วิจัยการตลาด	R				R	R	R
	เสรีวิชาที่ 1							
	เสรีวิชาที่ 2							
ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 3 (ฤดูร้อน)								
130-491	สหกิจศึกษา (M)* ขึ้นอยู่กับการปฏิบัติงานสหกิจที่ฝึกประสบการณ์	M		R	R	(M)*	(M)*	(M)*

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	PLO 1	PLO 2	PLO 3	PLO 4	PLO 5	PLO 6	PLO 7
	วิชาชีพการตลาดที่สอดคล้องกับ PLO ใดใน PLO 5-7							
ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 1								
โมดูล MKT-4 Marketing Strategy for Entrepreneur)								
133-404	นวัตกรรมจัดการผลิตภัณฑ์และราคา (Product and Price Innovative Management) (ซีฟเลือก1)					R	R	R
133-425	การตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce Marketing) (ซีฟเลือก2)					R	R	R
133-418	การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Marketing) (ซีฟเลือก3)					R	R	R
MKT-0x*	วิชาชีพเลือก เลือก 1 โมดูล จาก MKT-04 ถึง MKT-06 หรือ ซีฟเลือกรายวิชา หรือเลือกจากหมวดซีฟเฉพาะของทุกหลักสูตรในมหาวิทยาลัยสยาม / สถาบันการศึกษาอื่นที่ได้รับความเห็นชอบจากหลักสูตร							
วิชาเลือก หมวดศึกษาทั่วไป								
	กลุ่มที่ 1 ภาษาและการสื่อสาร							
103-113	ภาษาอังกฤษเพื่อการศึกษาทางวิชาการ				R			
103-114	ภาษาอังกฤษเพื่อการนำเสนอแบบมืออาชีพ				R			
102-121	ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร				R			
103-122	ภาษาไทยเพื่อการนำเสนอ				R			
103-123	ภาษาไทยสำหรับผู้ประกอบการ				R			
103-131	ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน				I			
103-141	ภาษาญี่ปุ่นในชีวิตประจำวัน				I			
103-151	การเขียนโค้ดคอมพิวเตอร์สำหรับทุกคน			I				
	กลุ่มที่ 2 การดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21							
103-203	ความเป็นพลเมืองในสังคมไทยและสังคมโลก	I						
103-204	มนุษยสัมพันธ์และการพัฒนาบุคลิกภาพ	I						
103-205	จิตวิทยาในชีวิตประจำวัน	I						
103-206	อาหาร การดูแลสุขภาพ และการออกกำลังกาย	I						
103-207	สารเคมีในชีวิตประจำวัน	I						
103-208	คณิตความรู้และสถิติในชีวิตประจำวัน	I						

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	PLO 1	PLO 2	PLO 3	PLO 4	PLO 5	PLO 6	PLO 7
103-209	ศิลปะและดนตรีเพื่อสุนทรียภาพแห่งชีวิต	I						
103-210	นิยามไทยและอศรรายในสยาม	I						
103-211	โยคะ สมาธิ และศิลปะการดำเนินชีวิต	I						
	กลุ่มที่ 3 การเป็นผู้ประกอบการเพื่อความยั่งยืน							
103-303	การบริหารการเงินอย่างชาญฉลาด	I						
103-304	เปิดโลกชุมชนและการเรียนรู้ผ่านกิจกรรม	I	I					
103-305	เทคโนโลยีสีเขียวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน		I	I				
103-306	อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่งและเทคโนโลยีอัจฉริยะสำหรับทุกคน			I				
103-307	ห้องทดลองที่มีชีวิตเพื่อความยั่งยืน		I					
103-308	การถ่ายภาพเชิงสร้างสรรค์		I				I	
103-208	คณิตความรู้และสถิติในชีวิตประจำวัน	I						
103-209	ศิลปะและดนตรีเพื่อสุนทรียภาพแห่งชีวิต	I						
103-210	นิยามไทยและอศรรายในสยาม	I						
103-211	โยคะ สมาธิ และศิลปะการดำเนินชีวิต	I						
วิชาชีพเลือก หมวดวิชาเฉพาะ								
โมดูล MKT-05 กลยุทธ์การตลาดเฉพาะทาง								
133-310	การตลาดระหว่างประเทศและการตลาดโลก					R	R	R
133-405	การตลาดบริการและการสร้างแบรนด์บริการ					R	R	R
133-419	การตลาดธุรกิจและอุตสาหกรรม					R	R	R
โมดูล MKT-06 การตลาดแบบ D2C								
133-425	การบริหารลูกค้าสัมพันธ์					R	R	R
133-406	การตลาดทางตรง					R	R	R
133-410	การจัดการตลาดค้าปลีก					R	R	R

หมายเหตุ *กรณีผู้เรียนมีความพร้อมปฏิบัติงานสหกิจศึกษาทันทีหลังการเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา สามารถลงทะเบียนและออกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาในปีที่ 3 ภาคเรียนฤดูร้อน ต่อเนื่องได้

และ**ให้นำรายวิชาตามแผนเรียนของชั้นในปีที่ 4 `ภาคเรียนที่ 2 มาลงทะเบียนเรียนในชั้นในปีที่ 4 `ภาคเรียนที่ 1

4. แผนการศึกษา

1. แผนการเรียน

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตร 4 ปี

ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 1		
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
GE1		
117-401	ภาษาอังกฤษขั้นต้น (GE กลุ่มภาษาและสื่อสาร (วิชาที่ 1))	3
117-501	เอไอ ดิจิทัล และความปลอดภัยทางไซเบอร์ในชีวิตประจำวัน (GE กลุ่มการดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21) (วิชาที่ 1))	3
	**ผู้เรียนต้องผ่านการเรียนวิชา 117-501 และ 117-502 หากผู้เรียนมีทักษะทางด้านดิจิทัลเพียงพอ และได้รับการอนุมัติจากมหาวิทยาลัย ให้เรียนรายวิชาเลือกในหลักสูตรหมวดวิชาศึกษาทั่วไปแทน	
117-601	ความฝัน ความคิด และความยั่งยืน ตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (GE กลุ่มการเป็นผู้ประกอบการเพื่อความยั่งยืน (วิชาที่ 1))	3
โมดูล BUS-1 เปิดโลกธุรกิจ (General Business Foundation)		
131-106	การบัญชีขั้นต้น (Principles of Accounting)	3
135-101	การบริหารประสบการณ์คนเพื่อธุรกิจโลก (Human Experience Management for Global Business)	3
133-202	หลักการตลาด (Principles of Marketing)	3
รวม		18

ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 2		
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
GE2		
117-402	ภาษาอังกฤษขั้นสูง (GE กลุ่มภาษาและสื่อสาร (วิชาที่ 2))	3
117-502	เครื่องมือดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต (GE กลุ่มการดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21) (วิชาที่ 2))	3

117-602	การออกแบบการคิดเพื่อสร้างนวัตกรรมและธุรกิจใหม่บนความยั่งยืน	3
	**ผู้เรียนต้องผ่านการเรียนวิชา 117-501 และ 117-502 หากผู้เรียนมีทักษะทางด้านดิจิทัลเพียงพอ และได้รับการอนุมัติจากมหาวิทยาลัย ให้เรียนรายวิชาเลือกในหลักสูตรหมวดวิชาศึกษาทั่วไปแทน (GE กลุ่มการเป็นผู้ประกอบการเพื่อความยั่งยืน (วิชาที่ 3)	
โมดูล BUS-2 เทคโนโลยีการเงินและการบัญชี (Financial and Accounting Technology)		
132-203	การเงินธุรกิจและการลงทุนในตลาดทุน (Corporate Finance and Capital Market Investment)	3
130-104	เศรษฐศาสตร์เพื่อการจัดการธุรกิจ (Economics for Business Management)	3
130-303	การภาษีอากร (Taxation)	3
รวม		18

ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 1		
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
GE3		
117-403	ภาษาอังกฤษเพื่อวิชาชีพ (GE เลือกวิชาที่ 1)	
117-503	การวิเคราะห์ข้อมูลและการแสดงแผนภาพข้อมูล (GE เลือกวิชาที่ 2)	3
117-603	แบบจำลองธุรกิจและการบริหารโครงการอย่างยั่งยืน (GE เลือกวิชาที่ 3)	3
โมดูล Bus-3 ดิจิทัลทรานส์ฟอเมชันสำหรับธุรกิจ (Digital Transformation for Business)		
130-218	สถิติ การวิเคราะห์ข้อมูลและปัญญาประดิษฐ์สำหรับธุรกิจ (Statistics, Data Analytics and AI for Business)	3
133-203	การตลาดดิจิทัลและการสร้างแผนภาพข้อมูล (Digital Marketing and Data Visualization)	3
134-304	การบริหารโครงการในยุคดิจิทัล (Project Management in Digital Age)	3
รวม		18

ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2		
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต

โมดูล Bus-4 สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (Business Environment)		
130-108	การดำเนินงานและการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Operations and Supply Chain Management)	3
130-302	กฎหมายธุรกิจ (Business Law)	3
130-405	การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management)	3
โมดูล MKT-1 นวัตกรรมการตลาดในยุคดิจิทัล (Innovation Marketing in Digital Era)		
133-301	การจัดการนวัตกรรมการตลาด (Innovative Marketing Management)	3
133-413	การจัดการแบรนด์เพื่อความยั่งยืน (Brand Management for Sustainable)	3
133-416	การวางแผนการตลาดและการวิเคราะห์ข้อมูล (Marketing Planning and Data Analysis)	3
รวม		18

ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1		
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
โมดูล Bus-5 การประกอบการและความยั่งยืน (Entrepreneurship and Sustainability)		
130-208	การประกอบการและนวัตกรรม (Entrepreneurship and Innovation)	3
130-310	การเล่าเรื่อง การสื่อสารธุรกิจ และการเจรจาต่อรอง (Storytelling, Negotiation and Business Communication)	3
130-311	การจัดการเพื่อความยั่งยืน (Managing Sustainably)	3
โมดูล MKT-2 การสื่อสารการตลาดแบบไฮบริด (Hybrid Marketing Communication)		
133-302	พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล (Consumer Behavior in Digital Era)	3
133-421	การตลาดเนื้อหาและโซเชียลมีเดีย (Content Marketing and Social Media)	3
133-311	การสื่อสารการตลาด โฆษณาและส่งเสริมการขาย (Marketing Communication, Advertising and Sale Promotion)	3
รวม		18

ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2		
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
โมดูล MKT-3 เทคโนโลยีและนวัตกรรมการตลาด (Module MKT-3 Technology and Marketing Innovation)		

133-422	เทคโนโลยีทางการตลาดและการวิเคราะห์ข้อมูล (Market Technology and Market Analysis)	3
133-308	การจัดการช่องทางการตลาด (Marketing Channels Management)	3
133-423	กลยุทธ์การขายในยุคดิจิทัล (Sales Strategy in Digital Age)	3
โมดูล Bus-6 ประสบการณ์วิชาชีพทางบริหารธุรกิจ Module Bus-6 Cooperative Education and Work Experiences		
130-490	เตรียมสหกิจศึกษา (Cooperative Education Preparation)	1
130-309	การศึกษาเฉพาะด้านทางการบริหารธุรกิจ (Special Topic in Business Administration) (ศึกษาวิชา 133-309 การวิจัยการตลาด)	3
	วิชาเลือกเสรีวิชา 1	3
	วิชาเลือกเสรีวิชา 2	3
รวม		19

ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 1		
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
130-491	สหกิจศึกษา (Cooperative Education)	5
รวม		5
ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 2		
โมดูล MKT-4 Marketing Strategy for Entrepreneur) วิชาชีพเลือก 1 โมดูล จาก MKT-04-06 หรือ ชีพเลือกรายวิชาสาขาการตลาด หรือชีพเลือกหลักสูตรอื่น (3 วิชา 9 นก.)		
133-404	นวัตกรรมจัดการผลิตภัณฑ์และราคา (Product and Price Innovative Management) (ชีพเลือก1)	3
133-424	การตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce Marketing) (ชีพเลือก2)	3
133-418	การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Marketing) (ชีพเลือก3)	3
รวม		9

หมายเหตุ *กรณีผู้เรียนมีความพร้อมปฏิบัติงานสหกิจศึกษาทันทีหลังการเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา
สามารถลงทะเบียนและออกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาในปีที่ 3 ภาคเรียนฤดูร้อน ต่อเนื่องได้ และ **
ให้นำรายวิชาตามแผนเรียนของชั้นปีที่ 4 ภาคเรียนที่ 2 มาลงทะเบียนเรียนในชั้นในปีที่ 4 ภาคเรียนที่ 1 ตาม
ตารางแผนการเรียนต่อไปนี้

แผนการเรียนรู้พร้อมปฏิบัติสหกิจ ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 3 (ช่วงฤดูร้อน)

ปีที่ 3 ภาคการศึกษาฤดูร้อน		
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
130-491	สหกิจศึกษา (Cooperative Education)	5
	รวม	5
ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 1		
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
	วิชาชีพเลือก 1	3
	วิชาชีพเลือก 2	3
	วิชาชีพเลือก 3	3
	รวม	9

2. กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล

ตาราง: กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล ตามผลลัพธ์การเรียนรู้ (PLOs)

PLO	กลยุทธ์การสอน	วิธีการประเมินผล
PLO 1 ใช้แนวคิดการบริหารธุรกิจในการทำงานตามเป้าหมายของงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อวิชาชีพและตามบริบทของ ESG (Environment, Social, Governance)	- บรรยายแบบมีปฏิสัมพันธ์ อภิปรายโต้ตอบ - ใช้กรณีศึกษา หรือประเด็นปัญหา (Problem-Based / Case-Based) - สร้างประสบการณ์เรียนรู้จากสถานการณ์จำลองในประเด็นทางธุรกิจ - อภิปรายเพื่อหาแนวคิดข้อสรุป - มอบหมายงานให้นักศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลด้วยตนเองและส่งผ่านออนไลน์ - นำเสนอหน้าชั้นเรียน - สอดแทรกความมีวินัย การส่งงานที่มอบหมาย และการปฏิบัติตาม	- การตอบคำถามในชั้นเรียน - การสอบย่อยในห้องเรียน - การสอบกลางภาคและสอบปลายภาค (Summative Assessment) - โครงงาน - นักศึกษาประเมินตนเอง - ความก้าวหน้าตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ (Formative Assessment) เพื่อให้นักศึกษามีข้อมูลป้อนกลับ สำหรับการพัฒนาดตนเอง โดยแจ้งวัตถุประสงค์วิธีการวัด ให้ทราบล่วงหน้า - การฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการ - สังเกตพฤติกรรมการวางแผน การ

PLO	กลยุทธ์การสอน	วิธีการประเมินผล
	กฎระเบียบ / แนวปฏิบัติในชั้นเรียน - สอดแทรกประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมในบทเรียน	ตัดสินใจ และการทำงานกลุ่มร่วมกัน
PLO 2 ทำแผนธุรกิจที่ตอบรับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals) โดยใช้เครื่องมือทางการบริหารธุรกิจสมัยใหม่	- บรรยายโดยผู้เชี่ยวชาญ/ผู้ประกอบการ - สร้างประสบการณ์เรียนรู้จากสถานการณ์จริงในประเด็นทางธุรกิจ - สอนโดยใช้โครงงาน (Project-Based / Activity-Based) เพื่อนำไปสู่การเขียนแผนธุรกิจ - มอบหมายงานให้นักศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลด้วยตนเองและส่งผ่านออนไลน์ - การบรรยายแบบมีปฏิสัมพันธ์อภิปรายโต้ตอบ - วิเคราะห์กรณีศึกษาร่วมกันระหว่างนักศึกษา (Problem-Based / Case-Based) - นำเสนอหน้าชั้นเรียน	- ทำแผนธุรกิจ Lean canvas - เริ่มธุรกิจ โดยใช้แนวคิดนวัตกรรมเชิงออกแบบ บนพื้นฐานเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals) - ประกาศนียบัตร Project Management Ready ออกใบรับรองโดย Project Management Institute (PMI) - ประกาศนียบัตร Entrepreneurship and Small Business ออกใบรับรองโดย Pearson VUE - การตอบคำถามในชั้นเรียน - นักศึกษาประเมินตนเอง - ความก้าวหน้าตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ (Formative Assessment) เพื่อให้นักศึกษามีข้อมูลป้อนกลับ สำหรับการพัฒนาตนเอง โดยแจ้งวัตถุประสงค์วิธีการวัด ให้ทราบล่วงหน้า - การสอบ
PLO 3 วิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศ (Data Analytics) เบื้องต้นและใช้ปัญญาประดิษฐ์	- ฝึกปฏิบัติใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เชื่อมโยง เทคโนโลยีดิจิทัลในการทำงาน และการจัดการข้อมูลที่ใช้ปัญญาประดิษฐ์	- ผลงานที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยในการพัฒนากระบวนการทำงาน หรือการตัดสินใจ

PLO	กลยุทธ์การสอน	วิธีการประเมินผล
(Artificial Intelligence) ในงานธุรกิจ	เกิดขึ้นจริงในธุรกิจ - บรรยายและฝึกปฏิบัติการใช้ เครื่องมือซอฟต์แวร์และ ปัญญาประดิษฐ์สำหรับงานวิทยาการ ข้อมูล เพื่อวิเคราะห์และจัดการข้อมูล รูปแบบต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทั้งภายในและ ภายนอกองค์กร	- ประกาศนียบัตร Meta Certified Digital Marketing Associate ออก ใบรับรองโดย Pearson VUE - การตอบคำถามในชั้นเรียน - ทดสอบย่อยในห้องเรียน - การสอบ (Summative Assessment) - ความก้าวหน้าตามวัตถุประสงค์การ เรียนรู้ (Formative Assessment) เพื่อให้นักศึกษามีข้อมูลป้อนกลับ เพื่อ พัฒนาตนเอง โดยแจ้งวัตถุประสงค์ วิธีการวัด ให้ทราบล่วงหน้า
PLO 4 สื่อสารได้อย่าง เหมาะสมตามบริบทของ งาน	-ใช้กรณีศึกษา หรือประเด็นปัญหา (Problem-Based / Case-Based) -สร้างประสบการณ์เรียนรู้จาก สถานการณ์จำลองในประเด็นการ สื่อสารทางธุรกิจและเจรจาต่อรอง	- ผลงานคลิปวิดีโอ storytelling เกี่ยวกับการจัดการความยั่งยืนของธุรกิจ - ประกาศนียบัตร Communication Skills for Business ออกใบรับรองโดย Pearson VUE - สังเกตการณ์ : การใช้ภาษาในการ สื่อสาร และการเจรจาต่อรอง - พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม - การนำเสนองานที่มอบหมาย
PLO 5 ประยุกต์ความรู้ ทางการตลาดในการ เขียนแผนการตลาดอย่าง สร้างสรรค์	บรรยายแบบมีปฏิสัมพันธ์ อภิปราย โต้ตอบ และ/หรือ วิเคราะห์ กรณีศึกษาร่วมกันระหว่างนักศึกษา (Problem-Based / Case-Based) -สร้างประสบการณ์เรียนรู้ผ่านจาก สถานการณ์จำลองในประเด็นทาง	-การสอบ (Summative Ass) -ความก้าวหน้าตามวัตถุประสงค์การ เรียนรู้ (Formative Assessment) เพื่อให้นักศึกษามีข้อมูลป้อนกลับ สำหรับ การพัฒนาตนเอง โดยแจ้งวัตถุประสงค์ วิธีการวัด ให้ทราบล่วงหน้า

PLO	กลยุทธ์การสอน	วิธีการประเมินผล
	ธุรกิจ -มอบหมายงานให้นักศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลด้วยตนเองและส่งผ่านออนไลน์ -ฝึกนำเสนอหน้าชั้นเรียน -สอนโดยใช้โครงงาน เขียนแผนการตลาดอย่างสร้างสรรค์ (Project-Based / Activity-Based) เพื่อนำไปสู่การฝึกวิเคราะห์และเสนอแนวทางการแก้ปัญหา -ความตรงต่อเวลาในการเข้าเรียนและการส่งงานที่มอบหมาย - สอดแทรกประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมและจริยธรรมทางการตลาดในบทเรียน -กำหนดกฎระเบียบ / แนวปฏิบัติในชั้นเรียน	-การเสนอโครงงาน แผนการตลาดเชิงสร้างสรรค์ในสถานการณ์ตลาดจริง จากผลงานและการปฏิบัติ โดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนแบบรูบริก (Rubric scoring) -สังเกตพฤติกรรมการทำงานที่มอบหมายและการทำงานกลุ่มร่วมกัน -สังเกตพฤติกรรมการเข้าเรียนตรงต่อเวลา -ประเมินจากบุคลิกและ การนำเสนอ
PLO 6 ใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้	บรรยายแบบมีปฏิสัมพันธ์ อภิปรายโต้ตอบ และ/หรือ วิเคราะห์กรณีศึกษาร่วมกันระหว่างนักศึกษา (Problem-Based / Case-Based) -สร้างประสบการณ์เรียนรู้ผ่านจากสถานการณ์จำลองในประเด็นทางธุรกิจ -มอบหมายงานให้นักศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลด้วยตนเองและส่งผ่านออนไลน์ -ฝึกนำเสนอหน้าชั้นเรียน -สอนโดยใช้โครงงาน(Project-Based / Activity-Based) การตลาดเชิงบูรณาการเพื่อสื่อสารเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย สถานการณ์จำลองเพื่อนำไปสู่การฝึกวิเคราะห์และเสนอแนว	-การสอบ (Summative Ass) -ความก้าวหน้าตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ (Formative Assessment) เพื่อให้นักศึกษามีข้อมูลป้อนกลับ สำหรับการพัฒนาดตนเอง โดยแจ้งวัตถุประสงค์วิธีการวัด ให้ทราบล่วงหน้า -รายงาน โครงงาน Project Based ผลการใช้เครื่องมือสื่อสารเพื่อเข้าถึงลูกค้าจากผลงานและการปฏิบัติ โดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนแบบรูบริก (Rubric scoring) -สังเกตพฤติกรรมการทำงานที่มอบหมายและการทำงานกลุ่มร่วมกัน -สังเกตพฤติกรรมการเข้าเรียนตรงต่อเวลา -ประเมินจากบุคลิกและ และการนำเสนอ

PLO	กลยุทธ์การสอน	วิธีการประเมินผล
	ทางการแก้ปัญหา -สอดแทรกประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมและจริยธรรมทางการตลาดในบทเรียน -กำหนดกฎระเบียบ / แนวปฏิบัติในชั้นเรียน -ฝึกการนำเสนอหน้าชั้นเรียน -ความตรงต่อเวลาในการเข้าเรียนและการส่งงานที่มอบหมาย	
PLO 7 ขยายสินค้าผ่านช่องทาง การจัดจำหน่ายแบบออฟไลน์และออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์ม โดยใช้แนวคิดการตลาดดิจิทัลได้	บรรยายแบบมีปฏิสัมพันธ์ อภิปรายโต้ตอบ และ/หรือ วิเคราะห์กรณีศึกษาร่วมกันระหว่างนักศึกษา (Problem-Based / Case-Based) -สร้างประสบการณ์เรียนรู้ผ่านจากสถานการณ์จำลองในประเด็นทางธุรกิจ -มอบหมายงานให้นักศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลด้วยตนเองมอบหมายงาน Project Based ฝึกการใช้เครื่องมือการตลาดออนไลน์เพื่อจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์หรือออฟไลน์ โดยสร้างประสบการณ์เรียนรู้ผ่านสถานการณ์จำลอง -ฝึกนำเสนอหน้าชั้นเรียน -สอดแทรกประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมและจริยธรรมทางการตลาดในบทเรียน -กำหนดกฎระเบียบ / แนวปฏิบัติในชั้นเรียน -ความตรงต่อเวลาในการเข้าเรียนและการส่งงานที่มอบหมาย	-การสอบ (Summative Ass) -ความก้าวหน้าตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ (Formative Assessment) เพื่อให้นักศึกษามีข้อมูลป้อนกลับ สำหรับการพัฒนาดตนเอง โดยแจ้งวัตถุประสงค์วิธีการวัด ให้ทราบล่วงหน้า -รายงาน Project Based และผลงานการขยายฝึกปฏิบัติจากสถานการณ์จำลอง จากผลงานและการปฏิบัติ โดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนแบบรูบรีค (Rubric scoring) -สังเกตพฤติกรรมการทำงานที่มอบหมาย และการทำงานกลุ่มร่วมกัน -สังเกตพฤติกรรมกรเข้าเรียนตรงต่อเวลา -ประเมินจากบุคลิกและ และการนำเสนอ

3. ประสบการณ์ภาคสนาม (สหกิจศึกษา)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาดกำหนดให้นักศึกษาทุกคนต้องมีประสบการณ์ภาคสนาม โดยลงทะเบียนเรียนในรายวิชาต่อไปนี้ เพื่อเสริมสร้างให้เป็นบัณฑิตที่มีประสบการณ์ในวิชาชีพก่อนเข้าสู่การทำงานจริง

130-490 เตรียมสหกิจศึกษา (Cooperative Education Preparation)

130-491 สหกิจศึกษา (Cooperative Education)

3.1 มาตรฐานผลการเรียนรู้ของประสบการณ์ภาคสนาม

ความคาดหวังในผลการเรียนรู้ของประสบการณ์ภาคสนามของนักศึกษา มีดังนี้

1) ผลการเรียนรู้ด้านความรู้

- ประยุกต์หลักการ แนวคิดบริหารธุรกิจวิเคราะห์และเสนอแนวทางแก้ปัญหาได้อย่างเหมาะสม

2) ผลการเรียนรู้ด้านทักษะ

- สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์และวัฒนธรรมองค์การภายใต้บริบทของสภาพแวดล้อมการทำงานได้
- มีทักษะในการวิเคราะห์เพื่อการตัดสินใจและการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า
- สามารถสื่อสารทั้งการฟัง การพูด การอ่าน การเขียน และการนำเสนอได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- สามารถเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม

3) ผลการเรียนรู้ด้านจริยธรรม

- มีความซื่อสัตย์สุจริต
- มีวินัย ตรงต่อเวลา เคารพกฎระเบียบขององค์การและสังคม
- มีความรับผิดชอบต่อสังคม

4) ผลการเรียนรู้ด้านลักษณะบุคคล

- มีมนุษยสัมพันธ์ สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้
- สามารถปฏิบัติงานและรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ใฝ่รู้และเรียนรู้สิ่งใหม่

3.2 ช่วงเวลา

นักศึกษาที่เรียนรายวิชาสหกิจศึกษา ต้องเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 3 – 4 ในการลงทะเบียนรายวิชาสหกิจศึกษา นักศึกษาต้องไม่เรียนรายวิชาอื่นใดในช่วงเวลาเดียวกันนั้น

4. ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงการหรือวิจัย

ไม่มี

ภาคผนวก

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา
(KSEC)

ตารางที่ 1 องค์ประกอบ ความรู้ ทักษะ จริยธรรม และลักษณะบุคคล (KSEC) ที่จำเป็นต่อการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)

ความรู้ (K)	ทักษะ (S)	จริยธรรม (E)	ลักษณะบุคคล (C)
K1: เศรษฐศาสตร์เพื่อการจัดการ K2: การเงินและการลงทุน K3: การบัญชี K4: การตลาด K5: การจัดการเชิงกลยุทธ์ K6: การจัดการเพื่อความยั่งยืน K7: กฎหมายธุรกิจ K8: การประกอบการ K9: การภาษีอากร K10: การบริหารประสบการณ์คน K11: การผลิตและการดำเนินงาน K12 : โลจิสติกส์และซัพพลายเชน K13: การบริหารโครงการในยุคดิจิทัล K14: การตลาดดิจิทัล K15: แผนภาพข้อมูล K16 : การจัดการนวัตกรรม K17: แผนธุรกิจ /Business Model Canvas/Lean Canvas K18: การวิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศ (Data Analytics) K19: ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) เบื้องต้น K20: การสื่อสาร K21: การเจรจาต่อรองทางธุรกิจ K22: การจัดการนวัตกรรมการตลาด K23: การจัดการตราผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน K24 :การวางแผนการตลาดและการวิเคราะห์ข้อมูล K25 :พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล K26 :การตลาดเนื้อหาและโซเชียลมีเดีย K27 : การสื่อสารการตลาด การโฆษณา และส่งเสริมการขาย K28:เทคโนโลยีทางการตลาดและการวิเคราะห์	S1: การค้นคว้าข้อมูล S2: การวิเคราะห์ข้อมูล S3: การตัดสินใจ S4: การแก้ปัญหา S5: จัดลำดับความสำคัญ S6: การเรียนรู้ด้วยตนเองและการเรียนรู้ตลอดชีวิต S7: การคิดเชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรม S8: การคิดเชิงวิเคราะห์และออกแบบ S9: การพูดในที่ประชุม ชุมชน S10: การเขียนแผนธุรกิจ S11: ทักษะดิจิทัล S12: ทักษะการเลือกใช้คำอย่างเหมาะสม S13: ทักษะการสื่อสาร S14 : ทักษะทำงานเป็นทีม S15: ทักษะเขียนแผนการตลาด S16: ทักษะการขาย S17 ทักษะใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดเพื่อเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายได้	E1: ความถูกต้อง E2: ความซื่อสัตย์ E3: มีความรับผิดชอบต่องาน สังคม และสิ่งแวดล้อม E4: การส่งสารและรับสารที่เหมาะสมกับกาลเทศะและบุคคล	C1: ใฝ่รู้และเรียนรู้สิ่งใหม่ C2: การเป็นผู้นำ C3: มีความเป็นผู้ประกอบการและมี Growth Mindset C4: มีความเป็นนักการตลาดที่ปรับตัวได้

ความรู้ (K)	ทักษะ (S)	จริยธรรม (E)	ลักษณะบุคคล (C)
ข้อมูลการตลาด K29:การจัดการช่องทางการตลาด K30: กลยุทธ์การขายในยุคดิจิทัล K31:นวัตกรรมจัดการผลิตภัณฑ์และราคา K32:การตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ K33: การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ K34:การตลาดระหว่างประเทศและการตลาดโลก K35:การตลาดบริการและการสร้างแบรนด์บริการ K36: การตลาดอุตสาหกรรมและธุรกิจ K37:การบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ K38:การตลาดทางตรง K39:การจัดการตลาดค้าปลีก			

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา (KSEC)

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของนักศึกษา	ด้านความรู้	ด้านทักษะ	ด้านจริยธรรม	ด้านคุณลักษณะ
PLO1 ใช้แนวคิดการบริหารธุรกิจในการทำงานตามเป้าหมายของงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อวิชาชีพและตามบริบทของ ESG Environment, Social, Governance)	K1: เศรษฐศาสตร์เพื่อการจัดการ K2: การเงินและการลงทุน K3: การบัญชี K4: การตลาด K5: การจัดการเชิงกลยุทธ์ K6: การจัดการเพื่อความยั่งยืน K7: กฎหมายธุรกิจ K8: การประกอบการ K9: การภาษีอากร K10: การบริหารประสิทธิภาพคนและธุรกิจโลก K11: การผลิตและการดำเนินงาน K12 : โลจิสติกส์และซัพพลายเชน K13: การบริหารโครงการในยุคดิจิทัล	S1 :การค้นคว้าข้อมูล S2 :การวิเคราะห์ข้อมูล S3 :การตัดสินใจ S4 :การแก้ปัญหา S5 :จัดลำดับความสำคัญ S6 :การเรียนรู้ด้วยตนเอง	E1: ความถูกต้อง E2: ความซื่อสัตย์ E3: มีความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม	C1: ใฝ่รู้และเรียนรู้สิ่งใหม่ C2: การเป็นผู้นำ
PLO 2 ทำแผนธุรกิจที่ตอบรับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development	K2: การเงินและการลงทุน K5: การจัดการเชิงกลยุทธ์ K6: การจัดการเพื่อความยั่งยืน	S2 :การวิเคราะห์ข้อมูล S7 :การคิดเชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรม S8 :การคิดเชิงวิเคราะหและออกแบบ	E1: ความถูกต้อง E2: ความซื่อสัตย์ E3: มีความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม	C2: การเป็นผู้นำ C3: มีความเป็นผู้ประกอบการและมี Growth Mindset

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของ นักศึกษา	ด้านความรู้	ด้านทักษะ	ด้านจริยธรรม	ด้านคุณลักษณะ
Goals) โดยใช้ เครื่องมือทางการ บริหารธุรกิจสมัยใหม่	K8: การประกอบการ K14: การตลาดดิจิทัล K15: แผนภาพข้อมูล K16: ก าร จั ด ก าร นวัตกรรม K17: แผนธุรกิจ /Business Model Canvas/Lean Canvas	S9: การพูดในที่ประชุม ชุมชน S10:การเขียนแผนธุรกิจ		
PLO 3 วิเคราะห์ ข้อมูลสารสนเทศ (Data Analytics) เบื้องต้นและใช้ ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) ในงาน ธุรกิจ	K1: เศรษฐศาสตร์เพื่อการ จัดการ K2: การเงินและการลงทุน K9: การภาษีอากร K14: การตลาดดิจิทัล K15: แผนภาพข้อมูล K18: การวิเคราะห์ข้อมูล สารสนเทศ (Data Analytics) K19: ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) เบื้องต้น	S11 :ทักษะดิจิทัล S8 :การคิดเชิงวิเคราะห์ และออกแบบ	E1: ความถูกต้อง E2: ความซื่อสัตย์ E3: มีความรับผิดชอบ ต่อตนเอง สังคม และ สิ่งแวดล้อม	C1: ใฝ่รู้และเรียนรู้สิ่ง ใหม่
PLO 4 สื่อสารได้ อย่างเหมาะสมตาม บริบทของงาน	K20: การสื่อสาร K21: การเจรจาต่อรอง ทางธุรกิจ	S9: การพูดในที่ประชุม ชุมชน S12 :ทักษะการเลือกใช้คำ อย่างเหมาะสม S13 :ทักษะการสื่อสาร	E4: การส่งสารและรับ สารที่เหมาะสมกับ กาลเทศะและบุคคล	C1: ใฝ่รู้และเรียนรู้สิ่ง ใหม่ C2: การเป็นผู้นำ C3: มีความเป็น ผู้ประกอบการและมี Growth Mindset

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของนักศึกษา	ด้านความรู้	ด้านทักษะ	ด้านจริยธรรม	ด้านคุณลักษณะ
PLO5 ประยุกต์ความรู้ทางการตลาดในการเขียนแผนการตลาดอย่างสร้างสรรค์	K22: การจัดการนวัตกรรมการตลาด K23: การจัดการตราผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน K24 :การวางแผนการตลาดและการวิเคราะห์ข้อมูล	S1: การค้นคว้าข้อมูล S2: การวิเคราะห์ข้อมูล S7: การคิดเชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรม S14: ทักษะทำงานเป็นทีม S15: ทักษะเขียนแผนการตลาด	E1: ความถูกต้อง E2: ความซื่อสัตย์ E3: มีความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม	C1: ใฝ่รู้และเรียนรู้สิ่งใหม่ C4: มีความเป็นนักการตลาดที่ปรับตัวได้
PLO6 ใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้	K25 :พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล K26 :การตลาดเนื้อหาและโซเชียล K27 : การสื่อสารการตลาด การโฆษณาและส่งเสริมการขาย	S1: การค้นคว้าข้อมูล S2: การวิเคราะห์ข้อมูล S7: การคิดเชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรม S8: การคิดเชิงวิเคราะห์และออกแบบ S13: ทักษะการสื่อสาร S14 :ทำงานเป็นทีม S17: ทักษะใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดเพื่อเข้าถึงลูกค้าเป้าหมาย	E1: ความถูกต้อง E2: ความซื่อสัตย์ E3: มีความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม	C1: ใฝ่รู้และเรียนรู้สิ่งใหม่ C4: มีความเป็นนักการตลาดที่ปรับตัวได้
PLO 7 ขายสินค้าผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออฟไลน์และออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์ม โดยใช้แนวคิดการตลาดดิจิทัลได้	K28:เทคโนโลยีทางการตลาดและการวิเคราะห์ข้อมูลการตลาด K29:การจัดการช่องทางการตลาด K30: กลยุทธ์การขายในยุคดิจิทัล	S1: การค้นคว้าข้อมูล S2: การวิเคราะห์ข้อมูล S4 : การแก้ปัญหา S8: การคิดเชิงวิเคราะห์และออกแบบ S11: ทักษะดิจิทัล S13: ทักษะการสื่อสาร S14 :ทำงานเป็นทีม	E1: ความถูกต้อง E2: ความซื่อสัตย์ E3: มีความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม	C1: ใฝ่รู้และเรียนรู้สิ่งใหม่ C3: มีความเป็นผู้ประกอบการและมี Growth Mindset C4: มีความเป็นนักการตลาดที่ปรับตัวได้

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของ นักศึกษา	ด้านความรู้	ด้านทักษะ	ด้านจริยธรรม	ด้านคุณลักษณะ
		S16: ทักษะการขาย		

ตารางที่ 3 การออกแบบโมดูลและรายวิชาที่มีองค์ประกอบความรู้ ทักษะ จริยธรรม และลักษณะบุคคล เพื่อการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)

รหัสวิชา	รายวิชา	องค์ประกอบความรู้ ทักษะ จริยธรรม และลักษณะบุคคล (KSEC)	PLOs
	หมวดวิชาศึกษาทั่วไป		
	กลุ่มที่ 1 ภาษาและการสื่อสาร	ตามตารางที่ 3.3	PLO4
	กลุ่มที่ 2 การดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21	ตามตารางที่ 3.3	PLO3
	กลุ่มที่ 3 การเป็นผู้ประกอบการเพื่อความยั่งยืน	ตามตารางที่ 3.3	PLO1, PLO2
<u>วิชาแกน</u>	โมดูล BUS-1 เปิดโลกธุรกิจ (Module BUS-1 General Business Foundation)		
131-106	การบัญชีขั้นต้น	K3+S2+S4+E1+C1	PLO1
135-101	การบริหารประสบการณ์คนเพื่อธุรกิจโลก	K10+S1+S3+S4+S6+E3+C1	PLO1
133-202	หลักการตลาด	K4+S1+S2+E2+E3+C1	PLO1
	โมดูล BUS-2 เทคโนโลยีการเงินและการบัญชี (Module BUS-2 Financial and Accounting Technology)		
132-203	การเงินธุรกิจและการลงทุนในตลาดทุน	K2+S1+S4+E1+E2+E3+C1	PLO1, PLO3
130-104	เศรษฐศาสตร์เพื่อการจัดการธุรกิจ	K1+S1+E1+E2+E3	PLO1, PLO3
130-303	การภาษีอากร	K9+S2+S4+E1+C1	PLO1, PLO3

รหัสวิชา	รายวิชา	องค์ประกอบความรู้ ทักษะ จริยธรรม และลักษณะบุคคล (KSEC)	PLOs
	โมดูล Bus-3 ดิจิทัลทรานส์ฟอเมชันสำหรับธุรกิจ (Module Bus-3 Digital Transformation for Business)		
130-218	สถิติ การวิเคราะห์ข้อมูลและปัญหาประดิษฐ์ สำหรับธุรกิจ	K1+K18+K19+S8+S11+E1+E2+C1	PLO3
133-203	การตลาดดิจิทัลและการสร้างแผนภาพข้อมูล	K14+S1+S11+E2+E3+C1	PLO2, PLO3
134-304	การบริหารโครงการในยุคดิจิทัล	K13+K17+S3+S4+S5+S10+E3+C1+C3	PLO1, PLO2
	โมดูล Bus-4 สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (Module Bus-4 Business Environment)		
130-108	การดำเนินงานและการจัดการห่วงโซ่อุปทาน	K11+K12+S2+S4+E1+E3+C3	PLO1
130-302	กฎหมายธุรกิจ	K7+S1+S2+E1+E2+C2+C3	PLO1
130-405	การจัดการเชิงกลยุทธ์	K5+K17+S2+S3+S6+S10+C2+C3	PLO1, PLO2
	โมดูล Bus-5 การประกอบการและความยั่งยืน (Module Bus-5 Entrepreneurship and Sustainability)		
130-208	การประกอบการและนวัตกรรม	K8+K16+K17+S7+S8+S10+E3+C1+C3	PLO2
130-311	การจัดการเพื่อความยั่งยืน	K6+S4+E3+C2	PLO1-2
130-310	การเล่าเรื่อง การสื่อสารธุรกิจ และการเจรจา ต่อรอง	K20+K21+S9+S12+S13+E4+C1+C2+C3	PLO4
	โมดูล Bus-6 ประสบการณ์วิชาชีพทางบริหารธุรกิจ (Module Bus-6 Cooperative Education and Work Experiences)		
130-490	เตรียมสหกิจศึกษา	S1+S4+S6+S11+S13+E2+E4+C1	PLO1

รหัสวิชา	รายวิชา	องค์ประกอบความรู้ ทักษะ จริยธรรม และลักษณะบุคคล (KSEC)	PLOs
130-491	สหกิจศึกษา	K2+K3+K4+K10+K13+K14+S9+S11+S13+ E2+E4+C1+C2	PLO1, PLO3-4 PLO5-7 (ขึ้นกับงาน ปฏิบัติสหกิจ ศึกษา)
130-309	การศึกษาเฉพาะด้านทางการบริหารธุรกิจ	K2+K3+K4+K10+K13+K14+S1+S4+E1+E3 +C2+C3	PLO1, PLO5-7 (ขึ้นกับ โครงการที่ จัดทำ)
วิชาชีพ เฉพาะ	โมดูล MKT-1 นวัตกรรมการตลาดในยุคดิจิทัล (Innovation Marketing in Digital Era)		
133-301	การจัดการนวัตกรรมการตลาด	K22+S1+S2+S7+S14+S15+E1+E2+E3+C1 +C4	PLO 5-7
133-413	การจัดการแบรนด์เพื่อความยั่งยืน	K22+K23+S1+S2+S7+S14+E1+E2+E3+C1 +C4	PLO 5-7
133-416	การวางแผนการตลาดและการวิเคราะห์ข้อมูล	K22+K23+K24+S1+S2+S7+S14+S15+E1+ E2+E3+C1+C4	PLO 5-7
โมดูล MKT-2 การสื่อสารการตลาดแบบไฮบริด (Module MKT-2 Hybrid Marketing Communication)			
133-302	พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล	K22+K25+S1+S2+S8+S14+E1+E2+E3+ C1+C4	PLO 5-7
133-421	การตลาดเนื้อหาและโซเชียลมีเดีย	K26+S1+S2+S8+S11+S13+S14+S17+E1+ E2+E3+C1+C4	PLO 5-7

รหัสวิชา	รายวิชา	องค์ประกอบความรู้ ทักษะ จริยธรรม และลักษณะบุคคล (KSEC)	PLOs
133-311	การสื่อสารการตลาด การโฆษณา และส่งเสริมการขาย	K25+K26+K27+S1+S2+S7+S14+S17+E1+E2+E3+C1+C4	PLO 5-7
โมดูล MKT-3 เทคโนโลยีและนวัตกรรมการตลาด (Module MKT-3 Technology and Marketing Innovation)			
133-422	เทคโนโลยีทางการตลาดและการวิเคราะห์ข้อมูล	K28+S1+S2+S8+S11+S14+E1+E2+E3+C1+C4	PLO 5-7
133-308	การจัดการช่องทางการตลาด	K22+K29+S1+S2+S8+S14+S16+E1+E2+E3+C1+C4	PLO 5-7
133-423	กลยุทธ์การขายในยุคดิจิทัล	K28+K29+K30+S2+S4+S11+S14+S16+E1+E2+E3+C1+C3+C4	PLO 5-7
โมดูล MKT-4 กลยุทธ์การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ (Marketing Strategy for Entrepreneur)			
133-404	นวัตกรรมจัดการผลิตภัณฑ์และราคา	K22+K31+S1+S2+S7+S14+E1+E2+E3+C1+C4	PLO 5-7
133-424	การตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	K28+K32+S2+S7+S11+S14+S16+E1+E2+E3+C1+C4	PLO 5-7
133-418	การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ	K33+S1+S2+S7+S14+S15+E1+E2+E3+C1+C3+C4	PLO 5-7
โมดูล MKT-05 กลยุทธ์การตลาดเฉพาะทาง (Specialized Marketing Strategies)			
133-310	การตลาดระหว่างประเทศและการตลาดโลก	K34+S1+S2+S8+S14++E1+E2+E3+C1+C4	PLO 5,7
133-405	การตลาดบริการและการสร้างแบรนด์บริการ	K35+S1+S2+S8+S14+E1+E2+E3+C1+C4	PLO 5-7
133-419	การตลาดธุรกิจและอุตสาหกรรม และธุรกิจ	K36+S1+S2+S8+S14+E1+E2+E3+C1+C4	PLO 5-7
โมดูล MKT-06 การตลาดแบบ D2C (Direct to Consumer Marketing)			
133-425	การบริหารลูกค้าสัมพันธ์	K37+S1+S2+S7+S11+S14+E1+E2+E3+C1+C4	PLO 5-7

รหัสวิชา	รายวิชา	องค์ประกอบความรู้ ทักษะ จริยธรรม และลักษณะบุคคล (KSEC)	PLOs
133-406	การตลาดทางตรง	K38+S1+S2+S8+S11+S14+E1+E2+E3+C1 +C4	PLO 5-7
133-410	การจัดการตลาดค้าปลีก	K39+S1+S2+S8+S14+E1+E2+E3+C1+ C4	PLO 5-7

ตารางที่ 4 ผลลัพธ์การเรียนรู้หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (GELO) ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา

1. ความรู้	2. ทักษะ	3. จริยธรรม	4. ลักษณะบุคคล
GELO 1.1 สามารถประยุกต์ความรู้ที่จำเป็นเพื่อการดำรงชีวิตในสังคมที่เปลี่ยนแปลง GELO 1.2 สามารถประยุกต์ความรู้ด้านการบริหารจัดการเพื่อสร้างจิตการเป็นผู้ประกอบการ	GELO 2.1 สามารถแสวงหาความรู้ใหม่ด้วยตนเองเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต GELO 2.2 มีทักษะในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการแสวงหา วิเคราะห์ และนำเสนอข้อมูล GELO 2.3 สามารถสื่อสารโดยใช้ภาษาอังกฤษและภาษาอื่นได้ถูกต้องเหมาะสมกับสถานการณ์	GELO 3.1 มีความซื่อสัตย์ มีระเบียบวินัย และค่านิยมที่ดี GELO 3.2 แสดงพฤติกรรมการเป็นพลเมืองที่ดี มีความรับผิดชอบต่อสังคม	GELO 4.1 แสดงออกถึงความเห็นอกเห็นใจต่อผู้อื่น และเคารพผู้ที่มาจากสังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน GELO 4.2 ใฝ่เรียนรู้ ปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของสังคม สื่อ สารสนเทศและเทคโนโลยีดิจิทัล GELO 4.3 มีจิตความเป็นผู้ประกอบการ
ความสอดคล้องของ GELO ด้านการช่วยให้บรรลุ PLO			
GELO 1.1 > PLO1	GELO 1.1 > PLO1	GELO 1.1 > PLO1	GELO 4.1 > PLO4
GELO 1.2 > PLO2	GELO 1.2 > PLO2	GELO 1.2 > PLO2	GELO 4.2 > PLO3
			GELO 4.3 > PLO2

ตารางที่ 5 แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา (Curriculum Mapping)
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

● ความรับผิดชอบหลัก

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	1.ความรู้		2. ทักษะ			3. จริยธรรม		4. ลักษณะบุคคล		
		1.1	1.2	2.1	2.2	2.3	3.1	3.2	4.1	4.2	4.3
กลุ่มที่ 1 ภาษาและการสื่อสาร											
103-111	ภาษาอังกฤษพื้นฐาน	●		●		●	●		●		
103-112	การสื่อสารภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน	●		●		●	●		●		
103-113	ภาษาอังกฤษเพื่อการศึกษาทางวิชาการ	●		●		●	●			●	
103-114	ภาษาอังกฤษเพื่อการนำเสนอแบบมืออาชีพ	●				●	●			●	●
102-121	ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	●				●	●			●	
103-122	ภาษาไทยเพื่อการนำเสนอ	●				●	●			●	
103-123	ภาษาไทยสำหรับผู้ประกอบการ	●				●	●			●	
103-131	ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน	●		●		●	●		●		
103-141	ภาษาญี่ปุ่นในชีวิตประจำวัน	●		●		●	●		●		
103-151	การเขียนโค้ดคอมพิวเตอร์สำหรับทุกคน	●			●		●			●	
กลุ่มที่ 2 การดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21											
103-201	ทักษะดิจิทัลสำหรับศตวรรษที่ 21	●		●	●		●	●		●	
103-202	การวิเคราะห์ข้อมูลและการเรียนรู้ของเครื่องจักรเบื้องต้น	●			●		●			●	
103-203	ความเป็นพลเมืองในสังคมไทยและสังคมโลก	●		●			●	●	●	●	
103-204	มนุษยสัมพันธ์และการพัฒนาบุคลิกภาพ	●		●				●			●

103-205	จิตวิทยาในชีวิตประจำวัน	●		●			●		●	●	
103-206	อาหาร การดูแลสุขภาพ และการออกกำลังกาย	●		●			●			●	
103-207	สารเคมีในชีวิตประจำวัน	●		●			●	●			
103-208	คณิตศาสตร์และสถิติในชีวิตประจำวัน	●			●		●				
103-209	ศิลปะและดนตรีเพื่อสุนทรียภาพแห่งชีวิต	●		●		●	●		●		
103-210	นิยามไทยและอักษรไทยในสยาม	●		●			●		●		
103-211	โยคะ สมาธิ และศิลปะการดำเนินชีวิต	●		●			●		●	●	
กลุ่มที่ 3 การเป็นผู้ประกอบการเพื่อความยั่งยืน											
103-301	หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน	●	●				●		●		
103-302	การออกแบบการคิดเพื่อสร้างนวัตกรรมและธุรกิจใหม่		●	●	●			●		●	●
103-303	การบริหารการเงินอย่างชาญฉลาด		●	●	●			●		●	●
103-304	เปิดโลกชุมชนและการเรียนรู้ผ่านกิจกรรม		●					●	●		●
103-305	เทคโนโลยีสีเขียวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน		●	●			●			●	●
103-306	อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่งและเทคโนโลยีอัจฉริยะสำหรับทุกคน	●		●			●			●	
103-307	ห้องทดลองที่มีชีวิตเพื่อความยั่งยืน		●	●				●		●	
103-308	การถ่ายภาพเชิงสร้างสรรค์		●		●	●		●		●	●
	รวม	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●