



มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

อนุมัติ/รับทราบการอนุมัติหลักสูตรนี้

ในคราวประชุมครั้งที่ 414 (4/2562)

เมื่อวันที่ 16 พฤษภาคม 2563



หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563

รหัสอ้างอิงเพื่อติดตามหลักสูตร
25570101105123_2136_IP

รหัสหลักสูตร
25570101105123

วันที่ อว.รับทราบ
29/08/2021

สาขาวิชาการจัดการ
คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการและบัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

คู่มือการศึกษาประจำปีการศึกษา 2565

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ

วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

ประวัติ

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ จัดตั้งขึ้นตามมติที่ประชุมสภามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ในคราวประชุมครั้งที่ 306(4/2551) เมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2551 ตามแนวความคิดการจัดกลุ่มศาสตร์ที่ใกล้เคียงกัน ไว้ในคณะเดียวกัน เพื่อสร้าง ความเข้มแข็งและพัฒนาสู่ความเป็นเลิศทางวิชาการ มีการดำเนินงานภายใต้โครงสร้างการบริหารแบบรวมศูนย์บริการประสานภารกิจ ซึ่งมีคณบดีทำหน้าที่เป็นผู้บริหารงานทางวิชาการ โดยการสนับสนุนงบประมาณจากวิทยาเขต

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มีวิสัยทัศน์เพื่อเป็น “คณะชั้นนำการบูรณาการศาสตร์ด้านการจัดการและธุรกิจในระดับประเทศ” มีภารกิจหลักในการผลิตบัณฑิตและงานวิจัยที่มีคุณภาพที่เกี่ยวข้องกับการบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ การท่องเที่ยวและนันทนาการ รวมทั้งให้บริการวิชาการแก่ประเทศ

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการมีความโดดเด่นด้านหลักสูตร การเรียนการสอนโดยการเรียนรู้แบบเชิงลึก และการฝึกประสบการณ์วิชาชีพในสถานประกอบการ การบูรณาการศาสตร์ด้านการจัดการ ท่องเที่ยว ภายใต้โครงสร้างคณะฯ ใน 4 สาขาวิชา ประกอบด้วย 1) สาขาวิชาการจัดการ 2) สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ 4) สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ 4) สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและนันทนาการ ซึ่งนอกจากบัณฑิตของคณะฯ จะมีความรู้ความเข้าใจ และเชี่ยวชาญในศาสตร์สาขาวิชาเอกของตนเองแล้ว ยังมีความสามารถในการวิเคราะห์ สังเคราะห์ และสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการมุ่งเน้นปลูกจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อรองรับการแข่งขันที่สูงขึ้น ของตลาดแรงงาน

วิสัยทัศน์

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการเป็นคณะชั้นนำการบูรณาการศาสตร์ด้านการจัดการและธุรกิจในระดับประเทศ

พันธกิจ

ผลิตบัณฑิตและงานวิจัยที่มีคุณภาพที่เกี่ยวข้องกับการบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ การท่องเที่ยวและนันทนาการ รวมทั้งให้บริการวิชาการแก่ประเทศ

คำนิยาม

LAMS ประกอบด้วย

L = Learning : การเรียนรู้ร่วม

A= Attitude : ทักษะคิดเชิงบวก

M = Management : ศาสตร์การจัดการและธุรกิจ

S= Social Responsibility: ความรับผิดชอบต่อสังคม

สมรรถนะหลัก

1. หลักสูตรที่มุ่งเน้นการบูรณาการศาสตร์ด้านการจัดการและธุรกิจภายใต้การจัดการศึกษาแบบกระบวนทัศน์ใหม่รองรับทักษะในศตวรรษที่ 21
2. การบูรณาการศาสตร์ด้านการจัดการและธุรกิจในการวิจัยเพื่อยกระดับธุรกิจและสังคมอย่างยั่งยืน
3. เครือข่ายความร่วมมือเพื่อการพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs และการท่องเที่ยวของภาคใต้

หลักสูตรที่เปิดสอน

ระดับปริญญาตรี

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

1. สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564
2. สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564

หลักสูตรเศรษฐศาสตรบัณฑิต

1. สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564

หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต

1. สาขาวิชาการจัดการรัฐกิจ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563

หลักสูตรบัญชีบัณฑิต

1. หลักสูตรบัญชีบัณฑิต หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563

ระดับบัณฑิตศึกษา

1. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563

สีของคณะ (สีครุฑ)

สีแดง FD1B24

สีเหลือง FFFF00

สถานที่ติดต่อ

สำนักงานคณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี
31 หมู่ที่ 6 ตำบลมะขามเตี้ย อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84000
โทรศัพท์ 0 7727 8873

Facebook Fanpage

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ ม.อ.

เว็บไซต์

www.surat.psu.ac.th

ข้อมูลหลักสูตรแต่ละสาขาที่เปิดสอนทุกหลักสูตร/สาขาวิชาการระดับปริญญาตรี

หลักสูตร	บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ
ชื่อปริญญา (ภาษาไทย)	บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการธุรกิจ)
ชื่อปริญญา (English)	Bachelor of Business Administration (Business Management)
อักษรย่อปริญญา (ภาษาไทย)	บธ.บ. (การจัดการธุรกิจ)
อักษรย่อปริญญา (English)	B.B.A. (Business Management)
หลักสูตร	บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว)
ชื่อปริญญา (ภาษาไทย)	บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว)
ชื่อปริญญา (English)	Bachelor of Business Administration (Tourism Business Management)
อักษรย่อปริญญา (ภาษาไทย)	บธ.บ. (การจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว)
อักษรย่อปริญญา (English)	B.B.A. (Tourism Business Management)
หลักสูตร	เศรษฐศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ
ชื่อปริญญา (ภาษาไทย)	เศรษฐศาสตรบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ)
ชื่อปริญญา (English)	Bachelor of Economics (Business Economics)
อักษรย่อปริญญา (ภาษาไทย)	ศ.บ. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ)
อักษรย่อปริญญา (English)	B.Econ. (Business Economics)
หลักสูตร	รัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการรัฐกิจ
ชื่อปริญญา (ภาษาไทย)	รัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต (การจัดการรัฐกิจ)
ชื่อปริญญา (English)	Bachelor of Public Administration (Public Management)
อักษรย่อปริญญา (ภาษาไทย)	รป.บ. (การจัดการรัฐกิจ)
อักษรย่อปริญญา (English)	B.P.A. (Public Management)
หลักสูตร	บัญชีบัณฑิต
ชื่อปริญญา (ภาษาไทย)	บัญชีบัณฑิต
ชื่อปริญญา (English)	Bachelor of Accountancy
อักษรย่อปริญญา (ภาษาไทย)	บช.บ.
อักษรย่อปริญญา (English)	B.Acc.

ข้อมูลหลักสูตรแต่ละสาขาที่เปิดสอนทุกหลักสูตร/สาขาวิชาการระดับปริญญาโท

หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ชื่อปริญญา (ภาษาไทย)	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ชื่อปริญญา (English)	Master of Business Administration
อักษรย่อปริญญา (ภาษาไทย)	บธ.ม.
อักษรย่อปริญญา (English)	M.B.A.

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

ภาษาไทย	ชื่อเต็ม	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
	ชื่อย่อ	บธ.ม.
ภาษาอังกฤษ	ชื่อเต็ม	Master of Business Administration
	ชื่อย่อ	M.B.A.

ปรัชญาของหลักสูตร

การจัดการศึกษาของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มุ่งเน้นการพัฒนาทรัพยากรบุคคล ด้านบริหารธุรกิจผ่านกระบวนการจัดการเรียนรู้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาผู้เรียน โดยให้ผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง โดยการจัดการศึกษาที่มุ่งเน้นผลลัพธ์ (Outcome Based Education) และบูรณาการกับการทำงาน (Work Integrated Learning : WIL) เพื่อให้ผู้เรียนสามารถประยุกต์ใช้โมเดลและเครื่องมือทางธุรกิจสมัยใหม่ สร้างและพัฒนากลยุทธ์ทางธุรกิจสมัยใหม่ จัดการธุรกิจด้วยนวัตกรรม มีคุณธรรมและจริยธรรม ในการจัดการธุรกิจต่อ องค์กร ชุมชนและสังคม เพื่อเพิ่มและยกระดับทักษะการจัดการทางธุรกิจสมัยใหม่อย่างต่อเนื่อง

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร

PLO 1 ประยุกต์ใช้โมเดลและเครื่องมือทางธุรกิจสมัยใหม่

- 1.1 เข้าใจและวิเคราะห์การใช้โมเดลและเครื่องมือทางธุรกิจ
- 1.2 นำโมเดลและเครื่องมือทางธุรกิจสมัยใหม่มาใช้การแก้ปัญหาทางธุรกิจ
- 1.3 ประเมิน โมเดลและเครื่องมือทางธุรกิจสมัยใหม่ที่เหมาะสม
- 1.4 ปรับใช้โมเดลและเครื่องมือทางธุรกิจสมัยใหม่

PLO 2 สร้างและพัฒนากลยุทธ์ทางธุรกิจสมัยใหม่

- 2.1 บูรณาการศาสตร์ทางธุรกิจและศาสตร์อื่นๆที่เกี่ยวข้อง
- 2.2 ปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง
- 2.3 แก้ไขปัญหาและพัฒนากลยุทธ์ทางธุรกิจสมัยใหม่
- 2.4 สื่อสารและเชื่อมโยงกลยุทธ์ทางธุรกิจสมัยใหม่กับองค์กร ชุมชน สังคม ระดับภูมิภาค ประเทศและสากล

PLO 3 มีคุณธรรมและจริยธรรมในการจัดการธุรกิจต่อ องค์กร ชุมชนและสังคม

- 3.1 รู้และตระหนัก ถึงการมีคุณธรรมและจริยธรรมในการจัดการธุรกิจสมัยใหม่
- 3.2 เลือคนำแนวทางปฏิบัติในการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ โดยแสดงถึงความรับผิดชอบต่อตนเอง องค์กรธุรกิจและสังคม
- 3.3 มีภาวะผู้นำและธรรมาภิบาลในการจัดการธุรกิจสมัยใหม่

PLO 4 จัดการธุรกิจด้วยนวัตกรรม

- 4.1 พัฒนารูปแบบธุรกิจสมัยใหม่ (Business Model)
- 4.2 จัดการธุรกิจด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่
- 4.3 เพิ่มและยกระดับทักษะการจัดการทางธุรกิจสมัยใหม่อย่างต่อเนื่อง

โครงสร้างหลักสูตร

จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร	36 หน่วยกิต
1. หมวดวิชาบังคับ	18 หน่วยกิต
926-511 นวัตกรรมจัดการบัญชี Innovative Accounting Management	2(1-2-3)
926-512 นวัตกรรมจัดการการเงิน Innovative Financial Management	2(1-2-3)
926-513 นวัตกรรมจัดการการตลาดเชิงกลยุทธ์ Innovative Strategic Marketing Management	3(2-2-5)
926-514 พฤติกรรมองค์กรและภาวะผู้นำ Organization Behavior and Leadership	2(1-2-3)
926-515 นวัตกรรมจัดการเชิงกลยุทธ์และการดำเนินงานองค์กร Innovative Strategic Management and Organization Operation	2(1-2-3)
926-516 ระเบียบวิธีวิจัย Research Methodology	3(2-2-5)
926-517 แผนธุรกิจ Business Plan	3(2-2-5)
926-518 สัมมนานวัตกรรมเพื่อจัดการธุรกิจ Seminars in Innovation for Business Management	1(0-2-1)
2. หมวดวิชาเลือก (สำหรับแผน ข)	12 หน่วยกิต
ให้เลือกรียนชุดวิชาใดชุดวิชาหนึ่ง จำนวน 12 หน่วยกิตหรือเลือกรียนรายวิชาจากกลุ่มวิชาเลือก จำนวน 12 หน่วยกิต ดังต่อไปนี้	
2.1 ชุดวิชา (Module)	
926-531 ชุดวิชาธุรกิจเกษตรอัจฉริยะ Smart Agribusiness	12(6-6-24)
926-532 ชุดวิชาธุรกิจนวัตกรรมและการสร้างธุรกิจใหม่ Business Innovation and New Business Creation	12(6-6-24)
2.2 กลุ่มวิชานวัตกรรมการจัดการธุรกิจเกษตร (Innovative Agribusiness Management)	
926-541 กระบวนการจัดการธุรกิจเกษตรสมัยใหม่ Modern Agribusiness Management Process	3(3-0-6)
926-542 ระบบสนับสนุนการตัดสินใจสำหรับธุรกิจเกษตร Decision Supporting System for Agribusiness	3(3-0-6)
926-543 การบัญชีธุรกิจเกษตร Agribusiness Accounting	3(3-0-6)
926-544 การวิเคราะห์การลงทุนทางธุรกิจเกษตร Analysis of Agricultural Investment	3(3-0-6)
926-545 นวัตกรรมธุรกิจเกษตร Agribusiness Innovation	3(3-0-6)

926-546	ภูมิศาสตร์สารสนเทศเพื่อการเกษตร Geographic Information System for agriculture	3(3-0-6)
926-547	โครงการด้านนวัตกรรมการจัดการธุรกิจเกษตร Innovative Agribusiness Management Project	3(2-2-5)

2.3 กลุ่มวิชานวัตกรรมการจัดการการเงิน (Innovative Financial Management)

926-551	หลักการลงทุน Principles of Investment	3(3-0-6)
926-552	การวิเคราะห์และการประเมินมูลค่าทางการเงิน Financial Analysis and Valuation	3(2-2-5)
926-553	การวางแผนการเงินส่วนบุคคล Personal Finance	3(3-0-6)
926-554	การบริหารความมั่งคั่ง Wealth Management	3(3-0-6)
926-555	สัมมนาทางการเงิน Seminar in Finance	3(1-3-5)
926-556	การให้บริการวิชาการทางการเงินแก่สังคม Financial Service Counselling for Society	3(1-3-5)
926-557	การเงินสำหรับผู้ประกอบการ Entrepreneurial Finance	3(1-3-5)

2.4 กลุ่มวิชานวัตกรรมการจัดการ (Innovation Management)

926-561	การวัดเทียบเคียงสมรรถนะและการวิเคราะห์การแข่งขัน 3(3-0-6) Benchmarking and Competitive Analysis	
926-562	ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ Management Information System	3(3-0-6)
926-563	การนำและการสร้างองค์กรนวัตกรรมธุรกิจ Leading and Creating Innovation Business Organization	3(3-0-6)
926-564	การเจรจาต่อรองและกลยุทธ์การตัดสินใจ Negotiation and Decision Making Strategies	3(3-0-6)
926-565	กลยุทธ์การแข่งขันสำหรับยุคดิจิทัล Competitive Strategy for a Digital Age	3(3-0-6)

2.5 กลุ่มวิชานวัตกรรมการจัดการการตลาด (Innovation Marketing Management)

926-571	การตลาดดิจิทัล Digital Marketing	3(2-2-5)
926-572	นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และการสร้างสรรค์ Product Innovation and Creativity	3(2-2-5)
926-573	นวัตกรรมการสื่อสารการตลาด Innovative Marketing Communications	3(2-2-5)

926-574	นวัตกรรมกลยุทธ์การตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ Marketing Strategy Innovation for Tourism and Hospitality Industry	3(2-2-5)
926-575	การตลาดเพื่อสังคม Social Marketing	3(2-2-5)
3. หมวดวิทยานิพนธ์		18-36 หน่วยกิต
926-521	วิทยานิพนธ์ (สำหรับแผน ก แบบ ก 1) Thesis	36(0-108-0)
926-522	วิทยานิพนธ์ (สำหรับแผน ก แบบ ก 2) Thesis	18(0-54-0)
4. หมวดวิทยาสารนิพนธ์		6 หน่วยกิต
926-523	สารนิพนธ์ (สำหรับแผน ข) Minor Thesis	6(0-18-0)

แผนการศึกษาตลอดหลักสูตร

แผน ก 1

ปีที่ 1

ภาคการศึกษาที่ 1

926-521 วิทยานิพนธ์ 9(0-27-0)

ภาคการศึกษาที่ 2

926-521 วิทยานิพนธ์ 9(0-27-0)

ปีที่ 2

ภาคการศึกษาที่ 1

926-521 วิทยานิพนธ์ 9(0-27-0)

ภาคการศึกษาที่ 2

926-521 วิทยานิพนธ์ 9(0-27-0)

แผน ก 2

ปีที่ 1

ภาคการศึกษาที่ 1

926-511	นวัตกรรมการจัดการบัญชี	2(1-2-3)
926-512	นวัตกรรมการจัดการการเงิน	2(1-2-3)
926-513	นวัตกรรมการจัดการการตลาดเชิงกลยุทธ์	3(2-2-5)
926-514	พฤติกรรมองค์กรและภาวะผู้นำ	2(1-2-3)

ภาคการศึกษาที่ 2

926-515	นวัตกรรมการจัดการเชิงกลยุทธ์และการดำเนินงานองค์กร	2(1-2-3)
926-516	ระเบียบวิธีวิจัย	3(2-2-5)
926-517	แผนธุรกิจ	3(2-2-5)

ปีที่ 2

ภาคการศึกษาที่ 1

926-518	สัมมนาวัตกรรมการจัดการธุรกิจ	1(0-2-1)
926-522	วิทยานิพนธ์	9(0-27-0)

ภาคการศึกษาที่ 2

926-522	วิทยานิพนธ์	9(0-27-0)
---------	-------------	-----------

แผน ข

ปีที่ 1

ภาคการศึกษาที่ 1

926-511	นวัตกรรมการจัดการบัญชี	2(1-2-3)
926-512	นวัตกรรมการจัดการการเงิน	2(1-2-3)
926-513	นวัตกรรมการจัดการการตลาดเชิงกลยุทธ์	3(2-2-5)
926-514	พฤติกรรมองค์กรและภาวะผู้นำ	2(1-2-3)

ภาคการศึกษาที่ 2

926-515	นวัตกรรมการจัดการเชิงกลยุทธ์และการดำเนินงานองค์กร	2(1-2-3)
926-516	ระเบียบวิธีวิจัย	3(2-2-5)
926-517	แผนธุรกิจ	3(2-2-5)

ปีที่ 2

ภาคการศึกษาที่ 1

926-518	สัมมนาวัตกรรมการจัดการธุรกิจ	1(0-2-1)
926-xxx	ชุดวิชา* หรือ วิชาเลือก จำนวน 4 วิชา	12(6-6-24)
926-xxx	วิชาเลือก 1	3(x-y-z)
926-xxx	วิชาเลือก 2	3(x-y-z)
926-523	สารนิพนธ์**	3(0-9-0)

*สำหรับนักศึกษาที่เลือกเรียนชุดวิชาไม่ต้องลงทะเบียนรายวิชาเลือก

**สำหรับนักศึกษาที่เลือกเรียนวิชาเลือก หากเลือกเรียนชุดวิชาไม่ต้องลงทะเบียนรายวิชาสารนิพนธ์ในภาคการศึกษานี้

ภาคการศึกษาที่ 2

926-523	สารนิพนธ์***	3-6(x-y-z)
926-xxx	วิชาเลือก 3	3(x-y-z)
926-xxx	วิชาเลือก 4	3(x-y-z)

***สำหรับนักศึกษาที่เลือกเรียนชุดวิชา ลงทะเบียนเรียน 6 หน่วยกิต หากเลือกเรียนวิชาเลือกลงทะเบียนเรียน 3 หน่วยกิต

คำอธิบายรายวิชา
คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

หมวดวิชาบังคับ

926-511 นวัตกรรมจัดการบัญชี

2(1-2-3)

Innovative Accounting Management

แนวคิด การใช้สารสนเทศทางการบัญชี การกำหนดต้นทุนสินค้า การวางแผนและการควบคุม การวัดผลการปฏิบัติงาน การตัดสินใจ การปันส่วนต้นทุน ต้นทุนเต็มและต้นทุนผันแปร ต้นทุนฐานกิจกรรม การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ กำไร การจัดทำงบประมาณ การกระจายอำนาจ การบัญชีตามความรับผิดชอบ การกำหนดราคาโอน การตัดสินใจ ระยะสั้นและระยะยาว การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อจัดการบัญชีของธุรกิจ โดยใช้กรณีศึกษา การสะท้อนคิด ผ่านประสบการณ์ การอภิปรายกลุ่มและการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง การจัดทำโครงการจัดการบัญชีของธุรกิจจริง การนำเสนอ และสื่อสารด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ การฝึกปฏิบัติเชิงบูรณาการกับการทำงาน

Concepts; using accounting information; product costing; planning and control; performance measurement; decision making, cost allocation; full and variable costing; activity-based costing, cost-volume-profit analysis, budgeting, decentralization, responsibility accounting; transfer pricing, short-term and long-term decision making; advance technology application for accounting management of business, using case study, experience constructive feedback, group discussion and self-study, accounting management project with business, presentation and communication by using advance technology; work integrated learning

926-512 นวัตกรรมจัดการการเงิน

2(1-2-3)

Innovative Financial Management

ความสำคัญและวัตถุประสงค์ของการจัดการการเงินของธุรกิจ เครื่องมือในการวิเคราะห์และตัดสินใจทางการเงินสมัยใหม่ ความเสี่ยงและผลตอบแทน แนวคิดและกลยุทธ์ในการจัดทำงบประมาณ การจัดการ เงินทุนหมุนเวียน การลงทุน การจัดหาเงินทุน โครงสร้างเงินทุน การบริหารงบลงทุนภายใต้ภาวะความ ไม่แน่นอน การกำหนดมูลค่าของหลักทรัพย์ต้นเงินลงทุน นโยบายเงินปันผลการรวมกิจการและกลยุทธ์ ในการแก้ไขปัญหาทางการเงินของธุรกิจด้วย นวัตกรรม การฝึกปฏิบัติเชิงบูรณาการกับการทำงาน

Objectives and importance of financial management; currently tools for financial decision making and analyses; risk and return; concepts and strategies for budget allocation; working capital management; investment; fund seeking; capital structure; capital budgeting under uncertainty; determination of financial assets value; cost of capital; dividend policy; merging and financial strategies used in business problem-solving with innovation; work integrated learning

926-513 นวัตกรรมจัดการการตลาดเชิงกลยุทธ์

3(2-2-5)

Innovative Strategic Marketing Management

แนวคิดและทฤษฎีการตลาด การสร้างคุณค่าการตลาดด้วยนวัตกรรม การใช้เทคโนโลยีในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้บริโภคเชิงลึก การวิเคราะห์โอกาสและการวางแผนการตลาด การวิเคราะห์การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด นวัตกรรมจัดการส่วนประสมการตลาด การพัฒนานวัตกรรมในตลาดโลก นวัตกรรม สร้างความสัมพันธ์และประสบการณ์กับลูกค้า โดยใช้กรณีศึกษา การสะท้อนคิดผ่านประสบการณ์และการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง การจัดทำแผนการตลาด การนำเสนอและสื่อสารการตลาดด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ การฝึกปฏิบัติเชิงบูรณาการกับการทำงาน

Concepts and theories of marketing; value creation by innovation; technology application for consumer centric analysis; opportunities analysis and market planning; segmentation; targeting analysis; market positioning; innovative marketing mix management; innovative developing in global marketing; innovative creation for customer relationship and customer experience, using case study; experience constructive feedback and self-study; marketing plan; presentation and marketing communication by using advanced technology; work integrated learning

926-514 พฤติกรรมองค์กรและภาวะผู้นำ

2(1-2-3)

Organization Behavior and Leadership

มุมมองเกี่ยวกับพฤติกรรมในการจัดการองค์กรและภาวะผู้นำ ประเด็นเกี่ยวกับจิตวิทยาในการจัดการ การเปลี่ยนแปลงองค์กร การจัดการการเปลี่ยนแปลง การสื่อสารในองค์กร การจูงใจเพื่อการทำงาน การเจรจาต่อรอง แนวคิดและทฤษฎีภาวะผู้นำในการพัฒนาองค์กร การเรียนรู้ภาวะผู้นำจากบุคคลต้นแบบ การจัดการทุนทางปัญญา การจัดการผู้มีความสามารถพิเศษ การฝึกปฏิบัติเชิงบูรณาการกับการทำงาน

Behavioral aspects of organizational management and leadership; psychological issues in management; organizational change; change management; communication in organization; motivation for work; negotiation, leadership concepts and theories for organizational development; learning leadership from role model, management of intellectual; talent management; work integrated learning

926-515 นวัตกรรมจัดการเชิงกลยุทธ์และการดำเนินงานองค์กร

2(1-2-3)

Innovative Strategic Management and Organization Operation

ความได้เปรียบในการแข่งขัน ตำแหน่งทางกลยุทธ์และการแข่งขัน การสร้างสมรรถนะองค์กรผ่านหัวข้อจากสถานประกอบการ การกำหนดกลยุทธ์ กลยุทธ์การดำเนินงาน การวิเคราะห์กระบวนการ การจัดการคุณภาพ การวางแผนการผลิตและการจัดการห่วงโซ่อุปทาน การฝึกปฏิบัติเชิงบูรณาการกับการทำงาน

Competitive advantage; strategic positioning and competition; building organizational capabilities with enterprise topic; strategic formulation; operation strategy; process analysis, quality management; production planning and supply chain management; work integrated learning

926-516 ระเบียบวิธีวิจัย

3(2-2-5)

Research Methodology

การวิเคราะห์ปัญหาและการพัฒนาโจทย์วิจัยจากสถานประกอบการ การทบทวนวรรณกรรม เทคนิคการวิจัย การวิจัยเชิงคุณภาพ การวิจัยเชิงปริมาณ การวิจัยเชิงผสมผสาน กระบวนการวิจัย การออกแบบการวิจัย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง สถานที่วิจัย ข้อจำกัดและเงื่อนไขในการออกแบบการวิจัย การเลือกกลุ่มตัวอย่าง การเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัย เครื่องมือวิจัย ตัวแปร สถิติที่ใช้ การวิเคราะห์ข้อมูล การประเมิน สังเคราะห์และนำเสนอผลวิจัยไปใช้ประโยชน์ การฝึกปฏิบัติเชิงบูรณาการกับการทำงาน

Problem analysis and research problem development from current issues of business; literature review, research technique; quantitative research; qualitative research; mixed methods research, processes of research; research design; population and sample; research setting; restrictions and limiting conditions for research design; sampling techniques; selection of informants, procedures and research methods; research instruments; variables; statistical treatment; data analysis; evaluation; synthesis and utilization of research; work integrated learning

926-517 แผนธุรกิจ

3(2-2-5)

Business Plan

ความหมายและเป้าหมายของการทำแผนธุรกิจ แนวคิดและการพัฒนาความคิดทางธุรกิจจากโจทย์จริงจากสถานประกอบการ องค์ประกอบของแผนธุรกิจ การจัดทำแผนการตลาด แผนดำเนินงาน แผนการจัดการ แผนการเงิน และแผนฉุกเฉิน การทำรายงานและการนำเสนอ กรณีศึกษา และการทดลองสร้างแผนธุรกิจ การฝึกปฏิบัติเชิงบูรณาการกับการทำงาน

Definition and purpose of the business plan; concepts and business ideas development from current issues of business; elements of a business plan; marketing plan; operation plan; management plan; financial plan; contingency plan; report and presentation; and creating a business plan; work integrated learning

926-518 สัมมนาวัตกรรมการจัดการธุรกิจ

1(0-2-1)

Seminars in Innovation for Business Management

ประเด็นปัญหาจากโจทย์จริงของสถานประกอบการและแนวคิดทางธุรกิจ การทบทวนวรรณกรรม การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การรายงานและนำเสนอแนวทางการแก้ปัญหาทางบริหารธุรกิจ การฝึกปฏิบัติเชิงบูรณาการกับการทำงาน

Problem, business issues and concepts of business; literature reviews; discussion and presentation business solving; work integrated learning

หมวดวิชาเลือก

1) ชูติวิชา

926-531 ชูติวิชาธุรกิจเกษตรอัจฉริยะ

12(6-6-24)

Smart Agribusiness

ประเภทธุรกิจฟาร์ม ปัจจัยกระทบต่อการจัดการฟาร์ม การจัดการปัจจัยการผลิตและทรัพยากรฟาร์ม การจัดการฐานข้อมูลในฟาร์ม การวางแผนงบประมาณฟาร์ม เทคโนโลยีอัจฉริยะในการจัดการฟาร์ม เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการตัดสินใจในฟาร์ม แอปพลิเคชันสำหรับการจัดการฟาร์ม การวิเคราะห์ธรรมชาติการแข่งขันในอุตสาหกรรมเกษตร โครงสร้างอุตสาหกรรม ความน่าจะเป็นของกลยุทธ์ต่อการเปลี่ยนโครงสร้างอุตสาหกรรม การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างอุตสาหกรรมเกษตร การเข้าและออกจากอุตสาหกรรม การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีต่อกลยุทธ์การแข่งขัน การสร้างแบรนด์สินค้าเกษตร การตลาดเชิงสร้างสรรค์ การตลาดดิจิทัล เครื่องมือการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ การวัดประสิทธิภาพและการเลือกใช้ช่องทางออนไลน์ ประเภทของโฆษณา การตลาดแบบไวรัล การประชาสัมพันธ์ออนไลน์ พาณิชนวัตกรรมอิเล็กทรอนิกส์สำหรับธุรกิจเกษตร การฝึกปฏิบัติเชิงบูรณาการกับการทำงาน

Category of farm business, factors affecting farm business operation, the effective farm inputs, farm resources database management, farm budget planning, smart farming for farm management, information technologies for decision making in farm, applications for farm management, analysis agro-industry competition, industrial structures, strategies probability changing agro-industry structures, study the changes to industrial structure, entry and exit industries, technology changes to competitive strategies, brand building strategy for agricultural products, creative marketing, digital marketing, digital tools; measurement and evaluation; other relevant concepts, for example, online consumer behavior, effective online marketing channel, advertising types, viral marketing, online PR, e-commerce for agribusiness, work integrated learning

Business Innovation and New Business Creation

แนวโน้มและสภาพแวดล้อมปัจจุบันเพื่อพัฒนาธุรกิจนวัตกรรม การวิเคราะห์แบบจำลองธุรกิจเพื่อสร้างกระแสรายได้ การสร้างนวัตกรรมด้วยการจัดวางโครงสร้าง ข้อเสนอที่ส่งมอบ และการสร้างประสบการณ์ให้กับลูกค้า การคิดเชิงออกแบบและพัฒนานวัตกรรมทางการตลาดเพื่อพัฒนาสินค้าและบริการ การมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในการสร้างสรรค์และพัฒนานวัตกรรม การออกแบบกลยุทธ์โดยใช้เทคโนโลยีทางการตลาด การมุ่งเน้นในการสร้างนวัตกรรมสำหรับผู้บริโภค รูปแบบการระดมทุนและการบริหารการเงินของธุรกิจเชิงนวัตกรรม การวิเคราะห์กรณีศึกษา การสะท้อนคิดผ่านประสบการณ์ การอภิปรายกลุ่ม และการศึกษด้วยตนเอง การจัดทำโครงการแผนธุรกิจและการนำเสนอแผนธุรกิจนวัตกรรมต่อผู้ลงทุน การฝึกปฏิบัติเชิงบูรณาการกับการทำงาน

Trends and environment for business innovation; analysis of business models to generate income flow; innovative creation through configuration, offerings, and experiences creation for customers; design thinking and developing innovation for product and service, design strategies by marketing technology, focusing on innovation for consumer, fund raising and financial management for business innovation development; case study analysis, experience constructive feedback, group discussion and self-study, business plan project for business innovation and pitching, work integrated learning

2) กลุ่มวิชานวัตกรรมการจัดการธุรกิจเกษตร**926-541 กระบวนการจัดการธุรกิจเกษตรสมัยใหม่**

3(3-0-6)

Modern Agribusiness Management Process

แนวคิด โครงสร้างธุรกิจเกษตร กระบวนการจัดการทางธุรกิจเกษตรแบบสมัยใหม่ นโยบายของรัฐบาล มาตรฐานเชิงพาณิชย์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเกษตร ปัญหาและแนวทางแก้ไขสำหรับการจัดการระบบธุรกิจเกษตร การจัดการความเสี่ยงในระบบธุรกิจเกษตร กรณีตัวอย่าง และสถานการณ์ปัจจุบันทางธุรกิจเกษตร

Concept and overall structure of agribusiness; modern agribusiness management process; government policies, commercial standards relating to agribusiness; problems and solutions of agribusiness management; risk management in agribusiness system; case studied and current issues of agribusiness management

926-542 ระบบสนับสนุนการตัดสินใจสำหรับธุรกิจเกษตร

3(3-0-6)

Decision Supporting System for Agribusiness

การวิเคราะห์เชิงปริมาณ การตัดสินใจทางธุรกิจเกษตร เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการวางแผนทางธุรกิจเกษตร การเก็บรวบรวมข้อมูลทางการเกษตร การคาดการณ์ผลผลิตทางการเกษตร การพยากรณ์เพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจเกษตร

Quantitative analysis, agribusiness decision making; information technology systems for agribusiness plan; agricultural data collecting; agricultural production forecasting; forecasting for agribusiness decision making

926-543 การบัญชีธุรกิจเกษตร

3(3-0-6)

Agribusiness Accounting

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจเกษตร ระบบบัญชีของธุรกิจเกษตร การบันทึกบัญชีสินทรัพย์ทางการเกษตร สินค้าเกษตรคงเหลือ ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ ขายผลิตผลจากพืชไร่ การรับรู้รายได้และค่าใช้จ่ายทางการเกษตร เงินสดและการควบคุมเงินสด งบการเงินและการรายงาน

General knowledge about agribusiness; agribusiness accounting systems, accounting for agriculture assets, inventory, property, plant and equipment; revenue and expense recognition for agricultural products; cash and cash control, and financial statement report

926-544 การวิเคราะห์การลงทุนทางธุรกิจเกษตร 3(3-0-6)

Analysis of Agricultural Investment

อัตราดอกเบี้ยและผลตอบแทนในการลงทุนด้านธุรกิจเกษตร งบประมาณบางส่วน การวิเคราะห์ต้นทุนและประสิทธิภาพ การเปรียบเทียบโครงการลงทุน การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของปัจจัยการผลิตในธุรกิจเกษตร และการตัดสินใจเลือกโครงการลงทุนในธุรกิจเกษตร

Interest rate and return of agribusiness investment; partial budgeting; analysis of cost-effectiveness; investment project comparison; sensitivity analysis in agribusiness; and investment decision making in agribusiness

926-545 นวัตกรรมธุรกิจเกษตร 3(3-0-6)

Agribusiness Innovation

โปรแกรมประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผลการดำเนินงานทางธุรกิจเกษตร นวัตกรรมผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตร นวัตกรรมการตลาดสินค้าเกษตร การทำการเกษตรอัจฉริยะ การจัดการฐานข้อมูลด้านธุรกิจเกษตร การประมวลผลด้วยข้อมูลคอมพิวเตอร์เพื่อใช้ในการตัดสินใจด้านธุรกิจเกษตร

Application of information technologies to increase agribusiness performance, agricultural product innovation, agricultural marketing innovation, smart farming, agricultural database management, agribusiness decision making by using computer program

926-546 ภูมิศาสตร์สารสนเทศเพื่อการเกษตร 3(3-0-6)

Geographic Information System for agriculture

การจัดการสภาพภูมิศาสตร์ฟาร์ม การจัดการพื้นที่ฟาร์ม ระบบการปลูก ระบบนิเวศน์ฟาร์ม การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการจัดการพื้นที่

Geographic Management in farm, farm area management, planting system, farm ecosystem, geographic information system for agriculture

926-547 โครงการด้านนวัตกรรมการจัดการธุรกิจเกษตร 3(2-2-5)

Innovative Agribusiness Management Project

การวิเคราะห์ธุรกิจเกษตร อาการและสาเหตุของปัญหาทางธุรกิจเกษตร การเสนอแนะแนวทางการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจเกษตรโดยใช้นวัตกรรมหรือการจัดการสมัยใหม่ เน้นการปฏิบัติบนพื้นฐาน ใจหายจากสถานการณ์ประกอบการและมีการประเมินติดตามความก้าวหน้าของโครงการ การฝึกปฏิบัติเชิงบูรณาการกับการทำงาน

Business analysis in agribusiness; symptoms, problems, and causes of agribusiness; business solution recommendations using innovation or modern management, using problems from real situations in agribusiness organizations, project progress evaluation , work integrated learning

3) กลุ่มวิชานวัตกรรมจัดการการเงิน

926-551 หลักการลงทุน 3(3-0-6)

Principles of Investment

กระบวนการลงทุน ความสำคัญของการลงทุนต่อระบบเศรษฐกิจ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย วิธีปฏิบัติในการซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์ การวิเคราะห์ความเสี่ยงและผลตอบแทน ทฤษฎีตลาดมีประสิทธิภาพ ทฤษฎีกลุ่มหลักทรัพย์ลงทุน การวิเคราะห์ตราสารหนี้ การวิเคราะห์ตราสารทุน การวิเคราะห์ตราสารอนุพันธ์ การลงทุนทางเลือก

Investment process; importance of investment to economic system; Thailand Securities Market; securities trading process; risk and return analysis; the efficient-market hypothesis; portfolio theory; stocks analysis; bonds analysis; derivatives analysis; alternative investment

- 926-552 การวิเคราะห์และการประเมินมูลค่าทางการเงิน** **3(2-2-5)**
- Financial Analysis and Valuation**
- ภาพรวมการวิเคราะห์ทางการเงิน การวิเคราะห์งบการเงิน การจัดทำและการวิเคราะห์งบกระแสเงินสด แบบจำลอง การประเมินมูลค่าทางการเงินและการวัดมูลค่าของสินทรัพย์ประเภทต่างๆและมูลค่าของกิจการ การวิเคราะห์มูลค่าเพื่อควรวมกิจการ
- An overview of financial analysis; financial statement analysis; preparing and analysis of cash flow statement; financial valuation of different assets and business valuation; valuation analysis for merger and acquisitions
- 926-553 การวางแผนการเงินส่วนบุคคล** **3(3-0-6)**
- Personal Finance**
- การกำหนดเป้าหมายทางการเงินในแต่ละช่วงชีวิตของบุคคล การจัดหาเงินและวางแผนใช้เงินในด้านต่างๆ อย่างมีระบบด้วยการจัดทำงบการเงินอย่างถูกต้อง การออมเงินและการลงทุนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม การรู้จักการใช้จ่ายอย่างชาญฉลาด การวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา การพัฒนาคุณภาพชีวิตด้วยการวางแผนการเงิน การวางแผนการเงินสำหรับอนาคตในยามเกษียณอายุ
- Personal financial goal setting in each stage; source of funds; systematic financial planning with appropriate personal financial report; saving and investing in creating value; knowing how to spend wisely; personal income tax planning; quality of life through financial planning; retirement financial planning
- 926-554 การบริหารความมั่งคั่ง** **3(3-0-6)**
- Wealth Management**
- การกำหนดเป้าหมายชีวิต การสร้างความมั่งคั่งด้วยกลยุทธ์การออม การปกป้องความมั่งคั่งด้วยการวางแผนภาษี และการประกันชีวิตและประกันภัย การสะสมความมั่งคั่งด้วยการวางแผนการลงทุน การส่งต่อความมั่งคั่งด้วยการวางแผนเกษียณและวางแผนมรดก
- Determination of life goals; creating wealth with saving strategies; wealth protection with tax planning and insurance planning; wealth accumulation with investment planning; retirement and heritage planning
- 926-555 สัมมนาทางการเงิน** **3(1-3-5)**
- Seminar in Finance**
- ปัญหาทางการเงินของธุรกิจ ปัญหาในการจัดการทางการเงิน การวางแผนการลงทุน แหล่งเงินทุน และการจัดสรรเงินปันผล โดยเน้นการนำทฤษฎี เครื่องมือและเทคนิคทางการเงินเข้ามาประยุกต์เพื่อแก้ไขปัญหา โดยใช้กรณีศึกษาและงานวิจัยในประเทศไทยและต่างประเทศ การฝึกปฏิบัติเชิงบูรณาการกับการทำงาน
- Problems in business finance; problems in financial management, investment planning, sources of funds; and dividends; with emphasis on the application of theories and financial techniques in problem-solving using case studies, work integrated learning
- 926-556 การให้บริการวิชาการทางการเงินแก่สังคม** **3(1-3-5)**
- Financial Service Counselling for Society**
- การประยุกต์ความรู้ทางการเงินสู่การปฏิบัติเพื่อสังคม การจัดทำแผนการเงินส่วนบุคคล การบริหารเงินออมเพื่อการเกษียณ และการจัดทำแผนการเงิน การฝึกปฏิบัติเชิงบูรณาการกับการทำงาน
- Financial literacy application for social practices, creating personal financial plans saving management for retirement, the preparation of a financial, work integrated learning

926-557 การเงินสำหรับผู้ประกอบการ

3(1-3-5)

Entrepreneurial Finance

การประเมินมูลค่าธุรกิจ เครื่องมือในการประเมิน โอกาสทางธุรกิจในขั้นต้น เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับผู้ประกอบการ แนวทางในการจัดการแหล่งเงินทุน การวิเคราะห์บทบาทของสัญญาทางการเงิน โครงสร้างของแหล่งเงินทุน แบบร่วมทุน ประเด็นในการจ้างพนักงานเพื่อสร้างธุรกิจ วิธีการออกจากธุรกิจ

Business evaluation and valuation ; tools to evaluate early stage business opportunities; Information technology for entrepreneurs; ways to find funding ; analysis of the role of financial contracts; the structure of venture capital funds and their fund raising process ; the issues of attracting and compensating employees to start-up ; methods to exit

4) กลุ่มวิชานวัตกรรมจัดการ

926-561 การวัดเทียบเคียงสมรรถนะและการวิเคราะห์การแข่งขัน

3(3-0-6)

Benchmarking and Competitive Analysis

แนวคิดและกระบวนการวัดเทียบเคียงสมรรถนะ เกณฑ์เปรียบเทียบสมรรถนะ แนวปฏิบัติที่เป็นเลิศ การพัฒนาและนำกลยุทธ์การแข่งขันไปใช้ การสร้างคุณค่าทางนวัตกรรมธุรกิจ ตำแหน่งทางการแข่งขันในตลาด การพัฒนาทักษะเพื่อเป็นแนวทางต่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ในอนาคตในบริบทที่ไม่แน่นอน

Benchmarking concepts and processes, benchmark criteria, best practices, development and competitive strategies implementation, value business innovation creation, competitive positioning, skills development to future strategic decisions in contexts of substantial uncertainty

926-562 ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ

3(3-0-6)

Management Information System

แนวคิดการนำระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการองค์กร ประเภทของระบบสารสนเทศ การใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการตัดสินใจ สภาพและแนวโน้มความสำคัญของระบบสารสนเทศในการจัดการเพื่อการเติบโตและความได้เปรียบขององค์กร

Concepts of information system and management; types of information system, information system for decision making, nature, trend and importance of information system management for creating growth and advantage of organizations

926-563 การนำและการสร้างองค์กรนวัตกรรมธุรกิจ

3(3-0-6)

Leading and Creating Innovation Business Organization

ลักษณะองค์กร ประเภทขององค์กรสมัยใหม่ กระบวนการเกี่ยวกับคนและจัดการองค์กร การสร้างองค์กรนวัตกรรมธุรกิจ ปัจจัยที่มีผลต่อโครงสร้างองค์กรนวัตกรรมธุรกิจ การสร้างความสามารถทางนวัตกรรมต่อองค์กรจากหัวข้อของสถานประกอบการ การฝึกปฏิบัติเชิงบูรณาการกับการทำงาน

Organization characteristics, types of modern organization culture, Process with people and organization management, Building innovation business organization. Innovative ability to organization with enterprise topic, work integrated learning

926-564 การเจรจาต่อรองและกลยุทธ์การตัดสินใจ

3(3-0-6)

Negotiation and Decision Making Strategies

ทฤษฎีจิตวิทยาการตัดสินใจ รูปแบบของการตัดสินใจ การเจรจาต่อรองและการตัดสินใจ การพัฒนากรอบการตัดสินใจ การวิเคราะห์สถานการณ์ พัฒนาแผนในการตรวจสอบ ปรับปรุง และฝึกทักษะการเจรจาต่อรองและการตัดสินใจ

Theory of psychological decision making; types of decision; negotiations and decision making; development of decision making framework; situation analysis planning development and practicing negotiation skill and decisions

926-565 กลยุทธ์การแข่งขันสำหรับยุคดิจิทัล

3(3-0-6)

Competitive Strategy for a Digital Age

วิเคราะห์ธรรมชาติการแข่งขันในอุตสาหกรรมต่างๆ วิเคราะห์โครงสร้างอุตสาหกรรมที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ ศึกษาความน่าจะเป็นของกลยุทธ์ต่อการเปลี่ยนโครงสร้างอุตสาหกรรม ศึกษาการเปลี่ยนแปลงที่กระทบต่อโครงสร้างอุตสาหกรรม การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีต่อกลยุทธ์การแข่งขัน กระบวนการสร้างกลยุทธ์ทางนวัตกรรมจากหัวข้อของสถานประกอบการ การฝึกปฏิบัติเชิงบูรณาการกับการทำงาน

Analysis industry competition. Analyze industrial structures effect to strategy formulation. Study strategies probability for changing industry structures. Study the changes to industrial structure. Technology changes to competitive strategies. Innovative strategy creation process with enterprise topic, work integrated learning

5) กลุ่มวิชานวัตกรรมการจัดการการตลาด (Innovative Marketing Management)

926-571 การตลาดดิจิทัล

3(2-2-5)

Digital Marketing

ความรู้และทักษะที่จำเป็นสำหรับการตลาดดิจิทัลขององค์กร เครื่องมือดิจิทัล การวางแผน การปฏิบัติการ การวัดและประเมินผล พฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัล การวัดประสิทธิภาพการเลือกใช้ช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ การสร้างคุณค่าเนื้อหาทางสื่อดิจิทัลในแต่ละรูปแบบ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางสื่อดิจิทัล การพัฒนาทักษะการสื่อสารทางสื่อดิจิทัล การตลาดแบบไวรัล การตลาดพันธมิตร โดยใช้กรณีศึกษา การสะท้อนคิดผ่านประสบการณ์และการศึกษาด้วยตนเอง การนำเสนอและสื่อสารด้วยสื่อดิจิทัล การฝึกปฏิบัติเชิงบูรณาการกับการทำงาน

Skills and knowledge necessary of digital marketing within organizations; digital tools; planning; implementing, measurement and evaluation; consumer behavior in digital Era; effective in selection of online and odd-line marketing channel; content value creation for digital types; digital advertising and public relation; skill development in digital communication; viral marketing, alliance marketing; using case study, experience constructive feedback and self-study; presentation and communication by using digital medias; work integrated learning

926-572 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และการสร้างสรรค์

3(2-2-5)

Product Innovation and Creativity

แนวคิด ลักษณะ และประเภทของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และการสร้างสรรค์ กระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ นวัตกรรมสร้างแบรนด์ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมบริการ ความล้มเหลวและความความเสี่ยงต่อนวัตกรรม องค์การนวัตกรรม การเปลี่ยนแปลงและนวัตกรรม โดยใช้กรณีศึกษา การสะท้อนคิดผ่านประสบการณ์ การอภิปรายกลุ่ม และการศึกษาด้วยตนเอง การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ต้นแบบร่วมกับผู้ประกอบการ การนำเสนอและสื่อสารการตลาดด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ การฝึกปฏิบัติเชิงบูรณาการกับการทำงาน

Concepts, characteristics, and types of product innovation and creativity; process of creating new product; innovative branding; product innovation in the service industry; failure and risk in innovation; the innovative organization; changes and innovation; using case study; experience constructive feedback; group discussion and self-study; product prototype creativity with entrepreneur; presentation and marketing communication by using advanced technology; work integrated learning

926-573 นวัตกรรมการสื่อสารการตลาด

3(2-2-5)

Innovative Marketing Communications

ลักษณะและความสำคัญของการสื่อสารการตลาดในยุคดิจิทัล ความสำคัญของการสื่อสารแบรนด์ในธุรกิจออนไลน์ การโปรโมทสินค้าและแบรนด์ผ่านสื่อออนไลน์และออฟไลน์ การสื่อสารการตลาดด้วยเนื้อหา การออกแบบสื่อโฆษณาอย่างสร้างสรรค์ เทคนิคการทำการตลาดด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ การวัดและประเมินผลของวิธีการที่ใช้ในการสื่อสารการตลาด โดยใช้กรณีศึกษา การสะท้อนคิดผ่านประสบการณ์ การอภิปรายกลุ่ม และการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง การออกแบบสื่อและการตลาดเชิงกิจกรรมร่วมกับธุรกิจจริง การนำเสนอและสื่อสารการตลาดด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ การฝึกปฏิบัติเชิงบูรณาการกับการทำงาน

Characteristics and importance of digital marketing communication; importance of communication with online business branding; using online and offline media for promotion and branding; marketing communication by using content marketing; creative advertising design, electronics marketing techniques; measurements and evaluation of marketing communication methods; using case study, experience constructive feedback; group discussion and self-study; media design and event marketing with business; presentation and marketing communication by using advanced technology; work integrated learning

926-574 นวัตกรรมกลยุทธ์การตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ

3(2-2-5)

Marketing Strategy Innovation for Tourism and Hospitality Industry

ลักษณะนวัตกรรมกลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวและบริการ พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคต นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การตลาดเพื่อสังคม การสร้างความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์และบริการ นวัตกรรมธุรกิจสินค้าที่ระลึก กลยุทธ์นวัตกรรมแบบหาช่องว่างทางการตลาด การวางแผนนวัตกรรมกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ ระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีทางการตลาด แนวโน้มกลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวและบริการ โดยใช้กรณีศึกษา การสะท้อนคิดผ่านประสบการณ์ การอภิปรายกลุ่ม และการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง การสร้างสรรค์กลยุทธ์การตลาดร่วมกับธุรกิจจริง การนำเสนอและสื่อสารการตลาดด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ การฝึกปฏิบัติเชิงบูรณาการกับการทำงาน

Characteristics of innovative marketing strategy for tourism and hospitality; tourist behavior in the future; product innovation, prices; channels of distribution; integrated marketing communication, social marketing; creating product and service reliability; souvenir business innovation; innovative strategies for new market space researching; creative marketing strategy innovation planning; marketing information and technology system; trends of tourism and hospitality marketing strategy; using case study, experience constructive feedback; group discussion and self-study; strategic marketing creativity with business; presentation and marketing communication by using advanced technology; work integrated learning

926-575 การตลาดเพื่อสังคม

3(2-2-5)

Social Marketing

ความสำคัญการตลาดเพื่อสังคม การมุ่งเน้นเป้าหมายทางสังคม สิ่งแวดล้อมและผลประโยชน์ทางธุรกิจ กระบวนการทางการตลาดเพื่อเข้าใจสภาพสังคม ปัญหาสังคมและปัญหาสิ่งแวดล้อม การตลาดเพื่อสังคมกับการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภค กลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคมเพื่อสร้างคุณค่าเพิ่มร่วมกันในสังคม การวิเคราะห์และการปรับกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคม การโน้มน้าวให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมโดยรวม โดยใช้กรณีศึกษา การสะท้อนคิดผ่านประสบการณ์ การอภิปรายกลุ่ม และการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง การสร้างสรรค์กิจกรรมทางการตลาดที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมร่วมกับธุรกิจจริงและชุมชน การนำเสนอและสื่อสารการตลาดด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ การฝึกปฏิบัติเชิงบูรณาการกับการทำงาน

Importance of societal marketing; focusing on social target; environment together with business benefits; using the process of marketing to understand the state of society; social and environmental problems; societal marketing with changes in consumer behavior; societal marketing strategy for creating share value; analysis and adjusting marketing strategy for society; persuasion of overall social change; using case study; experience constructive feedback; group discussion and self-study; creating marketing activities by focusing on social responsibility with business and community; presentation and marketing communication by using advanced technology; work integrated learning

รายวิชาวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

926-521 วิทยานิพนธ์

36(0-108-0)

Thesis

เงื่อนไข : สำหรับแผน ก แบบ ก 1

การพัฒนาหัวข้อวิจัยโดยความร่วมมือจากสถานประกอบการ กระบวนการวิจัยภายใต้การดูแลแนะนำ โดยอาจารย์ที่ปรึกษาและประเมินผลร่วมกับสถานประกอบการ เพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ด้านบริหารทางธุรกิจ ซึ่งเป็นผลงานที่แสดงออกถึงความรู้ที่แท้จริงในเรื่องที่ศึกษา การฝึกปฏิบัติเชิงบูรณาการกับการทำงาน

Development of research topics in collaboration with business; research process under supervision by advisor and evaluation with business; new knowledge creation in business management; presenting true knowledge in the subject of study; work integrated learning

926-522 วิทยานิพนธ์

18(0-54-0)

Thesis

เงื่อนไข : สำหรับแผน ก แบบ ก 2

การพัฒนาหัวข้อวิจัยโดยความร่วมมือจากสถานประกอบการ กระบวนการวิจัยภายใต้การดูแลแนะนำ โดยอาจารย์ที่ปรึกษาและประเมินผลร่วมกับสถานประกอบการ เพื่อสร้างเสริมและพัฒนาองค์ความรู้ทางด้านบริหารธุรกิจ การฝึกปฏิบัติเชิงบูรณาการกับการทำงาน

Development of research topics in collaboration with business; research process under supervision by advisor and evaluation with business; reinforcement and development knowledge in business administration; work integrated learning

926-523 สารนิพนธ์

6(0-18-0)

Minor Thesis

เงื่อนไข : สำหรับแผน ข

การพัฒนาหัวข้อวิจัยด้านบริหารธุรกิจ โดยความร่วมมือกับสถานประกอบการ การออกแบบและดำเนินการวิจัย ภายใต้การดูแลแนะนำ โดยอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อการปรับใช้กับธุรกิจในการทำงานจริง การฝึกปฏิบัติเชิงบูรณาการกับการทำงาน

Development of research topics in collaboration with business; designing and conducting research under supervision by advisor; implementing for business in the real world; work integrated learning

รายชื่ออาจารย์ประจำหลักสูตรระดับปริญญาโท
คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

- ภาคปกติ ภาคสมทบ
 หลักสูตรปกติ หลักสูตรนานาชาติ หลักสูตรภาษาอังกฤษ
 หลักสูตรใหม่ พ.ศ. หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2563

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นนทิกก์ เพียรโรจน์, Ph.D. (Marketing),ม.อีสต์ัมซัญ,2555
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษราภรณ์ สุดตาพงศ์, Ph.D. (Management), Huazhong University of Science and Technology, China,2556
3. ดร.พุลิยา ชีระชัยศิริกุล, Ph.D. (Management), Asian Institute of Technology,2555

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs) กลยุทธ์/วิธีการสอน และกลยุทธ์/วิธีการวัดและการประเมินผล

ระดับปริญญาโท

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs)	กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้	กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้
PLO1 ประยุกต์ใช้โมเดลและเครื่องมือทางธุรกิจสมัยใหม่		
<p>1.1 เข้าใจและวิเคราะห์การใช้โมเดลและเครื่องมือทางธุรกิจ</p> <p>1.2 นำโมเดลและเครื่องมือทางธุรกิจสมัยใหม่ในการแก้ปัญหาทางธุรกิจ</p> <p>1.3 ประเมิน โมเดลและเครื่องมือทางธุรกิจสมัยใหม่ที่เหมาะสม</p> <p>1.4 ปรับใช้โมเดลและเครื่องมือทางธุรกิจสมัยใหม่</p>	<p>1.1 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้</p> <p>1.1.1 การใช้เทคนิคการสอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญในทุกายวิชา เพื่อวัดแนวคิดและการประยุกต์ใช้ความรู้ จัดทำนำเสนอ แก้ไขปัญหาการปฏิบัติทางการบริหารธุรกิจ การเสนอแนวทางในการพัฒนาธุรกิจสมัยใหม่</p> <p>1.1.2 สัมมนา อภิปรายกลุ่ม เรียนรู้จากสถานการณ์จริง ปฏิบัติงานภาคสนาม (Work integrated learning -WIL) การศึกษาดูงานในหรือต่างประเทศและบรรยายพิเศษจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก</p> <p>1.1.3 นำกรณีศึกษาจากเครือข่ายความร่วมมือกับ องค์กร ชุมชน สังคม ระดับภูมิภาคและระดับประเทศ เพื่อใช้ในการเรียนการสอน</p> <p>1.2 กลยุทธ์การสอนด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ</p> <p>1.2.1 มอบหมายให้วิเคราะห์ข้อมูล ที่ต้องการนำเสนอ และสรุปประเด็นในการนำเสนอ โดยเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม</p> <p>1.2.2 ฝึกทักษะการเขียนและจัดทำเอกสารเชิงวิชาการและรูปแบบอื่นๆ ที่เหมาะสมในการสื่อสารทางธุรกิจ</p> <p>1.2.3 มอบหมายกิจกรรม กรณีศึกษาและ โจทย์วิจัย ที่ได้จากการประสานกับองค์กร ชุมชน สังคม ระดับภูมิภาคและระดับประเทศ</p> <p>1.2.4 จัดเวทีนำเสนอผลงาน</p> <p>1.3 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการ</p>	<p>1.1 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านความรู้</p> <p>1.1.1 มีการประเมินผลการเรียนรู้โดยการสอบย่อย การสอบวัดความรู้ การสอบประมวลผล (แผน ข)</p> <p>1.1.2 การประเมินผลสัมฤทธิ์งานที่ได้รับมอบหมาย ผลการวิเคราะห์กรณีศึกษาและตามสภาพจริงของผลงาน</p> <p>1.1.3 การนำเสนอรายงานผล การศึกษาวิทยานิพนธ์ในที่ประชุมวิชาการระดับชาติหรือตีพิมพ์ในวารสารวิชาการระดับชาติ(แผน ก แบบ ก 2 และแผน ข) ระดับนานาชาติ(แผน ก แบบ ก 1)</p> <p>1.2 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ</p> <p>1.2.1 ผลสัมฤทธิ์ของการสื่อสารจากการนำเสนอในรูปแบบต่างๆ ที่ได้รับมอบหมายตามเกณฑ์ที่กำหนด</p> <p>1.2.2 ใช้การประเมินผล 360 องศา เพื่อวัดประสิทธิภาพการสื่อสารและใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม</p> <p>1.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา</p> <p>1.3.1 การประเมินผลสัมฤทธิ์งานที่ได้รับมอบหมาย ผลการวิเคราะห์กรณีศึกษาและตามสภาพจริงของผลงาน</p> <p>1.3.2 ตรวจสอบแหล่งข้อมูล ผลการศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูล</p>

	<p>เรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา</p> <p>1.3.1 การใช้เทคนิคการสอนแบบการสอนงาน (Coaching) โดยบูรณาการ โครงการ ร่วมกันในแต่ละรายวิชาเพื่อตอบ โจทย์ และแก้ปัญหาทางธุรกิจโดยใช้การวิจัยเป็น ฐาน</p> <p>1.3.2 นำกรณีศึกษาจากเครือข่ายความ ร่วมมือกับ องค์กร ชุมชน สังคม ระดับ ภูมิภาคและระดับประเทศ เพื่อใช้ในการ เรียนการสอน</p>	ตามหลักวิชาการ
PLO2 สร้างและพัฒนากลยุทธ์ทางธุรกิจสมัยใหม่		
<p>2.1 บูรณาการศาสตร์ทางธุรกิจ และศาสตร์อื่นๆที่เกี่ยวข้อง</p> <p>2.2 ปรับตัวให้เข้ากับ สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง</p> <p>2.3 แก้ไขปัญหาและพัฒนา กลยุทธ์ทางธุรกิจสมัยใหม่</p> <p>2.4 สื่อสารและเชื่อมโยงกลยุทธ์ ทางธุรกิจสมัยใหม่กับองค์กร ชุมชน สังคม ระดับภูมิภาค ประเทศและสากล</p>	<p>1.1 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้อันด้านทักษะทางปัญญา</p> <p>1.1.1 การใช้เทคนิคการสอนแบบการสอนงาน (Coaching) โดยบูรณาการ โครงการ ร่วมกัน ในแต่ละรายวิชาเพื่อตอบ โจทย์ และแก้ปัญหาทางธุรกิจโดยใช้การวิจัยเป็น ฐาน</p> <p>1.1.2 นำกรณีศึกษาจากเครือข่ายความ ร่วมมือกับ องค์กร ชุมชน สังคม ระดับ ภูมิภาคและระดับประเทศ เพื่อใช้ในการ เรียนการสอน</p> <p>1.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้อันด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบต่อสังคม</p> <p>1.2.1 การทำกิจกรรมกลุ่มในชั้นเรียนและ นอกชั้นเรียนในงานที่ได้รับมอบหมาย</p> <p>1.2.2 มอบหมายกิจกรรม กรณีศึกษาและ โจทย์วิจัย ที่ได้จากการประสานกับองค์กร ชุมชน สังคม และสถานประกอบการ ระดับภูมิภาคและระดับประเทศ</p>	<p>1.1 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ ด้านทักษะทางปัญญา</p> <p>1.1.1 การประเมินผลสัมฤทธิ์งานที่ ได้รับมอบหมาย ผลการวิเคราะห์ กรณีศึกษาและตามสภาพจริงของ ผลงาน</p> <p>1.1.2 ตรวจสอบแหล่งข้อมูล ผล การศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูล ตามหลักวิชาการ</p> <p>1.2 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่าง บุคคลและความรับผิดชอบต่อสังคม</p> <p>1.2.1 การมีส่วนร่วมในกิจกรรมกลุ่ม ในชั้นเรียน และผลสัมฤทธิ์ของงานที่ ได้รับมอบหมายตามเกณฑ์ที่กำหนด</p> <p>1.2.2 ใช้การประเมินผล 360 องศา เพื่อวัดพฤติกรรมกลุ่มทำงาน โดย ผู้เกี่ยวข้อง</p>
PLO3 มีคุณธรรมและจริยธรรมในการจัดการธุรกิจต่อ องค์กร ชุมชนและสังคม		
<p>3.1 รู้และตระหนัก ถึงการมี คุณธรรมและจริยธรรมในการ จัดการธุรกิจสมัยใหม่</p> <p>3.2 เลือกและนำแนวทางปฏิบัติ</p>	<p>1.1. กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้อันด้านคุณธรรม จริยธรรม</p> <p>1.1.1 สร้างวัฒนธรรมของหลักสูตรเพื่อ ปลุกจิตสำนึกขึ้นพื้นฐานให้นักศึกษา อาจารย์ และบุคลากรของหลักสูตร ในการ</p>	<p>1.1 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ ด้านคุณธรรม จริยธรรม</p> <p>1.1.1 กำหนดให้อาจารย์ผู้สอน เพื่อน ร่วมชั้นเรียน เป็นผู้ประเมิน คุณลักษณะ พฤติกรรม</p>

<p>ในการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ โดยแสดงถึงความรับผิดชอบต่อนตนเอง องค์กรธุรกิจและสังคม</p> <p>3.3 มีภาวะผู้นำและธรรมาภิบาลในการจัดการธุรกิจสมัยใหม่</p>	<p>รักษาระเบียบวินัยของมหาวิทยาลัย การมีส่วนร่วมพัฒนาคณะ มหาวิทยาลัย และชุมชน ตรงต่อเวลา รับผิดชอบในหน้าที่ และซื่อสัตย์สุจริต</p> <p>1.1.2 อาจารย์ผู้สอนสอดแทรกเรื่องคุณธรรม จริยธรรม ภาวะผู้นำและธรรมาภิบาลการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ ในการสอนรายวิชา รวมทั้งการจัด โครงการ / กิจกรรม เพื่อพัฒนาจิตสาธารณะทำประโยชน์ให้กับชุมชนให้บริการที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพบริหารธุรกิจ</p> <p>1.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ</p> <p>1.2.1 การทำกิจกรรมกลุ่มในชั้นเรียนและนอกชั้นเรียนในงานที่ได้รับมอบหมาย</p> <p>1.2.2 มอบหมายกิจกรรม กรณีศึกษาและโจทย์วิจัย ที่ได้จากการประสานกับองค์กรชุมชน สังคม และสถานประกอบการ ระดับภูมิภาคและระดับประเทศ</p>	<p>จิตพิสัยในชั้นเรียน</p> <p>1.1.2 การนำเสนอการพัฒนาจริยธรรมทางธุรกิจ ภาวะผู้นำและธรรมาภิบาลการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ ความรับผิดชอบต่อสังคม และกรณีศึกษา ในการวัดผลการเรียนทุกรายวิชา</p> <p>1.2 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ</p> <p>1.2.1 การมีส่วนร่วมในกิจกรรมกลุ่มในชั้นเรียน และผลสัมฤทธิ์ของงานที่ได้รับมอบหมายตามเกณฑ์ที่กำหนด</p> <p>1.2.2 ใช้การประเมินผล 360 องศา เพื่อวัดพฤติกรรมการทำงานโดยผู้เกี่ยวข้อง</p>
---	--	--

PLO4 จัดการธุรกิจด้วยนวัตกรรม

<p>4.1 พัฒนารูปแบบธุรกิจสมัยใหม่ (Business Model)</p> <p>4.2 จัดการธุรกิจด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่</p> <p>4.3 เพิ่มและยกระดับทักษะการจัดการทางธุรกิจสมัยใหม่อย่างต่อเนื่อง</p>	<p>1.1 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา</p> <p>1.1.1 การใช้เทคนิคการสอนแบบการสอนงาน (Coaching) โดยบูรณาการโครงการร่วมกันในแต่ละรายวิชาเพื่อตอบโจทย์ และแก้ปัญหาทางธุรกิจโดยใช้การวิจัยเป็นฐาน</p> <p>1.1.2 นำกรณีศึกษาจากเครือข่ายความร่วมมือกับ องค์กร ชุมชน สังคม ระดับภูมิภาคและระดับประเทศ เพื่อใช้ในการเรียนการสอน</p> <p>1.2 กลยุทธ์การสอนด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ</p> <p>1.2.1 มอบหมายให้วิเคราะห์ข้อมูล ที่ต้องการนำเสนอ และสรุปประเด็นในการนำเสนอ โดยเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม</p>	<p>1.1 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา</p> <p>1.1.1 การประเมินผลสัมฤทธิ์งานที่ได้รับมอบหมาย ผลการวิเคราะห์กรณีศึกษาและตามสภาพจริงของผลงาน</p> <p>1.1.2 ตรวจสอบแหล่งข้อมูล ผลการศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูลตามหลักวิชาการ</p> <p>1.2 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ</p> <p>1.2.1 ผลสัมฤทธิ์ของการสื่อสารจากการนำเสนอในรูปแบบต่างๆ ที่ได้รับมอบหมายตามเกณฑ์ที่กำหนด</p> <p>1.2.2 ใช้การประเมินผล 360 องศา เพื่อวัดประสิทธิภาพการสื่อสารและ</p>
--	---	---

	<p>1.2.2 ฝึกทักษะการเขียนและจัดทำเอกสารเชิงวิชาการและรูปแบบอื่นๆ ที่เหมาะสมในการสื่อสารทางธุรกิจ</p> <p>1.2.3 มอบหมายกิจกรรม กรณีศึกษาและ โจทย์วิจัย ที่ได้จากการประสานกับองค์กรชุมชน สังคม ระดับภูมิภาคและระดับประเทศ</p> <p>1.2.4 จัดเวทีนำเสนอผลงาน</p>	ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม
--	--	------------------------