



รายงานผลการประเมินคุณภาพการศึกษาระดับหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชาการการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2558)

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ประจำปีการศึกษา 2558

(1 สิงหาคม 2558 – 31 กรกฎาคม 2559)

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

ผลการประเมินคุณภาพการศึกษาระดับหลักสูตร หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ ปีการศึกษา 2558 มีผลการประเมินผ่านเกณฑ์กำกับมาตรฐาน โดยมีระดับคุณภาพในภาพรวมอยู่ในระดับดี (3.36) มีองค์ประกอบที่มีคุณภาพระดับดีมาก จำนวน 1 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบที่ 2 บัณฑิต มีองค์ประกอบที่มีคุณภาพระดับดี จำนวน 2 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบที่ 4 อาจารย์ และองค์ประกอบที่ 5 หลักสูตร มีองค์ประกอบที่มีคุณภาพระดับปานกลาง จำนวน 2 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบที่ 3 นักศึกษา องค์ประกอบที่ 6 สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

ลงชื่อ..... 

(อาจารย์ณัฐกันย์ ชินนรานันท์)

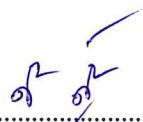
ประธานคณะกรรมการ

10/08 /2559

รายนามคณะกรรมการการประเมินคุณภาพการศึกษาระดับหลักสูตร

ลงชื่อ.....
(อาจารย์ณัฐกันย์ ชินนรานันท์)
ประธานคณะกรรมการ

ลงชื่อ.....
(ดร.อัญชลี ทองกำเนิด)
กรรมการ

ลงชื่อ.....
(ผศ. ดร.สิริพร อังโสภา)
กรรมการและเลขานุการ

บทนำ

ประวัติความเป็นมาของหลักสูตร

สาขาวิชาการตลาด
บริหารธุรกิจบัณฑิต บธ.บ. (การตลาด)
Bachelor of Business Administration
B.B.A. (Marketing)

ประวัติ

สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2518 พร้อมกับการสถาปนาวิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา (ชื่อเมื่อเริ่มแรกก่อตั้งก่อนได้รับพระราชทานชื่อใหม่เป็นสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล และปรับเปลี่ยนเป็นมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีเมื่อ ปี พ.ศ. 2548) สาขาวิชาการตลาด จัดการเรียนการสอนในระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ระดับปริญญาตรี โดยรับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตร (ปวส.) มาเรียนเพื่อต่อระดับปริญญาตรี การจัดการเรียนการสอนในระยะแรกใช้พื้นที่ของวิทยาเขตจักรพงษ์ภูวนารถ (ชื่อในขณะนั้น) โดยจัดการเรียนการสอนในช่วงเวลาบ่ายและเย็น และเปิดสอนแบบเต็มเวลาดังแต่ปี 2524 เป็นต้นมา

ในปี พ.ศ. 2534 สาขาวิชาการตลาด ได้ย้ายสถานที่จากที่ตั้งเดิมเข้ามารวมอยู่ในศูนย์กลางสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล (ชื่อขณะนั้น) ในพื้นที่ 740 ไร่ ถนนรังสิต-นครนายก ตำบลคลองหก อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี

พ.ศ. 2538 สาขาวิชาการตลาด ได้เปิดรับนักศึกษาหลักสูตร 4 ปี รับนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) สาขาวิชาบริหารธุรกิจ และนักศึกษาที่จบระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) เข้าศึกษาต่อ โดยใช้วิธีการสอบคัดเลือกตรง

พ.ศ. 2541 สาขาวิชาการตลาด ได้รับนักศึกษาเพิ่มอีกหนึ่งวิธี คือ วิธีการรับนักศึกษาผ่านการสอบคัดเลือกเข้าเรียนในระดับอุดมศึกษาของทบวงมหาวิทยาลัยหรือการสอบ Entrance (ชื่อเรียกในขณะนั้น)

พ.ศ. 2555 สาขาวิชาการตลาดได้ร่วมมือกับบริษัทเซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด ในรูปแบบการเรียนการสอนเป็นลักษณะแบบ will (Work intergrated Learning)

ปรัชญา

มุ่งเน้นความรู้ด้านวิชาชีพทางการตลาด มีจรรยาบรรณ มีวินัย และนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ปฏิบัติงานได้จริง

ปณิธาน

ผลิตบัณฑิตเป็นนักคิด นักวิเคราะห์ มีคุณธรรม มีความรับผิดชอบ มุ่งสู่สังคม

วิสัยทัศน์

สาขาวิชาการตลาด จะเป็นนำผู้ด้านการศึกษาวิชาการตลาดในระดับสากล

พันธกิจ

1. จัดการศึกษา ระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการตลาด เพื่อผลิตบัณฑิตที่เชี่ยวชาญทางวิชาชีพทางด้านการตลาด มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของสังคม มีความรู้ มีจรรยาบรรณ มีวินัย มีคุณภาพทั้งทางทักษะวิชาชีพ ภาษาต่างประเทศ และเทคโนโลยี และส่งเสริมความร่วมมือในระดับสากล
2. ส่งเสริมกิจกรรมเพื่อพัฒนานักศึกษาให้เป็นบัณฑิตที่พึงประสงค์
3. สร้างผลงานวิจัยเพื่อตอบสนองความต้องการของสังคม การวิจัยเพื่อการพัฒนา และสร้างองค์ความรู้ใหม่ รวมถึงผลิตผลงานสร้างสรรค์ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อการพัฒนาตนเอง ชุมชน สังคม และประเทศชาติ
4. ให้บริการทางวิชาการ วิชาชีพ สู่สังคม บริการวิชาการที่ตอบสนองความต้องการของท้องถิ่นและสังคม ในการให้คำปรึกษาแนะนำ การวิจัยและพัฒนา การทดสอบ สํารวจ รวมทั้งการจัดประชุมสัมมนาฝึกอบรมต่างๆ เพื่อให้เกิดทักษะและเทคโนโลยีที่จำเป็นต่อการพัฒนาชุมชน สังคมและประเทศชาติ
5. พัฒนาบุคลากรของสาขาวิชาให้มีความรู้ ความสามารถเชิงวิชาชีพ มีคุณภาพชีวิตที่ดี
6. ทำนุบำรุงศาสนา อนุรักษ์และฟื้นฟู ศิลปวัฒนธรรมไทยและสิ่งแวดล้อม

เป้าประสงค์ (Goal)

1. ผู้สำเร็จการศึกษามีความรู้ความสามารถและศักยภาพเทียบเท่ามาตรฐานสากล
2. สร้างเสริมองค์ความรู้เพื่อเป็นพื้นฐานการสร้างศักยภาพและความสามารถ เพื่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจทั้งในระดับชุมชน สังคม ประเทศ
3. ประชาชนมีความแข็งแกร่งในการประกอบอาชีพนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอย่างยั่งยืน
4. มีบทบาทในการส่งเสริมทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนภูมิปัญญาท้องถิ่น
5. มีโครงสร้างและระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพตามหลักธรรมาภิบาล

อัตลักษณ์ (Identity)

บัณฑิตนักปฏิบัติ เชี่ยวชาญวิชาชีพวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

เอกลักษณ์ (Uniqueness)

มีความเชี่ยวชาญทางด้านบริหารธุรกิจ ผลิตบัณฑิตและสร้างงานวิจัยที่มีคุณภาพในระดับสากล

วัฒนธรรมองค์กร (Corporate Culture)

รักองค์กรและหน้าที่ พัฒนาดตนเอง เป็นมืออาชีพ สื่อสารอย่างสร้างสรรค์ ทำงานเป็นทีม

สีประจำสาขาวิชา : สีแดง

2 ผลการปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผลการประเมินปีที่ผ่านมา

แผนยกระดับการพัฒนาคุณภาพการศึกษา จากผลการประเมินคุณภาพประจำปี 2557

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด พ.ศ. 2553

จุดที่ควรพัฒนาจากการประเมิน	ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา	แผนงาน/โครงการ/กิจกรรมเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษาจากข้อเสนอแนะ	KPI ของผลลัพธ์		ผู้รับผิดชอบ	กำหนดเวลา
			ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมายความสำเร็จ		
องค์ประกอบที่ 1 การกำกับมาตรฐาน						
-						
องค์ประกอบที่ 2 บัณฑิต						
1. ควรเพิ่มอัตราการตอบแบบสำรวจของบัณฑิตตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติให้มากขึ้น	ในปี 2558 คณะฯจะปรับคำถามในการสำรวจบัณฑิตตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ 5 ด้านเพื่อให้ครอบคลุมทุกเรื่องเพื่อเป็นประโยชน์ในการนำข้อมูลมาปรับปรุงต่อไป โดยประสานไปยังกพน.ในการปรับปรุงแบบสอบถามเพื่อให้ครอบคลุมคุณวุฒิ 5 ด้าน	ปรับคำถามเพิ่มคุณวุฒิ 5 ด้านเพื่อให้กพน.โดยผ่านไปยังคณะฯพิจารณาและเพื่อนำไปใช้กับบัณฑิตที่จะรับปริญญาในปี 2559	แบบประเมิน	1 ชุด	สาขาวิชาการตลาด/คณะบริหารธุรกิจ/กพน.	ปี 2559
2. หลักสูตรควรมุ่งพัฒนาบัณฑิตในด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร IT ตลอดจนเชาว์ปัญญาให้นักศึกษามากขึ้นเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตให้สูงขึ้น	ในปี 2558 สาขาวิชาการตลาดได้เพิ่มวิชาเรียนในหมวดเสรี 1 วิชา คือ โปรแกรมตารางคำนวณทางธุรกิจ เพื่อให้บัณฑิตที่จบการศึกษาได้รับความรู้ทักษะทางด้านการใช้ IT เพื่อสอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ	ในภาคการศึกษาที่ 2/2558 สาขาวิชาการตลาดเปิดวิชาเสรี ให้นักศึกษา 1 วิชา คือ โปรแกรมตารางคำนวณทางธุรกิจ เพื่อเสริมทักษะให้กับนักศึกษาในการใช้ IT โปรแกรมสำเร็จรูปในการใช้ในงานสำนักงานเพื่อประยุกต์ใช้ในการทำงานต่อไป นอกจากนี้สาขายังมีวิชาที่ให้นักศึกษาได้วิเคราะห์เชิงตัวเลข ตลอดจนใช้เชาว์ปัญญามากขึ้น ได้แก่ วิชาการศึกษาโครงการความเป็นไปได้เพื่อการตลาด การวิจัยการตลาด และการสัมมนาปัญหาการตลาด เป็นต้น	รายวิชา	4 รายวิชา	ประธานหลักสูตร	ภาคการศึกษาที่ 2/2558
3. หลักสูตรควรดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตของหลักสูตรเอง เพื่อให้ได้ผลสำรวจที่ตรงตามข้อกำหนดของหลักสูตร	ในปี 2558 สาขาวิชาการตลาดออกแบบสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต จะดำเนินการเก็บข้อมูลเองเพื่อเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการที่ใช้บัณฑิตจริงและจะเป็นประโยชน์สำหรับสาขาในการนำข้อมูลมาปรับปรุงและใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ต่อไป	สาขาวิชาจะออกแบบสำรวจในการใช้บัณฑิตจากผู้ประกอบการเพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์และปรับแผนการเรียนเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิตต่อไป	แบบสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต	1 ชุด	ประธานหลักสูตร	มีนาคม 2559

จุดที่ควรพัฒนาจากการประเมิน	ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา	แผนงาน/โครงการ/กิจกรรมเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษาจากข้อเสนอแนะ	KPI ของผลลัพธ์		ผู้รับผิดชอบ	กำหนดเวลา
			ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมายความสำเร็จ		
องค์ประกอบที่ 3 นักศึกษา						
1. ควรจัดกิจกรรมการส่งเสริมพัฒนาศักยภาพและทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ให้ครอบคลุมทุกด้านและมีการรายงานผลการจัดกิจกรรมตลอดจนนำผลที่ได้ไปปรับปรุงกิจกรรมให้เห็นเป็นรูปธรรมในครั้งต่อไป	ในปี 2558 สาขาการตลาดได้มีกิจกรรมส่งเสริมพัฒนาศักยภาพการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ให้ครอบคลุมทุกด้านในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้นักศึกษาได้รับประโยชน์จากโครงการต่างๆ เหล่านี้ให้มีศักยภาพ โดยได้นำผลการดำเนินงานในปี 2557 ทุกโครงการที่นักศึกษาได้เข้าร่วมกิจกรรม เข้าที่ประชุมสาขาถึงปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ วางแผน และปรับปรุงต่อไปสำหรับการใช้กิจกรรมต่างๆ ในปีการศึกษา 2558	สาขาวิชาการตลาดได้มีโครงการเพื่อเพิ่มพัฒนาศักยภาพในปีการศึกษา 2558 ดังนี้ 1.ให้นักศึกษาเข้าร่วมการแข่งขันในโครงการกรงไทยต้นกล้าสีขาวของบริษัทกรงไทย จำกัด (มหาชน) 2.เข้าร่วมแข่งขันการออกแบบแผนการประชาสัมพันธ์และณรงค์สร้างความปลอดภัยบนท้องถนนในรั้วมหาวิทยาลัยบริษัทโตโยต้า จำกัด 3.โครงการประกวดแนวคิดธุรกิจคนรุ่นใหม่ สุดยอดแนวคิดธุรกิจวิถีไทย ของธนาคารออมสิน 4. เข้าร่วมโครงการงาน “กล้าใหม่...สร้างสรรค์ชุมชน” ของธนาคารไทยพาณิชย์ 5.เข้าร่วมเขียนแผนการสื่อสารการตลาดของ Honda บริษัทฮอนด้า จำกัด 6.การเข้าร่วม workshop ในโปรแกรม “เทคนิคการขายสินค้า Professional Selling Technique” สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 4 7. นำนักศึกษาไปดูงานบริษัทอียโนะโมโต้ะ จำนวน 30 คน โดยสาขาได้นำผลการวิเคราะห์มาปรับปรุงในการดำเนินกิจกรรมในปีการศึกษา 2558 ให้มีคุณภาพและมีผลสัมฤทธิ์ในเชิงประจักษ์ให้ชัดเจนมากขึ้น	โครงการเข้าร่วมประกวดการแข่งขันและเข้าร่วมสัมมนา การดำเนินงาน	เข้าร่วมการแข่งขันจำนวน 5 โครงการ เข้าร่วมสัมมนา 1 โครงการ นำนักศึกษาดูงาน จำนวน 1 บริษัท	อาจารย์ผู้สอนวิชาสัมมนา ปัญหาการตลาด อาจารย์ผู้สอนวิชากลยุทธ์การตลาดและการวางแผน อาจารย์ผู้สอนวิชาปฏิบัติการทางการตลาด อาจารย์ผู้สอนวิชาโลจิสติกส์และซัพพลายเชน	ในภาคการศึกษาที่ 2/2558
2. ควรมีมาตรการในการกระตุ้นสนับสนุนช่วยเหลือให้นักศึกษาสำเร็จการศึกษาสูงขึ้น	สาขาวิชาการตลาดมีการประชุมโดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาเข้าไปให้คำแนะนำนักศึกษาที่จบช้ากว่ากำหนดและมีการกระตุ้นให้นักศึกษาสำเร็จการศึกษาตามแผนการเรียน	สาขาวิชามีการประชุมและมีการวางแผนในเรื่องการให้คำปรึกษา โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาเข้าไปกระตุ้นให้นักศึกษาในเรื่องการเรียน การวางแผนการเรียน ให้นักศึกษามีกำลังใจในการเรียน เพื่อจะได้จบตามแผนการเรียนอย่างใกล้ชิด โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาเข้าไปดูเกรดรายบุคคล ถ้าพบว่านักศึกษาคนใดที่มีเกรดเฉลี่ยต่ำกว่าเกณฑ์ต้องเรียก	จำนวนนักศึกษาที่ต้องการรับคำปรึกษา	จำนวนรายชื่อนักศึกษาที่ตกค้างหรือสำเร็จการศึกษาช้ากว่ากำหนด	อาจารย์ที่ปรึกษาทุกคนในสาขาวิชา	ในภาคการศึกษาที่ 2/2558

จุดที่ควรพัฒนาจากการประเมิน	ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา	แผนงาน/โครงการ/กิจกรรมเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษาจากข้อเสนอแนะ	KPI ของผลลัพธ์		ผู้รับผิดชอบ	กำหนดเวลา
			ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมายความสำเร็จ		
		นักศึกษาเรียนนั้นเข้ามาพบเป็นรายบุคคล เพื่อให้ให้นักศึกษาทราบว่าจะต้องมีการปรับแผนการเรียนอย่างไรเพื่อจะได้เรียนจบตามแผนได้				
องค์ประกอบที่ 4 อาจารย์						
1. ขาดผลที่เกิดขึ้นกับอาจารย์อย่างเป็นรูปธรรมด้านการพัฒนาตนเอง	ในปี 2558 สาขาวิชาได้นำข้อเสนอไปปรับและทำแผนการพัฒนาตนเองของอาจารย์ในสาขาวิชา	อาจารย์ในสาขาวิชาได้มีแผนการพัฒนาตนเองโดยให้แต่ละคนวางแผนในการพัฒนาตนเองอย่างเป็นรูปธรรมและการพัฒนาตนเองต้องตรงกับวิชาชีพเป็นสำคัญ	จำนวนอาจารย์เข้ารับการพัฒนารายตนเองอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	การเข้ารับการพัฒนารายตนเองทางด้านวิชาชีพคนละ 1 ครั้งต่อปี	อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด	สิงหาคม 2558 – กรกฎาคม 2559
2. กระตุ้นให้อาจารย์ท่านอื่นพัฒนาผลงานทางวิชาการ เพื่อการขอตำแหน่งตำแหน่งทางวิชาการที่สูงขึ้นต่อไป	สาขาวิชาการตลาดได้มีการประชุมอาจารย์เพื่อให้อาจารย์ในสาขาทำแผนพัฒนาในเรื่องของผลงานทางวิชาการกระตุ้นให้อาจารย์ในสาขาพัฒนาตนเองทางวิชาการและกำหนดตำแหน่งทางวิชาการเพิ่มขึ้นโดยไปอบรมการกำหนดตำแหน่งทางวิชาเพิ่มขึ้น	ในปี 2558 สาขาวิชาการตลาด มีอาจารย์ส่งผลงานทางวิชาการจำนวน 1 คน คือ สลิตตา สารบุตร	จำนวนอาจารย์ที่ขอผลงานทางวิชาการ	จำนวนอาจารย์ที่ส่งผลงาน	อาจารย์ สลิตตา สารบุตร และอาจารย์ประจำสาขาวิชา	ในปี 2558
องค์ประกอบที่ 5 หลักสูตร การเรียนการสอน การประเมินผู้เรียน						
1. การบูรณาการกับการวิจัย การบริการวิชาการทางสังคม และทำนุบำรุง ศิลปและวัฒนธรรม ควรมีความหลากหลายและเห็นผลเป็นรูปธรรมชัดเจน ควรบูรณาการในหลากหลายรายวิชา	สาขาวิชาการตลาดได้นำผลการประเมินไปปรับปรุงด้านการบูรณาการให้มีความหลากหลาย	ในปี 2558 สาขาวิชาการตลาดได้มีการบูรณาการดังนี้ 1. วิชาการบริหารการค้าปลีก ให้บูรณาการโดยให้นักศึกษาเก็บข้อมูลวิจัยเกี่ยวกับการค้าปลีก เพื่อให้นักศึกษาได้เรียนรู้และสามารถประยุกต์ให้เข้ากับวิชาเรียนได้ 2. วิชาการปฏิบัติการทางการตลาดบูรณาการกับศิลปวัฒนธรรมในโครงการตลาดพื้นบ้าน เพื่อให้นักศึกษาได้ศึกษาเรียนรู้ด้านวัฒนธรรมของภาคต่างๆ เช่น ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ			อาจารย์สุพรรณิ อินทร์แก้ว อาจารย์ผู้สอนวิชาปฏิบัติการทางการตลาด	ในภาคการศึกษาที่ 1/2558 ในภาคการศึกษาที่ 2/2558

จุดที่ควรพัฒนาจากการประเมิน	ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา	แผนงาน/โครงการ/กิจกรรมเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษาจากข้อเสนอแนะ	KPI ของผลลัพธ์		ผู้รับผิดชอบ	กำหนดเวลา
			ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมายความสำเร็จ		
2. หลักสูตรควรสำรวจบัณฑิตที่ได้รับเงินเดือนเป็นไปตามที่ กพ.กำหนดเพื่อส่งผลสะท้อนที่แท้จริงของหลักสูตร	สาขาวิชาการตลาดได้นำผลจากการประเมินมาปรับปรุงการสำรวจบัณฑิตเพื่อให้สะท้อนข้อมูลจริง	สาขาวิชาได้เสนอข้อมูลผ่านไปยังคณะฯ และ กพน. ในการออกแบบสำรวจการเก็บข้อมูลจากบัณฑิตเพื่อได้ข้อมูลจริงในการใช้ประกอบและการวิเคราะห์ข้อมูลและสะท้อนถึงหลักสูตร	แบบสำรวจบัณฑิตให้ครอบคลุมถึงเงินเดือนตามที่ กพ. กำหนด	จำนวน 1 ชุด	ประธานหลักสูตร / คณะบริหาร/ กพน.	มีนาคม 2559
องค์ประกอบที่ 6 สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้						
1. หลักสูตรควรนำข้อเสนอหรือผลประเมินความพึงพอใจจากนักศึกษาและอาจารย์มาพัฒนาปรับปรุงให้เห็นผลชัดเจน	สาขาวิชาการตลาดได้นำผลจากการประเมินมาปรับปรุงการสำรวจความพึงพอใจจากนักศึกษาและอาจารย์เพื่อนำมาปรับปรุงพัฒนา	สาขาวิชาการได้ออกแบบสำรวจความพึงพอใจอาจารย์และนักศึกษาในการใช้สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ เพื่อได้ข้อมูลจริงในการปรับปรุงต่อไปในทุกภาคการศึกษาในเรื่องต่างๆ เช่น ห้องเรียน อุปกรณ์ คอมพิวเตอร์ โต๊ะ เก้าอี้ ที่นั่ง ลิฟท์ wifi ของนักศึกษาการตลาดและอาจารย์ในสาขา เพื่อทราบข้อมูลว่ามีเรื่องอะไรที่จะต้องมีการปรับปรุงแก้ไข เพื่อเสนอข้อมูลไปยังคณะฯ เพื่อของบประมาณสำหรับสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ต่อไป	แบบสำรวจความพึงพอใจในที่มีต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้	จำนวน 1 ชุด	ประธานหลักสูตร / คณะบริหาร	มีนาคม 2559

ผลการประเมินตามตัวบ่งชี้

องค์ประกอบ	ตัวบ่งชี้	ผ่านเกณฑ์/ ไม่ผ่านเกณฑ์	ระบุเหตุผลหากไม่ ผ่านเกณฑ์
1. การกำกับ มาตรฐาน	1.1 การบริหารจัดการหลักสูตรตามเกณฑ์ มาตรฐานหลักสูตรที่กำหนดโดยสำนักงาน คณะกรรมการการอุดมศึกษา		
	เกณฑ์การประเมิน		
	1. จำนวนอาจารย์ประจำหลักสูตร	✓	
	2. คุณสมบัติของอาจารย์ประจำหลักสูตร	✓	
	3. คุณสมบัติของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร		
	4. คุณสมบัติของอาจารย์ผู้สอน		
	5. คุณสมบัติของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ		
	6. คุณสมบัติของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม (ถ้ามี)		
	7. คุณสมบัติของอาจารย์ผู้สอบวิทยานิพนธ์		
	8. การตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานของผู้สำเร็จการศึกษา		
	9. ภาระงานอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และการ ค้นคว้าอิสระในระดับบัณฑิตศึกษา		
	10. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และการค้นคว้า อิสระในระดับบัณฑิตศึกษามีผลงานวิจัยอย่าง ต่อเนื่องและสม่ำเสมอ		
	11. การปรับปรุงหลักสูตรตามรอบระยะเวลาที่ กำหนด	✓	
ผลการประเมินองค์ประกอบที่ 1		ผ่าน	

องค์ประกอบ	ตัวบ่งชี้	คะแนน	หมายเหตุ
2. บัณฑิต	2.1 คุณภาพบัณฑิตตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ	4.27	ควรทำการสำรวจโดยหลักสูตรเองด้วย
	2.2 การได้งานทำหรือผลงานวิจัยของผู้สำเร็จการศึกษา	3.91	
เฉลี่ยคะแนนองค์ประกอบที่ 2		4.09	
3. นักศึกษา	3.1 การรับนักศึกษา	2	
	3.2 การส่งเสริมและพัฒนานักศึกษา	3	และระบุกระบวนการประเมินให้ชัดเจนตลอดจนผลที่เกิดในหลังจากที่ได้ประเมินแล้ว
	3.3 ผลที่เกิดกับนักศึกษา	3	
เฉลี่ยคะแนนองค์ประกอบที่ 3		2.67	
4. อาจารย์	4.1 การบริหารและพัฒนาอาจารย์	4	
	4.2 คุณภาพอาจารย์	4.45	
	4.3 ผลที่เกิดกับอาจารย์	3	
เฉลี่ยคะแนนองค์ประกอบที่ 4		3.82	
5 หลักสูตรการเรียนการสอน การประเมินผู้เรียน	5.1 สารของรายวิชาในหลักสูตร	4	
	5.2 การวางระบบผู้สอนและกระบวนการเรียนการสอน	2	
	5.3 การประเมินผู้เรียน	2	
	5.4 ผลการดำเนินงานหลักสูตรตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ	5	
เฉลี่ยคะแนนองค์ประกอบที่ 5		3.25	
6. สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้	6.1 สิ่งสนับสนุนการเรียนการสอน	3	
ผลการประเมินองค์ประกอบที่ 6		3	
คะแนนเฉลี่ยรวมทุกตัวบ่งชี้ในองค์ประกอบ		3.36	

ตารางการวิเคราะห์คุณภาพการศึกษาภายในระดับหลักสูตร

องค์ประกอบ ที่	คะแนนผ่าน	จำนวน ตัวบ่งชี้	I	P	O	คะแนนเฉลี่ย	ผลการประเมิน	
							0.01-2.00 ระดับคุณภาพน้อย	
							2.01-3.00 ระดับคุณภาพปานกลาง	
							3.01-4.00 ระดับคุณภาพดี	
							4.01-5.00 ระดับคุณภาพดีมาก	
1	ผ่านการประเมิน						หลักสูตรได้มาตรฐาน	
2	คะแนนเฉลี่ยของทุกตัวบ่งชี้ ในองค์ประกอบที่ 2 - 6	2			4.09	4.09	ระดับคุณภาพดีมาก	
3		3	2.67			2.67	ระดับคุณภาพปานกลาง	
4		3	3.82			3.82	ระดับคุณภาพดี	
5		4	4.00	3.00		3.25	ระดับคุณภาพดี	
6		1		3.00		3.00	ระดับคุณภาพปานกลาง	
รวม		13	3.35	3.00	4.09	3.36	ระดับคุณภาพดี	
ผลการประเมิน			ระดับ คุณภาพดี	ระดับ คุณภาพ ปานกลาง	ระดับ คุณภาพ ดีมาก			

รายงานผลการวิเคราะห์จุดเด่นและโอกาสในการพัฒนาในภาพรวมของหลักสูตร

จุดเด่น
- มีการปรับปรุงหลักสูตรให้มีแขนงวิชาที่ตอบสนองตามความต้องการของผู้เรียนและผู้ใช้บัณฑิต - คุณภาพอาจารย์มีระดับดีมาก และมีโอกาสในการพัฒนาให้สูงขึ้น - อัตราการสำเร็จการศึกษาในระดับสูง
โอกาสในการพัฒนา
- กระบวนการรับนักศึกษา มีการประเมินการสอนทางเดียวไม่มีแผนการปรับปรุงจากกระบวนการที่ชัดเจน - ผลงานทางวิชาการ การผลิตงานวิจัย งานบริการวิชาการสามารถไปบูรณาการกับการเรียนการสอนได้

รายงานผลการวิเคราะห์จุดเด่นและโอกาสในการพัฒนา

องค์ประกอบที่ 2 : บัณฑิต

จุดเด่น
- ผลความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตอยู่ในระดับดีมาก แต่ลดน้อยลงจากปี 2557 - บัณฑิตภาคปกติมีอัตราการได้งานทำในอัตราที่สูง
โอกาสในการพัฒนา
- หลักสูตรควรรวบรวมข้อมูลการได้งานทำของบัณฑิต โดยเฉพาะบัณฑิตที่ได้งานทำ แต่ไม่ตรงสาขา เพื่อนำมาวิเคราะห์สาเหตุ และหาทางปรับปรุงตามสมควร รวมถึงบัณฑิตที่ยังไม่มีงานทำ หลักสูตรควรมีแผนช่วยเหลือ - หลักสูตร ควรสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตเอง เพื่อให้ได้ผลตรงตามวัตถุประสงค์ของหลักสูตร และอาจมีการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลอย่างละเอียดมาประกอบการพัฒนาคุณภาพบัณฑิตยิ่งขึ้น - การสำรวจภาวะการณได้งานทำ อาจเว้นช่วงเวลาให้เหมาะสม เพื่อได้ข้อมูลที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

องค์ประกอบที่ 3: นักศึกษา

จุดเด่น
- มีนักศึกษาสนใจเข้ารับการศึกษในหลักสูตรเป็นจำนวนมาก เกินกว่าแผนทุกปี แสดงให้เห็นว่าหลักสูตรเป็นที่ต้องการของผู้เรียน - หลักสูตรมีกิจกรรมส่งเสริมนักศึกษาที่มากมาย โดยเน้นทางด้านวิชาชีพเป็นสำคัญ
โอกาสในการพัฒนา
- ควรปรับปรุงระบบการรับที่ไม่เป็นไปตามแผน ให้สอดคล้องกับความเป็นจริงมากยิ่งขึ้น - หลักสูตรควรจัดกิจกรรมส่งเสริมคุณภาพของศึกษาให้หลากหลาย ครอบคลุมทักษะในศตวรรษที่ 21 ทุกด้าน และควรมีการประเมินผลการดำเนินกิจกรรม เพื่อนำมาปรับปรุงแผนงาน - หลักสูตรควรจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมของหลักสูตรเอง โดยอาจจัดให้กับนักศึกษาในทุกชั้นปี โดยมีการวางแผนให้เหมาะสมกับความต้องการของนักศึกษา - ควรมีมาตรการรองรับนักศึกษาเทียบโอน นักศึกษาแขนงค้าปลีกให้สามารถสำเร็จการศึกษาได้ตามแผน

องค์ประกอบที่ 4: อาจารย์

จุดเด่น
- คุณภาพของอาจารย์อยู่ในระดับดีมาก - มีงบประมาณสนับสนุนอาจารย์ในหลักสูตรในการทำวิจัย การเผยแพร่ผลงานในที่ประชุมระดับชาติ และนานาชาติ - อาจารย์มีตำแหน่งทางวิชาการ - อาจารย์มีการวางแผนในการผลิตผลงานทางวิชาการดีมาก
โอกาสในการพัฒนา
- พัฒนางานวิจัย การบูรณาการงานวิจัยกับการเรียนการสอน - พัฒนางานวิจัย การบูรณาการงานบริการวิชาการ - พัฒนางานวิจัย การบูรณาการงานทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม - อาจารย์พัฒนาคุณวุฒิปริญญาเอก

องค์ประกอบที่ 5: หลักสูตร การเรียนการสอน การประเมินผู้เรียน

จุดเด่น
- หลักสูตรมีการออกแบบหลักสูตรให้มี 2 แขนง เน้นการปฏิบัติการ และมีการประเมินสมรรถนะเข้ามาใช้ - ความร่วมมือกับบริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น ที่ร่วมกันในการพัฒนาแขนงวิชาค้าปลีก
โอกาสในการพัฒนา
- หลักสูตรควรหาความร่วมมือกับหน่วยงานค้าปลีกอื่นในการฝึกปฏิบัติ ให้มีความหลากหลายในธุรกิจค้าปลีก - การจัดการเรียนการสอนให้กับอาจารย์และรายวิชาที่สอน เพื่อตรวจสอบสอดคล้องและความเหมาะสมกับคุณวุฒิ ประสบการณ์ และความถนัด - นำผลการประเมินผู้สอนมาใช้ในการปรับปรุงการเรียนการสอน การแลกเปลี่ยนการเรียนรู้วิธีการสอนให้ได้รับผลการประเมินที่สูงขึ้น

องค์ประกอบที่ 6: สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

จุดเด่น
-
โอกาสในการพัฒนา
- หลักสูตรควรมีส่วนรวมในการออกแบบการนำเสนอ พัฒนา สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้มากกว่านี้ ให้เห็นชัดเจนว่าการปรับปรุงพัฒนาเป็นผลมาจากการบริหารงานของหลักสูตรโดยตรง