



คู่มือ

หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการแบรนด์สร้างสรรค์
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2566)

วิทยาลัยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สารบัญ

หมวดที่	หน้า
หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป	5
1 รหัสและชื่อหลักสูตร	5
2 ชื่อปริญญาและสาขาวิชา	5
3 วิชาเอก/แขนงวิชา	5
4 จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร	5
5 รูปแบบของหลักสูตร	5
6 ระบบการจัดการศึกษา	6
7 การดำเนินการเรียนการสอน	7
8 สถานที่จัดการเรียนการสอน	7
9 ความสัมพันธ์กับหลักสูตรอื่นที่เปิดสอนในคณะ/ภาควิชาอื่นของสถาบัน	7
10 อาชีพที่ประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา	7
11 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและคุณสมบัติ	8
12 อาจารย์ประจำหลักสูตรและคุณสมบัติ	8
13 สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร	10
หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร	11
1 ปรัชญา วัตถุประสงค์ และผลลัพธ์การเรียนรู้	11
2 ความสำคัญของหลักสูตร	11
3 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา	16
4 แผนการรับนิสิต	16
5 ปัญหาของนิสิตแรกเข้า	16
6 กลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา/ข้อจำกัดของนิสิต	17
7 งบประมาณตามแผน	17
8 รูปแบบการจัดการเรียนการสอน	20
9 การเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชาและการลงทะเบียนเรียนข้ามมหาวิทยาลัย (ถ้ามี)	20

สารบัญ (ต่อ)

หมวดที่	หน้า
หมวดที่ 3 รายละเอียดของผลลัพธ์การเรียนรู้	21
1 รายละเอียดผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร	21
2 รายละเอียดผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับชั้นปี	22
3 สรุปรมาตรฐานผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรตามคุณวุฒิการศึกษา (4 ด้าน)	23
หมวดที่ 4 โครงสร้างหลักสูตร รายวิชา และหน่วยกิต	25
1 จำนวนหน่วยกิตตลอดหลักสูตรและโครงสร้างหลักสูตร	25
2 รายละเอียดของหมวดวิชาและหน่วยกิต	25
3 คำอธิบายชุดวิชา/รายวิชา	29
4 แผนที่กระจายความรับผิดชอบของผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร สู่รายวิชา (Curriculum Mapping)	37
5 แผนที่การศึกษาและการกระจายความรับผิดชอบของรายวิชาสู่ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับชั้นปี	41
หมวดที่ 5 การจัดการกระบวนการเรียนรู้และการประเมินผลการเรียนรู้	43
1 การจัดการกระบวนการเรียนรู้และการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้	43
2 การประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้	44
3 การทวนสอบผลลัพธ์การเรียนรู้	51
4 กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน (เกรด)	53
5 เกณฑ์การสำเร็จการศึกษา	53
หมวดที่ 6 การพัฒนาอาจารย์	55
1 การเตรียมการสำหรับอาจารย์ใหม่	55
2 การพัฒนาความรู้และทักษะให้แก่คณาจารย์	55
หมวดที่ 7 การประกันคุณภาพหลักสูตร	56

สารบัญ (ต่อ)

หมวดที่	หน้า
หมวดที่ 8 ระบบและกลไกในการพัฒนาหลักสูตร	58
1 การประเมินการจัดกระบวนการเรียนรู้	58
2 การประเมินผลการดำเนินงานของหลักสูตร	59
3 ผู้มีส่วนร่วมในกระบวนการประเมินและพัฒนาหลักสูตร	59
4 การจัดการข้อร้องเรียนและการอุทธรณ์	59
5 การสื่อสารและเผยแพร่ข้อมูลของหลักสูตรไปยังผู้มีส่วนได้เสีย.....	60
 ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก 1 ข้อบังคับมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ว่าด้วย การจัดการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2566	62
ภาคผนวก ก2 ข้อบังคับมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ว่าด้วย เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2566	63
ภาคผนวก ข สำเนาคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรและวิพากษ์หลักสูตร	64
ภาคผนวก ค รายงานผลการวิพากษ์หลักสูตร	66
ภาคผนวก ง รายงานผลการดำเนินการของหลักสูตร (กรณีหลักสูตรปรับปรุง)	70
ภาคผนวก จ รายงานการสำรวจความต้องการความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียสำคัญของหลักสูตร (กรณีหลักสูตรปรับปรุง)	75
ภาคผนวก ฉ ประวัติและผลงานของอาจารย์	80
ภาคผนวก ช ตารางเปรียบเทียบการปรับปรุงหลักสูตร (กรณีหลักสูตรปรับปรุง)	101

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อหลักสูตร

รหัสหลักสูตร 25610091100210

ชื่อหลักสูตร

ภาษาไทย: หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการแบรนด์สร้างสรรค์

ภาษาอังกฤษ: Master of Science Program in Creative Brand Management

2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

ภาษาไทย ชื่อเต็ม: วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการแบรนด์สร้างสรรค์

ชื่อย่อ: วท.ม. (การจัดการแบรนด์สร้างสรรค์)

ภาษาอังกฤษ ชื่อเต็ม: Master of Science (Creative Brand Management)

ชื่อย่อ: M.Sc. (Creative Brand Management)

3. วิชาเอก/แขนงวิชา (ถ้ามี)

ไม่มี

4. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร

ไม่น้อยกว่า 36 หน่วยกิต

5. รูปแบบ

5.1 รูปแบบของหลักสูตร

หลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต/ประกาศนียบัตรบัณฑิตชั้นสูง

หลักสูตรปริญญาโท 2 ปี แผน 1 และแผน 2

-ประเภทหลักสูตร

หลักสูตรการศึกษาในระบบ

หลักสูตรศึกษานอกระบบแบบสะสมเครดิต

หลักสูตรออนไลน์

หลักสูตรสองภาษา

หลักสูตรนานาชาติ

หลักสูตรพหุวิทยาการ-สหวิทยาการ

5.2 ระยะเวลาการศึกษา

หลักสูตรแบบเต็มเวลา

ระยะเวลา 2 ปี

หลักสูตรแบบการศึกษาตลอดชีวิต (Life-long Learning) ไม่กำหนดระยะเวลาการศึกษา นิสิตสามารถเรียนรู้ได้โดยเก็บหน่วยกิตสะสมฝากไว้กับคลังหน่วยกิตของมหาวิทยาลัย

5.3 ภาษาที่ใช้ในการจัดการเรียนการสอน

ภาษาอังกฤษ

5.4 การรับเข้าศึกษา

รับผู้เข้าศึกษาชาวไทยและชาวต่างประเทศที่สามารถใช้ภาษาอังกฤษได้

5.5 ความร่วมมือกับสถาบันอื่น

-

5.5 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา

ให้ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการแบรนด์สร้างสรรค์

6. ระบบการจัดการศึกษา

6.1 ระบบ

ระบบการศึกษาเป็นแบบทวิภาค คือ ปีการศึกษาหนึ่ง แบ่งออกเป็น 2 ภาคการศึกษาปกติ หนึ่งภาคการศึกษาปกติมีระยะเวลาการศึกษา ไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์

6.2 การจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน

จัดการเรียนการสอนในภาคฤดูร้อนเป็นกรณีพิเศษได้ โดยมีระยะเวลาการศึกษา ไม่น้อยกว่า 8 สัปดาห์ (เป็นไปตามดุลยพินิจของคณะกรรมการบริหารหลักสูตร)

6.3 การเทียบเคียงหน่วยกิตในระบบทวิภาค

การเทียบเคียงหน่วยกิตเป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ว่าด้วย เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2566 (ภาคผนวก ก2)

7. การดำเนินการเรียนการสอน

ภาคต้น	เดือนสิงหาคม – ธันวาคม
ภาคปลาย	เดือนมกราคม – พฤษภาคม
ภาคฤดูร้อน	เดือนมิถุนายน – กรกฎาคม

8. สถานที่จัดการเรียนการสอน

วิทยาลัยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และสถานประกอบการในเครือข่ายร่วมกับ มหาวิทยาลัย University of South Florida, USA/ University of the Creative Art, UK/ De Montfort University, UK

9. ความสัมพันธ์กับหลักสูตรอื่นที่เปิดสอนในคณะ/ภาควิชาอื่นของสถาบัน

9.1 กลุ่มวิชา/รายวิชา ในหลักสูตรที่เปิดสอนโดยคณะ/ภาควิชา/หลักสูตรอื่น

หลักสูตรระดับปริญญาตรี (หลักสูตรสองภาษา) วิทยาลัยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

9.2 รายวิชาที่เปิดสอนให้คณะ/ภาควิชา/หลักสูตรอื่น

หลักสูตรอื่นๆ ที่เปิดสอนในวิทยาลัยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

10. อาชีพที่ประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

10.1 ผู้ประกอบการสร้างแบรนด์ใหม่และ/หรือสินค้าเชิงสร้างสรรค์ (Creative and/or new brand entrepreneur)

10.2 นักพัฒนาแบรนด์ใหม่ (Brand developer)

10.3 นักบริหารแบรนด์ขององค์กร (Brand manager)

10.4 นักวิจัยและวางแผนพัฒนาแบรนด์ (Research and developer brand)

10.5 นักวิเคราะห์และพัฒนาแบรนด์ (Brand analysts and developer)

11. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและคุณสมบัติ

ลำดับที่	รายชื่อคณาจารย์	คุณวุฒิการศึกษา ตรี-โท-เอก (สาขาวิชา) ปีที่จบ	สถาบันที่สำเร็จการศึกษา
1	อ.ดร.พองาม วีรุตมเสน	อ.บ. (ภาษาอังกฤษและภาษา สเปน), 2538 M.Sc. (Human resource management), 2540 Ph.D. (Business Administration), 2546	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย Utah State University, USA Southern Illinois University, USA
2	ผศ.ดร.ขจีพร วงศ์ปรีดี	วท.บ. วัสดุศาสตร์ (อัญมณีและ เครื่องประดับ), 2538 M.Eng. (Materials Science and Engineering), 2542 Ph.D. (Materials Science and Engineering), 2546	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ Lehigh University, USA Iowa State University, USA
3	อ.ดร.ปิยพงษ์ คล้ายคลึง	ศษ.บ. (การประถมศึกษา), 2549 ค.ม. (วิจัยการศึกษา), 2551 ค.ด. (การวัดและประเมินผล การศึกษา), 2556	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

12. อาจารย์ประจำหลักสูตรและคุณสมบัติ

ลำดับที่	รายชื่อคณาจารย์	คุณวุฒิการศึกษา ตรี-โท-เอก (สาขาวิชา) ปีที่จบ	สถาบันที่สำเร็จ การศึกษา
1*	อ.ดร.พองาม วีรุตมเสน	อ.บ. (ภาษาอังกฤษและภาษา สเปน), 2538 M.Sc. (Human resource management), 2540 Ph.D. (Business Administration), 2546	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย Utah State University, USA Southern Illinois University, USA

ลำดับที่	รายชื่อคณาจารย์	คุณวุฒิการศึกษา ตรี-โท-เอก (สาขาวิชา) ปีที่จบ	สถาบันที่สำเร็จ การศึกษา
2*	ผศ.ดร.ขจีพร วงศ์ปรีดี	วท.บ. วัสดุศาสตร์ (อัญมณีและ เครื่องประดับ), 2538 M.Eng. (Materials Science and Engineering), 2542 Ph.D. (Materials Science and Engineering), 2546	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ Lehigh University, USA Iowa State University, USA
3*	อ.ดร.ปิยพงษ์ คล้ายคลึง	ศษ.บ. (การประถมศึกษา), 2549 ค.ม. (วิจัยการศึกษา), 2551 ค.ด. (การวัดและประเมินผล การศึกษา), 2556	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
4	ผศ.ดร.ดวงแข บุตรกุล	วท.บ. (คณิตศาสตร์), 2533 ป.บัณฑิต (เทคโนโลยีวัสดุ), 2535 วศ.ม. (เทคโนโลยีวัสดุ), 2538 Ph.D.(Materials Engineering), 2550	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า ธนบุรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า ธนบุรี The University of Sheffield, UK
5	อ.ดร.กรกมล คำสุข	ศป.บ. (ออกแบบทัศนศิลป์:การ ออกแบบแฟชั่น), 2546 M.A.(Fashion), 2549 Ph.D.(Research in Arts & Design : Fashion Design), 2554	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ University of Central England In Birmingham, UK Birmingham City University, UK
6	ผศ.ดร.ณัฐพงษ์ คงประเสริฐ	วศ.บ. (วิศวกรรมอุตสาหการ), 2545 วศ.ม. (วิศวกรรมการผลิต), 2548	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า พระนครเหนือ

ลำดับที่	รายชื่อคณาจารย์	คุณวุฒิการศึกษา ตรี-โท-เอก (สาขาวิชา) ปีที่จบ	สถาบันที่สำเร็จ การศึกษา
		Ph.D. (Industrial Engineering), 2553	Grenoble Institute of Technology, France
7	รศ.ดร.ณัฏ จินตโกศล	ค.อ.บ. (วิศวกรรมอุตสาหการ), 2538 ป.บัณฑิต (เทคโนโลยีวัสดุ) , 2546 วศ.ม. (เทคโนโลยีวัสดุ), 2548 ปร.ด. (วัสดุศาสตร์), 2552	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอม เกล้าธนบุรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า ธนบุรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอม เกล้าธนบุรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

* อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

13. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

เป็นหลักสูตรใหม่ โดยจะเริ่มใช้หลักสูตรนี้ในภาคการศึกษา ที่ 1 ของปีการศึกษา 2566

เป็นหลักสูตรปรับปรุง จากหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการแบรนด์สร้างสรรค์ (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561) โดยจะเริ่มใช้หลักสูตรนี้ในภาคการศึกษา ที่ 1 ของปีการศึกษา 2566

ได้รับอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตรจากคณะกรรมการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ในการประชุมครั้งที่ 4/2566 เมื่อวันที่ 27 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2566

ได้รับอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตรจากสภามหาวิทยาลัย ในการประชุมครั้งที่ 5/2566 เมื่อวันที่ 2 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2566

ได้รับอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตรจากสภามหาวิทยาลัย ในการประชุมครั้งที่ 5/2566 เมื่อวันที่ 13 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2566

หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร

1. ปรัชญา วัตถุประสงค์ และผลลัพธ์การเรียนรู้

1.1 ปรัชญาการศึกษาของหลักสูตร

สร้างสรรค์แบรนด์อย่างมีกลยุทธ์เพื่อพัฒนานวัตกรรมสู่ธุรกิจอย่างยั่งยืน

1.2 วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1.2.1 สามารถสร้างพัฒนาวิจัย และสื่อสารแบรนด์โดยใช้เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และบริการ

1.2.2 สามารถสร้างธุรกิจด้วยการแสวงหาโอกาสและประเมินสถานการณ์ธุรกิจรอบด้านโดยใช้เทคโนโลยี

สารสนเทศและพัฒนาองค์กรโดยยึดหลักการความยั่งยืน

1.2.3 สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อพัฒนาธุรกิจและเชื่อมต่อกับโลกดิจิทัลและโลกเสมือน

1.3 ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร

PLO1: สร้างและพัฒนาแบรนด์โดยใช้กลยุทธ์องค์กรให้ธุรกิจ และสื่อสารแบรนด์โดยใช้เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์หรือบริการ

PLO2: วิเคราะห์และประเมินสถานการณ์ธุรกิจ เพื่อแสวงหาโอกาสทางธุรกิจโดยใช้ข้อมูลสารสนเทศในการตัดสินใจ โดยยึดหลักการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน

PLO3: สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการพัฒนาธุรกิจและเชื่อมต่อบริษัทในโลกดิจิทัลกับธุรกิจปัจจุบัน

2. ความสำคัญของหลักสูตร

รัฐบาลมีนโยบายอย่างชัดเจนที่จะปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่ “Value-Based Economy” หรือ เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งรวมถึงการเปลี่ยนการผลิตสินค้าโภคภัณฑ์ไปสู่การผลิตสินค้าเชิงนวัตกรรม และการขับเคลื่อนประเทศด้วยอุตสาหกรรมไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ดังนั้น ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม ของภาคการผลิตสินค้าและภาคบริการต้องมีการบูรณาการเทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาเพื่อให้เกิดความทันสมัยพร้อมต่อการปรับเปลี่ยนในยุคปัจจุบัน กระบวนการขับเคลื่อนดังกล่าวต้องการการพัฒนาบุคลากรในระดับอุดมศึกษาให้เหมาะสมกับการปรับเปลี่ยนโครงสร้างประเทศ รวมถึงการจัดการศึกษาที่มีเป้าหมายอย่างชัดเจนในการกำหนดสมรรถนะของบัณฑิตให้มีทักษะและศักยภาพ ความเป็นผู้ประกอบการใหม่ที่สามารถจัดการและยกระดับสินค้าที่มีแบรนด์ได้อย่างยั่งยืนให้เศรษฐกิจดิจิทัลผลักดันนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการไทยให้ขับเคลื่อนไปสู่สากลอย่างยั่งยืน

ชนชั้นกลางเป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนของประเทศ และประเทศไทยจะยังคงประสบกับสภาพแวดล้อมและบริบทของการเปลี่ยนแปลงต่างๆ อาจก่อให้เกิดความเสี่ยงทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ อาทิ ความท้าทาย

ของเทคโนโลยีใหม่ๆ การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ สถานการณ์หลังโควิด -19 ประกอบกับสถานการณ์ด้านต่างๆ ของประเทศ ในปัจจุบันที่ยังคงประสบปัญหาในหลายด้าน เช่น ปัญหาผลิตภาพการผลิตความสามารถในการแข่งขัน คุณภาพ การศึกษา ความเหลื่อมล้ำทางสังคม เป็นต้น

ภายใต้บริบทการเปลี่ยนแปลงของประเทศไทยที่ต้องเผชิญในอนาคต ในการปฏิรูปการศึกษาและการพัฒนา คุณภาพ สมรรถนะของเยาวชนให้มีคุณภาพสูงขึ้น ความต้องการกำลังคนของตลาดแรงงานไม่สัมพันธ์กับบัณฑิตของ มหาวิทยาลัย หรือ มหาวิทยาลัยไม่สามารถวางแผนการผลิตบัณฑิตให้มีความสามารถในการทำงานของอาชีพที่จะ เกิดขึ้นในอนาคต เป็นสิ่งที่ประเทศไทยต้องเผชิญกับการพัฒนาคนชนชั้นกลางให้มีศักยภาพเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ ของประเทศ และต้องทำความเข้าใจถึงทิศทางและการสร้างโอกาสในการพัฒนากลุ่มคนชนชั้นกลางให้มีความเชื่อมโยง ต่างๆ ให้เกิดการพัฒนาแบบเพิ่มมูลค่าด้วยการนำวัฒนธรรมและคุณค่าทางสังคม ไปใช้ในการสร้างโอกาสตาม สถานการณ์ ณ ปัจจุบัน

การพัฒนาบุคลากรในระดับอุดมศึกษาให้มีความเหมาะสมกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในยุคปัจจุบัน และอนาคต เพื่อให้บัณฑิตเป็นห่วงเชื่อมต่อกับภาคอุตสาหกรรมในการพัฒนานวัตกรรมกระบวนการและการสร้างแนวทางในการ ผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยการขับเคลื่อนบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์ งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่มีอยู่ให้เชื่อมโยงเข้ากับพื้นฐานทางวัฒนธรรม โดยคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงของ พฤติกรรมผู้บริโภคและบริบทของโลกเป็นสำคัญ

หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการแบรนด์สร้างสรรค์ จึงเป็นหลักสูตรที่ตอบสนองแนว ทางการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย ด้วยการนำนวัตกรรมงานวิจัย และความคิดสร้างสรรค์ใน กระบวนการผลิตนวัตกรรมทางวิทยาศาสตร์และการออกแบบอย่างสร้างสรรค์ ที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรม มาต่อยอดเชิง พาณิชย์ รวมไปถึงความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีดิจิทัล ที่เป็นเครื่องมือ มาบูรณาการกับการบริหารจัดการเพื่อให้สามารถ จัดการนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ ให้เกิดเป็นการพัฒนาแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ ภายใต้หลักการ เพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ (Value added) อย่างสร้างสรรค์ โดยผลิตภัณฑ์ยังคงความเป็นอัตลักษณ์และวัฒนธรรม ไทยในการสะท้อนภาพลักษณ์ (Brand image) ของแบรนด์และสามารถปรับเปลี่ยนไปตามรสนิยมและความต้องการ ของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้ทัน่วงที

นอกจากนี้ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒมุ่งผลิตบัณฑิตที่มีความสามารถหลักที่ตอบสนองในยุคศตวรรษที่ 21 ให้สามารถปรับตัวให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงของภาวะการณ์อย่างปัจจุบันและมีความทันสมัย มีคุณลักษณะความเป็น ผู้ประกอบการ และมีความเป็นสากล ดังนั้นหลักสูตรได้มีการสร้างกลยุทธ์การจัดการหลักสูตรนานาชาติและเน้นการสอนที่ เป็นรูปแบบแผนการสอน และการจัดรูปแบบการเรียนการสอนของการศึกษาที่มุ่งเน้นผลลัพธ์ (Outcome-based Education) โดยมีรูปแบบการจัดการสอนเป็นแบบโมดูล รูปแบบหลักสูตรระยะสั้นไม่มีใบปริญญา (Short Course Non-Degree Program) และรูปแบบการสอนที่ใช้กลยุทธ์การสอนเชิงรุก (Active Learning) นอกจากนี้ หลักสูตรยัง สร้างความร่วมมือทางวิชาการกับสถาบันต่างประเทศเพื่อเสริมความเป็นนานาชาติให้กับนิสิตและหลักสูตรอีกด้วย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒมุ่งผลิตบัณฑิตที่มาตรฐานและบุคลิกภาพเป็นที่ต้องการของสังคมทั้งระดับชาติและนานาชาติ การสร้างความเป็นนานาชาติ (internationalization) เพื่อให้ทันและรองรับนโยบายเศรษฐกิจดิจิทัลและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเน้นบัณฑิตให้มีทักษะสื่อสารและถ่ายทอดที่เข้มแข็งและมีความรับผิดชอบต่อสังคม ผ่านกิจกรรมหรือกระบวนการทำงานวิจัยและการมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมหรือชุมชน หลักสูตรวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการจัดการแบรนด์สร้างสรรค์ จึงเป็นหลักสูตรนานาชาติ ที่กำหนดกลยุทธ์การเรียนการสอนแบบนานาชาติ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เรียนทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้เกิดการแลกเปลี่ยน ระหว่างชั้นเรียน กำหนดให้บัณฑิตสามารถสื่อสารและถ่ายทอดมูลค่าตราสินค้าและบริการสู่สาธารณะหรือสู่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายทั้งในระดับประเทศและระดับสากล มีการวิเคราะห์ข้อมูลแม่นยำและนำข้อมูลมาใช้อย่างสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรมหรืองานวิจัยที่ตอบโจทย์ความต้องการของอุตสาหกรรม และการเชื่อมต่อกับสินค้าและชุมชนระดับภูมิภาค โดยคำนึงถึงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมไทยท้องถิ่นและความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมคู่ค้า ก่อให้เกิดการสร้างธุรกิจสร้างสรรค์จากประเทศไทยอย่างยั่งยืน

ซึ่งในการดำเนินการบริหารจัดการหลักสูตรนี้ มีการบูรณาการองค์ความรู้การสร้างนวัตกรรมผ่านกระบวนการคิดและวิเคราะห์แบบวิทยาศาสตร์ การออกแบบนวัตกรรมให้ทันสมัย ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและเหมาะกับการใช้งาน การสร้างแบรนด์ให้นวัตกรรมนั้นๆและการบริหารจัดการนวัตกรรมและแบรนด์ไปสู่เชิงพาณิชย์ ซึ่งทำการบริหารหลักสูตรโดยภาควิชาธุรกิจสร้างสรรค์ ที่มีศูนย์อุตสาหกรรมสร้างสรรค์แห่งประเทศไทยในกำกับดูแล พร้อมเชื่อมต่อกับอุตสาหกรรมฯ และได้รับความร่วมมือจากคณาจารย์ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการสร้างนวัตกรรมวิทยาศาสตร์จากภาควิชาหัตถอุตสาหกรรม ด้านการออกแบบจากภาควิชาแฟชั่น ในการบริหารจัดการส่งเสริมผลลัพธ์การเรียนรู้ของนิสิตเพื่อให้สามารถสร้างผู้ประกอบการใหม่ในธุรกิจสร้างสรรค์ นอกจากนี้วิทยาลัยฯ ยังมีเครือข่ายจากสถาบันในประเทศไทย กล่าวคือ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และ วิทยาลัยดุริยางคศิลป์ และวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ที่จะมาร่วมให้แนวทางนิสิตในหลักสูตรจัดทำธุรกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน รวมถึงเครือข่ายจากสถาบันต่างประเทศ ในการเชื่อมต่อหลักสูตร University of South Florida, USA/ University of the Creative Art, UK/ De Montfort University, UK พัฒนาการเรียนร่วมกันระหว่างหน่วยงานในต่างประเทศอีกด้วย

หลักสูตรวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการแบรนด์สร้างสรรค์ ได้รูปแบบเปิดการสอนหลักสูตรนานาชาติ ทั้งนี้ได้รับความสนใจสอบถามจากผู้ประกอบการไทย ในการพัฒนาต่อยอด แต่ติดปัญหาเรื่องการจัดการเรียนการสอนแบบต่างประเทศและการจัดทำปริญญาบัตรหรือ สารนิพนธ์ซึ่งไม่สามารถนำไปใช้ในเชิงธุรกิจได้ ส่วนนักศึกษาชาวต่างประเทศยังไม่สามารถประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ เนื่องจากติดสถานการณ์โควิด -19 จากเหตุผลดังกล่าว ทางหลักสูตรจึงได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินงานของหลักสูตรให้มีความหลากหลายและเชื่อมต่อกัน โดยจัดการเรียนการสอนในรูปแบบ หลักสูตรระยะสั้น และ หลักสูตรประกาศนียบัตรหลังปริญญา สำหรับกลุ่มผู้เรียนในประเทศ มุ่งหวังเพื่อส่งเสริมธุรกิจและสร้างแบรนด์ของธุรกิจ ทั้งนี้สามารถเชื่อมต่อกับระบบการเรียนในระดับบัณฑิตศึกษา และจบการศึกษาโดยใช้รูปแบบประมวลความรู้พร้อมจัดทำรายงานในรูปแบบธุรกิจสตาร์ทอัพ รวมไปถึงการนำเสนอธุรกิจเพื่อทำการนำเสนอ Pitching ในเวทีต่างประเทศ ส่วนกลุ่มผู้เรียนต่างประเทศ ประชาสัมพันธ์แบบมุ่ง

เข้าสำหรับผู้ต้องการได้ปริญญาเพื่อนำกลับไปพัฒนาประเทศของตนเอง ดังนั้นทางหลักสูตรจึงได้ บูรณาการเพื่อตอบ โจทย์การเรียนรู้มุ่งผลิตบัณฑิตให้เป็นผู้พัฒนาแบรนด์ของตนเองหรือขององค์กร หรือสร้างสรรค์แบรนด์หรือบริการใหม่ ของตนเอง ด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและหลักความยั่งยืน โดยคำนึงถึงความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายและ บริบททางธุรกิจรอบด้าน สะท้อนความสามารถในการบูรณาการความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับจากผู้ประกอบการและ ผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทั้งในและนอกประเทศ สร้างแบรนด์ที่สามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้ เป็นสังคมยุคความเป็นพลเมืองโลก (Global citizenship) อย่างมั่นคงและยั่งยืน ไร้พรมแดนด้วยการติดต่อสื่อสารและ การทำธุรกิจในยุคเทคโนโลยีดิจิทัล

หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการแบรนด์สร้างสรรค์ มุ่งผลิตบัณฑิตให้เป็นผู้พัฒนาแบรนด์ ของตนเองหรือขององค์กร หรือสร้างสรรค์แบรนด์หรือบริการใหม่ของตนเอง ด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและหลัก ความยั่งยืน โดยคำนึงถึงความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายและบริบททางธุรกิจรอบด้าน สะท้อนความสามารถใน การบูรณาการความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับจากผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทั้งในและ นอกประเทศ สร้างแบรนด์ที่สามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศสู่ยุค Thailand 4.0 อย่างมั่นคงและยั่งยืน

PLO	ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
PLO1: สร้างและพัฒนาแบรนด์โดยใช้กลยุทธ์องค์กรให้ธุรกิจ และสื่อสารแบรนด์โดยใช้เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ เพื่อการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์หรือบริการ	การสร้างแบรนด์หรือปรับปรุงแบรนด์ให้เป็นไปตามเป้าหมาย หรือทิศทางขององค์กร การสื่อสารแบรนด์ออนไลน์ เพิ่มช่องทางสื่อสารแบรนด์ออนไลน์
PLO2: วิเคราะห์และประเมินสถานการณ์ธุรกิจ เพื่อแสวงหาโอกาสทางธุรกิจโดยใช้ข้อมูลสารสนเทศในการตัดสินใจโดยยึดหลักการพัฒนาองค์กรไปสู่ความยั่งยืน	การสร้างแบรนด์รูปแบบใหม่ ด้วยธุรกิจใหม่ การมี data มายืนยันการทำธุรกิจ การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ การทำธุรกิจโดย ESG
PLO3: สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการพัฒนาธุรกิจ และเชื่อมต่อแบรนด์ในโลกดิจิทัลกับธุรกิจปัจจุบัน	ทักษะด้านเทคโนโลยีและดิจิทัลในการทำงาน การวิเคราะห์ข้อมูล ความรู้และความเข้าใจด้านเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างก้าวหน้า ทันสมัย

ภาพ/ตาราง แสดงความสอดคล้องของ PLOs กับความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

3. คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

1. ผู้เข้าเป็นนิสิตต้องเป็นผู้สำเร็จการศึกษา ชั้นปริญญาตรีหรือเทียบเท่าในทุกสาขา ควรมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ การบริหารจัดการแบรนด์ หรือ การจัดการผลิตภัณฑ์ มีสิ่งประดิษฐ์เชิงนวัตกรรมของสินค้าสร้างสรรค์หรือสินค้าที่เพิ่มมูลค่าได้ และมีผลการสอบภาษาอังกฤษตามที่ประกาศบัณฑิตวิทยาลัยกำหนด และมีคุณสมบัติทั่วไปเป็นไปตามข้อบังคับของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ว่าด้วยการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2559

2. สำเร็จการศึกษาจากหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการแบรนด์สร้างสรรค์ (Graduate diploma) โดยสามารถเข้าเรียนได้และเทียบโอนหน่วยกิตได้ตามหลักเกณฑ์ที่ระบุไว้ในหลักสูตรประกาศนียบัตรนั้นๆ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับคณะกรรมการบริหารหลักสูตรฯ

4. แผนการรับนิสิต

แผน 1

จำนวนนิสิต	จำนวนนิสิตแต่ละปีการศึกษา				
	2566	2567	2568	2569	2570
ชั้นปีที่ 1	5	5	5	5	5
ชั้นปีที่ 2	-	5	5	5	5
รวม	5	10	10	10	10

แผน 2

จำนวนนิสิต	จำนวนนิสิตแต่ละปีการศึกษา				
	2566	2567	2568	2569	2570
ชั้นปีที่ 1	15	20	25	30	35
ชั้นปีที่ 2	-	15	20	25	30
รวม	15	35	45	55	65

5. ปัญหาของนิสิตแรกเข้า

เนื่องจากหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการแบรนด์สร้างสรรค์ รับผู้เรียนที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าในสาขาที่หลากหลาย นิสิตที่เข้ามาศึกษาจึงมีพื้นฐานความรู้แตกต่างกันตามสาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษามา โดยเฉพาะความรู้ด้านการบริหารจัดการ การเป็นผู้ประกอบการแบรนด์ใหม่ และการสร้างสรรค์แบรนด์และบริการ นอกจากนี้มีนิสิตบางคนต้องการเวลาปรับตัวให้กับการเรียนการสอนด้วยภาษาอังกฤษ เนื่องจากหลักสูตรนี้เป็นหลักสูตรนานาชาติที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นสื่อในการเรียนการสอน

6. กลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา/ข้อจำกัดของนิสิต ในข้อ 5

1. จัดการปฐมนิเทศให้นิสิตใหม่ เพื่อสร้างความเข้าใจเนื้อหาและวัตถุประสงค์ของหลักสูตรให้ตรงกัน
2. จัดโครงการทางวิชาการ และการปฏิบัติงาน เรียนรู้ในรูปแบบอันหลากหลายเพื่อบูรณาการแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ และการบริหารแบรนด์ เพื่อสร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นความเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจเชิงสร้างสรรค์
3. จัดกิจกรรมพิเศษเพื่อปรับพื้นฐานความรู้และทักษะภาษาอังกฤษของนิสิต
4. จัดลำดับวิชาโดยเริ่มจากวิชาพื้นฐาน เพื่อปรับระดับความรู้ด้านบริหารจัดการให้ผู้เรียน
ใกล้เคียงกัน และสามารถเรียนต่อยอดในรายวิชาต่างๆในหลักสูตรได้

7. งบประมาณตามแผน

7.1 งบประมาณรายรับ เพื่อใช้ในการบริหารหลักสูตร วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการแบรนด์
สร้างสรรค์ (นานาชาติ)

แผน 1

รายละเอียดรายรับ	ปีงบประมาณ				
	ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568	ปี 2569	ปี 2570
ค่าธรรมเนียมการศึกษาเหมาจ่าย 1 ปีการศึกษา (ค่าธรรมเนียมการศึกษา/คน/ปี x จำนวนรับ) คน	180,000/1/ คน/ปี x 5 คน	180,000/1/ คน/ปี x 10 คน	180,000/1/ คน/ปี x 10 คน	180,000/1/ คน/ปี x 10 คน	180,000/1/ คน/ปี x 10 คน
รวมรายรับ	900,000	1,800,000	1,800,000	1,800,000	1,800,000

แผน 2

รายละเอียดรายรับ	ปีงบประมาณ				
	ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568	ปี 2569	ปี 2570
ค่าธรรมเนียมการศึกษาเหมาจ่าย 1 ปีการศึกษา (ค่าธรรมเนียมการศึกษา/คน/ปี x จำนวนรับ) คน	160,000/1/ คน/ปี x 15 คน	160,000/1/ คน/ปี x 35 คน	160,000/1/ คน/ปี x 45 คน	160,000/1/ คน/ปี x 55 คน	160,000/1/ คน/ปี x 65 คน
รวมรายรับ	2,400,000	5,600,000	7,200,000	8,800,000	10,400,000

7.2 ประมาณการค่าใช้จ่าย

แผน 1

	รายการ	ค่าใช้จ่าย	ยอดสะสม (ต่อหัว)
หมวดค่าการจัดการเรียนการสอน			
1.	ค่าตอบแทนผู้สอน	2,079,000.00	59,400.00
2.	ค่าวัสดุประกอบการเรียนการสอน (ทั้งหลักสูตร หรือ ค่าใช้จ่ายต่อปี x จำนวนปี)	280,000.00	8,000.00
3.	ค่าใช้จ่ายเพื่อการประชาสัมพันธ์	255,570.00	7,302.00
4.	กิจกรรมตามทีระบุในโครงสร้างหลักสูตร (เช่น จัดสัมมนา ปฐมนิเทศ กิจกรรมนิสิต)	1,750,000.00	50,000.00
5.	ค่าครุภัณฑ์ที่ใช้สำหรับนิสิต	350,000.00	10,000.00
6.	ทุนพัฒนาศักยภาพนิสิต	1,449,000.00	41,400.00
7.	ค่าเดินทางของผู้ทรงคุณวุฒิ	210,350.00	6,010.00
หมวดค่าใช้จ่ายส่วนกลางระดับคณะ/สถาบัน/สำนัก			
8.	งบบุคลากรหน่วยงาน (ขั้นต่ำ 5%)	398,370.00	11,382.00
9.	งบวิจัยของหน่วยงาน (ขั้นต่ำ 5%)	398,370.00	11,382.00
10.	ค่าส่วนกลางคณะ หรือค่าสาธารณูปโภค ร้อยละ 10	796,740.00	22,764.00
หมวดค่าปริญญาบัตร/การค้นคว้าอิสระ			
11.	ค่าตอบแทนกรรมการควบคุมปริญญาบัตร / การค้นคว้าอิสระ (อัตราต่อหัว)	1,008,000.00	28,800.00
หมวดกองทุนพัฒนามหาวิทยาลัย (20%)			
12.	ค่ากองทุนพัฒนามหาวิทยาลัย	2,520,000.00	72,000.00
หมวดค่าใช้จ่ายส่วนกลาง			
13.	ค่าส่วนกลางมหาวิทยาลัย (4,360 x 2 ปี)	305,200.00	8,720.00
14.	ค่าธรรมเนียมหอสมุดกลาง (3,000 x 2ปี)	210,000.00	6,000.00
15.	ค่าธรรมเนียมสำนักคอมพิวเตอร์ (1,040 x 2 ปี)	72,800.00	2,080.00
16.	ค่าธรรมเนียมบัณฑิตวิทยาลัย (7,380 x 2 ปี)	516,600.00	14,760.00
ค่าธรรมเนียมเหมาจ่ายตลอดหลักสูตร		12,600,000.00	360,000.00

แผน 2

	รายการ	ค่าใช้จ่าย	ยอดสะสม (ต่อหัว)
หมวดค่าการจัดการเรียนการสอน			
1.	ค่าตอบแทนผู้สอน	2,079,000.00	59,400.00
2.	ค่าวัสดุประกอบการเรียนการสอน (ทั้งหลักสูตร หรือ ค่าใช้จ่ายต่อปี x จำนวนปี)	280,000.00	8,000.00
3.	ค่าใช้จ่ายเพื่อการประชาสัมพันธ์	245,070.00	7,002.00
4.	กิจกรรมตามที่ระบุในโครงสร้างหลักสูตร (เช่น จัดสัมมนา ปฐมนิเทศ กิจกรรมนิสิต)	1,750,000.00	50,000.00
5.	ค่าครุภัณฑ์ที่ใช้สำหรับนิสิต	350,000.00	10,000.00
6.	ทุนพัฒนาศักยภาพนิสิต	542,500.00	15,500.00
7.	ค่าเดินทางของผู้ทรงคุณวุฒิ	210,350.00	6,010.00
หมวดค่าใช้จ่ายส่วนกลางระดับคณะ/สถาบัน/สำนัก			
8.	งบบุคลากรหน่วยงาน (ขั้นต่ำ 5%)	398,370.00	11,382.00
9.	งบวิจัยของหน่วยงาน (ขั้นต่ำ 5%)	398,370.00	11,382.00
10.	ค่าส่วนกลางคณะ หรือค่าสาธารณูปโภค ร้อยละ 10	796,740.00	22,764.00
หมวดค่าสารนิพนธ์			
11.	ค่าตอบแทนกรรมการควบคุมสารนิพนธ์ (อัตราต่อหัว)	525,000.00	15,000.00
หมวดกองทุนพัฒนามหาวิทยาลัย (20%)			
12.	ค่ากองทุนพัฒนามหาวิทยาลัย	2,520,000.00	72,000.00
หมวดค่าใช้จ่ายส่วนกลาง			
13.	ค่าส่วนกลางมหาวิทยาลัย (4,360 x 2 ปี)	305,200.00	8,720.00
14.	ค่าธรรมเนียมหอสมุดกลาง (3,000 x 2ปี)	210,000.00	6,000.00
15.	ค่าธรรมเนียมสำนักคอมพิวเตอร์ (1,040 x 2 ปี)	72,800.00	2,080.00
16.	ค่าธรรมเนียมบัณฑิตวิทยาลัย (7,380 x 2 ปี)	516,600.00	14,760.00
ค่าธรรมเนียมเหมาจ่ายตลอดหลักสูตร		11,200,000.00	320,000.00

8. รูปแบบการจัดการเรียนการสอน

- แบบชั้นเรียน
- แบบออนไลน์
- แบบผสมผสานระหว่างแบบชั้นเรียนและออนไลน์
- สหกิจศึกษา
- การศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน
- อื่นๆ (โปรดระบุ) การปฏิบัติการร่วมกับผู้เชี่ยวชาญในลักษณะโค้ชชิ่ง (Coaching)

9. การเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชาและการลงทะเบียนเรียนข้ามมหาวิทยาลัย (ถ้ามี)

การเทียบเคียงหน่วยกิตเป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ว่าด้วย เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2566 (ภาคผนวก ก2)

หมวดที่ 3 รายละเอียดของผลลัพธ์การเรียนรู้

1. รายละเอียดผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร เมื่อนิสิตจบการศึกษาจะสามารถ

PLO1: สร้างและพัฒนาแบรนด์โดยใช้กลยุทธ์องค์กรให้ธุรกิจ และสื่อสารแบรนด์โดยใช้เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ เพื่อการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์หรือบริการ

PLO2: วิเคราะห์และประเมินสถานการณ์ธุรกิจ เพื่อแสวงหาโอกาสทางธุรกิจโดยใช้ข้อมูลสารสนเทศในการตัดสินใจ โดยยึดหลักการพัฒนางค์กรอย่างยั่งยืน

PLO3: สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการพัฒนาธุรกิจและเชื่อมต่อแบรนด์ในโลกดิจิทัลกับธุรกิจปัจจุบัน

โดยมีรายละเอียดของผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร ในแต่ละด้าน ดังนี้

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร	รายละเอียดผลลัพธ์การเรียนรู้			
	ด้านความรู้ (K)	ด้านทักษะ (S)	ด้านจริยธรรม (E)	ด้านคุณลักษณะ (C)
PLO1: สร้างและพัฒนาแบรนด์โดยใช้กลยุทธ์องค์กรให้ธุรกิจ และ สื่อสารแบรนด์โดยใช้เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ เพื่อการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์หรือบริการ	K1-1: วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและการตลาดได้ K1-2: ประยุกต์หลักการและทฤษฎีเกี่ยวกับแบรนด์เพื่อการนำไปใช้จริงได้ K1-3: อธิบายและประยุกต์หลักการสื่อสารสำหรับการสร้างและพัฒนาแบรนด์ได้ K1-4: ออกแบบและดำเนินการวิจัยด้านแบรนด์ได้โดยใช้วิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์ได้ K1-5: วางแผนกลยุทธ์สำหรับการสร้างและพัฒนาแบรนด์สร้างสรรค์ได้โดยใช้ผลการวิเคราะห์ผู้บริโภคและการประเมินสถานการณ์ทางธุรกิจอย่างรอบด้าน	S1-1: วิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจและผู้บริโภคด้วยหลักการสถิติได้ S1-2: จัดการข้อมูล ตั้งแต่การสืบค้นข้อมูลและการประมวลผลข้อมูลใหญ่ (big data) ได้ S1-3: คิดสร้างสรรค์สำหรับการพัฒนาแบรนด์ในธุรกิจสร้างสรรค์ได้ S1-4: สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ S1-5: สามารถประเมินมูลค่าทางวัฒนธรรมเพื่อการสร้างและพัฒนาแบรนด์ได้	E1-1: มีความรับผิดชอบต่อข้อมูลและการประมวลผลทางธุรกิจ E1-2: มีจรรยาบรรณการใช้ข้อมูลและเผยแพร่ข้อมูล E1-3: มีจริยธรรมของการสร้างแบรนด์ในยุคดิจิทัล	C1-1: มีความน่าสนใจ น่าคบ บุคลิกภาพโดดเด่น (charisma) แสดงถึงความมีรสนิยมในการสร้างแบรนด์ และสื่อสารอย่างมืออาชีพ C1-2: มีความทันสมัยและปรับตัว (adaptability) ในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการสร้างแบรนด์ C1-3: มีความคิดเปิดกว้าง (open-minded) เข้าใจความต่างของค่านิยมและความคิด และมีเครือข่ายในสังคม(network) อย่างกว้างขวาง
PLO2: วิเคราะห์และประเมินสถานการณ์ธุรกิจ เพื่อแสวงหาโอกาสทางธุรกิจโดยใช้ข้อมูลสารสนเทศในการตัดสินใจ โดยยึดหลักการพัฒนางค์กรไปสู่ความยั่งยืน	K2-1: สามารถบริหารจัดการธุรกิจสร้างสรรค์ได้ โดยใช้ข้อมูลสารสนเทศในการตัดสินใจและหลักการความยั่งยืน K2-2: วิเคราะห์สถานการณ์และความเสี่ยงธุรกิจได้ K2-3: ประเมินมูลค่าของทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อ	S2-1: มีทักษะการบริหารจัดการธุรกิจ (management skills) S2-2: เจรจาต่อรองกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อการสร้างธุรกิจ S2-3: วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจในการทำธุรกิจสร้างสรรค์	E2-1: ปฏิบัติตามจริยธรรมทางธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ E2-2: มีจรรยาบรรณของนักลงทุน	C2-1: แสดงออกถึงความเป็นผู้นำทางความคิดและการวางแผนงานและกล้าตัดสินใจ C2-2: แสดงถึงความกระตือรือร้นในการแสวงหาโอกาส (seeking opportunity) ด้วยธุรกิจแบบสตาร์ทอัพ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร	รายละเอียดผลลัพธ์การเรียนรู้			
	ด้านความรู้ (K)	ด้านทักษะ (S)	ด้านจริยธรรม (E)	ด้านคุณลักษณะ (C)
	นำไปใช้ประโยชน์ในธุรกิจ สร้างสรรค์ได้ K2-4: พัฒนาการสู่เป้าหมาย แห่งความยั่งยืนได้ K2-5: ประยุกต์หลักการลงทุน ในธุรกิจสตาร์ทอัพเพื่อนำไปใช้ จริงได้	S2-4: มีภาวะผู้นำสำหรับ การนำองค์กรในธุรกิจ สร้างสรรค์		
PLO3: สามารถใช้ เทคโนโลยีดิจิทัลในการพัฒนา ธุรกิจและเชื่อมต่อแบรนด์ในโลก ดิจิทัลกับธุรกิจปัจจุบัน	K3-1: อธิบายและเปรียบเทียบ ทฤษฎีทางเทคโนโลยีดิจิทัลที่ เกี่ยวข้องกับการสร้างแบรนด์ใน โลกดิจิทัลและโลกปัจจุบันได้ K3-2: ประยุกต์ใช้เทคโนโลยี ดิจิทัลกับการสร้างแบรนด์ได้ K3-3 พัฒนาระบบนิเวศของ โลกเสมือนและทางธุรกิจดิจิทัล ได้	S3-1: มีทักษะการใช้ เทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับ สร้างแบรนด์และเชื่อมต่อ แบรนด์ระหว่างโลกดิจิทัล กับธุรกิจปัจจุบัน S3-2: มีทักษะการคิดเชิง ระบบ S3-3: มีทักษะการบริหาร ความแตกต่างทางเชื้อชาติ วัฒนธรรมสำหรับการ ดำเนินงานยุคดิจิทัล	E3-1: มีจรรยาบรรณการใช้ คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี ดิจิทัล E3-2: ปฏิบัติงานด้วยความ ปลอดภัยในระบบไซเบอร์	C3-1: มีความมุ่งมั่น (determination)ในการเรียนรู้ และเชื่อมต่อแบรนด์ในโลกดิจิทัล กับธุรกิจปัจจุบัน

2. รายละเอียดผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับชั้นปี

ชั้นปี	รายละเอียดผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับชั้นปี
ชั้นปีที่ 1 หรือ เมื่อครบ 18 หน่วยกิต	สามารถเขียนแผนธุรกิจที่ได้รับการประเมินความเป็นไปได้ด้านการเงินและความเสี่ยงและการวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจรอบด้าน
ชั้นปีที่ 2 หรือ เมื่อครบ 36 หน่วยกิต	สามารถนำเสนอธุรกิจในกระบวนการรับเงินสนับสนุนการเริ่มต้นธุรกิจ (angel seeds) หรือ การลงทุนร่วม (venture capital) จากการการผลิตสินค้า/บริการ และวิเคราะห์รูปแบบธุรกิจและมูลค่าเพิ่มจากการสร้างแบรนด์

3. สรุปผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรตามคุณวุฒิการศึกษา (4 ด้าน)

ผลลัพธ์การเรียนรู้	รายละเอียดของผลลัพธ์การเรียนรู้
1. ด้านความรู้ (K)	<p>K1-1: วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและการตลาดได้</p> <p>K1-2: ประยุกต์หลักการและทฤษฎีเกี่ยวกับแบรนด์เพื่อการนำไปใช้จริงได้</p> <p>K1-3: อธิบายและประยุกต์หลักการสื่อสารสำหรับการสร้างและพัฒนาแบรนด์ได้</p> <p>K1-4: ออกแบบและดำเนินการวิจัยด้านแบรนด์ได้โดยใช้วิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์ได้</p> <p>K1-5: วางแผนกลยุทธ์สำหรับการสร้างและพัฒนาแบรนด์สร้างสรรค์ได้โดยใช้ผลการวิเคราะห์ผู้บริโภคและการประเมินสถานการณ์ทางธุรกิจอย่างรอบด้าน</p> <p>K2-1: สามารถบริหารจัดการธุรกิจสร้างสรรค์ได้ โดยใช้ข้อมูลสารสนเทศในการตัดสินใจและหลักการความยั่งยืน</p> <p>K2-2: วิเคราะห์สถานการณ์และความเสี่ยงธุรกิจได้</p> <p>K2-3: ประเมินมูลค่าของทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในธุรกิจสร้างสรรค์ได้</p> <p>K2-4: พัฒนาองค์กรสู่เป้าหมายแห่งความยั่งยืนได้</p> <p>K2-5: ประยุกต์หลักการลงทุนในธุรกิจสตาร์ทอัพเพื่อนำไปใช้จริงได้</p> <p>K3-1: อธิบายและเปรียบเทียบทฤษฎีทางเทคโนโลยีดิจิทัลที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบรนด์ในโลกดิจิทัลและโลกปัจจุบันได้</p> <p>K3-2: ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลกับการสร้างแบรนด์ได้</p> <p>K3-3 พัฒนาระบบนิเวศของโลกเสมือนและทางธุรกิจดิจิทัลได้</p>
2. ด้านทักษะ (S)	<p>S1-1: วิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจและผู้บริโภคด้วยหลักการสถิติได้</p> <p>S1-2: จัดการข้อมูล ตั้งแต่การสืบค้นข้อมูลและการประมวลผลข้อมูลใหญ่ (big data) ได้</p> <p>S1-3: คิดสร้างสรรค์สำหรับการพัฒนาแบรนด์ในธุรกิจสร้างสรรค์ได้</p> <p>S1-4: สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้</p> <p>S1-5: สามารถประเมินมูลค่าทางวัฒนธรรมเพื่อการสร้างและพัฒนาแบรนด์ได้</p> <p>S2-1: มีทักษะการบริหารจัดการธุรกิจ (management skills)</p> <p>S2-2: เจรจาต่อรองกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อการสร้างธุรกิจ</p> <p>S2-3: วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจในการทำธุรกิจสร้างสรรค์</p> <p>S2-4: มีภาวะผู้นำสำหรับการนำองค์กรในธุรกิจสร้างสรรค์</p> <p>S3-1: มีทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับสร้างแบรนด์และเชื่อมต่อแบรนด์ระหว่างโลกดิจิทัลกับธุรกิจปัจจุบัน</p> <p>S3-2: มีทักษะการคิดเชิงระบบ</p> <p>S3-3: มีทักษะการบริหารความแตกต่างทางเชื้อชาติ วัฒนธรรมสำหรับการดำเนินงานยุคดิจิทัล</p>

ผลลัพธ์การเรียนรู้	รายละเอียดของผลลัพธ์การเรียนรู้
3. ด้านจริยธรรม (E)	<p>E1-1: มีความรับผิดชอบต่อข้อมูลและการประมวลผลทางธุรกิจ</p> <p>E1-2: มีจรรยาบรรณการใช้ข้อมูลและเผยแพร่ข้อมูล</p> <p>E1-3: มีจริยธรรมของการสร้างแบรนด์ในยุคดิจิทัล</p> <p>E2-1: ปฏิบัติตามจริยธรรมทางธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ</p> <p>E2-2: มีจรรยาบรรณของนักลงทุน</p> <p>E3-1: มีจรรยาบรรณการใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีดิจิทัล</p> <p>E3-2: ปฏิบัติงานโดยความปลอดภัยในระบบไซเบอร์</p>
4. ด้านคุณลักษณะ (C)	<p>C1-1: มีความน่าสนใจ น่าคบ บุคลิกภาพโดดเด่น (charisma) แสดงถึงความมีรสนิยมในการสร้างแบรนด์ และสื่อสารอย่างมืออาชีพ</p> <p>C1-2: มีความทันสมัยและปรับตัว (adaptability) ในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการสร้างแบรนด์</p> <p>C1-3: มีความคิดเปิดกว้าง (open-minded) เข้าใจความต่างของค่านิยมและความคิด และมีเครือข่ายในสังคม(network) อย่างกว้างขวาง</p> <p>C2-1: แสดงออกถึงความเป็นผู้นำทางความคิดและการวางแผนงานและกล้าตัดสินใจ</p> <p>C2-2: แสดงถึงความกระตือรือร้นในการแสวงหาโอกาส (seeking opportunity) ด้วยธุรกิจแบบสตาร์ทอัพ</p> <p>C3-1: มีความมุ่งมั่น (determination)ในการเรียนรู้และเชื่อมต่อแบรนด์ในโลกดิจิทัลกับธุรกิจปัจจุบัน</p>

หมวดที่ 4 โครงสร้างหลักสูตร รายวิชา และหน่วยกิต

1. จำนวนหน่วยกิตตลอดหลักสูตรและโครงสร้างหลักสูตร

1.1 จำนวนหน่วยกิตตลอดหลักสูตร รวม 36 หน่วยกิต

1.2 โครงสร้างหลักสูตร

หมวดวิชา	แผน 1 ปริญญาโท	แผน 2 การค้นคว้าอิสระ
	หน่วยกิต	หน่วยกิต
1. หมวดวิชาบังคับ	12 หน่วยกิต	12 หน่วยกิต
2. หมวดวิชาเลือก ไม่น้อยกว่า	12 หน่วยกิต	21 หน่วยกิต
3. หมวดวิชาปริญญาโท/การค้นคว้า อิสระ	12 หน่วยกิต	-
	-	3 หน่วยกิต
รวมไม่น้อยกว่า	36 หน่วยกิต	36 หน่วยกิต

2. รายละเอียดของหมวดวิชาและหน่วยกิต

ความหมายของรหัสชุดวิชา/รายวิชา เลขรหัสหมวดวิชาที่เปิดสอน มีความหมายดังนี้

1. ความหมายของรหัสตัวอักษร

บสส หรือ CBM หมายถึง รายวิชาในหลักสูตรการจัดการแบรนด์สร้างสรรค์ (นานาชาติ)

2. ความหมายของรหัสตัวเลข

เลขรหัสตัวแรก หมายถึง ชั้นปีที่เปิดสอน

เลขรหัสตัวกลาง หมายถึง หมวดวิชา

เลขรหัสตัวสุดท้าย หมายถึง ลำดับรายวิชาในหมวดวิชาของเลขรหัสตัวกลาง

หมายเหตุ * หมายถึง รายวิชาในหลักสูตรบัณฑิตศึกษา ใช้รหัสตัวแรกเลข 5 ขึ้นไป

2.1 หมวดวิชาบังคับ กำหนดให้เรียน 12 หน่วยกิต ดังนี้

บสส501 วิธีวิจัยและวิเคราะห์สำหรับการบริหารแบรนด์สร้างสรรค์	3(2-2-5)
CBM501 Research Methods and Analysis for Creative Brand Management	
บสส502 เสวนาเชิงวิชาการการบริหารแบรนด์สร้างสรรค์	3(1-4-4)
CBM502 Academic Forum in Creative Brand Management	
บสส511 การจัดตั้งธุรกิจสำหรับธุรกิจสร้างสรรค์	3(2-2-5)
CBM511 Business Formulation for Creative Business	
บสส551 การสร้างแบรนด์ด้วยกระแสใหม่	3(2-2-5)
CBM551 Brand Building with Emerging Trends	

2.2 หมวดวิชาเลือก กำหนดให้เลือกเรียน จากรายวิชาต่อไปนี้ โดย แผน 1 ไม่น้อยกว่า 12 หน่วยกิต แผน 2 ไม่น้อยกว่า 21 หน่วยกิต

กลุ่มแบรนด์สำหรับธุรกิจสร้างสรรค์ (Branding in Creative Business)

บสส513 การสร้างและบริหารแบรนด์เชิงกลยุทธ์	3(2-2-5)
CBM513 Strategic Brand Building and Management	
บสส514 กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	3(1-4-4)
CBM514 Integrated Marketing Communication and Strategy	
บสส515 กระแสการตลาดและมุมมองผู้บริโภค	3(2-2-5)
CBM515 Marketing Trends and Customer Perceptions	
บสส522 ศิลปะการสื่อสารแบรนด์	3(2-2-5)
CBM522 The Art of Brand Communication	

กลุ่มการจัดการและผู้ประกอบการใหม่ (Management and Entrepreneurship)

บสส521 มารยาทธุรกิจและการสื่อสาร	3(2-2-5)
CBM521 Business Etiquette and Communications	
บสส532 องค์กรสร้างสรรค์และการเป็นผู้ประกอบการ	3(2-2-5)
CBM532 Creative Enterprise and Entrepreneurship	
บสส533 การฝึกปฏิบัติการด้านการสร้างเครือข่ายชุมชนสำหรับธุรกิจสร้างสรรค์	3(2-2-5)
CBM533 Workshop in Building Community for Creative Business	
บสส561 การจัดการนวัตกรรมสินค้าไลฟ์สไตล์และบริการ	3(2-2-5)
CBM561 Innovation and Lifestyle Products and Services Management	

กลุ่มการจัดการเทคโนโลยีในธุรกิจสร้างสรรค์ (Managing Technology in Creative Business)

บสส512 ผู้นำดิจิทัลในธุรกิจสร้างสรรค์ 3(2-2-5)

CBM512 Digital Leadership for Creative Business

บสส541 บล็อกเชนสำหรับธุรกิจสร้างสรรค์ 2(2-0-4)

CBM541 Blockchain for Creative Business

บสส542 การตรวจสอบแบบย้อนกลับสำหรับธุรกิจสร้างสรรค์ 2(2-0-4)

CBM542 Traceability in Creative Business

บสส543 การระดมทุนจากนักลงทุนแองเจิล 2(1-2-3)

CBM543 Crowdfunding for Angel Investors

กลุ่มการฝึกภาคประสบการณ์วิชาชีพในธุรกิจการสร้างแบรนด์ (Professional Practice in Branding

Business)

บสส531 การฝึกปฏิบัติด้านเครื่องมือสำหรับการพัฒนาธุรกิจ 3(1-4-4)

CBM531 Practice with Business Development Tools

บสส533 การเขียนข้อเสนอธุรกิจเพื่อการพิชชิง (Pitching) 3(2-2-5)

CBM533 Writing Business Proposal for Pitching

บสส581 ผู้ประกอบการใหม่ในธุรกิจสร้างสรรค์ 3(0-6-3)

CBM581 Entrepreneurs in Creative Business

บสส582 ผู้ประกอบการใหม่แบบสตาร์ทอัพ (Startup) 3(0-6-3)

CBM582 Startup Entrepreneurs

2.3 หมวดวิชาปริญญาโท/การค้นคว้าอิสระ กำหนดให้เรียน การค้นคว้าอิสระ 3 หน่วยกิต และปริญญาโท

12 หน่วยกิต ประกอบด้วย

สพท682 การค้นคว้าอิสระ 3 หน่วยกิต

GRI682 Independent Study

ปพท691 ปริญญานิพนธ์ระดับปริญญาโท 12 หน่วยกิต

GRT691 Master's Thesis

3. ความหมายของเลขรหัสวิชาตัวกลาง

- 0 หมายถึงหมวดวิชาทางด้านวิจัย สัมมนาและศึกษาด้วยตนเอง
- 1 หมายถึงหมวดวิชาทางการบริหารจัดการแบรนด์
- 2 หมายถึงหมวดวิชาศิลปวิทยาการ
- 3 หมายถึงหมวดวิชาการจัดการ
- 4 หมายถึงหมวดวิชาเทคโนโลยี
- 5 หมายถึงหมวดวิชาบูรณาการเทคโนโลยีและการจัดการ
- 6 หมายถึงหมวดวิชาระหว่างศาสตร์ศิลปะ เทคโนโลยีและการจัดการ
- 8 หมายถึงการค้นคว้าอิสระ
- 9 หมายถึงปริญญาโท

4. ความหมายของเลขรหัสแสดงจำนวนหน่วยกิต

- เลขรหัสนอกวงเล็บ หมายถึงจำนวนหน่วยกิตทั้งหมดของรายวิชา
- เลขรหัสในวงเล็บตัวที่ 1 หมายถึงจำนวนชั่วโมงบรรยาย
- เลขรหัสในวงเล็บตัวที่ 2 หมายถึงจำนวนชั่วโมงปฏิบัติ/อภิปราย
- เลขรหัสในวงเล็บตัวที่ 3 หมายถึงจำนวนชั่วโมงที่ศึกษาด้วยตนเอง

3. คำอธิบายชุดวิชา/รายวิชา

3.1 หมวดวิชาบังคับ กำหนดให้เรียน รวมไม่น้อยกว่า 12 หน่วยกิต จากรายวิชาต่อไปนี้

บสส501 วิธีวิจัยและวิเคราะห์สำหรับการบริหารแบรนด์สร้างสรรค์ 3(2-2-5)

CBM501 Research Methods and Analysis for Creative Brand Management

ศึกษาวิธีวิเคราะห์และวิจัยแบรนด์ทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ หลักการทำวิจัย การออกแบบและกระบวนการทำวิจัย การเลือกกลุ่มเป้าหมาย การหาแหล่งข้อมูลและการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลและการใช้หลักสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล การเสนอโครงการวิจัยที่มาจากปัญหาและความต้องการของอุตสาหกรรม

A study of brand management research, both qualitative and quantitative ones. Brand management research process and design, sampling and target group selection, sources of data, data collection process, data analysis and statistical analysis, research proposal derived from professional problems and needs from branding businesses.

บสส502 เสวนาเชิงวิชาการการบริหารแบรนด์สร้างสรรค์ 3(1-4-4)

CBM502 Academic Forum in Creative Brand Management

การแก้ปัญหาธุรกิจแบรนด์และธุรกิจการสื่อสารแบรนด์ที่เกิดจากความไม่แน่นอนและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การสื่อสารแบรนด์ การเป็นผู้ประกอบการแบรนด์สร้างสรรค์ทั้งภาครัฐและเอกชน การวิเคราะห์วิกฤตและโอกาสในการเริ่มธุรกิจสร้างสรรค์ เพื่อสร้างแนวคิดสินค้าและบริการแบบสตาร์ทอัพ (Startup)

A study of problems in branding business and brand communication derived from rapidly changing environment. Issues in being entrepreneurship in creative brands both in public and private sectors. Analysis in crisis and opportunities in new business creation in order to further create new products and/services according to “Startup” concept.

บสส511 การจัดตั้งธุรกิจสำหรับธุรกิจสร้างสรรค์ 3(2-2-5)

CBM511 Business Formulation for Creative Business

การจัดตั้งธุรกิจแบบใหม่ หลักการและแนวคิดกลยุทธ์ทางธุรกิจ นวัตกรรมห่วงโซ่อุปทาน ความสำคัญของแนวคิดการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน (Environment, Social, and Governance: ESG) ต่อการบริหารจัดการธุรกิจ ทักษะทางสังคมที่ใช้เพื่อปฏิสัมพันธ์กับผู้คน (Soft skills) สำหรับธุรกิจสร้างสรรค์และการบริหารจัดการ การขายผลิตภัณฑ์ด้วยทักษะการนำเสนอ

A study of emerging forms of business, principles and concepts of business strategies, supply-chain innovation, importance of environmental, social and governance concept to business management, soft skills for creative business and management, selling products with presentation skills.

บสส551 การสร้างแบรนด์ด้วยกระแสใหม่

3(2-2-5)

CBM551 Brand Building with Emerging Trends

แนวคิด หลักการและทฤษฎีเกี่ยวกับแบรนด์ เอกลักษณ์แบรนด์ ภาพลักษณ์ของแบรนด์ บุคลิกภาพของแบรนด์และการนำแบรนด์ไปใช้ในธุรกิจ รวมถึงตำแหน่งเชิงกลยุทธ์ของแบรนด์ในธุรกิจสร้างสรรค์ การสร้างแบรนด์ที่มาจากความคิดสร้างสรรค์ การสร้างแบรนด์ที่มาจากเทคโนโลยี การสร้างแบรนด์ที่มาจากความยั่งยืน และการประเมินคุณค่าของแบรนด์

A study of concepts, principles and theories of branding. Differences between brand identity, brand image, and brand personality. How to apply brands to business, including strategic position for branding in creative business. Importance of creative-based branding, technology-based branding, sustainability-based branding, and brand value assessment.

3.2 หมวดวิชาเลือก กำหนดให้เลือกเรียน (ปริญญาโท) รวมไม่น้อยกว่า 12 หน่วยกิต และสารนิพนธ์ รวมไม่น้อยกว่า 21 หน่วยกิต) จากรายวิชาต่อไปนี้

3.2.1 กลุ่มแบรนด์สำหรับธุรกิจสร้างสรรค์ (Branding in Creative Business)

บสส513 การสร้างและบริหารแบรนด์เชิงกลยุทธ์

3(2-2-5)

CBM513 Strategic Brand Building and Management

ความรู้และความเข้าใจในการสร้างแบรนด์ในบริบทที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว วิธีการสร้างและเงื่อนไขที่มีผลต่อการสร้างแบรนด์ ความสำคัญของการรักษาแบรนด์ให้คงอยู่ กลยุทธ์การตลาดที่มีผลกระทบต่อแบรนด์ใหม่ โดยเฉพาะธุรกิจเชิงสร้างสรรค์และธุรกิจที่ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการผลิตและออกแบบ คุณค่าแบรนด์และประเมินคุณค่าในแบรนด์ ความต้องการเฉพาะจากผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม

Fundamental concepts and understanding in brand building in ever changing business environment. Methods and conditions affecting brand building, importance of brand to successfulness of business, emerging trends that influence new brands, especially in creative business and business driven by design, innovation and technology. Brand value and evaluation, specific needs from focused groups of consumers.

บสส514 กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

3(2-2-5)

CBM514 Integrated Marketing Communication and Strategy

หลักการและองค์ประกอบเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด ในด้านการวางแผน กระบวนการและการประยุกต์ใช้สื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ รวมถึงสามารถสร้างการสื่อสารการตลาด การสร้างช่องทางการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และการจัดจำหน่ายสินค้า โดยเน้นการสร้างภาพลักษณ์สำหรับแบรนด์และการสร้างแบรนด์เฉพาะบุคคล

Principles and components of marketing communication and strategies; integrated marketing communications planning and processing; application of traditional and modern media, Development of channels of public relations and advertisement and product distribution, including ability to development marketing communications especially in Development of brand image and personal branding.

บสส515 กระแสการตลาดและมุมมองผู้บริโภค

3(1-4-4)

CBM515 Marketing Trends and Customer Perceptions

วิเคราะห์กระแสการตลาดและพลวัตการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมผู้บริโภคและผลกระทบต่อการสร้างแบรนด์ การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและกระแสการตลาดซึ่งรวมถึงการแบ่งกลุ่มลูกค้าและการวิเคราะห์การแข่งขันในธุรกิจสร้างสรรค์ บูรณาการแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อการพัฒนาการผลิตสินค้าสะท้อนภาพลักษณ์ของแบรนด์

Analyze marketing trends and dynamic changes in consumers' behaviors and their effect to brand building. Analysis of consumer behavior and marketing trends, including customer segmentation and competition analysis in creative businesses. Integrated production design concept for production development that reflects brand image.

บสส522 ศิลปะการสื่อสารแบรนด์

3(2-2-5)

CBM522 The Art of Brand Communications

การสื่อสารสำหรับการบริหารจัดการธุรกิจ การสื่อสารสำหรับผู้นำสมัยใหม่ การสื่อสารลูกค้าสัมพันธ์ การจัดการประชุมและทีมเสมือน การสื่อสารแบรนด์ต่อสาธารณะ ทักษะและเทคนิคการเล่าเรื่อง การใช้เครื่องมือดิจิทัลสำหรับสื่อสาร เครื่องมือและเทคนิคสำหรับการสื่อสารแบรนด์อย่างมีประสิทธิภาพ การประเมินผลการสื่อสารของแบรนด์

Communications for business management, communications for modern leadership, customer services communications, managing meetings and virtual teams, brand communication for public, storytelling skills and techniques, digital tools for communication, tools and techniques for effective brand communications. Measuring effectiveness of brand communication.

3.2.2 กลุ่มการจัดการและผู้ประกอบการใหม่ (Management and Entrepreneurship)

บสส521 มารยาทธุรกิจและการสื่อสาร

3(2-2-5)

CBM521 Business Etiquette and Communications

มารยาทการใช้สื่อสังคม (Social media) การมารยาทการสื่อสารด้วยโทรศัพท์และจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ในธุรกิจ การแต่งกายสำหรับธุรกิจและอย่างมืออาชีพ การพูดในที่สาธารณะและการจัดการสนทนาที่สร้างความลำบากใจ ความท้าทายจากความหลากหลายวัฒนธรรม การสื่อสารธุรกิจในความหลากหลาย การสื่อสารวัฒนธรรมในธุรกิจ สร้างสรรค์

Social media etiquette, telephone, and email etiquette in business; business attire and professionalism; public speaking and managing difficult conversations, multi-cultural challenges; business communications in diversity; cultural communications in creative business.

บสส532 องค์กรสร้างสรรค์และการเป็นผู้ประกอบการ

3(2-2-5)

CBM532 Creative Enterprise and Entrepreneurship

บทบาทและความรับผิดชอบของผู้นำและการบริหารที่งานต่อการบริหารจัดการองค์กรสร้างสรรค์ หลักการ คุณลักษณะและทักษะที่จำเป็นของผู้ประกอบการใหม่ในธุรกิจสร้างสรรค์ กระบวนการสร้างและบริหารจัดการธุรกิจใหม่ การประยุกต์แนวคิดใหม่ในเชิงธุรกิจ พื้นฐานการออกแบบความคิดเชิงนวัตกรรม การเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการของ องค์กรสร้างสรรค์ การวิเคราะห์ปัญหาธุรกิจ (Pain Point) และการนำผลิตภัณฑ์และบริการที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงไปใช้เชิงพาณิชย์อย่างประสบความสำเร็จด้วยการใช้โมเดลธุรกิจแคนวาส (Business Model Canvas – BMC)

Roles, responsibility, and management skills of leaders in creative organizations. Principles, attributes, and attitudes of nascent entrepreneurs to creatively plan, launch, and manage small firms in order to link with international business context. Process of new business creation, application of new business thinking. Foundation of innovative thinking. Analysis of business problems and value adding of products and services in entrepreneur and creative organizations using business model canvas (BMC). Successful implementation of high technology driven products and services in business.

บสส533 การฝึกปฏิบัติการด้านการสร้างเครือข่ายชุมชนสำหรับธุรกิจสร้างสรรค์

2(0-4-1)

CBM533 Workshop in Building Community for Creative Business

การฝึกปฏิบัติการของการประยุกต์ช่องทางสื่อหลากหลายเพื่อที่จะสร้างเครือข่ายชุมชนในฐานะผู้ประกอบการ การบริหารจัดการลูกค้าความสัมพันธ์เพื่อเป็นกลยุทธ์ในการสร้างเครือข่าย การประกวดออกแบบเกมส์และอื่นๆร่วมกับ ลูกค้าเพื่อกระชับความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมในเครือข่ายชุมชน

Workshop of applying several channels of media to build a community of creative-based entrepreneurs. Customer relationship management as a strategic approach to build brand community. Game design and competitions for customer competition to strengthen community relationship and its engagement.

บสส561 การจัดการนวัตกรรมสินค้าไลฟ์สไตล์และบริการ

3(2-2-5)

CBM 561 Innovation and Lifestyle Products and Services Management

ทฤษฎีและกรอบความคิดการจัดการการสร้างสรรคและนวัตกรรมในธุรกิจ เทคโนโลยีในอนาคต และการนำไปใช้การผลิตสินค้าจากวัสดุนวัตกรรม นวัตกรรมสินค้าไลฟ์สไตล์ การบริการจากมุมมองของลูกค้าและผู้บริโภค การนำเสนอแบรนด์ใหม่ที่มาจากความคิดสร้างสรรค์ในธุรกิจไลฟ์สไตล์และบริการ เครื่องการประเมินสินค้าและบริการ ทรัพย์สินทางปัญญาของนวัตกรรมสร้างสรรค์

Theories, creative framework and innovation management in creative business, products and productions from innovative materials, innovative lifestyle product and service from consumers' perspective, ability to manage newly innovated brand from creativity within lifestyle business and service, lateral thinking, evaluating tools for product and service, intellectual property of creative innovation.

3.2.3 กลุ่มการจัดการเทคโนโลยีในธุรกิจสร้างสรรค์ (Managing Technology in Creative Business)

บสส512 ผู้นำดิจิทัลในธุรกิจสร้างสรรค์

3(2-2-5)

CBM512 Digital Leadership for Creative Business

โครงสร้างทางธุรกิจในธุรกิจดิจิทัล กฎเกณฑ์และข้อกำหนดในธุรกิจดิจิทัล หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้นำในธุรกิจสร้างสรรค์ การจัดการระบบการตรวจสอบแบบย้อนกลับ การสร้างแบรนด์นำสมัยในธุรกิจ อบรมเชิงปฏิบัติการการสร้างแบรนด์กับชุมชน อบรมเชิงปฏิบัติการโครงสร้างธุรกิจกับบล็อกเชนสำหรับธุรกิจสตาร์ทอัพ ฝึกปฏิบัติการนำเสนอภายในประเทศ

Business structure in digital business, Rule and regulation in digital Business, Role and responsibility of leaders in digital business, Management of traceability, Emerging brand in the business, Workshop on Brand community, Workshop on blockchain and business structure for startup, Practice on pitching in local environment.

บสส541 บล็อกเชนสำหรับธุรกิจสร้างสรรค์

2(2-0-4)

CBM541 Blockchain for Creative Business

วิวัฒนาการและการปฏิวัติของเทคโนโลยีบล็อกเชน ระบบนิเวศของบล็อกเชน ระบบนิเวศและระบบของบล็อกเชน 3.0 บล็อกเชนกับการแก้ปัญหาในกลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โครงสร้างพื้นฐานของโลกเสมือนจริงและการใช้งานตามหลักภูมิศาสตร์ของแต่ละประเทศ

Evolution and revolution of blockchain technology, blockchain ecosystem, protocol and ecosystem of blockchain 3.0; blockchain as a solution for SMEs, geo-anchored national level metaverse infrastructure.

บสส542 การตรวจสอบแบบย้อนกลับสำหรับธุรกิจสร้างสรรค์

2(2-0-4)

CBM542 Traceability in Creative Business

บล็อกเชนและการยืนยันข้อมูล การตรวจสอบแบบย้อนกลับในระดับห่วงโซ่อุปทานด้วยบล็อกเชน เครื่องมือที่ใช้ในการยืนยันข้อมูลจริงสำหรับลูกค้า กรณีศึกษาในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของการนำไปใช้งานและผลการทดลอง

Blockchain and data validity, blockchain-enabled supply chain traceability, tools of authentication information for customers, case study in creative industry for implementation and experimental results.

บสส543 การระดมทุนจากนักลงทุนแองเจิ้ล

2(1-2-3)

CBM543 Crowdfunding for Angel Investors

รอบวงจรธุรกิจและการจัดหาแหล่งเงินทุน ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนักลงทุนแบบแองเจิ้ล การประเมินความเป็นไปได้ในเชิงธุรกิจและการตัดสินใจในการลงทุนและความสำเร็จ ฝึกปฏิบัติในการนำเสนองานแบบพิชชิงเพื่อการระดมทุนตอนเริ่มต้น

Business cycle and how to identify fundings, and knowledge and understanding about investors for angel seed. Business feasibility and assessment for success and investment decision. Practice in pitching and presentation.

3.2.4 กลุ่มการฝึกภาคประสบการณ์วิชาชีพในธุรกิจการสร้างแบรนด์ (Professional Practice in Branding Business)

บสส531 การฝึกปฏิบัติด้านเครื่องมือสำหรับการพัฒนาธุรกิจ

3(1-4-4)

CBM531 Practice with Business Development Tools

การฝึกปฏิบัติความคิดด้านการจัดตั้งธุรกิจ และการจัดทำโครงร่างด้านแบรนด์และธุรกิจ การใช้โมเดลธุรกิจแคนวาส (Business model canvas) สำหรับแบรนด์สร้างสรรค์ การใช้โมเดลเทคโนโลยีแคนวาส (Technology canvas) การใช้โมเดลผู้ประกอบการแคนวาส (Entrepreneurship canvas)

Workshop in ideas of brand formulation and proposal development in branding and business. Using business model canvas for creative brand: technology canvas and social entrepreneurship canvas.

บสส533 การเขียนข้อเสนอธุรกิจเพื่อการพิชชิง (Pitching)

3(2-2-5)

CBM533 Writing Business Proposal for Pitching

การวิเคราะห์ลูกค้าที่มีศักยภาพและกลยุทธ์สำหรับจัดทำข้อเสนอและการพิชชิงให้ประสบความสำเร็จ การพัฒนาคำอธิบายโครงการและวัตถุประสงค์ จัดทำข้อเสนอต้นทุนกำไรและงบประมาณ การจัดเรียงรูปแบบและรูปแบบข้อเสนอโครงการ และเทคนิคการเขียนและการนำเสนอแบบพิชชิง (pitching)

Analyzing potential customers and strategies for successful proposal and pitching, developing project description and objectives, developing cost and benefit and the budget, format, organization, and special writing techniques, special pitching techniques.

บสส581 ผู้ประกอบการใหม่ในธุรกิจสร้างสรรค์

3(0-6-3)

Entrepreneurs in Creative Business

การค้นหานวัตกรรมใหม่ในการทำธุรกิจ การบ่มเพาะจินตนาการสร้างสรรค์เพื่อหาผลิตภัณฑ์ใหม่หรือบริการใหม่ สร้างธุรกิจหรือองค์กรนวัตกรรม ความรู้และหลักการเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจแบบสตาร์ทอัพ (Startup) การแสวงหาเงินทุนจากนักลงทุนเพื่อการทำธุรกิจด้วยการนำเสนอแบบพิชชิง (Pitching)

Discovering new ideas for doing business. Cultivate creativity for new products or new services creation. Creative business or organization development. Knowledge and principles of startup business. Seeking funds from investors for business development using pitching technique.

บสส582 ผู้ประกอบการใหม่แบบธุรกิจสตาร์ทอัพ (startup)

3(0-6-3)

CBM582 Startup Entrepreneurs

การนำผลิตภัณฑ์ใหม่หรือบริการใหม่ไปสู่การทำธุรกิจจริงที่ให้กำไร เด็บโตและยั่งยืนการสร้างธุรกิจหรือจัดตั้งโครงสร้างองค์กร การเรียนรู้ความสำเร็จด้านนวัตกรรมจากผู้รู้จริง แนวทางนวัตกรรมอาชีพจากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จแล้ว การทดสอบต้นแบบและการทดสอบตลาดก่อนนำไปใช้ การแสวงหาเงินทุนจากนักลงทุนนางฟ้า (Angel investors)

The course highlights implementation of new ideas/new products/ new services for sustainable business, including building a solid business or organization structure. Knowledge from innovative-achievement masters. Guidelines and lessons learned in innovative careers from masters and successful startup entrepreneurs. Prototype testing and market testing to become profitable items for business. Innovative ideas validation and fund raising from angel investors.

3.3 หมวดวิชาปริญญาโท/การค้นคว้าอิสระ

สพท682

การค้นคว้าอิสระ

3 หน่วยกิต

GRI682

Independent Study

ปพท691

ปริญญาโทระดับปริญญาโท

12 หน่วยกิต

GRT691

Master's Thesis

4. แผนที่กระจายความรับผิดชอบของชุดวิชา/รายวิชาที่รองรับผลลัพธ์การเรียนรู้

4.1 แผนที่กระจายความรับผิดชอบของผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

ชุดวิชา/รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร		
	PLO1	PLO2	PLO3
1. หมวดวิชาบังคับ			
บสส501 วิธีวิจัยและวิเคราะห์สำหรับการบริหารแบรนด์สร้างสรรค์	●	○	○
บสส502 เสวนาเชิงวิชาการการบริหารแบรนด์สร้างสรรค์	○	●	
บสส511 การจัดตั้งธุรกิจสำหรับธุรกิจสร้างสรรค์	●	●	○
บสส551 การสร้างแบรนด์ด้วยกระแสใหม่	●		●
2. หมวดวิชาเลือก			
ชุดวิชาที่ 1 กลุ่มแบรนด์สำหรับธุรกิจสร้างสรรค์			
บสส513 การสร้างและบริหารแบรนด์เชิงกลยุทธ์	●	○	○
บสส514 กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	●		○
บสส515 กระแสการตลาดและมุมมองผู้บริโภค	●		○
บสส522 ศิลปะการสื่อสารแบรนด์	●		○
ชุดวิชาที่ 2 กลุ่มการจัดการและผู้ประกอบการใหม่			
บสส521 มารยาทธุรกิจและการสื่อสาร	○	●	
บสส532 องค์กรสร้างสรรค์และการเป็นผู้ประกอบการ		●	○
บสส533 การฝึกปฏิบัติการด้านการสร้างเครือข่ายชุมชนสำหรับธุรกิจสร้างสรรค์	○	●	○
บสส561 การจัดการนวัตกรรมสินค้าไลฟ์สไตล์และบริการ	●	●	
ชุดวิชาที่ 3 กลุ่มการจัดการเทคโนโลยีในธุรกิจสร้างสรรค์			
บสส512 ผู้นำดิจิทัลในธุรกิจสร้างสรรค์	○	○	●
บสส541 บล็อกเชนสำหรับธุรกิจสร้างสรรค์			●
บสส542 การตรวจสอบแบบย้อนกลับสำหรับธุรกิจสร้างสรรค์		○	●
บสส543 การระดมทุนจากนักลงทุนเองเจ็ล		●	○

ชุดวิชา/รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร		
	PLO1	PLO2	PLO3
ชุดวิชาที่ 4 กลุ่มการฝึกภาคประสบการณ์วิชาชีพในธุรกิจการสร้างสรรค์			
บสส531 การฝึกปฏิบัติด้านเครื่องมือสำหรับการพัฒนาธุรกิจ	●	●	○
บสส533 การฝึกปฏิบัติการด้านการสร้างเครือข่ายชุมชนสำหรับธุรกิจสร้างสรรค์	●	○	
บสส581 ผู้ประกอบการใหม่ในธุรกิจสร้างสรรค์		●	○
บสส582 ผู้ประกอบการใหม่แบบสตาร์ทอัพ (startup)	○	●	○
3. หมวดวิชาปริญญาโท/การค้นคว้าอิสระ			
สปท682 การค้นคว้าอิสระ	○	●	●
ปพท691 ปริญญานิพนธ์ระดับปริญญาโท	●	●	○

* หมายถึง ● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

4.2 แผนที่กระจายความรับผิดชอบของผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping) จำแนกตามผลลัพธ์การเรียนรู้ 4 ด้าน

ชุดวิชา/รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร											
	PLO1				PLO2				PLO3			
	K1	S1	E1	C1	K2	S2	E2	C2	K3	S3	E3	C3
1. หมวดวิชาบังคับ												
บสส501 วิธีวิจัยและวิเคราะห์สำหรับการบริหารแบรนด์สร้างสรรค์	1,4	1,2	2	2	1	3	1		1	2		
บสส502 เสวนาเชิงวิชาการการบริหารแบรนด์สร้างสรรค์	4	1,2		1,2	1,2,4,5	1,3		1				
บสส511 การจัดตั้งธุรกิจสำหรับธุรกิจสร้างสรรค์	2,3,5	3,4	1,2	3	1,4,5	1,2,4	1	1		2,3	2	1
บสส551 การสร้างแบรนด์ด้วยกระแสใหม่	2,5	1,2,3,5	2,3	1,2					2	1,2,3	1	1
2. หมวดวิชาเลือก												
ชุดวิชาที่ 1 กลุ่มแบรนด์สำหรับธุรกิจสร้างสรรค์												
บสส513 การสร้างและบริหารแบรนด์เชิงกลยุทธ์	1,2,4,5	2,3,5	3	1,2,3	2,3,4	3	1		2			1
บสส514 กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	1,5	1,2,3,4	1,2	2,3						1		1
บสส515 กระแสการตลาดและมุมมองผู้บริโภค	1,2,3,5	3	1,2,3	1,2,3					1	1	2	1
บสส522 ศิลปะการสื่อสารแบรนด์	2,3	4	2,3	1,2,3						1	1	1
ชุดวิชาที่ 2 กลุ่มการจัดการและผู้ประกอบการใหม่												
บสส521 มารยาทธุรกิจและการสื่อสาร			2	1,3	1,4	1,2	1	1				
บสส532 องค์กรสร้างสรรค์และการเป็นผู้ประกอบการ					1,2,3,4,5	1,3,4	1,2	1,2	1			1
บสส533 การฝึกปฏิบัติการด้านการสร้างเครือข่ายชุมชนสำหรับธุรกิจสร้างสรรค์	3,5	2,3		1	1,4,5	1,3		1		2,3		1
บสส561 การจัดการนวัตกรรมสินค้าไลฟ์สไตล์และบริการ	3	3,4,5		1	1,3,4,5	1,2	1	1				
ชุดวิชาที่ 3 กลุ่มการจัดการเทคโนโลยีในธุรกิจสร้างสรรค์												
บสส512 ผู้นำดิจิทัลในธุรกิจสร้างสรรค์	3	4	3	2	1,4		1,2	1,2	1,2,3	1,2	1,2	1
บสส541 บล็อกเชนสำหรับธุรกิจสร้างสรรค์									1,2,3	1,2	1,2	1
บสส542 การตรวจสอบแบบย้อนกลับสำหรับธุรกิจสร้างสรรค์					1,3,4	1,3		2	1,2	1,2,3	1,2	1
บสส543 การระดมทุนจากนักลงทุนเองเจ็ล					1,2,3,5	1,2,3,4	1,2	1,2	2	1,2	1	1

ชุดวิชา/รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร											
	PLO1				PLO2				PLO3			
	K1	S1	E1	C1	K2	S2	E2	C2	K3	S3	E3	C3
ชุดวิชาที่ 4 กลุ่มการฝึกภาคประสบการณ์วิชาชีพในธุรกิจการช่างแบรนด์												
บสส531 การฝึกปฏิบัติด้านเครื่องมือสำหรับการพัฒนาธุรกิจ	5	3,5		2,3	1,2,3,4,5	1,3	1,2	1,2				1
บสส533 การฝึกปฏิบัติการด้านการสร้างเครือข่ายชุมชนสำหรับธุรกิจสร้างสรรค์	1,2,3	2,3,4	1	1,3	1,4,5		3					
บสส581 ผู้ประกอบการใหม่ในธุรกิจสร้างสรรค์					1,2,5	1,2	2	1,2	2	1		1
บสส582 ผู้ประกอบการใหม่แบบสตาร์ทอัพ (startup)	5		2	3	2,3,5	2,3	2	1,2	2	1	2	1
3. หมวดวิชาปริญญาโท/การค้นคว้าอิสระ												
สปท682 การค้นคว้าอิสระ	2	3		1	2,5	1,2,4	1,2	1,2	2	2	1	1
ปพท691 ปริญญานิพนธ์ระดับปริญญาโท	2,4,5	1,2,3,5	1,2	1,2,3	1,2,4	1,3	1,2	1,2	2			1

5. แผนการศึกษาและการกระจายความรับผิดชอบของผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร ลงสู่รายวิชาและผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับชั้นปี

ชั้นปีที่ 1											
ภาคการศึกษาที่ 1			PLOs			ภาคการศึกษาที่ 2			PLOs		
รหัสวิชา	ชุดวิชา/รายวิชา	หน่วยกิต	PLO1	PLO2	PLO3	รหัสวิชา	ชุดวิชา/รายวิชา	หน่วยกิต	PLO1	PLO2	PLO3
	วิชาบังคับ						วิชาบังคับ				
บสส501	วิธีวิจัยและวิเคราะห์สำหรับการบริหารแบรนด์สร้างสรรค์	3(3-0-6)	●	○	○	บสส511	การจัดตั้งธุรกิจสำหรับธุรกิจสร้างสรรค์	3(3-0-6)	○	●	○
						บสส502	เสวนาเชิงวิชาการการบริหารแบรนด์สร้างสรรค์	3(1-4-4)	○	●	
						บสส551	สร้างแบรนด์ด้วยกระแสใหม่	3(3-0-6)	●		●
	วิชาเลือก						วิชาเลือก				
บสสxxx	xxxx	9				บสสxxx	xxxx	3			
	รวมหน่วยกิต	12					รวมหน่วยกิต	12			

ภาคฤดูร้อน			PLOs		
รหัสวิชา	ชุดวิชา/รายวิชา	หน่วยกิต	PLO1	PLO2	PLO3
	แผน 2 การค้นคว้าอิสระ		○	●	●
	วิชาเลือก				
บสสxxx	xxxx	6			
	รวมหน่วยกิต	6			

ชั้นปีที่ 2											
ภาคการศึกษาที่ 1			PLOs			ภาคการศึกษาที่ 2			PLOs		
รหัสวิชา	ชุดวิชา/รายวิชา	หน่วยกิต	PLO1	PLO2	PLO3	รหัสวิชา	ชุดวิชา/รายวิชา	หน่วยกิต	PLO1	PLO2	PLO3
	แผน 1 ปริญญาโท						แผน 1 ปริญญาโท				
ปพท691	ปริญญาโทระดับปริญญาโท	6	●	●	○	ปพท691	ปริญญาโทระดับปริญญาโท	6	●	●	○
	รวมหน่วยกิต	6					รวมหน่วยกิต	6			
	แผน 2 การค้นคว้าอิสระ						แผน 2 การค้นคว้าอิสระ				
	วิชาเลือก										
บสสxxx	xxxx	3				สพท682	การค้นคว้าอิสระ	3	○	●	●
	รวมหน่วยกิต	3					รวมหน่วยกิต	3			

* หมายเหตุ ● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

หมวดที่ 5 การจัดการกระบวนการเรียนรู้และการประเมินผลการเรียนรู้

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒยึดมั่นในหลักปรัชญา “การศึกษาคือความเจริญงอกงาม” โดยมุ่งเน้นปลูกฝังและพัฒนา นิสิตให้เติบโตทั้งในด้านเชาว์ปัญญา ทักษะ จริยธรรมและความดีงาม ตลอดจนบุคลิกภาพการปฏิบัติตนด้วยความ เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่และเอื้ออาทรต่อผู้อื่นในชุมชน สังคม ซึ่งมีความแตกต่างหลากหลายได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย สถานการณ์ หรือบริบททางสังคมของประเทศ และตลาดอาชีพที่เกี่ยวข้อง รวมถึงส่งเสริมบรรยากาศ และสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่เอื้อให้นิสิตสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้ตลอดเวลาตามศักยภาพของแต่ละบุคคล

การออกแบบการจัดการกระบวนการเรียนรู้ของมหาวิทยาลัย จึงให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง (Student-centered Approach) โดยมุ่งจัดประสบการณ์การเรียนรู้ที่ให้นิสิตเป็นผู้มีส่วนร่วมรับผิดชอบในกิจกรรมการเรียนรู้ อย่างกระตือรือร้น (Active Learning) เปิดโอกาสให้นิสิตได้เรียนรู้จากการลงมือทำ (Learning by doing) ด้วยตนเองและหรือ ร่วมกับเพื่อนผู้เรียนคนอื่น ผ่านบริบทของการเรียนรู้ในห้องเรียน การทำโครงการ การเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้หรือกิจกรรม เพื่อพัฒนาชุมชนต่างๆ การทำงานในสถานการณ์จริง และการแสวงหาความรู้จากแหล่งการเรียนรู้ต่างๆ โดยผู้สอนปรับเปลี่ยน บทบาทจากการเป็นผู้ให้ความรู้ เป็นผู้อำนวยความสะดวกในการเรียนรู้ และจัดการกระบวนการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค และวิธีการ สอนที่หลากหลาย เพื่อกระตุ้นให้นิสิตได้ใช้ทั้งความรู้ และทักษะในการคิด การวิเคราะห์และแก้ปัญหา การสื่อสารและการ ทำงานร่วมกับผู้อื่น ตลอดจนการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการเรียนรู้และการทำงานอย่างเหมาะสม อันจะส่งเสริมให้ นิสิตสามารถสร้างสรรค์ความรู้ด้วยตนเอง ตามทฤษฎีคอนสตรัคติวิสต์ Constructivist Theory) และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง ตามกรอบแนวคิดแบบเติบโต (Growth Mindset) ได้ในที่สุด

โดยรายละเอียดการจัดการจัดการกระบวนการเรียนรู้และการประเมินผลการเรียนรู้ในระดับหลักสูตร ชั้นปี และรายวิชา มีดังนี้

1. การจัดการกระบวนการเรียนรู้

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร	วิธีการสอน/กิจกรรมการเรียนรู้
PLO1: สร้างและพัฒนาแบรนด์โดยใช้กลยุทธ์องค์กรให้ธุรกิจ และ สื่อสารแบรนด์โดยใช้เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ เพื่อการเพิ่มมูลค่า ผลิตภัณฑ์หรือบริการ	การสอนแบบแก้ปัญหา (problem-based learning) เช่น การตั้งคำถามวิจัยจากโจทย์วิจัยจากภาคธุรกิจ วิเคราะห์ประเด็นปัญหา วางแผนในการแก้ปัญหา โดยร่วมกันอภิปรายและนำเสนอเพื่อการ วิชาทฤษฎี ทดลองเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล และสรุปผล จัดการ เรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้ (inquiry process) เพื่อการเพิ่ม มูลค่า ผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยใช้การสร้างสรรคเชิง เทคโนโลยี เช่น การสร้างความสนใจและมีส่วนร่วม (engagement) การสำรวจและค้นหา (exploration) การสอนแบบแสดงบทบาท สมมุติ การจัดการกิจกรรมการเรียนรู้ การนำเสนอ การเรียนรู้ด้วยการ วิชาทฤษฎีโดยเพื่อน (peer review) และทีมอาจารย์และผู้เชี่ยวชาญ วิธีสอนแบบให้คำปรึกษา (coaching and mentor) และการสอน แบบทีม โดยแบ่งเป็นโครงการของแต่ละคน วิเคราะห์และนำเสนอ หัวเรื่องและวิธีการพัฒนาแบรนด์ การออกแบบรูปแบบธุรกิจ โดยมี

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร	วิธีการสอน/กิจกรรมการเรียนรู้
	<p>ผู้เชี่ยวชาญคอยให้คำปรึกษาแนะนำตลอดระยะเวลาโครงการ และมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน จัดเวทีสัมมนา และส่งเสริมการเข้าร่วมการประชุมทางวิชาการ หรือการประกวดแข่งขัน Start up เปิดโอกาสให้นิสิตพัฒนาตนเองตาม PLOs ของหลักสูตรการ โดยให้มีการแลกเปลี่ยนแนวคิดกับสถาบันในต่างประเทศที่มีความร่วมมือ</p>
<p>PLO2: วิเคราะห์และประเมินสถานการณ์ธุรกิจ เพื่อแสวงหาโอกาสทางธุรกิจโดยใช้ข้อมูลสารสนเทศในการตัดสินใจ โดยยึดหลักการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน</p>	<p>การบรรยายแบบมีส่วนร่วม การจัดกิจกรรมการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) ได้แก่ กรณีศึกษาเป็นฐาน เกมเป็นฐาน ปัญหาเป็นฐาน ภาระงานเป็นฐาน โครงการเป็นฐาน การอธิบายและสรุป (explanation) การขยายความรู้ (elaboration) และ การประเมิน (evaluation) ผ่านการออกแบบแผนธุรกิจ การสอนแบบชุมชนเป็นฐาน การสอนของการเรียนรู้แบบร่วมมือ (instructional model of cooperative learning) โดยกระบวนการเหล่านี้ จัดให้มีการวิเคราะห์ อภิปรายร่วมเพื่อแลกเปลี่ยนข้ามศาสตร์/ความเชี่ยวชาญ และนำเสนอผลงานให้มีการวิพากษ์ร่วมกันอีกด้วย</p>
<p>PLO3: สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการพัฒนาธุรกิจและเชื่อมต่อบริษัทในโลกดิจิทัลกับธุรกิจปัจจุบัน</p>	<p>การสอนแบบโครงการ (project based) โดยการให้ วิเคราะห์ธุรกิจของตนเอง/องค์กร เรียบเรียงและนำเสนอแนวคิดและแผนงานเพื่อแลกเปลี่ยนแนวคิดกับสถาบันในต่างประเทศที่มีความร่วมมือ มีการวิจารณ์การนำเสนอผลงาน อภิปรายงานกลุ่มเพื่อการเรียนรู้ทักษะทางสังคม การวิเคราะห์กระบวนการกลุ่ม และการทำงานร่วมกับผู้อื่น</p>

2. การประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้

การประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ของนิสิต ในระดับหลักสูตร ชั้นปี และรายวิชา นั้น คณะกรรมการบริหารหลักสูตร อาจารย์ผู้สอน และ/หรือ อาจารย์ที่ปรึกษา ร่วมกันทำหน้าที่กำกับดูแล ดังนี้

2.1 การประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ด้านทักษะและคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของนิสิต

2.1.1 การประเมินในรายวิชา

สำหรับนิสิตที่เรียนในระดับบัณฑิตศึกษา มีการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ด้านความรู้ (K) ด้านทักษะ (S) ด้านจริยธรรม (E) และด้านคุณลักษณะ (C) ซึ่งสอดคล้องตาม PLO โดยประเมินจากอ้างอิงจาก ค่านิยมของวิทยาลัย CANDO โดยมีคุณลักษณะดังนี้ มีความสามารถในนำเสนอใจและน่าคบ (charisma) มีความทันสมัยและปรับตัว (adaptability) ในการ

ใช้เทคโนโลยีเพื่อการสร้างแบรนด์ มีเครือข่ายในสังคม(network) อย่างกว้างขวาง มีความมุ่งมั่น (determination)ในการเรียนรู้และเชื่อมต่อโลกดิจิทัลและโลกธุรกิจ แสดงออกถึงการเปิดกว้างและแสวงหาโอกาส (opportunity) ของการสร้างแบรนด์ ในฐานะพลเมืองโลก ส่วนการประเมินกระบวนการจัดการเรียนการสอนของหลักสูตร มีรายละเอียด เช่น การร่วมอภิปราย และตั้งคำถาม รายงานกลุ่ม การออกแบบรูปแบบธุรกิจ และกรณีศึกษาโดยการค้นหาแนวทางการสร้างแบรนด์ร่วมกับชุมชน การสืบค้นและวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจ การรายงานการค้นคว้า การวิพากษ์ การวิเคราะห์และการรายงานผลการทดลอง ผลการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ สัมมนาการเข้าร่วมการประชุมที่ส่งผลต่อการลงทุนและธุรกิจ และการเผยแพร่ผลงานโครงร่างปริญญาานิพนธ์/ รายงานการเขียนบทความ/แผนธุรกิจ

สำหรับนิสิตที่ทำการเทียบโอนจากหลักสูตรประกาศนียบัตร ให้คณะกรรมการบริหารหลักสูตร เทียบเคียงผลลัพธ์การเรียนรู้ กับนิสิตที่เรียนในระดับบัณฑิตศึกษา

2.1.2 การประเมินทักษะภาษาอังกฤษ ประกอบด้วย

สำหรับนิสิตการค้นคว้าอิสระ มีผลการสอบสมรรถภาพทางภาษาตามเกณฑ์ที่กำหนดโดยบัณฑิตวิทยาลัย

สำหรับนิสิตปริญญาานิพนธ์ มีผลการสอบสมรรถภาพทางภาษาตามเกณฑ์ที่กำหนดโดยบัณฑิตวิทยาลัย และมีผลทดสอบระดับภาษาอังกฤษในระดับผลคะแนน IELTS ไม่น้อยกว่า 6.0 หรือระบบที่เทียบเคียง เช่น TOEFL, CU – TEP, TU-GET, SWU SET ทั้งนี้ การเทียบเคียงจากการพิจารณาจากคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

2.1.3 การประเมินทักษะการวิจัยโดยการสอบปากเปล่าปริญญาานิพนธ์/การค้นคว้าอิสระ โดยคณะกรรมการที่ได้รับแต่งตั้งจากบัณฑิตวิทยาลัย

2.2 การประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร	พฤติกรรมบ่งชี้ (Performance Criteria)	วิธีการ/เครื่องมือประเมินผล
<p>PLO1: สร้างและพัฒนาแบรนด์โดยใช้กลยุทธ์องค์กรให้ธุรกิจ และสื่อสารแบรนด์โดยใช้เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ เพื่อการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์หรือบริการ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบงานวิจัยเพื่อสรุปผลพฤติกรรมผู้บริโภคได้ - ประยุกต์ใช้หลักการและทฤษฎีด้านแบรนด์มาบริหารจัดการในธุรกิจสร้างสรรค์ได้ - บริหารธุรกิจและการสร้างแบรนด์อย่างสร้างสรรค์และมีจริยธรรมได้ - สามารถพัฒนาอัตลักษณ์ของแบรนด์ให้กับธุรกิจสร้างสรรค์ตามหลักการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน - นำเสนองาน Pitching ในเวทีสาธารณะอย่างมั่นใจและมีหลักการ 	<ul style="list-style-type: none"> - ประเมินความรู้และทักษะการวิเคราะห์จากการอภิปรายในชั้นเรียน การเขียนรายงาน ข้อสอบ และวัดผลประเมินจากการสังเกตพฤติกรรม ข้อสอบ โดย กำหนดเป็นคะแนนรูบริคส์ - แผนธุรกิจสำหรับการลงทุนแบบแองเจิลหรือแผนธุรกิจสำหรับการลงทุนแบบการลงทุนร่วม - การนำเสนอโครงร่างและความก้าวหน้าและป้องกันปัญญานีพนธ์ - การสัมมนาและการเข้าร่วมการประชุมทางวิชาการหรือการตีพิมพ์
<p>PLO2: วิเคราะห์และประเมินสถานการณ์ธุรกิจ เพื่อแสวงหาโอกาสทางธุรกิจโดยใช้ข้อมูลสารสนเทศในการตัดสินใจ โดยยึดหลักการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน</p>	<ul style="list-style-type: none"> - สามารถวิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศได้อย่างแม่นยำผ่านการนำเสนอในงานในทุกสถานการณ์ - จัดทำแผนธุรกิจแผนวาทสำหรับธุรกิจสร้างสรรค์ในตลาดสากลได้อย่างครบถ้วนและถูกต้องตามหลักการ และสถานการณ์ธุรกิจ 	<ul style="list-style-type: none"> - การตั้งสมมติฐานหาคำตอบให้กับโจทย์วิจัยจากภาคธุรกิจ - รายงานการวิเคราะห์ข้อมูล และประเมินสถานการณ์ธุรกิจ - การนำเสนอการอภิปรายประเด็นปัญหาวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล - รายงานสรุปกลยุทธ์การสร้างแบรนด์แผนธุรกิจแผนวาท
<p>PLO3: สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการพัฒนาธุรกิจและเชื่อมต่อแบรนด์ในโลกดิจิทัลกับธุรกิจปัจจุบัน</p>	<ul style="list-style-type: none"> - สามารถจัดทำรายงานและออกแบบโครงการและวิเคราะห์ธุรกิจและสร้างแบรนด์ได้ - จัดทำแผนการทำงานร่วมกับชุมชนและการจัดทำผลิตภัณฑ์/บริการที่ใช้ชุมชนเป็นฐานการเรียนรู้ - พัฒนาธุรกิจและสร้างแบรนด์โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล 	<ul style="list-style-type: none"> - การสืบค้นและวิเคราะห์ ข้อมูลทางวิศวกรรมที่เกี่ยวข้อง - ประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้จากการทำกิจกรรมเชิงรุก (Active Learning) - การประเมินผลการนำเสนอทางด้านธุรกิจสร้างสรรค์จากผู้เชี่ยวชาญภาคธุรกิจ

2.3 การประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับชั้นปี

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับชั้นปี	พฤติกรรมบ่งชี้ (Performance Criteria)	วิธีการ/เครื่องมือประเมินผล
ชั้นปีที่ 1	สามารถออกแบบแผนธุรกิจแคว้นวาสรสร้างแบรนด์เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า/บริการ	แผนธุรกิจ ที่ผู้เชี่ยวชาญประเมินความเป็นไปได้ด้านการเงินและความเสี่ยงและการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจรอบด้าน
ชั้นปีที่ 2 แผน 1	สามารถเขียนรายงานทางด้านธุรกิจที่สะท้อนมูลค่าเพิ่มจากการสร้างแบรนด์ของการผลิตสินค้า/บริการ และวิเคราะห์รูปแบบธุรกิจ	- โครงร่างปริญญาโทและปริญญาโท - การสัมมนาและการเข้าร่วมการประชุมทางวิชาการหรือการตีพิมพ์
ชั้นปีที่ 2 แผน 2 (การค้นคว้าอิสระ 3 หน่วยกิต)	สามารถนำเสนอธุรกิจในกระบวนการรับเงินสนับสนุนการเริ่มต้นธุรกิจ (angel seeds)	แผนธุรกิจสำหรับการลงทุนแบบแองเจิล

2.4 การประเมินการจัดประสบการณ์ภาคสนาม (ชุดวิชา/รายวิชาการฝึกงาน หรือ สหกิจศึกษา) (ถ้ามี)

ไม่มี

2.5 การประเมินชุดวิชา/รายวิชาโครงการหรืองานวิจัย (ถ้ามี)

การประเมินชุดวิชา/รายวิชาโครงการหรืองานวิจัย หลักสูตรฯ มีกระบวนการประเมินดังนี้

1. นิสิตแผน 1 ต้องทำปริญญาโท 12 หน่วยกิต ซึ่งเป็นการวิจัยรายบุคคลในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างลึกซึ้ง ทางด้านการสร้างแบรนด์ของการผลิตสินค้า/บริการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ภายใต้คำแนะนำของคณะกรรมการควบคุม โดยปริญญาโทต้องต่อยอดความรู้ หรือการประยุกต์ใช้ความรู้ใหม่ในการพัฒนาธุรกิจ/ผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านการแบรนด์
2. นิสิตแผน 2 ต้องทำการค้นคว้าอิสระ 3 หน่วยกิตซึ่งเป็นการเสนอการสร้างแบรนด์ของธุรกิจและการนำเสนอธุรกิจ ในกระบวนการรับเงินสนับสนุนการเริ่มต้นธุรกิจ (angel seeds) ของการผลิตสินค้า/บริการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ภายใต้คำแนะนำของคณะกรรมการควบคุม โดยสารนิพนธ์ต้องแสดงให้เห็นทักษะการวิเคราะห์ วิพากษ์ การเสนอข้อสรุป ต่อเวทีสาธารณะ

รูปแบบปฏิญาณนิพนธ์/ การค้นคว้าอิสระ	ผลลัพธ์การเรียนรู้	พฤติกรรมบ่งชี้ (Performance Criteria)	วิธีการ/เครื่องมือ ประเมินผล
ปฏิญาณนิพนธ์ แผน 1	<p>PLO1: สร้างและพัฒนาแบรนด์ โดยใช้กลยุทธ์องค์กรให้ธุรกิจ และสื่อสารแบรนด์โดยใช้เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ เพื่อการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์หรือบริการ</p> <p>PLO2: วิเคราะห์และประเมินสถานการณ์ธุรกิจ เพื่อแสวงหาโอกาสทางธุรกิจโดยใช้ข้อมูลสารสนเทศในการตัดสินใจ โดยยึดหลักการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน</p>	สามารถเขียนรายงานทางด้านธุรกิจที่สะท้อนมูลค่าเพิ่มจากการสร้างแบรนด์ของการผลิตสินค้า/บริการ และวิเคราะห์รูปแบบธุรกิจ	<p>- โครงร่างปฏิญาณนิพนธ์และปฏิญาณนิพนธ์</p> <p>- การสัมภาษณ์และการเข้าร่วมการประชุมทางวิชาการหรือการตีพิมพ์</p>
การค้นคว้าอิสระ 3 หน่วยกิต แผน 2	<p>PLO2: วิเคราะห์และประเมินสถานการณ์ธุรกิจ เพื่อแสวงหาโอกาสทางธุรกิจโดยใช้ข้อมูลสารสนเทศในการตัดสินใจ โดยยึดหลักการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน</p> <p>PLO3: สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการพัฒนาธุรกิจและเชื่อมต่อแบรนด์ในโลกดิจิทัลกับธุรกิจปัจจุบัน</p>	<p>- สร้างแบรนด์ของธุรกิจสามารถนำเสนอธุรกิจในกระบวนการรับเงินสนับสนุนการเริ่มต้นธุรกิจ (angel seeds)</p> <p>- พัฒนาธุรกิจและสร้างแบรนด์โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล</p>	<p>- แผนธุรกิจสำหรับการลงทุนแบบแองเจิล</p> <p>- การประเมินผลการนำเสนองานทางด้านธุรกิจสร้างสรรค์จากผู้เชี่ยวชาญภาคธุรกิจ</p>

ตารางสรุป การจัดกระบวนการเรียนรู้และการวัดประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ที่สอดคล้องผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง

ผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้	พฤติกรรมบ่งชี้ (Performance Criteria)	รายวิชา	วิธีการสอน	วิธีการประเมิน
PLO1: สร้างและพัฒนาแบรนด์ โดยใช้กลยุทธ์องค์กรให้ธุรกิจ และสื่อสารแบรนด์โดยใช้เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ เพื่อการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์หรือบริการ	สามารถเขียนรายงานทางด้านธุรกิจที่สะท้อนมูลค่าเพิ่มจากการสร้างแบรนด์ของการผลิตสินค้า/บริการ และวิเคราะห์รูปแบบธุรกิจ	บสส501 บสส511 บสส551 บสส513 บสส514 บสส515 บสส522 บสส561 บสส531 บสส533 ปพท691	การสอนแบบแก้ปัญหา (problem-based learning) เช่น การตั้งคำถามวิจัยจากโจทย์วิจัยจากภาคธุรกิจ วิเคราะห์ประเด็นปัญหา วางแผนในการแก้ปัญหา โดยร่วมกันอภิปรายและนำเสนอเพื่อการวิพากษ์ ทดลองเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล และสรุปผล จัดการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้ (inquiry process) เพื่อการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยใช้การสร้างสรรค์เชิงเทคโนโลยี เช่น การสร้างความสนใจและมีส่วนร่วม (engagement) การสำรวจและค้นหา (exploration) การสอนแบบแสดงบทบาทสมมติ การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ การนำเสนอ การเรียนรู้ด้วยการวิพากษ์โดยเพื่อน (peer review) และทีมอาจารย์และผู้เชี่ยวชาญ วิธีสอนแบบให้คำปรึกษา (coaching and mentor) และการสอนแบบทีม โดยแบ่งเป็นโครงการของแต่ละคน วิเคราะห์และนำเสนอ หัวเรื่องและวิธีการพัฒนาแบรนด์ การออกแบบรูปแบบธุรกิจ โดยมีผู้เชี่ยวชาญคอยให้คำปรึกษาแนะนำตลอดระยะเวลาโครงการ และมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน จัดเวทีสัมมนา และส่งเสริมการเข้าร่วมการประชุมทางวิชาการ หรือการประกวดแข่งขัน Start up เปิดโอกาสให้นิสิตพัฒนาตนเองตาม PLOs ของหลักสูตร โดยให้มีการแลกเปลี่ยนแนวคิดกับสถาบันในต่างประเทศที่มีความร่วมมือ	- ประเมินความรู้และทักษะการวิเคราะห์ จากการอภิปรายในชั้นเรียน การเขียน รายงาน ข้อสอบ และวัดผลประเมินจาก การสังเกตพฤติกรรม ข้อสอบ โดยกำหนดเป็นคะแนนรูบริกส์ - แผนธุรกิจสำหรับการลงทุนแบบแองเจิล หรือแผนธุรกิจสำหรับการลงทุนแบบการลงทุนร่วม - การนำเสนอโครงร่างและความก้าวหน้าและ ป้องกันปริญญานิพนธ์ - การสัมมนาและการเข้าร่วมการประชุมทางวิชาการหรือการตีพิมพ์
PLO2: วิเคราะห์และประเมินสถานการณ์ธุรกิจ เพื่อแสวงหาโอกาสทางธุรกิจโดยใช้ข้อมูลสารสนเทศในการตัดสินใจ โดยยึดหลักการพัฒนาองค์กรไปสู่ความยั่งยืน	- สามารถเขียนรายงานทางด้านธุรกิจที่สะท้อนมูลค่าเพิ่มจากการสร้างแบรนด์ของการผลิตสินค้า/บริการ และวิเคราะห์รูปแบบธุรกิจ	บสส502 บสส511 บสส521 บสส532 บสส533 บสส561	การบรรยายแบบมีส่วนร่วม การจัดกิจกรรมการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) ได้แก่ กรณีศึกษาเป็นฐาน เกมเป็นฐาน ปัญหาเป็นฐาน ภาระงานเป็นฐาน โครงการเป็นฐาน การอธิบายและสรุป (explanation) การขยายความรู้ (elaboration) และ การประเมิน (evaluation) ผ่านการออกแบบแผนธุรกิจ การสอนแบบชุมชนเป็นฐาน การสอนของการเรียนรู้แบบร่วมมือ (instructional	- การตั้งสมมติฐานหาคำตอบให้กับโจทย์วิจัยจากภาคธุรกิจ - รายงานการวิเคราะห์ ข้อมูล และประเมินสถานการณ์ธุรกิจ - การนำเสนอการอภิปรายประเด็นปัญหา วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล

ผลลัพธ์การเรียนรู้	พฤติกรรมบ่งชี้ (Performance Criteria)	รายวิชา	วิธีการสอน	วิธีการประเมิน
	<ul style="list-style-type: none"> - สร้างแบรนด์ของธุรกิจสามารถนำเสนอธุรกิจในกระบวนการรับเงินสนับสนุนการเริ่มต้นธุรกิจ (angel seeds) - พัฒนาธุรกิจและสร้างแบรนด์โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล 	บสส543 บสส531 บสส581 บสส582 สพท682 ปพท691	model of cooperative learning) โดยกระบวนการเหล่านี้ จัดให้มีการวิเคราะห์ อภิปรายร่วมเพื่อแลกเปลี่ยนข้ามศาสตร์/ความเชี่ยวชาญ และนำเสนอผลงานให้มีการวิพากษ์ร่วมกันอีกด้วย	- รายงานสรุปกลยุทธ์การสร้างแบรนด์แผนธุรกิจแคนวาส
PLO3: สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการพัฒนาธุรกิจและเชื่อมต่อแบรนด์ในโลกดิจิทัลกับธุรกิจปัจจุบัน	<ul style="list-style-type: none"> - สร้างแบรนด์ของธุรกิจสามารถนำเสนอธุรกิจในกระบวนการรับเงินสนับสนุนการเริ่มต้นธุรกิจ (angel seeds) - พัฒนาธุรกิจและสร้างแบรนด์โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล 	บสส551 บสส512 บสส541 บสส542 สพท682	การสอนแบบโครงการ (project based) โดยการให้ วิเคราะห์ธุรกิจของตนเอง/องค์กร เรียบเรียงและนำเสนอแนวคิดและแผนงานเพื่อแลกเปลี่ยนแนวคิดกับสถาบันในต่างประเทศที่มีความร่วมมือ มีการวิจารณ์การนำเสนอผลงาน อภิปรายงานกลุ่มเพื่อการเรียนรู้ทักษะทางสังคม การวิเคราะห์กระบวนการกลุ่ม และการทำงานร่วมกับผู้อื่น	<ul style="list-style-type: none"> - การสืบค้นและวิเคราะห์ ข้อมูลทางวิศวกรรมที่เกี่ยวข้อง - ประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้จากการทำกิจกรรมเชิงรุก (Active Learning) - การประเมินผลการนำเสนองานทางด้านธุรกิจ สร้างสรรค์จากผู้เชี่ยวชาญภาคธุรกิจ

3. การทวนสอบผลลัพธ์การเรียนรู้

คณะกรรมการบริหารหลักสูตร อาจารย์ผู้สอน และ/หรือ อาจารย์ที่ปรึกษา ร่วมกันทำหน้าที่กำกับดูแล ติดตามผล และดำเนินการทวนสอบผลลัพธ์การเรียนรู้ของนิสิต โดยมีแผนการทวนสอบผลลัพธ์การเรียนรู้ของนิสิตทั้งในระดับชุดวิชา/รายวิชา ระดับชั้นปี และระดับหลักสูตร ดังนี้

1) การประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ของชุดวิชา/รายวิชา และผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับชั้นปี หลักสูตรฯ มีการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ชุดวิชา/รายวิชาการวิจัยหลากหลายรูปแบบตามความเหมาะสมและบริบทของรายวิชาดังนี้

- การตั้งเกณฑ์และรูปแบบการประเมินโดยใช้ข้อตกลงระหว่างผู้สอนและผู้เรียน (Learning contract) เกี่ยวกับกระบวนการดำเนินงานวิจัยและการประเมินผล

- ประเมินโดยการสังเกตพฤติกรรมที่มีการกำหนดประเด็นในการสังเกตพฤติกรรม ในห้องเรียนและนอกห้องเรียนไว้ล่วงหน้าก่อน

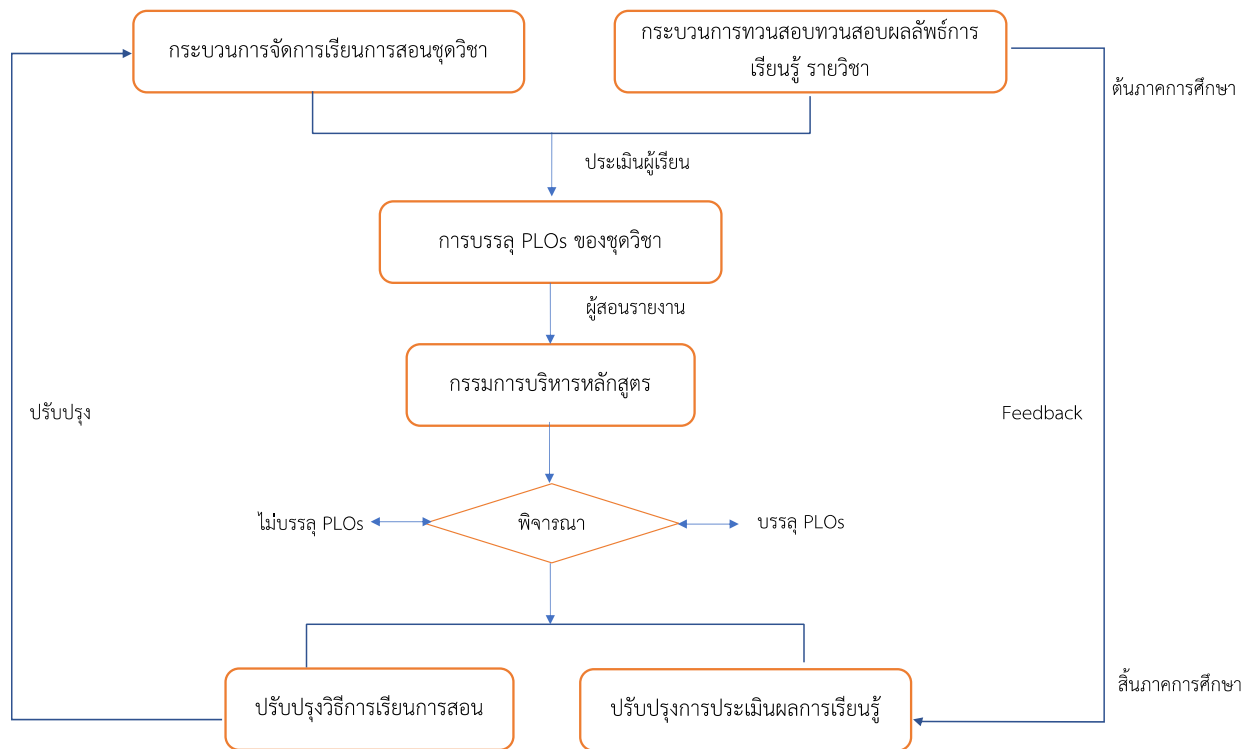
- ประเมินโดยตัวนิสิตตนเองและการประเมินโดยเพื่อนเพื่อให้ผู้เรียนสามารถตรวจสอบการเรียนรู้ของตนเองและพัฒนาความสามารถในการตัดสินใจและประเมินงานของตนเองและเพื่อนรวมไปถึงการได้รู้จุดเด่น จุดด้อยในการทำงาน และนำจุดด้อยของตนเองมาพัฒนาในการเรียนรู้ได้ต่อไป

- การให้ข้อมูลย้อนกลับเพื่อให้นิสิตนำผลการประเมินไปปรับปรุงและพัฒนาตนเอง

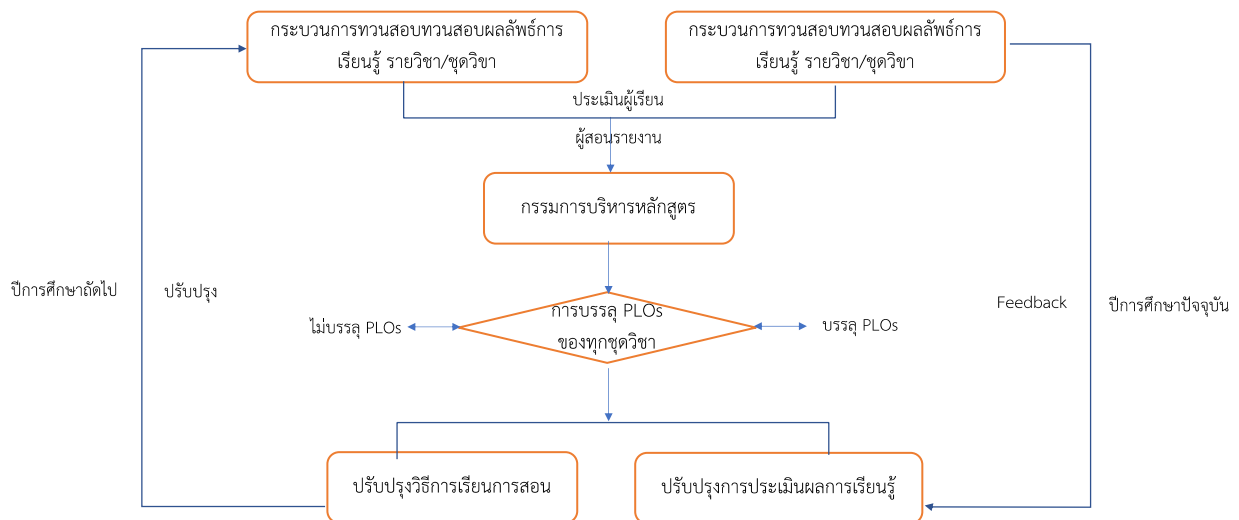
- นำผลการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ของนิสิตในทุกรายวิชาที่สอนในภาคการศึกษาเดียวกันมาพิจารณาความสอดคล้องของผลการประเมินกับรายวิชาที่รองรับผลลัพธ์การเรียนรู้ของชั้นปีหรือของหลักสูตรเดียวกัน

- นำผลลัพธ์ที่ได้ไปใช้เป็นข้อมูลประกอบในการพัฒนาผลลัพธ์การเรียนรู้ของนิสิตภาค การศึกษาถัดไป และทบทวนหรือปรับปรุงวิธีการสอนหรือวิธีการวัดประเมินรายวิชา โดยนำผลการประเมิน การจัดการเรียนการสอนในรายวิชาจากนิสิตมาประกอบการพิจารณาร่วมกัน

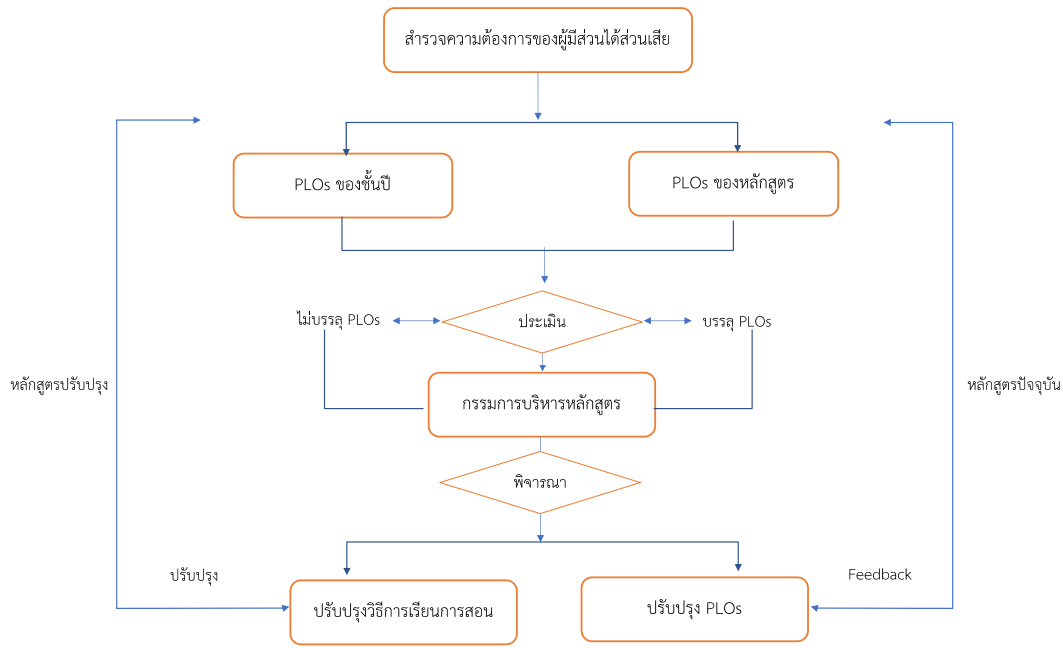
ทั้งนี้ คณะกรรมการบริหารหลักสูตร ร่วมกับ อาจารย์ผู้สอน ได้กำหนดแผนการทวนสอบผลลัพธ์การเรียนรู้ของนิสิตจากชุดวิชา/รายวิชา ที่สอนในภาคการศึกษา/ชั้นปี นั้น โดยพิจารณาความสอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ของชุดวิชา/รายวิชา และความสอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับชั้นปีที่กำหนด ผ่านความสามารถออกแบบแผนธุรกิจแคนวาส การสร้างแบรนด์เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า/บริการ สามารถนำเสนอธุรกิจในกระบวนการรับเงิน การลงทุนร่วม (venture capital) สามารถนำเสนอธุรกิจในกระบวนการรับเงินสนับสนุนการเริ่มต้นธุรกิจ (angel seeds) รวมถึงนำผลการประเมินการจัดการเรียนรู้โดยนิสิตมาพิจารณาร่วมด้วย เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการประเมินไปใช้ประกอบในการทบทวนหรือปรับปรุงวิธีการสอนหรือวิธีการวัดประเมินผลในแต่ละชุดวิชา/รายวิชา เพื่อพัฒนาให้นิสิตบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้อย่างต่อเนื่องในภาคการศึกษาหรือปีการศึกษาถัดไป



2) ประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ของนิสิตรายชั้นปี โดยนำผลการประเมินจากทุกวิชาในชั้นปี มาประกอบการพิจารณาร่วมกัน นำผลลัพธ์ที่ได้ไปใช้เป็นข้อมูลประกอบในการทบทวนหรือปรับปรุงวิธีการสอนหรือวิธีการวัดประเมินผล และ/หรือ นำไปใช้ในการจัดกระบวนการเรียนรู้หรือวัดประเมินผลการเรียนรู้เพื่อพัฒนาผู้นิสิตในปีการศึกษาถัดไป โดยมีแผนการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ในระดับชั้นปี ดังนี้



3) การประเมินผลลัพ์การเรียนรู้ของหลักสูตร โดยคณะกรรมการบริหารหลักสูตร ร่วมกันพิจารณาผลลัพ์การเรียนรู้ของนิสิตที่สำเร็จการศึกษา กับผลลัพ์การเรียนรู้ของหลักสูตรที่ได้กำหนด ตลอดจนสำรวจความคิดเห็นของนายจ้าง/ผู้ใช้บัณฑิต ที่มีต่อผลลัพ์การเรียนรู้ของบัณฑิต และสำรวจความคิดเห็นของบัณฑิตที่มีต่อหลักสูตร เพื่อจะนำผลการประเมินมาใช้ประกอบการพิจารณาในการวางแผนปรับปรุงหลักสูตรและการออกแบบผลลัพ์การเรียนรู้ของหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียต่อไป



4. กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน (เกรด)

เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ว่าด้วย การจัดการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2566 (ภาคผนวก ก1)

5. เกณฑ์การสำเร็จการศึกษา

- 5.1 เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ว่าด้วย การจัดการศึกษาระดับปริญญาบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2566
- 5.2 ผ่านเกณฑ์มาตรฐานภาษาอังกฤษของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

5.3 มีการเผยแพร่ผลงานวิจัยหรือตีพิมพ์

แผน 1 ระดับปริญญาโท : ผลงานปริญญาโทหรือส่วนหนึ่งของปริญญาโทได้รับการตีพิมพ์หรืออย่างน้อยได้รับการเผยแพร่ ในรูปแบบบทความหรือนวัตกรรมหรือสิ่งประดิษฐ์หรือผลงานทางวิชาการอื่นซึ่งสามารถสืบค้นได้

แผน 2 ระดับปริญญาโท : ผลงานการค้นคว้าอิสระหรือส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระต้องได้รับการเผยแพร่ในลักษณะใดลักษณะหนึ่งที่สืบค้นได้

หมวดที่ 6 การพัฒนาอาจารย์

1. การเตรียมการสำหรับอาจารย์ใหม่

1.1 มหาวิทยาลัยมีนโยบายให้หลักสูตรส่งเสริมอาจารย์ใหม่เข้ารับการปฐมนิเทศและอบรมความเป็นครู ซึ่งจัดโดยมหาวิทยาลัย เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นผลลัพธ์การเรียนรู้ เทคนิควิธีการสอน การใช้สื่อเทคโนโลยีดิจิทัล การวัดประเมินผล การวิเคราะห์ผู้เรียน การวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน การวางแผนและปรับปรุงรายละเอียดรายวิชา การประกันคุณภาพการศึกษาและระบบสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง

1.2 หลักสูตรชี้แจงปรัชญา วัตถุประสงค์ และเป้าหมายของหลักสูตร และมอบเอกสารที่เกี่ยวข้อง เช่น รายละเอียดหลักสูตร คู่มือการศึกษาและหลักสูตร คู่มืออาจารย์ กฎระเบียบต่างๆ

1.3 หลักสูตรจัดให้อาจารย์ใหม่เข้าร่วมสังเกตการณ์การจัดการเรียนการสอนในรายวิชาต่างๆ หรือจัดให้สอนร่วมกับอาจารย์ที่มีประสบการณ์

1.4 หลักสูตรกำหนดอาจารย์พี่เลี้ยงเพื่อช่วยเหลือและให้คำปรึกษา ตลอดจนประเมินและติดตามความก้าวหน้าในการปฏิบัติงานของอาจารย์ใหม่

2. การพัฒนาความรู้และทักษะให้แก่คณาจารย์

2.1 การพัฒนาทักษะการจัดการเรียนการสอน การวัดและประเมินผล

2.1.1 มหาวิทยาลัยได้จัดโครงการอบรมพัฒนาอาจารย์ (SWU-Building Excellent Staffs in Teaching: SWU-BEST) อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ซึ่งเป็นการส่งเสริมให้อาจารย์ได้รับการพัฒนาความรู้เกี่ยวกับการออกแบบการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นผลลัพธ์การเรียนรู้ เทคนิควิธีการสอน การใช้สื่อเทคโนโลยีดิจิทัล การวัดประเมินผล การวิเคราะห์ผู้เรียน การวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน การวางแผนและปรับปรุงรายละเอียดรายวิชา การประกันคุณภาพการศึกษา และระบบสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้อาจารย์สามารถจัดการกระบวนการเรียนรู้และการประเมินผลการเรียนรู้ ตามหมวดที่ 5

2.1.2 สนับสนุนและส่งเสริมให้อาจารย์เข้ารับการรับรองสมรรถนะวิชาชีพอาจารย์ตามกรอบมาตรฐานของสหราชอาณาจักร (UK Professional Standards Framework-UKPSF) ซึ่งเป็นนโยบายของมหาวิทยาลัยที่สนับสนุนให้อาจารย์ทุกท่านได้รับรองสมรรถนะวิชาชีพอาจารย์ตามมาตรฐานสากล

2.2 การพัฒนาวิชาการและวิชาชีพด้านอื่นๆ

2.2.1 สนับสนุนให้อาจารย์มีส่วนร่วมในกิจกรรมบริการวิชาการ โดยมีการบูรณาการการเรียนการสอนกับการบริการทางวิชาการแก่สังคมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

2.2.2 สนับสนุนให้อาจารย์ได้รับการพัฒนาความรู้ สร้างเสริมประสบการณ์ในการวิจัยทางวิชาการ/วิชาชีพอย่างต่อเนื่อง โดยเข้าร่วมอบรม ประชุมสัมมนาทางวิชาการ นำเสนอและเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ ทั้งในระดับชาติและระดับนานาชาติ

หมวดที่ 7 การประกันคุณภาพหลักสูตร

มหาวิทยาลัยกำหนดให้มีการประกันคุณภาพหลักสูตร โดยใช้เกณฑ์ ASEAN University Network-Quality Assurance (AUN-QA) เป็นแนวทางในการวางแผน ควบคุม ดำเนินงาน และปรับปรุงคุณภาพหลักสูตรให้เป็นไปตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ ประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2565 หรือ มาตรฐานคุณวุฒิสาชาวิชา (ถ้ามี) ตลอดระยะเวลาที่มีการจัดการเรียนการสอนในหลักสูตร ซึ่งครอบคลุมด้าน

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร
2. โครงสร้างหลักสูตรและรายวิชา
3. การสื่อสารและเผยแพร่หลักสูตร
4. การจัดการเรียนการสอน
5. การวัดและประเมินผลการเรียนรู้
6. บุคลากร
7. โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ (การบริการนิสิต)
8. ผลลัพธ์การดำเนินงานของหลักสูตร

โดยจัดให้มีการประเมินคุณภาพการศึกษาภายในระดับหลักสูตรเป็นประจำทุกปี ตามรูปแบบและวิธีการที่มหาวิทยาลัยกำหนด และมีการกำกับติดตามผลการดำเนินงานตามตัวบ่งชี้ในด้านต่างๆ ดังนี้

7.1 ด้านปัจจัยนำเข้า (Input)

1. ร้อยละของจำนวนรับนิสิตใหม่ตามแผนการรับ
2. ร้อยละของจำนวนอาจารย์ที่ได้รับการรับรองสมรรถนะตามกรอบมาตรฐานวิชาชีพของ สหราชอาณาจักร (UKPSF)

7.2 ด้านกระบวนการ (Process)

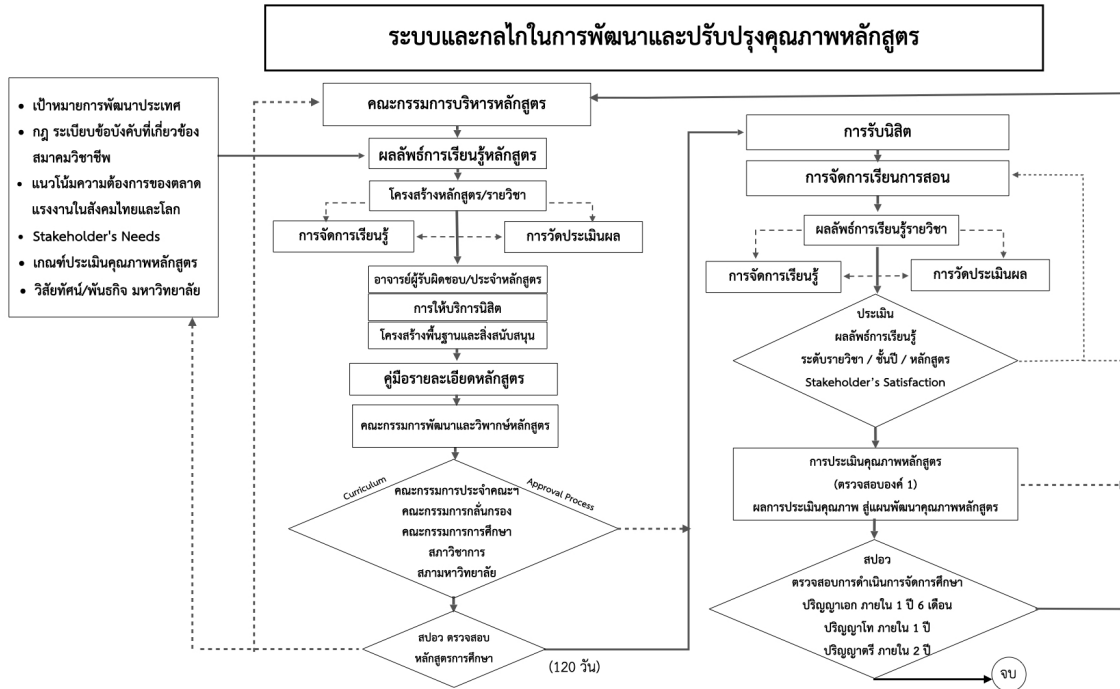
1. ร้อยละของจำนวนรายวิชาที่มีการจัดการเรียนการสอนที่มุ่งเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญผ่านการจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning)
2. ร้อยละของจำนวนอาจารย์ที่มีการจัดการเรียนการสอนที่มุ่งเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญผ่านการจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning)
3. ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนิสิตที่มีต่อการจัดการเรียนการสอน
4. ร้อยละของจำนวนนิสิตที่ได้รับการฝึกประสบการณ์การสร้างแบรนด์
5. ร้อยละของระดับการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้รายชั้นปีของนิสิต

7.3 ด้านผลลัพธ์ (Output)

1. ร้อยละของนิสิตที่สำเร็จการศึกษาตามเวลาที่กำหนด
2. ร้อยละของจำนวนบัณฑิตที่ได้งานทำ หรือที่ได้ตำแหน่งงานสูงขึ้น หรือจัดสร้างธุรกิจ (ภายใน 1 ปี)
3. ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของบัณฑิตที่มีต่อหลักสูตร
4. ร้อยละของระดับการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ของบัณฑิต

หมวดที่ 8 ระบบและกลไกในการพัฒนาหลักสูตร

มหาวิทยาลัยและหลักสูตรมีระบบและกลไกในการวางแผนคุณภาพ (Quality Planning) การควบคุมคุณภาพ (Quality Control) และการปรับปรุงพัฒนาคุณภาพ (Quality Improvement) เพื่อให้การดำเนินงานของทุกหลักสูตรบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยมีระบบและกลไกที่เกี่ยวข้องดังแสดงในภาพประกอบ



ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจและการประเมินจากนิสิต บัณฑิต ผู้สอน ผู้ใช้บัณฑิต ข้อมูลจากผลการประเมินการจัดการเรียนการสอนของอาจารย์ รายงานผลการจัดการเรียนรู้รายวิชา รายงานการประเมินตนเอง (SAR) หรือผลการประเมินคุณภาพการศึกษา หลักสูตรนำมาใช้วิเคราะห์เพื่อนำไปสู่การวางแผน ปรับปรุง หรือพัฒนาการดำเนินงานของหลักสูตรในภาคการศึกษาและ ปีการศึกษาถัดไป รวมถึงการปรับปรุงหลักสูตรให้มีการทันสมัยและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิตเป็นประจำทุก 5 ปี โดยมีการควบคุมคุณภาพการจัดการกระบวนการเรียนรู้เพื่อการปรับปรุงพัฒนาคุณภาพหลักสูตร ดังนี้

1. การประเมินการจัดการกระบวนการเรียนรู้

- มีการพิจารณาความเหมาะสมของแผนการจัดการเรียนรู้ร่วมกันก่อนเปิดภาคการศึกษา
- คณะกรรมการบริหารหลักสูตรมีการประเมินผลการจัดการเรียนการสอนในแต่ละรายวิชาจัดให้มีการประเมินการจัดการกระบวนการเรียนรู้ในทุกภาคการศึกษาโดยนิสิต

- มีการทวนสอบผลลัพธ์การเรียนรู้ของนิสิต กระบวนการจัดการเรียนรู้ และการวัดประเมินผลการเรียนรู้ โดยอาจารย์ผู้สอน/คณะกรรมการบริหารหลักสูตร/หัวหน้าภาควิชา/คณะ/ส่วนงาน

2. การประเมินผลการดำเนินงานของหลักสูตร

- คณะกรรมการบริหารหลักสูตรจัดให้มีการประเมินผลการดำเนินงานของหลักสูตรเป็นประจำทุกปีโดยประเมินผลการดำเนินงานของหลักสูตรตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ ตัวบ่งชี้การกำกับมาตรฐานหลักสูตร (องค์ประกอบที่ 1)

- ประเมินผลการดำเนินงานโดยใช้เกณฑ์การประกันคุณภาพการศึกษาของเครือข่ายการประกันคุณภาพมหาวิทยาลัยอาเซียน (ASEAN University Network Quality Assurance: AUN-QA) หรือตามรูปแบบที่มหาวิทยาลัยกำหนด โดยมีคณะกรรมการประเมินคุณภาพการศึกษาที่ได้รับแต่งตั้งจากมหาวิทยาลัย

3. ผู้มีส่วนร่วมในกระบวนการประเมินและพัฒนาหลักสูตร

- นิสิตปัจจุบัน
- บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา
- ผู้ใช้บัณฑิต/ผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ
- ศิษย์เก่า
- อาจารย์ประจำหลักสูตร อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และอาจารย์ผู้สอน

4. การจัดการข้อร้องเรียนและการอุทธรณ์

หลักสูตรมีระบบการจัดการข้อร้องเรียนของนิสิตอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้

1. คณะกรรมการบริหารหลักสูตรเป็นผู้รับเรื่องร้องเรียน และหากมีกรณีข้อร้องเรียนที่ต้องร่วมกันพิจารณา จะร่วมประชุมกันเพื่อหาแนวทางดำเนินการแก้ไข
2. แจ้งผลการพิจารณาให้นิสิตทราบภายใน 30 วัน หรือแล้วแต่กรณี
3. จัดให้มีการประเมินความพึงพอใจของการจัดการข้อร้องเรียน

5. การสื่อสารและเผยแพร่ข้อมูลของหลักสูตรไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

- การประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย และเว็บไซต์บัณฑิตวิทยาลัย และเว็บไซต์วิทยาลัย
อุตสาหกรรมสร้างสรรค์
- การประชาสัมพันธ์ไปยังมหาวิทยาลัยต่างชาติ ประกอบด้วย University of South Florida, USA/
University of the Creative Art, UK/ De Montfort University, UK
- การประชาสัมพันธ์ไปยังเครือข่ายการอุดมศึกษาในประเทศไทย

ภาคผนวก

- ภาคผนวก ก1 ข้อบังคับมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ว่าด้วย การจัดการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2566
- ภาคผนวก ก2 ข้อบังคับมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ว่าด้วย เกณฑ์มาตรฐานระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2566
- ภาคผนวก ข สำเนาคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรและวิพากษ์หลักสูตร
- ภาคผนวก ค รายงานผลการวิพากษ์หลักสูตร
- ภาคผนวก ง รายงานผลการดำเนินการของหลักสูตร (กรณีหลักสูตรปรับปรุง)
- ภาคผนวก จ รายงานการสำรวจความเป็นไปได้ในการเปิดหลักสูตร (กรณีหลักสูตรใหม่)
- ภาคผนวก ฉ ประวัติและผลงานของอาจารย์
- ภาคผนวก ช ตารางเปรียบเทียบการปรับปรุงหลักสูตร
- ภาคผนวก ซ ตารางเปรียบเทียบความแตกต่างหลักสูตรระดับปริญญาตรี/โท/เอก (กรณีมีหลักสูตรที่มีชื่อเหมือนกัน)

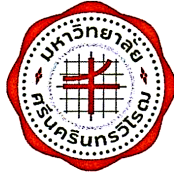
ภาคผนวก ก 1

ข้อบังคับมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ว่าด้วย การจัดการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา
พ.ศ. 2566

หมายเหตุ: ให้ใส่ข้อบังคับมหาวิทยาลัยฯ ในขั้นตอนที่ส่งเข้าระบบ checo ของสำนักงานปลัดกระทรวง
การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สป.อว.)

ภาคผนวก ก2 ข้อบังคับมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ว่าด้วย เกณฑ์มาตรฐานระดับบัณฑิตศึกษา
พ.ศ. 2566

ภาคผนวก ข สำเนาคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรและวิพากษ์หลักสูตร



คำสั่งมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ที่ 11425/2565

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรและวิพากษ์หลักสูตรวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการตราสินค้าสร้างสรรค์ (นานาชาติ)

เพื่อให้การพัฒนาหลักสูตรและวิพากษ์หลักสูตรวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการตราสินค้าสร้างสรรค์ (นานาชาติ) เป็นไปด้วยความเรียบร้อย อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 29 และ มาตรา 34 แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ พ.ศ. 2559 และคำสั่งมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่ 10189/2563 ลงวันที่ 29 ธันวาคม 2563 เรื่อง การมอบอำนาจให้ผู้ปฏิบัติการแทนอธิการบดี จึงแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรและวิพากษ์หลักสูตรวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการตราสินค้าสร้างสรรค์ (นานาชาติ) ดังนี้

- | | | |
|------------------------------------------|---------------------------------|---------------------|
| 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขจีพร วงศ์ปรีดี | | ที่ปรึกษา |
| 2. อาจารย์ ดร.พองาม วิรุฒแสน | | ประธานกรรมการ |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐภูมิ พิมพา | (ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก) | กรรมการ |
| 4. อาจารย์ ดร.ขวัญรัฐ ส่วนพงษ์ | (ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก) | กรรมการ |
| 5. อาจารย์ ดร.ภาวัต อุปลัมภ์เชื้อ | (ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก) | กรรมการ |
| 6. Dr. Navidreza Ahadi | (ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก) | กรรมการ |
| 7. คุณบุญเลิศ สิริภัทรวณิช | (ผู้ทรงคุณวุฒิจากสถานประกอบการ) | กรรมการ |
| 8. อาจารย์ ดร.ปิยพงษ์ คล้ายคลัง | | กรรมการและเลขานุการ |

โดยมีหน้าที่

1. พิจารณาความสอดคล้องของหลักสูตรกับนโยบายของประเทศ วิสัยทัศน์และพันธกิจมหาวิทยาลัย ความต้องการของตลาดแรงงาน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ นำไปสู่การกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง (ELOs) และการออกแบบโครงสร้างหลักสูตร รายวิชา กลยุทธ์การเรียนการสอน และการวัดประเมินผลที่สอดคล้องกับ ELOs
2. พิจารณาผลการดำเนินงานของหลักสูตรย้อนหลังไม่น้อยกว่า 3 ปี (แผนการรับ-จำนวนรับ การดำเนินงาน ความสำเร็จของผู้ใช้บัณฑิต และระยะเวลาในการสำเร็จการศึกษา ผลงานวิจัยของอาจารย์และนิสิต)
3. พิจารณาศักยภาพในการดำเนินงานของหลักสูตรในด้านอาจารย์ ทรัพยากรสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้และปัจจัยสนับสนุนอื่นๆ
4. พิจารณาความร่วมมือระหว่างสถานประกอบการในการผลิตบัณฑิต (CWIE)
5. พิจารณาออกแบบหลักสูตรให้สามารถจัดการเรียนการสอนบางส่วนเป็น Module ได้
6. พิจารณาหาแนวทางในการบูรณาการกับศาสตร์อื่นๆ เพื่อส่งเสริมการพัฒนาผลลัพธ์การเรียนรู้ของบัณฑิต

ที่สอดคล้องกับความต้องการใหม่ๆ ของสังคมในการประกอบอาชีพ

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ 14 พฤศจิกายน 2565

(ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.ปานลิริ พันธุ์สุวรรณ)

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ ปฏิบัติการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ภาคผนวก ค รายงานผลการวิพากษ์หลักสูตร

รายงานผลการวิพากษ์หลักสูตร

ข้อเสนอแนะจากผู้ทรงวุฒิ	การดำเนินการปรับปรุง	เหตุผลในการไม่ปรับปรุงแก้ไข
ชื่อหลักสูตรมีความเหมาะสมสำหรับนักศึกษาต่างชาติ ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของวิทยาลัยฯ		มีความเหมาะสมคืออยู่แล้ว
หลักสูตรน่าเรียน รายวิชาทันสมัย และน่าสนใจมาก มีการปฏิบัติจริง เยอะซึ่งน่าจะเหมาะสมและตรงกับความต้องการของเด็กรุ่นใหม่ ที่ไม่ชอบเรียนแบบเดิม		มีความเหมาะสมคืออยู่แล้ว
เป็นหลักสูตรที่น่าสนใจมาก และทันสมัย เบื้องต้นเห็นชอบ ควรมีการบูรณาการการเรียนรู้กับผู้ประกอบการ และชุมชน เช่นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จัก เป็นต้น	ปรับกิจกรรมภาคปฏิบัติรายวิชา CBM 531 ในรายวิชาบังคับเพื่อให้ได้ผลลัพธ์มาตรฐานการเรียนรู้ในทุกคน	
ควรเพิ่ม คุณสมบัติผู้มีสิทธิเข้าศึกษา ส่วนข้อ 5.4 “การรับเข้าศึกษา ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่สามารถใช้ภาษาอังกฤษได้” ไม่แน่ใจว่าเขาหมายถึงให้คณะกรรมการเอง หรือกระบวนการที่ทำงานร่วมกับบัณฑิตวิทยาลัย ถ้าจะหมายถึงผู้เข้าเรียน ก็ควรใช้หัวข้อคุณสมบัติผู้มีสิทธิเข้าศึกษา คุณสมบัติผู้เข้าศึกษา อธิบายว่า ผู้เข้าเป็นนิสิตต้องเป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับชั้นปริญญาตรีหรือเทียบเท่า สาขา	คุณสมบัติผู้มีสิทธิเข้าศึกษาได้ปรับเปลี่ยนรายละเอียดเรียบร้อยแล้ว	ดำเนินการตาม format ของมหาวิทยาลัยฯ ในข้อ 5.4

ข้อเสนอแนะจากผู้ทรงวุฒิ	การดำเนินการปรับปรุง	เหตุผลในการไม่ปรับปรุงแก้ไข
<p>ด้านการออกแบบ วิทยาศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์หรือการบริหารจัดการ มีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบหรือผลิตภัณฑ์หรือการผลิตสินค้า มีสิ่งประดิษฐ์เชิงนวัตกรรมของสินค้าสร้างสรรค์หรือสินค้าที่เพิ่มมูลค่าได้ ควรเปลี่ยนเป็น</p> <p>ผู้เข้าเป็นนิสิตต้องเป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับชั้นปริญญาตรีหรือเทียบเท่าในทุกสาขา ควรมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ การบริหารจัดการแบรนด์ หรือ การจัดการผลิตภัณฑ์ มีสิ่งประดิษฐ์เชิงนวัตกรรมของสินค้าสร้างสรรค์หรือสินค้าที่เพิ่มมูลค่าได้</p>		
<p>หัวข้อ 6 กลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา/ข้อจำกัดของนิสิตในข้อ 5 ควรอธิบายข้อสองว่า จัดโครงการทางวิชาการ และ การปฏิบัติงาน เรียนรู้ในรูปแบบอันหลากหลายเพื่อบูรณาการแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ และการบริหารแบรนด์ เพื่อสร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นความเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจเชิงสร้างสรรค์</p>	<p>ปรับเปลี่ยนในข้อ 2 “จัดโครงการสร้างแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นความเป็น ผู้ประกอบการในธุรกิจเชิงสร้างสรรค์” เป็น</p> <p>“จัดโครงการทางวิชาการ และ การปฏิบัติงาน เรียนรู้ในรูปแบบอันหลากหลายเพื่อบูรณาการแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ และการบริหารแบรนด์ เพื่อสร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นความเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจเชิงสร้างสรรค์”</p>	

ข้อเสนอแนะจากผู้ทรงวุฒิ	การดำเนินการปรับปรุง	เหตุผลในการไม่ปรับปรุงแก้ไข
หากเรามีองค์ประกอบออนไลน์ในการสอนน่าจะเลือกออนไลน์ด้วย		ได้เลือกแบบผสมผสานระหว่างแบบชั้นเรียนและออนไลน์
<p>EL04 สร้างและพัฒนาแบรนด์ของธุรกิจตนเอง หรือขององค์กรได้โดยยึดหลักการพัฒนางค์กรอย่างยั่งยืน ควรปรับเป็น สร้างและพัฒนาแบรนด์ของธุรกิจตนเอง หรือขององค์กรได้โดยยึดหลักการพัฒนางค์กรไปสู่ความยั่งยืน ทั้งนี้จะทำให้ KSE ชัดขึ้น</p> <p>นอกจากนี้ K4-2: ทฤษฎีการพัฒนางค์กรอย่างยั่งยืน สามารถเป็น ทฤษฎีการพัฒนางค์กรสู่เป้าหมายแห่งความยั่งยืน และ K4-3 ทฤษฎีการสร้างแบรนด์ที่ประยุกต์ใช้กับธุรกิจในระดับสากล อาจปรับเป็น ทฤษฎีการสร้างแบรนด์ที่ประยุกต์ใช้กับรูปแบบทางธุรกิจอย่างยั่งยืนในระดับสากล</p>	<p>ปรับ ELO จากเดิม 7 ELO เป็น 3 ELO โดยมีการปรับคำเป็นการพัฒนางค์กรอย่างยั่งยืน เป็น ทฤษฎีการพัฒนางค์กรสู่เป้าหมายแห่งความยั่งยืน</p>	

ภาคผนวก ง รายงานผลการดำเนินการของหลักสูตร (กรณีหลักสูตรปรับปรุง)

รายงานผลการดำเนินการของหลักสูตร (กรณีหลักสูตรปรับปรุง)
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

1. ชื่อหลักสูตร

หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการแบรนด์สร้างสรรค์

2. เริ่มใช้หลักสูตรในปีการศึกษา 2561

3. วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

3.1 สามารถคิดวิเคราะห์อย่างสร้างสรรค์ และเป็นระบบ โดยนำนวัตกรรมไปใช้ในการผลิตและการออกแบบบนพื้นฐานความรู้และทักษะด้านการสร้างสรรค์แบรนด์สมัยใหม่

3.2 สามารถสร้าง ประยุกต์และถ่ายทอดองค์ความรู้ทางด้านวิชาการและวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารแบรนด์เชิงสร้างสรรค์ได้อย่างมีคุณธรรม จริยธรรมและบนหลักความยั่งยืน

3.3 สามารถหาโอกาสและสร้างช่องทางการทำธุรกิจสำหรับพัฒนารูปแบบสินค้าและการให้บริการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายและอุตสาหกรรมธุรกิจเชิงสร้างสรรค์

4. ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร (PLOs)

PLO1: สร้างและพัฒนาแบรนด์โดยใช้กลยุทธ์องค์กรให้ธุรกิจ และสื่อสารแบรนด์โดยใช้เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ เพื่อการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์หรือบริการ

PLO2: วิเคราะห์และประเมินสถานการณ์ธุรกิจ เพื่อแสวงหาโอกาสทางธุรกิจโดยใช้ข้อมูลสารสนเทศในการตัดสินใจโดยยึดหลักการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน

PLO3: สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการพัฒนาธุรกิจและเชื่อมต่อแบรนด์ในโลกดิจิทัลกับธุรกิจปัจจุบัน

*หมายเหตุ ใช้คำกริยาแสดงพฤติกรรมที่สามารถวัดและสังเกตได้

5. คุณสมบัติของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลำดับ	ชื่อ-สกุล (ระบุตำแหน่งทางวิชาการ)	สมรรถนะ UKPSF (PFHEA/SFHEA/FHEA)	จำนวนผลงานทางวิชาการ (ผลงานวิจัย, ผลงานวิชาการอื่นๆ 5 ปีย้อนหลัง)				
			ปี 2565	ปี 2564	ปี 2563	ปี 2562	ปี 2561
1	อ.ดร.พองาม วีรุฒมเสน	SFHEA	1	1	3	-	-
2	ผศ.ดร.ขจีพร วงศ์ปรีดี	SFHEA	2	-	2	1	-
3	อ.ดร.ปิยพงษ์ คล้ายคลัง	-	1	1	1	1	3

6. รางวัล/การยกย่องชมเชยที่นิสิตหรืออาจารย์ประจำหลักสูตรได้รับ (ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา)

6.1 รางวัล/การยกย่องชมเชยที่นิสิตในหลักสูตรได้รับ (ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา)

ปีการศึกษา	ลำดับ/รายการ	ระดับรางวัลที่ได้รับ		
		ระดับภูมิภาค	ระดับชาติ	ระดับนานาชาติ
-	-	-	-	-

6.2 รางวัล/การยกย่องชมเชยที่อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรได้รับ (ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา)

ปีการศึกษา	ลำดับ/รายการ	ระดับรางวัลที่ได้รับ		
		ระดับภูมิภาค	ระดับชาติ	ระดับนานาชาติ
-	-	-	-	-

7. รายละเอียดเกี่ยวกับนิสิตในหลักสูตร (รายงานข้อมูลตั้งแต่ปีการศึกษาที่เริ่มใช้หลักสูตร/เปิดรับนิสิต)

(หลักสูตรสามารถตัวบ่งชี้ได้ตามความเหมาะสมและให้สอดคล้องกับหมวด 7)

ปีการศึกษาที่รับเข้า	จำนวนในแผนการรับ	จำนวนรับจริง	* จำนวนนิสิตที่ลาออก (ยอดสะสมตลอด 4 ปี)	อัตราการลาออก (%)	จำนวนนิสิตที่ได้รับการฝึกประสบการณ์		ปีที่สำเร็จการศึกษา	จำนวนนิสิตที่สำเร็จการศึกษา (ภายใน 4 ปี)	ร้อยละผู้สำเร็จการศึกษา (ภายใน 4 ปี)	การดำเนินงานของบัณฑิตใน 1 ปี (จำนวน)				ร้อยละการดำเนินงานใน 1 ปี	ความพึงพอใจของบัณฑิตที่มีต่อหลักสูตร		ความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต	
					ฝึกงาน/เสริมประสบการณ์	สหกิจศึกษา				ตรงวุฒิ	เกี่ยวพันสาขา	ศึกษาต่อ	ไม่มีข้อมูล		จำนวนผู้ตอบ	ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจ	จำนวนผู้ตอบ	ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจ
2562	5	1	-	-	-	-	2565	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2563	5	1	1	20%	-	-	2566											
2564	5	1	1	20%	-	-	2567											
2565	5	-	-	-	-	-	2568											

* ตามกำหนดระยะเวลาของแต่ละหลักสูตร

$$\text{อัตราการลาออก} = \frac{\text{จำนวนนิสิตลาออก} \times 100}{\text{จำนวนนิสิตรับจริง}}$$

$$\text{อัตราการคงอยู่} = 100 - \text{อัตราการลาออก}$$

หรือ

$$\text{อัตราการคงอยู่} = \frac{\text{จำนวนนิสิตคงอยู่} \times 100}{\text{จำนวนรับจริง}}$$

8. ปัจจัยสำคัญที่ทำให้คุณภาพการจัดการศึกษาในหลักสูตรเป็นไปตามวัตถุประสงค์

8.1 องค์กรมหาชนให้การสนับสนุนโครงการการสร้างแบรนต์กับอาจารย์ประจำหลักสูตรทำให้การพัฒนาอาจารย์ให้มีความเชี่ยวชาญทางด้านแบรนต์มีความเข้มแข็งมากขึ้น

9. ปัจจัยสำคัญที่ทำให้คุณภาพการจัดการศึกษาในหลักสูตรไม่เป็นไปตามที่คาดหวังและแนวทางการพัฒนา

9.1 ตลาดหลักสูตรนานาชาติสำหรับนักเรียนไทยไม่สามารถแข่งขันได้ในตลาดเนื่องจากขาดความพร้อมทางด้านบุคลากรในหลักสูตร

9.2 มีนิสิตชาวต่างชาติสนใจเข้ามาเรียนในหลักสูตรแต่เนื่องจากสถานการณ์โควิดทำให้ไม่สามารถดำเนินการจัดการได้เนื่องจากการเรียนเป็นระบบออนไลน์

แนวทางการพัฒนา

- จัดทำหลักสูตรระยะสั้น แนวทาง SANDBOX เพื่อคัดกรองความสนใจในหลักสูตรหรือเทียบโอนในหลักสูตร
- จัดทำความร่วมมือกับสถาบันทั้งภาครัฐและเอกชนในการดำเนินการหลักสูตรแบบสร้างเครือข่ายร่วมกันในการจัดสรรนิสิตเข้ามาเรียนในหลักสูตร
- สะท้อนข้อมูลความเสี่ยงไปยังมหาวิทยาลัยโดยจัดทำใช้ตัวชี้วัดความเสี่ยง ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นทั้งเชิงการยุทธศาสตร์ด้านความเป็นเลิศทางวิชาการและด้านภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นหากไม่มีอาจารย์ประจำด้านการบริการในหลักสูตรนี้มากกว่า 1 คน

ภาคผนวก จ

รายงานการสำรวจความต้องการความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียสำคัญของหลักสูตร (กรณีหลักสูตรปรับปรุง)

รายงานสำรวจความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของหลักสูตร

การสำรวจผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ความต้องการ/ข้อเสนอแนะ
<p>ผู้ใช้บัณฑิตสายงานวิชาการ¹</p>	<p>การพัฒนาเครือข่ายในหลักสูตร</p> <ul style="list-style-type: none"> - การพัฒนาร่วมกับ อบท วช องค์กรมหาชน สมาคมต่างๆ ในการทำงานวิจัยต่อยอด เมืองสร้างสรรค์ และการทำ CSR ร่วมกับชุมชน <p>มุมมองด้านการดำเนินการของหลักสูตร</p> <ul style="list-style-type: none"> - ควรทำหลักสูตรที่เป็น Dual degree และ extended study โดยอาจมีเครือข่ายเพิ่มเติมใน ยุโรป นอกเหนือจากประเทศ UK และ USA ซึ่งมีค่าเทอมที่ต้นทุนมีความเหมาะสม - ตลาดอาจเปิดกว้างสู่ประเทศจีน และกลุ่ม CLMV - การสร้างเครือข่ายระหว่างมหาวิทยาลัย เช่น การแลกเปลี่ยน credit การสร้าง community การสร้าง e-portfolio <p>เนื้อหาของหลักสูตร</p> <ul style="list-style-type: none"> - การดำเนินการ ESG in action และการผลิต รวมไปถึงการออกแบบแบรนด์ - วิธีการใหม่ๆ ในการสร้างแบรนด์ เช่น ESG, green concept, rainbow
<p>ผู้ใช้บัณฑิตภาคเอกชน²</p>	<p>ฐานผู้เรียน</p> <ul style="list-style-type: none"> - หลักสูตรนี้มีความเหมาะสมสำหรับกลุ่มลูกค้าที่ Generation ใหม่มองหาอาชีพใหม่หรือที่กำลังจะลาออกจากงานประจำ - อาจจะมีการ focus ตามพื้นที่และให้คนในท้องถิ่นพัฒนาตนเองเกิดเป็น ecosystem เช่น กลุ่มรักเมืองเพชร หลงเมื่อเพชร กลุ่มลูกหว่า <p>มุมมองด้านการดำเนินการของหลักสูตร</p> <ul style="list-style-type: none"> - การออกแบบหลักสูตรนี้จัดทำมาเพื่อนำมาดีจิทัลมาใช้เป็นสื่อทำให้คนรุ่นใหม่มีโอกาสการกลับบ้านเกิดของตนเอง และเป็นการสร้างคุณค่าของงาน craft ให้เติบโตในอนาคต - การจัดหา sponsor สำหรับพื้นที่ด้วยการสร้าง value creation ของคนในพื้นที่นั้นๆ - การดำเนินการประชาสัมพันธ์ในสื่อที่เน้นชุมชน หรือ product champion - ประเด็นของหลักสูตรควรเน้นด้าน digital output ด้านธุรกิจเพื่อชุมชน และ end product ให้ชุมชนและเป็นธุรกิจของชุมชน <p>อื่นๆ</p> <ul style="list-style-type: none"> - เป็นหลักสูตรที่มีแนวคิดแบบ blue ocean เป็นสิ่งใหม่ที่มีการ Doubt และ uncertainty ทั้งนี้น่าจะ overcome และ promising ได้ด้วยการเรียนจบโดยสามารถเป็น start up ได้ และ การจัดหา partnership ทำธุรกิจบนพื้นฐานดิจิทัล

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ความต้องการ/ข้อเสนอแนะ
นิสิตปัจจุบัน	เนื้อหาวิชาที่ต้องการให้มีเพิ่มเติมจากหลักสูตรเดิม ได้แก่ ความรู้เรื่องการสร้างแบรนด์จากมุมมองใหม่ เพื่อสร้างความพิเศษ (uniqueness)
อาจารย์	<p>เนื้อหาของหลักสูตร</p> <ul style="list-style-type: none"> - เพิ่มด้านดิจิทัลเพื่อให้เป็นเครื่องมือในการสร้างแบรนด์ - เพิ่มรายละเอียดด้าน การปฏิบัติเพื่อให้เกิดเป็นงานที่สามารถสร้างธุรกิจได้ จะทำให้ดึงดูดกลุ่มผู้เรียนในประเทศ <p>วิธีการดำเนินงานของหลักสูตร</p> <ul style="list-style-type: none"> - หลักสูตรควรดำเนินการให้มี impact ของการสร้างแบรนด์ของประเทศ เช่น การดำเนินงานใช้ฐานชุมชนในพื้นที่เพื่อเน้นวัฒนธรรม - จัดสร้างเครือข่ายกับต่างประเทศ เพื่อให้สามารถประชาสัมพันธ์หลักสูตรไปยังต่างประเทศได้

รายนามผู้ทำการสำรวจความคิดเห็น

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	รายนาม	ตำแหน่ง	ความเชี่ยวชาญ
สายงานวิชาการ	รองศาสตราจารย์ ดร.พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจย์	อาจารย์ประจำคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	ท่องเที่ยว
	รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐภูมิ พิมพ์า	อาจารย์ประจำวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล	ด้านความเป็นผู้ประกอบการ และการจัดการนวัตกรรม อย่างยั่งยืน
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกอร รุ่งโรจน์งามเจริญ	อาจารย์ประจำศูนย์การศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	ด้านการตลาด
	อาจารย์เรวัฒน์ ชำนาญ	อดีตบรรณาธิการบริหาร นิตยสาร Wallpaper* THAI EDITION/	ด้านการสร้างอัตลักษณ์ องค์กร การออกแบบ การประชาสัมพันธ์ ด้าน Design

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	รายนาม	ตำแหน่ง	ความเชี่ยวชาญ
		อาจารย์ประจำหลักสูตร การออกแบบภายใน วิทยาลัยการออกแบบ มหาวิทยาลัยรังสิต/ที่ปรึกษาด้านการสร้างอัตลักษณ์ และออกแบบการสื่อสาร (Brand and Communication)/	Thinking (Certified)/ Creative Research (Certified)/การออกแบบและสื่อสร้างสรรค์
สายงานภาคเอกชน	คุณบุญเลิศ สิริภัทรวณิช	ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ออสสิริส จำกัด	ผู้ทรงคุณวุฒิจากสถานประกอบการ เป็นผู้ใช้บัณฑิต
	ดร.สุภามาส ตรีวิศวะเวทย์	กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท ซีเค พาวเวอร์ จำกัด (มหาชน)	การบริหารจัดการธุรกิจ
	คุณดิวิ อินทปัญญา	ประธานเจ้าหน้าที่ผู้บริหาร Mediabrands Content Studio Thailand	Digital Content
	คุณนิธิ นิธิลาวัฒน์	Co-Founder and Head of Partner Relations	NFT Business
	Mr. Samuel Masanari	CEO Zen Gate Global	Economic
อาจารย์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขจีพร วงศ์ปรีดี	คณบดีวิทยาลัยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	Jewelry production, Metallurgy in precious metal, Innovation management
	อาจารย์ ดร.พองาม วีรุตมเสน	รองคณบดีฝ่ายพัฒนาองค์กร วิทยาลัยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	Strategic and strategic branding management, Brand Development, Entrepreneurship, and Organizational structure
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงแข บุตรกุล	อาจารย์ประจำวิทยาลัยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	การปรับปรุงคุณภาพพลอยธรรมชาติด้วยพลาสมาและลำอนุภาค การสังเคราะห์วัสดุคอมโพสิตเพื่องานโครงสร้าง การสังเคราะห์

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	รายนาม	ตำแหน่ง	ความเชี่ยวชาญ
			วัสดุเพื่อเลียนแบบพลอยธรรมชาติ การสังเคราะห์ฟิล์มบาง การวิเคราะห์สมบัติเชิงแสงของวัสดุ
	อาจารย์ ดร.สิทธิพงศ์ วงศ์ไชยสุวรรณ	อาจารย์ประจำวิทยาลัยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	งานออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์และทฤษฎีการออกแบบและงานผลิตและระบบการผลิต
	อาจารย์ ดร.กรกมล คำสุข	รองคณบดีฝ่ายนวัตกรรมวิจัยทางปัญญาและวิจัย	Fashion Design, Fashion Production
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกอร รุ่งโรจน์งามเจริญ	อาจารย์ประจำศูนย์การศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาคณะมนุษยศาสตร์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	ด้านการตลาด
นิสิตปัจจุบัน	นางสาววิณัฐฐา ศักดิ์วีรกุลชัย	Influencer wongnai	-

ภาคผนวก ฉ ประวัติและผลงานของอาจารย์

ประวัติและผลงานอาจารย์

ชื่อ-นามสกุล (ภาษาไทย) พองาม วีรุตมเสน

ชื่อ-นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) Porngarm Virutamasen

การรับรองสมรรถนะวิชาชีพอาจารย์ตามกรอบมาตรฐานสหราชอาณาจักร (UK-Professional Standards Framework)

ประเภท Senior Fellow

ประเภท Fellow

ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์

ที่ทำงาน วิทยาลัยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

เบอร์โทรศัพท์ 083-2566641

Email pongarm@g.swu.ac.th

คุณวุฒิ สาขาวิชา และสถาบันที่สำเร็จการศึกษา

วุฒิการศึกษา	คุณวุฒิ/สาขาวิชา	สถาบัน	ปีที่สำเร็จ
อ.บ.	ภาษาอังกฤษและภาษาสเปน	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2538
M.Sc.	Human Resource Management	Utah State University, USA	2540
Ph.D	Business Administration	Southern Illinois University, USA	2546

ความเชี่ยวชาญ

Strategic and strategic branding management, Brand Development, Entrepreneurship, and Organizational structure

ผลงานทางวิชาการ

1.1 บทความวิจัยตีพิมพ์ในวารสารวิชาการระดับชาติและนานาชาติ

1.2 บทความที่ได้รับการตีพิมพ์ฉบับเต็มจากการประชุมวิชาการระดับชาติหรือนานาชาติ (อยู่ในฐานข้อมูลของ สปอว.)

Somkaew, P. and Virutamasen, P. (2022). *Factors in Building Image for Gem and Jewelry SMEs: A Case study Aura mate Innovation co.ltd.* The 17th National and The 7th International Sripatum University Conference on Research and Innovations to Sustainable Development: SPUCON2022 (Virtual conference), pp. 1291-1300.

Virutamasen, P. (2020). *Overcoming the use of smart jewelry: an explanation by diffusion of innovation theory.*, Entrepreneurial Conference on Innovation for Smart Jewelry, pp. 1-8.

Nana, S. and **Virutamasen, P.** (2020). *Factors affecting purchasing smart jewelry: A Conceptual framework from consumer behavior's perspective.* Entrepreneurial Conference on Innovation for Smart Jewelry, pp. 1-5.

2. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น

2.1 ผลงานวิชาการด้านอุตสาหกรรม

Virutamasen, P., Kongprasert, N., & Khaikleng, P. (2021). Global marketing research on digital jewelry: trends and directions of Thai digital jewelry in international market. Bangkok: The Gem and Jewelry Institute of Thailand (Organization Public).

Khaikleng, P., & **Virutamasen, P.** (2020). Evaluation of health promotion program in industry. Bangkok: ThaiHealth.

3. ตำรา/หนังสือ/บทความทางวิชาการ

-

ประวัติและผลงานอาจารย์

ชื่อ-นามสกุล (ภาษาไทย)

ขจีพร วงศ์ปรีดี

ชื่อ-นามสกุล (ภาษาอังกฤษ)

Kageeporn Wongpreedee

การรับรองสมรรถนะวิชาชีพอาจารย์ตามกรอบมาตรฐานสหราชอาณาจักร (UK-Professional Standards Framework)

ประเภท Senior Fellow

ประเภท Fellow

ตำแหน่งทางวิชาการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์

ที่ทำงาน

วิทยาลัยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

114 สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา กทม 10110

เบอร์โทรศัพท์

090 509 1999

Email

kageeporn@g.swu.ac.th

คุณวุฒิ สาขาวิชา และสถาบันที่สำเร็จการศึกษา

วุฒิการศึกษา	คุณวุฒิ/สาขาวิชา	สถาบัน	ปีที่สำเร็จ
วท.บ.	วัสดุศาสตร์ (อัญมณีและเครื่องประดับ)	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	2539
M.Eng	Materials Science & Engineering	Lehigh University, PA, USA	2542
Ph.D.	Materials Science & Engineering	Iowa State University, IA, USA	2546

ความเชี่ยวชาญ

Jewelry production, Metallurgy in precious metal, Innovation management

ผลงานทางวิชาการ

1. งานวิจัย

1.1 บทความวิจัยตีพิมพ์ในวารสารวิชาการระดับชาติและนานาชาติ (อยู่ในฐานข้อมูลของ สปอว.)

Phunongong,P., Khaikleng,P. and **Wongpreedee K.** (2022). Research and Development of Online Instruction via Online Platforms and the Administration of Master of Science Program in Industrial and Innovation Management. *Journal of Education Studies, Chulalongkorn University*, Vol.50(4), pp. 1-14.

1.2 บทความวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์ฉบับเต็มจากการประชุมวิชาการระดับชาติหรือนานาชาติ

Peerawat, A., Ouppathumchua, P. , Kongprasert, N. , Suvunchato, R. and **Wongpreedee, K.** (2022). *Waste reduction of Jewelry Production: A Case Study of Comparison Casting Technology*. The 15th Research Administration Network Conference, Grand Fortune Hotel Bangkok, Apr, 26-28, 2022, pp. 843-854.

2. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น

สิทธิบัตร

1. **ผศ.ดร.ขจีพร วงศ์ปรีดี**, น.ส.บัณฑิตา แก้วปรีชา, น.ส.ภัสภา โปธิ์อุบล, ลวดลายจากแท่งถลุงใช้สำหรับเครื่องประดับ, อนุสิทธิบัตรการประดิษฐ์ เลขที่คำขอ 2003001137 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ผู้ถือสิทธิ, วันที่ยื่นคำขอ 28 พฤษภาคม 2563
2. **ขจีพร วงศ์ปรีดี** , อลลอยทองแดงทดแทนเงินสำหรับผลิตเครื่องประดับ, อนุสิทธิบัตรเลขที่ 15816 (เลขที่คำขอ : 1803000885 ณ 10 เมษายน 2561) , ผู้ขอจดทะเบียนสิทธิบัตร มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 10 มกราคม 2563
3. นายพันธุ์พจน์ ฤทัยนันทน์, **ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขจีพร วงศ์ปรีดี**, นายปริญญา ทราจารย์วัฒน์, โลหะผสมทองคำขาวสีชมพู, อนุสิทธิบัตรเลขที่ 15707 (เลขที่คำขอ: 1803000880 ณ 10 เมษายน 2561), ผู้ขอจดทะเบียนสิทธิบัตรบริษัท คริสตี้ เจมส์ จำกัด, 19 พฤศจิกายน 2562

3. ตำรา/หนังสือ/บทความทางวิชาการ

-

ประวัติและผลงานอาจารย์

ชื่อ-นามสกุล (ภาษาไทย)

ปิยพงษ์ คล้ายคลึง

ชื่อ-นามสกุล (ภาษาอังกฤษ)

Piyapong Khaikleng

การรับรองสมรรถนะวิชาชีพอาจารย์ตามกรอบมาตรฐานสหราชอาณาจักร (UK-Professional Standards Framework)

ประเภท Senior Fellow

ประเภท Fellow

ตำแหน่งทางวิชาการ

อาจารย์

ที่ทำงาน

วิทยาลัยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

เบอร์โทรศัพท์

082-895-6995

Email

piyapongk@g.swu.ac.th

คุณวุฒิ สาขาวิชา และสถาบันที่สำเร็จการศึกษา

วุฒิการศึกษา	คุณวุฒิ/สาขาวิชา	สถาบัน	ปีที่สำเร็จ
ศษ.บ.	การประถมศึกษา	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	2549
ค.ม.	การวิจัยการศึกษา	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2551
ค.ด.	การวัดและประเมินผลการศึกษา	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2556

ความเชี่ยวชาญ

การประเมิน, การวิจัย, การวัดผล

ผลงานทางวิชาการ

1. งานวิจัย

1.1 บทความวิจัยตีพิมพ์ในวารสารวิชาการระดับชาติและนานาชาติ (อยู่ในฐานข้อมูลของ สปอว.)

Phunongong, P., Khaikleng, P. and Wongpreedee, K. (2022). Research and Development of Online Instruction via Online Platforms and the Administration of Master of Science Program in Industrial and Innovation Management. *Journal of Education Studies, Chulalongkorn University*, Vol.50(4), pp. 1-14.

Khaikleng, P., Sakuntanak, P., & Srikleub, K. (2022). การ ประเมิน โครงการ สร้าง เสริม คุณภาพ ชีวิต การ ทำงาน และ เสริม สร้าง ศักยภาพ องค์กร ภาค รัฐ ใน ระยะ เปลี่ยน ผ่าน สู่ การ เป็น องค์กร สุข ภาวะ. *Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University*, 17(1), 80-95.

- Amika Tuntaweensinsak & Piyapong khaikleng. (2021). Reward prototype development for innovation performance of private hospital employees. *Psychology and Behavioral Science*, 17(2), 1-9.
- Dollahas Patpoom & Piyapong khaikleng. (2021). Development of a prototype for promoting self-efficacy in digital competence for accountants in organizations. *Psychology and Behavioral Science*, 17(2), 1-8.
- วรพร พิพัฒน์, กาญจนา ตระกูลวรกุล และปิยพงษ์ คล้ายคลึง. (2564). การพัฒนาทฤษฎีโปรแกรมสำหรับประเมินความตั้งใจที่จะซื้อเครื่องสำอางพรีเมียมแบรนด์ผ่านโซเชียลมีเดียโดยใช้วิธีแบบคอนติบิวชัน. *วารสารวัดผลการศึกษา*, 38(103), 120-131.
- Krit Wangwichit, & Piyapong Khaikleng. (2020). *Knowledge and perceptions about covid-19: A comparison of Elementary and Secondary students*. Paper presented at IAI Academic Conference Proceedings, July, 3, 2020, 85-89.
- Kamonchanok Wutiyo, Ruangdech Sirikit, & Piyapong Khaikleng. (2020). Logic model development for public relation process evaluation at public organization by applying meta evaluation standard. *Journal of Research Methodology*, 33(2), 167-180.
- Piyapong Khaikleng. (2019). Strategy Evaluation of the Happy Workplace Promotion project in an industry. *Journal of Research Methodology*, 32(2), 209-230.

1.2 บทควมวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์ฉบับเต็มจากการประชุมวิชาการระดับชาติหรือนานาชาติ

2. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น

ผลงานวิชาการเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนและการเรียนรู้

- ปิยพงษ์ คล้ายคลึง. (2562). *สภาพแหล่งการเรียนรู้และการเรียนรู้ตลอดชีวิต*. ทุนสำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ.
- ปิยพงษ์ คล้ายคลึง และคณะ. (2562). การประเมินโครงการบูรณาการส่งเสริมศึกษาการอบรมครูด้วยระบบทางไกล. กรุงเทพฯ: สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.
- ปิยพงษ์ คล้ายคลึง. (2562). การประเมินหนังสือแบบเรียนวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ และการออกแบบเทคโนโลยี. กรุงเทพฯ: สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.
- ปิยพงษ์ คล้ายคลึง. (2562). การประเมินโครงการโรงเรียนคุณภาพ SMT. กรุงเทพฯ: สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.

สุวิมล ว่องวานิช **ปิยพงษ์ คล้ายคลึง** หลุ่ย อัจปรุ ทีปทัศน์ ชินตาปัญญากุล และเบญจมาภรณ์ งามยิ่ง (2561).
ประสิทธิผลของแหล่งการเรียนรู้: การเผยแพร่และการนามาตรฐานแหล่งการเรียนรู้สู่การปฏิบัติ. ทุนส
นักงานเลขาธิการสภาการศึกษา.

ผลงานวิชาการเพื่อพัฒนานโยบายสาธารณะ

* **ปิยพงษ์ คล้ายคลึง** และคณะ. (2562). การจัดทำแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศจังหวัดนครนายก. กรุงเทพฯ: ส่วน
กิจการเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ปิยพงษ์ คล้ายคลึง และคณะ. (2561). การประเมินพันธกิจสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยกับสังคม. ทุนคลังสมองของชาติ.

ปิยพงษ์ คล้ายคลึง และคณะ. (2563). การประเมินแผนสร้างเสริมสุขภาวะองค์กร ระยะ 3 ปี (2561-2563). ทุน
สนับสนุนจากสำนักงานกองทุนส่งเสริมสนับสนุนสุขภาพ.

3. ตำรา/หนังสือ/บทความทางวิชาการ

-

ประวัติและผลงานอาจารย์

ชื่อ-นามสกุล (ภาษาไทย) ดวงแข บุตรกุล
ชื่อ-นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) Duangkhae Bootkul
การรับรองสมรรถนะวิชาชีพอาจารย์ตามกรอบมาตรฐานสหราชอาณาจักร (UK-Professional Standards Framework)
 ประเภท Senior Fellow ประเภท Fellow
ตำแหน่งทางวิชาการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์
ที่ทำงาน วิทยาลัยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
เบอร์โทรศัพท์ 089 890 8121
Email duangkha@g.swu.ac.th

คุณวุฒิ สาขาวิชา และสถาบันที่สำเร็จการศึกษา (เรียงจากระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก)

วุฒิการศึกษา	คุณวุฒิ/สาขาวิชา	สถาบัน	ปีที่สำเร็จ
วท.บ.	คณิตศาสตร์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	2533
ป.บัณฑิต	เทคโนโลยีวัสดุ	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า ธนบุรี	2535
วศ.ม.	เทคโนโลยีวัสดุ	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า ธนบุรี	2538
Ph.D.	Materials Engineering	The University of Sheffield United Kingdom	2550

ความเชี่ยวชาญ

การปรับปรุงคุณภาพพลอยธรรมชาติด้วยพลาสมาและลำอนุภาค การสังเคราะห์วัสดุคอมโพสิตเพื่องานโครงสร้าง การสังเคราะห์วัสดุเพื่อเลียนแบบพลอยธรรมชาติ การสังเคราะห์ฟิล์มบาง การวิเคราะห์สมบัติเชิงแสงของวัสดุ

ผลงานทางวิชาการ

1. งานวิจัย

1.1 บทความวิจัยตีพิมพ์ในวารสารวิชาการระดับชาติและนานาชาติ (อยู่ในฐานข้อมูลของ สปอว.)

Bootkul D., Intarasiri S. (2022). "Development of glass-ceramics from Soda lime silica glass waste with addition of kaolin and coloring oxide for Turquoise's imitation", *Vibrational Spectroscopy*, 123 (103467).

Tengchaisri T., **Bootkul D.**, Intarasiri S., Tippawan U., Kuznetsov A.Yu. (2021). "Coloration changes in natural ruby induced by oxygen ion implants correlated with cathodoluminescence data", *Nuclear Instruments and Methods in Physics Research B*, 502 29-36.

Phichaikamjornwut B., Pongkrapan S., Intarasiri S. and **Bootkul D.** (2019). "Conclusive comparison of gamma irradiation and heat treatment for color enhancement of Rubellite from Mozambique", *Vibrational Spectroscopy* 103 (102926), 1-9.

1.2 บทความวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์ฉบับเต็มจากการประชุมวิชาการระดับชาติหรือนานาชาติ

-

2. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น

สิทธิบัตร

พสุ เรื่องปัญญาโรจนัน, **ผศ.ดร.ดวงแข บุตรกุล**, นายวิวัฒน์ นวลอินทร์.(2564). *กำไล*. สิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ (เลขที่คำขอ : 2102001989 ณ 14 พฤษภาคม 2564) , ผู้จดทะเบียนสิทธิบัตร มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (ยื่นคำขอให้ตรวจสอบการประดิษฐ์)

พสุ เรื่องปัญญาโรจนัน, **ผศ.ดร.ดวงแข บุตรกุล**, นายวิวัฒน์ นวลอินทร์. (2564). *สร้อยคอ*. สิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ (เลขที่คำขอ : 2102001990 ณ 14 พฤษภาคม 2564), ผู้จดทะเบียนสิทธิบัตร มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (ยื่นคำขอให้ตรวจสอบการประดิษฐ์)

พสุ เรื่องปัญญาโรจนัน, **ผศ.ดร.ดวงแข บุตรกุล**, นายวิวัฒน์ นวลอินทร์. (2564). *แหวน*. สิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ (เลขที่คำขอ : 2102001991 ณ 14 พฤษภาคม 2564), ผู้จดทะเบียนสิทธิบัตร มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (ยื่นคำขอให้ตรวจสอบการประดิษฐ์)

พสุ เรื่องปัญญาโรจนัน, **ผศ.ดร.ดวงแข บุตรกุล**, นายวิวัฒน์ นวลอินทร์. (2564). *แหวน*. สิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ (เลขที่คำขอ : 2102001992 ณ 14 พฤษภาคม 2564), ผู้จดทะเบียนสิทธิบัตร มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (ยื่นคำขอให้ตรวจสอบการประดิษฐ์)

- พสุ เรื่องปัญญาโรจน์, ผศ.ดร.ดวงแข บุตรกุล, นายวิวัฒน์ นวลอินทร์. (2564). จี. สิทธิบัตรการออกแบบ
ผลิตภัณฑ์ (เลขที่คำขอ : 2102002020 ณ 14 พฤษภาคม 2564), ผู้ขอจดทะเบียนสิทธิบัตร มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ (ยื่นคำขอให้ตรวจสอบการประดิษฐ์)
- พสุ เรื่องปัญญาโรจน์, ผศ.ดร.ดวงแข บุตรกุล, นายวิวัฒน์ นวลอินทร์. (2564). จี. สิทธิบัตรการออกแบบ
ผลิตภัณฑ์ (เลขที่คำขอ : 2102002026 ณ 14 พฤษภาคม 2564), ผู้ขอจดทะเบียนสิทธิบัตร มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ (ยื่นคำขอให้ตรวจสอบการประดิษฐ์)
- พสุ เรื่องปัญญาโรจน์, ผศ.ดร.ดวงแข บุตรกุล, นายวิวัฒน์ นวลอินทร์. (2564). จี. สิทธิบัตรการออกแบบ
ผลิตภัณฑ์ (เลขที่คำขอ : 2102002027 ณ 14 พฤษภาคม 2564), ผู้ขอจดทะเบียนสิทธิบัตร มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ (ยื่นคำขอให้ตรวจสอบการประดิษฐ์)
- พสุ เรื่องปัญญาโรจน์, ผศ.ดร.ดวงแข บุตรกุล, นายวิวัฒน์ นวลอินทร์. (2564). จี. สิทธิบัตรการ ออกแบบ
ผลิตภัณฑ์ (เลขที่คำขอ : 2102002028 ณ 14 พฤษภาคม 2564), ผู้ขอจดทะเบียนสิทธิบัตร มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ (ยื่นคำขอให้ตรวจสอบการประดิษฐ์)
- พสุ เรื่องปัญญาโรจน์, ผศ.ดร.ดวงแข บุตรกุล, นายวิวัฒน์ นวลอินทร์. (2564). จี. สิทธิบัตรการออกแบบ
ผลิตภัณฑ์ (เลขที่คำขอ : 2102002029 ณ 14 พฤษภาคม 2564), ผู้ขอจดทะเบียนสิทธิบัตร มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ (ยื่นคำขอให้ตรวจสอบการประดิษฐ์)

3. ตำรา/หนังสือ/บทความทางวิชาการ

-

ประวัติและผลงานอาจารย์

ชื่อ-นามสกุล (ภาษาไทย) กรกลด คำสุข

ชื่อ-นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) Koraklod Kumsook

การรับรองสมรรถนะวิชาชีพอาจารย์ตามกรอบมาตรฐานสหราชอาณาจักร (UK-Professional Standards Framework)

ประเภท Senior Fellow

ประเภท Fellow

ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์

ที่ทำงาน วิทยาลัยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

เบอร์โทรศัพท์ 096 7959 236

E-mail koraklod@g.swu.ac.th

คุณวุฒิ สาขาวิชา และสถาบันที่สำเร็จการศึกษา (เรียงจากระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก)

วุฒิการศึกษา	คุณวุฒิ/สาขาวิชา	สถาบัน	ปีที่สำเร็จ
ศป.บ	ออกแบบทัศนศิลป์ : การออกแบบแฟชั่น	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	2546
M.A.	Fashion	University of Central England in Birmingham, UK,	2549
Ph.D.	Research in Arts and Design : Fashion Design	Birmingham City University, UK	2554

ความเชี่ยวชาญ

Fashion Design, Fashion Production

ผลงานทางวิชาการ

1. งานวิจัย

1.1 บทควมวิจัยตีพิมพ์ในวารสารวิชาการระดับชาติและนานาชาติ (อยู่ในฐานข้อมูลของ สปอว.)

สุภิญญา นวมสันเทียะ, กรกลด คำสุข และ ยศไกร ไทรทอง. (2562). การศึกษาและพัฒนาของเล่นเชิงเครื่องประดับเพื่อส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์สำหรับเด็ก 6-8 ปี. วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ปีที่ 7 ฉบับที่ 2 (14) กรกฎาคม - ธันวาคม 2562, หน้า 136-144.

1.2 บทความวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์ฉบับเต็มจากการประชุมวิชาการระดับชาติหรือนานาชาติ

Katethit, N., **Kumsook, K.** and Boonyadacho, N. (2019). *Research and Development of Innovation Fashion Accessories from Fabric Waste in the Apparel Production Process by Upcycling Theory*. The Korea Association of Art & Design 2020 International Symposium. Kookmin University. November 29, 2019, pp. 102-107.

Tipsiri, S., **Kumsook, K.**, and Boonyadacho, N. (2019). *Design and Development of Men's Jewelry from Waste Materials from Knife Making Art of Uthai Thani Province*. The Korea Association of Art & Design 2019 International Symposium. Ewha Womans University. November 30, 2019, pp. 164-169.

Raksanawes, S., **Kumsook, K.**, and Boonyadacho, N. (2019). *Design and Development of Fashion Lifestyle Products from Latex*. The Korea Association of Art & Design 2019 International Symposium. Ewha Womans University. November 30, 2019, pp. 158-163.

2. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น

สิทธิบัตร

กรกมล คำสุข, และ ศิโรตม รักษาเนาศ. (2563). *กระเป๋า*. สิทธิบัตร การออกแบบผลิตภัณฑ์ (เลขที่คำขอ : 2002000964 ณ 4 มีนาคม 2563) , ผู้ขอจดทะเบียนสิทธิบัตร มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (ยื่นคำขอให้ตรวจสอบการประดิษฐ์)

กรกมล คำสุข, และ สืบพงศ์ ทิพย์ศิริ. (2563). *จี้*. สิทธิบัตร การออกแบบผลิตภัณฑ์ (เลขที่คำขอ : 2002000965 ณ 4 มีนาคม 2563) , ผู้ขอจดทะเบียนสิทธิบัตร มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (ยื่นคำขอให้ตรวจสอบการประดิษฐ์)

3. ตำรา/หนังสือ/บทความทางวิชาการ

-

ประวัติและผลงานอาจารย์

ชื่อ-นามสกุล (ภาษาไทย)

ณัฐพงษ์ คงประเสริฐ

ชื่อ-นามสกุล (ภาษาอังกฤษ)

Nattapong Kongprasert

การรับรองสมรรถนะวิชาชีพอาจารย์ตามกรอบมาตรฐานสหราชอาณาจักร (UK-Professional Standards Framework)

ประเภท Senior Fellow

ประเภท Fellow

ตำแหน่งทางวิชาการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์

ที่ทำงาน

ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรม คณะวิศวกรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

เบอร์โทรศัพท์

02-649-5000 ต่อ 27067

Email

nattapong@g.swu.ac.th

คุณวุฒิ สาขาวิชา และสถาบันที่สำเร็จการศึกษา (เรียงจากระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก)

วุฒิการศึกษา	คุณวุฒิ/สาขาวิชา	สถาบัน	ปีที่สำเร็จ
วศ.บ.	วิศวกรรมอุตสาหกรรม	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	2545
วศ.ม.	วิศวกรรมการผลิต	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ	2548
Ph.D.	Industrial Engineering	Grenoble Institute of Technology, FRANCE	2553

ความเชี่ยวชาญ

Emotional Design, Brand Identity, Sustainable Design, Manufacturing System, Productivity Improvement

ผลงานทางวิชาการ

1. งานวิจัย

1.1 บทความวิจัยตีพิมพ์ในวารสารวิชาการระดับชาติและนานาชาติ (อยู่ในฐานข้อมูลของ สปอว.)

Wangphanich, P. and Kongprasert, N., 2022, An Innovative Design Approach for Charcoal Briquette Packaging Design to Meet Customer Requirements, Management and Production Engineering Review, Vol. 13, No. 4, pp. 3-15. (SCOPUS)

Kongprasert N., Garrett T. and Saengphueng S., 2021, Lean inventory management of an industrial tool distributor in Thailand using a data visualization tool, *Zeszyty Naukowe Politechniki Poznanskiej, Organizacja i Zarzadzanie*, Vol. 84, pp. 111-123.

Chunthasiri, Y., Intrarakamkang, U., **Kongprasert, N.,** Carr, S.C. and Young-Hauser, A., 2021, “Causal Model of Talent Utilization, Engagement and Performance among Employees in the Seafood Processing Industry”, *The Journal of Behavioral Science*, Vol. 16, No. 3, pp. 109-122. (SCOPUS)

Kongprasert, N., Wangphanich, P. and Jutilarptavorn, A. (2019). Charcoal Briquettes from Madan Wood Waste as an Alternative Energy in Thailand, *Procedia Manufacturing*, Vol. 30, pp. 128-135. (SCOPUS)

1.1 บทความวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์ฉบับเต็มจากการประชุมวิชาการระดับชาติหรือนานาชาติ

Thongbunchum, A., **Kongprasert, N.,** Choomrit, N., Tangchaidee, K. and Vatcharayan, C., 2022, “*Integration of Lean Manufacturing and Information System for Productivity Improvement: A Case Study of the Electronics Industry in Thailand*”, Proceedings of the 9th International Conference on Industrial Engineering and Applications, 15-18 Apr, Hainan, China, pp. 898-905.

Pansomboon, U., and **Kongprasert, N.** (2022). A Study on the Factors Affecting the Sales Performance of Jewelry agents: A Case Study Brilliance Jewelry co.,lt The 17th National and The 7th International Sripatum University Conference on Research and Innovations to Sustainable Development: SPUCON2022 (Virtual conference), pp. 1271-1281.

Kongprasert, N., Duriyarapee, C. and Larptrakool, W., 2021, “*Lean Transportation Management through an Application of Vehicle Routing Planning: A Case Study*”, Proceedings of the 19th International Logistics and Supply Chain Congress (LMSCM2021), 21-22 Oct, Gaziantep, Turkey, pp. 332-339.

Sae-Lee, W., Intolo, P. and **Kongprasert, N.,** 2021, “*Development of Seat Cushion to Improve Lumbo-pelvic Posture and Pain in Office Workers*”, Proceedings of the 3rd IEEE Eurasia Conference on Biomedical Engineering, Healthcare and Sustainability 2021, 28-30 May, Tainan, Taiwan.

Ketchanchai, P., Tangchaidee, K. and **Kongprasert, N.,** 2021, “*Lean Warehouse Management through Value Stream Mapping: A Case Study of Sugar Manufacturing Company in*

Thailand”, Proceedings of the 2021 IEEE 8th International Conference on Industrial Engineering and Applications, 23-26 Apr, pp. 192-196.

2. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น

-

3. ตำรา/หนังสือ/บทความทางวิชาการ

-

ประวัติและผลงานอาจารย์

ชื่อ-นามสกุล (ภาษาไทย)

ถนัด จินตโกศล

ชื่อ-นามสกุล (ภาษาอังกฤษ)

Thanut Jintakosol

การรับรองสมรรถนะวิชาชีพอาจารย์ตามกรอบมาตรฐานสหราชอาณาจักร (UK-Professional Standards Framework)

ประเภท Senior Fellow

ประเภท Fellow

ตำแหน่งทางวิชาการ

รองศาสตราจารย์

ที่ทำงาน

วิทยาลัยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

เบอร์โทรศัพท์

02-649-5000 ต่อ 18656

Email

thanut@g.swu.ac.th

คุณวุฒิ สาขาวิชา และสถาบันที่สำเร็จการศึกษา (เรียงจากระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก)

วุฒิการศึกษา	คุณวุฒิ/สาขาวิชา	สถาบัน	ปีที่สำเร็จ
ค.อ.บ.	วิศวกรรมอุตสาหการ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	2538
ป.บัณฑิต	เทคโนโลยีวัสดุ	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	2546
วศ.ม.	เทคโนโลยีวัสดุ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	2548
ปร.ด.	วัสดุศาสตร์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	2552

ความเชี่ยวชาญ

วัสดุนาโน วัสดุเชิงประกอบ วัสดุดูดซับ การขึ้นรูปตัวเรือนเครื่องประดับ

ผลงานทางวิชาการ

1. งานวิจัย

1.1 บทความวิจัยตีพิมพ์ในวารสารวิชาการระดับชาติและนานาชาติ (อยู่ในฐานข้อมูลของ สปอว.)

Nitayaphat W., Jintakosol T.. (2022). "Adsorption of Ag (I) from Aqueous Solutions Using Regenerated Silk Fibroin Adsorbent Beads", *JOURNAL OF NATURAL FIBERS*, (19) 9, 3365-3377.

- Jintakosol T., Nitayaphat W. (2021). “Coating Ag₂S Films on Silver Jewelry by Electrochemical Method”, *Journal of Materials Science and Applied Energy*. 10(2), 41-48.
- Nitayaphat W., Jintakosol T. (2020). “Adsorption of Ag (I) from Aqueous Solutions Using Regenerated Silk Fibroin Adsorbent Beads”, *JOURNAL OF NATURAL FIBERS*, *accepted*, <https://doi.org/10.1080/15440478.2020.18486>.
- Nitayaphat W., Jintakosol T. (2020). “Optimizing the Dyeing of Silk Fabric with Gemstone Powder using Exhaustion”, *Asian Journal of Chemistry*. (32)9, 2275-2278.
- Nitayaphat W., Jintakosol T. (2020). “Efficient Removal of Cationic and Anionic Dyes from Aqueous Solutions using Regenerated Silk Fibroin Beads”, *Asian Journal of Chemistry*. (32)7, 1623-1629.

1.2 บทความวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์ฉบับเต็มจากการประชุมวิชาการระดับชาติหรือนานาชาติ

2. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น

2.1 ผลงานวิชาการเพื่ออุตสาหกรรม

รศ.ดร.ณัด จินตโกศล. (2562). *การสร้างลวดลายบนตัวเรือนเครื่องประดับเงินด้วยกระบวนการอะโนไดซ์*. ทุนอุดหนุนวิจัยเงินรายได้มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562.

รศ.ดร.ณัด จินตโกศล. (2561). *การใช้สารสกัดโปรตีนจากรังไหมเป็นตัวดูดซับสำหรับโลหะมีค่าในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ*. ทุนอุดหนุนวิจัยเงินรายได้มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561

2.2 อนุสิทธิบัตร

วัลัยกร นิตยพัฒน์, **ณัด จินตโกศล**. (2563) .สารตกแต่งสำเร็จทำความสะอาดตัวเอง สำหรับผ้าไหมและกรรมวิธีการผลิต. อนุสิทธิบัตร (เลขที่คำขอ : 2003003014 ณ 6 พฤศจิกายน 2563, ผู้ขอจดทะเบียนอนุสิทธิบัตร มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (ยื่นคำขอให้ตรวจสอบการประดิษฐ์)

3. ตำรา/หนังสือ/บทความทางวิชาการ

ณัฏ จินตโกศล, การขึ้นรูปตัวเรือนเครื่องประดับ, กรุงเทพฯ: จรัสสินทวงศ์การพิมพ์, 2562, 132 หน้า ISBN 978-616-497-160-8

เอกสารประกอบการสอน เรื่อง การผลิตตัวเรือนเครื่องประดับ 1 (Jewelry Making I)

เอกสารประกอบคำสอน เรื่อง การควบคุมภาพผลิตภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับ (Gems and Jewelry Quality Control)

ภาคผนวก ข ตารางเปรียบเทียบการปรับปรุงหลักสูตร (กรณีหลักสูตรปรับปรุง)

ตารางเปรียบเทียบการปรับปรุงหลักสูตร

ชื่อหลักสูตรเดิม วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการตราสินค้าสร้างสรรค์ (หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2561)

ชื่อหลักสูตรปรับปรุง วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการแบรนด์สร้างสรรค์ (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2566)

เริ่มเปิดรับนิสิตในภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2566

สาระสำคัญ/ภาพรวมในการปรับปรุง

1. เปลี่ยนชื่อ หลักสูตรให้มีความทันสมัยใช้ แบนด์ แทนตราสินค้า
2. ปรับปรุง PLO ให้มีความทันสมัย และเชื่อมโยงการพัฒนาหลักการแบนด์เชื่อมต่อกับโลกดิจิทัล
3. จัดชุดวิชาและสาระการเรียนรู้ให้สัมพันธ์กับผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (constructive alignment) ซึ่งสามารถเชื่อมโยงการเชื่อมต่อรายวิชากับหลักสูตรในสถาบันการศึกษาต่างประเทศ เพื่อเป็นทางเลือกของผู้เข้าเรียนที่หลากหลายมากขึ้น
4. มีการปรับปรุงรูปแบบชุดวิชาที่สัมพันธ์กับหลักสูตรระยะสั้น และประกาศนียบัตร ในชุดวิชา ด้านแบนด์ ด้านการจัดการ ด้านดิจิทัล เป็นต้น เพื่อเทียบโอนหน่วยกิต ทำให้เปิดโอกาสการเรียนรู้จากนิสิตที่หลากหลายกลุ่มมากขึ้น
5. เพิ่มการจบการศึกษาแบบสารนิพนธ์ที่นำเสนอแผนธุรกิจซึ่งอาจส่งผลให้ผู้เรียนสนใจเข้ามาเรียนมากขึ้น เพราะ การศึกษาจะเกิดประโยชน์ต่อการทำงานจริง

เปรียบเทียบโครงสร้างหลักสูตร

หมวดวิชา	หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2561		หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2566	
	แผน ก 2 ปริญญาโท	แผน ข สารนิพนธ์	แผน 1 ปริญญาโท	แผน 2 การค้นคว้าอิสระ
1. หมวดวิชาบังคับ	15 หน่วยกิต	15 หน่วยกิต	12 หน่วยกิต	12 หน่วยกิต
2. หมวดวิชาเลือก	9 หน่วยกิต	15 หน่วยกิต	12 หน่วยกิต	21 หน่วยกิต
3. หมวดวิชา ปริญญาโท/ การค้นคว้าอิสระ	12 หน่วยกิต	6 หน่วยกิต	12 หน่วยกิต	3 หน่วยกิต
รวม	36 หน่วยกิต	36 หน่วยกิต	36 หน่วยกิต	36 หน่วยกิต

รายละเอียดการปรับปรุงหลักสูตร

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2566	หมายเหตุ
		ประเด็นหลัก
	<p>PLO1: สร้างและพัฒนาแบรนด์โดยใช้กลยุทธ์องค์กรให้ธุรกิจ และสื่อสารแบรนด์โดยใช้เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ เพื่อการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์หรือบริการ</p> <p>PLO2: วิเคราะห์และประเมินสถานการณ์ธุรกิจ เพื่อแสวงหาโอกาสทางธุรกิจโดยใช้ข้อมูลสารสนเทศในการตัดสินใจ โดยยึดหลักการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน</p> <p>PLO3: สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการพัฒนาธุรกิจและเชื่อมต่อแบรนด์ในโลกดิจิทัลกับธุรกิจปัจจุบัน</p>	ปรับปรุง PLO ให้มีความทันสมัย และเชื่อมโยงการพัฒนาหลักการแบรนด์ เชื่อมต่อกับโลกดิจิทัล
ไม่มีการจัดกลุ่มชุดวิชา		การปรับปรุงรูปแบบชุดวิชาที่สัมพันธ์กับหลักสูตรระยะสั้น และประกาศนียบัตรในชุดวิชา ด้านแบรนด์ ด้านการจัดการด้านดิจิทัล เป็นต้น เพื่อเทียบโอนหน่วยกิต ทำให้เปิดโอกาสการเรียนรู้จากนิสิตที่หลากหลายกลุ่มมากขึ้น
สารนิพนธ์ 6 หน่วยกิต และต้องมีการสอบเค้าโครงในระบบบัณฑิตศึกษา	<p>สารนิพนธ์ 3 หน่วยกิต</p> <p>สามารถใช้แผนธุรกิจในการยื่นจบการศึกษาได้</p>	เพิ่มการจบการศึกษาแบบสารนิพนธ์ที่นำเสนอแผนธุรกิจซึ่งอาจส่งผลให้ผู้เรียนสนใจเข้ามาเรียนมากขึ้น เพราะการศึกษาจะเกิดประโยชน์ต่อการทำงานจริง

รายละเอียดการปรับปรุงหลักสูตร

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2566	หมายเหตุ
<p>บสส501 วิธีวิจัยและวิเคราะห์สำหรับการบริหารตราสินค้าสร้างสรรค์ 3(1-4-4)</p> <p>ศึกษาวิธีวิเคราะห์และวิจัยตราสินค้าทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ หลักการทำวิจัย การออกแบบและกระบวนการทำวิจัย การเลือกกลุ่มเป้าหมาย การหาแหล่งข้อมูล และการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลและการใช้หลักสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล การเสนอโครงการวิจัยที่มาจากปัญหาและความต้องการของอุตสาหกรรม</p>	<p>บสส501 วิธีวิจัยและวิเคราะห์สำหรับการบริหารแบรนด์สร้างสรรค์ 3(3-0-6)</p> <p>ศึกษาวิธีวิเคราะห์และวิจัยแบรนด์ทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ หลักการทำวิจัย การออกแบบและกระบวนการทำวิจัยด้านการบริหารจัดการแบรนด์ การเลือกกลุ่มเป้าหมาย การหาแหล่งข้อมูลและการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลและการใช้หลักสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล การเสนอโครงการวิจัยที่มาจากปัญหาและความต้องการของอุตสาหกรรม</p>	<p>ปรับคำอธิบายรายวิชา และปรับหน่วยกิต</p>
<p>บสส502 เสวนาเชิงวิชาการการบริหารตราสินค้าสร้างสรรค์ 3(1-4-4)</p> <p>การแก้ปัญหาธุรกิจที่ไม่แน่นอนและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การสื่อสารแบรนด์ การเป็นผู้ประกอบการแบรนด์สร้างสรรค์ ทั้งภาครัฐและเอกชน การวิเคราะห์วิกฤตและโอกาสในการเริ่มธุรกิจสร้างสรรค์ เพื่อสร้างแนวคิดสินค้าและบริการแบบสตาร์ทอัพ (Startup)</p>	<p>บสส502 เสวนาเชิงวิชาการการบริหารแบรนด์สร้างสรรค์ 3(1-4-4)</p> <p>การแก้ปัญหาธุรกิจด้านแบรนด์และธุรกิจการสื่อสารแบรนด์ที่เกิดจากความไม่แน่นอนและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การสื่อสารแบรนด์ การเป็นผู้ประกอบการแบรนด์สร้างสรรค์ทั้งภาครัฐและเอกชน การวิเคราะห์วิกฤตและโอกาสในการเริ่มธุรกิจสร้างสรรค์ เพื่อสร้างแนวคิดสินค้าและบริการแบบสตาร์ทอัพ (Startup)</p>	<p>ปรับคำอธิบายรายวิชา</p>

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2566	หมายเหตุ
<p>บสส511 องค์กรสร้างสรรค์และการเป็นผู้ประกอบการ 3(2-2-5)</p> <p>บทบาทและความรับผิดชอบของผู้นำและการบริหารทีมงานต่อการบริหารจัดการองค์กรสร้างสรรค์ หลักการ คุณลักษณะ และทักษะที่จำเป็นของผู้ประกอบการใหม่ในธุรกิจสร้างสรรค์ กระบวนการสร้างและบริหารจัดการธุรกิจใหม่ การประยุกต์แนวคิดใหม่ในเชิงธุรกิจ พื้นฐานการออกแบบความคิดเชิงนวัตกรรม การเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการขององค์กรสร้างสรรค์ การวิเคราะห์ปัญหาธุรกิจ (Pain Point) และการนำผลิตภัณฑ์และบริการที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงไปใช้เชิงพาณิชย์อย่างประสบความสำเร็จด้วยการใช้โมเดลธุรกิจแคนวาส (Business Model Canvas – BMC)</p>	<p>บสส532 องค์กรสร้างสรรค์และการเป็นผู้ประกอบการ 3(2-2-5)</p> <p>บทบาทและความรับผิดชอบของผู้นำและการบริหารทีมงานต่อการบริหารจัดการองค์กรสร้างสรรค์ หลักการ คุณลักษณะและทักษะที่จำเป็นของผู้ประกอบการใหม่ในธุรกิจสร้างสรรค์ กระบวนการสร้างและบริหารจัดการธุรกิจใหม่ การประยุกต์แนวคิดใหม่ในเชิงธุรกิจ พื้นฐานการออกแบบความคิดเชิงนวัตกรรม การเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการขององค์กรสร้างสรรค์ การวิเคราะห์ปัญหาธุรกิจ (Pain Point) และการนำผลิตภัณฑ์และบริการที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงไปใช้เชิงพาณิชย์อย่างประสบความสำเร็จด้วยการใช้โมเดลธุรกิจแคนวาส (Business Model Canvas – BMC)</p>	<p>ปรับรหัสรายวิชาและปรับเป็นรายวิชาเลือก</p>
<p>บสส541 การออกแบบที่ตอบสนองกับความรูสึกและการรับรู้ของลูกค้า 3(1-4-4)</p> <p>แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์แบบบูรณาการสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบสินค้าอิงเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย สินค้าเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การนำใช้โปรแกรมทางสถิติประมวลผลการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองกับความรูสึกและการรับรู้ของลูกค้า เอกลักษณ์ของสินค้า การออกแบบสินค้า</p>	<p>-</p>	<p>ยกเลิกรายวิชา</p>

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2566	หมายเหตุ
<p>บสส551 การสร้างสรรค์และนวัตกรรม สินค้าไลฟ์สไตล์และบริการ 3(2-2-5) ทฤษฎีและกรอบความคิดสร้างสรรค์และ นวัตกรรม เทคโนโลยีในอนาคต สมบัติของ วัสดุและการนำไปใช้ การผลิตสินค้าจาก วัสดุนวัตกรรม นวัตกรรมสินค้าไลฟ์สไตล์ การบริการจากมุมมองของลูกค้าและ ผู้บริโภค การนำเสนอแบรนด์ใหม่ที่มาจาก ความคิดสร้างสรรค์ในธุรกิจไลฟ์สไตล์และ บริการ เครื่องมือการประเมินสินค้าและ บริการ ทรรศนะปัญหาของนวัตกรรม สร้างสรรค์</p>	<p>บสส561 การบริหารจัดการนวัตกรรม สินค้าไลฟ์สไตล์และบริการ 3(2-2-5) ทฤษฎีและกรอบความคิดการจัดการการ สร้างสรรค์และนวัตกรรมในธุรกิจ เทคโนโลยีในอนาคต และการนำไปใช้การ ผลิตสินค้าจากวัสดุนวัตกรรม นวัตกรรม สินค้าไลฟ์สไตล์ การบริการจากมุมมอง ของลูกค้าและผู้บริโภค การนำเสนอแบ รด์ใหม่ที่มาจากความคิดสร้างสรรค์ใน ธุรกิจไลฟ์สไตล์และบริการ เครื่องมือ ประเมินสินค้าและบริการ ทรรศนะ ปัญหาของนวัตกรรมสร้างสรรค์</p>	<p>ปรับคำอธิบาย รายวิชา ปรับ รหัสรายวิชา และปรับให้เป็น รายวิชาเลือก</p>
<p>บสส512 กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบ บูรณาการ 3(2-2-5) ศึกษาหลักการและองค์ประกอบเกี่ยวกับ กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด ในด้านการ วางแผน กระบวนการ และการประยุกต์ใช้ สื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ รวมถึงสามารถสร้าง การสื่อสารการตลาด การสร้างช่องทางการ โฆษณาประชาสัมพันธ์และจัดจำหน่าย สินค้า โดยมุ่งเน้นไปที่การสร้างภาพลักษณ์ สำหรับตราสินค้าและการสร้างตราสินค้า เฉพาะบุคคล</p>	<p>บสส514 กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด แบบบูรณาการ 3(2-2-5) หลักการและองค์ประกอบเกี่ยวกับกลยุทธ์ การสื่อสารการตลาด ในด้านการวางแผน กระบวนการและการประยุกต์ใช้สื่อดั้งเดิม และสื่อใหม่ รวมถึงสามารถสร้างการ สื่อสารการตลาด การสร้างช่องทางการ โฆษณา ประชาสัมพันธ์และการจัด จำหน่ายสินค้า โดยเน้นการสร้าง ภาพลักษณ์สำหรับแบรนด์และการสร้าง แบรนด์เฉพาะบุคคล</p>	<p>ปรับคำอธิบาย รายวิชาและปรับ รหัสรายวิชา</p>

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2566	หมายเหตุ
<p>บสส513 การออกแบบความคิดเชิงนวัตกรรมในธุรกิจสร้างสรรค์ 3(2-2-5)</p> <p>วิธีการออกแบบความคิดเชิงนวัตกรรม กระบวนการและเทคนิคการออกแบบซ้ำที่เกลาการวิเคราะห์สร้างสรรค์ การสร้างความคิดที่นำไปใช้ให้เกิดได้จริง เป็นไปได้และไม่เหมือนใคร การเสนอความคิดหลากหลายด้วยความรู้แต่ละศาสตร์ สร้างแบบจำลองและประเมินผลด้วยความคิดเชิงวิพากษ์และวิศวกรรมศาสตร์</p>	<p>-</p>	<p>ยกเลิกรายวิชา</p>
<p>บสส514 การตลาดในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 3(3-0-6)</p> <p>การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและกลุ่มผู้บริโภคในสังคมปัจจุบัน การวิเคราะห์การแข่งขันในธุรกิจสร้างสรรค์ การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มทางการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ด้วยนวัตกรรมด้านสินค้าหรือบริการในธุรกิจสร้างสรรค์จากพื้นฐานองค์ความรู้วิทยาศาสตร์และศิลปะ</p>	<p>บสส515 กระแสการตลาดและมุมมองผู้บริโภค 3(1-4-4)</p> <p>วิเคราะห์กระแสการตลาดและพลวัตการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมผู้บริโภค และผลกระทบต่อการสร้างแบรนด์ การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและกระแสการตลาดซึ่งรวมถึงการแบ่งกลุ่มลูกค้าและการวิเคราะห์การแข่งขันในธุรกิจสร้างสรรค์ บูรณาการแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อการพัฒนาการผลิตสินค้าสะท้อนภาพลักษณ์ของแบรนด์</p>	<p>ปรับคำอธิบายรายวิชา และปรับรหัสวิชา</p>

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2566	หมายเหตุ
<p>บสส515 การสร้างและบริหารตราสินค้า เชิงกลยุทธ์ 3(2-2-5) ความรู้และความเข้าใจในการสร้างตรา สินค้า ในบริบทที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว วิธีการสร้างและเงื่อนไขที่มีผลต่อการสร้าง ตราสินค้า ความสำคัญของการรักษาตรา สินค้าให้คงอยู่ กลยุทธ์การตลาดที่มี ผลกระทบต่อการสร้างตราสินค้าใหม่ โดยเฉพาะธุรกิจเชิงสร้างสรรค์และธุรกิจที่ ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการผลิตและ ออกแบบ คุณค่าตราสินค้าและประเมินตรา สินค้าในแบรนด์ หลักการเงินและการอ่าน งบดุล ความต้องการเฉพาะจากผู้บริโภค เฉพาะกลุ่ม การประกอบกิจการเพื่อสังคม ใหม่ในธุรกิจตราสินค้าสร้างสรรค์</p>	<p>บสส513 การสร้างและบริหารแบรนด์ เชิงกลยุทธ์ 3(3-0-6) ความรู้และความเข้าใจในการสร้างแบ รด์ในบริบทที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว วิธีการสร้างและเงื่อนไขที่มีผลต่อการสร้าง แบรนด์ ความสำคัญของการรักษาแบรนด์ ให้คงอยู่ กลยุทธ์การตลาดที่มีผลกระทบ ต่อการสร้างแบรนด์ใหม่ โดยเฉพาะธุรกิจ เชิงสร้างสรรค์และธุรกิจที่ใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมในการผลิตและออกแบบ คุณค่าแบรนด์และประเมินคุณค่าใน แบรนด์ ความต้องการเฉพาะจากผู้บริโภค เฉพาะกลุ่ม</p>	<p>ปรับคำอธิบาย รายวิชาใหม่ และปรับรหัส ใหม่</p>
<p>บสส521 ออกแบบและจัดการการบริการ 3(3-0-6) การบริการและการส่งมอบ การบริหาร จัดการและประเมินโครงการ การควบคุม การบริการและการจัดการ เทคโนโลยีที่ สนับสนุนการบริการ การรักษาชื่อเสียงและ การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า ระบบ วิเคราะห์การเงินและการควบคุมการ บริการ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การ วางแผนโครงการเพื่อพัฒนาตราสินค้า</p>		<p>ยกเลิกรายวิชา</p>

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2566	หมายเหตุ
<p>บสส522 การบริหารจัดการสุนทรีย นวัตกรรม 3(3-0-6) วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงทางปัญญาและ สุนทรียศาสตร์ที่มีผลกระทบต่อการสร้าง นวัตกรรมและการสร้างธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ ทักษะในการแสวงหา พัฒนาและบริหาร จัดการสุนทรียนวัตกรรมอย่างเป็นระบบ การริเริ่มความคิดสร้างสรรค์ที่มาจาก สุนทรียศาสตร์ การเสนอสุนทรียนวัตกรรม ที่ได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจแนวใหม่</p>	-	ยกเลิกรายวิชา
<p>บสส532 หลักการการตัดสินใจในธุรกิจ สร้างสรรค์ 3(2-2-5) ศึกษาทฤษฎีและหลักการการตัดสินใจใน รูปแบบที่แก้ปัญหาธุรกิจ ด้วยวิธีวิเคราะห์ ทางสถิติ วิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจจากการ เขียนโปรแกรมเชิงเส้น และไม่เชิงเส้น การวิเคราะห์ความถดถอยและสหสัมพันธ์ การวิเคราะห์ข้อมูลแจกแจงแบบจำลอง ธุรกิจสำหรับการตัดสินใจ</p>		ยกเลิกรายวิชา
<p>บสส533 การเรียนรู้แบบโปรเจคสำหรับ ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ 3(1-4-4) สร้างนวัตกรรม พัฒนาผลิตภัณฑ์ กระบวนการสร้างสรรค์หรือแก้ปัญหาเชิง การผลิตด้วยการเรียนรู้แบบโปรเจค (project-based learning) โดยใช้ กระบวนการทางวิทยาศาสตร์เพื่อตอบ โจทย์ของผู้ประกอบการใหม่หรือต่อยอดใน เชิงพาณิชย์ การนำเสนอข้อมูลและจุดเด่น</p>		ยกเลิกรายวิชา

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2566	หมายเหตุ
<p>ของผลิตภัณฑ์ คุณลักษณะและสมบัติของวัสดุเชิงวิทยาศาสตร์ เพื่อส่งมอบคุณค่าในธุรกิจเชิงสร้างสรรค์</p>		
<p>บสส534 นวัตกรรมวัสดุสำหรับผลิตภัณฑ์ 3(2-2-5) แนวคิดใหม่และเทคโนโลยีร่วมสมัยที่ประยุกต์จากองค์ความรู้ทางวิศวกรรมและการบริหารจัดการที่ใช้ในโรงงาน กระบวนการผลิตแนวใหม่ การพัฒนาวัสดุและผลิตภัณฑ์ตามการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ตามบริบทท้องถิ่น การบริหารจัดการการพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ใหม่ การประยุกต์และปรับปรุงรูปแบบการทำงานสร้างสรรค์ในองค์กรและโรงงาน นำเสนอข้อมูลนวัตกรรมวัสดุและผลิตภัณฑ์ที่แข่งขันได้ระดับสากล</p>		<p>ยกเลิกรายวิชา</p>
<p>บสส542 ศิลปะเทคโนโลยีในธุรกิจดิจิทัล 3(2-2-5) รูปแบบงานศิลปะและการแสดงออกในรูปแบบดิจิทัล ประเด็นและปัญหาปัจจุบันในการทำธุรกิจดิจิทัลกับการบริหารแบรนด์ การสร้างและการประยุกต์ใช้ศิลปะเทคโนโลยีในการประชาสัมพันธ์แบรนด์ วิเคราะห์ปฏิบัติการสร้างสรรค์ด้านกระบวนการเทคนิคและเทคโนโลยีการสร้างต้นแบบจากกรอบแนวคิดทางนวัตกรรมการออกแบบ มีการศึกษาดูงาน</p>		<p>ยกเลิกรายวิชา</p>

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2566	หมายเหตุ
<p>ในประเทศ หรือต่างประเทศหรือมีเรียนการสอนโดยการเชิญวิทยากรต่างประเทศแล้วแต่กรณี</p>		
<p>บสส552 การพัฒนางานออกแบบและผลิตภัณฑ์ 3(2-2-5) ศึกษา คำนว้าและวิเคราะห์กระบวนการพัฒนางานออกแบบและผลิตภัณฑ์ การคั่นคว้าการสร้างแนวคิด การวาดแบบร่าง การเลือกวัสดุ คุณลักษณะของผู้จัดการงานออกแบบในฐานะผู้ประสานงานระหว่าง นักออกแบบ นักเทคโนโลยี ธุรกิจ และนักการตลาด ในประเด็นของภาพรวมของงานออกแบบ การสร้างพันธมิตรในหลากหลายสาขาวิชา เน้นนวัตกรรมท้องถิ่น การนำเสนอและกระบวนการพัฒนางานออกแบบและผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย</p>		<p>ยกเลิกรายวิชา</p>
<p>บสส561 การกระจายสินค้าและการให้ใบอนุญาตสากล 3(3-0-6) ศึกษาประเด็นเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา ทั้งภายในและภายนอกประเทศและการเปลี่ยนถ่ายเทคโนโลยี วิเคราะห์ประเด็นด้านกฎหมายและหลักการทำสัญญา กับต่างประเทศ</p>		<p>ยกเลิกรายวิชา</p>

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2566	หมายเหตุ
	<p>บสส511 การจัดตั้งธุรกิจสำหรับธุรกิจ สร้างสรรค์ 3(3-0-6) การจัดตั้งธุรกิจแบบใหม่ หลักการ และแนวคิดกลยุทธ์ทางธุรกิจ นวัตกรรม ห่วงโซ่อุปทาน ความสำคัญของแนวคิด การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน (Environment, Social, and Governance: ESG) ต่อการบริหาร จัดการธุรกิจ ทักษะทางสังคมที่ใช้เพื่อ ปฏิสัมพันธ์กับผู้คน (Soft skills) สำหรับ ธุรกิจสร้างสรรค์และการบริหารจัดการ การขายผลิตภัณฑ์ด้วยทักษะการนำเสนอ</p>	รายวิชาใหม่
	<p>บสส531 การฝึกปฏิบัติด้านเครื่องมือ สำหรับการพัฒนาธุรกิจ 3(1-4-4) การฝึกปฏิบัติการความคิดด้านการจัดตั้ง ธุรกิจ และการจัดทำโครงร่างด้านแบรนด์ และธุรกิจ การใช้โมเดลธุรกิจแคนวาส (Business model canvas) สำหรับแบ รנדส์สร้างสรรค์ การใช้โมเดลเทคโนโลยี แคนวาส (Technology canvas) การใช้ โมเดลผู้ประกอบการแคนวาส (Entrepreneurship canvas)</p>	รายวิชาใหม่
	<p>บสส551 สร้างแบรนด์ด้วยกระแสใหม่ 3(3-0-6) แนวคิด หลักการและทฤษฎีเกี่ยวกับแบ รנדส์ เอกลักษณ์แบรนด์ ภาพลักษณ์ของ แบรนด์ บุคลิกภาพของแบรนด์และการนำ แบรนด์ไปใช้ ตำแหน่งเชิงกลยุทธ์ของ แบรนด์ในธุรกิจสร้างสรรค์</p>	รายวิชาใหม่

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2566	หมายเหตุ
	<p>การสร้างแบรนด์ที่มาจากความคิดสร้างสรรค์</p> <p>การสร้างแบรนด์ที่มาจากเทคโนโลยี การสร้างแบรนด์ที่มาจากความยั่งยืน การประเมินคุณค่าของแบรนด์</p>	
	<p>บสส522 ศิลปะการสื่อสารแบรนด์ 3(2-2-5)</p> <p>การสื่อสารสำหรับการบริหารจัดการธุรกิจ การสื่อสารสำหรับผู้นำสมัยใหม่ การสื่อสารลูกค้าสัมพันธ์ การจัดการประชุมและทีมเสมือน การสื่อสารแบรนด์ต่อสาธารณะ ทักษะและเทคนิค การเล่าเรื่อง การใช้เครื่องมือดิจิทัลสำหรับสื่อสาร เครื่องมือและเทคนิคสำหรับการสื่อสารแบรนด์อย่างมีประสิทธิภาพ การประเมินผลการสื่อสารของแบรนด์</p>	รายวิชาใหม่
	<p>บสส521 มารยาทธุรกิจและการสื่อสาร 3(3-0-6)</p> <p>มารยาทการใช้สื่อสังคม (Social media) การมารยาทโทรศัพท์และจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ในธุรกิจ การแต่งกายสำหรับธุรกิจและอย่างมืออาชีพ การพูดในที่สาธารณะและการจัดการสนทนาที่สร้างความลำบากใจ ความท้าทายจากความหลากหลายวัฒนธรรม การสื่อสารธุรกิจในความหลากหลาย การสื่อสารวัฒนธรรมในธุรกิจสร้างสรรค์</p>	รายวิชาใหม่

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2566	หมายเหตุ
	<p>บสส533 การฝึกปฏิบัติการด้านการสร้าง เครือข่ายชุมชนสำหรับธุรกิจสร้างสรรค์ 2(0-4-1)</p> <p>การฝึกปฏิบัติการของการประยุกต์ ช่องทางสื่อหลากหลายเพื่อที่จะสร้าง เครือข่ายชุมชนในฐานะผู้ประกอบการ การ บริหารจัดการลูกค้าความสัมพันธ์เพื่อเป็น กลยุทธ์ในการสร้างเครือข่าย การประกวด ออกแบบเกมส์และอื่นๆร่วมกับลูกค้าเพื่อ กระชับความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมใน เครือข่ายชุมชน</p>	รายวิชาใหม่
	<p>บสส512 ผู้นำดิจิทัลในธุรกิจสร้างสรรค์ 3(2-2-5)</p> <p>โครงสร้างทางธุรกิจในธุรกิจดิจิทัล กฎเกณฑ์และข้อกำหนดในธุรกิจดิจิทัล หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้นำใน ธุรกิจสร้างสรรค์ การจัดการระบบการ ตรวจสอบแบบย้อนกลับ การสร้างแบรนด์ นำสมัยในธุรกิจ อบรมเชิงปฏิบัติการการ สร้างแบรนด์กับชุมชน อบรมเชิง ปฏิบัติการโครงสร้างธุรกิจกับบล็อกเชน สำหรับธุรกิจสตาร์ทอัพ ฝึกปฏิบัติการ นำเสนอภายในประเทศ</p>	รายวิชาใหม่

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2566	หมายเหตุ
	<p>บสส541 บล็อกเซนสำหรับธุรกิจ สร้างสรรค์ 2(2-0-4) วิวัฒนาการและการปฏิบัติของ เทคโนโลยีบล็อกเซน ระบบนิเวศของ บล็อกเซน ระบบนิเวศและระบบของ บล็อกเซน 3.0 บล็อกเซนกับการแก้ปัญหา ในกลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โครงสร้างพื้นฐานของโลกเสมือนจริงและ การใช้งานตามหลักภูมิศาสตร์ของแต่ละ ประเทศ</p>	รายวิชาใหม่
	<p>บสส542 การตรวจสอบแบบย้อนกลับ สำหรับธุรกิจสร้างสรรค์ 2(2-0-4) บล็อกเซนและการยืนยันข้อมูล การ ตรวจสอบแบบย้อนกลับในระดับห่วงโซ่ อุปทานด้วยบล็อกเซน เครื่องมือที่ใช้ใน การยืนยันข้อมูลจริงสำหรับลูกค้า กรณีศึกษาในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของ การนำไปใช้งานและผลการทดลอง</p>	รายวิชาใหม่
	<p>บสส543 การระดมทุนจากนักลงทุนเอง เจ็ล 2(1-2-3) รอบวงจรธุรกิจและการจัดหาแหล่งเงินทุน นักลงทุนแบบเองเจ็ล การประเมินธุรกิจ และการตัดสินใจในการลงทุน ฝึกปฏิบัติ ในการนำเสนองานเพื่อการระดมทุนตอน เริ่มต้น</p>	รายวิชาใหม่

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2566	หมายเหตุ
	<p>บสส533 การเขียนข้อเสนอธุรกิจเพื่อการพิชชิง (Pitching) 3(2-2-5)</p> <p>การวิเคราะห์ลูกค้าที่มีศักยภาพและกลยุทธ์สำหรับจัดทำข้อเสนอและการพิชชิงให้ประสบความสำเร็จ การพัฒนาคำอธิบายโครงการและวัตถุประสงค์ จัดทำข้อเสนอต้นทุนกำไรและงบประมาณ การจัดเรียงรูปแบบและรูปเล่มข้อเสนอโครงการ และเทคนิคการเขียนและการนำเสนอแบบพิชชิง (pitching)</p>	รายวิชาใหม่
	<p>บสส581 ผู้ประกอบการใหม่ในธุรกิจสร้างสรรค์ 3(0-6-3)</p> <p>การค้นหาแนวคิดใหม่ในการทำธุรกิจ การบ่มเพาะจินตนาการสร้างสรรค์เพื่อหาผลิตภัณฑ์ใหม่หรือบริการใหม่ สร้างธุรกิจหรือองค์กรนวัตกรรม ความรู้และหลักการเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจแบบสตาร์ทอัพ (Startup) การแสวงหาเงินทุนจากนักลงทุนเพื่อการทำธุรกิจด้วยการนำเสนอแบบพิชชิง (Pitching)</p>	รายวิชาใหม่
	<p>บสส582 ผู้ประกอบการใหม่แบบสตาร์ทอัพ (Startup) 3(0-6-3)</p> <p>การนำผลิตภัณฑ์ใหม่หรือบริการใหม่ไปสู่การทำธุรกิจจริงที่ให้กำไร เติบโตและ</p>	รายวิชาใหม่

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2561	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2566	หมายเหตุ
	<p>ยั่งยืนการสร้างธุรกิจหรือจัดตั้งโครงสร้างองค์กร การเรียนรู้ความสำเร็จด้านนวัตกรรมจากผู้รู้จริง แนวทางนวัตกรรมอาชีพจากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จแล้ว การทดสอบต้นแบบและการทดสอบตลาดก่อนนำไปใช้ การแสวงหาเงินทุนจากนักลงทุนนางฟ้า (Angel investors)</p>	
<p>สปท681 สารนิพนธ์ระดับปริญญาโท 6 หน่วยกิต</p> <p>เลือกกรณีศึกษาโดยการใช้ปัญหาจริงที่เกิดขึ้นในองค์กร หรือการนำเสนอปัญหาขององค์กร วิเคราะห์และแก้ไขปัญหา โดยบูรณาการความรู้ด้านการออกแบบ การผลิต การจัดการ เรื่องการจัดการตราสินค้านำเสนอสู่สาธารณะ เพื่อนำเสนอทางออกของการพัฒนาตราสินค้าสร้างสรรค์</p>	<p>สปท682 การค้นคว้าอิสระ 3 หน่วยกิต</p>	