หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการสื่อสารแบรนด์
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยบูรพา

สารบัญ

หน้า

หมวดที่ 1 ชื่อปริญญา ประกาศนียบัตรบัณฑิต ประกาศนียบัตรบัณฑิตขั้นสูง และสาขาวิชา 1

1.1 รหัสและชื่อหลักสูตร 1

1.2 ชื่อปริญญาหรือประกาศนียบัตรบัณฑิตหรือประกาศนียบัตรบัณฑิตขั้นสูง และสาขาวิชา 1

1.3 วิชาเอก (ถ้ามี) 1

1.4 รูปแบบของหลักสูตร 1

1.5 สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร 2

1.6 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร 2

1.7 สถานที่จัดการเรียนการสอน 2

1.8 สถานการณ์ภายในและภายนอกซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญอันส่งผลกระทบหรือความเสี่ยงที่มีต่อหลักสูตร 3

1.9 ความโดดเด่นของหลักสูตร 5

1.10 ความร่วมมือกับสถาบันอื่น/หน่วยงานอื่น (ภาครัฐ ภาคเอกชน หรือชุมชน) 5

1.11 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา 6

1.12 อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา 6

หมวดที่ 2 ปรัชญา วัตถุประสงค์ และผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร 7

2.1 แนวคิดหรือที่มาหรือกระบวนการในการได้มาซึ่งปรัชญา วัตถุประสงค์ ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร 7

2.2 ปรัชญาของหลักสูตร (Curriculum Philosophy) 13

2.3 วัตถุประสงค์ของหลักสูตร (Program Education Objective: PEOs) 14

2.4 ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLOs) 14

2.5 ผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียนรายชั้นปี (Year Learning Outcomes: YLOs) 16

2.6 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์ และผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) 17

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

หมวดที่ 3 โครงสร้างหลักสูตร 18

3.1 ระบบการจัดการศึกษา 18

3.2 การดำเนินการหลักสูตร 18

3.3 รายละเอียดหลักสูตร 19

3.4 คำอธิบายรายวิชา 22

3.5 การเทียบโอนผลการเรียน หน่วยกิต รายวิชา และประสบการณ์ 22

หมวดที่ 4 การจัดกระบวนการเรียนรู้ 23

4.1 การพัฒนาและการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ในแต่ละด้าน 23

4.2 การจัดการเรียนรู้ 31

4.3 ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำงานวิจัย (ถ้ามี) 34

หมวดที่ 5 คณาจารย์ บุคลากร และสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ 37

5.1 คณาจารย์ 37

5.2 บุคลากร 39

5.3 สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ 41

หมวดที่ 6 การรับนิสิตเข้าศึกษาในหลักสูตร 43

6.1 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา 43

6.2 กระบวนการรับเข้าศึกษา 43

6.3 ปัญหาของนิสิตแรกเข้า 43

6.4 กลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา/กลยุทธ์ในการเตรียมความพร้อมของนิสิตแรกเข้า/ข้อจำกัดของนิสิต 44

6.5 แผนการรับนิสิตและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี 45

6.6 งบประมาณตามแผน 45

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

หมวดที่ 7 การประเมินผลการเรียนและเกณฑ์การสำเร็จการศึกษา 46

7.1 กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน (เกรด) 46

7.2 การอุทธรณ์ของนิสิต 46

7.3 การให้ข้อมูลป้อนกลับในการพัฒนานิสิต 47

7.4 การทวนสอบผลลัพธ์การเรียนรู้ 47

7.5 เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร 48

7.6 การเก็บสะสมหน่วยกิตในระบบคลังหน่วยกิต 48

หมวดที่ 8 การพัฒนาคุณภาพหลักสูตร 49

8.1 การกำกับมาตรฐานตามองค์ประกอบที่ 1 50

8.2 การรับรองคุณภาพหลักสูตร 50

8.3 การวางแผนคุณภาพ (Quality Planning: QP) 51

8.4 การรักษาคุณภาพ (Quality Maintenance: QM) 52

8.5 การควบคุมคุณภาพ (Quality Control: QC) 53

8.6 การปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพ (Quality Improvement: QI) 54

8.7 การสื่อสารและเผยแพร่ข้อมูลของหลักสูตรการศึกษาให้ผู้มีส่วนได้เสียได้รับทราบ 56

8.8 การตรวจสอบเพื่อรับรองมาตรฐานหลักสูตรโดยคณะกรรมการมาตรฐาน การอุดมศึกษาตามพระราชบัญญัติการอุดมศึกษา พ.ศ. 2562 56

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

ภาคผนวก

เอกสารแนบหมายเลข 1	คำอธิบายรายวิชา	58
เอกสารแนบหมายเลข 2	ตารางแสดงความสัมพันธ์ของผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) กับรายวิชาในระดับขั้นของการพัฒนาผู้เรียน	64
เอกสารแนบหมายเลข 3	ผลงานทางวิชาการของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร	68
เอกสารแนบหมายเลข 4	คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนา/ปรับปรุงหลักสูตร	74
เอกสารแนบหมายเลข 5	คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตร	75
เอกสารแนบหมายเลข 6	ผลการวิพากษ์หลักสูตรจากคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	76
เอกสารแนบหมายเลข 7	ตารางเปรียบเทียบหลักสูตร (กรณีหลักสูตรปรับปรุง)	79
เอกสารแนบหมายเลข 8	ข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพาว่าด้วยการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2566 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ถ้ามี)	87

หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการสื่อสารแบรนด์
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา

คณะ/ภาควิชา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ภาควิชานิเทศศาสตร์

หมวดที่ 1
ชื่อปริญญา ประกาศนียบัตรบัณฑิต ประกาศนียบัตรบัณฑิตขั้นสูง และสาขาวิชา

1.1 รหัสและชื่อหลักสูตร

รหัส 25520191101191

ภาษาไทย: หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารแบรนด์

ภาษาอังกฤษ: Master of Communication Arts Program in Brand Communication

1.2 ชื่อปริญญาหรือประกาศนียบัตรบัณฑิตหรือประกาศนียบัตรบัณฑิตขั้นสูง และสาขาวิชา

ชื่อปริญญาภาษาไทย: นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (การสื่อสารแบรนด์)

ชื่อปริญญาภาษาอังกฤษ: Master of Communication Arts (Brand Communication)

อักษรย่อภาษาไทย: นศ.ม. (การสื่อสารแบรนด์)

อักษรย่อภาษาอังกฤษ: M.Com.Arts (Brand Communication)

1.3. วิชาเอก (ถ้ามี)

ไม่มี

1.4 รูปแบบของหลักสูตร

☑ **ปริญญาโท**

☑ แผน 1 แบบวิชาการ ศึกษารายวิชาและทำวิทยานิพนธ์

☑ แผน 2 แบบวิชาชีพ

1.5 สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

☑ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569 เปิดสอนภาคการศึกษาต้น ปีการศึกษา 2569
ปรับปรุงจากหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารแบรนด์
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564

☑ สภาวิชาการให้ความเห็นชอบหลักสูตรในการประชุม ครั้งที่ 3/2568
วันที่.....26..... เดือน.....มีนาคม.....พ.ศ. ....2568.....

☐ สภาวิชาชีพ.....เห็นชอบหลักสูตรในการประชุม ครั้งที่ .....
วันที่..... เดือน..... พ.ศ. .....

☑ สภามหาวิทยาลัยให้ความเห็นชอบหลักสูตรในการประชุม ครั้งที่ 4/2568
วันที่.....26..... เดือน.....เมษายน.....พ.ศ. ....2568.....

1.6 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

(1) นางสาวชมพูนุช ปัญญไพโรจน์ เลขประจำตัวประชาชน 3-1020-0054X-XX-X
Ph.D. (Communications) The University of Tennessee, USA พ.ศ. 2545
M.S. (Communications) The University of Tennessee, USA พ.ศ. 2540
ค.ม. (โสตทัศนศึกษา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พ.ศ. 2535
ค.บ. (ภาษาอังกฤษ) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พ.ศ. 2531
ตำแหน่งทางวิชาการ รองศาสตราจารย์

(2) นางสุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์ เลขประจำตัวประชาชน 3-2103-0079-X-XX-X
นศ.ด. (นิเทศศาสตร์) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พ.ศ. 2552
นศ.ม. (นิเทศศาสตรพัฒนาการ) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พ.ศ. 2541
นศ.บ. (การประชาสัมพันธ์) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พ.ศ. 2537
ตำแหน่งทางวิชาการ รองศาสตราจารย์

(3) นางพรรณพิลาศ กุลดิลก เลขประจำตัวประชาชน 1-4004-0001X-XX-X
ปร.ด. (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ พ.ศ. 2561
นศ.ม. (สื่อสารการตลาด) มหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. 2554
ว.บ. (ประชาสัมพันธ์) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พ.ศ. 2549
ตำแหน่งทางวิชาการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์

1.7 สถานที่จัดการเรียนการสอน

☑ ในสถานที่ตั้ง

☐ นอกสถานที่ตั้ง ได้แก่ .....

1.8 สถานการณ์ภายในและภายนอกซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญอันส่งผลกระทบหรือความเสี่ยงที่มีต่อหลักสูตร

บทบาทของสถาบันอุดมศึกษานับเป็นกลไกที่สำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศและสนับสนุนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ให้บรรลุเป้าหมาย เพื่อให้ประเทศมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน และนำไปสู่ประเทศที่พัฒนาภายในปี พ.ศ. 2580 กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรมได้จัดทำ *แผนด้านการอุดมศึกษาเพื่อผลิตและพัฒนากำลังคนของประเทศไทย ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2566–2570*[1] เพื่อยกระดับคุณภาพของระบบอุดมศึกษาให้เกิดการพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ที่จะเป็นปัจจัยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและความยั่งยืนของสังคมไทย โดยกำหนดวิสัยทัศน์ว่า “อุดมศึกษาสร้างคน สร้างปัญญา ปลูกฝังคุณธรรม เพื่อพัฒนาสังคมไทยอย่างยั่งยืน” ผ่าน 3 ยุทธศาสตร์ที่สำคัญ ได้แก่

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาศักยภาพคน โดยเพิ่มสมรรถนะของประชาชนชาวไทยด้วยการให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ตลอดชีวิต

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การส่งเสริมระบบนิเวศวิจัยอุดมศึกษา เพื่อสร้างความเข้มแข็งโครงสร้างพื้นฐานการวิจัยในการพัฒนาองค์ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรม และถ่ายทอดสู่การใช้ประโยชน์ ตลอดจนการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการและการสร้างเครือข่ายความร่วมมือการวิจัยทั้งในและนอกประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การจัดระบบอุดมศึกษาใหม่ เน้นการบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาล พัฒนาสถาบันฯ ตามอัตลักษณ์ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลและระบบฐานข้อมูล และปฏิรูประบบการเงิน

เพื่อตอบโจทย์การพัฒนาประเทศ มหาวิทยาลัยบูรพาในฐานะสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐได้กำหนดทิศทางเชิงยุทธศาสตร์ในการพัฒนาของมหาวิทยาลัยให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศระยะยาวและการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของมหาวิทยาลัย โดยในเล่ม *แผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยบูรพา ปีงบประมาณ พ.ศ. 2568-2571*[2] ได้มีการนำเสนอวิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยมองค์การ และแผนยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยบูรพา ดังนี้

วิสัยทัศน์ (Vision) “ขุมปัญญาตะวันออก” W.E. (Wisdom of the East) BURAPHA หมายถึง การเป็นมหาวิทยาลัยหลักในภาคตะวันออกของประเทศไทยที่เป็นที่พึ่งเพื่อการพัฒนาประเทศแบบมีส่วนร่วมกับทุกภาคส่วนด้วยองค์ความรู้ วิทยาการ และเทคโนโลยีที่ทันสมัย เป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมเป้าหมายในภาคตะวันออก และมีส่วนร่วมในการยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนอย่างยั่งยืน

พันธกิจ (Mission) ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่

(1) ด้านการจัดการศึกษา ดำเนินการจัดการศึกษาอย่างเสมอภาคเท่าเทียม ควบคู่กับการเสริมสร้างเสรีภาพทางวิชาการและการใฝ่เรียนรู้ตลอดชีวิตบนพื้นฐานของหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ

(2) ด้านการวิจัยและบริการวิชาการ สร้างและพัฒนาองค์ความรู้ในศาสตร์แขนงต่าง ๆ และดำเนินการให้บริการทางวิชาการและการถ่ายทอดองค์ความรู้เพื่อการพัฒนาศักยภาพของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน

---

[1] https://www.mhesi.go.th/index.php/news-and-announce-all/pr/announcement-news/8464-2564-2570-2566-2570.html

[2] https://planning.buu.ac.th/content/plan/strategie/แผนยุทธศาสตร์%2068-71.pdf

ตลอดจนสังคมชุมชน ให้สามารถรองรับต่อการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมที่มีความเป็นพลวัตสูงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(3) ด้านการพัฒนาชุมชน ดำเนินการส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมสาธารณะในรูปแบบต่าง ๆ โดยครอบคลุมการทำนุบำรุงศิลปะ วัฒนธรรม ศาสนา และการกีฬา รวมทั้งแสดงบทบาทนำในการพัฒนาสังคมชุมชน และสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง

(4) ด้านบริหารจัดการอย่างมีคุณภาพและมีประสิทธิภาพเพื่อมุ่งสู่ความยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ (Strategic Issue) ของมหาวิทยาลัยบูรพาผ่าน 4 แพลตฟอร์ม ได้แก่

(1) การพัฒนาคนคุณภาพ การพัฒนากำลังคนคุณภาพเพื่อตอบสนองต่อการขยายการลงทุนในเขต EEC และการพัฒนาประเทศ ผ่านระบบการศึกษาตลอดชีวิตที่ได้มาตรฐานสากลตามแนวทางอุปสงค์นำ

(2) การพัฒนาความรู้ผ่านการวิจัยและการสร้างนวัตกรรมเพื่อสร้างโอกาสใหม่ และความพร้อมของประเทศในอนาคต การพัฒนาความรู้ผ่านกระบวนการวิจัยที่มุ่งเน้นการยกระดับคุณภาพ การสร้างองค์ความรู้ การพัฒนาผู้ประกอบการนวัตกรรม และการนำไปใช้ประโยชน์เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม

(3) การพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน การพัฒนาสังคม สิ่งแวดล้อม และการแก้ปัญหาวิกฤต รวมทั้งเป็นตัวอย่างของการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน

(4) การเพิ่มขีดความสามารถองค์กรผ่านการใช้ทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร การพัฒนาความสามารถของบุคลากร การใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ สร้างพันธมิตรและเครือข่ายความร่วมมือที่แข็งแกร่งทั้งในระดับประเทศและนานาชาติ

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ของโลกที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ นโยบายเศรษฐกิจ และการเมืองของแต่ละประเทศต่าง ๆ พบว่ามีความไม่แน่นอนทำให้เกิดระเบียบโลกที่มีดุลอำนาจระบบสองขั้วอำนาจ (bipolar world) สูงขึ้นที่มากำหนดทิศทางของภูมิรัฐศาสตร์การเมืองโลกและระเบียบการเมืองโลก ส่งผลให้เกิดสงครามการค้าและการแข่งขันในการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่าง ๆ โดยเฉพาะประเทศมหาอำนาจที่มุ่งหวังครอบครองความเป็นผู้นำ นอกจากนี้ World Economic Forum (2022) ได้รายงานการเปลี่ยนแปลงและความเสี่ยงของสิ่งแวดล้อมในทศวรรษหน้าตั้งแต่ความล้มเหลวในการดำเนินการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ความแปรปรวนสภาพอากาศแบบสุดขั้ว และความสูญเสียของความหลากหลายทางชีวภาพ[3] เช่นเดียวกับรายงาน Who Cares, Who Does (2021) ที่ทำนายว่า ภายใน พ.ศ. 2572 คาดว่าประชากรโลกมากกว่าร้อยละ 50 จะเปลี่ยนเป็นผู้ตระหนักและใช้สินค้าและบริการที่มีคุณค่าและยั่งยืนในมิติสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม[4] อีกทั้งการทำการตลาดในยุคปัจจุบัน (การตลาด 6.0) ที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาเนื่องจากการพัฒนาทางเทคโนโลยีส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างก้าวกระโดด นักการตลาดและนักสื่อสารแบรนด์มีการนำเทคโนโลยีขั้นสูงโดยเฉพาะปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (big data) เพื่อเข้าใจและทำนายพฤติกรรมผู้บริโภค และนำมาใช้ในการ

[3] https://www.tei.or.th/th/article_detail.php?bid=119

[4] https://www.bangkokbanksme.com/en/5up-know-3-marketing-strategies

ออกแบบแผนรณรงค์การสื่อสารแบรนด์เพื่อสร้างประสบการณ์ให้กับผู้บริโภคอย่างเหมาะสมและโน้มน้าวใจให้เกิดความต้องการสินค้าหรือบริการอย่างมีประสิทธิภาพ[5]

ดังนั้น ภาควิชานิเทศศาสตร์ หน่วยงานภายใต้สังกัดคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จึงได้ปรับปรุงหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารแบรนด์ ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2569 ขึ้น เพื่อตอบสนองการเปลี่ยนแปลงใน *แผนด้านการอุดมศึกษาเพื่อผลิตและพัฒนากำลังคนของประเทศไทย ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2566–2570 แผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยบูรพา ปีงบประมาณ พ.ศ. 2568-2571* และสถานการณ์ของโลกที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจในโลกปัจจุบัน ในการนี้ หลักสูตรฯ ถูกออกแบบให้มุ่งเน้นให้ผู้เรียนพัฒนาความรู้และทักษะของบุคคลทั่วไปให้มีความรู้ความสามารถในการสร้างแบรนด์และการสื่อสารแบรนด์ของตนเองในฐานะผู้ประกอบการหรือผู้ดูแลแบรนด์ของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนอย่างสร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในด้านเทคโนโลยีการสื่อสารและพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งจะเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการส่งมอบคุณค่าของสินค้าและแบรนด์เพื่อการแข่งขันทางธุรกิจในยุคดิจิทัล ขณะเดียวกันหลักสูตรฯ ยังมุ่งส่งเสริมให้ผู้เรียนเห็นคุณค่าในการพัฒนาสมรรถนะการเรียนรู้ตลอดชีวิตของตนเองซึ่งเป็นรากฐานสำคัญที่จะทำให้บุคคลพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง

1.9 ความโดดเด่นของหลักสูตร

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ ได้วิเคราะห์หลักสูตรคู่เทียบที่มีการเปิดสอนในระดับปริญญาโททั้งในประเทศไทยและจากต่างประเทศ โดยวิเคราะห์โครงสร้างหลักสูตร รายวิชาที่เปิดสอน การจัดการเรียนการสอน ตลอดจนหัวข้อวิทยานิพนธ์ที่ได้รับการอนุมัติจากหลักสูตร จำนวนทั้งสิ้น 4 หลักสูตร หลักสูตรคู่เทียบที่เปิดสอนในประเทศไทย ได้แก่ (1) หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการแบรนด์และการตลาด (หลักสูตรภาษาไทย) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และ (2) หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารแบรนด์และการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ หลักสูตรคู่เทียบที่เปิดสอนในต่างประเทศ ได้แก่ (3) Master of Science in Strategic Brand Communication (MS SBC), University of Illinois Urbana-Champaign (4) Master of Science in Integrated Marketing Communications, Northwestern University แนวโน้มสำคัญของหลักสูตรที่เกี่ยวกับแบรนด์ทั้งในและต่างประเทศกำลังปรับตัวในภาพรวม ได้แก่ การก้าวเข้าสู่ดิจิทัล และการให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารในการบริหารจัดการแบรนด์มากขึ้น สำหรับหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569 นี้ ได้พัฒนาต่อยอดเพิ่มเติมจากหลักสูตรเดิมใน พ.ศ. 2564 โดยมีการปรับปรุงรายวิชาให้มีเนื้อหาที่ทันต่อเหตุการณ์และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงทางการตลาด 6.0 และกระบวนการทำงานด้านสื่อสารแบรนด์ในยุคดิจิทัล หลักสูตรฯ มีจุดเด่นในการนำเทคโนโลยีการสื่อสารมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดเจาะลึกพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อการวางแผนรณรงค์การสื่อสารแบรนด์อย่างสร้างสรรค์ ผ่านการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง การจัดกิจกรรมหรือการบรรยายพิเศษจากนักวิชาชีพหรือผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์

[5] https://www.popticles.com/marketing/marketing-6-0/

ตรง รวมถึงการมอบหมายกรณีศึกษา หลักสูตรนี้เน้นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ประกอบการ ผู้ที่ทำงานหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน และบุคคลทั่วไปที่ต้องการนำความรู้และทักษะด้านสื่อสารแบรนด์ไปประยุกต์ในการทำงานสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.10 ความร่วมมือกับสถาบันอื่น/หน่วยงานอื่น (ภาครัฐ ภาคเอกชน หรือชุมชน)

☑ **เป็นหลักสูตรของสถาบันโดยเฉพาะ**

☐ **เป็นหลักสูตรที่ได้รับความร่วมมือสนับสนุนจากสถาบันอื่น/หน่วยงานอื่น**

ชื่อสถาบัน/หน่วยงาน..... ประเทศ.....

(กรณีที่เป็นต่างประเทศ)

รูปแบบของความร่วมมือสนับสนุน.....

- ○ EEC model
- ○ CWIE
- ○ อื่น ๆ (ถ้ามี) ระบุ .....

☐ **เป็นหลักสูตรร่วมกับสถาบันอื่น** *(กรณีที่เป็นต่างประเทศ)*

ชื่อสถาบัน..... ประเทศ.....

รูปแบบของความร่วมมือ

- ○ ร่วมมือกัน โดยมหาวิทยาลัยบูรพา เป็นผู้ให้ปริญญา
- ○ ร่วมมือกัน โดยสถาบันอื่น เป็นผู้ให้ปริญญา
- ○ ร่วมมือกัน โดยผู้ศึกษาอาจได้รับปริญญาจาก 2 สถาบัน (หรือมากกว่า 2 สถาบัน)
- ○ อื่น ๆ (ถ้ามี) ระบุ .....

1.11 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา

- ☑ ให้ปริญญาเพียงสาขาวิชาเดียว
- ☐ ให้ปริญญามากกว่า 1 สาขาวิชา (เช่น ทวิปริญญา)
- ☐ อื่น ๆ (ถ้ามี) ระบุ .....

1.12 อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

อาชีพที่ผู้เรียนสามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารแบรนด์ ได้แก่

(1) ผู้ประกอบการสามารถวางกลยุทธ์การสื่อสารแบรนด์ให้กับธุรกิจตนเอง

(2) นักสื่อสารแบรนด์ที่ทำงานให้กับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน และหน่วยงานไม่แสวงผลกำไร

(3) ผู้มีอาชีพรับจ้างอิสระสามารถวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารแบรนด์และกลยุทธ์สื่อออนไลน์และออฟไลน์ให้กับผู้ว่าจ้างงาน

หมวดที่ 2
ปรัชญา วัตถุประสงค์ และผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร

2.1 แนวคิดหรือที่มาหรือกระบวนการในการได้มาซึ่งปรัชญา วัตถุประสงค์ ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร

จากนโยบายและยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ที่มุ่งเน้นให้สถาบันอุดมศึกษาเป็นกลไกที่สำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศให้มีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน และนำไปสู่ประเทศที่พัฒนาภายในปี พ.ศ. 2580 โดยกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมได้จัดทำ *แผนด้านการอุดมศึกษาเพื่อผลิตและพัฒนากำลังคนของประเทศไทย ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2566–2570* เพื่อยกระดับคุณภาพของระบบอุดมศึกษาให้เกิดการพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ที่จะเป็นปัจจัยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและความยั่งยืนของสังคมไทย โดยกำหนดวิสัยทัศน์ว่า “อุดมศึกษาสร้างคน สร้างปัญญา ปลูกฝังคุณธรรม เพื่อพัฒนาสังคมไทยอย่างยั่งยืน” ผ่าน 3 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ 1) การพัฒนาศักยภาพคนด้วยการให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ตลอดชีวิต 2) การส่งเสริมระบบนิเวศวิจัยอุดมศึกษาให้เข้มแข็งเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรม และถ่ายทอดสู่การใช้ประโยชน์ ความเป็นผู้ประกอบการ และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือการวิจัยทั้งในและนอกประเทศ และ 3) การจัดระบบการบริหารจัดการสถาบันอุดมศึกษาให้เป็นไปตามหลักธรรมาภิบาล พัฒนาสถาบันฯ ตามอัตลักษณ์ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลและระบบฐานข้อมูล และปฏิรูประบบการเงิน

มหาวิทยาลัยบูรพาได้ตอบรับนโยบายภาครัฐด้วยการออกแบบวิสัยทัศน์ พันธกิจ และยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยใน *แผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยบูรพา ปีงบประมาณ พ.ศ. 2568-2571* โดยมุ่งเน้นยุทธศาสตร์ผ่าน 4 แพลตฟอร์ม ได้แก่ 1) การพัฒนาคนคุณภาพ การพัฒนากำลังคนคุณภาพเพื่อตอบสนองต่อการขยายการลงทุนในเขต EEC และการพัฒนาประเทศ ผ่านระบบการศึกษาตลอดชีวิตที่ได้มาตรฐานสากลตามแนวทางอุปสงค์นำ 2) การพัฒนาความรู้ผ่านการวิจัยและการสร้างนวัตกรรมเพื่อสร้างโอกาสใหม่ และความพร้อมของประเทศในอนาคต การพัฒนาความรู้ผ่านกระบวนการวิจัยที่มุ่งเน้นการยกระดับคุณภาพ การสร้างองค์ความรู้ การพัฒนาผู้ประกอบการนวัตกรรม และการนำไปใช้ประโยชน์เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม 3) การพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน การพัฒนาสังคม สิ่งแวดล้อม และการแก้ปัญหาวิกฤต รวมทั้งเป็นตัวอย่างของการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน และ 4) การเพิ่มขีดความสามารถองค์กรผ่านการใช้ทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร การพัฒนาความสามารถของบุคลากร การใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ สร้างพันธมิตรและเครือข่ายความร่วมมือที่แข็งแกร่งทั้งในระดับประเทศและนานาชาติ

นอกจากนี้ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ ได้วิเคราะห์ปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นด้านสภาพสิ่งแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงและมีความเสี่ยงในทศวรรษหน้า ความไม่แน่นอนของนโยบายเศรษฐกิจและการเมืองของแต่ละประเทศที่ส่งผลต่อการจัดระเบียบและภูมิรัฐศาสตร์การเมืองโลก การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคของประชากรโลกที่เน้นการบริโภคเพื่อความยั่งยืน และการทำการตลาดในยุคปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไปพร้อมกับความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีโดยเฉพาะเทคโนโลยีขั้นสูงปัญญาประดิษฐ์ (AI) ถูกทำมาใช้ในการทำงานด้านสื่อสารแบรนด์ตั้งแต่การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (big data) ทางการตลาดเพื่อช่วยในการทำนายพฤติกรรมผู้บริโภค และการสร้างแบรนด์ตั้งแต่การวางแผนกลยุทธ์การสื่อสาร การออกแบบสารและสื่อ ตลอดจนการสร้างประสบการณ์ให้กับผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิผล

รวมทั้งยังคำนึงถึงความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยเฉพาะผู้เรียนและผู้ใช้บัณฑิต จากที่กล่าวมาข้างต้นจึงนำมาสู่การกำหนดปรัชญา วัตถุประสงค์ และผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569

2.1.1 ผลการสำรวจความต้องการและความคาดหวังของผู้เรียนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ ได้สำรวจความต้องการและความคาดหวังของผู้เรียนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ผู้สนใจเข้าศึกษา ศิษย์เก่า ศิษย์ปัจจุบัน และผู้ใช้บัณฑิตของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564 และได้สรุปผลการสำรวจดังตารางด้านล่าง

ชื่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	การรวบรวมข้อมูล			สรุปผลความต้องการและความคาดหวังที่ได้รับจากการรวบรวมข้อมูล	ความสอดคล้องกับ PLO ของหลักสูตร
	วิธีการ	ช่วงเวลา	จำนวนผู้เข้าร่วม		
ข้อกำหนด					
ยุทธศาสตร์ประเทศ (แผนด้านการอุดมศึกษาเพื่อผลิตและพัฒนากำลังคนของประเทศไทย ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2566–2570)	ศึกษาเอกสาร	11/67	-	**ยุทธศาสตร์ที่ 1** การพัฒนาศักยภาพคน โดยเพิ่มสมรรถนะของประชาชนชาวไทยด้วยการให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ตลอดชีวิต	PLO4
				ยุทธศาสตร์ที่ 2 การส่งเสริมระบบนิเวศวิจัยอุดมศึกษาเพื่อสร้างความเข้มแข็งโครงสร้างพื้นฐานการวิจัยในการพัฒนาองค์ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรม และถ่ายทอดสู่การใช้ประโยชน์ ตลอดจนการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการและการสร้างเครือข่ายความร่วมมือการวิจัยทั้งในและนอกประเทศ	PLO1, PLO2, PLO3, PLO4, PLO5, PLO6
แผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยบูรพา ปีงบประมาณ พ.ศ. 2568-2571	ศึกษาเอกสาร	2/68	-	**วิสัยทัศน์** การเป็นมหาวิทยาลัยหลักในภาคตะวันออกของประเทศไทยที่เป็นที่พึ่งเพื่อการพัฒนาประเทศแบบมีส่วนร่วมกับทุกภาคส่วนด้วยองค์ความรู้ วิทยาการ และเทคโนโลยีที่ทันสมัย เป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมเป้าหมายในภาคตะวันออก และมีส่วนร่วมในการยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนอย่างยั่งยืน	PLO1, PLO2, PLO3, PLO4, PLO5, PLO6
				พันธกิจ ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านการจัดการศึกษา ดำเนินการจัดการศึกษาอย่างเสมอภาคเท่าเทียม ควบคู่กับการเสริมสร้างเสรีภาพทางวิชาการและการใฝ่เรียนรู้ตลอดชีวิตบนพื้นฐานของหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ (2) ด้านการวิจัยและบริการวิชาการ สร้างและพัฒนาองค์ความรู้ในศาสตร์แขนงต่าง ๆ และดำเนินการให้บริการทางวิชาการและการถ่ายทอดองค์ความรู้เพื่อการพัฒนาศักยภาพของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ตลอดจนสังคมชุมชน ให้สามารถรองรับต่อการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมที่มีความเป็นพลวัตสูงได้อย่างมีประสิทธิภาพ	PLO1, PLO2, PLO3, PLO4, PLO5, PLO6

ชื่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	การรวบรวมข้อมูล			สรุปผลความต้องการและความคาดหวังที่ได้รับจากการรวบรวมข้อมูล	ความสอดคล้องกับ PLO ของหลักสูตร
	วิธีการ	ช่วงเวลา	จำนวนผู้เข้าร่วม		
แผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยบูรพา ปีงบประมาณ พ.ศ. 2568-2571 (ต่อ)				(3) ด้านการพัฒนาชุมชน ดำเนินการส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมสาธารณะในรูปแบบต่าง ๆ โดยครอบคลุมการทำนุบำรุงศิลปะ วัฒนธรรม ศาสนา และการกีฬา รวมทั้งแสดงบทบาทนำในการพัฒนาสังคมชุมชน และสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง (4) ด้านบริหารจัดการอย่างมีคุณภาพและมีประสิทธิภาพเพื่อมุ่งสู่ความยั่งยืน	
				ยุทธศาสตร์ (Strategic Issue) ของมหาวิทยาลัยบูรพา ผ่าน 4 แพลตฟอร์ม ได้แก่ (1) การพัฒนาคนคุณภาพ การพัฒนากำลังคนคุณภาพเพื่อตอบสนองต่อการขยายการลงทุนในเขต EEC และการพัฒนาประเทศ ผ่านระบบการศึกษาตลอดชีวิตที่ได้มาตรฐานสากลตามแนวทางอุปสงค์นำ (2) การพัฒนาความรู้ผ่านการวิจัยและการสร้างนวัตกรรมเพื่อสร้างโอกาสใหม่ และความพร้อมของประเทศในอนาคต การพัฒนาความรู้ผ่านกระบวนการวิจัยที่มุ่งเน้นการยกระดับคุณภาพ การสร้างองค์ความรู้ การพัฒนาผู้ประกอบการนวัตกรรม และการนำไปใช้ประโยชน์เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม (3) การพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน การพัฒนาสังคม สิ่งแวดล้อม และการแก้ปัญหาวิกฤต รวมทั้งเป็นตัวอย่างของการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน (4) การเพิ่มขีดความสามารถองค์กรผ่านการใช้ทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร การพัฒนาความสามารถของบุคลากร การใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ สร้างพันธมิตรและเครือข่ายความร่วมมือที่แข็งแกร่งทั้งในระดับประเทศและนานาชาติ	PLO1, PLO2, PLO3, PLO4
เกณฑ์มาตรฐานคุณวุฒิ	ศึกษาเอกสาร	11/67	-	มีความรู้ด้านการตลาด การสร้างแบรนด์ การสื่อสารแบรนด์ และการวางแผนแคมเปญการสื่อสาร	PLO1, PLO2, PLO3

ชื่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	การรวบรวมข้อมูล			สรุปผลความต้องการและความคาดหวังที่ได้รับจากการรวบรวมข้อมูล	ความสอดคล้องกับ PLO ของหลักสูตร
	วิธีการ	ช่วงเวลา	จำนวนผู้เข้าร่วม		
ทักษะของอาชีพหรือตำแหน่งงาน (ระบุสมรรถนะของอาชีพ)	การสัมภาษณ์เชิงลึกจากงานวิจัยเชิงคุณภาพเรื่อง *ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารแบรนด์* (ผู้วิจัย: ญาธิดา บุญญา, 2568[6] ได้รับทุนวิจัยและอยู่ระหว่างการดำเนินการ)	6-8/2567	12 คน	**ความคาดหวังสมรรถนะของนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารแบรนด์** - มีความรู้ความเข้าใจแนวคิดด้านการตลาด การสร้างแบรนด์ การสื่อสารแบรนด์ และการวางแผนแคมเปญการสื่อสาร - มีความรู้ความสามารถในการติดตามแนวโน้มใหม่ด้านเทคโนโลยีการสื่อสารและการสื่อสารแบรนด์ในระดับท้องถิ่นและสากล - มีทักษะการใช้เครื่องมือการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลและเทคโนโลยี AI - มีความสามารถในการออกแบบวิจัยที่ตอบโจทย์องค์กรและชุมชน รวมถึงการสร้างภาคีเครือข่ายในการวิจัย - มีจริยธรรมและความรับผิดชอบทางวิชาการ - มีทักษะการคิดสร้างสรรค์และการคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ - มีทักษะการทำงานเป็นทีม การให้บริการลูกค้า และการประสานงาน - มีความสามารถในการสื่อสารทางธุรกิจและการนำเสนอขายงาน	PLO1, PLO2, PLO3, PLO4, PLO5, PLO6
ความต้องการและความคาดหวัง					
ผู้สนใจเข้าศึกษา	แบบสอบถามจากงานวิจัยเชิงสำรวจเรื่อง *สถานภาพและการตระหนักรู้ความจำเป็นของความรู้ด้านสื่อสารแบรนด์ และ*	2-3/2566	400 คน	**การตระหนักรู้ความจำเป็นของความรู้ด้านสื่อสารแบรนด์** การตระหนักรู้ความจำเป็นของความรู้ด้านสื่อสารแบรนด์ของกลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 4.49 จาก 5	PLO1, PLO2, PLO3, PLO4, PLO5,

[6] ญาธิดา บุญญา. (2568). *งานวิจัยเรื่อง ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารแบรนด์*. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา (อยู่ระหว่างการดำเนินการ).

ชื่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	การรวบรวมข้อมูล			สรุปผลความต้องการและความคาดหวังที่ได้รับจากการรวบรวมข้อมูล	ความสอดคล้องกับ PLO ของหลักสูตร
	วิธีการ	ช่วงเวลา	จำนวนผู้เข้าร่วม		
	แรงจูงใจในการศึกษาต่อหลักสูตรปริญญาโทด้านสื่อสารแบรนด์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยบูรพา (ผู้วิจัย: ญาธิดา บุญญา, 2566)[7]			<u>การตระหนักรู้ความจำเป็นของความรู้ด้านสื่อสารแบรนด์ 5 อันดับแรก</u> <u>อันดับที่ 1</u> ผู้ประกอบการในยุคปัจจุบันต้องมีความรู้ด้านสื่อสารแบรนด์เพื่อแข่งขันกับคู่แข่งขันในตลาด (=4.61) <u>อันดับที่ 2</u> ความรู้ด้านสื่อสารแบรนด์ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างกลยุทธ์การสื่อสารกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ (=4.59) <u>อันดับที่ 3</u> ความรู้ด้านสื่อสารแบรนด์ช่วยให้ผู้ประกอบการเขียนคอนเทนต์ดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมายและเลือกช่องทางการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ (=4.53) <u>อันดับที่ 4</u> ความรู้ในการสร้างแบรนด์ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถทำโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ (=4.51) <u>อันดับที่ 5</u> ความรู้ด้านสื่อสารแบรนด์ช่วยให้ผู้ประกอบการทำงานการตลาดได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น (=4.50)	PLO6
ศิษย์เก่า	การสัมภาษณ์เชิงลึกจากงานวิจัยเชิงคุณภาพเรื่อง *ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารแบรนด์* (ผู้วิจัย: ญาธิดา บุญญา, 2568[8] ได้รับทุนวิจัยและ	6-8/2567	11 คน	- มีความสามารถในการสร้างแบรนด์ - มีความสามารถนำความรู้การสื่อสารแบรนด์ไปใช้ในการทำงานจริง	PLO1, PLO2, PLO4, PLO5
ศิษย์ปัจจุบัน			11 คน	- ได้รับความรู้และประสบการณ์ด้านการสื่อสารแบรนด์ และนำไปใช้ในการทำงานจริง	PLO1, PLO2, PLO4, PLO5

[7] ญาธิดา บุญญา. (2566). *รายงานวิจัยเรื่อง สถานภาพและการตระหนักรู้ความจำเป็นของความรู้ด้านสื่อสารแบรนด์ และแรงจูงใจในการศึกษาต่อหลักสูตรปริญญาโทด้านสื่อสารแบรนด์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยบูรพา*. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

[8] ญาธิดา บุญญา, (2568), เรื่องเดิม.

ชื่อกลุ่ม ผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย	การรวบรวมข้อมูล			สรุปผลความต้องการ และความคาดหวัง ที่ได้รับจากการรวบรวมข้อมูล	ความสอดคล้องกับ PLO ของหลักสูตร
	วิธีการ	ช่วงเวลา	จำนวนผู้เข้าร่วม		
	อยู่ระหว่างการดำเนินการ)			- มีความสามารถในการสร้างแบรนด์ของตัวเองเพื่อหารายได้เสริม	
ผู้ใช้บัณฑิต (ประเภทองค์กร) - บ.คาสสินี่ กรุ๊ป จำกัด - รพ.สมิติเวช ชลบุรี - บ. อาร์ดับบลิวพี จำกัด			8 คน	**ความคาดหวังสมรรถนะของนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารแบรนด์** - มีทักษะการสื่อสารและการใช้เครื่องมือการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลและเทคโนโลยี AI - มีความรู้การตลาด กลยุทธ์การตลาด การสื่อสารแบรนด์ และการสร้างแบรนด์ - มีทักษะการคิดสร้างสรรค์	PLO1, PLO2, PLO3, PLO4, PLO5, PLO6

ชื่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	การรวบรวมข้อมูล			สรุปผลความต้องการและความคาดหวังที่ได้รับจากการรวบรวมข้อมูล	ความสอดคล้องกับ PLO ของหลักสูตร
	วิธีการ	ช่วงเวลา	จำนวนผู้เข้าร่วม		
- บ. เฌอชม จำกัด - บ. เอไอเอ จำกัด - บ.น้ำมันอพอลโล (ไทย) จำกัด - คณะกรรมาธิการการป้องกันปราบปรามการฟอกเงินและยาเสพติด, สนง. เลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร - คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์				- มีความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ - มีปฏิภาณไหวพริบแก้ปัญหา - มีทักษะการทำงานเป็นทีม - มีทักษะในการให้บริการลูกค้าและการประสานงาน - มีความสามารถในการวางแผนแคมเปญการสื่อสาร และการนำเสนอขายงาน	
ผู้ใช้บัณฑิต (เจ้าของกิจการ) - เจ้าของโรงงานจิระนันท์ น้ำแข็งหลอด - เจ้าของร้านกาแฟ Coff Crazy			2 คน	**ความคาดหวังสมรรถนะของนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารแบรนด์** - มีความรู้ด้านการสื่อสารแบรนด์ - มีทักษะการแก้ไขปัญหา - มีทักษะการให้บริการลูกค้าและการประสานงาน - มีความสามารถใช้เทคโนโลยีใหม่มาประยุกต์ใช้ในงานสื่อสารแบรนด์	PLO1, PLO2, PLO3, PLO4, PLO5, PLO6

2.1.2 ผลการประเมินหลักสูตรที่ผ่านมา (กรณีหลักสูตรปรับปรุง)

จากการตรวจประเมินคุณภาพการศึกษาภายในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารแบรนด์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ประจำปีการศึกษา 2565 คณะกรรมการการตรวจประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน ระดับหลักสูตร ได้สรุปผลการประเมินดังนี้ (ดังตารางแสดงผลการประเมินคุณภาพการศึกษาภายในระดับหลักสูตร ปีการศึกษา 2564-2566 ของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564)

จุดแข็งของหลักสูตรฯ หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564 มีความโดดเด่นและเป็นหลักสูตรที่เน้นการสื่อสารแบรนด์แห่งเดียวในประเทศไทย จำนวนคณาจารย์มีเพียงพอกับจำนวนนิสิตและคณาจารย์มีความรู้ความสามารถทางวิชาการสูง มีการนำความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาใช้ในการออกแบบหลักสูตร PLOs รายวิชาทันสมัยและมีการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับ

สถานการณ์ปัจจุบัน มีการนำกรณีศึกษามาอภิปรายกับผู้เรียนเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แบบตกผลึกจนผู้เรียนสามารถสรุปองค์ความรู้ได้ด้วยตนเอง นอกจากนี้หลักสูตรฯ ยังเน้นให้ผู้เรียนนำความรู้ทางทฤษฎีสู่การปฏิบัติด้วยการลงพื้นที่จริง

จุดที่ควรพัฒนา คณะกรรมการการตรวจประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน ระดับหลักสูตร ได้แนะนำให้ทางหลักสูตรฯ เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับหลักสูตรฯ และการรับสมัครบุคคลทั่วไปเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรฯ ให้มากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการจะประกอบธุรกิจส่วนตัวและต้องการสร้างแบรนด์ของตนเอง นอกจากนี้ หลักสูตรฯ ควรสำรวจความต้องการหัวข้อวิทยานิพนธ์หรืองานนิพนธ์จากศิษย์เก่าหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อนำข้อมูลมากำหนดทิศทางการทำวิจัยของหลักสูตรฯ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียนมากขึ้น นอกจากนี้ คณะกรรมการฯ ยังแนะนำการประเมินผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนว่าบรรลุ PLOs ของหลักสูตรด้วยการวัดผลทางตรงจากข้อมูลเชิงประจักษ์ในแต่ละวิชา

ตารางแสดงผลการประเมินคุณภาพการศึกษาภายในระดับหลักสูตร ปีการศึกษา 2564-2566 ของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564

ตัวบ่งชี้ (Indicators)	ผลการประเมิน		
	ปีการศึกษา 2564	ปีการศึกษา 2565	ปีการศึกษา* 2566
AUN-QA 1 Expected Learning Outcomes	4	4	-
AUN-QA 2 Programme Structure and Content	4	4	-
AUN-QA 3 Teaching and Learning Approach	4	5	-
AUN-QA 4 Student Assessment	4	4	-
AUN-QA 5 Academic Staff	4	5	-
AUN-QA 6 Student Support Services	4	4	-
AUN-QA 7 Facilities and Infrastructure	4	4	-
AUN-QA 8 Output and Outcomes	4	4	-
Overall Verdict	4	4	-

ที่มา: รายงานผลการตรวจประเมินคุณภาพการศึกษาภายในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารแบรนด์ ประจำปีการศึกษา 2564 - 2566 โดยคณะกรรมการตรวจประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน

* ปีการศึกษา 2566 หลักสูตรฯ ตรวจประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน ระดับหลักสูตร เฉพาะองค์ประกอบที่ 1 การกำกับมาตรฐาน ของ สป.อว. (โดยยกเว้นการตรวจประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน ตามเกณฑ์ AUN-QA)

นอกจากนี้ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ ได้ทบทวนเอกสารเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ประเทศ แผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยบูรพา เกณฑ์มาตรฐานคุณวุฒิ ทักษะของอาชีพหรือตำแหน่งงาน ความต้องการและความคาดหวังของผู้สนใจเข้าศึกษาต่อ ศิษย์เก่า ศิษย์ปัจจุบัน และผู้ใช้บัณฑิตหลักสูตรฯ และผลการประเมินคุณภาพการศึกษาภายในระดับหลักสูตร ของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ประจำปีการศึกษา

2564 - 2566 จึงได้มาซึ่งปรัชญา วัตถุประสงค์ และผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร ที่ตอบสนองต่อนโยบายและยุทธศาสตร์และการพัฒนากำลังพลของประเทศ และพันธกิจและยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยบูรพา

2.2 ปรัชญาของหลักสูตร (Curriculum Philosophy)

พัฒนามหาบัณฑิตด้านนิเทศศาสตร์ สาขาวิชาการสื่อสารแบรนด์ด้วยกระบวนการเรียนรู้ควบคู่การฝึกปฏิบัติจริง เพื่อให้สามารถคิดวิเคราะห์ได้อย่างเป็นระบบและสร้างสรรค์เพื่องานด้านสื่อสารแบรนด์ มีทักษะในการสื่อสารเชิงธุรกิจ นำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความรู้ที่จำเป็นและเพียงพอต่อการนำไปต่อยอดและเชื่อมโยงความรู้ใหม่เพื่อการค้นพบ และสร้างสิ่งใหม่ให้เป็นที่ยอมรับในศาสตร์ด้านการสื่อสารแบรนด์ให้กับวงการวิชาการและวิชาชีพอย่างมีจริยธรรมและมีความรับผิดชอบ เพื่อความยั่งยืนให้กับแบรนด์ ชุมชน และสังคมโดยรวม รวมทั้งเป็นผู้ที่มีทักษะเรียนรู้ตลอดชีวิต

2.3 วัตถุประสงค์ของหลักสูตร (Program Education Objective: PEOs)

เมื่อสิ้นสุดการเรียนการสอนตามหลักสูตรฯ นี้แล้ว มหาบัณฑิตจะมีสมรรถนะดังนี้

(1) มีความรู้ในศาสตร์ด้านการสร้างแบรนด์ การสื่อสารแบรนด์ และเครื่องมือการสื่อสารแบรนด์ในยุคดิจิทัล ทักษะการทำวิจัยตลอดจนสามารถวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบเพื่อนำไปต่อยอดความรู้ทางวิชาการและไปประยุกต์ใช้ในการทำงานของผู้ประกอบการธุรกิจอย่างสร้างสรรค์

(2) มีทักษะการเป็นผู้ประกอบการและทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตเพื่อนำไปใช้ในการทำงานด้านการสื่อสารแบรนด์เพื่อความยั่งยืน

(3) มีความรับผิดชอบต่อบทบาทและหน้าที่ของตนเองในสังคมและสามารถทำงานกับผู้คนที่มีความแตกต่างทางความคิด วัฒนธรรม และค่านิยมอย่างมีคุณธรรมและจริยธรรม

(4) มีทักษะการสื่อสารเพื่อการนำเสนอและเจรจาต่อรองทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิผล

2.4 ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLOs)

2.4.1 ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLOs)

ระดับปริญญาโท

แผน 1 แบบวิชาการ ศึกษารายวิชาและทำวิทยานิพนธ์

PLO1 ประยุกต์แนวคิดการสร้างแบรนด์ การสื่อสารแบรนด์ และเครื่องมือการสื่อสารแบรนด์ในยุคดิจิทัล เพื่อนำไปใช้ในงานสื่อสารแบรนด์สำหรับผู้ประกอบการ

PLO2 มีทักษะในการทำวิทยานิพนธ์ด้านการสื่อสารแบรนด์ตามหลักจริยธรรมการวิจัย เพื่อสร้างนวัตกรรมและต่อยอดความรู้ทางวิชาการ รวมทั้งเผยแพร่ผลงานวิชาการสู่สาธารณชน

PLO3 สร้างสรรค์แผนรณรงค์การสื่อสารแบรนด์สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจอย่างเป็นระบบและมีจริยธรรม

PLO4 สามารถค้นหา คัดเลือก และวิเคราะห์ข้อมูลผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์อย่างเป็นระบบเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงาน

PLO5 สามารถนำเสนอและเจรจาต่อรองทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิผล

PLO6 แสดงพฤติกรรมที่สะท้อนความสามารถในการสื่อสารและการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีเพื่อการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิผล

แผน 2 แบบวิชาชีพ

PLO1 ประยุกต์แนวคิดการสร้างแบรนด์ การสื่อสารแบรนด์ และเครื่องมือการสื่อสารแบรนด์ในยุคดิจิทัล เพื่อนำไปใช้ในงานสื่อสารแบรนด์สำหรับผู้ประกอบการ

PLO2 มีทักษะในการทำงานนิพนธ์ตามหลักจริยธรรมการวิจัยเพื่อประยุกต์ใช้ในการทำงานของผู้ประกอบการธุรกิจหรือธุรกิจของตนเอง

PLO3 สร้างสรรค์แผนรณรงค์การสื่อสารแบรนด์สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจอย่างเป็นระบบและมีจริยธรรม

PLO4 สามารถค้นหา คัดเลือก และวิเคราะห์ข้อมูลผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์อย่างเป็นระบบเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงาน

PLO5 สามารถนำเสนอและเจรจาต่อรองทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิผล

PLO6 แสดงพฤติกรรมที่สะท้อนความสามารถในการสื่อสารและการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีเพื่อการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิผล

ตารางแสดงความเชื่อมโยงระหว่างผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)

แผน 1 แบบวิชาการ ศึกษารายวิชาและทำวิทยานิพนธ์

PLOs	ผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา			
	ความรู้	ทักษะ	จริยธรรม	ลักษณะบุคคล
PLO1	√			
PLO2	√	√	√	
PLO3	√	√	√	
PLO4		√		√
PLO5		√		√
PLO6		√		√

แผน 2 แบบวิชาชีพ

PLOs	ผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา			
	ความรู้	ทักษะ	จริยธรรม	ลักษณะบุคคล
PLO1	√			
PLO2	√	√	√	
PLO3	√	√	√	

PLOs	ผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา			
	ความรู้	ทักษะ	จริยธรรม	ลักษณะบุคคล
PLO4		√		√
PLO5		√		√
PLO6		√		√

2.4.2 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) กับรายวิชาในระดับขั้นของการพัฒนาผู้เรียน

เอกสารแนบหมายเลข 2

2.5 ผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียนรายชั้นปี (Year Learning Outcomes: YLOs)

แผน 1 แบบวิชาการ ศึกษารายวิชาและทำวิทยานิพนธ์

ผลลัพธ์การเรียนรู้รายชั้นปี	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร					
	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
YLO1 นิสิตสามารถอธิบายแนวคิดการสร้างแบรนด์ การสื่อสารแบรนด์ และเครื่องมือการสื่อสารแบรนด์ในยุคดิจิทัล เจาะลึกพฤติกรรมผู้บริโภคผ่านกระบวนการวิจัย สามารถค้นหา คัดเลือก และคิดวิเคราะห์ข้อมูลผ่านทางเทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์อย่างเป็นระบบ รวมทั้งมีทักษะการสื่อสารเชิงสังคมและธุรกิจอย่างมีคุณธรรมและจริยธรรม	√	-	-	√	√	√
YLO2 นิสิตสามารถพัฒนาแผนรณรงค์การสื่อสารแบรนด์สำหรับผู้ประกอบการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านการคิดวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบและสร้างสรรค์ มีการใช้ทักษะการสื่อสารเพื่อการนำเสนอขายงานและเจรจาทางธุรกิจอย่างมีประสิทธิผล และมีทักษะการทำวิทยานิพนธ์ด้านสื่อสารแบรนด์อย่างมีจริยธรรม การวิจัย เพื่อความรู้ที่จำเป็นต่อการนำไปปฏิบัติ ต่อยอด และเชื่อมโยงความรู้ใหม่ให้เป็นที่ยอมรับในแวดวงวิชาการ และเผยแพร่ผลงานวิชาการสู่สาธารณชน รวมทั้งมีความรับผิดชอบเพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับแบรนด์ ชุมชน และสังคมโดยรวม	√	√	√	√	√	√

แผน 2 แบบวิชาชีพ

ผลลัพธ์การเรียนรู้รายชั้นปี	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร					
	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
YLO1 นิสิตสามารถอธิบายแนวคิดการสร้างแบรนด์ การสื่อสารแบรนด์ และเครื่องมือการสื่อสารแบรนด์ในยุคดิจิทัล เจาะลึกพฤติกรรมผู้บริโภคผ่านกระบวนการวิจัย สามารถค้นหา คัดเลือก และคิดวิเคราะห์ข้อมูลผ่านทางเทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์อย่างเป็นระบบ รวมทั้งมีทักษะการสื่อสารเชิงสังคมและธุรกิจอย่างมีคุณธรรมและจริยธรรม	√	-	-	√	√	√
YLO2 นิสิตสามารถพัฒนาแผนรณรงค์การสื่อสารแบรนด์สำหรับผู้ประกอบการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านการคิดวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบและสร้างสรรค์ มีการใช้ทักษะการสื่อสารเพื่อการนำเสนอขายงานและเจรจาทางธุรกิจอย่างมีประสิทธิผล และมีทักษะการทำงานนิพนธ์ด้านสื่อสารแบรนด์อย่างมีจริยธรรม การวิจัย เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานของผู้ประกอบการธุรกิจอย่างมีคุณธรรมและจริยธรรม รวมทั้งมีความรับผิดชอบเพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับแบรนด์ ชุมชน และสังคมโดยรวม	√	√	√	√	√	√

2.6 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์ และผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)

วัตถุประสงค์	ผลลัพธ์การเรียนรู้					
	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
(1) มีความรู้ในศาสตร์ด้านการสร้างแบรนด์ การสื่อสารแบรนด์ และเครื่องมือการสื่อสารแบรนด์ในยุคดิจิทัล ทักษะการทำวิจัย ตลอดจนสามารถวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบเพื่อนำไปต่อยอดความรู้ทางวิชาการและไปประยุกต์ใช้ในการทำงานของผู้ประกอบการธุรกิจอย่างสร้างสรรค์	√	√	√			
(2) มีทักษะการเป็นผู้ประกอบการและทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อนำไปใช้ในการทำงานด้านการสื่อสารแบรนด์เพื่อความยั่งยืน		√		√		
(3) มีความรับผิดชอบต่อบทบาทและหน้าที่ของตนเองในสังคมและสามารถทำงานกับผู้คนที่มีความแตกต่างทางความคิด วัฒนธรรม และค่านิยมอย่างมีคุณธรรมและจริยธรรม		√	√			√
(4) มีทักษะการสื่อสารเพื่อการนำเสนอและเจรจาต่อรองทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิผล					√	

หมวดที่ 3
โครงสร้างหลักสูตร

3.1 ระบบการจัดการศึกษา

☑ ระบบทวิภาค โดย 1 ปีการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ภาคการศึกษาปกติ
และ 1 ภาคการศึกษาปกติมีระยะเวลาการศึกษา ไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์

☐ ระบบทวิภาค (นานาชาติ) โดย 1 ปีการศึกษา แบ่งออกเป็น 2 ภาคการศึกษาปกติ
และ 1 ภาคการศึกษาปกติมีระยะเวลาการศึกษา ไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์

☐ ระบบชุดวิชาหรือโมดูล (Module)

☐ ระบบการศึกษานอกระบบแบบคลังหน่วยกิต (Credit Bank)

☐ ระบบพหุวิทยาการหรือสหวิทยาการ

☐ ระบบอื่น ๆ (ถ้ามี) ระบุ.....

3.2 การดำเนินการหลักสูตร

3.2.1 วัน-เวลาดำเนินการ

☐ วัน – เวลาราชการปกติ

☑ นอกวัน – เวลาราชการ (ระบุ) วันเสาร์–อาทิตย์ เวลา 09.00–17.00 น.
ภาคการศึกษาต้น เดือน มิถุนายน ถึง พฤศจิกายน
ภาคการศึกษาปลาย เดือน พฤศจิกายน ถึง เมษายน

3.2.2 รูปแบบการจัดการศึกษา

☑ แบบชั้นเรียน

☐ แบบทางไกลผ่านสื่อสิ่งพิมพ์เป็นหลัก

☐ แบบทางไกลผ่านสื่อแพร่ภาพและเสียงเป็นสื่อหลัก

☐ แบบทางไกลทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นสื่อหลัก (E-learning)

☐ แบบทางไกลทางอินเทอร์เน็ต

☐ อื่นๆ (ระบุ)

3.2.3 ภาษาที่ใช้

☑ หลักสูตรจัดการศึกษาเป็นภาษาไทย

☐ หลักสูตรจัดการศึกษาเป็นภาษาต่างประเทศ (*ระบุ*.....)

☐ หลักสูตรจัดการศึกษาเป็นภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ (*ระบุ*.....)

3.3 รายละเอียดหลักสูตร

3.3.1 จำนวนหน่วยกิต รวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 36 **หน่วยกิต**

ระดับปริญญาโท

แผน 1 แบบวิชาการ ศึกษารายวิชาและทำวิทยานิพนธ์	**ไม่น้อยกว่า**	36	**หน่วยกิต**
แผน 2 แบบวิชาชีพ	**ไม่น้อยกว่า**	36	**หน่วยกิต**

3.3.2 โครงสร้างหลักสูตร

ระดับปริญญาโท

(1) แผน 1 แบบวิชาการ ศึกษารายวิชาและทำวิทยานิพนธ์

หมวดวิชาบังคับ	15	หน่วยกิต
หมวดวิชาเลือก ไม่น้อยกว่า	9	หน่วยกิต
หมวดวิชาวิทยานิพนธ์	12	หน่วยกิต

(2) แผน 2 แบบวิชาชีพ

หมวดวิชาบังคับ	15	หน่วยกิต
หมวดวิชาเลือก ไม่น้อยกว่า	15	หน่วยกิต
หมวดวิชางานนิพนธ์	6	หน่วยกิต

3.3.3 รายวิชา

แผน 1 แบบวิชาการ ศึกษารายวิชาและทำวิทยานิพนธ์

หมวดวิชาบังคับ		**15 หน่วยกิต**
20251169	หลักการสื่อสารแบรนด์ Brand Communication Principles	3(3-0-6)
20256169	การเจาะลึกจิตใจผู้บริโภคในยุคดิจิทัล Consumer Insights in Digital Age	3(3-0-6)
20256269	ภูมิทัศน์สื่อและกลยุทธ์การวางแผนสื่อ Media Landscape and Media Planning Strategy	3(2-2-5)
20255169	ระเบียบวิธีวิจัยเพื่อการสื่อสารแบรนด์ Research Methodology for Brand Communication	3(2-2-5)
20266369	กลยุทธ์การรณรงค์การสื่อสารแบรนด์ Brand Communication Campaign Strategy	3(2-2-5)

หมวดวิชาเลือก	**ไม่น้อยกว่า**	**9 หน่วยกิต**
20252169	การวิเคราะห์ข้อมูลและการทำข้อมูลให้เป็นภาพ Data Analytics and Data Visualization	3(2-2-5)
20262269	การสร้างสรรค์แนวคิดเพื่องานสื่อสารแบรนด์ Creative Idea Generation for Brand Communication	3(2-2-5)

20256469	การจัดการแบรนด์ในภาวะวิกฤติ Brand Management in Crisis	3(2-2-5)

20266569	การจัดการชื่อเสียงของแบรนด์ Brand Reputation Management	3(3-0-6)
20266669	การจัดการแบรนด์ Brand Management	3(3-0-6)
20262369	การนำเสนอขายงานในธุรกิจการสื่อสารแบรนด์ Pitching in Brand Communication Business	3(2-2-5)
20268169	กฎหมายและจริยธรรมสำหรับการสื่อสารแบรนด์ Laws and Ethics in Brand Communication	3(3-0-6)
20266769	หัวข้อเลือกสรรสำหรับการสื่อสารแบรนด์ Selected Topics in Brand Communication	3(3-0-6)

หมวดวิชาวิทยานิพนธ์		**12 หน่วยกิต**
20269969 (1)	วิทยานิพนธ์ 1 Thesis 1	6(0-0-18)
20269969 (2)	วิทยานิพนธ์ 2 Thesis 2	6(0-0-18)

แผน 2 แบบวิชาชีพ

หมวดวิชาบังคับ		**15 หน่วยกิต**
20251169	หลักการสื่อสารแบรนด์ Brand Communication Principles	3(3-0-6)
20256169	การเจาะลึกจิตใจผู้บริโภคในยุคดิจิทัล Consumer Insights in Digital Age	3(3-0-6)
20256269	ภูมิทัศน์สื่อและกลยุทธ์การวางแผนสื่อ Media Landscape and Media Planning Strategy	3(2-2-5)
20255169	ระเบียบวิธีวิจัยเพื่อการสื่อสารแบรนด์ Research Methodology for Brand Communication	3(2-2-5)
20266369	กลยุทธ์การรณรงค์การสื่อสารแบรนด์ Brand Communication Campaign Strategy	3(2-2-5)

หมวดวิชาเลือก	**ไม่น้อยกว่า**	**15 หน่วยกิต**
20252169	การวิเคราะห์ข้อมูลและการทำข้อมูลให้เป็นภาพ Data Analytics and Data Visualization	3(2-2-5)

20262269	การสร้างสรรค์แนวคิดเพื่องานสื่อสารแบรนด์ Creative Idea Generation for Brand Communication	3(2-2-5)
20256469	การจัดการแบรนด์ในภาวะวิกฤติ Brand Management in Crisis	3(2-2-5)

20266569	การจัดการชื่อเสียงของแบรนด์ Brand Reputation Management	3(3-0-6)
20266669	การจัดการแบรนด์ Brand Management	3(3-0-6)
20262369	การนำเสนอขายงานในธุรกิจการสื่อสารแบรนด์ Pitching in Brand Communication Business	3(2-2-5)
20268169	กฎหมายและจริยธรรมสำหรับการสื่อสารแบรนด์ Laws and Ethics in Brand Communication	3(3-0-6)
20266769	หัวข้อเลือกสรรสำหรับการสื่อสารแบรนด์ Selected Topics in Brand Communication	3(3-0-6)

หมวดวิชางานนิพนธ์ **6 หน่วยกิต**

20269869	งานนิพนธ์ Independent Study	6(0-0-18)

ความหมายของรหัสวิชา

เลขรหัส 3 หลักแรก	หมายถึง	เลขรหัสวิชาของส่วนงาน
เลขรหัสหลักที่ 4	หมายถึง	ชั้นปีที่เปิดสอน
เลขรหัสหลักที่ 5	หมายถึง	กลุ่มวิชา ดังนี้
เลข 1	หมายถึง	วิชาพื้นฐาน
เลข 2-3	หมายถึง	การวิเคราะห์และทักษะการคิด เขียน พูด อ่าน
เลข 4	หมายถึง	เทคโนโลยี
เลข 5	หมายถึง	สถิติ วิจัย สัมมนา ฝึกงาน
เลข 6-7	หมายถึง	การสื่อสาร การบริหารจัดการ การใช้สื่อและกิจกรรม
เลข 8	หมายถึง	กฎหมาย จรรยาบรรณ
เลข 9	หมายถึง	วิทยานิพนธ์/งานนิพนธ์
เลขรหัสหลักที่ 6	หมายถึง	ลำดับของรายวิชาในกลุ่มวิชา
เลขรหัสหลักที่ 7-8	หมายถึง	ปีที่สร้างรายวิชา

3.3.4 ความสัมพันธ์กับหลักสูตรอื่นที่เปิดสอนในคณะ/ภาควิชาอื่นของมหาวิทยาลัย

(1) รายวิชาที่เปิดสอนโดยคณะ/ภาควิชา/หลักสูตรอื่น

ไม่มี

(2) รายวิชาที่เปิดสอนให้คณะ/ภาควิชา/หลักสูตรอื่น

ไม่มี

(3) การบริหารจัดการ

ไม่มี

3.4 คำอธิบายรายวิชา

เอกสารแนบหมายเลข 1

3.5 การเทียบโอนผลการเรียน หน่วยกิต รายวิชา และประสบการณ์

การเทียบโอนหน่วยกิตและรายวิชา และการสะสมหน่วยกิต (Credit bank) เป็นไปตาม

(1) ประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษาในระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ถ้ามี)

(2) ประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง แนวทางการดำเนินงานคลังหน่วยกิตในระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ถ้ามี)

(3) ข้อบังคับ ระเบียบ ประกาศของมหาวิทยาลัยบูรพา และประกาศของบัณฑิตวิทยาลัยที่เกี่ยวข้องกับการเทียบโอนผลการเรียน หน่วยกิต รายวิชา และประสบการณ์

หมวดที่ 4
การจัดกระบวนการเรียนรู้

4.1 การพัฒนาและการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ในแต่ละด้าน

แผน 1 แบบวิชาการ ศึกษารายวิชาและทำวิทยานิพนธ์

ผลลัพธ์การเรียนรู้	กลยุทธ์การจัดการเรียนรู้	วิธีวัดและประเมินผลผู้เรียน		
		วิธีการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้	เครื่องมือการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้	เกณฑ์การบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้
PLO1	ทุกรายวิชาใช้การสอนหลากหลายรูปแบบโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเนื้อหาสาระของแต่ละรายวิชาโดยมุ่งให้นิสิตมีความรู้เกี่ยวกับการสร้างแบรนด์ การสื่อสารแบรนด์ และเครื่องมือในการสื่อสารในยุคดิจิทัลสำหรับผู้ประกอบการ ดังนี้ (1) ใช้แบบฝึกหัด รายงาน หรือกิจกรรมเพื่อฝึกให้นิสิตค้นหาและวิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายอย่างเป็นระบบ โดยใช้กรณีศึกษาเป็นโจทย์ให้นิสิตแก้ปัญหา (2) บางรายวิชามีการส่งเสริมให้ผู้เรียนได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริง โดยการจัดกิจกรรมเชิญนักวิชาชีพหรือผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ตรงมาบรรยายพิเศษ จัดฝึกอบรมเฉพาะเรื่อง และมอบหมายกรณีศึกษา	<u>วิธีการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้</u> (1) แบบฝึกหัด รายงาน หรือการนำเสนอผลงานเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์ การสื่อสารแบรนด์ และเครื่องมือการสื่อสารแบรนด์ โดยใช้กรณีศึกษาเพื่อให้นิสิตได้นำเสนอแนวทางการแก้ปัญหาด้วยการประยุกต์ความรู้ในงานสื่อสารแบรนด์สำหรับผู้ประกอบการ (2) ข้อสอบกลางภาค/ปลายภาคที่เน้นการประยุกต์แนวคิดการสร้างแบรนด์ การสื่อสารแบรนด์ หรือเครื่องมือการสื่อสารแบรนด์ไปใช้ในการทำงานด้านสื่อสารแบรนด์สำหรับผู้ประกอบการ (3) แบบประเมินผลโครงการ กิจกรรม หรือการฝึกอบรมที่เกี่ยวข้อง <u>เครื่องมือการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้</u> (1) เกณฑ์การให้คะแนน (Rubric Score) เพื่อประเมินความสามารถของนิสิตในการประยุกต์แนวคิดที่เรียนไปใช้ในงานด้านสื่อสารแบรนด์ของผู้ประกอบการธุรกิจ (2) แบบฝึกหัด รายงาน หรือการนำเสนอผลงานของนิสิต (3) แบบทดสอบอัตนัยในการสอบกลางภาคและปลายภาค (4) แบบประเมินผลโครงการ กิจกรรม หรือการฝึกอบรมที่เกี่ยวข้อง <u>เกณฑ์การบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้</u> (1) คะแนนรวมจากการประเมินไม่น้อยกว่า 70% (2) ผลจากการประเมินโครงการ กิจกรรม หรือการฝึกอบรมที่นิสิตเข้าร่วมอยู่ในระดับดีขึ้นไป		

ผลลัพธ์การเรียนรู้	กลยุทธ์การจัดการเรียนรู้	วิธีวัดและประเมินผลผู้เรียน		
		วิธีการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้	เครื่องมือการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้	เกณฑ์การบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้
PLO2	สำหรับรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทำวิทยานิพนธ์ ผู้สอนมีการออกแบบการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาให้นิสิตมีความสามารถในการออกแบบและดำเนินการวิจัยปฐมภูมิ และทุติยภูมิที่เกี่ยวข้องกับงานด้านสื่อสารแบรนด์เพื่อสร้างองค์ความรู้ทางวิชาการดังนี้ (1) ใช้แบบฝึกหัดและกิจกรรมที่ฝึกให้นิสิตได้เรียนรู้วิธีการออกแบบและดำเนินการวิจัยอย่างเป็นระบบ (2) สนับสนุนให้มีการนำเสนอผลงานวิจัยของนิสิตสู่สาธารณชน	<u>วิธีการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้</u> (1) แบบฝึกหัดหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและดำเนินการวิจัยด้านการสื่อสารแบรนด์อย่างเป็นระบบตามหลักจริยธรรมการวิจัย (2) รายงาน เค้าโครงวิทยานิพนธ์ และวิทยานิพนธ์ด้านการสื่อสารแบรนด์ที่เป็นไปตามหลักจริยธรรมการวิจัย (3) ให้นิสิตเผยแพร่ผลงานทางวิชาการสู่สาธารณชน <u>เครื่องมือการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้</u> (1) เกณฑ์การให้คะแนน (Rubric Score) ที่ครอบคลุมความสามารถในการดำเนินการวิจัยด้านการสื่อสารแบรนด์ตามหลักจริยธรรมการวิจัย (2) แบบฝึกหัดและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและดำเนินการวิจัยด้านการสื่อสารแบรนด์ (3) รายงาน เค้าโครงวิทยานิพนธ์ และวิทยานิพนธ์ (4) การเผยแพร่ผลงานวิชาการสู่สาธารณชน <u>เกณฑ์การบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้</u> (1) คะแนนรวมจากการทำแบบฝึกหัดและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องในรายวิชาไม่น้อยกว่า 70% (2) การนำเสนอวิทยานิพนธ์ทั้งในรูปแบบรายงานและวาจาแก่คณะกรรมการสอบเค้าโครงวิทยานิพนธ์ (3) เครื่องมือในการวิจัยสำหรับวิทยานิพนธ์ผ่านการอนุมัติจากกรรมการจริยธรรมในมนุษย์ของมหาวิทยาลัยบูรพา (4) ผลการประเมินคุณภาพเค้าโครงวิทยานิพนธ์และวิทยานิพนธ์ฉบับสมบูรณ์อยู่ในระดับผ่าน (S) (5) ผลงานทางวิชาการได้รับการเผยแพร่สู่สาธารณชน		

ผลลัพธ์การเรียนรู้	กลยุทธ์การจัดการเรียนรู้	วิธีวัดและประเมินผลผู้เรียน		
		วิธีการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้	เครื่องมือการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้	เกณฑ์การบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้
PLO3	สำหรับรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแผนรณรงค์การสื่อสารแบรนด์ ได้ใช้การสอนหลากหลายรูปแบบโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ดังนี้ (1) ใช้เหตุการณ์สมมติหรือกรณีศึกษาเป็นโจทย์ให้นิสิตนำเสนอแนวทางการแก้ปัญหาด้วยแผนรณรงค์การสื่อสารแบรนด์อย่างมีจริยธรรม (2) บางรายวิชามีการส่งเสริมให้ผู้เรียนได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริง โดยการจัดกิจกรรมหรือเชิญนักวิชาชีพหรือผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ตรงมาบรรยายพิเศษ (3) จัดให้มีการอภิปรายระหว่างนิสิตและอาจารย์ผู้สอน หรือวิทยากรภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญในสาขาวิชา เพื่อเป็นการบูรณาการความรู้	<u>วิธีการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้</u> (1) แผนรณรงค์สร้างสรรค์การสื่อสารแบรนด์สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจอย่างเป็นระบบและมีจริยธรรม (2) การอภิปรายจากกรณีศึกษาที่มอบหมายเป็นโจทย์ให้กับนิสิต <u>เครื่องมือการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้</u> (1) เกณฑ์การให้คะแนน (Rubric Score) ที่ครอบคลุมความสามารถในการสร้างสรรค์แผนรณรงค์การสื่อสารแบรนด์อย่างเป็นระบบและมีจริยธรรม (2) การนำเสนอแผนรณรงค์การสื่อสารแบรนด์ (3) แบบทดสอบ/ข้อสอบที่ให้นิสิตอภิปรายกรณีศึกษา <u>เกณฑ์การบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้</u> (1) คะแนนรวมจากการนำเสนอแผนรณรงค์การสื่อสารแบรนด์และแบบทดสอบ/ข้อสอบที่เกี่ยวข้องไม่น้อยกว่า 70%	
PLO4	แต่ละรายวิชามีการพัฒนาการเรียนรู้ให้นิสิตสามารถสืบค้น คัดเลือก และคิดวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบและสร้างสรรค์ผ่านทางเทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์เพื่อประยุกต์ใช้ในการทำงานโดย (1) มอบหมายงานที่นิสิตต้องสืบค้นข้อมูลเพื่อนำมาประยุกต์กับโจทย์ด้านการสื่อสารแบรนด์ที่ได้รับมอบหมายอย่างเหมาะสม (2) จัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้นิสิตได้สืบค้น คัดเลือก และคิดวิเคราะห์ข้อมูลผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ (3) จัดการเรียนรู้โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เพื่อฝึกฝนให้นิสิตแสวงหาความรู้ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง (4) มอบหมายโจทย์ที่นิสิตต้องค้นคว้าข้อมูลเพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาของผู้ประกอบการที่ได้รับมอบหมาย	<u>วิธีการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้</u> (1) แบบฝึกหัด/แบบทดสอบด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการสืบค้น คัดเลือก และวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการแก้ไขปัญหาทางการสื่อสารของแบรนด์ตามโจทย์ที่กำหนด (2) การนำเสนอข้อมูลที่สืบค้น คัดเลือก และวิเคราะห์ผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ พร้อมนำเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาทางการสื่อสารแบรนด์ตามที่โจทย์กำหนด <u>เครื่องมือการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้</u> (1) เกณฑ์การให้คะแนน (Rubric Score) ที่ครอบคลุมความสามารถในการค้นหา คัดเลือก และวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบและสร้างสรรค์ผ่านทางเทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงาน (2) แบบฝึกหัด แบบทดสอบ และการนำเสนอข้อมูล <u>เกณฑ์การบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้</u>	

ผลลัพธ์การเรียนรู้	กลยุทธ์การจัดการเรียนรู้	วิธีวัดและประเมินผลผู้เรียน		
		วิธีการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้	เครื่องมือการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้	เกณฑ์การบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้
		(1) คะแนนรวมจากแบบฝึกหัด แบบทดสอบ และการนำเสนอข้อมูลไม่น้อยกว่า 70%		

ผลลัพธ์การเรียนรู้	กลยุทธ์การจัดการเรียนรู้	วิธีวัดและประเมินผลผู้เรียน		
		วิธีการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้	เครื่องมือการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้	เกณฑ์การบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้
PLO5	แต่ละรายวิชาส่งเสริมให้นิสิตมีทักษะการสื่อสารเพื่อการนำเสนอและเจรจาต่อรองทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิผล โดย (1) มอบหมายงานที่นิสิตต้องนำเสนอผลงานและฝึกฝนการตอบคำถามด้วยการเจรจาต่อรองที่เหมาะสม (2) จัดกิจกรรมการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติในสถานการณ์ต่าง ๆ ในวิชาเรียนโดยสอดแทรกกรณีศึกษา หรือตัวอย่างที่มีการประยุกต์หลักในการแก้ปัญหาทางการตลาด/ธุรกิจ/องค์กร	<u>วิธีการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้</u> (1) การนำเสนองานทางธุรกิจจากโจทย์ที่กำหนด (2) การดำเนินการเจรจาต่อรองทางธุรกิจตามกรณีศึกษา/โจทย์ที่นิสิตได้รับมอบหมาย <u>เครื่องมือการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้</u> (1) เกณฑ์การให้คะแนน (Rubric Score) ที่ครอบคลุมความสามารถในการนำเสนอและเจรจาต่อรองทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิผล (2) การนำเสนองานทางธุรกิจจากโจทย์ที่กำหนด (3) การเจรจาต่อรองทางธุรกิจตามประเด็นที่นิสิตได้รับมอบหมาย <u>เกณฑ์การบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้</u> (1) คะแนนรวมจากแบบฝึกหัด การนำเสนอและเจรจาต่อรองทางธุรกิจไม่น้อยกว่า 70%	
PLO6	แต่ละรายวิชาเน้นให้นิสิตแสดงพฤติกรรมที่สะท้อนความสามารถในการสื่อสารและการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีเพื่อการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิผล โดย (1) จัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยให้นิสิตได้สื่อสารระหว่างบุคคลผ่านการอภิปรายและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและทำงานเป็นกลุ่ม (2) สอดแทรกเรื่องความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม และการเปิดใจกว้างรับฟังความคิดเห็นต่างของเพื่อนร่วมงานเข้าไปในรายวิชา	<u>วิธีการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้</u> (1) การอภิปรายประเด็นต่าง ๆ ในชั้นเรียน และทำงานที่ได้รับมอบหมายในรูปแบบการทำงานกลุ่ม <u>เครื่องมือการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้</u> (1) เกณฑ์การให้คะแนน (Rubric Score) ที่ครอบคลุมการแสดงพฤติกรรมที่สะท้อนความสามารถในการสื่อสารและการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีเพื่อการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิผล (2) พฤติกรรมของนิสิตที่แสดงออก (เช่น ความร่วมมือ ความรับผิดชอบ ความสามารถในการทำงาน		

ผลลัพธ์การเรียนรู้	กลยุทธ์การจัดการเรียนรู้	วิธีวัดและประเมินผลผู้เรียน		
		วิธีการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้	เครื่องมือการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้	เกณฑ์การบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้
		ร่วมกับผู้อื่น และความสามารถในการสื่อสาร) ในทำงานกลุ่มรวมถึงการประเมินจากเพื่อนนิสิตที่ทำงานร่วมกลุ่ม <u>เกณฑ์การบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้</u> (1) คะแนนรวมจากการประเมินพฤติกรรมจากการทำงานที่ได้รับมอบหมาย และการทำกิจกรรมในชั้นเรียนที่สะท้อนถึงความสามารถในการสื่อสารและการทำงานร่วมกับผู้อื่น โดยเป็นการประเมินจากผู้สอนและสมาชิกในกลุ่มไม่น้อยกว่า 70%		

แผน 2 แบบวิชาชีพ

ผลลัพธ์การเรียนรู้	กลยุทธ์การจัดการเรียนรู้	วิธีวัดและประเมินผลผู้เรียน		
		วิธีการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้	เครื่องมือการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้	เกณฑ์การบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้
PLO1	ทุกรายวิชาใช้การสอนหลากหลายรูปแบบโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเนื้อหาสาระของแต่ละรายวิชาโดยมุ่งให้นิสิตมีความรู้เกี่ยวกับการสร้างแบรนด์ การสื่อสารแบรนด์ และเครื่องมือในการสื่อสารในยุคดิจิทัลสำหรับผู้ประกอบการ ดังนี้ (1) ใช้แบบฝึกหัด รายงาน หรือกิจกรรมเพื่อฝึกให้นิสิตค้นหาและวิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายอย่างเป็นระบบ โดยใช้กรณีศึกษาเป็นโจทย์ให้นิสิตแก้ปัญหา (2) บางรายวิชามีการส่งเสริมให้ผู้เรียนได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริง โดยการจัดกิจกรรมเชิญนักวิชาชีพหรือผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ตรงมาบรรยายพิเศษ จัดฝึกอบรมเฉพาะเรื่องและมอบหมายกรณีศึกษา	<u>วิธีการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้</u> (1) แบบฝึกหัด รายงาน หรือการนำเสนอผลงานเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์ การสื่อสารแบรนด์ และเครื่องมือการสื่อสารแบรนด์ โดยใช้กรณีศึกษาเพื่อให้นิสิตได้นำเสนอแนวทางการแก้ปัญหาด้วยการประยุกต์ความรู้ในงานสื่อสารแบรนด์สำหรับผู้ประกอบการ (2) ข้อสอบกลางภาค/ปลายภาคที่เน้นการประยุกต์แนวคิดการสร้างแบรนด์ การสื่อสารแบรนด์ หรือเครื่องมือการสื่อสารแบรนด์ไปใช้ในการทำงานด้านสื่อสารแบรนด์สำหรับผู้ประกอบการ (3) แบบประเมินผลโครงการ กิจกรรม หรือการฝึกอบรมที่เกี่ยวข้อง <u>เครื่องมือการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้</u> (1) เกณฑ์การให้คะแนน (Rubric Score) เพื่อประเมินความสามารถของนิสิตในการประยุกต์แนวคิดที่เรียนไปใช้ในงานด้านสื่อสารแบรนด์ของผู้ประกอบการธุรกิจ (2) แบบฝึกหัด รายงาน หรือการนำเสนอผลงานของนิสิต (3) แบบทดสอบอัตนัยในการสอบกลางภาคและปลายภาค (4) แบบประเมินผลโครงการ กิจกรรม หรือการฝึกอบรมที่เกี่ยวข้อง <u>เกณฑ์การบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้</u> (1) คะแนนรวมจากการประเมินไม่น้อยกว่า 70% (2) ผลจากการประเมินโครงการ กิจกรรม หรือการฝึกอบรมที่นิสิตเข้าร่วมอยู่ในระดับดีขึ้นไป		

ผลลัพธ์การเรียนรู้	กลยุทธ์การจัดการเรียนรู้	วิธีวัดและประเมินผลผู้เรียน		
		วิธีการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้	เครื่องมือการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้	เกณฑ์การบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้
PLO2	สำหรับรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทำงานนิพนธ์ ผู้สอนมีการออกแบบการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาให้นิสิตมีความสามารถในการออกแบบและดำเนินการวิจัยปฐมภูมิ และทุติยภูมิด้านการสื่อสารแบรนด์เพื่อประยุกต์ใช้ในการทำงานของผู้ประกอบการธุรกิจ ดังนี้ (1) ใช้แบบฝึกหัดและกิจกรรมที่ฝึกให้นิสิตได้เรียนรู้วิธีการออกแบบและดำเนินการวิจัยอย่างเป็นระบบ (2) ให้นิสิตมีการเผยแพร่งานนิพนธ์ตามประกาศของบัณฑิตวิทยาลัย	<u>วิธีการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้</u> (1) แบบฝึกหัดหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและดำเนินการวิจัยด้านการสื่อสารแบรนด์อย่างเป็นระบบตามหลักจริยธรรมการวิจัย (2) รายงาน และงานนิพนธ์ด้านการสื่อสารแบรนด์ที่เป็นไปตามหลักจริยธรรมการวิจัย <u>เครื่องมือการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้</u> (1) เกณฑ์การให้คะแนน (Rubric Score) ที่ครอบคลุมความสามารถในการดำเนินการวิจัยด้านการสื่อสารแบรนด์ตามหลักจริยธรรมการวิจัยเพื่อประยุกต์ใช้ในการทำงานของผู้ประกอบการธุรกิจ (2) แบบฝึกหัดและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและดำเนินการวิจัยด้านการสื่อสารแบรนด์ (3) รายงานและงานนิพนธ์ <u>เกณฑ์การบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้</u> (1) คะแนนรวมจากการทำแบบฝึกหัดและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องไม่น้อยกว่า 70% (2) ผลการประเมินคุณภาพของงานนิพนธ์ฉบับสมบูรณ์อยู่ในระดับผ่าน (S) (3) เครื่องมือในการวิจัยสำหรับงานนิพนธ์ผ่านการอนุมัติจากกรรมการจริยธรรมในมนุษย์ของมหาวิทยาลัยบูรพา	
PLO3	สำหรับรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแผนรณรงค์การสื่อสารแบรนด์ ได้ใช้การสอนหลากหลายรูปแบบโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ดังนี้ (1) ใช้เหตุการณ์สมมติหรือกรณีศึกษาเป็นโจทย์ให้นิสิตนำเสนอแนวทางการแก้ปัญหาด้วยแผนรณรงค์การสื่อสารแบรนด์อย่างมีจริยธรรม (2) บางรายวิชามีการส่งเสริมให้ผู้เรียนได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริง โดยการจัดกิจกรรมหรือเชิญนักวิชาชีพหรือผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ตรงมาบรรยายพิเศษ	<u>วิธีการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้</u> (1) แผนรณรงค์สร้างสรรค์การสื่อสารแบรนด์สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจอย่างเป็นระบบและมีจริยธรรม (2) การอภิปรายจากกรณีศึกษาที่มอบหมายเป็นโจทย์ให้กับนิสิต <u>เครื่องมือการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้</u> (1) เกณฑ์การให้คะแนน (Rubric Score) ที่ครอบคลุมความสามารถในการสร้างสรรค์	

ผลลัพธ์การเรียนรู้	กลยุทธ์การจัดการเรียนรู้	วิธีวัดและประเมินผลผู้เรียน		
		วิธีการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้	เครื่องมือการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้	เกณฑ์การบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้
	(3) จัดให้มีการอภิปรายระหว่างนิสิตและอาจารย์ผู้สอน หรือวิทยากรภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญในสาขาวิชา เพื่อเป็นการบูรณาการความรู้	แผนรณรงค์การสื่อสารแบรนด์อย่างเป็นระบบและมีจริยธรรม (2) การนำเสนอแผนรณรงค์การสื่อสารแบรนด์ (3) แบบทดสอบ/ข้อสอบที่ให้นิสิตอภิปรายกรณีศึกษา		

ผลลัพธ์การเรียนรู้	กลยุทธ์การจัดการเรียนรู้	วิธีวัดและประเมินผลผู้เรียน		
		วิธีการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้	เครื่องมือการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้	เกณฑ์การบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้
		<u>เกณฑ์การบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้</u> (1) คะแนนรวมจากการนำเสนอแผนรณรงค์การสื่อสารแบรนด์และแบบทดสอบ/ข้อสอบที่เกี่ยวข้องไม่น้อยกว่า 70%		
PLO4	แต่ละรายวิชามีการพัฒนาการเรียนรู้ให้นิสิตสามารถสืบค้น คัดเลือก และคิดวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบและสร้างสรรค์ผ่านทางเทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์เพื่อประยุกต์ใช้ในการทำงานโดย (1) มอบหมายงานที่นิสิตต้องสืบค้นข้อมูลเพื่อนำมาประยุกต์กับโจทย์ด้านการสื่อสารแบรนด์ที่ได้รับมอบหมายอย่างเหมาะสม (2) จัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้นิสิตได้สืบค้น คัดเลือก และคิดวิเคราะห์ข้อมูลผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ (3) จัดการเรียนรู้โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เพื่อฝึกฝนให้นิสิตแสวงหาความรู้ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง (4) มอบหมายโจทย์ที่นิสิตต้องค้นคว้าข้อมูลเพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาของผู้ประกอบการที่ได้รับมอบหมาย	<u>วิธีการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้</u> (1) แบบฝึกหัด/แบบทดสอบด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการสืบค้น คัดเลือก และวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการแก้ไขปัญหาทางการสื่อสารของแบรนด์ตามโจทย์ที่กำหนด (2) การนำเสนอข้อมูลที่สืบค้น คัดเลือก และวิเคราะห์ผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ พร้อมนำเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาทางการสื่อสารแบรนด์ตามที่โจทย์กำหนด <u>เครื่องมือการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้</u> (1) เกณฑ์การให้คะแนน (Rubric Score) ที่ครอบคลุมความสามารถในการค้นหา คัดเลือก และวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบและสร้างสรรค์ผ่านทางเทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงาน (2) แบบฝึกหัด แบบทดสอบ และการนำเสนอข้อมูล <u>เกณฑ์การบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้</u> (1) คะแนนรวมจากแบบฝึกหัด แบบทดสอบ และการนำเสนอข้อมูลไม่น้อยกว่า 70%		
PLO5	แต่ละรายวิชาส่งเสริมให้นิสิตมีทักษะการสื่อสารเพื่อการนำเสนอและเจรจาต่อรองทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิผล โดย (1) มอบหมายงานที่นิสิตต้องนำเสนอผลงานและฝึกฝนการตอบคำถามด้วยการเจรจาต่อรองที่เหมาะสม (2) จัดกิจกรรมการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติในสถานการณ์ต่าง ๆ ในวิชาเรียนโดยสอดแทรกกรณีศึกษา หรือตัวอย่างที่มีการประยุกต์หลักในการแก้ปัญหาทางการตลาด/ธุรกิจ/องค์กร	<u>วิธีการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้</u> (1) การนำเสนองานทางธุรกิจจากโจทย์ที่กำหนด (2) การดำเนินการเจรจาต่อรองทางธุรกิจตามกรณีศึกษา/โจทย์ที่นิสิตได้รับมอบหมาย <u>เครื่องมือการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้</u> (1) เกณฑ์การให้คะแนน (Rubric Score) ที่ครอบคลุมความสามารถในการนำเสนอและเจรจาต่อรองทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิผล (2) การนำเสนองานทางธุรกิจจากโจทย์ที่กำหนด (3) การเจรจาต่อรองทางธุรกิจตามประเด็นที่นิสิตได้รับมอบหมาย		

ผลลัพธ์การเรียนรู้	กลยุทธ์การจัดการเรียนรู้	วิธีวัดและประเมินผลผู้เรียน		
		วิธีการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้	เครื่องมือการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้	เกณฑ์การบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้
		<u>เกณฑ์การบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้</u> (1) คะแนนรวมจากแบบฝึกหัด การนำเสนอและเจรจาต่อรองทางธุรกิจไม่น้อยกว่า 70%		

ผลลัพธ์การเรียนรู้	กลยุทธ์การจัดการเรียนรู้	วิธีวัดและประเมินผลผู้เรียน		
		วิธีการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้	เครื่องมือการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้	เกณฑ์การบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้
PLO6	แต่ละรายวิชาเน้นให้นิสิตแสดงพฤติกรรมที่สะท้อนความสามารถในการสื่อสารและการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีเพื่อการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิผล โดย (1) จัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยให้นิสิตได้สื่อสารระหว่างบุคคลผ่านการอภิปรายและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและทำงานเป็นกลุ่ม (2) สอดแทรกเรื่องความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม และการเปิดใจกว้างรับฟังความคิดเห็นต่างของเพื่อนร่วมงานเข้าไปในรายวิชา	<u>วิธีการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้</u> (1) การอภิปรายประเด็นต่าง ๆ ในชั้นเรียน และทำงานที่ได้รับมอบหมายในรูปแบบการทำงานกลุ่ม <u>เครื่องมือการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้</u> (1) เกณฑ์การให้คะแนน (Rubric Score) ที่ครอบคลุมการแสดงพฤติกรรมที่สะท้อนความสามารถในการสื่อสารและการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีเพื่อการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิผล (2) พฤติกรรมของนิสิตที่แสดงออก (เช่น ความร่วมมือ ความรับผิดชอบ ความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่น และความสามารถในการสื่อสาร) ในทำงานกลุ่มรวมถึงการประเมินจากเพื่อนนิสิตที่ทำงานร่วมกลุ่ม <u>เกณฑ์การบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้</u> (1) คะแนนรวมจากการประเมินพฤติกรรมจากการทำงานที่ได้รับมอบหมาย และการทำกิจกรรมในชั้นเรียนที่สะท้อนถึงความสามารถในการสื่อสารและการทำงานร่วมกับผู้อื่น โดยเป็นการประเมินจากผู้สอนและสมาชิกในกลุ่มไม่น้อยกว่า 70%		

4.2 การจัดการเรียนรู้

4.2.1 แผนการจัดการเรียนรู้

แผนการศึกษาของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารแบรนด์ ในแต่ละภาคเรียนของปีการศึกษามีดังนี้

แผน 1 แบบวิชาการ ศึกษารายวิชาและทำวิทยานิพนธ์

ปีที่ 1 ภาคการศึกษาต้น (First Semester)

หมวดวิชา	รหัสและชื่อรายวิชา		หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
วิชาบังคับ	20251169	หลักการสื่อสารแบรนด์ Brand Communication Principles	3(3-0-6)
	20256169	การเจาะลึกจิตใจผู้บริโภคในยุคดิจิทัล Consumer Insights in Digital Age	3(3-0-6)
วิชาเลือก	XXXXXX	วิชาเลือก 1	3(X-X-X)
		รวม (Total)	**9 หน่วยกิต**

ปีที่ 1 ภาคการศึกษาปลาย (Second Semester)

หมวดวิชา	รหัสและชื่อรายวิชา		หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
วิชาบังคับ	20256269	ภูมิทัศน์สื่อและกลยุทธ์การวางแผนสื่อ Media Landscape and Media Planning Strategy	3(2-2-5)
	20255169	ระเบียบวิธีวิจัยเพื่อการสื่อสารแบรนด์ Research Methodology for Brand Communication	3(2-2-5)
วิชาเลือก	XXXXXX	วิชาเลือก 2	3(X-X-X)
		รวม (Total)	**9 หน่วยกิต**

ปีที่ 2 ภาคการศึกษาต้น (First Semester)

หมวดวิชา	รหัสและชื่อรายวิชา		หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
วิชาบังคับ	20266369	กลยุทธ์การรณรงค์การสื่อสารแบรนด์ Brand Communication Campaign Strategy	3(2-2-5)
วิทยานิพนธ์	20269969 (1)	วิทยานิพนธ์ 1 Thesis 1	6(0-0-18)
		รวม (Total)	**9 หน่วยกิต**

ปีที่ 2 ภาคการศึกษาปลาย (Second Semester)

หมวดวิชา	รหัสและชื่อรายวิชา		หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
วิทยานิพนธ์	20269969 (2)	วิทยานิพนธ์ 2 Thesis 2	6(0-0-18)
วิชาเลือก	XXXXXX	วิชาเลือก 3	3(X-X-X)
		รวม (Total)	**9 หน่วยกิต**

แผน 2 แบบวิชาชีพ

ปีที่ 1 ภาคการศึกษาต้น (First Semester)

หมวดวิชา	รหัสและชื่อรายวิชา		หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
วิชาบังคับ	20251169	หลักการสื่อสารแบรนด์ Brand Communication Principles	3(3-0-6)
	20256169	การเจาะลึกจิตใจผู้บริโภคในยุคดิจิทัล Consumer Insights in Digital Age	3(3-0-6)
วิชาเลือก	XXXXXX	วิชาเลือก 1	3(X-X-X)
		รวม (Total)	**9 หน่วยกิต**

ปีที่ 1 ภาคการศึกษาปลาย (Second Semester)

หมวดวิชา	รหัสและชื่อรายวิชา		หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
วิชาบังคับ	20256269	ภูมิทัศน์สื่อและกลยุทธ์การวางแผนสื่อ Media Landscape and Media Planning Strategy	3(2-2-5)
	20255169	ระเบียบวิธีวิจัยเพื่อการสื่อสารแบรนด์ Research Methodology for Brand Communication	3(2-2-5)
วิชาเลือก	XXXXXX	วิชาเลือก 2	3(X-X-X)
		รวม (Total)	**9 หน่วยกิต**

ปีที่ 2 ภาคการศึกษาต้น (First Semester)

หมวดวิชา	รหัสและชื่อรายวิชา		หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
วิชาบังคับ	20266369	กลยุทธ์การรณรงค์การสื่อสารแบรนด์ Brand Communication Campaign Strategy	3(2-2-5)
วิชาเลือก	XXXXXX	วิชาเลือก 3	3(X-X-X)
	XXXXXX	วิชาเลือก 4	3(X-X-X)
รวม (Total)			**9 หน่วยกิต**

ปีที่ 2 ภาคการศึกษาปลาย (Second Semester)

หมวดวิชา	รหัสและชื่อรายวิชา		หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
งานนิพนธ์	20269869	งานนิพนธ์ Independent Study	6(0-0-18)
วิชาเลือก	XXXXXX	วิชาเลือก 5	3(X-X-X)
รวม (Total)			**9 หน่วยกิต**

4.2.2 การจัดการเรียนรู้จากประสบการณ์ตรง (ถ้ามี)

ไม่มี

4.2.3 แหล่งฝึกประสบการณ์ตรง (ถ้ามี)

ไม่มี

4.2.4 ช่วงเวลา

ไม่มี

4.2.5 การจัดเวลาและตารางสอน

ไม่มี

4.3 ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำงานวิจัย (ถ้ามี)

สำหรับหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารแบรนด์ มี 2 แผนการศึกษา นิสิตที่ศึกษาแผน 1 แบบวิชาการ ศึกษารายวิชาและทำวิทยานิพนธ์ จะต้องทำวิทยานิพนธ์ ขณะที่นิสิตที่ศึกษาแผน 2 แบบวิชาชีพ จะต้องทำงานนิพนธ์

4.3.1 คำอธิบายโดยย่อ

สำหรับนิสิตแผน 1 แบบวิชาการ ศึกษารายวิชาและทำวิทยานิพนธ์

20269969 (1) วิทยานิพนธ์ 1 (Thesis 1) จำนวน 6(0-0-18) หน่วยกิต

20269969 (2) วิทยานิพนธ์ 2 (Thesis 2) จำนวน 6(0-0-18) หน่วยกิต

การทำวิทยานิพนธ์ที่มีหัวข้อเกี่ยวข้องกับการสร้างแบรนด์ การสื่อสารแบรนด์ และเครื่องมือการสื่อสารแบรนด์ในมิติต่าง ๆ ผ่านความเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และคณะกรรมการผู้ควบคุมการทำวิทยานิพนธ์ ทั้งนี้ให้เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพาว่าด้วยการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2566 และที่แก้ไขเพิ่มเติม และประกาศบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา เรื่อง การทำวิทยานิพนธ์ของนิสิตระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. 2566 และที่แก้ไขเพิ่มเติม

สำหรับนิสิตแผน 2 แบบวิชาชีพ

20269869 งานนิพนธ์ (Independent Study) จำนวน 6(0-0-18) หน่วยกิต

การศึกษาค้นคว้าเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างลึกซึ้งในสาขาวิชาตามความสนใจของนิสิต ซึ่งพัฒนามาจากประเด็นปัญหาที่มาจากประสบการณ์การทำงานธุรกิจของตนเองหรือประเด็นปัญหาที่มาจากผู้ประกอบการธุรกิจ ผ่านความเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษา ทั้งนี้ให้เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพาว่าด้วยการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2566 หรือที่แก้ไขเพิ่มเติม และประกาศบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา เรื่อง การทำงานนิพนธ์ของนิสิตระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. 2566

4.3.2 มาตรฐานผลลัพธ์การเรียนรู้

สำหรับนิสิตแผน 1 แบบวิชาการ ศึกษารายวิชาและทำวิทยานิพนธ์

เพื่อให้นิสิตได้พัฒนาทักษะในการสืบค้น คัดเลือก และคิดวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาประเด็นปัญหาในการทำวิทยานิพนธ์ มีความรู้ด้านระเบียบวิธีวิจัย มีความสามารถที่จะทำวิจัยด้านการสื่อสารแบรนด์อย่างเป็นระบบเพื่อต่อยอดความรู้ทางวิชาการและเชื่อมโยงความรู้ใหม่เพื่อการค้นพบ และสร้างสิ่งใหม่ให้เป็นที่ยอมรับในศาสตร์ด้านการสื่อสารแบรนด์ให้กับวงการวิชาการอย่างมีจริยธรรมการวิจัย พร้อมทั้งสามารถนำผลวิจัยที่ได้ไปประยุกต์ในการทำงานบนพื้นฐานของหลักคุณธรรมและจริยธรรม

ผลงานวิทยานิพนธ์หรือส่วนหนึ่งของผลงานวิทยานิพนธ์ต้องได้รับการเผยแพร่ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ หรือได้รับการตีพิมพ์ในวารสารวิชาการระดับชาติหรือนานาชาติอย่างน้อย 1 เรื่อง โดยเป็นไปตามประกาศบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา เรื่อง หลักเกณฑ์และแนวปฏิบัติในการตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานดุษฎีนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ งานนิพนธ์สำหรับนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา

สำหรับนิสิตแผน 2 แบบวิชาชีพ

เพื่อให้นิสิตได้พัฒนาทักษะในการสืบค้น คัดเลือก และคิดวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาประเด็นปัญหาในการทำงานนิพนธ์โดยเน้นประเด็นปัญหาที่มาจากประสบการณ์การทำงานธุรกิจของตนเอง หรือประเด็นปัญหาที่เกี่ยวกับผู้ประกอบการธุรกิจ มีความรู้ด้านระเบียบวิธีวิจัย มีความสามารถที่จะทำวิจัยด้านการสื่อสารแบรนด์อย่างเป็นระบบ เพื่อนำผลไปแก้ปัญหางานด้านสื่อสารแบรนด์ของผู้ประกอบการธุรกิจหรือธุรกิจของตนเองได้อย่างมีประสิทธิผล และมีคุณธรรมและจริยธรรม

ผลงานงานนิพนธ์ต้องได้รับการเผยแพร่ตามประกาศบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา เรื่อง หลักเกณฑ์และแนวปฏิบัติในการตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานดุษฎีนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ งานนิพนธ์สำหรับนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา

4.3.3 ช่วงเวลา:

สำหรับนิสิตแผน 1 แบบวิชาการ ศึกษารายวิชาและทำวิทยานิพนธ์

เริ่มทำวิทยานิพนธ์ในปีที่ 2 ภาคการศึกษาต้น

สำหรับนิสิตแผน 2 แบบวิชาชีพ

เริ่มทำงานนิพนธ์ในปีที่ 2 ภาคการศึกษาปลาย

4.3.4 จำนวนหน่วยกิต:

สำหรับนิสิตแผน 1 แบบวิชาการ ศึกษารายวิชาและทำวิทยานิพนธ์

ลงทะเบียนวิชา 20269969 (1) วิทยานิพนธ์ 1 (Thesis 1) จำนวน 6(0-0-18) หน่วยกิต

ลงทะเบียนวิชา 20269969 (2) วิทยานิพนธ์ 2 (Thesis 2) จำนวน 6(0-0-18) หน่วยกิต

สำหรับนิสิตแผน 2 แบบวิชาชีพ

ลงทะเบียนวิชา 20269869 งานนิพนธ์ (Independent Study) จำนวน 6(0-0-18) หน่วยกิต

หมวดที่ 5
คณาจารย์ บุคลากร และสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

5.1 คณาจารย์

5.1.1 อาจารย์ประจำหลักสูตร

(1) นางสาวชมพูนุช ปัญญูไพโรจน์* เลขประจำตัวประชาชน 3-1020-0054X-XX-X

Ph.D. (Communications) The University of Tennessee, USA พ.ศ. 2545

M.S. (Communications) The University of Tennessee, USA พ.ศ. 2540

ค.ม. (โสตทัศนศึกษา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พ.ศ. 2535

ค.บ. (ภาษาอังกฤษ) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พ.ศ. 2531

ตำแหน่งทางวิชาการ รองศาสตราจารย์

ผลงานทางวิชาการในรอบ 5 ปี ย้อนหลัง (พ.ศ. 2564-2568) จำนวน 6 เรื่อง (เอกสารแนบหมายเลข 3)

(2) นางสุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์* เลขประจำตัวประชาชน 3-2103-0079X-XX-X

นศ.ด. (นิเทศศาสตร์) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พ.ศ. 2552

นศ.ม. (นิเทศศาสตรพัฒนาการ) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พ.ศ. 2541

นศ.บ. (การประชาสัมพันธ์) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พ.ศ. 2537

ตำแหน่งทางวิชาการ รองศาสตราจารย์

ผลงานทางวิชาการในรอบ 5 ปี ย้อนหลัง (พ.ศ. 2564-2568) จำนวน 4 เรื่อง (เอกสารแนบหมายเลข 3)

(3) นางพรรณพิลาศ กุลดิลก* เลขประจำตัวประชาชน 1-4004-0001X-XX-X

ปร.ด. (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ พ.ศ. 2561

นศ.ม. (สื่อสารการตลาด) มหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. 2554

ว.บ. (ประชาสัมพันธ์) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พ.ศ. 2549

ตำแหน่งทางวิชาการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์

ผลงานทางวิชาการในรอบ 5 ปี ย้อนหลัง (พ.ศ. 2564-2568) จำนวน 8 เรื่อง (เอกสารแนบหมายเลข 3)

(4) นายกังวาฬ ฟองแก้ว เลขประจำตัวประชาชน 3-5009-0029X-XX-X

Ph.D. (Social Science) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พ.ศ. 2558

ศศ.ม. (นิเทศศาสตร์) มหาวิทยาลัยแม่โจ้ พ.ศ. 2550

ศศ.บ. (สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พ.ศ. 2544

ตำแหน่งทางวิชาการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์

ผลงานทางวิชาการในรอบ 5 ปี ย้อนหลัง (พ.ศ. 2564-2568) จำนวน 4 เรื่อง

(เอกสารแนบหมายเลข 3)

.

* อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ

(5) นายทรงยศ บัวเผื่อน เลขประจำตัวประชาชน 3-2203-0003X-XX-X

ปร.ด. (สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พ.ศ. 2553

นศ.ม. (นิเทศศาสตรพัฒนาการ) มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ พ.ศ. 2545

นศ.บ. (สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ พ.ศ. 2542

ตำแหน่งทางวิชาการ รองศาสตราจารย์

ผลงานทางวิชาการในรอบ 5 ปี ย้อนหลัง (พ.ศ. 2564-2568) จำนวน 7 เรื่อง

(เอกสารแนบหมายเลข 3)

5.1.2 อาจารย์ระดับบัณฑิตศึกษา

(1) อาจารย์ผู้สอน

คุณวุฒิและคุณสมบัติของอาจารย์ผู้สอนเป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพาว่าด้วยการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2566 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ถ้ามี)

(2) อาจารย์พิเศษ

คุณวุฒิและคุณสมบัติของอาจารย์พิเศษเป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพาว่าด้วยคุณสมบัติ หลักเกณฑ์ วิธีการแต่งตั้งและถอดถอนอาจารย์พิเศษ พ.ศ. 2566 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ถ้ามี)

(3) อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์/งานนิพนธ์

คุณวุฒิและคุณสมบัติของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์/งานนิพนธ์เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพาว่าด้วยการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2566 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ถ้ามี)

(4) อาจารย์ผู้สอบวิทยานิพนธ์/งานนิพนธ์

คุณวุฒิและคุณสมบัติของอาจารย์ผู้สอบวิทยานิพนธ์/งานนิพนธ์เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพาว่าด้วยการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2566 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ถ้ามี)

5.1.3 การเตรียมความพร้อมสำหรับอาจารย์ใหม่

การรับอาจารย์ใหม่

(1) มีการคัดเลือกอาจารย์ใหม่ตามระเบียบและหลักเกณฑ์ของมหาวิทยาลัยโดยอาจารย์ใหม่จะต้องมีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาเอกทางด้านการสื่อสารแบรนด์หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง

(2) มีการปฐมนิเทศอาจารย์ใหม่ในระดับหลักสูตรฯ ส่วนงาน และมหาวิทยาลัยให้เข้าใจวิสัยทัศน์ พันธกิจ ปรัชญา วัตถุประสงค์ และเป้าหมายของมหาวิทยาลัย คณะ และหลักสูตรฯ ภายใต้กรอบมาตรฐานคุณวุฒิ

(3) ส่งเสริมอาจารย์ใหม่ให้เข้ารับการอบรมหลักสูตรต่าง ๆ เกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนของคณะและมหาวิทยาลัย เช่น หลักสูตรเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอน หลักสูตรการวัดและการประเมินผล และหลักสูตรเกี่ยวกับการประกันคุณภาพการศึกษา เป็นต้น

(4) จัดให้อาจารย์ใหม่ได้สอนในรายวิชาที่เหมาะสมตามความเชี่ยวชาญของแต่ละบุคคล

(5) มีระบบพี่เลี้ยงให้คำปรึกษาอาจารย์ใหม่ในด้านการจัดการเรียนการสอน

ความก้าวหน้าในการเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการของอาจารย์

(1) ส่งเสริมให้อาจารย์ทำวิจัยและนำองค์ความรู้ที่ได้ไปใช้ในการจัดการเรียนการสอน

(2) กำหนดแผนการพัฒนาตำแหน่งทางวิชาการของอาจารย์

5.1.4 การพัฒนาความรู้และทักษะให้แก่คณาจารย์

(1) การพัฒนาทักษะการจัดการเรียนรู้ การวัดและประเมินผล

หลักสูตรฯ ส่งเสริมให้คณาจารย์ได้เข้ารับการอบรมเพื่อพัฒนาความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหลักสูตรมุ่งเน้นผลลัพธ์การเรียนรู้ เทคนิควิธีการสอน การใช้สื่อเทคโนโลยีดิจิทัล การวัดผลและประเมินผล การวิเคราะห์ผู้เรียน การวางแผนและปรับปรุงรายละเอียดรายวิชา การประกันคุณภาพการศึกษา และระบบสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจัดโดยมหาวิทยาลัย/คณะ/หน่วยงานภายนอกอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังเน้นการเข้าร่วมอบรมรับความรู้ในศาสตร์การสอนและการเรียนรู้ในสาขาวิชา ออกแบบ วางแผน และดำเนินการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ของผู้เรียนอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเสริมสร้างบรรยากาศและสนับสนุนการเรียนรู้ของผู้เรียนและสามารถวัดและประเมินผลการเรียนรู้ของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ ได้วางแผนแนวทางในการจัดการเรียนการสอน การวัดและการประเมินผลร่วมกัน และระหว่างที่มีการจัดการเรียนการสอน อาจารย์ผู้สอนได้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาของนิสิตที่สังเกตเห็นได้จากการสอนในชั้นเรียน และหาแนวทางแก้ไขร่วมกัน เพื่อให้การเรียนรู้ของผู้เรียนให้มีประสิทธิภาพ

(2) การพัฒนาด้านวิชาชีพและจรรยาบรรณทางวิชาชีพของคณาจารย์

คณะและภาควิชามีงบประมาณสนับสนุนให้คณาจารย์ได้เข้าร่วมการอบรมความรู้เฉพาะทางด้านต่าง ๆ จากหน่วยงานภายในและภายนอกเพื่อเพิ่มพูนความรู้ ทักษะ และจรรยาบรรณวิชาชีพด้านนิเทศศาสตร์ สาขาการสื่อสารแบรนด์ที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาเพื่อคณาจารย์จะได้นำไปถ่ายทอดและจัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้กับผู้เรียน

(3) การพัฒนาวิชาการและวิชาชีพด้านอื่น ๆ

มหาวิทยาลัยและคณะมีทุนสนับสนุนทางวิชาการให้กับอาจารย์ผลิตผลงานวิชาการ วิจัยและสื่อการเรียนการสอนทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย เพื่อมีตำแหน่งทางวิชาการที่สูงขึ้น ตลอดจนสนับสนุนให้อาจารย์ได้เผยแพร่ผลงานวิชาการในการประชุมวิชาการทั้งในระดับชาติจนถึงระดับนานาชาติ และนำองค์ความรู้ที่ได้ถ่ายทอดไปยังนิสิตผ่านการเรียนการสอนในห้องเรียน นอกจากนี้ คณะและภาควิชายังสนับสนุนงบประมาณให้อาจารย์ได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมบริการวิชาการแก่ชุมชนและสังคม

5.2 บุคลากร

5.2.1 บุคลากรสายสนับสนุน

บุคลากรสายสนับสนุนของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารแบรนด์ ภาควิชานิเทศศาสตร์ (ตำแหน่ง: เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป) มีคุณสมบัติ และสมรรถนะประจำตำแหน่ง ดังนี้

(1) งานวิชาการ

- การจัดทำข้อมูลเอกสารทางวิชาการ เช่น การทำเล่มหลักสูตรฯ การป้อนข้อมูลหลักสูตรฯ เข้าในระบบ CHECO และการจัดทำรายงานการประกันคุณภาพ TQF

- ประสานงานและจัดทำเอกสารเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนระหว่างหลักสูตรฯ กับหน่วยงานภายในและภายนอกคณะและมหาวิทยาลัย

- ดูแลการจัดการเรียนการสอนในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารแบรนด์ในวันธรรมดาและวันเสาร์อาทิตย์ ตั้งแต่การช่วยอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ ในการจัดตารางสอน จัดเตรียมห้องเรียน ตรวจสอบความพร้อมของโสตทัศนูปกรณ์ในห้องเรียนเพื่อใช้ในการเรียนการสอน

- ประสานงานและจัดทำเอกสารโครงการอบรมทางวิชาการให้กับนิสิต และดูแลความเรียบร้อยในการดำเนินการโครงการในวันจริง

- การจัดทำเอกสารและการเบิกจ่ายทุนการศึกษาของภาควิชาให้กับนิสิต

(2) งานประชาสัมพันธ์

- ดูแลระบบหลังบ้านและการจัดการเนื้อหาที่โพสต์ในสื่อเฟซบุ๊กเพจของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารแบรนด์ (https://www.facebook.com/people/Brand-Communication-Master-Program-at-BUU/100057160102572/) และกลุ่มของศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบันในเฟซบุ๊กเพจหลักสูตรฯ (https://www.facebook.com/share/g/1DHm52tZm8/?mibextid=K35XfP)

- ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการรับสมัครบุคคลทั่วไปเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรฯ และกิจกรรมการเรียนการสอนแก่สาธารณชน

- ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเรียนการสอนให้กับศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบันในเฟซบุ๊กเพจ

(3) งานการเงิน

- จัดทำแผนงบประมาณประจำปีของหลักสูตรฯ

- ดำเนินการจัดทำเอกสารและเบิกจ่ายค่าใช้จ่าย ให้เป็นไปตามแผนงบประมาณของหลักสูตรฯ

(4) งานอื่น ๆ เช่น การทำวิจัยการพัฒนางานประจำสู่งานวิจัย (R2R) เพื่อได้ข้อมูลมาช่วยในการพัฒนาหลักสูตรฯ และการพัฒนาหรือปรับปรุงการทำงานส่วนต่าง ๆ ที่ได้รับผิดชอบ

5.2.2 การเตรียมความพร้อมสำหรับบุคลากรสายสนับสนุน

เนื่องจากหลักสูตรฯ อยู่ภายใต้การบริหารงานของภาควิชาและคณะที่มีระบบการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรสายสนับสนุนตำแหน่งเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป มีการกำหนดลักษณะงานที่ต้องรับผิดชอบและได้มอบหมายให้บุคลากรสายสนับสนุนรับทราบเพื่อนำไปปฏิบัติงาน รวมถึงระบุข้อตกลงการประเมินผลสัมฤทธิ์ของงานของพนักงานมหาวิทยาลัยที่ใช้ในการประเมินเลื่อนขั้นเงินเดือนประจำปี

หลักสูตรฯ ใช้แนวทางการเตรียมความพร้อมสำหรับบุคลากรสายสนับสนุนผ่านระบบของคณะ ดังนี้

(1) การปฐมนิเทศบุคลากรใหม่ เพื่อให้บุคลากรสายสนับสนุนรับทราบถึงโครงสร้างและนโยบายของคณะ รวมถึงระบบการจัดการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัย บทบาทหน้าที่ของบุคลากรสายสนับสนุน และภารกิจที่ต้องดำเนินการ เช่น การจัดการงานเอกสาร การช่วยเหลืออาจารย์และนิสิต หรือการจัดการทรัพยากรการเรียนรู้ เช่น ห้องปฏิบัติการ และระบบสารสนเทศ เป็นต้น

(2) การสนับสนุนให้บุคลากรสายสนับสนุนเข้าร่วมการอบรม สัมมนา และงานประชุมทางวิชาการเพื่อพัฒนาตนเองหรือการพัฒนาการทำงานโดยหลักสูตรที่เข้าร่วมจัดโดยหน่วยงานภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย

(3) การจัดโครงการพัฒนาบุคลากรสายสนับสนุนหลากหลายรูปแบบ โดยการนำข้อมูลป้อนกลับจากผู้มีส่วนได้เสีย วิเคราะห์ช่องว่างของทักษะ และทบทวนสมรรถนะที่จำเป็นมาดำเนินการพัฒนาบุคลากร

แผนพัฒนาบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการถูกกำหนดขึ้นจากการวิเคราะห์ข้อมูลด้านต่าง ๆ ได้แก่ ข้อมูลจากคณะกรรมการบริหาร ข้อมูลการติดตามแผนพัฒนาบุคลากรรายบุคคล ข้อมูลจากการประชุมบุคลากรกลุ่มย่อย ข้อมูลจากการสำรวจความต้องการของบุคลากร รวมทั้งแผนยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยและคณะ และแนวทางบริหารจัดการของภาควิชาเพื่อส่งเสริมความก้าวหน้าในอาชีพ สนับสนุนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์และพันธกิจของคณะและภาควิชา และส่งเสริมการดำเนินงานของหลักสูตรฯ นอกจากนี้ คณะและภาควิชายังได้

มีการสนับสนุนให้บุคลากรพัฒนาสมรรถนะของตนเองผ่านการเข้าร่วมการอบรม สัมมนา และงานประชุมทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับตำแหน่งงานอย่างสม่ำเสมอ

คณะมีระบบติดตามพฤติกรรมการทำงานและสมรรถนะของบุคลากรสายสนับสนุนทุกปีผ่านระบบการประเมินความพึงพอใจในการให้บริการของบุคลากรสายสนับสนุนโดยผู้ใช้บริการ ซึ่งรองคณบดี ผู้ช่วยคณบดี และหัวหน้าภาควิชาจะเป็นผู้กำกับและติดตามผลการประเมินในการประชุมประจำเดือนของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการซึ่งจะมีการรายงานปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไข นอกจากนี้ ภาควิชายังได้มีการติดตามพฤติกรรมการทำงานและสมรรถนะของบุคลากรสายสนับสนุนผ่านการสะท้อนความคิดเห็นของนิสิตในการประเมินการจัดการเรียนการสอนและการจัดโครงการประจำภาคการศึกษา โดยงานประกันคุณภาพการศึกษารวบรวมข้อมูลความคิดเห็นต่อการให้บริการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับคณะในที่ประชุมบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการและที่ประชุมกรรมการประจำคณะ เพื่อร่วมกันแก้ปัญหาและยกระดับการให้บริการที่สอดคล้องกับความคาดหวังของนิสิต

5.2.3 การพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรสายสนับสนุน

คณะและภาควิชาได้มีแผนพัฒนาสมรรถนะบุคลากรสายสนับสนุนโดยมีการสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลด้านต่าง ๆ ได้แก่ การสำรวจความต้องการในการพัฒนาตนเอง ข้อมูลจากอาจารย์ผู้ดูแลหลักสูตรฯ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และแผนยุทธศาสตร์ของคณะเพื่อนำมาวิเคราะห์หาช่องว่างของทักษะและสมรรถนะทบทวนสมรรถนะที่จำเป็น และจัดทำแผนการพัฒนาสมรรถนะบุคลากร แล้วจึงให้บุคลากรสายสนับสนุนดำเนินการตามแผน คณะและภาควิชามีการติดตามและประเมินผล ได้แก่ การติดตามการนำทักษะที่ได้ไปใช้ในการปฏิบัติงานจริง หรือการประชุมบุคลากรเพื่อรับฟังปัญหา และการรับฟังข้อมูลป้อนกลับจากผู้มีส่วนได้เสียเพื่อนำผลการประเมินมาพัฒนาแผน/กิจกรรม

คณะและภาควิชาได้ให้การสนับสนุนบุคลากรในการทำวิจัยประเภทการพัฒนางานประจำสู่งานวิจัย (R2R) เพื่อพัฒนาทักษะและสมรรถนะในการทำงาน และเพื่อรองรับการจัดการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น และยังเป็นการส่งเสริมบุคลากรให้มีการพัฒนาตนเองด้วยการขอกำหนดตำแหน่งงานที่สูงขึ้นเพื่อความก้าวหน้าทางวิชาชีพ

5.3 สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

5.3.1 สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

มหาวิทยาลัยและคณะได้จัดโครงสร้างพื้นฐานเครือข่ายความเร็วสูงโดยเพิ่มจุดกระจายสัญญาณ Wi-Fi ให้บุคลากรและนิสิตสามารถเข้าถึงเพื่อสืบค้นสารสนเทศสำหรับการเรียนการสอน การทำวิจัย การบริการและงานบริหารได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังมีการจัดสิ่งแวดล้อมทางกายภาพโดยให้กองอาคารดูแลจัดสวนภายในมหาวิทยาลัยให้เกิดทัศนียภาพที่สวยงาม การให้บริการสนามกีฬาและสถานที่ออกกำลังกายที่หลากหลาย และการสร้างพื้นที่เรียนรู้ร่วมกัน (co-working space) ทั้งในระดับคณะและมหาวิทยาลัยเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เรียนที่ต้องการมีพื้นที่เรียนรู้ด้วยตนเอง ทำงานกลุ่ม และทำวิจัย โดยพื้นที่เรียนรู้ร่วมกันนี้พร้อมใช้งาน สะดวก สะอาด และปลอดภัย

หลักสูตรฯ ได้มีสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ในคณะและในระบบออนไลน์ดังนี้

(1) หลักสูตรฯ มีห้องเรียนระดับบัณฑิตศึกษา จำนวน 3 ห้อง ได้แก่ ห้อง QS2-302, QS2-306 และ QS2-321 ทุกห้องมีครุภัณฑ์เพื่อใช้ในการเรียนการสอนและการนำเสนองาน อาทิ คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล เครื่องฉายภาพ สัญญาณ Wi-Fi และระบบอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

(2) หลักสูตรฯ จัดเตรียมห้อง QS2-302 เป็นห้องศึกษาค้นคว้าและเป็นพื้นที่เรียนรู้ร่วมกันเพื่อทำงานกลุ่ม งานวิจัย วิทยานิพนธ์ และงานนิพนธ์ เป็นต้น ในห้องจะมีคอมพิวเตอร์พร้อมบริการสัญญาณ Wi-Fi หนังสือ และวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องกับศาสตร์ด้านสื่อสารแบรนด์ให้ได้ศึกษาค้นคว้า มีฐานข้อมูลจากสำนักหอสมุดกลางของมหาวิทยาลัย อาทิ SpringerLink ฐานข้อมูลที่มีงานวิจัยด้านการตลาด การสร้างแบรนด์ และสื่อสารการตลาด และฐานข้อมูลด้านสาขาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ Academic Search Complete, Cambridge University Press, DOAJ และ Education Research Complete นอกจากนี้ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ ยังประสานงานกับสำนักหอสมุดกลางของมหาวิทยาลัยทุกปีการศึกษาเพื่อเสนอแนะรายชื่อหนังสือและตำราสื่อสารแบรนด์และที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ดำเนินการจัดซื้อเข้าห้องสมุดต่อไป ให้อาจารย์และนิสิตได้ไปค้นคว้าหาความรู้และใช้ประกอบการเรียนการสอน การทำรายงาน และการทำวิจัย

(3) ภาควิชานิเทศศาสตร์มีห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ iMac และห้องปฏิบัติการสตูดิโอภาพนิ่งสำหรับการเรียนการสอนวิชาที่มีการฝึกปฏิบัติ และมีอุปกรณ์เพื่อใช้สนับสนุนการเรียนการสอนในรายวิชา เช่น โน๊ตบุ๊ค กล้องถ่ายภาพ เครื่องสแกนภาพ และอื่น ๆ

(4) มีพื้นที่ออนไลน์ (Facebook Page, Facebook Group) เพื่อให้คณาจารย์และนิสิตได้สื่อสารกันเกี่ยวกับข้อมูลการจัดการเรียนการสอน ข่าวการฝึกอบรม และข่าวสารความรู้ด้านการตลาดเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ เป็นต้น

5.3.2 กระบวนการประเมินความพร้อมของสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

ก่อนเปิดภาคการศึกษาแต่ละครั้ง ภาควิชา/หลักสูตรฯ ได้มอบหมายให้เจ้าหน้าที่โสตทัศนูปกรณ์ของภาควิชาสำรวจครุภัณฑ์และอุปกรณ์ที่ใช้เพื่อการเรียนการสอนในห้องเรียนและห้องปฏิบัติการต่าง ๆ ให้มีความพร้อมเพื่อใช้ในการเรียนการสอน ในกรณีที่อุปกรณ์ชำรุด เจ้าหน้าที่โสตฯ ของภาคจะประสานงานกับเจ้าหน้าที่โสตฯ ของคณะเพื่อทำการซ่อมแซมให้พร้อมใช้ต่อไป จากนั้นเจ้าหน้าที่โสตฯ ของภาคจะนำข้อมูลการดำเนินงานในแต่ละภาคการศึกษาไปตั้งงบประมาณซื้อจ้างและซ่อมแซมครุภัณฑ์ของภาควิชาต่อไป

หมวดที่ 6
การรับนิสิตเข้าศึกษาในหลักสูตร

6.1. คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษาต่อหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารแบรนด์ มีดังนี้

แผน 1 แบบวิชาการ ศึกษารายวิชาและทำวิทยานิพนธ์

(1) สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

(2) มีเกรดเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า 2.50

แผน 2 แบบวิชาชีพ

(1) สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

(2) มีเกรดเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า 2.50 หรือมีประสบการณ์ในการทำงาน 1-2 ปี

6.2 กระบวนการรับเข้าศึกษา

6.2.1 ระบบและขั้นตอนการรับเข้าศึกษา

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ จัดประชุมเพื่อกำหนดแนวทางคุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา และจำนวนในการรับบุคคลทั่วไปเข้าศึกษาต่อหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารแบรนด์ โดยคุณสมบัติของผู้เข้าศึกษาให้เป็นไปตามข้อ 6.1 พร้อมส่งให้คณะและบัณฑิตวิทยาลัยดำเนินการต่อไป

บัณฑิตวิทยาลัยกำหนดประกาศและปฏิทินการรับสมัครบุคคลทั่วไปเข้าศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษา ผ่านระบบการรับสมัครออนไลน์ ตรวจสอบเอกสาร และคุณสมบัติของผู้สมัครตามเกณฑ์ที่กำหนด ประกาศรายชื่อผู้มีสิทธิเข้ารับการคัดเลือก แต่งตั้งคณะกรรมการสอบคัดเลือก ตรวจสอบจำนวนตามแผนการรับที่สภามหาวิทยาลัยอนุมัติ และประกาศรายชื่อผู้มีสิทธิ์รับการคัดเลือกเข้าศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา

6.2.2 วิธีการคัดเลือก

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ และบุคลากรสายสนับสนุนของหลักสูตรฯ ดำเนินการตามหน้าที่ในคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการสอบคัดเลือกผู้สมัครเข้าศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษา ทำหน้าที่เป็นกรรมการออกและตรวจข้อสอบ กรรมการสอบสัมภาษณ์ กรรมการคุมสอบ และกรรมการปล่อยตัว ในการสอบข้อเขียนและการสอบสัมภาษณ์ คณะกรรมการการสอบของหลักสูตรฯ จะตรวจสอบเอกสารของผู้สมัครว่าเป็นไปตามคุณสมบัติที่หลักสูตรฯ กำหนดไว้ จากนั้นผู้สมัครทำการสอบข้อเขียนที่วัดความรู้ด้านการสื่อสารแบรนด์ (คิดเป็นร้อยละ 50) และการสอบสัมภาษณ์เพื่อวัดทัศนคติต่อการเรียนในระดับบัณฑิตศึกษา (คิดเป็นร้อยละ 50) โดยในการสอบสัมภาษณ์นั้น จะมีคณะกรรมการสอบสัมภาษณ์ของหลักสูตรฯ อย่างน้อย 3 คนมาดำเนินการสัมภาษณ์เพื่อให้กระบวนการรับเข้าศึกษามีความน่าเชื่อถือ ยุติธรรม และโปร่งใส

6.3 ปัญหาของนิสิตแรกเข้า

ปัญหาส่วนใหญ่ของนิสิตแรกเข้า ประกอบด้วย

(1) บุคคลทั่วไปที่มาสมัครเรียนหลักสูตรฯ นั้น สำเร็จการศึกษาจากหลากหลายสาขาและต่างมหาวิทยาลัย ทำให้มีความรู้และทักษะพื้นฐานแตกต่างกันโดยเฉพาะในเรื่องของการสื่อสาร การสืบค้นข้อมูลเพื่อใช้ในการเรียนการสอน และการทำงานด้านสื่อสารแบรนด์

(2) นิสิตที่สำเร็จการศึกษาจากต่างมหาวิทยาลัยไม่ทราบวิธีการ/ช่องทางในการเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับการเรียนการสอนของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องของมหาวิทยาลัยบูรพา

(3) นิสิตมีความรู้และทักษะพื้นฐานในการใช้อุปกรณ์เกี่ยวกับการเรียนการสอน เทคโนโลยีการสื่อสาร โปรแกรมคอมพิวเตอร์ด้านการคำนวณ ด้านการออกแบบ และด้านการผลิตสื่อไม่เท่ากัน

6.4 กลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา/กลยุทธ์ในการเตรียมความพร้อมของนิสิตแรกเข้า/ข้อจำกัดของนิสิต

แนวทางการแก้ไขปัญหาของนิสิตแรกเข้า

(1) อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ จัดประชุมเพื่อประเมินความรู้พื้นฐานด้านการสื่อสารและสืบค้นข้อมูลเพื่อใช้ในการเรียนการสอนและการทำงานด้านสื่อสารแบรนด์ของนิสิตที่รับเข้ามาในแต่ละปีการศึกษาก่อนเปิดภาคเรียน ในกรณีที่นิสิตขาดความรู้ดังกล่าวจนอาจส่งผลต่อการเรียนเนื้อหาในรายวิชาตามแผนการศึกษาหลักสูตรฯ จะจัดโครงการอบรมความรู้พื้นฐานด้านดังกล่าวให้กับนิสิตก่อนเปิดภาคเรียน 1-2 สัปดาห์ นอกจากนี้อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ ยังมอบหมายให้อาจารย์ผู้สอนแต่ละรายวิชาออกแบบเนื้อหาการเรียนการสอนเพื่อสนับสนุนให้ผู้เรียนพัฒนาคุณลักษณะการเรียนรู้ตลอดชีวิตและทักษะที่จำเป็นเบื้องต้นในการเรียนระดับบัณฑิตศึกษา

(2) อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ ได้มอบหมายให้บุคลากรสายสนับสนุนของหลักสูตรฯ จัดสร้างกลุ่มเฟซบุ๊กเพื่อเป็นพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ อาจารย์ผู้สอน และนิสิต ตลอดจนขอความร่วมมือจากอาจารย์ผู้สอนช่วยแนะนำแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนของหลักสูตรฯ และการให้บริการและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเรียนการสอนของหน่วยงานต่าง ๆ ในมหาวิทยาลัย

(3) อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ เชิญวิทยากรมาให้ความรู้ในโครงการอบรมความรู้และทักษะให้กับนิสิตที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการ เทคโนโลยีการสื่อสาร โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และการออกแบบและผลิตสื่อ ตลอดจนมีบุคลากรสายสนับสนุนของหลักสูตรฯ ดูแลความเรียบร้อยในโครงการฯ

6.5 แผนการรับนิสิตและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี

ปีการศึกษา	2569	2570	2571	2572	2573
แผน 1 แบบวิชาการ ศึกษารายวิชาและทำวิทยานิพนธ์					
จำนวนรับเข้า ปีที่ 1	10	10	10	10	10
ปีที่ 2	(10)	10	10	10	10
แผน 2 แบบวิชาชีพ					
จำนวนรับเข้า ปีที่ 1	5	5	5	5	5
ปีที่ 2	(5)	5	5	5	5
รวม	15 (15)	30	30	30	30
คาดว่าจะสำเร็จการศึกษา	(15)	15	15	15	15

หมายเหตุ

1. จำนวนนิสิตในวงเล็บ หมายถึง นิสิตคงค้างจากหลักสูตรเดิมชื่อ หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564
2. หลักสูตรสามารถบริหารจัดการจำนวนนิสิตตามแผนการรับ โดยไม่เกินจำนวนการรับนิสิตรวมทั้งหลักสูตร

6.6 งบประมาณตามแผน

หน่วย : พันบาท

หมวดรายรับ	2569	2570	2571	2572	2573
ค่าธรรมเนียมการศึกษา	2,400	4,800	4,800	4,800	4,800

หน่วย : พันบาท

หมวดรายจ่าย	2569	2570	2571	2572	2573
ก. ต้นทุนรายจ่ายคงที่ (ด้านสำนักงาน)					
1. ค่าใช้จ่ายบุคลากร	400	416	433	450	468
2. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	120	240	240	240	240
3. ค่าสาธารณูปโภค	22	44	44	44	44
4. ค่าใช้จ่ายในการลงทุน	145	290	290	290	290
รวม (ก)	**687**	**990**	**1,007**	**1,024**	**1,042**
ข. ต้นทุนรายจ่ายผันแปร(ด้านการเรียนการสอน)					
1. ค่าตอบแทนการสอน-สอบ	227	454	454	454	454
2. ค่าใช้สอยเกี่ยวกับนิสิต	12	24	24	24	24
3. เงินอุดหนุนอื่นๆ	50	100	100	100	100
4. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	-	-	-	-	-
5. เงินสมทบให้มหาวิทยาลัยบูรพา	381	762	762	762	762
รวม (ข)	**670**	**1,340**	**1,340**	**1,340**	**1,340**

หมวดรายจ่าย	2569	2570	2571	2572	2573
รวม (ก+ข)	**1,357**	**2,330**	**2,347**	**2,364**	**2,382**

หมายเหตุ: ค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อปี (สูงสุด) 80,000 บาท

หมวดที่ 7
การประเมินผลการเรียนและเกณฑ์การสำเร็จการศึกษา

7.1 กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน (เกรด)

เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพาว่าด้วยการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2566 หมวดที่ 5 การวัดและประเมินผลการศึกษา และที่แก้ไขเพิ่มเติม

7.2 การอุทธรณ์ของนิสิต

ในการจัดการเรียนการสอนแต่ละภาคการศึกษา นิสิตอาจประสบปัญหาในการลงทะเบียนเรียนรายวิชาที่เปิดสอน ตารางสอน รูปแบบการเรียนการสอน ตารางสอบ การประเมินผล และปัจจัยเอื้อต่อการเรียนการสอน (เช่น สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ วัสดุ และครุภัณฑ์ เป็นต้น) นิสิตสามารถแจ้งโดยตรงกับอาจารย์ผู้สอนในรายวิชาเพื่อขอคำแนะนำในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว กรณีที่ยังไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้ นิสิตสามารถขอคำปรึกษาโดยตรงกับอาจารย์ที่ปรึกษาทางวิชาการชั้นปี และ/หรือประธานหลักสูตรฯ ผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ตั้งแต่มาพบที่ห้องพัก โทรศัพท์ อีเมล โปรแกรมไลน์ เป็นต้น จากนั้นอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ อาจจัดประชุมร่วมกันเพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหาของนิสิตหรือปัญหาระหว่างอาจารย์ผู้สอนและกับนิสิต ถ้านิสิตยังไม่พึงพอใจในแนวทางแก้ไขปัญหา ก็สามารถยื่นคำร้องขออุทธรณ์กับคณะต่อไป

สำหรับการบริหารจัดการการอุทธรณ์ของนิสิตผ่านทางคณะนั้น มีระบบการรับข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะประเด็นต่าง ๆ เช่น การร้องเรียนเกี่ยวกับคณาจารย์และบุคลากรในด้านการจัดการเรียนการสอน การให้บริการ และการบริหารจัดการ เป็นต้น เพื่อพัฒนาคุณภาพในการบริหารและดำเนินงานการศึกษาของคณะได้ทันท่วงที และเป็นไปในทิศทางเดียวกันเพื่อหลีกเลี่ยงการเกิดปัญหาซ้ำในอนาคต ส่วนช่องทางในการยื่นข้อเสนอแนะ/ร้องเรียน มีตั้งแต่ 1) การส่งเรื่องด้วยตนเองต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง 2) การส่งผ่านอีเมลถึงผู้ที่เกี่ยวข้อง 3) การส่งผ่านแบบฟอร์มรับข้อเสนอแนะ/ร้องเรียน ตามที่ปรากฏในเว็บไซต์คณะผ่านทางออนไลน์ และ 4) การติดต่อผ่านโทรศัพท์สายตรงถึงคณบดี โทร 038-102-320 หรืออีเมลของคณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

สำหรับการอุทธรณ์เกี่ยวกับการประเมินผลรายวิชา/ผลการเรียนของนิสิตนั้น นิสิตสามารถประเมินผลรายวิชา/และอุทธรณ์ผลการเรียนได้ตามกระบวนการของภาควิชาที่สังกัด ในกรณีที่ยังมีข้อโต้แย้ง นิสิตสามารถดาวน์โหลดแบบฟอร์มข้อเสนอแนะ/ร้องเรียนได้ที่เว็บไซต์ของคณะ และดำเนินการส่งแบบฟอร์มด้วยตนเองหรืออีเมลถึงงานวิชาการคณะ จากนั้นเจ้าหน้าที่คณะจะดำเนินการประสานงานกับอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา/ประธานหลักสูตร/หัวหน้าภาควิชา (ภายใน 3 วันหลังจากได้รับร้องเรียน) และแจ้งผลการพิจารณาให้นิสิตทราบ ทั้งนี้ หากต้องมีการแก้ไขผลการเรียนของนิสิต งานวิชาการของคณะจะประสานอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาดังกล่าวให้ดำเนินการเพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการประจำคณะพิจารณาต่อไป

ขั้นตอนและกรอบเวลาการจัดการต่อข้อเสนอแนะ/ร้องเรียน ประกอบด้วย 1) การรับเรื่องร้องเรียนและติดต่อกลับผู้ให้ข้อเสนอแนะ/ร้องเรียนภายใน 3 วัน (ในวัน-เวลาทำการ) 2) การรายงานตามลำดับสายงานต่อผู้รับผิดชอบที่เกี่ยวข้องภายใน 3 วัน (ในวัน-เวลาทำการ) 3) การดำเนินการรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบ

ข้อเท็จจริงภายใน 7 วัน (ในวัน-เวลาทำการ) หลังจากได้รับรายงานในข้อ 2 โดยระยะเวลาที่ใช้แก้ไขปัญหานี้ขึ้นอยู่กับความซับซ้อนของข้อร้องเรียน และ 4) สรุปผลการดำเนินการแจ้งกลับผู้ให้ข้อเสนอแนะ/ร้องเรียนภายใน 3-7 วัน (ในวัน-เวลาทำการ) หลังจากการประสานงานในการดำเนินการแล้วเสร็จ

ทั้งนี้ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ ได้แจ้งกระบวนการอุทธรณ์ของนิสิตไปในระดับภาควิชาและระดับคณะให้ได้รับทราบในวันปฐมนิเทศของสาขาวิชา และอาจารย์ผู้สอนแจ้งนิสิตให้ทราบในคาบแรกของแต่ละรายวิชา

7.3 การให้ข้อมูลป้อนกลับในการพัฒนานิสิต

หลักสูตรฯ ดำเนินการตามแนวปฏิบัติของคณะในการให้ข้อมูลป้อนกลับเพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนานิสิต ดังนี้

(1) ก่อนเริ่มปีการศึกษา อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ จัดประชุมเพื่อกำหนดเกณฑ์การให้ข้อมูลป้อนกลับแก่นิสิตภายหลังช่วงเวลาการประเมินผลการเรียนการสอน

(2) อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ ประชุมกับอาจารย์ผู้สอนในหลักสูตรฯ เพื่อชี้แจงเกณฑ์การให้ข้อมูลป้อนกลับแก่นิสิตในแต่ละรายวิชา

(3) แนวทางโดยทั่วไป

(3.1) หากเป็นการประเมินผลระหว่างเรียน (Formative Assessment) อาจารย์ผู้สอนให้ข้อมูลป้อนกลับแก่นิสิตในชั้นเรียนได้ทันที ในกรณีที่เป็นพฤติกรรม หรือการฝึกปฏิบัติในห้องเรียน อาจารย์ผู้สอนสามารถประเมินผลในห้องเรียน หรือผ่านระบบสารสนเทศที่สามารถตรวจให้คะแนนได้ทันที ในกรณีที่เป็นข้อเขียนหรือโครงการในรายวิชา อาจารย์ผู้สอนแจ้งผลให้นิสิตทราบภายใน 7 วันหลังจากการประเมิน

(3.2) หากเป็นการประเมินผลในภาพรวม (Summative Assessment) อาจารย์ผู้สอนให้ข้อมูลป้อนกลับภายใน 15 วันหลังการประเมิน ทั้งนี้วิธีการให้ข้อมูลป้อนกลับขึ้นอยู่กับประเภทของสิ่งที่ประเมิน ซึ่งอาจารย์ผู้สอนต้องให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัวของนิสิตโดยใช้วิธีการชี้แจงเป็นรายบุคคล หรือชี้แจงผ่านระบบสารสนเทศของมหาวิทยาลัยบูรพา

7.4 การทวนสอบผลลัพธ์การเรียนรู้

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ และอาจารย์ผู้สอนร่วมกันทำหน้าที่กำกับดูแล ติดตามผล และดำเนินการทวนสอบผลลัพธ์การเรียนรู้ของนิสิต แผนการทวนสอบผลลัพธ์การเรียนรู้ของนิสิตมีทั้งในระดับรายวิชา ระดับชั้นปีและระดับหลักสูตร ดังนี้

(1) <u>การประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชาและผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับชั้นปี</u> สำหรับการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชาอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ และอาจารย์ผู้สอนร่วมกันพิจารณาผลลัพธ์การเรียนรู้ของนิสิตจากรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละภาคการศึกษา/ชั้นปี นั้น กับความสอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา และผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับชั้นปีที่กำหนด เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงวิธีการสอนและการวัดผลในแต่ละรายวิชาต่อไป อันจะทำให้เกิดการพัฒนานิสิตมีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง สำหรับการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับชั้นปี คณะได้แต่งตั้งอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ เป็นคณะกรรมการรองรับการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา จะออกข้อสอบเพื่อทวนสอบผลลัพธ์การเรียนรู้หลังจบการเรียนการสอนในแต่ละ

ภาคการศึกษาและสรุปผลรายงานให้ประธานกรรมการทวนสอบฯ ได้ตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนารูปแบบการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ในปีต่อ ๆ ไป

(2) <u>การประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร</u> อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ ร่วมกันพิจารณาความสอดคล้องผลลัพธ์การเรียนรู้ของนิสิตที่เกิดขึ้นจริงในแต่ละภาคการศึกษากับผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรที่กำหนด ตลอดจนสำรวจความคิดเห็นของนายจ้าง/ผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อผลลัพธ์การเรียนรู้ของมหาบัณฑิต และสำรวจความคิดเห็นต่อหลักสูตรฯ ของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาเป็นที่เรียบร้อยแล้วเพื่อนำผลการประเมินมาใช้ในการพัฒนาหลักสูตรฯ การจัดการเรียนการสอน และการออกแบบผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียต่อไป

กรณีอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ พบว่า ผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียนไม่เป็นไปตามผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรฯ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ จะจัดกิจกรรมเสริมให้ผู้เรียนได้พัฒนาผลลัพธ์การเรียนรู้ให้ถึงเกณฑ์ตามที่หลักสูตรฯ กำหนด และนำผลมอบให้อาจารย์ผู้สอนรายวิชาดังกล่าวไปใช้ในการพัฒนาเนื้อหาให้กับนิสิตและอาจทำการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้อีกครั้ง

7.5 เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาโท แผน 1 แบบวิชาการ ศึกษารายวิชาและทำวิทยานิพนธ์

(1) มีระยะเวลาศึกษาตลอดหลักสูตรเป็นไปตามข้อ 11 ของข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพาว่าด้วยการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2566

(2) ศึกษารายวิชาครบถ้วนตามที่กำหนดในหลักสูตร โดยจะต้องได้รับคะแนนเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 3.00 จากระบบ 4.00 หรือเทียบเท่า

(3) เสนอวิทยานิพนธ์ และสอบผ่านการสอบปากเปล่าวิทยานิพนธ์ขั้นสุดท้ายจนบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับบัณฑิตศึกษา

(4) การสอบปากเปล่าวิทยานิพนธ์ดำเนินการโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ที่บัณฑิตวิทยาลัยแต่งตั้งและเป็นระบบเปิดให้ผู้สนใจเข้ารับฟังได้

(5) ผลงานวิทยานิพนธ์หรือส่วนหนึ่งของผลงานวิทยานิพนธ์ต้องได้รับการตีพิมพ์หรืออย่างน้อยได้รับการเผยแพร่ในรูปแบบบทความ หรือนวัตกรรมหรือสิ่งประดิษฐ์ หรือผลงานทางวิชาการอื่นซึ่งสามารถสืบค้นได้ตามที่สภามหาวิทยาลัยกำหนด

(6) จัดส่งเล่มวิทยานิพนธ์ฉบับสมบูรณ์ที่แก้ไขเรียบร้อยแล้วโดยพิมพ์จากระบบ i-Thesis

ปริญญาโท แผน 2 แบบวิชาชีพ

(1) มีระยะเวลาศึกษาตลอดหลักสูตรเป็นไปตามข้อ 11 ของข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพาว่าด้วยการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2566

(2) ศึกษารายวิชาครบถ้วนตามที่กำหนดในหลักสูตร โดยจะต้องได้รับค่าระดับขั้นเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า 3.00 จากระบบ 4.00 หรือเทียบเท่า

(3) สอบผ่านประมวลความรู้ในสาขาวิชาด้วยข้อเขียน และ/หรือปากเปล่า

(4) เสนองานนิพนธ์ และสอบผ่านการสอบปากเปล่างานนิพนธ์ขั้นสุดท้ายจนบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับบัณฑิตศึกษา

(5) การสอบปากเปล่างานนิพนธ์ดำเนินการโดยคณะกรรมการสอบงานนิพนธ์ที่บัณฑิตวิทยาลัยแต่งตั้ง และเป็นระบบเปิดให้ผู้สนใจเข้ารับฟังได้

(6) จัดส่งเล่มงานนิพนธ์ฉบับสมบูรณ์ที่แก้ไขเรียบร้อยแล้วโดยพิมพ์จากระบบ i-Thesis

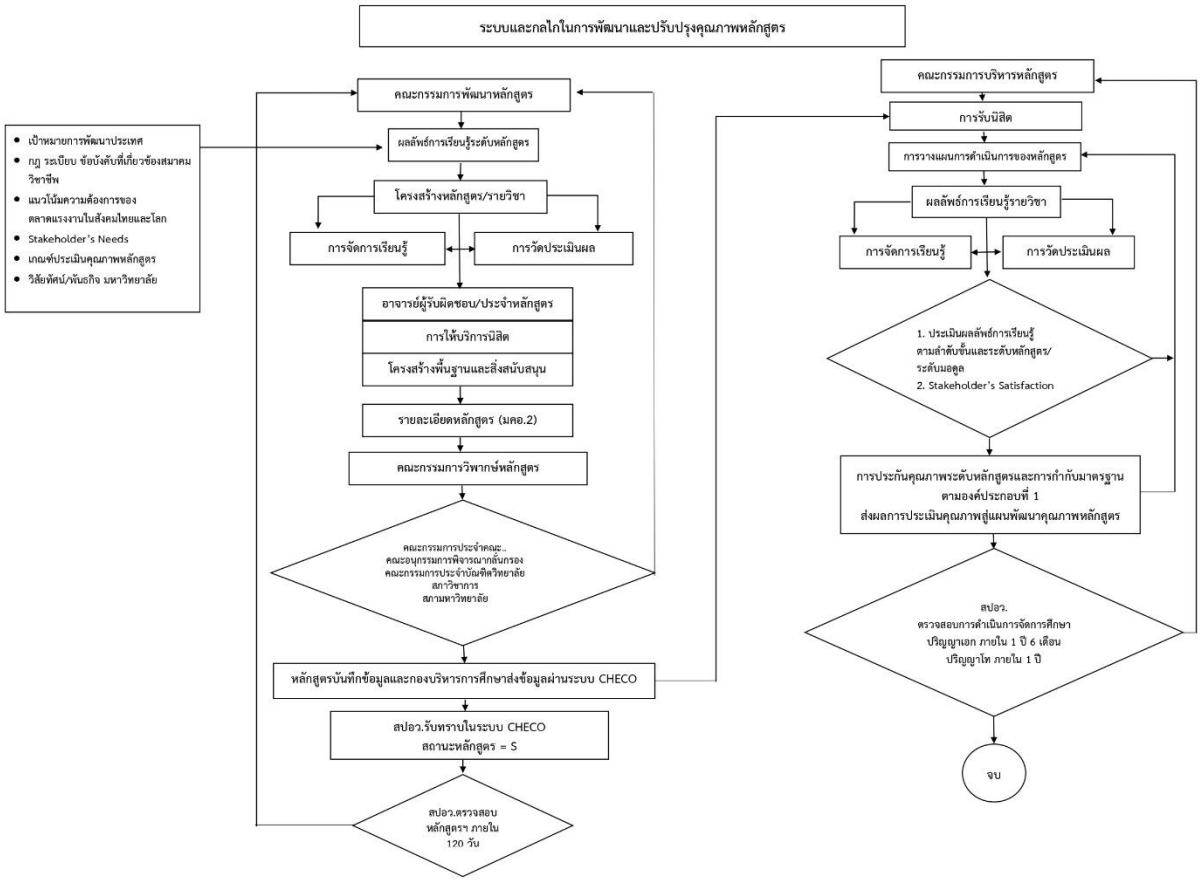
(7) ผลงานนิพนธ์ต้องได้รับการเผยแพร่ตามประกาศของบัณฑิตวิทยาลัย

7.6 การเก็บสะสมหน่วยกิตในระบบคลังหน่วยกิต

เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพา ว่าด้วยการจัดการศึกษาระบบคลังหน่วยกิต พ.ศ. 2564 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ถ้ามี)

หมวดที่ 8
การพัฒนาคุณภาพหลักสูตร

การพัฒนาคุณภาพหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569 นั้นมี 2 ส่วน คือ การออกแบบและพัฒนาหลักสูตรและการบริหารจัดการหลักสูตร เพื่อให้เป็นไปตามระบบและกลไกการประกันคุณภาพหลักสูตร และเพื่อตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้เรียนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยมีกระบวนการ ดังภาพที่ 8.1



ภาพที่ 8.1 ระบบและกลไกการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพหลักสูตร

8.1 การกำกับมาตรฐานตามองค์ประกอบที่ 1

คณะกรรมการบริหารหลักสูตร มีการบริหารจัดการหลักสูตรให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรตามองค์ประกอบที่ 1 ตลอดระยะเวลาที่มีการจัดการเรียนการสอน โดยพิจารณาองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่

(1) จำนวนอาจารย์ผู้ประจำหลักสูตร

(2) คุณสมบัติอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

(3) คุณสมบัติอาจารย์ประจำหลักสูตร

(4) คุณสมบัติอาจารย์ผู้สอน

(5) คุณสมบัติของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลักและอาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์

(6) คุณสมบัติของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม (ถ้ามี)

(7) คุณสมบัติอาจารย์ผู้สอบวิทยานิพนธ์

(8) การตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานของผู้สำเร็จการศึกษา

(9) ภาระงานอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และงานนิพนธ์ในระดับบัณฑิตศึกษา

(10) อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และงานนิพนธ์ในระดับบัณฑิตศึกษามีผลงานวิจัยอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

(11) การปรับปรุงหลักสูตรตามรอบระยะเวลาที่กำหนด

คณะกรรมการตรวจประเมินคุณภาพหลักสูตรที่แต่งตั้งโดยมหาวิทยาลัยบูรพาทุกปีการศึกษาทำหน้าที่สะท้อนผลการดำเนินงานของหลักสูตรฯ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการศึกษาระดับหลักสูตร

คณะกรรมการบริหารหลักสูตรฯ ทำหน้าที่ในการตรวจสอบและบริหารจัดการหลักสูตรฯ ให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรตามองค์ประกอบที่ 1

บัณฑิตวิทยาลัยทำหน้าที่ในการกำกับ ติดตาม ตรวจสอบคุณสมบัติ และแต่งตั้งอาจารย์ที่ปรึกษาหลัก/ร่วม คณะกรรมการสอบเค้าโครงฯ คณะกรรมการสอบปากเปล่า รวมทั้งภาระงานการเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร

การตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานของผู้สำเร็จการศึกษาเป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพาและประกาศที่บัณฑิตวิทยาลัยกำหนด โดยมีอาจารย์ที่ปรึกษาและบัณฑิตวิทยาลัยตรวจสอบและนำเสนอต่อที่ประชุมคณะกรรมการประจำบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อพิจารณารับรองและอนุมัติโดยสภามหาวิทยาลัย

8.2 การรับรองคุณภาพหลักสูตร

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ ได้ดำเนินการจัดการเรียนการสอนภายใต้การประกันคุณภาพการศึกษาภายในระดับหลักสูตรฯ ด้วยเกณฑ์ ASEAN University Network-Quality Assurance (AUN-QA) โดยหลักสูตรฯ ได้รับการรับรองมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 ถึง พ.ศ. 2567 โดยมีรายละเอียดดังนี้

(1) ระบบการประกันคุณภาพการศึกษาภายในระดับหลักสูตร

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ ได้นำการประกันคุณภาพการศึกษาภายใน ระดับหลักสูตรตามเกณฑ์ ASEAN University Network-Quality Assurance (AUN-QA) มาใช้เป็นแนวทางในการบริหาร

จัดการ วางแผน ควบคุม ดำเนินงาน และปรับปรุงคุณภาพหลักสูตรอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งบริหารจัดการเรียนการสอนให้เป็นไปตาม ประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2565 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ตลอดระยะเวลาที่เปิดดำเนินการ โดยครอบคลุมด้านผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร/รายวิชา โครงสร้างหลักสูตรการศึกษาและรายวิชา การจัดกระบวนการเรียนรู้ วิธีการวัดและประเมินผลผู้เรียน ระบบและกลไกการพัฒนาหลักสูตรและการบริหารคุณภาพ คณาจารย์และบุคลากรและสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

(2) กระบวนการตามเกณฑ์ที่หลักสูตรเลือกใช้

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ ได้ดำเนินกระบวนการประกันคุณภาพการศึกษาภายใน ระดับหลักสูตรตามเกณฑ์ ASEAN University Network-Quality Assurance (AUN-QA) และบริหารจัดการตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ ประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565 ตลอดระยะเวลาที่มีการจัดการเรียนการสอนในหลักสูตรฯ

8.3 การวางแผนคุณภาพ (Quality Planning: QP)

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ ได้นำผลรายงานการตรวจประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน ระดับหลักสูตร สำรวจความต้องการในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564 จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ศิษย์ปัจจุบัน ศิษย์เก่า ผู้ใช้งานบัณฑิต อาจารย์ประจำหลักสูตร อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ผู้สอน รวมทั้งนักวิชาการและนักวิชาชีพในด้านสื่อสารแบรนด์ จากนั้นจึงนำข้อมูลดังกล่าวมากำหนดคุณลักษณะและสมรรถนะของนิสิตที่ต้องการในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารแบรนด์ และนำมาสร้างผลลัพธ์การเรียนรู้ 4 ด้าน ได้แก่ ความรู้ ทักษะ จริยธรรม และลักษณะบุคคล จำนวน 6 ข้อ (ดังตาราง)

แผน 1 แบบวิชาการ ศึกษารายวิชาและทำวิทยานิพนธ์

PLO	คำอธิบาย	ผลลัพธ์การเรียนรู้
PLO1	ประยุกต์แนวคิดการสร้างแบรนด์ การสื่อสารแบรนด์ และเครื่องมือการสื่อสารแบรนด์ในยุคดิจิทัล เพื่อนำไปใช้ในงานสื่อสารแบรนด์สำหรับผู้ประกอบการ	ความรู้
PLO2	มีทักษะในการทำวิทยานิพนธ์ด้านการสื่อสารแบรนด์ตามหลักจริยธรรมการวิจัย เพื่อสร้างนวัตกรรมและต่อยอดความรู้ทางวิชาการ รวมทั้งเผยแพร่ผลงานวิชาการสู่สาธารณชน	ความรู้ ทักษะ จริยธรรม
PLO3	สร้างสรรค์แผนรณรงค์การสื่อสารแบรนด์สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจอย่างเป็นระบบและมีจริยธรรม	ความรู้ ทักษะ จริยธรรม
PLO4	สามารถค้นหา คัดเลือก และวิเคราะห์ข้อมูลผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์อย่างเป็นระบบเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงาน	ทักษะและลักษณะบุคคล
PLO5	สามารถนำเสนอและเจรจาต่อรองทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิผล	ลักษณะบุคคล
PLO6	แสดงพฤติกรรมที่สะท้อนความสามารถในการสื่อสารและการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีเพื่อการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิผล	ทักษะ

แผน 2 แบบวิชาชีพ

PLO	คำอธิบาย	ผลลัพธ์การเรียนรู้
PLO1	ประยุกต์แนวคิดการสร้างแบรนด์ การสื่อสารแบรนด์ และเครื่องมือการสื่อสารแบรนด์ในยุคดิจิทัล เพื่อนำไปใช้ในงานสื่อสารแบรนด์สำหรับผู้ประกอบการ	ความรู้
PLO2	มีทักษะในการทำงานนิพนธ์ตามหลักจริยธรรมการวิจัยเพื่อประยุกต์ใช้ในการทำงานของผู้ประกอบการธุรกิจหรือธุรกิจของตนเอง	ความรู้ ทักษะ จริยธรรม
PLO3	สร้างสรรค์แผนรณรงค์การสื่อสารแบรนด์สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจอย่างเป็นระบบและมีจริยธรรม	ความรู้ ทักษะ จริยธรรม
PLO4	สามารถค้นหา คัดเลือก และวิเคราะห์ข้อมูลผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์อย่างเป็นระบบเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงาน	ทักษะและลักษณะบุคคล
PLO5	สามารถนำเสนอและเจรจาต่อรองทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิผล	ลักษณะบุคคล
PLO6	แสดงพฤติกรรมที่สะท้อนความสามารถในการสื่อสารและการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีเพื่อการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิผล	ทักษะ

จากนั้น อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ ได้ร่วมกันออกแบบโครงสร้างและเนื้อหาของหลักสูตร ทั้งรายวิชาบังคับและวิชาเลือก คำอธิบายรายวิชา จำนวนหน่วยกิต และลำดับในการเปิดสอนแต่ละวิชาในแต่ละภาคการศึกษา โดยรายวิชาทั้งหมดจะต้องตอบผลลัพธ์การเรียนรู้ที่กำหนดไว้เพื่อควบคุมคุณภาพการศึกษาของหลักสูตรฯ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ ได้ออกแบบกระบวนการเพื่อให้หลักสูตรสามารถดำเนินการจัดการศึกษาได้ตามผลลัพธ์การเรียนรู้ที่กำหนดตั้งแต่

(1) อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ จัดประชุมอาจารย์ผู้สอนเกี่ยวกับการออกแบบผลลัพธ์การเรียนรู้และวิธีการเรียนการสอนในรายวิชาให้สอดคล้องกับคำอธิบายรายวิชา

(2) อาจารย์ผู้สอนชี้แจงให้นิสิตเข้าใจถึงเป้าหมายและผลลัพธ์การเรียนรู้ผ่านรายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

(3) อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบว่านิสิตได้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ในผลลัพธ์การเรียนรู้หรือไม่ ในระหว่างการดำเนินการสอน และป้อนผลการประเมินให้กับนิสิตพร้อมให้คำแนะนำในการพัฒนาตนเอง

(4) อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ จัดการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาหลังจากที่นิสิตเรียนจบในแต่ภาคการศึกษา เพื่อวัดผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) และวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประเมินผลลัพธ์ของผู้เรียนรายชั้นปี (YLOs)

(5) อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ จัดโครงการอบรมเพิ่มเติมเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ของผู้เรียนให้บรรลุผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา

นอกจากนี้ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ ได้วางแผนประชาสัมพันธ์หลักสูตรกับบุคคลทั่วไปที่ต้องการหาข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาต่อในหลักสูตรฯ ผ่านสื่อออนไลน์ของหลักสูตร ภาควิชา คณะ บัณฑิตวิทยาลัย และมหาวิทยาลัย รวมทั้งได้ชี้แจงเนื้อหาหลักสูตรฯ ให้นิสิตใหม่ได้รับทราบในวันปฐมนิเทศของหลักสูตรฯ

8.4 การรักษาคุณภาพ (Quality Maintenance: QM)

เพื่อให้หลักสูตรฯ มีคุณภาพ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ ได้ออกแบบวิธีการทบทวน ตรวจสอบ และกำกับการจัดกระบวนการเรียนรู้และวิธีการวัดและประเมินผลในแต่ละรายวิชาเพื่อให้สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่กำหนด จากนั้นอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ ให้ข้อมูลป้อนกลับไปยังอาจารย์ผู้สอนในรายวิชาต่าง ๆ เพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาการจัดกระบวนการเรียนรู้ในรายวิชาที่รับผิดชอบในครั้งต่อไป ทั้งนี้ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ ยังได้นำข้อมูลจาก มคอ.2 มคอ.3 มคอ.4 มคอ.5 และอื่น ๆ มาวิเคราะห์รายละเอียดในรายวิชา รูปแบบการเรียนการสอน กิจกรรม และงานในห้องเรียน เพื่อออกแบบวิธีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของนิสิตตามที่กำหนดไว้ใน PLO ของหลักสูตรฯ หลังจากนิสิตเรียนจบในแต่ละภาคการศึกษา (ปีการศึกษาละสองครั้ง) โดยมีการทอดระยะเวลาประมาณ 1 เดือนเพื่อจัดการทวนสอบผลสัมฤทธิ์กับนิสิตหลังจากที่เรียนวิชาดังกล่าวจบ เพื่อประเมินการจดจำได้ในเนื้อหาที่เรียนและการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ผ่านกรณีศึกษา ทั้งนี้ หลักสูตรฯ ได้เชิญผู้ทรงคุณวุฒิจากภายนอกมหาวิทยาลัยมาเป็นประธานกรรมการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาเพื่อร่วมตรวจสอบรูปแบบและขั้นตอนการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ว่าเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานการศึกษา นอกจากนี้ หลักสูตรฯ ได้มีการประเมินคุณภาพตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ ตามตัวบ่งชี้การกำกับมาตรฐานหลักสูตร และตามเกณฑ์การประกันคุณภาพการศึกษาภายในของเครือข่ายการประกันคุณภาพมหาวิทยาลัยอาเซียน (ASEAN University Network Quality Assurance: AUN QA) ทุกปีตามรูปแบบที่มหาวิทยาลัยกำหนด โดยมีคณะกรรมการประเมินคุณภาพการศึกษาภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยที่ได้รับแต่งตั้งให้มาตรวจสอบคุณภาพหลักสูตรตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรฯ ในทุกปีการศึกษา โดยมี 9 ตัวชี้วัด ดังนี้

(1) อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ จัดประชุมเพื่อวางแผน กำกับ ติดตาม และทบทวนการดำเนินงานหลักสูตร อย่างน้อย 2 ครั้งต่อปี และมีการบันทึกการประชุมทุกครั้ง

(2) ร้อยละ 100 ของผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก/ร่วม คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ งานนิพนธ์ และอาจารย์ผู้สอนเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2565

(3) ร้อยละ 100 ของนิสิตที่เข้าศึกษาสามารถสอบ/ประเมินเค้าโครงเป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนด

(4) ร้อยละ 100 ของนิสิตที่เข้าศึกษาสามารถสำเร็จการศึกษาเป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนด

(5) ร้อยละ 100 ของรายวิชา/ชุดวิชาที่เปิดสอนมีรายละเอียดรายวิชา เช่น แผนการเรียนและการวัดผลประเมินผลที่สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา อย่างน้อยก่อนการเปิดสอนในแต่ละภาคการศึกษา

(6) ร้อยละ 100 ของรายวิชา/ชุดวิชาที่เปิดสอนมีการจัดทำรายงานผลการดำเนินการของการจัดการเรียนการสอนภายใน 30 วัน หลังสิ้นสุดภาคการศึกษา

(7) ร้อยละ 100 ของรายวิชา/ชุดวิชาที่เปิดสอนในแต่ละภาคการศึกษามีการพัฒนา/ปรับปรุง การจัดการเรียนการสอน กลยุทธ์การสอน หรือการประเมินผลการเรียนรู้จากผลการดำเนินงานที่รายงานในปีที่ผ่านมา

(8) อาจารย์ประจำหลักสูตรได้รับการพัฒนาทางวิชาการและ/หรือวิชาชีพอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

(9) อาจารย์ใหม่ทุกคนต้องผ่านการปฐมนิเทศ คำแนะนำด้านการจัดการเรียนการสอน หรือการให้คำปรึกษานิสิตระดับบัณฑิตศึกษา (ถ้ามี)

8.5 การควบคุมคุณภาพ (Quality Control: QC)

หลักสูตรมีการออกแบบวิธีการวัดและควบคุม จุดควบคุมและจุดตรวจสอบ ตลอดจนกระบวนการจัดการเรียนการสอน เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่ามีการตรวจสอบและติดตามกระบวนการ เพื่อการบ่งชี้ความผิดปกติของกระบวนการ และมีการปรับแก้กระบวนการให้ดำเนินการเป็นไปตามแผน ดังนี้

8.5.1 การควบคุมคุณภาพนิสิต

(1) การรับนิสิตและการเตรียมความพร้อมก่อนเข้าศึกษา

ตามรายละเอียดในหมวด 6 ข้อ 6.2 และ 6.3

(2) การควบคุมดูแลให้คำปรึกษาและการใช้ชีวิตในมหาวิทยาลัย

ตามรายละเอียดในหมวด 6 ข้อ 6.4

(3) การติดตามและรายงานผลการคงอยู่และสำเร็จการศึกษา

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ ได้มอบหมายให้บุคลากรสายสนับสนุนของหลักสูตรฯ เก็บรวบรวมข้อมูลอัตราการสอบผ่าน อัตราการตกและอัตราการออกของนิสิต และนำข้อมูลในแต่ละปีมาวิเคราะห์ จากนั้นจึงจัดประชุมภายในเพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงวิธีการจัดการเรียนการสอนและพัฒนาคุณภาพการเรียนการสอนเพื่อลดอัตราการตกและอัตราการออกของนิสิต กรณีที่สาเหตุเกิดจากปัญหาการจัดการเรียนการสอน อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ จะขอความร่วมมือจากอาจารย์ผู้สอนและอาจารย์ที่ปรึกษาด้านวิชาการประจำชั้นปีช่วยเข้าไปแก้ไขปัญหาให้กับนิสิตทันที สำหรับรายวิชาวิทยานิพนธ์/งานนิพนธ์ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ ภาควิชาได้จัดห้อง QS2-302 ที่คณะเป็นพื้นที่ให้กับนิสิตได้เข้ามาค้นคว้าข้อมูลเพื่อทำรายงาน/โครงงานและทำงานวิจัย หรือนัดพบอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และงานนิพนธ์เพื่อขอคำปรึกษาโดยบุคลากรสายสนับสนุนของหลักสูตรฯ จะช่วยประสานงานการนัดหมายระหว่างนิสิตกับอาจารย์ โดยอาจารย์ที่ปรึกษาให้คำแนะนำเกี่ยวกับขั้นตอนการส่งเอกสารในช่วงทำวิทยานิพนธ์และงานนิพนธ์ ในแต่ละภาคการศึกษาที่มีการลงวิชาวิทยานิพนธ์และงานนิพนธ์ นิสิตจะต้องรายงานความก้าวหน้าการทำวิทยานิพนธ์/งานนิพนธ์ (GRD progress report) ให้กับประธานหลักสูตรฯ/คณะ/บัณฑิตวิทยาลัยได้ทราบ

ทั้งนี้ ก่อนการเปิดรับสมัครบุคคลทั่วไปในแต่ละปีการศึกษา อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ จัดประชุมเพื่อเปรียบเทียบข้อมูลการรับเข้าของนิสิต จำนวนนิสิตที่คงอยู่/ออกในแต่ละชั้นปี ร้อยละการจบการศึกษา และร้อยละการพ้นสภาพของนิสิตในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิตเพื่อนำมาพิจารณาในการกำหนดแนวทางการรับสมัครในปีการศึกษาถัดไป

8.5.2 การควบคุมคุณภาพอาจารย์

(1) กระบวนการรับและคัดเลือกอาจารย์ใหม่

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ ดำเนินการรับสมัครและคัดเลือกอาจารย์ใหม่ตามระเบียบและหลักเกณฑ์ของคณะและมหาวิทยาลัย อาจารย์ใหม่ของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิตจะต้องมีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาเอกด้านการสื่อสารแบรนด์หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง โดยกระบวนการรับและคัดเลือกอาจารย์ไปตามฝ่ายบุคคลของคณะและมหาวิทยาลัย

(2) กระบวนการส่งเสริมและพัฒนาทักษะอาจารย์

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ ภาควิชาและคณะส่งเสริมให้คณาจารย์ได้รับการพัฒนาความรู้และทักษะต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอน ซึ่งจัดโดยมหาวิทยาลัย/คณะ/หน่วยงานภายนอกอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ภาควิชายังมีงบประมาณให้คณาจารย์เข้าร่วมการอบรม/การสัมมนาเพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้ให้ทันสมัย

8.5.3 การควบคุมคุณภาพของสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

มหาวิทยาลัยและคณะได้มีการจัดทำโครงสร้างพื้นฐานเครือข่ายความเร็วสูงเพื่อเพิ่มจุดกระจายสัญญาณ Wi-FI และฐานข้อมูลออนไลน์ให้บุคลากรและนิสิตสามารถเข้าถึงเพื่อใช้สืบค้นสารสนเทศเพื่อการเรียนการสอน ก่อนเปิดภาคเรียนแต่ละครั้ง ภาควิชา/หลักสูตรฯ ได้มอบหมายให้เจ้าหน้าที่ของภาควิชาสำรวจครุภัณฑ์ที่ใช้ในการเรียนการสอนในห้องเรียนบัณฑิตศึกษา และห้องปฏิบัติการต่าง ๆ ให้มีความพร้อมเพื่อใช้ในการเรียนการสอน ในกรณีที่อุปกรณ์ที่ชำรุด เจ้าหน้าที่ของภาควิชาจะประสานงานกับเจ้าหน้าที่ของคณะเพื่อทำการแก้ไขให้พร้อมใช้ต่อไป รวมทั้งนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการตั้งงบประมาณด้านครุภัณฑ์ต่าง ๆ ของภาควิชาต่อไป

8.6 การปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพ (Quality Improvement: QI)

เพื่อเป็นการพัฒนาคุณภาพอย่างต่อเนื่อง อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ นำผลข้อมูลการประเมินหลักสูตรฯ ต่าง ๆ ที่จัดทำโดยหลักสูตรฯ คณะ และมหาวิทยาลัย (ดังตาราง) นำมาวิเคราะห์เพื่อประเมินหลักสูตรฯ มาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพหลักสูตรอย่างต่อเนื่อง โดยข้อมูลประกอบด้วย

ข้อมูลการประเมินหลักสูตรฯ	ผู้จัดทำ	ระยะเวลาในการประเมิน
วิธีการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้		
- ผลการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของนิสิตหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	มหาวิทยาลัย	ประจำปี
- ผลความพึงพอใจของนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพาต่อหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	มหาวิทยาลัย	ประจำปี
- ผลการสำรวจภาวะการมีงานทำของบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา	มหาวิทยาลัย	ประจำปี
- ผลการสำรวจความคิดเห็นของนิสิตต่อการเรียนการสอน (รายวิชา)	มหาวิทยาลัย	ประจำปี
- ผลความพึงพอใจของอาจารย์ต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้	มหาวิทยาลัย	ประจำปี
- ผลความพึงพอใจของอาจารย์ประจำหลักสูตรต่อการบริหารจัดการหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	คณะ	ประจำปี
- ผลประเมินการคุณภาพการศึกษาภายในระดับหลักสูตร โดยคณะกรรมการประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน ระดับหลักสูตร	หลักสูตรฯ/คณะ	ประจำปี
- ผลการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพาต่อหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรฯ/คณะ	ทุกภาคการศึกษา
วิธีการประเมินความพึงพอใจของผู้เรียนและผู้มีส่วนได้เสีย		

ข้อมูลการประเมินหลักสูตรฯ	ผู้จัดทำ	ระยะเวลาในการประเมิน
- ผลความพึงพอใจในโครงการ/กิจกรรมพิเศษที่จัดให้กับนิสิต	หลักสูตรฯ	ทุกภาคการศึกษา
- ผลการประเมินความต้องการและความคาดหวังจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ศิษย์เก่า ผู้ใช้งานบัณฑิต และผู้ทรงคุณวุฒิที่เชี่ยวชาญในสาขาวิชา	หลักสูตรฯ	ทุกรอบ 5 ปี
- ข้อมูลอื่น ๆ เช่น จำนวนนิสิตที่สำเร็จการศึกษาและตกค้างในแต่ละปี	หลักสูตรฯ	ประจำปี

จากนั้น อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ วิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดและกำหนดกลยุทธ์การจัดการเรียนการสอนของหลักสูตรฯ และตัวบ่งชี้ที่ต้องดำเนินการเพื่อความสำเร็จของแผนนั้น ๆ พร้อมกำหนดระยะเวลาที่คาดว่าจะดำเนินการแล้วเสร็จ ข้อมูลที่จะใช้ในการประเมินหลักสูตรฯ มีรายละเอียดดังตาราง

แผนการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพหลักสูตร	กลยุทธ์/ตัวบ่งชี้	หลักฐานเชิงประจักษ์
(1) การกำหนดปรัชญา วัตถุประสงค์ คุณลักษณะของผู้เรียน ผลลัพธ์การเรียนรู้ โครงสร้างหลักสูตรและรายวิชาให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ของโลก	(1) การนำข้อมูลผลลัพธ์การเรียนรู้และผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เรียนและผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียมาออกแบบหลักสูตรฯ ตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรของ อว. (2) อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ ควบคุมการดำเนินงานให้เป็นไปตามเกณฑ์การประกันคุณภาพการศึกษาระดับหลักสูตร AUN-QA	(1) เล่มหลักสูตรฯ ทุกรอบ 5 ปี (2) มคอ. 3 มคอ. 5 ทุกภาคการศึกษา (3) รายงานการประเมินตนเองระดับหลักสูตรฯ ประจำปี (4) ผลการประเมินหลักสูตรฯ ประจำปี โดยคณะกรรมการตรวจประเมินคุณภาพการศึกษา
(2) การจัดกระบวนการเรียนรู้และควบคุมการดำเนินงานตามเกณฑ์การประกันคุณภาพการศึกษาระดับหลักสูตร AUN-QA อย่างต่อเนื่อง	(1) อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ จัดประชุมการจัดการเรียนการสอนก่อนเปิดภาคเรียนในแต่ภาคการศึกษา (2) อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ จัดการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของนิสิตแต่ละชั้นปีหลังจบแต่ละภาคการศึกษา	(1) รายงานการประชุมของภาควิชา (2) รายงานการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของนิสิต
(3) การพัฒนาสมรรถนะของคณาจารย์ และบุคลากร	(1) ส่งเสริมให้อาจารย์เข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการและเขียนผลงานวิชาการ (2) ส่งเสริมให้อาจารย์ประจำหลักสูตรฯ เข้ารับการอบรม หรือพัฒนาตนเองในด้านวิชาการและวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง (3) ส่งเสริมให้เจ้าหน้าที่หลักสูตรฯ ทำวิจัยการพัฒนางานประจำสู่งานวิจัย (R2R) เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาหลักสูตรฯ	(1) รายงานผลการแต่งตั้งตำแหน่งทางวิชาการของอาจารย์ (2) การเข้าร่วมหลักสูตรอบรมระยะสั้นต่าง ๆ ของคณาจารย์และเจ้าหน้าที่ (3) จำนวนงานวิจัย บทความวิจัย หรือบทความทางวิชาการของอาจารย์อย่างน้อย 1 เรื่องต่อปีการศึกษา

แผนการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพหลักสูตร	กลยุทธ์/ตัวบ่งชี้	หลักฐานเชิงประจักษ์
(4) การจัดการคุณภาพของสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้	(1) การตรวจสอบสภาพและเตรียมความพร้อมครุภัณฑ์ในห้องเรียนก่อนเปิดภาคเรียน (2) การสำรวจและประเมินสภาพครุภัณฑ์สำหรับการเรียนการสอนเพื่อนำเสนอของบประมาณจากภาควิชา (3) การจัดหนังสือและวิทยานิพนธ์เข้าห้องค้นคว้าสำหรับบัณฑิตศึกษา เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้เรียนด้วยตนเอง	(1) บันทึกข้อความและงบประมาณเกี่ยวกับการซ่อมแซมและการจัดซื้อวัสดุ อุปกรณ์ และครุภัณฑ์ (2) หนังสือและวิทยานิพนธ์ในห้องค้นคว้าสำหรับบัณฑิตศึกษา

8.7 การสื่อสารและเผยแพร่ข้อมูลของหลักสูตรการศึกษาให้ผู้มีส่วนได้เสียได้รับทราบ

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ ได้มีการประชาสัมพันธ์หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569 กับบุคคลทั่วไปที่ต้องการศึกษาต่อหลักสูตรดังกล่าว โดยบุคคลทั่วไปสามารถเข้ามาดูและดาวน์โหลดเล่มหลักสูตรฯ ผ่านสื่อออนไลน์ ดังนี้

- เฟซบุ๊กเพจของหลักสูตรฯ (https://www.facebook.com/people/Brand-Communication-Master-Program-at-BUU/100057160102572/?_rdr)

- เฟซบุ๊กเพจและเว็บไซต์ของภาควิชา (https://www.facebook.com/ComArtsBuu และ https://huso.buu.ac.th/comt/)

- เฟซบุ๊กเพจและเว็บไซต์ของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (https://www.facebook.com/BUU.Huso และ https://huso.buu.ac.th/) และผ่านการประชาสัมพันธ์หลักสูตรฯ ผ่านเฟซบุ๊กเพจและเว็บไซต์ของบัณฑิตวิทยาลัย (https://www.facebook.com/grd.buu และ https://grd.buu.ac.th/) และมหาวิทยาลัย (https://www.buu.ac.th/bachelor-degree/)

ทั้งนี้ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ ได้ชี้แจงให้กับนิสิตที่เข้ามาใหม่ในแต่ละปีการศึกษาได้รับทราบรายละเอียดเกี่ยวกับหลักสูตรฯ ในวันปฐมนิเทศนิสิตใหม่ของหลักสูตรฯ

8.8 การตรวจสอบเพื่อรับรองมาตรฐานหลักสูตรโดยคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษาตามพระราชบัญญัติการอุดมศึกษา พ.ศ. 2562

8.8.1 การตรวจสอบหลักสูตร

คณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษามีการตรวจสอบหลักสูตรการศึกษาของมหาวิทยาลัยว่าได้ออกแบบเป็นไปตามมาตรฐานและให้การรับรองและเมื่อได้ตรวจสอบแล้วก็พบหลักฐานเชิงประจักษ์

8.8.2 การตรวจสอบการดำเนินการจัดการศึกษา

คณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษาตรวจสอบการดำเนินการจัดการศึกษาที่มีกระบวนการควบคุมที่มั่นใจได้ว่าเกิดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังได้จริง ตลอดจนมีกระบวนการติดตามและพัฒนาสมรรถนะ

การดำเนินการอย่างต่อเนื่องเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยหลักสูตรต้องจัดส่งรายงานผลการดำเนินการจัดการศึกษาที่แสดงผลการวิเคราะห์การดำเนินงานในปัจจุบันเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า แนวโน้มของผลการดำเนินงาน รายงานผลการวิเคราะห์ช่องว่าง และแผนการปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรการศึกษา พร้อมทั้งหลักฐานเชิงประจักษ์อื่น ๆ เพื่อการรับรองมาตรฐานการอุดมศึกษาของหลักสูตรการศึกษา เมื่อครบกึ่งหนึ่งของระยะเวลาการจัดการศึกษาของหลักสูตร

เอกสารแนบ

เอกสารแนบหมายเลข 1 คำอธิบายรายวิชา

เอกสารแนบหมายเลข 2 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) กับรายวิชาในระดับขั้นของการพัฒนาผู้เรียน

เอกสารแนบหมายเลข 3 ผลงานทางวิชาการของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร

เอกสารแนบหมายเลข 4 คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนา/ปรับปรุงหลักสูตร

เอกสารแนบหมายเลข 5 คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตร

เอกสารแนบหมายเลข 6 ผลการวิพากษ์หลักสูตรจากคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569

เอกสารแนบหมายเลข 7 ตารางเปรียบเทียบหลักสูตร (กรณีหลักสูตรปรับปรุง)

เอกสารแนบหมายเลข 8 ข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพาว่าด้วยการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2566 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ถ้ามี)

เอกสารแนบหมายเลข 1
คำอธิบายรายวิชา

1. หมวดวิชาบังคับ

รหัสวิชา	ชื่อรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษ	หน่วยกิต	คำอธิบายรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
20251169	หลักการสื่อสารแบรนด์ Brand Communication Principles	3(3-0-6)	หลักการและแนวคิดเกี่ยวกับแบรนด์ การสร้างแบรนด์ การสื่อสารแบรนด์ทั้งภายในและภายนอกองค์กร เครื่องมือในการสื่อสาร การวางแผนรณรงค์ การจัดการแบรนด์เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในคุณค่าแบรนด์สำหรับผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล The principles and concepts of brands; brand building; brand communication both internal and external an organization; communication tools; campaign planning; brand management for sustainable brand equity for entrepreneur in digital era
20256169	การเจาะลึกจิตใจผู้บริโภคในยุคดิจิทัล Consumer Insights in Digital Age	3(3-0-6)	ความหมาย แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล การเปิดรับข้อมูลสินค้าหรือบริการ เส้นทางการตัดสินใจของผู้บริโภค การเป็นผู้สื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ การเข้าถึงข้อมูลดิจิทัลของผู้บริโภค การวิจัยผู้บริโภค การออกแบบการเก็บข้อมูลลูกค้าและการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อวางแผนการสื่อสารแบรนด์โดยนำเทคโนโลยีการสื่อสารการตลาดและปัญญาประดิษฐ์มาใช้ตลอดกระบวนการ จริยธรรมของผู้ประกอบการและการคุ้มครองผู้บริโภค Definitions, concepts, and theories about consumer behaviors in a digital age; product or service’s information exposure; consumer decision journey; consumers as product or service’s reviewers; information access of consumer’s digital footprints; consumer research; data collection design and data analysis for

รหัสวิชา	ชื่อรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษ	หน่วยกิต	คำอธิบายรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
			brand communication planning by using marketing communication technologies and artificial intelligence throughout the entire process; entrepreneur ethics and consumer protection
20256269	ภูมิทัศน์สื่อและกลยุทธ์การวางแผนสื่อ Media Landscape and Media Planning Strategy	3(2-2-5)	ประเภท คุณลักษณะ ข้อได้เปรียบและข้อจำกัดของสื่อดั้งเดิมและสื่อออนไลน์ กระบวนการวางแผนสื่อ ตั้งแต่การวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแบรนด์ คู่แข่ง ผู้บริโภค และสิ่งแวดล้อมผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ การกำหนดวัตถุประสงค์ กลยุทธ์ กลวิธี และการประเมินผลของสื่อเพื่องานสื่อสารแบรนด์รวมถึงการเปรียบเทียบผลลัพธ์กับคู่แข่งในอุตสาหกรรม Types, characteristics, and advantages and limitations of traditional and new media; media planning process from the analysis of brands, competitors, consumers to environment through digital technology and artificial intelligence; formulation of media objectives, strategies, tactics and evaluation for brand communication work including benchmarking the results against industry competitors
20255169	ระเบียบวิธีวิจัยเพื่อการสื่อสารแบรนด์ Research Methodology for Brand Communication	3(2-2-5)	กระบวนทัศน์สำหรับการแสวงหาความรู้ความจริง ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณในบริบทงานด้านสื่อสารแบรนด์ การค้นหาปัญหาวิจัย การพัฒนาเค้าโครงการวิจัย การเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน การเขียนรายงานการวิจัย จริยธรรมในการวิจัย Paradigms for searching truth; qualitative and quantitative research methodologies in brand communication context; research problem searching; research proposal development; data collection; data analysis via digital

รหัสวิชา	ชื่อรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษ	หน่วยกิต	คำอธิบายรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
			technology and artificial intelligence; analysis of descriptive and inferential statistics; research report writing; research ethics

รหัสวิชา	ชื่อรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษ	หน่วยกิต	คำอธิบายรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
20266369	กลยุทธ์การรณรงค์การสื่อสารแบรนด์ Brand Communication Campaign Strategy	3(2-2-5)	กลยุทธ์และกระบวนการสร้างแบรนด์ การวิเคราะห์สถานการณ์และสภาพแวดล้อมทางการตลาดผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์การวางแผนรณรงค์เพื่องานสื่อสารแบรนด์และการประเมินประสิทธิผลของแผน การใช้ความรู้สร้างแบรนด์ในสถานการณ์จริง Brand strategy and brand building; the analysis of marketing situations and environments, via digital technology and artificial intelligence, affecting a brand communication campaign planning strategy and its effectiveness; knowledge application for brand building in the real world

2. หมวดวิชาเลือก

รหัสวิชา	ชื่อรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษ	หน่วยกิต	คำอธิบายรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
20252169	การวิเคราะห์ข้อมูลและการทำข้อมูลให้เป็นภาพ Data Analytics and Data Visualization	3(2-2-5)	ความหมายและหลักการเกี่ยวกับข้อมูล ความสำคัญของแนวคิดวัฒนธรรมการขับเคลื่อนธุรกิจด้วยข้อมูล การรวบรวมข้อมูล การเตรียมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลตลอดกระบวนการวางแผนการสื่อสาร การนำเสนอข้อมูลด้วยภาพ การนำข้อมูลไปใช้ในงานสื่อสารแบรนด์ Definitions and principles of data; the importance of a data-driven business culture; data collection; data preparation; data analysis throughout the communication planning process; data visualization techniques; the data applications in brand communication work
20262269	การสร้างสรรค์แนวคิดเพื่องานสื่อสารแบรนด์ Creative Idea Generation for Brand Communication	3(2-2-5)	ความหมายและกระบวนการคิดสร้างสรรค์ ขั้นตอนการทำงานสร้างสรรค์เพื่อการสื่อสารแบรนด์ การตีความโจทย์ทางการตลาด การสร้างสรรค์แนวคิดเพื่อแผนรณรงค์การสื่อสารแบรนด์ผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ พร้อมทั้งฝึกปฏิบัติ

รหัสวิชา	ชื่อรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษ	หน่วยกิต	คำอธิบายรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
			Definition and creative thinking process; the steps of creative work for brand communication; brief interpretation; a brand communication campaign's concept generation via various media types; including practices
20256469	การจัดการแบรนด์ในภาวะวิกฤติ Brand Management in Crisis	3(2-2-5)	แนวคิด องค์ประกอบ และประเภทของภาวะวิกฤติ การประเมินผลกระทบที่มีต่อแบรนด์ การเตรียมความพร้อมรับมือวิกฤติ การประเมินความเสี่ยง การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย กลยุทธ์การสื่อสารภายในและภายนอกองค์กร การกอบกู้ชื่อเสียง ประเด็นกฎหมายและจริยธรรม และฝึกปฏิบัติจากการจำลองสถานการณ์วิกฤติและจากกรณีศึกษา Concepts, components and types of crisis; impact assessment on brands; crisis preparedness; risk assessment; stakeholder analysis; strategies for internal and external corporate communications; reputation recovery; legal and ethical Issues; practices via crisis simulation and case studies
20266569	การจัดการชื่อเสียงของแบรนด์ Brand Reputation Management	3(3-0-6)	หลักการและองค์ประกอบของชื่อเสียงของแบรนด์ ผลกระทบที่มีต่อการดำเนินงานด้านธุรกิจ เครื่องมือในการติดตามตรวจสอบชื่อเสียงของแบรนด์ การบริหารจัดการชื่อเสียงของแบรนด์ในภาวะปกติและภาวะวิกฤติ กลยุทธ์การสร้างชื่อเสียงเชิงบวกให้แบรนด์ การเล่าเรื่องเพื่อสร้างชื่อเสียง บทบาทของสื่อสังคมที่มีต่อชื่อเสียง ประเด็นกฎหมายและจริยธรรม The fundamentals and components of brand reputation; its impact on business operations; tools for monitoring brand reputation; brand reputation management in normal and crisis situations; strategies for building a positive reputation; storytelling to build reputation; the social media roles for reputation; legal and ethical issues

รหัสวิชา	ชื่อรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษ	หน่วยกิต	คำอธิบายรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
20266669	การจัดการแบรนด์ Brand Management	3(3-0-6)	หลักการและความสำคัญของแบรนด์ การสร้างและตรวจสอบคุณค่าของแบรนด์ การจัดการแบรนด์หลักและแบรนด์รอง กลยุทธ์การวางตำแหน่งของแบรนด์และการสร้างความแตกต่าง ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภคกับแบรนด์ การสื่อสารแบรนด์ ชื่อเสียงของแบรนด์และการปกป้องแบรนด์ ประเด็นกฎหมายและจริยธรรมที่เกี่ยวกับการจัดการแบรนด์ The fundamentals and importance of brand; building and monitoring brand equity; master brand and sub-brand management; brand positioning strategy and brand differentiation; the relationship between consumer behaviors and brands; brand communication; brand reputation and protection; legal and ethical issues related to brand management
20262369	การนำเสนอขายงานในธุรกิจการสื่อสารแบรนด์ Pitching in Brand Communication Business	3(2-2-5)	ศิลปะการนำเสนองานที่เชื่อมโยงแบรนด์กับผู้บริโภคอย่างสร้างสรรค์ การสื่อสารอัตลักษณ์ ค่านิยมหลัก วัตถุประสงค์ และบุคลิกภาพของแบรนด์ตามกลุ่มเป้าหมายและผ่านการเล่าเรื่อง การออกแบบภาพ และเครื่องมือในการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลเพื่อการนำเสนอขายที่สามารถสร้างผลกระทบและโน้มน้าวใจ และฝึกปฏิบัติการนำเสนอขายงานผ่านแพลตฟอร์มสื่อที่หลากหลาย The art of presenting work that creatively connects the brand with consumers; communicating the brand's identity, core values, objectives, and personality based on target audience groups via storytelling, visual design, and digital communication tools to deliver impactful and persuasive presentations; pitching practices in various media platforms.
20268169	กฎหมายและจริยธรรมสำหรับการสื่อสารแบรนด์ Laws and Ethics in Brand Communication	3(3-0-6)	กฎหมาย ข้อบังคับ และประเด็นทางจริยธรรมในบริบทการสื่อสารแบรนด์ที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาในการสื่อสาร การใช้สื่อดั้งเดิมและสื่อออนไลน์ และเครื่องมือสื่อสารการตลาดอื่น ๆ

รหัสวิชา	ชื่อรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษ	หน่วยกิต	คำอธิบายรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
			Laws, regulations and ethical issues in brand communication contexts related to messages, traditional and new media, and other marketing communication tools
20266769	หัวข้อเลือกสรรสำหรับการสื่อสารแบรนด์ Selected Topics in Brand Communication	3(3-0-6)	หัวข้อที่ร่วมสมัยและหลากหลายเกี่ยวกับแบรนด์และการสื่อสารแบรนด์ Various contemporary issues related to brands and brand communication

3. หมวดวิชาวิทยานิพนธ์/งานนิพนธ์

รหัสวิชา	ชื่อรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษ	หน่วยกิต	คำอธิบายรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
20269869	งานนิพนธ์ Independent Study	6(0-0-18)	การกำหนดปัญหาการวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารแบรนด์ของผู้ประกอบการธุรกิจ วัตถุประสงค์ของการวิจัย การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง การออกแบบระเบียบวิธีวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ผล การสรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ การเขียนรายงานฉบับสมบูรณ์และการนำเสนอรายงานด้วยปากเปล่า กระบวนการดำเนินงานอยู่ภายใต้จริยธรรมการวิจัย Setting brand communication research problems related to entrepreneur in the business context; the purpose of the research study; literature reviews; research methodology design; data collection and data analysis; conclusions, discussion and suggestions; final research report writing and oral presentations; the operation research process subjected to research ethics
20269969 (1)	วิทยานิพนธ์ 1 Thesis 1	6(0-0-18)	การกำหนดปัญหาการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแบรนด์และการสื่อสารแบรนด์ วัตถุประสงค์ของการวิจัย การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง การออกแบบระเบียบวิธีวิจัย กระบวนการดำเนินงานอยู่ภายใต้จริยธรรมการวิจัย Setting brand or brand communication research problems; the purpose of the research study; literature reviews; research methodology design; the operation research process subjected to research ethics
20269969 (2)	วิทยานิพนธ์ 2 Thesis 2	6(0-0-18)	การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ผล การสรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ การเขียนรายงานฉบับสมบูรณ์และการนำเสนอรายงานด้วยปากเปล่า การจัดเตรียมต้นฉบับเพื่อเผยแพร่ในวงการวิชาการ กระบวนการดำเนินงานอยู่ภายใต้จริยธรรมการวิจัย Data collection and data analysis; conclusions, discussion and suggestions; final research report writing and oral presentations; research manuscript preparation

รหัสวิชา	ชื่อรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษ	หน่วยกิต	คำอธิบายรายวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
			for published in the academic circles; the operation research process subjected to research ethics

เอกสารแนบหมายเลข 2

ตารางแสดงความสัมพันธ์ของผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) กับรายวิชาในระดับขั้นของการพัฒนาผู้เรียน

แผน 1 แบบวิชาการ ศึกษารายวิชาและทำวิทยานิพนธ์

รหัสและชื่อรายวิชา		หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
ปีที่ 1 ภาคการศึกษาต้น								
20251169	หลักการสื่อสารแบรนด์ Brand Communication Principles	3(3-0-6)	B			B		B
20256169	การเจาะลึกจิตใจผู้บริโภคในยุคดิจิทัล Consumer Insights in Digital Age	3(3-0-6)	B	B		B		B
ปีที่ 1 ภาคการศึกษาปลาย								
20256269	ภูมิทัศน์สื่อและกลยุทธ์การวางแผนสื่อ Media Landscape and Media Planning Strategy	3(2-2-5)	B		I	B		B
20255169	ระเบียบวิธีวิจัยเพื่อการสื่อสารแบรนด์	3(2-2-5)	B	B		B		B

รหัสและชื่อรายวิชา		หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
	Research Methodology for Brand Communication							
ปีที่ 2 ภาคการศึกษาต้น								
20266369	กลยุทธ์การรณรงค์การสื่อสารแบรนด์ Brand Communication Campaign Strategy	3(2-2-5)		I	I	I	B	B
20269969 (1)	วิทยานิพนธ์ 1 Thesis 1	6(0-0-18)	B	B		B	B	
ปีที่ 2 ภาคการศึกษาปลาย								
20269969 (2)	วิทยานิพนธ์ 2 Thesis 2	6(0-0-18)	A	A		A	A	

หมวดวิชาเลือก

รหัสและชื่อรายวิชา		หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
20252169	การวิเคราะห์ข้อมูลและการทำข้อมูลให้เป็นภาพ Data Analytics and Data Visualization	3(2-2-5)				I	B	B
20262269	การสร้างสรรค์แนวคิดเพื่องานสื่อสารแบรนด์ Creative Idea Generation for Brand Communication	3(2-2-5)	B			B		
20256469	การจัดการแบรนด์ในภาวะวิกฤติ Brand Management in Crisis	3(2-2-5)	B			B	B	

รหัสและชื่อรายวิชา		หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
20266569	การจัดการชื่อเสียงของแบรนด์ Brand Reputation Management	3(3-0-6)	B			B	B	
20266669	การจัดการแบรนด์ Brand Management	3(3-0-6)	B			B	B	
20262369	การนำเสนอขายงานในธุรกิจการสื่อสารแบรนด์ Pitching in Brand Communication Business	3(2-2-5)				B	I	I
20268169	กฎหมายและจริยธรรมสำหรับการสื่อสารแบรนด์ Laws and Ethics in Brand Communication	3(3-0-6)	B			B		
20266769	หัวข้อเลือกสรรสำหรับการสื่อสารแบรนด์ Selected Topics in Brand Communication	3(3-0-6)	B			B		B

หมายเหตุ: หลักสูตรกำหนดระดับผลลัพธ์การเรียนรู้ 3 ระดับ ดังนี้

B (Beginner) = มีองค์ความรู้พื้นฐานในสาขาวิชาสื่อสารแบรนด์ จากการศึกษาในระดับปริญญาตรี แต่ยังขาดองค์ความรู้ที่ลึกซึ้ง

I (Intermediate) = สามารถประยุกต์องค์ความรู้ระดับพื้นฐาน เพื่อใช้แก้ปัญหา และพัฒนาในบริบทของโลกจริงได้

A (Advanced) = สามารถสร้างสรรค์หรือต่อยอดองค์ความรู้เดิมไปสู่องค์ความรู้ใหม่ผ่านกระบวนการทำวิจัย หรือสามารถนำไปพัฒนากระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงขึ้น

แผน 2 แบบวิชาชีพ

รหัสและชื่อรายวิชา		หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
ปีที่ 1 ภาคการศึกษาต้น								
20251169	หลักการสื่อสารแบรนด์ Brand Communication Principles	3(3-0-6)	B			B		B
20256169	การเจาะลึกจิตใจผู้บริโภคในยุคดิจิทัล Consumer Insights in Digital Age	3(3-0-6)	B	B		B		B
ปีที่ 1 ภาคการศึกษาปลาย								
20256269	ภูมิทัศน์สื่อและกลยุทธ์การวางแผนสื่อ Media Landscape and Media Planning Strategy	3(2-2-5)	B		I	B		B
20255169	ระเบียบวิธีวิจัยเพื่อการสื่อสารแบรนด์ Research Methodology for Brand Communication	3(2-2-5)	B	B		B		B
ปีที่ 2 ภาคการศึกษาต้น								
20266369	กลยุทธ์การรณรงค์การสื่อสารแบรนด์ Brand Communication Campaign Strategy	3(2-2-5)		I	I	I	B	B
ปีที่ 2 ภาคการศึกษาปลาย								
20269869	งานนิพนธ์ Independent Study	6(0-0-18)	B	I		I		I

หมวดวิชาเลือก

รหัสและชื่อรายวิชา		หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
20252169	การวิเคราะห์ข้อมูลและการทำข้อมูลให้เป็นภาพ Data Analytics and Data Visualization	3(2-2-5)				I	B	B
20262269	การสร้างสรรค์แนวคิดเพื่องานสื่อสารแบรนด์ Creative Idea Generation for Brand Communication	3(2-2-5)	B			B		
20256469	การจัดการแบรนด์ในภาวะวิกฤติ Brand Management in Crisis	3(2-2-5)	B			B	B	
20266569	การจัดการชื่อเสียงของแบรนด์ Brand Reputation Management	3(3-0-6)	B			B	B	
20266669	การจัดการแบรนด์ Brand Management	3(3-0-6)	B			B	B	
20262369	การนำเสนอขายงานในธุรกิจการสื่อสารแบรนด์ Pitching in Brand Communication Business	3(2-2-5)				B	I	I
20268169	กฎหมายและจริยธรรมสำหรับการสื่อสารแบรนด์ Laws and Ethics in Brand Communication	3(3-0-6)	B			B		
20266769	หัวข้อเลือกสรรสำหรับการสื่อสารแบรนด์ Selected Topics in Brand Communication	3(3-0-6)	B			B		B

หมายเหตุ: หลักสูตรกำหนดระดับผลลัพธ์การเรียนรู้ 3 ระดับ ดังนี้

B (Beginner) = มีองค์ความรู้พื้นฐานในสาขาวิชาสื่อสารแบรนด์ จากการศึกษาในระดับปริญญาตรี แต่ยังขาดองค์ความรู้ที่ลึกซึ้ง

I (Intermediate) = สามารถประยุกต์องค์ความรู้ระดับพื้นฐาน เพื่อใช้แก้ปัญหา และพัฒนาในบริบทของโลกจริงได้

A (Advanced) = สามารถสร้างสรรค์หรือต่อยอดองค์ความรู้เดิมไปสู่องค์ความรู้ใหม่ผ่านกระบวนการทำวิจัย
หรือสามารถนำไปพัฒนากระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงขึ้น

เอกสารแนบหมายเลข 3

ผลงานทางวิชาการของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร

(1) นางสาวชมพูนุช ปัญญไพโรจน์*

ประสบการณ์สอน

พ.ศ. 2536 - ปัจจุบัน ภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

งานวิจัย

ณัฏฐิณี วัธนะบูรณ์ และชมพูนุช ปัญญไพโรจน์. (2567). พฤติกรรมการให้ของขวัญแก่ตนเองของผู้บริโภคชาวไทยและความสัมพันธ์กับแบรนด์. *วารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสธ. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 4*(2), 33-51.

(วารสารตีพิมพ์ต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 3 ปี มีผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบบทความ (peer reviewer) ซึ่งเป็นบุคคลภายนอกจากหลากหลายสถาบัน ไม่น้อยกว่า 3 คน มีกำหนดการเผยแพร่อย่างแน่นอนชัดเจน)

ชัญญา กาญจนปรมาภา และชมพูนุช ปัญญไพโรจน์. (2567). การสร้างแบรนด์กลุ่มศิลปินเพลงเกาหลีผ่านชุมชนออนไลน์ของแฟนคลับชาวไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 41*(2), 58-81.

(วารสารตีพิมพ์ต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 3 ปี มีผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบบทความ (peer reviewer) ซึ่งเป็นบุคคลภายนอกจากหลากหลายสถาบัน ไม่น้อยกว่า 3 คน มีกำหนดการเผยแพร่อย่างแน่นอนชัดเจน)

ชมพูนุช ปัญญไพโรจน์. (2566). การดำเนินงานโฆษณาทางโทรทัศน์ยุคหลังสงครามโลกครั้งที่สองภายใต้การบริหารงานของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีช่อง 4 บางขุนพรหม. *มนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์, 40*(2), 63-87.

(วารสารตีพิมพ์ต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 3 ปี มีผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบบทความ (peer reviewer) ซึ่งเป็นบุคคลภายนอกจากหลากหลายสถาบัน ไม่น้อยกว่า 3 คน มีกำหนดการเผยแพร่อย่างแน่นอนชัดเจน)

ชมพูนุช ปัญญไพโรจน์. (2565). สภาพอุตสาหกรรมโฆษณาไทยหลังสงครามโลกครั้งที่สอง. *วารสารนิเทศศาสตรปริทัศน์, 26*(2), 136-148.

(วารสารตีพิมพ์ต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 3 ปี มีผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบบทความ (peer reviewer) ซึ่งเป็นบุคคลภายนอกจากหลากหลายสถาบัน ไม่น้อยกว่า 3 คน มีกำหนดการเผยแพร่อย่างแน่นอนชัดเจน)

ชมพูนุช ปัญญไพโรจน์, นันท์ชญา มหาขันธ์, และกนกพร ตันวัฒนะ. (2564). สถานภาพ และความต้องการความรู้ด้านภาษาต่างประเทศของนักศึกษาวิทยาลัยอาชีวศึกษาในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก. *มนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์, 38*(3), 132-157.

(วารสารทางวิชาการในฐานข้อมูลระดับชาติ Thai Journal Citation Index (TCI) กลุ่มที่ 2)

บทความทางวิชาการ

ณพัฒน์ เอี่ยมยิ่ง และชมพูนุช ปัญญไพโรจน์. (2566). การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการตลาดสำหรับงานด้านการสื่อสารแบรนด์ในยุคดิจิทัล. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 31*(3), 90-104.

(วารสารตีพิมพ์ต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 3 ปี มีผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบบทความ (peer reviewer) ซึ่งเป็นบุคคลภายนอกจากหลากหลายสถาบัน ไม่น้อยกว่า 3 คน มีกำหนดการเผยแพร่อย่างแน่นอนชัดเจน)

---

* อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ

(2) นางสุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์*

ประสบการณ์สอน

พ.ศ. 2552 - ปัจจุบัน ภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

งานวิจัย

นวรัตน์ คำมี และสุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์. (2566). การสร้างตราสินค้าแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร สวนสุภัทราแลนด์ จังหวัดระยอง. *วารสารการสื่อสาร มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, 6*(2), 153-180.

(วารสารตีพิมพ์ต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 3 ปี มีผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบบทความ (peer reviewer) ซึ่งเป็นบุคคลภายนอกจากหลากหลายสถาบัน ไม่น้อยกว่า 3 คน มีกำหนดการเผยแพร่อย่างแน่นอนชัดเจน)

กริษา หรรษาพันธุ์ และสุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์. (2566). คุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อความตั้งใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอนุบาลมารีนิรมล จังหวัดจันทบุรี. *วารสารการสื่อสาร มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, 6*(1), 55-82.

(วารสารตีพิมพ์ต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 3 ปี มีผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบบทความ (peer reviewer) ซึ่งเป็นบุคคลภายนอกจากหลากหลายสถาบัน ไม่น้อยกว่า 3 คน มีกำหนดการเผยแพร่อย่างแน่นอนชัดเจน)

สุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์ และธนิต โตอดิเทพย์. (2566). การบริหารจัดการแผนงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นในการยกระดับเศรษฐกิจฐานราก ด้วยการเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชนเพื่อลดความเหลื่อมล้ำในพื้นที่ภาคกลาง. *วารสารวิจัยรำไพพรรณี, 17*(2), 142-152.

(วารสารตีพิมพ์ต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 3 ปี มีผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบบทความ (peer reviewer) ซึ่งเป็นบุคคลภายนอกจากหลากหลายสถาบัน ไม่น้อยกว่า 3 คน มีกำหนดการเผยแพร่อย่างแน่นอนชัดเจน)

จุฑามาศ แหนจอน, สุเนตร สุวรรณละออง, พูลพงศ์ สุขสว่าง, พวงทอง อินใจ, จิณห์จุฑา ชัยเสนา ดาลลาส, ชนัญชิดาดุษฎี ทูลศิริ, ธนิดา จุลวนิชย์พงษ์, สุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์, และเกศรา น้อยมานพ. (2565). ขุมปัญญาหัตถกรรมพื้นบ้านเพื่อสังคมแห่งความสุขของผู้สูงอายุยุคใหม่ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 33*(2), 14-29.

(วารสารตีพิมพ์ต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 3 ปี มีผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบบทความ (peer reviewer) ซึ่งเป็นบุคคลภายนอกจากหลากหลายสถาบัน ไม่น้อยกว่า 3 คน มีกำหนดการเผยแพร่อย่างแน่นอนชัดเจน)

---

* อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ

(3) นางพรรณพิลาศ กุลดิลก*

ประสบการณ์สอน

พ.ศ. 2556 - ปัจจุบัน ภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

งานวิจัย

บุหงา ชัยสุวรรณ, พรรณพิลาศ กุลดิลก, ชัชญา สกุณา, และฐิติรัตน์ เจนศิริรัตนากร. (2567). แนวทางการโฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลบนพื้นฐานของการคุ้มครองผู้บริโภคและการอยู่รอดของผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์. *วารสารกิจการสื่อสารดิจิทัล, 8*(2), 119-143.

(วารสารตีพิมพ์ต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 3 ปี มีผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบบทความ (peer reviewer) ซึ่งเป็นบุคคลภายนอกจากหลากหลายสถาบัน ไม่น้อยกว่า 3 คน มีกำหนดการเผยแพร่อย่างแน่นอนชัดเจน)

บุหงา ชัยสุวรรณ, พรรณพิลาศ กุลดิลก, ชัชญา สกุณา, และฐิติรัตน์ เจนศิริรัตนากร. (2566). สถานการณ์ ผลกระทบ และแนวทางการโฆษณาทางโทรทัศน์ที่เหมาะสม. *วารสารการสื่อสารและสื่อบูรณาการ, 11*(2), 97-127.

(วารสารตีพิมพ์ต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 3 ปี มีผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบบทความ (peer reviewer) ซึ่งเป็นบุคคลภายนอกจากหลากหลายสถาบัน ไม่น้อยกว่า 3 คน มีกำหนดการเผยแพร่อย่างแน่นอนชัดเจน)

บุหงา ชัยสุวรรณ, ชัชญา สกุณา, พรรณพิลาศ กุลดิลก, และฐิติรัตน์ เจนศิริรัตนากร. (2566). การจัดเวทีสาธารณะแนวทางการกำกับดูแลการโฆษณาแฝงในเนื้อหารายการโทรทัศน์*ดิจิทัล. วารสารนิเทศศาสตรปริทัศน์, 27*(3), 133-148.

(วารสารตีพิมพ์ต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 3 ปี มีผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบบทความ (peer reviewer) ซึ่งเป็นบุคคลภายนอกจากหลากหลายสถาบัน ไม่น้อยกว่า 3 คน มีกำหนดการเผยแพร่อย่างแน่นอนชัดเจน)

บุหงา ชัยสุวรรณ, ชัชญา สกุณา, และพรรณพิลาศ กุลดิลก. (2566). การพัฒนาหลักสูตรอบรมความรู้และทักษะทางด้านปัญญาประดิษฐ์เพื่อการสื่อสารของบุคลากรวัยทำงาน. *วารสารนิเทศศาสตรปริทัศน์, 27*(1), 95-109.

(วารสารตีพิมพ์ต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 3 ปี มีผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบบทความ (peer reviewer) ซึ่งเป็นบุคคลภายนอกจากหลากหลายสถาบัน ไม่น้อยกว่า 3 คน มีกำหนดการเผยแพร่อย่างแน่นอนชัดเจน)

บุหงา ชัยสุวรรณ, พรพรรณ ประจักษ์เนตร, พรรณพิลาศ กุลดิลก, และชัชญา สกุณา. (2566). การศึกษาเกณฑ์การตรวจสอบข่าวปลอมด้านสุขภาพ. *วารสารวิจัยรำไพพรรณี, 17*(1), 72-82.

(วารสารตีพิมพ์ต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 3 ปี มีผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบบทความ (peer reviewer) ซึ่งเป็นบุคคลภายนอกจากหลากหลายสถาบัน ไม่น้อยกว่า 3 คน มีกำหนดการเผยแพร่อย่างแน่นอนชัดเจน)

บุหงา ชัยสุวรรณ, พรรณพิลาศ กุลดิลก, และชัชญา สกุณา. (2565). สถานการณ์ แนวโน้ม และความต้องการความรู้และทักษะปัญญาประดิษฐ์ทางการสื่อสาร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของ

บุคลากรวัยทำงานในประเทศไทย. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 30*(1), 110-134.

(วารสารตีพิมพ์ต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 3 ปี มีผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบบทความ (peer reviewer) ซึ่งเป็นบุคคลภายนอกจากหลากหลายสถาบัน ไม่น้อยกว่า 3 คน มีกำหนดการเผยแพร่อย่างแน่นอนชัดเจน)

---

* อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ

พรรณพิลาศ กุลดิลก. (2565). การพัฒนาแนวทางการสื่อสารเพื่อแก้ไขปัญหาทุพโภชนาการในเด็กยากจน กรณีศึกษาหมู่บ้านนายม จังหวัดชัยภูมิ. *วารสาร BU Academic Review, 21*(1), 50-67.
(วารสารตีพิมพ์ต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 3 ปี มีผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบบทความ (peer reviewer) ซึ่งเป็นบุคคลภายนอกจากหลากหลายสถาบัน ไม่น้อยกว่า 3 คน มีกำหนดการเผยแพร่อย่างแน่นอนชัดเจน)
วรัชญ์ ครุจิต, พรรณพิลาศ กุลดิลก, และชัชญา สกุณา. (2565). การศึกษาการรับรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้ใช้น้ำในเขตบริการของการประปานครหลวงเพื่อออกแบบการรณรงค์ทางการสื่อสารเชิงนวัตกรรมเพื่อส่งเสริมการรับรู้ด้านคุณภาพของน้ำประปา. *วารสารนิเทศศาสตรปริทัศน์, 26*(2), 8-20.
(วารสารตีพิมพ์ต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 3 ปี มีผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบบทความ (peer reviewer) ซึ่งเป็นบุคคลภายนอกจากหลากหลายสถาบัน ไม่น้อยกว่า 3 คน มีกำหนดการเผยแพร่อย่างแน่นอนชัดเจน)

(4) นายกังวาฬ ฟองแก้ว

ประสบการณ์สอน

พ.ศ. 2558 - ปัจจุบัน ภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

งานวิจัย

กังวาฬ ฟองแก้ว และยิ่งยอด มัญชุวิสิฐ. (2566). การใช้ประโยชน์โซเชียลมีเดียแบบคอนเวอร์เจนซ์ของร่างทรงและผู้ประกอบพิธีกรรมศักดิ์สิทธิ์ที่เป็นเกย์และหญิงข้ามเพศในช่วงแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 31*(1), 1-16.

(วารสารตีพิมพ์ต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 3 ปี มีผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบบทความ (peer reviewer) ซึ่งเป็นบุคคลภายนอกจากหลากหลายสถาบัน ไม่น้อยกว่า 3 คน มีกำหนดการเผยแพร่อย่างแน่นอนชัดเจน)

Newman, P. A., Tepjan, S., Fongkaew, K., Akkakanjanasupar, P., De Lind van Wijngaarden, J. W., & Chonwanarat, N. (2023). Multilevel factors impacting PrEP engagement among young gay men and young transgender women in Thailand: A qualitative analysis. *Journal of the International Association of Providers of AIDS Care, 22*, 1-13. doi: 10.1177/23259582231188221.

(วารสารทางวิชาการในฐานข้อมูลระดับนานาชาติ Scopus (http://www.info.scopus.com))

Fongkaew, K., De Lind van Wijngaarden, J. W., Tepjan, S., Chonwanarat, N., Akkakanjanasupar, P., & Newman, P. A. (2021). ‘No test, no disease’: Multilevel barriers to HIV testing among young men who have sex with men and transgender women in three semi-urban areas in Thailand. *Culture, Health & Sexuality, 24*(9), 1199-1214. doi: 10.1080/13691058.2021.1938237.

(วารสารทางวิชาการในฐานข้อมูลระดับนานาชาติ Scopus (http://www.info.scopus.com))

Girault, P., Wong, C. M., Jittjang, S., Fongkaew, K., Cassell, M. M., Lertpiriyasuwat, C., Vannakit, R., Avery, M., Linjongrat, D., Sumalu, S., Phromsombat, S., Mainoy, N., Patpeerapong, P., Potasin, P., Brutrat, P., Mills, S., Phanuphak, N., & Phanuphak, P. (2021). Uptake of oral fluid-based HIV self-testing among men who have sex with men and transgender women in Thailand. *PLOS ONE, 16*(8), 1-19. doi: https://doi.org/10.1371/journal.pone.0256094.

(วารสารทางวิชาการในฐานข้อมูลระดับนานาชาติ Scopus (http://www.info.scopus.com))

(5) นายทรงยศ บัวเผื่อน

ประสบการณ์สอน

พ.ศ. 2553 – ปัจจุบัน ภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

งานวิจัย

ทรงยศ บัวเผื่อน. (2567). การศึกษาสมญานามที่สื่อมวลชนตั้งให้ตำรวจ. *วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร, 7*(2), 97-107.

(วารสารตีพิมพ์ต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 3 ปี มีผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบบทความ (peer reviewer) ซึ่งเป็นบุคคลภายนอกจากหลากหลายสถาบัน ไม่น้อยกว่า 3 คน มีกำหนดการเผยแพร่อย่างแน่นอนชัดเจน)

ทรงยศ บัวเผื่อน และนนทชา คัยนันทน์. (2567). สื่อมวลชนกับการตั้งสมญานามสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร และสมาชิกวุฒิสภา. *วารสารนิเทศศาสตรปริทัศน์, 28*(2), 201-211.

(วารสารตีพิมพ์ต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 3 ปี มีผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบบทความ (peer reviewer) ซึ่งเป็นบุคคลภายนอกจากหลากหลายสถาบัน ไม่น้อยกว่า 3 คน มีกำหนดการเผยแพร่อย่างแน่นอนชัดเจน)

ทรงยศ บัวเผื่อน. (2567). ความคิดเห็นของผู้อำนวยการวิทยาลัยเทคนิคที่มีต่อการเพิ่มการผลิตกำลังคนเข้าทำงานในสถานประกอบการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก. *สักทอง: วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (สทมส.), 30*(1), 31-41.

(วารสารตีพิมพ์ต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 3 ปี มีผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบบทความ (peer reviewer) ซึ่งเป็นบุคคลภายนอกจากหลากหลายสถาบัน ไม่น้อยกว่า 3 คน มีกำหนดการเผยแพร่อย่างแน่นอนชัดเจน)

ทรงยศ บัวเผื่อน. (2566). ผลกระทบจากการยึดอำนาจของ คสช. ที่มีต่อการนำเสนอข่าวสารของสื่อมวลชนท้องถิ่นภาคตะวันออก. *วารสารร่มพฤกษ์ มหาวิทยาลัยเกริก, 41*(3), 293-310.

(วารสารตีพิมพ์ต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 3 ปี มีผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบบทความ (peer reviewer) ซึ่งเป็นบุคคลภายนอกจากหลากหลายสถาบัน ไม่น้อยกว่า 3 คน มีกำหนดการเผยแพร่อย่างแน่นอนชัดเจน)

ทรงยศ บัวเผื่อน. (2565). สภาพปัญหาด้านการผลิตกำลังคนของวิทยาลัยเทคนิคในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก. *วารสารบรรณศาสตร์ มศว, 15*(1), 23-35.

(วารสารตีพิมพ์ต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 3 ปี มีผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบบทความ (peer reviewer) ซึ่งเป็นบุคคลภายนอกจากหลากหลายสถาบัน ไม่น้อยกว่า 3 คน มีกำหนดการเผยแพร่อย่างแน่นอนชัดเจน)

ทรงยศ บัวเผื่อน. (2564). สื่อสิ่งพิมพ์กับการนำเสนอประวัติ วศ.บางแสน สู่ มศว บางแสน. *วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร, 16*(3), 130-143.

(วารสารทางวิชาการในฐานข้อมูลระดับชาติ Thai Journal Citation Index (TCI) กลุ่มที่ 1)

ทรงยศ บัวเผื่อน และปรีชญา เจริญเศรษฐกุล. (2564). การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งชิงตำแหน่งนายกเทศมนตรี ตำบลดอนหัวฬ่อ: กรณีศึกษา น.ส.นวรัตน์ ไตรรักษ์. *วารสารร่มพฤกษ์ มหาวิทยาลัยเกริก, 39*(1), 141-159.

(วารสารทางวิชาการในฐานข้อมูลระดับชาติ Thai Journal Citation Index (TCI) กลุ่มที่ 1)

เอกสารแนบหมายเลข 4
คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนา/ปรับปรุงหลักสูตร

(สำเนา)
คำสั่งคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
ที่ ๑๘๗/๒๕๖๗
เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๙

.....

เพื่อให้การพัฒนาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๙ ดำเนินการเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและถูกต้อง มีประสิทธิภาพ ตามระเบียบของมหาวิทยาลัยบูรพา ว่าด้วยระบบและกลไกการดำเนินการหลักสูตรของมหาวิทยาลัย พ.ศ. ๒๕๖๑

อาศัยคำสั่งมหาวิทยาลัยบูรพา ที่ ๐๕๖๖/๒๕๖๓ ลงวันที่ ๑๒ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๓ เรื่อง การมอบอำนาจช่วงให้หัวหน้าส่วนงานปฏิบัติการแทนในการแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรและคณะกรรมการบริหารหลักสูตร จึงแต่งตั้งบุคคลต่อไปนี้เป็นคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๙ ดังนี้

๑. นางสาวชมพูนุช ปัญญไพโรจน์ ประธานกรรมการ (อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร)
๒. นายสันทัด ทองรินทร์ กรรมการ (ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก)
๓. นายนิชคุณ ตุวพลางกูร กรรมการ (ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก)
๔. นางพรรณพิลาศ กุลดิลก กรรมการและเลขานุการ (อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร)
๕. นางสาวญาธิดา บุญญา ผู้ช่วยเลขานุการ

ทำหน้าที่

๑. ทำการวิเคราะห์และประเมินหลักสูตรให้เห็นถึงความพร้อมและความต้องการของตลาด ทั้งด้านผู้เรียนและผู้ใช้บัณฑิต หากเป็นหลักสูตรใหม่ ให้วิเคราะห์ความเป็นไปได้ และสำรวจความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต หากเป็นหลักสูตรปรับปรุง ให้แสดงผลการบริหารจัดการหลักสูตรในรอบระยะเวลาที่ใช้หลักสูตรที่ผ่านมา

๒. จัดทำรายละเอียดของหลักสูตร (Program Specification) การจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับนโยบายมหาวิทยาลัย แผนพัฒนากำลังคนของประเทศและเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรฯ หรือเกณฑ์มาตรฐานวิชาชีพ (ถ้ามี) โดยอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตร และอาจารย์ผู้สอนต้องมีคุณสมบัติเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรฯ พร้อมทั้งวิเคราะห์ต้นทุนต่อหน่วย

๓. จัดทำข้อมูลที่แสดงความพร้อมและศักยภาพในการจัดการเรียนการสอน การกำหนดกลยุทธ์การสอน และกำหนดวิธีการวัดผลและประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร

๔. จัดทำข้อมูลที่แสดงความพร้อมของทรัพยากรสนับสนุนการเรียนการสอน ได้แก่ สถานที่ อุปกรณ์สื่อการเรียนการสอน และงบประมาณ

๕. จัดทำระบบและกลไกการควบคุมคุณภาพของหลักสูตร

๖. เสนอขออนุมัติหลักสูตรตามกระบวนการและขั้นตอนของมหาวิทยาลัย

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๒๕ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๗

(ลงชื่อ) สุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์
(รองศาสตราจารย์สุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์)
คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

สำเนาถูกต้อง
สาธิญา
(นางสาวสาธิญา อาจริยาภิบาล)
นักวิชาการศึกษาชำนาญการ

เอกสารนี้ลงนามด้วยลายเซ็นอิเล็กทรอนิกส์ ตรวจสอบได้ที่ (https://e-sign.buu.ac.th/verify)

เอกสารแนบหมายเลข 5
คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตร

(สำเนา)
คำสั่งคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
ที่ ๑๘๘/๒๕๖๗
เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๙
.....

เพื่อให้การพัฒนาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๙ ดำเนินการเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและถูกต้อง มีประสิทธิภาพ ตามระเบียบของมหาวิทยาลัยบูรพา ว่าด้วยระบบและกลไกการดำเนินการหลักสูตรของมหาวิทยาลัย พ.ศ. ๒๕๖๑

อาศัยคำสั่งมหาวิทยาลัยบูรพา ที่ ๐๕๖๖/๒๕๖๓ ลงวันที่ ๑๒ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๓ เรื่อง การมอบอำนาจช่วงให้หัวหน้าส่วนงานปฏิบัติการแทนในการแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรและคณะกรรมการบริหารหลักสูตร จึงแต่งตั้งบุคคลต่อไปนี้เป็นคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๙ ดังนี้

๑. คณบดี	ประธานกรรมการ
๒. นายสราวุธ อนันตชาติ	กรรมการ (ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก)
๓. นายอดิศักดิ์ อมรฉัตร	กรรมการ (ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก)
๔. นางพรรณพิลาศ กุลดิลก	กรรมการและเลขานุการ (อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร)
๕. นางสาวญาธิดา บุญญา	ผู้ช่วยเลขานุการ

ทำหน้าที่ วิพากษ์และให้ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาหลักสูตรให้มีคุณภาพและมาตรฐานของสาขาวิชา สอดคล้องกับปรัชญาการศึกษา วิสัยทัศน์ และทิศทางการผลิตบัณฑิตของมหาวิทยาลัย รวมทั้งความต้องการของประเทศ และเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรฯ หรือเกณฑ์มาตรฐานวิชาชีพ

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๒๕ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๗

(ลงชื่อ) สุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์
(รองศาสตราจารย์สุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์)
คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

สำเนาถูกต้อง
สาธิญา
(นางสาวสาธิญา อาจริยาภิบาล)
นักวิชาการศึกษาชำนาญการ

เอกสารนี้ลงนามด้วยลายเซ็นอิเล็กทรอนิกส์ ตรวจสอบได้ที่ (https://e-sign.buu.ac.th/verify)

เอกสารแนบหมายเลข 6
ผลการวิพากษ์หลักสูตรจากคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569

หัวข้อ	ผลการวิพากษ์หลักสูตร
หมวดที่ 1 *ชื่อปริญญา ประกาศนียบัตรบัณฑิต ประกาศนียบัตรบัณฑิตชั้นสูง และสาขาวิชา*	ชื่อหลักสูตร ควรมีคำว่า “การ” เป็น “การสื่อสารแบรนด์”
หมวดที่ 2 *ปรัชญาของหลักสูตร วัตถุประสงค์ของหลักสูตร และผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง*	- จุดที่ควรพัฒนาคือการประชาสัมพันธ์หลักสูตรที่ต้องเป็นรูปธรรมและตรงกับความสนใจของกลุ่มเป้าหมายในภาคตะวันออกโดยเฉพาะกลุ่ม SME ด้วยการจัด Roadshow หรือเข้าพบกลุ่มผู้ประกอบธุรกิจในพื้นที่ EEC - หลักสูตรแยกออกเป็น 2 แผน ดังนั้น PLOs และ YLOs ของแผน 1 ที่เน้นวิชาการ ควรมีความแตกต่างจาก PLOs ของแผน 2 ที่เน้นวิชาชีพ
หมวดที่ 3 *โครงสร้างหลักสูตรการศึกษา* *โครงสร้างรวมของหลักสูตร มีไม่น้อยกว่า 39 หน่วยกิต แบ่งเป็น* *- หมวดวิชาบังคับ 15 หน่วยกิต* *- หมวดวิชาเลือก ไม่น้อยกว่า 12–18 หน่วยกิต* *- วิทยานิพนธ์ 12 หน่วยกิต หรืองานนิพนธ์ 6 หน่วยกิต*	- จำนวนหน่วยกิตและวิชาในแต่ละภาคการศึกษาเหมาะสมกับแต่ละแผนของหลักสูตร - ควรมีวิชาปรับพื้นฐานสำหรับผู้ที่ไม่ได้จบทางด้านนิเทศศาสตร์มาโดยตรง
ข้อเสนอแนะ *- หมวดวิชาบังคับ* *- หมวดวิชาเลือก* *- หมวดวิชาวิทยานิพนธ์/งานนิพนธ์*	- <u>หมวดวิชาบังคับ</u> ครอบคลุมเนื้อหาที่จำเป็น แต่อยากให้เสริมในรายละเอียดบางวิชา เช่น การสร้างและสื่อสารแบรนด์ภายใน/ภายนอกองค์กร (Internal/external branding) และการเพิ่มเรื่องการตรวจสอบคุณค่าแบรนด์และสุขภาพแบรนด์ในวิชาการรณรงค์การสื่อสารแบรนด์ เป็นต้น - <u>หมวดวิชาเลือก</u> ขอเสนอให้เปลี่ยนชื่อวิชาเพื่อให้เข้าใจง่ายและสื่อสารได้ตรงกับเนื้อหา - เสนอให้เพิ่มเรื่องการใช้ Martech และ Generative AI ในกระบวนการสร้างแบรนด์ตั้งแต่การรวบรวมข้อมูล การกำหนดประเด็น จนถึงการสร้างสรรค์แนวคิดในการรณรงค์สื่อสารแบรนด์ - วิชา 20211169 มีคำว่า“ผู้ประกอบการ” และ “SME” แสดงว่าหลักสูตรจะเน้นที่กลุ่มผู้ประกอบการหรือ SME เป็นหลักหรือไม่

หัวข้อ	ผลการวิพากษ์หลักสูตร
	- ชื่อวิชาภาษาไทยและภาษาอังกฤษให้ตรงกัน เช่น 20212369 ชื่อภาษาอังกฤษ ควรเป็น Brand Management in Crisis? - คำว่า Pitching ในชื่อวิชา 20212669 น่าจะแคบกว่าคำว่า “การนำเสนองาน” - วิชา 20212969 สถิติพื้นฐานฯ อาจเป็นวิชาบังคับ/ปรับพื้นฐาน หรือนำไปสอนในรายวิชา 20211469 ระเบียบวิธีวิจัยฯ แทน - วิชา 20269969 จำเป็นต้องแยกเป็น 6 และ 6 หน่วยกิตหรือไม่ หรือสามารถเป็น 1-12 หน่วยกิต ให้ผู้เรียนสามารถเลือกจำนวนหน่วยกิตที่ลงในแต่ละภาคการศึกษาได้เอง - วิชา 20269869 Independent Study ดูไม่ค่อยตรงกับคำภาษาไทยว่า “งานนิพนธ์” เท่าไร
ข้อเสนอแนะคำอธิบายรายวิชา (เอกสารแนบหมายเลข 1 คำอธิบายรายวิชา)	- วิชาภูมิทัศน์สื่อ ควรเน้นไปที่ความเข้าใจในคุณลักษณะของสื่อต่าง ๆ เพื่อสื่อสารแบรนด์ โดยเฉพาะการกำหนดและเลือกสื่อได้อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ (context) ของแต่ละแบรนด์ และใช้ให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด แต่ต้องระวังไม่ให้เน้นไปที่การวางแผนสื่อจนเกินไป (เกรงจะทับซ้อนกับการสื่อสารการตลาด) - วิชา Data Analysis ควรเน้นการกำหนดโจทย์ การหาประเด็น และกระบวนการ data cleansing รวมทั้งการสร้าง data culture ในการทำงานและในองค์กรเข้าไปเพิ่มจากคำอธิบายรายวิชา
หมวดที่ 4 *กระบวนการจัดการเรียนรู้*	- เหมาะสมที่พยายามผสมผสานรูปแบบการเรียนรู้ มากกว่าการบรรยายเพียงอย่างเดียว แต่ต้องทำให้แน่ใจว่านิสิตได้มีส่วนร่วม (active learning) รวมถึงการเชิญวิทยากรพิเศษมาแลกเปลี่ยนมุมมอง ประสบการณ์ในหัวข้อเฉพาะ (แต่ควรพิจารณาอัตราค่าตอบแทนให้เหมาะสมกับประสบการณ์ของวิทยากรด้วยเช่นกัน) - รายวิชาเลือกของปี 2 เทอมปลาย ควรขยับไปเรียนในเทอมต้น เพื่อให้จบวิชาที่ต้องเรียนทั้งหมดก่อนทำวิทยานิพนธ์ (แผน 1) หรือก่อนสอบประมวลความรู้และทำงานนิพนธ์ (แผน 2)
หมวดที่ 5 *คณาจารย์ บุคลากร และสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้*	- ควรพิจารณาสัดส่วนระหว่างอาจารย์ประจำ และวิทยากรพิเศษในบางวิชา/หัวข้อที่เน้นกรณีศึกษาและเป็นหัวข้อที่ต้องใช้การอภิปรายหามุมมองที่แตกต่างและหลากหลาย รวมทั้งบุคลากรที่สามารถใช้เครื่องมือ Martech เช่น Social Listening และ Generative AI สำหรับการวางแผน/สร้าง/สื่อสารแบรนด์ และเสนอให้สมัครใช้เครื่องมือเหล่านี้เพื่อให้นิสิตได้มีประสบการณ์จริงในการใช้เครื่องมือให้เกิดความคุ้นเคยเพื่อนำไปประยุกต์ใช้จริง

หัวข้อ	ผลการวิพากษ์หลักสูตร
	- ประเด็นการรับอาจารย์ ขอเสนอให้ทบทวนคุณสมบัติของอาจารย์ การสร้าง/สื่อสารแบรนด์ต้องการทั้งหลักการและประสบการณ์ ดังนั้นจะรับสมัครอาจารย์ที่จบระดับ ป.เอก น่าจะเป็นการยากที่จะนำประสบการณ์จริงในการสร้างแบรนด์มาถ่ายทอดให้นิสิต
หมวดที่ 6 *การรับนิสิตเข้าศึกษาในหลักสูตร*	- ควรระบุคุณสมบัติของผู้เข้าศึกษาในแผน 2 ให้มีความแตกต่างจากผู้เข้าศึกษาในแผน 1 เนื่องจากเป็นแบบวิชาชีพ ควรมีประสบการณ์การทำงานอย่างน้อย 1-2 ปีหรือไม่ - ปัญหาเรื่องคะแนนสอบเข้าภาษาอังกฤษของนิสิตไม่ถึงเกณฑ์ที่กำหนด หลักสูตรควรมีแนวทางแก้ไขเชิงรุก นอกเหนือจากการนำเสนอข่าวสารการอบรมต่าง ๆ ให้นิสิตทราบ

หัวข้อ	ผลการวิพากษ์หลักสูตร
หมวดที่ 7 *การประเมินผลการเรียนและการสำเร็จการศึกษา*	เห็นด้วยตามแนวทางที่นำเสนอ
หมวดที่ 8 *การพัฒนาคุณภาพหลักสูตร*	เห็นด้วยกับแนวทางที่ปรับปรุงและนำเสนอ แต่เสนอให้นำผลที่ประเมินตอนปลายภาคการศึกษาของแต่ละวิชามาบูรณาการกันเพื่อปรับเนื้อหาและรูปแบบโดยเฉพาะการกำหนดโจทย์ (assignment) ให้ต่อเนื่องต่อยอด และเสริมระหว่างวิชาให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด

เอกสารแนบหมายเลข 7

ตารางเปรียบเทียบหลักสูตร (กรณีหลักสูตรปรับปรุง)

หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	หมายเหตุ
ชื่อหลักสูตร ภาษาไทย: หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารแบรนด์ ภาษาอังกฤษ: Master of Communication Arts Program in Brand Communication	**ชื่อหลักสูตร** ภาษาไทย: หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารแบรนด์ ภาษาอังกฤษ: Master of Communication Arts Program in Brand Communication	เปลี่ยนชื่อหลักสูตรภาษาไทย
จำนวนหน่วยกิต จำนวนหน่วยกิต รวมตลอดหลักสูตร ระดับปริญญาโท แผน ก แบบ ก 2 ไม่น้อยกว่า 36 หน่วยกิต แผน ข ไม่น้อยกว่า 36 หน่วยกิต	**จำนวนหน่วยกิต** จำนวนหน่วยกิต รวมตลอดหลักสูตร ระดับปริญญาโท แผน 1 แบบวิชาการ ศึกษารายวิชาและทำวิทยานิพนธ์ ไม่น้อยกว่า 36 หน่วยกิต แผน 2 แบบวิชาชีพ ไม่น้อยกว่า 36 หน่วยกิต	เปลี่ยนชื่อแผนการศึกษา

หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต **สาขาวิชาสื่อสารแบรนด์** **หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564**	**หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต** **สาขาวิชาการสื่อสารแบรนด์** **หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569**	**หมายเหตุ**
<u>โครงสร้างหลักสูตร</u> ระดับปริญญาโท (1) แผน ก แบบ ก2 หมวดวิชาบังคับ 15 หน่วยกิต หมวดวิชาเลือก 9 หน่วยกิต หมวดวิชาวิทยานิพนธ์ 12 หน่วยกิต (2) แผน ข หมวดวิชาบังคับ 15 หน่วยกิต หมวดวิชาเลือก 15 หน่วยกิต หมวดวิชางานนิพนธ์ 6 หน่วยกิต	**<u>โครงสร้างหลักสูตร</u>** ระดับปริญญาโท (1) แผน 1 แบบวิชาการ ศึกษารายวิชาและทำวิทยานิพนธ์ หมวดวิชาบังคับ 15 หน่วยกิต หมวดวิชาเลือก 9 หน่วยกิต หมวดวิชาวิทยานิพนธ์ 12 หน่วยกิต (2) แผน 2 แบบวิชาชีพ หมวดวิชาบังคับ 15 หน่วยกิต หมวดวิชาเลือก 15 หน่วยกิต หมวดวิชางานนิพนธ์ 6 หน่วยกิต	เปลี่ยนชื่อแผนการศึกษา
<u>อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร</u> (เดิม) (1) รองศาสตราจารย์ ดร.ชมพูนุช ปัญญูไพโรจน์ (2) รองศาสตราจารย์ ดร.สุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์ (3) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรรณพิลาศ กุลดิลก	**<u>อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร</u> (ใหม่)** (1) รองศาสตราจารย์ ดร.ชมพูนุช ปัญญูไพโรจน์ (2) รองศาสตราจารย์ ดร.สุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์ (3) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรรณพิลาศ กุลดิลก	คงเดิม

ตารางเปรียบเทียบรายวิชา (หลักสูตรเดิมและหลักสูตรปรับปรุง)

หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564			หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569			หมายเหตุ
รหัสวิชา	**ชื่อวิชา**	**หน่วยกิต**	**รหัสวิชา**	**ชื่อวิชา**	**หน่วยกิต**	
แผน ก แบบ ก 2 **หมวดวิชาบังคับ**			**แผน 1 แบบวิชาการ ศึกษารายวิชาและทำวิทยานิพนธ์** **หมวดวิชาบังคับ**			
20251164	การเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล Entrepreneurship in a Digital Age	3(3-0-6)				ยกเลิก
20251264	การสื่อสารแบรนด์ Brand Communication	3(3-0-6)	20251169	หลักการสื่อสารแบรนด์ Brand Communication Principles	3(3-0-6)	เปลี่ยนชื่อ และรหัส
20255164	ระเบียบวิธีวิจัยเพื่องานด้านแบรนด์และสื่อสารการตลาด Research Methodology for Brand and Marketing Communication	3(3-0-6)	20255169	ระเบียบวิธีวิจัยเพื่อการสื่อสารแบรนด์ Research Methodology for Brand Communication	3(2-2-5)	เปลี่ยนชื่อ, รหัส และหน่วยกิต
20256164	การเจาะลึกพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล Digital Consumer Behavior Insights	3(3-0-6)	20256169	การเจาะลึกจิตใจผู้บริโภคในยุคดิจิทัล Consumer Insights in Digital Age	3(3-0-6)	เปลี่ยนชื่อ และรหัส
20266264	กลยุทธ์การสื่อสารแบรนด์ Strategic Brand Communication Campaign	3(3-0-6)	20266369	กลยุทธ์การรณรงค์การสื่อสารแบรนด์ Brand Communication Campaign Strategy	3(2-2-5)	เปลี่ยนชื่อ, รหัส และหน่วยกิต
			20256269	ภูมิทัศน์สื่อและกลยุทธ์การวางแผนสื่อ	3(2-2-5)	เพิ่มรายวิชา

หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564			หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569			หมายเหตุ
รหัสวิชา	**ชื่อวิชา**	**หน่วยกิต**	**รหัสวิชา**	**ชื่อวิชา**	**หน่วยกิต**	
				Media Landscape and Media Planning Strategy		

หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564			หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569			หมายเหตุ
รหัสวิชา	**ชื่อวิชา**	**หน่วยกิต**	**รหัสวิชา**	**ชื่อวิชา**	**หน่วยกิต**	
หมวดวิชาเลือก						
			20252169	การวิเคราะห์ข้อมูลและการทำข้อมูลให้เป็นภาพ Data Analytics and Data Visualization	3(2-2-5)	เพิ่มรายวิชา
20253164	การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์สำหรับแบรนด์และสื่อสารการตลาด Creative Idea Generation for Brand and Marketing Communication	3(3-0-6)	20262269	การสร้างสรรค์แนวคิดเพื่องานสื่อสารแบรนด์ Creative Idea Generation for Brand Communication	3(2-2-5)	เปลี่ยนชื่อ, รหัส และหน่วยกิต
20256364	ภูมิทัศน์สื่อ Media Landscape	3(3-0-6)				ยกเลิก
20266464	กลยุทธ์การบริหารจัดการชื่อเสียงและวิกฤติ Reputation and Crisis Management Strategy	3(3-0-6)	20256469	การจัดการแบรนด์ในภาวะวิกฤติ Brand Management in Crisis	3(2-2-5)	เปลี่ยนชื่อ, รหัส และหน่วยกิต
			20266569	การจัดการชื่อเสียงของแบรนด์ Brand Reputation Management	3(3-0-6)	เพิ่มรายวิชา
20266564	ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร Corporate Social Responsibility	3(3-0-6)				ยกเลิก
20266664	กลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ร่วมกับแบรนด์ Brand Experience Strategy	3(3-0-6)				ยกเลิก
			20266669	การจัดการแบรนด์	3(3-0-6)	เพิ่มรายวิชา

หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564			หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569			หมายเหตุ
รหัสวิชา	**ชื่อวิชา**	**หน่วยกิต**	**รหัสวิชา**	**ชื่อวิชา**	**หน่วยกิต**	
				Brand Management		
			20262369	การนำเสนอขายงานในธุรกิจการสื่อสารแบรนด์ Pitching in Brand Communication Business	3(2-2-5)	เพิ่มรายวิชา
20267064	หัวข้อเลือกสรรสำหรับแบรนด์และการสื่อสารการตลาด Selected Topics in Brand and Marketing Communication	3(3-0-6)	20266769	หัวข้อเลือกสรรสำหรับการสื่อสารแบรนด์ Selected Topics in Brand Communication	3(3-0-6)	เปลี่ยนชื่อและรหัส
20267164	กิจการเพื่อสังคม Social Enterprise	3(3-0-6)				ยกเลิก
20268164	กฎหมายและจริยธรรมในการสื่อสารการตลาดและตราสินค้า Laws and Ethics in Brand and Marketing Communication	3(3-0-6)	20268169	กฎหมายและจริยธรรมสำหรับการสื่อสารแบรนด์ Laws and Ethics in Brand Communication	3(3-0-6)	เปลี่ยนชื่อและรหัส
วิทยานิพนธ์						
20269964	วิทยานิพนธ์ Thesis	12(0-0-36)	20269969 (1)	วิทยานิพนธ์ 1 Thesis 1	6(0-0-18)	เปลี่ยนชื่อ, รหัส และหน่วยกิต
			20269969 (2)	วิทยานิพนธ์ 2 Thesis 2	6(0-0-18)	เพิ่มรายวิชา

หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564			หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569			หมายเหตุ
รหัสวิชา	**ชื่อวิชา**	**หน่วยกิต**	**รหัสวิชา**	**ชื่อวิชา**	**หน่วยกิต**	
หมวดวิชาปรับพื้นฐาน						
20235664	สถิติพื้นฐานสำหรับการวิจัยการสื่อสาร Basic Statistics for Communication Research	2(2-0-4)				ยกเลิก

หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564			หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569			หมายเหตุ
รหัสวิชา	**ชื่อวิชา**	**หน่วยกิต**	**รหัสวิชา**	**ชื่อวิชา**	**หน่วยกิต**	
แผน ข **หมวดวิชาบังคับ**			**แผน 2 แบบวิชาชีพ** **หมวดวิชาบังคับ**			
20251164	การเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล Entrepreneurship in a Digital Age	3(3-0-6)				ยกเลิก
20251264	การสื่อสารแบรนด์ Brand Communication	3(3-0-6)	20251169	หลักการสื่อสารแบรนด์ Brand Communication Principles	3(3-0-6)	เปลี่ยนชื่อ เปลี่ยนรหัส
20255164	ระเบียบวิธีวิจัยเพื่องานด้านแบรนด์และสื่อสารการตลาด Research Methodology for Brand and Marketing Communication	3(3-0-6)	20255169	ระเบียบวิธีวิจัยเพื่อการสื่อสารแบรนด์ Research Methodology for Brand Communication	3(2-2-5)	เปลี่ยนชื่อ, รหัส และหน่วยกิต

หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564			หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569			หมายเหตุ
รหัสวิชา	**ชื่อวิชา**	**หน่วยกิต**	**รหัสวิชา**	**ชื่อวิชา**	**หน่วยกิต**	
20256164	การเจาะลึกพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล Digital Consumer Behavior Insights	3(3-0-6)	20256169	การเจาะลึกจิตใจผู้บริโภคในยุคดิจิทัล Consumer Insights in Digital Age	3(3-0-6)	เปลี่ยนชื่อและรหัส
20266264	กลยุทธ์การสื่อสารแบรนด์ Strategic Brand Communication Campaign	3(3-0-6)	20266369	กลยุทธ์การรณรงค์การสื่อสารแบรนด์ Brand Communication Campaign Strategy	3(2-2-5)	เปลี่ยนชื่อ, รหัสและหน่วยกิต
			20256269	ภูมิทัศน์สื่อและกลยุทธ์การวางแผนสื่อ Media Landscape and Media Planning Strategy	3(2-2-5)	เพิ่มรายวิชา

หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564			หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569			หมายเหตุ
รหัสวิชา	**ชื่อวิชา**	**หน่วยกิต**	**รหัสวิชา**	**ชื่อวิชา**	**หน่วยกิต**	
หมวดวิชาเลือก						
			20252169	การวิเคราะห์ข้อมูลและการทำข้อมูลให้เป็นภาพ Data Analytics and Data Visualization	3(2-2-5)	เพิ่มรายวิชา

หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564			หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569			หมายเหตุ
รหัสวิชา	**ชื่อวิชา**	**หน่วยกิต**	**รหัสวิชา**	**ชื่อวิชา**	**หน่วยกิต**	
20253164	การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์สำหรับแบรนด์และสื่อสารการตลาด Creative Idea Generation for Brand and Marketing Communication	3(3-0-6)	20262269	การสร้างสรรค์แนวคิดเพื่องานสื่อสารแบรนด์ Creative Idea Generation for Brand Communication	3(2-2-5)	เปลี่ยนชื่อ, รหัสและหน่วยกิต
20256364	ภูมิทัศน์สื่อ Media Landscape	3(3-0-6)				ยกเลิก
20266464	กลยุทธ์การบริหารจัดการชื่อเสียงและวิกฤติ Reputation and Crisis Management Strategy	3(3-0-6)	20256469	การจัดการแบรนด์ในภาวะวิกฤติ Brand Management in Crisis	3(2-2-5)	เปลี่ยนชื่อ, รหัสและหน่วยกิต
			20266569	การจัดการชื่อเสียงของแบรนด์ Brand Reputation Management	3(3-0-6)	เพิ่มรายวิชา
20266564	ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร Corporate Social Responsibility	3(3-0-6)				ยกเลิก
20266664	กลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ร่วมกับแบรนด์ Brand Experience Strategy	3(3-0-6)				ยกเลิก
			20266669	การจัดการแบรนด์ Brand Management	3(3-0-6)	เพิ่มรายวิชา
			20262369	การนำเสนอขายงานในธุรกิจการสื่อสารแบรนด์ Pitching in Brand Communication Business	3(2-2-5)	เพิ่มรายวิชา

หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564			หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารแบรนด์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569			หมายเหตุ
รหัสวิชา	**ชื่อวิชา**	**หน่วยกิต**	**รหัสวิชา**	**ชื่อวิชา**	**หน่วยกิต**	
20267064	หัวข้อเลือกสรรสำหรับแบรนด์และการสื่อสารการตลาด Selected Topics in Brand and Marketing Communication	3(3-0-6)	20266769	หัวข้อเลือกสรรสำหรับการสื่อสารแบรนด์ Selected Topics in Brand Communication	3(3-0-6)	เปลี่ยนชื่อ เปลี่ยนรหัส
20267164	กิจการเพื่อสังคม Social Enterprise	3(3-0-6)				ยกเลิก
20268164	กฎหมายและจริยธรรมในการสื่อสารการตลาดและตราสินค้า Laws and Ethics in Brand and Marketing Communication	3(3-0-6)	20268169	กฎหมายและจริยธรรมสำหรับการสื่อสารแบรนด์ Laws and Ethics in Brand Communication	3(3-0-6)	เปลี่ยนชื่อ เปลี่ยนรหัส
งานนิพนธ์						
20269864	งานนิพนธ์ Independent Study	6(0-0-18)	20269869	งานนิพนธ์ Independent Study	6(0-0-18)	เปลี่ยนรหัส
หมวดวิชาปรับพื้นฐาน						
20235664	สถิติพื้นฐานสำหรับการวิจัยการสื่อสาร Basic Statistics for Communication Research	2(2-0-4)				ยกเลิก

เอกสารแนบหมายเลข 8
ข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพาว่าด้วยการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2566 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ถ้ามี)

ข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพา
ว่าด้วยการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา
พ.ศ. ๒๕๖๖

โดยที่เป็นการสมควรปรับปรุงหลักเกณฑ์การศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๒๑ (๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๕๐ สภามหาวิทยาลัยบูรพา ในการประชุมครั้งที่ ๒/๒๕๖๖ เมื่อวันที่ ๑๘ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๖ จึงออกข้อบังคับไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ข้อบังคับนี้เรียกว่า "ข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพา ว่าด้วยการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. ๒๕๖๖"

ข้อ ๒ ข้อบังคับนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศเป็นต้นไป

ข้อ ๓ ให้ยกเลิกข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพา ว่าด้วยการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. ๒๕๖๒

บรรดาระเบียบ ประกาศ และคำสั่งอื่นใดที่ขัดหรือแย้งกับบทแห่งข้อบังคับนี้ให้ใช้ข้อบังคับนี้แทน

ข้อ ๔ ในข้อบังคับนี้

"มหาวิทยาลัย" หมายความว่า มหาวิทยาลัยบูรพา

"สภามหาวิทยาลัย" หมายความว่า สภามหาวิทยาลัยบูรพา

"บัณฑิตวิทยาลัย" หมายความว่า บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา

"คณะ" หมายความว่า ส่วนงานวิชาการตามมาตรา ๙ (๓) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๕๐ ที่จัดการเรียนการสอนระดับบัณฑิตศึกษา

"สถาบันอื่น" หมายความว่า สถาบันอุดมศึกษาในประเทศหรือต่างประเทศที่ร่วมรับผิดชอบหลักสูตรกับมหาวิทยาลัยในลักษณะเป็นหลักสูตรร่วม หรือหลักสูตรความร่วมมือ

"อธิการบดี" หมายความว่า อธิการบดีมหาวิทยาลัยบูรพา

"คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย" หมายความว่า คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา

"คณบดี" ให้หมายความรวมถึงประธานโครงการจัดตั้งคณะที่สภามหาวิทยาลัยให้ความเห็นชอบให้จัดการเรียนการสอนในระดับบัณฑิตศึกษา

"หัวหน้าภาควิชา" ให้หมายความรวมถึงประธานสาขาวิชาที่จัดการเรียนการสอนระดับบัณฑิตศึกษา

"อาจารย์ประจำหลักสูตร" หมายความว่า อาจารย์ประจำที่มีคุณวุฒิตรงหรือสัมพันธ์กับสาขาวิชาของหลักสูตรที่สภามหาวิทยาลัยเห็นชอบหรืออนุมัติ มีหน้าที่สอนและค้นคว้าวิจัยในสาขาวิชาดังกล่าว ทั้งนี้ สามารถเป็นอาจารย์ประจำหลักสูตรหลายหลักสูตรได้ในเวลาเดียวกัน

"อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร" หมายความว่า อาจารย์ประจำหลักสูตรที่มีภาระหน้าที่ในการบริหารและพัฒนาหลักสูตรและการเรียนการสอน

"อาจารย์ผู้สอน" หมายความว่า อาจารย์ประจำหรืออาจารย์พิเศษที่ได้รับมอบหมายหรือแต่งตั้งให้ทำหน้าที่สอนในรายวิชา หรือบางหัวข้อในแต่ละรายวิชา ทั้งนี้ ต้องมีคุณสมบัติเป็นไปตามที่เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรกำหนด

"ประธานหลักสูตร" หมายความว่า อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาที่ปฏิบัติหน้าที่เป็นประธานในการบริหารหลักสูตรนั้น ๆ ซึ่งแต่งตั้งโดยบัณฑิตวิทยาลัย

"ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก" หมายความว่า ผู้ที่มิได้เป็นอาจารย์ประจำที่ได้รับการเสนอชื่อโดยคณะ เพื่อให้บัณฑิตวิทยาลัยแต่งตั้งให้ทำหน้าที่อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม หรืออาจารย์ผู้สอบงานนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ หรือดุษฎีนิพนธ์ โดยผู้ที่รับแต่งตั้งต้องมีคุณสมบัติตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด

"นักวิจัยประจำ" หมายความว่า บุคคลที่ดำรงตำแหน่งนักวิจัย หรือบุคลากรประเภทสนับสนุนวิชาการในมหาวิทยาลัย ที่มีหน้าที่ค้นคว้าวิจัยทางวิชาการ และปฏิบัติหน้าที่เต็มเวลา

"นิสิต" หมายความว่า นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา และให้หมายความรวมถึง นิสิต/นักศึกษาจากสถาบันอื่นที่ลงทะเบียนรายวิชาระดับบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัย

"คณะกรรมการประจำบัณฑิตวิทยาลัย" หมายความว่า คณะกรรมการประจำบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา

"คณะกรรมการประจำส่วนงาน" หมายความว่า คณะกรรมการประจำคณะ หรือคณะกรรมประจำวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา และให้หมายความรวมถึงคณะกรรมการประจำโครงการจัดตั้งคณะหรือวิทยาลัย

"คณะกรรมการบริหารหลักสูตร" หมายความว่า อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาที่ทำหน้าที่บริหารหลักสูตร ซึ่งแต่งตั้งโดยบัณฑิตวิทยาลัย

"หลักสูตร" หมายความว่า หลักสูตรสาขาวิชาต่าง ๆ ในระดับบัณฑิตศึกษาที่สภามหาวิทยาลัยอนุมัติให้เปิดสอนและอนุมัติให้รับนิสิตเข้าศึกษา

"หลักสูตรร่วมกับสถาบันอื่น" หมายความว่า หลักสูตรของมหาวิทยาลัยที่ร่วมมือจัดการเรียนการสอนกับสถาบันอื่น โดยมีการทำข้อตกลงความร่วมมือกันอย่างเป็นทางการซึ่งสภามหาวิทยาลัยอนุมัติ โดยมหาวิทยาลัยบูรพาเป็นผู้ให้ปริญญา หรือสถาบันอื่นเป็นผู้ให้ปริญญา หรือนิสิตอาจได้รับปริญญาจากทุกสถาบันที่ร่วมมือกัน

"คุณวุฒิที่สัมพันธ์กับสาขาวิชาของหลักสูตร" หมายความว่า คุณวุฒิที่กำหนดไว้ในมาตรฐานสาขาวิชา หากสาขาวิชาใดยังไม่มีประกาศมาตรฐานสาขาวิชา หรือประกาศมาตรฐานสาขาวิชาไม่ได้กำหนดเรื่องนี้ไว้ ให้หมายถึงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับสาขาวิชาการหรือวิชาชีพของหลักสูตร หรือคุณวุฒิอื่นแต่มีประสบการณ์ตรงที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตรเป็นที่ประจักษ์ที่จะส่งเสริมให้การเรียนการสอนในหลักสูตรสาขาวิชานั้นบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ของนิสิตได้ตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตร โดยการพิจารณาคุณวุฒิที่สัมพันธ์กันให้อยู่ในดุลยพินิจของสภามหาวิทยาลัย

"การตกลงร่วมผลิต" หมายความว่า การทำข้อตกลงร่วมมือกันอย่างเป็นทางการระหว่างมหาวิทยาลัยกับองค์กรภายนอกในการพัฒนาและบริหารหลักสูตร โดยผ่านความเห็นชอบของสภามหาวิทยาลัยและองค์กรภายนอกนั้น ๆ

"องค์กรภายนอก" หมายความว่า สถาบันอุดมศึกษาใน หรือต่างประเทศที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่รับผิดชอบการศึกษาของประเทศนั้น หรือเป็นหน่วยราชการระดับกรมหรือเทียบเท่าหรือหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ หรือองค์การมหาชน หรือบริษัทเอกชนที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเท่านั้น หากเป็นบริษัทเอกชนที่ไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ต้องได้รับความเห็นชอบจากสภาวิชาการและแจ้งให้สภามหาวิทยาลัยทราบ โดยต้องแสดงศักยภาพและความพร้อมในการร่วมผลิตของบริษัทดังกล่าว และต้องให้ได้คุณภาพตามมาตรฐานการอุดมศึกษา

"ดุษฎีนิพนธ์" (Doctoral Dissertation) หมายความว่า เอกสารงานวิจัยของนิสิตระดับปริญญาเอก

"วิทยานิพนธ์" (Master Thesis) หมายความว่า เอกสารงานวิจัยของนิสิตระดับปริญญาโท แผน ๑

"งานนิพนธ์" (Independent Study) หมายความว่า เอกสารที่เป็นผลมาจากการศึกษาค้นคว้าอิสระของนิสิตระดับปริญญาโท แผน ๒

"ปริญญาตรี" หมายความว่า ปริญญาตรีและเทียบเท่าปริญญาตรี

"ปริญญาโท" หมายความว่า ปริญญาโทและเทียบเท่าปริญญาโท

"ปริญญาเอก" หมายความว่า ปริญญาเอกและเทียบเท่าปริญญาเอก

ข้อ ๕ ให้อธิการบดีรักษาการตามข้อบังคับนี้ และมีอำนาจออกประกาศ หรือคำสั่งของมหาวิทยาลัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาตามข้อบังคับนี้

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัยมีอำนาจออกประกาศ หรือคำสั่งบัณฑิตวิทยาลัย เพื่อดำเนินการตามที่กำหนดในข้อบังคับนี้ หรือประกาศที่ออกตามข้อบังคับนี้ได้

ในกรณีที่มีปัญหาเกี่ยวกับการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาซึ่งไม่ได้กำหนดไว้ในข้อบังคับนี้ หรือมีปัญหาเกี่ยวกับการดำเนินการตามข้อบังคับนี้ ให้อธิการบดีเป็นผู้วินิจฉัย ตามคำแนะนำของคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย แต่ถ้าอธิการบดีเห็นสมควร ก็อาจเสนอให้สภามหาวิทยาลัยวินิจฉัยก็ได้ ทั้งนี้ การวินิจฉัยหรือตีความกรณีที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานหลักสูตร ให้ดำเนินการตามประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับอุดมศึกษา

หมวด ๑
ระบบการจัดการศึกษา

ข้อ ๖ ชื่อปริญญาระดับปริญญาโท และระดับปริญญาเอก ให้ใช้ชื่อปริญญาตามประกาศมหาวิทยาลัยบูรพา เรื่อง ปริญญาในสาขาวิชา อักษรย่อสำหรับสาขาวิชา ครุยวิทยฐานะ เข็มวิทยฐานะ และครุยประจำตำแหน่งของมหาวิทยาลัยบูรพา ซึ่งประกาศในราชกิจจานุเบกษา

ข้อ ๗ การจัดการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัย ให้ดำเนินการดังนี้

(๑) บัณฑิตวิทยาลัยมีหน้าที่อำนวยการ ประสาน สนับสนุน กำกับ ดูแลให้การจัดการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัยได้มาตรฐานเป็นไปตามแผน รวมทั้งให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ

คณะมีหน้าที่จัดการศึกษาตามหลักสูตรในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องให้ได้คุณภาพ และมาตรฐานตามวรรคหนึ่ง และให้เป็นไปตามแผนการรับนิสิตด้วยความเรียบร้อย และมีประสิทธิภาพ โดยคำนึงถึงความยั่งยืนของการจัดการศึกษา

การให้บริการแก่นิสิตระดับบัณฑิตศึกษานั้น บัณฑิตวิทยาลัย คณะ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องพึงจัดระบบรองรับการบริการ โดยคำนึงถึงนิสิตเป็นสำคัญ ใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยให้บริการ และพึงจัดระบบการให้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องผ่านระบบ ไม่ใช้กระดาษ (Paperless System) และ/หรือ ระบบออนไลน์

(๒) การจัดการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาตามข้อบังคับนี้ โดยบัณฑิตวิทยาลัย และคณะให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา รวมทั้งข้อกำหนดขององค์กรวิชาชีพตามกฎหมาย

นอกจากการจัดการศึกษาตามวรรคหนึ่งแล้ว บัณฑิตวิทยาลัยอาจกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการจัดการศึกษาในหลักสูตรเพิ่มเติมก็ได้ ทั้งนี้ต้องไม่ต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา

(๓) การจัดการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาที่มีลักษณะบูรณาการหรือข้ามศาสตร์ระหว่างส่วนงานบัณฑิตวิทยาลัยสามารถจัดการศึกษาได้ โดยให้มีคณะกรรมการบริหารหลักสูตรสาขาวิชาร่วมของแต่ละหลักสูตรหรือกลุ่มหลักสูตรเพื่อบริหาร และจัดการศึกษาในหลักสูตรที่มีรายวิชาเกี่ยวข้องกับหลายคณะ โดยมีจำนวนองค์ประกอบ การได้มา การแต่งตั้ง หน้าที่ และการอื่นใดที่เกี่ยวข้อง ให้เป็นไปตามประกาศของบัณฑิตวิทยาลัย

(๔) การจัดการศึกษาโดยสถาบันสมทบ ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่อธิการบดีประกาศโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการประจำบัณฑิตวิทยาลัยกำหนด โดยคำนึงถึงคุณภาพและมาตรฐานไม่น้อยกว่าที่กำหนดในข้อบังคับนี้ หรือหลักเกณฑ์ที่ออกตามข้อบังคับนี้

ข้อ ๘ ให้จัดการศึกษาระบบทวิภาค (Semester) โดย ๑ ปีการศึกษาแบ่งออกเป็น ๒ ภาคการศึกษาปกติ และ ๑ ภาคการศึกษาปกติมีระยะเวลาศึกษาไม่น้อยกว่า ๑๕ สัปดาห์ และภาคฤดูร้อนมีระยะเวลาการศึกษาไม่น้อยกว่า ๘ สัปดาห์

ภาคการศึกษาปกติตามวรรคหนึ่ง แบ่งเป็นภาคการศึกษาต้น และภาคการศึกษาปลาย

ในกรณีที่มีเหตุผลและความจำเป็น หลักสูตรอาจจัดการศึกษาตลอดปี หรือบางภาคการศึกษาก็ได้ โดยระยะเวลาศึกษาเทียบเคียงได้ไม่ต่ำกว่าที่กำหนดตามวรรคหนึ่ง

ข้อ ๙ วิธีการจัดการศึกษา มหาวิทยาลัยอาจจัดให้มีวิธีการจัดการศึกษา ดังนี้

(๑) วิธีการจัดการศึกษาเต็มเวลา (Full time) ให้ลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษาต้นและภาคการศึกษาปลายไม่น้อยกว่า ๙ หน่วยกิต และไม่เกิน ๑๕ หน่วยกิต และภาคฤดูร้อน ไม่เกิน ๖ หน่วยกิต

(๒) วิธีการจัดการศึกษาไม่เต็มเวลา (Part time) ให้ลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษาต้นและภาคการศึกษาปลายไม่เกิน ๑๒ หน่วยกิต และภาคฤดูร้อนไม่เกิน ๖ หน่วยกิต

(๓) วิธีการจัดการศึกษาเฉพาะช่วงเวลา (Designated Duration) เป็นการจัดการศึกษาในบางช่วงเวลาของปีการศึกษา หรือเป็นไปตามเงื่อนไขของคณะ หรือข้อตกลงตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

(๔) วิธีการจัดการศึกษาผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

(๕) วิธีการจัดการศึกษาแบบชุดวิชา (Module System) เป็นการจัดการศึกษาเป็นกลุ่มรายวิชาหรือส่วนหนึ่งของรายวิชาที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่ให้ความรู้เป็นองค์รวม หรือมีลักษณะการนำความรู้มาบูรณาการ โดยแต่ละชุดวิชามีการจัดการเรียนการสอนแบบเบ็ดเสร็จในระยะเวลาหนึ่ง

(๖) วิธีการจัดการศึกษาแบบคลังหน่วยกิต (Credit Bank System) เป็นการจัดการศึกษาโดยใช้ระบบและกลไกในการเทียบโอนความรู้ ความสามารถ และ/หรือ สมรรถนะที่ได้รับการจัดการศึกษาในระบบการศึกษา นอกระบบการศึกษา การศึกษาตามอัธยาศัย การศึกษาตลอดชีวิต และจากประสบการณ์บุคคลมาเก็บสะสมไว้ในคลังหน่วยกิตของมหาวิทยาลัย

(๗) วิธีการจัดการศึกษาแบบนานาชาติ เป็นการจัดการศึกษาโดยใช้ภาษาต่างประเทศทั้งหมด ซึ่งอาจเป็นความร่วมมือของสถานศึกษา หรือหน่วยงานในประเทศ หรือต่างประเทศ มีการจัดการและมีมาตรฐานตามที่บัณฑิตวิทยาลัยประกาศกำหนด

(๘) วิธีการจัดการศึกษาควบตามหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา ๒ ปริญญา เพื่อให้ผู้เรียนศึกษาพร้อมกันหรือเหลื่อมเวลากัน โดยผู้สำเร็จการศึกษาจะได้รับปริญญาทั้ง ๒ หลักสูตร

(๙) วิธีการจัดการศึกษาแบบก้าวหน้า โดยใช้หลักสูตรปกติที่เปิดสอนอยู่แล้ว ให้รองรับศักยภาพของผู้มีความรู้ความสามารถพิเศษ

(๑๐) วิธีการจัดการศึกษาตามโครงการเรียนล่วงหน้า โดยผู้เข้าร่วมโครงการสามารถลงทะเบียนเรียนในรายวิชาได้ล่วงหน้า และเมื่อผ่านการวัดผลตามเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนดไว้ จะสามารถนำรายวิชานั้นมาเทียบเป็นหน่วยกิตระดับบัณฑิตศึกษาได้

ทั้งนี้ การจัดการศึกษาข้างต้นต้องเป็นไปตามหลักสูตร ข้อบังคับ ระเบียบ ประกาศที่มหาวิทยาลัยหรือบัณฑิตวิทยาลัยกำหนดไว้ รวมทั้งเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา

การนำหลักสูตรไปจัดการเรียนการสอนนอกที่ตั้งของมหาวิทยาลัย ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วนจะกระทำมิได้ เว้นแต่ได้กำหนดไว้ในหลักสูตรหรือเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนด ซึ่งต้องไม่ขัดแย้งกับประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา และต้องได้รับอนุมัติจากสภามหาวิทยาลัย

การจัดการศึกษาหลักสูตรควบระดับปริญญาโท ๒ ปริญญา หรือหลักสูตรควบระดับปริญญาตรีและปริญญาโท และการจัดการศึกษาหลักสูตรภายใต้ความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษาหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ ให้เป็นไปตามประกาศของบัณฑิตวิทยาลัยโดยความเห็นชอบของสภาวิชาการ

ข้อ ๑๐ รายวิชาของหลักสูตรอาจเป็นภาคทฤษฎี ภาคปฏิบัติ การฝึกงานหรือการฝึกประสบการณ์ภาคสนาม การทำโครงงานหรือการทำการเรียนอื่น ๆ งานนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ และดุษฎีนิพนธ์

หน่วยที่ใช้แสดงปริมาณการศึกษา เรียกว่า "หน่วยกิต" โดยหน่วยกิตที่กำหนดไว้สำหรับการศึกษาในแต่ละรายวิชานั้นให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

(๑) รายวิชาภาคทฤษฎีที่ใช้เวลาบรรยาย หรืออภิปรายปัญหา หรือสัมมนาไม่น้อยกว่า ๑๕ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาให้มีค่าเท่ากับ ๑ หน่วยกิต

(๒) รายวิชาภาคปฏิบัติที่ใช้เวลาฝึกหรือทดลองไม่น้อยกว่า ๓๐ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา ให้มีค่าเท่ากับ ๑ หน่วยกิต

(๓) รายวิชาฝึกงานหรือฝึกประสบการณ์ภาคสนามที่ใช้เวลาไม่น้อยกว่า ๔๕ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา ให้มีค่าเท่ากับ ๑ หน่วยกิต

(๔) การทำโครงงานหรือกิจกรรมการเรียนอื่นใดตามที่ได้รับมอบหมาย ที่ใช้เวลาทำโครงงานนั้น หรือกิจกรรมนั้น ๆ ไม่น้อยกว่า ๔๕ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ ๑ หน่วยกิต

(๕) งานนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ หรือดุษฎีนิพนธ์ที่ใช้เวลาศึกษาค้นคว้าไม่น้อยกว่า ๔๕ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ ๑ หน่วยกิต

กรณีสาขาวิชานั้นมีองค์กรวิชาชีพที่จัดตั้งตามกฎหมาย ให้เป็นไปตามเกณฑ์ขององค์กรวิชาชีพของสาขาวิชานั้น ๆ

ข้อ ๑๑ ระยะเวลาการศึกษาของหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา ให้เริ่มนับตั้งแต่ภาคการศึกษาที่นิสิตลงทะเบียนเรียนรายวิชาในหลักสูตร จนถึงภาคการศึกษาที่นิสิตสำเร็จการศึกษา และดำเนินการครบถ้วนตามหลักสูตร

(๑) หลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิตและหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิตชั้นสูงต้องมีระยะเวลาการศึกษาตามที่กำหนดในหลักสูตร แต่ต้องไม่เกิน ๓ ปีการศึกษา

(๒) หลักสูตรปริญญาโทต้องมีระยะเวลาศึกษาตามที่กำหนดในหลักสูตร แต่ต้องไม่เกิน ๕ ปีการศึกษา

(๓) หลักสูตรปริญญาเอกต้องมีระยะเวลาการศึกษาตามที่กำหนดในหลักสูตร แต่ต้องไม่เกินระยะเวลา ดังนี้

(ก) ผู้ที่สำเร็จปริญญาตรีแล้วเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาเอกให้ใช้เวลาตามที่กำหนดในหลักสูตร แต่ต้องไม่เกิน ๘ ปีการศึกษา

(ข) ผู้ที่สำเร็จปริญญาโทแล้วเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาเอกให้ใช้เวลาตามที่กำหนดในหลักสูตร แต่ต้องไม่เกิน ๖ ปีการศึกษา

ปีการศึกษาตามข้อนี้ ให้นับตั้งแต่วันเปิดภาคการศึกษาต้นของปีการศึกษาหนึ่ง ถึงวันก่อนเปิดภาคการศึกษาต้นของปีการศึกษาถัดไป หรือ นับตั้งแต่วันเปิดภาคการศึกษาปลายของปีการศึกษาหนึ่งถึงวันก่อนเปิดภาคการศึกษาปลายของปีการศึกษาถัดไป แล้วแต่กรณี

(๔) นิสิตซึ่งสอบวิทยานิพนธ์ หรือดุษฎีนิพนธ์ผ่าน และส่งเล่มวิทยานิพนธ์ หรือดุษฎีนิพนธ์เรียบร้อยแล้ว รวมทั้งได้ส่งบทความวิจัยตีพิมพ์เผยแพร่ตามข้อบังคับภายในระยะเวลาการศึกษาที่กำหนดตาม (๒) หรือ (๓) แต่ยังรอผลการตีพิมพ์หรืออย่างน้อยได้รับการยอมรับให้ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารวิชาการ ซึ่งอาจไม่ทันภายในระยะเวลาการศึกษาตาม (๒) หรือ (๓) นิสิตต้องยื่นคำร้องขอขยายระยะเวลาการศึกษาดังกล่าวก่อนพ้นกำหนดตาม (๒) หรือ (๓) โดยต้องมีหลักฐานการส่งผลงานวิจัยเพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ โดยนิสิตเสนอขอความเห็นจากอาจารย์ที่ปรึกษา ประธานหลักสูตร คณบดี และคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย เพื่อเสนออนุมัติต่อสภาวิชาการ โดยผ่านกองทะเบียนและประมวลผลการศึกษา

กรณีที่นิสิตมีเหตุผลความจำเป็นที่มีระยะเวลาการศึกษาเกินกำหนด ให้เสนอขออนุมัติจากสภาวิชาการเป็นกรณีไป

หมวด ๒
หลักสูตร

ข้อ ๑๒ ปรัชญาและวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

(๑) ประกาศนียบัตรบัณฑิตและประกาศนียบัตรบัณฑิตชั้นสูง มุ่งเน้นการพัฒนานักวิชาการและนักวิชาชีพให้มีความชำนาญในสาขาวิชาเฉพาะ เพื่อให้มีความรู้ความเชี่ยวชาญสามารถปฏิบัติงานได้ดียิ่งขึ้น โดยมีความสัมพันธ์สอดคล้องกับแผนพัฒนาการศึกษาระดับอุดมศึกษาของชาติ ปรัชญาอุดมศึกษา ปรัชญาของมหาวิทยาลัย และมาตรฐานวิชาการและวิชาชีพ

(๒) ปริญญาโทและปริญญาเอก มุ่งเน้นการพัฒนานักวิชาการ และนักวิชาชีพที่มีความรู้ความสามารถสูง ในสาขาวิชาต่าง ๆ โดยกระบวนการวิจัยเพื่อให้สามารถบุกเบิกแสวงหาความรู้ใหม่ได้อย่างมีอิสระ รวมทั้ง มีความสามารถในการสร้างสรรค์จรรโลงความก้าวหน้าทางวิชาการ เชื่อมโยงและบูรณาการศาสตร์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้อย่างต่อเนื่อง โดยมีความสัมพันธ์สอดคล้องกับแผนพัฒนาการศึกษาระดับอุดมศึกษาของชาติ ปรัชญาอุดมศึกษา ปรัชญาของมหาวิทยาลัย และมาตรฐานวิชาการและวิชาชีพที่เป็นสากล มีคุณธรรมและจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ ทั้งนี้ ในระดับปริญญาโทมุ่งให้มีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการสร้าง และประยุกต์ใช้ความรู้ใหม่เพื่อการพัฒนางานและสังคม ในขณะที่ระดับปริญญาเอกมุ่งให้มีความสามารถในการค้นคว้าวิจัยเพื่อสรรค์สร้างองค์ความรู้ใหม่หรือนวัตกรรม ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนางาน สังคม ประเทศ และประชาคมโลก

ข้อ ๑๓ โครงสร้างหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา ให้เป็นไปตามประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา ดังนี้

(๑) ประกาศนียบัตรบัณฑิต และประกาศนียบัตรบัณฑิตชั้นสูง ต้องมีจำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตรไม่น้อยกว่า ๒๔ หน่วยกิต

(๒) ปริญญาโท ต้องมีจำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตรไม่น้อยกว่า ๓๖ หน่วยกิตโดยแบ่งการศึกษาออกเป็น ๒ แผน ได้แก่

(ก) "แผน ๑" แบบวิชาการที่เน้นการเรียนรู้ การทำวิจัย โดยการทำวิทยานิพนธ์สร้างองค์ความรู้ในศาสตร์สาขาวิชานั้น การศึกษาตามแผน ๑ มี ๒ แผน คือ

๑) "แผน ๑.๑" ทำเฉพาะวิทยานิพนธ์ ซึ่งมีค่าเทียบได้ไม่น้อยกว่า ๓๖ หน่วยกิต และอาจกำหนดให้เรียนรายวิชาเพิ่มเติมหรือทำกิจกรรมทางวิชาการอื่น ๆ เพิ่มขึ้นได้โดยไม่นับหน่วยกิต แต่ต้องมีผลลัพธ์การเรียนรู้ตามที่หลักสูตรกำหนด

๒) "แผน ๑.๒" ศึกษารายวิชาและทำวิทยานิพนธ์ ซึ่งต้องทำวิทยานิพนธ์อย่างน้อย ๑๒ หน่วยกิต โดยไม่อาจศึกษารายวิชาอย่างเดียวได้

(ข) "แผน ๒" แบบวิชาชีพเน้นการศึกษารายวิชา และการค้นคว้าอิสระเชิงประยุกต์ใช้ความรู้ในวิชาชีพโดยไม่ต้องทำวิทยานิพนธ์ ทั้งนี้ ต้องทำงานนิพนธ์ไม่น้อยกว่า ๓ หน่วยกิต และไม่เกิน ๖ หน่วยกิต

หลักสูตรใดที่เปิดสอนแผน ๒ ต้องเปิดสอนแผน ๑ ควบคู่กันไปด้วย

(๓) ปริญญาเอก แบ่งการศึกษาเป็น ๒ แผน โดยเน้นการวิจัยเพื่อพัฒนานักวิชาการและนักวิชาชีพชั้นสูง คือ

(ก) "แผน ๑" เป็นแผนการศึกษาที่เน้นการวิจัย โดยมีการทำดุษฎีนิพนธ์ที่ก่อให้เกิดความรู้ใหม่ หลักสูตรอาจกำหนดให้เรียนรายวิชาเพิ่มเติม หรือทำกิจกรรมทางวิชาการอื่นเพิ่มขึ้นก็ได้ โดยไม่นับหน่วยกิต แต่ต้องมีผลลัพธ์การเรียนรู้ตามที่หลักสูตรกำหนด ดังนี้

๑) "แผน ๑.๑" ผู้เข้าศึกษาที่สำเร็จปริญญาโท จะต้องทำดุษฎีนิพนธ์ไม่น้อยกว่า ๔๘ หน่วยกิต

๒) "แผน ๑.๒" ผู้เข้าศึกษาที่สำเร็จปริญญาตรี จะต้องทำดุษฎีนิพนธ์ไม่น้อยกว่า ๗๒ หน่วยกิต

(ข) "แผน ๒" เป็นแผนการศึกษาที่เน้นการวิจัย โดยมีการทำดุษฎีนิพนธ์ที่มีคุณภาพสูงและก่อให้เกิดความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพ และศึกษางานรายวิชาเพิ่มเติม ดังนี้

๑) "แผน ๒.๑" ผู้เข้าศึกษาที่สำเร็จปริญญาโท จะต้องทำดุษฎีนิพนธ์ไม่น้อยกว่า ๓๖ หน่วยกิต และศึกษารายวิชาไม่น้อยกว่า ๑๒ หน่วยกิต

๒) "แผน ๒.๒" ผู้เข้าศึกษาที่สำเร็จปริญญาตรี จะต้องทำดุษฎีนิพนธ์ไม่น้อยกว่า ๔๘ หน่วยกิต และศึกษารายวิชาอีกไม่น้อยกว่า ๒๔ หน่วยกิต

ข้อ ๑๔ การพัฒนาหลักสูตร ให้ทุกหลักสูตรพัฒนาหลักสูตรให้ทันสมัย โดยมีการประเมินและรายงานผลการดำเนินการของหลักสูตรทุกปีการศึกษาเพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงพัฒนาหลักสูตรเป็นระยะ ๆ อย่างน้อย ตามรอบระยะเวลาของหลักสูตร หรือทุกรอบ ๕ ปี

ข้อ ๑๕ การบริหารหลักสูตร ให้แต่ละหลักสูตรมีการบริหารหลักสูตรให้เป็นไปตามประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา และตามที่มหาวิทยาลัยกำหนดเพิ่มเติม

ข้อ ๑๖ การประกันคุณภาพของหลักสูตร ให้ทุกหลักสูตรกำหนดระบบการประกันคุณภาพของหลักสูตรตามที่สภามหาวิทยาลัยกำหนด ทั้งนี้ อาจใช้ระบบการประเมินที่แตกต่างกันตามบริบทของแต่ละหลักสูตรก็ได้ ในกรณีที่ประสงค์จะใช้การประเมินหลักสูตรตามที่สภาวิชาชีพกำหนดหรือระบบอื่นซึ่งแตกต่างจากที่สภามหาวิทยาลัยกำหนดไว้ ให้เสนอสภามหาวิทยาลัยอนุมัติ

หมวด ๓

การรับเข้าศึกษาและสถานภาพนิสิต

ข้อ ๑๗ คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

(๑) หลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต ผู้เข้าศึกษาต้องเป็นผู้สำเร็จปริญญาตรีหรือเทียบเท่าตามที่หลักสูตรกำหนด และมีคุณสมบัติอื่นเพิ่มเติมตามที่คณะกรรมการบริหารหลักสูตรกำหนด และคณะกรรมการประจำบัณฑิตวิทยาลัยเห็นชอบ

(๒) หลักสูตรปริญญาโท ผู้เข้าศึกษาต้องเป็นผู้สำเร็จปริญญาตรีหรือเทียบเท่า หรือประกาศนียบัตรบัณฑิตตามที่หลักสูตรกำหนด และมีคุณสมบัติอื่นเพิ่มเติมตามที่คณะกรรมการบริหารหลักสูตรกำหนด และคณะกรรมการประจำบัณฑิตวิทยาลัยเห็นชอบ

(๓) หลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิตชั้นสูง ผู้เข้าศึกษาต้องเป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรบัณฑิต หรือปริญญาโทหรือเทียบเท่าตามที่หลักสูตรกำหนด และมีคุณสมบัติอื่นเพิ่มเติมตามที่คณะกรรมการบริหารหลักสูตรกำหนด และคณะกรรมการประจำบัณฑิตวิทยาลัยเห็นชอบ

(๔) หลักสูตรปริญญาเอก ผู้เข้าศึกษาต้องเป็นผู้สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่าที่มีผลการเรียนดีมาก หรือปริญญาโทหรือเทียบเท่า และมีผลการสอบภาษาอังกฤษได้ตามเกณฑ์ที่สภาวิชาการกำหนด และมีพื้นความรู้ ความสามารถ และศักยภาพเพียงพอที่จะทำดุษฎีนิพนธ์ได้ หรือมีคุณสมบัติอื่นเพิ่มเติมตามที่คณะกรรมการบริหารหลักสูตรกำหนด และคณะกรรมการประจำบัณฑิตวิทยาลัยเห็นชอบ

ข้อ ๑๘ ผู้เข้าศึกษานอกจากมีคุณสมบัติตามข้อ ๑๗ แล้ว ต้องมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

(๑) เป็นผู้มีความประพฤติดี และมีคุณธรรม จริยธรรมตามมาตรฐานของมหาวิทยาลัย

(๒) ไม่เป็นโรคติดต่อร้ายแรง ซึ่งอาจเป็นโรคที่สังคมรังเกียจหรือเป็นโรคที่จะเป็นอุปสรรคต่อการศึกษา

(๓) ไม่เป็นผู้พ้นสภาพนิสิตของมหาวิทยาลัยโดยการถูกลงโทษไล่ออก

(๔) คุณสมบัติอื่น ๆ ตามที่คณะกำหนด และคณะกรรมการประจำบัณฑิตวิทยาลัยเห็นชอบ

ข้อ ๑๙ ประเภทนิสิต

(๑) นิสิตเต็มเวลา (Full time) เป็นนิสิตที่ลงทะเบียนเรียนเต็มเวลาในเวลาทำงานของมหาวิทยาลัย และอาจลงทะเบียนเรียนนอกเวลาทำงานเป็นบางส่วนด้วยก็ได้

(๒) นิสิตไม่เต็มเวลา (Part time) เป็นนิสิตที่ลงทะเบียนเรียนไม่เต็มเวลานอกเวลาทำงานของมหาวิทยาลัย และอาจลงทะเบียนเรียนในเวลาทำงานเป็นบางส่วนก็ได้

(๓) นิสิตทดลองเรียน เป็นนิสิตที่มหาวิทยาลัยรับเข้าเรียนโดยมีเงื่อนไขตามประกาศของบัณฑิตวิทยาลัย

(๔) นิสิตอาคันตุกะ/นิสิตเรียนข้ามสถาบัน เป็นนิสิตจากสถาบันอื่นที่ลงทะเบียนเรียนบางรายวิชาที่มหาวิทยาลัยเปิดสอน

(๕) นิสิตในระบบคลังหน่วยกิต เป็นนิสิตที่ขึ้นทะเบียนเป็นนิสิตในระบบคลังหน่วยกิตของมหาวิทยาลัยโดยได้ลงทะเบียนเรียนเข้าศึกษาในรายวิชา หรือหลักสูตรระยะสั้นระดับบัณฑิตศึกษาที่ได้บรรจุไว้ในระบบคลังหน่วยกิตของมหาวิทยาลัย

การรับรองประเภทและสถานภาพนิสิต ให้ทำเป็นหนังสือรับรองประเภท และสถานภาพนิสิตตามแบบและวิธีการที่บัณฑิตวิทยาลัยกำหนด และให้อธิการบดีหรือผู้ที่อธิการบดีมอบหมายเป็นผู้ลงนามรับรอง

ข้อ ๒๐ นิสิตที่จะเข้าศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา ต้องผ่านการรับสมัครและการรับเข้าตามระบบที่บัณฑิตวิทยาลัยกำหนด

ใบสมัคร ช่วงเวลาการประกาศรับสมัคร ระยะเวลาการสมัคร วิธีการคัดเลือก หลักฐานประกอบและเงื่อนไขอื่น ๆ ให้เป็นไปตามประกาศของบัณฑิตวิทยาลัย

ข้อ ๒๑ การรับเข้าศึกษา การรับบุคคลใดเข้าศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาให้ออกเป็นประกาศบัณฑิตวิทยาลัย โดยมีหลักเกณฑ์ที่ครอบคลุมอย่างน้อย ดังต่อไปนี้

(๑) จำนวนนิสิตที่จะรับเข้าศึกษาแต่ละหลักสูตรในแต่ละปีการศึกษา หรือแต่ละภาคการศึกษา เป็นไปตามแผนการรับนิสิตที่กำหนดในแต่ละหลักสูตร หรือโดยความเห็นชอบของสภาวิชาการ หากมีเหตุผลความจำเป็นที่จะขอรับเพิ่ม ต้องได้รับการอนุมัติจากสภาวิชาการ ก่อนการประกาศรับหรือก่อนเข้าศึกษา

(๒) ช่องทางการรับบุคคลเข้าศึกษา ในระดับบัณฑิตศึกษา มีดังนี้

(ก) การรับสมัครและคัดเลือก โดยระบบปกติ

(ข) การรับสมัครและคัดเลือก โดยวิธีพิเศษ ที่นอกเหนือจาก (ก) ได้แก่ การรับสมัครนิสิตต่างชาติ หรือการรับตามข้อตกลงความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยกับหน่วยงานอื่น หรือตามข้อตกลงของเครือข่ายความร่วมมือระหว่างสถาบัน หรือผู้รับทุนการศึกษาเพื่อเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัย หรือเพื่อเหตุผลความจำเป็นอื่น

ทั้งนี้ แนวปฏิบัติในช่องทางการรับสมัคร (ก) - (ข) ให้เป็นไปตามที่บัณฑิตวิทยาลัยประกาศกำหนด หรือให้ความเห็นชอบ

(๓) วิธีการสอบคัดเลือก หรือการคัดเลือก หรือโดยวิธีการอื่นใดตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตร หรือตามที่คณะกำหนด โดยจัดทำเป็นประกาศของบัณฑิตวิทยาลัย หรือที่บัณฑิตวิทยาลัยให้ความเห็นชอบ

การประกาศรายชื่อผู้มีสิทธิเข้าศึกษาและรายชื่อสำรอง ให้บัณฑิตวิทยาลัยเป็นผู้ออกประกาศ ทั้งนี้ ในกรณีที่มีเหตุผลอันควร บัณฑิตวิทยาลัยอาจมอบหมายให้คณบดีของคณะที่รับนิสิต เป็นผู้ออกประกาศก็ได้ แต่ต้องส่งสำเนาประกาศดังกล่าวมาที่บัณฑิตวิทยาลัยด้วย

(๔) ในกรณีที่ผู้สมัครกำลังรอผลการศึกษาขั้นปริญญาตรี หรือปริญญาโทแล้วแต่กรณี การรับเข้าศึกษาจะมีผลสมบูรณ์เมื่อผู้สมัครส่งหลักฐานการสำเร็จการศึกษาขั้นปริญญาขั้นใดขั้นหนึ่งตามที่หลักสูตรการศึกษานั้นกำหนดมายังบัณฑิตวิทยาลัย ภายในระยะเวลาที่บัณฑิตวิทยาลัยกำหนด

(๕) คณะอาจพิจารณารับนิสิต/นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาซึ่งกำลังศึกษาอยู่ในสถาบันการศึกษาอื่นทั้งในประเทศและต่างประเทศเป็นนิสิตเรียนข้ามสถาบันการศึกษา เพื่อนำหน่วยกิตและผลการศึกษาไปเป็นส่วนหนึ่งในการศึกษาตามหลักสูตรของมหาวิทยาลัย โดยต้องลงทะเบียนรายวิชาภายในเวลาที่กำหนด ทั้งนี้ หลักเกณฑ์และเงื่อนไขการรับนิสิตให้เป็นไปตามที่บัณฑิตวิทยาลัยประกาศกำหนด

ข้อ ๒๒ การเปลี่ยนหลักสูตรสาขาวิชาในระดับการศึกษาเดียวกัน ผู้ผ่านการสอบคัดเลือกเข้าเรียนในสาขาวิชาใดจะต้องเรียนสาขาวิชานั้น ถ้ามีความประสงค์จะขอเปลี่ยนสาขาวิชาภายในคณะ ให้ประธานหลักสูตรสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องพิจารณาเสนอคณบดีอนุมัติ และแจ้งบัณฑิตวิทยาลัย และกองทะเบียนและประมวลผลการศึกษาทราบ

ข้อ ๒๓ การขึ้นทะเบียนเป็นนิสิต

(๑) ผู้มีสิทธิเข้าศึกษาตามข้อบังคับนี้ จะต้องขึ้นทะเบียนเป็นนิสิตประเภทใดประเภทหนึ่งตามข้อ ๑๙ จึงจะมีสถานภาพนิสิตระดับบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัย

ผู้ที่ไม่สามารถขึ้นทะเบียนเป็นนิสิตได้ภายในวันเวลาที่กำหนดโดยไม่มีเหตุผลอันสมควร ให้ถือว่าผู้นั้นสละสิทธิ์ในการเข้าศึกษา

(๒) บัณฑิตวิทยาลัยอาจกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขในการอนุมัติให้ผู้ที่ไม่สามารถขึ้นทะเบียนตามวรรคหนึ่งหรือวรรคสองขึ้นทะเบียนเป็นนิสิตได้เป็นกรณีพิเศษ

ให้กองทะเบียนและประมวลผลการศึกษาประกาศรายชื่อผู้ที่มีสิทธิเข้าศึกษาตามข้อบังคับนี้ที่มิได้ขึ้นทะเบียนเป็นนิสิตตามวรรคหนึ่ง หรือวรรคสองซึ่งถือว่าไม่มีสถานะเป็นนิสิตภายใน ๖๐ วันนับแต่วันเปิดภาคการศึกษา

ข้อ ๒๔ นิสิตมีหน้าที่และความรับผิดชอบที่จะต้องดำเนินการเข้าศึกษาตามหลักสูตรและปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่หลักสูตรกำหนด ให้ความร่วมมือกับบัณฑิตวิทยาลัย และคณะในการดำเนินการที่เกี่ยวข้อง ไม่ขาดการติดต่อกับมหาวิทยาลัยโดยไม่มีเหตุอันสมควร ต้องแจ้งเปลี่ยนแปลงที่อยู่ และช่องทางการติดต่อแก่คณะ และบัณฑิตวิทยาลัย ไม่ละทิ้ง หรือยุติการศึกษาโดยไม่แจ้งเหตุผลความจำเป็น รวมทั้งมีหน้าที่ติดตามกฎระเบียบ ประกาศ และข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับนิสิตซึ่งมหาวิทยาลัยเผยแพร่ทั่วไปทั้งที่มีผลใช้บังคับอยู่ก่อนและที่จะออกในภายหลัง

ข้อ ๒๕ การจำแนกสภาพนิสิตจะกระทำเมื่อเรียนครบ ๒ ภาคการศึกษานับตั้งแต่เริ่มเข้าศึกษาโดยต้องกระทำเมื่อสิ้นภาคการศึกษาแต่ละภาคการศึกษา

(๑) นิสิตสภาพสมบูรณ์ ได้แก่ นิสิตที่ลงทะเบียนเรียนเป็นปีแรกหรือนิสิตที่สอบได้ค่าระดับขั้นเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า ๓.๐๐

(๒) นิสิตสภาพรอพินิจ ได้แก่ นิสิตที่สอบได้ค่าระดับขั้นเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ ๒.๗๕ ถึง ๒.๙๙

(๓) ภายหลังที่มีการคำนวณค่าระดับขั้นเฉลี่ยสะสมประจำในแต่ละภาคการศึกษา แล้วพบว่านิสิตอยู่ในสภาพรอพินิจ ให้กองทะเบียนและประมวลผลการศึกษาแจ้งบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อแจ้งต่อคณะให้อาจารย์ที่ปรึกษาและนิสิตทราบภายใน ๒ สัปดาห์

(๔) นิสิตที่ลงทะเบียนเรียนแบบเต็มเวลาที่ได้รับอนุญาตให้เรียนในภาคฤดูร้อน ให้นำผลการเรียนในภาคฤดูร้อนไปรวมกับผลการเรียนในภาคการศึกษาถัดไปที่นิสิตลงทะเบียนเรียน หากพบว่าผลการเรียนของภาคฤดูร้อนมีผลทำให้นิสิตอยู่ในสภาพรอพินิจ ให้กองทะเบียนและประมวลผลการศึกษาแจ้งบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อแจ้งต่อคณะให้อาจารย์ที่ปรึกษาและนิสิตทราบโดยเร็วที่สุด

(๕) นิสิตทดลองเรียนระดับบัณฑิตศึกษาให้เป็นไปตามประกาศของบัณฑิตวิทยาลัย

ข้อ ๒๖ การลาพักการศึกษา กรณีที่มีเหตุผลและความจำเป็น นิสิตอาจขออนุญาตลาพักการศึกษาเป็นรายภาคการศึกษา หรือรายปีการศึกษาได้ ทั้งนี้ คุณสมบัติ หลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขการขอลาพักการศึกษา รวมถึงการขอกลับเข้าศึกษา ให้เป็นไปตามประกาศของบัณฑิตวิทยาลัย

เหตุที่เข้าข่ายสามารถขออนุญาตลาพักการศึกษา ให้ครอบคลุมถึง ความเจ็บป่วยของตนเองหรือครอบครัว การถูกเกณฑ์หรือระดมพลเข้ารับราชการทหารกองประจำการ การไปฝึกอบรมหรือดูงาน ณ ต่างประเทศ การไปปฏิบัติงาน ณ ต่างประเทศ หรือมีเหตุจำเป็นสุดวิสัย หรือมีความจำเป็นส่วนตัว หรือมีเหตุอื่นที่คณะกรรมการประจำบัณฑิตวิทยาลัยให้ความเห็นชอบ

นิสิตที่ได้รับอนุญาตให้ลาพักการศึกษาไม่ต้องลงทะเบียนรายวิชาตามหลักสูตรในภาคการศึกษาที่ได้รับอนุญาตให้ลาพักการศึกษา และไม่ต้องชำระค่าธรรมเนียมและค่าบำรุงการศึกษา แต่ต้องชำระค่าธรรมเนียมเพื่อรักษาสถานภาพนิสิต

นิสิตที่ได้รับอนุญาตให้ลาพักการศึกษาภายหลังจากได้ลงทะเบียนรายวิชาแล้วและพ้นกำหนดการเพิ่มลดรายวิชา ในกรณีนี้ ให้นิสิตได้สัญลักษณ์ W ในทุกรายวิชาที่ได้ลงทะเบียนไว้ในภาคการศึกษาที่ได้รับอนุญาตให้ลาพักการศึกษา

ระยะเวลาที่ได้รับอนุญาตให้ลาพักการศึกษา ไม่นับรวมระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาที่กำหนดในข้อ ๑๑ เมื่อครบกำหนดการลาพักการศึกษาแล้ว ให้นิสิตยื่นคำร้องขอกลับเข้าศึกษาตามวิธีการและขั้นตอนที่บัณฑิตวิทยาลัยประกาศกำหนด

ข้อ ๒๗ นิสิตจะพ้นสภาพการเป็นนิสิตระดับบัณฑิตศึกษาตามข้อบังคับนี้ ในกรณีใดกรณีหนึ่งดังต่อไปนี้

(๑) ตาย

(๒) ลาออก

(๓) ขาดคุณสมบัติของการเป็นนิสิตตามข้อบังคับนี้

(๔) ได้ค่าระดับขั้นเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า ๒.๗๕ ตั้งแต่ภาคการศึกษาที่ ๒ เป็นต้นไป

(๕) ไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขการลาพักการศึกษา การลงทะเบียนรายวิชา และการกลับเข้าศึกษาตามที่กำหนดในหมวด ๔ การลงทะเบียนเรียนรายวิชาตามหลักสูตร

(๖) สอบเค้าโครงงานนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ หรือดุษฎีนิพนธ์ไม่ผ่านภายในกำหนดเวลาตามประกาศของบัณฑิตวิทยาลัย

(๗) สอบวัดคุณสมบัติไม่ผ่านเป็นครั้งที่ ๓ ในกรณีนิสิตระดับปริญญาเอก หรือสอบประมวลความรู้ไม่ผ่านเป็นครั้งที่ ๓ ในกรณีนิสิตระดับปริญญาโทแผน ๒

(๘) สอบปากเปล่างานนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ หรือดุษฎีนิพนธ์ไม่ผ่านเป็นครั้งที่ ๓

(๙) ไม่สามารถสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตรภายในกำหนดระยะเวลาตามข้อ ๑๑

(๑๐) ศึกษาครบถ้วนตามหลักสูตรและได้รับอนุมัติให้สำเร็จการศึกษา

(๑๑) ถูกลงโทษกรณีกระทำผิดระเบียบการสอบหรือจริยธรรมของนิสิตในความผิดที่ส่งผลให้พ้นสภาพตามที่กำหนดในระเบียบมหาวิทยาลัย หรือได้รับโทษทางวินัยนิสิตให้พ้นสภาพนิสิตตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

(๑๒) เหตุอื่นตามที่บัณฑิตวิทยาลัยประกาศ โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการประจำบัณฑิตวิทยาลัย

ข้อ ๒๘ การพ้นสภาพนิสิตตามข้อ ๒๗ นั้น ให้กองทะเบียนและประมวลผลการศึกษาออกประกาศการพ้นสภาพนิสิตและประกาศโดยทั่วไป และแจ้งให้บัณฑิตวิทยาลัยทราบ เว้นแต่กรณีตามข้อ ๒๗ (๑๐) ไม่ต้องออกประกาศ ทั้งนี้ การออกประกาศดังกล่าวอาจออกประกาศเป็นรายครั้ง หรือรายภาคการศึกษาก็ได้

ให้บัณฑิตวิทยาลัยกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการพิจารณาและสั่งการ กรณีที่นิสิตหรือผู้แทนของนิสิตคัดค้านการพ้นสภาพตามวรรคหนึ่ง

ข้อ ๒๙ การขอกลับเข้าศึกษากรณีที่พ้นสภาพนิสิตตามข้อ ๒๗ (๕) และ (๖) ให้เป็นไปตามที่บัณฑิตวิทยาลัยประกาศกำหนด ในกรณีเช่นว่านี้ ให้นิสิตได้รับรหัสประจำตัวนิสิตเดิม ใช้ผลการศึกษาและความก้าวหน้าของการศึกษาเท่าที่เป็นอยู่นับระยะเวลาการศึกษาต่อเนื่องกัน ทั้งนี้ กรณีที่มีข้อขัดข้องอันเป็นผลจากการกลับเข้าศึกษาให้คณะกรรมการประจำบัณฑิตวิทยาลัยเป็นผู้วินิจฉัย

ข้อ ๓๐ การรับผู้ที่สำเร็จการศึกษาจากสถาบันอุดมศึกษาอื่น การรับโอนผู้ที่กำลังศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาจากสถาบันอุดมศึกษาอื่น และการรับผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีสมรรถนะโดดเด่นตลอดจนการเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษาในระดับอุดมศึกษา ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่บัณฑิตวิทยาลัยประกาศกำหนด

หมวด ๔

การลงทะเบียนเรียนรายวิชา

ข้อ ๓๑ การลงทะเบียนเรียนรายวิชาตามหลักสูตร

(๑) กำหนดวันเวลาและวิธีการลงทะเบียนในแต่ละภาคการศึกษา ให้เป็นไปตามประกาศมหาวิทยาลัย

(๒) นิสิตต้องลงทะเบียนเรียนรายวิชาตามหลักสูตรทุกภาคการศึกษา โดยต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา หรืออาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ หรือดุษฎีนิพนธ์ในการเลือกเรียนรายวิชาใดในแต่ละภาคการศึกษา

(๓) การลงทะเบียนจะสมบูรณ์ต่อเมื่อนิสิตได้ชำระค่าบำรุงและค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยเรียบร้อยแล้ว นิสิตผู้ใดชำระค่าบำรุงและค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ภายหลังวันที่มหาวิทยาลัยกำหนด จะต้องชำระค่าปรับตามระเบียบของมหาวิทยาลัยว่าด้วยการเก็บเงินค่าบำรุงและค่าธรรมเนียมการศึกษา กรณีที่นิสิตยังลงทะเบียนเรียนยังไม่สมบูรณ์เนื่องจากยังไม่ชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาในภาคการศึกษานั้นภายในกำหนดตามประกาศมหาวิทยาลัย นิสิตจะไม่มีสิทธิสอบในภาคการศึกษานั้น เว้นแต่จะได้รับอนุมัติจากคณบดีเป็นราย ๆ ไป

กรณีที่คณบดีอนุมัติให้นิสิตเข้าสอบได้ตาม (๓) การแจ้งผลและบันทึกผลการสอบของนิสิตผู้นั้นจะกระทำมิได้จนกว่านิสิตผู้นั้นจะได้ชำระค่าบำรุงและค่าธรรมเนียมการศึกษาต่าง ๆ ที่ค้างอยู่ครบถ้วนแล้ว

ข้อ ๓๒ จำนวนหน่วยกิตแต่ละภาคการศึกษา

(๑) นิสิตเต็มเวลาลงทะเบียนไม่น้อยกว่า ๙ หน่วยกิต และไม่เกิน ๑๕ หน่วยกิต และนิสิตไม่เต็มเวลาลงทะเบียนไม่น้อยกว่า ๖ หน่วยกิต และไม่เกิน ๑๒ หน่วยกิต

(๒) นิสิตที่จะลงทะเบียนเรียนน้อยกว่าหรือมากกว่าเกณฑ์ที่กำหนดตาม (๑) ได้ ก็ต่อเมื่อได้รับอนุมัติจากประธานหลักสูตรสาขาวิชาที่นิสิตกำลังศึกษา

(๓) นิสิตที่จะสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตรและเหลือวิชาเรียนตามหลักสูตรมีจำนวนหน่วยกิต ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ให้ลงทะเบียนเรียนเท่าจำนวนหน่วยกิตที่เหลือได้

ข้อ ๓๓ การลงทะเบียนเรียนรายวิชาโดยไม่นับหน่วยกิต (Audit)

(๑) นิสิตอาจลงทะเบียนเรียนรายวิชาโดยไม่นับหน่วยกิตได้ โดยต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา และอาจารย์ผู้สอน

(๒) การเรียนรายวิชาโดยไม่นับหน่วยกิต ไม่บังคับให้นิสิตสอบ และให้บันทึกลงในใบแสดงผลการเรียนในช่วงผลการเรียนว่า "au" เฉพาะผู้ที่มีเวลาเรียนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ ของเวลาเรียนทั้งหมดของรายวิชานั้น

ข้อ ๓๔ กรณีที่นิสิตไม่ลงทะเบียนรายวิชาตามกำหนดเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด จะไม่มีสิทธิลงทะเบียนรายวิชาในภาคการศึกษานั้น เว้นแต่จะได้รับอนุมัติเป็นกรณีพิเศษจากคณบดี ในกรณีเช่นว่านั้นนิสิตต้องชำระค่าปรับตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

ข้อ ๓๕ นิสิตที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือระดับบัณฑิตศึกษาหรือบุคคลทั่วไปหรือผู้ที่มีคุณสมบัติเป็นไปตามข้อ ๑๗ และข้อ ๑๘ อาจลงทะเบียนเรียนรายวิชาตามหลักสูตรในระดับบัณฑิตศึกษาได้ แต่ผู้นั้นต้องมีพื้นฐานความรู้ที่จะสามารถศึกษารายวิชาตามหลักสูตรได้ ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่คณะกรรมการบริหารหลักสูตรกำหนด

นิสิตระดับปริญญาตรีที่จะลงทะเบียนเรียนรายวิชาตามหลักสูตรในระดับบัณฑิตศึกษาต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ผู้สอนของรายวิชาระดับบัณฑิตศึกษา และได้รับอนุมัติจากคณบดีที่รายวิชาสังกัด และต้องชำระค่าบำรุงและค่าธรรมเนียมตามระเบียบของมหาวิทยาลัยที่เกี่ยวข้อง

นิสิตระดับบัณฑิตศึกษาต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ผู้สอนของรายวิชาระดับบัณฑิตศึกษาที่จะไปลงทะเบียนเรียน และได้รับอนุมัติจากคณบดีต้นสังกัด และต้องชำระค่าบำรุงและค่าธรรมเนียมตามระเบียบของมหาวิทยาลัยที่เกี่ยวข้อง

บุคคลทั่วไปที่จะลงทะเบียนเรียนรายวิชาตามหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา ต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ผู้สอนของรายวิชาระดับบัณฑิตศึกษา และได้รับอนุมัติจากคณบดีที่รายวิชาสังกัด และต้องชำระค่าบำรุงและค่าธรรมเนียมตามระเบียบของมหาวิทยาลัยที่เกี่ยวข้อง

การเทียบโอนรายวิชาระดับบัณฑิตศึกษาตามวรรคหนึ่งให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการตามที่บัณฑิตวิทยาลัยประกาศกำหนด

ข้อ ๓๖ คณบดีบัณฑิตวิทยาลัยโดยความเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษาและ/หรือประธานหลักสูตร อาจอนุมัติให้นิสิตลงทะเบียนศึกษารายวิชาใดในระดับบัณฑิตศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาอื่นได้ ในกรณีที่รายวิชานั้นไม่ได้เปิดสอนหรือคณะไม่สามารถจัดการเรียนการสอนได้ หรือเมื่อจะเป็นประโยชน์แก่นิสิต

ข้อ ๓๗ นิสิตที่เรียนครบรายวิชาที่เข้าข่ายสำเร็จการศึกษาแล้ว แต่ยังไม่สามารถยื่นขอสำเร็จการศึกษาได้ ต้องยื่นคำร้องขอรักษาสถานภาพนิสิต และต้องปฏิบัติตามข้อบังคับและระเบียบต่าง ๆ รวมทั้งนิสิตต้องชำระค่ารักษาสถานภาพ

ข้อ ๓๘ การขอเพิ่มหรือการลดรายวิชา (Add and Drop) หมายถึง การที่นิสิตได้ลงทะเบียนเรียนรายวิชาไปแล้วบางส่วน แต่มีความจำเป็นจะต้องเพิ่มหรือลดรายวิชาโดยจำนวนหน่วยกิตรวมในภาคการศึกษานั้นต้องไม่เกินหรือต่ำกว่าจำนวนหน่วยกิตในแต่ละภาคการศึกษา ตามข้อ ๓๒ ให้ดำเนินการดังนี้

(๑) การขอเพิ่มหรือการขอลดรายวิชาที่เรียนต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ผู้สอน/อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา และต้องได้รับอนุมัติจากคณบดี แล้วให้นิสิตผู้นั้นแจ้งให้กองทะเบียนและประมวลผลการศึกษาทราบ

(๒) การขอเพิ่มหรือการขอลดรายวิชาเรียน ให้เป็นไปตามประกาศของกองทะเบียนและประมวลผลการศึกษา

(๓) การของดเรียนรายวิชา หมายถึง การที่นิสิตของดเรียนรายวิชาที่ลงทะเบียนไปแล้วบางรายวิชาหรือทุกรายวิชาในภาคการศึกษาที่กำลังเรียนเพราะไม่ประสงค์จะเรียน หรือมีเหตุจำเป็นการของดเรียนรายวิชานี้ในเอกสารแสดงผลการเรียนจะได้รับผลการเรียนเป็น “W” และให้ดำเนินการ ดังนี้

(ก) การของดเรียนรายวิชาที่เรียนต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ผู้สอนและได้รับอนุมัติจากอาจารย์ที่ปรึกษาแล้ว ให้นิสิตผู้นั้นแจ้งให้กองทะเบียนและประมวลผลการศึกษาทราบ

(ข) การของดเรียนบางรายวิชา หรือทุกรายวิชาต้องกระทำก่อนวันเริ่มสอบปลายภาคการศึกษาวันแรกไม่น้อยกว่า ๒ สัปดาห์ ทั้งนี้ ต้องไม่เป็นวิชาที่นิสิตมีเจตนาส่อทุจริตหรือกระทำการทุจริตในการวัดผล และนิสิตไม่มีสิทธิขอคืนค่าลงทะเบียนเรียน

ข้อ ๓๙ นิสิตต้องมีเวลาเรียนในรายวิชาตามที่หลักสูตรกำหนดไว้ หรือตามที่ประธานหลักสูตรให้ความเห็นชอบ จึงจะมีสิทธิเข้ารับการวัดผลของรายวิชานั้น

หมวด ๕
การวัดและประเมินผลการศึกษา

ข้อ ๔๐ ในการบริหารจัดการหลักสูตร ผู้รับผิดชอบพึงจัดกระบวนการเรียนรู้เพื่อให้เกิดผลลัพธ์การเรียนรู้ ตามคุณวุฒิแต่ละระดับ ต้องสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของหลักสูตร มหาวิทยาลัย วิชาชีพ ประเทศชาติ และบริบทโลก ประกอบด้วยอย่างน้อย ๔ ด้าน ได้แก่ ความรู้ ทักษะ จริยธรรม และลักษณะบุคคล

หลักสูตรต้องประกาศกำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีการวัดและการประเมินผล ปฏิทินการวัดและประเมินผล น้ำหนักคะแนน และเกณฑ์การประเมินผลแต่ละรายวิชาหรือกิจกรรมการเรียนรู้ได้ตามที่เห็นสมควร รวมทั้งการพิจารณาตัดสินผลการประเมิน การให้ระดับขั้นของแต่ละรายวิชา การรับรองผลการให้ระดับขั้นของแต่ละรายวิชา การประกาศหรือแจ้งค่าระดับขั้นและค่าระดับขั้นเฉลี่ยของนิสิต การขอทบทวนผลการประเมินหรือการให้ระดับขั้น และการอื่นใดที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการวัดผล และประเมินผลตามข้อบังคับนี้

ข้อ ๔๑ ระบบการให้คะแนน

(๑) ระบบการให้คะแนนของแต่ละรายวิชา ให้แสดงเป็นระดับขั้น ซึ่งมีความหมายและค่าระดับขั้น ดังนี้

ระดับขั้น		ความหมาย	ค่าระดับขั้น
A	(Excellent)	ดีเยี่ยม	๔.๐
B+	(Very Good)	ดีมาก	๓.๕
B	(Good)	ดี	๓.๐
C+	(Fairly Good)	ค่อนข้างดี	๒.๕
C	(Fair)	พอใช้	๒.๐
D+	(Poor)	อ่อน	๑.๕
D	(Very Poor)	อ่อนมาก	๑.๐
F	(Fail)	ตก	๐

(๒) การให้ระดับขั้น F ในรายวิชาใด ให้กระทำได้ในกรณีต่อไปนี้

(ก) นิสิตขาดสอบโดยไม่ได้รับอนุมัติจากคณบดีที่รายวิชาสังกัด

(ข) นิสิตมีเวลาเรียนไม่ครบตามเกณฑ์

(ค) นิสิตกระทำผิดหรือฝ่าฝืนระเบียบการวัดผลหรือส่อเจตนาทุจริต หรือทุจริตในการวัดผลและได้รับการตัดสินให้สอบตกในรายวิชานั้น

(๓) ระบบการให้คะแนนของแต่ละรายวิชา ที่ไม่แสดงเป็นค่าระดับขั้น ให้แสดงด้วยสัญลักษณ์ต่าง ๆ ดังนี้

สัญลักษณ์	ความหมาย
S (Satisfactory)	ผ่านตามเกณฑ์
I (Incomplete)	ยังไม่สมบูรณ์
U (Unsatisfactory)	ไม่ผ่านตามเกณฑ์
W (Withdrawn)	งดเรียนโดยได้รับอนุมัติ
Au (Audit)	ลงทะเบียนรายวิชาโดยไม่นับหน่วยกิต
CE (Credit from examination)	หน่วยกิตที่ได้จากการทดสอบ
CP (Credit from portfolio)	หน่วยกิตที่ได้จากการเสนอแฟ้มสะสมงาน
CR (Credit from experience)	หน่วยกิตที่ได้จากการเทียบประสบการณ์
CS (Credit from standardized tests)	หน่วยกิตที่ได้จากการทดสอบมาตรฐาน
CT (Credit from training)	หน่วยกิตที่ได้จากการประเมินหรืออบรมที่จัดโดยหน่วยงานต่าง ๆ
CX (Credit from exemption)	หน่วยกิตที่ได้จากการยกเว้นการเรียน
T (Transferred)	หน่วยกิตที่รับโอนจากสถาบันอื่นในประเทศ

T* (Transferred)	หน่วยกิตที่รับโอนจากสถาบันต่างประเทศโดยระบุชื่อของสถาบันและประเทศ

การให้สัญลักษณ์ CE, CP, CR, CS, CT, CX, T และ T* ใช้เฉพาะหน่วยกิตของรายวิชาที่ได้รับอนุมัติให้เทียบโอนรายวิชาและหน่วยกิต โดยไม่มีการประเมินผลเป็นระดับขั้น

(๔) การให้สัญลักษณ์ I ในรายวิชาใด ให้กระทำได้ในกรณีต่อไปนี้

(ก) นิสิตมีเวลาเรียนครบตามเกณฑ์ใน ข้อ ๓๙ แต่ไม่ได้สอบเพราะป่วย หรือเหตุสุดวิสัย และได้รับอนุมัติจากคณบดีที่รายวิชาสังกัด

(ข) อาจารย์ผู้สอน ประธานหลักสูตร และคณบดีที่รายวิชาสังกัดเห็นสมควรให้รอผลการศึกษา เพราะนิสิตยังปฏิบัติงานซึ่งเป็นส่วนประกอบของการศึกษารายวิชานั้นยังไม่สมบูรณ์

(ค) นิสิตที่ได้รับสัญลักษณ์ I จะต้องได้รับการประเมินผลเพื่อแก้สัญลักษณ์ I ให้เสร็จสิ้นภายใน ๑ เดือนของภาคการศึกษาถัดไป ซึ่งการเปลี่ยนสัญลักษณ์ I เป็นค่าระดับขั้นอื่น ให้อยู่ในการกำกับดูแลของอาจารย์ผู้สอนรายวิชา หากการแก้สัญลักษณ์ I ไม่เสร็จสิ้นใน ๑ เดือนของภาคการศึกษาถัดไป ให้อยู่ในดุลยพินิจของคณะกรรมการประจำคณะที่รายวิชาสังกัดให้เสร็จสิ้นภายใน ๑ ภาคการศึกษา หากดำเนินการไม่เสร็จสิ้น กองทะเบียนและประมวลผลการศึกษาจะเปลี่ยนสัญลักษณ์ I เป็นระดับขั้น F ทันที ยกเว้นการได้สัญลักษณ์ I ของงานนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ หรือดุษฎีนิพนธ์

(๕) การให้สัญลักษณ์ W ในรายวิชาใดให้กระทำได้ในกรณีต่อไปนี้

(ก) นิสิตได้รับอนุมัติให้งดเรียนรายวิชา

(ข) นิสิตได้รับอนุญาตให้ลาพักการเรียน

(ค) นิสิตถูกสั่งพักการเรียนในภาคการศึกษานั้น

(ง) นิสิตได้รับอนุมัติจากคณบดีที่รายวิชาสังกัด ให้เปลี่ยนจากสัญลักษณ์ I ที่นิสิตได้รับตาม (๔) และครบกำหนดเวลาของการเปลี่ยนสัญลักษณ์แล้ว แต่การป่วยหรือเหตุสุดวิสัยยังไม่สิ้นสุด

(๖) ระบบการให้คะแนนสอบงานนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ หรือดุษฎีนิพนธ์ ให้แสดงด้วยสัญลักษณ์ต่าง ๆ ดังนี้

สัญลักษณ์	ความหมาย
S	ผ่านตามเกณฑ์ (Satisfactory)
I	การประเมินผลยังไม่สมบูรณ์ (Incomplete)
U	ไม่ผ่านตามเกณฑ์ (Unsatisfactory)

(ก) คณะกรรมการสอบงานนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ หรือดุษฎีนิพนธ์เป็นผู้พิจารณาให้คะแนนสอบปากเปล่างานนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ หรือดุษฎีนิพนธ์

(ข) การติดตาม กำกับความก้าวหน้าของงานนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ หรือดุษฎีนิพนธ์ให้เป็นไปตามประกาศบัณฑิตวิทยาลัย

ข้อ ๔๒ การนับคะแนนหน่วยกิตและการคำนวณค่าระดับขั้นเฉลี่ย

(๑) การนับคะแนนหน่วยกิตเพื่อใช้ในการคำนวณค่าระดับขั้นเฉลี่ยในภาคการศึกษานั้น ให้นับจากรายวิชาที่มีระบบการให้คะแนนแบบมีค่าระดับขั้น D ขึ้นไป โดยไม่นำผลการศึกษาที่ได้สัญลักษณ์เป็น S, I, U, W, Au, CE, CP, CR, CS, CT, CX, T และ T* มาคำนวณหาค่าระดับขั้นเฉลี่ยด้วย

(๒) ค่าระดับขั้นเฉลี่ยเฉพาะภาคการศึกษา ให้คำนวณจากผลการเรียนของรายวิชาที่กำหนดในหลักสูตรในภาคการศึกษานั้น โดยนำผลรวมของผลคูณของจำนวนหน่วยกิตกับค่าระดับขั้นของแต่ละรายวิชาเป็นตัวตั้ง หารด้วยจำนวนหน่วยกิตรวมของภาคการศึกษานั้น ทั้งนี้ ค่าระดับขั้นเฉลี่ยคิดทศนิยมสองตำแหน่ง หากทศนิยมตำแหน่งที่สามมีค่าตั้งแต่ ๕ ขึ้นไป ให้ปัดเศษขึ้นในตำแหน่งที่สอง

(๓) ค่าระดับขั้นเฉลี่ยสะสม ให้คำนวณจากผลการเรียนของนิสิตของรายวิชาที่กำหนดในหลักสูตร ตั้งแต่เริ่มเข้าเรียนจนถึงภาคการศึกษาสุดท้าย โดยนำผลรวมของผลคูณของจำนวนหน่วยกิตกับค่าระดับขั้นของแต่ละรายวิชาที่เป็นตัวตั้ง หารด้วยจำนวนหน่วยกิตรวมทั้งหมด ทั้งนี้ ค่าระดับขั้นเฉลี่ยคิดทศนิยมสองตำแหน่ง หากทศนิยมตำแหน่งที่สามมีค่าตั้งแต่ ๕ ขึ้นไป ให้ปัดเศษขึ้นในตำแหน่งที่สอง

(๔) ในภาคการศึกษาใดที่นิสิตได้สัญลักษณ์ I ให้คำนวณค่าเฉลี่ยเฉพาะภาคการศึกษานั้น โดยนับเฉพาะวิชาที่ไม่ได้สัญลักษณ์ I เท่านั้น

(๕) การนับจำนวนหน่วยกิตสะสมรายวิชาของนิสิตเพื่อให้ได้ครบตามหลักสูตร ให้นับเฉพาะหน่วยกิตของรายวิชาที่สอบได้ลำดับขั้น C ขึ้นไปเท่านั้น และในกรณีที่มีผลการเรียนของรายวิชาเดียวกันมากกว่า ๑ ครั้ง ให้ใช้ผลการเรียนสูงสุดเพียงครั้งเดียวมาคำนวณค่าระดับขั้นเฉลี่ยสะสม

(๖) ในกรณีที่ลงทะเบียนวิชาเรียนรายวิชาใดที่ระบุไว้ว่าเป็นรายวิชาที่เทียบเท่าหรือแทนกัน ให้นับหน่วยกิตของรายวิชาใดรายวิชาหนึ่งเท่านั้นเป็นหน่วยกิตสะสม และให้ใช้ผลการเรียนของรายวิชาใดรายวิชาหนึ่งที่สูงกว่าเท่านั้นมาคำนวณค่าระดับขั้นเฉลี่ยสะสม

ข้อ ๔๓ การเรียนซ้ำหรือการเรียนแทน

รายวิชาบังคับในหลักสูตรที่นิสิตสอบได้ระดับขั้น D+ หรือ D หรือ F นิสิตต้องลงทะเบียนเรียนซ้ำ

กรณีอื่นใดที่ไม่สามารถปฏิบัติตามข้อนี้ได้ นิสิตสามารถลงทะเบียนเรียนรายวิชาอื่นที่กำหนดในหลักสูตรได้ โดยผ่านความเห็นชอบจากประธานหลักสูตร และคณบดีที่หลักสูตรสังกัด

ข้อ ๔๔ การลงทะเบียนข้ามประเภทนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ให้เป็นไปตามประกาศของบัณฑิตวิทยาลัย

ข้อ ๔๕ นิสิตอาจขอนำผลการเรียนที่ได้จากการศึกษารายวิชาหรือกลุ่มวิชาตามหลักสูตรระดับปริญญาของมหาวิทยาลัยหรือสถาบันอุดมศึกษาอื่นมาเทียบโอนกับรายวิชาหรือกลุ่มวิชาตามหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัยที่ประสงค์ ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่บัณฑิตวิทยาลัยประกาศกำหนด

นิสิตอาจขอนำผลการเรียนหรือผลลัพธ์การเรียนรู้ที่เกิดจากการเรียนรู้ตลอดชีวิตหรือการศึกษาตลอดชีวิตที่สะสมในคลังหน่วยกิตของมหาวิทยาลัย หรือระบบคลังหน่วยกิตของสถาบันอุดมศึกษาอื่นมาเทียบโอนกับรายวิชาหรือกลุ่มวิชาตามหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัยที่ประสงค์ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่บัณฑิตวิทยาลัยประกาศกำหนด

นิสิตอาจขอนำสมรรถนะหรือประสบการณ์ที่เกิดจากการเรียนรู้ตลอดชีวิตหรือจากการพัฒนาตนเองที่สะสมในคลังหน่วยกิตของมหาวิทยาลัย หรือระบบคลังหน่วยกิตของสถาบันอุดมศึกษาอื่นมาเทียบโอนกับรายวิชาหรือกลุ่มวิชาตามหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัยที่ประสงค์ ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่บัณฑิตวิทยาลัยประกาศกำหนด

ข้อ ๔๖ การย้ายคณะ หรือการขอเปลี่ยนสาขาวิชาต่างคณะ ให้เป็นไปตามประกาศของบัณฑิตวิทยาลัย

ข้อ ๔๗ การเปลี่ยนประเภทนิสิต ให้เป็นไปตามประกาศของบัณฑิตวิทยาลัย

ข้อ ๔๘ การบันทึกผลการเรียนในใบแสดงผลการศึกษา (Transcript) จากการลงทะเบียนเรียนและการประเมินผลในหมวดนี้ให้เป็นไปตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

หมวด ๖
อาจารย์ระดับบัณฑิตศึกษา

ข้อ ๔๙ อาจารย์ระดับบัณฑิตศึกษาประกอบด้วย อาจารย์ประจำ และอาจารย์พิเศษ

(๑) อาจารย์ประจำ ต้องมีคุณวุฒิขั้นต่ำ มีประสบการณ์ ผลงานทางวิชาการ และมีเงื่อนไขอื่นตามข้อกำหนดของแต่ละระดับการศึกษาซึ่งเป็นไปตามประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา และประกาศของบัณฑิตวิทยาลัย แล้วแต่กรณี โดยให้ครอบคลุมถึง

(ก) บุคคลที่ดำรงตำแหน่งอาจารย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รองศาสตราจารย์ ศาสตราจารย์ ทั้งที่มีสถานะในมหาวิทยาลัยประเภทข้าราชการพลเรือนในสถาบันอุดมศึกษา หรือประเภทพนักงานมหาวิทยาลัย หรือพนักงานตามภารกิจประเภทวิชาการ

(ข) บุคคลผู้ดำรงตำแหน่งข้าราชการพลเรือนในสถาบันอุดมศึกษา ประเภทสนับสนุนวิชาการพนักงานมหาวิทยาลัย ประเภทสนับสนุนวิชาการ กลุ่มวิชาชีพเฉพาะหรือกลุ่มเชี่ยวชาญเฉพาะ และพนักงานตามภารกิจ ประเภทสนับสนุนวิชาการของมหาวิทยาลัย หรือตำแหน่งอื่นตามที่มหาวิทยาลัยประกาศกำหนดเพิ่มเติมโดยคำแนะนำของสภาวิชาการ ทั้งนี้ ให้สภาวิชาการสามารถออกประกาศกำหนดชื่อตำแหน่งที่สามารถปฏิบัติหน้าที่อาจารย์ประจำระดับบัณฑิตศึกษาได้

(ค) บุคคลในองค์กรภายนอกที่มีข้อตกลงความร่วมมืออย่างเป็นทางการระหว่างองค์กรภายนอกกับมหาวิทยาลัยในการพัฒนาและบริหารหลักสูตร

สำหรับอาจารย์ประจำที่มหาวิทยาลัยรับเข้าใหม่ตั้งแต่ข้อบังคับนี้เริ่มใช้บังคับ ต้องมีคะแนนทดสอบความสามารถภาษาอังกฤษได้ตามเกณฑ์ที่สภาวิชาการกำหนด

(๒) อาจารย์พิเศษ ได้แก่ ผู้สอนในระดับบัณฑิตศึกษาในรายวิชาตามหลักสูตร หรือผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก ซึ่งมิใช่อาจารย์ประจำตาม (๑) (ก) (ข) และ (ค) และมีคุณวุฒิ ประสบการณ์ รวมทั้งผลงานทางวิชาการตามที่กำหนดในเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาที่บังคับใช้อยู่ ทั้งนี้ การกำหนดให้บุคคลใดเป็นอาจารย์พิเศษของรายวิชาในหลักสูตรใด ให้คณบดีเสนอขอความเห็นชอบจากคณะกรรมการประจำบัณฑิตวิทยาลัย และให้อธิการบดีเป็นผู้แต่งตั้ง

ในกรณีที่อาจารย์พิเศษไม่มีคุณวุฒิ และข้อกำหนดอื่นตามที่กำหนดข้างต้น ต้องเป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้และประสบการณ์เป็นที่ยอมรับซึ่งตรงหรือสัมพันธ์กับรายวิชาที่สอน โดยให้คณบดีเสนอขอความเห็นชอบจากคณะกรรมการประจำบัณฑิตวิทยาลัย สภาวิชาการ และให้อธิการบดีเป็นผู้แต่งตั้ง กรณีที่มีเหตุผลความจำเป็นที่ต้องแต่งตั้งอาจารย์พิเศษสำหรับรายวิชาใดทั้งรายวิชา ให้ประธานหลักสูตรเสนอขออนุมัติจากคณบดี ทั้งนี้ กรณีเช่นว่านั้น ต้องมีอาจารย์ประจำร่วมรับผิดชอบกระบวนการเรียนการสอนและพัฒนานิสิตตลอดระยะเวลาของการจัดการเรียนการสอนรายวิชานั้น ๆ ด้วย โดยให้คณบดีเสนอขอความเห็นชอบจากคณะกรรมการประจำบัณฑิตวิทยาลัย สภาวิชาการ และให้อธิการบดีเป็นผู้แต่งตั้ง

ข้อ ๕๐ การปฏิบัติหน้าที่ของอาจารย์ระดับบัณฑิตศึกษา มีดังนี้

(๑) อาจารย์ประจำหลักสูตร ได้แก่ อาจารย์ประจำที่มีคุณวุฒิตรงหรือสัมพันธ์กับสาขาวิชาของหลักสูตรที่สภามหาวิทยาลัยเห็นชอบหรืออนุมัติ มีหน้าที่สอนและค้นคว้าวิจัยในสาขาวิชาดังกล่าว ทั้งนี้ สามารถเป็นอาจารย์ประจำหลักสูตรหลายหลักสูตรได้ในเวลาเดียวกัน

(๒) อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ได้แก่ อาจารย์ประจำหลักสูตรที่มีภาระหน้าที่ในการบริหารและพัฒนาหลักสูตรและการเรียนการสอน ตั้งแต่การวางแผน การควบคุมคุณภาพ การติดตามประเมินผล และการพัฒนาหลักสูตร อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรต้องอยู่ประจำหลักสูตรนั้นตลอดระยะเวลาที่จัดการศึกษา โดยจะเป็นอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรเกินกว่า ๑ หลักสูตรในเวลาเดียวกันไม่ได้ ยกเว้นหลักสูตรพหุวิทยาการหรือสหวิทยาการ ให้เป็นอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรได้อีกหนึ่งหลักสูตร ในกรณีนี้ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรสามารถซ้ำได้ไม่เกิน ๒ คน สำหรับหลักสูตรระดับปริญญาโทและระดับปริญญาเอกในสาขาวิชาเดียวกัน สามารถใช้อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรชุดเดียวกันได้

ทั้งนี้ อาจารย์ ๑ คน จะเป็นอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรได้ไม่เกิน ๒ หลักสูตร

(๓) อาจารย์ผู้สอน ได้แก่ อาจารย์ประจำหรืออาจารย์พิเศษที่ได้รับมอบหมาย หรือแต่งตั้งให้ทำหน้าที่สอนในรายวิชาหรือบางหัวข้อในแต่ละรายวิชา ทั้งนี้ ต้องมีคุณสมบัติเป็นไปตามที่เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรกำหนด

(๔) อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ และดุษฎีนิพนธ์ประกอบด้วย อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

(ก) อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ได้แก่ อาจารย์ประจำหลักสูตรที่คณะเสนอชื่อให้บัณฑิตวิทยาลัยแต่งตั้ง เพื่อให้รับผิดชอบกระบวนการเรียนรู้เพื่อทำงานนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ หรือดุษฎีนิพนธ์ของนิสิตเฉพาะราย เช่น การพิจารณาหัวข้อ เค้าโครง การให้คำแนะนำ และควบคุมดูแล รวมทั้งการประเมินความก้าวหน้าและการเตรียมสอบงานนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ หรือดุษฎีนิพนธ์ของนิสิต

(ข) อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ได้แก่ อาจารย์ประจำหลักสูตร หรืออาจารย์ประจำ หรือนักวิจัยประจำ หรือผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกที่คณะเสนอชื่อให้บัณฑิตวิทยาลัยแต่งตั้ง เพื่อทำหน้าที่ร่วมกับอาจารย์ที่ปรึกษาหลักในการพิจารณาเค้าโครง รวมทั้งช่วยเหลือให้คำแนะนำและควบคุมดูแลการทำงานนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ หรือดุษฎีนิพนธ์ของนิสิต

กรณีผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกที่มีคุณสมบัติครบถ้วนตามประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา ให้คณบดีบัณฑิตวิทยาลัยเป็นผู้แต่งตั้ง

กรณีผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกไม่มีคุณวุฒิและผลงานทางวิชาการตามเกณฑ์ที่กำหนดในกรณีนี้ ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกจะต้องเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์สูงเป็นที่ยอมรับ ซึ่งตรงหรือสัมพันธ์กับหัวข้องานนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ หรือดุษฎีนิพนธ์ของนิสิต โดยผ่านความเห็นชอบจากสภาวิชาการ

(๕) อาจารย์ผู้สอบงานนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ และดุษฎีนิพนธ์ ได้แก่ อาจารย์ประจำหลักสูตร อาจารย์ประจำหรือนักวิจัยประจำ และผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกมหาวิทยาลัย

คุณสมบัติอาจารย์ประจำ อาจารย์ประจำหลักสูตร อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ผู้สอน อาจารย์พิเศษ นักวิจัยประจำ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม อาจารย์ผู้สอบงานนิพนธ์ วิทยานิพนธ์และดุษฎีนิพนธ์ และผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกให้เป็นไปตามประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา และประกาศของบัณฑิตวิทยาลัย

กรณีผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกที่มีคุณสมบัติครบถ้วนตามประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา ให้คณบดีบัณฑิตวิทยาลัยเป็นผู้แต่งตั้ง

กรณีผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกไม่มีคุณวุฒิและผลงานทางวิชาการตามเกณฑ์ที่กำหนดในกรณีนี้ ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกจะต้องเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์สูงเป็นที่ยอมรับ ซึ่งตรงหรือสัมพันธ์กับหัวข้องานนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ หรือดุษฎีนิพนธ์ของนิสิต โดยผ่านความเห็นชอบจากสภาวิชาการ

การแต่งตั้งบุคคลที่มีคุณสมบัติครบถ้วนตามข้อ ๔๙ ให้เป็นอาจารย์ประจำเพื่อปฏิบัติหน้าที่ตามข้อ ๕๐ ในหลักสูตรใด ในฐานะ อาจารย์ประจำหลักสูตร อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม อาจารย์ผู้สอบงานนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ และดุษฎีนิพนธ์ ให้คณบดีบัณฑิตวิทยาลัยเป็นผู้แต่งตั้ง ในกรณีที่แต่งตั้งบุคคลซึ่งสังกัดส่วนงานที่มิใช่ส่วนงานผู้รับผิดชอบหลักสูตรหรือร่วมรับผิดชอบหลักสูตร ต้องได้รับความเห็นชอบจากคณบดีที่บุคคลผู้นั้นสังกัดด้วย เว้นแต่อาจารย์ผู้สอนให้คณบดีเป็นผู้แต่งตั้ง

อาจารย์ใหม่ที่มีคุณวุฒิระดับปริญญาเอกแม้ยังไม่มีผลงานทางวิชาการหลังสำเร็จการศึกษาอนุโลมให้เป็นอาจารย์ผู้สอนในระดับบัณฑิตศึกษาได้ ทั้งนี้ หากจะทำหน้าที่เป็นอาจารย์ประจำหลักสูตร อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์/วิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ และอาจารย์ผู้สอบงานนิพนธ์/วิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ ต้องมีผลงานทางวิชาการภายหลังสำเร็จการศึกษาอย่างน้อย ๑ เรื่อง ภายใน ๒ ปี หรือ ๒ เรื่อง ภายใน ๔ ปี หรือ ๓ เรื่องภายใน ๕ ปี

หมวด ๗
การสอนและการสอบ

ข้อ ๕๑ การจัดการเรียนการสอน การกำหนดตารางสอนและอาจารย์ผู้สอนรายวิชาต่าง ๆ ในหลักสูตรให้เป็นไปตามที่คณะประกาศกำหนด ในกรณีที่มีความจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงตารางสอน สถานที่สอน และอาจารย์ผู้สอน ต้องแจ้งให้ผู้เรียนทราบล่วงหน้าตามสมควร และคณะต้องออกประกาศเปลี่ยนแปลงให้สอดคล้องกันด้วย

ข้อ ๕๒ อาจารย์ผู้สอนต้องปรากฏชื่อในตารางสอน กรณีการให้ผู้อื่นที่ไม่ปรากฏชื่อในตารางสอนทำการสอนแทนจะกระทำมิได้ เว้นแต่มีเหตุผลอันสมควร และได้รับอนุญาตจากคณบดี

ข้อ ๕๓ การทำงานนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ หรือดุษฎีนิพนธ์ให้เป็นไปตามประกาศของบัณฑิตวิทยาลัย

ข้อ ๕๔ ภาระงานอาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์ วิทยานิพนธ์และดุษฎีนิพนธ์ ให้เป็นไปตามประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา

ข้อ ๕๕ การสอบรายวิชา

(๑) การสอบรายวิชา คณะต้องกำหนดไว้ในตารางสอน กรณีที่ไม่สามารถกำหนดได้หรือจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลง ต้องประกาศให้นิสิตทราบล่วงหน้าตามสมควร

(๒) กำหนดการสอบระหว่างภาคการศึกษาให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย กรณีที่รายวิชาใดที่ต้องวัดผลโดยการสอบ แต่ไม่สามารถจัดการสอบตามประกาศดังกล่าวได้ ให้ผู้รับผิดชอบขออนุมัติจากคณบดีหรือผู้ที่คณบดีมอบหมาย

(๓) กำหนดการสอบประจำภาคการศึกษาให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๕๖ การสอบประมวลความรู้ (Comprehensive Examination)

(๑) การสอบประมวลความรู้ เป็นการสอบสำหรับหลักสูตรปริญญาโท แผน ๒ อาจเป็นการสอบข้อเขียนและ/หรือสอบปากเปล่าในสาขาวิชาเอกและสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง เพื่อวัดความสามารถในการบูรณาการความรู้ที่ได้ศึกษาไปแล้วของนิสิต การสอบประมวลความรู้ให้กระทำโดยคณะกรรมการสอบประมวลความรู้ที่คณะเสนอชื่อให้บัณฑิตวิทยาลัยแต่งตั้ง

(๒) หลักเกณฑ์การสอบประมวลความรู้ ให้เป็นไปตามประกาศของบัณฑิตวิทยาลัย

ข้อ ๕๗ การสอบวัดคุณสมบัติ (Qualifying Examination)

(๑) การสอบวัดคุณสมบัติสำหรับหลักสูตรปริญญาเอก เป็นการสอบวัดความรู้รวบยอด ทักษะเชิงวิเคราะห์ และศักยภาพของนิสิตในการทำงานวิจัยโดยอิสระ เพื่อแสดงถึงศักยภาพและความพร้อมของนิสิตที่จะทำวิจัยและเขียนดุษฎีนิพนธ์ต่อไป

(๒) หลักเกณฑ์การสอบวัดคุณสมบัติ ให้เป็นไปตามประกาศของบัณฑิตวิทยาลัย

ข้อ ๕๘ การสอบเค้าโครงงานนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ หรือดุษฎีนิพนธ์ ให้เป็นไปตามประกาศของบัณฑิตวิทยาลัย

ข้อ ๕๙ การเสนอขอพิจารณาจริยธรรมการวิจัย ให้เป็นไปตามประกาศของบัณฑิตวิทยาลัย

ข้อ ๖๐ การสอบปากเปล่างานนิพนธ์ วิทยานิพนธ์หรือดุษฎีนิพนธ์ ให้เป็นไปตามประกาศของบัณฑิตวิทยาลัย

ข้อ ๖๑ ในกรณีที่นิสิตสอบเค้าโครง และ/หรือสอบปากเปล่างานนิพนธ์ วิทยานิพนธ์หรือดุษฎีนิพนธ์ไม่ผ่าน นิสิตมีสิทธิอุทธรณ์ผลการสอบต่อบัณฑิตวิทยาลัย ทั้งนี้ หลักเกณฑ์และวิธีการพิจารณาอุทธรณ์ให้เป็นไปตามที่บัณฑิตวิทยาลัยกำหนด

ข้อ ๖๒ ในกรณีที่นิสิตสอบปากเปล่าดุษฎีนิพนธ์ไม่ผ่าน นิสิตอาจได้รับการพิจารณาให้เปลี่ยนระดับการศึกษาเป็นนิสิตปริญญาโทในสาขาวิชาเดียวกัน โดยคณะกรรมการสอบปากเปล่าดุษฎีนิพนธ์พิจารณาในเบื้องต้น นิสิตต้องยื่นคำร้องขอเปลี่ยนระดับการศึกษาผ่านประธานหลักสูตร หัวหน้าภาควิชา/ประธานสาขาวิชา และคณะ/วิทยาลัยเพื่อเสนอต่อคณะกรรมการประจำบัณฑิตวิทยาลัยพิจารณาอนุมัติ

ข้อ ๖๓ ลิขสิทธิ์ของงานนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ หรือดุษฎีนิพนธ์เป็นของมหาวิทยาลัย นิสิตและอาจารย์ที่ปรึกษาสามารถนำงานนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ หรือดุษฎีนิพนธ์ หรือส่วนหนึ่งของงานดังกล่าวไปเผยแพร่เพื่อประโยชน์ทางวิชาการ

การเผยแพร่และการใช้ประโยชน์จากงานนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ หรือดุษฎีนิพนธ์ หรือส่วนหนึ่งของงานดังกล่าว รวมถึงผลงานอื่นอันเนื่องจากงานนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ หรือดุษฎีนิพนธ์ หรือส่วนหนึ่งของงานดังกล่าวในลักษณะเพื่อการค้าหรือเพื่อการอื่น ต้องได้รับอนุญาตจากอธิการบดี

ข้อ ๖๔ ในกรณีที่พบว่ามีการคัดลอกหรือมีการซ้ำซ้อนกับงานของผู้อื่น หรือมีการจ้างทำงานนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ หรือดุษฎีนิพนธ์ หรือกระทำการฝ่าฝืนจริยธรรมการวิจัยตามเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนด ให้มหาวิทยาลัยพิจารณาถอดถอนงานนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ หรือดุษฎีนิพนธ์ชิ้นนั้นได้ ทั้งนี้ ให้บัณฑิตวิทยาลัยกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการในการพิจารณาการถอดถอนงานนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ หรือดุษฎีนิพนธ์

ข้อ ๖๕ ขั้นตอนและวิธีการในการเสนอผลการศึกษา การรับรองผลการศึกษา การอนุมัติผลการศึกษา และการบันทึกผลการศึกษา ให้เป็นไปตามที่มหาวิทยาลัยประกาศกำหนด

ข้อ ๖๖ ให้มหาวิทยาลัยจัดให้มีระบบทะเบียนเพื่อการบันทึกข้อมูลของนิสิตที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาตามข้อบังคับนี้ โดยต้องเป็นระบบที่มีประสิทธิภาพ เชื่อถือได้ ทันสมัย มีความปลอดภัย และกำหนดวิธีการในการกำกับดูแลที่ดี

หมวด ๘

การสำเร็จการศึกษาและการอนุมัติปริญญา

ข้อ ๖๗ ผู้สำเร็จการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาตามข้อบังคับนี้ ต้องมีผลลัพธ์การเรียนรู้ตามที่กำหนดในหลักสูตร มีคุณสมบัติตามข้อบังคับนี้ และต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขครบถ้วน ดังนี้

(๑) มีความประพฤติดี สมศักดิ์ศรีแห่งปริญญา หรือประกาศนียบัตรบัณฑิต ประกาศนียบัตรบัณฑิตชั้นสูง

(๒) ไม่เคยได้รับโทษทางจริยธรรมหรือโทษจากการฝ่าฝืนจริยธรรมการวิจัยที่ห้ามไม่ให้สำเร็จการศึกษาตามข้อบังคับของมหาวิทยาลัย

(๓) ต้องไม่ถูกเพิกถอนงานนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ หรือดุษฎีนิพนธ์

(๔) ไม่มีหนี้สินกับมหาวิทยาลัย

(๕) เหตุอื่นตามข้อบังคับนี้

ข้อ ๖๘ บัณฑิตวิทยาลัยจะเสนอขออนุมัติประกาศนียบัตรบัณฑิต ประกาศนียบัตรบัณฑิตชั้นสูง ปริญญามหาบัณฑิต หรือปริญญาดุษฎีบัณฑิตให้แก่นิสิตที่ปฏิบัติครบตามเงื่อนไขต่อไปนี้

(๑) ประกาศนียบัตรบัณฑิตหรือประกาศนียบัตรบัณฑิตชั้นสูง

เมื่อนิสิตคาดว่าจะสำเร็จการศึกษาให้ยื่นแบบคำร้องการขอสำเร็จการศึกษาในระบบของกองทะเบียนและประมวลผลการศึกษา และยื่นเอกสารหลักฐานตามหลักเกณฑ์การสำเร็จการศึกษา โดยมีเกณฑ์การสำเร็จการศึกษา ดังนี้

(ก) มีระยะเวลาศึกษาตลอดหลักสูตรไม่เกินระยะเวลาที่กำหนดในข้อ ๑๑

(ข) ศึกษารายวิชาต่าง ๆ ครบถ้วนตามโครงสร้างของหลักสูตรและได้รับสัญลักษณ์แสดงผลการศึกษาตามเกณฑ์ที่กำหนด

(ค) ได้ค่าระดับขั้นเฉลี่ยสะสม ตามหลักสูตรไม่ต่ำกว่า ๓.๐๐ จากระบบ ๔.๐๐ หรือเทียบเท่า

(ง) เงื่อนไขอื่นตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตรหรือเงื่อนไขอื่นโดยความเห็นชอบของบัณฑิตวิทยาลัย

ให้ถือว่าวันสุดท้ายของภาคการศึกษาตามปฏิทินการศึกษาของมหาวิทยาลัยเป็นวันสำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรบัณฑิตหรือประกาศนียบัตรบัณฑิตชั้นสูง

(๒) ปริญญามหาบัณฑิต

เมื่อนิสิตคาดว่าจะสำเร็จการศึกษาให้ยื่นแบบคำร้องการขอสำเร็จการศึกษาในระบบของกองทะเบียนและประมวลผลการศึกษา และยื่นเอกสารหลักฐานตามหลักเกณฑ์การสำเร็จการศึกษาโดยมีเกณฑ์การสำเร็จการศึกษา ดังนี้

(ก) ปริญญาโท แผน ๑

๑) มีระยะเวลาศึกษาตลอดหลักสูตรเป็นไปตามข้อ ๑๑

๒) ศึกษารายวิชาครบถ้วนตามที่กำหนดในหลักสูตร (ถ้ามี) โดยจะต้องได้รับค่าระดับขั้นเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า ๓.๐๐ จากระบบ ๔.๐๐ หรือเทียบเท่า

๓) เสนอวิทยานิพนธ์ และสอบผ่านการสอบปากเปล่าขั้นสุดท้ายจนบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับบัณฑิตศึกษา

๔) การสอบปากเปล่าซึ่งดำเนินการโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ที่บัณฑิตวิทยาลัยแต่งตั้ง โดยเป็นระบบเปิดให้ผู้สนใจเข้ารับฟังได้

๕) ผลงานวิทยานิพนธ์หรือส่วนหนึ่งของผลงานวิทยานิพนธ์ต้องได้รับการตีพิมพ์หรืออย่างน้อยได้รับการเผยแพร่ในรูปแบบบทความหรือนวัตกรรมหรือสิ่งประดิษฐ์ หรือผลงานทางวิชาการอื่นซึ่งสามารถสืบค้นได้ตามที่สภาวิชาการกำหนด

๖) ส่งเล่มวิทยานิพนธ์ฉบับสมบูรณ์ที่แก้ไขเรียบร้อยแล้วโดยพิมพ์จากระบบ i-Thesis

๗) เงื่อนไขอื่นตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตร หรือเงื่อนไขอื่นโดยความเห็นชอบของบัณฑิตวิทยาลัย

(ข) ปริญญาโท แผน ๒

๑) มีระยะเวลาศึกษาตลอดหลักสูตรเป็นไปตามข้อ ๑๑

๒) ศึกษารายวิชาครบถ้วนตามที่กำหนดในหลักสูตร โดยจะต้องได้รับค่าระดับขั้นเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า ๓.๐๐ จากระบบ ๔.๐๐ หรือเทียบเท่า

๓) สอบผ่านประมวลความรู้ด้วยข้อเขียน และ/หรือปากเปล่าในสาขาวิชานั้น

๔) เสนองานนิพนธ์ และสอบผ่านการสอบปากเปล่าขั้นสุดท้ายจนบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับบัณฑิตศึกษา

๕) การสอบปากเปล่าซึ่งดำเนินการโดยคณะกรรมการสอบงานนิพนธ์ที่บัณฑิตวิทยาลัยแต่งตั้ง โดยเป็นระบบเปิดให้ผู้สนใจเข้ารับฟังได้

๖) ส่งเล่มงานนิพนธ์ฉบับสมบูรณ์ที่แก้ไขเรียบร้อยแล้วโดยพิมพ์จากระบบ i-Thesis

๗) ผลงานนิพนธ์ต้องได้รับการเผยแพร่ตามประกาศของบัณฑิตวิทยาลัย

๘) เงื่อนไขอื่นตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตร หรือเงื่อนไขอื่นโดยความเห็นชอบของบัณฑิตวิทยาลัย

(๓) ปริญญาดุษฎีบัณฑิต

เมื่อนิสิตคาดว่าจะสำเร็จการศึกษาให้ยื่นแบบคำร้องการขอสำเร็จการศึกษาในระบบของกองทะเบียนและประมวลผลการศึกษา และยื่นเอกสารหลักฐานตามหลักเกณฑ์การสำเร็จการศึกษา โดยมีเกณฑ์การสำเร็จการศึกษา ดังนี้

(ก) ปริญญาเอก แผน ๑

๑) มีระยะเวลาศึกษาตลอดหลักสูตรเป็นไปตามข้อ ๑๑

๒) สอบผ่านการสอบวัดคุณสมบัติ เพื่อเป็นผู้มีสิทธิ์ขอทำดุษฎีนิพนธ์

๓) เสนอดุษฎีนิพนธ์ และสอบผ่านการสอบปากเปล่าขั้นสุดท้ายจนบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับบัณฑิตศึกษา

๔) การสอบปากเปล่าซึ่งดำเนินการโดยคณะกรรมการสอบดุษฎีนิพนธ์ที่บัณฑิตวิทยาลัยแต่งตั้ง โดยเป็นระบบเปิดให้ผู้สนใจเข้ารับฟังได้

๕) ผลงานดุษฎีนิพนธ์หรือส่วนหนึ่งของผลงานดุษฎีนิพนธ์ต้องได้รับการตีพิมพ์หรืออย่างน้อยได้รับการยอมรับให้ตีพิมพ์ในวารสารระดับนานาชาติที่มีคุณภาพตามประกาศที่คณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษากำหนดอย่างน้อย ๒ เรื่อง หรือผลงานดุษฎีนิพนธ์หรือส่วนหนึ่งของผลงานดุษฎีนิพนธ์ต้องได้รับการตีพิมพ์หรืออย่างน้อยได้รับการยอมรับให้ตีพิมพ์ในวารสารระดับนานาชาติที่มีคุณภาพตามประกาศที่คณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษากำหนดอย่างน้อย ๑ เรื่อง และเป็นผลงานนวัตกรรม หรือผลงานสร้างสรรค์ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ เชิงสังคม และเศรษฐกิจ อย่างน้อย ๑ เรื่อง หรือได้รับสิทธิบัตรอย่างน้อย ๑ สิทธิบัตร

กรณีผลงานนวัตกรรม หรือผลงานสร้างสรรค์ ดุษฎีนิพนธ์ต้องได้รับการประเมินจากคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกในสาขาเดียวกันหรือเกี่ยวข้อง อย่างน้อย ๓ คนที่เป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์สูงเป็นที่ยอมรับ โดยได้รับความเห็นชอบจากสภามหาวิทยาลัย

สำหรับนิสิตระดับปริญญาเอก กลุ่มสาขาวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์อาจเผยแพร่ในวารสารระดับชาติที่มีคุณภาพตามที่คณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษากำหนด

๖) ส่งเล่มดุษฎีนิพนธ์ฉบับสมบูรณ์ที่แก้ไขเรียบร้อยแล้วโดยพิมพ์จากระบบ i-Thesis

๗) เงื่อนไขอื่นตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตร หรือเงื่อนไขอื่นโดยความเห็นชอบของบัณฑิตวิทยาลัย

(ข) ปริญญาเอก แผน ๒

๑) มีระยะเวลาศึกษาตลอดหลักสูตรเป็นไปตามข้อ ๑๑

๒) ศึกษารายวิชาครบถ้วนตามที่กำหนดในหลักสูตร (ถ้ามี) โดยจะต้องได้รับค่าระดับขั้นเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า ๓.๐๐ จากระบบ ๔.๐๐ หรือเทียบเท่า

๓) สอบผ่านการสอบวัดคุณสมบัติ เพื่อเป็นผู้มีสิทธิ์ขอทำดุษฎีนิพนธ์

๔) เสนอดุษฎีนิพนธ์ และสอบผ่านการสอบปากเปล่าขั้นสุดท้ายจนบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับบัณฑิตศึกษา

๕) การสอบปากเปล่าซึ่งดำเนินการโดยคณะกรรมการสอบดุษฎีนิพนธ์ที่บัณฑิตวิทยาลัยแต่งตั้ง โดยเป็นระบบเปิดให้ผู้สนใจเข้ารับฟังได้

๖) ผลงานดุษฎีนิพนธ์ หรือส่วนหนึ่งของผลงานดุษฎีนิพนธ์ต้องได้รับการตีพิมพ์หรืออย่างน้อยได้รับการยอมรับให้ตีพิมพ์ในวารสารระดับนานาชาติที่มีคุณภาพตามประกาศที่คณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษากำหนด หรือได้รับสิทธิบัตร หรือเป็นผลงานนวัตกรรม หรือผลงานสร้างสรรค์ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ เชิงสังคม และเศรษฐกิจ

กรณีผลงานนวัตกรรม หรือผลงานสร้างสรรค์ ดุษฎีนิพนธ์ต้องได้รับการประเมินจากคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกในสาขาวิชาเดียวกัน หรือเกี่ยวข้อง อย่างน้อย ๓ คนที่เป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์สูงเป็นที่ยอมรับ โดยได้รับความเห็นชอบจากสภามหาวิทยาลัย

สำหรับนิสิตระดับปริญญาเอก กลุ่มสาขาวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์อาจเผยแพร่ในวารสารระดับชาติที่มีคุณภาพตามที่คณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษากำหนด

๗) ส่งเล่มดุษฎีนิพนธ์ฉบับสมบูรณ์ที่แก้ไขเรียบร้อยแล้วโดยพิมพ์จากระบบ i-Thesis

๘) เงื่อนไขอื่นตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตร หรือเงื่อนไขอื่นโดยความเห็นชอบของบัณฑิตวิทยาลัย

ข้อ ๖๙ นิสิตที่มีคุณสมบัติครบถ้วนและมีความประสงค์จะสำเร็จการศึกษาในภาคการศึกษาใด ต้องยื่นเอกสารหลักฐานการขอสำเร็จการศึกษาภายในระยะเวลาตามประกาศของบัณฑิตวิทยาลัย มิฉะนั้นอาจไม่ได้รับการพิจารณาเสนอชื่อต่อสภามหาวิทยาลัย เพื่ออนุมัติประกาศนียบัตร หรือปริญญาบัตรในภาคการศึกษานั้น

ข้อ ๗๐ การอนุมัติประกาศนียบัตรบัณฑิต ประกาศนียบัตรบัณฑิตชั้นสูง ปริญญามหาบัณฑิต และปริญญาดุษฎีบัณฑิต เมื่อนิสิตมีคุณสมบัติครบถ้วนที่จะสำเร็จการศึกษา ให้นิสิตเสนอหลักฐานการสำเร็จการศึกษาตามหลักเกณฑ์การกำหนดหลักฐานการสำเร็จการศึกษา เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการประจำบัณฑิตวิทยาลัยพิจารณา

บัณฑิตวิทยาลัยเสนอต่อกองทะเบียนและประมวลผลการศึกษา เพื่อเสนอต่อสภาวิชาการพิจารณา

เมื่อสภาวิชาการให้ความเห็นชอบแล้วจึงเสนอต่อสภามหาวิทยาลัย เพื่ออนุมัติ

กรณีปริญญามหาบัณฑิตและปริญญาดุษฎีบัณฑิต ให้ถือว่าวันที่บัณฑิตวิทยาลัยได้รับเล่มงานนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ หรือดุษฎีนิพนธ์ฉบับสมบูรณ์ และหลักฐานการสำเร็จการศึกษาครบถ้วน เป็นวันสำเร็จการศึกษา

ทั้งนี้ หลักเกณฑ์การกำหนดหลักฐานการสำเร็จการศึกษาให้เป็นไปตามที่บัณฑิตวิทยาลัยประกาศกำหนด

ข้อ ๗๑ สภามหาวิทยาลัยอาจเปลี่ยนแปลงหรือเพิกถอนการให้ปริญญามหาบัณฑิต ปริญญาดุษฎีบัณฑิต ประกาศนียบัตรบัณฑิต หรือประกาศนียบัตรบัณฑิตชั้นสูง ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในประกาศมหาวิทยาลัยซึ่งได้รับความเห็นชอบจากสภามหาวิทยาลัย

ข้อ ๗๒ ให้ผู้สำเร็จการศึกษามีสิทธิได้รับหนังสือรับรองการสำเร็จการศึกษา ใบแสดงผลการศึกษา (Transcript) และประกาศนียบัตร หรือปริญญาบัตรตามแบบและวิธีการที่มหาวิทยาลัยกำหนด

ข้อ ๗๓ การออกปริญญาบัตรและใบแสดงผลการศึกษา ให้ระบุชื่อปริญญา ชื่อสาขาวิชา และชื่อวิชาให้ตรงกับที่ระบุไว้ในเอกสารหลักสูตรฉบับที่คณะกรรรมมาตรฐานการอุดมศึกษารับรอง พร้อมทั้งระบุหัวข้องานนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ และดุษฎีนิพนธ์ที่สอดคล้องกับสาขาวิชา

ข้อ ๗๔ มหาวิทยาลัยอาจจะจัดพิธีเพื่อมอบใบปริญญา หรือใบประกาศนียบัตรแก่ผู้สำเร็จการศึกษา ทั้งนี้ หลักเกณฑ์และวิธีการเกี่ยวกับผู้มีสิทธิเข้ารับใบปริญญาหรือใบประกาศนียบัตรหรือการอื่นใดที่เกี่ยวข้อง ให้เป็นไปตามที่มหาวิทยาลัยประกาศกำหนด

บทเฉพาะกาล

ข้อ ๗๕ บรรดาประกาศ แนวปฏิบัติ และหลักเกณฑ์ของมหาวิทยาลัย ซึ่งใช้บังคับอยู่ในวันก่อนวันที่ข้อบังคับนี้มีผลใช้บังคับ ให้ใช้บังคับได้ต่อไปเท่าที่ไม่ขัดหรือแย้งกับข้อบังคับนี้ ทั้งนี้ จนกว่าจะมีประกาศ แนวปฏิบัติ และหลักเกณฑ์ที่ออกตามความในข้อบังคับนี้ใช้บังคับ

นิสิตที่เข้าศึกษาในหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาก่อนที่ข้อบังคับนี้จะมีผลบังคับใช้ ให้ใช้ข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพา ว่าด้วยการจัดการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. ๒๕๖๒ ไปจนกว่าสำเร็จการศึกษา เว้นแต่ในกรณีตามข้อ ๒๖ ของข้อบังคับนี้ให้นำมาใช้ได้โดยอนุโลม

ข้อ ๗๖ การดำเนินการเกี่ยวกับการจัดการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาที่ได้ดำเนินการไปก่อนที่ข้อบังคับนี้มีผลใช้บังคับ ให้มีผลได้ต่อไปเท่าที่ไม่ขัดแย้งกับเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา

กรณีที่เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษามีการเปลี่ยนแปลงและแตกต่างหรือขัดแย้งกับข้อบังคับนี้ให้นำเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรที่ใช้อยู่ในขณะนั้น มาใช้บังคับได้

ในกรณีที่มีข้อขัดข้องในการจัดการศึกษาตามข้อบังคับนี้ ให้อธิการบดีวินิจฉัยโดยคำแนะนำของคณะกรรมการประจำบัณฑิตวิทยาลัย

ข้อ ๗๗ ความใดในข้อบังคับนี้ที่เกี่ยวกับเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร ให้ใช้บังคับกับหลักสูตรที่ได้รับอนุมัติจากสภามหาวิทยาลัยตั้งแต่วันที่ ๒๗ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๕ เป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ ๒๐ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๖

(รองศาสตราจารย์สุมนต์ สกลไชย)
นายกสภามหาวิทยาลัยบูรพา

หมายเหตุ :- เหตุผลในการออกข้อบังคับฉบับนี้ คือ ด้วยข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพา บูรพา ว่าด้วยการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. ๒๕๖๒ และประกาศที่ออกตามความของข้อบังคับดังกล่าวได้ใช้มาระยะหนึ่งแล้ว ปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับการปฏิรูปการศึกษาหลายประการ อาทิ พระราชบัญญัติการอุดมศึกษา กฎกระทรวงมาตรฐานการอุดมศึกษา ประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา และ ประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษาในระดับอุดมศึกษา นโยบายการจัดการศึกษาตลอดชีวิตและการจัดการศึกษาระบบคลังหน่วยกิต รวมทั้งศาสตร์ต่าง ๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เกิดนวัตกรรมของการจัดการศึกษาหลายรูปแบบ จึงเห็นควรต้องปรับแก้สาระของกฎเกณฑ์ที่ใช้ในการจัดการศึกษาให้เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบันและเอื้อให้สามารถจัดการศึกษาได้คล่องตัวและเป็นประโยชน์ต่อทั้งผู้เรียนและมหาวิทยาลัย จึงเห็นควรแก้ไขหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา จึงจำเป็นต้องออกข้อบังคับนี้

ข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพา
ว่าด้วยการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา (ฉบับที่ ๒)
พ.ศ. ๒๕๖๖

โดยที่เป็นการสมควรแก้ไขเพิ่มเติมหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๒๑ (๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๕๐ สภามหาวิทยาลัยบูรพา ในการประชุมครั้งที่ ๑๐/๒๕๖๖ เมื่อวันที่ ๒๑ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๖ จึงออกข้อบังคับไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ข้อบังคับนี้เรียกว่า "ข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพา ว่าด้วยการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๖๖"

ข้อ ๒ ข้อบังคับนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่ปีการศึกษา ๒๕๖๖ เป็นต้นไป

ข้อ ๓ ให้ยกเลิกความใน (ก) ของข้อ ๑๓ (๒) ของข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพา ว่าด้วยการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. ๒๕๖๖ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

"(ก) "แผน ๑" แบบวิชาการที่เน้นการเรียนรู้ การทำวิจัย โดยการทำวิทยานิพนธ์สร้างองค์ความรู้ในศาสตร์สาขาวิชานั้น

(๑) ในกรณีทำเฉพาะวิทยานิพนธ์ ต้องทำวิทยานิพนธ์อย่างน้อย ๓๖ หน่วยกิต และอาจกำหนดให้เรียนรายวิชาเพิ่มเติม หรือทำกิจกรรมทางวิชาการอื่น ๆ เพิ่มขึ้นได้โดยไม่นับหน่วยกิต แต่ต้องมีผลลัพธ์การเรียนรู้ตามที่หลักสูตรกำหนด

(๒) ในกรณีศึกษารายวิชาและทำวิทยานิพนธ์ ต้องทำวิทยานิพนธ์อย่างน้อย ๑๒ หน่วยกิตโดยไม่อาจศึกษารายวิชาอย่างเดียวได้"

ประกาศ ณ วันที่ ๒๔ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๖

(รองศาสตราจารย์สุมนต์ สกลไชย)
นายกสภามหาวิทยาลัยบูรพา

ปรัชญาการศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา

มุ่งพัฒนาผู้เรียนด้วยกระบวนการเรียนรู้ควบคู่การปฏิบัติให้เกิดประสบการณ์ที่เน้นสภาพแวดล้อมการทำงานจริง ให้เป็นผู้มีสมรรถนะที่สนองตอบการเปลี่ยนแปลงของโลก มีสำนึกรับผิดชอบต่อสังคม สามารถเป็นผู้ที่เรียนรู้ได้ตลอดชีวิต

Educational Philosophy of Burapha University

BUU focuses on inculcating the learners through practice-based learning, as for them to gain experiences in real-work environment, to be competent persons who are able to cope with the changes of the world, to engage in social accountability, and to be life-long learners.

คณะกรรมการบริหารมหาวิทยาลัยบูรพา มีมติเห็นชอบ ในการประชุมครั้งที่ ๕/๒๕๖๔ วันที่ ๕ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๔
สภาวิชาการ มีมติเห็นชอบ ในการประชุมครั้งที่ ๔/๒๕๖๔ วันที่ ๒๗ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๔
สภามหาวิทยาลัยอนุมัติ ในการประชุมครั้งที่ ๒/๒๕๖๔ วันที่ ๒๒ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๔