



UTCC University of
the Thai Chamber
of Commerce

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

หลักสูตรนิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชานิเทศศาสตร์การตลาด

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567

Doctor of Communication Arts Program

In

Marketing Communication

Revised Curriculum, Year 2024

คณะนิเทศศาสตร์

School of Communication Arts

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

University of the Thai Chamber of Commerce

รายละเอียดของหลักสูตร
หลักสูตรนิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์การตลาด
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา คณะนิเทศศาสตร์

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. ชื่อหลักสูตร

ภาษาไทย หลักสูตรนิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์การตลาด
ภาษาอังกฤษ Doctor of Communication Arts Program in Marketing Communication

2. ชื่อปริญญาบัตร

ชื่อเต็ม (ภาษาไทย) นิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต (นิเทศศาสตร์การตลาด)
ชื่อย่อ (ภาษาไทย) นศ.ด. (นิเทศศาสตร์การตลาด)
ชื่อเต็ม (ภาษาอังกฤษ) Doctor of Communication Arts
(Marketing Communication)
ชื่อย่อ (ภาษาอังกฤษ) D. Com. Arts (Marketing Communication)

3. วิชาเอกหรือความเชี่ยวชาญเฉพาะของหลักสูตร

เป็นผู้เชี่ยวชาญชั้นสูงด้านการบริหารการสื่อสารการตลาดและการสื่อสารตราสินค้า

4. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร

จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร แบ่งตามแผนการศึกษา คือ

1) แผน 1 เน้นการทำวิจัย

แผน 1.1 สำหรับผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท ทำดุษฎีนิพนธ์ 48 หน่วยกิต

2) แผน 2 ศึกษารายวิชาและทำวิจัย

แผน 2.1 สำหรับผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท ศึกษารายวิชา 12 หน่วยกิตและทำดุษฎีนิพนธ์ 36 หน่วยกิต รวมเป็น 48 หน่วยกิต

รูปแบบของหลักสูตร

1. เป็นหลักสูตรระดับปริญญาเอก 3 ปี
2. จัดการเรียนการสอนเป็นภาษาไทยโดยใช้เอกสาร/ตำราในวิชาของหลักสูตรเป็นภาษาอังกฤษ
3. การรับเข้าศึกษา รับนักศึกษาไทยและนักศึกษาต่างชาติที่สามารถฟัง พูด อ่านและเขียนภาษาไทยได้เป็นอย่างดี
4. ความร่วมมือกับสถาบันอื่น เป็นหลักสูตรของสถาบันโดยเฉพาะ
5. การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษาให้ปริญญาเพียงสาขาวิชาเดียว
6. กำหนดการเปิดสอน ภาคต้น ปีการศึกษา 2567

อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

เมื่อสำเร็จการศึกษามีบัณฑิตสามารถประกอบอาชีพเป็น

1. ผู้บริหารด้านการสื่อสารการตลาดในองค์กรต่าง ๆ ที่ต้องการผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์และความสามารถในการวางแผน
2. ผู้บริหารงานด้านการสื่อสารตราสินค้าขององค์กรและผลิตภัณฑ์ในระดับประเทศและระดับสากลทั้งในองค์กรภาครัฐและภาคธุรกิจ
3. อาชีพอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

สถานที่จัดการเรียนการสอน มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร

1. ปรัชญา และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1.1 ปรัชญา

หลักสูตรนิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตรกรรมการตลาด ต้องการผลิตนักวิชาการ นักวิชาชีพ นักวิจัยที่มีความรู้ความเข้าใจในศาสตร์ทางด้านนิเทศศาสตร์ มีความเชี่ยวชาญและเป็นผู้ดำเนินการพัฒนางานสื่อสารการตลาด และการสร้างองค์ความรู้ใหม่ทางนิเทศศาสตรกรรมการตลาด สามารถเป็นที่ปรึกษาและเป็นผู้ดำเนินการบริหารจัดการสื่อสารการตลาด เพื่อตอบสนองการพัฒนาสังคมไทยให้เป็นสังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ และเศรษฐกิจแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ สนองต่อความต้องการในการพัฒนาตนเองของนักวิชาการ นักวิชาชีพ นักวิจัย และความต้องการกำลังคนชั้นสูงของหน่วยงานและประเทศชาติ

1.2 วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1) เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความรู้และความเข้าใจในปรัชญา แนวคิด หลักการและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับนิเทศศาสตร์ การสื่อสารการตลาด การบริหารจัดการตราสินค้า จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค และการวิจัยด้านการสื่อสารการตลาดขั้นสูง

2) เพื่อผลิตบัณฑิตที่สามารถประยุกต์ใช้กระบวนการวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ด้านการสื่อสารการตลาด และด้านธุรกิจที่นำไปสู่การแก้ปัญหาแบบองค์รวม และต่อยอดความรู้ เชื่อมโยงความรู้ด้านการสื่อสารการตลาด

3) เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีคุณธรรม จริยธรรม ศิลธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ และปฏิบัติวิชาชีพด้านการสื่อสารการตลาดโดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม

4) เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีทักษะการเรียนรู้ด้วยตนเองตลอดชีวิต มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การคิดเชิงวิพากษ์ และการคิดอย่างมีวิจารณญาณ

5) เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีทักษะด้านดิจิทัลและก้าวทันเทคโนโลยีด้านการสื่อสารการตลาดสมัยใหม่

6) เพื่อพัฒนาบัณฑิตที่มีคุณลักษณะที่เหมาะสมกับงานด้านการสื่อสารการตลาด มีบุคลิกที่ดี ความเป็นผู้นำ นำเชื่อถือ มีภาวะผู้นำ มีเหตุผลและยอมรับความแตกต่างหลากหลายในสังคม และมีการสื่อสารที่ดี

โดยบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาในหลักสูตรนิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์การตลาด มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย จะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถและคุณลักษณะดังนี้

1) มีความรู้ความสามารถและทักษะเชิงวิชาการในระดับสูงและเชี่ยวชาญเฉพาะสาขาวิชา รวมทั้งสามารถนำผลการวิจัยมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน

2) มีความรู้ความสามารถในการศึกษาค้นคว้าด้วยกระบวนการวิจัยและประยุกต์ใช้ในสาขาวิชาเพื่อการพัฒนา ปรับปรุง และแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ และนำผลการวิจัยมาใช้เพื่อพัฒนางาน

3) มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบและสามารถแสดงออกอย่างสร้างสรรค์และเป็นอิสระในการจัดการและแก้ไขปัญหาทั้งที่คาดการณ์ได้และคาดการณ์ไม่ได้ด้วยดุลยพินิจที่เหมาะสม

4) มีความสามารถสร้างสรรค์องค์ความรู้ใหม่ที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และประเทศชาติ

5) มีภาวะผู้นำและสามารถแสดงออกซึ่งภาวะผู้นำที่มีวิสัยทัศน์กว้างไกล และมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ โดยเฉพาะในเชิงวิชาการ และสามารถสร้างสรรค์ผลงานที่ดีมีคุณภาพในระดับมาตรฐานสากล

6) มีความสนใจใฝ่เรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ด้วยการศึกษาค้นคว้า วิจัย และนำผลการวิจัยมาประยุกต์ใช้ ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาตนเอง พัฒนาการเรียนรู้และการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต

7) มีทักษะในการติดต่อสื่อสารทั้งการพูดและการเขียน ด้วยภาษาไทยและภาษาอังกฤษอย่างมีประสิทธิภาพ

8) มีความรู้ความสามารถและทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่ทันสมัยได้อย่างต่อเนื่อง

9) มีจิตอาสาและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถปรับตัวและทำงานร่วมกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี

10) มีคุณธรรม จริยธรรมในการดำเนินชีวิตและการปฏิบัติงาน รวมทั้งสนับสนุนให้ผู้อื่นรู้จักประยุกต์ใช้ดุลยพินิจเพื่อการจัดการปัญหาได้อย่างมีคุณธรรมและจริยธรรมที่เหมาะสม

1.3 ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLOs)

PLO1 ด้านความรู้ ผู้เรียนมีความรู้ ความเข้าใจในปรัชญา แนวคิด หลักการ และทฤษฎีที่เกี่ยวกับนิเทศศาสตร์ การสื่อสารการตลาด การบริหารจัดการตราสินค้าได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน สามารถอธิบาย อภิปราย วิเคราะห์ ยกตัวอย่าง ประยุกต์ใช้กระบวนการวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ด้านการสื่อสารการตลาด ด้านธุรกิจที่นำไปสู่การแก้ปัญหาแบบองค์รวม ต่อยอดความรู้ เชื่อมโยงความรู้ด้านการสื่อสารการตลาดให้เป็นที่ยอมรับและนำไปอ้างอิงและปรับใช้ในบริบทต่าง ๆ ได้

PLO2 ด้านทักษะ ผู้เรียนเกิดทักษะการเรียนรู้ด้วยตนเองตลอดชีวิต มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีการคิดเชิงวิพากษ์และการคิดอย่างมีวิจารณญาณในการสร้างองค์ความรู้ใหม่ทั้งด้านวิชาการและวิชาชีพ ตลอดจนมีทักษะด้านดิจิทัลที่หลากหลาย รู้ทันเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นใหม่ในสังคมและบริบทด้านการสื่อสารการตลาด

PLO3 ด้านจริยธรรม ผู้เรียนมีแนวทางปฏิบัติตนตามหลักคุณธรรม จริยธรรม ศีลธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพ นิเทศศาสตร์และนักสื่อสารการตลาด อีกทั้งปฏิบัติวิชาชีพด้านการสื่อสารการตลาดโดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ประโยชน์ส่วนรวมและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

PLO4 ด้านลักษณะบุคคล ผู้เรียนสามารถพัฒนาบุคลิกภาพที่ดี มีวุฒิภาวะครบถ้วนในทุกด้าน นำเชื่อถือ มีภาวะผู้นำ มีเหตุผล ยอมรับความแตกต่างที่หลากหลายในสังคม มีการสื่อสารที่ดี ตลอดจนมีแนวทางในการพัฒนาลักษณะนิสัย ค่านิยมเชื่อสัตย์สุจริต ยึดมั่นในความถูกต้องและจริงใจต่อผู้บริโภคร

หมวดที่ 3 การจัดการศึกษา โครงสร้างของหลักสูตร รายวิชาและหน่วยกิต

1. ระบบการจัดการศึกษา

1.1 ระบบ

การจัดการศึกษาเป็นแบบทวิภาค โดย 1 ปีการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ภาคการศึกษาปกติ
1 ภาคการศึกษาปกติมีระยะเวลาไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์

1.2 การจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน

มีการจัดการเรียนการสอนภาคฤดูร้อน 1 ภาคการศึกษาฤดูร้อนมีระยะเวลาศึกษาไม่น้อยกว่า 8 สัปดาห์
ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของคณะกรรมการประจำหลักสูตรหรือนโยบายของมหาวิทยาลัย

1.3 การเทียบเคียงหน่วยกิตในระบบทวิภาค

ไม่มี

การดำเนินการหลักสูตร

1. วัน-เวลาในการดำเนินการเรียนการสอน

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

2. ระบบการศึกษา

แบบชั้นเรียน

3. แผนการรับนักศึกษาและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี

แผน 1 เป็นแผนการศึกษาที่เน้นการวิจัยโดยมีการทำคุณูปการที่ก่อให้เกิดความรู้ใหม่ สถาบันอุดมศึกษาอาจกำหนดให้เรียนรายวิชาเพิ่มเติมหรือทำกิจกรรมทางวิชาการอื่นเพิ่มขึ้นก็ได้โดยไม่นับหน่วยกิต แต่จะต้องมีผลสัมฤทธิ์ตามที่สถาบันอุดมศึกษากำหนด ดังนี้

การเทียบโอนผลการเรียน รายวิชาและการลงทะเบียนเรียนข้ามมหาวิทยาลัย

การเทียบโอนผลการเรียนให้เป็นไปตามระเบียบมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ว่าด้วย การเทียบโอนหน่วยกิต และผลการศึกษา พ.ศ. 2566

หลักสูตร โครงสร้างของหลักสูตร รายวิชา และอาจารย์

1 หลักสูตร Curriculum

1.1 จำนวนหน่วยกิต	48	หน่วยกิต
Total Credits	48	Credits

โครงสร้างหลักสูตร

Curriculum Structure

แผน 1 เป็นแผนการศึกษาที่เน้นการทำวิจัยโดยมีการทำคุณูปการที่ก่อให้เกิดความรู้ใหม่

แผน 1.1 สำหรับผู้ที่สำเร็จการศึกษาปริญญาโท อาจลงทะเบียนเรียนเพิ่มเติมตามที่คณะกรรมการที่ปรึกษาคุณูปการให้ความเห็นโดยไม่นับหน่วยกิต

หมวดวิชาเสริมพื้นฐาน	ไม่	นับหน่วยกิต
หมวดวิชาเฉพาะ	-	หน่วยกิต
คุณูปการ	48	หน่วยกิต
รวม	<u>48</u>	<u>หน่วยกิต</u>

แผน 2 เป็นแผนการศึกษาที่เน้นการวิจัยโดยมีการทำคุณนินพณ์ที่มีคุณภาพสูงและก่อให้เกิด
ความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพและศึกษารายวิชาเพิ่มเติม

แผน 2.1 สำหรับผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโทและศึกษารายวิชาเพิ่มเติม

หมวดวิชาเสริมพื้นฐาน	ไม่นับหน่วยกิต	
หมวดวิชาเฉพาะ	12	หน่วยกิต
คุณนินพณ์	36	หน่วยกิต
รวม	<u>48</u>	<u>หน่วยกิต</u>

ชื่อรายวิชา

(ก) หมวดวิชาเสริมพื้นฐาน ไม่นับหน่วยกิต

ผู้ที่สอบผ่านการคัดเลือกเข้าศึกษาในหลักสูตร จะต้องลงทะเบียนเรียนวิชาเสริมพื้นฐาน ในรายวิชาที่ยังไม่เคย
ศึกษามาก่อน ซึ่งคณะกรรมการบัณฑิตศึกษาประจำหลักสูตรจะเป็นผู้กำหนด โดยมีรายวิชา ดังนี้

รหัส	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
CA707	วิทยปรัชญาการสื่อสาร Philosophy of Science in Communication	ไม่นับหน่วยกิต
CA708	ทฤษฎีการสื่อสารและงานวิจัยทางนิเทศศาสตร์ Communication Theory and Research	ไม่นับหน่วยกิต

การเรียนเสริมพื้นฐานทางด้านวิชาการนี้ไม่นับหน่วยกิตและมีการวัดผล ดังนี้

S (Satisfactory)	=	ผ่านเกณฑ์
U (Unsatisfactory)	=	ไม่ผ่านเกณฑ์

ทั้งนี้ในกรณีที่ผู้สมัครสอบที่ไม่จบการศึกษาจากหลักสูตรที่เกี่ยวข้องด้านนิเทศศาสตร์หรือการตลาดสามารถ
สอบผ่านการคัดเลือกมีสิทธิ์เข้าศึกษาในหลักสูตร คณะกรรมการหลักสูตรอาจพิจารณาให้ลงทะเบียนเรียนวิชาในกลุ่ม
ปรับพื้นฐานในบางรายวิชาพร้อมกับนักศึกษาในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์การตลาดตามความ
จำเป็นเพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้พื้นฐานทางนิเทศศาสตร์หรือการตลาดเพียงพอได้

(ข) หมวดวิชาเฉพาะ - วิชาบังคับ

นักศึกษาต้องลงทะเบียนเรียนในหมวดวิชาเฉพาะ-วิชาบังคับจำนวน 12 หน่วยกิต ประกอบด้วยรายวิชา 7 รายวิชา เป็นวิชานับหน่วยกิต 4 รายวิชาและวิชาไม่นับหน่วยกิต 3 รายวิชา รายวิชามีดังนี้

รหัส	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
CA711	จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค Psychology and Consumer Behavior	3 (3 -0- 6)
CA718	การจัดการการสื่อสารการตลาดขั้นสูง Advanced Marketing Communication Management	3 (3 -0- 6)
CA721	ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณขั้นสูงในงานการสื่อสารการตลาด Advanced Quantitative Research Methodology for Marketing Communication	3 (3 -0- 6)
CA722	ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพขั้นสูงในงานการสื่อสารการตลาด Advanced Qualitative Research Methodology for Marketing Communication	3 (3 -0- 6)
CA731	สัมมนาคุชณินิพนธ์ 1 Doctoral Dissertation Seminar 1	ไม่นับหน่วยกิต
CA732	สัมมนาคุชณินิพนธ์ 2 Doctoral Dissertation Seminar 2	ไม่นับหน่วยกิต
CA733	สัมมนาคุชณินิพนธ์ 3 Doctoral Dissertation Seminar 3	ไม่นับหน่วยกิต
CA734	สัมมนาคุชณินิพนธ์ 4 Doctoral Dissertation Seminar 4	ไม่นับหน่วยกิต
CA735	สัมมนาคุชณินิพนธ์ 5 Doctoral Dissertation Seminar 5	ไม่นับหน่วยกิต
CA716	การสอบวัดคุณสมบัติ Quaalifying Examination	ไม่นับหน่วยกิต

(ค) หมวดดุขฎีนิพนธ์

รหัส	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
CA801	ดุขฎีนิพนธ์แบบ 1.1 Doctoral Dissertation Type 1.1	48 (0-144-72)
CA802	ดุขฎีนิพนธ์แบบ 2.1 Doctoral Dissertation Type 2.1	36 (0-108-54)

แสดงแผนการศึกษา

แผน 1 แผนการศึกษาที่เน้นการวิจัย (ทำเฉพาะดุขฎีนิพนธ์)

แผน 1.1 แผนการศึกษาที่เน้นการวิจัยสำหรับผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท (48 หน่วยกิต)

ชั้นปีที่	ภาคการศึกษา	รายวิชา	จำนวนหน่วยกิต
1	ภาคต้น	CA716 การสอบวัดคุณสมบัติ Qualifying Examination	ไม่นับหน่วยกิต
	ภาคปลาย	CA801 ดุขฎีนิพนธ์แบบ 1.1 (1) Doctoral Dissertation Type 1.1 (1)	6 (0-18-9)
	ภาคฤดูร้อน	CA801 ดุขฎีนิพนธ์แบบ 1.1 (2) Doctoral Dissertation Type 1.1 (2)	6 (0-18-9)
		รวมชั้นปีที่ 1	12
2	ภาคต้น	CA801 ดุขฎีนิพนธ์แบบ 1.1 (3) Doctoral Dissertation Type 1.1 (3)	9 (0-27-14)
	ภาคปลาย	CA801 ดุขฎีนิพนธ์แบบ 1.1 (4) Doctoral Dissertation Type 1.1 (4)	9 (0-27-14)
		รวมชั้นปีที่ 2	18

ชั้นปีที่	ภาคการศึกษา	รายวิชา	จำนวนหน่วยกิต
3	ภาคต้น	CA801 ดุษฎีนิพนธ์แบบ 1.1 (5) Doctoral Dissertation Type 1.1 (5)	9 (0-27-14)
	ภาคปลาย	CA801 ดุษฎีนิพนธ์แบบ 1.1 (6) Doctoral Dissertation Type 1.1 (6)	9 (0-27-14)
		รวมชั้นปีที่ 3	18
		รวมตลอดหลักสูตร	48

แผน 2 แผนการศึกษาที่ศึกษารายวิชาและทำวิจัย

แผน 2.1 แผนการศึกษาที่ศึกษารายวิชาและทำวิจัยสำหรับผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท
(48 หน่วยกิต)

ชั้นปีที่	ภาคการศึกษา	รายวิชา	จำนวนหน่วยกิต
1	ภาคต้น	CA707 วิทยปรัชญาการสื่อสาร Philosophy of Science in Communication	ไม่นับหน่วยกิต
		CA708 ทฤษฎีการสื่อสารและงานวิจัยทางนิเทศศาสตร์ Communication Theory and Research	ไม่นับหน่วยกิต
		CA718 การจัดการการสื่อสารการตลาดขั้นสูง Advanced Marketing Communication Management	3 (3 -0- 6)
		CA721 ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณขั้นสูงในงานการสื่อสารการตลาด Advanced Quantitative Research Methodology for Marketing Communication	3 (3 -0- 6)

ชั้นปีที่	ภาคการศึกษา	รายวิชา	จำนวนหน่วยกิต
1	ภาคปลาย	CA711 จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค Psychology and Consumer Behaviour	3 (3 -0- 6)
		CA722 ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพขั้นสูงในงานการสื่อสารการตลาด Advanced Qualitative Research Methodology for Marketing Communication	3 (3 -0- 6)
		CA731 สัมมนาคุณาญีนิพนธ์ 1 Doctoral Dissertation Seminar 1	ไม่นับหน่วยกิต
	ภาคฤดูร้อน	CA716 การสอบวัดคุณสมบัตินี้ Qualifying Examination	ไม่นับหน่วยกิต
		CA802 ดุษฎีนิพนธ์แบบ 2.1 (1) Doctoral Dissertation Type 2.1 (1)	6 (0-18-9)
		รวมชั้นปีที่ 1	18
2	ภาคต้น	CA732 สัมมนาคุณาญีนิพนธ์ 2 Doctoral Dissertation Seminar 2	ไม่นับหน่วยกิต
		CA802 ดุษฎีนิพนธ์แบบ 2.1 (2) Doctoral Dissertation Type 2.1 (2)	6 (0-18-9)
	ภาคปลาย	CA733 สัมมนาคุณาญีนิพนธ์ 3 Doctoral Dissertation Seminar 3	ไม่นับหน่วยกิต
		CA802 ดุษฎีนิพนธ์แบบ 2.1 (3) Doctoral Dissertation Type 2.1(3)	6 (0-18-9)
		รวมชั้นปีที่ 2	12

ชั้นปีที่	ภาค การศึกษา	รายวิชา	จำนวน หน่วยกิต	
3	ภาคต้น	CA734 สัมมนาคุณศึกษานิพนธ์ 4 Doctoral Dissertation Seminar 4	ไม่นับหน่วยกิต	
		CA802 ดุษฎีนิพนธ์แบบ 2.1 (4) Doctoral Dissertation Type 2.1 (4)	6 (0-18-9)	
	ภาคปลาย	CA735 สัมมนาคุณศึกษานิพนธ์ 5 Doctoral Dissertation Seminar 5	ไม่นับหน่วยกิต	
		CA802 ดุษฎีนิพนธ์แบบ 2.1 (5) Doctoral Dissertation Type 2.1 (5)	12 (0-36-18)	
			รวมชั้นปีที่ 3	18
			รวมตลอดหลักสูตร	48

คำอธิบายรายวิชา

ก) หมวดวิชาเสริมพื้นฐาน

รหัส	ชื่อวิชา	จำนวนหน่วยกิต
CA707	<p>วิทย์ปรัชญาการสื่อสาร</p> <p>Philosophy of Science in Communication</p> <p>แนวคิดเกี่ยวกับปรัชญาเชิงศาสตร์ ความสัมพันธ์ระหว่างภววิทยาและญาณวิทยา การหาและการสร้างความรู้ทางการสื่อสารในยุคโบราณ ยุคกลาง ยุคฟื้นฟูศิลปวิทยาการ ยุคปฏิวัติ ยุคสมัยใหม่นิยมและยุคหลังสมัยใหม่นิยม การถกเถียงเกี่ยวกับกระบวนการทัศน์ การแสวงหาความรู้แบบนิรนัยและอุปนัย ศาสตร์แท้และศาสตร์เทียม การเปลี่ยนแปลงกระบวนการทัศน์ การจัดระเบียบความรู้ด้านสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์เพื่อนำไปสู่การวิจัยและพัฒนาทฤษฎีการสื่อสารการตลาด</p>	ไม่นับหน่วยกิต
CA708	<p>ทฤษฎีการสื่อสารและงานวิจัยทางนิเทศศาสตร์</p> <p>Communication Theory and Research</p> <p>ทฤษฎีและแนวคิดด้านการสื่อสาร ระดับของการสื่อสาร การสื่อสารภายในบุคคล การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารระดับกลุ่ม การสื่อสารองค์การ การสื่อสารมวลชน สำนวจสถานภาพงานวิจัยทางนิเทศศาสตร์และการสื่อสารการตลาด</p>	ไม่นับหน่วยกิต

ข) หมวดวิชาเฉพาะ - วิชาบังคับ

รหัส	ชื่อวิชา	จำนวนหน่วยกิต
CA711	จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค Psychology and Consumer behavior หลักการ แนวคิด และทฤษฎีทางจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค การวิเคราะห์พฤติกรรม การบริหารประสบการณ์ กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับจิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภคในการสื่อสารการตลาด	3 (3 -0- 6)
CA718	การจัดการการสื่อสารการตลาดขั้นสูง Advanced Marketing Communication Management แนวคิด ทฤษฎี สถานภาพองค์ความรู้ด้านการสื่อสารการตลาด กระบวนการสื่อสารการตลาด การบริหารจัดการตราสินค้า การวางแผน การใช้ประโยชน์จากข้อมูล การวิจัย การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการสื่อสาร การจัดการกลยุทธ์ การสื่อสารการตลาด การใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาด การติดตามและประเมินผลการสื่อสารการตลาด รวมทั้งวิเคราะห์อภิปรายแนวคิดอื่น ๆ และงานวิจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาดและตราสินค้า	3 (3 -0- 6)
CA721	ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณขั้นสูงในงานการสื่อสารการตลาด Advanced Quantitative Research Methodology for Marketing Communication ปรัชญาการวิจัยเชิงปริมาณ การออกแบบการวิจัยเชิงปริมาณด้านการสื่อสารการตลาด การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์พหุตัวแปร แนวโน้มในกระบวนการสร้างองค์ความรู้และเทคนิควิธีการวิจัยเชิงปริมาณ	3 (3 -0- 6)

รหัส	ชื่อวิชา	จำนวนหน่วยกิต
CA722	<p>ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพขั้นสูงในงานการสื่อสารการตลาด</p> <p>Advanced Qualitative Research Methodology for Marketing Communication</p> <p>การเปรียบเทียบระหว่างฐานคิดของงานวิจัยเชิงคุณภาพ และฐานคิดของงานวิจัยเชิงปริมาณ ความแตกต่างการศึกษาแนวปฏิฐานนิยมและแนวการตีความ วิธีวิทยาในงานวิจัยเชิงคุณภาพ ขาดิพันธุ์วรรณนา ปราบกฎการณ์วิทยา การวิเคราะห์วาทกรรม การวิเคราะห์เนื้อหา วิธีวิทยาในการศึกษาเรื่องเล่า การสร้างทฤษฎีฐานรากและการวิเคราะห์การสนทนา การกำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัย ความสำคัญและการใช้แนวคิดและทฤษฎี การเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การตีความข้อมูลลักษณะตีความซ้อนตีความ การนำเสนอข้อมูล การรายงานข้อมูล การนำเสนอผลการวิจัยเชิงคุณภาพ และจริยธรรมการวิจัยในคน</p>	3 (3 -0- 6)
CA731	<p>สัมมนาคุณนินิพนธ์ 1</p> <p>Doctoral Dissertation Seminar 1</p> <p>การแลกเปลี่ยนประเด็นปัญหาที่เกี่ยวข้องและมีผลกระทบต่อสื่อสารการตลาด วิเคราะห์ ศึกษาและค้นคว้าวิจัยอย่างเจาะลึกเพื่อกำหนดที่มาและความสำคัญของการวิจัย ปัญหาการวิจัย วัตถุประสงค์การวิจัย การทบทวนวรรณกรรม และระเบียบวิธีวิจัยสำหรับการเขียนโครงร่างคุณนินิพนธ์</p>	ไม่นับหน่วยกิต
CA732	<p>สัมมนาคุณนินิพนธ์ 2</p> <p>Doctoral Dissertation Seminar 2</p> <p>การแลกเปลี่ยนประเด็นที่มาจากการศึกษาวิจัยในด้านกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับงานสื่อสารการตลาด กฎหมายด้านการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ กฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจและการค้า ลิขสิทธิ์ การคุ้มครองผู้บริโภค การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และอื่นๆ สิทธิเสรีภาพ จริยธรรมและความรับผิดชอบของนักสื่อสารการตลาด ปัญหาและแนวทางแก้ไข กรณีศึกษาและการนำผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประยุกต์ใช้ทั้งในและต่างประเทศ</p>	ไม่นับหน่วยกิต

รหัส	ชื่อวิชา	จำนวนหน่วยกิต
CA733	สัมมนาคุณนินพนธ์ 3 Doctoral Dissertation Seminar 3 การแลกเปลี่ยนประเด็นที่มาจากการศึกษาวิจัย ในด้านสังคมและ สิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและการสื่อสารการตลาด การสื่อสาร การตลาดในประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม การสื่อสารการตลาดใน ประเด็นสิ่งแวดล้อม การสื่อสารการตลาดเพื่อความยั่งยืน การสื่อสาร การตลาดและการสื่อสารองค์กรในภาวะวิกฤติ กรณีศึกษาร่วมสมัยที่ เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาดที่เกี่ยวข้องกับสังคมและสิ่งแวดล้อม	ไม่นับหน่วยกิต
CA734	สัมมนาคุณนินพนธ์ 4 Doctoral Dissertation Seminar 4 การแลกเปลี่ยนประเด็นที่มาจากการศึกษาวิจัยด้านการเปลี่ยนแปลงทาง เทคโนโลยี เทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและการสื่อสาร การตลาด ปัญญาประดิษฐ์ นวัตกรรมและโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่เกี่ยวข้อง กับการสื่อสารการตลาด การตลาดดิจิทัล พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล กรณีศึกษาด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาด	ไม่นับหน่วยกิต
CA735	สัมมนาคุณนินพนธ์ 5 Doctoral Dissertation Seminar 5 การแลกเปลี่ยนประเด็นที่มาจากการศึกษาวิจัยในด้านสังคมและวัฒนธรรม ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาด มุมมองทางการวิจัยเกี่ยวกับวัฒนธรรม ในบริบททางทฤษฎีและทางปฏิบัติ วัฒนธรรมโลก ความหลากหลายทาง วัฒนธรรม การทูตวัฒนธรรม การสื่อสารข้ามวัฒนธรรม กรณีศึกษาด้าน สังคมและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาด	ไม่นับหน่วยกิต
CA716	การสอบวัดคุณสมบัติ Qualifying Examination การสอบวัดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับทฤษฎีการสื่อสารขั้นสูงที่เป็นองค์ รวม การประยุกต์ระเบียบวิธีวิทยาและการวิพากษ์ขั้นสูงสู่การทำคุณนินพนธ์ ทาง การสื่อสารการตลาด	ไม่นับหน่วยกิต

ค) หมวดดุษฎีนิพนธ์

รหัส	ชื่อวิชา	จำนวนหน่วยกิต
CA801	<p>ดุษฎีนิพนธ์แบบ 1.1</p> <p>Doctoral Dissertation Type 1.1</p> <p>ศึกษาค้นคว้าและวิจัยในลักษณะที่แสดงความคิดริเริ่มสร้างสรรค์เพื่อจัดทำดุษฎีนิพนธ์โดยใช้กระบวนการวิจัยเพื่อให้เกิด/ขยายองค์ความรู้ใหม่ในด้านการสื่อสารการตลาดและที่เกี่ยวข้อง ผลงานดุษฎีนิพนธ์หรือส่วนหนึ่งของดุษฎีนิพนธ์ต้องได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่หรืออย่างน้อยได้รับการยอมรับให้ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารระดับนานาชาติที่มีคุณภาพตามประกาศที่คณะกรรมการกำหนด อย่างน้อย 2 เรื่อง สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาเอกกลุ่มสาขาวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์อาจเผยแพร่ในวารสารระดับชาติที่มีคุณภาพตามที่คณะกรรมการกำหนด</p>	48 (0-144-72)
CA802	<p>ดุษฎีนิพนธ์แบบ 2.1</p> <p>Doctoral Dissertation Type 2.1</p> <p>ศึกษาค้นคว้าและวิจัยในลักษณะที่แสดงความคิดริเริ่มสร้างสรรค์เพื่อจัดทำดุษฎีนิพนธ์โดยใช้กระบวนการวิจัยเพื่อให้เกิด/ขยายองค์ความรู้ใหม่ในด้านการสื่อสารการตลาดและที่เกี่ยวข้อง ผลงานดุษฎีนิพนธ์หรือส่วนหนึ่งของดุษฎีนิพนธ์ต้องได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ หรืออย่างน้อยได้รับการยอมรับให้ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารระดับนานาชาติที่มีคุณภาพตามประกาศที่คณะกรรมการกำหนด สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาเอกกลุ่มสาขาวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์อาจเผยแพร่ในวารสารระดับชาติที่มีคุณภาพตามที่คณะกรรมการกำหนด</p>	36 (0-108-54)

องค์ประกอบเกี่ยวกับประสบการณ์ภาคสนาม (Work-Integrated Learning)

ไม่มี

ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงการหรืองานวิจัย

ข้อกำหนดในการจัดทำคุณวุฒิบัณฑิตให้เป็นไปตามข้อกำหนดของคณะกรรมการบัณฑิตศึกษาประจำหลักสูตร ภายใต้กรอบข้อกำหนดตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ และระเบียบอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

คำอธิบายโดยย่อ

เป็นการศึกษาประเด็นปัญหาทางการสื่อสารการตลาดด้วยการใช้กระบวนการแสวงหาความรู้ด้วยวิธีการทางวิทยาศาสตร์ตามความสนใจ/ความถนัดของนักศึกษา โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานคือ กำหนดประเด็นปัญหาการวิจัย การวางแผนการวิจัย การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง การออกแบบการวิจัย การจัดทำโครงการคุณวุฒิบัณฑิต การสอบโครงการคุณวุฒิบัณฑิต การสร้างเครื่องมือวิจัย การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล การเขียนสรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะการวิจัย การเสนอร่างบทความการวิจัยสำหรับการเผยแพร่ การเขียนและเรียบเรียงรายงานการวิจัย และการนำเสนอรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ในการสอบป้องกันคุณวุฒิบัณฑิต

มาตรฐานผลการเรียนรู้

- 1) เพื่อกำหนดประเด็นปัญหาการวิจัยทางการสื่อสารการตลาด ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง
- 2) เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย และออกแบบการวิจัย
- 3) เพื่อสอบอนุมัติโครงการคุณวุฒิบัณฑิต
- 4) เพื่อสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย
- 5) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
- 6) เพื่อสรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะการวิจัย
- 7) เพื่อให้สามารถเสนอร่างบทความการวิจัยสำหรับการเผยแพร่และเขียนรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์
- 8) เพื่อเสนอรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ในการสอบป้องกันคุณวุฒิบัณฑิต
- 9) เพื่อดำเนินการให้ผลงานคุณวุฒิบัณฑิตหรือส่วนหนึ่งของคุณวุฒิบัณฑิตต้องได้รับการตีพิมพ์หรืออย่างน้อย

ได้รับการยอมรับให้ตีพิมพ์ในวารสารระดับชาติหรือนานาชาติที่มีคุณภาพตามประกาศคณะกรรมการการอุดมศึกษา เรื่อง หลักเกณฑ์การพิจารณาวารสารทางวิชาการสำหรับการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ

อย่างน้อย 2 เรื่องสำหรับการเรียนในแผน 1.1

อย่างน้อย 1 เรื่องสำหรับการเรียนในแผน 2.1

การเตรียมการ

- 1) จัดปฐมนิเทศนักศึกษาเพื่อเตรียมความพร้อมในการกำหนดหัวข้องานวิจัย
- 2) จัดตารางเวลาให้คำปรึกษาและติดตามการทำงานของนักศึกษา
- 3) ประสานความร่วมมือกับบุคคล แหล่ง/สถานที่ทำงานวิจัย
- 4) เตรียมเครื่องมือ วัสดุอุปกรณ์สำหรับทำงานวิจัย

กระบวนการประเมินผล

- 1) ประเมินความก้าวหน้าการจัดทำวิทยานิพนธ์ในระหว่างการดำเนินการของนักศึกษา โดยอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
- 2) ประเมินผลสรุปการทำงานของนักศึกษา จากการติดตามการทำงานผลงานที่เกิดขึ้นในแต่ละขั้นตอน และรายงานโดยอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
- 3) ประเมินคุณภาพวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาโดยอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คุณสมบัติผู้เข้าศึกษา

1. คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

ผู้เข้าศึกษาต้องเป็นผู้สำเร็จการศึกษาจากสถาบันอุดมศึกษาที่สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการรับรอง โดยมีคุณสมบัติดังนี้

ผู้เข้าศึกษาปริญญาเอกจะต้องเป็นผู้สำเร็จการศึกษาปริญญาโทหรือเทียบเท่าและมีผลการสอบภาษาอังกฤษได้ตามเกณฑ์ที่คณะกรรมการการอุดมศึกษากำหนด

1) แผน 1 เน้นการทำวิจัย แผน 1.1 ต้องเป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท หรือเทียบเท่า โดยผู้สมัครต้องยื่นเสนอโครงการวิจัยที่สนใจจะศึกษาให้คณะกรรมการบัณฑิตศึกษาของหลักสูตรฯ พิจารณา

2) แผน 2 เน้นศึกษารายวิชาและทำวิจัย แผน 2.1 ต้องเป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท หรือเทียบเท่า

3) สอบผ่านการสัมภาษณ์เพื่อคัดเลือกบุคคลเข้าศึกษาในหลักสูตรจากคณะกรรมการที่บัณฑิตวิทยาลัย แต่งตั้ง

4) ยื่นหลักฐานผลการสอบภาษาอังกฤษตามเกณฑ์ผลการสอบภาษาอังกฤษของผู้ที่จะเข้าศึกษาระดับปริญญาเอก มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ตามประกาศมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ที่ 186/2566

รายการ	ระดับ CEFR	ผลคะแนนมาตรฐานภาษาอังกฤษ			
		UTCC BEST	IELTS	TOEIC	TOEFL (IBT)
ผู้เข้าศึกษาระดับปริญญา เอกทุกหลักสูตร	B1 (Intermediate)	422-484 (Good)	4.0-4.5	550-780	42-71

5) สำหรับผู้ที่มีคุณสมบัตินอกเหนือจากเกณฑ์ที่กำหนดไว้ข้างต้น อาจได้รับการพิจารณาคัดเลือกให้เข้าศึกษาตามดุลยพินิจของคณะกรรมการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

หมวดที่ 7 การประเมินผลการเรียนและเกณฑ์การสำเร็จการศึกษา

1. กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน (เกรด)

การวัดผล ให้เป็นไปตามข้อบังคับ ระเบียบ หรือประกาศที่เกี่ยวข้องของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

2. กระบวนการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา

2.1 การทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ขณะศึกษายังไม่สำเร็จการศึกษา

ให้กำหนดระบบการทวนสอบผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนักศึกษาเป็นส่วนหนึ่งของระบบการประกันคุณภาพภายในของสถาบันอุดมศึกษาที่จะต้องทำความเข้าใจตรงกันทั้งสถาบัน และนำไปดำเนินการจนบรรลุผลสัมฤทธิ์ซึ่งผู้ประเมินภายนอกจะต้องสามารถตรวจสอบได้

การทวนสอบในระดับรายวิชาผู้สอนต้องจัดให้นักศึกษาได้ประเมินการเรียนการสอนในระดับรายวิชา และจัดให้มีคณะกรรมการพิจารณาความเหมาะสมของข้อสอบให้เป็นไปตามแผนการสอน

การทวนสอบในระดับหลักสูตรดำเนินการโดยมีระบบประกันคุณภาพภายในสถาบันการศึกษาดำเนินการทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้และรายงานผล

2.2 การทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้หลังจากนักศึกษาสำเร็จการศึกษา

การกำหนดกลวิธีการทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ของนักศึกษา เน้นการทำวิจัยสัมฤทธิ์ผลของการประกอบอาชีพของบัณฑิต อย่างต่อเนื่องและนำผลวิจัยที่ได้ย้อนกลับมาปรับปรุงกระบวนการการเรียนการสอน และหลักสูตรแบบครบวงจร รวมทั้งการประเมินคุณภาพของหลักสูตร โดยการวิจัยอาจจะดำเนินการดังตัวอย่างต่อไปนี้

(1) ภาวะการได้งานทำของบัณฑิต ประเมินจากบัณฑิตแต่ละรุ่นที่จบการศึกษา ในด้านของระยะเวลาในการหางานทำ ความเห็นต่อความรู้ ความสามารถ ความมั่นใจของบัณฑิตในการประกอบกิจการอาชีพ

(2) การตรวจสอบจากผู้ประกอบการ โดยการขอเข้าสัมภาษณ์ หรือ การส่งแบบสอบถาม เพื่อศึกษาความพึงพอใจในบัณฑิตที่จบการศึกษา และเข้าทำงานในสถานประกอบการนั้น ๆ เป็นต้น

(3) การประเมินตำแหน่ง และหรือความก้าวหน้าในสายงานของบัณฑิต

(4) การประเมินจากบัณฑิตที่ไปประกอบอาชีพ ในแง่ของความพร้อมและความรู้จากสาขาวิชาที่เรียน รวมทั้งสาขาอื่น ๆ ที่กำหนดในหลักสูตร ที่เกี่ยวเนื่องกับการประกอบอาชีพของบัณฑิต รวมทั้งเปิดโอกาสให้เสนอข้อคิดเห็นในการปรับหลักสูตรให้ดียิ่งขึ้นด้วย

(5) ความเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก ที่มาประเมินหลักสูตร หรือเป็นอาจารย์พิเศษ ต่อความพร้อมของนักศึกษาในการเรียน และคุณสมบัติอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทวนสอบการเรียนรู้ และการพัฒนาองค์ความรู้ของนักศึกษา

(6) ผลงานของนักศึกษาที่วัดเป็นรูปธรรมได้อาติ (ก) จำนวนโครงการด้านการสื่อสารการตลาดที่ดำเนินการ (ข) จำนวนรางวัลทางสังคมและวิชาชีพ (ค) จำนวนกิจกรรมการกุศลเพื่อสังคมและประเทศชาติ (ง) จำนวนกิจกรรมอาสาสมัครในองค์กรที่ทำประโยชน์ต่อสังคม

เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

ได้ศึกษารายวิชาต่าง ๆ ครบตามโครงสร้างหลักสูตร และมีหน่วยกิตสะสมไม่ต่ำกว่า 48 หน่วยกิต ต้องผ่านเกณฑ์ตามกำหนดของแผนการเรียน ดังนี้

แผน 1 สอบผ่านการสอบวัดคุณสมบัติ เพื่อเป็นผู้มีสิทธิขอทำคุณฐินิพนธ์

เสนอคุณฐินิพนธ์ และสอบผ่านการสอบปากเปล่าขั้นสุดท้ายจนบรรลุผลลัพท์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับบัณฑิตศึกษา สำหรับการสอบปากเปล่าให้ดำเนินการโดยคณะกรรมการที่สถาบันอุดมศึกษา แต่งตั้งตามข้อ 9.4.4 ซึ่งจะต้องประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิจากภายในและภายนอกสถาบันอุดมศึกษาและต้องเป็นระบบเปิดให้ผู้สนใจเข้ารับฟังได้ เกณฑ์การวัดผลสัมฤทธิ์ในการสอบประกอบด้วย องค์ความรู้ใหม่ ซึ่งพิจารณาจากข้อความแห่งการริเริ่มและความรู้ความเข้าใจในคุณฐินิพนธ์ของนักศึกษา

สำหรับผลงานคุณฐินิพนธ์หรือส่วนหนึ่งของคุณฐินิพนธ์ต้องได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่หรืออย่างน้อยได้รับการยอมรับให้ตีพิมพ์ในวารสารระดับนานาชาติที่มีคุณภาพตามประกาศที่คณะกรรมการกำหนด อย่างน้อย 2 เรื่อง หรือผลงานคุณฐินิพนธ์หรือส่วนหนึ่งของคุณฐินิพนธ์ต้องได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่หรืออย่างน้อยได้รับการยอมรับให้ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารระดับนานาชาติที่มีคุณภาพตามประกาศที่คณะกรรมการกำหนดอย่างน้อย 1 เรื่อง และเป็นผลงานนวัตกรรม หรือผลงานสร้างสรรค์ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ เชิงสังคมและเศรษฐกิจอย่างน้อย 1 เรื่อง หรือได้รับสิทธิบัตรอย่างน้อย 1 สิทธิบัตร

กรณีผลงานนวัตกรรม หรือผลงานสร้างสรรค์ คุณฐินิพนธ์ต้องได้รับการประเมินจากคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกในสาขาเดียวกันหรือเกี่ยวข้องอย่างน้อย 3 คน ที่เป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์สูงเป็นที่ยอมรับ โดยได้รับความเห็นชอบจากสภาสถาบันอุดมศึกษา

สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาเอกกลุ่มสาขาวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์อาจเผยแพร่ในวารสารระดับชาติที่มีคุณภาพตามที่คณะกรรมการกำหนด

แผน 2 ศึกษารายวิชาครบถ้วนตามที่กำหนดในหลักสูตร

โดยจะต้องได้ระดับคะแนนเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 3.00 จากระบบ 4 ระดับคะแนนหรือเทียบเท่า สอบผ่านการสอบวัดคุณสมบัติเพื่อเป็นผู้มีสิทธิขอทำคุณฐินิพนธ์ เสนอคุณฐินิพนธ์ และสอบผ่านการสอบปากเปล่าขั้นสุดท้ายที่สถาบันอุดมศึกษานั้นแต่งตั้ง ซึ่งจะต้องประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิจากภายในและภายนอกสถาบันอุดมศึกษา และต้องเป็นระบบเปิดให้ผู้สนใจเข้ารับฟังได้จนบรรลุผลลัพท์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับบัณฑิตศึกษา

สำหรับการสอบปากเปล่าให้ดำเนินการโดยคณะกรรมการสอบคุณฐินิพนธ์ที่สถาบันอุดมศึกษานั้นแต่งตั้ง ตามข้อ 9.4.4 ซึ่งจะต้องประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิจากภายในและภายนอกสถาบันอุดมศึกษา และต้องเป็นระบบเปิดให้

ผู้สนใจเข้ารับฟังได้เกณฑ์การวัดผลสัมฤทธิ์ในการสอบประกอบด้วย องค์ความรู้ใหม่ซึ่งพิจารณาจากข้อความแห่งการริเริ่มและความรู้ความเข้าใจในดุชฎินิพนธ์ของนักศึกษา

สำหรับผลงานดุชฎินิพนธ์หรือส่วนหนึ่งของดุชฎินิพนธ์ต้องได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ หรืออย่างน้อยได้รับการยอมรับให้ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารระดับนานาชาติที่มีคุณภาพตามประกาศที่คณะกรรมการกำหนด หรือได้รับสิทธิบัตร หรือเป็นผลงานนวัตกรรม หรือผลงานสร้างสรรค์ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ เชิงสังคมและเศรษฐกิจ กรณีผลงานนวัตกรรม หรือผลงานสร้างสรรค์ ดุชฎินิพนธ์ต้องได้รับการประเมินจากคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกในสาขาเดียวกันหรือเกี่ยวข้องอย่างน้อย 3 คน ที่เป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์สูงเป็นที่ยอมรับ โดยได้รับความเห็นชอบจากสภาสถาบันอุดมศึกษา

สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาเอกกลุ่มสาขาวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์อาจเผยแพร่ในวารสารระดับชาติที่มีคุณภาพตามที่คณะกรรมการกำหนด

การควบคุมดูแล การให้คำปรึกษาวิชาการและแนะแนว

หลักสูตรมีการจัดระบบการดูแลนักศึกษาของอาจารย์ที่ปรึกษาและการกำกับให้มีสัดส่วนระหว่างจำนวนของอาจารย์และนักศึกษาอย่างเหมาะสม เพื่อให้นักศึกษาได้รับการดูแลจากอาจารย์ที่ปรึกษา โดยอาจารย์ที่ปรึกษามีการจัดสรรเวลาเพื่อให้คำปรึกษาในด้านต่าง ๆ เช่น การลงทะเบียนเรียน การวางแผนการเรียน รวมถึงการได้รับความช่วยเหลือด้านอื่น ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในระหว่างการเรียนรู้ โดยนักศึกษามีช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับอาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ประจำวิชาที่หลากหลาย เช่น การเข้าพบ โทรศัพท์ และเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่าง ๆ

การคงอยู่ การสำเร็จการศึกษา

มีอาจารย์ประจำหลักสูตรเป็นที่ปรึกษาดุชฎินิพนธ์ ทำให้มีอัตราการคงอยู่และการสำเร็จการศึกษาในระดับดีหลักสูตรฯ จัดทำแผนในการพัฒนานักศึกษาด้านอื่น ๆ นอกจากการเรียนเพื่อผลิตดุชฎินิพนธ์ที่เชี่ยวชาญทั้งด้านวิชาการและมีจริยธรรมคุณธรรม

ในช่วง 6 หน่วยกิตแรกของการทำวิจัย มีการจัดโครงการพัฒนาศักยภาพในการทำวิจัยใน 2 ลักษณะ 1) มีการจัดค่ายวิจัย (Thesis workshop) และ 2) มีการจัดงานสัมมนา D.Com.Arts Seminar ภายหลังค่ายวิจัย มีการสำรวจความต้องการของนักศึกษาเกี่ยวกับอาจารย์ที่ปรึกษา 2 อันดับ และเสนอเป็นวาระเพื่อพิจารณาในที่ประชุมคณะกรรมการบัณฑิตศึกษา คณะนิเทศศาสตร์ เพื่อพิจารณาอาจารย์ที่ปรึกษา และมีการแต่งตั้งอาจารย์ที่ปรึกษาอย่างเป็นทางการ และอาจารย์ให้คำปรึกษานักศึกษาเพื่อสอบโครงร่างดุชฎินิพนธ์โดยมีปฏิทินการทำดุชฎินิพนธ์เป็นกรอบในการควบคุม ดูแลให้คำปรึกษา มีการประชุมนักศึกษาถึงขั้นตอนและข้อปฏิบัติต่าง ๆ เพื่อให้ให้นักศึกษาเตรียมตัวในงานสัมมนา D.Com.Arts Seminar เพื่อผลักดันให้นักศึกษาสอบโครงร่างดุชฎินิพนธ์ตามกรอบเวลาที่กำหนด

โดยตลอดระยะเวลาการศึกษาในหลักสูตร นักศึกษาจะมีที่ปรึกษากิจการเพื่อให้คำปรึกษาแนะนำในการจัดทำกิจกรรม จัดโครงการสัมมนาวิชาการ การศึกษาดูงาน การฝึกอบรมเพื่อเพิ่มทักษะการวิจัยและการจัดทำและ

การเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ เป็นประจำทุกปีการศึกษา เพื่อให้นักศึกษาได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านและเพื่อให้ได้ความรู้ใหม่ที่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกการสื่อสารการตลาดในศตวรรษที่ 21

เอกสารแนบท้ายประกาศมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ที่ 186 /2566

เรื่อง เกณฑ์ผลการสอบภาษาอังกฤษของผู้เข้าศึกษาและสำเร็จการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ตารางเปรียบเทียบระดับ CEFR และผลคะแนนมาตรฐานภาษาอังกฤษ

ระดับ CEFR*	ผลคะแนนมาตรฐานภาษาอังกฤษ			
	UTCC BEST	IELTS	TOEIC	TOEFL (iBT)
A1 Beginner	115-224 (Poor)	n/a	120-220	17-29
A2 Elementary	225-289 (Below Average) 290-354 (Average)	2.0-3.5	225-545	30-41
B1 Intermediate	355-421 (Fair) 422-484 (Good)	4.0-4.5	550-780	42-71
B2 Upper Intermediate	485-600 (Very Good)	5.0-6.0	785-940	72-94
C1 Advanced	485-600 (Very Good)	6.5-7.0	945-990	95-113
C2 Advanced	n/a	n/a	n/a	114-120

* CEFR คือ เกณฑ์มาตรฐานของ The Common European Framework of Reference (CEFR)