



รายละเอียดของรายวิชา(Course Specification)

รหัสวิชา DMK3201 รายวิชา การจัดการข้อมูลสำหรับการตลาดดิจิทัล
สาขาวิชาการตลาดดิจิทัลวิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ภาคการศึกษา ๒ ปีการศึกษา ๒๕๖๘

หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

๑. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา DMK3201
ชื่อรายวิชาภาษาไทย การจัดการข้อมูลสำหรับการตลาดดิจิทัล
ชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ Data Management for Digital Marketing

๒. จำนวนหน่วยกิต

๓ หน่วยกิต (๒-๒-๕)

๓. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

๓.๑ หลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาดดิจิทัล
๓.๒ ประเภทของรายวิชา หมวดวิชาเฉพาะด้าน วิชาบังคับ

๔. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

๔.๑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา อาจารย์สถาปัตยกรรม กิลาสเ
๔.๒ อาจารย์ผู้สอน อาจารย์สถาปัตยกรรม กิลาสเ

๕. สถานที่ติดต่อ

อาคาร ๓๗ ชั้น ๓

๖. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

๖.๑ ภาคการศึกษาที่ ๑/๒ ชั้นปีที่ ๓
๖.๒ จำนวนผู้เรียนที่ได้รับได้ ประมาณ ๖๐ คน

๗. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน(Pre-requisite) (ถ้ามี)ไม่มี

๘. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน(Co-requisites)(ถ้ามี) ไม่มี

๙. สถานที่เรียน

อาคาร ๓๗ ห้องเรียน ๓๗๓๔

๑๐. วันที่จัดทำหรือปรับปรุง

วันที่ ๑ เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๘

รายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อให้ศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบฐานข้อมูลและการจัดการข้อมูลในบริบทการตลาดดิจิทัล

เพื่อให้ศึกษามีทักษะในการวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าและนำมาประยุกต์ใช้ในการวางแผนการตลาดดิจิทัล

๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้เนื้อหาสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีการจัดการข้อมูลในยุคดิจิทัล

และให้ศึกษามีความสามารถในการใช้เครื่องมือ Data Analytics สมัยใหม่ รวมถึงสร้างความตระหนักรู้ด้านจริยธรรมและกฎหมาย PDPA ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล

หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

๑. คำอธิบายรายวิชา

หลักการและแนวคิดในการจัดการข้อมูลสำหรับการตลาดดิจิทัล โครงสร้างฐานข้อมูลเชิงสัมพันธ์และฐานข้อมูลไม่มีโครงสร้าง ประเภทข้อมูลการตลาดดิจิทัล (First, Second, Third-party Data) การรวบรวมและจัดเก็บข้อมูลลูกค้าผ่าน Customer Data Platform (CDP) และ CRM เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytics) และการนำเสนอข้อมูลด้วยภาพ (Data Visualization) Marketing Automation การทำ Personalization Marketing การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและกฎหมาย PDPA แนวโน้ม Big Data และ AI ในการตลาดดิจิทัล

Principles and concepts of data management for digital marketing; relational and non-relational database structures; types of digital marketing data including first, second, and third-party data; customer data collection and storage via Customer Data Platform (CDP) and CRM; data analytics tools and data visualization; marketing automation and personalization marketing; data security and PDPA compliance; trends in Big Data and AI for digital marketing.

๒. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย (ชั่วโมง)	สอนเสริม (ชั่วโมง)	การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน(ชั่วโมง)	การศึกษาด้วยตนเอง (ชั่วโมง)
บรรยาย ๓ ชั่วโมงต่อสัปดาห์	ตามความต้องการของนักศึกษาเฉพาะราย	ไม่มี	๓ ชั่วโมง/สัปดาห์

๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

(ผู้รับผิดชอบรายวิชาโปรดระบุข้อมูล ตัวอย่างเช่น ๑ ชั่วโมง / สัปดาห์)

๓.๑ ปรึกษาด้วยตนเองที่ห้องพักอาจารย์ผู้สอน ห้องพักอาจารย์ ชั้น ๓ อาคาร ๓๗ วิทยาลัยนวัตกรรมฯ

๓.๒ ปรึกษาผ่านโทรศัพท์ที่ทำงาน / มือถือ หมายเลข ๐๒๑๖๐๑๑๘๘

๓.๓ ปรึกษาผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail)

๓.๔ ปรึกษาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook/Twitter/Line) -

๓.๕ ปรึกษาผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Internet/Webboard)

หมวดที่ ๔ การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

๑. คุณธรรม จริยธรรม

๑.๑ คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

๑.๑ คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- (๑) ตระหนักในคุณค่าทางด้าน คุณธรรม จริยธรรม มีความซื่อสัตย์สุจริตและเสียสละต่อวิชาชีพและสังคม
- (๒) มีวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่อตนเอง และอุทิศเวลาในการทำงานในวิชาชีพ
- (๓) มีน้ำใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ที่เกี่ยวข้องและคนในสังคม
- (๔) เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ โดยยึดหลักตามรัฐธรรมนูญ ปีพ.ศ.2550(5)
- (๕) เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรและสังคม
- (๖) มีความเชื่อมั่นในตนเองและกล้าแสดงความคิดเห็นต่อหน้าสาธารณชน ในทางที่ถูกต้อง
- (๗) มีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพของตนเองอย่างเคร่งครัด

๑.๒ วิธีการสอน

- (๑) บรรยายพร้อมยกตัวอย่างกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแบบอย่างแก่นักศึกษา
- (๒) อภิปรายกลุ่ม
- (๓) อาจารย์ผู้สอนสอดแทรกคุณธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพในการสอน

๑.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) นักศึกษาเข้าเรียนไม่ต่ำกว่า ๘๐% ของชั่วโมงเรียนตลอดภาคการศึกษา
- (๒) ส่งงานที่ได้รับมอบหมายตามขอบเขตที่ให้และตรงเวลา
- (๓) มีการอ้างอิงเอกสารที่ได้นำมาทำรายงาน อย่างถูกต้องและเหมาะสม
- (๔) ประเมินผลการวิเคราะห์กรณีศึกษา
- (๕) ไม่มีการทุจริตการสอบ

๒. ความรู้

๒.๑ ความรู้ที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีความรอบรู้พื้นฐานในศาสตร์ที่เกี่ยวข้องทั้งทางสาขาวิชาการและสาขาวิชาชีพอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถประยุกต์ได้อย่างเหมาะสม และศึกษาต่อในระดับสูง
- (๒) มีความรู้ที่ทันสมัย และสามารถพัฒนาความรู้ ของตนเองเพื่อไปใช้ในการวางแผนพัฒนาในสายงานแลพัฒนาสังคม
- (๓) มีความรู้ ความสามารถและความล้ำสมัย อยู่เสมอสำหรับการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- (๔) สามารถติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการและวิวัฒนาการทางการตลาดโดยเฉพาะทางด้าน

สารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถนำไปประยุกต์
ใช้ได้เป็นอย่างดี

- (๕) มีความรู้ ความเข้าใจ และสนใจพัฒนาความรู้ ความชำนาญ ของตนเองอย่างต่อเนื่อง
- (๖) มีความรู้อย่างกว้างขวางในสาขาวิชาที่ศึกษาเพื่อให้สังเกตเห็นการเปลี่ยนแปลงอันอาจเกิดขึ้นในอนาคต

๒.๒ วิธีการสอน

บรรยาย ปฏิบัติ อภิปราย การทำงานกลุ่ม การนำเสนอรายงาน การวิเคราะห์กรณีศึกษา
และมอบหมายให้ค้นคว้าหาบทความ ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง โดยนำมาสรุปและนำเสนอ
และการจัดทำโครงการเพื่อให้ผู้เรียนได้นำความรู้ที่ได้ศึกษามาใช้ การศึกษาโดยผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง
รู้จักการการค้นคว้าด้วยตนเองโดยมีอาจารย์เป็นผู้ให้คำแนะนำ (การสอนแนวพี่เลี้ยง
อาจารย์จะทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงโดยให้นักศึกษาค้นคว้าเนื้อหาเกี่ยวกับบทเรียน โดยมีอาจารย์คอยแนะนำ)

๒.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) สอบกลางภาค สอบปลายภาค ด้วยข้อสอบที่เน้นการวัดด้านความเข้าใจมากกว่าท่องจำ
การวิเคราะห์และการประยุกต์ใช้
- (๒) ประเมินผลจากรายงานหรือโครงการที่มอบหมาย
- (๓) วิเคราะห์กรณีศึกษา

๓. ทักษะทางปัญญา

๓.๑ ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- (๑) หลักคิดต้องมีวิจารณ์ญาณและความคิดต้องเป็นอย่างระบบ
- (๒) สามารถสืบค้น ศึกษา และประเมินข้อมูลสารสนเทศ เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์
- (๓) สามารถรวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ และสรุปประเด็นปัญหาและความต้องการ
- (๔) สามารถประยุกต์ความรู้และทักษะในการงานด้านวิชาชีพมาใช้ในการแก้ไขปัญหาที่
เกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสม

๓.๒ วิธีการสอน

- (๑) การมอบหมายให้นักศึกษาทำโครงการพิเศษ และนำเสนอ
- (๒) อภิปรายกลุ่มและสรุปแนวคิดของนักศึกษา
- (๓) ฝึกให้วิเคราะห์ปัญหาจากกรณีศึกษาที่มีผู้ศึกษาไว้แล้ว โดยให้ไปค้นคว้าจากเอกสารต่าง ๆ
- (๔) การฝึกปฏิบัติจริง

๓.๓ วิธีการประเมินผล

สอบกลางภาคและปลายภาค

โดยเน้นข้อสอบที่มีการวิเคราะห์และออกแบบระบบงานเพื่อวัดความเข้าใจและความสามารถในการประยุกต์
และการทำโครงการของนักศึกษา

๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

๔.๑ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- (๑) สามารถสื่อสารทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศกับกลุ่มคนหลากหลายได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- (๒) สามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในการแก้ไขปัญหาสถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งในบทบาทของผู้นำ หรือในบทบาทของผู้ร่วมทีมทำงาน
- (๓) สามารถใช้ความรู้ในศาสตร์มาชี้นำสังคมในประเด็นที่เหมาะสม
- (๔) มีความรับผิดชอบในการกระทำของตนเองและรับผิดชอบงานในกลุ่ม
- (๕) สามารถเป็นผู้ริเริ่มแสดงประเด็นในการแก้ไขสถานการณ์ทั้งส่วนตัวและส่วนรวม

พร้อมทั้งแสดงจุดยืนอย่างพอเหมาะทั้งของตนเองและของกลุ่ม

- (๖) มีความรับผิดชอบการพัฒนาการเรียนรู้ทั้งของตนเองและทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง

๔.๒ วิธีการสอน

- (๑) มอบหมายงานกลุ่มในการจัดทำโครงการงาน
- (๒) มอบหมายงานรายกลุ่ม

การนำเสนอรายงานและโครงการงาน

๔.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินจากโครงการงาน การนำเสนอโครงการงาน และพฤติกรรมการทำงานกลุ่ม
- (๒) การประเมินโครงการงานและรายงานจากเพื่อนผู้เรียนด้วยกัน โดยมีแบบฟอร์ม

๕. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

๕.๑ ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีทักษะการใช้เครื่องมือที่จำเป็นที่มีอยู่ในปัจจุบันต่อการทำงานโดยเฉพาะคอมพิวเตอร์อย่างมีประสิทธิภาพ
- (๒) สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพทั้งปากเปล่าและการเขียน พร้อมทั้งเลือกใช้รูปแบบของสื่อการนำเสนอได้อย่างเหมาะสม
- (๓) สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม

๕.๒ วิธีการสอน

- (๑) มอบหมายงานให้ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง จาก website สื่อการสอน e-learning และทำโครงการเกี่ยวกับการจัดการเชิงกลยุทธ์ โดยเน้นการอ้างอิงข้อมูลจากแหล่งที่มาข้อมูลที่น่าเชื่อถือทั้งภาครัฐและเอกชน
- (๒) นำเสนอโดยใช้รูปแบบและเทคโนโลยีที่เหมาะสม

๕.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) การจัดทำรายงาน และนำเสนอด้วยสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ
- (๒) การมีส่วนร่วมในการอภิปรายและวิธีการอภิปรายในห้องเรียน

๖. ด้านอื่นๆ

ไม่มี

หมายเหตุ

- สัญลักษณ์ หมายถึง ความรับผิดชอบหลัก
- สัญลักษณ์ หมายถึง ความรับผิดชอบรอง

เว้นว่าง หมายถึง ไม่ได้รับผิดชอบ

ซึ่งจะปรากฏอยู่ในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

หมวดที่ ๕ แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน(ชม.)	กิจกรรมการเรียนการสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
๑	แนะนำรายวิชาและภาพรวมการจัดการข้อมูลสำหรับการตลาดดิจิทัล	๓	• บรรยายและอภิปราย • แนะนำแผนการเรียน	อ.สถาปัตยกรรม กิลลาโส
๒-๓	พื้นฐานระบบฐานข้อมูลและการจัดการข้อมูล (Database Fundamentals)	๖	• บรรยายและสาธิต • Workshop ออกแบบ ER Diagram	อ.สถาปัตยกรรม กิลลาโส
๔	ประเภทของข้อมูลการตลาดดิจิทัล (First, Second, Third-party Data)	๓	• บรรยายพร้อมกรณีศึกษา • อภิปรายกลุ่ม	อ.สถาปัตยกรรม กิลลาโส
๕-๖	Customer Data Platform (CDP) และการรวมข้อมูลลูกค้า	๖	• บรรยายและสาธิตระบบ CDP • กรณีศึกษาองค์กรที่นำ CDP ไปใช้	อ.สถาปัตยกรรม กิลลาโส
๗	CRM และการจัดการความสัมพันธ์ลูกค้าด้วยข้อมูล	๓	• บรรยายและสาธิต CRM Tools • Workshop Customer Segment	อ.สถาปัตยกรรม กิลลาโส
๘	สอบกลางภาค	-	• ข้อสอบครอบคลุม ลำดับที่ ๑-๗	อ.สถาปัตยกรรม กิลลาโส
๙	Data Analytics สำหรับการตลาดดิจิทัล	๓	• บรรยายและฝึกปฏิบัติ • ใช้ Google Analytics 4	อ.สถาปัตยกรรม กิลลาโส
๑๐	Data Visualization และการนำเสนอข้อมูลการตลาด	๓	• Workshop Looker Studio / Google Data Studio • ออกแบบ Dashboard	อ.สถาปัตยกรรม กิลลาโส
๑๑	Marketing Automation และการใช้ข้อมูลอัตโนมัติ	๓	• บรรยายพร้อมสาธิต • กรณีศึกษา Marketing Automation	อ.สถาปัตยกรรม กิลลาโส
๑๒	Personalization Marketing ด้วยข้อมูล	๓	• บรรยายและอภิปราย • Workshop ออกแบบ Personalized Campaign	อ.สถาปัตยกรรม กิลลาโส
๑๓	PDPA และจริยธรรมการจัดการข้อมูล (Data Ethics & Privacy)	๓	• บรรยายกฎหมาย PDPA • Case Study การละเมิดข้อมูล	อ.สถาปัตยกรรม กิลลาโส
๑๔	Big Data และ AI ในการตลาดดิจิทัล	๓	• บรรยายและสาธิตเครื่องมือ AI • อภิปรายแนวโน้ม Big Data	อ.สถาปัตยกรรม กิลลาโส
๑๕-๑๖	โครงการ: วิเคราะห์ข้อมูลการตลาดดิจิทัลและนำเสนอผล	๖	• นักศึกษานำเสนอโครงการ • ประเมินผลการวิเคราะห์ข้อมูล	อ.สถาปัตยกรรม กิลลาโส
๑๗	สอบปลายภาค	-	• ข้อสอบครอบคลุม ลำดับที่ ๙-๑๔	อ.สถาปัตยกรรม กิลลาโส

๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

(ระบุวิธีการประเมินผลการเรียนรู้หัวข้อย่อยแต่ละหัวข้อตามที่ปรากฏในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบของรายวิชา (Curriculum Mapping) ตามที่กำหนดในรายละเอียดของหลักสูตรสัปดาห์ที่ประเมินและสัดส่วนของการประเมิน)

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผลการเรียนรู้	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
๑.๑-๑.๓	งานที่ได้รับมอบหมายและการเข้าเรียน	๑-๗, ๙-๑๕	๑๐
๑.๑-๒.๔	สอบกลางภาค	๘	๓๐
๓.๑-๓.๓	โครงการวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอ	๑๕-๑๖	๓๐
๑.๑-๕.๓	สอบปลายภาค	๑๗	๓๐

หมวดที่๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

๑. ตำราและเอกสารหลัก

-

๒. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

-

๓. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

หมวดที่๗ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

๑. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

ให้นักศึกษาประเมินประสิทธิผลของรายวิชา ได้แก่ วิธีการสอน การจัดกิจกรรมในและนอกห้องเรียน และสิ่งสนับสนุนการเรียนการสอนของอาจารย์ ซึ่งมีผลกระทบต่อการเรียนรู้ และผลการเรียนรู้ที่ได้รับพร้อมข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงอาจารย์และแนวทางการเรียนการสอนแบบ ผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง

๒. กลยุทธ์การประเมินการสอน

ประเมินโดยวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการโดยมีการแต่งตั้งคณะกรรมการประเมิน หรือจากการสังเกตการสอนโดยอาจารย์ผู้ควบคุมดูแลรายวิชา และผลการเรียนของนักศึกษา

๓. การปรับปรุงการสอน

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการกำหนดให้อาจารย์ผู้สอนหรืออาจารย์ผู้ควบคุมดูแลรายวิชานั้น ทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์และวิธีการสอนจากผลการประเมินประสิทธิภาพของรายวิชา แล้วจัดทำรายงานเมื่อสอนจบภาคเรียน

๔. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

ในระหว่างกระบวนการสอนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ในรายหัวข้อ ตามที่คาดหวังจากการเรียนรู้ในวิชา ได้จากการสอบถามนักศึกษา หรือการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษา รวมถึงพิจารณาจากผลการทดสอบย่อย และหลังการออกผลการเรียนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์โดยรวมในรายวิชา เช่น การสอบ pre-test และ post-test

๕. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

สาขามีระบบการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา โดยพิจารณาจากผลการประเมินการสอนโดยนักศึกษา การรายงานรายวิชาโดยอาจารย์ผู้สอน หลังการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา อาจารย์ผู้สอนรับผิดชอบในการทบทวนเนื้อหาที่สอนและกลยุทธ์การสอนที่ใช้ และนำเสนอแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาในรายงานรายวิชา เสนอต่อที่ประชุมอาจารย์ประจำหลักสูตรพิจารณาให้ความคิดเห็นและสรุปวางแผนพัฒนาปรับปรุงพร้อมนำเสนอวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ เพื่อใช้ในการสอนครั้งต่อไป

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)
 ตามที่ปรากฏในรายละเอียดของหลักสูตร (Programme Specification) มคอ. ๒

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม							ความรู้					ทักษะทางปัญญา			ทักษะความสัมพันธ์ พันธะระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ				ทักษะการวิเคราะห์เชิง ตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีส ารสนเทศเชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศ				ทักษะ ด้านอื่น น ๑
	<input type="checkbox"/> ความรับผิดชอบหลัก							<input type="checkbox"/> ความรับผิดชอบรอง																
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗	๑	๒	๓	๔	๕	๑	๒	๓	๑	๒	๓	๑	๒	๓	๔		
DMK3201การจัดการข้อมูลสำหรับการตลาดดิจิทัล	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		

ความรับผิดชอบในแต่ละด้านสามารถเพิ่มลดจำนวนได้ตามความรับผิดชอบ