

รายงานการประเมินตนเองสำหรับการประกันคุณภาพภายใน ปีการศึกษา 2566

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล

มหาวิทยาลัยแม่โจ้-แพร่ เฉลิมพระเกียรติ

| | หน้า |
|---|------|
| ส่วนที่ 1 | |
| <u>ส่วนนำ</u> | ก |
| 1.1 บทสรุปผู้บริหาร | ข |
| 1.2 วิธีการจัดทำรายงานการประเมินตนเอง | ค |
| 1.3 ข้อมูลพื้นฐาน | ค |
| 1.3.1 ภาพรวมของมหาวิทยาลัย | ค |
| 1.3.2 ภาพรวมของคณะ | จ |
| 1.3.3 ภาพรวมของหลักสูตร | จ |
| ส่วนที่ 2 | |
| <u>ตัวบ่งชี้ 1.1การกำกับมาตรฐานหลักสูตรตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรที่กำหนดโดย สป.อว.</u> | |
| <u>ผลการดำเนินงานตามเกณฑ์ AUN OA C1 – C8</u> | 1 |
| Criterion 1 Expected Learning Outcome | 2 |
| Criterion 2 Programme Structure and Content | 11 |
| Criterion 3 Teaching and Learning Approach | 18 |
| Criterion 4 Student Assessment | 27 |
| Criterion 5 Academic Staff | 34 |
| Criterion 6 Student Support Services | 41 |
| Criterion 7 Facilities and Infrastructure | 46 |
| Criterion 8 Output and Outcomes | 53 |
| ส่วนที่ 3 | |
| <u>การวิเคราะห์จุดแข็งและข้อจำกัดของหลักสูตร</u> | |
| 3.1 จุดแข็งและข้อจำกัดของหลักสูตร | 58 |
| 3.2 แผนการพัฒนาของหลักสูตร | 58 |
| 3.3 ผลการประเมินตนเองของหลักสูตร | 58 |
| ส่วนที่ 4 | |
| <u>ภาคผนวก (ใช้การอ้างอิงในระบบ erp)</u> | |
| ข้อมูลพื้นฐาน Common Data Set ของหลักสูตร | 65 |

