

ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และ
การตลาดออนไลน์

รายงานผลการประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน
โดยคณะผู้ประเมินคุณภาพภายใน
มหาวิทยาลัยเกริก

รายนามคณะผู้ประเมินคุณภาพภายใน

- | | |
|--|---------------------|
| 1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนตติ พิพัฒนางกูร | ประธานกรรมการ |
| 2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประคอง สุคนธ์จิตต์ | กรรมการ |
| 3) นางสาวธนกานต์ พิศนอก | กรรมการและเลขานุการ |

วัน / เดือน / ปีที่ประเมิน วันจันทร์ที่ 16 มิถุนายน พ.ศ. 2568

ชื่อหน่วยงาน ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ มหาวิทยาลัยเกริก

สรุปข้อมูลพื้นฐานของหน่วยงาน

ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ ตั้งอยู่ที่ อาคาร ดร.เกริก ชั้น 1 มหาวิทยาลัยเกริก เป็นหน่วยงานที่อยู่ภายใต้การกำกับของรองอธิการบดีฝ่ายกิจการพิเศษและผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายการตลาด โดยศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ มีหน้าที่รับผิดชอบในการพัฒนาภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัยเกริก เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารการรับสมัครนักศึกษาใหม่ เพื่อจูงใจนักเรียนและนักศึกษาให้มาศึกษาที่มหาวิทยาลัย โดยเฉพาะนักเรียนที่สำเร็จการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย อาชีวศึกษา ปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก ให้มาสมัครเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก โดยทำการตลาดแบบออนไลน์ผ่านสื่อโฆษณา อิเล็กทรอนิกส์ให้บุคคลภายนอกได้รับรู้ข่าวสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีต่อมหาวิทยาลัยเกริก

ปัจจุบันศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ มีบุคลากรประจำศูนย์ฯ จำนวนทั้งสิ้น 8 คน ได้แก่ หัวหน้าศูนย์ฯ จำนวน 1 คน และเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ฯ จำนวน 7 คน

ขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบ

- รับผิดชอบนโยบายด้านการพัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์จากผู้บริหารมหาวิทยาลัยเกริก
- บริหารงานของศูนย์ฯ วางแผนงานการดำเนินงานการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์เพื่อสร้างภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์
- สั่งการและควบคุมดูแลการปฏิบัติงานของบุคลากรภายในศูนย์ฯ
- วางแผนการประชาสัมพันธ์เชิงรุกสำหรับการตลาดออนไลน์
- บริหารจัดการสื่อออนไลน์ New Media, Social media รวมถึงวางแผนการสื่อสารการตลาดออนไลน์สำหรับการประชาสัมพันธ์การรับสมัครนักศึกษาใหม่
- คิดสร้างสรรค์ ออกแบบ แนวคิด (Concept) สร้าง Content เพื่อใช้ในการทำการตลาดออนไลน์
- จัดทำสื่อ Digital เพื่อการประชาสัมพันธ์การตลาดผ่านช่องทาง Social Media เพื่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่
- จัดทำภาพประกอบการเขียนเนื้อหา Content ลงใน Facebook ของมหาวิทยาลัยสำหรับงานการตลาดออนไลน์
- งานรับสมัครนักศึกษา ให้บริการด้านข้อมูลหลักสูตรที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยเกริก ระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และระดับปริญญาเอก ทั้งภาคปกติ ภาคพิเศษ และหลักสูตรออนไลน์ ตลอดจนการให้ข้อมูลการสมัครเรียนและการออกรหัสนักศึกษา
- จัดงานรายงานตัวรับนักศึกษาใหม่ ประจำปีการศึกษา เพื่อให้นักศึกษาใหม่ได้ลงทะเบียนเรียนและพบปะอาจารย์ที่ปรึกษา
- ปฏิบัติหน้าที่อื่นตามที่ได้รับมอบหมายจากผู้บังคับบัญชา

ปรัชญา ปณิธาน และภารกิจหลัก คือ

ปรัชญา (Philosophy)

วิชา จรณ สมปนโน

“ความรู้ทำให้องอาจ”

ปณิธาน : มุ่งเน้นการให้บริการและประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับมหาวิทยาลัยเกริก พัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์และการโฆษณาให้ทันสมัยผ่านสื่อออนไลน์และออฟไลน์ทุกรูปแบบ ให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย ทันสมัยเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

ภารกิจหลักของศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ ประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่

1. พัฒนาและเผยแพร่ภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัยเกริก
2. โฆษณา ประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร หลักสูตร รับสมัครนักศึกษา ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์
3. ให้ข้อมูลรายละเอียดการรับสมัคร แนะนำหลักสูตร และรับสมัครนักศึกษาผ่านทางช่องทางออนไลน์
4. จัดงานต้อนรับนักศึกษาใหม่ ประจำปีการศึกษาต่างๆ เพื่อเป็นการต้อนรับนักศึกษาใหม่สำหรับการลงทะเบียนและพบอาจารย์ที่ปรึกษา

วิธีประเมิน

1. การวางแผนและการประเมิน

การเตรียมการและวางแผนก่อนตรวจเยี่ยม

คณะกรรมการผู้ตรวจประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน ของศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ กำหนดการตรวจรายงานการประเมินตนเองของศูนย์ฯ ในวันที่จันทร์ที่ 16 มิถุนายน 2568 เวลา 09.00 น.-12.00 น. ณ ห้อง 1217 ชั้น 2 อาคารมังคละพฤกษ์ ทางคณะกรรมการฯ ได้ใช้เวลาในการตรวจประเมิน 1 วัน ก่อนการตรวจประเมิน ประธานกรรมการฯ มอบหมายให้คณะกรรมการฯ อ่านรายงานการประเมินตนเองของศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ มาก่อนล่วงหน้าและในวันตรวจประเมินให้คณะกรรมการฯ ได้ช่วยกันพิจารณาหลักฐานที่ละองค์ประกอบไปพร้อมๆ กัน

นอกจากนี้ในกรณีที่มีประเด็นข้อสงสัย คณะกรรมการฯ ได้ประสานงานกับบุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องในแต่ละองค์ประกอบได้เข้าชี้แจงเพื่อให้ข้อมูลเพิ่มเติม รวมทั้งได้ให้บุคลากรของศูนย์ฯ ร่วมแสดงความคิดเห็น หลังจากเสร็จสิ้นการตรวจประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน คณะกรรมการฯ เชิญหัวหน้าศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์และเจ้าหน้าที่ศูนย์ฯ เข้ารับฟังผลการตรวจประเมิน

การดำเนินการระหว่างตรวจเยี่ยม (ศึกษาเอกสาร/เยี่ยมชมสภาพจริง/สัมภาษณ์ผู้มีส่วน ได้ส่วนเสีย)

ก่อนดำเนินการตรวจประเมิน ประธานกรรมการฯ ได้กล่าวกับหัวหน้าศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์ และการตลาดออนไลน์และบุคลากรของศูนย์ฯ ถึงแนวทางในการตรวจประเมิน และหัวหน้าศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ ได้กล่าวต้อนรับและอธิบายลักษณะการบริหารงานของศูนย์ฯ เกี่ยวกับการจัดทำรายงานการประเมินตนเองครั้งนี้ จากนั้นคณะกรรมการฯ ได้ดำเนินการตรวจรายงานการประเมินตนเองของศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ ตามองค์ประกอบที่ 1, 2 และ 7 พร้อมตรวจสอบเอกสารหลักฐานว่ามีน้ำหนักเพียงพอตามตัวบ่งชี้ขั้นนั้นๆ หรือไม่ สำหรับในประเด็นที่ไม่สามารถหาข้อชี้ชัดได้จากหลักฐานที่มีอยู่ คณะกรรมการฯ ได้ดำเนินการสอบถามและขอข้อมูลเพิ่มเติมจากเจ้าหน้าที่ของศูนย์ฯ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรง และได้มีการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการของศูนย์ฯ จำนวน 2 คน ซึ่งประกอบด้วย

อาจารย์

1. อาจารย์แสงตะวัน ปากสมุทร
อาจารย์ประจำวิทยาลัยนานาชาติภาษาและวัฒนธรรมจีน

เจ้าหน้าที่

1. นางสาวปิยะธิดา คลาดโรค
นักศึกษาวិทยาลัยนานาชาติภาษาและวัฒนธรรมจีน สาขาภาษาจีนธุรกิจ

การดำเนินการหลังตรวจเยี่ยม

หลังจากคณะกรรมการฯ ได้ตรวจเอกสารหลักฐานของศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์เรียบร้อยแล้ว คณะกรรมการฯ เชิญบุคลากรของศูนย์ฯ เข้ารับฟังผลการตรวจประเมิน และซักถามเพิ่มเติมในประเด็นที่ยังหาข้อสรุปได้ไม่ชัดเจน คณะกรรมการฯ ได้ให้ข้อเสนอแนะในรายละเอียดของเล่มรายงานการประเมินตนเอง และข้อเสนอแนะต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาปรับปรุงรายงานการประเมินตนเองของศูนย์ฯ ในปีต่อไป

ผลการตรวจประเมินครั้งนี้ พบว่าศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ มหาวิทยาลัยเกริก ได้มีการเสนอรายงานการประเมินตนเอง พร้อมหลักฐานที่สอดคล้องกับความคิดเห็นของคณะกรรมการฯ

2. วิธีการตรวจสอบความถูกต้องน่าเชื่อถือของข้อมูล

คณะกรรมการฯ ตรวจสอบความถูกต้องน่าเชื่อถือของรายงานประเมินตนเอง (SAR) โดยทำการประเมินแต่ละองค์ประกอบ ส่วนของการสรุป การตรวจสอบเอกสารหลักฐาน ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการเยี่ยมชมสถานที่ ซึ่งผลจากการตรวจสอบเอกสารหลักฐานต่างๆ จะเป็นตัวบ่งชี้ถึงผลการดำเนินงานเป็นไปตามเกณฑ์ที่ได้ตั้งไว้

ผลการประเมินรายตัวบ่งชี้ (รายงานตามตารางที่ ส.1 – ส.2)

ตาราง ส.1 ผลการประเมินรายตัวบ่งชี้ตามองค์ประกอบคุณภาพ

ตัวบ่งชี้คุณภาพ	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน		บรรลุเป้าหมาย	คะแนนประเมิน
		ตัวตั้ง	ผลลัพธ์		
		ตัวหาร			
ตัวบ่งชี้ 1.1 กระบวนการพัฒนาแผน	6		6	P	5.00
ตัวบ่งชี้ 2.1 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อหน่วยงาน	4.53		4.59	P	4.59
ตัวบ่งชี้ 2.20 การพัฒนาระบบสื่อสารองค์กรเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์	5		5	P	5.00
ตัวบ่งชี้ 2.21 การดำเนินการรับนักศึกษา	5		4	O	4.00
ตัวบ่งชี้ 2.23 การส่งรายงานการประเมินตนเอง	5		5	P	5.00
ตัวบ่งชี้ 7.1 การพัฒนาสถาบันสู่องค์กรการเรียนรู้	5		5	P	5.00
ตัวบ่งชี้ 7.2 ระบบบริหารความเสี่ยง	5		5	P	5.00

หมายเหตุ

- หน่วยงานสามารถกำหนดค่าเป้าหมายได้เองตามมติที่ประชุมของหน่วยงาน
- หน่วยงานสามารถกรอกข้อมูลได้กำหนดผลการดำเนินงานในช่องที่กำหนดดังต่อไปนี้
 - ถ้าเป็นตัวบ่งชี้กระบวนการหรือค่าความพึงพอใจให้กรอกข้อมูลที่เป็นผลการดำเนินงานตามจำนวนข้อที่ได้ทำหรือค่าคะแนนความพึงพอใจที่ได้ในช่องผลลัพธ์ แล้วโปรแกรมจะทำการคำนวณโดยอัตโนมัติ
 - ถ้าเป็นตัวบ่งชี้ผลผลิต ที่ต้องแสดงการคำนวณ ให้ใส่ข้อมูลที่เป็นตัวเลขได้ในช่องตัวตั้งตัวหารเท่านั้น แล้วโปรแกรมจะทำการคำนวณโดยอัตโนมัติ
- ในตาราง ส.2 หน่วยงานไม่ต้องกรอกข้อมูลใดๆ โปรแกรมจะดำเนินการคำนวณเองโดยอัตโนมัติ หน่วยงานสามารถกรอกข้อมูลได้ในช่องเป้าหมายและช่องผลดำเนินงานที่เป็นช่องขาวเท่านั้น ในช่องที่มีสีเขียวเข้ม ช่องสีชมพู ช่องบรรลุเป้าหมาย และช่องคะแนนประเมินนั้น ไม่สามารถกรอกข้อมูลได้ เนื่องจากสำนักฯ ได้ตั้งค่าการคำนวณและล็อกไว้ไม่สามารถแก้ไขได้หากต้องการแก้ไขกรุณาแจ้งกลับที่สำนักฯ เพื่อจึงได้ดำเนินการแก้ไข

ตาราง ส 2. ผลการประเมินตนเองตามองค์ประกอบคุณภาพ

องค์ประกอบ	คะแนนการประเมินเฉลี่ย				ผลการประเมิน	หมายเหตุ
	I	P	O	เฉลี่ย		
1. ปรัชญา ปณิธาน วัตถุประสงค์และแผน ดำเนินการ		5.00		5.00	ระดับดีมาก	
2. ภารกิจหลักของหน่วยงาน		4.67	4.59	4.65	ระดับดีมาก	
7. การบริหารจัดการ		5.00		5.00	ระดับดีมาก	
เฉลี่ยรวมทุกตัวบ่งชี้ ของทุกองค์ประกอบ		4.83	4.59	4.80	ระดับดีมาก	

ผลการประเมิน

0.00 - 1.50 การดำเนินงานต้องปรับปรุงเร่งด่วน

1.51 - 2.50 การดำเนินงานต้องปรับปรุง

2.51 - 3.50 การดำเนินงานระดับพอใช้

3.51 - 4.50 การดำเนินงานระดับดี

4.51 - 5.00 การดำเนินงานระดับดีมาก

องค์ประกอบที่ 1

ปรัชญา ปณิธาน วัตถุประสงค์ และแผนดำเนินการ

จุดแข็ง

1. ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ มีการกำหนดปรัชญา ปณิธาน วัตถุประสงค์ และมีการจัดทำแผนการดำเนินงาน ประจำปีการศึกษา 2567 ซึ่งมีรอบระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2567- 31 พฤษภาคม 2568 โดยจัดทำขึ้นภายใต้กรอบของแผนพัฒนามหาวิทยาลัยเกริก ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2564-2568) ระยะเวลา 5 ปี
2. ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ มีการพิจารณาการปรับแผนการดำเนินงาน ในแต่ละส่วนงานอยู่ตลอดเวลา ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ
3. ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ มีการบริหารจัดการด้านการตลาดออนไลน์ โดยการใช้ ZWIZ.AI เทคโนโลยีตอบแชทอัตโนมัติด้วยระบบเอไอ เข้ามาช่วยในการบริหารจัดการ ข้อมูลข่าวสารการตลาดออนไลน์ทำให้ข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัยเติบโตเร็วขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ ควรปรับกลยุทธ์และแผนการดำเนินงาน ในการพัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ของมหาวิทยาลัยให้ทันตามสถานการณ์ปัจจุบัน
2. ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ ควรเพิ่มบุคลากรเพื่อการตอบคำถาม และ ต้องรอบรู้ ถึงแม้จะมีการบริหารจัดการด้านการตลาดออนไลน์โดยการใช้ ZWIZ.AI เทคโนโลยีตอบ แชทอัตโนมัติด้วยเอไอ เข้ามาช่วยงานแต่ควรเพิ่มบุคลากร โดยเฉพาะคนที่เก่งด้านภาษาต่างๆ

องค์ประกอบที่ 2 ภารกิจหลักของหน่วยงาน

จุดแข็ง

1. ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ สามารถบริหารจัดการด้านการให้บริการเป็นอย่างดี เป็นที่พึงพอใจของผู้ใช้บริการที่อยู่ในระดับเพิ่มขึ้น
2. ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ มีความคิดสร้างสรรค์และสามารถพัฒนาระบบการสื่อสารองค์กรเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ทันสมัยและโดดเด่นให้กับมหาวิทยาลัย รวมทั้งสามารถพัฒนาระบบและกลไกการทำงานเพื่อให้ภารกิจต่างๆ บรรลุเป้าหมาย
3. ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ มีโครงการในการนำเสนอภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยหลากหลาย ทั้งทาง Social Media และโครงการที่เป็นรูปธรรมอย่างชัดเจน
4. ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ มีการพัฒนางานด้านภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์อย่างต่อเนื่อง มีการใช้ AI เข้ามาช่วยในการแก้ไขปัญหาได้อย่างเหมาะสม
5. ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ มีทีมงานที่มีการปฏิบัติงานอย่างเข้มข้น และต่อเนื่องทำให้มียอดจำนวนนักศึกษาที่สมัครเรียนเข้ามาศึกษาต่อเป็นจำนวนเพิ่มมากขึ้น ด้วยงบประมาณที่จำกัด
6. ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ มีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ จนทำให้มหาวิทยาลัยเกริกติดอันดับยอดนิยมของสถาบันการศึกษาเอกชน

ข้อเสนอแนะ

1. ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ ควรมีการจัดอบรมด้านหลักสูตรใหม่ๆ ของมหาวิทยาลัยเกริกอย่างต่อเนื่องอยู่เป็นประจำ เพื่อเพิ่มทักษะในการให้ข้อมูลทางด้านหลักสูตร และการประสานงานกับทางสาขาวิชาให้มีความรวดเร็วในเรื่องการเทียบโอนรายวิชา เพื่อประเมินรายละเอียดการเรียนเบื้องต้นให้กับทางผู้ที่สนใจสมัครเรียนได้ทราบข้อมูลเพื่อเป็นการตัดสินใจสมัครเรียนต่อ
2. ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ ควรจัดหาบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านสื่อมีเดียและระบบการสื่อสารการตลาดและด้านภาษา เพื่อเป็นการสนับสนุนการทำงานของศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์เป็นการเฉพาะ

3. ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ ควรเพิ่มสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ในหลักสูตร ระดับปริญญาโท และปริญญาเอก เพิ่มมากขึ้น เพื่อเพิ่มจำนวนนักศึกษาในระดับปริญญาโท และปริญญาเอกมากขึ้น

4. ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ ควรมีการแจ้งข้อมูล Feedback ย้อนกลับไปที่หลักสูตรต่างๆ เพื่อแจ้งถึงปัญหาที่ทางศูนย์ฯ ได้พบในระหว่างการศึกษาปฏิบัติงาน

องค์ประกอบที่ 7 การบริหารจัดการ

จุดแข็ง

1. ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ มีการจัดทำแผนบริหารความเสี่ยงอย่างชัดเจน มีการติดตามรายงานผลการดำเนินงานตามแผนบริหารความเสี่ยง และนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงและใช้ในปัดไป

ข้อเสนอแนะ

1. ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ ควรระบุความเสี่ยงของบุคลากรด้านภาษา และควรอบรมเทคนิคในการตอบคำถามให้กับเจ้าหน้าที่ภายในศูนย์ เพื่อประโยชน์ในการตอบด้วยความรวดเร็วให้กับนักศึกษาและผู้ติดต่อสอบถามเข้ามาทางสื่อออนไลน์ช่องทางต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ

2. ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ ควรวิเคราะห์ประเด็นปัญหา ค้นหาปัจจัยต่างๆ ทั้งภายในและภายนอก ถึงสาเหตุที่มีผลกระทบต่อจำนวนนักศึกษาที่สมัครเรียนไม่เป็นไปตามเป้าหมาย รวมทั้งปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนความสำเร็จจบการศึกษาของนักศึกษาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ

ภาคผนวก

ตารางการตรวจเยี่ยม

วันจันทร์ ที่ 16 มิถุนายน 2568

09.00 - 9.30 น.	คณะกรรมการตรวจประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ พร้อมกันที่ห้อง 1217 ชั้น 2 อาคารมังคละพฤกษ์
09.30 - 9.45 น.	ประธานกรรมการกล่าวกับหัวหน้าศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และ การตลาดออนไลน์ และเจ้าหน้าที่ศูนย์ฯ ถึงแนวทางในการตรวจ ประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน
09.45 - 11.50 น.	คณะกรรมการฯ ตรวจสอบเอกสาร SAR พร้อมเอกสารอ้างอิง ขององค์ประกอบที่ 1 องค์ประกอบที่ 2 และองค์ประกอบที่ 7 สรุปผลการประเมินคุณภาพภายในจาก SAR และแจ้งผลการ ประเมินให้กับเจ้าหน้าที่ของศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และ การตลาดออนไลน์ได้รับทราบ
12.00. - 13.00 น.	รับประทานอาหารกลางวัน

สัมภาษณ์อาจารย์และเจ้าหน้าที่ผู้ใช้บริการ

จากการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการของศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ ในส่วนของอาจารย์และเจ้าหน้าที่ของมหาวิทยาลัยเกริก จำนวน 2 ท่าน ได้แก่

อาจารย์

1. อาจารย์แสงตะวัน ปากสมุทร
อาจารย์ประจำวิทยาลัยนานาชาติภาษาและวัฒนธรรมจีน

เจ้าหน้าที่

1. นางสาวปิยะธิดา คลาดโรค
นักศึกษามหาวิทยาลัยนานาชาติภาษาและวัฒนธรรมจีน สาขาภาษาจีนธุรกิจ

สัมภาษณ์อาจารย์/เจ้าหน้าที่

ความประทับใจ


1. เจ้าหน้าที่ของศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ มีความกระตือรือร้นตอบคำถามให้คำแนะนำแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว ยิ้มแย้มแจ่มใส เต็มใจในการให้บริการ และคอยให้คำปรึกษาในการลงทะเบียนนักศึกษาได้อย่างดีเยี่ยม

ข้อเสนอแนะ

1. ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ ควรกำหนดระยะเวลาในการรับสมัครนักศึกษาเป็นเทอม เพราะการรับสมัครเรียนตลอดเวลาทำให้การดูแลเป็นไปอย่างไม่ทั่วถึง ผลเสียอาจทำให้นักศึกษาเกิดความไม่ประทับใจ
2. ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ ควรแจ้งนักศึกษาถึงรายละเอียดเอกสารต่างๆ ที่ต้องเตรียมมาให้ครบก่อนมาสมัครเรียน หรือการเทียบโอนต่างๆ จะทำให้ไม่ต้องเสียเวลาในการตามเอกสาร
3. ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ ควรมีการไปเยี่ยมชมตามสาขาวิชาเพื่อจะได้พูดคุยเรียนรู้วิธีการทำงานร่วมกันให้มีความเข้าใจที่ตรงกันถึงรายละเอียดของปัญหาที่ทางสาขาวิชาได้พบเจอเพื่อนำมาแก้ไข

รายงานผลการประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน (ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์) 2567

๙๙๙
ลงนาม ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชเนตตี พิพัฒนางกูร)


ลงนาม กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประคอง สุขคนจิตต์)

ชนกนถ์ ทิศนอก
ลงนาม กรรมการและเลขานุการ
(นางสาวชนกนถ์ ทิศนอก)