แผนงานศูนย์ศึกษาและวิจัยตราสินค้า ปีการศึกษา 2551

วัตถุประสงค์ของฝ่าย : ข้อ 1. เพื่อส่งเสริมสนับสนุนให้มหาวิทยาลัยมีระบบที่เอื้อต่อการทำงานวิจัย และมีความโดดเด่นด้านผลงานทั้งในระดับชาติและนานาชาติ

กลยุทธ์ของฝ่าย : สร้างเสริมศักยภาพ การทำวิจัย และส่งเสริมการก่อสร้างองค์ความรู้ใหม่

วัตถุประสงค์ของหน่วยงาน : ข้อ 2. ศึกษา ค้นคว้าและวิจัยเพื่อผลิตองค์ความรู้ด้านตราสินค้าในรูปแบบของงานวิจัย รายงานบทความวิชาการแก่องค์กรธุรกิจภาคเอกชน

กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวบ่งชี้	เกิดจริงปี 2550	เป้าหมายปี 2551	กิจกรรม/โครงการ
1. สร้างเสริมเติมความรู้สู่คณะกรรมการ	1. สร้างความรู้ด้านวิชาการเกี่ยวกับตราสินค้า และการวิจัยเกี่ยวกับตราสินค้า	ร้อยละของผู้เข้ารับการอบรมที่มีความรู้ ความเข้าใจเพิ่มขึ้น	-	ร้อยละ 80	1. จัดอบรม / สัมมนาเชิงวิชาการ หลักสูตรความรู้เกี่ยวกับตราสินค้าเพื่องานวิชาการ 2. จัดศึกษา ดูงานหน่วยงานภายนอกที่ประสบความสำเร็จในการสร้างตราสินค้า
	2. ผลิตและเผยแพร่งานวิจัยหรือบทความวิชาการเกี่ยวกับตราสินค้า	จำนวนโครงการวิจัยหรือบทความวิชาการตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ มกค. อย่างน้อยปีการศึกษาละ 1 เรื่อง	-	2 เรื่อง 1 บทความ	1. โครงการวิจัยเกี่ยวกับตราสินค้าโดยทุนสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย 2. นำเสนองานวิจัย / บทความวิชาการแก่สาธารณชน

แผนงานศูนย์ศึกษาและวิจัยตราสินค้า ปีการศึกษา 2551

วัตถุประสงค์ของฝ่าย : ข้อ 2. เพื่อวิจัยส่งเสริมสนับสนุนให้มหาวิทยาลัยเป็นแหล่งบริการวิชาการแก่สังคมที่มีความน่าเชื่อถือด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจ และด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

กลยุทธ์ของฝ่าย : ส่งเสริมงานบริการวิชาการแก่สังคมด้านเศรษฐกิจและธุรกิจ

วัตถุประสงค์ของหน่วยงาน : ข้อ 1. รวบรวมข้อมูลข่าวสารในด้านตราสินค้าเพื่อบริการวิชาการความรู้เกี่ยวกับตราสินค้าให้แก่สาธารณชน

ข้อ 4. จัดหลักสูตรฝึกอบรม / ประชุม / สัมมนาวิชาการด้านกลยุทธ์การบริหารตราสินค้า เพื่อสนองความต้องการในการเรียนรู้ศาสตร์และองค์ความรู้ในการสร้างตราสินค้าแก่ผู้ประกอบการธุรกิจ นักวิชาชีพธุรกิจ และผู้สนใจทั่วไป

กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวบ่งชี้	เกิดจริงปี 2550	เป้าหมายปี 2551	กิจกรรม/โครงการ
1. บริการวิชาการแก่สังคมด้านกลยุทธ์การสร้างตราสินค้า	1. บริการวิชาการแก่สังคมด้านกลยุทธ์การสร้างตราสินค้า	1. จำนวนโครงการ / กิจกรรม 2. ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม / โครงการ 3. ระดับความรู้ที่ได้จากการเข้ารับการอบรม	2	3	1. โครงการอบรมหลักสูตร CEO Branding 2. โครงการสัมมนาระดับชาติ Thai Branding Symposium 3. โครงการอบรมเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการภาคการส่งออก

แผนงานศูนย์ศึกษาและวิจัยตราสินค้า ปีการศึกษา 2551

วัตถุประสงค์ของฝ่าย : ข้อ 3. ส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรให้เป็นผู้มีความรู้ และเป็นทรัพยากรบุคคลที่มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานตามภารกิจ

กลยุทธ์ของฝ่าย : เพิ่มพูนศักยภาพบุคลากร

วัตถุประสงค์ของหน่วยงาน : ข้อ 3. พัฒนาบุคลากรของหน่วยงานให้มีความรู้ ทักษะด้านภาษาอังกฤษ เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ที่เกี่ยวกับสายงาน ตลอดจนมีทัศนคติที่ดีต่อมหาวิทยาลัย

กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวบ่งชี้	เกิดจริงปี 2550	เป้าหมายปี 2551	กิจกรรม/โครงการ
1. พัฒนาบุคลากรในหน่วยงานให้มีความรู้ความสามารถตรงตามสายการทำงาน	1. พัฒนาศักยภาพบุคลากรในด้านภาษาอังกฤษ เทคโนโลยีสารสนเทศและบุคลิกภาพธุรกิจ	1.1 จำนวนโครงการ / กิจกรรมที่บุคลากรได้เข้าร่วมฝึกอบรม / ประชุม / สัมมนา	11 โครงการ / กิจกรรม	12 โครงการ / ครั้ง	1. สนับสนุนให้เจ้าหน้าที่ประจำหน่วยงานเข้ารับการฝึกอบรม / ประชุม / สัมมนาในหลักสูตรตามที่สนใจและเป็นประโยชน์ต่อองค์กร
		1.2 ระดับความรู้ที่ได้รับเพิ่มขึ้นจากการเข้าร่วมโครงการ / กิจกรรม	-	มีระดับความรู้เพิ่มขึ้น	2. กิจกรรมอบรมภาษาอังกฤษ
		1.3 ระดับความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร	-	ดี	3. การทดสอบทักษะการใช้คอมพิวเตอร์
		1.4 ระดับความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์ที่เกี่ยวกับการทำงาน	-	ดี	4. กิจกรรมอบรมบุคลิกภาพธุรกิจ
		1.5 ระดับคะแนนการประเมินการมีบุคลิกภาพทางธุรกิจ	-	มาก	
2. สร้างให้บุคลากรเป็นคนพันธุ์ UTCC	UTCC Citizenship	ร้อยละของจำนวนกิจกรรมที่เข้าร่วมกับทางมหาวิทยาลัย	100 %	100 %	1.1 เข้าร่วมกิจกรรมในวันสำคัญทางมหาวิทยาลัยจัดขึ้น

แผนงานศูนย์ศึกษาและวิจัยตราสินค้า ปีการศึกษา 2551

วัตถุประสงค์ของฝ่าย : ข้อ 4. มีระบบการบริหารจัดการภายในที่มีประสิทธิภาพ
ข้อ 5. มีระบบฐานข้อมูลที่มีประสิทธิภาพและทันสมัย

กลยุทธ์ของฝ่าย : ส่งเสริมการพัฒนาระบบการบริหารจัดการ

วัตถุประสงค์ของหน่วยงาน : ข้อ 5. มีระบบฐานข้อมูลเพื่อใช้เป็นช่องทางเผยแพร่องค์ความรู้เกี่ยวกับตราสินค้าและประชาสัมพันธ์ข่าวสารขององค์กร

กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวบ่งชี้	เกิดจริงปี 2550	เป้าหมายปี 2551	กิจกรรม/โครงการ
1. พัฒนาระบบการบริหารจัดการโดยนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริหารจัดการ	1. พัฒนาเว็บไซต์และสารสนเทศ	1. มีการพัฒนาข้อมูลและปรับปรุงเว็บไซต์อย่างต่อเนื่อง	1. มีเว็บไซต์ของศูนย์ฯ	1. มีการปรับปรุงประจำทุกๆ เดือน	1. โครงการพัฒนาเว็บไซต์
		2. จำนวนผู้เข้าชมและใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์	-	2. มีจำนวนผู้เข้าชมและใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์เพิ่มขึ้นร้อยละ 5	2. โครงการสร้างสรรค์ฐานข้อมูลเพื่อความรู้ด้านตราสินค้า

แผนงานศูนย์ศึกษาและวิจัยตราสินค้า ปีการศึกษา 2551

วัตถุประสงค์ของฝ่าย : ข้อ 4. มีระบบการบริหารจัดการภายในที่มีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์ของฝ่าย : ส่งเสริมการพัฒนาระบบบริหารจัดการ

วัตถุประสงค์ของหน่วยงาน : ข้อ 6. สร้างความแข็งแกร่งและประสิทธิภาพการดำเนินงานภายในด้วยกลยุทธ์การบริหารจัดการ

กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวบ่งชี้	เกิดจริงปี 2550	เป้าหมายปี 2551	กิจกรรม/โครงการ
1. สร้างความก้าวหน้าด้านการประกันคุณภาพการศึกษาระดับหน่วยงาน	1. ประกันคุณภาพการศึกษาประจำปีการศึกษา 2551	ระดับผลการประเมิน	4.60	4.65	1. กิจกรรมสร้างระบบและรายงานผลการประกันคุณภาพระดับหน่วยงาน
2. สร้างระบบกิจกรรม 5 ส	1. กิจกรรม 5 ส	ระดับคะแนนประเมินผล	ดีมาก	ดีมาก	1. กิจกรรมประเมิน 5 ส ทุกๆ 3 เดือน
3. สร้างระบบการจัดการการบริหารความเสี่ยง	1. การบริหารความเสี่ยงระดับหน่วยงาน	แผนการดำเนินการจัดการความเสี่ยง	มีแผนจัดการความเสี่ยง	มีแผนและการดำเนินงานรอบ 1 ปี	การดำเนินงานจัดการความเสี่ยงตามแผนงานปี 2550

แผนงานศูนย์ศึกษาและวิจัยตราสินค้า ปีการศึกษา 2551

วัตถุประสงค์ของฝ่าย : ข้อ 4. มีระบบการบริหารจัดการภายในที่มีประสิทธิภาพและเป็นมาตรฐาน

กลยุทธ์ของฝ่าย : ส่งเสริมการจัดหารายได้จากการให้บริการวิชาการ

วัตถุประสงค์ของหน่วยงาน : ข้อ 8. พัฒนาการจัดการหารายได้ในรูปแบบการให้บริการวิชาการ

กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวบ่งชี้	เกิดจริงปี 2550	เป้าหมายปี 2551	กิจกรรม/โครงการ
1. จัดบริการวิชาการและหารายได้	1. บริการวิชาการ (หารายได้)	จำนวนเงินรายได้ที่มอบให้แก่มหาวิทยาลัย	20,000	20,000	1. โครงการฝึกอบรม / ประชุม / สัมมนา

แผนงานศูนย์ศึกษาและวิจัยตราสินค้า ปีการศึกษา 2551

วัตถุประสงค์ของฝ่าย : ข้อ 4. มีระบบการบริหารจัดการภายในที่มีประสิทธิภาพและเป็นมาตรฐาน

กลยุทธ์ของฝ่าย : สร้างระบบส่งเสริมองค์กรแห่งการเรียนรู้

วัตถุประสงค์ของหน่วยงาน : ข้อ 6. เพื่อสร้างความแข็งแกร่งและประสิทธิภาพการดำเนินงานภายในด้วยกลยุทธ์การบริหารจัดการ

กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวบ่งชี้	เกิดจริงปี 2550	เป้าหมายปี 2551	กิจกรรม/โครงการ
1. สร้างเสริมพัฒนาระบบองค์การแห่งการเรียนรู้	1. KM Branding	1. แผนงาน KM Branding	1. มีแผน	1. มีแผนและพัฒนา	1. จัดทำเว็บไซต์เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้
		2. จำนวนองค์ความรู้ที่ได้จากกระบวนการจัดการความรู้	2. อย่างน้อย 1 องค์ความรู้	2. อย่างน้อย 3 องค์ความรู้	2. สร้างองค์ความรู้
		3. มีเว็บไซต์คลังความรู้	3. มีเว็บไซต์คลังข้อมูล	3. มีเว็บไซต์และพัฒนาคลังข้อมูล	3. กระตุ้นให้เกิดการใช้และแลกเปลี่ยนองค์ความรู้

แผนงานศูนย์ศึกษาและวิจัยตราสินค้า ปีการศึกษา 2551

วัตถุประสงค์ของฝ่าย : ข้อ 2. เพื่อวิจัยส่งเสริมสนับสนุนให้มหาวิทยาลัยเป็นแหล่งบริการวิชาการแก่สังคมที่มีความน่าเชื่อถือด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจและด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

กลยุทธ์ของฝ่าย : เพื่อสร้างภาพลักษณ์ความเป็นสถาบันการศึกษาชั้นทางด้านธุรกิจ และสร้างความภาคภูมิใจให้กับนักศึกษาปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ของหน่วยงาน : ข้อ 7. สร้างกลยุทธ์ตราสินค้าเพื่อสนับสนุนกลยุทธ์การแข่งขันของมหาวิทยาลัยผ่านนักศึกษาปัจจุบัน

กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวบ่งชี้	เกิดจริงปี 2550	เป้าหมายปี 2551	กิจกรรม/โครงการ
1. UTCC Branding	1. UTCC Branding Creation	1. ระดับความรู้ความเข้าใจในกระบวนการสร้างตราสินค้า	มาก	มาก	โครงการ UTCC Brand Youth Creativity Camp ครั้งที่ 3
		2. ระดับความพึงพอใจภายหลังการเข้าร่วมโครงการ	มาก	มาก	
		3. ระดับของทัศนคติที่ดีต่อมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	มาก	มาก	
		4. แนวทางการพัฒนามหาวิทยาลัย	แผนกลยุทธ์ มกค. Branding	แผนกลยุทธ์ มกค. Branding	