

วิสัยทัศน์ (Vision)

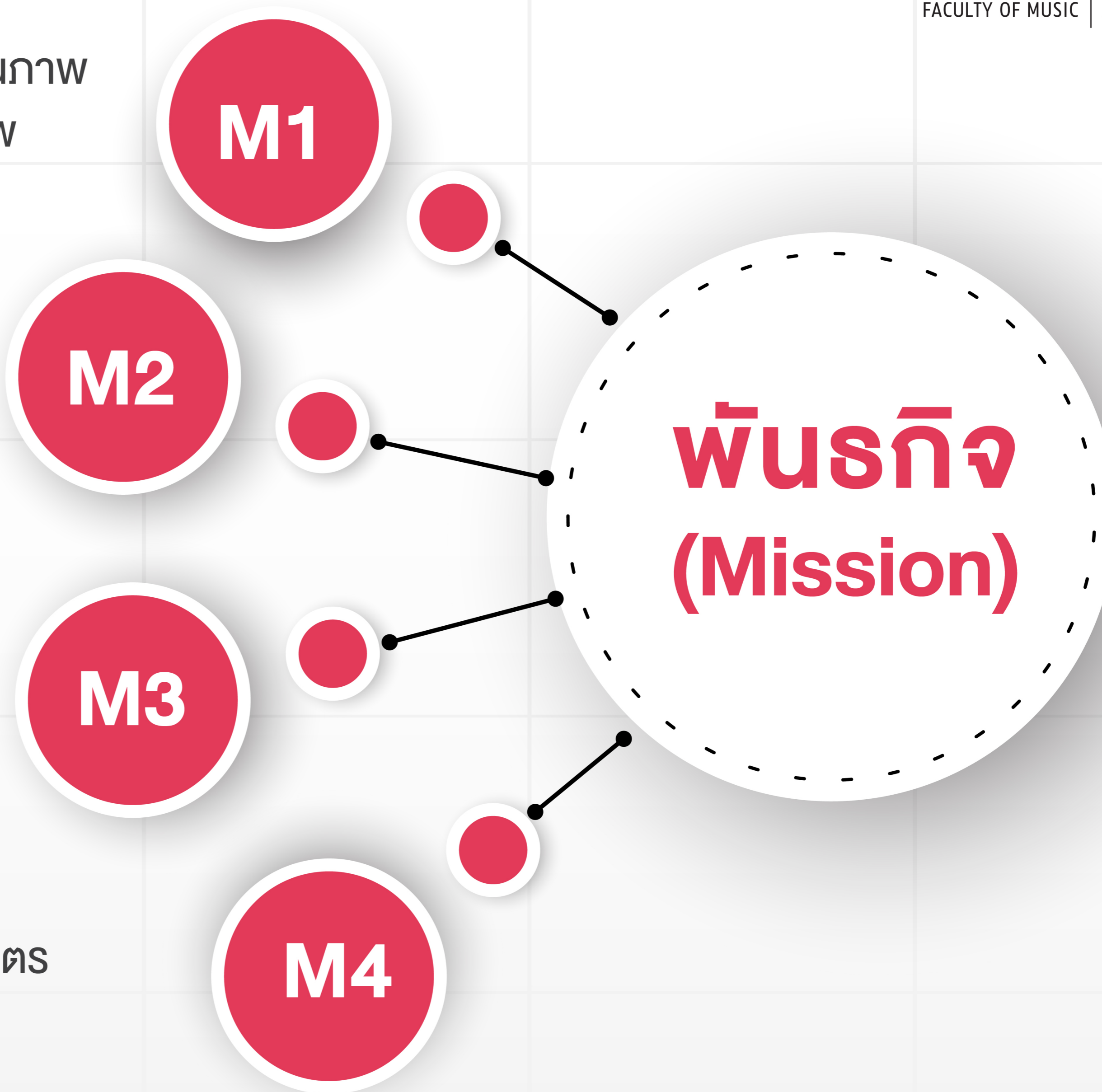
คณะดุริยางคศาสตร์ ผู้นำด้านดนตรีสร้างสรรค์ นำนวัตกรรม
สร้างบัณฑิตชั้นนำในอุตสาหกรรมดนตรีและบันเทิงของประเทศ

ผลิตบัณฑิตที่สามารถสร้างสรรค์งานที่มีคุณภาพ
และสร้างมูลค่าเชิงธุรกิจ มีความเป็นมืออาชีพ
มีคุณธรรมและจริยธรรม

ส่งเสริมงานวิจัยสร้างสรรค์ และงานนวัตกรรม
ทางดนตรี ที่เป็นประโยชน์กับสังคมและสามารถ
ต่อยอดสู่การสร้างมูลค่าทางเชิงธุรกิจ

สนับสนุนงานบริการวิชาการและงานทำนุบำรุง
ศิลปวัฒนธรรมบูรณาการกับความเป็น
เอกลักษณ์ไทย

ส่งเสริม สนับสนุน เข้าถึงนักศึกษา เป็นมิตร
เข้าใจ ใส่ใจในการให้บริการ



ค่านิยมหลัก (Core Value)

S

U

F

M

Specialist

บุคลากรสายวิชาการ
และสายสนับสนุน
มีความเชี่ยวชาญ
เชิงวิชาชีพ

Uniqueness

จับเคสئونการปฏิบัติงาน
อย่างมีอัตลักษณ์
ด้วยความคิดสร้างสรรค์

Facilitation

ยินดีและเต็มใจอำนวยความสะดวกด้วย 3 S
(Smile, Service,
Solution)

**Music
management**

มุ่งมั่นยกระดับ
ประสิทธิภาพระบบงาน
ผ่านการบูรณาการศาสตร์
ด้านการบริหารจัดการ
เข้ากับสายงานด้านดนตรี

แผนพัฒนาคณะดุริยางคศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เป้าประสงค์เชิงกลยุทธ์ วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ แผนปฏิบัติการ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562-2565

วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์	ตัวชี้วัดที่สำคัญ	เป้าหมาย				แผนปฏิบัติการ มาตรการ/โครงการที่สำคัญ	ผู้รับผิดชอบ	แผนบุคลากร
		2562	2563	2564	2565			
ยุทธศาสตร์ที่ 1 Create Music Value การศึกษาอย่างรู้ลึก รู้กว้างและมีความเข้าใจของบริบทดนตรีในปัจจุบัน เป้าประสงค์: ส่งเสริมให้มีการศึกษาค้นคว้าวิจัย ใฝ่รู้ เพื่อสร้างรากฐานองค์ความรู้สู่การต่อยอด และพัฒนาเชิงสร้างสรรค์ เกิดการบูรณาการร่วมกับศาสตร์อื่นๆ ในแขนงต่างๆ ทำให้เกิดนวัตกรรมทางด้านดนตรี (SC-2,3,5 / SA-1,2,3)								
กลยุทธ์ Make the professional 1. ส่งเสริมให้นักศึกษาปฏิบัติดนตรีควบคู่ด้านวิชาการเพื่อเป็นรากฐานการต่อยอดจากองค์ความรู้สู่งานสร้างสรรค์ต่างๆ 2. สนับสนุนงานบริการวิชาการและงานทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมบูรณาการกับความเป็นเอกลักษณ์ไทย	1. จำนวนรายวิชาที่ใช้ในวัตรกรรมในการเรียนการสอนที่ได้รับการเผยแพร่	1	2	3	4	- สนับสนุนงบประมาณให้อาจารย์พัฒนาวัตรกรรมด้านการเรียนการสอน Active Learning และ Social Engagement - โครงการจัดทำหลักสูตรดนตรีออนไลน์จัดทำ SP เชิงรุกเพื่อเพิ่มฐานรายได้	รองคณบดีวิชาการ	- จัดอบรม/ส่งอาจารย์ไปฝึกอบรม Active Learning และ Social Engagement
	2. จำนวนรายวิชาการระดับปริญญาตรีที่เป็น Active Learning, Social Engagement	2	3	4	5			
	3. จำนวนโครงการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมที่บูรณาการกับความเป็นเอกลักษณ์ไทย	2	2	3	3		รองคณบดีบริการฯ	- โครงการอบรมให้ความรู้เรื่องลิขสิทธิ์
	4. รายได้ของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และดนตรีต่อรายได้ทั้งหมด (ล้านบาท)	1.5	1.5	1.6	1.7			
กลยุทธ์ Music Research Community 3. ส่งเสริมสังคมแห่งการเรียนรู้และวิจัย โดยเน้นด้านปฏิบัติสู่สังคมได้จริง และกลับมาศึกษาค้นคว้าวิจัยและวิชาการได้	5. จำนวนผลงานวิจัยสร้างสรรค์ทางดนตรีที่เป็นประโยชน์กับสังคมหรือสร้างมูลค่าเชิงธุรกิจ	1	1	10	15	- สนับสนุนให้ยื่นจดแจ้งลิขสิทธิ์ทั้งส่วนบุคคลคณะฯ - ส่งเสริมให้ตีพิมพ์บทความวิจัยหรือบทความวิชาการในระดับที่สูงขึ้น เช่นวารสารในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1 - สนับสนุนให้อาจารย์ขอทุนวิจัยสร้างสรรค์จากแหล่งทุนภายนอก	ผู้ช่วยคณบดีวิจัยฯ	
กลยุทธ์ Music Design Thinking 4. ส่งเสริมให้อาจารย์และนักศึกษาสู่สังคมแห่งการค้นคว้าวิจัย สามารถบูรณาการข้ามศาสตร์และการทดลองผลงานด้านวิจัยสร้างสรรค์เพื่อเป็นจุดเริ่มต้นของนวัตกรรมด้านดนตรีที่สามารถใช้ปฏิบัติได้จริงในอุตสาหกรรม	6. จำนวนผลงานรวมที่จดแจ้งลิขสิทธิ์	ตขว.ใหม่	ตขว.ใหม่	20	40			

วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์	ตัวชี้วัดที่สำคัญ	เป้าหมาย				แผนปฏิบัติการ มาตรการ/โครงการที่สำคัญ	ผู้รับผิดชอบ	แผนบุคลากร	
		2562	2563	2564	2565				
ยุทธศาสตร์ที่ 2 Create Student Value พัฒนานักศึกษาสู่การเป็นมืออาชีพ เป้าประสงค์: การพัฒนานักศึกษาสู่การเป็นมืออาชีพทางด้านสายงานดนตรี ทั้งด้านคุณธรรม จริยธรรม การพัฒนาทักษะ การวิเคราะห์แก้ไขปัญหา ความรับผิดชอบตนเอง/สังคม และการทำงานเป็นทีม (SC-1,2 / SA-1,2,3)									
กลยุทธ์ Student First 1. เป็นองค์กรที่ขอยอดความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษา เพื่อให้นักศึกษาเกิดการคิดและประยุกต์ใช้จริง 2. มีกระบวนการสื่อสารภายในที่เข้าถึงนักศึกษาและผู้ปกครองในการสร้างความเข้าใจและทิศทางการขับเคลื่อนในด้านต่าง ๆ อีกทั้งยังเป็นช่องทางในการรับรู้และเข้าถึงปัญหาของนักศึกษา เพื่อทำการแก้ไข พัฒนานักศึกษาต่อไป	7. ร้อยละของผู้สำเร็จการศึกษาที่ได้งานทำหรือประกอบอาชีพอิสระในอุตสาหกรรมดนตรีและบันเทิงในระยะเวลา 1 ปี *ปีงบประมาณ 2564	90	90	70*	90	- พัฒนาคุณภาพหลักสูตรตามกรอบมาตรฐาน AUN-QA - จัดทำแผนพัฒนาคุณภาพนักศึกษา - สนับสนุนการแสดงคอนเสิร์ต งานสร้างสรรค์และนวัตกรรมในระดับชาติ/นานาชาติ - เตรียมความพร้อมเรื่องการประกอบอาชีพโดยร่วมกับชมรมศิษย์เก่า - โครงการแลกเปลี่ยนนักศึกษาเพื่อพัฒนาองค์ความรู้และประสบการณ์กับสถาบันชั้นนำในต่างประเทศ - โครงการจัดทำข้อตกลง/ความร่วมมือทางวิชาการ (MOU) กับสถาบันอุดมศึกษาที่ได้รับการจัดอันดับใน QS Ranking - หาทุนการศึกษาจากภายนอก พัฒนานวัตกรรมการให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักศึกษา ผู้ปกครอง และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	รองคณบดีวิชาการฯ รองคณบดีบริการฯ ผู้ช่วยคณบดีกิจการฯ	- ส่งเสริมให้อาจารย์มีความรู้ และผ่านการอบรมเป็นผู้ประเมิน AUN-QA - โครงการแลกเปลี่ยนคณาจารย์เพื่อพัฒนาองค์ความรู้และประสบการณ์กับสถาบันชั้นนำในต่างประเทศ	
	8. คุณภาพบัณฑิตระดับปริญญาตรีและบัณฑิตศึกษาตามกรอบ TQF	4.59	4.59	4.50	4.50				ดชว.ใหม่
	9. คุณภาพบัณฑิตระดับปริญญาตรีและบัณฑิตศึกษาตามอัตลักษณ์คณะฯ	4.59	4.59	4.50	4.50				ดชว.ใหม่
	10. จำนวนนักศึกษาและบัณฑิตที่ได้รับรางวัลในอุตสาหกรรมดนตรีและบันเทิง								ดชว.ใหม่
	11. จำนวนผู้ติดตามผลงานของนักศึกษาและบัณฑิตผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์								ดชว.ใหม่
ยุทธศาสตร์ที่ 3 Co-Creation Work Flow องค์กรคุณภาพ เป้าประสงค์: องค์กรที่มีการบริหารงานโดยใช้ทรัพยากรที่มีให้เกิดคุณค่าสูงสุดต่อการทำงาน โดยใช้ศูนย์กลางในเรื่องคุณภาพของนักศึกษาและความพึงพอใจต่อผู้รับบริการ (SC-1,3,4 / SA-4,5)									
กลยุทธ์ 3S 1. Smileจิตบริการ 2. Service ข้อมูลมีความถูกต้อง ครบถ้วนและพัฒนาการให้บริการในทุกรูปแบบตามเหตุการณ์ที่ปรับเปลี่ยน 3. Solution การบริการที่เป็นมิตรที่มีความรวดเร็ว ถูกต้องครบถ้วนผ่านช่องทางที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการด้านต่าง ๆ ของนักศึกษา/บุคลากร	12. รายได้ที่เพิ่มขึ้นจากค่าธรรมเนียมการศึกษา (ล้านบาท)	1	1	1	1.5	- พัฒนานวัตกรรมด้านกระบวนการและการให้บริการโดยให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการและคุณค่าที่ส่งมอบให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย - จัดทำแผนพัฒนาทรัพยากรบุคคล	คณบดี ทีมผู้บริหาร	- สนับสนุนให้ความรู้แก่บุคลากรในเกณฑ์คุณภาพการศึกษาเพื่อการดำเนินการที่เป็นเลิศ (EdPEX)	
	13. ความพึงพอใจของนักศึกษา (คะแนน)	3.5	3.5	3.55	3.60				
	14. ได้รับการรับรองมาตรฐานตามเกณฑ์คุณภาพการศึกษาเพื่อการดำเนินการที่เป็นเลิศ (EdPEX)	เข้าร่วมโครงการนำร่อง	ผ่านประเมิน	ผ่านประเมิน	ผ่านประเมิน				