

### 3. หลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน

#### 3.1 หลักสูตร

จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร 135 หน่วยกิต

##### 3.1.1 โครงสร้างหลักสูตร

จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร 135 หน่วยกิต

<b>ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป</b>	<b>30 หน่วยกิต</b>
กลุ่มวิชาภาษาอังกฤษ	9 หน่วยกิต
กลุ่มวิชาบังคับ	15 หน่วยกิต
กลุ่มวิชาเลือก	6 หน่วยกิต
<b>ข. หมวดวิชาเฉพาะ</b>	<b>99 หน่วยกิต</b>
กลุ่มวิชาแกน	48 หน่วยกิต
กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน-บังคับ	27 หน่วยกิต
กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน-เลือก	24 หน่วยกิต
<b>ค. หมวดวิชาเลือกเสรี</b>	<b>6 หน่วยกิต</b>

##### 3.1.2 รายวิชา

หลักเกณฑ์การกำหนดรหัสของวิชาในหมวดวิชาเฉพาะของสาขาวิชาการตลาดดิจิทัล มีดังนี้

1. กำหนดรหัสไว้ 6 ตัว สามตัวแรกเป็นตัวอักษร สามตัวหลังเป็นตัวเลข เช่น ตลต. 101
2. อักษร 3 ตัวแรก หมายถึง สาขาวิชา เช่น ตลต. หมายถึง สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล
3. ตัวเลข 3 ตัวหลัง หมายถึง เลขกำกับรายวิชา

##### 3.1.3 รายวิชาในหลักสูตร

###### ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 30 หน่วยกิต

###### กลุ่มวิชาภาษาอังกฤษ (9 หน่วยกิต)

หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษด้วยตนเอง)

อก. 001	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน	3 (2 – 2 – 6)
EN 001	English for Everyday Communication	
อก. 002	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในสังคม	3 (2 – 2 – 6)
EN 002	English for Social Communication	
อก. 003	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในระดับสากล	3 (2 – 2 – 6)
EN 003	English for Global Communication	

### กลุ่มวิชาบังคับ (15 หน่วยกิต)

		หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง)
ศท. 001	ทักษะการคิดเพื่อการเรียนรู้	3 (3 - 0 - 6)
GE 001	Thinking Skills for Learning	
ศท. 002	พลเมืองกับสังคมพลวัต	3 (3 - 0 - 6)
GE 002	Citizenship and Social Dynamics	
ศท. 003	การสร้างจิตวิญญาณการเป็นผู้ประกอบการ	3 (3 - 0 - 6)
GE 003	Cultivating Entrepreneurial Mindset	
ศท. 004	เทคโนโลยีและนวัตกรรมกับโลกอนาคต	3 (3 - 0 - 6)
GE 004	Technology and Innovation in the Future World	
ศท. 005	ทักษะการเป็นผู้นำเชิงสร้างสรรค์	3 (3 - 0 - 6)
GE 005	Creative Leadership Skills	

### กลุ่มวิชาเลือก (6 หน่วยกิต)

นักศึกษาจะต้องเลือกเรียน 2 รายวิชา จากรายวิชาดังต่อไปนี้

		หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง)
ศท. 006	เอเชียกับสังคมโลก	3 (3 - 0 - 6)
GE 006	Asia and the Global Community	
ศท. 007	สุนทรียภาพกับชีวิ	3 (3 - 0 - 6)
GE 007	Art of Life	
ศท. 008	สุขภาพเพื่อชีวิต	3 (3 - 0 - 6)
GE 008	Health and Wellness for Life	

### **ข. หมวดวิชาเฉพาะ 99 หน่วยกิต**

#### กลุ่มวิชาแกน ( 48 หน่วยกิต)

		หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง)
<u>กลุ่มวิชาบัญชี</u>		
บช. 200	การบัญชีธุรกิจ	3 (2 - 2 - 5)
AC 200	Business Accounting	
<u>กลุ่มวิชาเศรษฐศาสตร์</u>		
ศศ. 203	เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น	3 (3 - 0 - 6)
EC 203	Introduction to Economics	

#### กลุ่มวิชากฎหมาย

กม. 102	กฎหมายธุรกิจ	3 (3 – 0 – 6)
LA 102	Business Law	
กม. 301	การภาษีอากร	3 (3 – 0 – 6)
LA 301	Taxation	

#### กลุ่มวิชาเชิงปริมาณ

คณ. 102	คณิตศาสตร์ธุรกิจ	3 (2 – 2 – 6)
MA 102	Business Mathematics	
บธ. 207	การวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ	3 (2 – 2 – 5)
BA 207	Statistical Analysis for Business Decisions	

#### กลุ่มวิชาบริหารธุรกิจ

กง. 212	การเงินธุรกิจ	3 (3 – 0 – 6)
FI 212	Business Finance	
กง. 222	การบัญชีบริหาร	3 (2 – 3 – 6)
FI 222	Managerial Accounting	
ตล. 101	หลักการตลาด	3 (3 – 0 – 6)
MK 101	Principles of Marketing	
จก. 111	การจัดการองค์การและทรัพยากรมนุษย์	3 (3 – 0 – 6)
MG 111	Organization and Human Resource Management	
จก. 212	การจัดการงานผลิตและการดำเนินงาน	3 (3 – 0 – 6)
MG 212	Production and Operations Management	
จก. 222	การเป็นผู้ประกอบการและการพัฒนาธุรกิจ	3 (3 – 0 – 6)
MG 222	Entrepreneurship and Business Development	
จก. 429	การจัดการเชิงกลยุทธ์	3 (3 – 0 – 6)
MG 429	Strategic Management	

#### กลุ่มวิชาภาษา

อก. 014	ภาษาอังกฤษสำหรับการเรียนรู้โลก	3 (3 – 0 – 6)
EN 014	English for Exploring the World	
อก. 331	ภาษาอังกฤษธุรกิจเชิงปฏิบัติ	3 (3 – 0 – 6)
EN 331	Practical Business English	

อก. 332	ภาษาอังกฤษธุรกิจมืออาชีพ	3 (3 – 0 – 6)
EN 332	Professional Business English	

**กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน-บังคับ (27 หน่วยกิต)**

		หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
ตลต. 101	หลักการสำคัญของสื่อออนไลน์และการตลาดดิจิทัล	3 (3 – 0 – 6)
DMK 101	Essentials of Social Media & Digital Marketing	
ตลต. 202	การเข้าใจข้อมูลเชิงลึกและพฤติกรรมผู้บริโภค	3 (3 – 0 – 6)
DMK 202	Consumer Insights and Behavior	
ตลต. 311	การจัดการผลิตภัณฑ์และตราสินค้า	3 (3 – 0 – 6)
DMK 311	Product and Brand Management in Digital Platform	
ตลต. 312	การจัดการการตั้งราคาและงบประมาณ	3 (3 – 0 – 6)
DMK 312	Pricing and Budgeting Management	
ตลต. 315	การกระจายสินค้าและช่องทางการตลาดดิจิทัล	3 (3 – 0 – 6)
DMK 315	Digital Distribution and Channels	
ตลต. 314	การจัดการการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ	3 (3 – 0 – 6)
DMK 314	Integrated Marketing Communication Management	
ตลต. 419	การบริหารจัดการข้อมูลการตลาดดิจิทัล	3 (3 – 0 – 6)
DMK 419	Data Management in Digital Marketing	
ตลต. 412	วิจัยการตลาดดิจิทัล	3 (3 – 0 – 6)
DMK 412	Digital Marketing Research	
ตลต. 421	สัมมนาการตลาดดิจิทัล	3 (3 – 0 – 6)
DMK 421	Seminar in Digital Marketing	

**กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน-เลือก (24 หน่วยกิต)**

		หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
ตลต. 321	กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล	3 (3 – 0 – 6)
DMK 321	Digital Marketing Strategies	
ตลต. 322	การออกแบบเนื้อหาบนการตลาดดิจิทัล	3 (3 – 0 – 6)
DMK 322	Digital Marketing Content and Design	
ตลต. 323	เครื่องมือและเทคนิคด้านการตลาดดิจิทัล	3 (3 – 0 – 6)
DMK 323	Digital Marketing Tools and Techniques	

ตลต. 325	นวัตกรรมสร้างสรรค์บนสื่อดิจิทัล	3 (3 – 0 – 6)
DMK 325	Creative Digital Innovation	
ตลต. 326	การจัดการโฆษณาและสื่อโฆษณา	3 (3 – 0 – 6)
DMK 326	Advertising and Media Management	
ตลต. 327	การออกแบบแคมเปญการตลาดดิจิทัล	3 (3 – 0 – 6)
DMK 327	Digital Marketing Campaign Design	
ตลต. 328	การตลาดผ่านเครื่องมือค้นหาบนอินเทอร์เน็ต	3 (3 – 0 – 6)
DMK 328	Search Engine Marketing	
ตลต. 329	การตลาดแบบแรงดึงดูด	3 (3 – 0 – 6)
DMK 329	Inbound Marketing	
ตลต. 330	การตลาดผ่านกลุ่มคนที่มีอิทธิพลบนสื่อและช่องทางดิจิทัล	3 (3 – 0 – 6)
DMK 330	Influencer Marketing	
ตลต. 331	การฝึกงานทางด้านการตลาดดิจิทัล	3 (0 – 9 – 0)
DMK 331	Digital Marketing Internship	
ตลต. 411	การวางแผนและวิเคราะห์ทางดิจิทัล	3 (3 – 0 – 6)
DMK 411	Digital Planning and Analytics	
ตลต. 415	ประเด็นสำคัญทางการตลาดดิจิทัล	3 (3 – 0 – 6)
DMK 415	Current Issues in Digital Marketing	
ตลต. 418	การตลาดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ	3 (3 – 0 – 6)
DMK 418	Entrepreneurial Marketing	
ตลต. 423	การตลาดระหว่างประเทศ	3 (3 – 0 – 6)
DMK 423	International Marketing	
สศ. 301	เตรียมสหกิจศึกษา	3 (3 – 0 – 6)
CO 301	Pre-Cooperative Education	
จก. 430	สหกิจศึกษา	9 (0 – 35 – 0)
MG 430	Cooperative Education	

**หมายเหตุ** ทุกรายวิชาที่เป็น 3 (3 – 0 – 6) แต่ละรายวิชามีกิจกรรมเสริมการเรียนรู้ในรูปแบบต่างๆ เช่น กรณีศึกษา อภิปรายกลุ่ม โครงการงาน แบ่งเป็นการบรรยาย 3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ โดยมีการฝึกปฏิบัติร่วมกันระหว่างนักศึกษา และอาจารย์ผู้สอน และการศึกษาด้วยตนเองของนักศึกษา 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

ค. หมวดวิชาเลือกเสรี 6 หน่วยกิต

นักศึกษาจะต้องเลือกเรียนรายวิชาอื่นที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

### 3.1.5 คำอธิบายรายวิชา

#### 3.1.5 คำอธิบายรายวิชา

#### ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (30 หน่วยกิต)

##### กลุ่มวิชาภาษาอังกฤษ (9 หน่วยกิต)

หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)

อก. 001 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน 3 (2 – 2 – 6)

EN 001 English for Everyday Communication

วิชานี้มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการมีปฏิสัมพันธ์แบบพื้นฐานรวมทั้งการแนะนำตัวเอง การบรรยาย กิจกรรมประจำวัน การถามและตอบคำถามเกี่ยวกับรายละเอียดส่วนตัวและเรื่องง่ายๆ

This course aims to allow students to participate in common interactions including introducing oneself, describing daily routines, asking and answering questions about personal details and simple matters.

อก. 002 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในสังคม 3 (2 – 2 – 6)

EN 002 English for Social Communication

วิชานี้มุ่งเน้นเรื่องการใช้ประโยคและสำนวนที่ใช้บ่อย ๆ เกี่ยวกับการมีปฏิสัมพันธ์ทางด้านสังคม การแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบุคคลอื่น และสภาพแวดล้อมของบุคคลอื่น

This course focuses on using sentences and frequently used expressions about social interactions, exchanging information related to other people and their environments.

อก. 003 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในระดับสากล 3 (2 – 2 – 6)

EN 003 English for Global Communication

วิชานี้เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้บรรยายถึงรายละเอียดประสบการณ์อย่างคล่องแคล่ว และแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับชีวิตความเป็นอยู่ การทำงาน และหัวข้ออื่นๆ ในระดับสากลในสถานการณ์ที่ซับซ้อนมากขึ้น

This course provides students with opportunities to fluently describe detailed experiences and express opinions about living, working, and international topics in more complex situations.

##### กลุ่มวิชาบังคับ (15 หน่วยกิต)

หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)

ศท. 001 ทักษะการคิดเพื่อการเรียนรู้ 3 (3 – 0 – 6)

GE 001 Thinking Skills for Learning

ศึกษาทฤษฎี หลักการของการคิด พัฒนาการคิดอย่างเป็นระบบ การคิดเชิงวิพากษ์ การคิดสร้างสรรค์ การคิดวิเคราะห์ การคิดสังเคราะห์ การคิดแก้ปัญหาการเชื่อมโยงความคิด และสามารถเลือกเครื่องมือความคิดที่เหมาะสมไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน การเรียน และการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

This course introduces students to theory and principles of thinking. Students will learn to develop higher order thinking skills which include systematic thinking, critical thinking, creative thinking, analytical and synthesis thinking, connecting and problem-solving skills. Students should be able to select appropriate thinking tools and apply appropriate thinking skills in their everyday life, study and work effectively.

ศท. 002 พลเมืองกับสังคมพลวัต 3 (3 – 0 – 6)  
GE 002 Citizenship and Social Dynamics

ศึกษาคุณลักษณะที่ดีของความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย ได้แก่ การเคารพกฎหมาย การเคารพสิทธิผู้อื่น การเคารพความแตกต่าง และการรักษาอัตลักษณ์ความเป็นไทย รวมถึงการศึกษาเพื่อพัฒนาทักษะในการคิดวิเคราะห์ และการสร้างองค์ความรู้จากข้อมูลข่าวสารรอบตัวที่เกี่ยวกับด้านเศรษฐกิจ การเมืองการปกครอง สังคมและวัฒนธรรม ทั้งนี้ เพื่อให้ นักศึกษารู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของโลก โดยสามารถถ่ายทอดความรู้ให้แก่ผู้อื่น และแก้ปัญหาต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อ การดำเนินชีวิตได้ตามศักยภาพ เพื่อให้ นักศึกษาพร้อมปรับตัวให้ อยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมพหุวัฒนธรรมได้อย่างมีความสุข

This course introduces students to ideal characteristics and attributes of a good citizen in a democratic society, such as being law-abiding, respecting the rights of others and understanding diversity, including preserving and retaining Thai cultural identity. Students will also learn to develop their analytical thinking skills and ability to synthesize the information they receive, for example, economic, political and socio-cultural information in order for them to be able to keep abreast of changes in an evolving world. Students should be able to share their knowledge with others as well as solve any problems to the best of their ability. Students will learn how to prepare themselves to live happily in a multicultural society.

ศท. 003 การสร้างจิตวิญญาณการเป็นผู้ประกอบการ 3 (3 – 0 – 6)  
GE 003 Cultivating Entrepreneurial Mindset

ศึกษาและพัฒนาคุณลักษณะที่สำคัญในการสร้างจิตวิญญาณการเป็นผู้ประกอบการ โดยเน้นการคิดแบบเจ้าของ ประกอบด้วย มีความคิดสร้างสรรค์ เป็นนักแสวงหาโอกาสในการทำธุรกิจ มีความกล้าตัดสินใจ มีความเป็นผู้นำ รอบรู้ ทันทต่อเหตุการณ์ และสามารถทำงานเป็นทีม ศึกษาองค์ความรู้ในการประกอบธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและการเป็นผู้ประกอบการตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์



In this course, students will study and develop important characteristics of entrepreneurial mindset, with an emphasis on a combination of creativity and entrepreneurship. Students will learn to develop their creativity, explore entrepreneurial opportunities, cultivate decision-making and leadership skills, be up-to-date with any changes and situations, and be able to work effectively as part of a team. Students, in this creative economy, will also learn about business best practice and ethics in order to become socially responsible entrepreneurs in accordance with the sufficiency economy philosophy.

ศท. 004 เทคโนโลยีและนวัตกรรมกับโลกอนาคต 3 (3 – 0 – 6)

GE 004 Technology and Innovation in the Future World

ศึกษาบทบาทแนวคิด และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านต่าง ๆ ที่มุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิต ในสังคมสมัยใหม่ รวมทั้งผลกระทบที่มีต่อการดำเนินชีวิตและสังคม ตลอดจนศึกษาการใช้ประโยชน์และการคุ้มครอง ทรัพย์สินทางปัญญาที่เกิดจากเทคโนโลยีและนวัตกรรม

In this course, students will explore relevant concepts related to the use of technology and innovation to enhance the quality of life in modern society. The course also covers information on the impacts of technology and innovation on life and society as well as how to utilize and protect relevant intellectual property rights related to technology and innovation.

ศท. 005 ทักษะการเป็นผู้นำเชิงสร้างสรรค์ 3 (3 – 0 – 6)

GE 005 Creative Leadership Skills

ศึกษาและพัฒนาทักษะความเป็นผู้นำเชิงสร้างสรรค์ ลักษณะการเป็นผู้นำที่ดี มีคุณธรรมจริยธรรม มีภาวะผู้นำที่สามารถนำมาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถจัดการกับปัญหาด้วยกระบวนการเชิงสร้างสรรค์ ส่งผลให้เกิดประโยชน์ต่อชีวิตประจำวัน รวมถึงการทำงานในอนาคตซึ่งจะนำไปสู่การเป็นผู้นำที่ประสบความสำเร็จในองค์กร

In this course, students will learn to develop creative leadership skills and qualities, effective leadership characteristics and good governance. Students should be able to apply the principles of creative problem-solving skills in their daily lives, which will enhance their opportunities to become successful leaders in their future endeavors.

### **กลุ่มวิชาเลือก (6หน่วยกิต)**

นักศึกษาจะต้องเลือกเรียน 2 รายวิชา จากรายวิชาดังต่อไปนี้

หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)

ศท. 006 เอเชียกับสังคมโลก 3 (3 – 0 – 6)

GE 006 Asia and the Global Community



ศึกษาวิวัฒนาการทางการบัญชี บทบาทการบัญชีที่มีต่อสังคม หลักเกณฑ์ การวิเคราะห์ การบันทึก จำแนกประเภทรายงานทางการเงิน และการจัดทำรายงานทางการเงิน รวมทั้งศึกษาการนำข้อมูลทางบัญชีไปใช้ประโยชน์สำหรับธุรกิจ และข้อจำกัดของข้อมูลทางการบัญชี ตลอดจนจรรยาบรรณของวิชาชีพการบัญชี

Study of the evolution of accounting, the role of accounting towards society, criteria, analysis, record-keeping, classification of financial reports and preparation of financial data, including study of the use of accounting data for business and limitations of accounting data, as well as ethics in the accounting profession.

### กลุ่มวิชาเศรษฐศาสตร์

ศศ. 203 เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น

3 (3 – 0 – 6)

EC 203 Introduction to Economics

ศึกษาหลักการทางเศรษฐศาสตร์ที่เกี่ยวกับปรากฏการณ์ทางเศรษฐกิจในชีวิตประจำวัน ศึกษาถึงการกำหนดราคาสินค้า ราคาปัจจัยการผลิต ทฤษฎีการผลิต รายได้ประชาชาติส่วนประกอบของรายได้ประชาชาติ การเงิน การคลัง การติดต่อกับต่างประเทศ ตลอดจนการใช้นโยบายต่างๆ เพื่อทำให้เกิดความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ

In order for students to learn and understand economic principles related to economic events in daily life; study of pricing of goods, production factor prices, production theories, national income, composition of national income, finance, dealing internationally, as well as the use of different policies to stimulate economic development.

### กลุ่มวิชากฎหมาย

กม. 102 กฎหมายธุรกิจ

3 (3 – 0 – 6)

LA 102 Business Law

ศึกษาหลักกฎหมายและวิธีปฏิบัติตามหลักกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ที่เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ รูปแบบองค์กรธุรกิจ ขั้นตอนการจัดตั้งและการดำเนินงานของรูปแบบองค์กรทางธุรกิจ เอกเทศสัญญาที่สำคัญบางเรื่อง เช่น สัญญาซื้อขาย สัญญาเช่าทรัพย์สิน สัญญากู้ยืม เป็นต้น รวมถึงกฎหมายเกี่ยวกับการตลาดดิจิทัล

Study of legal principles and practice of civil and commercial law relating to business, business models, procedures for establishing and operating business organization models, important contracts such as sales contracts, property contracts, loan agreements, and including laws relating to digital markets.

กม. 301 การภาษีอากร

3 (3 – 0 – 6)

LA 301 Taxation

ศึกษาแนวคิดและความเป็นมาของภาษีอากร ลักษณะ หลักเกณฑ์ วิธีการประเมิน การคำนวณและการจัดเก็บ ภาษีอากรต่าง ๆ ตามประมวลรัษฎากร และภาษีอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง อันได้แก่ ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่าย ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ อากรแสตมป์ ภาษีศุลกากร ภาษีสรรพสามิต และภาษีอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ภาษีการรับมรดก ภาษีอสังหาริมทรัพย์อนุสัญญาภาษีซ้อน เป็นต้น รวมถึงกำหนดเวลายื่นแบบแสดงรายการชำระภาษีประเภทต่าง ๆ

Study of concepts and history of taxation, characteristics, criteria, assessment methods, calculation and collection of various duties and taxes under the Revenue Code and other related taxes: personal income tax, corporate income tax, withholding tax, VAT, specific business tax, stamp duty, customs duty, excise tax, and other related taxes such as inheritance tax, real estate tax, double taxation agreements, including different tax submission deadlines.

#### กลุ่มวิชาเชิงปริมาณ

คณ. 102 คณิตศาสตร์ธุรกิจ

3 (2 – 2 – 6)

MA 102 Business Mathematics

ศึกษาวิชาแคลคูลัส ฟังก์ชัน ความชันของส่วนโค้ง สูตรการหาอนุพันธ์ของฟังก์ชัน การหาค่าสูงสุดและต่ำสุดของฟังก์ชันที่สัมพันธ์กับทางธุรกิจ อนุพันธ์บางส่วน อินทิเกรชัน และการประยุกต์ในทางธุรกิจ อนุกรม และการนำเอาความรู้เรื่องอนุกรมไปใช้ในทางธุรกิจ เพื่อให้ให้นักศึกษาได้มีความรู้ทางคณิตศาสตร์อย่างพอเพียงในการศึกษาธุรกิจทั้งในทางทฤษฎี และการประยุกต์

Study of calculus, functions, gradient of curves, formulae for finding function derivatives, maximum and minimum values of functions related to business, partial derivatives, integration and application of integration understanding to business, series and using knowledge of series in business in order to provide students with sufficient mathematical knowledge in business studies, both theoretical and applied.

บธ. 207 การวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ

3 (2 – 2 – 5)

BA 207 Statistical Analysis for Business Decisions

ศึกษาแนวคิดพื้นฐานทางสถิติที่เกี่ยวกับการนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อใช้ในการพยากรณ์และการตัดสินใจทางธุรกิจ โดยศึกษาวิธีการจัดเก็บข้อมูล การวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง การวัดการกระจายของข้อมูล ความน่าจะเป็น การประมาณค่า การทดสอบสมมติฐานทางสถิติเกี่ยวกับค่าเฉลี่ยและสัดส่วน การวิเคราะห์ความแปรปรวน การทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติไคสแควร์ การวิเคราะห์การถดถอยและสหสัมพันธ์ รวมถึงการวิเคราะห์อนุกรมเวลา

Study of fundamental concepts of statistics relating to data analysis for forecasting and decision-making in business, with study of methods of data storage, measures of central tendency, measures of data distribution, probability, estimation, testing statistical hypotheses of mean and proportion, analysis of variance, testing hypotheses using chi-square statistics, regression and correlation analysis, and time series analysis.

#### กลุ่มวิชาบริหารธุรกิจ

กง. 212 การเงินธุรกิจ

3 (3 – 0 – 6)

FI 212 Business Finance

วิชาบังคับก่อน : สอบได้ บข. 200

ศึกษาบทบาท หน้าที่และจริยธรรมทางธุรกิจของผู้จัดการทางการเงิน การบริหารการเงินในองค์กรธุรกิจเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร การวิเคราะห์สินทรัพย์ที่สำคัญในการดำเนินงาน อาทิ เงินสด เงินทุนหมุนเวียน สินค้า ลูกหนี้ การค้า การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินเบื้องต้น การจัดหาเงินทุนจากแหล่งเงินทุนทั้งระยะสั้นและระยะยาว การคำนวณต้นทุนของเงินทุน การลงทุนอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจน แนวคิดเกี่ยวกับมูลค่าของเงินตามระยะเวลา

Study of the roles, duties and business ethics of financial managers, financial management in business organizations to achieve organizational goals, analysis of major operational assets such as cash, working capital, trade receivables, basic financial ratio analysis, financing from both short-term and long-term sources, calculation of capital costs, efficient investment, as well as concepts of the value of money over time.

กง. 222 การบัญชีบริหาร

3 (2 – 3 – 6)

FI 222 Managerial Accounting

วิชาบังคับก่อน : สอบได้ บข. 200 และ กง. 212

ศึกษาการใช้ประโยชน์จากข้อมูลทางบัญชีและงบการเงินเพื่อการบริหารงาน การวิเคราะห์โครงการลงทุน การงบประมาณ แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุน การวิเคราะห์ต้นทุนและกำไรเพื่อการวางแผนและการตัดสินใจของฝ่ายบริหาร

Study of the use of accounting data and financial statements for management, investment project analysis, budgeting, concepts of cost, cost and profit analysis for planning and decision-making by management.

ตล. 101 หลักการตลาด

3 (3 – 0 – 6)

MK 101 Principles of Marketing

ศึกษาแนวความคิดเกี่ยวกับการตลาด ความหมาย ขอบเขต ความสำคัญ หน้าที่และบริการของตลาดชนิดต่างๆ การจัดประเภทสินค้า การวางแผน การเลือกช่องทางการจำหน่าย นโยบายการตั้งราคา และการส่งเสริมการจำหน่าย การวิเคราะห์และการเลือกตลาดเป้าหมาย สิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลทางการตลาด ตลอดจนการหาวิธีการควบคุมการตลาดและศึกษาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการตลาดระหว่างประเทศ

Study of concepts related to marketing, definitions, scope, importance, functions and services of various market types, product classification, planning, selection of distribution channels, pricing and sales promotion policies, analysis and selection of target markets, environments influencing marketing, as well as finding methods to control marketing and study of basic knowledge about international marketing.

จก. 111 การจัดการองค์การและทรัพยากรมนุษย์

3 (3 – 0 – 6)

MG 111 Organization and Human Resource Management

ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และหน้าที่หลักทางการจัดการ ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การชี้นำ การจูงใจ การสื่อสาร และการควบคุมธุรกิจ ตลอดจนการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ รวมถึงศึกษาระบบการบริหารงานบุคคล ประกอบด้วย การวางแผนกำลังคน การสรรหาและคัดเลือกบุคลากร การฝึกอบรมพัฒนา และการประเมินผลการปฏิบัติงานภายในองค์การ โดยคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการจัดการทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ

Study of concepts, theories and main functions of management: planning, organization, guidance, motivation, communication and business control, as well as international business management, including study of personnel management systems consisting of manpower planning, personnel

recruitment and selection, training and performance evaluation within the organization, by considering environmental changes that affect management both domestically and abroad.

จก. 212 การจัดการงานผลิตและการดำเนินงาน 3 (3 – 0 – 6)

MG 212 Production and Operations Management

ศึกษาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ นับตั้งแต่ขั้นตอนของการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ การหาทำเลที่ตั้ง การจัดผังโรงงานและสำนักงาน การวางแผนกำลังการผลิต การจัดลำดับการผลิต การบริหารสินค้าคงคลัง ตลอดจนการควบคุมคุณภาพของสินค้าและบริการ

Study of basic knowledge of the production process of goods and services, from the decision-making process on product selection, finding a location, plant and office layout, planning capacity, production scheduling, inventory management, and quality control of goods and services.

จก. 222 การเป็นผู้ประกอบการและการพัฒนาธุรกิจ 3 (3 – 0 – 6)

MG 222 Entrepreneurship and Business Development

วิชาบังคับก่อน: สอบได้ จก.111

ศึกษาความหมาย บทบาท ประเภท คุณลักษณะและทักษะของผู้ประกอบการ วิเคราะห์และประเมินโอกาสทางธุรกิจเพื่อพัฒนาการเป็นผู้ประกอบการ กำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจในรูปแบบของแผนธุรกิจเพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดทิศทางการดำเนินธุรกิจจริง ตลอดจนประเมินความเสี่ยงที่อาจจะมีผลกระทบต่อธุรกิจ

Study of definitions, roles, types, characteristics and skills of entrepreneurs, analysis and assessment of business opportunities for developing entrepreneurship, defining business operating practices in the form of a business plan to be used as a guideline for setting the direction of actual business operations and assessment of risks that may affect the business.

จก. 429 การจัดการเชิงกลยุทธ์ 3 (3 – 0 – 6)

MG 429 Strategic Management

วิชาบังคับก่อน: สอบได้ จก.111 จก.212 ตล.101 และ กง.212 หรือได้รับอนุมัติจากคณบดี

ศึกษาทฤษฎี หลักการ และกระบวนการวางแผนกลยุทธ์ วิเคราะห์สภาวะแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์การที่ส่งผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ และบูรณาการศาสตร์ด้านการบริหารธุรกิจต่างๆ เพื่อใช้วางแผนกลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ผ่านการใช้เกมจำลองทางธุรกิจ หรือกรณีศึกษาที่เกิดขึ้นจริงทางธุรกิจมาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ วางแผนกลยุทธ์และการตัดสินใจทางธุรกิจ

Study of theories, principles and strategic planning processes, analysis of internal and external environmental conditions of the organization affecting strategy formulation, and integration of business

management fields in order to plan strategies to gain a competitive advantage, through the use of business simulation games or real business case studies as analytical tools, business strategy planning and decision-making.

### กลุ่มวิชาภาษา

อก. 014 ภาษาอังกฤษสำหรับการเรียนรู้โลก 3 (3 – 0 – 6)

EN 014 English for Exploring the World

พัฒนาความสามารถในการเรียนรู้ และสำรวจความเป็นไปของโลก เช่น ด้านนวัตกรรม ด้านวัฒนธรรมและแนวความคิด โดยการอ่านและเขียนภาษาอังกฤษและการใช้เทคโนโลยีประกอบการเรียนรู้ทั้งในและนอกห้องเรียน รวมทั้งฝึกทักษะด้านการฟังและพูดในสถานการณ์ที่หลากหลายจากการเรียนรู้ด้วยตนเองในห้องปฏิบัติการทางภาษา

A competency-based English course that focuses on student-centered exploration of the world through the use of English language and technology. Reading about a variety of topics provides a springboard for tasks both inside and outside the classroom. Students are equipped with knowledge about the world especially about its different cultures, peoples, and ways of thinking. Self-study learning in a language laboratory will allow the students to improve their listening and speaking skills in different situations.

อก. 331 ภาษาอังกฤษธุรกิจเชิงปฏิบัติ 3 (3 – 0 – 6)

EN 331 Practical Business English

เรียนรู้และฝึกใช้ภาษาอังกฤษธุรกิจเพื่อติดต่อสื่อสารให้ได้ผลตามที่ต้องการ เช่น การใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการขอข้อมูลการสั่งซื้อสินค้าทางจดหมายหรืออินเทอร์เน็ต และ การใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารภายในองค์กร เป็นต้น

This course will look at the English needed to achieve business communication; for example, studying and practicing English in ordering merchandise by mail or on the Internet and practicing the English structures that are needed when communicating within organization.

อก. 332 ภาษาอังกฤษธุรกิจมืออาชีพ 3 (3 – 0 – 6)

EN 332 Professional Business English

เรียนรู้และฝึกการใช้ภาษาอังกฤษธุรกิจได้อย่างมืออาชีพ เพื่อนำไปใช้ติดต่อสื่อสารทางธุรกิจในสถานการณ์ต่าง ๆ เช่น การใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการเจรจาต่อรองทางการค้า การใช้ภาษาอังกฤษในการนำเสนอสินค้าและบริการ เป็นต้น



Learning and practicing business English in a professional manner for communication in a variety of business situations, such as the use of English for trade negotiations and the presentation of goods and services.

### **กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน-บังคับ (27 หน่วยกิต)**

หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)

ตลต. 101 หลักการสำคัญของสื่อออนไลน์และการตลาดดิจิทัล 3 (3 - 0 - 6)

DMK 101 Essentials of Social Media & Digital Marketing

ศึกษาและวิเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และปรัชญาด้านการสื่อสารการตลาดดิจิทัลที่มีพัฒนาการมาจากการสื่อสารการตลาดดั้งเดิม สู่อุปกรณ์สื่อสารการตลาดแนวใหม่แบบ 2 ทาง (Two way Marketing Communications) บนทุกแพลตฟอร์ม ทั้งเว็บไซต์พีซี โมบายไซต์ และแอปพลิเคชันผ่านอุปกรณ์สื่อสารที่ใช้งานติดตัว เป็นต้น รวมทั้ง วิเคราะห์พฤติกรรมสื่อสารของผู้ส่งสารและผู้รับสารดิจิทัล เนื้อหาที่นำเสนอผ่านการสื่อสารการตลาดดิจิทัลที่สอดคล้องกับผู้บริโภค

Study and analysis of concepts, theories and philosophies of digital marketing communications that have evolved from traditional marketing communications to new two-way marketing communications on all platforms, websites, PCs, mobile sites and applications accessed through personal communications devices, and including analysis of the behaviour of senders and recipients of digital communications, content presented through digital marketing communications that is matched to consumers.

ตลต. 202 การเข้าใจข้อมูลเชิงลึกและพฤติกรรมผู้บริโภค 3 (3 - 0 - 6)

DMK 202 Consumer Insights and Behavior

วิชาบังคับก่อน : สอบได้ ตล. 101

ศึกษาหลักการและทฤษฎีพื้นฐานด้านจิตวิทยา พฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับการตลาดดิจิทัล การวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งประกอบไปด้วยการตระหนักถึงปัญหา การรวบรวมข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และการประเมินผลหลังการซื้อ ตลอดจนการศึกษาถึงการวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคขั้นพื้นฐานและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงตามบริบททางการตลาด

Study of fundamental psychological principles and theories, consumer behaviour, analysis of internal and external factors affecting consumer behaviour for digital marketing, analysis of the

purchasing decision process consisting of awareness of problems, data collection, evaluating alternatives, purchasing decisions and after-purchase evaluation, as well as study of basic consumer behaviour research and trends in changes in marketing contexts.

ตลต. 311 การจัดการผลิตภัณฑ์และตราสินค้า

3 (3 - 0 - 6)

DMK 311 Product and Brand Management in Digital Platform

วิชาบังคับก่อน : สอบได้ ตล. 101

ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการผลิตภัณฑ์และตราสินค้า กลยุทธ์การบริหารตราสินค้าให้มีคุณค่า การบริหารสายผลิตภัณฑ์ การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และตราสินค้าใหม่ การบริหารผลิตภัณฑ์และตราสินค้าในแต่ละช่วงวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ บนสื่อและช่องทางการตลาดดิจิทัล สาเหตุและการหลีกเลี่ยงความล้มเหลวของการบริหารงานด้านผลิตภัณฑ์และตราสินค้า การกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดอื่นให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และตราสินค้า การสร้างตราสินค้าให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก ตลอดจนบทบาทของรัฐบาลที่มีต่อการบริหารผลิตภัณฑ์และตราสินค้า และการบริหารผลิตภัณฑ์และตราสินค้าอย่างมีจริยธรรม

Study of concepts and theories relating to product and brand management, valuable brand management strategies, product line management, product positioning, new product and brand development, product and brand management at each stage of the product life cycle on media and digital marketing channels, causes and avoidance of product and brand management failures, defining other marketing mix strategies consistent with product and brand strategies, creating brands able to be competitive in global markets, as well as the role of government in product and brand management and ethical product and brand management.

ตลต.312 การจัดการการตั้งราคาและงบประมาณ

3 (3 - 0 - 6)

DMK 312 Pricing and Budgeting Management

วิชาบังคับก่อน : สอบได้ ตล. 101

ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารและการวางแผนกลยุทธ์ด้านราคาแบบดิจิทัล นโยบายในการตั้งราคาทั้งในระดับผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย ตลอดจนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้บริโภค และสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน ศึกษาวิธีการพยากรณ์ความต้องการทางการตลาด ตลอดจนการทำงบประมาณ ค่าใช้จ่ายทางการตลาดและการตรวจสอบและการประเมินผลการดำเนินงาน

Study of concepts relating to digital pricing management and strategic planning, pricing policy at the level of both manufacturer and distributor, as well as analysis of the competitive environment in order to create maximum consumer satisfaction and creating a competitive advantage; study of methods to forecast market demand, as well as budgeting, marketing costs and monitoring and evaluation of operations.

ตลต. 315 การกระจายสินค้าและช่องทางการตลาดดิจิทัล 3 (3 - 0 - 6)

DMK 315 Digital Distribution and Channels

วิชาบังคับก่อน : สอบได้ ตล. 101

ศึกษาความหมาย วัตถุประสงค์ ความสำคัญ สภาพแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อช่องทางการตลาดดิจิทัล การวางแผนโครงสร้างของช่องทางการจัดจำหน่าย รวมทั้งการจัดการห่วงโซ่อุปทาน การพยากรณ์และการบริหารคำสั่งซื้อ การบริหารการจัดส่ง การบริหารคลังสินค้า การจัดเก็บและเคลื่อนย้ายสินค้า ศูนย์กระจายสินค้า ตลอดจนศึกษาถึงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้ในระบบการกระจายสินค้า

Study of definitions, objectives, importance, conditions affecting digital marketing channels, structural planning of distribution channels, and including supply chain management, forecasting and order management, delivery management, warehouse management, storage and movement of goods, distribution centres, as well as the study of information technology systems used in distribution systems.

ตลต. 314 การจัดการการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ 3 (3 - 0 - 6)

DMK 314 Integrated Marketing Communication Management

วิชาบังคับก่อน : สอบได้ ตล. 101

ศึกษาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาด ความสำคัญของการสื่อสารทางการตลาดกับส่วนประสมการตลาด ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดกับการบริหารกลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัล ส่วนประสมการตลาด ซึ่งประกอบด้วย การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ การขายโดยพนักงานขาย และ

การตลาดทางตรง นอกจากนี้ยังศึกษาการบริหารส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดและการวางแผน ตลอดจนการตลาด  
ด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการและประเมินผลการสื่อสารทางการตลาดดิจิทัล

Study of basic knowledge of marketing communications, the importance of marketing communications to marketing mix, relationship between marketing communications and the management of digital marketing strategies, promotion mix consisting of advertising, sales promotion, public relations, selling sales staff and direct marketing; in addition, the study of marketing mix management and planning, and other aspects of marketing related to the management and evaluation of digital marketing communications.

ตลต. 412 วิจัยการตลาดดิจิทัล

3 (3 - 0 - 6)

DMK 412 Digital Marketing Research

วิชาบังคับก่อน : สอบได้ ตล. 101 และ บธ. 207

ศึกษากระบวนการวิจัยการตลาดดิจิทัล การออกแบบวิธีการวิจัยให้เหมาะสมกับสถานการณ์และทรัพยากรที่มีอยู่ การสุ่มตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูล การสร้างแบบเก็บข้อมูล วิธีการเก็บข้อมูล การใช้สถิติและโปรแกรมสำเร็จรูปในการประมวลผล การนำเสนอผลการวิจัย และการประยุกต์ใช้ผลงานวิจัยกับการวางแผนการตลาดดิจิทัล

Study of the process of digital marketing research, designing research methods suitable for existing conditions and resources, sampling, data analysis, data collection design, data collection methods, use of statistics and off-the-shelf software in data processing, presentation of research results, and the application of research to digital marketing planning.

ตลต. 419 การบริหารจัดการข้อมูลการตลาดดิจิทัล

3 (3 - 0 - 6)

DMK 419 Data Management in Digital Marketing

วิชาบังคับก่อน : สอบได้ ตล. 101

ศึกษากระบวนการบริหารจัดการข้อมูลในการทำการตลาดบนช่องทางและสื่อดิจิทัล การออกแบบวิธีการเก็บข้อมูล การจำแนกข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลและการประยุกต์ใช้เครื่องมือและข้อมูลต่างๆ ที่หลากหลายได้ภายในแพลตฟอร์มเดียวกัน รวมถึง การประเมินคุณภาพของข้อมูลที่มีอยู่ ระดับความน่าเชื่อถือและความสอดคล้องเพื่อนำไปสร้างกลยุทธ์หรือแผนการตลาดและการตัดสินใจทางการตลาดดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Study of the process of data management in marketing through digital channels and media, design of data collection methods, data classification, data analysis and application using a variety of tools and data in different ways available within a single platform, including quality evaluation of existing data, levels of reliability and consistency, in order to create effective marketing and planning strategies and digital marketing decisions.

ตลต. 421 สัมมนาการตลาดดิจิทัล

3 (3 - 0 - 6)

DMK 421 Seminar in Digital Marketing

วิชาบังคับก่อน : สอบได้ ตล. 101

ศึกษาการดำเนินงานทางการตลาดแบบดิจิทัลขององค์กรธุรกิจจริง ทั้งที่เป็นองค์กรในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้ทราบถึงความสำเร็จและความล้มเหลว ตลอดจนปัญหาต่างๆ และแนวทางแก้ไขขององค์กร นอกจากนี้ยังเรียนรู้และฝึกฝน การนำเอาความรู้ที่เรียนมาประยุกต์ใช้ เพื่อปรับปรุงแก้ไข โดยใช้วิธีการระดมสมองและการอภิปรายกลุ่ม เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนการปฏิบัติงานกับองค์กรภายนอกในอนาคต

Study of digital marketing operations of real business organizations, both domestic and foreign, in order to understand successes and failures, as well as the various problems and solutions of those organizations; in addition, learning and application of knowledge for revision through brainstorming and group discussion in preparation for working with external organizations in the future.

### กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน-เลือก (24 หน่วยกิต)

หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)

ตลต. 321 กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล

3 (3 - 0 - 6)

DMK 321 Digital Marketing Strategies

วิชาบังคับก่อน : สอบได้ ตล. 101

ศึกษากลยุทธ์ที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจ การวิเคราะห์การพัฒนาและประยุกต์ใช้กลยุทธ์การตลาดในธุรกิจจริง เพื่อสร้างทักษะและประสบการณ์ในการพัฒนาการตลาดที่เหมาะสมในสถานการณ์ต่างๆ การศึกษากระบวนการในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล การดำเนินกลยุทธ์ในทางปฏิบัติรวมทั้งการตรวจสอบและประเมินผล โดยใช้กรณีศึกษาเป็นเครื่องมือในการประมวลความรู้และเทคนิคเพื่อกำหนดกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลได้อย่างเหมาะสมภายใต้หลักจริยธรรมทางวิชาชีพการตลาด

Study of strategies important to business success, analysis of development and application to marketing strategies in real businesses to build skills and experience in developing appropriate marketing strategies for different situations; study of the process of formulating digital marketing strategies, the implementation of strategies, including monitoring and evaluation using case studies as tools for processing knowledge and techniques in order to formulate appropriate digital marketing strategies in accordance with professional marketing ethics.

ตลต. 322 การออกแบบเนื้อหาบนการตลาดดิจิทัล

3 (3 - 0 - 6)

## DMK 322 Digital Marketing Content and Design

ศึกษาการสร้างแผนกลยุทธ์การตลาดด้วยเนื้อหาดิจิทัล (Digital Content) และการวัดผลความสำเร็จ พัฒนาและรวบรวมเนื้อหาชิ้นงานเพื่อให้เกิดการส่งต่อเนื้อหา (Viral Content) ใช้ประโยชน์จากการทำโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้เกิดการกระจายเผยแพร่ไปยังช่องทางสื่อสังคมและเว็บไซต์ วิธีสร้างสรรค์แคมเปญขยายกลุ่มเป้าหมายบนสื่อสังคมเพื่อเพิ่มยอดขายและการรับรู้ในตัวแบรนด์สินค้าด้วยเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์

The study of creating strategic marketing plans using digital content and measuring success, content development and compilation to create viral content, utilizing online social media advertising to be distributed across social media channels and websites, methods of creating campaigns to expand target audience on social media in order to increase sales and brand awareness through electronic tools.

ตลต. 323 เครื่องมือและเทคนิคด้านการตลาดดิจิทัล

3 (3 - 0 - 6)

## DMK 323 Digital Marketing Tools and Techniques

ศึกษาแนวความคิดสำคัญของกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดดิจิทัลในหลากหลายรูปแบบ วิเคราะห์ปัจจัยสู่ความสำเร็จของแคมเปญการสื่อสาร การตลาดแบบพันธมิตร แนวทางตัวอย่างแคมเปญจากกรณีศึกษาสำคัญ และเรียนรู้วิธีการใช้งานการตลาดดิจิทัล เพื่อประโยชน์ในการผสมผสานกับแผนงานอื่นๆ บนแคมเปญการตลาดดิจิทัล

Study of key concepts of digital marketing communication strategies in a variety of formats, analysis of factors for the success of communication campaigns, affiliate marketing, sample campaign guidelines from important case studies, and learning methods of using digital marketing for integration with other plans in a digital marketing campaign.

ตลต. 325 นวัตกรรมสร้างสรรค์บนสื่อดิจิทัล

3 (3 - 0 - 6)

## DMK 325 Creative Digital Innovation

ศึกษาบทบาทการทำงานสร้างสรรค์บนสื่อดิจิทัล เพื่อใช้ในการวางแผนสื่อดิจิทัลร่วมกับสื่อโฆษณาแบบผสมผสานอื่นๆ เรียนรู้ทักษะที่จำเป็นเพื่อผลิตงานสร้างสรรค์บนสื่อดิจิทัล เรียนรู้บทบาทความคิดสร้างสรรค์ที่ใช้ในการผลิตงานโฆษณาบนสื่อดิจิทัล และนำเทคโนโลยีที่รองรับมาใช้งานเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของแคมเปญดิจิทัล

Study of the role of creative work in digital media for use in digital media planning, together with other integrated advertising media; learning the skills necessary to produce creative work on digital media, the role of creativity in the production of advertising on digital media and the use of supported technology as part of digital campaigns.

ตลต. 326 การจัดการโฆษณาและสื่อโฆษณา

3 (3 - 0 - 6)

## DMK 326 Advertising and Media Management

ศึกษาประวัติ ความหมาย ความสำคัญ และประเภทของการโฆษณา บทบาทหน้าที่ของฝ่ายบริหารงานโฆษณา ศึกษาถึงการสร้างสรรค์ชิ้นงานโฆษณา องค์ประกอบของชิ้นงานโฆษณา ประเภทสิ่งพิมพ์ การกระจายเสียงและการแพร่ภาพ การจัดการเกี่ยวกับสื่อโฆษณา การวางแผนการรณรงค์การโฆษณา การประเมินประสิทธิภาพการโฆษณา ตลอดจนกฎหมายข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาและหน่วยงานที่สนับสนุนการผลิตชิ้นงานโฆษณา

Study of the history, definition, significance and types of advertising, the role of advertising management, the creation of advertisements, the elements of advertisements, types of printed media, broadcasting, advertising media management, advertising campaign planning, evaluating advertising effectiveness, as well as laws and regulations related to advertising and agencies supporting the production of advertising.

ตลด. 327 การออกแบบแคมเปญการตลาดดิจิทัล

3 (3 - 0 - 6)

DMK 327 Digital Marketing Campaign Design

ศึกษาองค์ประกอบสำคัญของการทำแคมเปญสื่อสารการตลาดดิจิทัล รวมไปถึงการจำแนกกลุ่มผู้รับสารที่มีคุณค่า วางแผนช่องทางสื่อสาร วัดและประเมินผล วางแผนงบประมาณ และประเมินผลความสำเร็จของแคมเปญการตลาดดิจิทัล รวมไปถึงการวางแผนใช้กิจกรรมเชิงยุทธวิธีที่เหมาะสมผ่านสื่อกลางต่างๆ

Study of the key elements of digital marketing communication campaigns including the classification of valuable recipients, planning communication channels, measurement and evaluation, budget planning and evaluating the success of digital communication campaigns, including the planning of appropriate tactical activities through various media.

ตลด. 328 การตลาดผ่านเครื่องมือค้นหาบนอินเทอร์เน็ต

3 (3 - 0 - 6)

DMK 328 Search Engine Marketing

ศึกษาแนวคิด กระบวนการ การทำการตลาดด้วยเครื่องมือค้นหา (Search Engine) ทั้งวิธีการ Search Engine Marketing (SEM) แบบ Pay Per Click (PPC) และ Search Engine Optimization (SEO) ด้วยคำค้นหา (Keyword) ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการ เพื่อสามารถวางกลยุทธ์การตลาดโดยใช้เครื่องมือสืบค้น ปรับปรุง Click Through Rate (CTR) ตลอดจน กำหนดตัววัดผลที่ถูกต้องเหมาะสมและมีประสิทธิภาพตรงกับเป้าหมายและวัตถุประสงค์การทำการตลาดบนสื่อและรูปแบบดิจิทัล

Study of concepts and processes of Search Engine Marketing (SEM), both Pay Per Click (PPC) and Search Engine Optimization (SEO) methods, with keywords related to products and services in order to be able to formulate marketing strategies using search tools, improving Click Through Rate (CTR), as well as setting correct, appropriate and effective measurements to meet marketing goals and objectives on media and digital formats.

ตลด. 329 การตลาดแบบแรงดึงดูด

3 (3 - 0 - 6)

DMK 329 Inbound Marketing

ศึกษาแนวคิด หลักการ และกระบวนการทำการตลาดด้วยการตลาดในรูปแบบแรงดึงดูด เข้าใจเทคนิคสำหรับการสร้างกลยุทธ์ที่ใช้การตลาดแบบดึงดูด (Pull Strategy) ในรูปแบบที่หลากหลายแบบบูรณาการ เช่น การตลาดเนื้อหา บล็อก เว็บไซต์ เครื่องมือสืบค้น จดหมายข่าว และรายการบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย เพื่อดึงดูดลูกค้าสู่ผลิตภัณฑ์และบริการผ่านเนื้อหาการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ โดยสามารถนำเสนอข้อมูล เนื้อหา สารระสำคัญที่มีคุณค่า ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย สามารถสร้างความสัมพันธ์และความผูกพันต่อตราสินค้า บริการและองค์กรธุรกิจ ตลอดจนระบบอัตโนมัติทางการตลาดที่สามารถสนับสนุนการตลาดแบบแรงดึงดูด เครื่องมือ กลยุทธ์ในการเปลี่ยนผู้ติดตามไปสู่ลูกค้าเป้าหมายและการเชื่อมต่อบริษัทการตลาดอัตโนมัติเข้ากับระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) ในองค์กรธุรกิจ

Study of concepts, principles and marketing processes of inbound marketing, understanding techniques for creating strategies using pull strategy in a variety of integrated formats, such as content marketing, blogs, websites, search engines, newsletters, and content on social media platforms in order to attract customers to products and services through content marketing on social media to enable presentation of important information and content of direct value to target groups of customers, building relationships and ties to brands, services and business organizations, as well as automatic marketing systems that can support inbound marketing, tools, strategies to convert subscribers into target customers, and connecting automatic marketing systems to customer relationship management (CRM) systems in business organizations.

ตลด. 330 การตลาดผ่านกลุ่มคนที่มีอิทธิพลบนสื่อและช่องทางดิจิทัล

3 (3 - 0 - 6)

DMK 330 Influencer Marketing

ศึกษาแนวคิด หลักการ และกระบวนการทำการตลาดด้วยการบริหารจัดการสื่อสารผ่านกลุ่มคนที่มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์และช่องทางดิจิทัล การจำแนกกลุ่มผู้มีอิทธิพลในแต่ละระดับ การระบุแพลตฟอร์มหลักของผู้มีอิทธิพล บทบาทของผู้มีอิทธิพลบนสื่อและช่องทางดิจิทัลต่อแบรนด์และประเภทสินค้า การบริหารจัดการและวางแผนรูปแบบสื่อ เนื้อหา ข้อความในการสื่อสารผ่านผู้มีอิทธิพลให้บรรลุเป้าหมายธุรกิจและวัตถุประสงค์ทางการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ

Study of concepts, principles and processes of marketing by communication management through influencers on social media and digital channels, classification of levels of influencers, identifying the main platforms of influencers, the roles of influencers on media and digital channels towards brands and types of goods, management and planning of media formats, content, communicating messages through influencers to meet business targets and marketing objectives effectively.



ตลด. 331 การฝึกงานทางด้านการตลาดดิจิทัล

3 (0 – 9 – 0)

DMK 331 Digital Marketing Internship

วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชาเฉพาะด้าน-บังคับอย่างน้อย 2 วิชา

ศึกษาจิตวิญญาณของผู้ประกอบการ ความคิดสร้างสรรค์ การแสวงหาโอกาสในการลงทุนธุรกิจโดยใช้สื่อดิจิทัล การวางแผนการตลาดดิจิทัล การปฏิบัติงานจริง การบริหารธุรกิจดิจิทัลอย่างเป็นระบบ และหาแนวทางในการแก้ปัญหา ด้านการตลาดที่เกี่ยวข้อง โดยนักศึกษาจะต้องฝึกงานในโครงการฝึกงานของมหาวิทยาลัย ภายใต้การดูแลของคณาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ หรือฝึกงานในองค์กรต่างๆ เป็นจำนวนไม่น้อยกว่า 200 ชั่วโมง และนักศึกษาต้องจัดทำรายงานสรุปผลการฝึกงานเมื่อสิ้นสุดการฝึกงาน

Study of entrepreneurial spirit, creativity, seeking out business investment opportunities using digital media, digital marketing planning, actual work, systematic digital business management and seeking solutions to related marketing problems, with students training in the university internship program under the supervision of the program advisor or training in an organization for not less than 200 hours and students must complete a summary report upon completion of the internship.

ตลด. 411 การวางแผนและวิเคราะห์ทางดิจิทัล

3 (3 - 0 – 6)

DMK 411 Digital Planning and Analytics

วิชาบังคับก่อน : สอบได้ ตล. 101

ศึกษาทฤษฎี แนวคิด กระบวนการ และเครื่องมือในการบริหารการตลาดโดยมุ่งพัฒนา ทักษะและประสบการณ์ ในการจัดทำแผนการตลาด เนื้อหาวิชาครอบคลุมการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่มีผลต่อกิจกรรมทางการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งพฤติกรรมผู้บริโภค การแข่งขันและปัจจัยอื่นๆ การกำหนดกลยุทธ์ การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด รวมถึง แนวทางการปฏิบัติตามแผน และการควบคุมการดำเนินงานทางการตลาดดิจิทัลภายใต้หลักจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม

Study of theories, concepts, processes and tools in marketing management with the aim of developing skills and experience in making marketing plans; the course covers analysis of environment conditions affecting marketing activities, especially consumer behavior, competition and other factors, strategy formulation, marketing mix development, and including guidelines for plan implementation and control of digital marketing operations in accordance with ethics and social responsibility.

ตลด. 415 ประเด็นสำคัญทางการตลาดดิจิทัล

3 (3 - 0 - 6)

DMK 415 Current Issues in Digital Marketing

ศึกษาหัวข้อ แนวคิด วิธีการ รวมถึงกลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัลสมัยใหม่ในแวดวงธุรกิจ หรือเครื่องมือเฉพาะซึ่งเป็นพัฒนาการทางการตลาดใหม่ๆที่ทันสมัย หรือกำลังเป็นที่สนใจ หรือเป็นแนวโน้มที่สำคัญในอนาคต เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาความคิด และการทำงานของนักศึกษา

Study of topics, concepts, methods, including modern digital marketing strategies in the business field or specialized tools which are the latest marketing developments, or are of current interest, or are important trends for the future, in order to be of value to the development of students' thinking and work.

ตลด. 418 การตลาดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ

3 (3 - 0 - 6)

DMK 418 Entrepreneurial Marketing

ศึกษาบทบาทและการจัดการทางการตลาดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ ศึกษาและวางแผนทางการตลาดเพื่อดำเนินธุรกิจ โดยพิจารณาปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กรที่ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ อาทิ การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่งทางการตลาด นโยบายด้านผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ การสร้างตราสินค้า กำหนดราคาและช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

Study of roles and marketing management for entrepreneurship, study and marketing planning for operating a business by considering internal and external environmental factors that affect organizations' business operations, planning marketing strategies for entrepreneurs such as market segmentation, defining the target market, market positioning, product policy, packaging, brand building, setting prices and distribution channels, and promotional marketing.

ตลด. 423 การตลาดระหว่างประเทศ

3 (3 - 0 - 6)

DMK 423 International Marketing

ศึกษาความสำคัญของการตลาดระหว่างประเทศและระดับโลก การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของประเทศ ต่าง ๆ สภาพแวดล้อมในต่างประเทศ โครงสร้างและการดำเนินงานขององค์กรระหว่างประเทศ การวิจัยตลาดระหว่างประเทศ กลยุทธ์การตลาดระหว่างประเทศ อันประกอบด้วย กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และราคาสำหรับตลาดระหว่างประเทศ การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ การส่งเสริมการตลาดระหว่างประเทศ การวางแผนและการใช้ส่วนประสมการตลาด ตลอดจนศึกษาถึงนโยบายการส่งเสริมการค้าต่างประเทศทั้งของภาครัฐบาลและภาคเอกชน

Study of the importance of international and global marketing, economic groupings of different countries, local conditions in other countries, structure and operation of international organizations,

International market research, international marketing strategies consisting of product and pricing strategies for international markets, entering foreign markets, international marketing promotion, planning and use of marketing mix, as well as study of policies for promotion of international trade in both state and private sectors.

สศ. 301 เตรียมสหกิจศึกษา

3 (3 - 0 - 6)

CO 301 Pre-Cooperative Education

ศึกษาแนวคิดและความเข้าใจของระบบสหกิจศึกษาตลอดจนเป็นการเตรียมความพร้อมและทักษะด้านต่างๆ อาทิ การเขียนจดหมายสมัครงาน การเลือกสถานประกอบการ เทคนิคการเข้ารับการสัมภาษณ์งาน การพัฒนาทักษะในการสื่อสาร บุคลิกภาพ การทำงานเป็นทีม สร้างสรรค์การทำงานด้วยกิจกรรม 5 ส วัฒนธรรมองค์กร เทคนิคการคิดอย่างสร้างสรรค์ เทคนิคการเขียนรายงาน และการนำเสนอ ทักษะการเป็นผู้ประกอบการ คุณธรรมจริยธรรม รวมถึงจรรยาบรรณในวิชาชีพ ข้อควรปฏิบัติในระหว่างการปฏิบัติงาน และความปลอดภัยในสถานประกอบการ

Study of concepts and understanding of the cooperative education system, and the preparation of various skills such as writing job application letters, selecting a workplace, job interview techniques, developing communication skills, personality, team work, creating work through 5 S activities, organizational culture, creative thinking techniques, report writing and presentation techniques, entrepreneurial skills, ethics and professional codes of conduct, conduct while working, and safety in the workplace.

จก. 430 สหกิจศึกษา

9 (0 - 35 - 0)

MG 430 Cooperative Education

วิชาบังคับก่อน : สอบได้ สศ. 301 และวิชาเฉพาะด้าน-บังคับ อย่างน้อย 3 วิชา

ศึกษาระบบการทำงานจริงในสถานประกอบการธุรกิจในฐานะพนักงานของสถานประกอบการ เพื่อเสริมสร้างให้นักศึกษามีความพร้อมด้านงานอาชีพจากการปฏิบัติงานพื้นฐานอย่างมีหลักการและเป็นระบบ นักศึกษาจะต้องมีชั่วโมงการทำงานอย่างเต็มเวลารวมแล้วไม่น้อยกว่า 16 สัปดาห์ หรือ 1 ภาคการศึกษา รวมถึงมีการประเมินผลการทำงานจากอาจารย์ที่ปรึกษาพร้อมกับสถานประกอบการ นักศึกษาต้องจัดบันทึกความก้าวหน้าในการปฏิบัติงานในระหว่างการปฏิบัติงาน รวมทั้งรายงานสรุปผลการปฏิบัติงานและนำเสนอผลการปฏิบัติงานเมื่อสิ้นสุดการปฏิบัติงาน

Study of real-life work systems as an employee in a business to enhance students' professional readiness through basic principled and structured practice; students must work full-time for not less than 16 weeks or 1 semester, including work evaluation by their advisor and workplace; students must record their progress at work during the internship and both complete a report and make a presentation on their performance at the end of the internship.

**ค. หมวดวิชาเลือกเสรี 6 หน่วยกิต**

นักศึกษาจะต้องเลือกเรียนรายวิชาอื่นที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต