

## สาขาวิชาการตลาด

---

สาขาวิชาการตลาด มุ่งให้นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจและทักษะด้านการวิเคราะห์ และวางแผนการตลาดขององค์กรต่างๆ สามารถกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาด จัดโครงสร้างหน่วยงานและควบคุมการดำเนินงานการตลาดเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรได้

นักศึกษาสาขาวิชาการตลาดจะได้ศึกษาถึงหลักการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การวิจัยการตลาดการบริหารผลิตภัณฑ์ ราคาช่องทางการกระจายสินค้า และการส่งเสริมการตลาด ตลอดจนปัญหาต่างๆ ทางการตลาดเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการดำเนินงานด้านการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### โอกาสในการประกอบอาชีพ

บัณฑิตสาขาวิชาการตลาด สามารถเลือกทำงานได้อย่างหลากหลายทั้งในองค์กรธุรกิจ องค์กรของรัฐ หรือองค์กรด้านสังคมต่างๆ ในชื่อตำแหน่งที่เกี่ยวกับการตลาด การขาย การบริการ การบริหารผลิตภัณฑ์

ตราสินค้า การบริหารศูนย์การค้า ลูกค้าสัมพันธ์ การวิจัยการตลาด การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ การจัดซื้อ การตลาดต่างประเทศ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ฯลฯ

นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจที่เลือกเรียนสาขาวิชาการตลาดจะได้รับปริญญาตรีบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด หรือ บธ.บ. (การตลาด) จะต้องมียุทธศาสตร์หน่วยกิตไม่น้อยกว่า 135 หน่วยกิต โดยแยกออกเป็น

วิชาศึกษาทั่วไป	30 หน่วยกิต	เท่ากับ	22 %
วิชาเฉพาะ	99 หน่วยกิต	เท่ากับ	73 %
กลุ่มวิชาแกน	54 หน่วยกิต		
กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน-บังคับ	30 หน่วยกิต		
กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน-เลือก	15 หน่วยกิต		
วิชาเลือกเสรี	6 หน่วยกิต	เท่ากับ	4 %
รวม	135 หน่วยกิต	เท่ากับ	100 %

**กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน-บังคับ** (วิชาละ 3 หน่วยกิต รวม 30 หน่วยกิต)

- ตล. 311 การจัดการผลิตภัณฑ์และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่
- MK 311 Product Management and New Product Development
- ตล. 312 การจัดการการกระจายสินค้าและโลจิสติกส์
- MK 312 Distribution and Logistics Management
- ตล. 313 การจัดการการสื่อสารการตลาด
- MK 313 Marketing Communication Management
- ตล. 314 พฤติกรรมผู้บริโภค
- MK 314 Consumer Behavior
- ตล. 315 การจัดการราคาและการพยากรณ์ยอดขาย
- MK 315 Price Management and Sales Forecasting
- ตล. 321 การวิจัยการตลาด
- MK 321 Marketing Research
- ตล. 418 การตลาดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ
- MK 418 Entrepreneurial Marketing

- ดล. 421 สัมมนาทางการตลาด
- MK 421 Seminar in Marketing
- ดล. 424 กลยุทธ์การตลาดและการวางแผนการตลาด
- MK 424 Marketing Strategy and Marketing Planning
- ดล. 428 การตลาดดิจิทัล
- MK 428 Digital Marketing

**กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน-เลือก** (วิชาละ 3 หน่วยกิต เลือกเรียน 5 วิชา  
รวม 15 หน่วยกิต)

- ดล. 322 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์
- MK 322 Customer Relationship Management
- ดล. 323 การจัดการตราสินค้า
- MK 323 Brand Management
- ดล. 324 การจัดการขาย
- MK 324 Sales Management
- ดล. 325 การตลาดสินค้าแฟชั่น
- MK 325 Fashion Marketing
- ดล. 326 การจัดการโฆษณาและบริษัทตัวแทน
- MK 326 Advertising and Agency Management
- ดล. 327 การจัดซื้อและการเจรจาต่อรอง
- MK 327 Purchasing and Negotiations
- ดล. 328 การตลาดบริการ
- MK 328 Services Marketing
- ดล. 329 การฝึกงานด้านการตลาด
- MK 329 Marketing Internship
- ดล. 411 การตลาดระหว่างประเทศและระดับโลก
- MK 411 International and Global Marketing
- ดล. 412 การจัดกิจกรรมทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์
- MK 412 Event Marketing and Public Relations
- ดล. 413 การตลาดทางตรง
- MK 413 Direct Marketing
- ดล. 415 ประเด็นปัจจุบันทางการตลาด
- MK 415 Current Issues in Marketing

ตล.	416	การตลาดกีฬา
MK	416	Sports Marketing
ตล.	417	การจัดการค้าปลีก
MK	417	Retailing Management
ตล.	419	การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด
MK	419	Quantitative Analysis in Marketing
ตล.	422	กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย
MK	422	Sales Promotion Strategies
ตล.	423	การตลาดระหว่างธุรกิจ
MK	423	Business-to-Business Marketing
ตล.	425	การศึกษาเฉพาะบุคคล
MK	425	Independent Study
ตล.	426	การตลาดธุรกิจบันเทิง
MK	426	Entertainment Marketing
ตล.	427	การตลาดเชิงนวัตกรรม
MK	427	Marketing for Innovation
ตล.	429	การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ
MK	429	Marketing for Hospitality Business
จก.	325	การฝึกงานด้านวิชาชีพ
MG	325	Professional Internship
บธ.	325	การฝึกงานด้านผู้ประกอบการ
BA	325	Entrepreneurial Internship
บม.	417	ทักษะสำหรับนักธุรกิจมืออาชีพ
HR	417	Business Professional Skills

### หมวดวิชาเลือกเสรี (6 หน่วยกิต)

นักศึกษาจะต้องเลือกเรียนวิชาเลือกเสรี รวมแล้วไม่น้อย กว่า 6 หน่วยกิต จากวิชาต่างๆ ที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ซึ่งไม่ใช่ วิชาศึกษาทั่วไป และคณะอนุมัติให้เป็นวิชาเลือกเสรี