

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
Bachelor of Business Administration Program in Marketing

1. โครงสร้างหลักสูตร

แผนการศึกษาแบบปกติและแผนการศึกษาแบบสหกิจศึกษา

จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร 135 หน่วยกิต

ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 30 หน่วยกิต

- กลุ่มวิชาภาษาอังกฤษ 9 หน่วยกิต

- กลุ่มวิชาบูรณาการทักษะวิชาชีพ 21 หน่วยกิต

ข. หมวดวิชาเฉพาะ 99 หน่วยกิต

- กลุ่มวิชาแกน 48 หน่วยกิต

- กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน-บังคับ 27 หน่วยกิต

- กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน-เลือก 24 หน่วยกิต

ค. หมวดวิชาเลือกเสรี 6 หน่วยกิต

2. รายวิชาในหลักสูตร

ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 30 หน่วยกิต

กลุ่มวิชาภาษาอังกฤษ (9 หน่วยกิต)

หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)

อก. 101	ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน	3 (2 – 2 – 6)
EN 101	Everyday English	
อก. 102	ภาษาอังกฤษในบริบททางสังคม	3 (2 – 2 – 6)
EN 102	Social English	
อก. 103	ภาษาอังกฤษในบริบทสากล	3 (2 – 2 – 6)
EN 103	Global English	

กลุ่มวิชาบูรณาการทักษะวิชาชีพ (21 หน่วยกิต)

หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)

ศท. 101	ทักษะการคิดเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต	3 (3 – 0 – 6)
GE 101	Thinking Skills for Lifelong Learning	
ศท. 102	ความเป็นพลเมือง และการเปลี่ยนแปลงของสังคม	3 (3 – 0 – 6)
GE 102	Citizenship and Social Transformation	
ศท. 103	เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่ออนาคต	3 (3 – 0 – 6)
GE 103	Technology and Innovation for the Future	
ศท. 104	สุนทรียภาพกับสุขภาวะเพื่อชีวิต	3 (3 – 0 – 6)
GE 104	Aesthetics and Well-being for Life	

ศท. 105	พันธมิตรทางสังคมและประเด็นเกิดใหม่ของโลก	3 (3 – 0 – 6)
GE 105	Global Alliance and Emerging Issues	
ศท. 106	ความรู้ทางการเงินและการพัฒนาอย่างยั่งยืน	3 (3 – 0 – 6)
GE 106	Financial Literacy and Sustainable Development	
ศท. 107	จิตวิญญาณความเป็นผู้ประกอบการและทักษะการเป็นผู้นำ	3 (3 – 0 – 6)
GE 107	Entrepreneurial Spirit and Leadership Skills	

ข. หมวดวิชาเฉพาะ 99 หน่วยกิต

กลุ่มวิชาแกน (48 หน่วยกิต)

หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง)

กลุ่มวิชาบัญชี

บช. 200	การบัญชีธุรกิจ	3 (2 – 2 – 5)
AC 200	Business Accounting	

กลุ่มวิชาเศรษฐศาสตร์

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

จก. 111	การจัดการองค์การและทรัพยากรมนุษย์	3 (3 – 0 – 6)
MG 111	Organization and Human Resource Management	
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. 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-ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง)

ตล. 316	การจัดการผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม	3 (3 – 0 – 6)
MK 316	Product and Innovation Management	
ตล. 312	การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย	3 (3 – 0 – 6)
MK 312	Distribution Channel Management	
ตล. 317	การสื่อสารแบรนด์และการตลาดแบบบูรณาการ	3 (3 – 0 – 6)
MK 317	Integrated Brand and Marketing Communication	
ตล. 314	พฤติกรรมผู้บริโภค	3 (3 – 0 – 6)
MK 314	Consumer Behavior	
ตล. 318	การจัดการราคา	3 (3 – 0 – 6)
MK 318	Price Management	
ตล. 321	การวิจัยตลาด	3 (3 – 0 – 6)
MK 321	Marketing Research	
ตล. 421	สัมมนาทางการตลาด	3 (3 – 0 – 6)
MK 421	Seminar in Marketing	
ตล. 433	กลยุทธ์และการวางแผนการตลาด	3 (3 – 0 – 6)
MK 433	Marketing Strategy and Planning	

ตล. 428	การตลาดดิจิทัล	3 (3 – 0 – 6)
MK 428	Digital Marketing	

กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน-เลือก (24 หน่วยกิต)

นักศึกษาเลือกเรียนวิชาเฉพาะด้าน-เลือก ไม่น้อยกว่า 15 หน่วยกิต ทั้งนี้

หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง)

ตล. 322	การบริหารลูกค้าสัมพันธ์	3 (3 – 0 – 6)
MK 322	Customer Relationship Management	
ตล. 335	การจัดการแบรนด์	3 (3 – 0 – 6)
MK 335	Brand Management	
ตล. 336	การขายแบบสร้างสรรค์และการจัดการด้านการขาย	3 (3 – 0 – 6)
MK 336	Creative Selling and Sales Management	
ตล. 325	การตลาดสินค้าแฟชั่น	3 (3 – 0 – 6)
MK 325	Fashion Marketing	
ตล. 326	การจัดการโฆษณาและบริษัทตัวแทน	3 (3 – 0 – 6)
MK 326	Advertising and Agency Management	
ตล. 327	การจัดซื้อและการเจรจาต่อรอง	3 (3 – 0 – 6)
MK 327	Purchasing and Negotiations	
ตล. 328	การตลาดบริการ	3 (3 – 0 – 6)
MK 328	Services Marketing	
ตล. 329	การฝึกงานด้านการตลาด	3 (0 – 9 – 0)
MK 329	Marketing Internship	
ตล. 411	การตลาดระหว่างประเทศและระดับโลก	3 (3 – 0 – 6)
MK 411	International and Global Marketing	
ตล. 412	การจัดกิจกรรมการตลาดและการประชาสัมพันธ์	3 (3 – 0 – 6)
MK 412	Event Marketing and Public Relations	
ตล. 413	การตลาดทางตรง	3 (3 – 0 – 6)
MK 413	Direct Marketing	
ตล. 415	ประเด็นปัจจุบันทางการตลาด	3 (3 – 0 – 6)
MK 415	Current Issues in Marketing	
ตล. 416	การตลาดกีฬา	3 (3 – 0 – 6)
MK 416	Sports Marketing	
ตล. 417	การจัดการค้าปลีก	3 (3 – 0 – 6)
MK 417	Retailing Management	

ตล. 418	การตลาดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ	3 (3 – 0 – 6)
MK 418	Entrepreneurial Marketing	
ตล. 419	การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด	3 (3 – 0 – 6)
MK 419	Quantitative Analysis in Marketing	
ตล. 422	กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย	3 (3 – 0 – 6)
MK 422	Sales Promotion Strategies	
ตล. 423	การตลาดระหว่างธุรกิจ	3 (3 – 0 – 6)
MK 423	Business-to-Business Marketing	
ตล. 425	การศึกษาเฉพาะบุคคล	3 (0 – 6 – 6)
MK 425	Independent Study	
ตล. 426	การตลาดธุรกิจบันเทิง	3 (3 – 0 – 6)
MK 426	Entertainment Marketing	
ตล. 434	การตลาดสำหรับนวัตกรรม	3 (3 – 0 – 6)
MK 434	Marketing for Innovation	
ตล. 429	การตลาดสำหรับธุรกิจต้อนรับ	3 (3 – 0 – 6)
MK 429	Marketing for Hospitality Business	
ตล. 440	การตลาดสำหรับธุรกิจเกม	3 (3 – 0 – 6)
MK 440	Marketing for Game Business	
ตล. 431	ศิลปะและการออกแบบเพื่อการสร้างแบรนด์	3 (3 – 0 – 6)
MK 431	Art and Design in Branding	
ตล. 432	การตลาดคอนเทนต์แนวสร้างสรรค์	3 (3 – 0 – 6)
MK 432	Creative Content Marketing	
จก. 325	การฝึกงานด้านวิชาชีพ	3 (0 – 9 – 0)
MG 325	Professional Internship	
บธ. 325	การฝึกงานด้านผู้ประกอบการ	3 (0 – 9 – 0)
BA 325	Entrepreneurial Internship	
จก. 417	ทักษะสำหรับนักธุรกิจมืออาชีพ	3 (3 – 0 – 6)
MG 417	Business Professional Skills	
ตล. 441	กลยุทธ์การขาย	3 (3 – 0 – 6)
MK 441	Sales Strategy	
จก. 436	การจัดการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	3 (3 – 0 – 6)
MG 436	E-Commerce Management	
นศ. 021	จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค	3 (3 – 0 – 6)
CA 021	Consumer Psychology & Behavior	

สบ. 031	การสร้างเรื่องราวแบรนด์อย่างสร้างสรรค์	3 (3 - 0 - 6)
BD 031	Creative Brand Storytelling	
ดล.337	การสร้างโมเดลทางธุรกิจรูปแบบใหม่	3 (3 - 0 - 6)
MK 337	New Business Model Creation	
ดล.338	ความคิดสร้างสรรค์และความคิดเชิงวิพากษ์สำหรับนักการตลาด	3 (3 - 0 - 6)
MK 338	Creative and Critical Thinking for Marketer	
ดล.339	การตลาดเพื่อความยั่งยืนและการตลาดสีเขียว	3 (3 - 0 - 6)
MK 339	Sustainable and Green Marketing	
ดล.340	แนะนำ UX & UI สำหรับนักการตลาดเบื้องต้น	3 (3 - 0 - 6)
MK 340	UX & UI Introduction for Marketer	
ดล.341	การตลาดสำหรับการแข่งขันกีฬาอิเล็กทรอนิกส์	3 (3 - 0 - 6)
MK 341	Marketing for E-Sports	

สำหรับนักศึกษาที่เข้าโครงการสหกิจศึกษา

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) แบ่งเป็นการบรรยาย 3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ โดยมีการฝึกปฏิบัติร่วมกันระหว่างนักศึกษาและอาจารย์ผู้สอนและการศึกษาด้วยตนเองของนักศึกษา 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

3. คำอธิบายรายวิชา

ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (30 หน่วยกิต)

กลุ่มวิชาภาษาอังกฤษ (9 หน่วยกิต)

อก. 101 ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน 3 (2 – 2 – 6)

EN 101 Everyday English

ฝึกฝนการใช้โครงสร้างพื้นฐานและสำนวนภาษาอังกฤษที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ประกอบด้วยการพูดแนะนำตนเองและให้ข้อมูลส่วนตัว การบรรยายบุคลิกลักษณะ การพูดถึงเรื่องที่สนใจ เรื่องที่เป็นความชอบและแรงผลักดันส่วนตัวของแต่ละคน รวมถึงการแสดงความคิดเห็นในเรื่องทั่วไป อีกทั้งพัฒนาทักษะการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียนด้วยวิธีเชิงบูรณาการ

Practice basic language structures and everyday expressions, including how to give informative self-introduction, describe personality, talk about interests and personal passions, as well as how to express opinions about general issues. Enhance language skills—speaking, listening, reading, and writing—through integrated methods.

อก. 102 ภาษาอังกฤษในบริบททางสังคม 3 (2 – 2 – 6)

EN 102 Social English

ฝึกฝนการพูดและการเขียนประโยคและสำนวนที่ใช้เป็นประจำ เพื่อการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม การแลกเปลี่ยนข้อมูล การเปรียบเทียบ และการอธิบายความคิดเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ ในบริบททางสังคมและธุรกิจ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาทักษะการอภิปรายและการนำเสนอ ด้วยเทคโนโลยีและความคิดสร้างสรรค์

Practice speaking and writing frequently used expressions for social interactions, exchanging information, making comparisons, and explaining ideas in social and business-related contexts, with emphasis on developing discussion and presentation skills along with digital skills and creativity.

อก. 103 ภาษาอังกฤษในบริบทสากล 3 (2 – 2 – 6)

EN 103 Global English

ฝึกฝนการบรรยายประสบการณ์โดยระบุรายละเอียดสนับสนุน และแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับชีวิตความเป็นอยู่ การทำงาน และประเด็นปัญหาในระดับสากล โดยมุ่งเน้นการพัฒนาทักษะการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม และการสื่อสารในโลกดิจิทัล ซึ่งสำคัญต่อการเป็นพลเมืองโลก

Intensive practice in portraying detailed experiences and expressing opinions about living and working situations, and discussing global issues, with concentration on intercultural communication skills and digital communication skills, which are vital to becoming global citizens.

กลุ่มวิชาบูรณาการทักษะวิชาชีพ (21 หน่วยกิต)

ศท. 101 ทักษะการคิดเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต

3 (3 – 0 – 6)

GE 101 Thinking Skills for Lifelong Learning

ศึกษาทฤษฎี หลักการของการคิด พัฒนาการคิดอย่างเป็นระบบ อาทิ การคิดเชิงวิพากษ์ การคิดสร้างสรรค์ การคิดวิเคราะห์ การคิดสังเคราะห์ การคิดแก้ปัญหา เป็นต้น รวมถึงการเชื่อมโยงความคิดและสามารถเลือกเครื่องมือความคิดที่เหมาะสมไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน การทำงานและการเรียนรู้ตลอดชีวิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

In this course, students will learn about theories and practical thinking tools such as critical thinking, creative and innovative thinking, analytical thinking, synthesis thinking and problem-solving thinking, including how to link and select appropriate thinking tools and effectively adapt to their daily life, professional undertakings and lifelong learning.

ศท. 102 ความเป็นพลเมือง และการเปลี่ยนแปลงของสังคม

3 (3 – 0 – 6)

GE 102 Citizenship and Social Transformation

ศึกษาความหมาย คุณลักษณะ สิทธิ หน้าที่และเสรีภาพของความเป็นพลเมืองที่ดีในสังคมไทย สังคมโลกและสังคมอื่นที่มีในปัจจุบันและอนาคต เช่น สังคมดิจิทัล สังคมพหุวัฒนธรรม เป็นต้น เพื่อรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมต่างๆ รวมถึงเรียนรู้วิถีแห่งชีวิต สิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อสุขภาพ 4 มิติ คือ กาย ใจ สังคม และ ปัญญา เพื่อพร้อมปรับตัวอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้อย่างมีความสุขและไม่เบียดเบียนผู้อื่น

In this course, students will learn about definitions, attributes, rights, civic duties and freedom associated with citizenships and social transformation of Thailand and global communities in current times and in the future, such as digital society, multicultural society. To be able to live peacefully and happily with others, it is important to understand evolving changes and learn about 4 dimensions of the environments affecting health, namely, body, mind, society and wisdom.

ศท. 103 เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่ออนาคต

3 (3 – 0 – 6)

GE 103 Technology and Innovation for the Future

ศึกษาบทบาท แนวคิด การรู้เท่าทัน รวมถึงการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านต่างๆ ที่มุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตในสังคมสมัยใหม่ ผลกระทบที่มีต่อการดำเนินชีวิต สังคม และเศรษฐกิจ ตลอดจนศึกษาการใช้ประโยชน์และการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาที่เกิดจากเทคโนโลยีและนวัตกรรม

In this course, students will learn about concepts and innovative technology and applications aiming to better a quality of life of people in a new society, including how technology and innovation affects our livelihood. The course also covers information on intellectual property protection as a result of technology and innovation.

ศท. 104 สุนทรียภาพกับสุขภาวะเพื่อชีวิต 3 (3 – 0 – 6)

GE 104 Aesthetics and Well-being for Life

เรียนรู้การใช้ชีวิตอย่างมีคุณค่าจากงานศิลปะและกิจกรรมนันทนาการ เปิดมุมมองใหม่ในเรื่องสุนทรียภาพที่เกี่ยวข้องกับชีวิตและสังคมจากงานศิลปะต่างๆ และกีฬา ที่มีผลต่อการดำรงอยู่ของชีวิต สังคมและวัฒนธรรม

In this course, students will explore relevant theories and concepts of aesthetics related to life and society and learn to cultivate positive outlook and attitude and understanding of different forms of taste and beauty, which will enhance their perception of diversity and enable them to appreciate art, music, literature, images, films and other forms of art. Students will also learn how to depict their imagination via communicative design using images, colors, calligraphy and other related tools to create value-added identity and characteristics to services, products and media.

ศท. 105 พันธมิตรทางสังคมและประเด็นเกิดใหม่ของโลก 3 (3 – 0 – 6)

GE 105 Global Alliance and Emerging Issues

ศึกษาการพัฒนาความร่วมมือระดับนานาชาติทางเศรษฐกิจและการเมืองที่ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมในสังคมโลก เพื่อเข้าใจประเด็นสำคัญที่เกิดขึ้นใหม่ของประชาคมโลก

In this course, students will learn about international economic and political collaborations and developments affecting/constituting changes globally, in order to understand key global issues.

ศท. 106 ความรู้ทางการเงินและการพัฒนาอย่างยั่งยืน 3 (3 – 0 – 6)

GE 106 Financial Literacy and Sustainable Development

ศึกษาการจัดการและตัดสินใจทางการเงินอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งการจัดการการเงินส่วนบุคคลและการลงทุน รวมทั้งการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการบูรณาการองค์ความรู้ที่สอดคล้องกับบริบทพื้นที่ ชุมชน และสังคมเป็นสำคัญ เพื่อให้เห็นถึงปัญหาและแนวทางการแก้ไขอย่างเป็นรูปธรรม

In this course, students will learn about management and effective financial decision making, including personal finance management and sustainable development and personal finance literacy, with special attention on integrated knowledge for local community and society, in order to highlight key issues and offer practical solutions.

ศท. 107 จิตวิญญาณความเป็นผู้ประกอบการและทักษะการเป็นผู้นำ 3 (3 – 0 – 6)

GE 107 Entrepreneurial Spirit and Leadership Skills

ศึกษาและพัฒนาคุณลักษณะที่สำคัญในการสร้างจิตวิญญาณการเป็นผู้ประกอบการ โดยเน้นการคิดแบบเจ้าของ ประกอบด้วยความคิดสร้างสรรค์ และการแสวงหาโอกาสในการเริ่มและดำเนินกิจการอย่างมีคุณธรรมและจริยธรรม มีภาวะผู้นำที่สามารถนำและทำงานเป็นทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพ รอบรู้ และกล้าตัดสินใจทันต่อเหตุการณ์

In this course, students will study and develop important characteristics of entrepreneurial mindset, with an emphasis on a combination of creativity and entrepreneurship and explore entrepreneurial opportunities while learning about business best practice and ethics including leadership skills

and qualities, effective leadership characteristics which will enable them to effectively work as a team and be able to make well-informed decision when required.

ข. หมวดวิชาเฉพาะ (99 หน่วยกิต)

กลุ่มวิชาแกน (48 หน่วยกิต)

หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง)

กลุ่มวิชาบัญชี

บช. 200 การบัญชีธุรกิจ

3 (2 – 2 – 5)

AC 200 Business Accounting

ศึกษาวิวัฒนาการทางการบัญชี บทบาทการบัญชีที่มีต่อสังคม หลักเกณฑ์ การวิเคราะห์ การบันทึก จำแนกประเภทรายงานทางการเงิน และการจัดทำรายงานทางการเงิน รวมทั้งศึกษาการนำข้อมูลทางบัญชีไปใช้ประโยชน์สำหรับธุรกิจ และข้อจำกัดของข้อมูลทางการบัญชี ตลอดจนจริยธรรมของวิชาชีพการบัญชี

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

เพื่อให้นักศึกษาได้เรียนรู้และเข้าใจหลักการทางเศรษฐศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์ทางเศรษฐกิจในชีวิตประจำวัน ศึกษาถึงการกำหนดราคาสินค้า ราคาย่อยการผลิต 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 การคำนวณและการจัดเก็บภาษีอากรต่าง ๆ ตามประมวลรัษฎากร และภาษีอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง อันได้แก่ ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่าย ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ อากรแสตมป์ ภาษีศุลกากร ภาษีสรรพสามิต และภาษีอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ภาษีการรับมรดก ภาษีอสังหาริมทรัพย์โอนสัญญาภาษีซ้อน 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 เพื่อให้ให้นักศึกษาได้มีความรู้ทางคณิตศาสตร์อย่างพอเพียงในการศึกษาธุรกิจทั้งในทางทฤษฎีและการประยุกต์

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.

บช. 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.

กลุ่มวิชาการบริหารธุรกิจ

กง. 212 การเงินธุรกิจ 3 (3 – 0 – 6)

FI 212 Business Finance

วิชาบังคับก่อน : สอบได้ บช. 200

ศึกษาบทบาท หน้าที่และจริยธรรมทางธุรกิจของผู้จัดการทางการเงิน การบริหารการเงินในองค์กรธุรกิจเพื่อให้บรรลุเป้าหมายองค์กร การวิเคราะห์สินทรัพย์ที่สำคัญในการดำเนินงาน อาทิ เงินสด เงินทุนหมุนเวียน สินค้า ลูกหนี้การค้า 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 บช. 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 ด้านวัฒนธรรม และแนวความคิด โดยอ่านและเขียนภาษาอังกฤษและการใช้เทคโนโลยีประกอบการเรียนรู้ทั้งในและนอกห้องเรียน 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 และการใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารภายในองค์กร 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 เพื่อนำไปใช้ติดต่อสื่อสารทางธุรกิจในสถานการณ์ต่างๆ 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)

ตล. 316 การจัดการผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม

3 (3 – 0 – 6)

MK 316 Product and Innovation Management

วิชาบังคับก่อน: สอบได้ ตล. 101

ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารและการวางแผนกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ การจัดประเภทผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ ป้ายฉลาก วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ และศึกษาถึงกระบวนการพัฒนาและการวางแผน การนำผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาด ทั้งในรูปแบบผลิตภัณฑ์นวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ปรับปรุงใหม่หรือผลิตภัณฑ์เลียนแบบ ด้วยขั้นตอนการสร้างแนวความคิด การกลั่นกรองแนวความคิด การประเมินผลแนวความคิด การวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ การทดสอบตลาด ตลอดจนการดำเนินธุรกิจจริงให้มีประสิทธิภาพสอดคล้องกับสถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบัน และการสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์รวมถึงการวางตำแหน่งให้กับผลิตภัณฑ์ใหม่

Study of concepts relating to product management and strategy planning, product classification, product mix, branding, packaging, labels, product life cycle and study of development and planning processes, bringing new products onto the market in the form of innovative products, modified products or me-too products, from the process of creating ideas, refining ideas, evaluating ideas, analysis of business opportunities, development of prototypes, testing the market, as well as making real business operations effective under current market conditions, and product differentiation, including positioning new products.

ตล. 312 การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย

3 (3 - 0 - 6)

MK 312 Distribution Channel Management

วิชาบังคับก่อน: สอบได้ ตล. 101

ศึกษาความหมาย วัตถุประสงค์ ความสำคัญ สภาพแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อช่องทางการจัดจำหน่าย การวางแผนโครงสร้างของช่องทางการจัดจำหน่าย บทบาทและประเภทของพ่อค้าคนกลาง รูปแบบใหม่ของการค้าส่งและการค้าปลีก รวมทั้งการตลาดเพื่อการค้า การพยากรณ์และการบริหารคำสั่งซื้อ การบริหารการจัดส่ง การบริหารคลังสินค้า การจัดเก็บและเคลื่อนย้ายสินค้า ศูนย์กระจายสินค้า ตลอดจนศึกษาถึงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้ในระบบการกระจายสินค้าแบบผสมผสาน (omnichannel)

Study of definitions, objectives, importance, and environmental factors that affect distribution channels, planning distribution channel structure, the roles and types of middlemen, new forms of wholesale and retail trade including marketing for trade, forecasting and order management, delivery management, warehouse management, storage and movement of goods, distribution centers, and study of information technology systems used in omnichannel distribution systems.

ตล. 317 การสื่อสารแบรนด์และการตลาดแบบบูรณาการ

3 (3 - 0 - 6)

MK 317 Integrated Brand and Marketing Communication

วิชาบังคับก่อน: สอบได้ ตล. 101

ศึกษาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด บูรณาการแบรนด์และการตลาดกับส่วนประสมการตลาด ส่วนประสมการสื่อสารการตลาด การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ การขายโดยพนักงานขายและการตลาดทางตรง นอกจากนี้ ยังศึกษาถึงการบริหารส่วนประสมการสื่อสารการตลาดแบบออนไลน์ การวางแผนการส่งเสริมการตลาด ตลอดจนการตลาดด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการและประเมินผลการสื่อสารการตลาด

Study of basic knowledge of marketing communication, brand integration and marketing with marketing mix, marketing communications mix, advertising, sales promotion, public relations, sales through staff and direct marketing; in addition, study of management of online marketing communication mix, marketing promotion planning, as well as other areas of marketing related to the management and evaluation of marketing communication.

ตล. 314 พฤติกรรมผู้บริโภค

3 (3 - 0 - 6)

MK 314 Consumer Behavior

วิชาบังคับก่อน: สอบได้ ตล. 101

ศึกษาหลักการและทฤษฎีพื้นฐานด้านจิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งประกอบไปด้วยการตระหนักถึงปัญหา การรวบรวมข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และการประเมินผลหลังการซื้อ ตลอดจนการศึกษาถึงการวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคขั้นพื้นฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกของผู้บริโภคและทางจิตวิทยา

Study of basic principles and theories of consumer psychology and behavior, analysis of internal and external factors affecting consumer behavior, analysis of purchasing decision processes,

also including awareness of problems, data collection, evaluation of alternatives, purchasing decisions, and after-purchase evaluation, as well as study of basic consumer behavior research and analysis of consumer and psychological insight.

ตล. 318 การจัดการราคา

3 (3 - 0 - 6)

MK 318 Price Management

วิชาบังคับก่อน: สอบได้ ตล. 101

ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารและการวางแผนกลยุทธ์ด้านราคา นโยบายในการตั้งราคาทั้งในระดับผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย ตลอดจนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้บริโภค และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ความสามารถในการทำกำไรเชิงการตลาด

Study of concepts related to management and planning of pricing strategies, 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 build a competitive advantage and ability in marketing profitability.

ตล. 321 การวิจัยตลาด

3 (3 - 2 - 6)

MK 321 Marketing Research

วิชาบังคับก่อน: สอบได้ ตล. 101 และ บธ. 207

ศึกษากระบวนการวิจัยการตลาด การออกแบบวิธีการวิจัยให้เหมาะสมกับสถานการณ์และทรัพยากรที่มีอยู่ การสุ่มตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูล การสร้างแบบเก็บข้อมูล วิธีการเก็บข้อมูล การใช้สถิติและโปรแกรมสำเร็จรูปในการประมวลผล การนำเสนอผลการวิจัย และการประยุกต์ใช้ผลงานวิจัยกับการวางแผนการตลาด

Study of marketing research processes, 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 marketing planning.

ตล. 421 สัมมนาทางการตลาด

3 (3 - 0 - 6)

MK 421 Seminar in Marketing

วิชาบังคับก่อน: สอบได้วิชาเฉพาะด้าน-บังคับ อย่างน้อย 2 วิชา

ศึกษาการดำเนินงานทางด้านการตลาดขององค์กรธุรกิจจริง ทั้งที่เป็นองค์กรในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้ทราบถึงความสำเร็จและความล้มเหลว ตลอดจนปัญหาต่างๆ และแนวทางแก้ไขขององค์กร นอกจากนี้ ยังเรียนรู้และฝึกฝนการนำเอาความรู้ที่เรียนมาประยุกต์ใช้ เพื่อปรับปรุงแก้ไข โดยใช้วิธีการระดมสมองและการอภิปรายกลุ่ม เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนการปฏิบัติงานกับองค์กรภายนอกในอนาคต

Study of 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 practice in applying knowledge for revision through brainstorming and group discussion in preparation for working with external organizations in the future.

ตล. 433 กลยุทธ์และการวางแผนการตลาด

3 (3 – 0 – 6)

MK 433 Marketing Strategy and Planning

วิชาบังคับก่อน: สอบได้วิชาเฉพาะด้าน-บังคับอย่างน้อย 2 วิชา

ศึกษาการกำหนดนโยบายทางการตลาด โดยเน้นการใช้กรณีศึกษา และการนำไปประยุกต์ใช้จริงในเชิงธุรกิจ เพื่อให้ นักศึกษาสามารถแก้ไขปัญหาและวางแผนได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งศึกษาถึงความสำคัญและล้มเหลวของการใช้นโยบายทางการตลาดในหลากหลายรูปแบบ อาทิ นโยบายด้านการแบ่งส่วนตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ และนโยบายด้านส่วนประสมทางการตลาด รวมถึงแนวทางการปฏิบัติตามแผน และการควบคุมการดำเนินงานทางการตลาดภายใต้หลักจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม

Study of marketing policy formulation focusing on the use of case studies and applying them for real business purposes so that students are able to use principle for problem-solving and planning, including study of successes and failures in the use of various forms marketing policies, such as market segmentation policies, defining marketing target groups, product positioning and marketing mix policies, and including plan implementation and control of marketing operations according to principles of ethics and social responsibility.

ตล. 428 การตลาดดิจิทัล

3 (3 – 0 – 6)

MK 428 Digital Marketing

วิชาบังคับก่อน: สอบได้วิชาเฉพาะด้าน-บังคับอย่างน้อย 2 วิชา

ศึกษาหลักการที่เกี่ยวกับการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล และผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต วิเคราะห์รูปแบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกต่าง ๆ ในโครงสร้างธุรกิจดิจิทัล ตลอดจนศึกษาถึงทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดดิจิทัล เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในองค์กรธุรกิจหรืออำนวยความสะดวกในการประกอบธุรกิจ พร้อมทั้งศึกษาหลักการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค อันจะเป็นประโยชน์ต่อการสร้างความสัมพันธ์ทางการตลาด และศึกษาถึงการทำการธุรกรรม การซื้อขายสินค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ประเภทต่าง ๆ

Study of principles relating to digital media and Internet marketing, analysis of forms of electronic commerce and the relationships between different members in the digital business structure, as well as study of theories of digital marketing mix to be applied to business organizations or to facilitate business operations, and including study of principles of consumer behavior analysis useful for creating marketing relationships, and study of sales transactions over various types of digital media.

กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน-เลือก (24 หน่วยกิต)

หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง)

ตล. 418 การตลาดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ

3 (3 - 0 - 6)

MK 418 Entrepreneurial Marketing

วิชาบังคับก่อน: สอบได้ ตล. 101

ศึกษารoles และการจัดการทางการตลาดสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ ศึกษาและวางแผนทางการตลาดเพื่อดำเนินธุรกิจ โดยพิจารณาปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กรที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ อาทิ การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่งทางการตลาด นโยบายด้านผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ การสร้างตราสินค้า กำหนดราคาและช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

Study of roles and marketing management for entrepreneurship, study and marketing planning for running a business by consideration of internal and external environmental factors affecting an organization's business operations, planning marketing strategies for entrepreneurs such as market segmentation, defining target markets, market positioning, product policy, packaging, brand building, setting prices and distribution channels and promotional marketing.

ตล. 322 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์

3 (3 - 0 - 6)

MK 322 Customer Relationship Management

วิชาบังคับก่อน: สอบได้ ตล. 101

ศึกษาคำนิยามและขั้นตอนของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ กลยุทธ์ในการรักษาลูกค้าเดิมและสร้างลูกค้าใหม่ บทบาทและหน้าที่ของผู้บริหาร พนักงาน เทคโนโลยี และข้อมูลข่าวสาร สารที่มีต่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ตลอดจนการนำเทคนิคการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ไปใช้ในการสร้างความสามารถในการแข่งขัน และความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค นอกจากนี้ยังศึกษาถึงประโยชน์และข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากการบริหารลูกค้าสัมพันธ์โดยใช้กรณีศึกษาขององค์กรธุรกิจต่าง ๆ

Study of definitions and procedures of customer relationship management, strategies to maintain and expand the existing customer base, the roles and duties of managers, staff, technology and news about customer relations management, as well as use of customer relations management techniques to build competitiveness and customer satisfaction; in addition, study of benefits and errors arising from customer relations management using case studies from a variety of business organizations.

ตล. 335 การจัดการแบรนด์

3 (3 - 0 - 6)

MK 335 Brand Management

วิชาบังคับก่อน: สอบได้ ตล. 101

ศึกษาองค์ประกอบและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์ และกลยุทธ์การพัฒนาแบรนด์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์และพิจารณาถึงรูปแบบของเครื่องมือที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร เพื่อสร้างการรับรู้ในแบรนด์ให้เกิดขึ้นกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ตลอดจนกลยุทธ์และกลวิธีในการสร้างแบรนด์ ให้มีความแข็งแกร่งและปรับแบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

Study of elements and factors that influence the success of brand identity creation and brand development strategies, packaging design and consideration of the form of tools used for communication in order to create brand awareness among target customer groups, as well as strategies and approaches for building strong brands and adjusting brands to receive international acceptance.

ตล. 336 การขายแบบสร้างสรรค์และการจัดการด้านการขาย

3 (3 - 0 - 6)

MK 336 Creative Selling and Sales Management

วิชาบังคับก่อน: สอบได้ ตล. 101

ศึกษาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับเทคนิคการขาย และการบริหารการขาย ซึ่งรวมถึงการวางแผนการขาย การพยากรณ์ยอดขาย การจัดการฝ่ายขาย รวมทั้งการบริหารพนักงานขาย อันประกอบไปด้วยการสรรหา การคัดเลือก การฝึกอบรม การให้ผลตอบแทน การจูงใจ การบริหารเวลา การจัดการอาณาเขตการขาย การประเมินผล และการควบคุมพนักงานขาย ตลอดจนการเสริมสร้างจรรยาบรรณเพื่อให้นักขายที่ดี

Study of basic knowledge of selling techniques and sales management consisting of sales planning, sales forecasting, sales organization management, and including sales force management consisting of recruitment, selection, training, compensation, motivation, time management, sales territory management, evaluation and control of sales staff, as well as enhancing the code of conduct for good salespeople.

ตล. 325 การตลาดสินค้าแฟชั่น

3 (3 - 0 - 6)

MK 325 Fashion Marketing

วิชาบังคับก่อน: สอบได้ ตล. 101 หรือได้รับอนุมัติจากคณบดี

ศึกษาประวัติที่เกี่ยวข้องกับแฟชั่นเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ และอุปกรณ์พกพา สภาพแวดล้อมทางการตลาด แนวโน้มของอุตสาหกรรม และศัพท์เทคนิคต่าง ๆ ตลอดจนศึกษาถึงกลยุทธ์การแข่งขันทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดของสินค้าแฟชั่น

Study of the history of fashion clothing, accessories, and gadgets, marketing environment, industry trends, and technical terms, as well as study of marketing competition strategies in terms of products, price, distribution channels and marketing promotion of fashion products.

ตล. 326 การจัดการโฆษณาและบริษัทตัวแทน

3 (3 - 0 - 6)

MK 326 Advertising and Agency Management

วิชาบังคับก่อน: สอบได้ ตล. 101

ศึกษาประวัติ ความหมาย ความสำคัญ และประเภทของการโฆษณา บทบาทหน้าที่ของฝ่ายบริหารงานโฆษณาของบริษัทผู้โฆษณา และบริษัทตัวแทนโฆษณา นอกจากนี้ยังศึกษาถึงการสร้างสรรค์ชิ้นงานโฆษณา องค์ประกอบของชิ้นงานโฆษณา ประเภทสิ่งพิมพ์ การกระจายเสียงและการแพร่ภาพ การจัดการเกี่ยวกับสื่อโฆษณา การวางแผนการรณรงค์ การโฆษณา การประเมินประสิทธิภาพการโฆษณา ตลอดจนกฎหมายข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาและหน่วยงานที่สนับสนุนการผลิตชิ้นงานโฆษณา

Study of the history, definitions, importance and types of advertising, the role of companies' advertising management department and advertising agencies; in addition, the study of the creation of advertisements, composition of advertisements, types of printed media, broadcasting, advertising media management, advertising campaign planning, evaluating advertising effectiveness, as well as laws and regulations relating to advertising and agencies supporting advertising production.

ตล. 327 การจัดซื้อและการเจรจาต่อรอง

3 (3 - 0 - 6)

MK 327 Purchasing and Negotiations

วิชาบังคับก่อน: สอบได้ ตล. 101

ศึกษาความหมาย ความสำคัญและหลักการของการจัดซื้อ ขั้นตอนและกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้อ การวางแผนการจัดหา และการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบที่ส่งผลต่อนโยบายการจัดซื้อ การสำรวจข้อมูลของผู้จัดจำหน่าย ข้อมูลผลิตภัณฑ์ และข้อมูลตลาดอื่นๆ ที่จำเป็นต่อนโยบายการสั่งซื้อเครื่องมือและกลยุทธ์ของการจัดซื้อ การจัดการเอกสาร สัญญาการจัดซื้อ ตลอดจนศึกษาถึงเทคนิคการเจรจาต่อรองทางธุรกิจเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการจัดซื้อและการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจอื่นๆ

Study of definitions, importance and principles of purchasing, steps and procedures related to purchasing, procurement planning and movement of raw materials that affect purchasing policy, surveying distributor data, product data and other market data necessary for purchasing order policy, tools and strategies, managing purchasing contract documents, and study of business negotiation techniques to be applied to purchasing and other business activities.

ตล. 328 การตลาดบริการ

3 (3 - 0 - 6)

MK 328 Services Marketing

วิชาบังคับก่อน: สอบได้ ตล. 101

ศึกษาการตลาดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการต่าง ๆ รวมทั้งทฤษฎีและแนวความคิดของการตลาดบริการสมัยใหม่ ตลอดจนประเภทของธุรกิจบริการ การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย และพฤติกรรมความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ ยังศึกษาถึงการวิเคราะห์สถานการณ์ และกำหนดกลยุทธ์ของตลาดบริการ อาทิ การวางตำแหน่งบริการ การสร้างความแตกต่างของบริการ เป็นต้น รวม ตลอดจนการศึกษาเรื่องของคุณภาพในการให้บริการ และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เพื่อความสำเร็จของธุรกิจบริการ

Study of marketing relevant to a variety of service businesses, including theories and concepts of modern services marketing, as well as types of service businesses, defining target customers and customer demand behavior; in addition, study of situation analysis and strategy formulation of the service market such as service positioning, service differentiation, including study of quality of service and establishing good customer relations for the success of service businesses.

ตล. 329 การฝึกงานด้านการตลาด

3 (0 – 9 – 0)

MK 329 Marketing Internship

วิชาบังคับก่อน: สอบได้วิชาเฉพาะด้าน-บังคับ อย่างน้อย 2 วิชา หรือได้รับอนุมัติจากคณบดี

ศึกษาหลักการและแนวคิดทางการตลาดในการดำเนินธุรกิจ โดยการฝึกภาคปฏิบัติจริงเพื่อประโยชน์ในการวางแผนงาน การค้นหาปัญหา การวิเคราะห์ และการหาแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น นักศึกษาจะต้องฝึกปฏิบัติงานด้านการตลาดในสถานประกอบการธุรกิจหรือในโครงการฝึกงานของมหาวิทยาลัยภายใต้การดูแลของคณาจารย์ที่ปรึกษาโครงการเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 200 ชั่วโมง และนักศึกษาต้องจัดทำรายงานสรุปผลการฝึกปฏิบัติงาน เมื่อสิ้นสุดการฝึกงาน

Study of marketing principles and concepts in business operations through real practical training in work planning, locating problems, analysis and approaches to problem-solving; students must take a marketing internship in a business establishment or in the university internship program under the supervision of a program advisor for a period of not less than 200 hours and must complete a summary report upon completion of the internship.

ตล. 411 การตลาดระหว่างประเทศและระดับโลก

3 (3 – 0 – 6)

MK 411 International and Global Marketing

วิชาบังคับก่อน: สอบได้ ตล. 101

ศึกษาความสำคัญของการตลาดระหว่างประเทศและระดับโลก สภาพรวมการค้าโลก การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของประเทศต่าง ๆ สภาพแวดล้อมในต่างประเทศ โครงสร้างและการดำเนินงานขององค์กรระหว่างประเทศ การวิจัยตลาดระหว่างประเทศ กลยุทธ์การตลาดระหว่างประเทศ อันประกอบด้วย กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และราคาสำหรับตลาดระหว่างประเทศ การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ การส่งเสริมการตลาดระหว่างประเทศ การวางแผนและการใช้ส่วนประสมการตลาด ตลอดจนศึกษาถึงนโยบายการส่งเสริมการค้าต่างประเทศทั้งของภาครัฐบาลและภาคเอกชน

Study of the importance of international and global marketing, an overview of global trade, 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, gaining access to 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.

ตล. 412 การจัดกิจกรรมการตลาดและการประชาสัมพันธ์

3 (3 - 0 - 6)

MK 412 Event Marketing and Public Relations

วิชาบังคับก่อน: สอบได้ ตล. 101

ศึกษาหลักการเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมทางการตลาด และการประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างภาพลักษณ์ ชื่อเสียง และความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับสาธารณะ ตลอดจนศึกษาถึงกลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาดกับการจัดกิจกรรมทางการตลาด และการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร

Study of principles of marketing activities and public relations related to building image and reputation, and the relationship between organizations and the public, as well as study of strategies for marketing promotions and marketing and public relations activities for effective integrated marketing communications.

ตล. 413 การตลาดทางตรง

3 (3 - 0 - 6)

MK 413 Direct Marketing

วิชาบังคับก่อน: สอบได้ ตล. 101

ศึกษาหลักการของการตลาดทางตรง ความแตกต่างระหว่างการทำตลาดทางตรงกับการตลาดแบบดั้งเดิม วิธีการสร้างฐานข้อมูลลูกค้าจากแหล่งภายในและภายนอก การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การเลือกวิธีการตลาดทางตรงที่เหมาะสมกับทรัพยากรและสถานการณ์ ตลอดจนศึกษาถึงการออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในการตลาดทางตรงต่างๆ กลยุทธ์ และการวางแผนการใช้การตลาดทางตรงเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้า รวมทั้งการประเมินผลกลยุทธ์ที่ใช้

Study of principles of direct marketing, differences between direct marketing and traditional marketing, methods of creating customer databases from internal and external sources, defining target customer groups, selecting methods of direct marketing appropriate to resources and conditions, as well as study of designing tools for use in various forms of direct marketing, strategies and planning the use of direct marketing to reach target customers, including evaluation of the strategies used.

ตล. 415 ประเด็นปัจจุบันทางการตลาด

3 (3 - 0 - 6)

MK 415 Current Issues in Marketing

วิชาบังคับก่อน: สอบได้ ตล. 101

ศึกษาหัวข้อ แนวคิด วิธีการ รวมถึงกลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่ในแวดวงธุรกิจ หรือเครื่องมือเฉพาะซึ่งเป็นพัฒนาการทางการตลาดใหม่ๆ ที่ทันสมัย หรือกำลังเป็นที่สนใจ หรือเป็นแนวโน้มที่สำคัญในอนาคต เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาความคิด และการทำงานของนักศึกษา

Study of topics, concepts and methods, including modern 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.

ตล. 416 การตลาดกีฬา

3 (3 - 0 - 6)

MK 416 Sports Marketing

วิชาบังคับก่อน: สอบได้ ตล. 101

ศึกษาหลักการ แนวคิด วิวัฒนาการของการตลาดกีฬา สภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนการตลาด โดยใช้กีฬาเป็นสื่อเข้าถึงผู้บริโภค การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การกำหนดลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การบริหารราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ตลอดจนการหาผู้สนับสนุนในการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับตลาดกีฬา

Study of principles, concepts and evolution of sports marketing, environmental factors that influence marketing planning by using sport as a medium to reach consumers, data collection and analysis, consumer behavior, definition of target customers, product development, price management, distribution, marketing promotions, and identifying sponsors to support activities related to the sports market.

ตล. 417 การจัดการค้าปลีก

3 (3 - 0 - 6)

MK 417 Retailing Management

วิชาบังคับก่อน: สอบได้ ตล. 101

ศึกษารูปแบบของธุรกิจค้าปลีกประเภทต่าง ๆ พฤติกรรมการซื้อของลูกค้า การทำธุรกิจค้าปลีกแบบหลากหลายช่องทาง การสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจค้าปลีก อาทิ การเลือกแหล่งและทำเลที่ตั้ง การบริหารระบบห่วงโซ่อุปทานและเทคโนโลยีสารสนเทศ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ นอกจากนี้ ยังศึกษาถึงการวางแผนและการจัดซื้อสินค้า การคัดเลือกผลิตภัณฑ์เข้าร้าน ส่วนประสมการสื่อสารทางการตลาดค้าปลีก การบริหารกิจการร้าน การออกแบบและการตกแต่งร้านค้า ตลอดจนการให้บริการและการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าในธุรกิจค้าปลีก

Study of various types of retailing business, customer purchasing behavior, running a multi-channel retail business, creating marketing strategies for retail businesses such as selection of sources and location, supply chain management and information technology, customer relations management; in addition, study of product planning and purchasing, product selection for stores, retail marketing communication mix, store management, store design and decoration, as well as provision of customer services and convenience in retail businesses.

ตล. 419 การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด

3 (3 - 0 - 6)

MK 419 Quantitative Analysis in Marketing

วิชาบังคับก่อน: สอบได้ ตล. 101

ศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์เชิงปริมาณในรูปแบบต่างๆ ที่เหมาะสมกับงานด้านการตลาด โดยเน้นการนำแนวคิดทางทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์เชิงปริมาณไปใช้ในการตัดสินใจและวางแผนด้านการตลาด เช่น การใช้สมการถดถอยเชิงเส้น การวิเคราะห์การแบ่งแยก การวิเคราะห์หอนุกรมของเวลา ทฤษฎีแถวคอย ตัวแบบการจำลองสถานการณ์ การวิเคราะห์การตัดสินใจ การหาจุดคุ้มทุน และการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ

Study of various forms of quantitative analysis suitable for the marketing field, focusing on theoretical concepts of quantitative analysis in marketing decision-making and planning, such as the use of linear regression, discriminant analysis, time series analysis, queuing theory, model simulations, decision-making analysis, determining break-even points and project feasibility analysis.

ตล. 422 กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย

3 (3 - 0 - 6)

MK 422 Sales Promotion Strategies

วิชาบังคับก่อน: สอบได้ ตล. 101

ศึกษาความหมาย ความสำคัญ หน้าที่และวัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการขาย ทั้งการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย และการส่งเสริมการขายโดยร้านค้าปลีก ขั้นตอนของการวางแผนจะครอบคลุมถึงการวิเคราะห์สถานการณ์ การวางแผนการส่งเสริมการขาย การทดสอบแผนการส่งเสริมการขาย การปฏิบัติการตามแผน และการประเมินผลกลยุทธ์การส่งเสริมการขาย

Study of definitions, importance, duties and objectives of sales promotions, including sales promotions aimed at consumers, middlemen, sales staff and sales promotion by retailers, the planning process covering situation analysis, sales promotion planning, testing of promotional plans, plan implementation and evaluation of sales promotion strategies.

ตล. 423 การตลาดระหว่างธุรกิจ

3 (3 - 0 - 6)

MK 423 Business-to-Business Marketing

วิชาบังคับก่อน: สอบได้ ตล. 101

ศึกษาหลักการ ความสำคัญ ประเภทของตลาดระหว่างธุรกิจ พฤติกรรมและกระบวนการตัดสินใจซื้อ การบริหารความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจ เทคนิคการเจรจาต่อรอง การวิเคราะห์ การวางแผน การกำหนดส่วนประสมทางการตลาด และการประยุกต์ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนการประเมินผลและการควบคุมตลาดระหว่างธุรกิจ

Study of principles, importance, types of business-to-business marketing, purchasing decision-making behavior and processes, management of business-to-business relations, negotiation techniques, analysis, planning, determining marketing mix, and the application of e-commerce systems, as well as evaluation and control of business-to-business markets.

ตล. 425 การศึกษาเฉพาะบุคคล

3 (0 – 6 – 6)

MK 425 Independent Study

วิชาบังคับก่อน: สอบได้ ตล. 101

ศึกษาหัวข้อหรือปัญหาที่นักศึกษาสนใจ และเกี่ยวข้องกับวิชาเอกทางการตลาด โดยหัวข้อหรือปัญหาที่นักศึกษาสนใจนั้นต้องได้รับการอนุมัติจากอาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งนักศึกษาต้องค้นคว้า รวบรวมข้อมูล จัดทำโครงการ และนำเสนอผลงานในหัวข้อหรือปัญหานั้น ๆ

Study of topics or problems of students' own interest related to major subjects in the marketing field, and approved by the student's advisor; students must carry out research, collect data, organize a project and present the results on that topic or problem.

ตล. 426 การตลาดธุรกิจบันเทิง

3 (3 – 0 – 6)

MK 426 Entertainment Marketing

วิชาบังคับก่อน: สอบได้ ตล. 101 หรือได้รับอนุมัติจากคณบดี

ศึกษาหลักการ บทบาท หน้าที่ และการกำหนดเป้าหมายทางการตลาด ส่วนประสมทางการตลาด และการวิจัยตลาดที่เกี่ยวกับธุรกิจบันเทิง อาทิ ภาพยนตร์ ดนตรี กีฬา สวนสนุก ท่องเที่ยว และสถานบันเทิง เป็นต้น ตลอดจนกลยุทธ์ทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการขาย การส่งเสริมการขาย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการตลาดทางตรง ที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจบันเทิง

Study of principles, roles, responsibilities and defining marketing targets, marketing mix, and marketing research related to the entertainment industry such as films, music, amusement parks, tourism and entertainment venues, as well as marketing strategies related to sales, sales promotion, advertising, public relations and direct marketing, that affect the success of entertainment businesses.

ตล. 434 การตลาดสำหรับนวัตกรรม

3 (3 – 0 – 6)

MK 434 Marketing for Innovation

วิชาบังคับก่อน: สอบได้ ตล. 101

ศึกษาแนวคิด หลักการ ความสำคัญ และวิธีการนำเทคโนโลยีขั้นสูงไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดในปัจจุบันและเพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจทางการตลาดของผู้บริหาร รวมทั้งยังศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อข้อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดขององค์กร

Study of concepts, principles, importance and methods of the application of advanced technology in marketing planning, new product development to meet current market demand and provide guidance for executives' marketing decisions, including study of technological changes that affect an organization's formulation of marketing strategy.

ตล. 429 การตลาดสำหรับธุรกิจต้อนรับ

3 (3 - 0 - 6)

MK 429 Marketing for Hospitality Business

วิชาบังคับก่อน: สอบได้ ตล. 101

ศึกษาภาพรวมของธุรกิจต้อนรับและบริการ อันประกอบด้วยธุรกิจโรงแรม ท่องเที่ยว สายการบิน ร้านอาหาร สปา เป็นต้น ศึกษากระบวนการบริหารจัดการ ปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร ที่ส่งผลกระทบต่อการจัดการ และการดำเนินธุรกิจต้อนรับและบริการ ตลอดจนศึกษาการวางแผน การจัดโครงสร้างองค์กร การสั่งการ การประสานงาน การควบคุม ภาวะความเป็นผู้นำและการสร้างแรงจูงใจ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การตลาด และการให้บริการนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว และแขกผู้มาเยือน ตลอดจนการศึกษาถึงการเขียนแผนการตลาดของธุรกิจต้อนรับและบริการ

Study of an overview of hospitality and service businesses, consisting of hotel, tourism, airline, restaurant and spa businesses; study of management systems, environmental factors, internal and external to the organization, that affect management and operations of hospitality and service businesses; as well as study of planning, organizational structure, command, coordination, control, leadership and building motivation, human resource management, marketing and providing service to travelers, tourists and guests, and study of writing marketing plans for hospitality and service businesses.

ตล. 440 การตลาดสำหรับธุรกิจเกม

3 (3 - 0 - 6)

MK 440 Marketing for Game Business

วิชาบังคับก่อน: สอบได้ ตล. 101

ศึกษาภาพรวมของธุรกิจเกมประเภทต่างๆ เพื่อทำความเข้าใจถึงการคิดหัวข้องेमเพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมาย การทำการสื่อสารทางการตลาดเพื่อโปรโมท ศึกษาถึงช่องทางการจัดจำหน่ายเกมทั้งทางหน้าร้านหรือบนรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ ศึกษาการจัดกิจกรรมอีเวนต์เพื่อสร้างการรับรู้ในการเปิดตัวเกม

Study of an overview of various types of games business to understand thinking of games titles in order to respond to target groups, marketing communications to promote games; study of distribution channels both in-store and electronic and event organization to build awareness of games launches.

ตล.431 ศิลปะและการออกแบบเพื่อการสร้างแบรนด์

3 (3 - 0 - 6)

MK431 Art and Design in Branding

ศึกษาทฤษฎีด้านศิลปะและหลักการออกแบบ เช่น การใช้สีหรือการจัดองค์ประกอบ เพื่อใช้ในการสร้างแบรนด์ เช่น การออกแบบบรรจุภัณฑ์ โลโก้ พื้นที่ให้บริการ และสื่อออนไลน์ เพื่อสร้างความน่าสนใจและส่งผลด้านจิตวิทยาต่อกลุ่มเป้าหมาย

Study of theories of art and principles of design such as use of color or texture for branding purposes such as packaging design, logos, service areas and online media to create interest and make a psychological impact on target groups.

ตล.432 การตลาดคอนเทนต์แนวสร้างสรรค์

3 (3 - 0 - 6)

MK432 Creative Content Marketing

ศึกษาถึงวิธีการขายอย่างสร้างสรรค์และการออกแบบเนื้อหาสำหรับสื่อด้านการตลาดในรูปแบบของข้อมูลรูปภาพ กราฟฟิกหรือวิดีโอ เพื่อกระตุ้นความสนใจ การบอกต่อ และเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจ

Study of creative sales methods and content design for marketing media in the form of information, pictures, graphics or video to stimulate interest and word of mouth recommendations, and increase sales for the business.

จก. 417 ทักษะสำหรับนักธุรกิจมืออาชีพ

3 (3 - 0 - 6)

MG 417 Business Professional Skills

ศึกษาและฝึกฝนทักษะต่างๆ ที่จำเป็นต่อการเสริมสร้างบุคลิกภาพของความเป็นนักธุรกิจมืออาชีพ อาทิ การพัฒนาบุคลิกภาพภายในและภายนอก มนุษยสัมพันธ์ มารยาททางสังคม การพูดในที่ชุมชน การติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ และ เทคนิคการนำเสนออย่างมืออาชีพ

The study and practice of various skills necessary to enhance the personality of business professionals, such as internal and external personality development, human relations, social etiquette, speaking in the community, business communications and professional presentation techniques.

จก. 325 การฝึกงานด้านวิชาชีพ

3 (0 - 9 - 0)

MG 325 Professional Internship

วิชาบังคับก่อน: สอบได้วิชาเฉพาะด้าน-บังคับ อย่างน้อย 2 วิชา หรือได้รับอนุมัติจากคณบดี

ศึกษาระบบการทำงานจริงในสถานประกอบการ และศึกษาแนวทางในการแก้ปัญหาต่างๆ ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อเสริมสร้างให้นักศึกษามีความพร้อมด้านงานอาชีพจากการปฏิบัติงานพื้นฐานอย่างมีหลักการและเป็นระบบ โดยนักศึกษาจะต้องฝึกปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการหรือองค์การต่างๆ เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 200 ชั่วโมง นักศึกษาต้องจัดทำบันทึกความก้าวหน้าในการปฏิบัติงานในระหว่างการฝึกปฏิบัติงาน รวมทั้งรายงานสรุปผลการปฏิบัติงานและนำเสนอผลการฝึกปฏิบัติงานเมื่อสิ้นสุดการฝึกปฏิบัติงาน

Study of real-life work systems in the workplace and study of approaches to problem-solving in business operations to enhance students' professional readiness through basic principled and structured practice; students must undertake real training in a workplace or other organization of not less than 200 hours; students must record their progress at work during the internship and on completion must complete a report and make a presentation on their performance.

บธ. 325 การฝึกงานด้านผู้ประกอบการ

3 (0 – 9 – 0)

BA 325 Entrepreneurial Internship

วิชาบังคับก่อน: สอบได้วิชาเฉพาะด้าน-บังคับ อย่างน้อย 2 วิชา หรือได้รับอนุมัติจากคณบดี

ศึกษาจิตวิญญาณของผู้ประกอบการ ความคิดสร้างสรรค์ การแสวงหาโอกาสในการลงทุนธุรกิจใหม่ๆ การจัดตั้งองค์การ การวางแผน การปฏิบัติงานจริง การบริหารธุรกิจอย่างเป็นระบบ และหาแนวทางในการแก้ปัญหา โดยนักศึกษาจะต้องฝึกงานในโครงการฝึกงานของมหาวิทยาลัย ภายใต้การดูแลของคณาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ หรือฝึกงานในองค์กรต่างๆ เป็นจำนวนไม่น้อยกว่า 200 ชั่วโมง และนักศึกษาต้องจัดทำรายงานสรุปผลการฝึกงานเมื่อสิ้นสุดการฝึกงาน

Study of entrepreneurial spirit, creative thinking, seeking out new business investment opportunities, setting up an organization, planning, actual implementation, systematic business management and finding approaches to problem-solving, 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 on completion of the internship.

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 เทคนิคการเขียนรายงานและการนำเสนอ 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 Co-operative Education

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

ศึกษาระบบการทำงานจริงในสถานประกอบการธุรกิจในฐานะพนักงานของสถานประกอบการเพื่อเสริมสร้างให้นักศึกษามีความพร้อมด้านงานอาชีพจากการปฏิบัติงานพื้นฐานอย่างมีหลักการและเป็นระบบ นักศึกษาจะต้องมีชั่วโมงการทำงานอย่างเต็มเวลารวมแล้วไม่น้อยกว่า 16 สัปดาห์ หรือ 1 ภาคการศึกษา รวมถึงมีการประเมินผลการทำงานจากอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมกับสถานประกอบการ นักศึกษาต้องจัดทำบันทึกความก้าวหน้าในการปฏิบัติงานในระหว่างการปฏิบัติงาน 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.

ตล. 441 กลยุทธ์การขาย

3 (3 - 0 - 6)

MK 441 Sales Strategy

วิชาบังคับก่อน: สอบได้ ตล. 101

ศึกษาหลักการ แนวคิด ความสำคัญ การกำหนดกลยุทธ์การขาย เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน รวมทั้งการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม พฤติกรรมผู้บริโภค การเข้าถึง และการสื่อสารกับผู้บริโภค ที่ส่งผลกระทบต่อกลยุทธ์การขาย เพื่อให้ธุรกิจเติบโตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Study of principles, concepts, importance, and formulation of sales strategies. to create a competitive advantage including the analysis of the environment Consumer behavior, accessibility and communication with consumers that affect the sales strategy to grow the business effectively.

จก. 436 การจัดการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

3 (3 - 0 - 6)

MG 436 E-Commerce Management

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

ศึกษากระบวนการจัดตั้งธุรกิจในระบบการค้าอิเล็กทรอนิกส์ และการจัดการธุรกิจในรูปแบบการค้าระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ ธุรกิจกับลูกค้า และลูกค้ากับลูกค้า เรียนรู้เกี่ยวกับการจัดตั้งเว็บไซต์ การจดทะเบียนเนม ระบบความปลอดภัย ปัญหาและอุปสรรคของระบบการค้าอิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนประยุกต์ใช้ความรู้ด้านการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ การรับจ่ายเงินบนอินเทอร์เน็ต การจัดการสินค้าคงคลังและการกระจายสินค้าจากคำสั่งซื้อออนไลน์ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านการจัดทำธุรกิจในรูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จริง

Study of the process of setting up businesses in electronic trading systems and business management in the form of trade between businesses, between businesses and customers and between customers; learning about setting up websites, domain name registration, security systems, problems and obstacles of electronic trading systems, as well as the application of knowledge of electronic mar-

keting, accepting electronic payments, inventory management and product distribution from online orders, and laws related to electronic transactions conducted by businesses in true e-commerce models.

นศ. 021 จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค

3 (3 - 0 - 6)

CA 021 Consumer Psychology & Behavior

ศึกษาทำความเข้าใจแนวคิด ทฤษฎีทางจิตวิทยา สังคมวิทยาที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค พฤติกรรมผู้บริโภคประเภทต่าง ๆ และแนวทางการประยุกต์ใช้พฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อการสื่อสาร

The course aims to provide students with an understanding of the concept, theory of psychology, sociology that relates to consumer behaviors, factors that influence the process of making decision of consumers, different types of consumers, and the way in which to apply the consumer behaviors for communication.

สบ. 031 การสร้างเรื่องราวแบรนด์อย่างสร้างสรรค์

3 (3 - 0 - 6)

BD 031 Creative Brand Storytelling

ศึกษาความหมาย ธรรมชาติ และที่มาของความคิดสร้างสรรค์ พร้อมทั้งฝึกฝนเทคนิคและวิธีการคิดแบบต่าง ๆ เพื่อนำไปสร้างแนวคิดและการสร้างสรรค์เรื่องราวให้กับแบรนด์ นอกจากนี้ผู้เรียนจะได้ศึกษาวิธีการเล่าเรื่องของแบรนด์ด้วยรูปภาพและเนื้อหา ผ่านการเรียนการสอนในรูปแบบการปฏิบัติทั้งแบบกลุ่มและรายบุคคล

Students will spend the beginning of the course learning about the nature of creativity. Later on, individuals will practice their storytelling skills including creating a brand story and telling brand story through creative illustration and content.

ตล.337 การสร้างโมเดลทางธุรกิจรูปแบบใหม่

3 (3-0-6)

MK 337 New Business Model Creation

ศึกษาถึงทฤษฎี แนวทางและหลักการสร้างโมเดลทางธุรกิจเพื่อเข้าใจกลไกการทำงานของธุรกิจรูปแบบต่าง ๆ ในตลาด รวมถึงศึกษาองค์ประกอบสำคัญของการสร้างโมเดลทางธุรกิจอย่างไรให้ได้ประสิทธิผลรวมถึงการจัดการด้านโครงสร้างต้นทุน และการเข้าถึงลูกค้า เพื่อการต่อยอดในการสร้างโมเดลธุรกิจใหม่ในอนาคต

This course aims to equip students with the principles of the Business Model, to understand the working mechanism of various business models in the market. You will learn key elements and concepts of creating an effective business model to build a new business or improve existing business performance.

ตล.338 ความคิดสร้างสรรค์และความคิดเชิงวิพากษ์สำหรับนักการตลาด

3 (3-0-6)

MK 338 Creative and Critical Thinking for Marketer

เรียนรู้กระบวนการคิดงานอย่างสร้างสรรค์ในการสร้างผลงานทางการตลาดและศึกษาการวิพากษ์วิจารณ์ชิ้นงานอย่างมีหลักการและเหตุผล นำเสนอผลงานทางการตลาดได้อย่างน่าสนใจ รวมถึงฝึกปฏิบัติการสร้างสรรค์ผลงานทางการตลาดด้วยเทคนิควิธีการต่าง ๆ ที่แปลกใหม่เพื่อให้ได้งานที่แตกต่างและร่วมสมัย

This course aims to equip students with the learning process of creative and critical thinking to create marketing activities. The course will provide students with a thinking process for initiating and presenting marketing works, including practicing creating marketing tasks with various new ideas and innovative techniques. You will learn about criticisms with principles and reasons.

ตล.339 การตลาดเพื่อความยั่งยืนและการตลาดสีเขียว

3 (3-0-6)

MK 339 Sustainable and Green Marketing

การเรียนรู้ถึงความสนใจของผู้บริโภคที่มีความใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรที่มีจำกัด วิชานี้จะศึกษาการทำตลาด กลยุทธ์ทางการตลาด และแผนการตลาดอย่างยั่งยืนโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการทำตลาดและผลิตภัณฑ์ ศึกษาแผนธุรกิจแบบการตลาดสีเขียว รวมถึงแนวโน้มของธุรกิจเพื่อการก่อให้เกิดการคำนึงถึงสังคมส่วนรวม

This course aims to provide students with a concept of consumer behavior and business practice that considers green products and environmental issues. This course teaches how to make a sustainable marketing strategy and marketing plans considering the environment and Marketing Stakeholders. In addition, you will learn about the latest Green Marketing Business and Sustainable businesses trend, including how to introduce green products as a marketer.

ตล.340 แนะนำ UX & UI สำหรับนักการตลาดเบื้องต้น

3 (3-0-6)

MK 340 UX & UI Introduction for Marketer

ศึกษาถึงทฤษฎี แนวทางและหลักการปฏิบัติในเรื่องของแนวคิดการทำงานของนักออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ (UX) และ นักออกแบบส่วนติดต่อผู้ใช้ (UI) เรียนรู้ถึงแนวคิดกระบวนการ และทักษะที่จำเป็นเบื้องต้นในการสร้าง UX/UI เพื่อเป็นส่วนแนวคิดเสริมให้กับนักการตลาดในการบริหารงาน ซึ่งเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์และบริการในยุคดิจิทัล

This course aims to provide the concept and basic practical skills for UX/UI Design for management which is based on a design-centric approach to user interface and user experience design and offers a practical visual communications technique. You will learn UX/UI development stages, from user research to defining a project's strategy, scope, and information architecture, to developing sitemaps and wireframes.

ตล.341 การตลาดสำหรับการแข่งขันกีฬาอิเล็กทรอนิกส์

3 (3-0-6)

MK 341 Marketing for E-Sports

ศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมกีฬาอิเล็กทรอนิกส์ (E-sports) ที่เกิดขึ้นใหม่ แนวทางการตลาด และกรณีศึกษาในตลาดกีฬาอิเล็กทรอนิกส์ E-Sports รวมถึงโมเดลธุรกิจและแนวทางกลยุทธ์การตลาด E-sports ศึกษาองค์ประกอบหลักและแนวคิดในการสร้างและส่งเสริมส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมกิจกรรมกีฬาอิเล็กทรอนิกส์

This course aims to introduce students to the understanding of the new emerging industry of E-sports. You will understand the market, marketing approach and case study in the E-Sports market, including various business models and marketing approach in the E-sports market. You will learn key elements and concepts of how to create and promote marketing mix.

ค. หมวดวิชาเลือกเสรี 6 หน่วยกิต

นักศึกษาจะต้องเลือกเรียนรายวิชาอื่นที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต