

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
(หลักสูตรนานาชาติ/หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567)

1. ชื่อหลักสูตร

(ภาษาไทย) หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรนานาชาติ)
(ภาษาอังกฤษ) Bachelor of Business Administration Program in Marketing
(International Program)

2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

ชื่อเต็ม (ภาษาไทย) บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)
(ภาษาอังกฤษ) Bachelor of Business Administration (Marketing)
ชื่อย่อ (ภาษาไทย) บธ.บ. (การตลาด)
(ภาษาอังกฤษ) B.B.A. (Marketing)

3 โครงสร้างหลักสูตร

หลักสูตรทางวิชาการ

แผนการศึกษาแบบปกติและแผนการศึกษาแบบสหกิจศึกษา

จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร 129 หน่วยกิต

ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	24	หน่วยกิต
- กลุ่มวิชาภาษาอังกฤษ	9	หน่วยกิต
- กลุ่มวิชาบูรณาการทักษะวิชาชีพ	15	หน่วยกิต
ข. หมวดวิชาเฉพาะ	99	หน่วยกิต
- กลุ่มวิชาแกน	36	หน่วยกิต
- กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน-บังคับ	45	หน่วยกิต
- กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน-เลือก	18	หน่วยกิต
ค. หมวดวิชาเลือกเสรี	6	หน่วยกิต

4. รายวิชาในหลักสูตร

ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 24 หน่วยกิต

กลุ่มวิชาภาษาอังกฤษ (9 หน่วยกิต)

หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง)

IE106	ศิลปะการเขียน	3 (2 – 2 – 6)
	The Art of Writing	
IE107	การอ่านและการเขียนเชิงวิจารณ์	3 (2 – 2 – 6)
	Critical Reading and Writing	

IE108	การนำเสนอเพื่อโน้มน้าวใจ Persuasive Presentation	3 (2 – 2 – 6)
-------	---	---------------

กลุ่มวิชาบูรณาการทักษะวิชาชีพ (15 หน่วยกิต)

หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง)

IGE011	ทักษะการคิดเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต Thinking Skills for Lifelong Learning	3 (3 – 0 – 6)
IGE012	ความเป็นพลเมืองในสังคมและชุมชนระหว่างประเทศ Citizenship in Society and International Community	3 (3 – 0 – 6)
IGE013	เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่ออนาคต Technology and Innovation for the Future	3 (3 – 0 – 6)
IGE014	สุนทรียภาพและสุขภาวะเพื่อชีวิต Aesthetics and Well-being for Life	3 (3 – 0 – 6)
IGE015	จิตวิญญาณความเป็นผู้ประกอบการและความรู้ทางการเงิน Entrepreneurial Spirit and Financial Literacy	3 (3 – 0 – 6)

ข. หมวดวิชาเฉพาะ 99 หน่วยกิต

กลุ่มวิชาแกน (36 หน่วยกิต)

หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง)

IMK150	ธุรกิจเบื้องต้น Business Fundamentals	3 (3 – 0 – 6)
IMK151	หลักการตลาดเบื้องต้น Essentials of Marketing	3 (3 – 0 – 6)
IMK152	หลักการจัดการเบื้องต้น Essentials of Management	3 (3 – 0 – 6)
IMK153	บัญชีเบื้องต้น Fundamental of Accounting	3 (2 – 2 – 6)
IMK154	หลักเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น Fundamentals of Economics	3 (3 – 0 – 6)
IMK250	การจัดการทรัพยากรมนุษย์และความเป็นผู้นำ Human Resource and Leadership Management	3 (3 – 0 – 6)
IMK251	การจัดการภายในองค์กรและวัฒนธรรมหลากหลาย Organizational and Multicultural Adaption in Business	3 (3 – 0 – 6)
IMK252	การเงินเพื่อธุรกิจ Corporate Finance	3 (3 – 0 – 6)

IMK253	บริหารบัญชีเพื่อการจัดการ Managerial Accounting for Business Management	3 (2 – 2 – 6)
IMK254	กฎหมายและภาษีธุรกิจ Business Law and Taxation	3 (3 – 0 – 6)
IMK255	การดำเนินงานเพื่อการผลิต Operations Management	3 (3 – 0 – 6)
IMK256	การตลาดไร้พรมแดน Global Marketing	3 (3 – 0 – 6)

กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน-บังคับ (45 หน่วยกิต)

หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)

IMK200	เทคโนโลยีเพื่อการตลาด Technologies for Marketing	3 (2 – 2 – 6)
IMK201	สถิติเพื่อการตลาด Statistics for Marketing	3 (2 – 2 – 6)
IMK257	พฤติกรรม และจิตวิทยาผู้บริโภค Consumer Psychology and Behavior	3 (3 – 0 – 6)
IMK300	ข้อมูลเพื่อการตลาด Data Driven for Marketing	3 (2 – 2 – 6)
IMK302	การวิเคราะห์ตลาด และผู้บริโภค Consumer and Market Analytics	3 (2 – 2 – 6)
IMK350	การจัดการตราสินค้าและผลิตภัณฑ์ Branding and Innovative Product Development	3 (3 – 0 – 6)
IMK351	การขนส่งและการกระจายสินค้า Logistics and Distributions Management	3 (3 – 0 – 6)
IMK352	กลยุทธ์เพื่อการส่งเสริมการตลาด Promotional Mix Strategies	3 (3 – 0 – 6)
IMK353	กลยุทธ์การตั้งราคาเพื่อการตลาด Pricing Strategy in Marketing	3 (3 – 0 – 6)
IMK354	การตลาดเพื่อการบริการและประสบการณ์ลูกค้า Services Marketing and Customer Experiences	3 (3 – 0 – 6)
IMK355	การตลาดในยุคดิจิทัล Marketing in Digital Era	3 (2 – 2 – 6)

IMK356	สัมมนาการตลาด และเทรนด์ Seminar in Marketing and Trends	3 (2 – 2 – 6)
IMK450	จริยธรรมเพื่อการตลาด และธุรกิจ Corporate Ethics for Marketing	3 (3 – 0 – 6)
IMK451	การบริหารโครงการเพื่อการตลาด Project Marketing Management	3 (2 – 2 – 6)
IMK452	การพัฒนาตนเองเพื่อประกอบอาชีพ Professional Self-Development	3 (2 – 2 – 6)

กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน-เลือก (18 หน่วยกิต)

หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)

นักศึกษาสามารถเลือกเรียนไม่น้อยกว่า 18 หน่วยกิต จากรายวิชาดังต่อไปนี้

IMK401	การจัดการข้อมูลเพื่อการตลาด Application for Database Marketing	3 (2 – 2 – 6)
IMK402	สัมมนาเทคโนโลยีและข้อมูลเพื่อการตลาด Seminar for Data and Technologies for Marketing	3 (2 – 2 – 6)
IMK403	เครื่องมือการค้นหาลสมัยใหม่ Modern Tools for Searching	3 (2 – 2 – 6)
IMK478	การจัดการและเทคโนโลยีเพื่อการขาย Sales Management and Technologies	3 (2 – 2 – 6)
IMK479	การจัดการความสัมพันธ์ลูกค้าสมัยใหม่ Modern Customer Relationship Management	3 (2 – 2 – 6)
IMK460	การจัดการสมัยใหม่เพื่อความผูกพันของลูกค้า Modern Customer Engagement	3 (2 – 2 – 6)
IMK461	ความสร้างสรรค์ของสารและสื่อสมัยใหม่ Modern Media and Creative Content	3 (2 – 2 – 6)
IMK462	การขาย และการเจรจาเพื่อธุรกิจ Sales and Business Negotiation	3 (3 – 0 – 6)
IMK463	ช่องทางการตลาดสมัยใหม่ และตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ Modern Marketing Channel and E-Commerce	3 (2 – 2 – 6)
IMK464	การสร้างตลาด และเทรนด์ในอาเซียน Business Development and Trends in ASEAN	3 (3 – 0 – 6)
IMK465	การสร้างตลาด และเทรนด์ในประเทศจีน Business Development and Trends in China	3 (3 – 0 – 6)

IMK466	การบริหารความเสี่ยงและวิกฤตในธุรกิจ Risk and Crisis Management in Business	3 (3 – 0 – 6)
IMK467	เวป 3 และการตลาดกระจายอำนาจให้ผู้ใช้งาน Web3 and Decentralized Marketing	3 (2 – 2 – 6)
IMK468	ช่องทางการขายและการตลาดหรูหรา Luxury and Retail Marketing	3 (3 – 0 – 6)
IMK469	ประเด็นพิเศษและเทรนด์การตลาด Special Topics in Marketing Trends	3 (3 – 0 – 6)
IMK470	การค้นคว้าอิสระเพื่อการตลาด Independent Study for Marketing	3 (0 – 0 – 12)
IMK471	แผนธุรกิจและการตลาดสำหรับเจ้าของธุรกิจ Business and Marketing Plan for Business Owners	3 (3 – 0 – 6)
IMK472	การตลาดแฟชั่น Fashion Marketing	3 (3 – 0 – 6)
IMK473	จิตวิทยาและประสาทวิทยาเพื่อการตลาด Psychology and Neuro Marketing	3 (3 – 0 – 6)
IMK474	การตลาดเพื่อผลิตภัณฑ์ลักษณะเฉพาะ Speciality Product Marketing	3 (3 – 0 – 6)
IMK475	การโฆษณาและการบูรณาการการสื่อสารทางการตลาด Advertising and Integrated Marketing Communication	3 (3 – 0 – 6)
IMK476	ธุรกิจและการตลาดเพื่อความยั่งยืน Sustainable Business and Marketing	3 (3 – 0 – 6)
IMK477	การตลาดเพื่อการแข่งขันบนอิเล็กทรอนิกส์ E-sports Marketing	3 (2 – 2 – 6)
ICO301	เตรียมสหกิจศึกษา (สำหรับแผนการศึกษาแบบสหกิจศึกษา) Pre-Cooperative Education	3 (3 – 0 – 6)
IMK430	สหกิจศึกษา (สำหรับแผนการศึกษาแบบสหกิจศึกษา) Cooperative Education	6 (0 – 35 – 0)

ค. หมวดวิชาเลือกเสรี 6 หน่วยกิต

นักศึกษาจะต้องเลือกเรียนรายวิชาอื่นที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

หมายเหตุ: ทุกรายวิชาที่เป็น 3 (3 – 0 – 6) แบ่งเป็นการบรรยาย 3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ โดยมีการฝึกปฏิบัติร่วมกันระหว่างนักศึกษาและอาจารย์ผู้สอนและการศึกษาด้วยตนเองของนักศึกษา 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

5. คำอธิบายรายวิชา

ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (24 หน่วยกิต)

กลุ่มวิชาภาษาอังกฤษ (9 หน่วยกิต)

IEN 106 ศิลปะการเขียน 3 (2 – 2 – 6)

The Art of Writing

การเขียนย่อหน้าและเรียงความผ่านขั้นตอนการวางแผน การเขียน และการปรับปรุงงานเขียนเชิงบรรยาย งานเขียนเชิงพรรณนาและงานเขียนเชิงอธิบาย

Paragraph and essay writing through planning, drafting, and revising narrative, descriptive, and expository writing

IEN 107 การอ่านและการเขียนเชิงวิจารณ์ 3 (2 – 2 – 6)

Critical Reading and Writing

การอ่านและการเขียนเชิงวิจารณ์ของเรื่องราวที่อ่านครอบคลุมทักษะการอ่านเพื่อจับประเด็นสำคัญและการสรุปเนื้อความ การวิเคราะห์จุดมุ่งหมายและการสื่ออารมณ์ของผู้เขียนที่ต้องการสื่อสารถึงกลุ่มผู้อ่านเป้าหมาย การวิเคราะห์อคติของผู้เขียน รวมถึงทักษะการรับรู้โฆษณาชวนเชื่อ ขวาวปลอมและข้อมูลที่บิดเบือน

Critiquing any reading materials: identifying main ideas and summarizing texts; analyzing the intent, tone, bias, and intended audience of the author; and recognizing propaganda, fake news and disinformation

IEN 108 การนำเสนอเพื่อโน้มน้าวใจ 3 (2 – 2 – 6)

Persuasive Presentation

การวางแผน การเรียบเรียงความคิด การออกแบบและการนำเสนอเพื่อชักจูงใจ โดยมุ่งเน้นการใช้กลยุทธ์การนำเสนอ การใช้เหตุผลและผลในการโต้แย้ง การเลือกใช้ภาษากาย น้ำเสียงและคำพูด รวมถึงการใช้สื่อสื่อดิจิทัลที่สร้างสรรค์ประกอบการนำเสนอ

Planning, organizing, designing, and delivering persuasive presentations, with an emphasis on using persuasion strategies, deploying effective arguments, and mastering body language, voice, and word choice, as well as innovative audio-visual media.

กลุ่มวิชาบูรณาการทักษะวิชาชีพ (15 หน่วยกิต)

IGE011 ทักษะการคิดเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต

3 (3 – 0 – 6)

Thinking Skills for Lifelong Learning

ทฤษฎี หลักการของการคิด พัฒนาการคิดอย่างเป็นระบบ ฝึกฝนการคิดเชิงวิพากษ์ การคิดสร้างสรรค์ การคิดวิเคราะห์ การคิดสังเคราะห์ การคิดแก้ปัญหา รวมถึงการเชื่อมโยงความคิดและเลือกเครื่องมือความคิดที่เหมาะสมไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน การทำงานและการเรียนรู้ตลอดชีวิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Theories and practical thinking tools, practice 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 daily life, professional undertakings and lifelong learning

IGE012 ความเป็นพลเมืองในสังคมและชุมชนระหว่างประเทศ

3 (3 – 0 – 6)

Citizenship in Society and International Community

ความหมาย คุณลักษณะ สิทธิ หน้าที่ ความรับผิดชอบของการเป็นพลเมืองที่ดี ในสังคมไทย สังคมโลก และสังคมดิจิทัล พร้อมทั้งจะปรับตัวเพื่ออยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข รวมถึงรู้เท่าทันการเกิดขึ้นของประเด็นใหม่ ๆ ในสังคม เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของบริบทแวดล้อมที่จะมีผลต่อชีวิตและการทำงาน ตลอดจนตระหนักใน ความสำคัญของการสร้างความร่วมมือในสังคมระดับต่าง ๆ ที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรม

Concepts, traits, rights, duties and responsibilities of citizenship in Thai society, global society, and digital society, with ability to adjust and live happily with others while keeping abreast of and adapting themselves to societal changes which may affect livelihood and working life; awareness and cooperation at different levels among people of diverse cultures

IGE013 เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่ออนาคต

3 (3 – 0 – 6)

Technology and Innovation for the Future

บทบาท แนวคิด การรู้เท่าทัน และการปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงของโลกอนาคต รวมถึงการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านต่าง ๆ เพื่อมุ่งเน้นการแสวงหาความรู้ การพัฒนาคุณภาพชีวิตในสังคม สมัยใหม่ การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันและการทำงานอย่างสร้างสรรค์ ผลกระทบของเทคโนโลยีและ นวัตกรรมที่มีต่อการดำเนินชีวิต สังคม และเศรษฐกิจ ตลอดจนศึกษาการใช้ประโยชน์และการคุ้มครองทรัพย์สินทาง ปัญญาที่เกิดจากเทคโนโลยีและนวัตกรรม

Concepts, roles, awareness and adjustment to changes of the future and applications of various types of technology and innovation in knowledge acquisition and improvement of quality of life in a new normal society including ways to solve life complexity and challenges, and to enhance creative working life; impacts of technology and innovation on our livelihood, society and economics, and how to optimize and to protect the intellectual property arising from technology and innovation

IGE014 สุนทรียภาพและสุขภาวะเพื่อชีวิต

3 (3 – 0 – 6)

Aesthetics and Well-being for Life

การรู้จักตัวเอง การใช้ชีวิตที่ตนเองต้องการอย่างมีคุณค่า ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างความสุขผ่านสุนทรียภาพจากงานศิลปะ กิจกรรมนันทนาการ และกีฬา รู้เท่าทันอารมณ์ตนเอง และวางแผนความสำเร็จจากความชอบของตนเอง

How to live a meaningful life through various types of arts, recreational activities and sports; new perspectives for aesthetics of life that influence one's mind and how one may plan a path to success from one's passion

IGE015 จิตวิญญาณความเป็นผู้ประกอบการและความรู้ทางการเงิน

3 (3 – 0 – 6)

Entrepreneurial Spirit and Financial Literacy

คุณลักษณะที่สำคัญในการสร้างจิตวิญญาณการเป็นผู้ประกอบการ โดยเน้นการคิดแบบเจ้าของ ประกอบด้วยความคิดสร้างสรรค์ และการแสวงหาโอกาสในการเริ่มและดำเนินกิจการอย่างมีคุณธรรมและจริยธรรม มีการจัดการและตัดสินใจทางการเงินอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งการจัดการการเงินส่วนบุคคลและการลงทุน รวมทั้งการพัฒนาอย่างยั่งยืน มีภาวะผู้นำที่สามารถนำและทำงานเป็นทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพ รอบรู้ และกล้าตัดสินใจทันต่อเหตุการณ์

The development of character traits that are vital to cultivating an entrepreneurial spirit, with an emphasis placed on how to think like an entrepreneur, opportunities to start and run a business with on the basis of ethics and moral grounds, how to effectively manage and make financial decisions, personal financial management and investment, including sustainable development, effective leadership skills development, teamwork, bold, prompt and well-informed decisions-making

ข. หมวดวิชาเฉพาะ 99 หน่วยกิต

กลุ่มวิชาแกน (36 หน่วยกิต)

หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)

IMK150 ธุรกิจเบื้องต้น

3 (3 – 0 – 6)

Business Fundamentals

พื้นฐานทางธุรกิจ ภาพรวมการดำเนินธุรกิจในสภาพแวดล้อมปัจจุบัน รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ การบริหารจัดการบุคลากร การตลาด การผลิต การเงิน ธุรกิจระหว่างประเทศ การเป็นองค์กรที่รับผิดชอบต่อสังคมเพื่อความยั่งยืนทางธุรกิจ

Business foundation: conceptualizing the business environment; legal forms of ownership; human resource management; marketing; production; finance; international business; and socially responsible organizations for sustainability

IMK151 หลักการตลาดเบื้องต้น

3 (3 – 0 – 6)

Essentials of Marketing

วิชาบังคับก่อน: IMK150 หรือได้รับการอนุมัติจากคณบดี

Prerequisite: IMK150 or Dean's Approval

ทฤษฎีการตลาดเบื้องต้น การวิเคราะห์ตลาด เข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค วิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย สร้างกลยุทธ์ที่เพิ่มคุณค่าให้ลูกค้า ดำเนินแผนการตลาดด้วยหลัก 4P: การจัดการสายผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคาระบบการกระจายสินค้า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

Fundamental marketing principles: analyzing marketing environment; comprehending consumer behavior; defining target market groups; designing customer value-driven strategies; implementing the 4Ps marketing mix; managing product line, price strategy, distribution policy, integrated marketing communications, and social and environmental marketing

IMK152 หลักการจัดการเบื้องต้น

3 (3 – 0 – 6)

Essentials of Management

วิชาบังคับก่อน: IMK150 หรือได้รับการอนุมัติจากคณบดี

Prerequisite: IMK150 or Dean's Approval

หลักการจัดการที่จำเป็นต่อธุรกิจเบื้องต้น การวางแผน การจัดการ การเป็นผู้นำและการควบคุม ทฤษฎีการจัดการองค์กรสมัยใหม่และร่วมสมัย การจัดวางโครงสร้างองค์กร การบริหารความขัดแย้งภายในองค์กร การสื่อสารภายในองค์กร และการพัฒนาองค์กร

Fundamental management concepts: planning, managing, leading, directing, and mastering modern and contemporary organizational management theories, organizational structure, conflict management within the organization, internal communication and organizational development

IMK153 บัญชีเบื้องต้น

3 (2 – 2 – 6)

Fundamental of Accounting

ความรู้ทางบัญชีและการเงิน การจัดการกระแสเงินสด การทำบัญชีเกี่ยวกับการเงิน การพยากรณ์ทางการเงิน การหาอัตราส่วนทางการเงิน การวิเคราะห์งบการเงิน ระบบการเงินและการจัดการระบบการเงิน การควบคุม การรายงานผลทางการเงิน จรรยาบรรณทางวิชาชีพบัญชี และการตรวจสอบการทุจริตทางบัญชี

Accounting and financial concepts: cash flow management; financial accounting; financial forecasting; financial ratios; financial statement analysis; financial system management; financial control; financial reporting; accounting professional ethics; and accounting fraud investigation

IMK154 หลักเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น

3 (3 – 0 – 6)

Fundamentals of Economics

หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาคและมหภาคที่จำเป็นต่อการทำธุรกิจ ลักษณะการบริโภค แนวคิดเกี่ยวกับการบริโภค และการเลือกการบริโภคเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด การผลิตและการแจกจ่ายเพื่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุด รูปแบบตลาด ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์มหภาค เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศทั่วไป และหลักเศรษฐศาสตร์สำหรับธุรกิจ

Principles of microeconomics and macroeconomics required for conducting business: consumption style, concept of consumption, consumption choices to achieve maximum satisfaction, production and distribution for maximum benefits; market patterns; fundamentals of macroeconomics, general international economics, and the economic integration and principles of economics for conducting business

IMK250 การจัดการทรัพยากรมนุษย์และความเป็นผู้นำ

3 (3 – 0 – 6)

Human Resource and Leadership Management

วิชาบังคับก่อน: IMK152 หรือได้รับการอนุมัติจากคณบดี

Prerequisite: IMK152 or Dean's Approval

การสรรหา คัดเลือก และวางตำแหน่งบุคลากร การให้แรงจูงใจและสนับสนุนบุคลากร การบริหารบุคลากรทางธุรกิจ การพัฒนาบุคลากร และการพัฒนาองค์กรเบื้องต้น พฤติกรรมองค์กรที่จำเป็น ปัญหาความขัดแย้งในองค์กร อิทธิพลของกลุ่ม การสร้างความสัมพันธ์ในองค์กร การส่งเสริมและจูงใจการทำงานร่วมกันเป็นทีม และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมองค์กร รวมถึงลักษณะความเป็นผู้นำและบริหารองค์กร

Human resource management: Recruitment, selection, and placement; motivation and support; business personnel management; personnel development; initial organizational development; essential organizational behavior; conflicts in the organization; group influence; relationship building; encouraging and rewarding teamwork; theory of organizational behavior; and leadership and organizational management

IMK251 การจัดการภายในองค์กรและวัฒนธรรมหลากหลาย

3 (3 – 0 – 6)

Organizational and Multicultural Adaption in Business

วิชาบังคับก่อน: IMK152 หรือได้รับการอนุมัติจากคณบดี

Prerequisite: IMK152 or Dean's Approval

นิยามและลักษณะขององค์กร พฤติกรรมการทำงานของบุคคลในองค์กร การสร้างแรงจูงใจและพัฒนาบุคลากรในองค์กร การบริหารความขัดแย้งของบุคลากรในองค์กร ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารและพัฒนาองค์กร โดยเฉพาะองค์กรที่มีความหลากหลาย

Organization definition and features; organizational personnel behaviors; inspiring motivation; developing organizational personnel; personnel conflict management; organizational management and development theories, particularly the organization with diversity

IMK252 การเงินเพื่อธุรกิจ 3 (3 – 0 – 6)
Corporate Finance

การเงินธุรกิจ อัตราดอกเบี้ยแบบต่างๆ การคิดต้นทุนของการเงินทางธุรกิจ การออกหุ้นกู้ การเพิ่มเงินทุน การกู้ยืม การได้มาและใช้ไปของเงินสด สินเชื่อ การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินเบื้องต้น รวมถึงองค์กรและสถาบันทางการเงินที่จำเป็นต้องรู้

Business finance; various interest rates; cost estimation; issuing corporate bonds; obtaining market share; loaning; acquiring and utilizing cash and credit; fundamental financial ratio analysis; fundamental knowledge of financial organizations and institutions

IMK253 บริหารบัญชีเพื่อการจัดการ 3 (2 – 2 – 6)
Managerial Accounting for Business Management

วิชาบังคับก่อน: IMK153 หรือได้รับการอนุมัติจากคณบดี

Prerequisite: IMK153 or Dean's Approval

บัญชีเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจ ชนิดของต้นทุน การบริหารจัดการบัญชีเกี่ยวกับกำไรและการขาย การบริหารจัดการควบคุมบัญชีของบริษัท การจัดการและใช้ไปของเงินทุน การแบ่งกำไร หักและทุน และการใช้บัญชีเพื่อการตัดสินใจ

Accounting for management; various categories of costs; managerial accounting for profits and sales; managerial accounting for controlling company finances; cash inflow and outflow management; profit, equity and capital allocation; and managerial accounting for decision making

IMK254 กฎหมายและภาษีธุรกิจ 3 (3 – 0 – 6)
Business Law and Taxation

กฎหมายธุรกิจทั่วไปสำหรับการเริ่มต้นทำธุรกิจ ประเภทของธุรกิจ เอกสารทางการเงิน การค้ำประกัน การจำนำ จำนอง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวข้องกับธุรกิจและนิติกรรม กฎหมายธุรกิจ ครอบคลุมข้อบังคับและกฎหมายของการจัดเก็บภาษีและภาษีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจในรูปแบบต่างๆ การลดหย่อนภาษีของนิติบุคคลและบุคคลธรรมดา รวมถึงปัญหาเกี่ยวกับภาษีและการจัดเก็บภาษี

General business laws for starting businesses; business types: financial documents; guarantees and mortgages; business and legal fundamentals; business law encompassing regulations, taxation laws, and various categories of business taxes, tax relief for corporations and individuals, as well as tax and taxation issues pertaining to legal entities and individuals

IMK255 การดำเนินงานเพื่อการผลิต

3 (3 – 0 – 6)

Operations Management

การจัดการการผลิตและการปฏิบัติการเกี่ยวกับการผลิต สายงานการผลิต รูปแบบการผลิต การผลิตแบบ
 สม่่าเสมอ การผลิตแบบต่อเนื่องและไม่ต่อเนื่อง การจัดการวางแผนและควบคุมการผลิตเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ
 หลักการบริหารคุณภาพโดยรวมและเทคนิคที่ควบคุมทางการผลิต

Management of productions and operations: production routing; production model;
 continuous and non-continuous production; quantitative and qualitative management of production
 planning and control; and total quality management principles and production control techniques

IMK256 การตลาดไร้พรมแดน

3 (3 – 0 – 6)

Global Marketing

วิชาบังคับก่อน: IMK151 หรือได้รับการอนุมัติจากคณบดี

Prerequisite: IMK151 or Dean's Approval

การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ การตัดสินใจเลือกประเทศที่จะลงทุน การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์
 ทางการตลาด การจัดการและเศรษฐกิจ การบริหารธุรกิจระหว่างประเทศและการจัดการธุรกิจข้ามวัฒนธรรม แนวคิด
 เกี่ยวกับการจัดการธุรกิจแบบสร้างสรรค์และการปรับตัวทางธุรกิจของธุรกิจสมัยใหม่ การจัดการความเสี่ยงทางธุรกิจ
 ระหว่างประเทศ รวมถึงประเด็นที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจระหว่างประเทศ

International business management: selection of a country in which to invest in; strategic
 marketing analysis; management and economy; international business administration and cross-
 cultural business management; concepts of creative business management and business adaptation
 to modern business; management of international business risks; and international business issues

กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน-บังคับ (45 หน่วยกิต)

IMK200 เทคโนโลยีเพื่อการตลาด

3 (2 – 2 – 6)

Technologies for Marketing

พื้นฐานในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการตลาดและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน การวิเคราะห์ข้อมูลใน
 แขนงต่างๆ ของธุรกิจ การแสดงผลการอ่านค่าในรูปแบบต่างๆ รวมถึงการคาดคะเนและประเมินผลเพื่อธุรกิจและ
 การตลาด

Fundamentals of employing technology for marketing and enhancing work efficiency;
 analyzing data from a variety of business domains; presenting findings in a variety of formats; business
 and marketing assessment and forecasting

IMK201 สถิติเพื่อการตลาด

3 (2 – 2 – 6)

Statistics for Marketing

คณิตศาสตร์ สถิติ ความน่าจะเป็น และโปรแกรมการใช้งานในธุรกิจ พีชคณิต ทฤษฎีแนวโน้มเข้าสู่ศูนย์กลาง สถิติเชิงพรรณนา สถิติเชิงอนุมาน การวิเคราะห์ความแปรปรวน บทนำอนุกรมเวลา การพยากรณ์แนวโน้มต่าง ๆ จากข้อมูล รวมถึงซอฟต์แวร์ และโปรแกรมทางสถิติที่วิเคราะห์สถิติเพื่อการประเมินผลทางการตลาด

Mathematics, statistics, probability and programs in business; algebra; centripetal tendency theory; descriptive statistics; inferential statistics; analysis of variance, regression, introduction to time series; probability and statistical for marketing software for statistical analysis and other prevalent programs

IMK257 พฤติกรรม และจิตวิทยาผู้บริโภค

3 (3 – 0 – 6)

Consumer Psychology and Behavior

วิชาบังคับก่อน: IMK151 หรือได้รับการอนุมัติจากคณบดี

Prerequisite: IMK151 or Dean's Approval

พฤติกรรม และจิตวิทยาของผู้บริโภคและสิ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคทั้งจากปัจจัยภายในและภายนอก การวิเคราะห์ จำแนกพฤติกรรมที่แตกต่างของผู้บริโภค และการหาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การซื้อสินค้า หรือการตัดสินใจที่มีความหลากหลาย

Consumer psychology and behavior influences on consumers from both internal and external factors; analysis and classification of various consumer behaviors; and identification of factors that influence the purchase of products or the making of diverse decisions

IMK300 ข้อมูลเพื่อการตลาด

3 (2 – 2 – 6)

Data Driven for Marketing

วิชาบังคับก่อน: IMK200 หรือได้รับการอนุมัติจากคณบดี

Prerequisite: IMK200 or Dean's Approval

การวิเคราะห์ข้อมูลในมิติต่างๆ และการแสดงผล เน้นการประยุกต์ใช้งานในบริบทจริง การจัดการและกลยุทธ์ในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การนำไปใช้ และเทคนิคการทำเหมืองข้อมูลในระดับการจัดการ และการตลาด

Multiple dimensions of data analytics and data visualization with an emphasis on real-world applications; infrastructure management and development strategies; implementation; and marketing-level data mining techniques

IMK302 การวิเคราะห์ตลาด และผู้บริโภค

3 (2 – 2 – 6)

Consumer and Market Analytics

วิชาบังคับก่อน: IMK201 หรือได้รับการอนุมัติจากคณบดี

Prerequisite: IMK201 or Dean's Approval

การออกแบบ การเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ การเขียนรายงานการวิจัยการตลาด รวมถึงโครงสร้างเชิงทฤษฎี และเชิงประจักษ์เพื่อสร้างแบบประเมินและเข้าใจรูปแบบปฏิบัติของการตลาดครอบคลุมการขาย การประเมินยอดขาย ความพึงพอใจลูกค้า การประมาณความต้องการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และโปรแกรมกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด ด้วยวิธีการเชิงคุณภาพและปริมาณ

Designing, collecting, analyzing, and writing market research reports; theoretical and empirical structures to evaluate and comprehend the practice of marketing, including sales, sales evaluation, customer satisfaction, demand estimation, new product development; and target market programs utilizing qualitative and quantitative methods

IMK350 การจัดการตราสินค้าและผลิตภัณฑ์

3 (3 – 0 – 6)

Branding and Innovative Product Development

วิชาบังคับก่อน: IMK151 หรือได้รับการอนุมัติจากคณบดี

Prerequisite: IMK151 or Dean's Approval

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การออกแบบผลิตภัณฑ์ การจัดการการขายผลิตภัณฑ์ การทดสอบทางการตลาด การนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่กระตุ้นความสนใจและการบริโภคของผู้ซื้อ รวมถึงแนวทางการจัดการผลิตภัณฑ์สมัยใหม่ ครอบคลุมการจัดการผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและการจัดการตราสินค้า การพัฒนาและสร้างคุณค่าสินค้า ให้ลูกค้าจดจำ และการพัฒนาส่วนประกอบในการจัดการตราสินค้า

New product development: product design; product sales management; marketing test; product offerings that attract buyers; modern product management encompassing environmentally conscious product management, brand management, product value creation for customers to remember, and brand management components

IMK351 การขนส่งและการกระจายสินค้า

3 (3 – 0 – 6)

Logistics and Distributions Management

วิชาบังคับก่อน: IMK151 หรือได้รับการอนุมัติจากคณบดี

Prerequisite: IMK151 or Dean's Approval

การกระจายสินค้าและบริการครอบคลุมการกระจายสินค้าจากแหล่งผลิตสู่ผู้บริโภค การกระจายสินค้าแบบผ่านคนกลางหลายชั้นหรือชั้นเดียว การกระจายสินค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ การขนส่งสินค้าและโลจิสติกส์ เกี่ยวกับการตลาดเบื้องต้น การจัดช่องทางการตลาด รวมถึงลักษณะรูปแบบของช่องทางการจัดจำหน่ายและการวางแผนการจัดส่งและกระจายสินค้า

Distribution of products and services encompassing the distribution of products from production sources to consumers; multi-layered or single-layered distribution; distribution of products through electronic media; freight forwarding and basic logistics of marketing; management of marketing channels; form of distribution channels; and delivery and distribution plans

IMK352 กลยุทธ์เพื่อการส่งเสริมการตลาด 3 (3 – 0 – 6)

Promotional Mix Strategies

วิชาบังคับก่อน: IMK151 หรือได้รับการอนุมัติจากคณบดี

Prerequisite: IMK151 or Dean's Approval

การบริหารการส่งเสริมการตลาดครอบคลุมวิธีการส่งเสริมการขาย วิธีการวางงบประมาณ กระบวนการส่งเสริมการตลาดสำหรับธุรกิจ และการประเมินผลการส่งเสริมการตลาด

Management of marketing promotions, including promotional strategies, company budgets, business marketing promotion processes, and evaluation of marketing promotions

IMK353 กลยุทธ์การตั้งราคาเพื่อการตลาด 3 (3 – 0 – 6)

Pricing Strategy in Marketing

วิชาบังคับก่อน: IMK151 หรือได้รับการอนุมัติจากคณบดี

Prerequisite: IMK151 or Dean's Approval

แนวคิดและกลยุทธ์การตั้งราคาโดยคำนึงถึงลักษณะตลาด วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ โครงสร้างราคา หลักเกณฑ์พื้นฐานของเศรษฐศาสตร์จุลภาค สถิติ และจิตวิทยา การตัดสินใจกำหนดราคาที่ดี โดยคำนึงถึงคุณค่าและการแข่งขัน การตั้งราคา การตั้งราคาการตลาดที่มีความผันแปรและหลากหลาย และการประเมินผลกลยุทธ์การตั้งราคา

Pricing concepts and strategies based on market characteristics, product life cycles, price structures, fundamental principles of microeconomics, statistics and psychology; sound pricing decisions that take value and pricing competition into account; price set for market that is changeable and varied; and evaluation of pricing strategies

IMK354 การตลาดเพื่อการบริหารและประสบการณ์ลูกค้า 3 (3 – 0 – 6)

Services Marketing and Customer Experiences

วิชาบังคับก่อน: IMK151 หรือได้รับการอนุมัติจากคณบดี

Prerequisite: IMK151 or Dean's Approval

การตลาดบริการที่นอกเหนือจากการตลาดสินค้า ปัญหาและข้อควรพิจารณาเกี่ยวกับการตลาดด้านบริการ กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการตลาดบริการจากอุตสาหกรรมโรงแรม อุตสาหกรรมการขนส่ง อุตสาหกรรมการบิน และการบริหารการตลาดบริการ

Service marketing other than product marketing; service marketing issues and considerations; service marketing case studies from the hotel industry, transportation industry, and aviation industry; and service marketing management

IMK355 การตลาดในยุคดิจิทัล 3 (2 – 2 – 6)

Marketing in the Digital Era

วิชาบังคับก่อน: IMK151 หรือได้รับการอนุมัติจากคณบดี

Prerequisite: IMK151 or Dean's Approval

การประยุกต์ใช้เครื่องมือทางการตลาดดิจิทัลเพื่อแสวงหาความหมายและผลทางการตลาดจากพฤติกรรมของผู้บริโภค การพัฒนาและวางแผนการตลาดโดยใช้ข้อมูลในหลักการตลาดแบบผสม

Application of digital marketing tools to derive meaning and marketing outcomes from user behavior; development and creation of a marketing plan based on the marketing mix

IMK356 สัมมนาการตลาด และเทรนด์ 3 (2 – 2 – 6)

Seminar in Marketing and Trends

การสัมมนาด้านการตลาดเกี่ยวกับปัญหาและสถานการณ์การตลาดที่สำคัญโดยใช้องค์ความรู้เดิมและองค์ความรู้ใหม่ด้านการตลาด

Seminar on marketing addressing substantial marketing issues and situations utilizing both existing and new marketing knowledge

IMK450 จริยธรรมเพื่อการตลาด และธุรกิจ 3 (3 – 0 – 6)

Corporate Ethics for Marketing

การทำการตลาดบนพื้นฐานของคุณธรรมและจริยธรรม โดยมุ่งเน้นหัวข้อจริยธรรมในธุรกิจ กฎหมาย และข้อบังคับที่จำเป็นต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การทำการตลาด คุณธรรมและจริยธรรมในโลกไซเบอร์ รวมถึงการจัดการการรับมือ การลดผลกระทบและการเสนอแนวทางแก้ปัญหาผ่านกลยุทธ์ทางการตลาด

Marketing based on morality and ethics, with an emphasis on ethical topics in business laws and regulations required for product development, marketing, and cyber morals and ethics; managing, adapting, mitigating impacts, and proposing solutions through marketing strategies

IMK451 การบริหารโครงการเพื่อการตลาด 3 (2 – 2 – 6)

Project Marketing Management

การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดและองค์กร การพัฒนาทักษะด้านการใช้ข้อมูล และข้อบังคับที่จำเป็นต่อกระบวนการทำโครงการครอบคลุมการวางแผน การลงมือทำ การควบคุมดูแล และการประเมินผล เพื่อปรับปรุงโครงการให้ตอบสนองความคาดหวังลูกค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

Development of marketing and organizational strategies; development of information skills and regulations necessary for the project process, which includes planning, execution, supervision, and assessment to enhance projects that meet customer and stakeholder expectations

IMK452 การพัฒนาตนเองเพื่อประกอบอาชีพ 3 (2 – 2 – 6)

Professional Self-Development

การเตรียมความพร้อมในการประกอบอาชีพ และมารยาททางธุรกิจ การสร้างและการรักษาภาพลักษณ์ในการทำงานกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งเรื่องมารยาท ภาษากาย การแต่งกาย การสื่อสาร และทักษะอื่นๆ ที่จำเป็น

Career preparation and business manner: constructing and maintaining professional images when working with stakeholders, including etiquette, body language, attire, and other essential skills

กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน-เลือก (18 หน่วยกิต)

นักศึกษาสามารถเลือกเรียนไม่น้อยกว่า 18 หน่วยกิต จากรายวิชาดังต่อไปนี้

หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)

IMK401 การจัดการข้อมูลเพื่อการตลาด 3 (2 – 2 – 6)

Application for Database Marketing

วิชาบังคับก่อน: IMK200 หรือได้รับการอนุมัติจากคณบดี

Prerequisite: IMK200 or Dean's Approval

ความรู้เบื้องต้นของการใช้โปรแกรมและข้อมูลเพื่อการจัดการและการตลาด ครอบคลุมการใช้ภาษาโปรแกรม ภาษาเฉพาะ รวมถึงการพัฒนาฐานข้อมูล ทักษะการจัดการข้อมูลเพื่อใช้ในการตลาดและการจัดเตรียมรายงานทางธุรกิจ

Basic programming, data management, and marketing: programming languages; query languages; database creation; marketing-related data management; and business report preparation

IMK402 สัมมนาเทคโนโลยีและข้อมูลเพื่อการตลาด 3 (2 – 2 – 6)

Seminar for Data and Technologies for Marketing

วิชาบังคับก่อน: IMK200 หรือได้รับการอนุมัติจากคณบดี

Prerequisite: IMK200 or Dean's Approval

การสัมมนาหัวข้อการจัดการทางการตลาด เทรนด์การตลาด และเทคโนโลยีเพื่อการตลาด รวมถึงโอกาสในการร่วมพัฒนาองค์ความรู้กับบริษัทต่างๆ

Seminar on topics pertaining to marketing management, marketing trends, and marketing technology; the chance to develop knowledge with various businesses

IMK403 เครื่องมือการค้นหาล่าสุดใหม่ 3 (2 – 2 – 6)

Modern Tools for Searching

วิชาบังคับก่อน: IMK200 หรือได้รับการอนุมัติจากคณบดี

Prerequisite: IMK200 or Dean's Approval

การสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดด้วยเครื่องมือการค้นหาคือครอบคลุมช่องทางหลากหลาย หลักการใช้งานเครื่องมือค้นหา คำที่ใช้ค้นหาที่มีประสิทธิภาพ และเครื่องมืออื่นที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือการค้นหา เพื่อสร้างผลลัพธ์ทางธุรกิจ

Developing marketing strategies with search engines that encompass various channels; usage principles; potent search keywords; and other business-generating tools

IMK478 การจัดการและเทคโนโลยีเพื่อการขาย 3 (2 – 2 – 6)

Sales Management and Technologies

ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อวิเคราะห์ความต้องการของผู้ซื้อ การเลือกสินค้าที่จะนำมาขาย การบริหารการขาย การจัดโควต้า ส่วนแบ่งการขาย การให้ผลตอบแทนทางการขาย ลักษณะผู้นำด้านการขาย การพัฒนาทีมงานขายและการประเมินผลการขายของพนักงานขาย รวมถึงการเขียนแผนงานการบริหารการขาย การพัฒนาทีมขาย เทคนิคการขาย และการเจรจาต่อรองเพื่อขายสินค้า

Apply technologies for analysing consumer requirements; selection of products to be sold; sales management; quota arrangement; sales share; sales return; sales leadership traits; sales team development; performance evaluation of sales personnel; composing sales management plans; developing sales teams and sales techniques; and negotiating the sale of products

IMK479 การจัดการความสัมพันธ์ลูกค้าสมัยใหม่ 3 (2 – 2 – 6)

Modern Customer Relationship Management

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์แต่ละกลุ่มเป้าหมาย การวางระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ การสร้างและหาลูกค้าใหม่ การรักษาลูกค้าและพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้าเดิม การสร้างกิจกรรมเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า การปูพื้นฐานการสร้างความสัมพันธ์ลูกค้าในระยะยาว และการให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นอันดับหนึ่ง

Customer relationship management for each target group: establishing a customer relationship management system; building and acquiring new customers; retaining and nurturing relationships with existing customers; developing activities to foster good customer relationships; laying the groundwork for establishing long-term customer relationships; and putting the customer first

IMK460 การจัดการสมัยใหม่เพื่อความผูกพันของลูกค้า 3 (2 – 2 – 6)

Modern Customer Engagement

กลยุทธ์แบบองค์รวมเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีสำหรับลูกค้า การบูรณาการแพลตฟอร์ม เนื้อหา การสื่อสาร เพื่อเข้าใจไลฟ์สไตล์ พฤติกรรม และกระบวนการคิดของผู้คนในเครือข่ายของเทคโนโลยีสมัยใหม่และสื่อที่เกี่ยวข้อง การกำหนดแผนดำเนินงาน และการเลือกสรรวิธีการที่เหมาะสมในการเข้าหาลูกค้าทั้งระดับธุรกิจและลูกค้าโดยตรง เพื่อรักษาสถานภาพในการซื้อสินค้าต่อไป

Holistic strategies to create an exceptional customer experience: integrating platforms, content, and communications to comprehend people's lifestyles, behaviors, and thought processes in a network of modern technologies and related media; devising an action plan and selecting the right strategy to approach both business and direct customers in order to sustain product purchases

IMK461 ความสร้างสรรค์ของสารและสื่อสมัยใหม่ 3 (2 – 2 – 6)

Modern Media and Creative Content

การสร้างข้อความบนสื่อสำหรับผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ และแบรนด์ให้เหมาะสมกับพฤติกรรม และจิตวิทยาของผู้บริโภคผ่านเครื่องมือเทคโนโลยี เครื่องมือในการผลิตและตัดต่อสื่อเพื่อถ่ายทอดสารไปยังสื่อสมัยใหม่ รวมถึงการเผยแพร่ในช่องทางที่เหมาะสมกับผู้บริโภคและการใช้เครื่องมือประเมินผลความสำเร็จ

Creation of media messages for consumers, products, and brands that are tailored to consumers' behaviors, and psychology using technological tools, media production, and editing tools to convey messages to modern media; dissemination through consumer-appropriate channels; and evaluation instruments

IMK462 การขาย และการเจรจาเพื่อธุรกิจ 3 (3 – 0 – 6)

Sales and Business Negotiation

การส่งเสริมการขายอย่างมืออาชีพและอย่างมีจรรยาบรรณ ครอบคลุมการขายประเภทธุรกิจกับธุรกิจ และธุรกิจกับลูกค้าโดยตรง โดยใช้ทักษะการเจรจาต่อรองและการสื่อสาร

Fostering professional and ethical sales: business-to-business and direct consumer sales through negotiation and communication skills.

IMK463 ช่องทางการตลาดสมัยใหม่ และตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 (2 – 2 – 6)

Modern Marketing Channels and E-Commerce

การหารายได้และการค้าในช่องทางสมัยใหม่ การผสมผสานช่องทางออนไลน์และออฟไลน์เพื่อมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า สร้างความจงรักภักดีและสนับสนุนแบรนด์ และการทำธุรกรรมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

Generating revenue and trading in modern channels: omni – channel to deliver positive customer experiences and build brand advocacy, and electronic commerce.

- IMK464 การสร้างตลาดและเทรนด์ในอาเซียน 3 (3 – 0 – 6)
 Business Development and Trends in ASEAN
 เทรนด์และการทำธุรกิจในอาเซียน การใช้เครื่องมืออำนวยความสะดวก ความยั่งยืน และธุรกิจ รวมถึง
 การเมือง เศรษฐกิจ การเงิน และวัฒนธรรมที่เจาะจงในตลาดของกลุ่มประเทศอาเซียน
 Trends and business practices in ASEAN: facilitation tools, sustainability, and enterprises; as
 well as the market's unique political, economic, financial, and cultural characteristics
- IMK465 การสร้างตลาดและเทรนด์ในประเทศจีน 3 (3 – 0 – 6)
 Business Development and Trends in China
 ปัจจัยพื้นฐานและลักษณะของการทำธุรกิจในประเทศจีนและระดับภูมิภาค ความต่างของวัฒนธรรม
 พฤติกรรมผู้บริโภค การเจรจาต่อรองและการแก้ไขปัญหา เทคโนโลยี และแผนธุรกิจ การทำการค้าแบบใหม่ รวมถึง
 ความสำคัญพื้นฐานของปัญหาและสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในตลาดจีน ซึ่งเป็นจุดศูนย์กลางการค้าขาย
 Fundamentals and characteristics of conducting business in China and the regions: cultural
 differences; consumer behaviors; negotiation and problem-solving; technology; business plans, new
 trades; and the fundamental significance of problems and situations that arise on the Chinese market,
 the world's trading hub
- IMK466 การบริหารความเสี่ยงและวิกฤตในธุรกิจ 3 (3 – 0 – 6)
 Risk and Crisis Management in Business
 การประเมินผล การเลือกวิธีการและเทคนิคในการลดการความเสี่ยงและวิกฤตที่อาจเกิดขึ้นกับธุรกิจ
 การควบคุมความเสี่ยงที่เกิดจากการสื่อสาร ความเสี่ยงระดับสูงถึงวิกฤต โครงสร้างการทำงานของการบริหาร
 ความเสี่ยง หน้าที่ ความรับผิดชอบ และกระบวนการ
 Evaluation, selection of methods and techniques to mitigate potential business risks and
 crises; communication risk control; critical high risk; risk management operational structure: duties,
 responsibilities and processes
- IMK467 เวป 3 และการตลาดกระจายอำนาจให้ผู้ใช้งาน 3 (2 – 2 – 6)
 Web 3 and Decentralized Marketing
 วิชาบังคับก่อน: IMK355 หรือได้รับการอนุมัติจากคณบดี
 Prerequisite: IMK355 or Dean's Approval
 ความรู้เกี่ยวกับเว็บ 3 การกระจายอำนาจให้กับผู้ใช้งานในการเลือกและจัดการ รวมถึงเทคโนโลยีใหม่
 และองค์ความรู้ที่สำคัญด้านการตลาด เครื่องมือและเทรนด์ที่สร้างผลประโยชน์ให้กับการทำตลาดอินเทอร์เน็ต
 ในอนาคต

Knowledge of web 3; decentralization for users to choose and manage; new technology and essential marketing knowledge; tools and trends benefiting future Internet marketing

IMK468 ช่องทางการขายและการตลาดแบบหรูหรา 3 (3 – 0 – 6)

Luxury and Retail Marketing

การตลาดสำหรับแบรนด์หรูหรา ความหมายและคำศัพท์ที่เกี่ยวข้อง ความหลากหลายของตลาดใหม่สำหรับสินค้าแบรนด์หรูหรา กลยุทธ์ทางการตลาด การจำหน่ายและช่องทางที่เหมาะสมต่อการขายผลิตภัณฑ์หรูหรา รวมถึงปัจจัยเฉพาะในการเลือกซื้อสินค้าหรูหรา

Marketing for luxury brands: meaning and associated terms; diverse new markets for luxury brands; marketing strategies; distribution and suitable channels for selling luxury products; precise reasons for opting to purchase premium items

IMK469 ประเด็นพิเศษและเทรนด์การตลาด 3 (3 – 0 – 6)

Special Topics in Marketing Trends

ประเด็นพิเศษและเทรนด์การตลาด การสร้างคุณค่าและตอบสนองความต้องการลูกค้า การจำแนกลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย ความเข้าใจผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบของแบรนด์

Special topics and marketing trends; value creation and satisfaction of customer needs; customer and target group segmentation; comprehension of products and brand characteristics

IMK470 การค้นคว้าอิสระเพื่อการตลาด 3 (0 – 0 – 12)

Independent Study for Marketing

การทำโครงการหรือวิจัยตามอรรถาธิบายของผู้เรียนโดยผู้สอนเป็นผู้แนะนำ

Student-led research or projects under teacher supervision

IMK471 แผนธุรกิจและการตลาดสำหรับเจ้าของธุรกิจ 3 (3 – 0 – 6)

Business and Marketing Plan for Business Owners

การนำองค์ความรู้ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การหาพื้นที่ และเทคโนโลยีมาบริหารจัดการ วางแผนและเงินทุนของการเป็นเจ้าของธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง รวมถึงปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในการเป็นเจ้าของธุรกิจ

Knowledge of human resource management, location, and technology in order to manage, plan, and finance small and medium-sized enterprises, as well as business ownership issues

IMK472 การตลาดแฟชั่น 3 (3 – 0 – 6)

Fashion Marketing

กลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจแฟชั่นในแต่ละระดับ คำศัพท์ที่ใช้ในธุรกิจแฟชั่น เครื่องมือวิเคราะห์เทรนด์แฟชั่นโดยเฉพาะเทรนด์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเพื่อตอบสนองคุณค่าและความต้องการของผู้บริโภค

Appropriate marketing strategies for each level of the fashion industry; business terminology; instruments for analyzing fashion trends, particularly trends that change swiftly to satisfy the values and needs of consumers

IMK473 จิตวิทยาและประสาทวิทยาเพื่อการตลาด 3 (3 – 0 – 6)

Psychology and Neuro Marketing

วิชาบังคับก่อน: IMK257 หรือได้รับการอนุมัติจากคณบดี

Prerequisite: IMK257 or Dean's Approval

พฤติกรรมและความต้องการผู้บริโภคผ่านประสาทวิทยาและจิตวิทยา การตอบสนองต่อการตลาด ยี่ห้อผลิตภัณฑ์ และการจับจ่ายในรูปแบบต่างๆ ซึ่งส่งผลต่อการรับรู้และทัศนคติที่มีผลต่อการซื้อ รวมถึงความต้องการความจำเป็นและคุณค่าที่ผู้บริโภคคาดหวัง

Consumer behaviors and needs through neuroscience and psychology; responses to marketing, brands, and various forms of purchasing that influence perceptions and attitudes affecting purchases; and anticipated consumer needs, requirements, and values.

IMK474 การตลาดเพื่อผลิตภัณฑ์ลักษณะเฉพาะ 3 (3 – 0 – 6)

Specialty Product Marketing

กลยุทธ์การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ลักษณะเฉพาะ ส่วนประสมการตลาดที่สำคัญต่อผลิตภัณฑ์ลักษณะเฉพาะ รวมถึงพฤติกรรมผู้บริโภค การวางแผนการตลาด การวิจัยทางการตลาด การทำโฆษณา เครื่องมือเทคโนโลยี และความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นตามปัจจัยที่แปรไปของผลิตภัณฑ์ลักษณะเฉพาะ

Marketing strategies for specialty products; marketing mix relevant to specialty products; consumer behaviors; marketing planning; marketing research; advertising; technology tools; and risks that may arise based on variable speciality product characteristics

IMK475 การโฆษณาและการบูรณาการการสื่อสารทางการตลาด

3 (3 – 0 – 6)

Advertising and Integrated Marketing Communication

วิชาบังคับก่อน: IMK352 หรือได้รับการอนุมัติจากคณบดี

Prerequisite: IMK352 or Dean's Approval

การโฆษณาและการบูรณาการการสื่อสารด้านการตลาด อิทธิพลของสื่อต่อผู้บริโภค ข้อดีข้อเสียของสื่อชนิดต่างๆ การพัฒนาสื่อเพื่อกระตุ้นผู้บริโภค การเลือกใช้สื่อเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยพิจารณาถึงความสามารถในการเรียนรู้และจดจำของผู้บริโภค และการประเมินผลสื่อที่ใช้ทางการตลาด

Advertising and marketing communication integration; media influence on consumers; pros and cons of various categories of media; media development to stimulate consumers; media selection optimized for effectiveness, taking into account consumers' learning and memory capacities; and evaluation of employed marketing media

IMK476 ธุรกิจและการตลาดเพื่อความยั่งยืน

3 (3 – 0 – 6)

Sustainable Business and Marketing

การทำการตลาดระหว่างองค์กรธุรกิจให้เกิดความยั่งยืน บนแนวคิดพื้นฐานของการตลาดเชิงกลยุทธ์สำหรับองค์กรเพื่อสังคม ทักษะการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่แตกต่างกันในแต่ละองค์กร แนวคิดและทักษะของความเป็นผู้ประกอบการในเชิงผลลัพธ์ทางธุรกิจ จากการทำตลาดเชิงกลยุทธ์สำหรับองค์กรเพื่อสังคมและความยั่งยืน โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจ และคุณธรรมจริยธรรม

Sustainable cross-business marketing based on the fundamental concepts of strategic marketing for social enterprises; skills of formulating diverse marketing strategies in each organization; concepts and skills of entrepreneurship in terms of business outcomes from strategic marketing for social and sustainable organizations with environmental, social, economic, moral and ethical considerations

IMK477 การตลาดเพื่อการแข่งขันบนอิเล็กทรอนิกส์

3 (2 – 2 – 6)

E-sports Marketing

วิชาบังคับก่อน: IMK335 หรือได้รับการอนุมัติจากคณบดี

Prerequisite: IMK335 or Dean's Approval

การทำการตลาดการกีฬาและการแข่งขัน E-sports การใช้แคมเปญ การจำแนกลูกค้าและการใช้เครื่องมือสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าที่มีลักษณะแตกต่าง ด้วยการนำผลิตภัณฑ์และแบรนด์มาปรับใช้

E-sports and competition marketing; use of campaigns; customer segmentation and customer relationship building tools with diverse customer characteristics via product and brand adaptation

ICO301 เตรียมสหกิจศึกษา (สำหรับแผนการศึกษาแบบสหกิจศึกษา)

3 (3 – 0 – 6)

Pre-Cooperative Education

แนวคิดและความเข้าใจของระบบสหกิจศึกษาตลอดจนเป็นการเตรียมความพร้อมและทักษะด้านต่าง ๆ อาทิ การเขียนจดหมายสมัครงาน การเลือกสถานประกอบการ เทคนิคการเข้ารับการสัมภาษณ์งาน การพัฒนาทักษะในการสื่อสาร บุคลิกภาพ การทำงานเป็นทีม วัฒนธรรมองค์กร เทคนิคการคิดอย่างสร้างสรรค์ เทคนิคการเขียนรายงาน และการนำเสนอ ทักษะการเป็นผู้ประกอบการ และข้อควรปฏิบัติในระหว่างการทำงาน และความปลอดภัยในสถานประกอบการ

Concept underlying the cooperative education system and the development of readiness and various skills, including job application letter writing, employer screening, job interview techniques, communication skill improvement, personality, teamwork, organizational culture, creative thinking techniques, report writing and presentation techniques, as well as entrepreneurship skills, recommended workplace practices, and workplace safety.

IMK430 สหกิจศึกษา (สำหรับแผนการศึกษาแบบสหกิจศึกษา)

6 (0 – 35 – 0)

Cooperative Education

วิชาบังคับก่อน: ICO301 หรือได้รับการอนุมัติจากคณบดี

Prerequisite: ICO301 or Dean's Approval

การฝึกปฏิบัติงานเต็มเวลาในสถานประกอบการไม่น้อยกว่า 1 ภาคการศึกษา หรือ 16 สัปดาห์ เป็นงานที่เน้นประสบการณ์ทำงาน work-integrated learning ที่ตรงกับสาขาวิชาชีพของนักศึกษาหรือโครงการ project-based learning ที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร นักศึกษาทำรายงานสรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาหลังเสร็จสิ้นการปฏิบัติงาน และรับการประเมินผลการทำงานจากคณาจารย์ร่วมกับสถานประกอบการ

Full-time internship in the workplace for at least one semester or 16 weeks, with a focus on work-integrated learning in the student's professional discipline or project-based learning initiatives that benefit the organization; summary reports by students upon completion of the internship along with a performance evaluation from the instructor in conjunction with the company