



MBA

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

2020 ENTRANTS

(THAI PROGRAM)

SATURDAY
CLASS

COURSES DESCRIPTIONS

FOR GRADUATE STUDENT

หมวดวิชาเสริมพื้นฐาน

พฐ. 101 ความรู้เบื้องต้นทางการบัญชี

PL 101 Introduction to Accounting

ลักษณะงานในด้านการบัญชี ลักษณะของการบัญชี แนวความคิดขั้นพื้นฐานที่สำคัญ หลักการบัญชีคู่ สมการบัญชี การเปลี่ยนแปลงของสินทรัพย์ หนี้สิน และทุน การลงบัญชีแยกประเภท งบการเงิน ความหมายของงบการเงินการวิเคราะห์รายงานการเงิน และกฎหมายที่เกี่ยวกับการบัญชี

พฐ. 102 ความรู้เบื้องต้นทางคณิตศาสตร์ธุรกิจ

PL 102 Introduction to Business Mathematics

เซต ความน่าจะเป็นเบื้องต้น สถิติขั้นพื้นฐาน สมการและอสมการเชิงเส้น การโปรแกรมเชิงเส้นเบื้องต้น เมตริกซ์ ลิมิตของฟังก์ชัน การหาอนุพันธ์ และอินทิกรัลของฟังก์ชันต่อเนื่อง

พฐ. 103 สถิติพื้นฐานเพื่อการวิจัยทางธุรกิจ

PL 103 Fundamental Statistics for Business Research

แนวคิดเกี่ยวกับวิชาสถิติเพื่อการวิจัยทางธุรกิจ ข้อมูลและประเภทของข้อมูล ความหมายของสถิติเชิงบรรยายและสถิติเชิงอ้างอิง ตารางแจกแจงความถี่ การวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง การวัดการกระจาย วิธีการทำงานและการใช้งานของคอมพิวเตอร์ การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ การป้อนข้อมูล การเรียกใช้คำสั่งต่างๆ การอ่านผลลัพธ์ที่ได้ การทดสอบสมมติฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวน การทดสอบไค-สแควร์ การวิเคราะห์การถดถอยและสหสัมพันธ์

พฐ. 104 การจัดการ

PL 104 Management

รูปแบบของการดำเนินธุรกิจ ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการดำเนินงาน เช่น สภาพเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม กฎหมาย เทคโนโลยีและคู่แข่งในตลาด หลักในการบริหาร หน้าที่ของผู้บริหารในด้านที่เกี่ยวกับการวางแผน การจัดการองค์การ การบรรจุ และการจัดวางกำลังคน การจูงใจ การสื่อสาร การประสานงาน และการควบคุมงานให้ดำเนินตามนโยบายที่ได้วางไว้ เพื่อบรรลุเป้าหมายของกิจการ

พฐ. 105 ความรู้เบื้องต้นทางการสื่อสารโทรคมนาคม

PL 105 Introduction to Telecommunications

แนวคิดของเทคโนโลยีในโครงข่ายโทรคมนาคม รูปแบบสถาปัตยกรรมของโครงข่ายโทรคมนาคม รูปแบบบริการและลักษณะโครงสร้างตลาดของธุรกิจโทรคมนาคม ความสำคัญของมาตรฐานโครงข่ายและองค์กรที่กำหนดมาตรฐาน คำศัพท์ที่เกี่ยวข้องในเทคโนโลยี และตลาดโทรคมนาคม

พฐ. 107 เศรษฐศาสตร์พื้นฐาน

PL 107 Fundamentals of Economics

มูลค่า ราคา การจัดสรรทรัพยากร พฤติกรรมของผู้บริโภค พฤติกรรมของผู้ผลิต การกำหนดราคาในตลาดประเภทต่างๆ การกำหนดราคาของปัจจัยการผลิต พฤติกรรมของปัจจัยทางเศรษฐกิจ การพัฒนาและความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายทางเศรษฐกิจของรัฐบาลกับธุรกิจภาคเอกชน

หมวดวิชาบังคับ

บธ. 611 ความเป็นผู้นำองค์การและสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์

BA 611 Organization Leadership and Human Resource Competencies

ความสำคัญของผู้นำองค์การ คุณลักษณะของผู้นำที่ขับเคลื่อนองค์การให้มีความยั่งยืน บทบาทของผู้นำในการจัดการองค์การอย่างมีประสิทธิภาพ สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์การที่ส่งผลต่อการเพิ่มสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ สมรรถนะที่พึงประสงค์ของทรัพยากรมนุษย์ในภาวะการเปลี่ยนแปลงและภาวะวิกฤติ การสร้างกลยุทธ์ในการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรในองค์กร ดัชนีชี้วัดความสำเร็จในการสร้างสมรรถนะทั้งในระดับผู้นำและผู้ปฏิบัติตาม การวัดประเมินความเป็นผู้นำและสมรรถนะในการทำงานเพื่อนำผลไปใช้ในการพัฒนาองค์การ

บธ. 612 การจัดการทางการเงิน

BA 612 Financial Management

หลักการทางการเงินและการประยุกต์ใช้เพื่อการวิเคราะห์และแก้ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาเงินทุนที่ธุรกิจต้องการ การตัดสินใจลงทุนภายใต้ความเสี่ยง ตลอดจนการวางแผนและกำหนดแนวทางการควบคุมทางการเงินทั้งเงินทุนระยะสั้นและระยะยาวเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ธุรกิจนั้น การศึกษาจะเน้นใช้กรณีศึกษา (Case Study)

บธ. 613 การบัญชีการเงินและการบัญชีบริหาร

BA 613 Financial and Management Accounting

แนวคิดและแหล่งที่มาของข้อมูลทางบัญชีในงบการเงินของกิจการ ศึกษาข้อมูลทางการบัญชีบริหารอันประกอบด้วยประเภทของต้นทุน วิธีการบัญชีต้นทุนรวมต้นทุนแปรได้ ต้นทุนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ผลต่างต้นทุนการผลิต การใช้ต้นทุนเพื่อการตัดสินใจ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของต้นทุน ปริมาณและกำไร การบัญชีตามความรับผิดชอบ การวิเคราะห์ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อการวางแผนและการควบคุมรวมถึงการวิเคราะห์และการรายงานผลการปฏิบัติการ

บธ. 614 การจัดการทางการตลาด

BA 614 Marketing Management

บทบาทและความสำคัญของผู้บริหารงานด้านการตลาดที่มีสภาพแวดล้อมที่สลับซับซ้อน พฤติกรรมของผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การวิเคราะห์และพยากรณ์ความต้องการของตลาด การวางแผนและกำหนดนโยบาย การเลือกกลยุทธ์และการจัดการเกี่ยวกับส่วนผสมการตลาด ตลอดจนการวิเคราะห์ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นเพื่อหาข้อสรุปเป็นแนวทางแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นนั้น

บธ. 615 การจัดการการปฏิบัติการ

BA 615 Operations Management

ระบบการวิเคราะห์ทางการผลิต การตัดสินใจเกี่ยวกับการใช้ปัจจัยการผลิต การคาดการณ์เกี่ยวกับความต้องการของสินค้าหรือบริการ การวางแผนกำลังการผลิตและทำเลที่ตั้งโรงงาน ได้แก่ การวางแผนโรงงาน การออกแบบงานและการวัดงาน การวางแผนและการลำดับงาน การวางแผนสินค้าคงเหลือ การวางแผนด้านการขนส่ง และการควบคุมคุณภาพรวมทั้งการจัดการโซ่อุปทานและการผลิตแบบลีน

บธ. 712 การจัดการเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ

BA 712 Strategic Management and Business Policy

การประยุกต์ใช้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจเพื่อนำมาใช้สร้างกลยุทธ์และนโยบาย ประกอบด้วยการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กร การประเมินโอกาสและอุปสรรคภายใต้สภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้น การกำหนดและประเมินผลกลยุทธ์และนโยบายที่ได้เปรียบทางการแข่งขันภายใต้ทรัพยากรที่มีอยู่ โดยศึกษาจากกรณีศึกษาและเกมส์ เพื่อใช้สำหรับการวิเคราะห์สถานการณ์ การระบุปัญหา การระบุทางเลือกและการแก้ปัญหา

บธ. 713 เศรษฐศาสตร์เพื่อการจัดการ

BA 713 Managerial Economics

การประยุกต์ทฤษฎีทางด้านเศรษฐศาสตร์เพื่อกำหนดนโยบาย ลักษณะของกำไรและการจัดกำไร ลักษณะของตลาดที่แข่งขันในประเภทต่าง ๆ การวิเคราะห์อุปสงค์ และการพยากรณ์ ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจในระยะสั้นและระยะยาวต่อการดำเนินงานของธุรกิจ การกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการผลิตสินค้าหลายชนิดในขณะเดียวกัน งบประมาณเงินทุน การโฆษณา และการตั้งราคาสินค้า

บธ. 716 เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการจัดการทางธุรกิจ

BA 716 Information Technology for Business Management

แนวความคิดหลักของเทคโนโลยีสารสนเทศ การบริหารฐานความรู้ และสำนักงานครบวงจร การประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศในการวางกลยุทธ์การแข่งขัน โดยเน้นผลกระทบทั้งในแนวตั้งและแนวนอน ภายในและภายนอกองค์กร

บธ. 717 ธุรกิจระหว่างประเทศ

BA 717 International Business

กระบวนการดำเนินงานของบริษัทข้ามชาติที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์บทบาทของธุรกิจระหว่างประเทศ การวิเคราะห์ประเทศและการวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาธุรกิจระหว่างประเทศ ที่เน้นถึงการขับเคลื่อนทางกฎหมาย เศรษฐกิจ สาธารณูปโภค การแข่งขันระดับโลกและสถานการณ์ทางด้านวัฒนธรรม ความหลากหลายของตลาดและผู้บริโภค รวมถึงความร่วมมือทางเศรษฐกิจและผลกระทบที่มีต่อการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ ผลกระทบเศรษฐกิจของยุโรปและอาเซียนที่มีต่อโอกาสและอุปสรรคในการขยายธุรกิจ โอกาสและปัญหาทางธุรกิจของผู้ประกอบการไทย ภายหลังจากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของไทย

บธ. 718 การวิจัยเชิงประยุกต์ทางธุรกิจ

BA 718 Applied Research in Business

ระเบียบวิธีการดำเนินการวิจัยที่นำมาประยุกต์ใช้กับการวิจัยทางธุรกิจที่ครอบคลุมในเรื่องการวางแผนและการออกแบบงานวิจัย การวางกรอบแนวความคิด การตั้งสมมุติฐาน การกำหนดประชากรและตัวอย่าง การเก็บข้อมูล การสร้างเครื่องมือในการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์และการทดสอบสมมุติฐานโดยใช้เครื่องมือทางสถิติ การอภิปรายผล และการนำผลวิจัยไปใช้กับการดำเนินงานทางธุรกิจให้บรรลุได้อย่างมีประสิทธิภาพ

หมวดวิชาเลือก

วิชาเลือกทางการตลาด

ตล. 712 การจัดการด้านการตลาดระหว่างประเทศ

MK 712 International Marketing Management

บทบาทและความสำคัญของตลาดระหว่างประเทศ การวางรูปแบบองค์การและระบบการตลาดของธุรกิจระหว่างประเทศ ศึกษาถึงวิธีการและกลยุทธ์สำคัญของการบริหารงาน การตลาดระหว่างประเทศ วิเคราะห์สภาพแวดล้อมและส่วนประสมของการตลาดระหว่างประเทศ ปัญหาเกี่ยวกับภาษีการขนส่งสถาบันที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก การพัฒนาตลาด ปัญหานโยบายการส่งเสริมและวิเคราะห์การส่งออกของไทย

ตล. 717 การวิเคราะห์ผู้บริโภคและการแบ่งส่วนของตลาด

MK 717 Consumer Analysis and Market Segmentation

รูปแบบกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค การวางรูปแบบเพื่อศึกษาวิเคราะห์ผู้บริโภคก่อนนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด วิธีและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการศึกษาวิเคราะห์ด้านการแบ่งส่วนตลาด การประยุกต์ผลของการวิเคราะห์ผู้บริโภครวมทั้งการแบ่งส่วนตลาดเพื่อมาใช้ในการวางแผนและกำหนดนโยบายทางการตลาด

ตล. 718 การวิจัยทางการตลาด

MK 718 Marketing Research

บทบาทของการวิจัยในการจัดการและการตัดสินใจทางการตลาด ซึ่งจะศึกษาทั้งภาคทฤษฎีและการนำไปใช้ในการแก้ปัญหาตัวอย่าง และการฝึกหัดในการวางรูปแบบการวิจัย การเก็บรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดเพื่อช่วยในการพยากรณ์ การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา การวางแผนกลยุทธ์ การส่งเสริมทางการตลาด และการจัดช่องทางจำหน่าย

ตล. 721 กลยุทธ์ด้านการกระจายสินค้าทางการตลาด

MK 721 Marketing Distribution Strategy

การใช้หลักการตลาดในการวิเคราะห์และแก้ปัญหาทางด้านการกระจายสินค้าระหว่างผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และลูกค้า การกระจายสินค้าแบบห่วงโซ่ และการตัดสินใจของผู้บริหารในการพัฒนาช่องทางการกระจายสินค้า การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตกับผู้จำหน่าย และระหว่างผู้จำหน่ายกับลูกค้า การวางแผนด้านกลยุทธ์ทางการตลาด และการปฏิบัติงานด้านการกระจายสินค้า เพื่อเพิ่มยอดขายและส่วนแบ่งตลาด

ตล. 722 การตลาดดิจิทัล

MK 722 Digital Marketing

การประยุกต์หลักการตลาดในสังคมดิจิทัล การใช้สื่อดิจิทัลในฐานะที่เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายและช่องทางการตลาดระหว่างประเทศ การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด บทบาทที่เปลี่ยนไปของการสื่อสารการตลาดที่ใช้สื่อดิจิทัลในฐานะที่เป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง พฤติกรรมของผู้บริโภคในการรับรู้และใช้สื่อดิจิทัล การกำหนดกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล

ตล. 723 การตลาดบริการ

MK 723 Service Marketing

การพัฒนาและการบริหารงานบริการ ลักษณะของบริการ ความแตกต่างระหว่างการขายสินค้ากับบริการ ความสำคัญและการเจริญเติบโตของธุรกิจบริการ ตลาดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการประเภทต่างๆ การสร้างความพึงพอใจของลูกค้า กลยุทธ์สำหรับการตลาดบริการ กลยุทธ์ในการรักษาลูกค้า การวัดและการบริหารงานด้านคุณภาพของธุรกิจบริการ อุปสงค์ของลูกค้าต่อการบริการ โครงสร้างขององค์กรที่เน้นการขายบริการ

ตล. 724 ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมในการจัดการผลิตภัณฑ์ใหม่

MK 724 Creativity and Innovation in New Product Management

แนวคิดเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมในการจัดการผลิตภัณฑ์ใหม่ การพัฒนาและการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ ความหมายของผลิตภัณฑ์ใหม่ ขั้นตอนของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เทคนิคในการประเมินความน่าสนใจของประเภทผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาขนาดของตลาด สถานภาพทางการแข่งขัน รวมทั้งความสอดคล้องกันของผลิตภัณฑ์ใหม่กับความสามารถขององค์กร การบริหารผลิตภัณฑ์ใหม่ การวัดผลการดำเนินงานของผลิตภัณฑ์ใหม่ การทดสอบตลาดในการตรวจสอบความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์ใหม่ การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ ตลอดจนวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ คุณสมบัติของผู้จัดการผลิตภัณฑ์ใหม่

ตล. 725 การจัดการตราสินค้าเชิงกลยุทธ์

MK 725 Strategic Branding Management

ความสัมพันธ์ระหว่างตราสินค้ากับปัจจัยทางการตลาด ผลกระทบของตราสินค้าที่มีต่อพฤติกรรม การซื้อและการตัดสินใจของผู้บริโภค กลยุทธ์การใช้ตราสินค้าเพื่อการตลาดและการสื่อสารทางการตลาด การสร้างสรรค์ตราสินค้าสำหรับสินค้าใหม่ให้แข็งแกร่งและเป็นที่ยอมรับ การพัฒนาตราสินค้าสำหรับสินค้าเดิมที่มีอยู่ การประเมินคุณค่าของตราสินค้ากับการรับรู้ของผู้บริโภคต่อตราสินค้า การประเมินประสิทธิภาพของตราสินค้า กระบวนการจัดทำกลยุทธ์ตราสินค้าที่ครอบคลุมตั้งแต่การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด การสร้างกลยุทธ์ การปฏิบัติการและการประเมินกลยุทธ์

ตล. 726 การสื่อสารทางการตลาดแบบอัจฉริยะ

MK 726 Intelligent Marketing Communication

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดเพื่อนำมาใช้ในการสร้างสรรค์รูปแบบของการสื่อสารทางการตลาดแบบอัจฉริยะ การวิเคราะห์ประสิทธิภาพขององค์ประกอบและเครื่องมือทางการสื่อสารทางการตลาด อาทิ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การใช้พนักงานขาย และการส่งเสริมการขาย รวมถึงกิจกรรมอื่นๆ ที่นำเสนอเพื่อการสื่อสารกับลูกค้าทั้งในระดับบุคคล องค์กรและสถาบัน การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างรูปแบบการสื่อสารทางการตลาดแบบอัจฉริยะ อาทิ การวิเคราะห์พฤติกรรมและการรับรู้ของผู้บริโภค การวิเคราะห์จุดเด่นของผลิตภัณฑ์และตราสินค้า เป็นต้น การวางแผนและจัดทำแผนกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบอัจฉริยะที่ครบวงจร การจัดสรรและบริหารงบประมาณ รวมทั้งการปฏิบัติการและการประเมินผล

ตล. 727 โครงการและกิจกรรมทางการตลาดเชิงนวัตกรรม

MK 727 Innovative Marketing Project and Activity

แนวความคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม การเชื่อมโยงแนวคิดทางนวัตกรรมมาใช้กับกระบวนการจัดการโครงการและกิจกรรมทางการตลาด ปัญหาและแนวทางในการสร้างนวัตกรรม รูปแบบของโครงการและกิจกรรมทางการตลาดเชิงนวัตกรรม การวิเคราะห์ความเป็นไปได้และความสำเร็จของโครงการและกิจกรรมเชิงนวัตกรรม ซึ่งครอบคลุมในเรื่องการวิเคราะห์ผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมาย การแข่งขัน สังคมและวัฒนธรรม รวมทั้งสภาพแวดล้อมอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้อง เป็นต้น การประเมินการลงทุน การวางแผนและการปฏิบัติการโครงการและการประเมินผล การดำเนินการเมื่อสิ้นสุดโครงการและกิจกรรม

ตล. 728 การตลาดระดับโลกสำหรับสินค้าและบริการของไทย

MK 728 World Class Marketing for Thai Products and Services

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของสินค้าและบริการของไทย ปัญหาของสินค้าและบริการไทยทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ การสร้างตราสินค้าและการวางตำแหน่งของสินค้าในตลาดโลก การวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าต่างประเทศ การพัฒนาและการสร้างกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ การจัดการระบบโลจิสติกส์เพื่อการส่งออก และการจัดการศูนย์รวมสำหรับภาคอุตสาหกรรม

ตล. 731 การสื่อสารตราสินค้าแบบดิจิทัลทางการตลาด

MK 731 Digital Brand Communication in Marketing

ความสำคัญของแบรนด์ต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค เครื่องมือในการสื่อสารแบรนด์ ทั้งที่เป็นออนไลน์ (ดิจิทัล) และออฟไลน์ การวิเคราะห์เปรียบเทียบการใช้เครื่องมือทั้งสองประเภทในการสื่อสารแบรนด์ พฤติกรรมการรับรู้แบรนด์ของผู้บริโภค พฤติกรรมการสื่อสารของผู้บริโภคโดยใช้สื่อดิจิทัล กิจกรรมการสื่อสารทางตลาดออนไลน์ระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค วัตถุประสงค์ของการสื่อสารแบรนด์แบบดิจิทัลที่คำนึงถึงพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อแบรนด์ ได้แก่ ความไว้วางใจในแบรนด์สินค้าบริการ ความชอบต่อแบรนด์ ความภักดีในแบรนด์ กระบวนการขั้นตอนในการสร้างแบรนด์และการสื่อสารแบรนด์ กลยุทธ์การสร้างแบรนด์และการสื่อสารแบรนด์โดยใช้ดิจิทัลเทคโนโลยี

วิชาเลือกทางการเงิน

กง. 722 การบริหารการเงินระหว่างประเทศ

FI 722 International Financial Management

ความสำคัญของการลงทุนระหว่างประเทศ สภาวะแวดล้อมที่เอื้ออำนวย และไม่ขัดต่อการลงทุนระหว่างประเทศ หลักเกณฑ์ในการประเมินโอกาสในการลงทุน แหล่งและต้นทุนของเงินทุน การปฏิบัติงานของสถาบันการเงินระหว่างประเทศ การคิดอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราสกุลต่างๆ และการบริหารเงินทุนของธุรกิจระหว่างประเทศ

กง. 725 ระบบข้อมูลทางการเงิน

FI 725 Financial Information System

หลักการและโครงสร้างของระบบและการจัดการข้อมูลทางการเงินในองค์กร การแบ่งประเภทข้อมูล และองค์ประกอบของระบบข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างและการปฏิบัติการขององค์กร กระบวนการของการเก็บรวบรวมข้อมูล การแจกจ่ายข้อมูลทางการเงิน บทบาทของเครื่องจักรสมัยใหม่ต่อการเก็บและกระจายข้อมูล รวมทั้งแนวโน้มของการพัฒนาระบบข้อมูลทางการเงิน

กง. 726 ตลาดเงินและตลาดทุน

FI 726 Money and Capital Market

ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดอุปสงค์และอุปทานของเงินทุน ลักษณะของตลาดเงินและตลาดทุน ความสัมพันธ์ระหว่างตลาดเงินและตลาดทุนทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ บทบาทของสถาบันการเงิน โครงสร้างและระดับของอัตราดอกเบี้ยที่มีผลต่อเศรษฐกิจโดยรวม

กง. 731 การลงทุน

FI 731 Investment

ปัญหาและกระบวนการในการบริหารการลงทุนโดยการนำทฤษฎีการลงทุนสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ในการตัดสินใจเพื่อการบริหารกลุ่มหลักทรัพย์ การศึกษาการดำเนินงานของตลาดหลักทรัพย์ ประเภทของหลักทรัพย์และปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอัตราผลตอบแทน และความเสี่ยงในการลงทุน ตลอดจนการศึกษาอัตราดอกเบี้ยและการบริหารตราสารหนี้

กง. 732 การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

FI 732 Project Feasibility Studies

การประเมินการลงทุนในโครงการประเภทต่างๆ เพื่อการตัดสินใจ โดยการวิเคราะห์จากสภาพแวดล้อมที่เป็นทั้งปัจจัยสนับสนุนและอุปสรรค การพิจารณาแหล่งและการจัดหาเงินทุน การจัดทำงบประมาณการลงทุน และการวิเคราะห์ความเคลื่อนไหวสำหรับผลตอบแทนการลงทุนจากโครงการ

กง. 734 การดำเนินการเพื่ออสังหาริมทรัพย์

FI 734 Real Estate Operations

ข้อบังคับทางกฎหมายด้านอสังหาริมทรัพย์ วิธีการประเมินราคาอสังหาริมทรัพย์ ปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาและความต้องการอสังหาริมทรัพย์ แหล่งและนโยบายสินเชื่อในการจัดหา สถานการณ์ทางการตลาดและการดำเนินงานของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

กง. 735 การจัดการสินเชื่อและหนี้

FI 735 Credit and Debt Management

โครงสร้างของการบริหารสินเชื่อ ประเภทของสินเชื่อ นโยบายและความเสี่ยงในการพิจารณาสินเชื่อ ประเภทของหนี้สิน นโยบายการป้องกันหนี้เสีย การติดตามหนี้ การจัดชั้นหนี้ การปรับโครงสร้างหนี้ การบริหารหนี้ที่มีปัญหา และหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการสินเชื่อและหนี้

กง. 736 การประเมินมูลค่าธุรกิจเพื่อการตัดสินใจ

FI 736 Business Valuation for Decision Making

แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการวิเคราะห์ทางการเงิน และการวิเคราะห์ธุรกิจ วัตถุประสงค์ของการประเมินมูลค่าธุรกิจ กรอบแนวคิดเกี่ยวกับการประเมินมูลค่าธุรกิจ ได้แก่ เทคนิคและเครื่องมือของการประเมินมูลค่าธุรกิจ ความสัมพันธ์ระหว่างการประเมินมูลค่าธุรกิจกับกลยุทธ์ของธุรกิจ ปัญหาในการประเมินมูลค่าธุรกิจและผลการปฏิบัติงานทางการเงินของธุรกิจ การประยุกต์เทคนิคการประเมินมูลค่าไปใช้กับการวิเคราะห์ด้านการตัดสินใจอื่นๆ ทางธุรกิจ ได้แก่ การวิเคราะห์สินเชื่อ การวิเคราะห์หลักทรัพย์และการวิเคราะห์เพื่อการควมรวมกิจการ เป็นต้น

กง. 737 การพยากรณ์ทางการเงินกับผลการปฏิบัติการธุรกิจ

FI 737 Financial Forecasting and Business Performance

การเชื่อมโยงบทบาททางการเงินกับการพัฒนาการปฏิบัติการของธุรกิจ นโยบายทางการเงินกับการวางแผนกลยุทธ์ของธุรกิจ การพยากรณ์ทางเศรษฐกิจและการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อม ทั้งภายในและภายนอกธุรกิจ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพยากรณ์ทางการเงินที่มีผลกระทบต่อการทำงานธุรกิจ แบบจำลองและเทคนิคการพยากรณ์ทางการเงิน การนำผลการพยากรณ์ไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ การตัดสินใจลงทุนเพื่อการขยายธุรกิจ และการพัฒนาผลการปฏิบัติงานของธุรกิจ

วิชาเลือกทางการบริหารทรัพยากรมนุษย์

บท. 731 บุคคลกับองค์การ

HR 731 Individual and Organization

จิตวิทยาทางการเรียนรู้ การรับรู้ ทักษะคิด และบุคลิกภาพ ได้แก่ ทฤษฎีและแบบจำลองเกี่ยวกับความต้องการของบุคคล การจูงใจ และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับองค์การ

บท. 732 การจัดการกลุ่มที่เน้นงาน

HR 732 Managing Task-Oriented Groups

ความหมายของกลุ่มพนักงานที่เน้นงาน การจัดการทางการสื่อสารภายในและภายนอกกลุ่มทำงาน กระบวนการเคลื่อนไหวของกลุ่ม ความเป็นผู้นำ การจัดการความขัดแย้งในกลุ่ม การประสานงานและการร่วมมือ ตลอดจนการประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลของกลุ่ม

บท. 733 การจัดหาและประเมินผลบุคลากร

HR 733 Personnel Procurement and Evaluation

องค์ประกอบที่สำคัญในการวางแผนอัตรากำลังและการจัดทำแรงงาน การกำหนดมาตรการที่ใช้ในการสรรหา และคัดเลือกบุคลากร การรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับประวัติพนักงาน การหมุนเวียนเข้าออกของพนักงาน การขาดงาน การประเมินตัวบุคคลทางด้านจิตวิทยา สังคม วิธีการพิจารณาประสิทธิภาพของการทำงานแต่ละบุคคล และ กระบวนการประเมินผลการปฏิบัติงาน

บท. 734 การวิจัยตามแนวแนะสำหรับการบริหารทรัพยากรมนุษย์

HR 734 Directed Research in Human Resource Management

ศึกษาวิจัยโดยอิสระในหัวข้อเฉพาะทางการบริหารทรัพยากรมนุษย์ภายใต้การแนะนำของอาจารย์ ผู้รับผิดชอบ

บท. 735 สัมมนาแรงงานสัมพันธ์

HR 735 Seminar in Labor Relations

แนวความคิด กฎหมาย ระเบียบข้อบังคับของทางราชการ และหลักวิชาเกี่ยวกับแรงงานสัมพันธ์ การเจรจาต่อรองและประเด็นต่าง ๆ ที่มีอิทธิพล การบริหารและการจัดการทั้งด้านแรงงานและทางด้านบริหาร โดยนักศึกษา จะต้องร่วมกันพิจารณาปัญหาและสถานการณ์เกี่ยวกับเรื่องแรงงานสัมพันธ์ โดยการศึกษากรณีตัวอย่าง

วิชาเลือกทางการจัดการ

จก. 741 การจัดการองค์การที่ซับซ้อน

MG 741 Managing Complex Organization

การค้นคว้าทฤษฎีองค์การและประสิทธิผลเพื่อชี้แนะผู้จัดการในการออกแบบโครงสร้างและกระบวนการปฏิบัติงานขององค์การภายใต้สถานการณ์ที่เกิดขึ้นในองค์การและความซับซ้อนของสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

จก. 742 ระบบข้อมูลทางการจัดการ

MG 742 Management Information System

ความสัมพันธ์ของระบบข้อมูลกับนโยบายการบริหาร โครงสร้างของระบบข้อมูล พฤติกรรมของผู้ใช้ระบบข้อมูล การวิเคราะห์และการออกแบบระบบข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์เพื่อนำไปใช้ในการบริหารจัดการ เช่น การวางแผน

การประสานงาน การควบคุม และการตัดสินใจทั้งภายในและภายนอกองค์กร การประเมินค่าของระบบ และการพัฒนาระบบข้อมูลให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงขององค์กร

จก. 745 การจัดการเพื่อธุรกิจค้าปลีก

MG 745 Retail Business Management

รูปแบบของการค้าปลีก ปัญหาในการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีก การวิเคราะห์การจัดโครงสร้างองค์การของธุรกิจ กลยุทธ์ที่ใช้ในการดำเนินงานได้แก่ กลยุทธ์การขยายธุรกิจ กลยุทธ์ทางการตลาด การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การบริหารระบบอุปทานลูกโซ่ของธุรกิจค้าปลีก รวมถึงการดำเนินธุรกิจค้าปลีกในรูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

จก. 746 การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

MG 746 Logistics and Supply Chain Management

ระบบอุปทานลูกโซ่ และการจัดส่งที่สร้างประสิทธิภาพทางการผลิตและการตลาด โดยครอบคลุมถึงระบบการจัดหาวัตถุดิบ การบรรจุและการลำเลียงวัตถุดิบ การบริหารสินค้าคงเหลือ การจัดการด้านคลังสินค้า การจัดหาสินค้า และการจัดการด้านการขนส่ง

จก. 747 นวัตกรรมและการพัฒนาองค์กร

MG 747 Innovation and Organization Development

แนวคิดทางการจัดการเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงเพื่อนำไปสู่การพัฒนา รูปแบบของนวัตกรรมในองค์การ ข้อดีของการมีนวัตกรรม การสร้างนวัตกรรม ปัญหาและอุปสรรคที่มีต่อการสร้างนวัตกรรมและการเปลี่ยนแปลงแนวทางและกลยุทธ์ในการพัฒนาองค์การ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์การ นวัตกรรมกับการพัฒนาองค์การ และการวัดประสิทธิผลขององค์การภายหลังการพัฒนา

จก. 748 การจัดการองค์กรข้ามชาติ

MG 748 Transnational Organization Management

การจัดการข้ามวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนและการปฏิบัติงานทางด้านพฤติกรรมองค์กรและทรัพยากรบุคคล เนื้อหาวิชาจะเน้นถึงการพัฒนาทางด้านต่างๆ ในองค์การ ได้แก่ การทำงานเป็นกลุ่ม ลักษณะการทำงานของผู้บริหาร การให้อำนาจ การเจรจาต่อรอง ความขัดแย้งในการทำงาน การติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงาน การคัดเลือกและการฝึกอบรมพนักงาน การประเมินผลงาน และการให้ผลตอบแทน

จก. 752 ระบบสนับสนุนการตัดสินใจ

MG 752 Decision Support System

กรอบแนวคิด และบทบาทของระบบสนับสนุนการตัดสินใจ การออกแบบ การพัฒนาระบบสนับสนุนการตัดสินใจ เครื่องมือและเทคนิคที่ใช้ในการพัฒนาระบบสนับสนุนการตัดสินใจ ความสัมพันธ์ของระบบสนับสนุนการตัดสินใจกับระบบสารสนเทศเพื่อการบริหาร

จก. 753 โครงการสหวิทยาการเชิงสร้างสรรค์

MG 753 Creative Multidisciplinary Project

การสร้างสรรค์โครงการที่เกิดจากการนำวิทยาการจากหลายสาขามาใช้ร่วมกันอย่างเป็นระบบ ผู้เรียนจะได้เรียนรู้ถึงกระบวนการในการจัดทำโครงการ ตั้งแต่การเตรียมการ การวิเคราะห์ข้อมูลของปัจจัยที่เกี่ยวข้อง การกำหนดวัตถุประสงค์และทิศทางของการวางแผนกลยุทธ์ การจัดสรรทรัพยากรและงบประมาณ และการประเมินผลความสำเร็จด้วยการใช้ตัวชี้วัดที่เป็นรูปธรรม รายวิชานี้เปิดให้ผู้เรียนจากสาขาต่างๆ ที่สนใจได้ทำโครงการร่วมกันและสามารถแลกเปลี่ยนความคิดจากสาขาที่ตนเองมีพื้นฐานจากการศึกษานั้น นำมาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์โครงการให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ภายใต้การให้คำปรึกษาของอาจารย์ที่ปรึกษา

จก. 754 การบริหารความสัมพันธ์เพื่อองค์กร

MG 754 Organizational Relationship Management

การวิเคราะห์เชิงสาเหตุและผลที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ส่งผลต่อการสร้างความสัมพันธ์ในองค์กร ได้แก่ ความขัดแย้ง การต่อต้าน การเปลี่ยนแปลง การมอบหมายงาน การปฏิบัติงานภายหลังการควมรวมหน่วยงานและองค์กร การร้องเรียนจากผู้ปฏิบัติงาน การให้ความร่วมมือ และบุคลิกภาพส่วนบุคคล เป็นต้น โดยเป็นการวิเคราะห์ทั้งระดับผู้บริหารและระดับปฏิบัติการ

จก. 755 การจัดการทางการสื่อสารองค์กร

MG 755 Corporate Communication Management

แนวคิดและเครื่องมือทางการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่จะนำมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานขององค์กรทั้งภายในและภายนอก การวิเคราะห์ความต้องการขององค์กรและผู้มีส่วนได้เสีย และประเด็นของสังคมที่มีความเกี่ยวข้องกับองค์กรเพื่อสร้างกลยุทธ์ทางการสื่อสารที่จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ของทุกฝ่าย ได้แก่ การใช้การสื่อสารองค์กรในการสร้างภาพลักษณ์ การแก้ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับข่าวลือขององค์กร การให้ข้อมูลด้านสินค้าและบริการ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรกับลูกค้าและชุมชน

จก. 756 การจัดการเพื่อมาตรฐานคุณภาพองค์กร

MG 756 Quality Standard Management for Organization

การวิเคราะห์ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานคุณภาพในองค์กร โดยศึกษาจากกรณีศึกษาและกฎข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ บทบาทของมาตรฐานคุณภาพต่อการแข่งขันทางธุรกิจและการยอมรับทางสังคม กลยุทธ์เกี่ยวกับการวางแผน การปฏิบัติการ และการประเมินผลมาตรฐานคุณภาพ

จก. 757 สัมมนาการจัดการวิกฤตการณ์และความเสี่ยงทางธุรกิจ

MG 757 Seminar in Business Crisis and Risk Management

การอภิปรายหัวข้อเกี่ยวข้องกับวิกฤตการณ์และความเสี่ยงทางธุรกิจ ได้แก่ ประเภทของวิกฤตการณ์และความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ อาทิ วิกฤตการณ์และความเสี่ยงทางเศรษฐกิจ กฎหมาย การเมือง สังคม และวัฒนธรรม

เทคโนโลยี ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การดำเนินธุรกิจ อาทิ โครงสร้างองค์กร กลยุทธ์และนโยบาย การผลิต การเงิน และการลงทุน รวมทั้งโลจิสติกส์ เป็นต้น การจัดการภายใต้วิกฤติการณ์ทางธุรกิจ การประเมินความเสี่ยงและผลกระทบที่เกิดขึ้นกับธุรกิจ การสร้างกลยุทธ์ป้องกันความเสี่ยง

วิชาเลือกทางการจัดการเพื่อธุรกิจบริการ

รบ. 711 การจัดการธุรกิจด้านการดูแลสุขภาพ

SM 711 Healthcare Business Management

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจการดูแลสุขภาพ ซึ่งได้แก่ โรงพยาบาล สถานพยาบาล ธุรกิจบริการ ด้านความงาม ธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ ธุรกิจสปา เป็นต้น การวิเคราะห์ตลาดและการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันที่ครอบคลุมด้านการบริการ การผลิต การจัดการ องค์กร การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การบริหารเงินทุน การบริหารการจัดซื้อ การวางแผนและการควบคุมทางการเงิน เทคนิคการประเมินผล และการประเมินผลสำเร็จของธุรกิจ การดำเนินธุรกิจด้วยเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศ การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ การจัดการทางการตลาด และการสื่อสารแบบบูรณาการ

รบ. 712 การจัดการธุรกิจการอาหารและเครื่องดื่ม

SM 712 Food and Beverage Business Management

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจการอาหาร และเครื่องดื่ม ซึ่งได้แก่ ภัตตาคาร ร้านอาหาร ร้านขายเครื่องดื่ม ร้านขนมไทย และขนมต่างประเทศ เป็นต้น การวิเคราะห์ตลาดและการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันที่ครอบคลุมด้านการบริการ การผลิต การจัดการ องค์กร การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การบริหารเงินทุน การบริหารการจัดซื้อ การวางแผนและการควบคุมทางการเงิน เทคนิคการประเมินผล และการประเมินผลสำเร็จของธุรกิจ การดำเนินธุรกิจด้วยเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศ การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ การจัดการทางการตลาด และการสื่อสารแบบบูรณาการ

รบ. 713 การจัดการธุรกิจการบิน

SM 713 Airline Business Management

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจการบิน การวิเคราะห์ตลาดและการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันที่ครอบคลุมด้านการบริการ การจัดการ องค์กร การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การบริหารเงินทุน การบริหารการจัดซื้อ การวางแผน และการควบคุมทางการเงิน เทคนิคการประเมินผล และการประเมินผลสำเร็จของธุรกิจ การดำเนินธุรกิจด้วยเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศ การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ การจัดการทางการตลาด และการสื่อสารแบบบูรณาการ

รบ. 714 การจัดการธุรกิจท่องเที่ยวและที่พัก

SM 714 Hospitality Business Management

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจการท่องเที่ยวและที่พัก ซึ่งได้แก่ ธุรกิจการโรงแรม ธุรกิจการท่องเที่ยว และธุรกิจด้านการบริการที่พักรูปแบบต่างๆ การวิเคราะห์ตลาด และการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม กลยุทธ์การ

สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ครอบคลุมด้านการบริการ การจัดการองค์การ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การบริหารเงินทุน การบริหารการสำรองที่พักร การวางแผนและการควบคุมทางการเงิน เทคนิคการประเมินผล และการประเมินผลสำเร็จของธุรกิจ การดำเนินธุรกิจด้วยเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศ การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ การจัดการทางการตลาด และการสื่อสารแบบบูรณาการ

วิชาเลือกทางธุรกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยีทางการสื่อสาร

ธสท. 711 กลยุทธ์ทางด้านเทคโนโลยีเพื่อการแข่งขัน

CBT 711 Competitive Strategy in Technology

บทบาทและคุณลักษณะของเทคโนโลยีความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีกับธุรกิจเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้สูงสุดในการปฏิบัติงานด้านธุรกิจ เช่น การผลิต การตลาด การวิจัยและพัฒนา การวางแผนและควบคุมกลยุทธ์ทางเทคโนโลยี การประเมินด้านความสามารถทางเทคโนโลยี และการจัดการด้านการถ่ายเทเทคโนโลยีระหว่างกิจการ

ธสท. 712 การสร้างสรรค์นวัตกรรมกับการใช้แอปพลิเคชันดิจิทัลทางธุรกิจ

CBT 712 Creating Innovation and Digital Applications in Business

นวัตกรรมกับการขับเคลื่อนธุรกิจ การสร้างบรรยากาศในองค์กรให้ตระหนักถึงนวัตกรรม ผลงานด้านนวัตกรรมที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ การสร้างธุรกิจที่ใช้แอปพลิเคชันดิจิทัล การออกแบบดิจิทัล แอปพลิเคชันสำหรับงานทางธุรกิจเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันและเข้าถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ การออกแบบแอปพลิเคชันในการนำเสนอสินค้าและบริการ การสื่อสารตราสินค้า การติดต่อสัมพันธ์กับลูกค้า การบริการลูกค้า การใช้งานในองค์กร การจัดการคลังสินค้าและการเรียงลำดับงาน เป็นต้น

ธสท. 713 ธุรกิจดิจิทัล : โมเดลและกลยุทธ์

CBT 713 Digital Business : Model and Strategy

โอกาสทางธุรกิจในยุคสังคมดิจิทัล การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้ดิจิทัลเทคโนโลยีผ่านช่องทางออนไลน์ การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่งที่ทำธุรกิจโดยใช้ช่องทางออนไลน์ โมเดลของธุรกิจดิจิทัล การสร้างกลยุทธ์สำหรับธุรกิจดิจิทัล ซึ่งรวมทั้งกลยุทธ์ในการดำเนินการภายในและกลยุทธ์ในการแข่งขันกับสภาพตลาดภายนอก

วิชาเลือกทางการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

กจล. 711 การจัดซื้อจัดหาเชิงกลยุทธ์

LSM 711 Strategic Sourcing and Procurement

หลักการและพื้นฐานกลยุทธ์ของการจัดซื้อและจัดหาที่เกี่ยวข้องกับการจัดการของโซ่อุปทาน สรรวจและพัฒนากลยุทธ์วิธีการจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบที่เหมาะสมและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ให้องค์กร เช่น การจัดซื้อด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ การจัดการความร่วมมือและความสัมพันธ์ รวมไปถึงการจัดซื้อในต่างประเทศ โดยเนื้อหาจะมุ่งเน้นเป็นพิเศษในการวางแผนกลยุทธ์และการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

กจล. 712 การวางแผนโลจิสติกส์และโซ่อุปทานระหว่างประเทศ

LSM 712 Global Trade Logistics and Supply Chain Planning

การจัดการกับปัญหาของระบบการขนส่งและโลจิสติกส์ระหว่างประเทศให้สอดคล้องกับหลักเกณฑ์การนำเข้า ส่งออก และการออกแบบจัดการระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานระหว่างประเทศ เช่น ซัพพลายเออร์ คลังสินค้า การเคลื่อนย้ายวัตถุดิบและหีบห่อ ระบบคลังสินค้า รวมทั้งเทคโนโลยีสารสนเทศ ให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับเงื่อนไขของแต่ละประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กจล. 713 โปรแกรมและเทคโนโลยีเพื่อการจัดการโซ่อุปทาน

LSM 713 Supply Chain Software and Technology

การวางแผนและการประยุกต์ใช้โปรแกรม เพื่อการจัดการโซ่อุปทาน เช่น SAP's ERP (R3) และ Advanced Planning and Optimization (APO) ผู้เรียนจะได้เรียนรู้การใช้โปรแกรมเหล่านี้ในการเรียนรู้ และทดลองให้สอดคล้องกับการปฏิบัติงาน โดยจะมุ่งเน้นที่การวางแผนและจัดการเรื่องโซ่อุปทาน เนื้อหาที่ครอบคลุมได้แก่ พื้นฐานของ ERP และ SAP การแลกเปลี่ยนข้อมูลต่างๆ การวางแผนการใช้วัตถุดิบ การพยากรณ์ ความสอดคล้องระหว่างอุปสงค์และอุปทาน

กจล. 714 การจัดการอุปสงค์และการบริหารรายรับ

LSM 714 Demand and Revenue Management

การจัดการรายได้ที่สอดคล้องกับการบริหารอุปสงค์หลายๆ รูปแบบผ่านกระบวนการวิเคราะห์หลายมิติ เช่น การพยากรณ์อุปสงค์โดยพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างราคาและระบบเศรษฐศาสตร์มหภาค หรือการบริหารจัดการรายได้กับสินค้าที่มีอายุขัยจำกัด โดยพิจารณาจากข้อมูลต่างๆ เช่น จำนวนการสั่งซื้อสินค้าที่เกินความต้องการ สถานที่ตั้งและความหลากหลายของลูกค้าแต่ละประเภท โดยวิธีกรนี้จะสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการบริหารธุรกิจประเภทต่างๆ เช่น สายการบิน โรงแรม รถเช่าและผู้ค้าปลีกทั่วไป

กจล. 715 การดำเนินงานโซ่อุปทานเพื่อการค้าปลีก

LSM 715 Retail Supply Chain Operations

พัฒนาระบบการดำเนินการของธุรกิจค้าปลีกโดยประยุกต์หัวข้อพื้นฐานของการจัดการด้านการปฏิบัติการ โดยเนื้อหาจะครอบคลุมในส่วนการพยากรณ์อุปสงค์ การตอบสนองต่อโซ่อุปทาน การสร้างแรงจูงใจ การวางแผนทดลองและดำเนินการร้านค้าปลีกให้มีประสิทธิภาพ VMI ร้านค้าปลีกออนไลน์และนวัตกรรมต่างๆ การใช้เทคโนโลยี เช่น RFID ในการบริหารจัดการ การจัดการเรื่องความเสี่ยงและการเติบโตของธุรกิจ รวมไปถึงการประเมินและวัดผลของการดำเนินการ เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายขององค์กร

กจล. 716 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการวางแผนโซ่อุปทาน

LSM 716 Data Analytics in Supply Chain Planning

การออกแบบและสร้างโมเดลเพื่อการวิเคราะห์และตัดสินใจในเชิงเทคนิคและกลยุทธ์ของกิจกรรมต่างๆ ของโซ่อุปทาน เช่น การสร้างแบบจำลองโซ่อุปทาน โดยใช้ฐานข้อมูลในการวิเคราะห์ ประยุกต์ ประเมินความไม่แน่นอนของปัจจัยต่างๆ เพื่อหาทางเลือกที่คุ้มค่าที่สุดให้แก่ผู้ใช้งาน

กจล. 717 กลยุทธ์เพื่อความยั่งยืนของโซ่อุปทาน

LSM 717 Sustainable Supply Chain Strategies

โอกาสและความท้าทายที่จะนำพาโซ่อุปทานให้มีความยั่งยืนในสภาพแวดล้อมปัจจุบัน การวิเคราะห์ปัจจัยและการปรับกลยุทธ์เพื่อสร้างประโยชน์ที่ยั่งยืนให้กับองค์กร เช่น การปรับตัวต่อกฎหมายและบทลงโทษต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น บทลงโทษจากกฎหมายหรือบทลงโทษจากสังคมที่เกิดจากการรุกร้าและทำลายสิ่งแวดล้อม หรือการกระทำที่ส่งผลกระทบต่อสิทธิเสรีภาพของประชาชนและสังคม เพราะโซ่อุปทานในปัจจุบันนี้การพิจารณาเพียงเพื่อสร้างคุณค่าให้กับผู้ถือหุ้นอย่างเดียวมันยังไม่เพียงพอ องค์กรต้องคำนึงประสิทธิภาพจากผลกระทบของเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อการเติบโตได้อย่างยั่งยืน

กจล. 718 การจัดการความสัมพันธ์ของโซ่อุปทาน

LSM 718 Supply Chain Relationship Management

รูปแบบของการบริหารความสัมพันธ์ของโซ่อุปทานที่แตกต่างกันเพื่อนำไปพัฒนารูปแบบในการกำหนดกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ให้กับซัพพลายเออร์และลูกค้า การลำดับความสำคัญและความรับผิดชอบของกระบวนการต่างๆ ในโซ่อุปทานที่มีผลกระทบต่อการบริหารความสัมพันธ์ การนำไปปรับใช้ในองค์กรรวมทั้งการติดตามและวัดผลเพื่อควบคุมประสิทธิภาพเพื่อให้ความสัมพันธ์เกิดความยั่งยืน

กจล. 719 การกำหนดต้นทุนในระบบการกระจายสินค้า

LSM 719 Cost Optimization in Distribution System

ความสัมพันธ์และการจัดการการขนส่งกระจายสินค้าในการดำเนินงานของโซ่อุปทาน โดยเนื้อหาหลักจะมุ่งเน้นการควบคุมต้นทุนในทุกกระบวนการและขั้นตอนของการขนส่งกระจายสินค้าของโซ่อุปทานทั้งระบบตั้งแต่ในประเทศและระหว่างประเทศให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

กจล. 721 การจัดการโซ่อุปทานเชิงกลยุทธ์

LSM 721 Strategic Supply Chain Management

มุมมองการปฏิบัติการและโซ่อุปทานเชิงกลยุทธ์ระดับนักบริหารที่เจาะลึกถึงศักยภาพที่สำคัญขององค์กร ทั้ง 3 ประการ ได้แก่ การบริหารจัดการอุปสงค์และอุปทาน การจัดซื้อจัดหาและการจัดการโลจิสติกส์ โดยผู้ศึกษาสามารถนำกลยุทธ์ไปประยุกต์ปรับเปลี่ยนให้เข้ากับองค์กรได้ทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจการผลิต ธุรกิจบริการ ทั้งขนาดใหญ่และขนาดย่อม

การค้นคว้าอิสระ

บธ. 715 การค้นคว้าอิสระ

BA 715 Independent Study

ศึกษาและค้นคว้าอย่างลึกซึ้งถึงปัญหาเฉพาะด้านการบริหารธุรกิจ

วิทยานิพนธ์

บธ. 700 วิทยานิพนธ์

BA 700 Thesis

