



MBA

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

2020 ENTRANTS

(ENGLISH PROGRAM)

SATURDAY CLASS

COURSES DESCRIPTIONS

FOR GRADUATE STUDENT

หมวดวิชาเสริมพื้นฐาน (Preliminary Courses)

พฐ. 101 ความรู้เบื้องต้นทางการบัญชี

PL 101 Introduction to Accounting

ลักษณะงานในด้านการบัญชี ลักษณะของการบัญชี แนวความคิดขั้นพื้นฐานที่สำคัญ หลักการบัญชีคู่ สมการบัญชี การเปลี่ยนแปลงของสินทรัพย์ หนี้สินและทุน การลงบัญชีแยกประเภท งบการเงิน ความหมายของงบการเงิน การวิเคราะห์รายงานการเงิน และกฎหมายที่เกี่ยวกับการบัญชี

The fundamental concepts in accounting and the accounting nature; double entry system, the accounting equation, recording in general journal, posting to ledgers, preparing and analyzing financial statements; and discussing of relevant laws and regulations.

พฐ. 102 ความรู้เบื้องต้นทางคณิตศาสตร์ธุรกิจ

PL 102 Introduction to Business Mathematics

เซต ความน่าจะเป็นเบื้องต้น สถิติขั้นพื้นฐาน สมการและอสมการเชิงเส้น การโปรแกรมเชิงเส้น เบื้องต้น เมตริกซ์ ลิมิตของฟังก์ชัน การหาอนุพันธ์ และอินทิกรัลของฟังก์ชันต่อเนื่อง

Set, probability, statistics, equations, linear programming, matrix, functions differentiation, optimization and integration.

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

The statistics concepts for business research, including data and types of data, definitions of descriptive and inferential statistics, frequency distribution, measurement of central tendencies, measurement of dispersion, hypothesis testing, analysis of variance, Chi-square, regression and correlation. This course also provides the students to use computer and SPSS applications for data analysis and interpretation.

พฐ. 104 การจัดการ

PL 104 Management

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

The various types of business operations, and factors influencing business operations, namely economics, social and cultural, laws, politics, technology and competitions in the market. This course also includes a study of the principles of management; the functions of managers with regard to planning; organizing, staffing, motivating, communicating, coordinating and controlling.

พฐ. 107 เศรษฐศาสตร์พื้นฐาน

PL 107 Fundamentals of Economics

มูลค่า ราคา การจัดสรรทรัพยากร พฤติกรรมของผู้บริโภค พฤติกรรมของผู้ผลิต การกำหนดราคาในตลาดประเภทต่างๆ การกำหนดราคาของปัจจัยการผลิต พฤติกรรมของปัจจัยทางเศรษฐกิจ การพัฒนาและความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายทางเศรษฐกิจของรัฐบาลกับธุรกิจภาคเอกชน

Value, price, resources allocation, consumer behavior, manufacturer behavior, price setting in various types of markets, price setting for production factors, behavior of economic factors, economic growth and development , as well as the relationship between the economic policy of government and private sectors.

หมวดวิชาบังคับ (Core Courses)

บธ 611 ความเป็นผู้นำองค์การและสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์

BA 611 Organization Leadership and Human Resource Competencies

ความสำคัญของผู้นำองค์การ คุณลักษณะของผู้นำที่ขับเคลื่อนองค์การให้มีความยั่งยืน บทบาทของผู้นำในการจัดการองค์การอย่างมีประสิทธิภาพ สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์การที่ส่งผลต่อการเพิ่มสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ สมรรถนะที่พึงประสงค์ของทรัพยากรมนุษย์ในภาวะการเปลี่ยนแปลงและภาวะวิกฤติ การสร้างกลยุทธ์ในการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรในองค์กร ดัชนีชี้วัดความสำเร็จในการสร้างสมรรถนะทั้งในระดับผู้นำและผู้ปฏิบัติตาม การวัดประเมินความเป็นผู้นำและสมรรถนะในการทำงานเพื่อนำผลไปใช้ในการพัฒนาองค์การ

The importance of organization leader. The characteristics of leader who drives the organization for sustainability. The roles of leader in managing the organization efficiently. The international and external organization environments that affect the increase of human resource competencies, purposive human competencies in changing situations and in crisis situations. The strategy formulation in developing human competencies in organizations. The key performance index in building leader and operational followers. The assessment of leadership and work competencies for developing the organization is included as well.

บธ. 612 การจัดการทางการเงิน

BA 612 Financial Management

หลักการทางการเงินและการประยุกต์ใช้เพื่อการวิเคราะห์และแก้ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาเงินทุนที่ธุรกิจต้องการ การตัดสินใจลงทุนภายใต้ความเสี่ยง ตลอดจนการวางแผนและกำหนดแนวทางการควบคุมทางการเงิน

ทั้งเงินทุนระยะสั้นและระยะยาวเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ธุรกิจนั้น การศึกษาจะเน้นใช้กรณีศึกษา (Case Study)

The financial concepts and its application to analytical, problem solving purposes, fund raising, financial risk investment, planning as well as financial control for both long-term and short-term periods. Emphasis is placed on case studies.

บธ. 613 การบัญชีการเงินและการบัญชีบริหาร

BA 613 Financial and Management Accounting

แนวคิดและแหล่งที่มาของข้อมูลทางบัญชีในงบการเงินของกิจการ ศึกษาข้อมูลทางการบัญชีบริหาร อันประกอบด้วยประเภทของต้นทุน วิธีการบัญชีต้นทุนรวมต้นทุนแปรได้ ต้นทุนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ผลต่าง ต้นทุนการผลิต การใช้ต้นทุนเพื่อการตัดสินใจ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของต้นทุน ปริมาณและกำไร การบัญชีตามความรับผิดชอบ การวิเคราะห์ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อการวางแผนและการควบคุมรวมถึงการวิเคราะห์และการรายงานผลการปฏิบัติการ

Accounting concept and sources of accounting data in financial statement. Types of managerial accounting covers cost classifications, cost accounting methods, including variable cost, standard cost, analysis and interpretation of the variances, analysis of relevant costs and volume profit relationships. Also covered are applications of accounting data to planning and controlling as well as operational performance analysis and reporting.

บธ. 614 การจัดการทางการตลาด

BA 614 Marketing Management

บทบาทและความสำคัญของผู้บริหารงานด้านการตลาดที่มีสภาพแวดล้อมที่สลับซับซ้อน พฤติกรรมของผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การวิเคราะห์และพยากรณ์ความต้องการของตลาด การวางแผนและกำหนดนโยบาย การเลือกกลยุทธ์และการจัดการเกี่ยวกับส่วนผสมการตลาด ตลอดถึงการวิเคราะห์ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นเพื่อหาข้อสรุปเป็นแนวทางแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นนั้น

The roles and significance of marketing management as applied in decision making for problems arising in complex markets, consumer behavior, market segmentation, marketing analysis and forecasting, marketing planning, strategies and logistics related to management in marketing mix.

บธ. 615 การจัดการการปฏิบัติการ

BA 615 Operations Management

ระบบการวิเคราะห์ทางการผลิต การตัดสินใจเกี่ยวกับการใช้ปัจจัยการผลิต การคาดการณ์เกี่ยวกับความต้องการของสินค้าหรือบริการ การวางแผนกำลังการผลิตและทำเลที่ตั้งโรงงาน ได้แก่ การวางแผนโรงงาน การออกแบบงานและการวัดงาน การวางแผนและการลำดับงาน การวางแผนสินค้าคงเหลือ การวางแผนด้านการขนส่ง และการควบคุมคุณภาพรวมทั้งการจัดการโซ่อุปทานและการผลิตแบบลีน

The analytical system in production, a decision-making context of deploying production factors, demand forecasting, plant capacity planning and location; plant layout; job design and work measurement; planning and scheduling; inventory planning and control; transportation planning; and quality control, Including Supply Chain Management, and Lean Management

บธ. 712 การจัดการเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ

BA 712 Strategic Management and Business Policy

การประยุกต์ใช้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจเพื่อนำมาใช้สร้างกลยุทธ์และนโยบาย ประกอบด้วยการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กร การประเมินโอกาสและอุปสรรคภายใต้สภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้น การกำหนดและประเมินผลกลยุทธ์และนโยบายที่ได้เปรียบทางการแข่งขันภายใต้ทรัพยากรที่มีอยู่ โดยศึกษาจากกรณีศึกษาและเกมส์ เพื่อใช้สำหรับการวิเคราะห์สถานการณ์ การระบุปัญหา การระบุทางเลือกและการแก้ปัญหา

The applications of business environments to formulate the relevant strategies and policies, including an analysis of the strengths and weaknesses of the organizations, assessment of opportunities and threats under the threatening environments, formulation and evaluation of competitive strategies and policies with existing resources. Case studies and simulation games which include situation analysis, problem identification, alternatives and solution findings are required and used for course achievement.

บธ. 713 เศรษฐศาสตร์เพื่อการจัดการ

BA 713 Managerial Economics

การประยุกต์ทฤษฎีทางด้านเศรษฐศาสตร์เพื่อกำหนดนโยบาย ลักษณะของกำไรและการจัดกำไร ลักษณะของตลาดที่แข่งขันในประเภทต่าง ๆ การวิเคราะห์อุปสงค์ และการพยากรณ์ ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจในระยะสั้นและระยะยาวต่อการดำเนินงานของธุรกิจ การกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการผลิตสินค้าหลายชนิดในขณะเดียวกัน งบประมาณเงินทุน การโฆษณา และการตั้งราคาสินค้า

The application of economic theory to policy determination. The course covers profit characteristics and management, types of competitive markets, demand analysis and forecasting, economic changes affecting business operation in both long-term and short-term periods. Determination of policy when manufacturing various products, capital budgeting, advertising and pricing.

บธ. 716 เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการจัดการทางธุรกิจ

BA 716 Information Technology for Business Management

แนวความคิดหลักของเทคโนโลยีสารสนเทศ การบริหารฐานความรู้ และสำนักงานครบวงจร การประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศในการวางกลยุทธ์การแข่งขัน โดยเน้นผลกระทบทั้งในแนวตั้งและแนวนอน ภายในและภายนอกองค์กร

The concepts of information technology and the management of conclusive data base. The application of information technology for planning competitive strategies with both vertical and horizontal effects within and outside the organization.

บธ. 717 ธุรกิจระหว่างประเทศ

BA 717 International Business

กระบวนการดำเนินงานของบริษัทข้ามชาติที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์บทบาทของธุรกิจระหว่างประเทศ การวิเคราะห์ประเทศและการวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาธุรกิจระหว่างประเทศ ที่เน้นถึงการขับเคลื่อนทางกฎหมาย เศรษฐกิจ สาธารณูปโภค การแข่งขันระดับโลกและสถานการณ์ทางด้านวัฒนธรรม ความหลากหลายของตลาดและผู้บริโภค รวมถึงความร่วมมือทางเศรษฐกิจและผลกระทบที่มีต่อการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ ผลกระทบเศรษฐกิจของยุโรปและอาเซียนที่มีต่อโอกาสและอุปสรรคในการขยายธุรกิจ โอกาสและปัญหาทางธุรกิจของผู้ประกอบการไทย ภายหลังจากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของไทย

The business procedures of international enterprises with an analysis of country and the roles of international business, an analysis of approaches to the international business development focusing its internationalized mobility in legal, economic, infrastructure, global completion, and cultural circumstances, diversified markets and consumers, including the economic integration and alliances and their impacts on global business management. Country Analysis focusing on CMLV. Asia Economic outlook including major trends signifying potentially emerging business threats and opportunities. Updated information on Thailand investment in other AEC countries. Updated infrastructure development across AEC countries and its potential impacts on the economy as a whole. The impacts of European and Asian economics on business opportunities and threats for its expansion. The business opportunities and problems of Thai enterprises after Thailand's participation in Asean Economics Commission.

บธ. 718 การวิจัยเชิงประยุกต์ทางธุรกิจ

BA 718 Applied Research in Business

ระเบียบวิธีการดำเนินการวิจัยที่นำมาประยุกต์ใช้กับการวิจัยทางธุรกิจที่ครอบคลุมในเรื่องการวางแผนและการออกแบบงานวิจัย การวางกรอบแนวความคิด การตั้งสมมติฐาน การกำหนดประชากรและตัวอย่าง การเก็บข้อมูล การสร้างเครื่องมือในการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์และการทดสอบสมมติฐานโดยใช้เครื่องมือทางสถิติ การอภิปรายผล และการนำผลวิจัยไปใช้กับการดำเนินงานทางธุรกิจให้บรรลุได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Research Methodology applied for business research. Included are research planning and design. Formulation of theoretical framework, hypotheses setting, population and sample selection, data collection, research instruments, design, data analysis and hypotheses testing as well as discussion of research results. Managerial implementation is also discussed and applied to exploit the research results for business practice and its achievement.

หมวดวิชาเลือก (Elective Courses)

วิชาเลือกทางการตลาด (Marketing)

ตล. 712 การจัดการด้านการตลาดระหว่างประเทศ

MK 712 International Marketing Management

บทบาทและความสำคัญของตลาดระหว่างประเทศ การวางรูปแบบองค์การและระบบการตลาดของธุรกิจระหว่างประเทศ ศึกษาถึงวิธีการและกลยุทธ์สำคัญของการบริหารงาน การตลาดระหว่างประเทศวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและส่วนประสมของการตลาดระหว่างประเทศ ปัญหาเกี่ยวกับภาษีการขนส่งสถาบันที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก การพัฒนาตลาด ปัญหานโยบายการส่งเสริมและวิเคราะห์การส่งออกของไทย

The role and its significance of international markets. The course covers strategies and tactics in international marketing: market development including problems regarding export promotion policy and export opportunity appraisal.

ตล. 717 การวิเคราะห์ผู้บริโภคและการแบ่งส่วนของตลาด

MK 717 Consumer Analysis and Market Segmentation

รูปแบบกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค การวางรูปแบบเพื่อศึกษาวิเคราะห์ผู้บริโภคก่อนนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด วิธีและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการศึกษาวิเคราะห์ด้านการแบ่งส่วนตลาด การประยุกต์ผลของการวิเคราะห์ผู้บริโภครวมทั้งการแบ่งส่วนตลาดเพื่อมาใช้ในการวางแผนและกำหนดนโยบายทางการตลาด

The procedures of consumer decisions, factors influencing the decision-making process of various kinds of consumers. Selected topics include consumer analysis prior to product distribution, methods and factors affecting market segmentation as well as application of consumer analysis to marketing policy and planning.

ตล. 718 การวิจัยทางการตลาด

MK 718 Marketing Research

บทบาทของการวิจัยในการจัดการและการตัดสินใจทางการตลาด ซึ่งจะศึกษาทั้งภาคทฤษฎีและการนำไปใช้ในการแก้ปัญหาตัวอย่าง และการฝึกหัดในการวางรูปแบบการวิจัย การเก็บรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดเพื่อช่วยในการพยากรณ์ การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา การวางแผนกลยุทธ์ การส่งเสริมทางการตลาด และการจัดช่องทางการจำหน่าย

The roles of research in marketing management and decision making. Emphasis is placed on both theoretical and practical application of selected problems. Research designs, collection and analysis of survey data as aids to forecast product improvement, price determination, including plans of promotion and distribution strategies.

ตล. 721 กลยุทธ์ด้านการกระจายสินค้าทางการตลาด

MK 721 Marketing Distribution Strategy

การใช้หลักการตลาดในการวิเคราะห์และแก้ปัญหาทางด้านการกระจายสินค้าระหว่างผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และลูกค้า การกระจายสินค้าแบบห่วงโซ่ และการตัดสินใจของผู้บริหารในการพัฒนาช่องทางการกระจายสินค้า การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตกับผู้จำหน่าย และระหว่างผู้จำหน่ายกับลูกค้า การวางแผนด้านกลยุทธ์ทางการตลาด และการปฏิบัติงานด้านการกระจายสินค้า เพื่อเพิ่มยอดขายและส่วนแบ่งตลาด

The application of marketing principles in analyzing and solving problems of distribution among manufacturers, distributors, and clients. Included are supply chain and management's decision to develop existing channel of distribution; creating relationship between manufacturers and distributors and between distributors and customers; marketing strategic planning and implementation of distribution to increase sales and market share.

ตล. 722 การตลาดดิจิทัล

MK 722 Digital Marketing

การประยุกต์หลักการตลาดในสังคมดิจิทัล การใช้สื่อดิจิทัลในฐานะที่เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายและช่องทางการตลาดระหว่างประเทศ การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด บทบาทที่เปลี่ยนไปของการสื่อสารการตลาดที่ใช้สื่อดิจิทัลในฐานะที่เป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง พฤติกรรมของผู้บริโภคในการรับรู้และใช้สื่อดิจิทัล การกำหนดกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล

The application of marketing concepts in digital economy. The implication of digital media as marketing channel and international marketing. The analysis of marketing opportunities, the changing roles of marketing communication in using digital media as two-way communication, consumer behavior in perceiving and using digital media, and the formulation of digital marketing strategies are included.

ตล. 723 การตลาดบริการ

MK 723 Service Marketing

การพัฒนาและการบริหารงานบริการ ลักษณะของบริการ ความแตกต่างระหว่างการขายสินค้ากับบริการ ความสำคัญและการเจริญเติบโตของธุรกิจบริการ ตลาดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการประเภทต่างๆ การสร้างความพึงพอใจของลูกค้า กลยุทธ์สำหรับการตลาดบริการ กลยุทธ์ในการรักษาลูกค้า การวัดและการบริหารงานด้านคุณภาพของธุรกิจบริการ อุปสงค์ของลูกค้าต่อการบริการ โครงสร้างขององค์การที่เน้นการขายบริการ

The development and management of services, characteristics of services, differences between selling goods and services, importance and growth of services; the market for services, building customer satisfaction, strategies for services marketing, strategies for customer retention, quality management and measurement for service business, customer demand on service, and structure of the firm emphasizing on services.

ตล. 724 ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมในการจัดการผลิตภัณฑ์ใหม่

MK 724 Creativity and Innovation in New Product Management

แนวคิดเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมในการจัดการผลิตภัณฑ์ใหม่ การพัฒนาและการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ ความหมายของผลิตภัณฑ์ใหม่ ขั้นตอนของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เทคนิคในการประเมินความน่าสนใจของประเภทผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาขนาดของตลาด สถานภาพทางการแข่งขัน รวมทั้งความสอดคล้องกันของผลิตภัณฑ์ใหม่กับความสามารถขององค์กร การบริหารผลิตภัณฑ์ใหม่ การวัดผลการดำเนินงานของผลิตภัณฑ์ใหม่ การทดสอบตลาดในการตรวจสอบความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์ใหม่ การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ตลอดวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ คุณสมบัติของผู้จัดการผลิตภัณฑ์ใหม่

The concept of creative thinking and innovation in new product management. The development and introduction of new products, definition of a new product, new product development procedure, techniques for assessing the attractiveness of a product class with respect to market size, competitive condition, strategic fitness of the firm's capabilities, new product management, new product performance measurement, the use of test market to check the feasibility of new products marketing strategies for new product throughout the product life cycle, and qualifications of new product managers.

ตล. 725 การจัดการตราสินค้าเชิงกลยุทธ์

MK 725 Strategic Branding Management

ความสัมพันธ์ระหว่างตราสินค้ากับปัจจัยทางการตลาด ผลกระทบของตราสินค้าที่มีต่อพฤติกรรมกาซื้อและการตัดสินใจของผู้บริโภค กลยุทธ์การใช้ตราสินค้าเพื่อการตลาดและการสื่อสารทางการตลาด การสร้างสรรค์ตราสินค้าสำหรับสินค้าใหม่ให้แข็งแกร่งและเป็นที่ยอมรับ การพัฒนาตราสินค้าสำหรับสินค้าเดิมที่มีอยู่ การประเมินคุณค่าของตราสินค้ากับการรับรู้ของผู้บริโภคต่อตราสินค้า การประเมินประสิทธิภาพของตราสินค้า กระบวนการจัดทำกลยุทธ์ตราสินค้าที่ครอบคลุมตั้งแต่การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด การสร้างกลยุทธ์ การปฏิบัติการและการประเมินกลยุทธ์

Relationship between brand and marketing functions. The effects of brand toward consumer buying behavior and decision. Brand strategy for marketing implementation and communication. Strengthening creative brand of new product for consumer acceptance. Brand development of existing product. Assessment of brand equity and consumer perception toward brand. Process of creating brand strategy, covering an analysis of marketing environment, strategy formulation, implementation, and evaluation.

ตล. 726 การสื่อสารทางการตลาดแบบอัจฉริยะ

MK 726 Intelligent Marketing Communication

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

จัดสรรและบริหารงบประมาณ รวมทั้งการปฏิบัติการและการประเมินผล

Study of conceptual framework relating to marketing communication for creating the intelligent model of marketing communication. Analysis of efficient and effective practice of each component of marketing communication, covering advertising, public relations, personal selling, sales promotion, and other relevant activities. The units of analysis include individual, organization, and institutions. Analysis of factors influencing the model of intelligent marketing communication, including consumer behavior and perception, core characteristics of product and brand, and so on. The scope is extended to strategic planning of intelligent marketing communication, budget allocation and management, implementation, and evaluation as well.

ตล. 727 โครงการและกิจกรรมทางการตลาดเชิงนวัตกรรม

MK 727 Innovative Marketing Project and Activity

แนวความคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม การเชื่อมโยงแนวคิดทางนวัตกรรมมาใช้กับกระบวนการจัดการโครงการและกิจกรรมทางการตลาด ปัญหาและแนวทางในการสร้างนวัตกรรม รูปแบบของโครงการและกิจกรรมทางการตลาดเชิงนวัตกรรม การวิเคราะห์ความเป็นไปได้และความสำเร็จของโครงการและกิจกรรมเชิงนวัตกรรม ซึ่งครอบคลุมในเรื่องการวิเคราะห์ผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมาย การแข่งขัน สังคมและวัฒนธรรม รวมทั้งสภาพแวดล้อมอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้อง เป็นต้น การประเมินการลงทุน การวางแผนและการปฏิบัติการโครงการ และการประเมินผลการดำเนินการเมื่อสิ้นสุดโครงการและกิจกรรม

Reviews of innovation concepts. Application of relative innovation to management process of marketing projects and activities. Problems and alternatives of initiating innovation. Models of innovative marketing projects and activities. Feasibility and achievement studies for executing of innovative projects and activities, covering essential analysis of target consumer; competition; social and cultures; and other related environments. Investment assessment, project planning and implementation. Also included is total evaluation after the completion of such innovative projects and activities.

ตล. 728 การตลาดระดับโลกสำหรับสินค้าและบริการของไทย

MK 728 World Class Marketing for Thai Products and Services

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของสินค้าและบริการของไทย ปัญหาของสินค้าและบริการไทยทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ การสร้างตราสินค้าและการวางตำแหน่งของสินค้าในตลาดโลก การวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าต่างประเทศ การพัฒนาและการสร้างกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ การจัดการระบบโลจิสติกส์เพื่อการส่งออก และการจัดการศูนย์รวมสำหรับภาคอุตสาหกรรม

Analysis of strengthes, weaknesses, opportunities, and threats for Thai products and services. Problems of Thai products and services in domestic and foreign markets. Brand building and positioning of Thai products and services in the world market. Analysis of foreign demand,

marketing mixes strategies and development, public relation strategies, and logistics management for exports are included.

ตล. 731 การสื่อสารตราสินค้าแบบดิจิทัลทางการตลาด

MK 731 Digital Brand Communication in Marketing

ความสำคัญของแบรนด์ต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค เครื่องมือในการสื่อสารแบรนด์ ทั้งที่เป็นออนไลน์ (ดิจิทัล) และออฟไลน์ การวิเคราะห์เปรียบเทียบการใช้เครื่องมือทั้งสองประเภทในการสื่อสารแบรนด์ พฤติกรรมการรับรู้แบรนด์ของผู้บริโภค พฤติกรรมการสื่อสารของผู้บริโภคโดยใช้อินเทอร์เน็ต กิจกรรมการสื่อสารทางตลาดออนไลน์ระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค วัตถุประสงค์ของการสื่อสารแบรนด์แบบดิจิทัลที่คำนึงถึงพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อแบรนด์ ได้แก่ ความไว้วางใจในแบรนด์สินค้าบริการ ความชอบต่อแบรนด์ ความภักดีในแบรนด์ กระบวนการขั้นตอนในการสร้างแบรนด์ และการสื่อสารแบรนด์ กลยุทธ์การสร้างแบรนด์และการสื่อสารแบรนด์โดยใช้อินเทอร์เน็ตเทคโนโลยี

The importance of brand toward consumer's decision making. The tools of brand communication, including online (digital) and off-line. The comparative analysis between both categories of media in brand communication. The perceived brand of consumer perception and behavior. The consumer behavior in communication by using digital media. The activities of on-line marketing communication between business and consumers. The purposes of the digital brand communication related to consumer's behavior and consumer attitudes toward brand, such as trust in product and service brands, brand preference, brand loyalty. The process of brand building and brand communication. The strategies in creating brands and communicating brand by adopting digital technology are also emphasized.

วิชาเลือกทางการเงิน (Finance)

กง. 722 การบริหารการเงินระหว่างประเทศ

FI 722 International Financial Management

ความสำคัญของการลงทุนระหว่างประเทศ สภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวย และไม่ขัดต่อการลงทุนระหว่างประเทศ หลักเกณฑ์ในการประเมินโอกาสในการลงทุน แหล่งและต้นทุนของเงินทุน การปฏิบัติงานของสถาบันการเงินระหว่างประเทศ การคิดอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราสกุลต่างๆ และการบริหารเงินทุนของธุรกิจระหว่างประเทศ

The significance of the international investment environment conducive to international investment, estimation of investment opportunity. Selected topics include the sources of fund, operational systems as applied in international financial institutions, rate of currency exchange as well as the financial management of international businesses.

กง. 725 ระบบข้อมูลทางการเงิน

FI 725 Financial Information System

หลักการและโครงสร้างของระบบและการจัดการข้อมูลทางการเงินในองค์กร การแบ่งประเภทข้อมูล และองค์ประกอบของระบบข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างและการปฏิบัติการขององค์กร กระบวนการของการเก็บรวบรวม

ข้อมูล การแจกจ่ายข้อมูลทางการเงิน บทบาทของเครื่องจักรสมัยใหม่ต่อการเก็บและกระจายข้อมูล รวมทั้งแนวโน้มของการพัฒนาระบบข้อมูลทางการเงิน

The principles and structures of financial information systems in organizations as well as the management of financial information systems, information classifications and elements of information systems as related to organizational structure and operations. Procedures of data collection, distribution of financial information, role of modern machinery towards data collection and distribution including trends of development in financial information systems.

กง. 726 ตลาดเงินและตลาดทุน

FI 726 Money and Capital Markets

ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดอุปสงค์และอุปทานของเงินทุน ลักษณะของตลาดเงินและตลาดทุน ความสัมพันธ์ระหว่างตลาดเงินและตลาดทุนทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ บทบาทของสถาบันการเงิน โครงสร้างและระดับของอัตราดอกเบี้ยที่มีผลต่อเศรษฐกิจโดยรวม

The factors influencing the demand and supply of financial capital, characteristics of money and capital markets in Thailand as well as the influence of international financial capital markets. Importance of financial institutions and the role of interest rates on the whole economy.

กง. 731 การลงทุน

FI 731 Investment

ปัญหาและกระบวนการในการบริหารการลงทุนโดยการนำทฤษฎีการลงทุนสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ในการตัดสินใจเพื่อการบริหารกลุ่มหลักทรัพย์ การศึกษาการดำเนินงานของตลาดหลักทรัพย์ ประเภทของหลักทรัพย์และปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอัตราผลตอบแทน และความเสี่ยงในการลงทุน ตลอดจนการศึกษาอัตราดอกเบี้ยและการบริหารตราสารหนี้

The problems and the process of investment management by applying up-to-date investment theories to decision-making concerning portfolio management. The investigation of the stock market procedures classification of stocks and factors that determine their yields and risks of investment. The focus is also on interest rates and management of debt instruments.

กง. 732 การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

FI 732 Project Feasibility Studies

การประเมินการลงทุนในโครงการประเภทต่างๆ เพื่อการตัดสินใจ โดยการวิเคราะห์จากสภาพแวดล้อมที่เป็นทั้งปัจจัยสนับสนุนและอุปสรรค การพิจารณาแหล่งและการจัดหาเงินทุน การจัดทำงบประมาณการลงทุน และการวิเคราะห์ความเคลื่อนไหวสำหรับผลตอบแทนการลงทุนจากโครงการ

The assessment of investment projects for making decision including analysis of environment related to supporting factors and threats, determination of sources of fund and acquisition, preparation of investment budget and sensitivity analysis of financial rates of return on project.

กง. 734 การดำเนินการเพื่ออสังหาริมทรัพย์

FI 734 Real Estate Operations

ข้อบังคับทางกฎหมายด้านอสังหาริมทรัพย์ วิธีการประเมินราคาอสังหาริมทรัพย์ ปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาและความต้องการอสังหาริมทรัพย์ แหล่งและนโยบายสินเชื่อในการจัดหา สถานการณ์ทางการตลาดและการดำเนินงานของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

The legal issues in real estate, methods of real estate appraisal, factors influencing price and demand on real estate, sources and credit policy for acquisition, marketing situation and operation of real estate business

กง. 735 การจัดการสินเชื่อและหนี้

FI 735 Credit and Debt Management

โครงสร้างของการบริหารสินเชื่อ ประเภทของสินเชื่อ นโยบายและความเสี่ยงในการพิจารณาสินเชื่อ ประเภทของหนี้สิน นโยบายการป้องกันหนี้เสีย การติดตามหนี้ การจัดชั้นหนี้ การปรับโครงสร้างหนี้ การบริหารหนี้ที่มีปัญหาและหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการสินเชื่อและหนี้

The structure of credit management, types of credit facilities, policy and risk in credit considerations, types of debt, protection policy for Non-Performing Loans (NPLs), debt management, categories of debt, debt reconstruction, NPL management, and related regulations.

กง. 736 การประเมินมูลค่าธุรกิจเพื่อการตัดสินใจ

FI 736 Business Valuation for Decision Making

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

Fundamental concepts of financial analysis and Business analysis. The purposes of business valuation, The conceptual framework of Business valuation including techniques and tools of business valuation. The problems in valuating business and its financial performance, The application of valuation techniques to various analysis related to business decisions such as audit analysis, security analysis, merger and acquisition analysis as well.

กง. 737 การพยากรณ์ทางการเงินกับผลการปฏิบัติการธุรกิจ

FI 737 Financial Forecasting and Business Performance

การเชื่อมโยงบทบาททางการเงินกับการพัฒนาการปฏิบัติการของธุรกิจ นโยบายทางการเงินกับการวางนโยบายและกลยุทธ์ของธุรกิจ การพยากรณ์ทางเศรษฐกิจและการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อม ทั้งภายในและ

ภายนอกธุรกิจ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพยากรณ์ทางการเงินที่มีผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจ แบบจำลองและเทคนิคการพยากรณ์ทางการเงิน การนำผลการพยากรณ์ไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ การตัดสินใจลงทุนเพื่อการขยายธุรกิจ และการพัฒนาผลการปฏิบัติงานของธุรกิจ

The linkage between financial roles and business performance. The financial policy and the formation of business policy and strategy. Economics and financial forecasts related to business internal and external environments. The related variables of financial forecast which affect business operation. Models and techniques of financial forecast. The applications of forecasted results to build business strategy, make decisions of investment for business expansion, and performance development.

วิชาเลือกทางการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management)

บท. 731 บุคคลกับองค์การ

HR 731 Individual and Organization

จิตวิทยาทางการเรียนรู้ การรับรู้ ทักษะคิด และบุคลิกภาพ ได้แก่ ทฤษฎีและแบบจำลองเกี่ยวกับความต้องการของบุคคล การจูงใจ และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับองค์การ

The psychology of individual learning, perception, attitude and personality, including theories and models regarding individual needs, motivation and human relations with organization.

บท. 732 การจัดการกลุ่มที่เน้นงาน

HR 732 Managing Task-Oriented Groups

ความหมายของกลุ่มพนักงานที่เน้นงาน การจัดการทางการสื่อสารภายในและภายนอกกลุ่มทำงาน กระบวนการเคลื่อนไหวของกลุ่ม ความเป็นผู้นำ การจัดการความขัดแย้งในกลุ่ม การประสานงานและการร่วมมือ ตลอดจนการประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลของกลุ่ม

The definitions of task-oriented group, management of internal and external communications among groups, process of group dynamic, leadership of group, conflict management in group, coordination and participation, as well as efficiency and effectiveness appraisal of group.

บท. 733 การจัดหาและประเมินผลบุคลากร

HR 733 Personnel Procurement and Evaluation

องค์ประกอบที่สำคัญในการวางแผนอัตรากำลังและการจัดทำแรงงาน การกำหนดมาตรการที่ใช้ในการสรรหาและคัดเลือกบุคลากร การรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับประวัติพนักงาน การหมุนเวียนเข้าออกของพนักงาน การขาดงาน การประเมินตัวบุคคลทางด้านจิตวิทยา สังคม วิธีการพิจารณาประสิทธิภาพของการทำงานแต่ละบุคคล และกระบวนการประเมินผลการปฏิบัติงาน

The major elements in manpower management, determination of measures regarding personnel recruitment, collection of personal data and absenteeism. Topics of psychological

evaluation of personnel, individual analysis, working efficiency, including performance evaluation processes are emphasized.

บท. 734 การวิจัยตามแนวแนะสำหรับการบริหารทรัพยากรมนุษย์

HR 734 Directed Research in Human Resource Management

ศึกษาวิจัยโดยอิสระในหัวเรื่องเฉพาะทางการบริหารทรัพยากรมนุษย์ภายใต้การแนะนำของอาจารย์ผู้รับผิดชอบ

Students must prepare a research paper on specific topics under the instructor's supervision.

บท. 735 สัมมนาแรงงานสัมพันธ์

HR 735 Seminar in Labor Relations

แนวความคิด กฎหมาย ระเบียบข้อบังคับของทางราชการ และหลักวิชาเกี่ยวกับแรงงานสัมพันธ์ การเจรจาต่อรองและประเด็นต่าง ๆ ที่มีอิทธิพล การบริหารและการจัดการทั้งด้านแรงงานและทางด้านบริหาร โดยนักศึกษาจะต้องร่วมกันพิจารณาปัญหาและสถานการณ์เกี่ยวกับเรื่องแรงงานสัมพันธ์ โดยการศึกษากรณีตัวอย่าง

The concepts, laws, government rules, principles of labor relations as well as labor management. Emphasis is placed on case studies in which students must consider labor problems.

วิชาเลือกทางการจัดการ (Management)

จก. 741 การจัดการองค์การที่ซับซ้อน

MG 741 Managing Complex Organization

การค้นคว้าทฤษฎีองค์การและประสิทธิผลเพื่อชี้นำผู้จัดการในการออกแบบโครงสร้างและกระบวนการปฏิบัติงานขององค์การภายใต้สถานการณ์ที่เกิดขึ้นในองค์การและความซับซ้อนของสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

The investigation of organization theory and its effectiveness to guide managers in the design of complex organization structures and processes in circumstances where both the organization and the environment are complex and rapidly changing.

จก. 742 ระบบข้อมูลทางการจัดการ

MG 742 Management Information System

ความสัมพันธ์ของระบบข้อมูลกับนโยบายการบริหาร โครงสร้างของระบบข้อมูล พฤติกรรมของผู้ใช้ระบบข้อมูล การวิเคราะห์และการออกแบบระบบข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์เพื่อนำไปใช้ในการบริหารจัดการ เช่น การวางแผน การประสานงาน การควบคุม และการตัดสินใจทั้งภายในและภายนอกองค์การ การประเมินค่าของระบบ และการพัฒนาระบบข้อมูลให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงขององค์การ

The information systems and its relation to management policy, structures of information systems, system user behavior, analysis and design of information systems via computers for

management implication such as planning, coordinating, controlling and decision making inside and outside of organization. Included are system evaluation and development related to the organization changes.

จก. 745 การจัดการเพื่อธุรกิจค้าปลีก

MG 745 Retail Business Management

รูปแบบของการค้าปลีก ปัญหาในการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีก การวิเคราะห์การจัดโครงสร้างองค์การของธุรกิจ กลยุทธ์ที่ใช้ในการดำเนินงานได้แก่ กลยุทธ์การขยายธุรกิจ กลยุทธ์ทางการตลาด การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การบริหารระบบอุปทานลูกค้าของธุรกิจค้าปลีก รวมถึงการค้าปลีกในรูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

The various types of retailing, problems in retail operation, analysis of organizational structure setting, business strategies such as business expansion, and marketing strategy. The course also includes consumer analysis, supply chain management, and retail operation in terms of electronic commerce.

จก. 746 การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

MG 746 Logistics and Supply Chain Management

ระบบอุปทานลูกค้า และการจัดส่งที่สร้างประสิทธิภาพทางด้านการผลิตและการตลาด โดยครอบคลุมถึงระบบการจัดหาวัตถุดิบ การบรรจุและการลำเลียงวัตถุดิบ การบริหารสินค้าคงเหลือ การจัดการด้านคลังสินค้า การจัดหาสินค้า และการจัดการด้านการขนส่ง

The supply chain system and logistics for increasing efficiencies in production and marketing. Those of which include procurement system, material handling, inventory and warehouse management, merchandise acquisition, and transportation management.

จก. 747 นวัตกรรมและการพัฒนาองค์กร

MG 747 Innovation and Organization Development

แนวคิดทางการจัดการเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงเพื่อนำไปสู่การพัฒนา รูปแบบของนวัตกรรมในองค์การ ข้อดีของการมีนวัตกรรม การสร้างนวัตกรรม ปัญหาและอุปสรรคที่มีต่อการสร้างนวัตกรรมและการเปลี่ยนแปลงแนวทางและกลยุทธ์ในการพัฒนาองค์การ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์การ นวัตกรรมกับการพัฒนาองค์การ และการวัดประสิทธิผลขององค์การภายหลังการพัฒนา

The management concepts related to change and organization development, categories of innovation in organization, benefits of innovation, innovation building, problems and barriers on innovation building and change, directions and strategies for organization development, factors influencing such development, innovation and organization development, as well as measurement of organization effectiveness after proceeding development.

จก. 748 การจัดการองค์กรข้ามชาติ

MG 748 Transnational Organization Management

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

The cross - cultural management pertaining to strategic planning and implementing of organization behavior and human resources. This course concentrates on development of cross - cultural issues in organizations, including groups and teamworks, management styles, empowerment, negotiation, work conflict, intercommunication, selection and training, performance appraisal and compensation.

จก. 749 กลยุทธ์ทางด้านเทคโนโลยีเพื่อการแข่งขัน

MG 749 Competitive Strategy in Technology

บทบาทและคุณลักษณะของเทคโนโลยี ความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีกับธุรกิจเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้สูงสุดในการปฏิบัติงานด้านธุรกิจ เช่น การผลิต การตลาด การวิจัยและพัฒนา การวางแผนและควบคุมกลยุทธ์ทางเทคโนโลยี การประเมินด้านความสามารถทางเทคโนโลยี และการจัดการด้านการถ่ายเทเทคโนโลยีระหว่างกิจการ

The role and the characteristics of technology, the relationship between technology and business for maximizing the effectiveness of business operations such as production, marketing, and research and development. The topics also include technological strategy planning and control, the assessment of technological capability, and management of technology transfer.

จก. 752 ระบบสนับสนุนการตัดสินใจ

MG 752 Decision Support System

กรอบแนวคิด และบทบาทของระบบสนับสนุนการตัดสินใจ การออกแบบ การพัฒนาระบบสนับสนุนการตัดสินใจ เครื่องมือและเทคนิคที่ใช้ในการพัฒนาระบบสนับสนุนการตัดสินใจ ความสัมพันธ์ของระบบสนับสนุนการตัดสินใจกับระบบสารสนเทศเพื่อการบริหาร

The conceptual framework and the role of decision support system. The course includes designing and developing the decision support system using different tools and techniques. Analyzing the relationship of decision support system and management information system will also be discussed.

จก. 753 โครงการสหวิทยาการเชิงสร้างสรรค์

MG 753 Creative Multidisciplinary Project

การสร้างสรรคโครงการที่เกิดจากการนำวิทยาการจากหลายสาขามาใช้ร่วมกันอย่างเป็นระบบ ผู้เรียนจะได้เรียนรู้ถึงกระบวนการในการจัดทำโครงการ ตั้งแต่การเตรียมการ การวิเคราะห์ข้อมูลของปัจจัยที่เกี่ยวข้อง การกำหนด

วัตถุประสงค์และทิศทางของการวางแผนกลยุทธ์ การจัดสรรทรัพยากรและงบประมาณ และการประเมินผลความสำเร็จด้วยการใช้ตัวชี้วัดที่เป็นรูปธรรม รายวิชานี้เปิดให้ผู้เรียนจากสาขาต่างๆ ที่สนใจได้ทำโครงการร่วมกันและสามารถแลกเปลี่ยนความคิดจากสาขาที่ตนเองมีพื้นฐานจากการศึกษานั้น นำมาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์โครงการให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ภายใต้การให้คำปรึกษาของอาจารย์ที่ปรึกษา

Project creation via systematic multidisciplinary integration. The students will learn about the whole process of conducting project including project preparation, data analysis of relative variables, establishment of project objectives and directions, strategy formulations, resources and budget allocation, and evaluation of project achievement by deploying concrete performance index. This course is offered to the students from various disciplines. They can share their knowledge with each other to complete the creative project as supervised by an advisor.

จก. 754 การบริหารความสัมพันธ์เพื่อองค์กร

MG 754 Organizational Relationship Management

การวิเคราะห์เชิงสาเหตุและผลที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ส่งผลต่อการสร้างความสัมพันธ์ในองค์กร ได้แก่ ความขัดแย้ง การต่อต้าน การเปลี่ยนแปลง การมอบหมายงาน การปฏิบัติงานภายหลังการควบรวมหน่วยงานและองค์กร การร้องเรียนจากผู้ปฏิบัติงาน การให้ความร่วมมือ และบุคลิกภาพส่วนบุคคลเป็นต้น โดยเป็นการวิเคราะห์ทั้งระดับผู้บริหารและระดับปฏิบัติการ

Causal analysis of issue affecting the relationship in organization. Those of which include conflict, resistance to change, delegation, operation after merger and acquisition among firms, collective bargaining, coordination and cooperation, as well as, employee's personality. The analysis is operated in both management and operational levels.

จก. 755 การจัดการทางการสื่อสารองค์กร

MG 755 Corporate Communication Management

แนวคิดและเครื่องมือทางการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่จะนำมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานขององค์กรทั้งภายในและภายนอก การวิเคราะห์ความต้องการขององค์กรและผู้มีส่วนได้เสีย และประเด็นของสังคมที่มีความเกี่ยวข้องกับองค์กรเพื่อสร้างกลยุทธ์ทางการสื่อสารที่จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ของทุกฝ่าย ได้แก่ การใช้การสื่อสารองค์กรในการสร้างภาพลักษณ์ การแก้ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับข่าวลือขององค์กร การให้ข้อมูลด้านสินค้าและบริการ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรกับลูกค้าและชุมชน

Concepts and strategic communication tools utilized for enhancing work efficiency both in internal and external sides of the organization. Analysis of organization and stakeholders demands including social trends relative to organization for creating communication strategy to achieve the objectives of all parties such as corporate image building, rumor solving, news releasing for new products and services, and relationship building among firm, customers, and surrounding communities.

จก. 756 การจัดการเพื่อมาตรฐานคุณภาพองค์กร

MG 756 Quality Standard Management for Organization

การวิเคราะห์ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานคุณภาพในองค์กร โดยศึกษาจากกรณีศึกษาและกฎข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ บทบาทของมาตรฐานคุณภาพต่อการแข่งขันทางธุรกิจและการยอมรับทางสังคม กลยุทธ์เกี่ยวกับการวางแผน การปฏิบัติการ และการประเมินผลมาตรฐานคุณภาพ

Analysis of the quality standard issues in the organization by using case study and relative regulations including the roles of quality standard in business competition and social acceptance, strategies for planning, implementing, and measuring quality standard.

จก. 757 สัมมนาการจัดการวิกฤตการณ์และความเสี่ยงทางธุรกิจ

MG 757 Seminar in Business Crisis and Risk Management

การอภิปรายหัวข้อเกี่ยวข้องกับวิกฤตการณ์และความเสี่ยงทางธุรกิจ ได้แก่ ประเภทของวิกฤตการณ์และความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อดำเนินธุรกิจ อาทิ วิกฤตการณ์และความเสี่ยงทางเศรษฐกิจ กฎหมาย การเมือง สังคม และวัฒนธรรม เทคโนโลยี ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การดำเนินธุรกิจ อาทิ โครงสร้างองค์การ กลยุทธ์และนโยบาย การผลิต การเงิน และการลงทุน รวมทั้งโลจิสติกส์ เป็นต้น การจัดการภายใต้วิกฤตการณ์ทางธุรกิจ การประเมินความเสี่ยงและผลกระทบที่เกิดขึ้นกับธุรกิจ การสร้างกลยุทธ์ป้องกันความเสี่ยง

Discussions on the topics related to business crisis and risk. The various types of crisis and risk that affect the business operation. Those of which are economics, laws and regulations, politics, social and culture, technology, nature and environments. They also include crisis and risks in business practices such as organization structure, strategy and policy, production etc. The management under crisis is discussed. The assessment of risk and its impact on business. The strategies for risk avoidance are also discussed.

วิทยานิพนธ์ (Thesis)

บธ. 700 วิทยานิพนธ์

BA 700 Thesis

การค้นคว้าอิสระ (Independent Study)

บธ. 715 การค้นคว้าอิสระ

BA 715 Independent Study

ศึกษาและค้นคว้าอย่างลึกซึ้งถึงปัญหาเฉพาะด้านทางการบริหารธุรกิจ

Study of selected topics in Business Administration.

