

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561)

ชื่อหลักสูตร

ภาษาไทย : หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
ภาษาอังกฤษ : Bachelor of Business Administration Program in Marketing

ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

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

หลักสูตร

รวมหน่วยกิตตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 135 หน่วยกิต

โครงสร้างหลักสูตร

หมวดวิชา	จำนวนหน่วยกิต	
	โปรแกรมปกติ	โปรแกรมสหกิจศึกษา
1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต
2. หมวดวิชาเฉพาะ	ไม่น้อยกว่า 99 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 99 หน่วยกิต
2.1 กลุ่มวิชาแกน	51 หน่วยกิต	51 หน่วยกิต
2.2 กลุ่มวิชาเอก	ไม่น้อยกว่า 48 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 48 หน่วยกิต
(1) วิชาเอกบังคับ	36 หน่วยกิต	36 หน่วยกิต
(2) วิชาเอกเลือก	ไม่น้อยกว่า 12 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 12 หน่วยกิต
3. หมวดวิชาเลือกเสรี	ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต
4. หมวดประสบการณ์ภาคสนาม (การฝึกงานหรือสหกิจศึกษา)	2 หน่วยกิต (ไม่น้อยกว่า 300 ชั่วโมงและไม่ับหน่วยกิต)	9 หน่วยกิต (ไม่น้อยกว่า 16 สัปดาห์และไม่ับหน่วยกิต)
รวมหน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 135 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 135 หน่วยกิต

รายวิชาในหลักสูตร

1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต
(เป็นไปตามข้อบังคับของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม)

2. หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า 99 หน่วยกิต

2.1 กลุ่มวิชาแกน 51 หน่วยกิต

0105 327	ภาษาอังกฤษธุรกิจ English for Business	3(3-0-6)
0900 101	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจ Introduction to Business	3(3-0-6)
0901 101	หลักการบัญชีขั้นต้น Principles of Accounting	3(3-0-6)
0901 204	การภาษีอากร 1 Taxation 1	3(3-0-6)
0901 205	การบัญชีเพื่อการจัดการ Accounting for Management	3(3-0-6)
0902 101	หลักการตลาด Principles of Marketing	3(3-0-6)
0903 101	การจัดการและพฤติกรรมองค์กร Management and Organizational Behavior	3(3-0-6)
0903 281	ความเป็นผู้ประกอบการและการสร้างสรรค์ ธุรกิจใหม่ Entrepreneurship and New Venture Creation	3(3-0-6)
0904 101	คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจ Business Computer and Information Technology	3(2-2-5)
0907 104	เศรษฐศาสตร์จุลภาค 1 Microeconomics 1	3(3-0-6)
0907 105	เศรษฐศาสตร์มหภาค 1 Macroeconomics 1	3(3-0-6)
0909 202	กฎหมายธุรกิจ Business Law	3(3-0-6)
0909 203	สถิติธุรกิจ Business Statistics	3(3-0-6)
0909 301	การจัดการการผลิตและปฏิบัติการ Productions and Operation Management	3(3-0-6)
0909 302	การเงินธุรกิจ Business Finance	3(3-0-6)
0909 303	วิทยาการระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ Business Research Methodology	3(3-0-6)
0909 401	นโยบายธุรกิจและการจัดการเชิงกลยุทธ์ Business Policy and Strategic Management	3(3-0-6)

2.2 กลุ่มวิชาเอก ไม่น้อยกว่า 48 หน่วยกิต
(1) วิชาเอกบังคับ 36 หน่วยกิต

0902 111	พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer Behavior	3(3-0-6)
0902 212	การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย Distribution Channels Management	3(3-0-6)
0902 213	การจัดการผลิตภัณฑ์และแบรนด์ Product and Brand Management	3(3-0-6)
0902 214	การจัดการกลยุทธ์การตั้งราคา Price Strategic Management	3(3-0-6)
0902 311	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ Integrated Marketing Communication	3(3-0-6)
0902 312	การวิจัยการตลาด Marketing Research	3(3-0-6)
0902 315	การตลาดโลก Global Marketing	3(3-0-6)
0902 322	การตลาดดิจิทัล Digital Marketing	3(3-0-6)
0902 323	การวางแผนและกลยุทธ์การตลาด Marketing Strategy and Planning	3(3-0-6)
0902 411	การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด Marketing Quantitative Analysis	3(3-0-6)
0902 417	การปฏิบัติการทางการตลาด Project Based Marketing	3(2-2-5)
0902 428	การจัดการการขายสมัยใหม่ Modern Sales Management	3(3-0-6)

(2) วิชาเอกเลือก ไม่น้อยกว่า 12 หน่วยกิต

(นิสิตสามารถเลือกเรียนจากรายวิชาดังต่อไปนี้)

0902 314	การตลาดธุรกิจชุมชน Community Business Marketing	3(3-0-6)
0902 319	การตลาดสินค้าเกษตรกรรม Agricultural Product Marketing	3(3-0-6)
0902 320	การตลาดบริการ Service Marketing	3(3-0-6)
0902 324	การตลาดออนไลน์และสื่อสังคม Social Media and Online Marketing	3(3-0-6)
0902 325	การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า Customer Analytics	3(3-0-6)
0902 326	การจัดการการค้าปลีกและค้าส่ง Retailing and Wholesale Management	3(3-0-6)

0902 415	การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ Customer Relationship Management	3(3-0-6)
0902 425	การจัดกิจกรรมทางการตลาด Event Marketing	3(2-2-5)
0902 429	การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ Entrepreneurial Marketing	3(3-0-6)
0902 430	การตลาดแบบยั่งยืน Sustainability Marketing	3(3-0-6)
0902 431	เทคนิคการนำเสนอ Presentation Technique	3(2-2-5)
0902 432	ภาษาอังกฤษทางการตลาด English for Marketing	3(3-0-6)
0902 433	จริยธรรมทางการตลาด Ethics for Marketing	3(3-0-6)

3. หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต
ให้เลือกรเรียนในรายวิชาอื่น ๆ ที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัย จำนวน
ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต โดยได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา

4. หมวดประสบการณ์ภาคสนาม (การฝึกงานหรือสหกิจศึกษา)

0199 499	สหกิจศึกษา** Cooperative Education	9(0-40-0)
0903 430	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางด้าน การบริหารธุรกิจ* Business Administration Internship	2(300ชั่วโมง)

* ฝึกงานไม่น้อยกว่า 300 ชั่วโมง การประเมินผลการเรียน เป็น S หรือ U
และไม่นับหน่วยกิต

** เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษาและฝึกปฏิบัติการในสถานประกอบการ
ไม่น้อยกว่า 16 สัปดาห์
การประเมินผลการเรียน เป็น S หรือ U และไม่นับหน่วยกิต

แผนการศึกษา

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564)

ปีที่ 1 ภาคต้น

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	จำนวนหน่วยกิต	
		โปรแกรมปกติ	โปรแกรมสหกิจศึกษา
0900 101	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจ Introduction to Business	3(3-0-6)	3(3-0-6)
0902 101	หลักการตลาด Principles of Marketing	3(3-0-6)	3(3-0-6)
0041 001	ภาษาอังกฤษเพื่อเตรียมความพร้อม Preparatory English	2	2
0041 022	ทักษะและชีวิตดิจิทัลเพื่อการเปลี่ยนแปลง Digital Literacy and Life for Transformation	2	2
xxxx xxx	หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	8	8
รวมจำนวนหน่วยกิต		18 หน่วยกิต	18 หน่วยกิต

ปีที่ 1 ภาคปลาย

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	จำนวนหน่วยกิต	
		โปรแกรมปกติ	โปรแกรมสหกิจศึกษา
0901 101	หลักการบัญชีขั้นต้น Principles of Accounting	3(3-0-6)	3(3-0-6)
0903 101	การจัดการและพฤติกรรมองค์กร Management and Organizational Behavior	3(3-0-6)	3(3-0-6)
0904 101	คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจ Business Computer and Information Technology	3(2-2-5)	3(2-2-5)
0907 104	เศรษฐศาสตร์จุลภาค 1 Microeconomics 1	3(3-0-6)	3(3-0-6)
0902 111	พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer Behavior	3(3-0-6)	3(3-0-6)
0041 002	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร Communicative English	2	2
0043 001	การคิดเชิงออกแบบ Design Thinking	2	2
รวมจำนวนหน่วยกิต		19 หน่วยกิต	19 หน่วยกิต

ปีที่ 2 ภาคต้น

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	จำนวนหน่วยกิต	
		โปรแกรมปกติ	โปรแกรมสหกิจศึกษา
0901 205	การบัญชีเพื่อการจัดการ Accounting for Management	3(3-0-6)	3(3-0-6)
0907 105	เศรษฐศาสตร์มหภาค 1 Macroeconomics 1	3(3-0-6)	3(3-0-6)
0902 213	การจัดการผลิตภัณฑ์และแบรนด์ Product and Brand Management	3(3-0-6)	3(3-0-6)
0902 214	การจัดการการตั้งราคาเชิงกลยุทธ์ Price Strategic Management	3(3-0-6)	3(3-0-6)
xxxx xxx	หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	6	6
รวมจำนวนหน่วยกิต		18 หน่วยกิต	18 หน่วยกิต

ปีที่ 2 ภาคปลาย

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	จำนวนหน่วยกิต	
		โปรแกรมปกติ	โปรแกรมสหกิจศึกษา
0903 281	ความเป็นผู้ประกอบการและการสร้างสรรค์ ธุรกิจใหม่ Entrepreneurship and New Venture Creation	3(3-0-6)	3(3-0-6)
0909 203	สถิติธุรกิจ Business Statistics	3(3-0-6)	3(3-0-6)
0902 212	การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย Distribution Channels Management	3(3-0-6)	3(3-0-6)
xxxx xxx	หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	8	8
รวมจำนวนหน่วยกิต		17 หน่วยกิต	17 หน่วยกิต

ปีที่ 3 ภาคต้น

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	จำนวนหน่วยกิต	
		โปรแกรมปกติ	โปรแกรมสหกิจศึกษา
0909 301	การจัดการการผลิตและปฏิบัติการ Production and Operation Management	3(3-0-6)	3(3-0-6)
0105 327	ภาษาอังกฤษธุรกิจ English for Business	3(3-0-6)	3(3-0-6)
0909 302	การเงินธุรกิจ Business Finance	3(3-0-6)	3(3-0-6)
0902 315	การตลาดโลก Global Marketing	3(3-0-6)	3(3-0-6)
0902 311	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ Integrated Marketing Communication	3(3-0-6)	3(3-0-6)
0909 303	วิทยาระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ Business Research Methodology	3(3-0-6)	3(3-0-6)
xxxx xxx	เลือกเสรี	-	3(3-0-6)
รวมจำนวนหน่วยกิต		18 หน่วยกิต	21 หน่วยกิต

56

ปีที่ 3 ภาคปลาย

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	จำนวนหน่วยกิต	
		โปรแกรมปกติ	โปรแกรมสหกิจศึกษา
0901 204	การภาษีอากร 1 Taxation 1	3(3-0-6)	3(3-0-6)
0909 401	นโยบายธุรกิจและการจัดการเชิงกลยุทธ์ Business Policy and Strategic Management	3(3-0-6)	3(3-0-6)
0902 411	การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด Marketing Quantitative Analysis	3(3-0-6)	3(3-0-6)
0902 312	การวิจัยการตลาด Marketing Research	3(3-0-6)	3(3-0-6)
0909 202	กฎหมายธุรกิจ Business Law	3(3-0-6)	3(3-0-6)
xxxx xxx	หมวดวิชาเอกเลือก	3(3-0-6)	3(3-0-6)
xxxx xxx	หมวดวิชาเลือกเสรี	-	3(3-0-6)
รวมจำนวนหน่วยกิต		18 หน่วยกิต	21 หน่วยกิต

ปีที่ 3 ภาคการศึกษาพิเศษ (ภาคฤดูร้อน)

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	จำนวนหน่วยกิต	
		โปรแกรมปกติ	โปรแกรมสหกิจศึกษา
0903 430	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการบริหารธุรกิจ* Business Administration Internship	2	-
รวมจำนวนหน่วยกิต		2 หน่วยกิต	-

* ฝึกงานไม่น้อยกว่า 300 ชั่วโมง ผลการศึกษาเป็น S หรือ U และไม่นับหน่วยกิต

ปีที่ 4 ภาคต้น

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	จำนวนหน่วยกิต	
		โปรแกรมปกติ	โปรแกรมสหกิจศึกษา
0902 428	การจัดการการขายสมัยใหม่ Modern Sales Management	3(3-0-6)	3(3-0-6)
0902 322	การตลาดดิจิทัล Digital Marketing	3(3-0-6)	3(3-0-6)
0902 323	การวางแผนและกลยุทธ์การตลาด Marketing Strategy and Planning	3(3-0-6)	3(3-0-6)
0902 417	การปฏิบัติการทางการตลาด Project Based Marketing	-	3(2-2-5)
xxxx xxx	หมวดวิชาเอกเลือก	3(3-0-6)	3(3-0-6)
xxxx xxx	หมวดวิชาเอกเลือก	3(3-0-6)	3(3-0-6)
xxxx xxx	หมวดวิชาเอกเลือก	3(3-0-6)	3(3-0-6)
รวมจำนวนหน่วยกิต		18 หน่วยกิต	21 หน่วยกิต

ปีที่ 4 ภาคปลาย

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	จำนวนหน่วยกิต	
		โปรแกรมปกติ	โปรแกรมสหกิจศึกษา
0902 417	การปฏิบัติการทางการตลาด Project Based Marketing	3(2-2-5)	-
0909 202	กฎหมายธุรกิจ Business Law	3(3-0-6)	-
xxxx xxx	หมวดเลือกเสรี	3(3-0-6)	-
0199 499	สหกิจศึกษา Cooperative Education		9 (0-40-0)
รวมจำนวนหน่วยกิต		9 หน่วยกิต	9 หน่วยกิต

** เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษาและฝึกปฏิบัติการในสถานประกอบการไม่น้อยกว่า 16 สัปดาห์ การประเมินผลการเรียน เป็น S หรือ U และไม่นับหน่วยกิต

คำอธิบายรายวิชา

1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต
(เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยมหาสารคาม)

2. หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต

2.1 กลุ่มวิชาแกน

0105 327 ภาษาอังกฤษธุรกิจ 3(3-0-6)

English for Business

การใช้ภาษาอังกฤษในเชิงธุรกิจ การอ่านข้อมูลทางธุรกิจ การเขียนจดหมายธุรกิจ บัตรเชิญและการโฆษณา การกรอกใบสมัครงาน การสัมภาษณ์ทางธุรกิจ การให้ข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านธุรกิจและการติดต่อสื่อสาร

Uses of English for business purposes; reading business information; writing business letters, invitation cards and advertisements; filling application forms; business interviews; business information and communication

0900 101 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจ 3(3-0-6)

Introduction to Business

หลักการและรูปแบบองค์กรทางธุรกิจ จุดมุ่งหมายของการประกอบธุรกิจ แนวคิดในการประกอบธุรกิจ คุณลักษณะของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ กิจกรรมทางธุรกิจและความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมทางธุรกิจ กฎหมายธุรกิจ ประเภทของธุรกิจ ความสำคัญและบทบาทของการประกอบธุรกิจในสังคม ผลกระทบของสภาพแวดล้อมที่มีต่อธุรกิจ และความสำคัญของธรรมาภิบาล ความรับผิดชอบต่อสังคม จริยธรรมทางธุรกิจ และจรรยาบรรณของการประกอบธุรกิจ

Principles and forms of business organization; objectives of business entrepreneurship; concepts of business entrepreneurship; characteristics of business environments; business activities and relationships among business activities; business law; types of business; importance and roles of business entrepreneurship in society; effects of environments on business; importance of governance, corporate social responsibility, business ethics, and codes of ethics for business entrepreneurship

0901 101 หลักการบัญชีขั้นต้น 3(3-0-6)

principles of Accounting

ความหมายและวัตถุประสงค์ของการบัญชี ประโยชน์ของข้อมูลทางการบัญชี กรอบแนวคิดในการรายงานทางการเงิน หลักการบัญชี กระบวนการบัญชีตามระบบบัญชี การจัดทำงบทดลอง การปรับปรุงรายการบัญชี การจัดทำกระดาษทำการ การปิดบัญชี การจัดทำงบการเงินของกิจการ ขายสินค้า กำไรการผลิตสินค้า และกิจการบริการ การจัดทำสมุดรายวันเฉพาะบัญชีคุมยอดและบัญชีย่อยระบบใบสำคัญ และระบบเงินสดย่อย

Definitions and objectives of accounting; usefulness of accounting information; conceptual framework for financial reporting; principles of accounting; accounting processes of double entry bookkeeping; preparation of trial balance; adjusting of accounting transactions; preparation of working papers; closing of accounts; preparation of financial statements for trading, manufacturing, and servicing businesses; preparation of specific journals, control accounts and subsidiary ledgers; voucher system; petty cash system

0901 204 การภาษีอากร 1 3(3-0-6)

Taxation 1

หลักการเบื้องต้นเกี่ยวกับการภาษีอากร การจัดเก็บภาษีอากรตามประมวลรัษฎากร ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ ภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่าย ภาษีศุลกากร ภาษีสรรพสามิต อากรแสตมป์ และอื่นๆ

Basic principles in taxation; collection of taxes according to the Revenue Code; personal income tax, corporate income tax, value-added tax, specific business tax, income tax at payment place, custom tax, excise tax, stamp duty, and others

0901 205 การบัญชีเพื่อการจัดการ 3(3-0-6)

Accounting for Management

เงื่อนไขของรายวิชา : 0901 101 หลักการบัญชีขั้นต้น

Prerequisite : 0901 101 Principles of

Accounting

บทบาทและหน้าที่ของการบัญชีเพื่อการจัดการ แนวคิดและพฤติกรรมต้นทุน การคำนวณต้นทุนงานสั่งทำ การคำนวณต้นทุนช่วงการผลิต การคำนวณต้นทุนฐานกิจกรรม การวิเคราะห์ต้นทุน-จำนวน-กำไร วิธีการเกี่ยวกับการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ งบประมาณ งบประมาณจ่ายลงทุน การใช้ข้อมูลต้นทุนในการตัดสินใจ การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ การบัญชีตามความรับผิดชอบ และการประเมินผลการปฏิบัติงานแบบดุลยภาพ

Roles and functions of accounting for management; cost concepts and behaviors; job-order costing; process costing; activity-based costing; cost-volume-profit analysis; product costing methods; budgeting; capital expenditure; relevant costs for decision making; product pricing; responsibility accounting; balanced scorecard

0902 101 หลักการตลาด 3(3-0-6)

Principles of Marketing

แนวคิด ปรัชญา และความสำคัญของการตลาด ลักษณะของตลาด สถาบันการตลาด หน้าที่ของการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมการตลาด และจรรยาบรรณทางการตลาด

Concepts, philosophy, and importance of marketing; marketing characters; marketing institutions; marketing functions; consumer behavior; market segmentation; market targeting; product positioning; marketing mix; marketing ethics

0903 101 การจัดการและพฤติกรรมองค์การ 3(3-0-6)

Management and Organizational Behavior

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการ บทบาทของผู้บริหารในยุคที่ธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงและมีการแข่งขันสูง กระบวนการจัดการ แนวคิดและหลักการเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมองค์การ พฤติกรรมกลุ่ม การจูงใจ ภาวะผู้นำในองค์การ การติดต่อสื่อสาร ความขัดแย้ง และวัฒนธรรมองค์การ ธุรกิจระหว่างประเทศและโลกาภิวัตน์ และการกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาองค์การให้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง

Concepts of management; roles of executives in business changes and high competition; management process; concepts and principles of human resource management; concepts of organizational behavior, group behavior, motivation, leadership, communication, conflict, and organizational culture; international business and globalization; setting strategy for organizational development in order to respond changes

0903 281 ความเป็นผู้ประกอบการและการสร้างสรรค์ธุรกิจใหม่ 3(3-0-6)

Entrepreneurship and New Venture

Creation

ความหมาย คุณลักษณะ แนวคิดและพฤติกรรมของความเป็นผู้ประกอบการ กระบวนการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ การวิเคราะห์ปัญหาและโอกาสเชิงธุรกิจ รูปแบบการดำเนินธุรกิจสมัยใหม่ แนวคิดและรูปแบบการระดมทุน การบริหารการเติบโตอย่างยั่งยืน แนวทางการสร้างสรรค์ธุรกิจใหม่ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี และสังคมต่อการเริ่มต้นธุรกิจใหม่

Definition, entrepreneurial attributes, mind-set, and behaviors; entrepreneurial process of new venture creation; problem and business opportunity analysis; types of modern business model; fundraising concept and process; sustainable

growth management; type of new venture creation; empathizing effects of technological and socio-economical change on new venture creation

0904 101 คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจ 3(2-2-5)

Business Computer and Information

Technology

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบและเทคโนโลยีสารสนเทศ การประยุกต์ใช้ระบบและเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารงานธุรกิจ ระบบข้อมูลและการจัดการข้อมูลทางธุรกิจ การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีสื่อประสม เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต การใช้คอมพิวเตอร์ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ การจัดการศูนย์ข้อมูล การรักษาความปลอดภัยระบบคอมพิวเตอร์ จริยธรรมและกฎหมาย ด้านการสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ และการประยุกต์ใช้คอมพิวเตอร์และระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในองค์กรธุรกิจ

Fundamental knowledge of information system and technology; application of information system and technology for business management; information system and business information management; information technology management; mixed communication technology; internet technology; uses of computer in business communication; data center; computer security; ethics and regulation in information communication and technology; application of computer and information technology system for businesses

0907 104 เศรษฐศาสตร์จุลภาค 1 3(3-0-6)

Microeconomics 1

ความหมายและหลักแนวคิดพื้นฐานทางเศรษฐศาสตร์จุลภาค อุปสงค์ อุปทาน คุณภาพของตลาด กลไกตลาด ความยืดหยุ่นของอุปสงค์และอุปทาน ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ทฤษฎีการผลิต ต้นทุนการผลิต โครงสร้างตลาด การกำหนดราคาในตลาดสินค้าและตลาดปัจจัยการผลิต

Meaning and basis concept of microeconomics; demand, supply, market equilibrium, market mechanism, elasticity of demand and supply; consumer behavior theory; production theory; cost of production; market structure, pricing strategy in product market and factor market

0907 105 เศรษฐศาสตร์มหภาค 1**3(3-0-6)****Macroeconomics 1**

ความหมายและหลักแนวคิดพื้นฐานทางเศรษฐศาสตร์มหภาค รายได้ประชาชาติ การเงินและการธนาคาร สถาบันการเงิน นโยบายการเงิน นโยบายการคลัง เศรษฐกิจระหว่างประเทศ เงินเฟ้อ การว่างงานดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ ตลาดแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

Meaning and basis concept of macroeconomics; national income; money and banking; financial institutions; monetary policy; fiscal policy; international economics; inflation; unemployment; balance of payment; exchange rate ; exchange rate market

0909 202 กฎหมายธุรกิจ**3(3-0-6)****Business Law**

หลักการทั่วไปของเอกเทศสัญญาบางประเภทตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ การทำสัญญาซื้อขาย เช่าซื้อ จำนอง จำนำ กู้ยืม ค้ำประกัน ตั๋วเงิน และตราสารทางการเงิน กฎหมายเกี่ยวกับการจัดตั้งธุรกิจและกฎหมายแรงงาน

General principles of contracts according to civil laws and commercial laws; contracting for sales and purchases, hire purchases, mortgages, pawns, loans, guarantee, bills of exchange, and securities; laws of business registration; labor laws

0909 203 สถิติธุรกิจ**3(3-0-6)****Business Statistics**

การประยุกต์ใช้วิชาสถิติพื้นฐานในเชิงธุรกิจ การเก็บรวบรวมข้อมูล การวัดค่ากลางและการกระจายของข้อมูล การแจกแจงความน่าจะเป็น การสุ่มตัวอย่าง การประมาณช่วงความเชื่อมั่น การทดสอบสมมติฐาน การทดสอบไคสแควร์ การวิเคราะห์ความแปรปรวน การวิเคราะห์ความถดถอยและสหสัมพันธ์ เลขดัชนีและการวิเคราะห์อนุกรมเวลา และสถิตินอนพารามตริก

Applications of fundamental business statistics; data gathering; central tendency and variation of data measurement; probability distribution; sampling distribution; confidence interval estimation; hypothesis testing; Chi-square; analysis of variance; regression and correlation; number index and time series analysis; nonparametric statistics

0909 301 การจัดการการผลิตและปฏิบัติการ**3(3-0-6)****Production and Operations Management**

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการระบบการผลิตธุรกิจผลิตและธุรกิจบริการ การกำหนดทำเลที่ตั้งและผังโรงงาน การวางผังติดตั้งเครื่องจักรและอุปกรณ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ การจัดหาวัตถุดิบ การบริหารเวลาและค่าจ้าง การกำหนดมาตรฐานงาน การปรับปรุงงาน การควบคุมคุณภาพการผลิต การนำคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้ในการจัดการการผลิต และวิธีการเชิงปริมาณ

Concepts of production system management for manufacturing and service businesses; factory location and layout; installing machines and equipment; product design; material procurement; time and wage management; setting of task standard; task reform; production quality control; computer applications to production management; quantitative methods

0909 302 การเงินธุรกิจ**3(3-0-6)****Business Finance****เงื่อนไขของรายวิชา : 0901 101 หลักการบัญชีขั้นต้น****Prerequisite : 0901 101 Principles of****Accounting**

แนวคิดของการเงินธุรกิจ ตลาดการเงินและเครื่องมือทางการเงินใหม่ๆ มูลค่าของเงินตามกาลเวลาและการประยุกต์ใช้ผลตอบแทนและความเสี่ยง การวิเคราะห์รายงานทางการเงิน การวางแผนทางการเงิน การจัดหาเงินทุน งบประมาณการลงทุน การบริหารสินทรัพย์หมุนเวียน โครงสร้างเงินทุนและต้นทุนของเงินทุน นโยบายเงินปันผล

Concepts of business finance; financial markets and new financial instruments; time value of money and its implications; risk and returns; financial reporting analysis; financial planning; financing; capital budgeting; current asset management; capital structure; cost of capital; dividend policy

0909 303 วิจัยระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ**3(3-0-6)****Business Research Methodology****เงื่อนไขของรายวิชา : 0909 203 สถิติธุรกิจ****Prerequisite : 0909 203 Business Statistics**

แนวคิด หลักการ และความสำคัญของการวิจัย ประเภทของการวิจัย การกำหนดหัวข้อเรื่อง การกำหนดตัวแปร การตั้งสมมติฐาน และการทดสอบ การเลือกเครื่องมือในการวิเคราะห์ การสร้างเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลและวิธีการรวบรวมข้อมูล การประมวลผล การวิเคราะห์ การสรุปผลและแปลความหมาย การเขียนรายงาน การนำเสนอรายงานวิจัย เพื่อแก้ปัญหาทางธุรกิจ

Concepts, principles and importance of research; research types; research topic; identifying variables; formulating and testing hypotheses; choosing analytical tools; developing tools and methods for data gathering; data processing; data analysis; summarizing and interpreting results; writing reports; research presentation for business problem solving

0909 401 นโยบายธุรกิจและการจัดการเชิงกลยุทธ์ 3(3-0-6)

Business Policy and Strategic Management

ความหมาย ความสำคัญและองค์ประกอบของการจัดการเชิงกลยุทธ์ ระดับและประเภทของกลยุทธ์ กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์การ การวางแผนกลยุทธ์ภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลง การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติและประเมินผล ความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายและแผนกลยุทธ์ของหน่วยงานต่างๆ ภายในองค์กร การจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจระหว่างประเทศและโลกาภิวัตน์

Definitions, importance and components of strategic management; levels and types of strategies; processes of strategic management; environment analysis in both internal and external organizations; strategic planning for changing environments; strategic implementation and evaluation; relationships between policy and strategic planning of departments in an organization; strategic management of international business and globalization

2.2 กลุ่มวิชาเอก

(1) วิชาเอกบังคับ

ไม่น้อยกว่า 48 หน่วยกิต

0902 111 พฤติกรรมผู้บริโภค

3(3-0-6)

Consumer Behavior

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค แบบจำลองการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค พฤติกรรมการซื้อ กระบวนการตัดสินใจซื้อ กระบวนการเรียนรู้ การรับรู้ เจตคติ การจูงใจ และวิถีชีวิต ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมผู้บริโภคกับการจัดการการตลาดสมัยใหม่

Concepts of consumer behavior; factors affecting consumer behavior; simulation of consumer behavior analysis; purchase behavior; buying decision making process; learning process; attitude perception motivation and lifestyle relationships between consumer behavior and modern marketing management

0902 212 การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย

3(3-0-6)

Distribution Channels Management

แนวคิดเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่าย โครงสร้างของช่องทางการจำหน่าย บทบาทของสมาชิกในช่องทางการจัดจำหน่าย การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมและปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย การออกแบบช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย การบูรณาการช่องทางการจัดจำหน่ายกับกลยุทธ์การตลาด การสร้างพันธมิตรในช่องทางการจัดจำหน่าย การจัดการห่วงโซ่อุปทาน การควบคุมและประเมินผลช่องทางการจัดจำหน่าย

Concepts of channels distribution; structure of channels distribution; roles of channels distribution members; analysis of environmental and factors effects distribution channels management; effective model of distribution; Distribution Channels Management; The integration of distribution channel and marketing strategy; Distribution channels partnership; supply chain management; control and evaluation of channels distribution

0902 213 การจัดการผลิตภัณฑ์และแบรนด์

3(3-0-6)

Product and Brand Management

นโยบายและการจัดการผลิตภัณฑ์และแบรนด์ การบริหารบรรจุภัณฑ์ การบริหารสายผลิตภัณฑ์และแบรนด์ การวางตำแหน่งการบริหารแต่ละช่วงวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ และแบรนด์ การสร้างคุณค่าผลิตภัณฑ์และแบรนด์ การบริหารผลิตภัณฑ์และแบรนด์อย่างมีจริยธรรม กรณีศึกษาเกี่ยวกับการจัดการผลิตภัณฑ์และแบรนด์

Policies and product and brand management; packaging administration; product line and brand management; positioning; product and new brand development; product life cycle management; building customer value in products, service and brands; ethics in product and brand management; case study

0902 214 การจัดการกลยุทธ์การตั้งราคา

3(3-0-6)

Price Strategic Management

แนวคิด วัตถุประสงค์ กระบวนการ กลยุทธ์การตั้งราคา ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตั้งราคา กลยุทธ์การตั้งราคาให้สอดคล้องกับส่วนประสมทางการตลาดและสถานการณ์ต่างๆ การเลือกใช้กลยุทธ์ราคาที่มีประสิทธิภาพ จริยธรรมในการตั้งราคา

Concept, objective and process of price setting and policy; pricing strategy; factor considerations and price determination; development pricing strategy in relation to marketing mix and situation; selecting price strategy effectiveness; ethical price setting practice

0902 311 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ 3(3-0-6)**Integrated Marketing Communication**

แนวคิด วัตถุประสงค์ กระบวนการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เครื่องมือในการสื่อสารการตลาดสมัยใหม่ การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การออกแบบข้อมูลข่าวสาร การวางแผนและการกำหนดกลยุทธ์ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การกำหนดงบประมาณ การวัดประสิทธิภาพและประสิทธิผลการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ จริยธรรมในการสื่อสารทางการตลาด

Concept, objective and process of integrated marketing communication; modern communication tools in marketing; settings of target groups; design of data information; planning and established marketing communication strategy; budgeting for activities; effective integrated; ethical in marketing communication

0902 312 การวิจัยการตลาด 3(3-0-6)**Marketing Research**

เงื่อนไขของรายวิชา : 0909 303 วิทยาระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ

Prerequisite : 0909 303 Business Research

Methodology

บทบาทและความสำคัญของการวิจัยทางการตลาดที่มีต่อการดำเนินงานทางธุรกิจ การระบุปัญหาในการวิจัยทางการตลาด การออกแบบงานวิจัย ขั้นตอน วิธีการดำเนินงานวิจัยและเครื่องมือวิจัย การประยุกต์ใช้ในงานวิจัยทางการตลาดเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ การเขียนรายงานการวิจัย การนำเสนอผลงานวิจัยเพื่อนำไปสู่การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด

Role and importance of research in marketing on business; Identifying problems in marketing research; research design; research procedure and research methodology; research instrument and ; apply research in marketing both qualitative and quantitative research; research report; presentation for marketing plan contribution

0902 315 การตลาดโลก 3(3-0-6)**Global Marketing**

แนวคิด ทฤษฎี สภาพแวดล้อมและการรวมกลุ่มการค้าโลก พฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดโลก กระบวนการเข้าสู่ตลาดโลก กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดโลก การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดโลก การประเมินผลและการควบคุมกลยุทธ์การตลาดโลก กรณีศึกษาการตลาดโลก

Concept and theory; global environment and world trade integration; consumer behaviors in the global markets; the process of global market entry; development of global marketing

mix; evaluation and control of global marketing strategies; global marketing case study

0902 322 การตลาดดิจิทัล 3(3-0-6)**Digital Marketing**

แนวคิด ทฤษฎี วิวัฒนาการการตลาดดิจิทัล การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล เครื่องมือทางการตลาดดิจิทัล การวัดและประเมินความสำเร็จ กรณีศึกษาการตลาดดิจิทัล

Digital marketing concept, theory and evolution; the behavior of consumer behavior in digital era; digital marketing tools; the evaluation and measurement of digital marketing success; case study in digital marketing

0902 323 การวางแผนและกลยุทธ์การตลาด 3(3-0-6)**Marketing Strategy and Planning**

แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่ การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันทางการตลาด การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด แผนปฏิบัติการทางการตลาด การควบคุมและประเมินผลทางการตลาด จรรยาบรรณการวางแผนกลยุทธ์การตลาด กรณีศึกษา

Concepts of modern marketing strategy; marketing situation analysis; setting target group; strategic marketing planning; developing competitive advantage; marketing mix management; strategic marketing program; marketing implementation and control; ethical in marketing planning strategy; case study

0902 411 การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด 3(3-0-6)**Marketing Quantitative Analysis**

การประยุกต์ตัวแบบเชิงปริมาณเพื่อการตัดสินใจทางการตลาด ทฤษฎีการตัดสินใจ การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน ตัวแบบสินค้าคงคลัง การโปรแกรมเชิงเส้นตรง ตัวแบบปัญหาการขนส่ง การมอบหมายงาน ทฤษฎีแถวคอย การพยากรณ์ทางการตลาด และทฤษฎีเกม

Applications of quantitative models for marketing decision making; decision theory, breakeven analysis, inventory model, linear programming, transportation problem model, job assignment model, queuing theory, market forecasting and game theory

<p>0902 417 การปฏิบัติการทางการตลาด 3(2-2-5)</p> <p>Project Based Marketing</p> <p>วิเคราะห์ และศึกษาปัญหาทางการตลาดจากสถานการณ์จริงทางธุรกิจ การบูรณาการทฤษฎีทางด้านการตลาด การนำเสนอผลงานทางการตลาด</p> <p>Analysis and study marketing issues from real business situations; Integration of marketing theory; marketing project presentation</p>	<p>0902 319 การตลาดสินค้าเกษตรกรรม 3(3-0-6)</p> <p>Agricultural Product Marketing</p> <p>แนวคิดและความสำคัญของการตลาดสินค้าเกษตร สถานการณ์สินค้าเกษตร นโยบายและมาตรการเกี่ยวกับสินค้าเกษตร ปัญหาและอุปสรรคของตลาดสินค้าเกษตร วิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภคตลาดสินค้าเกษตร การวางแผน กระบวนการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรอย่างยั่งยืน</p> <p>Concepts and importance of agricultural product marketing; situation of agricultural product; agricultural product policies and regulations; problems and threats of agricultural product, consumer need analysis of agricultural product; policy and measure of agricultural marketing; planning, the development of sustainable agricultural market</p>
<p>0902 428 การจัดการการขายสมัยใหม่ 3(3-0-6)</p> <p>Modern Sales Management</p> <p>แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการขาย การจัดองค์กรขาย การสรรหาและการคัดเลือกพนักงานขาย การฝึกอบรมพนักงานขาย การจ่ายค่าตอบแทน การสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงานขาย การกำหนดโควต้าและเขตการขาย การจัดทำงบประมาณขาย การประเมินผลและควบคุมทางการขาย ความสัมพันธ์ของแผนงานการตลาดและแผนงานการขาย การวางแผนและการวิเคราะห์การขาย การสร้างทีมงานขาย และการจัดการขายที่มีประสิทธิภาพ กรณีศึกษา</p> <p>Concepts of sales management; sales organizational management; search and selection of sales persons; training of sales persons; compensation payment; morale and motivation of sales persons; setting of quota sales; budgeting for sales ; evaluation and control of sales; marketing planning relationship with sales planning; sales planning and analysis ;sales team and effective sales management; case study</p>	<p>0902 320 การตลาดบริการ 3(3-0-6)</p> <p>Service Marketing</p> <p>แนวคิด ทฤษฎี ความสำคัญของการบริการ ประเภทของการบริการ การสร้างจิตสำนึกในการให้บริการ แนวโน้มการตลาดบริการ ส่วนประสมการตลาดบริการ กลยุทธ์การตลาดบริการ การบริหารประสิทธิภาพลูกค้า การวัดคุณภาพการให้บริการ</p> <p>Concepts, theories and importance of services; types of services; service mind development, service marketing trend, service marketing mix; service marketing strategies, consumer experience management; service performance evaluation</p>
<p>(2) วิชาเอกเลือก ไม่น้อยกว่า 12 หน่วยกิต</p> <p>0902 314 การตลาดธุรกิจชุมชน 3(3-0-6)</p> <p>Community Business Marketing</p> <p>บทบาท ความสำคัญ ขอบข่ายและระบบการตลาดชุมชน องค์กรและหน่วยงานที่ทำหน้าที่การตลาดชุมชน การวิเคราะห์สถานการณ์การตลาดของสินค้าชุมชน การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจชุมชน การสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าและบริการ การพัฒนาตลาดชุมชนสู่ความยั่งยืน</p> <p>Roles, importance, scopes and systems of community marketing; organizations and sections for functioning community marketing; situation analysis of community product marketing; setting marketing strategies for community business; value-added creation of product and services; sustainable development of community market</p>	<p>0902 324 การตลาดออนไลน์และสื่อสังคม 3(3-0-6)</p> <p>Social media and online marketing</p> <p>แนวคิด บทบาทของการตลาดออนไลน์และสื่อสังคม ประเภทการตลาดออนไลน์ พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ ตลาดเป้าหมาย กลยุทธ์การตลาดออนไลน์และสื่อสังคม ออกแบบเนื้อหาและสื่อการตลาดออนไลน์ การวัดและประเมินผลสื่อทางการตลาดออนไลน์</p> <p>Concepts, roles of online marketing and social medias; types of online marketing; social medias usage behavior; target market; online marketing and social medias strategies; content design online marketing medias; measurement and performance evaluation of online marketing medias</p>

- 0902 325 การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า** **3(3-0-6)**
Customer Analytics
 การเก็บรวบรวมข้อมูล การเตรียมข้อมูล การจัดกลุ่มข้อมูล เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมลูกค้า การประยุกต์ใช้ข้อมูล ที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า
 Data collection; data preparation; data clustering; customer data analysis, customer data application in relation to customer need
- 0902 326 การจัดการการค้าปลีกและค้าส่ง** **3(3-0-6)**
Retailing and Wholesale Management
 แนวคิด ความสำคัญการค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ ประเภทการค้าปลีกและค้าส่ง การจัดองค์การค้าปลีกและค้าส่ง การจัดซื้อผลิตภัณฑ์ค้าปลีกและค้าส่ง ส่วนประสมการตลาดค้าปลีกและค้าส่ง กลยุทธ์การค้าปลีกและค้าส่ง จรรยาบรรณและจริยธรรมค้าปลีกและค้าส่ง
 Concepts and importance of modern retailing and wholesale; types of retailing and wholesale management; organizing retailing and wholesale management ; purchasing in retailing and wholesale product; marketing mix for retailing and wholesale; retailing and wholesale strategies; and moral and ethical for retailing and wholesale
- 0902 415 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์** **3(3-0-6)**
Customer Relationship Management
 แนวคิดการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ การตลาดความสัมพันธ์ การบริหารฐานข้อมูลลูกค้า การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้า กลยุทธ์การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ การวัดและประเมินความสำเร็จการจัดการลูกค้าสัมพันธ์
 Concepts of customer relationship management; relationship marketing; customer database management; customer relationship analysis; customer relationship management strategy; customer relationship activities management; measurement and performance evaluation of customer relationship management
- 0902 425 การจัดการกิจกรรมทางการตลาด** **3(2-2-5)**
Event Marketing
 แนวคิด ความสำคัญ ประเภทกิจกรรมทางการตลาด การศึกษาข้อมูลลูกค้า การออกแบบกิจกรรมทางการตลาด กำหนดงบประมาณการจัดการกิจกรรมทางการตลาด การวัดและประเมินความสำเร็จ การจัดการกิจกรรมทางการตลาด
 Concepts, importance, and types of event marketing; customer information study; event marketing design; budgeting for event marketing; and measurement and performance evaluation of event marketing
- 0902 429 การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ** **3(3-0-6)**
Entrepreneurial Marketing
 แนวคิด ทฤษฎีการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ การตลาดเชิงรุก การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด การสร้างสรรค์ธุรกิจใหม่ โมเดลธุรกิจ เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการตลาด การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ
 Concepts and theories of entrepreneurial marketing; proactive marketing; marketing opportunity analysis; new business development; business model; technology and marketing innovation; creating competitive advantage; creating business value-added
- 0902 430 การตลาดแบบยั่งยืน** **3(3-0-6)**
Sustainability Marketing
 แนวคิดการตลาดเพื่อสังคม กระบวนการพัฒนาแผนการตลาดเพื่อสังคม การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดเพื่อสังคม การเลือกกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมาย การพัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคม การสร้างแผนและดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมที่ยั่งยืน การส่งเสริมเพื่อก่อให้เกิดสังคมที่ดีและมีความสุข
 Development of social marketing concept; development processes of social marketing; environmental analysis of social marketing; selection of target groups; settings of objectives and goals; development of social marketing strategy; plan and operational building for achievement; changes of sustainable behaviors; encouragement of good and happy societies
- 0902 431 เทคนิคการนำเสนอ** **3(2-2-5)**
Presentation Technique
 หลักการ ความสำคัญของการนำเสนอ วัตถุประสงค์การนำเสนอ การวิเคราะห์ผู้ฟัง การออกแบบการนำเสนอ การเตรียมเนื้อหา การจัดทำสื่อ ทักษะการสื่อสาร บุคลิกภาพ
 Principles and importance of presentation; aims of presentation; audience analysis; presentation design; content preparation; application of media; communication skills; and personality of presenters

0902 432 ภาษาอังกฤษทางการตลาด 3(3-0-6)
English for Marketing
การใช้ทักษะการฟัง พูด อ่าน เขียน คำศัพท์ภาษาอังกฤษทางการตลาด
English skill for marketing in listening; speaking; reading; writing and marketing vocabularies

0902 433 จริยธรรมทางการตลาด 3(3-0-6)
Ethics for Marketing
ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับจริยธรรมธุรกิจ ความสอดคล้องระหว่างเป้าหมายของธุรกิจและจริยธรรม คุณค่าแห่งจริยธรรม และการประเมินค่า บทบาทของผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมและจรรยาบรรณ ตลอดจนผลกระทบที่มีต่อบุคคล องค์กร และต่อสังคมโดยรวม กรณีศึกษาปัญหาจริยธรรมทางธุรกิจ
Fundamental knowledge of business ethics; relationships among business objectives and ethics; value evaluation; administrators' roles in ethics; effects of business ethics on persons, organizations, and societies. issue business ethics

3. หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต
ให้เลือกเรียนในรายวิชาอื่นๆ ที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัย จำนวนไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

4. หมวดประสบการณ์ภาคสนาม (การฝึกงานหรือสหกิจศึกษา)
0903 430 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางด้าน 2(300ชั่วโมง)
การบริหารธุรกิจ
Business Administration Internship
การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางด้านบริหารธุรกิจในหน่วยงานของรัฐวิสาหกิจ หรือเอกชน
Business management internship in government agencies, government enterprises, or private sectors

0199 499 สหกิจศึกษา 9(0-40-0)
Cooperative Education
การปฏิบัติงาน ในสถานประกอบการอย่างมีระบบ โดยความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยกับสถานประกอบการเพื่อพัฒนานิสิตให้มีความรู้ทางวิชาการและทักษะที่เกี่ยวข้องกับการทำงานในสถานประกอบการ มีความสามารถในการพัฒนาตนเองในด้านการคิดอย่างเป็นระบบ การสังเกต การตัดสินใจ ตลอดจนทักษะในการวิเคราะห์และการประเมินทำให้นิสิตมีคุณภาพตรงตามความต้องการของสถานประกอบการ และตลาดแรงงาน

A systematic provision of work-based learning in the work place for students with the cooperation between the university and the work places to allow the students to develop both academic and work-related skills in the work place. This procedure will help the students in self-development in terms of systematic thinking, observation, decision making, analytical and evaluation skills. Also it will result in high quality graduates who are most suitable for the work places and the labor market