

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชาการตลาด

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2554

คำอธิบายรายวิชา

941-100 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร 3 (3-0-6)

Thai for Communication

หลักการใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ศิลปะในการสื่อสารทั้ง 4 ทักษะ การฟัง พูด อ่านและเขียน การฟังเพื่อจับใจความหลักและการตีความในสถานการณ์ต่าง ๆ การใช้ถ้อยคำ ลีลาสำนวนในการสื่อสารในชีวิตประจำวันและในการทำงาน การพูดในที่ชุมชน การอ่านเพื่อความเข้าใจถึงค่านิยมและแนวคิด การเขียนเพื่อการสรุปความ ติดต่อกับราชการและธุรกิจ

Principles of the Thai language for communication; arts in the four communication skills-listening, speaking, reading, and writing; listening for main ideas and interpretation in various situational contexts; register and styles for communicating in daily life and in the workplace; public speaking; reading for value and attitude understanding; summarizing; official and business correspondence

941-112 การฟังและพูดภาษาอังกฤษพื้นฐาน 3 (2-2-5)

Fundamental English Listening and Speaking

รายวิชาบังคับเรียนร่วม : 941-113 การอ่านและการเขียนภาษาอังกฤษพื้นฐาน

ฝึกทักษะการฟังและการพูดในหัวข้อที่ใช้สื่อสารในชีวิตประจำวัน การฟังเพื่อจับใจความสำคัญ การพูดเพื่อสื่อสารขั้นพื้นฐานในสถานการณ์ต่าง ๆ การใช้ไวยากรณ์ การพัฒนาความรู้ด้านคำศัพท์ และสำนวนภาษาที่จำเป็นสำหรับการสื่อสาร

Corequisite: 941-113 Fundamental English Reading and Writing

Practice in listening and speaking skills based on topics used in daily-life communication; listening for main points; basic oral communication in various situational contexts; grammar usage; development of vocabulary and language functions necessary for communication

941-113 การอ่านและการเขียนภาษาอังกฤษพื้นฐาน 3 (3-0-6)

Fundamental English Reading and Writing

รายวิชาบังคับเรียนร่วม : 941-112 การฟังและพูดภาษาอังกฤษพื้นฐาน

ฝึกทักษะการอ่านและการเขียน ทักษะการอ่านพื้นฐาน การอ่านเพื่อจับใจความสำคัญและรายละเอียด การพัฒนาความรู้ด้านคำศัพท์และกลวิธีพัฒนาคำศัพท์ การใช้ไวยากรณ์ การเขียนระดับประโยคและย่อหน้าสั้น ๆ

Corequisite: 941-112 Fundamental English Listening and Speaking

Practice in reading and writing skills; basic reading skills; reading for main ideas and details; developing vocabulary and strategies in increasing vocabulary power; grammar usage; sentence and paragraph writing

941-416 ภาษาอังกฤษเพื่อการขายและการตลาด 3 (3-0-6)

English for Sales and Marketing

แนวคิดและคำศัพท์เฉพาะ การฟังการบรรยายและบทสนทนา การสนทนาด้านการขายและการตลาด การอ่านรายงาน ข่าวและบทความด้านการขายและการตลาด การเขียนรายงาน

Concepts and common terms; listening to lectures and dialogues; talking about sales and marketing; reading reports, news, and articles relating sales and marketing as well as report writing

942-100 กิจกรรมเสริมหลักสูตร 1 1 (0-0-3)

Co-Curricular Activities I

การทำกิจกรรมเชิงบูรณาการ องค์ความรู้ เน้นประโยชน์สังคมและประโยชน์เพื่อนมนุษย์เป็นกิจที่หนึ่ง ปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม จิตสำนึกสาธารณะ การทำงานเป็นทีมทั้งในสาขาวิชาและหรือระหว่างสาขาวิชาภายใต้คำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

Activities to integrate the body of knowledge with an emphasis on the activities for the benefit of society and mankind as first priority; cultivating morals; ethics and public mind; teamwork within and/or across disciplines under the supervision of advisors

942-111 ภูมิปัญญาในการดำเนินชีวิต 3 (2-2-5)

Wisdom of Living

การคิด การบริหาร และการจัดการชีวิตอย่างรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมไทย และกระแสสังคมโลก การผสมผสานวิถีไทยกับพหุวัฒนธรรมในการดำเนินชีวิต การมีจิตสาธารณะ และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างมีความสุขบนพื้นฐานคุณธรรม จริยธรรม และหลักเศรษฐกิจพอเพียง

Ways of thinking; self-discipline and life management in accordance with changes in Thai and global societies, mingling the Thai way of life with multi-cultural ways of living; public mind and environmental conservation; living happily based on morality, ethics and sufficiency economy

942-120 กอล์ฟ 1 (0-2-1)

Golf

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอุปกรณ์และสนาม ทักษะการใช้อุปกรณ์และวิธีเล่น การเตรียมความพร้อมร่างกายเพื่อการ เล่น ฟุตบอลในสนามแข่งขัน การนับคะแนน การแข่งขัน ความปลอดภัยของนักกีฬาและผู้อื่น กติกา มารยาท

General knowledge about equipment and the golf course; skills of equipment use and methods of playing; warm-ups; practice of golfing in a golf course; keeping scores; the competition; the safety of golfers and spectators; rules, regulations, and etiquette

942-121 ดิสโก้ 1 (0-2-1)

Social Dance

ฝึกทักษะการเคลื่อนไหวประกอบจังหวะ การแต่งกาย มารยาท เพลงประกอบ การฝึกปฏิบัติเพื่อสร้าง ทักษะลีลาตามแบบแผนจังหวะมาตรฐานสากล

Practice of movements into rhythm; costumes, etiquette, and songs for social dance; developing skills of social dance according to the standard universal convention

942-122 เทนนิส 1 (0-2-1)

Tennis

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอุปกรณ์และสนาม ฟุตบอล ทักษะ วิธีเล่น กติกา การแข่งขัน เข้าใจและปฏิบัติตามกฎ กติกา และมารยาท การเตรียมความพร้อมของร่างกาย ความรู้เกี่ยวกับอันตรายที่อาจเกิดจากการเล่นเทนนิส

General knowledge about tennis equipment and courts; developing skills, methods; rules and regulations of the competition; playing with understanding rules and regulations, etiquette; warm-ups; knowledge about accidents that may happen while playing tennis

942-123 วอลเลย์บอล 1 (0-2-1)

Volleyball

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอุปกรณ์และสนาม กฎ กติกา มารยาท ของกีฬาวอลเลย์บอล การพัฒนาร่างกาย ของนักกีฬาวอลเลย์บอล ฝึกทักษะและเทคนิคการเล่นทั้งบุคคลและทีม เทคนิคการแข่งขัน

General knowledge about equipment and the court; rules and regulations; etiquette; developing physical competence of volleyball players; developing skills and playing techniques for individuals and teams, techniques in competition

942-124 ฟุตบอล 1 (0-2-1)

Soccer

ทักษะเบื้องต้นในการเล่นฟุตบอล ระเบียบ กฎ กติกา มารยาท การพัฒนาร่างกายให้เหมาะสมเพื่อการ
เล่นฟุตบอล การแข่งขัน อันตราย วิธีป้องกันอุบัติเหตุที่เกิดจากการเล่นฟุตบอล การปฐมพยาบาลผู้บาดเจ็บ

Basic skills of playing soccer; rules and regulations, etiquette; developing physical competence
for soccer playing; the competition; dangers and prevention of accidents while playing soccer; first aid
for the injured

942-125 แบดมินตัน 1 (0-2-1)

Badminton

ฝึกทักษะการเล่นแบดมินตัน ทั้งประเภทเดี่ยวและคู่ วิธีการพัฒนาโครงสร้างของร่างกายเพื่อการ
เล่น กฎ กติกา มารยาท วิธีการจัดการแข่งขัน ทั้งประเภทเดี่ยว และคู่

Practice of badminton skills for single and double competition; ways of physical development for
badminton playing; rules and regulations, etiquette; the arrangement of competition for both single and double
matches

942-126 ตะกร้อ 1 (0-2-1)

Takraw

ความรู้ทั่วไปประวัติความเป็นมาของกีฬาตะกร้อ ทักษะเกี่ยวกับการเคลื่อนไหว เทคนิคและ
ความสามารถพิเศษในการเล่นเฉพาะตัว และการเล่นเป็นทีม ระเบียบข้อบังคับและกติกการแข่งขัน การ
เสริมสร้างสมรรถภาพทางกายของการเป็นนักตะกร้อที่ดี การเล่นด้วยความปลอดภัย การดูแลรักษาอุปกรณ์ของ
กีฬาตะกร้อ

General knowledge about history of Takraw; skills of body movements; techniques and individual
talent; playing as a team; rules and regulations; developing physical competence for being a capable Takraw
player; safe playing; equipment maintenance

942-127 เทเบิลเทนนิส 1 (0-2-1)

Table tennis

ประวัติความเป็นมาของกีฬาเทเบิลเทนนิส คุณค่าของกีฬาเทเบิลเทนนิส ทักษะเบื้องต้นในการเล่น
เทเบิลเทนนิส ระเบียบ กฎ กติกา มารยาทของการเป็นผู้เล่นและผู้ดูที่ดี การบริหารร่างกายและการบำรุงรักษาสุขภาพ
การบำรุงรักษาอุปกรณ์ในการเล่นกีฬาเทเบิลเทนนิส

General background about history of table tennis; basic skills and advantages of table tennis
playing; rules and regulations, etiquette of players and spectators; physical exercises, health care; equipment
maintenance

942-128 เปตอง

1 (0-2-1)

Petanque

ประวัติความเป็นมา คุณค่า และประโยชน์ของกีฬาเปตอง ทักษะพื้นฐานกีฬาเปตอง วิธีการเล่น กฎ กติกา มารยาทในการเล่น การจัดการแข่งขัน กติกา มารยาทในการเป็นผู้เล่นและผู้ดูที่ดี การบำรุงรักษาอุปกรณ์ กีฬาเปตอง

History of petanque; basic skills and advantages of petanque playing; rules and regulations, etiquette in playing petanque; the arrangement of competition; rules and regulations, etiquette of players and spectators; equipment maintenance

942-129 บาสเกตบอล

1 (0-2-1)

Basketball

ประวัติความเป็นมาของกีฬาบาสเกตบอล ทักษะเฉพาะตัวเบื้องต้น ระเบียบ กติกา มารยาทของการเป็นผู้เล่นและผู้ดูที่ดี การบริหารร่างกาย การบำรุงรักษาสุขภาพ ความมีน้ำใจเป็นนักกีฬา การระวังรักษาสวัสดิภาพ ความปลอดภัยในการเล่นบาสเกตบอล การบำรุงรักษาอุปกรณ์

History of basketball; particular basic skills; rules and regulations, etiquette of players and spectators; physical exercises and health care; athletic spirit; safe playing; equipment maintenance

942-204 จิตวิทยาเพื่อการดำรงชีวิตที่มีสุข

3 (3-0-6)

Psychology for Well-being

ความเป็นมาของจิตวิทยา ปัจจัยทางจิตวิทยาที่ส่งผลต่อพฤติกรรมที่ต่างกันของมนุษย์ ประโยชน์ของจิตวิทยา และการนำจิตวิทยามาใช้ในชีวิตประจำวันและการทำงาน

Development of psychology; effects of psychological factors on human behaviors; psychology usefulness; practical applications of psychology in daily life and future careers

942-205 การสื่อสารและการเผยแพร่สารสนเทศ

3 (3-0-6)

Communication and Information Dissemination

ทรัพยากรสารสนเทศ วิธีการสืบค้นการวิเคราะห์และการสังเคราะห์ความรู้ การสื่อสารทั้งวจนภาษา และอวจนภาษา การเผยแพร่ จริยธรรมในการใช้แหล่งข้อมูล

Information resources; search methods; analysis and synthesis of knowledge; verbal and non-verbal communication; dissemination of information; code of ethics on using sources

942-220 ว่ายน้ำ 1 (0-2-1)

Swimming

ประวัติความเป็นมาของการว่ายน้ำ การสุขาภิบาลและความปลอดภัยในการว่ายน้ำ ทักษะการว่ายน้ำท่าต่าง ๆ มารยาทของการเป็นผู้เล่นและผู้ดูที่ดี การบริหารร่างกาย การบำรุงรักษาสุขภาพ การดูแลรักษาอุปกรณ์และเครื่องอำนวยความสะดวกในการว่ายน้ำ

History of swimming; sanitation and safety in swimming; skills of swimming in different styles; etiquette of athletes and spectators; physical exercises and health care; maintenance of equipment and facilities

942-221 พลศึกษาและนันทนาการ 1 (0-2-1)

Physical Education and Recreation

ปรัชญาของพลศึกษา ความมุ่งหมายของพลศึกษาต่อการพัฒนาร่างกาย จิตใจ อารมณ์และสังคม เรียนรู้เกมส์กีฬา การเลือกเล่นกีฬา จุดมุ่งหมายของนันทนาการ ความจำเป็นของนันทนาการในการดำรงชีวิต เกมส์นันทนาการ การฝึกปฏิบัติการออกกำลังกายและนันทนาการเพื่อสุขภาพ

Philosophy of physical education; purposes of physical education for physical, mental, emotional, and social development; the study of sport games and selection of proper sports; purposes of recreation; necessity of recreation in human life; games of recreational activities; physical exercises and recreation for health

942-230 การภาษีอากร 3 (3-0-6)

Taxation

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับภาษีอากร แนวคิด และบทบาทของภาษีอากร หลักเกณฑ์และวิธีการจัดเก็บภาษีอากรตามประมวลรัษฎากร ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ อากรแสตมป์ ภาษีศุลกากร และภาษีสรรพสามิต

General knowledge about taxation; concepts and roles of taxation; principles and features of taxation according to revenue codes, personal income tax, corporate tax, value-added tax, specific business tax, stamp duty, customs duty, excise duty

942-234 กฎหมายธุรกิจ 3 (3-0-6)

Business Law

กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ที่สำคัญเกี่ยวกับบุคคล นิติบุคคล การตั้งห้างหุ้นส่วน บริษัทจำกัด การเลิกกิจการทรัพย์สิน นิติกรรมสัญญา เอกเทศสัญญา ที่เกี่ยวกับธุรกิจ ซื้อขาย เช่าซื้อ ค้ำประกัน ตัวแทน นายหน้า ตัวเงิน พระราชบัญญัติเกี่ยวกับเช็ค

Principles of the civil and commercial law; law juristic entities; limited partnership establishment; limited companies; dissolution; property; juristic acts; contracts; specific contracts in relation to business transactions: hire purchases; sureties; agency; brokers; drafts and the Act of Cheques

946-100 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจ 3 (3-0-6)

Introduction to Business

ลักษณะการประกอบธุรกิจประเภทต่าง ๆ ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง อิทธิพลของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ หลักการพื้นฐานเกี่ยวกับการบริหารจัดการ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การผลิต การตลาด การบัญชี การเงิน จริยธรรมทางธุรกิจ

Types of business; related factors; influences of business environments; principles of management, human resource management; production; marketing; accounting; finance; business ethics

946-113 การบัญชีการเงิน 3 (3-0-6)

Financial Accounting

ลักษณะและแนวความคิดขั้นพื้นฐานของการบัญชี กระบวนการบันทึกบัญชี การปรับปรุงรายการ การปิดบัญชีและการจัดทำงบการเงิน การบัญชีสำหรับกิจการซื้อขายสินค้าและกิจการผลิตสินค้า การบัญชีภาษีมูลค่าเพิ่ม งบกระทบยอดเงินฝากธนาคาร งบกระแสเงินสด

Characteristics and basic concepts of accounting; accounting record process; adjustment of accounts; closing accounts; financial statement preparation; accounting for merchandising and manufacturing operations; value-added tax accounting; bank reconciliation statement; statement of cash flows

946-140 เทคโนโลยีสารสนเทศ 3 (3-0-6)

Information Technology

องค์ประกอบของเทคโนโลยีสารสนเทศทั้งฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ที่ใช้ในระบบคอมพิวเตอร์ การทำงานของโปรแกรมปฏิบัติการและโปรแกรมประยุกต์ การเก็บข้อมูลและการประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ การประยุกต์ใช้คอมพิวเตอร์ในองค์กร ระบบเครือข่ายและหน้าที่ของบุคคลในงานเทคโนโลยีสารสนเทศ

Components of information technology, hardware and software in computer systems; operating systems and application programs; data storage; data processing; application of computers in organizations, network systems and technician's responsibilities in information technology

946-160 หลักการตลาด 3 (3-0-6)

Principles of Marketing

ความหมาย ความสำคัญของการตลาด แนวความคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการตลาด สิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลทางการตลาด ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ส่วนผสมทางการตลาด

Definitions and importance of marketing; fundamental concepts of marketing; environments influencing marketing; fundamental principles of consumer behaviors; market segmentation; targeting; positioning and marketing mix

946-180 เศรษฐศาสตร์จุลภาค 3 (3-0-6)

Microeconomics

อุปสงค์ อุปทาน คุณภาพของตลาด ความยืดหยุ่นของอุปสงค์และอุปทาน พฤติกรรมผู้บริโภค ต้นทุนการผลิตและฟังก์ชันการผลิต ตลาดสินค้าในทางเศรษฐศาสตร์ ตลาดปัจจัยการผลิต ผลกระทบภายนอกและสินค้าสาธารณะ

Demand and supply; market equilibrium; elasticity of demand and supply; consumer behavior; cost and production functions; microeconomics of product markets; factor markets; externalities and public goods

946-181 เศรษฐศาสตร์มหภาค 3 (3-0-6)

Macroeconomics

การคำนวณรายได้ประชาชาติ รายได้ประชาชาติคุณภาพ ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณเงินและเงินเฟ้อในระยะยาว การว่างงาน การเติบโตทางเศรษฐกิจ นโยบายการเงิน นโยบายการคลัง ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการค้าและการเงินระหว่างประเทศ

National income calculation; equilibrium level of national income; money growth and inflation; unemployment; economic growth; monetary policy; fiscal policy; basic concepts of international trade and finance

946-201 การจัดการธุรกิจขนาดย่อม 3 (3-0-6)

Small Business Management

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจขนาดย่อม กลยุทธ์การตลาด การเงิน การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การผลิตและการวางแผนเชิงกลยุทธ์ การแก้ปัญหาในธุรกิจขนาดย่อม โอกาสของธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ จริยธรรมสำหรับการจัดการธุรกิจขนาดย่อม

Concept and theories of the management of small and family owned businesses, marketing; finance; human resource management; production; strategic planning, Problem solving in small business, opportunities for domestic and overseas joint ventures, and ethics in small business management

946-209 หลักการจัดการ 3 (3-0-6)

Principles of Management

ความหมาย ความสำคัญและกระบวนการในการจัดการ บทบาท ความสำคัญของศาสตร์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการจัดการ คู่แข่งขันและพันธมิตรทางธุรกิจ อิทธิพลของเทคโนโลยีต่อการจัดการ กลยุทธ์องค์กร ลักษณะโครงสร้าง และประเภทขององค์กร หน้าที่ด้านต่าง ๆ ขององค์การธุรกิจ พฤติกรรมองค์กรและวัฒนธรรมองค์กร ความสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในองค์กรต่อการจัดการและความรับผิดชอบต่อสังคม

The definition, importance and process of management; roles and importance of science in management; business competitors and partners; the influence of technology on management; corporate strategies; organizational structure and type; functions of business organization; organizational behavior and culture; the relationship of stakeholders in organization to management and social responsibility

946-213 การบัญชีบริหาร 3 (3-0-6)

Managerial Accounting

รายวิชาบังคับเรียนก่อน : 946-113 การบัญชีการเงิน

บทบาทของการบัญชีบริหาร แนวคิดพื้นฐานและการแยกประเภทต้นทุน การคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ การคำนวณต้นทุนรวมและต้นทุนผันแปร การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของต้นทุน ปริมาณและกำไร การวิเคราะห์ต้นทุนเพื่อการตัดสินใจ ต้นทุนมาตรฐานและการวิเคราะห์ผลต่าง การจัดทำงบประมาณ งบประมาณการลงทุน การบัญชีตามความรับผิดชอบและการประเมินผลการปฏิบัติงาน

Prerequisite: 946-113 Financial Accounting

Roles of accounting on management; cost concepts and classifications; product costing; full costing and variable costing; cost-volume-profit analysis; analysis of costs for decision making; standard costing and variance analysis; budget preparation; capital budgeting; responsibility accounting and performance evaluation

946-260 พฤติกรรมผู้บริโภค 3 (3-0-6)

Consumer Behavior

รายวิชาบังคับเรียนก่อน : 946-160 หลักการตลาด

ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ในขั้นตอนต่าง ๆ ของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ทฤษฎี ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยส่วนบุคคล บุคคลภายนอก กิจกรรมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

Prerequisite: 946-160 Principles of Marketing

The relationship between marketing management and consumer behavior; analysis of the consumer purchase decision process, theories and factors influencing consumer behavior; individual factors, external factors, and marketing activities influencing consumer behavior

946-261 สถิติทางการตลาดและการพยากรณ์การขาย 3 (3-0-6)

Statistics for Marketing and Sales Forecasting

วิชาบังคับเรียนก่อน : 947- 118 สถิติธุรกิจ 1

สถิติที่ใช้ในการตลาด การวิเคราะห์ความแปรปรวน กระบวนการพยากรณ์การขาย เทคนิค วิธีการที่ใช้ในการพยากรณ์การขาย ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพยากรณ์การขาย การพยากรณ์เชิงปริมาณ การพยากรณ์เชิงคุณภาพ การนำข้อมูลจากการพยากรณ์การขายไปใช้ประโยชน์ในการบริหารงานทางการตลาด

Prerequisite: 947- 118 Business Statistics I

Statistics for marketing; regression analysis; the sales forecasting process, techniques and methods of sales forecasting, factors related to sales forecasting, quantitative analysis, qualitative analysis, applying sales forecasting data in marketing administration

946-262 การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ 3 (3-0-6)

Marketing Strategy and Planning

รายวิชาบังคับเรียนก่อน : 946-260 พฤติกรรมผู้บริโภค

แนวคิด ทฤษฎีในการบริหารการตลาด การจัดการทางการตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ด้านการบริหารงาน ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจำหน่าย การส่งเสริมทางการตลาด การปฏิบัติการ การควบคุมการดำเนินงานของธุรกิจ การบริหารงานของธุรกิจ การคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม

Prerequisite: 946-260 Consumer Behavior

Concepts and theories of marketing administration; marketing management; analysis of business context; strategic planning in marketing, administration, products, prices, and channels of distribution; marketing promotion; operational control in business; business administration; social responsibility

946-263 การจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ 3 (3-0-6)

Supply Chain and Logistic Management

ทฤษฎีในเรื่องของการจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ กระบวนการขนส่ง การจัดซื้อวัตถุดิบ การส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้า การจัดการสินค้าคงคลัง การบริหารคลังสินค้า การบรรจุหีบห่อ เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่องานด้านโลจิสติกส์ การนำกลยุทธ์โลจิสติกส์และการจัดการห่วงโซ่อุปทานไปปฏิบัติ การวางแผนการจัดการเกี่ยวกับโลจิสติกส์และการจัดการห่วงโซ่อุปทาน

Logistics and supply chain management theory; the process of transportation; raw material purchasing; delivering customer service; inventory management; warehouse management; packaging; logistics information technology; implementation of logistics and supply chain management; logistics and supply chain management planning

946-265 ประเด็นสำคัญทางการตลาด 3 (x-y-z)

Current Issues in Marketing

รายวิชาบังคับเรียนก่อน : ตามความเห็นชอบของสาขาวิชา

หัวข้อวิชาใหม่ด้านการตลาด ทฤษฎีใหม่ที่ร่วมสมัย การประยุกต์แนวทาง กลยุทธ์การดำเนินงานทางการตลาด ตามที่สาขาเห็นชอบ

Prerequisite: As required by the program

A new marketing course about contemporary theory, application and marketing strategies according to the department's considerations

946-290 การเงินธุรกิจ 3 (3-0-6)

Business Finance

รายวิชาบังคับเรียนก่อน : 946-111 หลักการบัญชี 1 หรือ 946-113 การบัญชีการเงิน

จุดมุ่งหมายและหน้าที่การบริหารทางการเงิน มูลค่าของเงินตามเวลา ผลตอบแทนและความเสี่ยง การวางแผนและการวิเคราะห์ทางการเงิน การบริหารเงินสดและหลักทรัพย์ตามความต้องการของตลาด การบริหารลูกหนี้ การบริหารสินค้า การจัดการเงินทุนระยะสั้นและระยะยาว โครงสร้างเงินทุนและนโยบายการจ่ายเงินปันผล

Prerequisite: 946-111 Principles of Accounting I or 946-113 Financial Accounting

Objectives and functions of financial management; time value of money; return and risk; financial planning and analysis; cash and marketable securities management; receivable management; inventory management; short-term and long-term financing management; capital structure and the dividend policy

946-300 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ 3 (3-0-6)

Human Resource Management

ความหมายและหน้าที่การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การวิเคราะห์งาน การวางแผนกำลังคน การบริหารงานบุคคล การสรรหาและการคัดเลือก การฝึกอบรมพนักงาน การจ่ายค่าตอบแทนสวัสดิการ การสร้างขวัญและกำลังใจ การประเมินผลงาน การเลื่อนตำแหน่ง การสับเปลี่ยน การย้ายงาน การลงโทษ การเลิกจ้าง การเจรจาต่อรอง แรงงานสัมพันธ์

Definition and function of human resource management; job analysis; manpower planning system; personal administration; recruitment and selection; training; compensation and welfare; building up motivation and morale; assessment system; promotion; job rotation; relocating; punishment; layout; negotiation and labour relations

946-360 การจัดการการขายและเทคนิคการขาย 3 (3-0-6)

Sales Management and Selling Techniques

บทบาทหน้าที่ของผู้บริหารงานขาย การจัดองค์กรการขาย การแสวงหา การคัดเลือกพนักงานขาย การฝึกอบรมพนักงานขาย ศิลปะการขาย การเจรจาต่อรองในการเสนอขายกับลูกค้าหรือพนักงานจัดซื้อ การวิเคราะห์คู่แข่ง การกลยุทธ์ในการเจรจาต่อรอง เทคนิคและเครื่องมือในการโน้มน้าวคู่แข่ง การกำหนดแผนพนักงานขาย การจูงใจพนักงานขาย การวิเคราะห์ การประเมินผลงาน การวางแผนการขาย การพยากรณ์การขาย การบริหารเวลา การแบ่งเขตการขาย ลูกค้า การเสนอขาย ความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้บริหารงานขาย

Roles and functions of sales managers; sales organization; recruiting and selecting salesman; salesman training; the art of sales; sales negotiation strategies for customers or business buyers; negotiation analysis; negotiation strategies; techniques and tools in negotiation motivation; salesman compensation; salesman motivation; sales performance analysis and evaluation; sales planning; sales forecasting; time management; sales segmentation, customer and sales presentation, and the social responsibility of sales administrators

946-361 การตลาดโลก 3 (3-0-6)

Global Marketing

ลักษณะและบทบาทของตลาดโลกที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจในอนาคต แนวทางการเข้าสู่ตลาดโลก การแข่งขันในตลาดโลก พฤติกรรมของตลาด และการแบ่งส่วนของตลาดโลก รูปแบบการบริโภคของตลาดโลก แนวความคิดด้านการตลาดแบบไร้พรมแดน กลยุทธ์ตลาดโลกและการตลาดระหว่างประเทศ การส่งออก การนำเข้า และการลงทุนในต่างประเทศ การวิเคราะห์ปัญหาต่างๆ ที่มีผลต่อการดำเนินงานด้านการตลาดระหว่างประเทศ ประเด็นปัญหาการตลาดระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจและแนวโน้มในอนาคต

Characteristics and roles of global markets in influencing future business; global market entry strategies; global market competition; market behavior; global market segmentation, global consumer marketing; idea of beyond frontier marketing; global and international marketing strategies; exporting, importing, and international investment; analyzing factors affecting international marketing tasks; international issues related to business ethics and future trends

946-362 การสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการ 3 (3-0-6)

Integrated Marketing Communication

ความหมาย ความสำคัญของการสื่อสารทางการตลาด การวางแผนกลยุทธ์ การบริหารงานการสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการ ประเภทของการสื่อสารทางการตลาดรูปแบบต่าง ๆ การเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดประเภทต่าง ๆ

The definition and importance of marketing communication; strategic planning; integrated marketing communication administration; types of marketing communication, selecting the right marketing communication tools

946-363 การวิจัยตลาด 3 (2-2-5)

Marketing Research

รายวิชาบังคับเรียนก่อน : 946-260 พฤติกรรมผู้บริโภค และ 947-118 สถิติธุรกิจ 1

ความหมาย ความสำคัญของการวิจัยตลาด กระบวนการวิจัยตลาด การระบุปัญหาทางการตลาด การออกแบบงานวิจัย ประเภทของงานวิจัย แหล่งข้อมูลและวิธีการสำรวจข้อมูล การสร้างเครื่องมือในการเก็บข้อมูล การเก็บข้อมูลภาคสนาม การวิเคราะห์ข้อมูล การเขียนรายงานการวิจัย การนำเสนอผลการวิจัยเพื่อประยุกต์ใช้ในการแก้ปัญหา การตัดสินใจทางการตลาด

Prerequisite: 946-260 Consumer Behavior and 947-118 Business Statistics I

The definition and importance of marketing research, the process of marketing research, specifying marketing problems, research design, types of research, resources and methods of data surveying, creating field data collection tools, data analysis, research report writing, research presentation for problem solving and marketing decision making

946-364 การฝึกงานทางการตลาด ไม่น้อยกว่า 230 ชั่วโมง

Job Training in Marketing

เงื่อนไข : สำหรับนักศึกษาชั้นปี 3

ฝึกปฏิบัติงานในแหล่งฝึกงานตรงตามสาขาวิชาของนักศึกษาเพื่อให้เรียนรู้สภาพการปฏิบัติงานจริง

For third-year students

Job training in field-related organizations and companies for students to learn from real business settings

946-366 การตลาดบริการ 3 (3-0-6)

Service Marketing

ความหมาย ความสำคัญของการตลาดบริการ แนวความคิดทางการตลาดสมัยใหม่กับตลาดบริการ พฤติกรรมผู้บริโภค ความคาดหวังของผู้บริโภค การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของการตลาดบริการ การพัฒนาคุณภาพ

การบริการ การกำหนดราคาสำหรับตลาดบริการ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดบริการ การตลาดสำหรับการบริการเฉพาะเรื่อง

The definition and importance of service marketing; concepts of modern marketing and service marketing, buying behavior and consumer expectations; service market segmentation; service quality development; pricing service marketing; marketing promotion strategies, marketing individual service

946-367 การตลาดเพื่อธุรกิจค้าปลีก 3 (3-0-6)

Retail Marketing

หลักการจัดการการค้าปลีก สถาบันการค้าปลีก มีความเข้าใจเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคและการแข่งขัน กลยุทธ์การตลาดค้าปลีกที่มีประสิทธิภาพ การเลือกทำเลที่ตั้งร้านค้าปลีก การเข้าใจเรื่องห่วงโซ่อุปทานและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อจัดการการค้าปลีก การจัดการกลุ่มสินค้า ระบบการจัดซื้อ การกำหนดแบรนด์ร้านค้าปลีก การกำหนดราคาขายปลีก การจัดโปรแกรมส่งเสริมการตลาด การบริหารร้านค้า การออกแบบร้านค้า และจัดวางผังร้านค้าเพื่อนำเสนอสินค้า การให้บริการ และเทคนิคการขายปลีก การค้าปลีกระหว่างประเทศ และการค้าปลีกอิเล็กทรอนิกส์

Principles of retailing; retail institution; consumer behavior and competition; efficient retail marketing strategies; retail location; supply chains and information technology retail systems, product management, procurement systems, retail branding, retail pricing, retail market promotion, retail store management, retail store designing, display shelving systems; service and techniques for retailing; international and electronics retail

946-400 การจัดการเชิงกลยุทธ์ 3 (3-0-6)

Strategic Management

เงื่อนไข : สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 4

วิวัฒนาการและกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ การกำหนดวัตถุประสงค์ การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อม การประเมินสถานการณ์ การตัดสินใจเลือกกลยุทธ์ การประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ การควบคุมกลยุทธ์

For fourth-year students

Evolution and a process of strategic management; objective setting; environment analysis; situation assessment; strategy selection; application of strategies to situations; strategic evaluation

946-460 การจัดการผลิตภัณฑ์ 3 (3-0-6)

Product Management

นโยบายและกลยุทธ์การจัดการผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การบริหารบรรจุภัณฑ์ การบริหารสายผลิตภัณฑ์ การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และแบรนด์ใหม่ การบริหารผลิตภัณฑ์ในแต่ละช่วงวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ สาเหตุและการหลีกเลี่ยงความล้มเหลวของการบริหารงานด้านผลิตภัณฑ์ การกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดอื่นให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ การสร้างบรรจุภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมกับ

ผลิตภัณฑ์ การจัดทำฉลากบนบรรจุภัณฑ์ บทบาทของรัฐบาลที่มีต่อการบริหารผลิตภัณฑ์และแบรนด์ การบริหารผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์อย่างมีประสิทธิภาพ

Policies and strategies in product management; packaging administration strategies; product line management; product positioning; product and new brand development; product life cycle management; causes of failure, and how to avoid failure in product management; the relevance of marketing mix strategies to product strategies; designing packaging in accordance with products; labeling; roles of government in influencing product and brand management; ethics in product and packaging management

946-461 การจัดการช่องทางการกระจายสินค้า 3 (3-0-6)

Distribution Channel Management

ทฤษฎีและความสำคัญของช่องทางการกระจายสินค้า บทบาทช่องทางการกระจายสินค้า การผสมผสานความรู้ของช่องทางการจัดจำหน่ายกับส่วนประสมการตลาดอื่นๆ การออกแบบช่องทางให้เกิดการได้เปรียบทางการแข่งขัน การบริหารช่องทางภายใต้สถานการณ์ที่เปลี่ยนไป การบริหารข้อโต้แย้ง การพัฒนาความสัมพันธ์เชิงบวก การสร้างคุณค่าในระยะยาว

Theories and importance of distribution channel; roles of distribution channel; managing the knowledge of distribution channel with another marketing mix; mixing the channels to cause advantageous competition; managing distribution channel under changeable circumstances; argument management; positive relation development; creating long-term value

946-462 สัมมนาทางการตลาด 3 (1-4-4)

Seminar in Marketing

เงื่อนไข : ผ่านวิชาชีพบังคับมาแล้วไม่ต่ำกว่า 15 หน่วยกิต

มุ่งเน้นกระบวนการวิเคราะห์ แก้ไขปัญหาทางการตลาด ในรูปของกรณีศึกษา บทความที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ปัจจุบันทางการตลาด โดยนำความรู้ ทฤษฎีทางการตลาดมาประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับปัญหาสถานการณ์ทางการตลาด

Pass Professional Core Course not less than 15 credits

Process analysis; marketing problem solving in case studies and articles within present marketing contexts; applying knowledge and marketing theory in accordance with problems and market situations

946-463 การศึกษาค้นคว้าอิสระทางการตลาด 3 (0-9-0)

Independent Study in Marketing

เงื่อนไข : ผ่านวิชาชีพบังคับมาแล้วไม่ต่ำกว่า 15 หน่วยกิต

การกำหนดหัวข้อ ประเด็นที่นักศึกษาสนใจ เกี่ยวข้องกับวิชาชีพ อาศัยองค์ความรู้ เทคนิควิเคราะห์ ข้อมูลทางการตลาดในการคิดหาแนวทางการแก้ปัญหา รูปแบบการดำเนินงานทางการตลาด การนำเสนอเป็น รายงานประกอบการศึกษาในหัวข้อหรือปัญหานั้น ๆ

Pass Professional Core Course not less than 15 credits

Selecting an interesting topic related to a professional career, using knowledge base, analysis techniques in marketing for problem solving, report writing for study in the chosen topic

946-467 การจัดการผลิตภัณฑ์ใหม่

3 (3-0-6)

New Product Management

แนวคิดของการจัดการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ การบริหารงานและเทคนิคในการวิเคราะห์ที่จำเป็นในการออกแบบและบริหารสินค้าและบริการใหม่ การวิเคราะห์ตลาดที่จะเข้า การพัฒนาแนวคิดในการเข้าสู่ตลาด การปรับแนวคิดนี้ตามความต้องการและความปรารถนาของลูกค้า การเลือกแนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ วิธีการทดสอบตลาดในแนวคิดนั้นและวิธีการบริหารวงจรผลิตภัณฑ์นั้นจนถึงจุดอิ่มตัว

Concepts of new product and service management development; administration; analytical techniques in designing and managing new products and services; entry market analysis; entry market development; concept adjustment to customer need or desire; product concept selection; marketing mix development for new products; concept testing, and product life cycle management to the maturity stage

946-468 การตลาดเชิงสัมพันธ์ภาพ

3 (3-0-6)

Relationship Marketing

ความหมาย ความสำคัญของการตลาดเชิงสัมพันธ์ภาพ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภค ความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ ความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค การพัฒนาและสร้างสรรค์กลยุทธ์ที่ใช้เพื่อการรักษาความสัมพันธ์ให้คงอยู่อย่างถาวร

The definition and importance of relationship marketing; the consumer-to-consumer relationship; business-to-business relationship; consumer-to-business relationship, the development and formulation of strategies for relationship sustaining

946-469 การตลาดเพื่อสังคม

3 (3-0-6)

Social Marketing

การจัดการการตลาดบนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ผลกระทบของการตลาดแบบดั้งเดิมต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม การพัฒนาอย่างยั่งยืนและการสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม กลยุทธ์การ

การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม การนำหลักการตลาดไปประยุกต์ใช้กับงานขององค์กรที่มีเป้าหมายมุ่งหวังผลกำไรและการรณรงค์กิจกรรมทางสังคม

Marketing management based on society and environment; the impacts of traditional marketing toward society and environment change; sustainable development; social and environmental responsibility in business; customer focusing on social and environmental responsibility; environmental marketing strategies; marketing application for non profit organizations; social campaigns

947-101 วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และสังคม 3 (3-0-6)

Science, Technology, and Society

ความก้าวหน้าทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงทางสังคม ระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อม ผลกระทบของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีต่อสุขภาพ สิ่งแวดล้อมและสังคม การใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีต่อการพัฒนาสังคม การป้องกันแก้ไขปัญหาสังคมที่เกิดจากผลกระทบของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

Progress in science and technology; social dynamics; ecosystems and environment; impacts of science and technology on health, environment, and society; science and technology in social development; preventing and solving social problems arisen from science and technology impact

947-117 คณิตศาสตร์ทั่วไป 3 (3-0-6)

General Mathematics

เซต ตรรกศาสตร์ ฟังก์ชันกับปัญหาในชีวิตจริง คณิตศาสตร์กับศิลปะ สมการ และอสมการตัวแปรเดียว เมทริกซ์และระบบสมการเชิงเส้น ลำดับและอนุกรม การประยุกต์คณิตศาสตร์ในชีวิตประจำวัน

Sets, logic, and functions in real-life problems; mathematics and arts; equations and inequality of one variable; matrix; linear equations system; sequences and series; applications of mathematics in daily life

947-118 สถิติธุรกิจ 1 3 (3-0-6)

Business Statistics I

การวิเคราะห์ปัญหาทางธุรกิจเชิงสถิติ ความหมาย ขอบเขต และประโยชน์ของสถิติ การเก็บรวบรวมและการนำเสนอข้อมูล การวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง การวัดการกระจาย ความน่าจะเป็น การแจกแจงความน่าจะเป็นของตัวแปรสุ่ม การประมาณค่า การทดสอบสมมติฐาน การทดสอบไคสแควร์ การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติช่วยในการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล

Statistical analysis of business problems; definitions, scopes, and benefits of statistics; data collection and presentation; measures of central tendency; measures of dispersion; probability; probability distribution of random variables; estimation; hypothesis testing; Chi-square testing; use of statistical package for data and presentation analysis

947-211 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ 3 (3-0-6)

Quantitative Analysis

การโปรแกรมเชิงเส้น การตัดสินใจภายใต้ความไม่แน่นอนและภายใต้ความเสี่ยง การวางแผนโครงการและการวิเคราะห์วิถีวิกฤต ทฤษฎีเกมส์ ปัญหาการขนส่ง และการวิเคราะห์มาร์คอฟ

Linear programming; decision-making under uncertainties and risks; project planning and critical path analysis; game theory; transportation problems; markov analysis

948-360 การตั้งราคาและการสร้างกำไรทางการตลาด 3 (3-0-6)

Pricing and Marketing Profitability

นโยบายราคา กลยุทธ์การกำหนดราคา การตัดสินใจเปลี่ยนแปลงราคาของผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ การใช้ราคาเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการตลาด การกำหนดราคาให้สอดคล้องกับส่วนประสมทางการตลาดอื่น ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลกระทบต่อการทำกำไรของกิจการ เศรษฐศาสตร์กับราคา การวิเคราะห์ต้นทุน การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน และการประยุกต์ใช้เทคนิคการวิเคราะห์เชิงปริมาณเข้ามาช่วยในการตัดสินใจทางการตลาดเพื่อเพิ่มความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจ

Price policy; price strategies; price adjusting, and using price as a tool in marketing promotion; the relevance of price setting to another marketing mix; marketing factors affecting firm profits; price in economics; cost analysis; break even analysis; quantitative analysis techniques applied in marketing decisions to enhance firm profits

948-361 การจัดการแบรนด์ 3 (3-0-6)

Brand Management

ความหมายและความสำคัญของแบรนด์ องค์ประกอบของแบรนด์ เอกลักษณ์ของแบรนด์ การสร้างความเข้มแข็งของแบรนด์ การสร้างคุณค่าของแบรนด์ ศึกษากระบวนการและการวิเคราะห์คุณสมบัติเบื้องต้นของสินค้าเพื่อให้ตัดสินใจเกี่ยวกับแบรนด์ การวางแผนสร้างแบรนด์ในเศรษฐกิจยุคใหม่ กลยุทธ์ในการสร้างความจงรักภักดีต่อแบรนด์ ทบทวนการกำหนดตำแหน่งแบรนด์ในตลาดที่มีการแข่งขันจากภายในและต่างประเทศ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจพัฒนาเปลี่ยนแปลงแบรนด์เพื่อสามารถวิเคราะห์วางแผนและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม

The definition and importance of brand; brand components; brand identity, building the strength of brand, adding brand value; process and primary analysis of products to make decisions about brand; planning of brand building in modern economics; brand loyalty strategies; factors influencing brand development to set suitable marketing strategies

948-362 การตลาดเอเชีย

3 (3-0-6)

Marketing for Asian Countries

ลักษณะและบทบาทของตลาดเอเชียและจีน อิทธิพลของตลาดเอเชียและจีนต่อการดำเนินธุรกิจในอนาคต แนวทางการเข้าสู่ตลาดเอเชียและจีน รูปแบบการแข่งขันในตลาดเอเชียและจีน พฤติกรรมของตลาดและการแบ่งส่วนของตลาด รูปแบบการบริโภคของตลาดโลก กลยุทธ์การตลาดที่ใช้ในตลาดเอเชียและจีนในปัจจุบัน และแนวโน้มในอนาคต

Characteristics and roles of Asian and China marketing; the influence of Asian and China marketing toward future business; methods of Asian and China market entry; competition in the Asian and China market; market behavior and segmentation of the Asian and China market; consumption patterns of the Asian and China market; marketing strategies in the Asian and China market in present and future trends

948 -363 ระบบสารสนเทศทางการตลาด

3 (3-0-6)

Marketing Information System

แนวคิด บทบาท และหน้าที่ของระบบสารสนเทศทางการตลาด กระบวนการพัฒนาระบบสารสนเทศทางการตลาด การใช้ระบบสารสนเทศทางการตลาดในการตัดสินใจทางการตลาด และสร้าง competitive advantages ในการแข่งขันทางการตลาด

Concepts, roles and duty of marketing information system; the developmental process of marketing information system; using marketing information system in marketing decisions and forming competitive advantages

948-364 ความคิดสร้างสรรค์และการออกแบบทางการตลาด

3 (3-0-6)

Creativity and Design in Marketing

หลักการและเทคนิคของการออกแบบทางการตลาด การจัดองค์ประกอบจิตวิทยาของมนุษย์ในการอ่านและรับรู้งานออกแบบ การออกแบบสัญลักษณ์ เครื่องหมายการค้าและบรรจุภัณฑ์ การออกแบบกราฟิกสำหรับองค์กรและการจัดวางเครื่องหมายการค้าบนตัวผลิตภัณฑ์ การใช้คอมพิวเตอร์ในการออกแบบและการแสดงแบบ การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่าง ๆ สำหรับการออกแบบสื่อทางการตลาด

Principles and techniques of marketing design; human psychological components in reading and perceiving design; symbol designing, trade mark, packaging, graphic design for organization, trade mark positioning on products; computer aided design presentation; computer programming in marketing media designing

948-365 การคิดอย่างเป็นเหตุเป็นผล**3 (3-0-6)****Logical Thinking**

การวิเคราะห์ความรู้ความเข้าใจในกระบวนการคิด ทักษะในการใช้ความคิดและตัดสินใจอย่างมีเหตุผล ค่านิยมในการใช้ความคิดอย่างเป็นระบบในการแก้ปัญหา กระบวนการคิดเชื่อมโยงและคิดในเชิงกลยุทธ์ได้ ทักษะในการศึกษาค้นคว้า เพื่อสะสมความรู้เป็นพื้นฐานของการสร้างความรู้ใหม่

Analysis of thinking processes; logical decision-making skills; systematic thinking used in problem solving; associative and strategic thinking processes; information searching skills

948-366 การตลาดดิจิทัล**3 (3-0-6)****Digital Marketing**

แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการที่ผู้บริโภคสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับสื่อดิจิทัลที่ผู้บริโภคเลือกใช้ กระบวนการที่ผู้บริโภคมีการโต้ตอบกับบริษัทหรือผู้บริโภครายอื่น ๆ ผ่านสื่อดิจิทัล การเก็บข้อมูลผู้บริโภคผ่านปฏิสัมพันธ์บนโลกดิจิทัล กลยุทธ์ในการนำข้อมูลที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ของผู้บริโภคกับสื่อดิจิทัลมาวิเคราะห์หาแนวทางในการทำการตลาดที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำการตลาดยุคดิจิทัล

Processes of the interaction between members in the digital world; consumer-to-consumer, and consumer-to-media; collecting consumer information by using social media; strategies of using consumer information for marketing purpose; increasing the efficiency of digital marketing strategies

948-460 สหกิจศึกษา**6 (0-0-36)****Cooperative Education****เงื่อนไข สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 4**

ปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการตรงตามสาขาวิชาของนักศึกษาโดยมีขั้นตอนการสมัคร และคัดเลือก มีการมอบหมายภาระงานที่ชัดเจนแน่นอนและต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบขององค์กรเสมือนเป็นพนักงาน มีการนำความรู้ที่ได้ศึกษามานำมาบูรณาการเพื่อประยุกต์ใช้กับงานที่ได้รับมอบหมาย มีการศึกษาหาความรู้และวิทยาการที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติมภายใต้คำปรึกษาของคณาจารย์ที่รับผิดชอบ โดยมีระยะเวลาปฏิบัติงานอย่างน้อย 4 เดือน และทำการประเมินผลร่วมกับฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ของสถานประกอบการ

For fourth-year students

Internship at a workplace in accordance with the field of study through the process of job application and selection; handling of work responsibilities and understanding of organizational rules; application of the internship knowledge to assigned work; searching for additional knowledge and technology under the supervision of advisors; working at least four months during internship and being cooperatively assessed by the Department of Human Resources in the workplace

948-461 การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ

3 (3-0-6)

Marketing for Entrepreneurs

ลักษณะและปัญหาเฉพาะด้านการตลาดของผู้ประกอบการและผู้ประกอบธุรกิจขนาดย่อม วิธีบริหารและการดำเนินงานด้านการตลาดสำหรับการพัฒนาธุรกิจขนาดย่อม ทักษะด้านการตลาดเชิงกลยุทธ์สำหรับการเป็นผู้ประกอบการที่ดี แนวทางการดำเนินธุรกิจให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป ภายใต้หลักสูตรปริญญาตรี

Specific marketing aspects and problems of entrepreneurship; marketing administration methods in a small business development; skill in strategic marketing for successful entrepreneurship; business administration for environmental change as an ethical business

948-462 การเป็นผู้ประกอบการและการสร้างธุรกิจใหม่

3 (3-0-6)

Entrepreneurship and New Venture Creation

แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ ลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ ทักษะและแรงจูงใจของผู้ประกอบการ คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ทักษะและทรัพยากรที่จำเป็นของผู้ประกอบการ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและประเมินโอกาสทางธุรกิจ การวิจัยทางการตลาด ขั้นตอนการเริ่มธุรกิจใหม่และการจัดทำแผนธุรกิจ การหาแหล่งเงินทุน กฎหมายเกี่ยวข้องกับการจัดตั้งธุรกิจใหม่ ปัญหาและความเสี่ยงที่เกิดขึ้นกับการดำเนินธุรกิจ

Concepts of entrepreneurship; characteristics of entrepreneurship and entrepreneurship development; attitude and motivation of entrepreneurs; qualifications of successful entrepreneurs; skill and resources required for being an entrepreneur; business environment and opportunities analysis, marketing research; starting a business process and business plan; financial sourcing, new business legal issues; problems and risks in business operation

948-464 สภาวะสังคมบนโลกดิจิทัล

3 (3-0-6)

Social Interaction on the Digital World

พฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลซึ่งมีความเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอย่างมีนัยสำคัญ ปฏิสัมพันธ์บนโลกดิจิทัล การคิดกลยุทธ์ในการสร้างและใช้ Social Media ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล การสร้างความเชื่อมโยงและเครือข่ายบนโลกดิจิทัล การสร้างสังคมบนโลกดิจิทัล การโฆษณาและการรักษาความสัมพันธ์บนโลกดิจิทัล

The differences between consumer behavior in the digital world and the real world; interaction in the digital world; strategies in designing and using social media; building the connections and networks in the digital world; building societies in the digital world; advertising and maintaining relationship in the digital world

Future Studies for Strategic Marketing

การศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงที่กำลังเกิดขึ้นในสังคม ทั้งในสังคมไทยและทั่วโลก โดยเฉพาะการศึกษาเกี่ยวกับสังคมผู้สูงอายุที่ประเทศไทยกำลังจะเผชิญในอนาคตอันใกล้ รวมทั้งแนวโน้มอื่นที่สำคัญ เช่น การเปิดเสรีทางการค้าและการเคลื่อนย้ายแรงงานอย่างเสรีในภูมิภาคอาเซียน การปรับตัวทางการตลาดและการเปลี่ยนแปลงในกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีความจำเป็นในการทำให้องค์กร/หน่วยธุรกิจอยู่รอดในภาวะที่โลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก

Significant changes in the Thai society and the world with an emphasis on studies about the elderly in the future; the important trends such as free-trade areas and the flows of labor force among Asean communities; the adjustments and changes in marketing strategies for sustaining organizations or business sectors in the changing world