



หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด
หลักสูตรปรับปรุง พุทธศักราช 2564

คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552

3. หลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน

3.1 หลักสูตร

3.1.1 จำนวนหน่วยกิต รวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 125 หน่วยกิต

3.1.2 โครงสร้างหลักสูตร

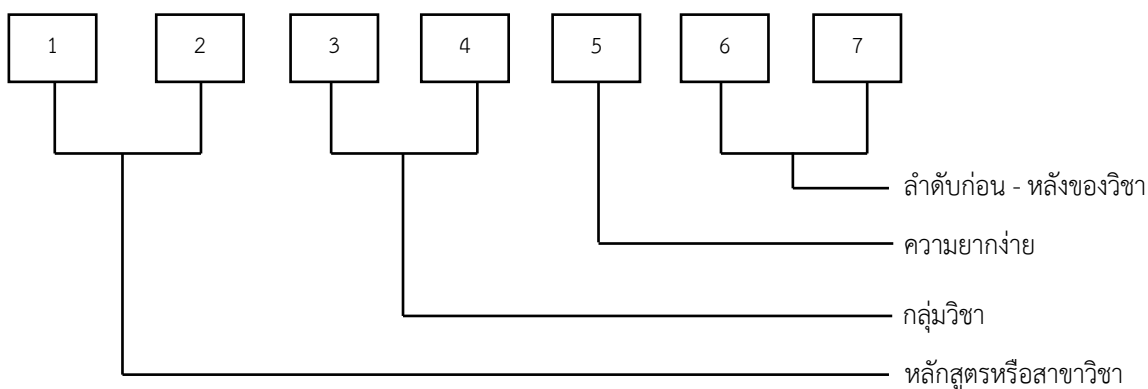
โครงสร้างหลักสูตร แบ่งเป็น 3 หมวดวิชา ซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2558 ดังนี้

3.1.2.1	หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	30 หน่วยกิต
	1) กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร	9 หน่วยกิต
	2) กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์	6 หน่วยกิต
	3) กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์	6 หน่วยกิต
	4) กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี	9 หน่วยกิต
3.1.2.2	หมวดวิชาเฉพาะ	ไม่น้อยกว่า 89 หน่วยกิต
	1) วิชาแกน	24 หน่วยกิต
	2) วิชาเอก	ไม่น้อยกว่า 65 หน่วยกิต
	2.1) วิชาเอกบังคับ	50 หน่วยกิต
	2.2) วิชาเอกเลือก	ไม่น้อยกว่า 15 หน่วยกิต
	2.2.1) กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด	
	ก) แบบปกติ	4 หน่วยกิต
	ข) แบบสหกิจศึกษา	7 หน่วยกิต
	2.2.2) กลุ่มวิชาการตลาด	
	ก) แบบปกติ	11 หน่วยกิต
	ข) แบบสหกิจศึกษา	8 หน่วยกิต
3.1.2.3	หมวดวิชาเลือกเสรี	6 หน่วยกิต

3.1.3 รายวิชา

3.1.3.1 การกำหนดรหัสวิชา

กำหนดให้มีรหัสวิชาจำนวน 7 ตำแหน่ง ประกอบด้วย อักษร 2 ตำแหน่ง และตัวเลข 5 ตำแหน่ง โดยมีความหมายดังนี้



เลขตัวที่ 1 และ 2 หมายถึง หลักสูตรหรือสาขาวิชา มีดังนี้

GE	หมายถึง	หมวดวิชาศึกษาทั่วไป
AC	หมายถึง	สาขาวิชาการบัญชี
EC	หมายถึง	สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์
FN	หมายถึง	สาขาวิชาการเงิน
GM	หมายถึง	สาขาวิชาการจัดการ
HR	หมายถึง	สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์
HT	หมายถึง	สาขาวิชาการจัดการการโรงแรม
MK	หมายถึง	สาขาวิชาการตลาด
BA	หมายถึง	สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

เลขตัวที่ 3 และ 4 หมายถึง กลุ่มวิชา

เลขตัวที่ 5 หมายถึง ความยากง่าย

เลขตัวที่ 6 และ 7 หมายถึง ลำดับก่อน-หลัง ของวิชาในกลุ่มวิชามีดังนี้

11	หมายถึง	วิชาแกนบริหารธุรกิจด้านการตลาด
12	หมายถึง	วิชาเอกบังคับ
13	หมายถึง	วิชาเอกเลือกที่มีลักษณะทางการตลาด
14	หมายถึง	วิชาเอกเลือกที่มีลักษณะการสื่อสารและความคิดสร้างสรรค์
15	หมายถึง	วิชาเอกเลือกที่มีลักษณะทางทักษะสำหรับอาชีพการตลาด
16	หมายถึง	วิชาเอกเลือกที่มีลักษณะด้านการจัดการการค้าปลีก
17	หมายถึง	วิชาเอกเลือกที่มีลักษณะด้านการฝึกปฏิบัติ

3.1.3.2 รายวิชา

1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	30 หน่วยกิต
1.1) กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร	9 หน่วยกิต
GE44001 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	3(2-2-5)
Thai for Communication	
GE44002 ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวันและการทำงาน	3(2-2-5)
English for Life and Work	
GE44003 ภาษาอังกฤษเพื่อนำไปใช้	3(2-2-5)
English in Use	
1.2) กลุ่มวิชามนุษย์ศาสตร์	6 หน่วยกิต
GE22001 ความดีงามแห่งชีวิต	6(3-6-9)
Virtue of Life	
1.3) กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์	6 หน่วยกิต
GE11001 ศาสตร์พระราชาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น	6(3-6-9)
King's Philosophy for Local Development	
1.4) กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	9 หน่วยกิต
GE33001 วิทยาศาสตร์และประเด็นร่วมสมัย	6(3-6-9)
Science and Contemporary Issues	
GE33002 รู้ทันโลกดิจิทัล	3(2-2-5)
Digital Literacy	
2) หมวดวิชาเฉพาะ	ไม่น้อยกว่า 89 หน่วยกิต
2.1) วิชาแกน	24 หน่วยกิต
AC10101 การบัญชีการเงิน	3(2-2-5)
Financial Accounting	
BA00301 สถิติเพื่อการวิจัยทางธุรกิจ	3(2-2-5)
Statistics for Business Research	
EC10101 หลักเศรษฐศาสตร์เพื่อนวัตกรรมและธุรกิจ	3(2-2-5)
Economics Principles for Innovation and Business	
FN10201 การเงินธุรกิจ	3(3-0-6)
Business Finance	
FN10202 กฎหมายธุรกิจและการภาษีอากร	3(2-2-5)
Business Law and Taxation	

GM11101	การจัดการสมัยใหม่ Modern Management	3(3-0-6)
HR11102	การจัดการทรัพยากรมนุษย์ยุคดิจิทัล Human Resource Management in Digital Era	3(3-0-6)
MK11101	การตลาดสมัยใหม่ Modern Marketing	3(3-0-6)

2.2) วิชาเอก ไม่น้อยกว่า 65 หน่วยกิต

2.2.1) วิชาเอกบังคับ 50 หน่วยกิต

MK12101	พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer Behavior	3(3-0-6)
MK12102	การสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการ Integrated Marketing Communication	3(3-0-6)
MK12103	การจัดการผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน Sustainable Product Management	3(3-0-6)
MK12104	การจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายและโลจิสติกส์ Distribution Channels and Logistics Management	3(3-0-6)
MK12201	การตลาดเพื่อชุมชนที่ยั่งยืน Marketing for Sustainable Community	2(1-2-3)
MK12202	การออกแบบและสร้างสรรค์สื่อดิจิทัล Design and Creation of Digital Media	3(2-2-5)
MK12203	การจัดการนวัตกรรมการขาย Sales Innovation Management	3(2-2-5)
MK12204	การสร้างแบรนด์ Brand Building	2(1-2-3)
MK12205	ฐานข้อมูลและการวิเคราะห์ทางการตลาด Database and Marketing Analysis	3(2-2-5)
MK12301	การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ Strategic Marketing Planning	3(2-2-5)
MK12302	การตลาดสำหรับธุรกิจบริการสมัยใหม่ Modern Service Marketing	3(3-0-6)

MK12303	การวิจัยการตลาด Marketing Research	3(2-2-5)
MK12304	การจัดการการตลาดเชิงกิจกรรม Event Marketing Management	2(1-2-3)
MK12305	การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ Electronic Marketing	3(2-2-5)
MK12306	บุคลิกภาพสำหรับนักการตลาด Personality for Marketers	2(1-2-3)
MK12307	การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด Quantitative Analysis in Marketing	3(3-0-6)
MK12401	การตลาดเชิงสร้างสรรค์ Creative Marketing	3(2-2-5)
MK12402	การเป็นผู้ประกอบการสำหรับนักการตลาด Entrepreneurship for Marketers	3(2-2-5)

2.2.2) วิชาเอกเลือก ไม่น้อยกว่า 15 หน่วยกิต

2.2.2.1) กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

บังคับให้เลือกเรียนแบบใดแบบหนึ่งระหว่างแบบปกติ

และแบบสหกิจศึกษา ดังต่อไปนี้

ก) แบบปกติ 4 หน่วยกิต

MK17401	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด Preparation for Marketing Internships	1(45)
MK17403	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด Marketing Internships	3(350)

ข) แบบสหกิจศึกษา 7 หน่วยกิต

MK17402	การเตรียมสหกิจศึกษา Preparation for Cooperative Education	1(45)
MK17404	สหกิจศึกษาทางการตลาด Cooperative Education in Marketing	6(720)

2.2.2.2) กลุ่มวิชาการตลาด

สำหรับนักศึกษาที่เลือกเรียนแบบปกติ ให้เลือกเรียน จำนวน 11 หน่วยกิต และสำหรับนักศึกษา
ที่เลือกเรียนแบบสหกิจศึกษา ให้เลือกเรียนจำนวน 8 หน่วยกิต

MK13301	กฎหมายและจริยธรรมทางการตลาด Law and Ethics in Marketing	3(3-0-6)
MK13302	การตลาดเพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ยั่งยืน Marketing for Sustainable Tourism Industry	2(1-2-3)
MK13303	การจัดการการตลาดเพื่อธุรกิจการเกษตร Marketing Management for Agricultural Business	3(3-0-6)
MK13304	นโยบายและกลยุทธ์การกำหนดราคา Pricing Policy and Strategy	3(3-0-6)
MK13305	การตลาดระดับโลก Global Marketing	3(3-0-6)
MK13306	การตลาดเพื่อธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม Marketing for Small-Medium Enterprises	2(1-2-3)
MK13307	การตลาดเพื่อธุรกิจและผลิตภัณฑ์ทางการเงิน Marketing for Business and Financial Products	3(2-2-5)
MK14201	ภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด English for Marketers	3(3-0-6)
MK14301	การประชาสัมพันธ์และการตลาดทางตรง Public Relations and Direct Marketing	2(1-2-3)
MK14302	การตลาดเชิงเนื้อหา Content Marketing	2(1-2-3)
MK14303	ภาษาจีนสำหรับนักการตลาด Chinese for Marketers	3(3-0-6)
MK14401	ภาษาญี่ปุ่นสำหรับนักการตลาด Japanese for Marketers	3(3-0-6)
MK14402	ภาษาเวียดนามสำหรับนักการตลาด Vietnamese for Marketers	3(3-0-6)
MK15201	ศิลปะการขาย Salesmanship	3(3-0-6)
MK15202	การจัดซื้อ Purchasing	3(3-0-6)
MK15401	การตลาดธุรกิจแฟชั่น Fashion Marketing	3(2-2-5)

MK16401	การจัดการสินค้าสำหรับธุรกิจค้าปลีก Merchandising Management for Retail Business	2(1-2-3)
MK16402	การจัดการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ Modern Retail Business Management	2(1-2-3)
MK16403	การจัดแสดงสินค้าและตกแต่งร้าน Merchandise Display and Store Decoration	2(1-2-3)
MK16404	การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน Logistics and Supply Chain Management	2(1-2-3)
MK16405	การเลือกทำเลที่ตั้งและการออกแบบ ร้านค้าในธุรกิจค้าปลีก Location Selection and Store Design in Retail Business	2(1-2-3)
MK17301	โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการจัดการการตลาด Software Package for Marketing Management	3(2-2-5)
MK17405	ปัญหาพิเศษทางการตลาด Special Problems in Marketing	3(2-2-5)
AC10301	การบัญชีเพื่อการจัดการ Managerial Accounting	3(2-2-5)
GM13301	นวัตกรรมการจัดการผลิตและการดำเนินงาน Production and Operations Innovation	3(3-0-6)
HT21308	บาร์เทนเดอร์ Bartender	3(2-2-5)
HT31205	การดำเนินงานบาร์และเครื่องดื่ม Bar and Beverage Operation	3(2-2-5)
HT31206	การประกอบอาหารไทย Thai Cuisine	3(2-2-5)
HT31213	ขนมอบ Bakery and Baked Goods	3(2-2-5)

3) หมวดวิชาเลือกเสรี 6 หน่วยกิต

ให้เลือกเรียนรายวิชาใดๆ ในหลักสูตรมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี โดยไม่ซ้ำกับรายวิชาที่เคยเรียนมาแล้ว และต้องไม่เป็นรายวิชาที่กำหนดให้เรียนโดยไม่นับหน่วยกิตรวมในเกณฑ์การสำเร็จหลักสูตรของสาขาวิชาการตลาด

3.1.4 แผนการศึกษา

1) แผนการศึกษา แบบปกติ

ชั้นปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 1			
หมวดวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	จำนวนหน่วยกิต
ศึกษาทั่วไป	XXXXXXX	รายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป	9
วิชาแกน	MK11101	การตลาดสมัยใหม่	3(3-0-6)
	AC10101	การบัญชีการเงิน	3(2-2-5)
	GM11101	การจัดการสมัยใหม่	3(3-0-6)
วิชาเอกบังคับ	MK12101	พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0-6)
รวม			21

ชั้นปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 2			
หมวดวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	จำนวนหน่วยกิต
ศึกษาทั่วไป	XXXXXXX	รายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป	6
วิชาแกน	FN10201	การเงินธุรกิจ	3(3-0-6)
	EC10101	หลักเศรษฐศาสตร์เพื่อนวัตกรรมและธุรกิจ	3(3-0-6)
วิชาเอกบังคับ	MK12102	การสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการ	3(3-0-6)
	MK12103	การจัดการผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน	3(3-0-6)
	MK12104	การจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายและโลจิสติกส์	3(3-0-6)
รวม			21

ชั้นปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 1			
หมวดวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	จำนวนหน่วยกิต
ศึกษาทั่วไป	XXXXXXX	รายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป	6
วิชาแกน	FN10202	กฎหมายธุรกิจและการภาษีอากร	3(2-2-5)
	HR11102	การจัดการทรัพยากรมนุษย์ยุคดิจิทัล	3(3-0-6)
วิชาเอกบังคับ	MK12201	การตลาดเพื่อชุมชนที่ยั่งยืน	2(1-2-3)
	MK12202	การออกแบบและการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัล	3(2-2-5)
รวม			17

ชั้นปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2			
หมวดวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	จำนวนหน่วยกิต
ศึกษาทั่วไป	XXXXXXX	รายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป	6
วิชาแกน	BA00301	สถิติเพื่อการวิจัยทางธุรกิจ	3(2-2-5)
วิชาเอกบังคับ	MK12203	การจัดการนวัตกรรมการขาย	3(2-2-5)
	MK12204	การสร้างแบรนด์	2(1-2-3)
	MK12205	ฐานข้อมูลและการวิเคราะห์ทางการตลาด	3(2-2-5)
วิชาเลือกเสรี		เลือกเสรี	3
รวม			20

ชั้นปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1			
หมวดวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	จำนวนหน่วยกิต
ศึกษาทั่วไป	XXXXXXX	รายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป	3
วิชาเอกบังคับ	MK12301	การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์	3(2-2-5)
	MK12303	การวิจัยการตลาด	3(2-2-5)
	MK12307	การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด	3(3-0-6)
วิชาเลือกเสรี		เลือกเสรี	3
รวม			15

ชั้นปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2			
หมวดวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	จำนวนหน่วยกิต
วิชาเอกบังคับ	MK12302	การตลาดสำหรับธุรกิจบริการสมัยใหม่	3(3-0-6)
	MK12304	การจัดการตลาดเชิงกิจกรรม	2(1-2-3)
	MK12305	การตลาดอิเล็กทรอนิกส์	3(2-2-5)
	MK12306	บุคลิกภาพสำหรับนักการตลาด	2(1-2-3)
วิชาเอกเลือก	XXXXXXX	เลือกเรียนในหมวดวิชาเอกเลือก	5
รวม			15

ชั้นปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 1			
หมวดวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	จำนวนหน่วยกิต
วิชาเอกบังคับ	MK12401	การตลาดเชิงสร้างสรรค์	3(2-2-5)
	MK12402	การเป็นผู้ประกอบการสำหรับนักการตลาด	3(2-2-5)
	MK17401	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด	1(45)
วิชาเอกเลือก	XXXXXXX	เลือกเรียนในหมวดวิชาเอกเลือก	6
รวม			13

ชั้นปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 2			
หมวดวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	จำนวนหน่วยกิต
วิชาเอกเลือก	MK17403	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด	3(350)
รวม			3

2) แผนการศึกษา แบบสหกิจศึกษา

ชั้นปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 1			
หมวดวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	จำนวนหน่วยกิต
ศึกษาทั่วไป	XXXXXXX	รายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป	9
วิชาแกน	MK11101	การตลาดสมัยใหม่	3(3-0-6)
	AC10101	การบัญชีการเงิน	3(2-2-5)
	GM11101	การจัดการสมัยใหม่	3(3-0-6)
วิชาเอกบังคับ	MK12101	พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0-6)
รวม			21

ชั้นปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 2			
หมวดวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	จำนวนหน่วยกิต
ศึกษาทั่วไป	XXXXXXX	รายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป	6
วิชาแกน	FN10201	การเงินธุรกิจ	3(3-0-6)
	EC10101	หลักเศรษฐศาสตร์เพื่อนวัตกรรมและธุรกิจ	3(3-0-6)
วิชาเอกบังคับ	MK12102	การสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการ	3(3-0-6)
	MK12103	การจัดการผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน	3(3-0-6)
	MK12104	การจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายและโลจิสติกส์	3(3-0-6)
รวม			21

ชั้นปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 1			
หมวดวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	จำนวนหน่วยกิต
ศึกษาทั่วไป	XXXXXXX	รายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป	6
วิชาแกน	FN10202	กฎหมายธุรกิจและการภาษีอากร	3(2-2-5)
	HR11102	การจัดการทรัพยากรมนุษย์ยุคดิจิทัล	3(3-0-6)
วิชาเอกบังคับ	MK12201	การตลาดเพื่อชุมชนที่ยั่งยืน	2(1-2-3)
	MK12202	การออกแบบและการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัล	3(2-2-5)
รวม			17

ชั้นปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2			
หมวดวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	จำนวนหน่วยกิต
ศึกษาทั่วไป	XXXXXXX	รายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป	6
วิชาแกน	BA00301	สถิติเพื่อการวิจัยทางธุรกิจ	3(2-2-5)
วิชาเอกบังคับ	MK12203	การจัดการนวัตกรรมการขาย	3(2-2-5)
	MK12204	การสร้างแบรนด์	2(1-2-3)
	MK12205	ฐานข้อมูลและการวิเคราะห์ทางการตลาด	3(2-2-5)
วิชาเลือกเสรี		เลือกเสรี	3
รวม			20

ชั้นปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1			
หมวดวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	จำนวนหน่วยกิต
ศึกษาทั่วไป	XXXXXXX	รายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป	3
วิชาเอกบังคับ	MK12301	การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์	3(2-2-5)
	MK12303	การวิจัยการตลาด	3(2-2-5)
	MK12307	การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด	3(3-0-6)
	MK12402	การเป็นผู้ประกอบการสำหรับนักการตลาด	3(2-2-5)
วิชาเลือกเสรี		เลือกเสรี	3
รวม			18

ชั้นปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2			
หมวดวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	จำนวนหน่วยกิต
วิชาเอกบังคับ	MK12302	การตลาดสำหรับธุรกิจบริการสมัยใหม่	3(3-0-6)
	MK12304	การจัดการตลาดเชิงกิจกรรม	2(1-2-3)
	MK12305	การตลาดอิเล็กทรอนิกส์	3(2-2-5)
	MK12306	บุคลิกภาพสำหรับนักการตลาด	2(1-2-3)
	MK12401	การตลาดเชิงสร้างสรรค์	3(2-2-5)
วิชาเอกเลือก	MK17402	การเตรียมสหกิจศึกษา	1(45)
รวม			14

ชั้นปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 1			
หมวดวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	จำนวนหน่วยกิต
วิชาเอกเลือก	XXXXXXXX	เลือกเรียนในหมวดวิชาเอกเลือก	8
รวม			8

ชั้นปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 2			
หมวดวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	จำนวนหน่วยกิต
วิชาเอกเลือก	MK17404	สหกิจศึกษาทางการตลาด	6(720)
รวม			6

3.1.5 คำอธิบายรายวิชา

3.1.5.1 รายวิชาศึกษาทั่วไป

1.1) กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร

GE44001 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร 3(2-2-5)

Thai for Communication

ภาษาไทยในการสื่อสาร ความคิดกับการใช้ภาษา ภาษากับสังคม การพัฒนาทักษะการใช้ภาษาไทยในการฟัง พูด อ่าน และเขียนได้อย่างสร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพ

Thai in communication; thoughts and language use; language and society; enhancing Thai listening, speaking, reading, and writing skills creatively and effectively

GE44002 ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวันและการทำงาน 3(2-2-5)

English for Life and Work

ทักษะการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียนภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวันและในสถานที่ทำงาน การใช้ภาษาอังกฤษในการสนทนาอย่างคล่องแคล่วและเป็นธรรมชาติ การเขียนประวัติส่วนตัวโดยสังเขป การเขียนจดหมายสมัครงาน การสัมภาษณ์งาน สำนวนภาษา โครงสร้างไวยากรณ์สำหรับการพูดและการเขียนภาษาอังกฤษ มารยาทและวัฒนธรรมของเจ้าของภาษา การฝึกปฏิบัติทักษะการสื่อสารในสถานการณ์ที่หลากหลาย

English listening, speaking, reading, and writing skills for communication in everyday life and in workplace; fluent and natural use of English in communication; curriculum vitae writing, application letter writing, interview; language expressions; grammatical structures for English speaking and writing; native-speaker's etiquettes and cultures; practice of communication skills in different situations

GE44003 ภาษาอังกฤษเพื่อการนำไปใช้ 3(2-2-5)

English in Use

การอ่านเพื่อความเข้าใจ การพัฒนาทักษะการอ่านโดยการบูรณาการทักษะการอ่านและทักษะการเขียน การเดาความหมายจากร่องรอยในบริบท การสร้างคำ การใช้พจนานุกรม ภาษาอังกฤษ การอธิบายลำดับขั้นตอน การเขียนบรรยายเกี่ยวกับตนเองและผู้อื่น การกรอกแบบฟอร์มต่างๆ การฝึกปฏิบัติทักษะภาษาอังกฤษผ่านโครงงานภาษาอังกฤษ

Reading comprehension; development of reading skills with integration to reading and writing skills; guessing meanings with context clues; word formation; use of English dictionary; description of instructions; writing about oneself and other people; filling in different forms; practice of English skills through English projects

1.2) กลุ่มวิชามนุษย์ศาสตร์

GE22001 ความดีงามแห่งชีวิต

6(3-6-9)

Virtue of Life

การวิเคราะห์โลกทัศน์ในการดำเนินชีวิต การประยุกต์ใช้หลักธรรมในการครองตน การครองคน การครองงาน และการครองเรือน การฝึกปฏิบัติพัฒนาจิตตามคำสอนของพระพุทธศาสนา การชื่นชมและเห็นคุณค่าของวัฒนธรรมไทยผ่านโครงการทางสุนทรียะด้านดนตรี นาฏศิลป์ และศิลปะ การสร้างทักษะชีวิตผ่านการฝึกสังเกตและทำความเข้าใจตนเองและผู้อื่น การวิเคราะห์กรณีศึกษา การเกิดสำนึกสาธารณะผ่านโครงการจิตอาสาพัฒนาท้องถิ่น

Analysis of living vision; application of dharmic principles for living, governing people, working, and wedding; practice of mental development based on Buddhist doctrine; admiration and appreciation of Thai cultures through aesthetic projects regarding music, classical dance, and arts; Fostering life skills through observing and recognizing oneself and others; analysis of case studies; encouragement of public mind through volunteer-minded projects to develop locality

1.3) กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์

GE11001 ศาสตร์พระราชาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น

6(3-6-9)

King's Philosophy for Local Development

พระราชประวัติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช แนวคิดและหลักการทรงงาน หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ กฎหมายในชีวิตประจำวันและการต่อต้านทุจริต ความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นพระประมุข การส่งเสริมและการพัฒนาผู้เรียนให้มีจิตอาสาพัฒนาท้องถิ่นตามศาสตร์พระราชาสู่การพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรม การบูรณาการทำงานแบบองค์รวมกับภาคีเครือข่ายในการแก้ปัญหา

Biography of the King Bhumibol the Great; concepts and principles of His Majesty's work; philosophy of sufficiency economy; projects initiated by His Majesty the King; everyday-life laws and anticorruption; citizenship in the constitutional monarchy; support and development of learners' volunteer mind to develop locality based on His Majesty's philosophy substantially; integration of holistic cooperation with associate network for solving problems

1.4) กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

GE33001 วิทยาศาสตร์และประเด็นร่วมสมัย

6(3-6-9)

Science and Contemporary Issues

การคิดและการตัดสินใจ การฝึกกระบวนการคิด ตรรกศาสตร์เพื่อการตัดสินใจ คณิตศาสตร์ในชีวิตประจำวัน กระบวนการทางวิทยาศาสตร์ การส่งเสริมสุขภาพและสิ่งแวดล้อม โภชนาการและการออกกำลังกาย การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน การวิเคราะห์สถานการณ์วิทยาศาสตร์และสิ่งแวดล้อมร่วมสมัย กิจกรรมวิทยาศาสตร์และสิ่งแวดล้อมเพื่อท้องถิ่น การนำความรู้ทางวิทยาศาสตร์มาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างเหมาะสม

Thinking and decision making, practice of thinking process, logic for decision making, mathematics in everyday life; scientific process; health and environment promotion; nutrition and exercise; conservation of natural resources; suitable management of environment; analysis of contemporary issues regarding science and environment, scientific and environmental activities for local development; suitable application of scientific knowledge to everyday life

GE33002 รู้ทันโลกดิจิทัล

3(2-2-5)

Digital Literacy

ทักษะ 5C เพื่อการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 แนวคิดเกี่ยวกับสารสนเทศและเทคโนโลยี การสืบค้นสารสนเทศ การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ทักษะการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการจัดการสารสนเทศอย่างสร้างสรรค์การตระหนักถึงประเด็นความปลอดภัยบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต คุณธรรมจริยธรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในโลกดิจิทัล

5Cs skills for learning in the 21st century skills; notions of information and technology; information retrieval; online social-media literacy; creative application skills of information technology and information management; awareness of security issues on the internet network; morality and ethics of utilizing information technology in the digital age

3.1.5.2 รายวิชาแกน

AC10101 การบัญชีการเงิน

3(2-2-5)

Financial Accounting

ความหมาย วัตถุประสงค์ และความสำคัญของการบัญชี ประโยชน์ของข้อมูลทางการบัญชี กรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงิน หลักการและวิธีการบัญชี การจัดทำงบการเงินสำหรับธุรกิจ ให้บริการ ธุรกิจซื้อขายสินค้า และธุรกิจอุตสาหกรรม วิธีการบัญชีเกี่ยวกับระบบภาษีมูลค่าเพิ่ม

Meaning, objectives, and importance of accounting, benefits of accounting information, conceptual framework for financial report, accounting principles and accounting procedures, financial statements for services, merchandising and manufacturing businesses, accounting procedures with value-added tax system

BA00301 สถิติเพื่อการวิจัยทางธุรกิจ

3(2-2-5)

Statistics for Business Research

ทฤษฎีและหลักการใช้สถิติเพื่อการวิจัยทางธุรกิจ สถิติพื้นฐานเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล มาตรฐานวัดข้อมูล สถิติเชิงพรรณนา การทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติพารามेटริกและนอนพารามेटริก การเลือกใช้สถิติที่สอดคล้องกับการออกแบบงานวิจัย พื้นฐานการกำหนดปัญหาการวิจัย การออกแบบการวิจัย ระเบียบวิธีวิจัย การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ฝึกปฏิบัติการการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ การแปลผลการวิจัย จรรยาบรรณในการวิจัย และการนำผลของการวิจัยไปใช้ในการวางแผนและตัดสินใจทางธุรกิจ

Theories and principles of statistics for business research, basic statistics for data analysis, level of measurement, descriptive statistics, hypothesis testing with parametric and non-parametric, selection of statistics according to research design, fundamental of research problem identification, research design, research method, sampling, tools for data collection, practicing on data analysis using statistics software application, findings interpretation, research ethics, and use research result for business planning and decision making

EC10101 หลักเศรษฐศาสตร์เพื่อนวัตกรรมและธุรกิจ

3(2-2-5)

Economics Principles for Innovation and Business

ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์จุลภาคและมหภาค อุปสงค์ อุปทาน การกำหนดราคา ดุลยภาพ ความยืดหยุ่น ทฤษฎีการผลิตและต้นทุนการผลิต การกำหนดราคาและปริมาณดุลยภาพในตลาด แข่งขันสมบูรณ์และตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ บัญชีรายได้ประชาชาติ ภาวะเงินเฟ้อและเงินฝืด ตลาดการเงิน อุปสงค์และอุปทานของเงิน นโยบายการเงิน การคลังสาธารณะ นโยบายการคลัง การค้าระหว่างประเทศ

การเงินระหว่างประเทศ การพัฒนาเศรษฐกิจ วัฏจักรเศรษฐกิจ และการประยุกต์ใช้ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์เพื่อนวัตกรรมและการบริหารธุรกิจ

Microeconomics and macroeconomic theory, demand, supply, pricing equilibrium, elasticity, production and cost theory, price determination in perfect competition markets and non-perfect competition markets, national income accounts, inflation and deflation, money market, demand and supply of money, monetary policies, public finance, fiscal policies, international trade, international finance, economic development, economic cycle and applied economics theory for innovation and business management

FN10201 การเงินธุรกิจ

3(3-0-6)

Business Finance

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: AC10101 การบัญชีการเงิน หรือ

AC20101 การบัญชีขั้นต้น

ภาพรวมของการเงินธุรกิจ บทบาทและหน้าที่ของผู้จัดการทางการเงิน การพัฒนาอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีทางการเงิน การวิเคราะห์งบการเงิน การวางแผนและพยากรณ์ทางการเงิน การจัดการเงินทุนหมุนเวียน การจัดการสินทรัพย์หมุนเวียน มูลค่าของเงินตามเวลา งบจ่ายลงทุน โครงสร้างทางการเงินและการจัดหาเงินทุน การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน

Overview of business finance, role and functions of financial manager, the rapid development of financial technology, financial statement analysis, financial planning and forecasting, working capital management, current asset management, time value of money, capital budgeting, financial structure and financing, break-even point analysis

FN10202 กฎหมายธุรกิจและการภาษีอากร

3(2-2-5)

Business Law and Taxation

กฎหมายเกี่ยวกับการจัดตั้งองค์กรธุรกิจ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจกรรมทางธุรกิจ กฎหมายเกี่ยวกับตราสารทางการเงิน หลักเกณฑ์และวิธีการประเมินและการจัดเก็บภาษีตามประมวลรัษฎากร ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ อากรแสตมป์ ภาษีศุลกากร ภาษีสรรพสามิต จริยธรรมในการประกอบธุรกิจและการเสียภาษี

Laws of the establishment of a business enterprise, laws related to business activities, laws of financial instruments, rules and methods of assessment and taxation under revenue code, personal income tax, corporate income tax, value-added tax, specific business tax, stamp duty, custom duty, excise duty, ethics in business and taxation

GM11101 การจัดการสมัยใหม่**3(3-0-6)****Modern Management**

แนวคิดและทฤษฎีทางการจัดการ การจัดตั้งองค์การธุรกิจ สภาวะแวดล้อมทางการจัดการ หน้าที่ทางการจัดการ การวางแผน การจัดองค์การ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การอำนวยการ การควบคุม จริยธรรมทางธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม และเทคนิคการจัดการสมัยใหม่

Concepts and theories of management, establishing business organization, environment of management, management functions; planning, organizing, human resource management, directing and controlling, business ethics and social responsibilities, and techniques of modern management

HR11102 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ยุคดิจิทัล**3(3-0-6)****Human Resource Management in Digital Era**

ความสำคัญ และการเปลี่ยนแปลงของการจัดการทรัพยากรมนุษย์สู่ยุคดิจิทัล บทบาทใหม่ของฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ทางธุรกิจ เทคนิคการวิเคราะห์งานและการวางแผนทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ การสรรหาคัดเลือก และ สัมภาษณ์ด้วยระบบโซเซียลมีเดีย การเรียนรู้ด้วยระบบดิจิทัล และพัฒนาทักษะทางวิชาชีพด้วยระบบเทคโนโลยี กลยุทธ์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และทักษะทางวิชาชีพด้วยระบบเทคโนโลยี การพัฒนาศักยภาพของบุคคล นวัตกรรมการจัดการทุนมนุษย์ การประเมินผลการปฏิบัติงาน การปฏิบัติทางวิชาชีพ กลยุทธ์การบริหารค่าตอบแทน การสร้างแรงจูงใจ และรางวัลในการทำงาน ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคลากรและองค์การ การสร้างสภาพแวดล้อมและความปลอดภัยในการทำงาน คุณธรรม จริยธรรม และความเป็นผู้นำสำหรับนักจัดการทรัพยากรมนุษย์ยุคดิจิทัล

The importance and change of human resource management to the digital age, role of the human resource department to strategic human resource management in business, job analysis techniques and strategic human resource planning, recruiting selecting and interview with a social media system, digital learning and developing professional skills with technology, potential employee developing, innovative human capital management, performance appraisal, career disruption, compensation management strategy , motivation and reward, information system for human resource management, establishing good relations between personnel and organizations, establishing working environment and safety, morality ethic and leadership for human resource managers.

MK11101 การตลาดสมัยใหม่**3(3-0-6)****Modern Marketing**

แนวคิดและทฤษฎีทางการตลาดสมัยใหม่ สภาพแวดล้อมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การตลาดเป้าหมาย ส่วนประสมทางการตลาดสมัยใหม่ การตลาดดิจิทัลและจรรยาบรรณด้านการตลาด

Concepts and theories of modern marketing, marketing situation analysis, consumer behavior, target market, modern marketing mix, digital marketing and marketing ethics

3.1.5.3 รายวิชาเอกบังคับ**MK12101 พฤติกรรมผู้บริโภค****3(3-0-6)****Consumer Behavior**

แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยภายในและภายนอกที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมผู้บริโภครกับการบริหารการตลาด

Concepts and theories of consumer behavior, factors affecting internal and external purchase decision processes, consumer behavior analysis, the relationship between consumer behavior and marketing management

MK12102 การสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการ**3(3-0-6)****Integrated Marketing Communication**

แนวคิด ความสำคัญของการสื่อสารแบบบูรณาการ กระบวนการสื่อสารการตลาดภายใต้สภาพสิ่งแวดล้อมภายในและภายนอก พฤติกรรมผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การขายโดยบุคคล การประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง การวางแผนการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Concepts and importance of integrated marketing communication, marketing communication processes in external and internal environments, consumer behavior, target groups, advertising, sales promotion, personal selling, public relations, direct marketing, integrated marketing communications plans

MK12103 การจัดการผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน**3(3-0-6)****Sustainable Product Management**

แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการจัดการผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ การพัฒนาแบรนด์ผลิตภัณฑ์ การกำหนด

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การพัฒนาฉลากและบรรจุภัณฑ์ การทดสอบตลาดและประเมินผล การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน

Concepts of product and product management, marketing situation analysis, product development process, product quality control, brand development, product positioning, labeling, packaging, market testing and evaluation, sustainable product development

MK12104 การจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายและโลจิสติกส์ 3(3-0-6)

Distribution Channels and Logistics Management

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายและโลจิสติกส์การจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายและคลังสินค้า การจัดการต้นทุน ระบบกระจายสินค้า เทคโนโลยีที่สนับสนุนช่องทางการจัดจำหน่ายและโลจิสติกส์ พันธมิตรธุรกิจกับห่วงโซ่อุปทาน

Concepts and theories of distribution channels and logistics, distribution channels and warehouse management, cost management, distribution system, technology for supporting distribution channels and logistics, business partners and supply chains

MK12201 การตลาดเพื่อชุมชนที่ยั่งยืน 2(1-2-3)

Marketing for Sustainable Community

แนวคิดและทฤษฎีการตลาดเพื่อชุมชน ศึกษาบริบทของชุมชน การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของชุมชน การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างมูลค่าเพิ่ม การมีส่วนร่วม ประสมทางการตลาดกับผลิตภัณฑ์ชุมชน การประเมินผลเพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน

Concepts and theories of community marketing, studies of social contexts, community environment analysis, product development derived from local knowledge, creating added value, using the marketing mix with local products, evaluating sustainable community development

MK12202 การออกแบบและสร้างสรรค์สื่อดิจิทัล 3(2-2-5)

Design and Creation of Digital Media

หลักการและทฤษฎีการออกแบบ เทคนิคการออกแบบและสร้างสรรค์สื่อ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี และการพัฒนาสื่อดิจิทัลสำหรับงานด้านการตลาด

Principles and theories of design, techniques of design and media creation, applying technology and digital media development for marketing

MK12203 การจัดการนวัตกรรมการขาย**3(2-2-5)****Sales Innovation Management**

แนวคิด ทฤษฎีการขายและนวัตกรรม การวางแผนและฝึกปฏิบัติเกี่ยวกับการขายแบบออฟไลน์และออนไลน์ การจัดโครงสร้างขององค์กรการขาย การพยากรณ์การขาย การกำหนดโควตาการขาย อาณาเขตการขาย การสร้างทีมงานขายและการบริหารงานขายอย่างมีประสิทธิภาพ การปิดการขาย การประเมินผลงานหน่วยงานขาย จรรยาบรรณและเจตคติที่ดีของการขาย

Concepts and theories of sales and innovation, planning and training in both offline and online sales, sales organization structure, sales forecasting, determining sales quotas, sales territories, building sales teams and effective sales management, closing the deal, sales performance evaluation, ethics and positive attitude in selling

MK12204 การสร้างแบรนด์**2(1-2-3)****Brand Building**

แนวคิดเกี่ยวกับแบรนด์และการสร้างแบรนด์ มูลค่าของแบรนด์ กระบวนการสร้างแบรนด์ การออกแบบแบรนด์ การสร้างอัตลักษณ์แบรนด์ การสื่อสารแบรนด์ การพัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างแบรนด์ การวัดและการประเมินผลการสร้างแบรนด์ การออกแบบและพัฒนาแบรนด์ให้เติบโตอย่างยั่งยืน

Concepts of branding and brand-building, brand equity, the branding process, brand design, building brand identity, brand communications, development of integrated marketing strategies in brand-building, measurement and evaluation of branding, the creation and development of sustainable brand growth

MK12205 ฐานข้อมูลและการวิเคราะห์ทางการตลาด**3(2-2-5)****Database and Marketing Analysis**

แนวคิดและทฤษฎีของฐานข้อมูลทางการตลาด ส่วนประกอบของฐานข้อมูล รูปแบบของระบบฐานข้อมูล การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล การนำเสนอผลข้อมูลและการประยุกต์ใช้ฐานข้อมูลในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

Concepts and theories of database marketing, database components, patterns of database system, using database packages for marketing analysis, database presentation and application of database marketing

MK12301 การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์**3(2-2-5)****Strategic Marketing Planning**

หลักการวางแผนการตลาด การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การพัฒนารูปแบบแผนการตลาด การเลือกตลาดเป้าหมายการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การกำหนดกลยุทธ์ ส่วนประสมการตลาด การติดตาม ควบคุม และประเมินผลทางการตลาด

Principles of marketing planning, marketing situation analysis, product life cycle, developing a marketing plan model, market segmentation, product positioning, determining the marketing mix strategy, the monitoring, controlling and evaluation of a market plan

MK12302 การตลาดสำหรับธุรกิจบริการสมัยใหม่

3(3-0-6)

Modern Service Marketing

แนวคิด ความสำคัญของอุตสาหกรรมบริการต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ แนวโน้มของการตลาดบริการในอนาคต ประเภทของธุรกิจบริการ การกำหนดกลุ่มลูกค้า พฤติกรรมลูกค้าในอุตสาหกรรมบริการ การกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด เครื่องมือในการปรับปรุงคุณภาพบริการ และการประเมินผล

Concepts and importance of the service industry with regard to national economic development, future trends in the service industry, type of services, determining customer groups, customer behavior within the service industry, determining the marketing mix strategy, tools for improving and evaluating service quality

MK12303 การวิจัยการตลาด

3(2-2-5)

Marketing Research

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : BA00301 สถิติและการวิจัยทางธุรกิจ

แนวคิดเกี่ยวกับการวิจัยการตลาด ระเบียบวิธีวิจัย การกำหนดปัญหาวิจัย การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ตัวแปรและสมมติฐานการวิจัย การออกแบบการวิจัย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การวัดค่าตัวแปรและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การจัดทำรายงาน และการนำเสนอผลการวิจัย และจริยธรรมในการทำวิจัยการตลาด

Concepts of marketing research, research methodology, formulating research problems, literature review, research hypothesis and variables, research design, population and sample, variable measurement and research instruments, data collection, data analysis, report preparation and presentation of research results, marketing research ethics

MK12304 การจัดการการตลาดเชิงกิจกรรม

2(1-2-3)

Event Marketing Management

ทฤษฎี วิธีการและความสำคัญของการตลาดเชิงกิจกรรม รูปแบบการจัดกิจกรรมทางการตลาด การวางแผน การกำหนดกลยุทธ์ การดำเนินกิจกรรมทางการตลาด การจัดการกิจกรรมเกี่ยวกับองค์กรผลิตภัณฑ์ บริการ การตลาดเชิงกิจกรรมในปัจจุบันและอนาคต

Theories, methods and significance of event marketing, patterns in marketing event organization, planning, determining strategies, marketing event implementation,

managing corporate events, consumer products and services, present and future event marketing

MK12305 การตลาดอิเล็กทรอนิกส์

3(2-2-5)

Electronic Marketing

แนวคิดและรูปแบบการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค กลยุทธ์การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ กระบวนการธุรกรรมตลาดอิเล็กทรอนิกส์ การประยุกต์ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำหรับการตลาด จรรยาบรรณและกฎหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

Concepts and patterns of electronic marketing, marketing environment analysis, consumer behavior, electronic marketing strategies, electronic market transaction processes, using computer programs in marketing, ethical and electronic commercial law

MK12306 บุคลิกภาพสำหรับนักการตลาด

2(1-2-3)

Personality for Marketers

หลักการและกระบวนการคิด การฝึกแสดงออก การพัฒนาบุคลิกภาพทั้งภายในและภายนอก การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ความประทับใจต่อลูกค้า ความสำเร็จในการทำงาน และภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร

Thinking principles and processes, expression practice, development of both internal and external personality, building interpersonal relationships, creating an impression with customers, work achievements and creating a good corporate image

MK12307 การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด

3(3-0-6)

Quantitative Analysis in Marketing

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: BA00301 สถิติและการวิจัยทางธุรกิจ

หลักการและเทคนิคทางคณิตศาสตร์เชิงปริมาณ ตัวแบบเชิงปริมาณเพื่อการตัดสินใจ การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน ต้นแบบสินค้าคงคลัง โปรแกรมเชิงเส้นตรง ตัวแบบปัญหาการขนส่ง ทฤษฎีการรอคอย การพยากรณ์ทางการตลาด การจำลองแบบปัญหาทางการตลาด การประยุกต์ตัวแบบเชิงปริมาณเพื่อใช้ในการวิเคราะห์และวางแผนทางการตลาด

Principles and techniques of quantitative mathematics, quantitative models for decision making, break-even point analysis, inventory models, linear programming, models for transportation problems, theory of queuing, market forecasting, models for simulation, the application of quantitative models in marketing analysis and planning

MK12401 การตลาดเชิงสร้างสรรค์**3(2-2-5)****Creative Marketing**

แนวคิดและทฤษฎีการตลาดเชิงสร้างสรรค์ กระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ การคิดแบบเอนก
น้อย การคิดแบบเอกนัย การคิดสร้างสรรค์ในส่วนผสมทางการตลาด การฝึกปฏิบัติโดยนำความคิด
สร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนากลยุทธ์การตลาด

Concepts and theories of creative marketing, creative thinking processes, divergent and convergent thinking, creative thinking in the marketing mix, practicing the application of creative thinking to the development of a marketing strategy

MK12402 การเป็นผู้ประกอบการสำหรับนักการตลาด**3(2-2-5)****Entrepreneurship for Marketers**

การจัดตั้งองค์กรทางธุรกิจ กระบวนการบริหารธุรกิจ การบริหารการผลิต การวางแผนทาง
การเงิน การบริหารทรัพยากรมนุษย์ แผนธุรกิจและแผนการตลาด กฎหมายธุรกิจ จริยธรรม จรรยาบรรณ
ทางธุรกิจและผลกระทบของธุรกิจต่อสิ่งแวดล้อม การฝึกปฏิบัติเป็นผู้ประกอบการ

Setting up of a business organization, business administration processes, business planning and marketing plans, writing and implementing of business and marketing plans, business law, business ethics, impact of business on the environment practice setting up a business organization, training to be an entrepreneur

3.1.5.4 รายวิชาเอกเลือก**MK17401 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด****1(45)****Preparation for Marketing Internships**

การเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการใช้ทักษะภาษา การใช้คอมพิวเตอร์ การใช้เทคโนโลยี การ
พัฒนาบุคลิกภาพ และการปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อม สามารถทำงานเป็นทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพ การ
เสริมสร้างจรรยาบรรณในวิชาชีพ เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนออกฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

Preparation of communication language skills, computer literacy, technology, personality development, adaptability to the work environment, teamwork, professional ethics prior to internship

MK17402 การเตรียมสหกิจศึกษา**1(45)****Preparation for Cooperative Education**

หลักการ แนวคิด และกระบวนการของสหกิจศึกษา ระเบียบและข้อบังคับ เทคนิคและ
ความรู้พื้นฐานในการสมัครงาน การปฏิบัติงาน การสื่อสาร การนำเสนอ การเขียนรายงาน การใช้ภาษา
การใช้คอมพิวเตอร์ การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปและอุปกรณ์สำนักงาน การพัฒนาบุคลิกภาพ และมนุษย์
สัมพันธ์

Principles, concepts, and processes in cooperative education systems and regulations, techniques and basic knowledge of job applications, operation, communication, presentation, report writing, language use, computer use, use of package software and office equipment, personality development and human relations

MK17403 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด 3(350)

Marketing Internships

การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาดในหน่วยงานรัฐบาล รัฐวิสาหกิจ หรือธุรกิจเอกชน ภายใต้การควบคุมดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษา โดยนำความรู้ทั้งทางภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติที่ได้จากการศึกษาไปใช้ในสถานการณ์จริง

Marketing internships in government organizations, state enterprises or private sectors under controlled supervision; application of knowledge, theory and experience to real-life business situations

MK17404 สหกิจศึกษาทางการตลาด 6(720)

Cooperative Education in Marketing

การฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านการตลาดที่เน้นการปฏิบัติงานในสถานประกอบการ โดยความร่วมมือของสถานประกอบการและสถานศึกษาร่วมกัน มีการคัดเลือกนักศึกษาปฏิบัติงาน ณ สถานประกอบการเพื่อเรียนรู้ประสบการณ์ปฏิบัติงานจริง มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานไม่ต่ำกว่า 1 ภาคการศึกษาปกติ มีการประเมินผลและนำเสนอรายงานสหกิจศึกษา

Marketing internships focused on the business operations of establishments, co-operation between those establishments and the academy, student recruitment for work at the establishments to gain real-life experience, (training period is at least 1 regular semester), assessment at the end of cooperative education, and academic reporting and presentation

MK13301 กฎหมายและจริยธรรมทางการตลาด 3(3-0-6)

Law and Ethics in Marketing

แนวคิด บทบาทและความสำคัญของกฎหมายและจริยธรรมต่อการบริหารงานด้านการตลาด กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการตลาด เครื่องหมายการค้า มาตรฐานสินค้า การควบคุมราคา การควบคุมการโฆษณา การส่งเสริมการตลาด ลิขสิทธิ์ ทรัพย์สินทางปัญญา กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค จริยธรรมทางการตลาดและความรับผิดชอบต่อสังคม

Concepts, roles and the importance of laws and ethics in marketing management, marketing law, intellectual property (trademark, product standard, copyright),

price control, advertising control, marketing promotion, consumer protection statutory law, marketing ethics and social responsibility

MK13302 การตลาดเพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ยั่งยืน 2(1-2-3)

Marketing for Sustainable Tourism Industry

แนวคิดและความสำคัญของการตลาดการท่องเที่ยว การวิเคราะห์สถานการณ์และสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน การกำหนดตลาดเป้าหมาย พฤติกรรมผู้บริโภคในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ส่วนประสมของตลาดเพื่อการท่องเที่ยว การวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืน

Concepts and importance of marketing in the tourism industry, analysis of the competitive environment and trends in the tourism industry, market segmentation, consumer behavior in the tourism industry, application of the marketing mix in tourism, planning and determining marketing strategies in sustainable tourism industry

MK13303 การจัดการการตลาดเพื่อธุรกิจการเกษตร 3(3-0-6)

Marketing Management for Agricultural Business

แนวคิดการตลาดธุรกิจเกษตร โครงสร้างตลาด การวิเคราะห์สถานการณ์ พฤติกรรมผู้บริโภค การกำหนดตลาดเป้าหมาย การจัดการผลิตภัณฑ์เกษตร พืชเศรษฐกิจ ผักผลไม้ปศุสัตว์ สัตว์น้ำ ผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตร การกำหนดราคา การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และการตลาดซื้อขายสินค้าล่วงหน้าทางการเกษตร

Concepts of marketing in agricultural business, structure of agricultural markets, marketing situation analysis, consumer behavior, market segmentation, agricultural product management, major agricultural commodities (vegetables, fruits, livestock, aquatic animals), pricing, distribution channel management, promotion, and agricultural futures markets

MK13304 นโยบายและกลยุทธ์การกำหนดราคา 3(3-0-6)

Pricing Policy and Strategy

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการกำหนดราคา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคา นโยบายราคา การวิเคราะห์ต้นทุน วิธีการกำหนดราคา กลยุทธ์การกำหนดราคา กฎหมายและองค์การที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดราคาสินค้า

Concepts and theories of pricing, factors influencing pricing, pricing policy, cost analysis, pricing method, pricing strategy, laws and organizations related to product pricing

MK13305 การตลาดระดับโลก**3(3-0-6)****Global Marketing**

แนวคิดการตลาดระดับโลก สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจปัจจุบัน ความแตกต่างทางด้านสังคม กฎหมาย วัฒนธรรม และพฤติกรรมผู้บริโภค การตัดสินใจเลือกตลาดระดับโลก การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด การวางแผน การกำหนดกลยุทธ์ การควบคุม และการประเมินผลการตลาดระดับโลก

Concepts and theories of global marketing, current economic environments, societal differences, law, culture and consumer behavior; decision behind global market selection, developing the marketing mix; planning, determining strategies, control and evaluation of global markets

MK13306 การตลาดเพื่อธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม**2(1-2-3)****Marketing for Small-Medium Enterprises**

แนวคิด หลักการความสำคัญของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การวิเคราะห์ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตลาดกลุ่มเป้าหมาย การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ การกำหนดราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาดเพื่อพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีความเข้มแข็งสามารถพึ่งตนเองตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง

Concepts, principles and importance of small-medium enterprises, analysis of small-medium enterprises, target market, adding product value, packaging, pricing, distribution channels, promotion for the development of strong small-medium enterprises capable of economic self-sufficiency

MK13307 การตลาดเพื่อธุรกิจและผลิตภัณฑ์ทางการเงิน**3(2-2-5)****Marketing for Business and Financial Products**

แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับการลงทุนและการวางแผนการลงทุน การประกันชีวิต กองทุนรวม ผลิตภัณฑ์ทางการเงิน การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การวางแผนการออกแบบผลิตภัณฑ์ทางการเงิน การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด และการประเมินผล

The fundamental concepts of investment and investment planning, life insurance, mutual funds, financial products, consumer behavior analysis, targeting, planning, financial product design, developing the marketing mix, determining strategies and evaluation

MK14201 ภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด**3(3-0-6)****English for Marketers**

คำศัพท์ภาษาอังกฤษทางการตลาดเชิงกลยุทธ์ เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการสนทนา การอ่าน และการเขียน การนัดหมาย การสั่งซื้อ การเสนอขาย การรับคำสั่งซื้อ การเจรจาต่อรอง การประชุม แผนงานทางการตลาด การฝึกปฏิบัติภาคสนาม โดยการนำเสนอชิ้นงานทางการตลาดกับผู้ประกอบการ ชาวต่างชาติ

English vocabulary in strategic marketing and applied in; conversations, reading and writing, making appointments, making orders, presenting sales, taking orders, negotiating, marketing plan meetings, field work, and presenting products to foreign customers

MK14301 การประชาสัมพันธ์และการตลาดทางตรง**2(1-2-3)****Public Relations and Direct Marketing**

หลักการ ประโยชน์ของการประชาสัมพันธ์และการตลาดทางตรง การสร้างภาพลักษณ์การสื่อสาร การใช้เครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ การสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน การจัดกิจกรรมพิเศษ เพื่อการประชาสัมพันธ์ รูปแบบการตลาดทางตรง กำหนดวัตถุประสงค์ การเลือกกลุ่มเป้าหมาย จัดทำฐานข้อมูลของลูกค้า เครื่องมือวิธีการของการตลาดทางตรง การผลิตสื่อสนับสนุนและการประเมินผลการดำเนินงาน

Principles and benefits of public relations and direct marketing, building a communication image, using public relation tools, building media relations, public relations events, types of direct marketing, determining objectives, target group selection, creating a customer database, tools and implementation of direct marketing, media production, the evaluation of public relations and direct marketing campaigns

MK14302 การตลาดเชิงเนื้อหา**2(1-2-3)****Content Marketing**

แนวคิด ความเป็นมา และความสำคัญของการตลาดเชิงเนื้อหา รูปแบบของการตลาดเชิงเนื้อหา การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การวางแผน การกำหนดกลยุทธ์และการใช้เครื่องมือการตลาดเชิงเนื้อหา การประยุกต์ใช้ในประกอบธุรกิจและการประเมินผล

Concepts, background and importance of content marketing, types of content marketing, consumer behavior analysis, targeting, planning, determining strategies and the effective use of content marketing tools in business operations

MK14303 ภาษาจีนสำหรับนักการตลาด**3(3-0-6)****Chinese for Marketers**

คำศัพท์ วลีและประโยคของภาษาจีน ทักษะการฟังและการพูดภาษาจีนขั้นพื้นฐานที่เกี่ยวกับธุรกิจ การค้าขาย การเจรจาต่อรองทางการค้า การอธิบายรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ รวมถึงการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารทางการตลาด

Chinese vocabulary, phrases and sentences, practice of fundamental Chinese listening and speaking in business, trading, negotiation and product information description, as well as use of Chinese language in marketing communication

MK14401 ภาษาญี่ปุ่นสำหรับนักการตลาด**3(3-0-6)****Japanese for Marketers**

คำศัพท์ วลีและประโยคของภาษาญี่ปุ่น ทักษะการฟังและการพูดภาษาญี่ปุ่นขั้นพื้นฐานที่เกี่ยวกับธุรกิจ การค้าขาย การเจรจาต่อรองทางการค้า การอธิบายรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ รวมถึงการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารทางการตลาด

Japanese vocabulary, phrases and sentences, practice of fundamental Japanese listening and speaking in business, trading, negotiation and product information description, as well as use of Japanese language in marketing communication

MK14402 ภาษาเวียดนามสำหรับนักการตลาด**3(3-0-6)****Vietnamese for Marketers**

คำศัพท์ วลีและประโยคของภาษาเวียดนาม ทักษะการฟังและการพูดภาษาเวียดนามขั้นพื้นฐานที่เกี่ยวกับธุรกิจ การค้าขาย การเจรจาต่อรองทางการค้า การอธิบายรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ รวมถึงการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารทางการตลาด

Vietnamese vocabulary, phrases and sentences, practice of fundamental Vietnamese listening and speaking in business, trading, negotiation and product information description, as well as use of Vietnamese language in marketing communication

MK15201 ศิลปะการขาย**3(3-0-6)****Salesmanship**

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับศิลปะการขาย กระบวนการเสนอขายสินค้า พฤติกรรมผู้บริโภค การเข้าถึงตลาดเป้าหมาย เทคนิคการขาย การสร้างคุณลักษณะและคุณสมบัติของพนักงานขาย จรรยาบรรณและสัญญาเกี่ยวกับการขาย การบริหารลูกค้าสัมพันธ์

Concepts and theories of the art of selling, processes of selling, consumer behavior, methods of approaching a target market, selling techniques, building

characteristics and training salesmen, transactions and contracts with regard to sales and customer relationship management

MK15202 การจัดซื้อ

3(3-0-6)

Purchasing

หลักการของการจัดการเกี่ยวกับการจัดซื้อ การกำหนดตรวจสอบคุณสมบัติ การกำหนดจำนวนที่จะซื้อ การกำหนดจังหวะเวลาในการซื้อ การเลือกและหาแหล่งขาย นโยบายซื้อหลังการผลิต การบริหารคลังสินค้า การควบคุม วิธีการจัดซื้อและการเจรจาต่อรองทางการจัดซื้อ

Principles of purchasing management, determining product qualification, determining order quantity, determining order period, product requirement and product sourcing, post- production policy, inventory management, product control, purchasing methods and purchasing negotiation

MK15401 การตลาดธุรกิจแฟชั่น

3(2-2-5)

Fashion Marketing

แนวคิด ความสำคัญของแฟชั่น เครื่องแต่งกาย การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด ในธุรกิจแฟชั่น พฤติกรรมผู้บริโภค การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด การกำหนดกลยุทธ์ การควบคุม การประเมินผล และการฝึกปฏิบัติการทำการตลาดในธุรกิจแฟชั่น

Concepts and importance of fashion and clothing, marketing situation analysis of the fashion industry, consumer behavior, developing marketing mix, determining strategies, control, marketing evaluation and training in the fashion industry

MK16401 การจัดการสินค้าสำหรับธุรกิจค้าปลีก

2(1-2-3)

Merchandising Management for Retail Businesses

หลักการบริหารและกระบวนการเกี่ยวกับการจัดซื้อ การจัดหาแหล่งผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ และต่างประเทศ เทคนิคการเจรจาต่อรองทางการจัดซื้อ กลยุทธ์และวิธีดำเนินการสำหรับผู้จัดซื้อ การบริหารสินค้าคงคลัง การควบคุมระบบการไหลเวียนสินค้า และการวางแผนสินค้าที่เหมาะสมกับธุรกิจค้าปลีก

Principles of merchandising management and processes, acquisition of domestic and international product resources, merchandise purchase negotiation techniques, strategy and implementation for buyers, inventory management, product flow control systems and suitable product planning for retail businesses

MK16402 การจัดการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่**2(1-2-3)****Modern Retail Business Management**

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการค้าปลีก การจัดตั้งร้านค้าปลีกสมัยใหม่ การเลือกสถานที่ตั้ง การตกแต่ง การจัดวางผังร้านค้า การบริหารร้านค้า ระบบการขายหน้าร้าน การควบคุมสินค้าคงคลัง กระบวนการบริการลูกค้า และตรวจสอบควบคุมในกิจการค้าปลีกสมัยใหม่

Concepts and theories of retail management, setting up modern retail stores, location selection, decoration and store layout planning, store management, POS systems, inventory control, customer service processes, monitoring and control of modern retail businesses

MK16403 การจัดแสดงสินค้าและตกแต่งร้าน**2(1-2-3)****Merchandise Displays and Store Decoration**

แนวคิดและหลักการของการจัดแสดงสินค้า องค์ประกอบของการออกแบบจัดแสดงสินค้า ประเภทการจัดแสดงสินค้า การวางแผนการเตรียมการจัดแสดงสินค้า วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดแสดงสินค้า องค์ประกอบในการตกแต่ง การจัดผังแสดงสินค้า และความคิดสร้างสรรค์ในการจัดแสดงสินค้า

Concepts and principles of merchandising displays, elements of merchandising design, type of product display, planning and preparation of merchandise displays, equipment and materials used in merchandising displays, elements of decoration, establishing a layout and creative thinking in merchandising displays

MK16404 การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน**2(1-2-3)****Logistics and Supply Chain Management**

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน การกำหนดที่ตั้งของสถานประกอบการ การจัดหาจัดซื้อ การวางแผนทรัพยากร การควบคุมการไหลเวียนของวัตถุดิบ การควบคุมสินค้า การบริหารสินค้าคงคลัง การเคลื่อนย้ายสินค้า ระบบการกระจายสินค้า ระบบการขนส่ง บทบาทของสารสนเทศและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

Concepts and theories of logistics and supply chain management, establishment of location, procurement and resource planning, raw materials and product flow control, inventory and product control, distribution systems, transport systems, role of information and related laws

MK16405 การเลือกทำเลที่ตั้งและการออกแบบร้านค้าในธุรกิจค้าปลีก 2(1-2-3)**Location Selection and Store Design in Retail Businesses**

ปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้ง การวิเคราะห์และตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้ง การจัดรูปแบบภายนอกและภายในร้านค้าปลีก การวางผังร้านค้า การวางผังทางเดินของลูกค้า การจัดสภาพบรรยากาศทางกายภาพภายนอกและภายในร้านค้า

Factors used in location selection, analysis and selection of store location, internal and external retail store format, store layout planning, store aisle planning, management of internal and external physical atmosphere of stores

MK17301 โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการจัดการการตลาด 3(2-2-5)**Software Package for Marketing Management**

โครงสร้างและวิธีการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปที่นิยมใช้ในปัจจุบัน ระบบฐานข้อมูล กระดาษทำการอิเล็กทรอนิกส์ โปรแกรมประมวลผลคำโดยเน้นการประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับงานด้านการบริหารการตลาดและส่วนประสมทางการตลาด

Structure and methods of use of the latest software packages, database system, electronic work papers, word processing programs applied to marketing management and the marketing mix

MK17405 ปัญหาพิเศษทางการตลาด 3(2-2-5)**Special Problems in Marketing**

ศึกษา ค้นคว้า สภาพปัญหาทางการตลาด ประเภทของปัญหาวิกฤตการณ์ทางการตลาด การกำหนดแนวทางการแก้ปัญหา การรวบรวม วิเคราะห์ข้อมูลสรุปผลและเสนอเป็นรายงาน

Study and research of marketing problems, types of marketing crisis problems, executing guidelines to solve marketing problems, data collection, analysis of results and presentation

AC10301 การบัญชีเพื่อการจัดการ 3(2-2-5)**Managerial Accounting**

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: AC10101 การบัญชีการเงิน

บทบาทของการบัญชีเพื่อการจัดการ ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับต้นทุน

การรายงานผลการดำเนินงานตามวิธีต้นทุนรวมและต้นทุนผันแปร การวิเคราะห์ต้นทุนปริมาณ และกำไร การคำนวณต้นทุนแยกตามฐานกิจกรรม การจัดทำงบประมาณ การใช้ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อการตัดสินใจ การบัญชีตามความรับผิดชอบ และการจัดทำงบกระแสเงินสด

The role of managerial accounting in management, primary knowledge regarding cost, operational performance reporting under full costing and variable costing, cost-volume-

profit analysis, activity-based costing, budgeting, usage of accounting information in decision-making, responsible accounting and cash flow compilation

GM13301 นวัตกรรมจัดการการผลิตและการดำเนินงาน 3(3-0-6)

Production and Operations Innovation

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการผลิตและการดำเนินงาน การวางแผน การควบคุมการผลิตสินค้าและบริการ การออกแบบผลิตภัณฑ์และกระบวนการ ต้นทุนการผลิต การเลือกทำเลที่ตั้ง การวางผังสถานประกอบการ การจัดการคุณภาพ การจัดการสินค้าคงคลัง การวางแผนกำลังการผลิตและความต้องการทรัพยากร ต้นทุนการผลิต การจัดการห่วงโซ่อุปทาน เทคโนโลยีการดำเนินงานและการผลิต

Concepts of operational management, operational and competitive strategy, product designing and product processing, production cost, production capacity planning and resource requirement, location decision, organization layout planning, quality management, inventory management, supply chain management and operational management technology

HT21308 บาร์เทนเดอร์ 3(2-2-5)

Bartender

การปฏิบัติงานของพนักงานผสมเครื่องดื่ม (Bartender) ความรู้เกี่ยวกับเครื่องดื่มและการผสมเครื่องดื่ม ประเภทของเครื่องดื่ม หน้าที่ ความรับผิดชอบ คุณสมบัติ จรรยาบรรณของพนักงานฝ่ายบริการเครื่องดื่ม ความรู้เกี่ยวกับอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ การดูแลรักษา การจัดเตรียมในการบริการเครื่องดื่ม การผสมเครื่องดื่ม การให้บริการเครื่องดื่ม และฝึกปฏิบัติการผสมเครื่องดื่ม การบริการเครื่องดื่ม

Bartender operations, knowledge of beverages, beverages and their mixtures, categories of beverages, bartender duties and responsibilities, qualifications and ethics of beverage staff, knowledge of equipment and their maintenance, bar operation and management, including practicing drinks, mixtures and services

HT31205 การดำเนินงานบาร์และเครื่องดื่ม 3(2-2-5)

Bar and Beverage Operation

รู้ลักษณะและชนิดของเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ และไม่มีแอลกอฮอล์ที่ให้บริการใน โรงแรม การเลือกใช้อุปกรณ์ในการผสม การปฏิบัติงานเกี่ยวกับบาร์และเครื่องดื่ม การเตรียมบาร์ การดูแลและรักษาความสะอาดของบาร์ อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ ประเภทของเครื่องดื่มและการให้บริการ การผสมเครื่องดื่มแบบต่าง ๆ การจัดเครื่องดื่มให้เหมาะสมกับรายการอาหาร ความรับผิดชอบ มารยาทและจรรยาบรรณของพนักงานบาร์เครื่องดื่ม การจัดทำรายงานการขายประจำวันและการตรวจนับเครื่องดื่ม ฝึกปฏิบัติเกี่ยวกับการผสมเครื่องดื่ม การบริการ การจัดซื้อ การเก็บรักษา เครื่องดื่ม การดูแลอุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้ในงานให้บริการเครื่องดื่ม

Significance and characteristics of alcoholic and non-alcoholic drinks, choosing and maintaining tools and essential equipment, bar operation and management, bartender's responsibilities, manner and ethics, preparing daily sales reports, stock management, practicing of drink mixtures, service, beverage buying and maintenance, management of materials and equipment used in beverage services

HT31206 การประกอบอาหารไทย

3(2-2-5)

Thai Cuisine

วัฒนธรรมของอาหารไทยแต่ละภูมิภาค วัตถุดิบ เครื่องปรุง เครื่องเทศ สมุนไพร เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่นำมาปรุงและประกอบอาหาร หลักการจัดสำรับและการตกแต่งอาหาร เทคนิคเคล็ดลับ ฝึกปฏิบัติวิธีการประกอบอาหารไทยขนมไทยแต่ละประเภทในแบบโบราณ การประยุกต์ดัดแปลงอาหารให้เข้ากับยุคสมัย การตกแต่งจาน การจัดเสิร์ฟ และมารยาทในการรับประทานอาหาร

Regional culture of Thai food, raw materials, ingredients, spices, herbs, cooking equipment, principles of food presentation and decoration, learn techniques regarding Thai ancient recipes, modern food, arranging dish decoration prior to serving

HT31213 ขนมอบ

3(2-2-5)

Bakery and Baked Goods

ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับอุปกรณ์ มาตรฐานชั่งตวง อุณหภูมิ วัตถุดิบ ความสำคัญของส่วนผสมที่มีความสัมพันธ์กันเป็นส่วนในสูตรอาหาร สารเคมีเพื่อการปรุงแต่ง สี กลิ่น รส และการเพิ่มปริมาณ ฝึกปฏิบัติเทคนิคและวิธีการทำขนมอบขั้นพื้นฐานแต่ละประเภทจากตำรับต่างประเทศให้ถูกกับรสนิยมคนไทย และการแต่งหน้า เค้ก คุกกี้ ขนมปัง การใช้วัตถุดิบทดแทนการทำขนมอบเพื่อธุรกิจและการค้า

Fundamental knowledge of equipment, temperature measurement, raw materials, importance of portion related to ingredient in recipe, creating color, aroma, taste and size expansion, practice of techniques and methods of basic bakery from other countries to Thai taste, including cake decoration, cookie-making and bread-making, adapting raw materials in bakery to a business context