

## 1. โครงสร้างหลักสูตร รายวิชา หน่วยกิต และแผนการศึกษา

### 1.1 จำนวนหน่วยกิต

หน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตรไม่น้อยกว่า 123 หน่วยกิต

### 1.2 โครงสร้างหลักสูตร

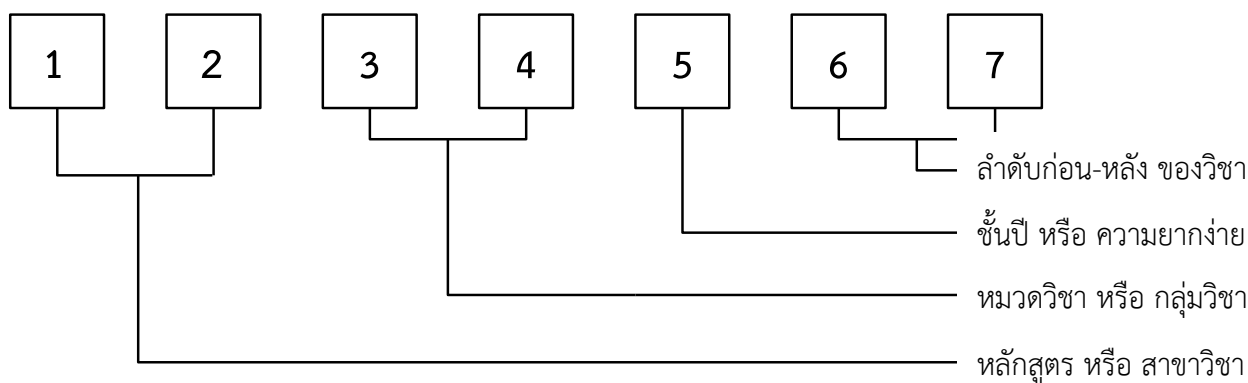
โครงสร้างหลักสูตร แบ่งเป็น 3 หมวดวิชา ซึ่งสอดคล้องกับที่กำหนดไว้ในเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565

|                                            |                    |
|--------------------------------------------|--------------------|
| <b>1.2.1 หมวดวิชาศึกษาทั่วไป</b>           | <b>24 หน่วยกิต</b> |
| 1) วิชาบังคับ                              | 15 หน่วยกิต        |
| 2) วิชาเลือก                               | 9 หน่วยกิต         |
| <b>1.2.2 หมวดวิชาเฉพาะ</b>                 | <b>93 หน่วยกิต</b> |
| 1) วิชาแกน                                 | 27 หน่วยกิต        |
| 2) วิชาเอก                                 | 66 หน่วยกิต        |
| 2.1) วิชาเอกบังคับ                         | 53 หน่วยกิต        |
| 2.2) วิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพและสหกิจศึกษา |                    |
| แบบ (ก) ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ               | 4 หน่วยกิต         |
| แบบ (ข) สหกิจศึกษา                         | 7 หน่วยกิต         |
| 2.3) วิชาเอกเลือก                          |                    |
| แบบ (ก) ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ               | 9 หน่วยกิต         |
| แบบ (ข) สหกิจศึกษา                         | 6 หน่วยกิต         |
| <b>1.2.3 หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า</b> | <b>6 หน่วยกิต</b>  |

### 1.3 รายวิชา

#### หลักเกณฑ์การใช้รหัสวิชาในหลักสูตร

ให้มีรหัสจำนวน 7 ตำแหน่ง ประกอบด้วยอักษรภาษาอังกฤษตัวใหญ่ 2 ตำแหน่ง และตัวเลข 5 ตำแหน่ง โดยมีความหมายดังนี้



ตำแหน่ง 1, 2 (ตัวอักษร) หมายถึง หลักสูตร หรือ สาขาวิชา

ตำแหน่ง 3, 4 หมายถึง หมวดวิชา หรือ กลุ่มวิชา

ตำแหน่ง 5 หมายถึง ชั้นปี หรือ ความยากง่าย

ตำแหน่ง 6, 7 หมายถึง ลำดับก่อน-หลัง ของวิชา

ตัวอักษร GE หมายถึง รายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป

ตัวอักษร BA หมายถึง รายวิชาในหมวดวิชาแกนและวิชาเอกร่วมหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

ตัวอักษร HR หมายถึง รายวิชาในหมวดวิชาแกนและวิชาเอกร่วมหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

ตัวอักษร EC หมายถึง รายวิชาในหมวดวิชาแกนและวิชาเอกร่วมหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

ตัวอักษร AC หมายถึง รายวิชาในหมวดวิชาแกนและวิชาเอกหลักสูตรการบัญชี

ตัวอักษร BC หมายถึง รายวิชาในหมวดวิชาแกนและวิชาเอกหลักสูตรบริหารธุรกิจ  
สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจและระบบสารสนเทศ

ตัวอักษร FN หมายถึง รายวิชาในหมวดวิชาแกนและวิชาเอกหลักสูตรบริหารธุรกิจ  
สาขาวิชาการเงิน

ตัวอักษร GM หมายถึง รายวิชาในหมวดวิชาแกนและวิชาเอกหลักสูตรบริหารธุรกิจ  
สาขาวิชาการจัดการทั่วไป

ตัวอักษร MK หมายถึง รายวิชาในหมวดวิชาแกนและวิชาเอกหลักสูตรบริหารธุรกิจ  
สาขาวิชาการตลาด

|                                                       |                    |
|-------------------------------------------------------|--------------------|
| <b>1.3.1 หมวดวิชาศึกษาทั่วไป จำนวนไม่น้อยกว่า</b>     | <b>24 หน่วยกิต</b> |
| ประกอบด้วย 2 หมวดวิชา ดังนี้                          |                    |
| <b>1) หมวดวิชาบังคับ</b>                              | <b>15 หน่วยกิต</b> |
| GE01001 อัตลักษณ์ UDRU                                | 3(2-2-5)           |
| UDRU Identity                                         |                    |
| GE01002 ทักษะดิจิทัล                                  | 3(2-2-5)           |
| Digital Skills                                        |                    |
| GE01003 ฉลาดคิดทางวิทยาศาสตร์                         | 3(2-2-5)           |
| Scientific Intelligence                               |                    |
| GE01004 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารร่วมสมัย                | 3(2-2-5)           |
| Thai for Contemporary Communication                   |                    |
| GE01005 ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน                     | 3(2-2-5)           |
| Everyday Life English                                 |                    |
| <b>2) หมวดวิชาเลือก จำนวนไม่น้อยกว่า</b>              | <b>9 หน่วยกิต</b>  |
| ให้เลือกเรียนรายวิชาในกลุ่มวิชาต่อไปนี้               |                    |
| <b>2.1) กลุ่มวิชาภาษาเพื่อการสื่อสาร</b>              |                    |
| GE02101 ภาษาอังกฤษเพื่อคอนเทนต์ครีเอเตอร์             | 3(2-2-5)           |
| English for Content Creators                          |                    |
| GE02102 ภาษาอังกฤษกับการออกเสียงแบบง่าย               | 3(2-2-5)           |
| English with Easy Pronunciation                       |                    |
| GE02103 เทรนด์ไทย เรียนภาษาไทยแบบวัยรุ่น              | 3(2-2-5)           |
| Trending Thai Language for Teenager                   |                    |
| GE02104 ภาษาจีนสำหรับนักท่องเที่ยว                    | 3(2-2-5)           |
| Chinese for Tourists                                  |                    |
| <b>2.2) กลุ่มวิชาดิจิทัล นวัตกรรม และผู้ประกอบการ</b> |                    |
| GE02201 ท้องถิ่นดิจิทัล                               | 3(2-2-5)           |
| Digital Locality                                      |                    |
| GE02202 โซเชียลมีเดียศึกษา                            | 3(2-2-5)           |
| Social Media                                          |                    |
| GE02203 ดิจิทัลคอนเทนต์                               | 3(2-2-5)           |
| Digital Contents                                      |                    |

|         |                                            |          |
|---------|--------------------------------------------|----------|
| GE02204 | ออฟฟิศเด็กใหม่<br>New Generation in Office | 3(2-2-5) |
| GE02205 | โพลสำรวจทางธุรกิจ<br>Business Poll         | 3(2-2-5) |
| GE02206 | ผู้ประกอบการรุ่นใหม่<br>Young Entrepreneur | 3(2-2-5) |
| GE02207 | ภูมิปัญญาพารวย<br>Smart Wisdom             | 3(2-2-5) |
| GE02208 | เงินดีมีสุข<br>Happy Money                 | 3(2-2-5) |
| GE02209 | อยู่ดีมีสุข<br>Happy Life                  | 3(2-2-5) |

### 2.3) กลุ่มวิชาพลเมืองตื่นรู้และสร้างสรรค์ชุมชน

|         |                                                             |          |
|---------|-------------------------------------------------------------|----------|
| GE02301 | ก้าวทันโลก<br>World Update                                  | 3(2-2-5) |
| GE02302 | รู้ทันสังคมไทย<br>Thai Social Literacy                      | 3(2-2-5) |
| GE02303 | พุทธศาสนากับโลกปัจจุบัน<br>Buddhism and Contemporary World  | 3(2-2-5) |
| GE02304 | ทักษะกฎหมายในสังคมยุคใหม่<br>Legal Skills in Modern Society | 3(2-2-5) |
| GE02305 | วัฒนธรรมกระแสนิยม<br>Soft Power and Pop Cultures            | 3(2-2-5) |

### 2.4) กลุ่มวิชาการเรียนรู้และคุณภาพชีวิต

|         |                                                  |          |
|---------|--------------------------------------------------|----------|
| GE02401 | ออกแบบความรัก<br>Love Design                     | 3(2-2-5) |
| GE02402 | สมาร์ทคิด<br>Smart Thinking                      | 3(2-2-5) |
| GE02403 | การปรับตัวอย่างสร้างสรรค์<br>Creative Adaptation | 3(2-2-5) |
| GE02404 | ศิลปะการพัฒนาชีวิต<br>Art of Life Development    | 3(2-2-5) |

|         |                                                                              |          |
|---------|------------------------------------------------------------------------------|----------|
| GE02405 | สูตรสร้างสุข<br>Recipe for Happiness                                         | 3(2-2-5) |
| GE02406 | ศิลปะการดูภาพยนตร์<br>Aesthetic in the Movie                                 | 3(2-2-5) |
| GE02407 | อาหารเต็มสุข<br>Blissful Cuisine                                             | 3(2-2-5) |
| GE02408 | ธรรมชาติเพื่อนันทนาการและการท่องเที่ยว<br>Natural for Recreation and Tourism | 3(2-2-5) |
| GE02409 | วิถีชีวิตสีเขียว<br>Green Living                                             | 3(2-2-5) |
| GE02410 | ปลูกดีมีประโยชน์<br>Salutary Cultivation                                     | 3(2-2-5) |

|         |                                     |          |
|---------|-------------------------------------|----------|
| MK11101 | การตลาดสมัยใหม่<br>Modern Marketing | 3(2-2-5) |
|---------|-------------------------------------|----------|

2) วิชาเอก 66 หน่วยกิต

2.1) วิชาเอกบังคับ 53 หน่วยกิต

|         |                                                                                             |          |
|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| MK12101 | พฤติกรรมผู้บริโภค<br>Consumer Behavior                                                      | 3(3-0-6) |
| MK12102 | การสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการ<br>Integrated Marketing Communication                      | 3(2-2-5) |
| MK12103 | การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน<br>Creating Products for Sustainability              | 2(1-2-3) |
| MK12104 | การตลาดแบบออลนิเชนแนล<br>Omni-Channel Marketing                                             | 2(1-2-3) |
| MK12105 | ภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด<br>English for Marketers                                         | 3(3-0-6) |
| MK12106 | การพัฒนาบุคลิกภาพและภาพลักษณ์นักการตลาด<br>Personality and Image Development for Marketers  | 3(2-2-5) |
| MK12202 | การสร้างสรรค์สื่อดิจิทัล<br>Digital Media Creation                                          | 3(2-2-5) |
| MK12203 | การจัดการนวัตกรรมการขาย<br>Sales Innovation Management                                      | 3(2-2-5) |
| MK12204 | การสร้างแบรนด์<br>Branding                                                                  | 2(1-2-3) |
| MK12206 | การกำหนดราคาเชิงกลยุทธ์<br>Strategic Pricing                                                | 3(3-0-6) |
| MK12301 | การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์<br>Strategic Marketing Planning                                 | 3(2-2-5) |
| MK12303 | การวิจัยการตลาด<br>Marketing Research                                                       | 3(2-2-5) |
| MK12305 | การตลาดอิเล็กทรอนิกส์และการพาณิชย์อัจฉริยะ<br>Electronic Marketing and Intelligent Commerce | 3(2-2-5) |
| MK12307 | การวิเคราะห์ข้อมูลและการตัดสินใจทางการตลาด<br>Data Analytics and Marketing Decision-Making  | 3(2-2-5) |

|         |                                                          |                                                       |
|---------|----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| MK12308 | ภาษาอังกฤษเพื่อการนำเสนอและการสื่อสารทางการตลาด 3(2-2-5) | English for Presentation and Marketing Communications |
| MK12309 | ฐานข้อมูลและการวิเคราะห์ทางการตลาด 3(2-2-5)              | Database and Marketing Analysis                       |
| MK12310 | การตลาดเพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน 2(1-2-3)           | Marketing for Sustainable Community Development       |
| MK12401 | การตลาดเชิงสร้างสรรค์ 3(2-2-5)                           | Creative Marketing                                    |
| MK12402 | การสร้างธุรกิจใหม่สำหรับนักการตลาด 3(2-2-5)              | New Venture Creation for Marketers                    |

## 2.2) วิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพและสหกิจศึกษา

ให้เลือกเรียนแบบใดแบบหนึ่ง ระหว่าง แบบ (ก) ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และ แบบ (ข) สหกิจศึกษา ดังต่อไปนี้

| แบบ (ก) ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ                    | จำนวน  | 4 หน่วยกิต |
|-------------------------------------------------|--------|------------|
| MK17401 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด | 1(45)  |            |
| Preparation for Marketing Internships           |        |            |
| MK17403 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด       | 3(350) |            |
| Marketing Internships                           |        |            |
| แบบ (ข) สหกิจศึกษา                              | จำนวน  | 7 หน่วยกิต |
| MK17402 การเตรียมสหกิจศึกษา                     | 1(45)  |            |
| Preparation for Cooperative Education           |        |            |
| MK17404 สหกิจศึกษาทางการตลาด                    | 6(720) |            |
| Cooperative Education in Marketing              |        |            |

## 2.3) วิชาเอกเลือก

นักศึกษาที่เลือกเรียน แบบ (ก) ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ให้เลือกเรียนรายวิชาเอกเลือก ไม่น้อยกว่า จำนวน 9 หน่วยกิต และนักศึกษาที่เลือกเรียน แบบ(ข) สหกิจศึกษา ให้เลือกเรียน รายวิชาเอกเลือก ไม่น้อยกว่า จำนวน 6 หน่วยกิต

|         |                                              |                                       |
|---------|----------------------------------------------|---------------------------------------|
| MK13301 | กฎหมายและจริยธรรมทางการตลาด 3(3-0-6)         | Law and Ethics in Marketing           |
| MK13303 | การจัดการการตลาดเพื่อธุรกิจการเกษตร 3(3-0-6) | Marketing Management for Agribusiness |

|         |                                                                                    |          |
|---------|------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| MK13304 | การตลาดเชิงประสบการณ์และอีเวนต์<br>Experiential and Event Marketing                | 3(2-2-5) |
| MK13305 | การตลาดระดับโลก<br>Global Marketing                                                | 3(3-0-6) |
| MK13406 | การตลาดแบบเกมมิฟิเคชัน<br>Gamification Marketing                                   | 2(1-2-3) |
| MK13409 | การสื่อสารองค์กร<br>Corporate Communication                                        | 3(2-2-5) |
| MK13411 | ประเด็นเฉพาะทางการตลาด<br>Specialized Marketing Topics                             | 3(2-2-5) |
| MK13412 | การตลาดธุรกิจสุขภาพ<br>Health Business Marketing                                   | 2(1-2-3) |
| MK14302 | การตลาดเชิงเนื้อหา<br>Content Marketing                                            | 2(1-2-3) |
| MK14303 | ภาษาจีนสำหรับนักการตลาด<br>Chinese for Marketers                                   | 3(2-2-5) |
| MK14401 | ภาษาญี่ปุ่นสำหรับนักการตลาด<br>Japanese for Marketers                              | 3(2-2-5) |
| MK15202 | การบริหารการจัดซื้อ<br>Purchasing Management                                       | 3(3-0-6) |
| MK15401 | การตลาดธุรกิจแฟชั่น<br>Fashion Marketing                                           | 2(1-2-3) |
| MK16404 | การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน<br>Logistics and Supply Chain Management          | 3(3-0-6) |
| MK17301 | โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการจัดการการตลาด<br>Software Package for Marketing Management | 3(2-2-5) |

### 1.3.3 หมวดวิชาเลือกเสรี

6 หน่วยกิต

ให้เลือกเรียนรายวิชาที่เปิดสอน ในหลักสูตรระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีโดยไม่ซ้ำกับรายวิชาที่เรียนมาแล้ว และต้องไม่เป็นรายวิชาที่กำหนดให้เรียนโดยไม่นับหน่วยกิต

#### 1.4 แผนการศึกษา

##### 1.4.1 แผนการศึกษา สำหรับ เลือกเรียน แบบ (ก) ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

| ชั้นปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 1 |          |                                        |               |
|------------------------------|----------|----------------------------------------|---------------|
| หมวดวิชา                     | รหัสวิชา | ชื่อวิชา                               | จำนวนหน่วยกิต |
| ศึกษาทั่วไป                  | XXXXXXX  | รายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป           | 6             |
| วิชาแกน                      | MK11101  | การตลาดสมัยใหม่                        | 3(2-2-5)      |
|                              | AC10101  | การบัญชีการเงิน                        | 3(2-2-5)      |
|                              | GM11101  | การจัดการสมัยใหม่                      | 3(2-2-5)      |
| วิชาเอกบังคับ                | MK12101  | พฤติกรรมผู้บริโภค                      | 3(3-0-6)      |
|                              | MK12103  | การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน | 2(1-2-3)      |
| รวม                          |          |                                        | 20            |

| ชั้นปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 2 |          |                                           |               |
|------------------------------|----------|-------------------------------------------|---------------|
| หมวดวิชา                     | รหัสวิชา | ชื่อวิชา                                  | จำนวนหน่วยกิต |
| ศึกษาทั่วไป                  | XXXXXXX  | รายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป              | 6             |
| วิชาแกน                      | EC10101  | เศรษฐศาสตร์ประยุกต์สำหรับธุรกิจ           | 3(2-2-5)      |
| วิชาเอกบังคับ                | MK12102  | การสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการ          | 3(2-2-5)      |
|                              | MK12104  | การตลาดแบบออมนิแชนแนล                     | 2(1-2-3)      |
|                              | MK12105  | ภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด                | 3(3-0-6)      |
|                              | MK12106  | การพัฒนาศักยภาพและภาพลักษณ์<br>นักการตลาด | 3(2-2-5)      |
| รวม                          |          |                                           | 20            |

| ชั้นปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 1 |          |                              |               |
|------------------------------|----------|------------------------------|---------------|
| หมวดวิชา                     | รหัสวิชา | ชื่อวิชา                     | จำนวนหน่วยกิต |
| ศึกษาทั่วไป                  | XXXXXXX  | รายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป | 6             |
| วิชาแกน                      | FN10201  | การเงินธุรกิจ                | 3(2-2-5)      |
|                              | FN10202  | กฎหมายธุรกิจและการภาษีอากร   | 3(2-2-5)      |
|                              | HR11102  | การจัดการทรัพยากรมนุษย์      | 3(2-2-5)      |
| วิชาเอกบังคับ                | MK12204  | การสร้างแบรนด์               | 2(1-2-3)      |
|                              | MK12206  | การกำหนดราคาเชิงกลยุทธ์      | 3(3-0-6)      |
| รวม                          |          |                              | 20            |

| ชั้นปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2 |          |                                           |               |
|------------------------------|----------|-------------------------------------------|---------------|
| หมวดวิชา                     | รหัสวิชา | ชื่อวิชา                                  | จำนวนหน่วยกิต |
| ศึกษาทั่วไป                  | XXXXXXX  | รายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป              | 6             |
| วิชาแกน                      | BA10201  | สถิติเพื่อการวิจัยทางธุรกิจ               | 3(2-2-5)      |
|                              | BC10101  | เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับธุรกิจในยุคดิจิทัล | 3(2-2-5)      |
| วิชาเอกบังคับ                | MK12202  | การสร้างสรรค์สื่อดิจิทัล                  | 3(2-2-5)      |
|                              | MK12203  | การจัดการนวัตกรรมการขาย                   | 3(2-2-5)      |
| รวม                          |          |                                           | 18            |

| ชั้นปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1 |          |                                                 |               |
|------------------------------|----------|-------------------------------------------------|---------------|
| หมวดวิชา                     | รหัสวิชา | ชื่อวิชา                                        | จำนวนหน่วยกิต |
| วิชาเอกบังคับ                | MK12301  | การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์                     | 3(2-2-5)      |
|                              | MK12308  | ภาษาอังกฤษเพื่อการนำเสนอและการสื่อสารทางการตลาด | 3(2-2-5)      |
|                              | MK12309  | ฐานข้อมูลและการวิเคราะห์ทางการตลาด              | 3(2-2-5)      |
| วิชาเอกเลือก                 | XXXXXXX  | เลือกเรียนในหมวดวิชาเอกเลือก                    | 2 - 3         |
| วิชาเลือกเสรี                | XXXXXXX  | เลือกเสรี                                       | 3             |
| รวม                          |          |                                                 | 14 - 15       |

| ชั้นปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2 |          |                                                  |               |
|------------------------------|----------|--------------------------------------------------|---------------|
| หมวดวิชา                     | รหัสวิชา | ชื่อวิชา                                         | จำนวนหน่วยกิต |
| วิชาเอกบังคับ                | MK12303  | การวิจัยการตลาด                                  | 3(2-2-5)      |
|                              | MK12305  | การตลาดอิเล็กทรอนิกส์และการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ | 3(2-2-5)      |
|                              | MK12307  | การวิเคราะห์ข้อมูลและการตัดสินใจทางการตลาด       | 3(2-2-5)      |
|                              | MK12310  | การตลาดเพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน            | 2(1-2-3)      |
| วิชาเอกเลือก                 | XXXXXXX  | เลือกเรียนในหมวดวิชาเอกเลือก                     | 3-4           |
| รวม                          |          |                                                  | 14 - 15       |

| ชั้นปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 1 |          |                                         |               |
|------------------------------|----------|-----------------------------------------|---------------|
| หมวดวิชา                     | รหัสวิชา | ชื่อวิชา                                | จำนวนหน่วยกิต |
| วิชาเอกบังคับ                | MK12401  | การตลาดเชิงสร้างสรรค์                   | 3(2-2-5)      |
|                              | MK12402  | การสร้างสรรค์ธุรกิจใหม่สำหรับนักการตลาด | 3(2-2-5)      |
| วิชาฝึกประสบการณ์ฯ           | MK17401  | การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด | 1(45)         |
| วิชาเอกเลือก                 | MK13411  | ประเด็นเฉพาะทางการตลาด                  | 3(2-2-5)      |
| วิชาเลือกเสรี                | XXXXXXX  | เลือกเสรี                               | 3             |
| รวม                          |          |                                         | 13            |

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

1.4.2 แผนการศึกษา สำหรับ เลือกเรียน แบบ (ข) สหกิจศึกษา

| ชั้นปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 1 |          |                                        |               |
|------------------------------|----------|----------------------------------------|---------------|
| หมวดวิชา                     | รหัสวิชา | ชื่อวิชา                               | จำนวนหน่วยกิต |
| ศึกษาทั่วไป                  | XXXXXXX  | รายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป           | 6             |
| วิชาแกน                      | MK11101  | การตลาดสมัยใหม่                        | 3(2-2-5)      |
|                              | AC10101  | การบัญชีการเงิน                        | 3(2-2-5)      |
|                              | GM11101  | การจัดการสมัยใหม่                      | 3(2-2-5)      |
| วิชาเอกบังคับ                | MK12101  | พฤติกรรมผู้บริโภค                      | 3(3-0-6)      |
|                              | MK12103  | การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน | 2(1-2-3)      |
| รวม                          |          |                                        | 20            |

| ชั้นปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 2 |          |                                       |               |
|------------------------------|----------|---------------------------------------|---------------|
| หมวดวิชา                     | รหัสวิชา | ชื่อวิชา                              | จำนวนหน่วยกิต |
| ศึกษาทั่วไป                  | XXXXXXX  | รายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป          | 6             |
| วิชาแกน                      | EC10101  | เศรษฐศาสตร์ประยุกต์สำหรับธุรกิจ       | 3(2-2-5)      |
| วิชาเอกบังคับ                | MK12102  | การสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการ      | 3(2-2-5)      |
|                              | MK12104  | การตลาดแบบออมนีแชนแนล                 | 2(1-2-3)      |
|                              | MK12105  | ภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด            | 3(3-0-6)      |
|                              | MK12106  | การพัฒนาศักยภาพและภาพลักษณ์นักการตลาด | 3(2-2-5)      |
| รวม                          |          |                                       | 20            |

| ชั้นปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 1 |          |                              |               |
|------------------------------|----------|------------------------------|---------------|
| หมวดวิชา                     | รหัสวิชา | ชื่อวิชา                     | จำนวนหน่วยกิต |
| ศึกษาทั่วไป                  | XXXXXXX  | รายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป | 6             |
| วิชาแกน                      | FN10201  | การเงินธุรกิจ                | 3(2-2-5)      |
|                              | FN10202  | กฎหมายธุรกิจและการภาษีอากร   | 3(2-2-5)      |
|                              | HR11102  | การจัดการทรัพยากรมนุษย์      | 3(2-2-5)      |
| วิชาเอกบังคับ                | MK12204  | การสร้างแบรนด์               | 2(1-2-3)      |
|                              | MK12206  | การกำหนดราคาเชิงกลยุทธ์      | 3(3-0-6)      |
| รวม                          |          |                              | 20            |

| ชั้นปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2 |          |                                           |               |
|------------------------------|----------|-------------------------------------------|---------------|
| หมวดวิชา                     | รหัสวิชา | ชื่อวิชา                                  | จำนวนหน่วยกิต |
| ศึกษาทั่วไป                  | XXXXXXX  | รายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป              | 6             |
| วิชาแกน                      | BA10201  | สถิติเพื่อการวิจัยทางธุรกิจ               | 3(2-2-5)      |
|                              | BC10101  | เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับธุรกิจในยุคดิจิทัล | 3(2-2-5)      |
| วิชาเอกบังคับ                | MK12202  | การสร้างสรรค์สื่อดิจิทัล                  | 3(2-2-5)      |
|                              | MK12203  | การจัดการนวัตกรรมการขาย                   | 3(2-2-5)      |
| รวม                          |          |                                           | 18            |

| ชั้นปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1 |          |                                                 |               |
|------------------------------|----------|-------------------------------------------------|---------------|
| หมวดวิชา                     | รหัสวิชา | ชื่อวิชา                                        | จำนวนหน่วยกิต |
| วิชาเอกบังคับ                | MK12301  | การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์                     | 3(2-2-5)      |
|                              | MK12308  | ภาษาอังกฤษเพื่อการนำเสนอและการสื่อสารทางการตลาด | 3(2-2-5)      |
|                              | MK12309  | ฐานข้อมูลและการวิเคราะห์ทางการตลาด              | 3(2-2-5)      |
| วิชาเอกเลือก                 | XXXXXXX  | เลือกเรียนในหมวดวิชาเอกเลือก                    | 2 - 3         |
| วิชาเลือกเสรี                | XXXXXXX  | เลือกเสรี                                       | 3             |
| รวม                          |          |                                                 | 14 - 15       |

| ชั้นปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2 |          |                                                  |               |
|------------------------------|----------|--------------------------------------------------|---------------|
| หมวดวิชา                     | รหัสวิชา | ชื่อวิชา                                         | จำนวนหน่วยกิต |
| วิชาเอกบังคับ                | MK12303  | การวิจัยการตลาด                                  | 3(2-2-5)      |
|                              | MK12305  | การตลาดอิเล็กทรอนิกส์และการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ | 3(2-2-5)      |
|                              | MK12307  | การวิเคราะห์ข้อมูลและการตัดสินใจทางการตลาด       | 3(2-2-5)      |
|                              | MK12310  | การตลาดเพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน            | 2(1-2-3)      |
| วิชาเอกเลือก                 | XXXXXXX  | เลือกเรียนในหมวดวิชาเอกเลือก                     | 2-3           |
| รวม                          |          |                                                  | 13 -14        |

| ชั้นปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 1 |          |                                         |               |
|------------------------------|----------|-----------------------------------------|---------------|
| หมวดวิชา                     | รหัสวิชา | ชื่อวิชา                                | จำนวนหน่วยกิต |
| วิชาเอกบังคับ                | MK12401  | การตลาดเชิงสร้างสรรค์                   | 3(2-2-5)      |
|                              | MK12402  | การสร้างสรรค์ธุรกิจใหม่สำหรับนักการตลาด | 3(2-2-5)      |
| วิชาฝึกประสบการณ์ฯ           | MK17402  | การเตรียมสหกิจศึกษา                     | 1(45)         |
| วิชาเอกเลือก                 | XXXXXXX  | เลือกเรียนในหมวดวิชาเอกเลือก            | 2 - 3         |
| วิชาเลือกเสรี                | XXXXXXX  | เลือกเสรี                               | 3             |
| รวม                          |          |                                         | 12 - 13       |

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

#### 1.4.3 แผนการศึกษาแบบเทียบโอน (แบบ (ก) ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ เท่านั้น)

1) **แผนการศึกษา** สำหรับนักศึกษาสำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาการตลาดหรือเทียบเท่า จากสถาบันที่กระทรวงศึกษาธิการ และสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (ก.พ.) ให้การรับรอง หรือสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาอื่น จากสถาบันอุดมศึกษาที่ กระทรวงศึกษาธิการและสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (ก.พ.) ให้การรับรอง และให้เป็นไปตามระเบียบมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี ว่าด้วย การโอนผลการเรียน การเทียบโอนผลการเรียน และการเทียบโอนความรู้ ทักษะและประสบการณ์ ตามหลักสูตรของมหาวิทยาลัย พ.ศ. 2562 (ภาคผนวก ค)

| ชั้นปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1 |          |                                         |               |
|------------------------------|----------|-----------------------------------------|---------------|
| หมวดวิชา                     | รหัสวิชา | ชื่อวิชา                                | จำนวนหน่วยกิต |
| ศึกษาทั่วไป                  | GE01001  | อัตลักษณ์ UDRU                          | 3(2-2-5)      |
|                              | GE01002  | ทักษะดิจิทัล                            | 3(2-2-5)      |
|                              | GE01005  | ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน               | 3(2-2-5)      |
|                              | GEXXXXX  | เทียบโอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป             | 6*            |
| วิชาแกน                      | MK11101  | การตลาดสมัยใหม่                         | 3(2-2-5)*     |
|                              | AC10101  | การบัญชีการเงิน                         | 3(2-2-5)*     |
|                              | GM11101  | การจัดการสมัยใหม่                       | 3(2-2-5)*     |
|                              | EC10101  | เศรษฐศาสตร์ประยุกต์สำหรับธุรกิจ         | 3(2-2-5)*     |
| วิชาเอกบังคับ                | MK12105  | ภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด              | 3(3-0-6)*     |
|                              | MK12106  | การพัฒนาบุคลิกภาพและภาพลักษณ์นักการตลาด | 3(2-2-5)*     |
|                              | MK12206  | การกำหนดราคาเชิงกลยุทธ์                 | 3(3-0-6)*     |
|                              | MK12202  | การสร้างสรรค์สื่อดิจิทัล                | 3(2-2-5)*     |
|                              | MK12301  | การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์             | 3(2-2-5)      |
|                              | MK12309  | ฐานข้อมูลและการวิเคราะห์ทางการตลาด      | 3(2-2-5)      |
| เลือกเสรี                    | XXXXXXX  | เลือกเรียนในหมวดวิชาเลือกเสรี           | 6*            |
| รวม                          |          |                                         | 12            |

หมายเหตุ \* เทียบโอนได้

| ชั้นปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2 |          |                                                  |               |
|------------------------------|----------|--------------------------------------------------|---------------|
| หมวดวิชา                     | รหัสวิชา | ชื่อวิชา                                         | จำนวนหน่วยกิต |
| ศึกษาทั่วไป                  | GE01004  | ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารร่วมสมัย                   | 3(2-2-5)      |
|                              | GE01003  | ฉลาดคิดทางวิทยาศาสตร์                            | 3(2-2-5)      |
|                              | GEXXXXX  | เทียบโอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป                      | 3*            |
| วิชาแกน                      | FN10201  | การเงินธุรกิจ                                    | 3(2-2-5)*     |
|                              | FN10202  | กฎหมายธุรกิจและการภาษีอากร                       | 3(2-2-5)*     |
|                              | BA10201  | สถิติเพื่อการวิจัยทางธุรกิจ                      | 3(2-2-5)*     |
|                              | BC10101  | เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับธุรกิจในยุคดิจิทัล        | 3(2-2-5)*     |
| วิชาเอกบังคับ                | MK12102  | การสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการ                 | 3(2-2-5)*     |
|                              | MK12203  | การจัดการนวัตกรรมการขาย                          | 3(2-2-5)*     |
|                              | MK12204  | การสร้างแบรนด์                                   | 2(1-2-3)*     |
|                              | MK12303  | การวิจัยการตลาด                                  | 3(2-2-5)      |
|                              | MK12305  | การตลาดอิเล็กทรอนิกส์และการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ | 3(2-2-5)      |
|                              | MK12307  | การวิเคราะห์ข้อมูลและการตัดสินใจทางการตลาด       | 3(2-2-5)      |
|                              | MK12308  | ภาษาอังกฤษเพื่อการนำเสนอและการสื่อสารทางการตลาด  | 3(2-2-5)      |
|                              | MK12310  | การตลาดเพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน            | 2(1-2-3)      |
| รวม                          |          |                                                  | 17            |

หมายเหตุ \* เทียบโอนได้

| ชั้นปีที่ 3 ภาคฤดูร้อน |          |                                        |               |
|------------------------|----------|----------------------------------------|---------------|
| หมวดวิชา               | รหัสวิชา | ชื่อวิชา                               | จำนวนหน่วยกิต |
| วิชาแกน                | HR11102  | การจัดการทรัพยากรมนุษย์                | 3(2-2-5)*     |
| วิชาเอกบังคับ          | MK12101  | พฤติกรรมผู้บริโภค                      | 3(3-0-6)*     |
|                        | MK12103  | การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน | 2(1-2-3)*     |
|                        | MK12104  | การตลาดแบบออมนีแชนแนล                  | 2(1-2-3)*     |
| รวม                    |          |                                        | -             |

หมายเหตุ \* เทียบโอนได้

| ชั้นปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 1 |          |                                         |               |
|------------------------------|----------|-----------------------------------------|---------------|
| หมวดวิชา                     | รหัสวิชา | ชื่อวิชา                                | จำนวนหน่วยกิต |
| วิชาเอกบังคับ                | MK12401  | การตลาดเชิงสร้างสรรค์                   | 3(2-2-5)      |
|                              | MK12402  | การสร้างสรรค์ธุรกิจใหม่สำหรับนักการตลาด | 3(2-2-5)      |
| วิชาฝึก<br>ประสบการณ์<br>ฯ   | MK17401  | การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด | 1(45)         |
| วิชาเอกเลือก                 | XXXXXXX  | เลือกเรียนในหมวดวิชาเอกเลือก            | 6*            |
|                              | MK13411  | ประเด็นเฉพาะทางการตลาด                  | 3(2-2-5)      |
| รวม                          |          |                                         | 10            |

หมายเหตุ \* เทียบโอนได้

| ชั้นปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 2 |          |                                   |               |
|------------------------------|----------|-----------------------------------|---------------|
| หมวดวิชา                     | รหัสวิชา | ชื่อวิชา                          | จำนวนหน่วยกิต |
| วิชาฝึก<br>ประสบการณ์ฯ       | MK17403  | การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด | 3(350)        |
| รวม                          |          |                                   | 3             |

## 1.5 คำอธิบายรายวิชา

### 1.5.1 หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

24 หน่วยกิต

#### 1) หมวดวิชาบังคับ

15 หน่วยกิต

#### GE01001 อัตลักษณ์ UDRU

3(2-2-5)

##### UDRU Identity

ความเป็นพหุวัฒนธรรม ความเป็นพลเมืองตื่นรู้ หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง หลักการวิเคราะห์ชุมชนบนพื้นฐานวิศวกรรมสังคม หลักพื้นฐานสำคัญในการทำงาน การมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาของสังคม มีจิตอาสา รักและภาคภูมิใจในตัวเอง สถาบัน และชุมชนท้องถิ่น ออกแบบและจัดกิจกรรมหรือโครงการ เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงโดยใช้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

Udon Thani's ways of life; active citizenship; sufficiency economy philosophy; principles of community analysis based on social engineering; basic essential skills for collaboration; participation in the resolving social problems; volunteer spirit; affection and pride of oneself, institute, and community; design activities or projects leading to the change regarding sufficiency economy philosophy.

#### GE01002 ทักษะดิจิทัล

3(2-2-5)

##### Digital Skills

สารสนเทศและเทคโนโลยีดิจิทัล ทักษะดิจิทัล โปรแกรมระบบปฏิบัติการเบื้องต้น โปรแกรมสำนักงาน การรู้เท่าทันสื่อ การสร้างสรรค์นวัตกรรมด้วยความตระหนักรู้บนพื้นฐานการเป็นพลเมืองดิจิทัล

Concepts of information and digital technology; digital skills; basic operating system; office suite application; media literacy; creation of innovation concerning awareness of the foundation of digital citizenship.

#### GE01003 ฉลาดคิดทางวิทยาศาสตร์

3(2-2-5)

##### Scientific Intelligence

กระบวนการทักษะทางวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์พื้นฐาน ธรรมชาติของวิทยาศาสตร์ เจตคติที่ดีทางวิทยาศาสตร์ การเตรียมความพร้อมในปัจจุบันและอนาคต ทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ในการทำงานและชีวิตประจำวัน

Basic scientific and mathematic process skills; nature of science; positive attitudes towards sciences; scientific process skills for work and daily life.

## GE01004 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารร่วมสมัย

3(2-2-5)

### Thai for Contemporary Communication

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสาร การรับสาร การส่งสาร ทักษะการใช้ภาษาไทย ฟัง พูด อ่าน เขียน การมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสาร การใช้ภาษาไทยในการสื่อสารบนสื่อออนไลน์และสถานการณ์การสื่อสารต่าง ๆ อย่างเข้าใจและเหมาะสม

Basic knowledge of communication; receiving and sending messages; Thai skills in listening, speaking, reading and writing; participation in the communication process; use of Thai communication through online media and communicative situations comprehensively and appropriately.

## GE01005 ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน

3(2-2-5)

### Everyday Life English

คำศัพท์และประโยคภาษาอังกฤษที่ใช้จริงโดยเจ้าของภาษา การบอกทิศทาง การบรรยาย ลักษณะสิ่งของ สถานที่ และบุคคล การซื้อ-ขายสินค้า การสนทนาทางโทรศัพท์ การแสดงอารมณ์ความรู้สึก การยอมรับความแตกต่างในการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม การใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน อย่างมั่นใจและเป็นธรรมชาติ

Native-spoken English vocabularies and sentences, giving directions; describing things, places, and people; buying and selling products; making a phone call; feeling expression; acknowledgement of cultural differences in cross-cultural communication; use of English in everyday situations confidently and naturally.

## 2) หมวดวิชาเลือก

จำนวนไม่น้อยกว่า

9 หน่วยกิต

เลือกเรียนรายวิชาในกลุ่มวิชาใดก็ได้ ดังนี้

### 2.1) กลุ่มวิชาภาษาเพื่อการสื่อสาร

## GE02101 ภาษาอังกฤษเพื่อคอนเทนต์ครีเอเตอร์

3(2-2-5)

### English for Content Creators

การออกเสียงภาษาอังกฤษ บทสนทนา คำศัพท์ สำนวน การแต่งประโยค ประยุกต์ใช้ภาษาอังกฤษ และสร้างสรรค์สื่อออนไลน์ภาษาอังกฤษในรูปแบบต่างๆ ได้อย่างมั่นใจ

English pronunciation, conversations, vocabularies, and idioms; sentence composition in English; creation of various forms of online media in English confidently.

**GE02102 ภาษาอังกฤษกับการออกเสียงแบบง่าย**

**3(2-2-5)**

**English with Easy Pronunciation**

ทักษะการออกเสียงภาษาอังกฤษในระดับคำ ระดับประโยค และระดับย่อหน้า การออกแบบและจัดกิจกรรมการอ่านออกเสียงในรูปแบบสถานการณ์ต่างๆ ด้วยความมั่นใจและเป็นธรรมชาติ

English pronunciation skills in word sentence and paragraph levels; design and administration of a variety of situational read-aloud activities confidently and naturally.

**GE02103 เทรนด์ไทย เรียนภาษาไทยแบบวัยรุ่น**

**3(2-2-5)**

**Trending Thai Language for Teenager**

ธรรมชาติของภาษาไทยในบริบททางสังคมและวัฒนธรรม คำศัพท์และลักษณะของภาษาไทยสมัยนิยมจากเพลง ซีรีส์ ละครที่กำลังเป็นที่สนใจ การออกแบบและจัดกิจกรรมจากภาษาไทยสมัยนิยม ได้เหมาะสมตามกาลเทศะ

Nature of the Thai language in social and cultural contexts; vocabularies and characteristics of modern Thai from popular songs, series, and dramas; creation and administration of activities from modern Thai appropriately.

**GE02104 ภาษาจีนสำหรับนักท่องเที่ยว**

**3(2-2-5)**

**Chinese for Tourists**

คำศัพท์และประโยคเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่ม การซื้อของ การจัดการธุระต่าง ๆ การเดินทาง ความแตกต่างในการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมไทย-จีน การวางแผนการท่องเที่ยว การสนทนาเป็นภาษาจีนเบื้องต้นได้

Vocabularies and sentences about food and beverage; shopping; personal affair management; traveling; recognition of differences regarding Thai-Chinese cross-culture communication; planning traveling; basic Chinese communication.

**2.2) กลุ่มวิชาดิจิทัล นวัตกรรม และผู้ประกอบการ**

**GE02201 ท้องถิ่นดิจิทัล**

**3(2-2-5)**

**Digital Locality**

การเรียนรู้วิถีชุมชน วัฒนธรรมดิจิทัล เมืองอัจฉริยะ ทักษะสร้างสรรค์สื่อดิจิทัล ทักษะการใช้เครื่องมือดิจิทัลเพื่อการดำรงชีวิตอย่างปลอดภัย ตระหนักถึงความสำคัญการใช้เครื่องมือดิจิทัลต่อการมีส่วนร่วมในท้องถิ่นอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม การสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลในการแก้ปัญหาและพัฒนาท้องถิ่นอย่างมีความรับผิดชอบ

Learning the community way, digital cultures, smart cities, creative skills for digital media, skills to use digital tools for safe living, aware of digital tools importance for local participation with social responsibility, creating digital media for problem-solving, and local development with responsibility.

### **GE02202 โซเชียลมีเดียศึกษา**

**3(2-2-5)**

#### **Social Media**

โซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ เว็บแอปพลิเคชัน โมบายแอปพลิเคชัน การรู้เท่าทันสื่อและสังคมออนไลน์ วิจารณ์งานในการเลือกใช้สื่อสร้างสรรค์สื่อตามสมัณนิยมและประยุกต์ใช้เว็บแอปพลิเคชันทางการศึกษาหรือทางธุรกิจ

Social media, websites, web applications, mobile applications, media and social media literacy, able to use media with judgment; create trendy media and implement educational or business web applications.

### **GE02203 ดิจิทัลคอนเทนต์**

**3(2-2-5)**

#### **Digital Contents**

วิถีชีวิตในยุคดิจิทัล เทคโนโลยีในโลกออนไลน์ การใช้โปรแกรมในสมาร์ทโฟน ทักษะการประยุกต์ใช้โปรแกรมตกแต่งภาพ ตัดต่อวิดีโอ การออกแบบโลโก้ การสร้างเว็บไซต์ การสร้าง QR-Code และการสร้าง E-Book ตระหนักรู้ถึงการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีเพื่อให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีในโลกยุคดิจิทัลเพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรมสู่การสร้างรายได้จากสื่อสังคมออนไลน์

Concept of ways of digital life, online technologies, smartphone program application, photo editor application skills; video editing, logo design; website design, QR-code design, and E-book design. Aware of technology changes for a better quality of life in the digital world; create innovative income from social media.

### **GE02204 ออฟฟิศเด็กใหม่**

**3(2-2-5)**

#### **New Generation in Office**

หลักการทำงาน กระบวนการทำงาน บทบาทหน้าที่ในออฟฟิศ การเสริมบุคลิกภาพ การปรับตัวในที่ทำงาน การสื่อสารเชิงบวกกับเพื่อนร่วมงาน มารยาทในที่ทำงาน ใช้เครื่องมือในสำนักงานและประยุกต์ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการทำงานและนำเสนอผลงานอย่างสร้างสรรค์

Principle of operation, working process, roles in the office, personality enhancement, work adaptation, positive communication with colleagues, work etiquette. Apply office tools and work applications for creative presentation.

### GE02205 โพลสำรวจทางธุรกิจ

3(2-2-5)

#### Business Poll

การบริหารจัดการข้อมูลเชิงระบบ การจัดทำโพลสำรวจทางธุรกิจ การวางแผนเป็นระบบ มีทัศนคติที่ดีต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน วิเคราะห์และแก้ปัญหาเพื่อออกแบบแผนพัฒนาธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัดอุดรธานีอย่างตรงประเด็นและเหมาะสม

Systematic data management, conducting business polls, systematic planning, positive attitude toward improving quality life for people in the community, analyzing and solving problems relevant and appropriate to design business development plans for entrepreneurs in Udon Thani province.

### GE02206 ผู้ประกอบการรุ่นใหม่

3(2-2-5)

#### Young Entrepreneur

หลักการการวิเคราะห์ธุรกิจเบื้องต้น ทรัพย์สินทางปัญญา การคิดเชิงออกแบบ หลักการเขียนแผนธุรกิจด้วย Lean Canvas หลักการตลาด จริยธรรมและกฎหมายในการประกอบธุรกิจ มีทัศนคติเชิงบวกในการเป็นผู้ประกอบการในอนาคต นำเสนอแนวคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สร้างสรรค์จากภูมิปัญญาชุมชนเพื่อนำไปสู่การเป็นผู้ประกอบการชุมชน

Basic fundamentals of business analysis, intellectual property, design thinking, principles of writing a business plan with Lean Canvas, marketing principles, ethics and business law, positive attitude to be a future entrepreneur who creates new product, ideas from the wisdom of the surrounding communities, leading to sustainable community entrepreneurship.

### GE02207 ภูมิปัญญาพารวย

3(2-2-5)

#### Smart Wisdom

ภูมิปัญญาท้องถิ่น การวิเคราะห์ภูมิปัญญาท้องถิ่น การจัดการการตลาดสมัยใหม่ การสร้างคอนเทนต์ดิจิทัล การเลือกใช้ สร้าง และนำเสนอสื่อดิจิทัล เห็นคุณค่าและภาคภูมิใจในท้องถิ่นของตนเอง มีจรรยาบรรณในการเผยแพร่ข้อมูลบนสื่อดิจิทัล สร้างคอนเทนต์การตลาดโดยใช้สื่อดิจิทัลเพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างรายได้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่ในชุมชน

Local wisdom, local wisdom analysis (SWOT), modern marketing management, create digital content, creating and presenting digital media, respect for one's own community, as well as morals in the dissemination of information via digital media utilizing digital media, create marketing content to add value and generate revenue from community knowledge.

GE02208 เงินดีมีสุข

3(2-2-5)

### Happy Money

การวางแผนการใช้จ่าย การออม การลงทุนเบื้องต้น การรู้เท่าทันการพนันออนไลน์และกลไกการลงทุน การวิเคราะห์ดอกเบี้ย รอบคอบในการใช้จ่ายและมีวินัยในการออม และประยุกต์ใช้การบริหารจัดการเงินตามสถานการณ์ต่างๆ อย่างเหมาะสม

Planning for spending; saving and initial investment, online gambling literacy and investment scams, analysis of interest in various ways, careful in spending and discipline in saving, applying money management in various situations appropriately.

GE02209 อยู่ดีมีสุข

3(2-2-5)

### Happy Life

วิธีการดูแลและส่งเสริมสุขภาพโดยใช้ภูมิปัญญาไทย ธาตุเจ้าเรือน อาหารสมุนไพร โหราศาสตร์กับสุขภาพ ผลิตภัณฑ์สมุนไพร การนวดเบื้องต้นเพื่อบรรเทาอาการที่อาจเกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน มีเจตคติที่ดีในการประกอบอาชีพโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และสามารถต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบได้

Thai wisdom-based strategies for health care and promotion, home element, astrology, herbal foods, and health items first-time massage to relieve potential daily problems, positive outlook when pursuing a career that involves employing local knowledge, and can expand local knowledge as a prototype product.

## 2.3) กลุ่มวิชาพลเมืองตื่นรู้และสร้างสรรค์ชุมชน

GE02301 ก้าวทันโลก

3(2-2-5)

### World Update

ปรากฏการณ์ทางสังคมโลก การเปลี่ยนแปลงของโลกสมัยใหม่ในมิติทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองการปกครอง มีทัศนคติที่ดีต่อปัญหาและการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกทางสังคม ติดตามสถานการณ์และประเด็นปัญหา ปรากฏการณ์ทางสังคมโลกโดยการฝึกคิดวิเคราะห์อย่างมีวิจารณญาณเพื่อก้าวทันโลก

World social phenomenon, changing of modern world in social, economic and political dimensions and a positive attitude towards problems and positive social change by practicing critical thinking on world social phenomena in order to follow up on situations and problems to keep up with the world.

GE02302 รู้ทันสังคมไทย

3(2-2-5)

### Thai Social Literacy

สหวิทยาการ พัฒนาวัฒนธรรม ความทรงจำทางสังคม มายาคติกับความเป็นธรรม ทักษะการคิดเชิงวิภาษวิธี มีสำนึกสาธารณะ การทำงานแบบกระบวนการกลุ่ม มีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์สังคม สามารถปรับตัวให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสังคม เคารพสิทธิมนุษยชน

Multicultural, interdisciplinary, social memory myths and equity, public awareness of critical thinking abilities, collaborating in a group, supporting the advancement of society and adherence to human rights.

GE02303 พุทธศาสนากับโลกปัจจุบัน

3(2-2-5)

### Buddhism and Contemporary World

หลักการสำคัญของพุทธศาสนาและสภาพสังคมปัจจุบัน วิเคราะห์ปัญหาสังคมและบทบาทของพุทธศาสนาต่อปัญหาต่างๆ แสวงหาแนวทางการประยุกต์ใช้หลักการของพุทธศาสนาเพื่อแก้ไขปัญหาอย่างเข้าใจสภาพสังคมหรือระบบคุณค่าของบริบทโลกปัจจุบัน

The main principles of Buddhism, current social situation, analyzing of social problems and the role of Buddhism in various problems. Seek a solution to apply Buddhist core value to solve problems in a way that understands social conditions or value systems in the current world context.

GE02304 ทักษะกฎหมายในสังคมยุคใหม่

3(2-2-5)

### Legal Skills in Modern Society

หลักกฎหมายแพ่งและพาณิชย์เบื้องต้น กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกระทำความผิดในโลกดิจิทัล กระบวนการยุติธรรมทางแพ่งและทางอาญา สิทธิมนุษยชนและการปกครองในระบอบประชาธิปไตย ตระหนักถึงการใช้สิทธิเสรีภาพของตนเอง และเคารพสิทธิเสรีภาพของผู้อื่น ฝึกปฏิบัติการเขียนสัญญาเบื้องต้น เขียนพินัยกรรม ให้คำแนะนำผู้อื่นในการดำเนินกระบวนการยุติธรรมทางแพ่งและทางอาญา ปฏิบัติตนให้ถูกต้องตามกฎหมาย

Fundamental rules of civil and business law, digital crime laws, civil and criminal justice, human rights, and democratic principles, conscious of exercising their own rights and freedoms, respectful of those of others, practice making a preliminary contract, drafting a will, giving advice to others regarding civil and criminal justice processes, and acting lawfully.

GE02305 วัฒนธรรมกระแสนิยม

3(2-2-5)

### Soft Power and Pop Cultures

แนวคิด ทฤษฎี กรณียศึกษาของวัฒนธรรมร่วมสมัยและซอฟต์แวร์ วิเคราะห์และสร้างเครื่องมือในการพัฒนาอิทธิพลทางความคิดของตนเองและคนในสังคม มีเจตคติที่ดีต่อการเปลี่ยนแปลง ยอมรับความหลากหลายทางค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคม พัฒนาอิทธิพลทางความคิดของตนเองและคนในสังคมผ่านการบูรณาการซอฟต์แวร์ในท้องถิ่นได้

Concepts, theories, case studies of contemporary culture and soft power. Analyze and create tools to develop the influence of thoughts on one's own and people in society; have a positive attitude towards change and accept the diversity of values and cultures of people in society, developing self and social power influences through integrating local soft power.

### 2.4) กลุ่มวิชาการเรียนรู้และคุณภาพชีวิต

GE02401 ออกแบบความรัก

3(2-2-5)

### Love Design

รูปแบบและประเภทของความรัก ความหลากหลายทางเพศ วิธีป้องกันโรคทางเพศสัมพันธ์ และการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ การจัดการความสัมพันธ์ระหว่างคู่รักและการอยู่เป็นโสด รับมือกับการคุกคามและการกลั่นแกล้งทางเพศ ตระหนักและร่วมแก้ไขปัญหาด้วยความรับผิดชอบ หาแนวทางแก้ไขข้อผิดพลาดระหว่างการใช้ชีวิตคู่ และวางแผนรับมือกับความโสดได้

Types of love, gender differences, methods to prevent sexually transmitted diseases and adverse pregnancies relationship management and single, harassment and sexual harassment awareness and responsibility for solving problems, find out the solutions for mistakes during the matrimony, and well-plan to deal with singleness.

GE02402 สมาร์ทคิด

3(2-2-5)

### Smart Thinking

กระบวนการคิดเชิงวิเคราะห์ คิดเชิงวิจารณ์ญาณและคิดเชิงสร้างสรรค์ ตระหนักในปัญหาที่เกิดขึ้นและเห็นคุณค่าของการแก้ไขปัญหา ประยุกต์ใช้กระบวนการคิดเพื่อแก้ไขปัญหาในสถานการณ์ต่างๆ

Analytical thinking process, critical thinking and creative thinking. Recognize the problems that arise and appreciate the solutions, apply thinking processes to solve problems in various situations.

### GE02403 การปรับตัวอย่างสร้างสรรค์

3(2-2-5)

#### Creative Adaptation

การปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การวิเคราะห์ ประเมินความสามารถและแรงจูงใจ การส่งเสริมพฤติกรรมใหม่ให้เกิดความถาวร สร้างสรรค์ความเคยชินใหม่ตามลำดับขั้นตอน เพื่อตระหนักถึงคุณค่าการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม และสามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในสถานการณ์ต่างๆ ได้อย่างสร้างสรรค์

Behavioral change, analysis, ability assessment and motivation, encouraging new behaviors to be permanent. Create new habits step by step to realize the value of behavior modification and change some behavior in various situations creatively.

### GE02404 ศิลปะการพัฒนาศีวิต

3(2-2-5)

#### Art of Life Development

หลักปรัชญาและศาสนา หลักธรรมเพื่อการแก้ปัญหาและพัฒนาชีวิต เห็นคุณค่าของการพัฒนาตนเองและการทำความดี ปฏิบัติกิจกรรมทำความดีเพื่อการพัฒนาตนเอง สามารถแก้ปัญหาในสถานการณ์ต่างๆ ได้อย่างมีวิจารณญาณ

Philosophy and religion, problem solving and development of Buddhism, self-esteem, self-development and good deeds. Critical thinking, self-developed good behavior can solve problems.

### GE02405 สูตรสร้างสุข

3(2-2-5)

#### Recipe for Happiness

การเข้าใจตนเอง ความแตกต่างระหว่างบุคคล ความสุขในรูปแบบต่างๆ มีเจตคติที่ดีต่อตนเองและผู้อื่น สามารถคิดวิเคราะห์สถานการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมทุกมิติ รับมือกับความผิดหวังและออกแบบความสุขในรูปแบบของตัวเอง

Self-understanding individual differences, forms of happiness to have a positive attitude towards oneself and others, able to analyze situations that occur in all dimensions of society cope with disappointment and design your own happiness.

### GE02406 ศิลปะการดูภาพยนตร์

3(2-2-5)

#### Aesthetic in the Movie

ความรู้ด้านศิลปะ วิเคราะห์แนวคิดทฤษฎีและหลักองค์ประกอบศิลป์ ตระหนักถึงคุณค่าที่ได้รับจากสุนทรียทัศน์ที่ปรากฏในภาพยนตร์ ถ่ายทอดประสบการณ์จากการรับชมภาพยนตร์ที่ส่งผลต่ออารมณ์ความรู้สึก พฤติกรรมศึกษาทางสังคมและชีวิตประจำวัน

Artistic knowledge, conceptual analysis, theory and artistic elements, realize of value of the aesthetic concepts emerging from films, moving from film experience to emotion, society and daily life.

#### GE02407 อาหารเต็มสุข

3(2-2-5)

##### Blissful Cuisine

อาหารเพื่อสุขภาพ อาหารฟิวชั่น อาหารชีวจิต อาหารมังสวิรัต อาหารเจ อาหารคลีน คุณค่าทางโภชนาการเบื้องต้น หลักการคัดเลือกวัตถุดิบ การประกอบอาหาร การแปรรูป ตระหนักถึงคุณภาพอาหารและโภชนาการ เลือกวัตถุดิบและผลิตอาหารที่เหมาะสมต่อสุขภาพและสร้างสรรค์อาหารจากวัตถุดิบในท้องถิ่น

Healthy food, fusion food, homeopathic food, vegetarian food, vegan food, clean food, nutrition introduction, principles to choose raw materials, cooking, processing, realize of food importance and nutrition, choose to eat and produce the right food for health, create of food from local raw materials.

#### GE02408 ธรรมชาติเพื่อนันทนาการและการท่องเที่ยว

3(2-2-5)

##### Natural for Recreation and Tourism

นันทนาการ ทรัพยากรนันทนาการ แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติเพื่อนันทนาการ การอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว รูปแบบกิจกรรมนันทนาการเพื่อสุขภาพ สมรรถภาพสำหรับบุคคลและกลุ่ม กิจกรรมนันทนาการการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เกิดความห่วงใยและเห็นคุณค่าในแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เลือกรูปแบบและจัดกิจกรรมนันทนาการเพื่อสุขภาพและสมรรถภาพสำหรับบุคคลและกลุ่มได้อย่างเหมาะสม

Introduction to recreational resources, recreational resources, natural recreation resources, conservation forms of recreational activities for health performance for individuals and groups, recreational activities and tourism based on natural attractions. The love and appreciation of natural wonders. On a daily basis, be able to select the appropriate format and organize recreational activities for health and fitness for individuals and groups.

#### GE02409 วิถีชีวิตสีเขียว

3(2-2-5)

##### Green Living

ธรรมชาติกับการดำรงชีวิต ปัญหาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สถานการณ์การเปลี่ยนแปลง สภาพภูมิอากาศโลก การบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ประยุกต์แนวทางการบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และตระหนักถึงการจัดการขยะในครัวเรือนมาใช้ในชีวิตประจำวันได้

Nature and life, nature and environmental issues, global climate change, environmentally friendly consumption. The results of this study can be applied to the realization of environmentally friendly consumption and waste management in daily life.

#### GE02410 ปุ๋ยคอกดีมีประโยชน์

3(2-2-5)

##### Salutary Cultivation

เกษตรปลอดภัย ความสำคัญและประโยชน์ของพืชผักต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม การจำแนกชนิดและประเภทของพืชผัก ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของพืชผัก เลือกพื้นที่และรูปแบบการปลูกพืชผักได้เหมาะสม เห็นคุณค่าเกษตรปลอดภัย และใช้ประโยชน์จากผลผลิตพืชผักที่ปลูกเพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหารในระดับครัวเรือน

Safe agriculture, importance and benefits of vegetables to health and environment, classification of vegetables, environmental factors affecting vegetable growth, choose the area and the planting pattern appropriately. Valuable of safe agriculture and take advantage of the crops grown to create food security at the household level.

#### 1.5.2 หมวดวิชาเฉพาะ

จำนวน 89 หน่วยกิต

##### 1) รายวิชาแกน

จำนวน 27 หน่วยกิต

#### AC10101 การบัญชีการเงิน

3(2-2-5)

##### Financial Accounting

แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการบัญชี สมการบัญชีและงบการเงิน การวิเคราะห์รายการค้า งบกำไรขาดทุนและงบแสดงฐานะการเงิน รายการปรับปรุง งบการเงินของธุรกิจซื้อขายสินค้า งบการเงินของธุรกิจผลิตสินค้า งบกระแสเงินสด การจำแนกประเภทต้นทุนและกำไรส่วนเกิน และการใช้ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อการบริหาร

Basic concepts of accounting, accounting equations and financial statements, analysis of business transactions, income statements and statements of financial position, adjusting entries, financial statements of trading businesses, financial statements for manufacturing businesses, cash flow statements, cost classification and profit margins, and using accounting information for management purposes.

### BA10201 สถิติเพื่อการวิจัยทางธุรกิจ

3(2-2-5)

#### Statistics for Business Research

แนวคิดและหลักการสำคัญของสถิติเบื้องต้น และความสำคัญของการวิจัยทางธุรกิจ การวิเคราะห์ลักษณะของข้อมูลเบื้องต้นด้วยค่าสถิติเชิงพรรณนา ความน่าจะเป็นและการแจกแจงความน่าจะเป็นของข้อมูล ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง การประมาณค่าและการทดสอบสมมุติฐาน ปฏิบัติการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ทางสถิติเพื่อประมวลผลและนำเสนอข้อมูล ปฏิบัติการออกแบบและดำเนินการวิจัยทางธุรกิจขั้นพื้นฐาน ปฏิบัติการตอบคำถามและให้ข้อเสนอแนะเชิงธุรกิจ โดยอิงจากการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ นำเสนอผลการวิเคราะห์ทางสถิติสำหรับการวิจัยทางธุรกิจ

Key concepts and principles of basic statistics and the importance of business research, analysis of the data characteristics using descriptive statistics, probability and probability distributions, population and sampling, estimation and hypothesis testing, practice with statistical software for data processing and presentation, practical design and execution of basic business research, practical application of responding to questions and providing business suggestions based on statistical analysis results for business research data analysis, presenting statistical analysis results for business research.

### BC10101 เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับธุรกิจในยุคดิจิทัล

3(2-2-5)

#### Information Technology for Business in Digital Age

ระบบสารสนเทศที่ใช้ในองค์กรสมัยใหม่ แนวโน้มเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อพัฒนาธุรกิจ ในยุคดิจิทัล การปรับตัวของธุรกิจในยุคดิจิทัล ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในองค์กรธุรกิจ ฝึกปฏิบัติโปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อการจัดการงานสำนักงานได้อย่างถูกต้อง และนำเสนอข้อมูลทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสมกับบริบทตระหนักรู้จริยธรรม ความปลอดภัยในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการทำงานเป็นทีม

Information systems in modern organizations, information technology trends for business development in the digital age, adaptation of businesses in the digital era application of information technology in business organizations, practical use of software package programs for office management and appropriate business data presentation in context, awareness of ethics, information security, and teamwork in using information technology.

### EC10101 เศรษฐศาสตร์ประยุกต์สำหรับธุรกิจ

3(2-2-5)

#### Applied Economics for Business

ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาคและมหภาค อุปสงค์ อุปทาน การกำหนดราคาดุลยภาพ ความยืดหยุ่น ทฤษฎีการผลิตและต้นทุนการผลิต การกำหนดราคาและปริมาณดุลยภาพในตลาดแข่งขันสมบูรณ์และตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ ปัญชีรายได้ประชาชาติ ภาวะเงินเฟ้อและเงินฝืด ตลาดการเงิน อุปสงค์ อุปทานของ

เงิน นโยบายการเงิน การคลังสาธารณะ นโยบายการคลัง การค้าและการเงินระหว่างประเทศ การพัฒนาเศรษฐกิจ วัฏจักรเศรษฐกิจ และการประยุกต์ใช้ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์เพื่อวิเคราะห์และวางแผนทางธุรกิจ

Microeconomic and macroeconomic theories, demand, supply, equilibrium pricing, elasticity, production theory and production costs, price and equilibrium quantity determination in perfect and imperfect competitive markets, national income accounting, inflation and deflation, financial markets, demand and supply of money, monetary policy, public finance, fiscal policy, international trade and finance, economic development, business cycles, and the application of economic theory for business analysis and strategic planning.

### **FN10201 การเงินธุรกิจ**

**3(2-2-5)**

#### **Business Finance**

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: AC10101 การบัญชีการเงิน

แนวคิดพื้นฐานของการเงินธุรกิจ บทบาทและหน้าที่ของผู้จัดการทางการเงิน เทคโนโลยีทางการเงิน การวิเคราะห์งบการเงินขั้นพื้นฐาน การวางแผนและพยากรณ์ทางการเงิน การจัดการเงินทุนหมุนเวียน การจัดการลูกหนี้การค้า การจัดการสินค้าคงเหลือ แหล่งที่มาและต้นทุนของเงินทุน มูลค่าของเงินตามเวลา งบจ่ายลงทุน จุดคุ้มทุนและการวางแผนกำไร ปฏิบัติการจัดทำงบประมาณเงินสดและใช้เครื่องมือทางการเงินในการตัดสินใจทางธุรกิจ ความสำคัญของจริยธรรมในการดำเนินงานทางการเงิน

Prerequisite : AC10101 Financial Accounting

Basic concepts of business finance, the role and responsibilities of financial managers, financial technology, basic financial statement analysis, financial planning and forecasting, working capital management, accounts receivable management, inventory management, sources and costs of capital, time value of money, capital budgeting, break-even point and profit planning, practical training in cash budgeting, and the use of financial tools in business decision-making, the importance of ethics in financial operations.

### **FN10202 กฎหมายธุรกิจและการภาษีอากร**

**3(2-2-5)**

#### **Business Law and Taxation**

กฎหมายเกี่ยวกับการจัดตั้งองค์กรธุรกิจ ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ว่าด้วยตราสารทางการเงิน ตัวเงิน นิติกรรมสัญญา กฎหมายลักษณะหนี้ การซื้อขาย การขายฝาก ให้การเช่าทรัพย์สินและการเช่าซื้อ ยืมฝากทรัพย์สิน การประกันด้วยบุคคล หลักเกณฑ์และวิธีการประเมินและการจัดเก็บภาษีตามประมวลรัษฎากร ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ อากรแสตมป์ ภาษีท้องถิ่น ภาษีศุลกากร ภาษีสรรพสามิต จริยธรรมในการประกอบธุรกิจและการเสียภาษี

Legal aspects regarding the establishment of business organization; the Civil and Commercial Code of Thailand on financial instruments, promissory notes, legal transactions and contracts, law of obligations, sales, mortgages, lease agreements, hire purchase, loans, property deposits, personal securities; principles and methods of tax assessment and collection under the Revenue Code, personal income tax, corporate income tax, value-added tax, specific business tax, stamp duties, local taxes, customs duties, excise tax, and ethics in business operations and tax payment.

### **GM11101 การจัดการสมัยใหม่**

**3(2-2-5)**

#### **Modern Management**

ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีหลักการจัดการ องค์การทางธุรกิจ สภาพแวดล้อม องค์การ การวางแผน การจัดองค์การ การจัดบุคคลเข้าทำงาน การอำนวยความสะดวก การประสานงานและการสื่อสารภายในองค์การ การควบคุม ปฏิบัติการเขียนโครงสร้างองค์การสมัยใหม่ การวางแผนดำเนินธุรกิจและวางแผนจัดการองค์การอย่างมีจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม ตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของการทำงานเป็นทีมและการเต็มใจบริการในการปฏิบัติงานภายในองค์การ

Basic knowledge of concepts and theories of management principles, business organization, organizational environment, planning, organizing, staffing, directing, coordinating, and internal communication within an organization, control, practical training in designing modern organizational structures, business planning and ethical management practices with social responsibility; awareness of the value and importance of teamwork and a service-oriented attitude in organizational operations.

### **HR11102 การจัดการทรัพยากรมนุษย์**

**3(2-2-5)**

#### **Human Resource Management**

แนวคิดพื้นฐาน ทฤษฎี หลักการและกระบวนการในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ การวิเคราะห์งาน การสรรหาและการคัดเลือกบุคลากร การบรรจุและแต่งตั้ง การปฐมนิเทศ การฝึกอบรมและพัฒนา การประเมินผลการปฏิบัติงาน ค่าตอบแทน ผลประโยชน์เกื้อกูลสวัสดิการ รางวัล จูงใจ สุขภาพอนามัยและความปลอดภัย วินัยร้องทุกข์ พนักงานสัมพันธ์ กฎหมายประกันสังคม การจัดการทุนมนุษย์ และจริยธรรมสำหรับนักจัดการทรัพยากรมนุษย์ยุคสมัยใหม่

Basic concepts, theories, principles and processes in human resource management, human resource planning, job analysis, recruitment and selection, onboarding and placement, promotion, orientation, training and development, performance evaluation, compensation, benefits and welfare, incentives, health and safety, discipline and grievance

handling, employee relations, social security law, human capital management, and ethics for modern HR professionals.

### **MK11101 การตลาดสมัยใหม่**

**3(2-2-5)**

#### **Modern Marketing**

ความหมาย วิวัฒนาการ แนวคิดและความสำคัญของการตลาดสภาพแวดล้อมทางการตลาด ระบบข้อมูลการตลาด การแบ่งส่วนการตลาดและการเลือกตลาดเป้าหมาย พฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนประสมการตลาด การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ จริยธรรมการตลาดและความรับผิดชอบต่อสังคม

Definitions, evolution, concepts, and importance of marketing, the marketing environment, marketing information systems, market segmentation and target market selection, consumer behavior, the marketing mix, the application of modern technology, marketing ethics, and social responsibility.

## **2) วิชาเอก**

### **2.1) รายวิชาเอกบังคับ**

### **MK12101 พฤติกรรมผู้บริโภค**

**3(3-0-6)**

#### **Consumer Behavior**

แนวคิด ทฤษฎี และหลักการพื้นฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค กระบวนการตัดสินใจซื้อ วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคทั้งปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยทางวัฒนธรรม การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามพฤติกรรม การประยุกต์ใช้ความรู้ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดและการสื่อสารทางการตลาด

Concepts, theories, and principles of consumer behavior, consumer decision-making process, analysis of various factors influencing consumer behavior, including personal factors, psychological factors, social factors, cultural factors, behavioral segmentation of consumers, and the application of consumer behavior knowledge in marketing strategies and marketing communications.

### **MK12102 การสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการ**

**3(2-2-5)**

#### **Integrated Marketing Communication**

แนวคิด ทฤษฎีการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการในยุคดิจิทัล โดยมุ่งเน้นการฝึกปฏิบัติและทำงานร่วมกับผู้อื่นครอบคลุม การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด การวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารทาง

การตลาด การเลือกใช้เครื่องมือและช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายอย่างสร้างสรรค์ การประเมินผลลัพธ์ของการสื่อสารการตลาด โดยคำนึงถึงจริยธรรมและความรับผิดชอบ

Concepts and theories of integrated marketing communication in the digital era, with an emphasis on practical training and collaboration, covering market situation analysis, planning for marketing communication strategy, creative selection of appropriate tools and channels for target audiences, evaluation of communication outcomes, with consideration of ethics and responsibility.

### **MK12103 การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน**

**2(1-2-3)**

#### **Creating Products for Sustainability**

หลักการและแนวคิดเกี่ยวกับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ในบริบทของความยั่งยืน โดยเน้นการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดในยุคดิจิทัล การฝึกปฏิบัติและทำงานร่วมกับผู้อื่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน การพัฒนาอัตลักษณ์แบรนด์ การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การควบคุมคุณภาพ กระบวนการทดสอบตลาดและการประเมินผลผลิตภัณฑ์ โดยยึดมั่นในหลักทรัพย์สินทางปัญญาและสิทธิของผู้บริโภค

Principles and concepts of product innovation in the context of sustainability with an emphasis on analyzing marketing situations in the digital era, practical training and collaboration in sustainable product development, brand identity development, product positioning, eco-friendly label and packaging design, quality control, market testing processes, and product evaluation, with adherence to intellectual property principles and consumer rights.

### **MK12104 การตลาดแบบออมนิแชนแนล**

**2(1-2-3)**

#### **Omni-Channel Marketing**

แนวคิด ทฤษฎีการตลาดแบบออมนิแชนแนล การทำงานกลุ่มเชิงปฏิบัติการครอบคลุมการวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า การวางแผนและออกแบบกลยุทธ์การตลาดแบบออมนิแชนแนล การเลือกใช้เทคโนโลยีและแพลตฟอร์มที่เหมาะสม การสร้างประสบการณ์ลูกค้าแบบไร้รอยต่อ การประเมินผลการจัดการการตลาดแบบออมนิแชนแนลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Concepts and theories of omni-channel marketing, hands-on group activities, covering customer behavior analysis, planning and designing omni-channel marketing strategies, selecting appropriate technologies and platforms, creating seamless customer experiences, and evaluating the effectiveness of omni-channel marketing management

### **MK12105 ภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด**

**3(3-0-6)**

#### **English for Marketers**

หลักการและทักษะการใช้ภาษาอังกฤษเชิงธุรกิจ คำศัพท์ภาษาอังกฤษทางการตลาด การใช้ภาษาอังกฤษสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย การนัดหมาย การสั่งซื้อ การเสนอขายและการเจรจาต่อรองทางธุรกิจ ด้วยความมั่นใจ การใช้ภาษาอังกฤษในการสร้างเนื้อหาผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล

Principles and skills of using business English, marketing-related English vocabulary, using English to communicate with target groups, making appointments, placing orders, presenting sales offers, and negotiating confidently in business contexts, as well as using English for content creation through digital technologies.

### **MK12106 การพัฒนาบุคลิกภาพและภาพลักษณ์นักการตลาด**

**3(2-2-5)**

#### **Personality and Image Development for Marketers**

หลักการ แนวคิด และทฤษฎีการพัฒนาบุคลิกภาพและภาพลักษณ์สำหรับนักการตลาดในยุคดิจิทัล ครอบคลุมบุคลิกภาพทางกายภาพ ทักษะการสื่อสาร มารยาททางสังคม ภาวะผู้นำ การปรับตัวพฤติกรรม อารมณ์และเจตคติ บูรณาการความรู้ทฤษฎีกับการฝึกปฏิบัติเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์นักการตลาด

Principles, concepts, and theories of personality and image development for marketers in the digital era, covering physical appearance, communication skills, social etiquette, leadership, behavioral adjustment, emotions, and attitudes integration of theoretical knowledge with practical training to enhance the professional image of marketers.

### **MK12202 การสร้างสรรค์สื่อดิจิทัล**

**3(2-2-5)**

#### **Digital Media Creation**

หลักการและทฤษฎีการออกแบบ เทคนิคการสร้างสื่อดิจิทัลและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในงานด้านการตลาด การพัฒนาสื่อดิจิทัลอย่างสร้างสรรค์ การพัฒนาทักษะเชิงปฏิบัติและจริยธรรมในการใช้สื่อดิจิทัล

Principles and theories of design, techniques for creating digital media, and the application of technology in marketing, creative digital media development, the advancement of practical skills and ethical considerations in the use of digital media.

### **MK12203 การจัดการนวัตกรรมการขาย**

**3(2-2-5)**

#### **Sales Innovation Management**

แนวคิด หลักการ นวัตกรรมการขาย การวิเคราะห์ข้อมูล และแนวโน้มทางการตลาด เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจการออกแบบกระบวนการขาย การบริหารทีมขาย การสื่อสาร การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การจัดการช่องทางการขายทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์ การฝึกปฏิบัติงานขาย ด้วยความรับผิดชอบ และมีจริยธรรม จรรยาบรรณการขาย

Concepts, principles, and sales innovations, data analysis, and market trends to support decision-making in sales process design, sales team management, communication, customer relationship building, managing both offline and online sales channels, practical sales training conducted with responsibility, ethics, and sales professionalism.

### **MK12204 การสร้างแบรนด์**

**2(1-2-3)**

#### **Branding**

แนวคิดและหลักการเกี่ยวกับแบรนด์ มูลค่าของแบรนด์ การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อการสร้างแบรนด์ การฝึกปฏิบัติอย่างสร้างสรรค์และมีจริยธรรมตามกระบวนการสร้างแบรนด์ การออกแบบอัตลักษณ์ การสื่อสารแบรนด์ผ่านช่องทางดิจิทัล การวัดและประเมินผลความสำเร็จของแบรนด์ และการพัฒนาแบรนด์ให้เติบโตอย่างยั่งยืน

Concepts and principles related to branding, brand value, and analysis of market situations that influence brand development, creative and ethical practices throughout the branding process, brand identity design, brand communication through digital channels, measuring and evaluating brand success, and developing the brand for sustainable growth.

### **MK12206 การกำหนดราคาเชิงกลยุทธ์**

**3(3-0-6)**

#### **Strategic Pricing**

หลักการ แนวคิด และทฤษฎีของการกำหนดราคาเชิงกลยุทธ์ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการตั้งราคา การวิเคราะห์ต้นทุน การประเมินมูลค่าทางอารมณ์ที่ลูกค้าได้รับ การฝึกปฏิบัติการใช้ข้อมูลและเครื่องมือทางเทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจด้านราคา

Principles, concepts, and theories of strategic pricing, analysis of environmental factors influencing pricing decisions, cost analysis, and evaluation of emotional value perceived by customers, practical training in using data and technological tools to support pricing decisions.

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

หลักการ แนวคิดการวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ กระบวนการวางแผน การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย การพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด การประเมินและควบคุมกลยุทธ์ การฝึกปฏิบัติเขียน นำเสนอแผนการตลาดอย่างสร้างสรรค์และมีจริยธรรม

Principles and concepts of strategic marketing planning, planning process, market situation analysis, target market selection, development of marketing mix strategies, strategy evaluation and control, practical training in writing and creatively presenting marketing plans with ethical considerations.

**MK12303 การวิจัยการตลาด****3(2-2-5)****Marketing Research****วิชาบังคับก่อน : BA10201 สถิติเพื่อการวิจัยทางธุรกิจ**

แนวคิดและหลักการของระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์ที่ประยุกต์ใช้กับการตลาด กระบวนการวิจัย การปฏิบัติการวิจัยในประเด็นการวิจัยที่เป็นแนวทางแก้ปัญหาทางการตลาดในยุคดิจิทัลด้วยการออกแบบวิจัยและการเขียนเค้าโครงงานวิจัย การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง การกำหนดประเด็นปัญหา วัตถุประสงค์การวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมาย การเขียนรายงานวิจัยตามหลักจริยธรรมวิจัย และการนำเสนอผลงานวิจัยในรูปแบบและบทความวิจัย

**Prerequisite: BA10201 Statistics for Business Research**

Concepts and principles of social science research methodology applied to marketing. research process, practical research implementation focused on solving marketing problems in the digital era through research design and proposal writing, literature reviews, defining research problems, research objectives, data collection, data analysis and interpretation, writing research report in accordance with research ethics, and presenting research findings as formal reports and research articles.

**MK12305 การตลาดอิเล็กทรอนิกส์และการพาณิชย์อัจฉริยะ****3(2-2-5)****Electronic Marketing and Intelligent Commerce**

แนวคิดและรูปแบบการตลาดอิเล็กทรอนิกส์และพาณิชย์อัจฉริยะ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดดิจิทัล พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ กลยุทธ์การตลาดอิเล็กทรอนิกส์และเทคโนโลยีอัจฉริยะ กระบวนการธุรกรรมตลาดอิเล็กทรอนิกส์ การประยุกต์ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ปัญญาประดิษฐ์และระบบอัตโนมัติในงานการตลาด จรรยาบรรณและกฎหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

Concepts and models of electronic marketing and smart commerce, analysis of the digital marketing environment, online consumer behavior, electronic marketing strategies and smart technologies, e-market transaction processes, application of computer programs, artificial intelligence, and automation systems in marketing, ethics and e-commerce laws.

**MK12307 การวิเคราะห์ข้อมูลและการตัดสินใจทางการตลาด**

**3(2-2-5)**

**Data Analytics and Marketing Decision-Making**

แนวคิดและเทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการตัดสินใจทางการตลาด การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทน โปรแกรมเชิงเส้นตรง แบบจำลองการขนส่ง การพยากรณ์ การตัดสินใจภายใต้ความเสี่ยงและความไม่แน่นอน การบูรณาการเทคนิคเชิงปริมาณกับเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อตัดสินใจและแก้ปัญหาทางการตลาด

Concepts and techniques of data analysis for marketing decision-making, cost-benefit analysis, linear programming, transportation models, forecasting, decision-making under risk and uncertainty, the integration of quantitative techniques with digital technology for marketing decision-making and problem-solving.

**MK12308 ภาษาอังกฤษเพื่อการนำเสนอและการสื่อสารทางการตลาด**

**3(2-2-5)**

**English for Presentation and Marketing Communication**

หลักการและทักษะการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการฟัง พูด อ่าน เขียน ประยุกต์ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารทางการตลาด การต่อรองทางธุรกิจและการนำเสนอ การออกแบบเนื้อหาภาษาอังกฤษที่เหมาะสมกับสื่อดิจิทัล อย่างมีจริยธรรมและมีความรับผิดชอบ

Principles and skills in using English for listening, speaking, reading, and writing, applying English in marketing communication, business negotiation and presentation, designing appropriate English content for digital media with ethics and responsibility.

**MK12309 ฐานข้อมูลและการวิเคราะห์ทางการตลาด**

**3(2-2-5)**

**Database and Marketing Analysis**

แนวคิดและทฤษฎีของฐานข้อมูลทางการตลาด ส่วนประกอบและรูปแบบของระบบฐานข้อมูล ฝึกปฏิบัติการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปและเครื่องมือเทคโนโลยีดิจิทัลในการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล การประยุกต์ใช้ฐานข้อมูลเพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดด้วยความซื่อสัตย์และมีจริยธรรมในการนำเสนอข้อมูล

Concepts and theories of marketing databases, components and structures of database systems, practical training in using software applications and digital tools for data analysis and processing, applying database for marketing strategy planning with integrity and ethical consideration in data presentation.

## **MK12310 การตลาดเพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน**

**2(1-2-3)**

### **Marketing for Sustainable Community Development**

แนวคิดและทฤษฎีการตลาดเพื่อชุมชนและการพัฒนาตามเป้าหมายของแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน(SDGs) ย่อมาจาก การศึกษาบริบทของชุมชน การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นและการสร้างมูลค่าเพิ่ม การยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยการตลาดดิจิทัลโดยคำนึงถึงจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

Concepts and theories of marketing for community and Sustainable Development Goals–SDGs, the study of community contexts, the development of products from local wisdom and value creation, the elevation of community products through digital marketing, with ethics and responsibility toward society and environment.

## **MK12401 การตลาดเชิงสร้างสรรค์**

**3(2-2-5)**

### **Creative Marketing**

แนวคิดและทฤษฎีการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมเพื่อสร้างความสำเร็จได้เปรียบทางการแข่งขัน การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค กระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ การคิดแบบอเนกนัย และเอเจนัย เทคนิคการระดมความคิดและการแก้ปัญหา การผสมผสานแนวคิดและทฤษฎีผ่านการออกแบบการสื่อสารร่วมกับเทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างสรรค์แคมเปญการตลาดอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและคำนึงถึงจริยธรรมทางการตลาด

Concepts and theories of creative marketing, creativity and innovation for competitive advantage, consumer behavior analysis, the creative thinking process, divergent and convergent thinking, brainstorming and problem-solving techniques, the integration of concepts and theoretical knowledge through communication design with digital technology to develop marketing campaigns with responsibility and ethical considerations in marketing.

## **MK12402 การสร้างสรรค์ธุรกิจใหม่สำหรับนักการตลาด**

**3(2-2-5)**

### **New Venture Creation for Marketers**

แนวคิดและกระบวนการสร้างสรรค์ธุรกิจใหม่สำหรับนักการตลาด การวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจและการพัฒนาแนวคิดธุรกิจ การฝึกปฏิบัติการเป็นผู้ประกอบการโดยการจัดทำแผนธุรกิจ การบริหารจัดการธุรกิจเริ่มต้นอย่างมีจริยธรรมและจรรยาบรรณ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการสร้างสรรค์ธุรกิจ

Concepts and processes of new business creation for marketers, business opportunity analysis and business concept development, practical entrepreneurial training

through business plan development, ethical and professional management of start-up business, and the application of technology in innovative business creation.

## **2.2) รายวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพและสหกิจศึกษา**

### **MK17401 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด**

**1(45)**

#### **Preparation for Marketing Internships**

กระบวนการเตรียมความพร้อมก่อนเข้าสู่การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด ประกอบด้วยการพัฒนาทักษะที่จำเป็นในองค์กร การพัฒนาบุคลิกภาพ การเขียนประวัติย่อ จดหมายสมัครงาน เทคนิคการสัมภาษณ์งาน การเขียนแผนการตลาดฉบับย่อ การปฏิบัติตนในองค์กร และการแก้ไขปัญหาในสถานการณ์จริง

Preparatory process for professional internship in marketing, including the development of essential workplace skills, personality development, résumé and cover letter writing, job interview techniques, writing concise marketing plans, professional conduct in the workplace, and problem-solving in real-world situations.

### **MK17403 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด**

**3(350)**

#### **Marketing Internships**

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: MK13401 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด

การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาดในหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ภายใต้การควบคุมดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษา โดยนำความรู้ทั้งทางภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติที่ได้จากการศึกษาไปใช้ในสถานการณ์จริง

Prerequisite: MK13401 Preparation for Marketing Internships

Marketing internships in governmental and private sector organizations under the supervisions of an academic advisor, applying theoretical and practical knowledge gained from academic studies to real-world situations.

### **MK17402 การเตรียมสหกิจศึกษา**

**1(45)**

#### **Preparation for Cooperative Education**

กระบวนการเตรียมความพร้อมก่อนเข้าสู่การฝึกประสบการณ์วิชาชีพสหกิจศึกษา ระเบียบข้อปฏิบัติเกี่ยวกับสหกิจศึกษา การพัฒนาทักษะที่จำเป็นในองค์กรประกอบด้วย การพัฒนาบุคลิกภาพ การเขียนประวัติย่อ จดหมายสมัครงาน เทคนิคการสัมภาษณ์งาน การเรียนรู้ผ่านการจำลองสถานการณ์การปฏิบัติงานในสถานประกอบการ รวมถึงการวิเคราะห์และแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในสถานการณ์การทำงานจริง

Preparatory processes for cooperative education internships, rules and regulations of cooperative education, the development of essential organizational competency, including personality development, resume writing, cover letter writing, job interview techniques, learning through simulated workplace scenarios, and the analysis and problem-solving of potential real-world situations.

#### **MK17404 สหกิจศึกษาทางการตลาด**

**6(720)**

##### **Cooperative Education in Marketing**

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: MK13402 การเตรียมสหกิจศึกษา

การฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านการตลาดที่เน้นการปฏิบัติงานในสถานประกอบการ โดยความร่วมมือของสถานประกอบการและสถานศึกษาร่วมกัน มีการคัดเลือกนักศึกษาปฏิบัติงาน ณ สถานประกอบการเพื่อเรียนรู้ประสบการณ์ปฏิบัติงานจริง มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานไม่ต่ำกว่า 1 ภาคการศึกษา ปกติ มีการประเมินผลและนำเสนอรายงานสหกิจศึกษา

Prerequisite: MK13402 Preparation for Cooperative Education

Marketing internships focusing on practical work in business organizations, collaboration between educational institutions and business organizations, selection of students for practical training at business organizations to gain real-world experience with training period of no less than 1 regular academic semester, performance evaluation and cooperative education report presentation.

#### **2.3) วิชาเอกเลือก**

##### **MK13301 กฎหมายและจริยธรรมทางการตลาด**

**3(3-0-6)**

##### **Law and Ethics in Marketing**

แนวคิด บทบาท และความสำคัญของกฎหมายและจริยธรรมต่อการดำเนินงานด้านการตลาด โดยเรียนรู้ครอบคลุมเกี่ยวกับกฎหมายเครื่องหมายการค้า กฎหมายมาตรฐานสินค้า กฎหมายควบคุมราคา กฎหมายควบคุมการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด กฎหมายลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางปัญญา กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค และพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ฝึกปฏิบัติโดยบูรณาการองค์ความรู้ที่ได้รับเพื่อประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์กรณีศึกษาและแก้ไขปัญหาทางกฎหมายและจริยธรรมทางการตลาด ตลอดจนส่งเสริมความตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ชุมชน และสังคมในการดำเนินธุรกิจการตลาด

Concepts, roles, and significance of law and ethics in marketing operations covering a comprehensive understanding of trademark law, product standards law, price control law, advertising and sales promotion law, copyright and intellectual property law, and consumer protection law, personal data protection act, practical training by integrating the acquired

knowledge to analyze case studies and address legal and ethical issues in marketing, as well as fostering awareness of environmental, community, and social responsibility in marketing business operations.

### **MK13303 การจัดการการตลาดเพื่อธุรกิจการเกษตร**

**3(3-0-6)**

#### **Marketing Management for Agribusiness**

แนวคิดและหลักการของการตลาดที่ประยุกต์ใช้ในบริบทของธุรกิจเกษตร ครอบคลุมโครงสร้างตลาดสินค้าเกษตร การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การกำหนดตลาดเป้าหมาย การจัดการผลิตภัณฑ์เกษตรที่หลากหลาย กระบวนการและกลยุทธ์ในการกำหนดราคา การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด การฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์กรณีศึกษา การวางแผนการตลาดสำหรับสินค้าเกษตรอย่างมีประสิทธิภาพ

Concepts and principles of marketing applied in the context of agribusiness, covering the structure of agricultural product markets, market situation analysis, consumer behavior, target market determination, management of diverse agricultural products, pricing processes and strategies, distribution channel management, marketing promotion, practical training in case study analysis, and marketing planning for agricultural products with an emphasis on good governance.

### **MK13304 การตลาดเชิงประสบการณ์และอีเวนต์**

**3(2-2-5)**

#### **Experiential and Event Marketing**

หลักการและแนวคิดเกี่ยวกับการตลาดเชิงประสบการณ์และการจัดอีเวนต์ การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดเพื่อออกแบบประสบการณ์ลูกค้าที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย รูปแบบและเครื่องมือการสื่อสารการตลาดดิจิทัล การวางแผน การบริหารจัดการอีเวนต์สำหรับผลิตภัณฑ์และองค์กร การประเมินผล การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างประสบการณ์ของกลุ่มเป้าหมายให้มีประสิทธิภาพ บูรณาการความรู้ร่วมกับการฝึกปฏิบัติเพื่อพัฒนาทักษะการสื่อสารและความรับผิดชอบในการดำเนินงานจัดอีเวนต์ภายใต้ความกดดันอย่างมีประสิทธิภาพ

Principles and concepts of experiential marketing and event management, market situation analysis to design customer experiences aligned with target groups, forms and tools of digital marketing communication, planning and managing events for products and organizations, evaluation and application of digital technology to effectively create target group experiences, integrating knowledge with practical training to develop communication skills and responsibility in managing events effectively under pressure.

### **MK13305 การตลาดระดับโลก**

**3(3-0-6)**

#### **Global Marketing**

แนวคิด ทฤษฎีการตลาดระดับโลก การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตลาดระดับโลกในยุคดิจิทัล การบูรณาการความรู้ทางการตลาดในการวางแผน การกำหนดกลยุทธ์การตลาดข้ามวัฒนธรรม การควบคุม และการประเมินผลการทำการตลาดระดับโลก ตลอดจนการฝึกปฏิบัติผ่านกรณีศึกษาและโครงการที่มุ่งเน้น การคิดวิเคราะห์ การทำงานร่วมกัน และการปรับตัวภายใต้สภาวะการเปลี่ยนแปลงของตลาดโลก

Concepts and theories of global marketing, analysis of factors influencing global marketing in the digital age, integration of marketing knowledge in planning, development of cross-cultural marketing strategies, control and evaluation of global marketing performance, as well as practical training through case studies and projects emphasizing analytical thinking, collaboration, and adaptability in the context of changing global market conditions.

### **MK13406 การตลาดแบบเกมมิฟิเคชัน**

**2(1-2-3)**

#### **Gamification Marketing**

หลักการและแนวคิดการตลาดแบบเกมมิฟิเคชัน การประยุกต์ใช้องค์ประกอบของเกมในบริบท การตลาด การวิเคราะห์พฤติกรรม การสร้างประสบการณ์ระหว่างแบรนด์กับผู้บริโภค การฝึกปฏิบัติในการ พัฒนาแนวทางการสะสมคะแนนและกลไกกิจกรรมท้าทาย โดยคำนึงถึงหลักคุณธรรมและจริยธรรม

Principles and concepts of gamification marketing, the application of game elements in the marketing contexts, behavior analysis, creating brand-consumer experiences, practical training in developing point-accumulation systems and challenge mechanisms, with an emphasis on moral and ethical considerations.

### **MK13409 การสื่อสารองค์กร**

**3(2-2-5)**

#### **Corporate Communication**

แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารองค์กรและการประชาสัมพันธ์ การวิเคราะห์สถานการณ์ การสร้าง ภาพลักษณ์ และความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมาย ฝึกปฏิบัติการวางแผนและจัดการการสื่อสารทั้ง ในสถานการณ์ปกติและภาวะวิกฤติ ประยุกต์ใช้เครื่องมือและช่องทางการสื่อสารแบบดั้งเดิมและดิจิทัล และการประเมินผล ภายใต้จรรยาบรรณทางวิชาชีพสื่อ

Concepts and theories of corporate communication and public relations, situation analysis, image building and managing organizational relationships with target groups, practical training in planning and managing communication in both normal and crisis situations, the application of traditional and digital communication tools and channels, and evaluation within the framework of media professional ethics.

## MK13411 ประเด็นเฉพาะทางการตลาด

3(2-2-5)

### Specialized Marketing Topics

วิเคราะห์ประเด็นปัญหาทางการตลาดในปัจจุบันที่น่าสนใจ บูรณาการองค์ความรู้และเทคโนโลยีทางการตลาดเพื่อแก้ไขปัญหา การกำหนดกลยุทธ์การตลาดโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน พร้อมทั้งอภิปราย นำเสนออย่างสร้างสรรค์และเน้นการทำงานเป็นทีม

Analysis of current and interesting marketing issues, integrating marketing knowledge and technology to address problems, formulating marketing strategies using creativity to achieve competitive advantage, as well as emphasizing discussion, creative presentation, and collaborative teamwork.

## MK13412 การตลาดธุรกิจสุขภาพ

2(1-2-3)

### Health Business Marketing

แนวคิดและหลักการพื้นฐานทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสุขภาพ การวิเคราะห์ตลาดสุขภาพในบริบทปัจจุบัน การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในแต่ละช่วงวัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสุขภาพ โภชนาการ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และแอปพลิเคชันด้านสุขภาพ การสื่อสารและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการดำเนินธุรกิจสุขภาพ การนำข้อมูลจากงานวิจัยเชิงสุขภาพมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาด โดยคำนึงถึงหลักคุณธรรม จริยธรรม และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลด้านสุขภาพของผู้บริโภค

Fundamental concepts and principles of marketing related to the health business; analysis of the health market within the current context; study of consumer behavior across different age groups and its impact on decision-making regarding the utilization of health services, nutrition, dietary supplements, and health applications; communication and application of digital technologies for health business operations; integration of health research data into the design of marketing strategies, with strict adherence to ethical principles, professional integrity, and the protection of consumers' personal health information.

## MK14302 การตลาดเชิงเนื้อหา

2(1-2-3)

### Content Marketing

แนวคิดและความสำคัญของการตลาดเชิงเนื้อหา โดยมุ่งเน้นการฝึกปฏิบัติครอบคลุมการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การวางแผน ออกแบบเนื้อหาที่สร้างคุณค่าและเกี่ยวข้องกับแบรนด์ การจัดการเนื้อหาบนแพลตฟอร์มดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ การวัดผลและวิเคราะห์ประสิทธิภาพของเนื้อหา อย่างมีจริยธรรมและความรับผิดชอบ

Concepts and significance of content marketing focusing on practical training and consumer behavior analysis, planning and designing valuable, brand-relevant content, and managing creative content on digital platforms and social media, measuring and analyzing content effectiveness with ethics and responsibility.

**MK14303 ภาษาจีนสำหรับนักการตลาด**

**3(2-2-5)**

**Chinese for Marketers**

คำศัพท์ วลี และประโยคภาษาจีนที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและธุรกิจ การเจรจาต่อรอง การนำเสนอสินค้าและบริการ การอธิบายรายละเอียดผลิตภัณฑ์ และการสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจ โดยมุ่งเน้นฝึกทักษะการสื่อสารที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายภายใต้สถานการณ์จริง รวมถึงการใช้เทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการสื่อสารทางการตลาดอย่างมีจริยธรรมและเคารพสิทธิของผู้บริโภค

Chinese vocabulary, phrases, and sentences related to marketing and business, negotiation, product and service presentation, explanation of product details, and establishing business relationships focusing on practical communication skills appropriate for target groups under real-life situations, as well as the use of technology to support marketing communication with ethical awareness and respects for consumer rights.

**MK14401 ภาษาญี่ปุ่นสำหรับนักการตลาด**

**3(2-2-5)**

**Japanese for Marketers**

คำศัพท์ วลี และประโยคภาษาญี่ปุ่นที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและธุรกิจ การเจรจาต่อรอง การนำเสนอสินค้าและบริการ การอธิบายรายละเอียดผลิตภัณฑ์ และการสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจ โดยมุ่งเน้นฝึกทักษะการสื่อสารที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายภายใต้สถานการณ์จริง รวมถึงการใช้เทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการสื่อสารทางการตลาดอย่างมีจริยธรรมและเคารพสิทธิของผู้บริโภค

Japanese vocabulary, phrases, and sentences related to marketing and business, negotiation, product and service presentation, explanation of product details, and establishing business relationships focusing on practical communication skills appropriate for target groups under real-life situations, as well as the use of technology to support marketing communication with ethical awareness and respects for consumer rights.

## **MK15202 การบริหารการจัดซื้อ**

**3(3-0-6)**

### **Purchasing Management**

หลักการและแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารการจัดซื้อในองค์กร กระบวนการจัดซื้อจัดหา การคัดเลือกและประเมินผู้ขาย การเจรจาต่อรอง การจัดการซัพพลายเชน การควบคุมต้นทุน คุณภาพของวัตถุดิบ และสินค้า รวมถึงกฎหมาย จริยธรรมในการจัดซื้อ การประยุกต์ใช้กลยุทธ์การจัดซื้อเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ การฝึกปฏิบัติการวางแผน การจัดซื้อให้สอดคล้องกับเป้าหมายทางธุรกิจ

Principles and concepts of purchasing management in organizations, the procurement and purchasing processes, supplier selection and evaluation, negotiation, supply chain management, cost control, quality management of raw materials and products, as well as legal and ethical considerations in procurement, the application of purchasing strategies to enhance efficiency, and practical training in purchasing planning aligned with business objectives.

## **MK15401 การตลาดธุรกิจแฟชั่น**

**2(1-2-3)**

### **Fashion Marketing**

หลักการและแนวคิดของการตลาดธุรกิจแฟชั่นในยุคดิจิทัล การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคในธุรกิจแฟชั่น การสร้างและพัฒนาแบรนด์ การออกแบบกลยุทธ์การตลาด การประยุกต์ใช้เครื่องมือการตลาดและการสื่อสารโดยเทคโนโลยีดิจิทัล การประเมินผล การฝึกทักษะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจแฟชั่นที่มีความคิดสร้างสรรค์และจริยธรรม

Principles and concepts of fashion businesses marketing in the digital era, the analysis of the marketing environments and consumer behavior in the fashion business, brand creation and development, the design of marketing strategies, the application of marketing tools and communication through digital technology, performance evaluation, entrepreneurial skills development for fashion business with an emphasis on creativity and ethics.

## **MK16404 การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน**

**3(3-0-6)**

### **Logistics and Supply Chain Management**

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

Concepts and theories related to logistics and supply chain management, facility location planning, sourcing and procurement, resource planning, control of material flow,

product control, inventory management, goods movement, distribution systems, transportation systems, roles of information and relevant laws, and practical training through case study analysis and presentation of results.

### **MK17301 โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการจัดการการตลาด**

**3(2-2-5)**

#### **Software Package for Marketing Management**

โครงสร้างและวิธีการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปที่นิยมใช้ในปัจจุบัน ระบบฐานข้อมูล กระดาษทำการ อิเล็กทรอนิกส์ โปรแกรมประมวลผลคำ ฝึกปฏิบัติการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปที่แพร่หลายในปัจจุบัน ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมกับงานด้านการตลาด

Structure and usages of commonly used software packages, database systems, electronic spreadsheets, word processing programs with practical training in the correct and appropriate use of widely adopted software applications for marketing-related tasks.

#### **1.3.3 หมวดวิชาเลือกเสรี**

**6 หน่วยกิต**

ให้เลือกเรียนรายวิชาที่เปิดสอน ในหลักสูตรระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีโดยไม่ซ้ำกับรายวิชาที่เรียนมาแล้ว และต้องไม่เป็นรายวิชาที่กำหนดให้เรียนโดยไม่นับหน่วยกิต