



Demand and supply; market equilibrium; elasticity of demand and supply; consumer behavior; production functions and cost of production; perfectly competitive market; monopoly; monopolistic competitive market; oligopoly

**944-121 เศรษฐศาสตร์มหภาค 3 (3-0-6)**

**Macroeconomics**

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์มหภาค การคำนวณรายได้ประชาชาติ รายได้ประชาชาติดุลยภาพ ดัชนีราคา นโยบายการเงิน นโยบายการคลัง ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการค้าและการเงินระหว่างประเทศ

An overview of Macroeconomics; national income calculation; national income equilibrium; price index; monetary policy; fiscal policy; basic knowledge of international trade and finance

**944-204 กฎหมายธุรกิจ 3 (3-0-6)**

**Business Law**

กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ที่สำคัญเกี่ยวกับบุคคล นิติบุคคล การตั้งห้างหุ้นส่วน บริษัท จำกัด การเลิกกิจการ ทรัพย์สิน นิติกรรมสัญญา เอกเทศสัญญา ที่เกี่ยวกับธุรกิจซื้อขาย เช่าซื้อ ค้ำประกัน ตัวแทน นายหน้า ตัวเงิน พระราชบัญญัติเกี่ยวกับเช็ค

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

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

**Introduction to Business**

ลักษณะการประกอบธุรกิจประเภทต่างๆ ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง อิทธิพลของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ธุรกิจในโลกไร้พรมแดน หลักการพื้นฐานเกี่ยวกับการบริหารจัดการ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การผลิต การตลาด การบัญชี การเงิน จริยธรรมทางธุรกิจ

Types of business; related factors; influences of business environments; business in a borderless world; principles of administration and management; human resource management; production; marketing; accounting; finance; business ethics

946-113 การบัญชีการเงิน 3 (3-0-6)

**Financial Accounting**

ลักษณะและแนวความคิดขั้นพื้นฐานของการบัญชี กระบวนการบันทึกบัญชี การปรับปรุงรายการ การปิดบัญชีและการจัดทำงบการเงิน การบัญชีสำหรับกิจการซื้อขายสินค้าและกิจการผลิตสินค้า การบัญชีภาษีมูลค่าเพิ่ม งบกระทหายอดเงินฝากธนาคาร งบกระแสเงินสด

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

946-160 หลักการตลาด 3 (3-0-6)

**Principles of Marketing**

ความหมาย ความสำคัญของการตลาด แนวความคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการตลาด สิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลทางการตลาด ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมทางการตลาด

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

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

**Small Business Management**

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจขนาดย่อม กลยุทธ์การตลาด การเงิน การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การผลิตและการวางแผนเชิงกลยุทธ์ การแก้ปัญหาในธุรกิจขนาดย่อม โอกาสของธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ จริยธรรมสำหรับการจัดการธุรกิจขนาดย่อม

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

946-209 หลักการจัดการ 3 (3-0-6)

**Principles of Management**

แนวคิด บทบาท และวิวัฒนาการทางการจัดการ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร สภาพแวดล้อมทางการจัดการ การตัดสินใจทางการจัดการ หน้าที่ทางการจัดการ การวางแผน การจัดการองค์กร การสั่งการ การควบคุม และความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดการกลยุทธ์

Concepts, roles and evolution of management; social responsibility of an organization; managerial environment; managerial decision making; management functions; planning; organizational management; leading; controlling; an overview of strategic management

**946-213 การบัญชีบริหาร 3 (3-0-6)**

**Managerial Accounting**

รายวิชาบังคับเรียนก่อน: 946-113 การบัญชีการเงิน

**Prerequisites: 946-113 Financial Accounting**

บทบาทของการบัญชีบริหาร แนวคิดพื้นฐานและการแยกประเภทต้นทุน การคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ การคำนวณต้นทุนรวมและต้นทุนผันแปร การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของต้นทุน ปริมาณและกำไร การวิเคราะห์ต้นทุนเพื่อการตัดสินใจ ต้นทุนมาตรฐานและการวิเคราะห์ผลต่าง การจัดทำงบประมาณ งบประมาณการลงทุน การบัญชีตามความรับผิดชอบ การประเมินผลการปฏิบัติงาน และการกำหนดราคาขาย

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

**946-260 พฤติกรรมผู้บริโภค 3 (3-0-6)**

**Consumer Behavior**

รายวิชาบังคับเรียนก่อน: 946-160 หลักการตลาด

**Prerequisite: 946-160 Principles of Marketing**

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

Relationship in marketing management; consumer behavior; analysis of consumer purchase behavior in decision process; theories and factors influencing consumer behavior; individual factors; external factors; marketing activities influencing consumer behavior

**946-262 การจัดการการตลาด 3 (3-0-6)**

**Marketing Management**

รายวิชาบังคับเรียนก่อน : 946-260 พฤติกรรมผู้บริโภค

**Prerequisite: 946-260 Consumer Behavior**

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

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

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

### **Supply Chain and Logistic Management**

ทฤษฎีในเรื่องของการจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ กระบวนการขนส่ง การจัดซื้อวัตถุดิบ การส่งมอบผลิตภัณฑ์ การจัดการสินค้าคงคลัง การบริหารคลังสินค้า การบรรจุหีบห่อ เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่องานด้านโลจิสติกส์ การนำกลยุทธ์โลจิสติกส์และการจัดการห่วงโซ่อุปทานไปปฏิบัติ การวางแผนการจัดการเกี่ยวกับโลจิสติกส์และการจัดการห่วงโซ่อุปทาน

Theories about logistics and supply chain management; transportation process; raw material purchasing; product delivery; inventory management; warehouse management; packaging; logistics information technology; implementation of logistics strategies and supply chain management; logistics planning and supply chain management

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

### **Current Issues in Marketing**

รายวิชาบังคับเรียนก่อน : ตามความเห็นชอบของสาขาวิชา

**Prerequisite: As required by the program**

หัวข้อวิชาใหม่ด้านการตลาด ทฤษฎีใหม่ที่ร่วมสมัย การประยุกต์แนวทาง กลยุทธ์การดำเนินงานทางการตลาด ตามที่สาขาเห็นชอบ

A new course about contemporary marketing theories, the selection of key topics and issues with the department's assent to examine how to apply marketing approaches and strategies

**946-268 การตลาดชุมชนเพื่อเศรษฐกิจพอเพียง 3 (3-0-6)**

### **Community Marketing for Sustainable Economy**

แนวคิดการตลาดชุมชนเพื่อเศรษฐกิจพอเพียง สภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อการตลาดชุมชนเพื่อเศรษฐกิจพอเพียง ความสมดุลระหว่างการตอบสนองความต้องการกับรายได้ของกิจการ การ

สร้างพฤติกรรมการซื้อขายและทำให้ความรู้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์บนความคุ้มค่า การจัดการส่วนประสมทางการตลาดอย่างสมดุล การประเมินผลการตลาดชุมชนเพื่อเศรษฐกิจพอเพียง

Concept of community marketing for sustainable economy; environment influencing marketing management; balancing between demand response and the income of business; building the buying behavior and the knowledge of sufficiency economy; product development on sufficiency economy; managing the marketing mix and evaluation on community marketing for sustainable economy

**946-269 การตลาดในองค์กรที่ไม่หวังผลกำไร**

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

**Marketing for the Non-Profit Organizations**

แนวความคิดทางการตลาดสำหรับองค์กรที่ไม่มุ่งหวังกำไร รัฐวิสาหกิจ องค์กรภาครัฐ รวมถึงหน่วยงานเอกชนซึ่งไม่ได้มุ่งหวังกำไรตอบแทน โดยการเรียนรู้ โอกาสทางการตลาด ตลาดเป้าหมาย ส่วนประสมทางการตลาด การจัดการองค์กร การวางแผน การดำเนินงาน และการควบคุมทางการตลาดสำหรับองค์กรที่ไม่มุ่งหวังกำไร และการประยุกต์หลักการตลาดและการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดสมัยใหม่สำหรับองค์กรที่ไม่มุ่งหวังกำไร

Marketing concept for non-profit organization includes government organization; privatization, and company which operate a social marketing program; A major topic to be studied includes market opportunities, target market, marketing mix strategy marketing plan and implementation, marketing control which especially applied for non-profit organization

**946-290 การเงินธุรกิจ**

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

**Business Finance**

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

**Prerequisites : 946-111 Principles of Accounting I or 946-113 Financial Accounting**

จุดมุ่งหมายและหน้าที่การบริหารทางการเงิน มูลค่าของเงินตามเวลา ผลตอบแทนและความเสี่ยง การวางแผนและการวิเคราะห์ทางการเงิน การบริหารเงินสดและหลักทรัพย์ตามความต้องการของตลาด การบริหารลูกหนี้ การบริหารสินค้า การจัดการเงินทุนระยะสั้นและระยะยาว โครงสร้างเงินทุนและนโยบายเงินปันผล

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

**946-300 การจัดการทรัพยากรมนุษย์**

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

**Human Resource Management**

ความหมายและบทบาทของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ การวิเคราะห์งาน การวางแผนกำลังคนการบริหารงานบุคคล การสรรหาและการคัดเลือก การฝึกอบรมพนักงาน การจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการ การสร้างขวัญกำลังใจ การประเมินผลการปฏิบัติงาน การเลื่อนตำแหน่ง การสับเปลี่ยน การย้ายงาน การลงโทษ การเลิกจ้าง การเจรจาต่อรอง แรงงานสัมพันธ์

Definitions and roles of human resource management; job analysis; manpower planning; personnel administration; recruitment and selection; training; compensation and welfare; building up motivation and morale; performance appraisal; promotion; job rotation; relocation; punishment; layout; negotiation; labor relations

**946-360 การจัดการการขาย**

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

**Sales Management**

บทบาทหน้าที่ของผู้บริหารงานขาย การจัดองค์กรการขาย การแสวงหา การคัดเลือกพนักงานขาย การฝึกอบรมพนักงานขาย ศิลปะการขาย การเจรจาต่อรองในการเสนอขายกับลูกค้าหรือพนักงานจัดซื้อ การวิเคราะห์คู่เจรจา กลยุทธ์ในการเจรจาต่อรอง เทคนิคและเครื่องมือในการโน้มน้าวคู่เจรจา ค่าตอบแทนพนักงานขาย การจูงใจพนักงานขาย การวิเคราะห์ การประเมินผลงาน การวางแผนการขาย การพยากรณ์การขาย การบริหารเวลา การแบ่งเขตการขาย ลูกค้า การเสนอขาย ความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้บริหารงานขาย

Roles and duties of sales managers; sales organizing; recruitment and selection of sales officers; sales training; the art of sales; strategies of sales negotiation with customers or business purchasers; the analysis of dialogue partners; bargaining strategies; techniques and tools for motivation; compensations for sales officers; incentives for sales careers; the analysis and evaluation of sales performance; sales planning; sales forecasts; time management; sales segmentation, customers, sales offering; social responsibility of sales executives

**946-361 การตลาดโลก**

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

**Global Marketing**

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

Characteristics and roles of global market which affect business in the future; global market entry strategies; competitions in global market; marketing behaviors; global market segmentation, modes of consumption in global market; concepts of global marketing; global and international marketing strategies; exportation, importation, and international investment; the analysis of factors affecting international marketing; international issues concerning business ethics and future trends

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

**Integrated Marketing Communication**

ความหมาย ความสำคัญของการสื่อสารทางการตลาด การวางแผนกลยุทธ์ การบริหารงาน การสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการ ประเภทของการสื่อสารทางการตลาดรูปแบบต่าง ๆ การเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดประเภทต่าง ๆ

Definition, importance of marketing communication; strategic planning; integrated marketing communication management; types of marketing communication, selecting marketing communication tools

**946-363 การวิจัยตลาด** **3 (2-2-5)**

**Marketing Research**

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

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

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

Definitions and importance of marketing research, process of marketing research, specifying marketing problems, research design, types of research, data resources and data survey methods, creating data collection tools, field data collection; data analysis, research report writing, presentation about the application of research findings for problem-solving and marketing decision-making

**946-364 การฝึกงานทางการตลาด** **ไม่น้อยกว่า 230 ชั่วโมง**

**Job Training in Marketing**

เงื่อนไข : สำหรับนักศึกษาชั้นปี 3

**For third-year students**



ฝึกปฏิบัติงานในแหล่งฝึกงานตรงตามสาขาวิชาของนักศึกษา เพื่อให้เรียนรู้สภาพการปฏิบัติงาน  
จริง

Job training relating to maketing for on-the-job experiences in the workplace

**946-366 การตลาดบริการ 3 (3-0-6)**

#### **Service Marketing**

ความหมายและความสำคัญของการตลาดบริการ แนวความคิดทางการตลาดสมัยใหม่กับ  
ตลาดบริการ พฤติกรรมการซื้อ ความคาดหวังของผู้บริโภค การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของการตลาด  
บริการ ส่วนประสมการตลาดบริการ

Definitions and significance of service marketing; concepts of modern marketing and  
service marketing, buying behaviors and consumer expectations; service market segmentation;  
service marketing mix

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

#### **Retail Marketing**

หลักการจัดการการค้าปลีก สถาบันการค้าปลีก มีความเข้าใจเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคและ  
การแข่งขัน กลยุทธ์การตลาดค้าปลีกที่มีประสิทธิภาพ การเลือกทำเลที่ตั้งร้านค้าปลีก การเข้าใจ  
เรื่องห่วงโซ่อุปทานและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการจัดการค้าปลีก การจัดการกลุ่มสินค้า  
ระบบการจัดซื้อ การกำหนดแบรนด์ร้านค้าปลีก การกำหนดราคาขายปลีก การจัดโปรแกรมส่งเสริม  
การตลาด การบริหารร้านค้า การออกแบบร้านค้า และจัดวางผังร้านค้าเพื่อนำเสนอสินค้า  
การให้บริการ และเทคนิคการขายปลีก การค้าปลีกระหว่างประเทศ และการค้าปลีกอิเล็กทรอนิกส์

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

**946-369 การตลาดสีเขียว 3 (3-0-6)**

#### **Green Marketing**

ความหมายและความสำคัญของสิ่งแวดล้อมและการตลาด วัตถุประสงค์และองค์ประกอบ  
ในการดำเนินงานการตลาดโดยคำนึงถึงสภาพแวดล้อมและความพึงพอใจระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค  
วิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

Meaning and importance of the environment and marketing objectives and elements of marketing taking into account the environment and satisfaction among producer and consumers analysis of marketing strategies application to preserve natural resources and environment

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

**Strategic Management**

**เงื่อนไข : สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 4**

**Condition: For fourth-year students**

แนวคิด บทบาท และวิวัฒนาการของการจัดการกลยุทธ์ กระบวนการจัดการกลยุทธ์ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง การกำหนดทิศทางเชิงกลยุทธ์ การกำหนดกลยุทธ์ การตัดสินใจเลือกกลยุทธ์ การประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ การควบคุมและประเมินผลกลยุทธ์

Concepts, roles and evolution of strategic management; strategic management process; situational analysis; setting of strategic direction; strategy formulation; strategy implementation; application of strategies to situations; strategy evaluation and control

**946-460 การจัดการผลิตภัณฑ์และการตั้งราคา 3 (3-0-6)**

**Product Management and Pricing**

ความสำคัญของผลิตภัณฑ์ ราคา ที่มีต่อการบริหารการตลาด ประเภทของผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ นโยบายในการบริหารผลิตภัณฑ์ กระบวนการในการตั้งราคา กลยุทธ์การตั้งราคา การวิเคราะห์ราคา การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่ส่งผลต่อการบริหารผลิตภัณฑ์ ราคา วิธีการกลยุทธ์ทางการตลาดที่นำมาใช้ในการแก้ไขปัญหา

The importance of products and pricing for marketing management; types of products; product management strategy and policy, pricing process, pricing strategies, price analysis, the analysis of internal and external environments which determine product management models, prices, methods, marketing strategies for problem solving

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

**Distribution Channel Management**

ทฤษฎีและความสำคัญของช่องทางการกระจายสินค้า บทบาทช่องทางการกระจายสินค้า การผสมผสานความรู้ของช่องทางการจัดจำหน่ายกับส่วนประสมการตลาดอื่นๆ การออกแบบช่องทางให้เกิดการได้เปรียบทางการแข่งขัน การบริหารช่องทางภายใต้สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง การบริหารข้อได้เปรียบ การพัฒนาความสัมพันธ์เชิงบวก การสร้างคุณค่าในระยะยาว

Theories and significance of distribution channels; roles of distribution channels; combining the knowledge of distribution channels with other marketing mix; the design of

distribution channels for competitive advantage; managing distribution channels under changeable circumstances; argument management; positive relation development; creating long-term value

**946-462 สัมมนาทางการตลาด 3 (1-4-4)**

**Seminar in Marketing**

เงื่อนไข : ผ่านวิชาชีพบังคับมาแล้วไม่ต่ำกว่า 15 หน่วยกิต

**Pass Professional Core Course not less than 15 credits**

กระบวนการวิเคราะห์ แก้ไขปัญหาทางการตลาดในรูปของกรณีศึกษา บทความที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ปัจจุบันทางการตลาด ประยุกต์ใช้ความรู้ ทฤษฎีทางการตลาดให้สอดคล้องกับปัญหา สถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบัน

Analytical process for marketing problem-solving in case studies; articles about current marketing issues; applying knowledge and marketing theories for solving current marketing situations and problems

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

**Independent Study in Marketing**

เงื่อนไข : ผ่านวิชาชีพบังคับมาแล้วไม่ต่ำกว่า 15 หน่วยกิต

**Pass Professional Core Course not less than 15 credits**

การกำหนดหัวข้อ ประเด็นที่นักศึกษาสนใจ เกี่ยวข้องกับวิชาชีพ อาศัยองค์ความรู้ เทคนิควิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดในการค้นหาแนวทางการแก้ปัญหา รูปแบบการดำเนินงานทางการตลาด การนำเสนอเป็นรายงานประกอบการศึกษาในหัวข้อหรือปัญหานั้น ๆ

Choosing a marketing topic of students' personal interest; knowledge application in technical analysis of marketing data for problem-solving; marketing operation forms; presenting a report about a study of a particular topic or problem

**946-467 การจัดการผลิตภัณฑ์ใหม่ 3 (3-0-6)**

**New Product Management**

แนวคิดของการจัดการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ การบริหารงานและเทคนิคในการวิเคราะห์ที่จำเป็นในการออกแบบและบริหารสินค้าและบริการใหม่ การวิเคราะห์ตลาดที่จะเข้าการพัฒนาแนวคิดในการเข้าสู่ตลาด การปรับแนวคิดตามความต้องการและความปรารถนาของลูกค้า การเลือกแนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ วิธีการทดสอบตลาด วิธีการบริหารวงจรผลิตภัณฑ์จากเริ่มต้นจนถึงจุดอิ่มตัว

Concepts about the management and development of new products and services; administration and technical analysis needed for design and managing new products and services;

market entry analysis; developing market entry approaches; conceptual adjustment to customer needs and consumer desires; choosing product concepts; marketing mix development for new products; market testing; product lifecycle management from introduction to maturity

**946-468 การตลาดเชิงสัมพันธ์ภาพ 3 (3-0-6)**

**Relationship Marketing**

ความหมาย ความสำคัญของการตลาดเชิงสัมพันธ์ภาพ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภค ความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ ความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค การพัฒนาและสร้างสรรค์กลยุทธ์ที่ใช้เพื่อการรักษาความสัมพันธ์ให้คงอยู่อย่างถาวร

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

**946-469 การตลาดเพื่อสังคม 3 (3-0-6)**

**Social Marketing**

การจัดการการตลาดบนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ผลกระทบของการตลาดแบบดั้งเดิมต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม การพัฒนาอย่างยั่งยืนและการสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม กลยุทธ์การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม การนำหลักการตลาดไปประยุกต์ใช้กับงานขององค์กรที่มีได้มีเป้าหมายมุ่งหวังผลกำไรและการรณรงค์กิจกรรมทางสังคม

Marketing management based on social and environmental responsibility; the impacts of traditional marketing toward social and environmental changes; sustainable development; social and environmental responsibilities in business; the customers who give importance to social and environmental responsibilities; environmental marketing strategies; marketing principles for non-profit organizations and social campaigns

**947-118 สถิติธุรกิจ 1 3 (3-0-6)**

**Business Statistics I**

การวิเคราะห์ปัญหาทางธุรกิจในเชิงสถิติ ความหมาย ขอบเขต และประโยชน์ของสถิติ การเก็บรวบรวมและการนำเสนอข้อมูล การวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง การวัดการกระจาย ความน่าจะเป็น การแจกแจงความน่าจะเป็นของตัวแปรสุ่ม การประมาณค่า การทดสอบสมมติฐาน การทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติช่วยในการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล

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

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

**Quantitative Analysis**

การโปรแกรมเชิงเส้น การตัดสินใจภายใต้ความไม่แน่นอนและภายใต้ความเสี่ยง การวางแผนโครงการและการวิเคราะห์วิธีวิฤต ทฤษฎีเกมส์ ปัญหาการขนส่ง และการวิเคราะห์มาร์คอฟ

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

**948-260 ความคิดสร้างสรรค์ และการสื่อสารในวิชาชีพการตลาด 3 (3-0-6)**

**Creativity and Communication in Marketing Professional**

แนวคิด ทฤษฎีการนำเสนองานเชิงธุรกิจ กระบวนการ วิธีการ หลักการออกแบบกลยุทธ์ การสื่อสารและการนำเสนอข้อความเพื่อโน้มน้าวและสร้างการยอมรับให้กับกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ รูปแบบกิจกรรมที่เหมาะสมสำหรับแต่ละสถานการณ์ กระบวนการในการเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ และทักษะในการสื่อสารเพื่อความสำเร็จในวิชาชีพการตลาด

Concepts and theories for business presentation; process, methods, principles of strategic design; effective ways of promotion, including to persuade, to achieve acceptance among particular target groups; the ways to organize an activity for a specific situation; processes to enhance creativity and communication skills for successful marketing careers

**948-261 การตลาดระหว่างประเทศ 3 (3-0-6)**

**International Marketing**

แนวคิด ทฤษฎี และวิธีดำเนินการธุรกิจการตลาดระหว่างประเทศ ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อธุรกิจระหว่างประเทศ แนวความคิดด้านการตลาดแบบไร้พรมแดน กลยุทธ์การตลาดระหว่างประเทศ การส่งออก การนำเข้า และการลงทุนในต่างประเทศ การวิเคราะห์ปัญหาต่าง ๆ ที่มีผลต่อการดำเนินงานด้านการตลาดระหว่างประเทศ ประเด็นปัญหาการตลาดระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ

Concepts, theories and business procedures in international marketing; factors affecting international business, global marketing, strategies of international marketing, exportation, importation, overseas investment; international marketing impact analysis; business ethics for international marketing

**948-263 การวิเคราะห์ทางธุรกิจ**

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

**Business Analytics**

การวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจ การอ่านและอธิบายข้อมูลสารสนเทศ ระบบธุรกิจอัจฉริยะ การใช้ข้อมูลในอดีตร่วมกับโมเดลทางคณิตศาสตร์หรือร่วมกับการใช้เทคนิคการจัดทำเหมืองข้อมูล วิเคราะห์หาโอกาสและความเสี่ยง แนวโน้มทางการตลาด การพยากรณ์ยอดขาย ผลตอบแทน การนำข้อมูลขนาดใหญ่มาใช้เพื่อประกอบการตัดสินใจ

Analyzing business data; read and describe information technology, business intelligence; using historical data with mathematical models, or with the use of data mining techniques; analyze the opportunities and risks; market trends sales forecasting; return; using big data for the decision making.

**948-300 เกมทางการจัดการ**

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

**Management Games**

ความหมายและความสำคัญของเกม ประโยชน์ในการนำไปใช้เพื่อการบริหารจัดการ การออกแบบเกม การนำเกมไปประยุกต์ใช้ การเลือกเล่นเกมที่เหมาะสมกับสถานการณ์และผู้เล่น ประเภทต่างๆ

Definition and importance of games; utility of games in management; game design; applying games in practical ways; the selection of games for specific situations and different kinds of players

**948-301 โพลล์**

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

**Poll Methodology**

ความหมายและความสำคัญของโพล หลักการและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับโพล หลักการในการจัดทำโพล ได้แก่ การวางแผนการสำรวจ การออกแบบสำรวจ การสร้างแบบสำรวจ การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การรายงานข้อมูล

Definition and significance of polls; principles and theories about polls; principles of conducting polls: survey planning, survey design, instrument design, data collection, data analysis, and presenting information

**948-361 การจัดการตราสินค้า**

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

**Brand Management**

ความหมายและความสำคัญของแบรนด์ องค์ประกอบของแบรนด์ เอกลักษณ์ของแบรนด์ การสร้างความเข้มแข็งของแบรนด์ การสร้างคุณค่าของแบรนด์ ศึกษากระบวนการและการวิเคราะห์คุณสมบัติเบื้องต้นของสินค้าเพื่อให้ตัดสินใจเกี่ยวกับแบรนด์ การวางแผนสร้างแบรนด์ใน

เศรษฐกิจยุคใหม่ กลยุทธ์ในการสร้างความจงรักภักดีต่อแบรนด์ ทบทวนการกำหนดตำแหน่งแบรนด์ในตลาดที่มีการแข่งขันจากภายในและต่างประเทศ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจพัฒนาเปลี่ยนแปลงแบรนด์เพื่อสามารถวิเคราะห์วางแผนและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม

Definitions and significance of brands; brand components; brand identity, building the strength of brands, adding brand value; the analysis of a product and relevant processes to make a decision about branding; planning for brand building in a modern economy; brand loyalty strategies; revising brand positioning to increase competitiveness in local and international markets; factors influencing decisions about brand development and changes of brands or brand conceptions for analytical planning and formulating proper marketing strategies

**948-362 การตลาดเอเชีย**

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

**Marketing for Asian Countries**

ลักษณะและบทบาทของตลาดเอเชีย อิทธิพลของตลาดเอเชียต่อการดำเนินธุรกิจในอนาคต แนวทางการเข้าสู่ตลาดเอเชีย รูปแบบการแข่งขันในตลาดเอเชีย พฤติกรรมของตลาด และการแบ่งส่วนของตลาด รูปแบบการบริโภคของตลาดโลก กลยุทธ์การตลาดที่ใช้ในตลาดเอเชียในปัจจุบัน และแนวโน้มในอนาคต

Characteristics and roles of Asian marketing; the influences of Asian marketing on future business; methods of Asian market entry; competitions in the Asian markets; marketing behaviors and marketing segmentation; consumption modes of the world market; Asian marketing strategies in present and future trends

**948-364 ความคิดสร้างสรรค์และการออกแบบทางการตลาด**

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

**Creativity and Design in Marketing**

หลักการและเทคนิคของการออกแบบทางการตลาด การจัดองค์ประกอบจิตวิทยาของมนุษย์ในการอ่านและรับรู้งานออกแบบ การออกแบบสัญลักษณ์ เครื่องหมายการค้าและบรรจุภัณฑ์ การออกแบบกราฟิกสำหรับองค์กรและการจัดวางเครื่องหมายการค้าบนตัวผลิตภัณฑ์ การใช้คอมพิวเตอร์ในการออกแบบและการแสดงแบบ การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่าง ๆ สำหรับการออกแบบสื่อทางการตลาด

Principles and techniques of marketing design; human psychological components in reading and perceiving works of design, the design of logos, trademarks, packaging; graphic design for organizations; positioning trademarks on products; computer-aided design and model presentation; using computer programs for marketing media design

948-366 การตลาดดิจิทัล

3 (3-0-6)

**Digital Marketing**

แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการที่ผู้บริโภคสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับสื่อดิจิทัลที่ผู้บริโภคเลือกใช้ กระบวนการที่ผู้บริโภคมีการโต้ตอบกับบริษัทหรือผู้บริโภครายอื่น ๆ ผ่านสื่อดิจิทัล การเก็บข้อมูลผู้บริโภคผ่านปฏิสัมพันธ์บนโลกดิจิทัล กลยุทธ์ในการนำข้อมูลที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ของผู้บริโภคกับสื่อดิจิทัลมาวิเคราะห์หาแนวทางในการทำการตลาดที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำการตลาดยุคดิจิทัล

Concepts that consumers can interact with digital media on consumer choices, consumer-to-business interaction or consumer-to-consumer interaction via digital media; the collection of consumer-related data on digital media; strategies of using data from consumers' interaction with digital media for analysis to identify effective marketing operation models which meet specific consumer demands and boost efficiency of digital marketing

948-367 การตลาดสำหรับธุรกิจโรงแรม

3 (3-0-6)

**Marketing for Hotel Business**

แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการตลาดสำหรับธุรกิจโรงแรม ลักษณะและปัญหาเฉพาะด้านการตลาดสำหรับธุรกิจโรงแรม ทักษะด้านการตลาดเชิงกลยุทธ์สำหรับธุรกิจโรงแรม

Concepts and theories of marketing for hotel business; specific marketing aspects and problem of marketing for hotel business; marketing managerial methods for hotel business

948-368 การตลาดสำหรับธุรกิจทัวร์นำเที่ยว

3 (3-0-6)

**Marketing for Tour Company**

แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการตลาดสำหรับธุรกิจทัวร์นำเที่ยว ลักษณะและปัญหาเฉพาะด้านการตลาดสำหรับธุรกิจทัวร์นำเที่ยว ทักษะด้านการตลาดเชิงกลยุทธ์สำหรับธุรกิจทัวร์นำเที่ยว

Concepts and theories of marketing for tour Company; specific marketing aspects and problem of marketing for tour company; marketing managerial methods for tour company

948-369 การตลาดสำหรับธุรกิจไมซ์

3 (3-0-6)

**Marketing for MICE**

แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการตลาดสำหรับธุรกิจไมซ์ ลักษณะและปัญหาเฉพาะด้านการตลาดสำหรับธุรกิจไมซ์ ทักษะด้านการตลาดเชิงกลยุทธ์สำหรับธุรกิจไมซ์

Concepts and theories of marketing for MICE; specific marketing aspects and problem of marketing for MICE; marketing managerial methods for MICE



**Cooperative Education****เงื่อนไข สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 4****For fourth-year students**

ปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการตรงตามสาขาวิชาของนักศึกษา โดยมีขั้นตอนการสมัครและคัดเลือก มีการมอบหมายภาระงานที่ชัดเจนแน่นอนและต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบขององค์กร เสมือนเป็นพนักงาน มีการนำความรู้ที่ได้ศึกษามาบูรณาการเพื่อประยุกต์ใช้กับงานที่ได้รับมอบหมาย มีการศึกษาหาความรู้และวิทยาการที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติมภายใต้คำปรึกษาของคณาจารย์ที่รับผิดชอบ โดยมีระยะเวลาปฏิบัติงานอย่างน้อย 4 เดือน และทำการประเมินผลร่วมกับฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ของสถานประกอบการ

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

**948-461 การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ****3 (3-0-6)****Marketing for Entrepreneurs**

ลักษณะและปัญหาเฉพาะด้านการตลาดของผู้ประกอบการและผู้ประกอบธุรกิจขนาดย่อม วิธีการและการดำเนินงานด้านการตลาดสำหรับการพัฒนาธุรกิจขนาดย่อม ทักษะด้านการตลาดเชิงกลยุทธ์สำหรับการเป็นผู้ประกอบการที่ดี แนวทางการดำเนินธุรกิจให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป ภายใต้หลักจริยธรรมวิชาชีพ

Specific marketing aspects and problems of entrepreneurs and small business owners; marketing managerial methods for small business development; skills in strategic marketing for competent entrepreneurs; business administration in changing environments under professional ethics

**948-462 การเป็นผู้ประกอบการและการสร้างธุรกิจใหม่****3 (3-0-6)****Entrepreneurship and New Venture Creation**

แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ ลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ ทักษะและแรงจูงใจของผู้ประกอบการ คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ทักษะและทรัพยากรที่จำเป็นของผู้ประกอบการ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและประเมินโอกาสทางธุรกิจ การวิจัยทางการตลาด ขั้นตอนการเริ่มธุรกิจใหม่และการจัดทำแผนธุรกิจ



948-468 การตลาดแหล่งท่องเที่ยว 3 (3-0-6)

**Destination Marketing**

แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการตลาดแหล่งท่องเที่ยว ลักษณะและปัญหาเฉพาะด้านการตลาดแหล่งท่องเที่ยว ทักษะด้านการตลาดเชิงกลยุทธ์สำหรับแหล่งท่องเที่ยว

Concepts and theories of destination marketing; specific marketing aspects and problem of destination marketing; marketing managerial methods for destination marketing

948-469 การตลาดอาเซียน 3 (3-0-6)

**Marketing for ASEAN Countries**

ลักษณะและบทบาทของตลาดอาเซียน อิทธิพลของตลาดอาเซียนต่อการดำเนินธุรกิจในอนาคต แนวทางการเข้าสู่ตลาดอาเซียน รูปแบบการแข่งขันในตลาดอาเซียน พฤติกรรมของตลาดและการแบ่งส่วนของตลาด รูปแบบการบริโภคของตลาดโลก กลยุทธ์การตลาดที่ใช้ในตลาดอาเซียนในปัจจุบัน และแนวโน้มในอนาคต

Characteristics and roles of ASEAN marketing; the influences of ASEAN marketing on future business; methods of ASEAN market entry; competitions in the ASEAN markets; marketing behaviors and marketing segmentation; consumption modes of the world market; ASEAN marketing strategies in present and future trends