

คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชาการตลาด

ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

ภาษาไทย ชื่อเต็ม : บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)

ชื่อย่อ : บธ.บ. (การตลาด)

ภาษาอังกฤษ ชื่อเต็ม : Bachelor of Business Administration Program in Marketing

ชื่อย่อ : B.B.A. (Marketing)

ปรัชญาของหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ความเข้าใจในศาสตร์ทางด้านการตลาด ศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง โดยใช้เทคโนโลยีและข้อมูลด้านการตลาดเป็นฐาน สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ทั้งทางด้านทฤษฎีและทางด้านการปฏิบัติควบคู่กันได้อย่างเหมาะสมกับสภาพระบบนิเวศทางธุรกิจในปัจจุบัน หลักสูตรมุ่งจัดการเรียนการสอนตามแนวทางพัฒนาการนิยม (Progressivism) สอดคล้องตามปรัชญาการศึกษาของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ โดยจัดการเรียนการสอนโดยเน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลางเพื่อให้มีทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต มีทักษะการสื่อสารและการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นในระดับสากล มีจริยธรรมและคุณธรรมที่ดีงาม เพื่อการยกระดับการพัฒนาภูมิภาคและระดับประเทศอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร

PLO 1 ออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดที่ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน

PLO 2 ตัดสินใจทางการตลาดอย่างเป็นระบบโดยใช้ข้อมูลทางการตลาดและเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นฐาน

PLO 3 สร้างสัมพันธภาพทางการตลาดเชิงบูรณาการในระบบห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

PLO 4 สื่อสารและนำเสนอด้วยภาษาไทยและภาษาอังกฤษได้ตรงตามวัตถุประสงค์

PLO 5 แสดงพฤติกรรมที่มีจริยธรรมและจรรยาบรรณทางธุรกิจ ซื่อสัตย์ต่อผู้บริโภค คู่ค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย บนหลักการการพัฒนาที่ยั่งยืน

PLO 6 ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่องานการตลาด

โครงสร้างหลักสูตร

1.1 จำนวนหน่วยกิต รวมตลอดหลักสูตร 121 หน่วยกิต

1.2 โครงสร้างหลักสูตร

ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต

รายวิชาบังคับ ไม่น้อยกว่า 18 หน่วยกิต

GE 1 ภาษาและการสื่อสาร 4 หน่วยกิต

GE 2 การพัฒนาความคิด 4 หน่วยกิต

การคิดเชิงตรรกะและตัวเลข (2 หน่วยกิต)

การคิดเชิงระบบ (2 หน่วยกิต)

GE 3 การคิดแบบผู้ประกอบการ 2 หน่วยกิต

GE 4 การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล 2 หน่วยกิต

GE 5 สุขภาวะองค์รวม 2 หน่วยกิต

GE 6 จิตสาธารณะและการพัฒนาที่ยั่งยืน 2 หน่วยกิต

GE 7 การปรับตัวให้เข้ากับพลวัตของโลก 2 หน่วยกิต

GE 8 รายวิชาเลือก ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

ข. หมวดวิชาเฉพาะ 91 หน่วยกิต

1) กลุ่มวิชาแกน 33 หน่วยกิต

2) กลุ่มวิชาชีพ 51 หน่วยกิต

- วิชาชีพบังคับ 39 หน่วยกิต

- วิชาชีพเลือก 12 หน่วยกิต

3) วิชาประสบการณ์ภาคสนาม 7 หน่วยกิต

- การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา 1 หน่วยกิต

- วิชาสหกิจศึกษา 6 หน่วยกิต

ค. หมวดวิชาเลือกเสรี 6 หน่วยกิต

หมายเหตุ คณะฯ พิจารณารายวิชาเลือกที่เปิดภายในคณะฯ ผ่านการพิจารณาจากกรรมการประจำคณะฯ
หลักสูตร ของสาขาอื่นเพิ่มเติม

1.3 รายวิชา / กลุ่มสาระ / ชุดวิชา (Module)

ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า	24 หน่วยกิต
GE1 ภาษาและการสื่อสาร 4 หน่วยกิต	
941-160G1 การฟังและพูดภาษาอังกฤษพื้นฐาน (Fundamental English Listening and Speaking)	2((2)-0-4)
941-161G1 การอ่านและเขียนภาษาอังกฤษพื้นฐาน (Fundamental English Reading and Writing)	2((2)-0-4)
GE 2 การพัฒนาความคิด (เลือกเรียนในกลุ่มนี้จำนวน 2 วิชา) การคิดเชิงตรรกะและตัวเลข	4 หน่วยกิต 2 หน่วยกิต
946-146G2A การคิดเชิงตรรกะ (Logical Thinking)	2((2)-0-4)
947-216G2A ชีวิตกับการคำนวณ (Life with Calculations)	2((2)-0-4)
การคิดเชิงระบบ	2 หน่วยกิต
942-104G2B การคิดและการตัดสินใจ (Thinking and Decision Making)	2((2)-0-4)
942-105G2B การคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking)	2((2)-0-4)
GE 3 การคิดแบบผู้ประกอบการ (เลือกเรียนในกลุ่มนี้จำนวน 1 วิชา)	2 หน่วยกิต
946-161G3 การเป็นผู้ประกอบการและการสร้างธุรกิจใหม่ (Entrepreneurship and New Venture Creation)	2((2)-0-4)
946-395G3 การเงินผู้ประกอบการ (Finance for Entrepreneurs)	2((2)-0-4)
GE 4 การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (เลือกเรียนในกลุ่มนี้จำนวน 1 วิชา)	2 หน่วยกิต
948-140G4 การเข้าใจดิจิทัล (Digital Literacy)	2((2)-0-4)
948-141G4 เทคโนโลยีใหม่ (New Technology)	2((2)-0-4)
GE 5 สุขภาวะองค์รวม (เลือกเรียนในกลุ่มนี้จำนวน 1 วิชา)	2 หน่วยกิต
942-117G5 สุขภาวะเพื่อการดำรงชีวิต (Health for Life)	2((2)-0-4)

943-106G5	สุนทรียภาพของการดำเนินชีวิต (Aesthetics for Life)	2((2)-0-4)
GE 6	จิตสาธารณะและการพัฒนาที่ยั่งยืน	2 หน่วยกิต
942-108G6	จิตสาธารณะเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (Public Mind for Sustainable Development)	2((2)-0-4)
GE 7	การปรับตัวให้เข้ากับพลวัตของโลก	2 หน่วยกิต
942-401G7	สิ่งแวดล้อมเพื่อชีวิต (Environment for Life)	2((2)-0-4)
GE 8	รายวิชาเลือก ไม่น้อยกว่า	6 หน่วยกิต

* รายวิชาเลือก ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต โดย บัณฑิตวิชาภาษาอังกฤษ 2 หน่วยกิต และเลือกอีก 4 หน่วยกิต จากรายวิชาที่กำหนด ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับบริบทของหลักสูตร

941-162G8	การพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ (English Skills Development)	2((2)-0-4)
941-101G8	ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารและการนำเสนอ (Thai for Communication and Presentation)	2((2)-0-4)
941-225G8	ภาษาจีนในชีวิตประจำวัน (Everyday Chinese)	2((2)-0-4)
941-227G8	ภาษาจีนผ่านภาพยนตร์และสื่อ (Chinese through Movies and Media)	2((2)-0-4)
941-275G8	ภาษามลายูในชีวิตประจำวัน (Everyday Malay)	2((2)-0-4)
941-286G8	ภาษาเกาหลีในชีวิตประจำวัน (Everyday Korean)	2((2)-0-4)
942-115G8	แลใต้ (Southern Studies)	2((2)-0-4)
942-118G8	การท่องเที่ยวสไตล์แคมป์ (Camping and Travel)	2((2)-0-4)
942-101G8	ความเป็นพลเมืองโลก (Global Citizenship)	2((2)-0-4)
942-109G8	ชีวิตที่ดี (Happy and Peaceful Life)	2((2)-0-4)

942-209G8 เทคโนโลยีสีเขียว (Green Technology)	2((2)-0-4)
947-102G8 รู้เท่าทันวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Science Technology Literacy)	2((2)-0-4)
996-125G8 การสเก็ตเพื่อความเพลิดเพลิน (Sketching for Fun)	2((2)-0-4)

ข. หมวดวิชาเฉพาะ

91 หน่วยกิต

1) กลุ่มวิชาแกน

33 หน่วยกิต

942-230 การภาษีอากร (Taxation)	3((3)-0-6)
944-122 หลักเศรษฐศาสตร์ (Principles of Economics)	3((3)-0-6)
944-204 กฎหมายธุรกิจ (Business Law)	3((3)-0-6)
946-102 หลักการจัดการธุรกิจ (Principles of Business Management)	3((3)-0-6)
946-160 หลักการตลาด (Principles of Marketing)	3((2)-2-5)
946-214 การบัญชีสำหรับผู้ประกอบการ (Accounting for Entrepreneurs)	3((3)-0-6)
946-290 การเงินธุรกิจ (Business Finance)	3((3)-0-6)
946-300 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management)	3((2)-2-5)
946-400 การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management)	3((3)-0-6)
947-218 สถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจ (Statistics for Business Data Analytics)	3((3)-0-6)
947-311 สถิติเพื่อการวิจัย (Statistics for Research)	3((3)-0-6)

2) กลุ่มวิชาชีพ

51 หน่วยกิต

2.1) วิชาชีพบังคับ

39 หน่วยกิต

946-260 พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)	3((3)-0-6)
946-262 การจัดการการตลาด (Marketing Management)	3((3)-0-6)
946-362 การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ (Integrated Marketing Communication)	3((3)-0-6)
946-363 การวิจัยการตลาด (Marketing Research)	3((3)-0-6)
946-366 การตลาดบริการ (Service Marketing)	3((2)-2-5)
946-460 การจัดการผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม (Product Management and Innovation)	3((3)-0-6)
946-461 การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel Management)	3((3)-0-6)
946-462 สัมมนาทางการตลาด (Seminar in Marketing)	3((1)-4-4)
946-463 การศึกษาค้นคว้าอิสระทางการตลาด (Independent Study in Marketing)	3(0-9-0)
946-468 การตลาดเชิงสัมพันธ์ภาพ (Relationship Marketing)	3((2)-2-5)
948-263 การวิเคราะห์ทางการตลาด (Marketing Analytics)	3((3)-0-6)
948-360 การจัดการราคา (Price Management)	3((3)-0-6)
948-366 การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)	3((2)-2-5)

2.2) วิชาชีพเลือก	12 หน่วยกิต
946-201 การจัดการธุรกิจขนาดย่อม (Small Business Management)	3((3)-0-6)
946-265 ประเด็นสำคัญทางการตลาด (Current Issues in Marketing)	3((x)-y-z)
946-360 การจัดการขาย (Sales Management)	3((3)-0-6)
946-367 การจัดการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Retail Management)	3((3)-0-6)
946-369 การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม (Green Marketing)	3((3)-0-6)
946-466 การตลาดเนื้อหา (Content Marketing)	3((3)-0-6)
946-467 การจัดการผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Management)	3((3)-0-6)
946-469 การตลาดเพื่อความยั่งยืน (Sustainable Marketing)	3((3)-0-6)
948-260 ความคิดสร้างสรรค์ และการสื่อสารในวิชาชีพการตลาด (Creativity and Communication in Marketing Professional)	3((3)-0-6)
948-261 การตลาดระหว่างประเทศ (International Marketing)	3((3)-0-6)
948-364 ความคิดสร้างสรรค์และการออกแบบทางการตลาด (Creativity and Design in Marketing)	3((3)-0-6)
948-365 การตลาดปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence Marketing)	3((3)-0-6)
948-461 การเป็นผู้ประกอบการและการแปรรูปธุรกิจ (Entrepreneurship and Business Transformation)	3((3)-0-6)
ชุดวิชา Module	
946-365 ชุดวิชาการเป็นผู้ประกอบการและการสร้างธุรกิจ (Module: Entrepreneurship and Business Creation)	6((4)-4-10)

3) วิชาประสบการณ์ภาคสนาม

7 หน่วยกิต

946-465	การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษาทางการตลาด (Pre-Cooperative Education in Marketing)	1(0-2-1)
948-460	สหกิจศึกษาทางการตลาด (Cooperative Education in Marketing)	6(0-36-0)

ค. หมวดวิชาเลือกเสรี

6 หน่วยกิต

นักศึกษาสามารถเลือกเรียนรายวิชาใดๆ ที่สนใจ ที่มีเนื้อหาไม่ซ้ำซ้อน หรือใกล้เคียงกับเนื้อหาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป หรือหมวดวิชาเฉพาะที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ หรือมหาวิทยาลัยอื่น ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยความเห็นชอบของกรรมการบริหารหลักสูตร

แผนการศึกษาตลอดหลักสูตร

ปีที่ 1

ภาคการศึกษาที่ 1

จำนวนหน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)

วิชาศึกษาทั่วไป

941-161G1	การอ่านและเขียนภาษาอังกฤษพื้นฐาน (Fundamental English Reading and Writing)	2((2)-0-4)
942-104G2B	การคิดและการตัดสินใจ (Thinking and Decision Making)	2((2)-0-4)
942-108G6	จิตสาธารณะเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (Public Mind for Sustainable Development)	2((2)-0-4)
943-106G5	สุนทรียภาพของการดำเนินชีวิต (Aesthetics for Life)	2((2)-0-4)

วิชาแกน

944-122	หลักเศรษฐศาสตร์ (Principles of Economics)	3((3)-0-6)
946-102	หลักการจัดการธุรกิจ (Principles of Business Management)	3((3)-0-6)

รวม

14((14)-0-28)

ปีที่ 1

ภาคการศึกษาที่ 2

จำนวนหน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)

วิชาศึกษาทั่วไป

941-160G1 การฟังและพูดภาษาอังกฤษพื้นฐาน 2((2)-0-4)
(Fundamental English Listening and Speaking)

942-401G7 สิ่งแวดล้อมเพื่อชีวิต 2((2)-0-4)
(Environment for Life)

947-216G2A ชีวิตกับการคำนวณ 2((2)-0-4)
(Life with Calculations)

GE 4 การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (เลือกเรียนในกลุ่มนี้จำนวน 1 วิชา) 2 หน่วยกิต

948-140G4 การเข้าใจดิจิทัล 2((2)-0-4)
(Digital Literacy) หรือ

948-141G4 เทคโนโลยีใหม่ 2((2)-0-4)
(New Technology)

วิชาศึกษาทั่วไปเลือก

xxx-xxxG8 รายวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่ม GE8 (เลือก 2) 2((2)-0-4)

xxx-xxxG8 รายวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่ม GE8 (เลือก 3) 2((2)-0-4)

วิชาแกน

946-160 หลักการตลาด 3((2)-2-5)
(Principles of Marketing)

946-214 การบัญชีสำหรับผู้ประกอบการ 3((3)-0-6)
(Accounting for Entrepreneurs)

รวม

18((17)-2-35)

ปีที่ 2

ภาคการศึกษาที่ 1

จำนวนหน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)

วิชาศึกษาทั่วไปเลือก

941-162G8	การพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ (English Skills Development) (เลือก 1)	2((2)-0-4)
-----------	---	------------

วิชาแกน

944-204	กฎหมายธุรกิจ (Business Law)	3((3)-0-6)
---------	--------------------------------	------------

946-290	การเงินธุรกิจ (Business Finance)	3((3)-0-6)
---------	-------------------------------------	------------

946-300	การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management)	3((2)-2-5)
---------	--	------------

947-311	สถิติเพื่อการวิจัย (Statistics for Research)	3((3)-0-6)
---------	---	------------

วิชาชีพบังคับ

946-260	พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)	3((3)-0-6)
---------	--	------------

รวม

17((16)-2-33)

ปีที่ 2

ภาคการศึกษาที่ 2

จำนวนหน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)

วิชาศึกษาทั่วไป

946-161G3	การเป็นผู้ประกอบการและการสร้างธุรกิจใหม่ (Entrepreneurship and New Venture Creation)	2((2)-0-4)
-----------	---	------------

วิชาแกน

942-230	การภาษีอากร (Taxation)	3((3)-0-6)
---------	---------------------------	------------

วิชาชีพบังคับ

946-262	การจัดการการตลาด (Marketing Management)	3((3)-0-6)
946-460	การจัดการผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม (Product Management and Innovation)	3((3)-0-6)
948-263	การวิเคราะห์ทางการตลาด (Marketing Analytics)	3((3)-0-6)

วิชาเลือกเสรี

xxx-xxx	วิชาเลือกเสรี 1	3((x)-y-z)
---------	-----------------	------------

รวม

17((x)-y-z)

ปีที่ 3

ภาคการศึกษาที่ 1

จำนวนหน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)

วิชาแกน

947-218	สถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจ (Statistics for Business Data Analytics)	3((3)-0-6)
---------	--	------------

วิชาชีพบังคับ

948-360	การจัดการราคา (Price Management)	3((3)-0-6)
946-362	การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ (Integrated Marketing Communication)	3((3)-0-6)
946-363	การวิจัยการตลาด (Marketing Research)	3((3)-0-6)
946-366	การตลาดบริการ (Service Marketing)	3((2)-2-5)
946-461	การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel Management)	3((3)-0-6)

วิชาชีพเลือก

xxx-xxx	วิชาชีพเลือก 1	3((x)-y-z)
---------	----------------	------------

รวม

21((x)-y-z)

ปีที่ 3
ภาคการศึกษาที่ 2

จำนวนหน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)

วิชาชีพบังคับ

946-463	การศึกษาค้นคว้าอิสระทางการตลาด (Independent Study in Marketing)	3(0-9-0)
946-468	การตลาดเชิงสัมพันธ์ภาพ (Relationship Marketing)	3((2)-2-5)
948-366	การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)	3((2)-2-5)

วิชาปฏิบัติสหกิจศึกษา

946-465	การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษาทางการตลาด (Pre-Cooperative Education in Marketing)	1(0-2-1)
---------	--	----------

วิชาชีพเลือก

xxx-xxx	วิชาชีพเลือก 2	3((x)-y-z)
xxx-xxx	วิชาชีพเลือก 3	3((x)-y-z)

วิชาเลือกเสรี

xxx-xxx	วิชาเลือกเสรี 2	3((x)-y-z)
---------	-----------------	------------

รวม

19((x)-y-z)

ปีที่ 4

ภาคการศึกษาที่ 1

จำนวนหน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)

วิชาแกน

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

วิชาชีพบังคับ

946-462	สัมมนาทางการตลาด (Seminar in Marketing)	3((1)-4-4)
---------	--	------------

วิชาชีพเลือก

xxx-xxx	วิชาชีพเลือก 4	3((x)-y-z)
---------	----------------	------------

รวม	9((x)-y-z)
-----	------------

ภาคการศึกษาที่ 2

จำนวนหน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)

วิชาปฏิบัติสหกิจศึกษา

948-460	สหกิจศึกษาทางการตลาด (Cooperative Education in Marketing)	6(0-36-0)
---------	--	-----------

รวม	6(0-36-0)
-----	-----------

คำอธิบายรายวิชา
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด

หมวดรายวิชาศึกษาทั่วไป

GE 1 ภาษาและการสื่อสาร

941-160G1 การฟังและพูดภาษาอังกฤษพื้นฐาน

2((2)-0-4)

Fundamental English Listening and Speaking

ฝึกทักษะการฟังและการพูดในหัวข้อที่ใช้สื่อสารในชีวิตประจำวัน การฟังเพื่อจับใจความสำคัญ การพูดเพื่อสื่อสารขั้นพื้นฐานในสถานการณ์ต่าง ๆ การใช้ไวยากรณ์ การพัฒนาความรู้ด้านคำศัพท์ และสำนวนภาษาที่จำเป็นสำหรับการสื่อสาร

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

ผู้เรียนสามารถ

1. ออกเสียงภาษาอังกฤษตามองค์ประกอบของการออกเสียงอย่างถูกต้อง
2. ใช้คำศัพท์และไวยากรณ์เพื่อสนทนาตอบโต้ในสถานการณ์ต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันได้อย่างเหมาะสม
3. ตอบโต้สนทนาได้อย่างมั่นใจและคล่องแคล่ว
4. ระบุใจความสำคัญและข้อมูลจำเพาะของเรื่องราวที่ได้ฟังได้ถูกต้อง
5. ลำดับเหตุการณ์ของเรื่องที่ฟังได้อย่างถูกต้อง

Students are able to:

1. Work on pronunciation elements correctly;
2. Use appropriate vocabulary and grammar for speaking in daily situations;
3. Respond to interlocutors with ease and confidence;
4. Listen for and identify elements in a story, i.e., the main idea or specific details;
5. Listen to a sequence of events and order them correctly.

941-161G1 การอ่านและเขียนภาษาอังกฤษพื้นฐาน

2((2)-0-4)

Fundamental English Reading and Writing

ฝึกทักษะการอ่านและการเขียน ทักษะการอ่านพื้นฐาน การอ่านเพื่อจับใจความสำคัญและรายละเอียด การพัฒนาความรู้ด้านคำศัพท์และกลวิธีพัฒนาคำศัพท์ การใช้ไวยากรณ์ การเขียนระดับประโยคและย่อหน้าสั้น ๆ

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

ผู้เรียนสามารถ

1. ระบุใจความสำคัญและรายละเอียดของย่อหน้าและบทความในหัวข้อต่างๆ ไปได้อย่างถูกต้อง
2. เพิ่มพูนคลังคำศัพท์จากเรื่องที่อ่านและนำคำศัพท์เหล่านั้นมาประยุกต์ใช้ในการเขียนได้
3. แต่งประโยคที่ถูกหลักไวยากรณ์และสอดคล้องกับประโยคที่แสดงความคิดหลัก
4. เขียนย่อหน้าที่มีเอกภาพและมีข้อมูลสนับสนุนอย่างเพียงพอ

Students are able to:

1. Identify the main ideas and understand the details of passages and articles on general topics;
2. Expand their vocabulary knowledge related to reading passages and articles, and apply the vocabulary to the writing of relevant topics;
3. Generate grammatically correct sentences that support the topic sentence;
4. Generate unified paragraphs with adequate supporting details.

GE2: การพัฒนาความคิด

การคิดเชิงตรรกะและตัวเลข

946-146G2A การคิดเชิงตรรกะ

2((2)-0-4)

Logical Thinking

แนวคิดเชิงตรรกะ การคิดแยกแยะและหาเหตุผลการคิดอย่างเป็นระบบ การคิดแก้ไขปัญหาและการตัดสินใจ ฝึกการคิดแก้ปัญหาเชิงตรรกะในชีวิตประจำวันผ่านหลักการโปรแกรมอย่างง่าย

Logical thinking; critical and systematic reasonable thinking; problem solving and decision making; a practice use of logical thinking in everyday life through simple programming

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายกระบวนการคิดเชิงตรรกะ

2. แยกแยะปัญหาออกมาเป็นส่วนย่อยแล้วหาแนวทางแก้ไขปัญหามีเหตุผล
3. ใช้วิธีคิดอย่างมีเหตุผลในการแก้ไขปัญห
4. แก้ไขโจทย์ปัญหาที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันตามหลักคิดของการโปรแกรม

Students are able to:

1. Explain the logical thinking process;
2. Divide problems into smaller parts and devise logical solutions;
3. Use logical thinking to solve problems;
4. Solve daily problems according to the programming concept.

947-216G2A ชีวิตกับการคำนวณ

2((2)-0-4)

Life with Calculations

การให้เหตุผลทางตรรกศาสตร์ การประยุกต์ใช้ความรู้ทางคณิตศาสตร์ในทางสถิติ คณิตศาสตร์กับการแก้ปัญหาและตัดสินใจในชีวิตประจำวัน

Logical reasoning; mathematical application in statistics; mathematics and problem solving, as well as decision-making in daily life

ผู้เรียนสามารถ

1. ประยุกต์ใช้ความรู้ทางการคำนวณทางคณิตศาสตร์ในการแก้ปัญหาและตัดสินใจในชีวิตประจำวันได้
2. มีทักษะกระบวนการคิดคำนวณและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ได้
3. มีเจตคติและทัศนคติที่ดี รู้คุณค่าและประโยชน์ของการคำนวณทางคณิตศาสตร์ที่ใช้ในชีวิตได้

Students are able to:

1. Apply knowledge of mathematical calculations to solve problems and make decisions in daily life;
2. Use computational skills and the application of technology to solve mathematical problems;
3. Possess a positive attitude and recognize the value and usefulness of mathematical calculations in life.

การคิดเชิงระบบ

942-104G2B การคิดและการตัดสินใจ

2((2)-0-4)

Thinking and Decision Making

หลักการและกระบวนการคิดของมนุษย์ การพัฒนาทักษะการคิดและกระบวนการคิด ความคิดสร้างสรรค์ การคิดเชิงระบบ การวิเคราะห์ข้อมูลและข่าวสาร กระบวนการตัดสินใจ กระบวนการแสวงหาความรู้ และการประยุกต์ใช้ในการแก้ปัญหาในชีวิตประจำวัน

Human thinking principles and processes; the development of cognitive attributes and processes; creative thinking; systematic thinking; data analysis; the decision-making process; the knowledge-displaying process; the application of the knowledge to solving daily life problems

ผู้เรียนสามารถ

1. ประยุกต์ความรู้เกี่ยวกับทักษะการคิด ลักษณะการคิดและกระบวนการคิดแบบต่าง ๆ รวมทั้งหลักการในการตัดสินใจอย่างถูกต้อง
2. ฝึกปฏิบัติเรียนรู้เกี่ยวกับกิจกรรมและสถานการณ์การคิดแบบต่าง ๆ เพื่อพัฒนาทักษะการคิดและการตัดสินใจ
3. มีความสามารถในการคิดและการตัดสินใจเพื่อแก้ปัญหาในชีวิตประจำวันได้
4. ตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของการคิดและการตัดสินใจ

Students are able to:

1. Apply the knowledge of thinking skills, different cognitive attributes and processes, and the principles for making decisions efficiently;
2. Practice and learn about different thinking activities and situations to develop thinking and decision-making skills;
3. Demonstrate the ability to think effectively and make decisions to solve problems in daily life;
4. Recognize the value and importance of thinking and decision-making.

942-105G2B การคิดเชิงออกแบบ

2((2)-0-4)

Design Thinking

กระบวนการคิดของมนุษย์ ความคิดสร้างสรรค์ หลักการคิดเชิงระบบ หลักการคิดเชิงออกแบบในการเข้าใจปัญหา กระบวนการตัดสินใจ การเข้าถึงปัญหาและการพัฒนาวิธีการแก้ปัญหา การสร้างสรรค์นวัตกรรมทางธุรกิจและในชีวิตประจำวัน

Human thinking processes; creative thinking; systematic thinking; need-based design thinking for problem solving; decision processes; problem accessibility and solution development; creation of innovations in business and daily life

ผู้เรียนสามารถ

1. คิดวิเคราะห์เชิงออกแบบเพื่อตอบโจทย์ความต้องการ
2. มีส่วนร่วมในการพัฒนาแนวทางการแก้ปัญหา
3. พัฒนารูปแบบที่สอดคล้องตามความต้องการของกรณีศึกษา
4. เลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อแสวงหาความรู้จากแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลาย

Students are able to:

1. Use design thinking to meet problem needs;
2. Participate in the development of solutions;
3. Create a prototype that meets the needs of case studies;
4. Use information technology to seek knowledge from various learning sources.

GE3: การคิดแบบผู้ประกอบการ

946-161G3 การเป็นผู้ประกอบการและการสร้างธุรกิจใหม่

2((2)-0-4)

Entrepreneurship and New Venture Creation

การเป็นผู้ประกอบการ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ การแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ การจัดทำแนวคิดด้วยเครื่องมือทางธุรกิจสมัยใหม่ การวางแผนการเงินส่วนบุคคล

Entrepreneurship; business environment analysis; business opportunity search; the use of modern business tools for business model development; personal finance planning

ผู้เรียนสามารถ

1. ใช้เหตุผลและยอมรับความคิดเห็นที่แตกต่างในการทำงานร่วมกัน
2. ตระหนักและเห็นคุณค่าของการเป็นผู้ประกอบการ
3. ใช้เทคโนโลยีในการสืบค้นข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการอภิปรายโอกาสและแผนทางธุรกิจ
4. อธิบายการจัดการเงินทุนสำหรับผู้ประกอบการ

Students are able to:

1. Use reasons and accept different opinions in the working environment;
2. Recognize the value of being an entrepreneur;
3. Use technology to search for information for discussions on business opportunities and plans;

4. Understand capital management for entrepreneurs.

946-395G3 การเงินผู้ประกอบการ

2((2)-0-4)

Finance for Entrepreneurs

การจัดการและการตัดสินใจทางการเงินเพื่อผู้ประกอบการอย่างมีประสิทธิภาพในยุคการหยุดชะงักทางดิจิทัล การพัฒนาคุณลักษณะที่สำคัญในการสร้างจิตวิญญาณการเป็นผู้ประกอบการ ที่เน้นการคิดแบบเจ้าของ การจัดการการเงินส่วนบุคคล การพัฒนาที่ยั่งยืนและทักษะความรู้ทางการเงิน การบูรณาการองค์ความรู้ที่สอดคล้องกับบริบทพื้นที่ ชุมชน และสังคมเพื่อเน้นย้ำประเด็นสำคัญและเสนอวิธีแก้ปัญหาในทางปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม

Effective financial management and decision-making for entrepreneurs in the era of digital disruption; the development of important characteristics to achieve the entrepreneurial mindset and entrepreneurial skills; personal financial management; sustainable development and financial literacy skills; the integration of knowledge consistent with the contexts of areas, communities, and society to highlight important issues and propose concrete practical solutions

ผู้เรียนสามารถ

1. เห็นความสำคัญของยุค Digital Disruption ที่มีผลต่อการทำธุรกิจของผู้ประกอบการในปัจจุบัน เพื่อให้ตระหนักถึงการเตรียมความพร้อมและปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในอนาคต
2. รู้จักและเข้าใจแนวคิดการเงินผู้ประกอบการ (Financial Entrepreneur Mindset) โดยเฉพาะ Growth mindset ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้สามารถปรับตัวและพร้อมเรียนรู้ต่อการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา โดยเรียนรู้จากประสบการณ์ของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ
3. เห็นความสำคัญของทักษะที่ดีของผู้ประกอบการที่ควรมี (Entrepreneurial Skills) รวมถึงสามารถประเมินตนเองและเห็นแนวทางการพัฒนาทักษะเหล่านั้น ผ่านการเรียนรู้จากตัวอย่างและกรณีศึกษา
4. สามารถคำนวณ แหล่งที่มาเงินทุน และการจัดเตรียมงบประมาณสำหรับการเริ่มต้น
5. สามารถประเมินความสำเร็จในการเริ่มธุรกิจใหม่ จากตัวชี้วัดต่าง ๆ รวมถึงเข้าใจความแตกต่างระหว่างเงินสดและกำไร

Students are able to:

1. Understand the importance of the digital disruption era that affects the business of entrepreneurs today and be aware of the preparation and adaptation needed for the rapid changes that will occur in the future;

2. Recognize and understand the financial entrepreneur mindset, especially the growth mindset, which is an important part of it that will enable them to adapt themselves and be ready for changes by learning from the experiences of successful entrepreneurs;
3. Recognize the importance of good entrepreneurial skills, including self-assessment ability, and identify areas for skill development, through learning from examples and case studies;
4. Calculate the source of funds and prepare a starting budget;
5. Evaluate the success of a new business based on various indicators and understand the distinction between cash and profit.

GE4: การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

948-140G4 การเข้าใจดิจิทัล

2((2)-0-4)

Digital Literacy

การใช้คอมพิวเตอร์ การใช้งานอินเทอร์เน็ต การใช้โปรแกรมประมวลคำ การใช้โปรแกรมตารางคำนวณ การใช้โปรแกรมการนำเสนอ การสร้างสื่อดิจิทัล การสืบค้นสารสนเทศ การทำงานร่วมกันแบบออนไลน์ กฎหมายและจริยธรรมทางเทคโนโลยีสารสนเทศ และความปลอดภัยดิจิทัล

Computer usage; internet usage; word processing program usage; spreadsheet program usage; presentation program usage; digital media creation; information search; online collaboration; law and ethics for information technology; digital security

ผู้เรียนสามารถ

1. ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการทำงานและการติดต่อสื่อสารได้
2. ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายและจริยธรรมทางเทคโนโลยีสารสนเทศ
3. ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้
4. ตรงต่อเวลา ไม่คัดลอกงาน และรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย

Students are able to:

1. Use digital technology for work and communication;
2. Use information technology legally and ethically;
3. Work well with others;
4. Demonstrate punctuality, avoid plagiarism, and be responsible for the assigned work.

948-141G4 เทคโนโลยีใหม่

2((2)-0-4)

New Technology

เรื่องราวข่าวสารที่ทันสมัยของเทคโนโลยีสารสนเทศ การพลิกผันของเทคโนโลยี การสื่อสารและการประมวลผลที่ทันสมัย ปัญญาประดิษฐ์ โลกเสมือน เงินดิจิทัล ดิจิทัลคอนเทนต์ ลิขสิทธิ์ดิจิทัล จริยธรรมทางเทคโนโลยีสารสนเทศ อาชญากรรมคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีสีเขียว แนวโน้มของเทคโนโลยีสารสนเทศในอนาคต

Modern news of information technology; disruptive technology; modern communication and processing; artificial intelligence; virtual world; digital currency; digital content; digital copyright; information technology ethics; computer crime; green technology; future trends in information technology

ผู้เรียนสามารถ

1. รู้จักเทคโนโลยีที่ทันสมัย
2. สามารถเลือกและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีให้เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคตได้
3. ใช้เทคโนโลยีอย่างมีจริยธรรมที่เหมาะสมและปลอดภัย

Students are able to:

1. Recognize modern technology;
2. Choose and apply technology appropriately for the current situation and future trends;
3. Use technology in a morally appropriate and secure manner.

GE5: สุขภาวะองค์รวม

942-117G5 สุขภาวะเพื่อการดำรงชีวิต

2((2)-0-4)

Health for life

สุขภาพองค์รวม ภาวะเสี่ยงสุขภาพ โภชนาการ หลักการออกกำลังกาย การทดสอบสมรรถภาพทางกาย สังคมพหุวัฒนธรรม

Holistic health; health risks; nutrition; principles of exercise; physical fitness test; multicultural society

ผู้เรียนสามารถ

1. คำนวณพลังงานจากสารอาหารได้
2. ออกแบบโปรแกรมการออกกำลังกายได้
3. ประเมินสมรรถภาพทางกายด้วยตนเองได้
4. อธิบายและยกตัวอย่างสังคมพหุวัฒนธรรมได้
5. สามารถประเมินสุขภาวะทางปัญญาของตนเองได้

Students are able to:

1. Calculate energy from nutrients;
2. Set exercise programs;
3. Assess their physical fitness;
4. Describe and provide examples of a multicultural society;
5. Assess their cognitive health.

943-106G5 สุนทรียภาพของการดำเนินชีวิต

2((2)-0-4)

Aesthetics for Life

ความสำคัญของสุนทรียภาพต่อชีวิตมนุษย์ มุมมองสุนทรียภาพในเชิงวัฒนธรรม เศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม เพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างสันติบนพื้นฐานความแตกต่างทางรสนิยมและศิลปะ

The importance of aesthetics to human life; aesthetic perspectives on culture, economy, society, politics, technology, and environment for peaceful coexistence based on differences in taste and art

ผู้เรียนสามารถ

1. สามารถอธิบายถึงสุนทรียภาพของการดำรงชีวิตในสังคมพหุวัฒนธรรมสมัยใหม่ได้
2. สามารถประยุกต์ใช้สุนทรียภาพอย่างสร้างสรรค์เพื่อสุขภาวะทางกายและทางจิตใจที่เป็นสุข
3. สามารถวิเคราะห์ให้เห็นถึงการพัฒนาปัญญาด้วยสุนทรียภาพ

Students are able to:

1. Describe the aesthetics of living in a modern multicultural society;
2. Apply the aesthetics for a healthy body and mind;
3. Analyze the development of intelligence through aesthetics.

GE6: จิตสาธารณะและการพัฒนาที่ยั่งยืน

942-108G6 จิตสาธารณะเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

2((2)-0-4)

Public Mind for Sustainable Development

ศาสตร์พระราชา กรณีศึกษาในชุมชน กระบวนการสร้างจิตสาธารณะกิจกรรมเพื่อพัฒนาตนเอง และสร้างประโยชน์เพื่อเพื่อนมนุษย์

The King's philosophy; community case studies; the public mind-building process for self-development and the benefit of mankind

ผู้เรียนสามารถ

1. วิเคราะห์หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในชีวิตประจำวันได้
2. วิเคราะห์องค์ความรู้จากกรณีศึกษาตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงได้

3. ออกแบบและจัดกิจกรรมเพื่อสร้างประโยชน์แก่สังคมได้
4. เข้าใจและปฏิบัติทักษะการช่วยชีวิตขั้นพื้นฐานได้

Students are able to:

1. Analyze the sufficiency economy philosophy in daily life;
2. Analyze the body of knowledge based on the sufficiency economy philosophy case studies;
3. Design and organize activities for the benefit of society;
4. Understand and practice basic life support skills.

GE7: การปรับตัวให้เข้ากับพลวัตของโลก

942-401G7 สิ่งแวดล้อมเพื่อชีวิต

2((2)-0-4)

Environment for Life

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและมนุษย์ ประโยชน์ของสิ่งแวดล้อมในชีวิตประจำวัน
ความสัมพันธ์และผลกระทบ การใช้อย่างรู้คุณค่า การจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

Fundamentals of humans and the environment; the benefits of the environment in everyday life; the relationship between the environment and humans and its impact; wise use; sustainable environmental management

ผู้เรียนสามารถ

1. วิเคราะห์สถานการณ์สิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นได้อย่างมีเหตุผล
2. ประยุกต์ใช้ความรู้ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมจากงานวิชาการในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมในชุมชนได้อย่างเหมาะสมบนหลักการจัดการอย่างยั่งยืน

Students are able to:

1. Analyze environmental situations by logical means;
2. Apply the knowledge of environmental management from academic research to solving environmental problems in the community appropriately based on sustainable management principles.

GE8: เลือก

941-101G8 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารและการนำเสนอ

2((2)-0-4)

Thai for Communication and Presentation

หลักการใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ทักษะและศิลปะในการสื่อสารทั้ง 5 ทักษะ การคิด การฟัง พูด อ่าน และเขียน การคิดเชิงภาษา การฟังเพื่อจับใจความหลัก และการตีความในสถานการณ์ต่าง ๆ การใช้ ถ้อยคำ สีสำนวนในการสื่อสารในชีวิตประจำวันและในการทำงาน การพูดในที่ประชุมชนและการนำเสนอ การอ่านเพื่อความเข้าใจถึงค่านิยม และแนวคิด การเขียนเพื่อการสรุปความ การติดต่อทางราชการและธุรกิจ และการบูรณาการ การนำเสนอระหว่างบุคคลกับเครื่องมือการสื่อสารต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับยุคสมัย

The principles of the Thai language for communication; skills and arts in the five communication skills, including thinking, listening, speaking, reading, and writing; language and thought; listening for main ideas and interpretation in various situational contexts; register and styles for communication in daily life and the workplace; public speaking; reading for comprehension in values and attitudes; summary writing; official and business correspondence; the integration of interpersonal presentations and various communication tools for the modern age

ผู้เรียนสามารถ

1. ผู้เรียนมีความตระหนักรู้และเห็นคุณค่าความสำคัญของภาษาไทย ในฐานะที่เป็นเครื่องมือสื่อสารของคนไทย และเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการประกอบอาชีพของคนไทย
2. ผู้เรียนสามารถเรียนรู้การใช้ทักษะทางภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ทั้ง 5 ทักษะ คือ ทักษะ การคิด การฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน หมายรวมถึงกระบวนการทักษะสัมพันธ์ทางภาษาไทยหรือการบูรณาการระหว่างทักษะได้ สามารถใช้ภาษาไทยเป็นเครื่องมือในการสืบค้น การวิเคราะห์ การขยายความ การสรุปผล และการเผยแพร่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. ผู้เรียนสามารถนำทักษะในการพูดนำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ เช่น Presentation, Pitching, Briefing ทั้งแบบ Online และ Offline ได้อย่างมีประสิทธิภาพตามยุคสมัย

Students are able to:

1. Be aware of and recognize the value and importance of the Thai language as a communication tool for Thais and a crucial tool in Thai professions;
2. Use the five Thai language skills for communication effectively, including thinking, listening, speaking, reading, and writing, as well as the integration of language skills or language synthesis, for data searching, analysis, expanding ideas, summarizing results, and data dissemination;

3. Use various formats of speaking skills, such as presentations, pitching, and briefings, both online and offline, effectively according to the modern age.

941-162G8 การพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ

2((2)-0-4)

English Skills Development

การฟังเพื่อจับใจความสำคัญและฟังเพื่อหาข้อมูลเฉพาะ การตอบคำถามและโต้ตอบประเด็นต่าง ๆ อย่างเป็นธรรมชาติ เทคนิคการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ การอ่านข้อมูลที่ซับซ้อนเพื่อจับใจความสำคัญและเก็บรายละเอียด การพัฒนาคำศัพท์และสำนวน การเขียนเพื่อนำเสนอประเด็นต่าง ๆ โดยใช้โครงสร้างประโยคที่หลากหลาย

Listening for gist and specific information; responding to questions and interacting naturally on a variety of topics; techniques for effective communication; reading complex texts for main ideas and details; the development of vocabulary and expressions; producing clear, detailed texts on a wide range of subjects, using different sentence patterns

ผู้เรียนสามารถ

1. สนทนาโต้ตอบเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์การสื่อสารในชีวิตประจำวันได้
2. อ่านจับใจความสำคัญและรายละเอียดของย่อหน้าและบทความทั่วไปได้อย่างถูกต้อง
3. วิเคราะห์โครงสร้างประโยค พร้อมแก้ไขหากพบข้อผิดพลาด
4. ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารและสืบค้นข้อมูล
5. ตัดสินใจและแก้ไขปัญหาในการสื่อสารได้

Students are able to:

1. Interact with others with a degree of fluency for daily communication purposes;
2. Read paragraphs and general articles for main ideas and details;
3. Analyze sentence structures and correct errors, if any;
4. Use technology for enhancement of communication and information searching;
5. Make decisions and solve problems related to communication.

941-225G8 ภาษาจีนในชีวิตประจำวัน

2((2)-0-4)

Everyday Chinese

ระบบเสียง คำศัพท์ต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน ตัวเลข ลักษณะนาม คำกริยานุเคราะห์ โครงสร้างประโยคภาษาจีนระดับพื้นฐาน การฝึกทักษะการฟัง พูด อ่าน และเขียน จากสถานการณ์ต่าง ๆ ที่กำหนดให้

Chinese sound systems; vocabulary for daily communication; numbers; noun classifiers; auxiliary verbs; basic sentence structures; listening, speaking, reading, and writing skill practices based on given situations

ผู้เรียนสามารถ

1. ออกเสียงภาษาจีนตามองค์ประกอบของการออกเสียงอย่างถูกต้อง
2. สนทนาในสถานการณ์ต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันตามหลักไวยากรณ์และโครงสร้างประโยคที่ถูกต้อง
3. ตอบโต้คู่สนทนาได้อย่างมั่นใจและคล่องแคล่ว
4. ฟังและระบุใจความสำคัญและข้อมูลจำเพาะของเรื่องได้อย่างถูกต้อง
5. เขียนในสถานการณ์ต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันตามหลักไวยากรณ์และโครงสร้างประโยคที่ถูกต้อง

Students are able to:

1. Pronounce Chinese words correctly according to pronunciation rules;
2. Converse in daily situations with others, using correct grammar and sentence structures;
3. Respond to interlocutors with ease and confidence;
4. Listen for and identify the main ideas and specific details of stories correctly;
5. Write texts in daily situations with correct grammar and sentence structures.

941-227G8 ภาษาจีนผ่านภาพยนตร์และสื่อ

2((2)-0-4)

Chinese through Movies and Media

ฝึกทักษะการฟังและพูดโดยใช้เพลงภาษาจีนผ่านสื่อภาพยนตร์ รายการโทรทัศน์ เกมโชว์ ข่าว สื่อดิจิทัล การนำคำศัพท์ สำนวน ไวยากรณ์ การออกเสียง การแปลเพลงจากสื่อประยุกต์ใช้ได้กับการสื่อสารในชีวิตประจำวัน การประยุกต์ใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารในบริบทต่าง ๆ

Listening and speaking skill practices through movies, television programs, game shows, news reports, and digital media; the application of knowledge about Chinese vocabulary, idioms, grammar, pronunciation, and song translation for daily communication; the application of communicative Chinese in various contexts

ผู้เรียนสามารถ

1. ออกเสียงคำศัพท์และออกเสียงสูงต่ำในประโยคตามที่สะท้อนในภาพยนตร์และสื่อได้
2. อ่านสื่อภาษาจีนในรูปแบบต่าง ๆ ได้
3. สนทนาในสถานการณ์ต่าง ๆ ด้วยคำศัพท์และสำนวนที่ปรากฏในภาพยนตร์และสื่อ

4. ฟังและระบุใจความสำคัญและข้อมูลจำเพาะของเรื่องที่ฟัง/ชมได้อย่างถูกต้อง
5. บอกเล่าเกี่ยวกับวัฒนธรรมจีนและการดำเนินชีวิตของชาวจีนที่สะท้อนจากภาพยนตร์และสื่อได้

Students are able to:

1. Pronounce words with intonations following the movies and media;
2. Read Chinese texts of various genres on media;
3. Converse in daily situations, using vocabulary and expressions from movies and other media;
4. Listen for and identify the main ideas and specific details of movies and stories;
5. Describe the Chinese cultures and lifestyles of Chinese people as reflected in movies and other media.

941-275G8 ภาษามลายูในชีวิตประจำวัน

2((2)-0-4)

Everyday Malay

ระบบเสียง อักษรวิธีและการอ่านออกเสียงภาษามลายู ทักษะการฟัง พูด อ่าน เขียนภาษามลายู ในระดับต้น โครงสร้างประโยคพื้นฐานของภาษามลายู คำศัพท์และสำนวนที่ใช้บ่อย การสนทนาในสถานการณ์ที่จำเป็นเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน

Malay sound, orthography, and pronunciation systems; basic listening, speaking, reading, and writing skills in Malay; basic sentence structures of Malay; frequently used vocabulary and expressions; daily life communication in essential situations

ผู้เรียนสามารถ

1. อ่านออกเสียง นับจำนวน และบอกเวลาได้อย่างถูกต้อง
2. สนทนาในสถานการณ์ต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันตามหลักไวยากรณ์และโครงสร้างประโยคที่ถูกต้อง
3. ฟังและระบุใจความสำคัญและข้อมูลจำเพาะของเรื่องได้อย่างถูกต้อง
4. เขียนในสถานการณ์ต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันตามหลักไวยากรณ์และโครงสร้างประโยคที่ถูกต้อง
5. บอกเล่าเกี่ยวกับวัฒนธรรมมลายูและการดำเนินชีวิตของชาวมลายูได้

Students are able to:

1. Pronounce words, count numbers, and tell the time correctly;
2. Converse in daily situations with others, using correct grammar and sentence structures;
3. Listen for and identify the main ideas and specific details of stories correctly;

4. Write texts in daily situations with correct grammar and sentence structures.
5. Describe the Malay cultures and lifestyles of Malay people.

941-286G8 ภาษาเกาหลีในชีวิตประจำวัน

2((2)-0-4)

Everyday Korean

ระบบเสียง อักษรวิธีและการอ่านออกเสียงภาษาเกาหลี ทักษะการฟัง พูด อ่าน เขียนภาษาเกาหลีในระดับต้น โครงสร้างประโยคพื้นฐานของภาษาเกาหลี คำศัพท์และสำนวนที่ใช้บ่อย การสนทนาในสถานการณ์ที่จำเป็นเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน

Korean sound, orthography, and pronunciation systems; basic listening, speaking, reading, and writing skills in Korean; basic sentence structures of Korean; frequently used vocabulary and expressions; daily life communication in essential situations

ผู้เรียนสามารถ

1. ออกเสียงภาษาเกาหลีตามองค์ประกอบของการออกเสียงอย่างถูกต้อง
2. สนทนาในสถานการณ์ต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันตามหลักไวยากรณ์และโครงสร้างประโยคที่ถูกต้อง
3. ตอบโต้คู่สนทนาได้อย่างมั่นใจและคล่องแคล่ว
4. ฟังและระบุใจความสำคัญและข้อมูลจำเพาะของเรื่องได้อย่างถูกต้อง
5. เขียนในสถานการณ์ต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันตามหลักไวยากรณ์และโครงสร้างประโยคที่ถูกต้อง

Students are able to:

1. Pronounce Korean words correctly according to pronunciation rules;
2. Converse in daily situations with others, using correct grammar and sentence structures;
3. Respond to interlocutors with ease and confidence;
4. Listen for and identify the main ideas and specific details of stories correctly;
5. Write texts in daily situations with correct grammar and sentence structures.

942-101G8 ความเป็นพลเมืองโลก

2((2)-0-4)

Global Citizenship

หลักการพื้นฐานเกี่ยวกับความเป็นพลเมืองโลก บทบาท หน้าที่พลเมือง การมีส่วนร่วม การปฏิบัติตามหลักกฎหมายและหลักศีลธรรม การมีจิตสำนึกสาธารณะ การอยู่ในสังคมประชาธิปไตยท่ามกลางความเห็นต่างและพหุวัฒนธรรม เข้าใจเกี่ยวกับวิกฤตการณ์ด้านทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และพลังงาน การพัฒนาสังคมโลกอย่างยั่งยืน

Basic principles of global citizenship; the roles and responsibilities of citizens; involvement; compliance with the law and morality; public-mindedness; living in a democratic society where diverse opinions and multicultural groups exist; the understanding of crises in natural resources, environment, and energy; the sustainable development of global society

ผู้เรียนสามารถ

1. เข้าใจหลักการพื้นฐานเกี่ยวกับความเป็นพลเมืองโลก และวิกฤตการณ์ด้านทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และพลังงาน
2. ตระหนักในบทบาทหน้าที่พลเมือง และการมีส่วนร่วมรับผิดชอบในฐานะพลเมืองโลกที่ดี
3. มีทักษะในการคิด วิเคราะห์ ผลกระทบปัญหาของสังคมโลกและแนวทางแก้ไข
4. มีทักษะในการจัดการตนเองได้อย่างเหมาะสมและสามารถนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในอนาคตภายใต้หน้าที่แห่งความเป็นพลเมืองโลก

Students are able to:

1. Understand the basic principles of global citizenship and crises in natural resources, the environment, and energy;
2. Be aware of the roles and responsibilities of citizens as a good global citizen;
3. Acquire the thinking and analyzing skills to understand the impact of global society's problems and propose solutions;
4. Acquire self-management skills and use relevant knowledge in the future under the responsibilities of global citizenship.

942-109G8 ชีวิตที่ดี

2((2)-0-4)

Happy and Peaceful Life

ความสุขของชีวิต การเข้าใจและยอมรับความแตกต่างและความหลากหลายทางวัฒนธรรม การเคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ทักษะการสื่อสารและการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ การทำงานอย่างเป็นทีม การอนุรักษ์ ปกป้อง ฟื้นฟู และสนับสนุน การใช้ระบบนิเวศทางธรรมชาติ ตลอดจนการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน

The joy of life; the understanding and acceptance of cultural differences and diversity; the respect for human dignity; creative communication and problem-solving skills; teamwork; the conservation, protection, restoration, and support of the use of natural ecosystems; sustainable resource management

ผู้เรียนสามารถ

1. เข้าใจหลักการแนวทางการฝึกความรู้สึกตัวและการพัฒนาสติเพื่อความสุขของชีวิต

2. เข้าใจและปฏิบัติตนอยู่ร่วมกับความหลากหลายทางวัฒนธรรม ในสังคมพหุลักษณะ
3. ตระหนักและรับรู้การเคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของตนเองและผู้อื่น และไม่ละเมิดสิทธิผู้อื่น
4. ประยุกต์ใช้ทักษะในการสื่อสาร การแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์และสามารถทำงานเป็นทีมร่วมกับผู้อื่นได้
5. วิเคราะห์และต่อยอดแนวทางการใช้ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อให้เกิดความยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรม

Students are able to:

1. Understand the principles of mindfulness training and consciousness development for a balanced and happy life;
2. Be open-minded and appropriately accept cultural diversity in a pluralistic society;
3. Recognize and respect the human dignity of oneself and others;
4. Use communication and creative problem-solving skills effectively and work as a team with others;
5. Analyze and develop guidelines for the use of natural resources to achieve concrete sustainability.

942-115G8 แลใต้

2((2)-0-4)

Southern Studies

ภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ประเพณีวัฒนธรรม ความเชื่อ เรื่องเล่าตำนาน แหล่งเรียนรู้ในชุมชนท้องถิ่นหรือพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ

Geography; history; lifestyles; traditions; cultures, beliefs; legends; learning resources in the local community and the National Museum

ผู้เรียนสามารถ

1. นำเสนอข้อมูลแหล่งเรียนรู้ในชุมชนที่สนใจด้วยเทคโนโลยีได้
2. จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวสไตล์ชุมชน/วัฒนธรรมได้
3. ออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนได้

Students are able to:

1. Use technology to present information on learning resources in interested communities;
2. Organize community-based and cultural tourism programs;
3. Design community-based tourism activities.

942-118G8 การท่องเที่ยวสไตล์แคมป์

2((2)-0-4)

Camping and Travel

การจัดการค่ายพักแรม การเลือกสถานที่กางเต็นท์ อุปกรณ์แคมป์ การวางแผนเดินทาง แหล่งท่องเที่ยวหรืออุทยานแห่งชาติ คุณค่าที่ได้รับจากการตั้งแคมป์และการท่องเที่ยว

Camping management; tent site selection; camping equipment; planning trips; tourist attractions and national parks; the value of camping and travel

ผู้เรียนสามารถ

1. จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวระหว่างทางไปค่ายพักแรมได้
2. ออกแบบกิจกรรมสำหรับค่ายพักแรมได้
3. เขียนโครงการการอยู่ค่ายพักแรมได้
4. ทำงานเป็นทีมและใช้ชีวิตในค่ายพักแรมได้

Students are able to:

1. Arrange travel programs along the way to camps;
2. Design activities for camps;
3. Write camping projects;
4. Work as a team and live in a camp.

942-209G8 เทคโนโลยีสีเขียว

2((2)-0-4)

Green Technology

หลักการทางเทคโนโลยีและนวัตกรรม การพลิกผันของเทคโนโลยีด้านสิ่งแวดล้อม ฐานรากของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ปัญหาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบที่เกิดขึ้น การจัดการผลกระทบสิ่งแวดล้อมด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ เทคโนโลยีพลังงานทดแทน

The principles of technology and innovation; environmental disruptive technology; the foundations of natural resources and the environment; environmental problems and their impacts; environmental impact management with modern technology; renewable energy technology

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายหลักการ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ปัญหาสิ่งแวดล้อม ผลกระทบจากการใช้พลังงานต่อสิ่งแวดล้อม
2. ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสีเขียวเพื่อลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมและสอดคล้องกับสภาพสังคมและเศรษฐกิจปัจจุบัน
3. มีจิตสำนึกในการใช้เทคโนโลยีที่อนุรักษ์และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

Students are able to:

1. Explain the principles and theories related to natural resources and the environment, environmental problems, and the environmental impacts of energy use;
2. Apply green technology to reduce environmental impacts in line with current social and economic conditions;
3. Obtain a sense of awareness in using environmentally-friendly technology.

947-102G8 รู้เท่าทันวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี 2((2)-0-4)
Science Technology Literacy

กระแสการเปลี่ยนแปลงด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน ผลกระทบของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การวิเคราะห์ข้อมูลด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอย่างรู้เท่าทัน จริยธรรมทางเทคโนโลยีสารสนเทศ

Current trends in science and technology; practical use in everyday life; the impacts of science and technology on modern society and the environment; analytical approaches to science and technology; ethics in information technology

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายเหตุการณ์และผลกระทบที่เกิดจากการพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีได้อย่างรู้เท่าทัน
2. นำเสนอแนวทางการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการจัดการปัญหาได้อย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ

Students are able to:

1. Explain the events and impacts caused by the development of science and technology;
2. Propose guidelines using technology and innovation to solve problems accurately according to academic principles.

996-125G8 การสเก็ตเพื่อความเพลิดเพลิน 2((2)-0-4)
Sketching for Fun

การสเก็ตภาพลายเส้น เพื่อการผ่อนคลายคลายเครียดจากชีวิตประจำวัน เพื่อปรับตัว มีส่วนร่วม และเข้าใจในสภาพสังคมวัฒนธรรมที่มีความแตกต่างกัน

Sketching for relaxation, daily-life stress relief, self-adjustment, and participation to understand different social and cultural conditions

ผู้เรียนสามารถ

1. เสกัภาพเพื่อผ่อนคลายความเครียดได้
2. เสกัภาพเมือง ชุมชน ที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมได้

Students are able to:

1. Sketch to relax and relieve stress from daily life;
2. Sketch to understand different social and cultural conditions.

หมวดวิชาเฉพาะ

942-230 การภาษีอากร

3((3)-0-6)

Taxation

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับภาษีอากร แนวคิด และบทบาทของภาษีอากร หลักเกณฑ์และวิธีการจัดเก็บ ภาษีอากรตามประมวลรัษฎากร ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ อากรแสตมป์ ภาษีศุลกากร และภาษีสรรพสามิต

General knowledge related to taxation; concepts and roles of taxation; principles and methods of taxation according to revenue codes; personal income tax; corporate tax; value-added tax; specific business tax; stamp duty; customer duty; excise duty

ผู้เรียนสามารถ

1. วิเคราะห์และคำนวณภาษีได้ถูกต้อง พร้อมทั้งระบุแบบแสดงรายการได้ตามประมวลรัษฎากรกำหนด
2. ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้โดยปฏิบัติตามกฎกติกาของสมาชิกในกลุ่ม
3. แสวงหาความรู้เกี่ยวกับภาษีอากรเพื่อพัฒนาตนเองได้อย่างต่อเนื่อง

Students are able to:

1. Analyze and calculate taxes accurately and specify the prescribed format for the tax return as required by the Revenue Code;
2. Collaborate with others by adhering to the rules and regulations of group members;
3. Search for additional knowledge about taxation for continuous self-improvement.

944-122 หลักเศรษฐศาสตร์

3((3)-0-6)

Principles of Economics

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์ อุปสงค์ อุปทาน และดุลยภาพของตลาด ความยืดหยุ่นของอุปสงค์และอุปทาน พฤติกรรมผู้บริโภค การผลิตและต้นทุน โครงสร้างตลาดในทางเศรษฐศาสตร์ รายได้ประชาชาติ นโยบายการเงิน นโยบายการคลัง การค้าระหว่างประเทศ

General knowledge about economics; demand, supply, and equilibrium; the elasticity of demand and supply; consumer behavior; producer behavior; market structure in

economics; national income; the components of national income; equilibrium national income; money and monetary policies; fiscal policies; international trade and finance

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายเกี่ยวกับทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ได้
2. ประยุกต์องค์ความรู้ทางด้านเศรษฐศาสตร์ สำหรับการวิเคราะห์สถานการณ์ทางเศรษฐกิจได้
3. ประยุกต์ใช้ความรู้ทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลไปใช้ในการตัดสินใจทางเศรษฐศาสตร์ได้
4. แสดงพฤติกรรมของการมีภาวะผู้นำในการทำงานเป็นทีมและสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้

Students are able to:

1. Explain economic theories;
2. Apply the knowledge of economics to analyze economic situations;
3. Apply the knowledge of digital technology to make economic decisions;
4. Demonstrate leadership skills when working in teams and work well with others.

944-204

กฎหมายธุรกิจ

3((3)-0-6)

Business Law

กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ที่สำคัญเกี่ยวกับบุคคล นิติบุคคล การตั้งห้างหุ้นส่วน บริษัทจำกัด การเลิกกิจการ ทรัพย์สินนิติกรรมสัญญา เอกเทศสัญญา ที่เกี่ยวกับธุรกิจซื้อขาย เช่าซื้อ ค้ำประกัน ตัวแทน นายหน้า ตัวเงิน พระราชบัญญัติเกี่ยวกับเช็ค และกฎหมายอื่นที่จำเป็นในสถานการณ์ปัจจุบัน

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, and other relevant laws necessary to the current situation

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องในธุรกิจได้
2. ประยุกต์ใช้ความรู้ทางกฎหมายเป็นพื้นฐานในการดำเนินธุรกิจได้
3. สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้
4. มีพฤติกรรมที่เคารพต่อกฎเกณฑ์ของสังคม

Students are able to:

1. Explain business law;
2. Apply legal knowledge as a basis for conducting business;

3. Collaborate with others;
4. Respect the society's rules.

946-102

หลักการจัดการธุรกิจ

3((3)-0-6)

Principles of Business Management

พลวัตของธุรกิจ ธุรกิจกับการดำเนินชีวิต หน้าที่องค์การธุรกิจ แนวคิดและวิวัฒนาการทางการจัดการ หลักการจัดการองค์การ กิจกรรมสนับสนุนการจัดการ การจัดการในบริบทความหลากหลาย การจัดการร่วมสมัย

Dynamics of business; business and a way of life; business functions; concepts and evolution of management, management functions, management supporting activities; management in diverse contexts; contemporary management

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบาย ลักษณะของการประกอบธุรกิจ สภาพแวดล้อมของธุรกิจ และผลกระทบของธุรกิจที่มีต่อการดำเนินชีวิต
2. ระบุส่วนงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ บทบาทและหน้าที่ของส่วนงานต่าง ๆ
3. อธิบาย จุดเริ่มต้นทางการจัดการ และวิวัฒนาการของการจัดการได้
4. ระบุกระบวนการ ขั้นตอน ของหลักการของการจัดการ (management function) อันได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การชี้นำ และการควบคุม
5. อธิบายกิจกรรมสนับสนุนหลักการของการจัดการ ได้ เช่น การบริหารกลุ่ม การจัดการในบริบทของความหลากหลาย การตัดสินใจทางการจัดการ
6. แสดงพฤติกรรมที่เป็นผู้นำและผู้ตามที่เหมาะสม

Students are able to:

1. Explain characteristics of business activities, business environment and business impacts on people's lives;
2. Identify functions of management and its roles and responsibilities;
3. Explain the historical origin and evolution of management;
4. Identify the process of management functions: planning, organizing, leading, and controlling;
5. Explain supporting activities such as group management, management in diverse contexts and management decision-making;
6. Demonstrate appropriate behavior as a team leader and follower.

946-160

หลักการตลาด

3((2)-2-5)

Principles of Marketing

ความหมาย ความสำคัญของการตลาด แนวความคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการตลาด สิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลทางการตลาด ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมทางการตลาด

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

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายเกี่ยวกับทฤษฎีด้านการตลาดได้
2. ประยุกต์องค์ความรู้ด้านการตลาดในสถานการณ์ปัจจุบันได้
3. ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อการตัดสินใจด้านการตลาดได้
4. ปรับตัว ยอมรับความคิดเห็น และทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ทั้งในฐานะผู้นำและผู้ตาม

Students are able to:

1. Explain marketing theories;
2. Apply marketing knowledge in current situations;
3. Apply suitable technology in order to make decisions in marketing;
4. Adapt, accept other's opinions, and collaborate with others both as a leader and a follower.

946-201

การจัดการธุรกิจขนาดย่อม

3((3)-0-6)

Small Business Management

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจขนาดย่อม การวิเคราะห์สถานการณ์ในปัจจุบันและเหมาะสมตามสถานการณ์ทางการตลาด การออกแบบกลยุทธ์การตลาด การเงิน การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การผลิตและการวางแผนเชิงกลยุทธ์ การวิเคราะห์และการตัดสินใจในธุรกิจขนาดย่อม การสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางธุรกิจ โอกาสของธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ จรรยาบรรณและจริยธรรมสำหรับการจัดการธุรกิจขนาดย่อม

The concept and theories of the management of small businesses; the analyses of current situations appropriate to the market situation; marketing strategy designing; finance; human resource management; production and strategic planning; analysis and decision making in small businesses; building relationships with business stakeholders; opportunities for domestic and overseas joint ventures; ethics in small business management

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายและประยุกต์ใช้ความรู้และทฤษฎีด้านธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในสภาพแวดล้อมที่เป็นปัจจุบัน
2. ระบุ วิเคราะห์ และสังเคราะห์ปัญหาด้านการจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ซับซ้อนในธุรกิจและเสนอแนวทางแก้ไขที่เหมาะสม
3. เลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมในการสืบค้นและแสวงหาความรู้จากแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลายเพื่อใช้ในการนำเสนองานในรูปแบบรายงานและการนำเสนอด้วยวาจา
4. ปรับตัว รับฟัง ยอมรับความคิดเห็น ทำงานกับผู้อื่นได้ทั้งในฐานะผู้นำและผู้ตาม

Students are able to:

1. Explain and apply the knowledge and theories about small and medium-sized businesses in the current environment;
2. Identify, analyze, and synthesize complex small and medium business management problems in businesses and propose appropriate solutions;
3. Select appropriate technology to search for and acquire knowledge from various learning sources for report presentations and oral presentations;
4. Adjust themselves, listen to and accept opinions, and work well with others both as a leader and a follower.

946-214

การบัญชีสำหรับผู้ประกอบการ

3((3)-0-6)

Accounting for Entrepreneurs

ลักษณะและแนวความคิดขั้นพื้นฐานของการบัญชี กระบวนการบันทึกบัญชี การจัดทำงบการเงิน และการอ่านงบการเงินเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ แนวคิดและการจำแนกประเภทของต้นทุน การคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของต้นทุน ปริมาณและกำไร การใช้ข้อมูลต้นทุนเพื่อการตัดสินใจ การจัดทำงบประมาณเพื่อการวางแผนและควบคุมกำไร

Characteristics and fundamental concepts of accounting; accounting recording process; financial statements preparation; reading financial statements for business decision making; cost concepts and classifications; product costing; product pricing; cost-volume-profit relationships analysis; selecting relevant cost information for decision making; budgeting for profit planning and control

ผู้เรียนสามารถ

1. จัดทำงบการเงินตามกระบวนการบัญชีในธุรกิจที่ไม่ซับซ้อนได้
2. อ่านและวิเคราะห์งบการเงินเบื้องต้นเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจได้

3. วิเคราะห์ข้อมูลทางการบัญชี ต้นทุน และประยุกต์ใช้เทคนิคทางการบัญชีบริหารเบื้องต้น เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนและตัดสินใจทางธุรกิจได้
4. มีทักษะในการทำงานเป็นทีมร่วมกับผู้อื่นในชั้นเรียน มีความเป็นผู้นำ และทักษะในการประสานงาน
5. แสดงออกถึงควมมีคุณธรรม จริยธรรม และวินัยในชั้นเรียนอย่างเหมาะสม

Students are able to:

1. Prepare financial statements according to accounting procedures in uncomplicated business settings;
2. Read and analyze fundamental financial statements for business decision-making;
3. Analyze accounting data, costs, and apply fundamental managerial accounting techniques in business planning and decision-making;
4. Demonstrate teamwork skills with others in classroom settings, exhibit leadership qualities, and coordinate with others effectively;
5. Demonstrate appropriate ethical behavior, integrity, and discipline in classroom settings.

946-260

พฤติกรรมผู้บริโภค

3((3)-0-6)

Consumer Behavior

รายวิชาบังคับเรียนก่อน: 946-160 หลักการตลาด

Prerequisite: 946-160 Principles of Marketing

ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในขั้นตอนต่าง ๆ ของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ทฤษฎีปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยภายนอก กิจกรรมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค การมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในการสร้างสรรค์และเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ปัจจัยด้านโลกดิจิทัลที่ทำให้นิยามสังคมและพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมผู้บริโภคดิจิทัลคือชุมชนเสมือนจริง การศึกษาและงานวิจัยที่ปรากฏในโลกดิจิทัลมาตัดสินใจสร้างกลยุทธ์

Relationship in marketing management; consumer behavior; the analysis of consumer purchase behaviors in the decision-making process; theories and factors influencing consumer behaviors; individual factors, external factors, and marketing activities influencing consumer behaviors; the participation of consumers in the new product creation and dissemination; digital world factors influencing changes in the definitions of society and

consumer behavior; digital consumer behaviors in a virtual community; case studies and research related to the digital world in making decisions on strategy development

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายตัวแบบของพฤติกรรมผู้บริโภค
2. วิเคราะห์และอธิบายปัจจัยทางเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค
3. อธิบายกระบวนการตัดสินใจ และปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจในช่องทางเทคโนโลยี
4. อธิบายกระบวนการเรียนรู้ และทัศนคติของผู้บริโภคจากเทคโนโลยี

Students are able to:

1. Explain the models of consumer behaviors;
2. Analyze and explain technological factors that influence consumer behaviors;
3. Describe the decision-making process and factors affecting the decision-making process in technological channels;
4. Describe the learning process and consumer attitudes using technology.

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 การปฏิบัติการการควบคุมการดำเนินงานของธุรกิจ การบริหารงานของธุรกิจ การคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม

The concepts and theories of marketing administration; marketing management; the analyses of business contexts; strategic planning in marketing, administration, products, prices, and channels of distribution; marketing promotion; operational control in businesses; business administration; social responsibility

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายตัวแบบของแนวคิด และทฤษฎีในการจัดการการตลาดได้
2. วิเคราะห์และอธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
3. ประยุกต์ใช้ทฤษฎีเพื่อวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด (สร้างแผนการตลาด : Marketing Plan) ด้านการบริหารงาน ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริม

การตลาด การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การปฏิบัติการตามกระบวนการ และการควบคุม
การดำเนินงานของธุรกิจให้เกิดประสิทธิภาพ

4. ประยุกต์ใช้ทฤษฎีในการจัดการงานของธุรกิจ การคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม

Students are able to:

1. Describe concept models and theories in marketing management;
2. Analyze and explain factors influencing the business environment;
3. Apply theories to plan marketing strategies (creating marketing plans), administration, products, prices, and channels of distribution, marketing promotion, human resource management, process operation, and operational control in businesses to ensure efficiency;
4. Apply theories in managing business tasks and acquire social responsibility.

946-265

ประเด็นสำคัญทางการตลาด

3((x)-y-z)

Current Issues in Marketing

รายวิชาบังคับเรียนก่อน : ตามความเห็นชอบของสาขาวิชา

Prerequisite: As approved by the program

หัวข้อวิชาใหม่ด้านการตลาด ทฤษฎีใหม่ที่ร่วมสมัย การประยุกต์แนวทาง กลยุทธ์การดำเนินงาน
ทางการตลาด ตามที่สาขาเห็นชอบ

Current issues in marketing; contemporary theories; the application of marketing strategies and guidelines as approved by the Marketing Program

ผู้เรียนสามารถ

1. ออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดที่ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน
2. ตัดสินใจทางการตลาดอย่างเป็นระบบโดยใช้ข้อมูลทางการตลาดและเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นฐาน
3. สร้างความสัมพันธ์กับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในระบบห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ
4. สื่อสารและนำเสนอด้วยภาษาไทยและภาษาอังกฤษได้ตรงตามวัตถุประสงค์
5. แสดงพฤติกรรมการณ์จริยธรรมทางธุรกิจ ซื่อสัตย์ต่อผู้บริโภค คู่ค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียบนหลักการการพัฒนาที่ยั่งยืน
6. ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่องานการตลาด

Students are able to:

1. Design marketing strategies that are up-to-date with current situations;
2. Make systematic marketing decisions based on marketing data and information technology;
3. Build relationships with stakeholders in the business value chain system;

4. Communicate and present their works in Thai and English to meet course objectives;
5. Demonstrate ethical business behaviors and be honest with consumers, business partners, and stakeholders based on the principles of sustainable development;
6. Use digital technology for marketing.

946-290

การเงินธุรกิจ

3((3))-0-6)

Business Finance

รายวิชาบังคับเรียนก่อน: 946-214 การบัญชีสำหรับผู้ประกอบการ

(Prerequisite: 946-214 Accounting for Entrepreneurs)

แนวคิดและเป้าหมายของการจัดการการเงิน มูลค่าของเงินตามเวลา ความเสี่ยงและผลตอบแทน การวิเคราะห์งบการเงิน การจัดการเงินทุนหมุนเวียน งบประมาณลงทุน แหล่งที่มาและต้นทุนเงินทุน นโยบายจ่ายเงินปันผล การวางแผนและการพยากรณ์ทางการเงิน

Concepts and goals of financial management; time value of money; risk and return; financial statement analysis; working capital management; capital budgeting; sources of funds and cost of capital; dividend policy; financial planning and forecasting

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายหลักการทางการเงินได้อย่างถูกต้อง
2. คำนวณและวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินโดยบูรณาการหลักการทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. มีทักษะในการสืบค้น เก็บรวบรวม วิเคราะห์ข้อมูล และสรุปผล ผ่านการเรียนรู้ด้วยตนเอง
4. ทำงานเป็นทีม และร่วมมือในการทำงานที่ได้รับมอบหมายให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้

Students are able to:

1. Explain financial principles accurately;
2. Calculate and analyze financial information by effectively incorporating financial principles;
3. Acquire skills for searching, collecting, analyzing data, and summarizing results through self-study;
4. Work as a team and cooperate in assigned work to achieve objectives.

946-300

การจัดการทรัพยากรมนุษย์

3((2)-2-5)

Human Resource Management

แนวคิดพื้นฐาน ทฤษฎี และแนวปฏิบัติด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลภายในองค์กร ประกอบด้วย การวางแผนกำลังคน การสรรหาและการคัดเลือก การฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน การประเมินผลการปฏิบัติงาน การจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการ แรงงานสัมพันธ์ ประเด็นทางด้านกฎหมายและความท้าทายในการบริหารทรัพยากรบุคคลในยุคปัจจุบัน

The fundamental concepts, theories, and practices of human resource management within organizations, including human resource planning, recruitment and selection, training and employee development, performance appraisal, compensation and welfare, employee relations, legal issues, and current challenges in HRM

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายเกี่ยวกับทฤษฎี หลักคิดเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรบุคคลได้
2. ประยุกต์องค์ความรู้ทางด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล สำหรับการบริหารองค์กรในปัจจุบันได้
3. ประยุกต์ใช้ความรู้ทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลไปใช้ในการตัดสินใจทางด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลได้
4. แสดงพฤติกรรมของการมีภาวะผู้นำในการทำงานเป็นทีมและสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้

Students are able to:

1. Explain the fundamental concepts and theories of human resource management;
2. Apply human resource management knowledge to current organizational management;
3. Apply digital technology knowledge to make human resource management decisions;
4. Demonstrate leadership behaviors in working as a team and working well with others.

946-360

การจัดการขาย

3((3)-0-6)

Sales Management

การเปลี่ยนแปลงโลกแห่งการจัดการการขาย ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดการ การกลยุทธ์องค์กรและหน้าที่การขาย โครงสร้างองค์กรการขายการปรับใช้พนักงานขายและการคาดการณ์ การสรรหาพนักงานขาย การคัดเลือกและตำแหน่งพนักงานขาย การฝึกอบรมพนักงานขาย การสร้างแรงจูงใจและการชดเชยการขายส่วนบุคคล การจัดการพนักงานขาย การใช้เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดบนโซเชียลมีเดียในการจัดการขาย

The changing world of sales management; introduction to sales management; organizational strategies and sales functions; Salesforce deployment and forecasting; sales personnel recruitment; sales personnel selection and placement; sales personnel training; motivating and personal sales compensation; sales personnel management; using social media marketing communication tools in sales management

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับ ความสำคัญเกี่ยวกับการจัดการการขายได้
2. วิเคราะห์สถานการณ์เพื่อนำมาแก้ไขปัญหาคะบวนการจัดการการขายได้
3. ประยุกต์ใช้เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดบนโซเชียลในการจัดการการขายได้
4. มีปฏิสัมพันธ์ และจัดการความขัดแย้งกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Students are able to:

1. Explain concepts, theories, and the importance of sales management;
2. Analyze the situation to solve problems in the sales management process;
3. Apply social marketing communication tools to manage sales;
4. Interact with and effectively manage conflicts with stakeholders.

946-362

การสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการ

3((3)-0-6)

Integrated Marketing Communication

ความหมาย ความสำคัญของการสื่อสารทางการตลาด การวางแผนกลยุทธ์ การบริหารงาน การสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการ ประเภทของการสื่อสารทางการตลาดรูปแบบต่าง ๆ การเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดประเภทต่าง ๆ ที่บูรณาการคุณลักษณะของแต่ละเครื่องมือที่เหมาะสมกับผู้รับสารเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

The definition and importance of marketing communication; strategic planning; administration; integrated marketing communication management; marketing communication

types; the effective selection of different types of integrated marketing communication tools that are suitable for the target audience

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายแนวคิด และประเภทของการสื่อสารทางการตลาดรูปแบบต่าง ๆ ได้
2. เลือกใช้เครื่องมือทางการสื่อสารทางการตลาดประเภทต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับธุรกิจได้
3. ประยุกต์ใช้ทฤษฎีเพื่อวางแผนการสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการ ในการดำเนินงานของธุรกิจให้เกิดประสิทธิภาพได้
4. ออกแบบการสื่อสารทางการตลาดรูปแบบต่าง ๆ ให้ถูกต้องและเหมาะสมกับธุรกิจได้

Students are able to:

1. Explain the concepts and types of various forms of marketing communication;
2. Use various types of marketing communication tools that are suitable for businesses;
3. Apply theories to plan integrated marketing communications for efficient business operations;
4. Design various forms of marketing communications that are accurate and suitable for businesses.

946-363

การวิจัยการตลาด

3((3)-0-6)

Marketing Research

รายวิชาบังคับเรียนก่อน : 946-260 พฤติกรรมผู้บริโภค

Prerequisite: 946-260 Consumer Behavior

ความหมาย ความสำคัญของการวิจัยตลาด กระบวนการวิจัยทางการตลาดทั้งในเชิงคุณภาพ เชิงปริมาณ และการทำวิจัยแบบผสม การทำความเข้าใจข้อมูลทางการตลาดผ่านแหล่งข้อมูลหลายประเภท การสร้างและนำเสนอโครงการวิจัยทางการตลาดที่มีคุณภาพ การประเมินโครงการวิจัยทางการตลาด

The definitions and importance of marketing research; the processes of qualitative, quantitative, and mixed-method marketing research; the understanding of marketing data through a variety of data sources; the creation and presentation of quality research projects; the evaluation of research projects

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายกระบวนการวิจัยทางการตลาด
2. สร้างโครงการวิจัยทางการตลาด
3. นำเสนอโครงการวิจัยทางการตลาด

4. ประเมินโครงการวิจัยทางการตลาด

Students are able to:

1. Explain the process of marketing research;
2. Create marketing research projects;
3. Present marketing research projects;
4. Evaluate marketing research projects.

946-365

ชุดวิชาการเป็นผู้ประกอบการและการสร้างธุรกิจ

6((4)-4-10)

Module: Entrepreneurship and Business Creation

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจขนาดย่อมและการสร้างธุรกิจใหม่ การค้นหาตลาดใหม่ การสร้างความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร การออกแบบกลยุทธ์การตลาด การเงิน การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การผลิตและการวางแผนเชิงกลยุทธ์ การวิเคราะห์และการตัดสินใจในธุรกิจ การแปรรูปธุรกิจเพื่อตอบสนองการแข่งขัน การบริหารธุรกิจด้วยนวัตกรรมและการจัดการแบบอะไจล์ การออกแบบโมเดลธุรกิจใหม่หรือธุรกิจขนาดย่อมแบบมนุษย์เป็นศูนย์กลาง การจัดการการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ การหาแหล่งทุน การบริหารความเสี่ยงสำหรับธุรกิจใหม่ การจัดการการเปลี่ยนแปลง และจรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ

The concepts and theories of small business management and new venture creation; finding new markets; organizational innovativeness acceleration; marketing strategy design; finance; human resource management; production and strategic planning; business analysis and decision; business transformation for competition response; innovation and agile business management; new business model design or human-centric business model design; marketing management for entrepreneurs; business fundraising; new venture risk management; change management; ethics in business

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายแนวคิดการจัดการธุรกิจขนาดย่อมและกระบวนการสร้างธุรกิจใหม่ รวมถึงพัฒนาทักษะความเป็นผู้ประกอบการที่ดีได้
2. ออกแบบแผนธุรกิจ กลยุทธ์ทางการตลาด การค้นหาตลาดใหม่ การสร้างความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กรได้ และประยุกต์ใช้ในการดำเนินการทางธุรกิจได้
3. วิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด และการตัดสินใจในธุรกิจนำมาปรับใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. ใช้เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาด และโปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการสื่อสาร และออกแบบได้

5. ทำงานร่วมกับผู้อื่น มีจรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจและมีความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการตลาดได้อย่างดี

Learners can

1. Explain the concepts of small business management and the process of new venture creation, as well as develop entrepreneurial skills effectively;
2. Design a business plan, marketing strategies, search for new markets, build organizational innovation capabilities, and apply them to business operations;
3. Analyze marketing situations and business decisions to apply them effectively;
4. Use marketing communication tools and computer programs to communicate and design;
5. Work with others, have business ethics, and have good relationships with market stakeholders.

946-366

การตลาดบริการ

3((2)-2-5)

Service Marketing

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดบริการ พฤติกรรมการซื้อ ความคาดหวังของผู้บริโภค การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของการตลาดบริการ ส่วนประสมการตลาดบริการ การออกแบบกลยุทธ์การตลาดบริการ การวิเคราะห์และการตัดสินใจในธุรกิจบริการ การสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางธุรกิจบริการ จรรยาบรรณและจริยธรรมสำหรับการจัดการธุรกิจบริการ

The concepts and theories of service marketing; buying behaviors; consumer expectations; service market segmentation; service marketing mix; service marketing strategy design; analysis and decision-making in service business; building relationships with service business stakeholders; the code of conduct and ethics for service business management decision-making in service business;

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายและประยุกต์ใช้ความรู้และทฤษฎีด้านการตลาดบริการเพื่อธุรกิจในสภาพแวดล้อมที่เป็นปัจจุบัน
2. ระบุ วิเคราะห์ และสังเคราะห์ปัญหาด้านการตลาดบริการที่ซับซ้อนในธุรกิจและเสนอแนวทางแก้ไขที่เหมาะสม
3. เลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมในการสืบค้นและแสวงหาความรู้จากแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลายเพื่อใช้ในการนำเสนองานในรูปแบบรายงานและการนำเสนอด้วยวาจา

4. มีความสามารถในการปรับตัว รับฟัง ยอมรับความคิดเห็น ทำงานกับผู้อื่นได้
5. ตระหนักถึงความสำคัญของการมีวินัย ซื่อสัตย์ สุจริต สำนึกและรับผิดชอบต่อหน้าที่ของตนเองและผู้อื่น เคารพในสิทธิและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์

Students are able to:

1. Explain and apply the knowledge and theories of service marketing for business in the current environment;
2. Identify, analyze, and synthesize complex service marketing problems in business and propose appropriate solutions;
3. Choose appropriate technology to search and acquire knowledge from various learning sources for reports and oral presentations;
4. Adjust themselves, listen to others, accept opinions, and work well with others;
5. Realize the importance of being disciplined, honest, sincere, conscious, and responsible for their duties and those of others, as well as respect human rights and dignity.

946-367

การจัดการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่

3((3)-0-6)

Modern Retail Management

บทบาทและความสำคัญของการค้าปลีกในระบบธุรกิจสมัยใหม่ ประเภทของร้านค้าปลีกและการเปลี่ยนแปลงของการค้าปลีก การจัดการร้านค้าปลีก การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับการค้าปลีก นวัตกรรมในธุรกิจค้าปลีก กลยุทธ์การตั้งราคาและการกำหนดกำไรในธุรกิจค้าปลีก ระบบบัญชีและการจัดการทางการเงินสำหรับธุรกิจค้าปลีก การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสียในธุรกิจค้าปลีก การส่งเสริมการตลาด การบริหารทรัพยากรบุคคล เทคโนโลยีดิจิทัลในการค้าปลีก การจัดการผลการดำเนินงาน การค้าปลีกระหว่างประเทศ กฎหมายและจรรยาบรรณในการค้าปลีก

The roles and importance of modern retail business; the types of retailing and change in retailing; retail shop management; retailing strategic planning; innovation in retailing; pricing and profitability in the retail business; accounting and financing systems in the retail business; building relationships with customers and stakeholders in the retail business; retail marketing promotion; human resource management; digital technology in the retail business; performance management; international retailing; laws and ethics in retailing

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายเกี่ยวกับแนวคิดด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ เพื่อธุรกิจในสภาพแวดล้อมที่เป็นปัจจุบัน
2. ระบุ วิเคราะห์ และสังเคราะห์ปัญหาด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ที่ซับซ้อนในธุรกิจและเสนอแนวทางแก้ไขที่เหมาะสม
3. เลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมในการสืบค้นและแสวงหาความรู้จากแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลายเพื่อใช้ในการนำเสนองานในรูปแบบรายงานและการนำเสนอด้วยวาจา
4. ปรับตัว รับฟัง ยอมรับความคิดเห็น ทำงานกับผู้อื่นได้
5. ตระหนักถึงความสำคัญของการมีวินัย ซื่อสัตย์ สุจริต สำนึกและรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเองและผู้อื่น เคารพในสิทธิและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์

Students are able to:

1. Explain the concepts of modern retail management for business in the current environment;
2. Identify, analyze, and synthesize complex modern retail management problems in business and propose appropriate solutions;
3. Choose appropriate technology to search and acquire knowledge from various learning sources for reports and oral presentations;
4. Adjust themselves, listen to others, accept opinions, and work well with others;
5. Realize the importance of being disciplined, honest, sincere, conscious, and responsible for their duties and those of others, as well as respect human rights and dignity.

946-369

การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม

3((3)-0-6)

Green Marketing

แนวความคิดทางการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม วิเคราะห์และระดมความคิดเกี่ยวกับปัญหาทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลง ความสำคัญต่อการปรับส่วนประสมทางการตลาดให้สอดคล้องกับการตื่นตัวของผู้บริโภค การจัดการทางการตลาดเพื่อการอนุรักษ์และรักษาสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและทางสังคม ตลอดจนแนวทางการแก้ไขโดยใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อออกแบบกลยุทธ์ที่เหมาะสม บนฐานของจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ

The concept of green marketing; analyzing and brainstorming marketing issues in transition; the importance of marketing mix optimization relevance to consumer responsiveness; marketing management for environmental and social conservation; solutions using marketing tools to design appropriate strategies based on business governance and ethics

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายเกี่ยวกับแนวคิดด้านการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม เพื่อธุรกิจในสภาพแวดล้อมที่เป็นปัจจุบัน
2. ระบุ วิเคราะห์ และสังเคราะห์ปัญหาด้านการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ซับซ้อนในธุรกิจและเสนอแนวทางแก้ไขที่เหมาะสม
3. เลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมในการสืบค้นและแสวงหาความรู้จากแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลายเพื่อใช้ในการนำเสนองานในรูปแบบรายงานและการนำเสนอด้วยวาจา
4. มีความสามารถในการปรับตัว รับฟัง ยอมรับความคิดเห็น ทำงานกับผู้อื่นได้
5. ตระหนักถึงความสำคัญของการมีวินัย ซื่อสัตย์ สุจริต สำนึกและรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเองและผู้อื่น เคารพในสิทธิและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์

Students are able to:

1. Explain the concept of green marketing for business operations in the current environment;
2. Identify, analyze, and synthesize complex green marketing problems in business and propose appropriate solutions;
3. Choose appropriate technology to search and acquire knowledge from various learning sources for use in presenting work in the form of reports and oral presentations;
4. Adapt themselves, listen to, and accept opinions when working with others;
5. Realize the importance of being disciplined, honest, conscious, and responsible for their duties and those of others, as well as respect human rights and dignity.

946-400 การจัดการเชิงกลยุทธ์

3((3)-0-6)

Strategic Management

เงื่อนไข : คอร์สนี้สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 3 ขึ้นไป

Condition: The course is required for the third-year students and beyond.

ความสำคัญของการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ การกำหนดทิศทางขององค์กร การตรวจสอบสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน การกำหนดกลยุทธ์ การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ การควบคุม และการประเมินผลกลยุทธ์ เครื่องมือทางการจัดการเชิงกลยุทธ์

Importance of strategic decision-making; strategic management processes; strategic direction; environmental scanning; strategy formulation; strategy implementation; strategy evaluation and control; strategic management tools and techniques

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายความสำคัญและกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ได้
2. วิเคราะห์สาเหตุของปัญหา พร้อมทั้งเสนอแนะแนวทางแก้ไขเชิงกลยุทธ์ได้อย่างเป็นระบบ
3. ประยุกต์ใช้เทคนิคและเครื่องมือทางการจัดการเพื่อกำหนดทิศทางเชิงกลยุทธ์ ตรวจสอบสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน กำหนดกลยุทธ์ ตลอดจนควบคุมและประเมินผลกลยุทธ์ได้
4. ประสานความร่วมมือและสื่อสารกับสมาชิกในกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Students are able to:

1. Explain the importance and processes of strategic management.;
2. Analyze strategic problems, causes, and solutions systematically;
3. Apply strategic management tools and techniques for setting strategic direction, environmental scanning, strategy formulation, implementation, and strategic evaluation and control;
4. Collaborate and communicate effectively with team members.

946-460

การจัดการผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม

3((3)-0-6)

Product Management and Innovation

รายวิชาบังคับเรียนก่อน: 946-160 หลักการตลาด

Prerequisite: 946-160 Principles of Marketing

นโยบายและกลยุทธ์การจัดการผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การบริหารบรรจุภัณฑ์การบริหารสายผลิตภัณฑ์ การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และแบรนด์ใหม่ ผลิตภัณฑ์สีเขียว นวัตกรรม การบริหารผลิตภัณฑ์ในแต่ละช่วงวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ สาเหตุและการหลีกเลี่ยงความล้มเหลวของการบริหารงานด้านผลิตภัณฑ์ การกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดอื่นให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ การสร้างบรรจุภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ การจัดทำฉลากบนบรรจุภัณฑ์ บทบาทของรัฐบาลที่มีต่อการบริหารผลิตภัณฑ์และแบรนด์ การบริหารผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์อย่างมีจริยธรรม

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

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายนโยบายและกลยุทธ์การจัดการผลิตภัณฑ์
2. อธิบายการพัฒนาผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมใหม่
3. ประยุกต์กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์สีเขียว
4. ประยุกต์กลยุทธ์พัฒนานวัตกรรม
5. ประยุกต์กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดอื่นให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์
6. อธิบายการบริหารผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์อย่างมีจริยธรรม

Students are able to:

1. Explain product management policy and strategy;
2. Explain new product development and innovation;
3. Apply green product development strategy;
4. Apply innovation development strategy;
5. Apply other marketing mix strategies to align with product strategy;
6. Explain ethical product and packaging management;

946-461

การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย

3((3)-0-6)

Distribution Channel Management

ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับช่องทางการตลาด ทฤษฎีและความสำคัญการจัดช่องทางการจัดจำหน่าย ช่องทางการตลาด ความสัมพันธ์ของช่องทางการตลาด ความขัดแย้งช่องทางการตลาด โครงสร้างและกลยุทธ์ การค้าปลีก โครงสร้างและกลยุทธ์การค้าส่ง โครงสร้างและกลยุทธ์แฟรนไชส์ การวิเคราะห์ผู้ใช้ปลายทาง: การแบ่งกลุ่มและเป้าหมายในช่องทางการตลาด กลยุทธ์แบบ Omni-Channel และการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่เกี่ยวข้อง

Basic information about marketing channels; the theories and importance of distribution channel; channel power; channel relationships; marketing channel conflicts; retailing structures and strategies; wholesaling structures and strategies; franchising structures and strategies; end-user analysis; segmentation and targeting in marketing channels; distribution channel; related supply chain management

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความสำคัญการจัดการช่องทางการตลาดแบบบูรณาการได้
2. นำแนวคิด กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย มาวิเคราะห์เพื่อวางแผนธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. ประยุกต์ใช้เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดบนโซเชียลในการจัดการช่องทางการตลาดแบบบูรณาการได้
4. ตระหนัก และแสดงออกถึงจริยธรรม จรรยาบรรณ ความรับผิดชอบ และสร้างความสัมพันธ์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

Students are able to:

1. Explain the concepts and theories surrounding the importance of integrated marketing channel management;
2. Apply the concepts of distribution channel strategy to plan businesses effectively;
3. Apply social media marketing communication tools for integrated marketing channel management;
4. Develop awareness and perform according to ethics and assigned responsibilities, as well as build relationships with stakeholders.

946-462

สัมมนาทางการตลาด

3((1)-4-4)

Seminar in Marketing

เงื่อนไข: ผ่านวิชาชีพบังคับมาแล้วไม่ต่ำกว่า 15 หน่วยกิต

Having passed professional core courses of no less than 15 credits

การวิเคราะห์สถานการณ์ในปัจจุบัน การประยุกต์ใช้ความรู้และทฤษฎีทางการตลาดเพื่อการออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาด การวิเคราะห์และการตัดสินใจทางการตลาด การแก้ไขปัญหาทางการตลาดในรูปแบบของกรณีศึกษา

An analysis of current situations; the application of marketing knowledge and theories to designing marketing strategies; marketing analysis and decision-making; solving marketing problems through case studies

ผู้เรียนสามารถ

1. บูรณาการความรู้ในศาสตร์ต่าง ๆ ให้เกิดประโยชน์แก่ตนเองและส่วนรวม
2. คิดวิเคราะห์ รู้เท่าทันสถานการณ์และแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์
3. คิดอย่างมีวิจารณญาณ เป็นระบบทั้งเชิงกว้างและเชิงลึก เพื่อนำมาสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน และสามารถวิเคราะห์ สังเคราะห์ และประยุกต์ใช้ความรู้ทักษะทางด้านการตลาดในการดำเนินการทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสม
4. วิเคราะห์ปัญหาหรือสถานการณ์และเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมในการแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ
5. ติดตามและปรับตัวให้ทันกับเทคโนโลยีปัจจุบัน รวมถึงเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมในการสืบค้น ศึกษาด้วยตนเอง นำเสนอ และสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ
6. มีทักษะในการนำเสนองานด้านการตลาดได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

Students are able to:

1. Integrate the knowledge in various sciences to benefit themselves and the public;
2. Analyze and keep up with situations, as well as solve problems effectively;
3. Think critically in breadth and depth to create a competitive advantage, as well as analyze, synthesize, and apply marketing knowledge and skills in business operations appropriately;
4. Analyze problems or situations and apply appropriate technologies to develop effective solutions;

5. Keep up with and adapt to current technologies, as well as select and utilize appropriate information technology for research, self-directed learning, presentation, and effective communication;
6. Acquire skills in presenting marketing work appropriately and efficiently.

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

Independent Study in Marketing

เงื่อนไข : ผ่านวิชาชีพบังคับมาแล้วไม่ต่ำกว่า 15 หน่วยกิต

Having passed professional core courses of no less than 15 credits

ศึกษาค้นคว้าอิสระทางการตลาดในประเด็นที่สนใจ การกำหนดหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพ กำหนดรูปแบบการดำเนินงานทางการตลาดโดยใช้องค์ความรู้การตลาด การนำเสนอรายงานประกอบการศึกษา

Independent study of marketing in areas of interest; the determination of topics related to the profession; the determination of marketing operation models using marketing knowledge; the presentation of reports

ผู้เรียนสามารถ

1. ออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดที่ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน
2. ตัดสินใจทางการตลาดอย่างเป็นระบบโดยใช้ข้อมูลทางการตลาดและเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นฐาน
3. สร้างความสัมพันธ์กับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในระบบห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ
4. สื่อสารและนำเสนอด้วยภาษาไทยและภาษาอังกฤษได้ตรงตามวัตถุประสงค์
5. แสดงพฤติกรรมทางจริยธรรมทางธุรกิจ ซื่อสัตย์ต่อผู้บริโภค คู่ค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียบนหลักการการพัฒนาที่ยั่งยืน
6. ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่องานการตลาด

Students are able to:

1. Design marketing strategies that are up-to-date with current situations;
2. Make systematic marketing decisions based on marketing data and information technology;
3. Build relationships with stakeholders in the business value chain system;
4. Communicate and present in Thai and English to achieve objectives;
5. Demonstrate ethical business behaviors and be honest with consumers, business partners, and stakeholders based on the principles of sustainable development;
6. Use digital technology for marketing.

946-465 การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษาทางการตลาด

1(0-2-1)

Pre-Cooperative Education in Marketing

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับรูปแบบและกระบวนการสหกิจศึกษา การปรับตัวเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับชีวิตการทำงาน ทั้งด้านการประยุกต์ใช้ความรู้ และทักษะที่จำเป็นสำหรับคนทำงาน การคิดแก้ปัญหา การสื่อสาร การทำงานเป็นทีม และการปรับทัศนคติให้พร้อมรับวิถีชีวิตวัยทำงาน

Basic knowledge about the cooperative education model and process; self-adjustment as preparation for work, including the application of knowledge and necessary skills for working people; problem-solving, communication, and teamwork skills; attitude adjustment for the working life

ผู้เรียนสามารถ

1. ทบทวนและเสริมสร้างความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการตลาด กลยุทธ์การตลาด การวิเคราะห์ตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค และเครื่องมือทางการตลาดต่าง ๆ ที่จะเป็พื้นฐานในการฝึกสหกิจศึกษา
2. เรียนรู้ความคาดหวังของสถานประกอบการ วิธีการปฏิบัติตัวในที่ทำงาน และการปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมการทำงานที่หลากหลาย ซึ่งจะช่วยลดความตื่นตั้นและเพิ่มความมั่นใจในการฝึกสหกิจศึกษา
3. ฝึกทักษะการสื่อสาร การทำงานเป็นทีม และการนำเสนอผลงานด้านการตลาดกับทีมงาน และการนำเสนอไอเดียแก่ลูกค้า
4. ฝึกทักษะการวิเคราะห์สถานการณ์และการแก้ปัญหาเบื้องต้นในสถานการณ์ทางการตลาด การเตรียมเอกสารสมัครงาน การเตรียมตัวสัมภาษณ์งาน ซึ่งช่วยให้สามารถรับมือกับปัญหาต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในขณะฝึกสหกิจศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ
5. แสดงออกถึงทัศนคติที่ดีต่อการทำงาน แสดงความกระตือรือร้นและมุ่งมั่นในการเรียนรู้ตลอดเวลา
6. เรียนรู้เกี่ยวกับจริยธรรมและจรรยาบรรณในการทำงานด้านการตลาด เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องและมีความรับผิดชอบต่อสังคม

Students are able to:

1. Review and strengthen the basic knowledge of marketing, including marketing strategies, market analysis, consumer behavior, and various marketing tools that will serve as the basis for cooperative education;
2. Learn about the expectations of the workplace, how to behave in the workplace, and how to adjust themselves to various work environments,

which will help reduce excitement and increase confidence during cooperative education;

3. Practice communication skills, teamwork, and presenting marketing work to the team and ideas to customers;
4. Conduct situation analyses and practice basic problem-solving skills in marketing situations, prepare application documents, and prepare for job interviews, which will help them effectively deal with various problems that may arise during cooperative education;
5. Demonstrate a positive attitude toward work, exhibit enthusiasm, and maintain a commitment to continuous learning;
6. Learn about ethics and codes of conduct in marketing so that they can perform their work correctly and be socially responsible.

946-466 การตลาดเนื้อหา

3((3)-0-6)

Content Marketing

แนวคิดและทฤษฎีการตลาดด้วยเนื้อหา ความสำคัญของการตลาดเนื้อหา การทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย การพัฒนากลยุทธ์ด้านเนื้อหา การสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจ การกระจายการตลาดด้วยเนื้อหา การวัดประสิทธิภาพของเนื้อหา

The concepts and theories of content marketing; the importance of content marketing; understanding the target audience; content strategy development; creating compelling content; content marketing distribution; content performance measurement

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายตัวแบบของแนวคิด และทฤษฎีในการตลาดเนื้อหาได้
2. วิเคราะห์และอธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อสภาพแวดล้อมทางการตลาดเนื้อหาได้
3. ประยุกต์ใช้ทฤษฎีเพื่อวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดในระบบเศรษฐกิจดิจิทัล (สร้างแผนการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ: Integrated Marketing Communication) ด้านการบริหารงาน
4. ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแห่งอนาคต และการควบคุมการดำเนินงานการสื่อสารด้านเนื้อหาทางการตลาดของธุรกิจให้เกิดประสิทธิภาพ
5. ประยุกต์ใช้ทฤษฎีการตลาดเนื้อหา ในการจัดการงานของธุรกิจ การคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม

Students are able to:

1. Describe the concept and theories of content marketing;

2. Analyze and explain the factors that influence the content marketing environment;
3. Apply theories to plan marketing strategies in the digital economy (creating integrated marketing communication plans and controlling business operations in content marketing for improved efficiency);
4. Applying future technologies and controlling the operation of marketing content communication for businesses to achieve efficiency;
5. Apply content marketing to manage business operations and display social responsibilities.

946-467

การจัดการผลิตภัณฑ์ใหม่

3((3)-0-6)

New Product Management

แนวคิดของการจัดการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ การบริหารงานและเทคนิคในการวิเคราะห์ที่จำเป็นในการออกแบบและบริหารสินค้าและบริการใหม่ การวิเคราะห์ตลาดที่จะเข้า การพัฒนาแนวคิดในการเข้าสู่ตลาด การปรับแนวคิดตามความต้องการและความปรารถนาของลูกค้า การเลือกแนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ วิธีการทดสอบตลาด วิธีการบริหารวงจรผลิตภัณฑ์จากเริ่มต้นจนถึงจุดอิ่มตัว

The concepts of new product and service management development; administration; analytical techniques in designing and managing new products and services; entry market analysis; entry market development; concept adjustment to customer needs or desires; product concept selection; marketing mix development for new products; market testing; the management of the product lifecycle from inception to maturity

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายการจัดการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่
2. วิเคราะห์ตลาดที่จะเข้าการพัฒนาแนวคิดในการเข้าสู่ตลาด
3. อธิบายการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่
4. อธิบายวิธีการทดสอบตลาด
5. อธิบายวิธีการบริหารวงจรผลิตภัณฑ์

Students are able to:

1. Describe new product and service management development;
2. Analyze entry market analysis;
3. Describe marketing mix management development;
4. Describe how to test the market;

5. Describe how to manage the product life cycle.

946-468

การตลาดเชิงสัมพันธ์ภาพ

3((2)-2-5)

Relationship Marketing

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดเชิงสัมพันธ์ภาพ การออกแบบกลยุทธ์การตลาดเชิงสัมพันธ์ภาพ การตัดสินใจทางการตลาด ข้อมูลสารสนเทศทางการตลาด ความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การพัฒนาและสร้างสรรค์กลยุทธ์ที่ใช้เพื่อการรักษาความสัมพันธ์ให้คงอยู่อย่างยั่งยืน

The concepts and theories of relationship marketing; the design of relationship marketing strategies; marketing decisions; data marketing; relationships with stakeholders; developing and creating strategies for sustainable relationships

ผู้เรียนสามารถ

1. ระบุ วิเคราะห์ และสังเคราะห์ปัญหาด้านการตลาดเชิงสัมพันธ์ภาพที่ซับซ้อนในธุรกิจและเสนอแนวทางแก้ไขที่เหมาะสม
2. เลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมในการสืบค้นและแสวงหาความรู้จากแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลายเพื่อใช้ในการนำเสนองานในรูปแบบรายงานและการนำเสนอด้วยวาจา
3. ปรับตัว รับฟัง ยอมรับความคิดเห็น ทำงานกับผู้อื่นได้ทั้งในฐานะผู้นำและผู้ตาม
4. ตระหนักถึงความสำคัญของการมีวินัย ซื่อสัตย์ สุจริต สำนึกและรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเองและผู้อื่น เคารพในสิทธิและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์

Students are able to:

1. Identify, analyze, and synthesize complex relationship marketing problems in business and propose appropriate solutions;
2. Choose appropriate technology to search and acquire knowledge from various learning sources for use in presenting work in the form of reports and oral presentations.
3. Ability to adapt, listen and accept opinions. Able to work with others both as a leader and as a follower.
4. Realize the importance of being disciplined, honest, honest, conscious and responsible for your own duties and those of others. Respect human rights and dignity

946-469

การตลาดเพื่อความยั่งยืน

3((3)-0-6)

Sustainable Marketing

การบริหารการตลาดด้วยความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคมส่วนรวม การวิเคราะห์ปัญหาจากผลกระทบเชิงลบของการดำเนินธุรกิจและการตลาด การพัฒนากลยุทธ์โดยนำความรับผิดชอบต่อธุรกิจต่อสังคมและการพัฒนาอย่างยั่งยืนมาเป็นพื้นฐานและเป้าหมายสำคัญในการแข่งขันทางการตลาด การคำนึงถึงคุณค่าต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ เพื่อความยั่งยืนของระบบเศรษฐกิจ ระบบนิเวศ และสังคมส่วนรวมบนฐานของจรรยาบรรณ

Marketing administration based on economics, social and environmental responsibility; problem analysis from negative impact from marketing and business operation; social responsibility and sustainable development-led strategy formulation as a marketing competition; concerning of stakeholders for building sustainability of economics, ecosystem and society with ethical implementation

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายเกี่ยวกับแนวคิดด้านการตลาดเพื่อความยั่งยืน เพื่อธุรกิจในสภาพแวดล้อมที่เป็นปัจจุบัน
2. ระบุ วิเคราะห์ และสังเคราะห์ปัญหาด้านการตลาดเพื่อความยั่งยืนที่ซับซ้อนในธุรกิจและเสนอแนวทางแก้ไขที่เหมาะสม
3. เลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมในการสืบค้นและแสวงหาความรู้จากแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลายเพื่อใช้ในการนำเสนองานในรูปแบบรายงานและการนำเสนอด้วยวาจา
4. มีความสามารถในการปรับตัว รับฟัง ยอมรับความคิดเห็น ทำงานกับผู้อื่นได้
5. ตระหนักถึงความสำคัญของการมีวินัย ซื่อสัตย์ สุจริต สำนึกและรับผิดชอบต่อหน้าที่ของตนเองและผู้อื่น เคารพในสิทธิและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์

Students are able to:

1. Explain the concept of sustainable marketing to businesses in the current environment;
2. Identify, analyze, and synthesize complex sustainable marketing problems in business and propose appropriate solutions;
3. Select appropriate technology to search for and acquire knowledge from various learning sources for report presentations and oral presentations;
4. Adjust themselves, listen to and accept opinions, and work well with others both as a leader and a follower;

5. Realize the importance of being disciplined, honest, sincere, conscious, and responsible for their duties and those of others, as well as respect human rights and dignity.

947-218 สถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจ

3((3)-0-6)

Statistics for Business Data Analytics

การวิเคราะห์ปัญหาทางธุรกิจในเชิงสถิติ ประเภทของข้อมูลและการจำแนกข้อมูล การจัดเตรียมข้อมูลก่อนการประมวลผล การสุ่มตัวอย่าง การวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง การวัดการกระจายของข้อมูล การแจกแจงความน่าจะเป็น การประมาณค่า การทดสอบสมมติฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวน การวิเคราะห์การถดถอยและสหสัมพันธ์ การวิเคราะห์อนุกรมเวลา การจำแนกประเภทและการทำนายข้อมูล การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติช่วยในการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลทางธุรกิจ

Statistical analysis of business problems; data types and data classifications; data preparation before processing; sampling; measures of central tendency; measures of dispersion; probability distributions; estimations; hypothesis testing; analysis of variance; regression and correlation analysis; time series analysis; classification and prediction; utilization of statistical packages for data analysis and business presentations

ผู้เรียนสามารถ

1. นำวิธีการทางสถิติไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจได้อย่างถูกต้อง
2. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ อธิบายผลลัพธ์ และนำเสนอข้อมูลได้อย่างถูกต้อง
3. มีความรับผิดชอบต่อตนเองและผู้อื่น และสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้

Students are able to:

1. Apply statistical methods to analyze business data accurately;
2. Analyze data using statistical packages, explain results, and present data accurately;
3. Be responsible for oneself and others and collaborate with others.

947-311

สถิติเพื่อการวิจัย

3 ((3)-0-6)

Statistics for Research

ความหมาย ขอบเขตและประโยชน์ของสถิติ การเก็บรวบรวมและการนำเสนอข้อมูล การวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง การวัดการกระจาย การประมาณค่า การทดสอบสมมติฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวน การวิเคราะห์การถดถอยและสหสัมพันธ์ การทดสอบไคสแควร์ การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติช่วยในการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล

The definition, scopes, and benefits of statistics; the collection and presentation of data; the measures of central tendency; the measures of dispersion; estimation; hypothesis testing; Chi-square testing analysis of variance; regression and correlation analysis; the use of a statistical package for data analysis and presentation

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายภาพรวม ความสำคัญของสถิติในงานวิจัย และระเบียบวิธีการทางสถิติ ระบุความแตกต่างของข้อมูลประเภทต่าง ๆ รวมทั้งจำแนก เลือก วิเคราะห์ และแปลผลเกี่ยวกับสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอ้างอิงได้อย่างถูกต้อง
2. ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ในการค้นคว้างานวิจัยทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ด้วยตนเอง ตลอดจนสามารถวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ แปลผลและนำเสนอข้อมูลได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม
3. แสดงออกถึงการมีความรับผิดชอบทั้งต่อตนเองและต่อสังคม มีวินัย ซื่อสัตย์ในการเรียน และการทำงาน รวมทั้งแสดงออกถึงการมีทักษะการทำงานเป็นทีมเพื่อให้งานบรรลุวัตถุประสงค์ได้

Students are able to:

1. Explain the overview and importance of statistics for research and statistical methods, identify the differences in various types of data, as well as correctly classify, select, analyze, and interpret descriptive and inferential statistics;
2. Apply information technology to conduct research in both Thai and English, analyze data using ready-made statistical programs, interpret results, and present data correctly;
3. Demonstrate responsibility towards oneself and society, be disciplined, be honest in learning and working, and demonstrate teamwork skills to achieve the objectives.

948-260

ความคิดสร้างสรรค์ และการสื่อสารในวิชาชีพการตลาด

3((3)-0-6)

Creativity and Communication in Marketing Professional

แนวคิด ทฤษฎีการนำเสนองานเชิงธุรกิจ กระบวนการ วิธีการ หลักการออกแบบกลยุทธ์การสื่อสารและการนำเสนอข้อความเพื่อโน้มน้าวและสร้างการยอมรับให้กับกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ รูปแบบกิจกรรมที่เหมาะสมสำหรับแต่ละสถานการณ์ กระบวนการในการเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ และทักษะในการสื่อสารเพื่อความสำเร็จในวิชาชีพการตลาด

The concepts and theories of business presentations; the process, methods, and principles of strategic design; the effective way of promotion, including persuasion, to achieve acceptance among target groups; the types of activities for specific situations; the process to enhance creativity and communication skills for success in the marketing professional

ผู้เรียนสามารถ

1. เรียนรู้แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างสรรค์และการสื่อสารในบริบทของการตลาด
2. ฝึกฝนการคิดอย่างสร้างสรรค์เพื่อพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด การสร้างเนื้อหาโฆษณา และการสื่อสารที่โดดเด่นและน่าสนใจ
3. พัฒนาทักษะในการวิเคราะห์และแก้ปัญหาในบริบทของการตลาด การคิดหาวิธีการใหม่ๆ ในการตอบสนองความต้องการของตลาดและผู้บริโภค
4. เรียนรู้การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งการเขียนและการนำเสนอข้อมูลเนื้อหาทางการตลาดที่ถูกต้องตระหนักถึงจริยธรรมในการสื่อสารทางการตลาด มีความรับผิดชอบต่อสังคม
5. ฝึกการทำงานเป็นทีม การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การประสานงานกับผู้อื่น การทำงานเป็นทีมงาน
6. ได้รับการกระตุ้นการเรียนรู้และพัฒนาทักษะของตนเองอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในตลาดและเทคโนโลยีใหม่ ๆ

Students are able to:

1. Learn the concepts and theories of creativity and communication in the context of marketing;
2. Practice creative thinking to develop marketing strategies, create advertising content, and communicate outstandingly and interestingly;
3. Develop skills in analyzing and solving problems in the context of marketing, and think of new ways to meet market and consumer needs;
4. Learn to communicate effectively, both in writing and presenting accurate marketing content, be aware of ethics in marketing communication, and be socially responsible;

5. Practice teamwork skills, exchange ideas, coordinate with others, and work as a team;
6. Be stimulated to continuously learn and develop their skills to respond to changes in the market and new technologies.

948-261

การตลาดระหว่างประเทศ

3((3)-0-6)

International Marketing

แนวความคิด วิธีการดำเนินธุรกิจด้านการตลาดระหว่างประเทศ ซึ่งรวมถึง การนำเข้าและส่งออก การลงทุนในต่างประเทศ กลยุทธ์การตลาดในยุคโลกาภิวัตน์ รวมทั้งปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการดำเนินงานเหล่านั้น การทำความเข้าใจสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการในตลาดต่างประเทศและนำความต้องการเหล่านั้นมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการตลาดที่เหมาะสม เพื่อเชื่อมโยงระหว่างสิ่งแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ การหาโอกาสทางธุรกิจในตลาดระหว่างประเทศ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการตลาดระหว่างประเทศ

The concept and business process related to international marketing, including import and export; foreign investment; strategic marketing for globalization and factors affecting the international business process; the understanding of international consumers and creation of appropriate marketing strategies to link international business environments; international market opportunity search; the development of international marketing strategies

ผู้เรียนสามารถ

1. ระบุ วิเคราะห์ และสังเคราะห์ปัญหาด้านการตลาดระหว่างประเทศที่ซับซ้อนในธุรกิจและเสนอแนวทางแก้ไขที่เหมาะสม
2. เลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมในการสืบค้นและแสวงหาความรู้จากแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลายเพื่อใช้ในการนำเสนองานในรูปแบบรายงานและการนำเสนอด้วยวาจา
3. ความสามารถในการปรับตัว รับฟัง ยอมรับความคิดเห็น ทำงานกับผู้อื่นได้ทั้งในฐานะผู้นำและผู้ตาม
4. ตระหนักถึงความสำคัญของการมีวินัย ซื่อสัตย์ สุจริต สำนึกและรับผิดชอบต่อหน้าที่ของตนเองและผู้อื่น เคารพในสิทธิและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์

Students are able to:

1. Identify, analyze, and synthesize complex international marketing problems in business and propose appropriate solutions;
2. Select appropriate technology to search for and acquire knowledge from various learning sources for report presentations and oral presentations;
3. Adjust themselves, listen to and accept opinions, and work well with others both as a leader and a follower;

4. Realize the importance of being disciplined, honest, sincere, conscious, and responsible for their duties and those of others, as well as respect human rights and dignity.

948-263

การวิเคราะห์ทางการตลาด

3((3)-0-6)

Marketing Analytics

ความรู้เกี่ยวกับการวิเคราะห์ทางการตลาด แนวคิดการตลาดที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล เครื่องมือในการค้นหาข้อเท็จจริงทางการตลาดเชิงลึกจากข้อมูลเชิงประจักษ์ การแบ่งส่วน การเลือกตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่งทางการตลาดด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล การจัดการความพึงพอใจ การวิเคราะห์วงจรชีวิตของลูกค้า การทำนายพฤติกรรมผู้บริโภค การค้นหาทางเลือกของลูกค้า การตัดสินใจด้านผลิตภัณฑ์และราคา การวางแผนเป้าหมาย และการอพติไมซ์การสื่อสารทางการตลาด การวิเคราะห์ประสิทธิภาพของกิจกรรมการตลาด และจรรยาบรรณในการวิเคราะห์และใช้ข้อมูลทางธุรกิจ

The knowledge of marketing analytics; the concept of data-driven marketing; tools for marketing facts and insight investigation based on empirical data; segmentation; targeting and positioning using data analytics; satisfaction management; customer life cycle analysis; consumer behavior forecasting; customer choice identification; product and price decision; marketing communication optimization; marketing activity efficiency analysis; ethics in business data analysis and usage

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายพื้นฐานของการวิเคราะห์การตลาดได้
2. ใช้ข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์การตลาดและตัดสินใจใช้ทรัพยากรได้ประสิทธิผลสูงสุด
3. ใช้โปรแกรมซอฟต์แวร์ทางคอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเล็งเห็นโอกาสทางการตลาดและจัดสรรทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. นำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลการตลาดไปสร้างส่วนประสมทางการตลาดตลอดเส้นทางกิจกรรมทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพให้ผู้มีส่วนได้เสียทางการตลาดได้รับความพึงพอใจ

Students are able to:

1. Explain the basics of marketing analytics;
2. Use information to analyze marketing and decide on the most effective use of resources;
3. Use software programs to analyze data to explore market opportunities and allocate resources efficiently;

4. Use the results based on marketing analytics to create a marketing mix throughout the marketing activity route that is effective to the satisfaction of marketing stakeholders.

948-360

การจัดการราคา

3((3)-0-6)

Price Management

รายวิชาบังคับเรียนก่อน: 946-160 หลักการตลาด

Prerequisite: 946-160 Principles of Marketing

นโยบายราคา กลยุทธ์การกำหนดราคา การตัดสินใจเปลี่ยนแปลงราคาของผลิตภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ การใช้ราคาเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการตลาด การกำหนดราคาให้สอดคล้องกับส่วนประสมทางการตลาดอื่น ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลกระทบต่อการทำกำไรของกิจการ เศรษฐศาสตร์กับราคา การวิเคราะห์ต้นทุน การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน

Price policy; price strategies; price adjusting; using price as a tool in marketing promotion; the relevance of price setting to another marketing mix; marketing factors affecting firm profits; price in economics; cost analysis; break-even analysis

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายเกี่ยวกับแนวคิดด้านกลยุทธ์และการจัดการราคา เพื่อธุรกิจในสภาพแวดล้อมที่เป็นปัจจุบัน
2. ระบุ วิเคราะห์ และสังเคราะห์ปัญหาด้านกลยุทธ์และการจัดการราคา ที่ซับซ้อนในธุรกิจ และเสนอแนวทางแก้ไขที่เหมาะสม
3. เลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมในการสืบค้นและแสวงหาความรู้จากแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลายเพื่อใช้ในการนำเสนองานในรูปแบบรายงานและการนำเสนอด้วยวาจา
4. ตระหนักถึงความสำคัญของการมีวินัย ซื่อสัตย์ สุจริต สำนึกและรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเองและผู้อื่น

Students are able to:

1. Explain the concept of pricing strategies and management for businesses in the current environment;
2. Identify, analyze, and synthesize complex pricing strategies and management problems in business and propose appropriate solutions;
3. Select appropriate technology to search for and acquire knowledge from various learning sources for report presentations and oral presentations;
4. Realize the importance of being disciplined, honest, sincere, conscious, and responsible for their duties and those of others.

948-364 **ความคิดสร้างสรรค์และการออกแบบทางการตลาด**

3((3)-0-6)

Creativity and Design in Marketing

หลักการและเทคนิคของการออกแบบทางการตลาด การจัดองค์ประกอบจิตวิทยาของมนุษย์ในการอ่านและรับรู้งานออกแบบ การออกแบบสัญลักษณ์เครื่องหมายการค้าและบรรจุภัณฑ์ การออกแบบกราฟิกสำหรับองค์กรและการจัดวางเครื่องหมายการค้าบนตัวผลิตภัณฑ์ การใช้คอมพิวเตอร์ในการออกแบบและการแสดงแบบ การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่าง ๆ สำหรับการออกแบบสื่อทางการตลาด

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

ผู้เรียนสามารถ

1. ออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดได้ และประยุกต์ใช้ความรู้ทักษะทางด้านการตลาดในการดำเนินการทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสมทาง
2. นำหลักการและเทคนิคในการออกแบบการตลาดมาปรับใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. ประยุกต์ใช้เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาด และโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำหรับการออกแบบได้
4. ทำงานร่วมกับผู้อื่น และมีความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการตลาดได้อย่างดี

Students are able to:

1. Design marketing strategies and apply knowledge and skills in marketing to conduct business appropriately;
2. Apply the principles and techniques of marketing design effectively;
3. Apply marketing communication tools and computer programs for design;
4. Collaborate with others and maintain good relationships with marketing stakeholder groups.

948-365 **การตลาดปัญญาประดิษฐ์**

3((3)-0-6)

Artificial Intelligence Marketing

แนวคิดและทฤษฎีการตลาดปัญญาประดิษฐ์ ความสำคัญของการตลาดปัญญาประดิษฐ์ ประโยชน์ของปัญญาประดิษฐ์สำหรับนักการตลาด หมวดหมู่ของปัญญาประดิษฐ์ เริ่มต้นใช้งานปัญญาประดิษฐ์ในการตลาด การพัฒนากลยุทธ์การตลาดด้วยการตลาดปัญญาประดิษฐ์ การตัดสินใจอัตโนมัติโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ปัจจัยสำคัญและข้อจำกัดต่อการตลาดปัญญาประดิษฐ์

Artificial intelligence marketing concepts and theories; the importance of artificial intelligence marketing; the benefits of artificial intelligence for marketers; the categories of artificial intelligence; getting started with artificial intelligence in marketing; developing marketing strategies with artificial intelligence marketing; automated decision-making using artificial intelligence technology; important factors and limitations of artificial intelligence marketing

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายตัวแบบของแนวคิด และทฤษฎีในการตลาดปัญญาประดิษฐ์ได้
2. วิเคราะห์และอธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อสภาพแวดล้อมทางการตลาดปัญญาประดิษฐ์ได้
3. ประยุกต์ใช้ทฤษฎีเพื่อวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดในระบบเศรษฐกิจดิจิทัล (สร้างแผนการตลาดแบบบูรณาการอาศัยระบบแอปพลิเคชัน ด้านการบริหารงานประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแห่งอนาคต และการควบคุมการดำเนินงานทางการตลาดด้านปัญญาประดิษฐ์ทางการตลาดของธุรกิจให้เกิดประสิทธิภาพ
4. ประยุกต์ใช้ทฤษฎีการตลาดปัญญาประดิษฐ์ ในการจัดการงานของธุรกิจ การคำนึงถึงความเสี่ยงรับผิดชอบต่อสังคม

Students are able to:

1. Describe the concept and theories of artificial intelligence marketing;
2. Analyze and explain the factors that influence the artificial intelligence marketing environment;
3. Apply theories to plan marketing strategies in the digital economy (creating an integrated marketing plan using an application system in future technology application management and controlling marketing operations in terms of artificial intelligence for improved efficiency);
4. Apply artificial intelligence marketing to manage business operations and display social responsibilities.

948-366

การตลาดดิจิทัล

3((2)-2-5)

Digital Marketing

ศึกษาและเข้าใจการนำแนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้เพื่อตอบสนองตลาดผู้บริโภคและตลาดธุรกิจในยุคดิจิทัล เข้าใจประเด็นและความท้าทายของเทคโนโลยีดิจิทัลในการแข่งขันทางการตลาด การปรับใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน การกำหนดและประยุกต์ใช้การตลาดดิจิทัล และการออกแบบตัวชี้วัดในการประเมินความสำเร็จของการตลาดดิจิทัล

The study and understanding of digital technology concepts for consumer-centric marketing strategies in the digital era; the understanding of issues and challenges of digital

technology in marketing competitions; the application and implementation of digital technology for building competitiveness; proposing and applying digital marketing strategies; designing the successful performance measurement of digital marketing strategies

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายแนวคิด เทคนิค และแนวปฏิบัติที่ดีที่สุดเพื่อสนับสนุนกระบวนการทางการตลาดดิจิทัล
2. ใช้รูปแบบและกลยุทธ์ใหม่เพื่อใช้ประโยชน์จากสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. มีทักษะด้านการตลาดดิจิทัลที่ใช้ได้จริงเพื่อทำการตลาดผลิตภัณฑ์ของตนอย่างมีประสิทธิภาพ
4. มีทักษะแนวทางปฏิบัติที่ดีในการรวบรวมข้อมูลตลาดของการตลาดดิจิทัลอย่างสม่ำเสมอ
5. เข้าใจการตลาดเชิงสัมพันธ์ โดยใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลโดยสามารถกำหนดกลยุทธ์และกลวิธีในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสร้างและรักษาความสัมพันธ์แบบ 'หนึ่งต่อหนึ่ง' กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการตลาด

Students are able to:

1. Explain concepts, techniques, and best practices to support the digital marketing process;
2. Use new formats and strategies for the effective use of media;
3. Acquire practical digital marketing skills to effectively market their products;
4. Acquire good practice skills in collecting market data on digital marketing consistently;
5. Understand relationship marketing, use digital platforms to determine strategies, and use the internet to build and maintain a one-to-one relationship with marketing stakeholders.

948-460

สหกิจศึกษาทางการตลาด

6(0-36-0)

Cooperative Education in Marketing

เงื่อนไข สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 4

For fourth-year students

ปฏิบัติงานตามวิชาชีพเสมือนเป็นพนักงานชั่วคราวเต็มเวลาในตำแหน่งที่เหมาะสมกับความรู้ความสามารถของนักศึกษา เชื่อมโยงความรู้จากทฤษฎีกับการปฏิบัติจริงในรูปแบบงานประจำหรือโครงการไม่น้อยกว่า 16 สัปดาห์ต่อเนื่อง รายงานความก้าวหน้าต่ออาจารย์นิเทศและพี่เลี้ยงไม่ช้ากว่าสัปดาห์ที่ 10 นำเสนอโครงการ/ผลการศึกษาที่เกิดจากการทำงานในที่ประชุมก่อนสิ้นสุดเวลาปฏิบัติงาน มีอาจารย์นิเทศและพี่เลี้ยงใน

สถานประกอบการขอให้คำปรึกษาแนะนำตลอดระยะเวลาที่ปฏิบัติงานและร่วมประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ

Working as a temporary full-time employee in a position appropriate for their knowledge and competence; integrating theoretical knowledge into actual practice; working as the full-time staff or in the form of a project for at least 16 consecutive weeks; reporting the work or project progress to the university supervisor and the field supervisor within the first 10th week; presenting the project/study results derived from the work practice before work completion; obtaining constant supervision and advice from the university supervisor and the field supervisor on a systematic basis

ผู้เรียนสามารถ

1. เรียนรู้และเข้าใจแนวคิด เทคนิค และแนวปฏิบัติที่ดีที่สุดเพื่อสนับสนุนกระบวนการทำงานในทางการตลาดการทำงานอุตสาหกรรมหรือสาขาวิชาที่ตนศึกษาได้
2. ใช้ความรู้ทางทฤษฎีที่เรียนมาในห้องเรียนไปประยุกต์ใช้กับงานจริง ทำให้เห็นภาพรวมของการทำงานได้ชัดเจนขึ้นและเกิดกลยุทธ์ใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. ฝึกฝนทักษะที่จำเป็นต่อการทำงาน การแก้ปัญหา การวางแผน การสื่อสาร และการทำงานเป็นทีมและมีทักษะใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่องานการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพได้
4. มีทักษะแนวทางปฏิบัติที่ดีในพัฒนาความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย และตระหนักถึงความสำคัญของการเรียนรู้และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง
5. ฝึกฝนการทำงานด้วยจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพ รวมถึงการปฏิบัติตามกฎระเบียบและมาตรฐานขององค์กร

Students are able to:

1. Learn and understand concepts, techniques, and best practices to better support the work process in marketing, industrial work, or their fields of study;
2. Apply theoretical knowledge learned in the classroom to real work to obtain a clear picture of the work and generate new strategies effectively;
3. Practice skills necessary for work and acquire problem-solving, planning, communication, and teamwork skills;
4. Acquire good practice skills in developing responsibility for assigned work and be aware of the importance of continuous learning and self-development;
5. Practice working with professional ethics, including compliance with the rules and standards of an organization.

948-461

การเป็นผู้ประกอบการและการแปรรูปธุรกิจ

3((3)-0-6)

Entrepreneurship and Business Transformation

การสร้างธุรกิจใหม่ การค้นหาตลาดใหม่ การสร้างความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร การแปรรูปธุรกิจเพื่อตอบสนองการแข่งขัน การบริหารธุรกิจด้วยนวัตกรรมและการจัดการแบบอะไจล์ การออกแบบโมเดลธุรกิจแบบมนุษย์เป็นศูนย์กลาง การจัดการการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ การหาแหล่งทุน การบริหารความเสี่ยงสำหรับธุรกิจใหม่ การจัดการการเปลี่ยนแปลง และจรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ

New business venture; new marketing identification; organizational innovativeness acceleration; business transformation for competition response; innovation and agile-driven business management; human-centric business model design; marketing management for entrepreneurs; business fundraising; new venture risk management; change management and ethics in business

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับการสร้างธุรกิจใหม่ การค้นหาตลาดใหม่ การสร้างความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กรที่ดีได้
2. สามารถออกแบบแผนธุรกิจ การออกแบบโมเดล การจัดการทางการตลาด และกลยุทธ์ทางการตลาดทางธุรกิจได้
3. สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด และนำมาปรับใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. ใช้เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาด และโปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการสื่อสาร และออกแบบได้
5. สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่น มีจรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการตลาดได้อย่างดี

Students are able to:

1. Explain the concepts of creating new businesses, finding new markets, and building good organizational innovation capabilities;
2. Design business plans, models, marketing management, and business marketing strategies;
3. Analyze marketing situations and apply them effectively;
4. Use marketing communication tools and computer programs for communication and design;
5. Work well with others and acquire good business ethics in dealing with market stakeholders.

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs) กลยุทธ์ / วิธีการสอน และ กลยุทธ์ / วิธีการวัดและการประเมินผล

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs)	กลยุทธ์/วิธีการสอน	กลยุทธ์/วิธีการวัดและการประเมินผล
PLO 1 ออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดที่ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน	1. การนำองค์ความรู้ที่ได้จากในห้องเรียนในรูปแบบต่าง ๆ เช่น งานวิจัย ตำราสมัยใหม่ มาเป็นส่วนหนึ่งในการเรียนการสอน 2. ส่งเสริมให้นักศึกษาได้มีส่วนร่วมในโครงการบริการวิชาการ เพื่อช่วยเหลือชุมชนในท้องถิ่น หรือภาคธุรกิจ โดยนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ วางแผนและดำเนินการในสถานการณ์จริง 3. ส่งเสริมให้นักศึกษาเข้าร่วมโครงการแข่งขัน กิจกรรมเกี่ยวกับศาสตร์ทางการตลาด โดยใช้ความรู้จากห้องเรียนไปวางแผนการดำเนินงานจริง เช่น การประกวดแผนธุรกิจ การประกวดแผนการตลาด เป็นต้น 4. การนำกรณีศึกษาที่เกิดขึ้นจริงในภาคธุรกิจมาเป็นตัวอย่างในการเรียนการสอนเพื่อวิเคราะห์ แลกเปลี่ยน และอภิปราย 5. มอบหมายโครงการเพื่อช่วยในการกระตุ้น และส่งเสริมให้นักศึกษาได้วิเคราะห์ แก้ไขปัญหา พัฒนาความคิดเชิงสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบบนพื้นฐานทางการตลาดและเทคโนโลยี	1. ประเมินจากการเข้าชั้นเรียน การส่งงาน ตามกำหนด และการแสดงออกในชั้นเรียน 2. ประเมินจากการดำเนินกิจกรรมและโครงการ 3. การประเมินตนเอง 4. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการทำงาน และการพัฒนาตนเอง 5. ประเมินผลจากการปฏิบัติภาคสนามใน รายวิชาที่จัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน (Work-Integrated Learning: WIL) โดยอาจารย์ผู้สอนและสถานประกอบการ 6. ประเมินผลจากผลการปฏิบัติงานในองค์กรจากรายวิชาสหกิจศึกษา

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs)	กลยุทธ์/วิธีการสอน	กลยุทธ์/วิธีการวัดและการ ประเมินผล
	6. จัดการเรียนการสอนรายวิชาที่ เน้นเข้าใจความรู้และแนวคิด ทฤษฎีทางการตลาด	
PLO 2 ตัดสินใจทางการตลาดอย่าง เป็นระบบโดยใช้ข้อมูลทาง การตลาดและเทคโนโลยี สารสนเทศเป็นฐาน	1. การนำองค์ความรู้ที่ได้จากใน ห้องเรียนในรูปแบบต่าง ๆ เช่น งานวิจัย ตำราสมัยใหม่ มาเป็น ส่วนหนึ่งในการเรียนการสอน 2. ส่งเสริมให้นักศึกษาได้มีส่วน ร่วมในโครงการบริการวิชาการ เพื่อช่วยเหลือชุมชนในท้องถิ่น หรือภาคธุรกิจ โดยนำความรู้ที่ ได้ไปประยุกต์ใช้ วางแผนและ ดำเนินการในสถานการณ์จริง 3. ส่งเสริมให้นักศึกษาเข้าร่วม โครงการแข่งขัน กิจกรรม เกี่ยวกับศาสตร์ทางการตลาด โดยใช้ความรู้จากห้องเรียนไป วางแผนการดำเนินงานจริง เช่น การประกวดแผนธุรกิจ การประกวดแผนการตลาด เป็นต้น 4. การนำกรณีศึกษาที่เกิดขึ้นจริง ในภาคธุรกิจมาเป็นตัวอย่างใน การเรียนการสอนเพื่อ วิเคราะห์ แลกเปลี่ยน และ อภิปราย 5. มอบหมายโครงการเพื่อช่วยใน การกระตุ้น และส่งเสริมให้ นักศึกษาได้วิเคราะห์ แก้ไข ปัญหา พัฒนาความคิดเชิงส รางสรรค์อย่างเป็นระบบบน พื้นฐานทางการตลาดและ เทคโนโลยี	1. ประเมินจากการเข้าชั้นเรียน การส่งงาน ตามกำหนด และ การแสดงออกในชั้นเรียน 2. ประเมินจากการดำเนิน กิจกรรมและโครงการ 3. การประเมินตนเอง 4. ประเมินจากการมีส่วนร่วมใน การทำงาน และการพัฒนา ตนเอง 5. ประเมินผลจากการปฏิบัติ ภาคสนามใน รายวิชาที่จัด การศึกษาเชิงบูรณาการกับ ก า ร ท ำ ง า น (Work- Integrated Learning: WIL) โดยอาจารย์ผู้สอนและสถาน ประกอบการ 6. ประเมินผลจากผลการ ปฏิบัติงานในองค์กรจาก รายวิชาสหกิจศึกษา

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs)	กลยุทธ์/วิธีการสอน	กลยุทธ์/วิธีการวัดและการ ประเมินผล
PLO 3 สร้างสัมพันธภาพทาง การตลาดเชิงบูรณาการใน ระบบห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ	1. การนำองค์ความรู้ที่ได้จากในห้องเรียนในรูปแบบต่าง ๆ เช่น งานวิจัย ตำราสมัยใหม่ มาเป็นส่วนหนึ่งในการเรียนการสอน 2. ส่งเสริมให้นักศึกษาได้มีส่วนร่วมในโครงการบริการวิชาการ เพื่อช่วยเหลือชุมชนในท้องถิ่น หรือภาคธุรกิจ โดยนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ วางแผนและดำเนินการในสถานการณ์จริง 3. ส่งเสริมให้นักศึกษาเข้าร่วมโครงการแข่งขัน กิจกรรมเกี่ยวกับศาสตร์ทางการตลาด โดยใช้ความรู้จากห้องเรียนไปวางแผนการดำเนินงานจริง เช่น การประกวดแผนธุรกิจ การประกวดแผนการตลาด เป็นต้น 4. การจัดโครงการฝึกอบรมหรือดูงานภายในประเทศ และต่างประเทศ รวมทั้งมีการแลกเปลี่ยนนักศึกษา กับมหาวิทยาลัยต่างประเทศ 5. การนำกรณีศึกษาที่เกิดขึ้นจริงในภาคธุรกิจมาเป็นตัวอย่างในการเรียนการสอนเพื่อวิเคราะห์ แลกเปลี่ยน และอภิปราย 6. มอบหมายโครงการเพื่อช่วยในการกระตุ้น และส่งเสริมให้นักศึกษาได้วิเคราะห์ แก้ไขปัญหา พัฒนาความคิดเชิงสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบบน	1. ประเมินจากการเข้าชั้นเรียน การส่งงาน ตามกำหนด และการแสดงออกในชั้นเรียน 2. ประเมินจากการดำเนินกิจกรรมและโครงการ 3. การประเมินตนเอง 4. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการทำงาน และการพัฒนาตนเอง 5. ประเมินผลจากการปฏิบัติภาคสนามใน รายวิชาที่จัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน (Work-Integrated Learning: WIL) โดยอาจารย์ผู้สอนและสถานประกอบการ 6. ประเมินผลจากผลการปฏิบัติงานในองค์กรจากรายวิชาสหกิจศึกษา

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs)	กลยุทธ์/วิธีการสอน	กลยุทธ์/วิธีการวัดและการ ประเมินผล
	พื้นฐานทางการตลาดและเทคโนโลยี 7. จัดการเรียนการสอนรายวิชาที่เน้นเข้าใจความรู้และแนวคิดทฤษฎีทางการตลาด 8. จัดการเรียนการสอน จัดอบรม เพื่อให้ นักศึกษามี ความรับผิดชอบต่อตนเอง และสังคม 9. การพัฒนาและยกระดับคุณภาพทางจิตใจให้กับนักศึกษาผ่านโครงการการพัฒนา นักศึกษา	
PLO 4 สื่อสารและนำเสนอด้วยภาษาไทยและภาษาอังกฤษได้ตรงตามวัตถุประสงค์	1. การจัดโครงการฝึกอบรมหรือจัดงานภายในประเทศ และต่างประเทศ รวมทั้งมีการแลกเปลี่ยนนักศึกษากับมหาวิทยาลัยต่างประเทศ 2. มอบหมายโครงการเพื่อช่วยในการกระตุ้น และส่งเสริมให้นักศึกษาได้วิเคราะห์ แก้ไขปัญหา พัฒนาความคิดเชิงสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบบนพื้นฐานทางการตลาดและเทคโนโลยี	1. ประเมินจากการเข้าชั้นเรียน การส่งงาน ตามกำหนด และการแสดงออกในชั้นเรียน 2. ประเมินจากการดำเนินกิจกรรมและโครงการงาน 3. การประเมินตนเอง 4. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการทำงาน และการพัฒนาตนเอง 5. ประเมินผลจากการปฏิบัติภาคสนามใน รายวิชาที่จัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน (Work-Integrated Learning: WIL) โดยอาจารย์ผู้สอนและสถานประกอบการ 6. ประเมินผลจากผลการปฏิบัติงานในองค์กรจากรายวิชาสหกิจศึกษา

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs)	กลยุทธ์/วิธีการสอน	กลยุทธ์/วิธีการวัดและการ ประเมินผล
PLO 5 แสดงพฤติกรรมการณ์ จริยธรรมและจรรยาบรรณ ทางธุรกิจ ซื่อสัตย์ต่อ ผู้บริโภค คู่ค้า และผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย บนหลักการการ พัฒนาที่ยั่งยืน	- ส่งเสริมให้นักศึกษาได้มีส่วนร่วมในโครงการบริการวิชาการเพื่อช่วยเหลือชุมชนในท้องถิ่นหรือภาคธุรกิจ โดยนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ วางแผนและดำเนินการในสถานการณ์จริง - การนำกรณีศึกษาที่เกิดขึ้นจริงในภาคธุรกิจมาเป็นตัวอย่างในการเรียนการสอนเพื่อวิเคราะห์ แลกเปลี่ยน และอภิปราย - จัดการเรียนการสอน จัดอบรมเพื่อให้ นักศึกษามีความรับผิดชอบต่อตนเอง และสังคม - จัดการเรียนการสอนที่เน้นการเรียนรู้จากสถานการณ์จริง กรณีศึกษาเกี่ยวกับคุณธรรม จริยธรรมทางการตลาด - การพัฒนาและยกระดับคุณภาพทางจิตใจให้กับนักศึกษาผ่านโครงการการพัฒนา นักศึกษา	- ประเมินจากการเข้าชั้นเรียน การส่งงาน ตามกำหนด และการแสดงออกในชั้นเรียน - ประเมินจากการดำเนินกิจกรรมและโครงการ - การประเมินตนเอง - ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการทำงาน และการพัฒนาตนเอง - ประเมินผลจากการปฏิบัติภาคสนามใน รายวิชาที่จัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน (Work-Integrated Learning: WIL) โดยอาจารย์ผู้สอนและสถานประกอบการ - ประเมินผลจากผลการปฏิบัติงานในองค์กรจากรายวิชาสหกิจศึกษา
PLO 6 ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่องาน การตลาด	- การนำองค์ความรู้ที่ได้จากในห้องเรียนในรูปแบบต่าง ๆ เช่น งานวิจัย ตำราสมัยใหม่ มาเป็นส่วนหนึ่งในการเรียนการสอน - ส่งเสริมให้นักศึกษาได้มีส่วนร่วมในโครงการบริการวิชาการเพื่อช่วยเหลือชุมชนในท้องถิ่นหรือภาคธุรกิจ โดยนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ วางแผนและดำเนินการในสถานการณ์จริง	- ประเมินจากการเข้าชั้นเรียน การส่งงาน ตามกำหนด และการแสดงออกในชั้นเรียน - ประเมินจากการดำเนินกิจกรรมและโครงการ - การประเมินตนเอง - ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการทำงาน และการพัฒนาตนเอง

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs)	กลยุทธ์/วิธีการสอน	กลยุทธ์/วิธีการวัดและการ ประเมินผล
	3. ส่งเสริมให้นักศึกษาเข้าร่วมโครงการแข่งขัน กิจกรรมเกี่ยวกับศาสตร์ทางการตลาด โดยใช้ความรู้จากห้องเรียนไปวางแผนการดำเนินงานจริง เช่น การประกวดแผนธุรกิจ การประกวดแผนการตลาด เป็นต้น 4. การนำกรณีศึกษาที่เกิดขึ้นจริงในภาคธุรกิจมาเป็นตัวอย่างในการเรียนการสอนเพื่อวิเคราะห์ แลกเปลี่ยน และอภิปราย 5. มอบหมายโครงงานในการกระตุ้น ส่งเสริมให้นักศึกษาใช้ดิจิทัลเพื่องานการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพและวิเคราะห์ แก้ไขปัญหา พัฒนาความคิดเชิงสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบบนพื้นฐานทางการตลาดและเทคโนโลยี	5. ประเมินผลจากการปฏิบัติภาคสนามใน รายวิชาที่จัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน (Work-Integrated Learning: WIL) โดยอาจารย์ผู้สอนและสถานประกอบการ 6. ประเมินผลจากผลการปฏิบัติงานในองค์กรจากรายวิชาสหกิจศึกษา