



หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564

คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

สารบัญ

เรื่อง

หน้า

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

- | | |
|--|---|
| 1) รหัสและชื่อหลักสูตร | 1 |
| 2) ชื่อปริญญาและสาขาวิชา | 1 |
| 3) วิชาเอก (ถ้ามี) | 1 |
| 4) จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร | 1 |
| 5) อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา | 1 |

หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร

- | | |
|---|---|
| 1) ปรัชญา ความสำคัญ/หลักการและเหตุผล และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร | 2 |
|---|---|

หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร

- | | |
|--|----|
| 1) หลักสูตรและอาจารย์ | 3 |
| 2) องค์ประกอบเกี่ยวกับประสบการณ์ภาคสนาม (การฝึกงาน หรือสหกิจศึกษา) | 37 |
| 3) ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงงานหรืองานวิจัย | 38 |

หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล

- | | |
|--------------------------------------|----|
| 1) การพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา | 40 |
|--------------------------------------|----|

ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง (Expected Learning Outcomes: ELOs)

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs)

รายละเอียดของหลักสูตร
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
วิทยาเขตตรัง คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ สาขาวิชาการตลาด

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อหลักสูตร

รหัสหลักสูตร: 25480101103514
ภาษาไทย: หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
ภาษาอังกฤษ: Bachelor of Business Administration Program in Marketing

2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

ภาษาไทย ชื่อเต็ม: บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)
ชื่อย่อ: บธ.บ. (การตลาด)
ภาษาอังกฤษ ชื่อเต็ม: Bachelor of Business Administration (Marketing)
ชื่อย่อ: B.B.A. (Marketing)

3. วิชาเอก (ถ้ามี)

ไม่มี

4. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร

127 หน่วยกิต

5. อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

ผู้ที่สำเร็จการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด สามารถปฏิบัติงานในหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร ในตำแหน่งงานต่างๆ ดังนี้

- (1) นักวางแผนกลยุทธ์การตลาด ได้แก่ ผู้จัดการผลิตภัณฑ์ ผู้จัดการแบรนด์ เจ้าหน้าที่การตลาด เจ้าหน้าที่การขาย เจ้าหน้าที่วิเคราะห์ราคา เจ้าหน้าที่บริหารช่องทางการจัดจำหน่าย
- (2) นักวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด ได้แก่ Marketing Analyst
- (3) นักการตลาดดิจิทัล ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดด้วยโซเชียลมีเดีย
- (4) นักวางแผนการสื่อสารการตลาด ได้แก่ ผู้จัดการแคมเปญ นักวางแผนสื่อและประชาสัมพันธ์
- (5) ผู้ประกอบการอิสระ สตาร์ทอัพ

หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร

1. ปรัชญา ความสำคัญ/หลักการและเหตุผล และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1.1 ปรัชญา

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ความเข้าใจในศาสตร์ทางการตลาด ศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและข้อมูลด้านการตลาดเพื่อการตัดสินใจ สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ทั้งทางด้านทฤษฎีและทางด้านปฏิบัติควบคู่กันได้อย่างเหมาะสมกับสภาพระบบนิเวศทางธุรกิจในปัจจุบัน จัดการเรียนการสอนโดยเน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลางเพื่อให้มีทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 และการเรียนรู้ตลอดชีวิต มีทักษะการสื่อสาร และการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นในระดับสากล มีจริยธรรมและคุณธรรมที่ดีงาม เพื่อการยกระดับการพัฒนาภูมิภาคอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

1.2 ความสำคัญ/หลักการและเหตุผล

การเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างสังคม เศรษฐกิจ สภาพแวดล้อม เทคโนโลยี รวมทั้งปัญหาจากความไม่แน่นอน (uncertainty) เช่นผลกระทบจากโรคระบาด ส่งผลกระทบอย่างมากต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยทั้งในระดับมหภาคและจุลภาค เพื่อการก้าวข้ามผลกระทบและการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน รัฐบาลจึงมีความพยายามในการขับเคลื่อนนโยบายเพื่อให้ภาคส่วนต่างๆ ได้ดำเนินงานเป็นพันธมิตรการทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบ ทั้งนี้การพัฒนาหลักสูตรในมหาวิทยาลัยมีหน้าที่ในการเป็นผู้ขับเคลื่อนหลักในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อเตรียมพร้อมให้นักศึกษา เป็นมีความรู้ มีความสามารถเชิงการตลาด ที่มีจริยธรรมในอาชีพและมีความตระหนักรับผิดชอบต่อสังคม มีทักษะในศตวรรษที่ 21 เน้นทักษะการคิดวิเคราะห์ สามารถตอบสนองต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม เป็นผู้สร้างการเปลี่ยนแปลงสังคมไทยสู่สังคมเศรษฐกิจคุณค่า (Value-based economy) อันจะส่งผลต่อการพัฒนาภูมิภาคและประเทศอย่างยั่งยืนต่อไป

1.3 วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

- 1) เพื่อผลิตบัณฑิตในสาขาวิชาการตลาด ที่มีความรู้ในศาสตร์ด้านการตลาด มีความสามารถในการคิด วิเคราะห์ และแก้ไขปัญหาในสถานการณ์ปัจจุบัน มีความสามารถในการค้นคว้าวิจัย เพื่อประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพในอนาคต
- 2) เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ให้ได้มาตรฐานสากล มีทักษะทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงทักษะทางการสื่อสาร ตระหนักถึงความสำคัญของเรียนรู้เพื่อการพัฒนาตนเอง เป็นผู้ใฝ่รู้ รักการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง เพื่อนำไปใช้ในการเป็นผู้โดยนำทักษะเหล่านี้ไปใช้ในการประกอบอาชีพได้
- 3) เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีจริยธรรม คุณธรรมในการประกอบวิชาชีพและเป็นพลเมืองดี อันเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณค่าต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศอย่างยั่งยืน

หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร

3. หลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน

3.1 หลักสูตร

3.1.1 จำนวนหน่วยกิต รวมตลอดหลักสูตร 127 หน่วยกิต

3.1.2 โครงสร้างหลักสูตร

ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	30 หน่วยกิต
สาระที่ 1 ศาสตร์พระราชาและประโยชน์เพื่อนมนุษย์	4 หน่วยกิต
สาระที่ 2 ความเป็นพลเมืองและชีวิตที่สันติ	5 หน่วยกิต
สาระที่ 3 การเป็นผู้ประกอบการ	1 หน่วยกิต
สาระที่ 4 การอยู่อย่างรู้เท่าทันและการรู้ดิจิทัล	4 หน่วยกิต
สาระที่ 5 การคิดเชิงระบบ การคิดเชิงตรรกะและตัวเลข	4 หน่วยกิต
สาระที่ 6 ภาษาและการสื่อสาร	8 หน่วยกิต
สาระที่ 7 สุนทรียศาสตร์และกีฬา	2 หน่วยกิต
รายวิชาเลือก	2 หน่วยกิต
ข. หมวดวิชาเฉพาะ	91 หน่วยกิต
1) กลุ่มวิชาแกน	36 หน่วยกิต
2) กลุ่มวิชาชีพ	48 หน่วยกิต
- วิชาชีพบังคับ	42 หน่วยกิต
- วิชาชีพเลือก	6 หน่วยกิต
3) วิชาประสบการณ์ภาคสนาม	7 หน่วยกิต
- วิชาการเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา	1 หน่วยกิต
- วิชาสหกิจศึกษา	6 หน่วยกิต
ค. หมวดวิชาเลือกเสรี	6 หน่วยกิต

3.1.3 รายวิชา/กลุ่มสาระ/ชุดวิชา (Module)

ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	30 หน่วยกิต
รายวิชาศึกษาทั่วไปบังคับ จำนวน 28 หน่วยกิต	
1) สาระที่ 1 ศาสตร์พระราชาและประโยชน์เพื่อนมนุษย์	4 หน่วยกิต
กำหนดให้เรียนรายวิชา ดังนี้	
942-107 ศาสตร์พระราชาสู่การพัฒนาประโยชน์เพื่อนมนุษย์	3((3)-0-6)
The King's Philosophy for the Benefit of Mankind	
942-102 การช่วยชีวิตพื้นฐาน	1((1)-0-2)
Basic Life Support	
2) สาระที่ 2 ความเป็นพลเมืองและชีวิตที่สันติ	5 หน่วยกิต
กำหนดให้เรียนรายวิชา ดังนี้	
942-106 ชีวิตที่ดี	3((3)-0-6)
Happy and Peaceful Life	

942-101 ความเป็นพลเมืองโลก Global Citizenship	2((2)-0-4)
หรือ	
943-104 การรับรู้ชีวิตและธรรมชาติ Perception of Life and Nature	2((2)-0-4)
3) สารที่ 3 การเป็นผู้ประกอบการ	1 หน่วยกิต
กำหนดให้เรียนรายวิชา ดังนี้	
001-103 ไอเดียสู่ความเป็นผู้ประกอบการ Idea to Entrepreneurship	1((1)-0-2)
4) สารที่ 4 อยู่อย่างรู้เท่าทันและการรู้ดิจิทัล	4 หน่วยกิต
กำหนดให้เรียนรายวิชา ดังนี้	
อยู่อย่างรู้เท่าทัน	
947-102 รู้เท่าทันวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี Science and Technology Literacy	2((2)-0-4)
หรือ	
942-304 ชีวิตคือการเดินทาง Travelers Infographic	2((2)-0-4)
การรู้ดิจิทัล	
948-140 ทักษะการใช้ดิจิทัล Digital Literacy	2((2)-0-4)
5) สารที่ 5 การคิดเชิงระบบ การคิดเชิงตรรกะและตัวเลข	4 หน่วยกิต
กำหนดให้เรียนรายวิชา ดังนี้	
การคิดเชิงระบบ	
942-105 การคิดเชิงออกแบบ Design Thinking	2((2)-0-4)
หรือ	
942-104 การคิดและการตัดสินใจ Thinking and Decision Making	2((2)-0-4)
การคิดเชิงตรรกะและตัวเลข	
947-216 ชีวิตกับการคำนวณ Life with Calculations	2((2)-0-4)
หรือ	
946-146 การคิดเชิงตรรกะ Logical Thinking	2((2)-0-4)
6) สารที่ 6 ภาษาและการสื่อสาร	8 หน่วยกิต
กำหนดให้เรียนรายวิชา	
941-160 การฟังและพูดภาษาอังกฤษพื้นฐาน Fundamental English Listening and Speaking	2((2)-0-4)
941-161 การอ่านและเขียนภาษาอังกฤษพื้นฐาน Fundamental English Reading and Writing	2((2)-0-4)

และให้เลือกรายวิชาภาษาอังกฤษ จำนวน 2 หน่วยกิต ดังนี้

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

หรือ

941-163 ภาษาอังกฤษเพื่อการประกอบอาชีพ 2((2)-0-4)
Professional English

และให้เลือกรายวิชาภาษาต่างประเทศอื่น จำนวน 2 หน่วยกิต ดังนี้

941-225 ภาษาจีนในชีวิตประจำวัน 2((2)-0-4)
Everyday Chinese

941-226 ภาษาจีนจากเพลง 2((2)-0-4)
Chinese through Songs

941-237 ภาษาญี่ปุ่นในชีวิตประจำวัน 2((2)-0-4)
Everyday Japanese

941-246 ภาษาฝรั่งเศสในชีวิตประจำวัน 2((2)-0-4)
Everyday French

941-253 ภาษาเยอรมันในชีวิตประจำวัน 2((2)-0-4)
Everyday German

941-275 ภาษามลายูในชีวิตประจำวัน 2((2)-0-4)
Everyday Malay

941-286 ภาษาเกาหลีในชีวิตประจำวัน 2((2)-0-4)
Everyday Korean

7) สารที่ 7 สุนทรียศาสตร์และกีฬา 2 หน่วยกิต

กำหนดให้เรียนรายวิชา ดังนี้

สุนทรียศาสตร์

943-100 สุนทรียภาพของการดำเนินชีวิต 1((1)-0-2)
Aesthetics for Life

หรือ

996-122 การรับรู้สุนทรียศาสตร์ 1((1)-0-2)
Art Appreciation

หรือ

943-105 สีสันของบุคลิกภาพ 1((1)-0-2)
Colorful Personality

กีฬา

942-222 กีฬาเพื่อชีวิต 1((1)-0-2)
Sports for Life

รายวิชาศึกษาทั่วไปเลือก

ให้เลือกรายวิชาจากกลุ่มสาระที่กำหนดหรือจากรายวิชาเลือกของหมวดวิชาศึกษาทั่วไปที่เปิดสอน
ในมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง ไม่น้อยกว่า 2 หน่วยกิต ดังรายวิชาต่อไปนี้

942-115 แลใต้ 2((2)-0-4)
Southern Studies

942-305 สังคมและการเมือง 2((2)-0-4)
Society and Politics

942-306 มนุษย์กับสังคม	2((2)-0-4)
Man and Society	
942-307 รู้ทันความเสี่ยง	2((2)-0-4)
Risk Intelligence	
942-308 แคมป์ปิ้ง	2((2)-0-4)
Camping	
942-400 การเงินในชีวิตประจำวัน	2((2)-0-4)
Financial Literacy in Daily Life	
942-401 สิ่งแวดล้อมเพื่อชีวิต	2((2)-0-4)
Environment for Life	
942-402 การจัดการชุมชนยั่งยืน	2((2)-0-4)
Sustainable of Community Management	
946-149 ก้าวทันโลกดิจิทัล	2((2)-0-4)
Digital Modernization	
947-200 ชีวิตและสุขภาพ	2((2)-0-4)
Life and Health	
947-201 วิทยาศาสตร์รักษ์โลก	2((2)-0-4)
Green Science	
996-111 ตรังศึกษา	2((2)-0-4)
Trang Study	
996-132 การรับรู้ธรรมชาติ	2((2)-0-4)
Nature Perception	
กลุ่มวิชาภาษา	
941-101 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารและการนำเสนอ	2((2)-0-4)
Thai for Communication and Presentation	
941-297 ภาษาอังกฤษจากเพลง	2((2)-0-4)
English through Songs	
กลุ่มวิชาสุนทรียศาสตร์	
943-101 การเดินทางของกีตาร์	2((2)-0-4)
Guitar Journey	
943-102 ร้องเพลงเพลินใจ	2((2)-0-4)
Singing for Pleasure	
943-103 ดนตรีไทยกับคนรุ่นใหม่	2((2)-0-4)
Thai Classical Music for New Generation	
943-200 วรรณกรรมในบทเพลง	2((2)-0-4)
Literature in Songs	
943-201 ศิลปะการเต้นพื้นเมืองในสังคมโลก	2((2)-0-4)
Folk Dance in the World Culture	
943-202 นาฏกรรมเพื่อพัฒนาบุคลิกภาพ	2((2)-0-4)
Dramatic Work for Personality Development	
943-203 ศิลปะการต่อสู้แบบไทย	2((2)-0-4)
Thai Martial Art	

996-123 ความซาบซึ้งทางดนตรี	2((2)-0-4)
Music Appreciation	
996-124 สเก็ตภาพเมือง	2((2)-0-4)
Urban Sketching	

คณะหรือหลักสูตรอาจกำหนดรายวิชาศึกษาทั่วไปอื่น ที่พิจารณาแล้วมีประโยชน์ต่อนักศึกษาให้เป็นวิชาเลือกเพิ่มเติมได้ตามความเหมาะสม

ข. หมวดวิชาเฉพาะ

91 หน่วยกิต

1) กลุ่มวิชาแกน

36 หน่วยกิต

942-230 การภาษีอากร	3((3)-0-6)
Taxation	
944-122 หลักเศรษฐศาสตร์	3((3)-0-6)
Principles of Economics	
944-204 กฎหมายธุรกิจ	3((3)-0-6)
Business Law	
946-100 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจ	3((3)-0-6)
Introduction to Business	
946-160 หลักการตลาด	3((2)-2-5)
Principles of Marketing	
946-209 หลักการจัดการ	3((3)-0-6)
Principles of Management	
946-214 การบัญชีสำหรับผู้ประกอบการ	3((3)-0-6)
Accounting for Entrepreneurs	
946-290 การเงินธุรกิจ	3((3)-0-6)
Business Finance	
946-300 การจัดการทรัพยากรมนุษย์	3((2)-2-5)
Human Resource Management	
946-400 การจัดการเชิงกลยุทธ์	3((2)-2-5)
Strategic Management	
947-118 สถิติธุรกิจ 1	3((2)-2-5)
Business Statistics I	
947-311 สถิติเพื่อการวิจัย	3((3)-0-6)
Statistics for Research	

2) กลุ่มวิชาชีพ

48 หน่วยกิต

2.1) รายวิชาชีพบังคับ

42 หน่วยกิต

946-260 พฤติกรรมผู้บริโภคและกลยุทธ์ทางดิจิทัล	3((2)-2-5)
Consumer Behavior and Digital Strategy	
946-262 การจัดการการตลาด	3((2)-2-5)
Marketing Management	

946-362 การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ Integrated Marketing Communication	3((2)-2-5)
946-363 การวิจัยการตลาด Marketing Research	3((2)-2-5)
946-366 การตลาดบริการ Service Marketing	3((2)-2-5)
946-460 การจัดการผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม Product Management and Innovation	3((2)-2-5)
946-461 การจัดการช่องทางการตลาดแบบบูรณาการ Omni-Channel Management	3((2)-2-5)
946-462 สัมมนาทางการตลาด Seminar in Marketing	3((1)-4-4)
946-463 การศึกษาค้นคว้าอิสระทางการตลาด 1 Independent Study in Marketing I	3(0-9-0)
946-464 การศึกษาค้นคว้าอิสระทางการตลาด 2 Independent Study in Marketing II	3(0-9-0)
946-468 การตลาดเชิงสัมพันธ์ภาพ Relationship Marketing	3((2)-2-5)
948-263 การวิเคราะห์ทางการตลาด Marketing Analytics	3((2)-2-5)
948-360 กลยุทธ์และการจัดการราคา Price Strategy and Management	3((2)-2-5)
948-366 กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล Digital Marketing Strategy	3((2)-2-5)

2.2) รายวิชาชีพเลือก

6 หน่วยกิต

946-201 การจัดการธุรกิจขนาดย่อม Small Business Management	3((2)-2-5)
946-265 ประเด็นสำคัญทางการตลาด Current Issues in Marketing	3((2)-2-5)
946-360 การจัดการการขาย Sales Management	3((2)-2-5)
946-367 การจัดการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ Modern Retail Management	3((2)-2-5)
946-369 การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม Green Marketing	3((2)-2-5)
946-467 การจัดการผลิตภัณฑ์ใหม่ New Product Management	3((2)-2-5)
946-469 การตลาดเพื่อความยั่งยืน Sustainable Marketing	3((2)-2-5)
948-261 การตลาดระหว่างประเทศ International Marketing	3((2)-2-5)

948-364	ความคิดสร้างสรรค์และการออกแบบทางการตลาด	3((2)-2-5)
	Creativity and Design in Marketing	
948-260	ความคิดสร้างสรรค์ และการสื่อสารในวิชาชีพการตลาด	3((2)-2-5)
	Creativity and Communication in Marketing Professional	
948-361	การจัดการแบรนด์เชิงกลยุทธ์	3((2)-2-5)
	Strategic Brand Management	
948-461	การเป็นผู้ประกอบการและการแปรรูปธุรกิจ	3((2)-2-5)
	Entrepreneurship and Business Transformation	

ชุดวิชา module

946-365	ชุดวิชาการตลาดผู้ประกอบการและการสร้างธุรกิจ	6((4)-4-10)
	Module: Entrepreneurial Marketing and Business Creation	

3) วิชาประสบการณ์ภาคสนาม		7 หน่วยกิต
946-465	การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษาทางการตลาด Pre-Cooperative Education in Marketing	1(0-2-1)
948-460	สหกิจศึกษาทางการตลาด Cooperative Education in Marketing	6(0-40-0)

ค. หมวดวิชาเลือกเสรี

6 หน่วยกิต

นักศึกษาสามารถเลือกเรียนรายวิชาใดๆ ที่สนใจ ที่มีเนื้อหาไม่ซ้ำซ้อน หรือใกล้เคียงกับเนื้อหาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป หรือหมวดวิชาเฉพาะที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ หรือมหาวิทยาลัยอื่น ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยความเห็นชอบของกรรมการบริหารหลักสูตร

แผนการศึกษา

ปีที่ 1

ภาคการศึกษาที่ 1

จำนวนหน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)

วิชาศึกษาทั่วไป

941-160*	การฟังและพูดภาษาอังกฤษพื้นฐาน	2((2)-0-4)
หรือ		
941-161*	การอ่านและเขียนภาษาอังกฤษพื้นฐาน	2((2)-0-4)
942-101	ความเป็นพลเมืองโลก	2((2)-0-4)
947-216	ชีวิตกับการคำนวณ	2((2)-0-4)
942-102	การช่วยชีวิตพื้นฐาน	1((1)-0-2)
942-222	กีฬาเพื่อชีวิต	1((1)-0-2)
943-100	สุนทรียภาพของการดำเนินชีวิต	1((1)-0-2)
947-102	รู้เท่าทันวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	2((2)-0-4)
หรือ		
942-304	ชีวิตคือการเดินทาง	2((2)-0-4)
xxx-xxx	วิชาเลือกศึกษาทั่วไป	2((2)-0-4)
วิชาแกน		
946-100	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจ	3((3)-0-6)
944-122	หลักเศรษฐศาสตร์	3((3)-0-6)
รวม		19((19)-0-38)

ภาคการศึกษาที่ 2

จำนวนหน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)

วิชาศึกษาทั่วไป

941-160*	การฟังและพูดภาษาอังกฤษพื้นฐาน	2((2)-0-4)
หรือ		
941-161*	การอ่านและเขียนภาษาอังกฤษพื้นฐาน	2((2)-0-4)
942-107	ศาสตร์พระราชาสู่การพัฒนาประโยชน์เพื่อนมนุษย์	3((3)-0-6)
948-140	ทักษะการใช้ดิจิทัล	2((2)-0-4)
วิชาแกน		
946-214	การบัญชีสำหรับผู้ประกอบการ	3((3)-0-6)
946-209	หลักการจัดการ	3((3)-0-6)
946-160	หลักการตลาด	3((2)-2-5)
947-118	สถิติธุรกิจ 1	3((2)-2-5)
รวม		19 ((17)-4-36)

ปีที่ 2

ภาคการศึกษาที่ 1

จำนวนหน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)

วิชาศึกษาทั่วไป

001-103	ไต่เต้าสู่ความเป็นผู้ประกอบการ	1((1)-0-2)
942-106	ชีวิตที่ดี	3((3)-0-6)

วิชาแกน

942-230	การภาษีอากร	3((3)-0-6)
944-204	กฎหมายธุรกิจ	3((3)-0-6)
946-290	การเงินธุรกิจ	3((3)-0-6)
946-300	การจัดการทรัพยากรมนุษย์	3((2)-2-5)

วิชาชีพบังคับ

946-260	พฤติกรรมผู้บริโภคและกลยุทธ์ทางดิจิทัล	3((2)-2-5)
รวม		19 ((17)-4-36)

ภาคการศึกษาที่ 2

จำนวนหน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)

วิชาแกน

947-311	สถิติเพื่อการวิจัย	3((3)-0-6)
---------	--------------------	------------

วิชาชีพบังคับ

946-262	การจัดการการตลาด	3((2)-2-5)
946-362	การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ	3((2)-2-5)
946-366	การตลาดบริการ	3((2)-2-5)
946-460	การจัดการผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม	3((2)-2-5)
946-461	การจัดการช่องทางการตลาดแบบบูรณาการ	3((2)-2-5)
948-360	กลยุทธ์และการจัดการราคา	3((2)-2-5)
รวม		21((15)-12-36)

ปีที่ 3

ภาคการศึกษาที่ 1

จำนวนหน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)

วิชาศึกษาทั่วไป

941-162	การพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ	2((2)-0-4)
หรือ		
946-163	ภาษาอังกฤษเพื่อการประกอบอาชีพ	2((2)-0-4)
941-xxx	วิชาเลือกหมวดวิชาศึกษาทั่วไป (ภาษาต่างประเทศอื่นๆ)	2((2)-0-4)
วิชาชีพบังคับ		
946-363	การวิจัยการตลาด	3((2)-2-5)
946-468	การตลาดเชิงสัมพันธ์ภาพ	3((2)-2-5)
948-263	การวิเคราะห์ทางการตลาด	3((2)-2-5)
948-366	กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล	3((2)-2-5)
	รวม	16 ((12)-8-28)

ภาคการศึกษาที่ 2

จำนวนหน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)

วิชาศึกษาทั่วไป

942-105	การคิดเชิงออกแบบ	2((2)-0-4)
วิชาชีพบังคับ		
946-463	การศึกษาค้นคว้าอิสระทางการตลาด 1	3(0-9-0)
วิชาชีพเลือก		
XXX-XXX	วิชาชีพเลือก 1	3((x)-y-z)
XXX-XXX	วิชาชีพเลือก 2	3((x)-y-z)
หรือ		
946-365	ชุดวิชาการตลาดผู้ประกอบการและการสร้างธุรกิจ	6((4)-4-10)
วิชาเลือกเสรี		
XXX-XXX	วิชาเลือกเสรี 1	3((x)-y-z)
XXX-XXX	วิชาเลือกเสรี 2	3((x)-y-z)
	รวม	17((x)-y-z)

ปีที่ 4

ภาคการศึกษาที่ 1

จำนวนหน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)

วิชาแกน

946-400	การจัดการเชิงกลยุทธ์	3((2)-2-5)
---------	----------------------	------------

วิชาชีพบังคับ

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

946-464	การศึกษาค้นคว้าอิสระทางการตลาด 2	3(0-9-0)
---------	----------------------------------	----------

946-465	การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษาทางการตลาด	1(0-2-1)
---------	--	----------

	รวม	10((6)-17-10)
--	-----	---------------

ภาคการศึกษาที่ 2

948-460	สหกิจศึกษาทางการตลาด	6(0-40-0)
---------	----------------------	-----------

	รวม	6(0-40-0)
--	-----	-----------

3.1.4 คำอธิบายรายวิชา

รายวิชาศึกษาทั่วไป

001-103 ไอเดียสู่ความเป็นผู้ประกอบการ

1((1)-0-2)

Idea to Entrepreneurship

การเป็นผู้ประกอบการ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ การแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ การจัดทำแนวคิดธุรกิจ ด้วยเครื่องมือทางธุรกิจสมัยใหม่

Introduction to entrepreneurship; business environment analysis; business opportunity seeking; using modern business tools to develop business models

941-101 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารและการนำเสนอ

2((2)-0-4)

Thai for Communication and Presentation

หลักการใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ศิลปะในการสื่อสารทั้ง 5 ทักษะ การฟัง พูด อ่าน เขียน และทักษะการนำเสนอ การฟังเพื่อจับใจความหลัก และการตีความในสถานการณ์ต่าง ๆ การใช้ถ้อยคำ สำนวนในการสื่อสารในชีวิตประจำวันและในการทำงาน การอ่านเพื่อความเข้าใจถึงค่านิยมและแนวคิด การเขียนเพื่อการสรุปความ การติดต่อทางราชการและธุรกิจ การพูดในที่ประชุมชน และการนำเสนอ

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

941-160 การฟังและพูดภาษาอังกฤษพื้นฐาน

2((2)-0-4)

Fundamental English Listening and Speaking

ฝึกทักษะการฟังและการพูดในหัวข้อที่ใช้สื่อสารในชีวิตประจำวัน การฟังเพื่อจับใจความสำคัญ การพูดเพื่อสื่อสารขั้นพื้นฐานในสถานการณ์ต่าง ๆ การใช้ไวยากรณ์ การพัฒนาความรู้ด้านคำศัพท์ และสำนวนภาษาที่จำเป็นสำหรับการสื่อสาร

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

941-161 การอ่านและเขียนภาษาอังกฤษพื้นฐาน

2((2)-0-4)

Fundamental English Reading and Writing

ฝึกทักษะการอ่านและการเขียน ทักษะการอ่านพื้นฐาน การอ่านเพื่อจับใจความสำคัญและรายละเอียด การพัฒนาความรู้ด้านคำศัพท์และกลวิธีพัฒนาคำศัพท์ การใช้ไวยากรณ์ การเขียนระดับประโยคและย่อหน้าสั้นๆ

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

941-162 การพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ

2((2)-0-4)

English Skills Development

ฝึกทักษะด้านการฟัง การพูด การอ่านและการเขียน การประยุกต์ใช้ทักษะในการสื่อสารและสนทนาในบริบทต่างๆ ในเชิงวิชาการ การอ่านและเขียนประโยค ย่อหน้าสั้นๆ การประยุกต์ใช้ทักษะในการสื่อสารในบริบททางวิชาการ รวมทั้งการตั้งคำถามและตอบคำถามสั้นๆ ได้

Practice in using the language skills—listening, speaking, reading and writing — necessary for the academic purposes; reading and writing sentences and short paragraphs; applying communication skills in academic contexts; asking and responding to questions

941-163 ภาษาอังกฤษเพื่อการประกอบอาชีพ

2((2)-0-4)

Professional English

ฝึกทักษะด้านการฟัง การพูด การอ่านและการเขียนที่ใช้ในการประกอบอาชีพ การประยุกต์ใช้ทักษะในการสื่อสารและสนทนาในบริบทต่าง ๆ ในการทำงาน การตั้งคำถามและตอบในสถานการณ์ต่าง ๆ การนำเสนอแผนภาพข้อมูล การอ่านและการเขียนในบริบทในการทำงาน เช่น การเขียนอีเมลและจดหมาย แผนภาพ แผนภูมิและกราฟ ในการนำเสนอข้อมูล

Practice in using the integrated language skills—listening, speaking, reading and writing, necessary for the professional purposes; applying conversation and communication skills in various situations; asking and responding to questions, data visualization, reading and writing in workplaces; emails and letters, diagrams, charts and graphs, data presentation

941-225 ภาษาจีนในชีวิตประจำวัน

2((2)-0-4)

Everyday Chinese

ระบบเสียง คำศัพท์ต่างๆ ในชีวิตประจำวัน ตัวเลข ลักษณะนาม คำกริยานุเคราะห์ และโครงสร้างประโยค ภาษาจีนระดับพื้นฐาน การฝึกทักษะการฟัง พูด อ่าน และเขียน จากสถานการณ์ต่างๆ ที่กำหนดให้

Chinese sound systems; vocabulary for daily communication; numbers; noun classifiers; auxiliary verbs, and basic sentence structures; practice in listening, speaking, reading, and writing skills from given situations

941-226 ภาษาจีนจากเพลง

2((2)-0-4)

Chinese through Songs

ฝึกทักษะการฟังและพูดโดยใช้เพลงภาษาจีนผ่านสื่อวัฒนธรรม การนำคำศัพท์ สำนวน ไวยากรณ์ การออกเสียง การแปลเพลงจากบทเพลงจีนและประยุกต์ใช้ได้กับการสื่อสารในชีวิตประจำวัน การประยุกต์ใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารในบริบทต่างๆ

Practice in listening and speaking skills through music and popular songs by using a variety of innovative materials and devices; vocabulary; idioms; pronunciation; Chinese song translation; applying communicative Chinese in various contexts

941-237 ภาษาญี่ปุ่นในชีวิตประจำวัน

2((2)-0-4)

Everyday Japanese

ไวยากรณ์ญี่ปุ่นและรูปประโยคพื้นฐาน วิธีการเขียนอักษรฮิรางานะ และคะตะกะนะ เรียนรู้คำศัพท์ประมาณ 300 คำ

Japanese grammar and basic sentence patterns; Hiragana and Katakana characters writing; approximate to 300 words

941-246 ภาษาฝรั่งเศสในชีวิตประจำวัน

2((2)-0-4)

Everyday French

หลักการออกเสียง หลักไวยากรณ์พื้นฐาน การพัฒนาทักษะการฟัง การพูดในชีวิตประจำวัน การเขียนคำและประโยคประโยคสั้นๆ การอ่านข้อความสั้นๆ จากสื่อต่าง ๆ

Principles of pronunciation, basic principles of grammar; listening skills development; daily life conversation; writing words and short sentences; reading short texts from media

941-253 ภาษาเยอรมันในชีวิตประจำวัน 2((2)-0-4)

Everyday German

ไวยากรณ์ภาษาเยอรมันเบื้องต้น ฟัง พูด อ่าน และเขียนประโยคใน ระดับพื้นฐาน

Basic grammar; listening, speaking, reading and writing at basic level

941-275 ภาษามลายูในชีวิตประจำวัน 2((2)-0-4)

Everyday Malay

ระบบเสียง อักษรวิธีและการอ่านออกเสียงภาษามลายู ทักษะการฟัง พูด อ่าน เขียนภาษามลายูในระดับต้น โครงสร้างประโยคพื้นฐานของภาษามลายู คำศัพท์และสำนวนที่ใช้บ่อย การสนทนาในสถานการณ์ที่จำเป็นเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน

Malay sound system, spelling system and pronunciation; basic listening, speaking, reading and writing skills in Malay; basic sentence structures of Malay; frequently-used vocabulary, expressions and conversation in relevant situations for daily life communication

941-286 ภาษาเกาหลีในชีวิตประจำวัน 2((2)-0-4)

Everyday Korean

ฝึกออกเสียงให้ถูกต้อง ชัดเจน และฝึกทักษะทั้ง 4 ด้านคือ การฟัง พูด อ่าน และเขียน การฝึกสร้างประโยคพื้นฐาน และการฝึกสนทนาภาษาเกาหลีที่ใช้ในชีวิตประจำวัน

Practice of Korean pronunciation and 4 language skills: speaking, reading, listening and writing; constructing basic sentences; practice of Korean in daily-life conversations

941-297 ภาษาอังกฤษจากเพลง 2((2)-0-4)

English through Songs

ฝึกทักษะการฟังและพูดโดยใช้เพลงภาษาอังกฤษผ่านสื่อนวัตกรรม การนำคำศัพท์ สำนวน ไวยากรณ์ การออกเสียง การแปลเพลงจากบทเพลงภาษาอังกฤษไปใช้ในชีวิตประจำวัน การใช้เพลงภาษาอังกฤษเพื่อประโยชน์ของเพื่อนมนุษย์

Practice in listening and speaking skills by using songs and music through innovative devices; vocabulary; idioms; pronunciation; English song translation; English songs for benefits of mankind

942-101 ความเป็นพลเมืองโลก 2((2)-0-4)

Global Citizenship

หลักการพื้นฐานเกี่ยวกับความเป็นพลเมืองโลก บทบาท หน้าที่พลเมือง การมีส่วนร่วม การปฏิบัติตามหลักกฎหมายและหลักศีลธรรม การมีจิตสำนึกสาธารณะ การอยู่ในสังคมประชาธิปไตยท่ามกลางความเห็นต่างและพหุวัฒนธรรม

Basic principles of global citizenship; roles and responsibilities of citizens; involvement; compliance with the law and morality; public mind; living in a democratic society where diverse opinions and multi cultures exist

942-102 การช่วยชีวิตพื้นฐาน**1((1)-0-2)****Basic Life Support**

การช่วยฟื้นคืนชีพเบื้องต้น โดยใช้สถานการณ์ฉุกเฉินจำลอง

Practice of cardiopulmonary resuscitation (CPR) in an emergency simulated situation

942-104 การคิดและการตัดสินใจ**2((2)-0-4)****Thinking and Decision Making**

หลักการและกระบวนการคิดของมนุษย์ การพัฒนาลักษณะการคิดและกระบวนการคิด ความคิดสร้างสรรค์ การคิดเชิงระบบ การวิเคราะห์ข้อมูลและข่าวสาร กระบวนการตัดสินใจ กระบวนการแสวงหาความรู้ และการประยุกต์ใช้ในการแก้ปัญหาในชีวิตประจำวัน

Principles and process of human thinking, development of cognitive attributes and processes, creative thinking, systematic thinking, data analysis, decision-making processes; knowledge-seeking processes and applications for daily-life problem solving

942-105 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-making processes; problem accessibility and solution initiation; prototyping; creation of innovations in business and daily life

942-106 ชีวิตที่ดี**3((3)-0-6)****Happy and Peaceful Life**

การมีสติและความรู้สึกตัว ความสุขของชีวิต การรู้เท่าทันตนเองและสังคม การเข้าใจ ยอมรับ และเคารพ ความแตกต่างหลากหลาย ทักษะการสื่อสารในการทำงาน การแก้ปัญหาร่วมกันอย่างสร้างสรรค์ การใช้ชีวิตในสังคมที่มีความหลากหลาย

Consciousness and mindfulness; happiness of life; self-awareness; social literacy; understanding and respecting diversity; communication and collaboration skills; creative problem-solving; living in diversity

942-107 ศาสตร์พระราชาสู่การพัฒนาประโยชน์เพื่อนมนุษย์**3((3)-0-6)****The King's Philosophy for the Benefit of Mankind**

ความหมาย หลักการ แนวคิด ความสำคัญ และเป้าหมายของหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง หลักการทรงงาน หลักการเข้าใจ เข้าถึง พัฒนา การพัฒนาตามศาสตร์พระราชา และการพัฒนาอย่างยั่งยืน การวิเคราะห์การนำศาสตร์พระราชามาประยุกต์ใช้ในพื้นที่ระดับบุคคล องค์กรธุรกิจหรือชุมชนในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ การทำกิจกรรมเชิงบูรณาการองค์ความรู้เพื่อสร้างประโยชน์เพื่อนมนุษย์เป็นกิจที่หนึ่ง

Definitions, principles, concepts, importance and goals of the philosophy of sufficiency economy; work principles, understanding and development of the King's philosophy and sustainable development; an analysis of application of the King's philosophy in the area of interest in the individual, business or community sectors either local or national; integrated activities for the benefit of mankind

942-115 แลได้

2((2)-0-

4)

Southern Studies

ศึกษาประวัติศาสตร์ โบราณคดี วิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรม ความเชื่อ เรื่องเล่าตำนานที่สำคัญ จัดให้มีกรณีศึกษาแหล่งเรียนรู้ในชุมชนท้องถิ่นหรือพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ รวมทั้งผลิตสื่อเพื่อแนะนำแหล่งเรียนรู้หรือแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน

Studies of the history, archeology, ways of living, traditions, culture, beliefs, and key legends; undertaking a case study either from communities-based learning resources or in national museums; producing media to introduce learning sources and tourist attractions in a community

942-222 กีฬาเพื่อชีวิต

1((1)-0-2)

Sports for Life

ความสำคัญของการเล่นกีฬา ชนิดของกีฬา คุณค่าของกีฬาต่อร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สังคม และสติปัญญา การประเมินสุขภาพเบื้องต้น การฝึกทักษะเบื้องต้นในการเล่นกีฬาและออกกำลังกาย

Importance of sports; types of sports; the beneficial impacts of sports on the individuals' physical, mental, emotional, social and intelligent attributes; initial health assessment; basic training in sports and exercise

942-304 ชีวิตคือการเดินทาง

2((2)-0-4)

Travelers Infographic

การเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว การออกแบบแผนการท่องเที่ยว ปัญหาและอุปสรรคของการเดินทางที่อาจเกิดขึ้น ขั้นตอนและระบบพิธีการทางการทูตเมื่อเดินทางไปต่างประเทศ เอกสารสำคัญในการท่องเที่ยว การบริหารงบประมาณเพื่อการท่องเที่ยว การเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ

Travel and tourism; travel planning; problems and obstacles of travel; procedures and diplomatic formalities of traveling abroad; important travel documents; budget management for tourism; being a quality tourist

942-305 สังคมและการเมือง

2((2)-0-4)

Society and Politics

หลักการพื้นฐานเกี่ยวกับสังคมและการเมือง สถาบันทางสังคมและการเมือง กลุ่มทางสังคมและการเมือง อุดมการณ์และลัทธิการเมือง การมีส่วนร่วมทางการเมือง การเปลี่ยนแปลงสังคมและการเมือง ตลอดจนการบริหารประเทศในสมัยใหม่

Basic principles of society and politics; social and political institutions; social and political groups; doctrine and political ideology; political participation; society and political changes; modern government management

942-306 มนุษย์กับสังคม

2((2)-0-4)

Man and Society

พื้นฐานของมนุษย์โดยธรรมชาติ พฤติกรรม การตั้งถิ่นฐาน วัฒนธรรม การจัดระเบียบสังคมและการขัดเกลาทางสังคม สถาบันทางเศรษฐกิจ การเมือง กฎหมาย ภูมิหลังสังคมไทย การเปลี่ยนแปลงทางสังคม ปัญหาสังคมและแนวทางแก้ไข

Human nature; behavior; settlement; culture; social organization and socialization; economic, political and legal aspects of social organizations; backgrounds of Thai society; social changes, problems, and solutions

942-307 รู้ทันความเสี่ยง

2((2)-0-4)

Risk Intelligence

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับความเสี่ยงส่วนบุคคล แนวทางการจัดการความเสี่ยง การระบุความเสี่ยง การประเมินความเสี่ยง การตอบสนองความเสี่ยง ความเสี่ยงในยุคดิจิทัล และการจัดการความเสี่ยงในยุคดิจิทัล

Principles of personal risk; guidelines for risk management; risk identification; risk assessment; risk response; digital risk; and digital risk management

942-308 แคมป์ปิ้ง

2((2)-0-4)

Camping

ความรู้ทั่วไปสำหรับนักแคมป์มือใหม่ แหล่งท่องเที่ยวหรืออุทยานแห่งชาติในประเทศไทย การวางแผนเดินทาง เทคนิคการเลือกอุปกรณ์แคมป์ กิจกรรมกลางแจ้ง การท่องเที่ยวและการเลือกสถานที่กางเต็นท์ คุณค่าที่ได้รับจากการตั้งแคมป์ การผลิตสื่อเพื่อแนะนำสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวสำหรับตั้งแคมป์

General knowledge for beginner campers; tourist attractions or national parks in Thailand; travel planning; techniques for choosing camping equipment; outdoor activities; tourism and camping location; the value of camping; production of media for camping recommendation

942-400 การเงินในชีวิตประจำวัน

2((2)-0-4)

Financial Literacy in Daily Life

ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการเงินส่วนบุคคล การตระหนักรู้และทัศนคติการใช้สินเชื่อส่วนบุคคล วินัยทางการเงิน และพฤติกรรมการใช้เงินอย่างมีประสิทธิภาพ

Fundamental knowledge of financial literacy; cognition and attitude on personal loan; financial discipline and financial behavior for consumption and credit

942-401 สิ่งแวดล้อมเพื่อชีวิต

2((2)-0-4)

Environment for Life

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและมนุษย์ ประโยชน์ของสิ่งแวดล้อมในชีวิตประจำวัน ความสัมพันธ์และผลกระทบ การใช้อย่างรู้คุณค่า การจัดการสิ่งแวดล้อมตามโครงการพระราชดำริ

Fundamentals of humans and the environment; benefits of the environment in everyday life; the relationship between the environment and humans and its impact; wise use; environmental management according to the Royal Project initiated by His Majesty King Bhumibol

942-402 การจัดการชุมชนยั่งยืน

2((2)-0-4)

Sustainable of Community Management

การจัดการชุมชน สถานการณ์ การพัฒนา และผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาชุมชน ความเปราะบางของชุมชน การพึ่งพาตนเอง และการจัดการที่เหมาะสมเพื่อชุมชนที่ยั่งยืน

Community management; situation, development, and impact in community development; the vulnerability of communities; self-reliance; and appropriate management for a sustainable community

943-100 สุนทรียภาพของการดำเนินชีวิต**1((1)-0-2)****Aesthetics for Life**

ประเพณี วิถีชีวิต ศิลปะ วัฒนธรรม ที่ส่งเสริมสนับสนุนพฤติกรรมการดำเนินชีวิตของมนุษย์ในสังคมไทยและสังคมอาเซียน

Traditions, ways of living, arts and cultures that enhance lifestyles of people in Thai and ASEAN communities

943-101 การเดินทางของกีตาร์**2((2)-0-4)****Guitar Journey**

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกีตาร์ วัฒนธรรมกีตาร์ในสังคมโลก การเดินทางของกีตาร์ การเป็นสื่อนำพาวัฒนธรรม การผสมผสานกับวัฒนธรรมดนตรีในพื้นที่ต่างๆของกีตาร์ สุนทรียภาพในการฟังและการบรรเลง ความสำคัญของดนตรีต่อชีวิตตนเองและผู้อื่น

Story of guitar; guitar's culture around the world; travelling of guitar; guitar as the media convey to culture; the culture mixing on guitars; aesthetics of listening and playing; the importance of music to self and others

943-102 ร้องเพลงเพลินใจ**2((2)-0-4)****Singing for Pleasure**

การร้องเพลงที่เหมาะสมกับตนเอง ขาบซึ่งในเสน่ห์ของเสียงและวรรณกรรมคำร้อง วัฒนธรรมการร้องเพลงในสังคมโลก เข้าใจดนตรีประกอบการร้อง การร้องเพื่อการเข้าสังคมและการผ่อนคลาย ความสำคัญของการร้องเพลงต่อชีวิตตนเองและผู้อื่น

Singing appropriate for one's self; aesthetics of the lyrics and sentimental voices; singing culture around the world; understanding the backing-track for singing; singing for society and relaxation; the importance of songs to one's self and others

943-103 ดนตรีไทยกับคนรุ่นใหม่**2((2)-0-4)****Thai Classical Music for New Generation**

การรู้จักความเป็นไทยผ่านดนตรีไทย เรียนรู้ปรัชญา แนวคิด ความเชื่อและภูมิปัญญาไทยผ่านดนตรี บทบาทดนตรีไทยในบริบทร่วมสมัย รู้จักตัวตนผ่านดนตรีพื้นถิ่น การปรับใช้ดนตรีไทยในชีวิตประจำวัน ความสำคัญและคุณค่าของดนตรีไทยในกระแสโลกาภิวัตน์

Learning Thai culture through Thai classical music; learning philosophy, concepts, beliefs and Thai wisdom through music; Thai classical music in contemporary perspectives

943-104 การรับรู้ชีวิตและธรรมชาติ**2((2)-0-4)****Perception of Life and Nature**

แนวคิดในการดำเนินชีวิตของสังคมโลกยุคสมัยต่างๆ การค้นพบและการเข้าใจธรรมชาติที่ส่งผลต่อวิถีคิดและการดำเนินชีวิต ความเชื่อและศาสนา การคิดและการใช้ชีวิตของบุคคลที่เปลี่ยนแปลงโลก แนวคิดที่ส่งผลต่อความเจริญรุ่งเรืองและล่มสลายของกลุ่มคน เพื่อนำมาปรับใช้ในการทำความเข้าใจซึ่งกันและกันในการอยู่ร่วมกันท่ามกลางความหลากหลายภายใต้กฎของธรรมชาติ

Important philosophies in different eras, discovering and understanding nature influencing individuals' thinking and living, beliefs and religion; lifestyle factors; behavioral factors affecting prosperity and collapse; adaption and coexistence either among diversity or under natural conditions

943-105 สีสันของบุคลิกภาพ**1((1)-0-2)****Colorful Personality**

การสร้างบุคลิกภาพด้วยรสนิยมทางสุนทรียภาพด้านต่าง ๆ รสนิยมทางดนตรี ภาพยนตร์ แฟชั่น งานศิลปะ กิจกรรมนันทนาการ และไลฟ์สไตล์

Personality design for aesthetics; choices and preferences for music, movies, fashion, arts, recreational activities and lifestyles

943-200 วรรณกรรมในบทเพลง**2((2)-0-4)****Literature in Songs**

วรรณกรรมคำร้องที่มีความหมายเกี่ยวกับความรักและสันติ วัฒนธรรมในคำร้องของเพลงในแต่ละยุคสมัย การศึกษาคำร้องและฉันทลักษณ์จากบทเพลงที่ทรงคุณค่า เพลงสมัยนิยม และเพลงที่ประทับใจ ความซาบซึ้งในคุณค่าของคำประพันธ์ในบทเพลง การสร้างสรรค์วรรณกรรมคำร้อง

Lyrics related to love and peace; cultural aspects of the lyrics in each era; studies of wording and forms of valuable lyrics, pop songs and impressive songs; aesthetics of lyrics; composing simple lyrics

943-201 ศิลปะการเต้นพื้นเมืองในสังคมโลก**2((2)-0-4)****Folk Dance in the World Culture**

ความสำคัญ ประโยชน์ คุณค่า ของศิลปะการเต้นพื้นเมืองในสังคมโลก ทักษะและความรู้พื้นฐานของศิลปะการเต้นพื้นเมืองในแต่ละท้องถิ่นในสังคมโลก ประยุกต์ใช้วิธีการเต้นในชีวิตประจำวัน สุนทรียภาพแห่งการเต้นพื้นเมือง

Importance, benefits and value of folk dance; basic knowledge and skills of folk dancing in world cultures; applications of folk dancing in daily life; appreciation of aesthetics of folk dance

943-202 นาฏกรรมเพื่อพัฒนาบุคลิกภาพ**2((2)-0-4)****Dramatic Work for Personality Development**

ประโยชน์ คุณค่า ความรู้พื้นฐาน ทักษะและวิธีการในการเคลื่อนไหวร่างกายเพื่อส่งเสริมพัฒนาบุคลิกภาพให้ดูดี สุนทรียภาพของนาฏกรรมรูปแบบต่างๆ เรียนรู้วัฒนธรรมผ่านนาฏกรรม

Benefits, values, basic knowledge, skills and methods of physical movements for personality development; aesthetics of dramatic work; learning cultural aspects through dramatic work

943-203 ศิลปะการต่อสู้แบบไทย**2((2)-0-4)****Thai Martial Art**

ความรู้พื้นฐานในศิลปะการต่อสู้แบบไทย ดาบไทย กระบี่กระบอง ประโยชน์และคุณค่าของศิลปะการแสดงต่อสู้แบบไทยในการดำเนินชีวิต ประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต

Fundamental knowledge of Thai martial art, Thai sword and Krabi-Krabong; appreciation of benefits and values of Thai martial art; its applications to improve life quality

946-146 การคิดเชิงตรรกะ**2((2)-0-4)****Logical Thinking**

แนวคิดเชิงตรรกะ การคิดแยกแยะและหาเหตุผล การคิดอย่างเป็นระบบ การคิดแก้ไขปัญหาและการตัดสินใจ ฝึกการคิดแก้ปัญหาเชิงตรรกะในชีวิตประจำวันผ่านหลักการโปรแกรมอย่างง่าย

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

946-149 ก้าวทันโลกดิจิทัล

2((2)-0-4)

Digital Modernization

เทคโนโลยีดิจิทัลที่ทันสมัย การใช้สื่อสังคมออนไลน์ การประเมินค่าสารสนเทศ การวิเคราะห์และสังเคราะห์สารสนเทศ การใช้ดิจิทัลเพื่อความมั่นคงปลอดภัย กฎหมายและจริยธรรมสำหรับการใช้สารสนเทศ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในองค์กร

Modern digital technology; social media usage; information evaluation; information analysis and synthesis; digital usage for security; laws and ethics for information usage; the application of digital technology in the organization

947-102 รู้เท่าทันวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

2((2)-0-4)

Science and Technology Literacy

กระแสการเปลี่ยนแปลงด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน ผลกระทบของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การวิเคราะห์ข้อมูลด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอย่างรู้เท่าทัน

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

947-200 ชีวิตและสุขภาพ

2((2)-0-4)

Life and Health

ความหมาย องค์ประกอบ และความสำคัญของชีวิตและสุขภาพ การดูแลสุขภาพองค์รวม ภาวะเสี่ยงและปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อชีวิตกับสุขภาพ สุขภาพจิต สิ่งแวดล้อมเพื่อสุขภาพ โภชนาการเพื่อสุขภาพ หลักการออกกำลังกาย การปฐมพยาบาลเบื้องต้น การทดสอบสมรรถภาพทางกาย

Definitions, key components, and importance of life and health; holistic health care; risks and important factors influencing life and health; mental health; health environment; nutrition; exercise principles; first aid; and physical fitness testing

947-201 วิทยาศาสตร์รักษ์โลก

2((2)-0-4)

Green Science

การพัฒนาความรู้ทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีสมัยใหม่ ปัญหาและผลกระทบสิ่งแวดล้อมจากวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี แนวคิดสีเขียว นวัตกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

Science knowledge development; modern technology; cause and effects from science and technology; green concept; eco-friendly innovation

947-216 ชีวิตกับการคำนวณ

2((2)-0-4)

Life with Calculations

การให้เหตุผลทางตรรกศาสตร์ การประยุกต์ใช้ความรู้ทางคณิตศาสตร์ในทางสถิติ คณิตศาสตร์กับการแก้ปัญหา และตัดสินใจในชีวิตประจำวัน

Logical reasoning; mathematical application in statistics; mathematics with problem solving and decision making in daily life

948-140 ทักษะการใช้ดิจิทัล**2((2)-0-4)****Digital Literacy**

การใช้คอมพิวเตอร์ การใช้งานอินเทอร์เน็ต การใช้โปรแกรมประมวลคำ การใช้โปรแกรมตารางคำนวณ การใช้โปรแกรมการนำเสนอ การสร้างสื่อดิจิทัล การสืบค้นสารสนเทศและการทำงานร่วมกันแบบออนไลน์

Computer usage; internet usage; word processing program usage; spreadsheet program usage; presentation program usage; digital media creation; information search; online collaboration

996-111 ตรังศึกษา**2((2)-0-4)****Trang Study**

สภาพพื้นที่ของจังหวัดตรังและพื้นที่ใกล้เคียงทางด้านภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สถาปัตยกรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และ วิถีชีวิตของชุมชนที่สะท้อนถึงเอกลักษณ์และการดำเนินชีวิตของคนในสังคม รวมถึงแนวโน้มการพัฒนาในอนาคต

Trang province and its neighboring areas; Trang geography, history, economy, society, culture and architecture, local wisdom, and communities ways of living reflecting its identity and the people's way of life; trends in urban development

996-122 การรับรู้สุนทรียศาสตร์**1((1)-0-2)****Art Appreciation**

ศาสตร์ความงามของงานศิลปะทุกแขนง ทั้ง ทัศนศิลป์ โสตศิลป์ และโสตทัศนศิลป์ ในประเด็นของ ประวัติศาสตร์ แหล่งที่มาวิธีการรับรู้ และประสบการณ์ทางสุนทรียภาพ ในระดับการรับรู้ ระดับความคุ้นเคย และระดับความซาบซึ้ง

Aesthetic sciences of arts; visual art, audio art and audio-visual art; history of arts; origin of perceptions; aesthetic experiences in cognitive, familiar and appreciative levels

996-123 ความซาบซึ้งทางดนตรี**2((2)-0-4)****Music Appreciation**

การรับรู้และเข้าใจเกี่ยวกับ ประวัติ แนวคิด อารมณ์ความรู้สึกในเพลงประเภทต่างๆ และรับฟังอย่างมีความสุข เช่น ไทยลูกทุ่ง ไทยเดิม สุนทราภรณ์ คลาสสิก ร็อก โพรเกรสซีฟร็อก นิวเอจ และเวิร์ดมิวสิก เป็นต้น

Appreciation and perception of history, theme, emotion of music genres; happily listening of different types of music: Thai folk, Thai traditional, Soontaraporn, classical, rock, progressive rock, new age, and word music

996-124 สเก็ตภาพเมือง**2((2)-0-4)****Urban Sketching**

การสเก็ตภาพด้วยเทคนิคต่าง ๆ เพื่อถ่ายทอดบรรยากาศของสภาพแวดล้อมรอบตัว เช่น คน รถ ต้นไม้ อาคาร บ้านเรือนองค์ประกอบต่าง ๆ ของเมือง และการสเก็ตภาพทัศนียภาพของเมือง

Practice in sketching city surroundings such as people, car, tree, building, city elements and cityscape

996-132 การรับรู้ธรรมชาติ

2((2)-0-4)

Nature Perception

เรียนรู้และสัมผัสธรรมชาติด้วยประสบการณ์จริง จำแนกประเภทป่า ระบบนิเวศ สภาพภูมิประเทศ ความหลากหลายทางชีวภาพ การเดินศึกษาธรรมชาติ การเตรียมตัว การอ่านแผนที่ การใช้เข็มทิศ อุปกรณ์นำทางและทัศนศึกษาธรรมชาติ

Learning and direct experiencing with nature; classifications of forests; ecosystems; topography; biodiversity; nature trails with tracking; planning; map reading; application of compass and navigator; and natural field trips

รายวิชาแกน วิชาชีพบังคับและวิชาชีพเลือก หลักสูตรการตลาด

942-230 การภาษีอากร

3((3)-0-6)

Taxation

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับภาษีอากร แนวคิด และบทบาทของภาษีอากร หลักเกณฑ์และวิธีการจัดเก็บภาษีอากร ตามประมวลรัษฎากร ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ อากรแสตมป์ ภาษีศุลกากร และภาษีสรรพสามิต

General knowledge about 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, customs duty, excise duty

944-122 หลักเศรษฐศาสตร์

3((3)-0-6)

Principles of Economics

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์ อุปสงค์ อุปทาน และดุลยภาพของตลาด ความยืดหยุ่นของอุปสงค์และอุปทาน พฤติกรรมผู้บริโภค ต้นทุนการผลิตและฟังก์ชันการผลิต โครงสร้างตลาดในทางเศรษฐศาสตร์ การคำนวณรายได้ประชาชาติ รายได้ประชาชาติดุลยภาพ นโยบายการเงิน นโยบายการคลัง การค้าและการเงินระหว่างประเทศ

An overview of economics; laws of demand and supply; market equilibrium; elasticity of demand and supply; consumer behavior; cost and production functions; economic market structures; national income calculation; equilibrium level of national income; monetary policy; fiscal policy; international trade and finance

944-204 กฎหมายธุรกิจ

3((3)-0-6)

Business Law

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

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

946-100 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจ**3((3)-0-6)****Introduction to Business**

พลวัตของธุรกิจ ธุรกิจกับการดำเนินชีวิต ลักษณะการประกอบธุรกิจประเภทต่างๆ ในสภาพการณ์ปัจจุบัน อิทธิพลของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ธุรกิจในโลกไร้พรมแดน หลักการพื้นฐานเกี่ยวกับการบริหารจัดการ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การผลิต การตลาด การบัญชี การเงิน จริยธรรมทางธุรกิจ

Dynamic of business; business and daily life; current types of business; influences of business environments; business in a borderless world; principles of administration and management; human resource management; production; marketing; accounting; finance; business ethics

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

ความหมาย ความสำคัญของการตลาด แนวความคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการตลาด สิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลทางการตลาด ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมทางการตลาด การตลาดบริการ จริยธรรมทางการตลาด

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

946-201 การจัดการธุรกิจขนาดย่อม**3((2)-2-5)****Small Business Management**

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจขนาดย่อม การวิเคราะห์สถานการณ์ในปัจจุบันและความเหมาะสมตามสถานการณ์ทางการตลาด การออกแบบกลยุทธ์การตลาด การเงิน การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การผลิตและการวางแผนเชิงกลยุทธ์ การวิเคราะห์และการตัดสินใจในธุรกิจขนาดย่อม การสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางธุรกิจ โอกาสของธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ การจัดการความเสี่ยงสำหรับธุรกิจขนาดย่อม จรรยาบรรณและจริยธรรมสำหรับการจัดการธุรกิจขนาดย่อม

Concept and theories of the management of small businesses, analysis of the current situations and appropriateness according to the market situation; marketing strategy design; finance; human resource management; production; strategic planning, problem solving in small business, building relationships with business stakeholders opportunities for domestic and overseas joint ventures, risk management for small business and ethics in small business management

946-209 หลักการจัดการ**3((3)-0-6)****Principles of Management**

แนวคิด บทบาท และ วัฒนาการทางการจัดการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและจริยธรรมทางการจัดการ สภาพแวดล้อมทางการจัดการ การตัดสินใจทางการจัดการ หน้าที่ทางการจัดการ การวางแผน การจัดองค์การ การขึ้นและการควบคุม การบริหารกลุ่มและความขัดแย้ง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดการกลยุทธ์ และการจัดการในสภาพแวดล้อมระหว่างประเทศ

Concepts, roles and evolution of management; social responsibility and management ethics; organization's environment; managerial decision making; management functions; planning; organizing;

leading; group management and conflict; controlling; an overview of strategic management; management in the international context

946-214 การบัญชีสำหรับผู้ประกอบการ

3((3)-0-6)

Accounting for Entrepreneurs

ลักษณะและแนวความคิดขั้นพื้นฐานของการบัญชี กระบวนการบันทึกบัญชี การจัดทำงบการเงิน และการอ่านงบการเงินเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ แนวคิดและการจำแนกประเภทของต้นทุน การคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของต้นทุน ปริมาณและกำไร การใช้ข้อมูลต้นทุนเพื่อการตัดสินใจ การจัดทำงบประมาณเพื่อการวางแผนและควบคุมกำไร

Characteristics and basic 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

946-260 พฤติกรรมผู้บริโภคและกลยุทธ์ทางดิจิทัล

3((2)-2-5)

Consumer Behavior and Digital Strategy

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 กรณีศึกษาและงานวิจัยที่ปรากฏในโลกดิจิทัลมาตัดสินใจสร้างกลยุทธ์

Relationship in marketing management; consumer behavior; analysis of consumer purchase behavior in decision process; theories and factors influencing consumer behavior; individual factors; external factors; marketing activities influencing consumer behavior; participation of consumers in the new product creation and dissemination; digital world factors influencing a change in definitions of society and consumer behavior; digital consumer behavior in a virtual community; case studies and research related to the digital world in making decision on strategy development

946-262 การจัดการการตลาด

3((2)-2-5)

Marketing Management

รายวิชาบังคับเรียนก่อน : 946-260 พฤติกรรมผู้บริโภคและกลยุทธ์ทางดิจิทัล

Prerequisite: 946-260 Consumer Behavior and Digital Strategy

แนวคิด ทฤษฎีในการบริหารการตลาด การจัดการทางการตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ด้านการบริหารงาน ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจำหน่ายการส่งเสริมทางการตลาด การปฏิบัติการการควบคุมการดำเนินงานของธุรกิจ การบริหารงานของธุรกิจ การคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม

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

946-265 ประเด็นสำคัญทางการตลาด**3((2)-2-5)****Current Issues in Marketing**

หัวข้อวิชาใหม่ด้านการตลาด ทฤษฎีใหม่ที่เกี่ยวข้องสมัย การประยุกต์แนวทาง กลยุทธ์ การดำเนินงานทางการตลาด ตามที่สาขาเห็นชอบ

Current issues on marketing; contemporary marketing-related theories, applications of marketing approaches, strategies, and work performance

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

รายวิชาบังคับเรียนก่อน: 946-114 หลักการบัญชี หรือ 946-113 การบัญชีการเงิน หรือ 946-214 การบัญชีสำหรับผู้ประกอบการ

Prerequisites: 946-114 Principles of Accounting or 946-113 Financial Accounting or 946-214 Accounting for Entrepreneurs

จุดมุ่งหมายและหน้าที่การบริหารทางการเงิน มูลค่าของเงินตามเวลา ผลตอบแทนและความเสี่ยง การวางแผน และการวิเคราะห์ทางการเงิน การบริหารเงินสดและหลักทรัพย์ตามความต้องการของตลาด การบริหารลูกหนี้ การบริหารสินค้าคงเหลือ การจัดหาเงินทุนระยะสั้นและระยะยาว โครงสร้างเงินทุนและการแบ่งปันผลตอบแทนให้แก่ผู้ถือหุ้น

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

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

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

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

946-360 การจัดการการขาย**3((2)-2-5)****Sales Management**

การเปลี่ยนแปลงโลกแห่งการจัดการการขาย ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดการ กลยุทธ์องค์กรและหน้าที่การขาย โครงสร้างองค์กรการขาย การปรับใช้หน่วยงานขาย และการคาดการณ์ การสรรหาพนักงานขาย การคัดเลือกและตำแหน่งพนักงานขาย การฝึกอบรมพนักงานขาย การสร้างแรงจูงใจและการชดเชยการขายส่วนบุคคล การจัดการพนักงานขาย การใช้เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดบนโซเชียลมีเดียในการจัดการขาย

Changing World of Sales Management; Introduction to Sales Management; Organizational Strategies and the Sales Function; Salesforce Deployment, and Forecasting; Recruitment of Sales

Personnel; Selection and Placement of Sales Personnel; Training of Sales Personnel; Motivating and Compensating Sales Personal; Managing Sales Personnel; Using social media marketing communication

946-362 การสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการ

3((2)-2-5)

Integrated Marketing Communication

ความหมาย ความสำคัญของการสื่อสารทางการตลาด การวางแผนกลยุทธ์ การบริหารงาน การสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการ ประเภทของการสื่อสารทางการตลาดรูปแบบต่าง ๆ การเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดประเภทต่าง ๆ ที่บูรณาการคุณลักษณะของแต่ละเครื่องมือที่เหมาะสมกับผู้รับสารเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

Definition, importance of marketing communication; strategic planning; integrated marketing communication management; types of marketing communication, selection of different types of marketing communication tools effectively integrating the characteristics of each tool with the target audience

946-363 การวิจัยการตลาด

3((2)-2-5)

Marketing Research

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

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

ความหมาย ความสำคัญของการวิจัยตลาด กระบวนการวิจัยทางการตลาดทั้งในเชิงคุณภาพ เชิงปริมาณ และการทำวิจัยแบบผสม การทำความเข้าใจข้อมูลทางการตลาดผ่านแหล่งข้อมูลหลายประเภท การสร้างและนำเสนอโครงการวิจัยทางการตลาดที่มีคุณภาพ การประเมินโครงการวิจัยทางการตลาด

Definitions and importance of marketing research; process of marketing research in either qualitative or quantitative, and mixed research; understanding of marketing data through a variety of data sources; creation and presentation of a research project, evaluation of a research project

946-365 ชุมติวิชาการตลาดผู้ประกอบการและการสร้างธุรกิจ

6((4)-4-10)

Module: Entrepreneurial Marketing and Business Creation

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ การค้นหาตลาดใหม่ การตลาดเพื่อธุรกิจขนาดย่อมและการสร้างธุรกิจใหม่หรือธุรกิจสตาร์ทอัพ การสร้างความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร การออกแบบกลยุทธ์การตลาด การเงิน การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การผลิตและการวางแผนเชิงกลยุทธ์ การวิเคราะห์และการตัดสินใจในธุรกิจ การแปรรูปธุรกิจเพื่อตอบสนองการแข่งขัน การบริหารธุรกิจด้วยนวัตกรรมและการจัดการแบบอะไจล์ การออกแบบโมเดลธุรกิจใหม่หรือธุรกิจขนาดย่อมแบบมนุษย์เป็นศูนย์กลาง การหาแหล่งทุนและการบริหารทุน การบริหารความเสี่ยงสำหรับธุรกิจใหม่ การจัดการการเปลี่ยนแปลง และจรรยาบรรณทางการตลาดและการประกอบธุรกิจ

Concepts and theories of the management of entrepreneurial marketing; new market opportunity identification; marketing for small businesses and new venture or startup; organizational innovativeness acceleration; marketing strategy design; finance; human resource management; production; strategic planning, problem solving in small business, business transformation for competition response. Innovation and agile driven business management. human centric business model design. business fundraising and funding management. new venture risk management. change management and ethic in marketing and business

946-366 การตลาดบริการ**3((2)-2-5)****Service Marketing**

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดบริการ พฤติกรรมการซื้อ ความคาดหวังของผู้บริโภค การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของการตลาดบริการ ส่วนประสมการตลาดบริการ การออกแบบกลยุทธ์การตลาดบริการ การวิเคราะห์และการตัดสินใจในธุรกิจบริการ การสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางธุรกิจบริการ จรรยาบรรณและจริยธรรมสำหรับการจัดการธุรกิจบริการ

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; code of conduct and ethics for service business management

946-367 การจัดการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่**3((2)-2-5)****Modern Retail Management**

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

Importance and roles of retailing in modern business; type of retailing and change in retailing; retail shop management; retailing strategic planning; innovation in retailing; pricing and profitability in retail business; accounting and financing in retail business; relationship management in retail business; retail marketing promotion; human resource management; digital technology in retail business; performance management; International retailing; legal and ethics issue in retailing.

946-369 การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม**3((2)-2-5)****Green Marketing**

แนวความคิดทางการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม วิเคราะห์และระดมความคิดเกี่ยวกับปัญหาทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลง ความสำคัญต่อการปรับเปลี่ยนประสมทางการตลาดให้สอดคล้องกับการตื่นตัวของผู้บริโภค การจัดการทางการตลาดเพื่อการอนุรักษ์และรักษาสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและทางสังคม ตลอดจนแนวทางการแก้ไขโดยใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อออกแบบกลยุทธ์ที่เหมาะสม บนฐานของจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ

Concepts about green marketing; analyzing and brainstorming marketing issue in transition; importance of marketing mix optimization relevance to consumer responsiveness; marketing management for environmental and social conservatory; problem tackling by employing appropriate marketing strategies based on good business governance and ethics.

946-400 การจัดการเชิงกลยุทธ์**3((2)-2-5)****Strategic Management****เงื่อนไข : สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 4****Requirements : For fourth-year students**

ความสำคัญของการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ การกำหนดทิศทางขององค์กร การตรวจสอบสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน การกำหนดกลยุทธ์ การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ การควบคุมและการประเมินผลกลยุทธ์ 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

946-460 การจัดการผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม**3((2)-2-5)****Product Management and Innovation****รายวิชาบังคับเรียนก่อน: 946-160 หลักการตลาด****Prerequisite: 946-160 Principles of Marketing**

นโยบายและกลยุทธ์การจัดการผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การบริหารบรรจุภัณฑ์ การบริหารสายผลิตภัณฑ์ การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และแบรนด์ใหม่ ผลิตภัณฑ์สีเขียว นวัตกรรม การบริหารผลิตภัณฑ์ในแต่ละช่วงวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ สาเหตุและการหลีกเลี่ยงความล้มเหลวของการบริหารงานด้านผลิตภัณฑ์ ความสอดคล้องของกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดอื่น ๆ กับกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ การสร้างบรรจุภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ฉลาก บทบาทของรัฐบาลที่มีต่อการบริหารผลิตภัณฑ์และแบรนด์ การบริหารผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์อย่างมีจริยธรรม

Policies and strategies in product management; packaging management strategies; product line management; product positioning; product and new brand development; green product; innovation; product life cycle management; causes and avoidance of product management failures; alignment of other marketing mix strategies with product strategies; designing packaging in accordance with products; labeling; roles of the government in product and brand management; ethical product and packaging management

946-461 การจัดการช่องทางการตลาดแบบบูรณาการ**3((2)-2-5)****Omni-Channel Management**

ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับช่องทางการตลาด ระบบนิเวศของช่องทางการตลาดแบบออมนิ-ชาแนล อำนาจของช่องทางการตลาด ความสัมพันธ์ของช่องทางการตลาด ความขัดแย้งของช่องทางการตลาด โครงสร้างและกลยุทธ์การค้าปลีก โครงสร้างและกลยุทธ์การค้าส่ง โครงสร้างและกลยุทธ์แฟรนไชส์ การวิเคราะห์ผู้ใช้ปลายทาง การแบ่งกลุ่มและเป้าหมายในช่องทางการตลาด กลยุทธ์แบบช่องทางการตลาดแบบออมนิ-ชาแนล และการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่เกี่ยวข้อง

Channel basics; the Omni- Channel ecosystem; 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; Omni- Channel strategy; and related supply chain management

946-462 สัมมนาทางการตลาด**3((1)-4-4)****Seminar in Marketing****เงื่อนไข : ผ่านวิชาชีพบังคับมาแล้วไม่ต่ำกว่า 15 หน่วยกิต****Requirements : Pass Professional Core Course not less than 15 credits**

การวิเคราะห์สถานการณ์ในปัจจุบัน การประยุกต์ใช้ความรู้และทฤษฎีทางการตลาดเพื่อการออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาด การวิเคราะห์และการตัดสินใจทางการตลาด การแก้ไขปัญหาทางการตลาดในรูปแบบของกรณีศึกษา

Analysis of the current situations; application of marketing knowledge and theories to design marketing strategies; marketing analysis and decision making; solving marketing problems in the form of a case study

946-463 การศึกษาค้นคว้าอิสระทางการตลาด 1**3(0-9-0)****Independent Study in Marketing I****เงื่อนไข : ผ่านวิชาชีพบังคับมาแล้วไม่ต่ำกว่า 15 หน่วยกิต****Requirements : Pass Professional Core Course not less than 15 credits**

การค้นคว้าและกำหนดประเด็นสำคัญทางการตลาดที่เกิดขึ้นจริงในพื้นที่ ขั้นตอนวิธีการวิเคราะห์และออกแบบโครงการวิจัยที่ทันสมัยทางการตลาด การจัดทำโครงร่างงานวิจัยทางการตลาดด้วยระเบียบวิธีวิจัยที่ทันสมัยในการตลาด การนำเสนอโครงร่างงานวิจัยที่สอดคล้องกับการตลาดที่สนับสนุนธุรกิจรูปแบบใหม่ เช่น ธุรกิจสตาร์ทอัพ ธุรกิจนวัตกรรม ธุรกิจทางการเงินรูปแบบใหม่ ฯลฯ โดยอยู่ภายใต้การควบคุมของอาจารย์ที่ปรึกษา

Literature review and topic proposition in marketing supporting start-up business, innovation-driven business, fin-tech etc. in area base. ,current research method in marketing, marketing research design in marketing 4.0, research proposal development in marketing; research proposal presentation under advisory of instructor

946-464 การศึกษาค้นคว้าอิสระทางการตลาด 2**3(0-9-0)****Independent Study in Marketing II****เงื่อนไข : ผ่านวิชาชีพบังคับมาแล้วไม่ต่ำกว่า 15 หน่วยกิต และรายวิชา 946-463 การศึกษาค้นคว้าอิสระทางการตลาด 1****Requirements: Obtaining not less than 15 credits of professional core courses and 946-463 Independent Study in Marketing I**

การกำหนดหัวข้อ ประเด็นที่นักศึกษาสนใจ เกี่ยวข้องกับวิชาชีพในสถานการณ์จริง อาศัยองค์ความรู้ เทคนิควิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดในการคิดหาแนวทางการแก้ปัญหา รูปแบบการดำเนินงานทางการตลาด การนำเสนอเป็นรายงานประกอบการศึกษาในหัวข้อหรือปัญหานั้น ๆ

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

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

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับรูปแบบและกระบวนการสหกิจศึกษา การปรับตัวเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับชีวิตการทำงาน ทั้งด้านการประยุกต์ใช้ความรู้ และทักษะที่จำเป็นสำหรับคนทำงาน การคิดแก้ปัญหา การสื่อสารการทำงานเป็นทีม และการปรับทัศนคติให้พร้อมรับวิถีชีวิตวัยทำงาน

Fundamental knowledge of cooperative education types and procedures; work-life adaptability in terms of knowledge application and skills required for work completion; problem-solving; communication skills; teamwork; and attitude adjustments for work-life readiness

946-467 การจัดการผลิตภัณฑ์ใหม่

3((2)-2-5)

New Product Management

แนวคิดของการจัดการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่บนวิถีของความยั่งยืนและรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสังคม การบริหารงานและเทคนิคในการวิเคราะห์ที่จำเป็นใน การออกแบบและบริหารสินค้าและบริการใหม่ การวิเคราะห์ ตลาดที่จะเข้าการพัฒนาแนวคิดในการเข้าสู่ตลาด การปรับแนวคิดตามความต้องการและความปรารถนาของลูกค้า การเลือกแนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ วิธีการทดสอบตลาด วิธีการบริหารวงจรผลิตภัณฑ์จากเริ่มต้นจนถึงจุดอิ่มตัว

Concepts of new product and service management development based on sustainability , stakeholder and mankind and society concern ; administration; analytical techniques in designing and managing new products and services; entry market analysis; entry market development; concept adjustment to customer need or desire; product concept selection; marketing mix

946-468 การตลาดเชิงสัมพันธ์ภาพ

3((2)-2-5)

Relationship Marketing

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดเชิงสัมพันธ์ภาพ การออกแบบกลยุทธ์การตลาดเชิงสัมพันธ์ภาพ การตัดสินใจทางการตลาด ข้อมูลสารสนเทศทางการตลาด ความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การพัฒนาและสร้างสรรค์กลยุทธ์ที่ใช้เพื่อการรักษาความสัมพันธ์ให้คงอยู่อย่างยั่งยืน

Concepts and theories of relationship marketing; design of relationship marketing strategy; marketing decisions; data marketing; relations with stakeholders; developing and creating strategies used to sustain relationships

946-469 การตลาดเพื่อความยั่งยืน

3((2)-2-5)

Sustainable Marketing

การบริหารการตลาดด้วยความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคมส่วนรวม การวิเคราะห์ปัญหาจากผลกระทบเชิงลบของการดำเนินธุรกิจและการตลาด การพัฒนากลยุทธ์โดยนำความรับผิดชอบต่อสังคมและการพัฒนาอย่างยั่งยืนมาเป็นพื้นฐานและเป้าหมายสำคัญในการแข่งขันทางการตลาด การคำนึงถึงคุณค่าต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ 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

947-118 สถิติธุรกิจ 1

3((2)-2-5)

Business Statistics I

การวิเคราะห์ปัญหาทางธุรกิจในเชิงสถิติ ความหมาย ขอบเขต และประโยชน์ของสถิติ การเก็บรวบรวมและการนำเสนอข้อมูล การวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง การวัดการกระจาย ความน่าจะเป็น การแจกแจงความน่าจะเป็นของตัวแปรสุ่ม

การประมาณค่า การทดสอบสมมติฐาน การทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติช่วยในการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล

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

947-311 สถิติเพื่อการวิจัย

3((3)-0-6)

Statistics for Research

ความหมาย ขอบเขตและประโยชน์ของสถิติ การเก็บรวบรวมและการนำเสนอข้อมูล การวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง การวัดการกระจาย การประมาณค่า การทดสอบสมมติฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวน การวิเคราะห์การถดถอยและสหสัมพันธ์ การทดสอบไคสแควร์ การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติช่วยในการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล

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

948-260 ความคิดสร้างสรรค์ และการสื่อสารในวิชาชีพการตลาด

3((2)-2-5)

Creativity and Communication in Marketing Professional

แนวคิด ทฤษฎีการนำเสนองานเชิงธุรกิจ กระบวนการ วิธีการ หลักการออกแบบกลยุทธ์การสื่อสารและการนำเสนอข้อความเพื่อโน้มน้าวและสร้างการยอมรับให้กับกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ รูปแบบกิจกรรมที่เหมาะสมสำหรับแต่ละสถานการณ์ กระบวนการในการเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ และทักษะในการสื่อสารเพื่อความสำเร็จในวิชาชีพการตลาดที่ไม่ขัดแย้งกับจริยธรรมทางการตลาดและความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

Concepts and theories for business presentation; process, methods, principles of strategic design; effective strategies for persuasive promotion and gaining acceptance of particular target groups; the way to organize an activity for a specific situation; processes to enhance creativity and communication skills for successful marketing career and not conflict to ethics in marketing and stakeholder responsibility

948-261 การตลาดระหว่างประเทศ

3((2)-2-5)

International Marketing

แนวความคิด วิธีการดำเนินธุรกิจด้านการตลาดระหว่างประเทศ ซึ่งรวมถึง การนำเข้าและส่งออก การลงทุนในต่างประเทศ กลยุทธ์การตลาดในยุคโลกาภิวัตน์ รวมทั้งปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการดำเนินงานเหล่านั้น การทำความเข้าใจสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการในตลาดต่างประเทศและนำความต้องการเหล่านั้นมาพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม เพื่อเชื่อมโยงระหว่างสิ่งแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ การหาโอกาสทางธุรกิจในตลาดระหว่างประเทศ และการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดระหว่างประเทศ

Concepts and business process related to international marketing including import – export; foreign investment, strategic marketing for globalization, factors affecting international business process; understanding of international consumers and creating appropriate marketing strategies in order to link international business environment, international market opportunity search, and development of international marketing strategies

948-263 การวิเคราะห์ทางการตลาด**3((2)-2-5)****Marketing Analytics**

ความรู้เกี่ยวกับการวิเคราะห์ทางการตลาด แนวคิดการตลาดที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล เครื่องมือในการค้นหาข้อเท็จจริงทางการตลาดเชิงลึกจากข้อมูลเชิงประจักษ์ การแบ่งส่วน การเลือกตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่งทางการตลาดด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล การจัดการความพึงพอใจ การวิเคราะห์วงจรชีวิตของลูกค้า การทำนายพฤติกรรมผู้บริโภค การค้นหาทางเลือกของลูกค้า การตัดสินใจการอพยพไม่ซ้ำทางการตลาด การวิเคราะห์ประสิทธิภาพของกิจกรรมการตลาด และจรรยาบรรณในการวิเคราะห์และใช้ข้อมูลทางธุรกิจ

Principles of marketing analytics; concept of data driven marketing; tools for marketing fact and insight investigation from empirical data; segmentation; targeting and positioning using data analytics; satisfaction management; customer life cycle management; consumer behavior forecasting; customer choice identification; marketing decision optimization; marketing activities efficiency analysis; ethics in employing business data and analytics

948-360 กลยุทธ์และการจัดการราคา**3((2)-2-5)****Price Strategy and Management**

รายวิชาบังคับเรียนก่อน: 946-160 หลักการตลาด

Prerequisite: 946-160 Principles of Marketing

นโยบายราคา กลยุทธ์การกำหนดราคา การตัดสินใจเปลี่ยนแปลงราคาของผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ การใช้ราคาเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการตลาด การกำหนดราคาให้สอดคล้องกับส่วนประสมทางการตลาดอื่น ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลกระทบต่อการทำกำไรของกิจการ เศรษฐศาสตร์กับราคา การวิเคราะห์ต้นทุน การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน

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

948-361 การจัดการแบรนด์เชิงกลยุทธ์**3((2)-2-5)****Strategic Brand Management**

ความหมาย ความสำคัญ บทบาทและประโยชน์ของแบรนด์ ความเชื่อมโยงระหว่างการตลาดและการจัดการแบรนด์ ภาพลักษณ์ของแบรนด์ กลยุทธ์ของแบรนด์ สถาปัตยกรรมและการออกแบบแบรนด์ แบรนด์อิคิวิดีและตัวแบบแบรนด์อิคิวิดีที่มีลูกค้าเป็นพื้นฐาน แหล่งที่มาของแบรนด์อิคิวิดี บุคลิกภาพของแบรนด์ การวางตำแหน่งของแบรนด์ ส่วนประกอบของแบรนด์ การสื่อสารแบรนด์แบบบูรณาการ พลวัตของแบรนด์การจัดการแบรนด์ตามกาลเวลา การปกป้องแบรนด์ตามบริบทของจรรยาบรรณและกฎหมาย

Definitions and significance of brands; brand components; brand identity; relevance of brand and marketing; brand image. brand strategy; brand architecture and design; brand equity and consumer based brand equity modeling; source of brand equity. brand personality; brand positioning; brand component; integrated brand communication; brand dynamic; brand life cycle management; legal and ethical brand protection

948-364 ความคิดสร้างสรรค์และการออกแบบทางการตลาด**3((2)-2-5)****Creativity and Design in Marketing**

หลักการและเทคนิคของการออกแบบทางการตลาด การจัดองค์ประกอบจิตวิทยาของมนุษย์ในการอ่านและรับรู้งานออกแบบ การออกแบบสัญลักษณ์เครื่องหมายการค้าและบรรจุภัณฑ์ การออกแบบกราฟิกสำหรับองค์กรและ

การจัดวางเครื่องหมายการค้าบนตัวผลิตภัณฑ์ การใช้คอมพิวเตอร์ในการออกแบบและการแสดงแบบ การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่าง ๆ สำหรับการออกแบบสื่อทางการตลาด

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

948-366 กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล

3((2)-2-5)

Digital Marketing Strategy

ศึกษาและเข้าใจเกี่ยวกับการนำแนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดเพื่อตอบสนองตลาดผู้บริโภคและตลาดธุรกิจในยุคดิจิทัล เข้าใจประเด็นและความท้าทายของเทคโนโลยีดิจิทัลในการแข่งขันทางการตลาด การปรับใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน การกำหนดและประยุกต์ใช้กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล และการออกแบบตัวชี้วัดในการประเมินความสำเร็จของกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล

Studying and understanding concept of digital technology for proposing consumer centric marketing strategy in digital era; understanding issue and challenge of digital technology in marketing competition; applying and implementing digital technology for building competitiveness; proposing and applying digital marketing strategy; designing successful performance measurement of digital marketing strategy

948-460 สหกิจศึกษาทางการตลาด

6(0-40-0)

Cooperative Education in Marketing

เงื่อนไข : สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 4

Requirements : For fourth-year students

ปฏิบัติงานตามวิชาชีพเสมือนเป็นพนักงานชั่วคราวเต็มเวลาในตำแหน่งที่เหมาะสมกับความรู้ความสามารถของนักศึกษา เชื่อมโยงความรู้จากทฤษฎีกับการปฏิบัติจริงในรูปแบบงานประจำหรือโครงการไม่น้อยกว่า 16 สัปดาห์ต่อเนื่อง รายงานความก้าวหน้าต่ออาจารย์นิเทศและพี่เลี้ยงไม่ช้ากว่าสัปดาห์ที่ 10 นำเสนอโครงการ/ผลการศึกษาที่เกิดจากการทำงานในที่ประชุมก่อนสิ้นสุดเวลาปฏิบัติงาน มีอาจารย์นิเทศและพี่เลี้ยงในสถานประกอบการคอยให้คำปรึกษาแนะนำตลอดระยะเวลาที่ปฏิบัติงานและร่วมประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ

On the job training as a temporary full-time employee in the position appropriate for knowledge and competences; connecting theoretical knowledge and actual practice, either as the full time staff or in the form of project, in consecutive 16 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 constantly supervision and advice from the university supervisor and the field supervisor on a systematic basis

948-461 การเป็นผู้ประกอบการและการแปรรูปธุรกิจ

3((2)-2-5)

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; entrepreneurial marketing; business fundraising; new venture risk management; change management and ethic in business

4. องค์ประกอบเกี่ยวกับประสบการณ์ภาคสนาม

4.1 การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา

4.1.1 ผลลัพธ์การเรียนรู้ของการเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา

- 1) เข้าใจความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับรูปแบบและกระบวนการสหกิจศึกษา
- 2) สามารถปรับตัวเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับชีวิตการทำงาน
- 3) มีทักษะที่จำเป็นสำหรับการทำงาน เช่น การคิดแก้ปัญหา การสื่อสารและการทำงานเป็นทีม
- 4) สามารถปรับทัศนคติให้พร้อมรับวิถีชีวิตวัยทำงาน

4.1.2 ช่วงเวลา

ภาคการศึกษาที่ 1 ของชั้นปีที่ 4

4.1.3 การจัดเวลาและตารางสอน

รายวิชา 946-465 การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษาทางการตลาด

ภาคการศึกษาที่ 1 ชั้นปีที่ 4 จำนวน 30 ชั่วโมง

4.2 สหกิจศึกษา

4.2.1 ผลลัพธ์การเรียนรู้ของสหกิจศึกษา

- 1) เข้าใจความรู้ หลักการของแนวคิดและทฤษฎีทางการตลาด รวมทั้งสามารถริเริ่มสร้างสรรค์เพื่อสร้างองค์ความรู้และนวัตกรรมทางการตลาด
- 2) วิเคราะห์ปัญหาหรือสถานการณ์ที่ซับซ้อนโดยใช้ความรู้ แนวคิดและทฤษฎีทางการตลาดเพื่อเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขได้อย่างสร้างสรรค์
- 3) ติดตามความก้าวหน้าของความรู้ตลอดจนธรรมเนียมปฏิบัติ กฎระเบียบและข้อบังคับที่เปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ในสาขาวิชาการตลาด
- 4) เลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศรวมทั้งรูปแบบการสื่อสารเพื่อนำเสนอข้อมูลทางการตลาดในรูปแบบที่หลากหลายได้อย่างเหมาะสมกับกลุ่มบุคคลต่าง ๆ และสถานการณ์
- 5) ประพฤติตนอย่างมีวินัย ซื่อสัตย์สุจริต รับผิดชอบต่อหน้าที่และปฏิบัติตามกฎระเบียบ ค่านิยมขององค์กรและสังคม
- 6) ยอมรับในความแตกต่างและหลากหลายของบุคคล มีทักษะในการทำงานเป็นทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 7) มีจิตสาธารณะและถือประโยชน์ของเพื่อนมนุษย์เป็นกิจที่หนึ่ง
- 8) แสดงภาวะผู้นำและผู้ตามที่ดี มีมนุษยสัมพันธ์และสามารถประสานงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.2.2 ช่วงเวลา

การปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ปฏิบัติงานในภาคการศึกษาที่ 2 ของชั้นปีที่ 4

4.2.3 การจัดเวลาและตารางสอน

รายวิชา 948-460 สหกิจศึกษาทางการตลาด

ภาคการศึกษาที่ 2 ชั้นปีที่ 4 ตลอดภาคการศึกษา

5. ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงการหรืองานวิจัย

5.1 คำอธิบายโดยย่อ

หลักสูตรกำหนดให้นักศึกษาทุกคนต้องลงทะเบียนเรียนรายวิชา 946-363 การวิจัยตลาด เพื่อเรียนรู้กระบวนการวิจัยทางการตลาดและฝึกการค้นคว้า รวบรวม และเรียบเรียงเพื่อจัดทำรายงานวิจัยตลาด 946-463 การศึกษาค้นคว้าอิสระทางการตลาด 1 และ 946-464 การศึกษาค้นคว้าอิสระทางการตลาด 2 เพื่อให้นักศึกษาได้เรียนรู้การทำวิจัยด้านการตลาดและในศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง

สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 4 ที่เรียนแผนการศึกษาแบบสหกิจศึกษาทุกคนต้องจัดทำกิจกรรมพัฒนางานหรือทำวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่งานที่ปฏิบัติ เพื่อฝึกให้นักศึกษาสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ทางการตลาดเข้ากับสถานการณ์จริงในสถานประกอบการและจัดทำรายงานผลอย่างเป็นระบบ โดยประเด็นที่จะนำมาจัดทำกิจกรรมพัฒนางานหรือทำวิจัยจะต้องได้รับการเห็นชอบจากหน่วยงาน/สถานประกอบการสหกิจ ศึกษาที่นักศึกษาปฏิบัติงาน และหน่วยงาน/สถานประกอบการสหกิจศึกษาออกแบบการจัดการและควบคุมดูแลการทำกิจกรรมพัฒนางานหรือทำวิจัยร่วมกับอาจารย์ที่ปรึกษา และ นักศึกษาจะต้องนำเสนอรายงานการปฏิบัติงานสหกิจเมื่อสิ้นสุดการปฏิบัติงาน

หลักสูตรกำหนดให้มีรายวิชาที่มีการเรียนการสอนแบบ WIL จำนวน 25 วิชา ซึ่งประกอบด้วยรายวิชา ได้แก่ (1) 946-160 หลักการตลาด (2) 946-201 การจัดการธุรกิจขนาดย่อม (3) 946-260 พฤติกรรมผู้บริโภคและกลยุทธ์ทางดิจิทัล (4) 946-262 การจัดการการตลาด (5) 946-300 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (6) 946-360 การจัดการการขาย (7) 946-362 การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ (8) 946-363 การวิจัยการตลาด (9) 946-365 ชุดวิชาการเป็นผู้ประกอบการและการสร้างธุรกิจ (10) 946-366 การตลาดบริการ (11) 946-367 การจัดการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (12) 946-369 การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม (13) 946-400 การจัดการเชิงกลยุทธ์ (14) 946-460 การจัดการผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม (15) 946-461 การจัดการช่องทางการตลาดแบบบูรณาการ (16) 946-467 การจัดการผลิตภัณฑ์ใหม่ (17) 946-468 การตลาดเชิงสัมพันธ์ภาพ (18) 946-469 การตลาดเพื่อความยั่งยืน (19) 947-118 สถิติธุรกิจ 1 (20) 948-261 การตลาดระหว่างประเทศ (21) 948-360 กลยุทธ์และการจัดการราคา (22) 948-361 การจัดการแบรนด์เชิงกลยุทธ์ (23) 948-366 กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล (24) 948-364 ความคิดสร้างสรรค์และการออกแบบทางการตลาด (25) 948-460 สหกิจศึกษาทางการตลาด ซึ่งเน้นให้นักศึกษาทำโครงการที่บูรณาการกับโจทย์ธุรกิจจริง สามารถประยุกต์ใช้ทฤษฎีเพื่อการจัดทำกลยุทธ์และนำเสนอโครงการเพื่อการแก้ปัญหาทางธุรกิจได้

5.2 ผลลัพธ์การเรียนรู้

- 1) เข้าใจความรู้และหลักการของแนวคิดและทฤษฎีทางการตลาด
- 2) ตระหนักรู้ถึงงานวิจัยในปัจจุบันที่เกี่ยวข้องกับการแก้ปัญหาและการต่อยอดองค์ความรู้ในสาขาวิชาการตลาด
- 3) วิเคราะห์ปัญหาหรือสถานการณ์หรือสภาพปัญหาที่ซับซ้อน โดยใช้ความรู้ แนวคิดและทฤษฎีทางการตลาด เพื่อเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขได้อย่างสร้างสรรค์
- 4) เลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสืบค้นองค์ความรู้รวมทั้งรูปแบบการสื่อสารเพื่อนำเสนอข้อมูลทางการตลาดในรูปแบบที่หลากหลายได้อย่างเหมาะสมกับกลุ่มบุคคลต่าง ๆ และสถานการณ์
- 5) มีทักษะคิดเชิงวิเคราะห์ คิดเชิงวิพากษ์ สังเคราะห์และริเริ่มสร้างสรรค์เพื่อสร้างองค์ความรู้และนวัตกรรมทางการตลาด
- 6) ริเริ่มและสนับสนุนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแก้ไขปัญหาย่างสร้างสรรค์

5.3 ช่วงเวลา

- ภาคการศึกษาที่ 1 ของชั้นปีที่ 3 สำหรับรายวิชา 946-363 การวิจัยการตลาด
- ภาคการศึกษาที่ 2 ของชั้นปีที่ 3 สำหรับรายวิชา 946-463 การศึกษาค้นคว้าอิสระทางการตลาด 1
- ภาคการศึกษาที่ 1 ของชั้นปีที่ 4 สำหรับรายวิชา 948-464 การศึกษาค้นคว้าอิสระทางการตลาด 2
- ภาคการศึกษาที่ 1 ของชั้นปีที่ 4 สำหรับรายวิชา 946-465 การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษาทางการตลาด
- ภาคการศึกษาที่ 2 ของชั้นปีที่ 4 สำหรับรายวิชา 948-460 สหกิจศึกษาทางการตลาด

5.4 จำนวนหน่วยกิต

รายวิชา 946-363 การวิจัยการตลาด	3 หน่วยกิต
รายวิชา 946-463 การศึกษาค้นคว้าอิสระทางการตลาด 1	3 หน่วยกิต
รายวิชา 946-464 การศึกษาค้นคว้าอิสระทางการตลาด 2	3 หน่วยกิต
รายวิชา 946-465 การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษาทางการตลาด	1 หน่วยกิต
รายวิชา 948-460 สหกิจศึกษาทางการตลาด	6 หน่วยกิต

5.5 การเตรียมการ

- 1) มอบหมายอาจารย์ที่ปรึกษาให้นักศึกษา
- 2) กำหนดชั่วโมงการให้คำปรึกษา ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการทางเว็บไซต์ และปรับปรุงให้ทันสมัยเสมอ
- 3) อาจารย์ที่ปรึกษาให้คำปรึกษาในการเลือกหัวข้อ และกระบวนการศึกษาค้นคว้าและประเมินผล
- 4) อาจารย์ที่ปรึกษาจัดทำบันทึกการให้คำปรึกษา
- 5) จัดสรรงบประมาณสนับสนุนการวิจัย จัดสิ่งอำนวยความสะดวก และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 6) จัดให้นักศึกษานำเสนอผลการศึกษาปากเปล่าต่ออาจารย์ที่ปรึกษาประจำวิชา
- 7) จัดกิจกรรมเพื่อให้นักศึกษานำเสนอผลงานต่ออาจารย์ประจำรายวิชา

5.6 กระบวนการประเมินผล

- 1) ประเมินผลจากความก้าวหน้าในการทำโครงการ
- 2) ประเมินผลจากการนำเสนอปากเปล่า และจากการเขียนรายงาน
- 3) ผู้เรียนประเมินผลการเรียนรู้ด้วยตนเองตามแบบฟอร์ม
- 4) ผู้สอนประเมินผลการเรียนรู้ของผู้เรียนตามแบบฟอร์ม
- 5) ผู้สอนและผู้เรียนประเมินผลการเรียนรู้ร่วมกัน
- 6) การเข้าร่วมกิจกรรมของผู้เรียนในการนำเสนอผลงาน
- 7) ผู้ประสานงานรายวิชาประเมินผลการเรียนของผู้เรียนตามเกณฑ์ที่กำหนด โดยความเห็นชอบของอาจารย์ประจำรายวิชา

หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล

1. การพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของบัณฑิต

คุณลักษณะพิเศษ	กลยุทธ์หรือกิจกรรมของนักศึกษา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs)
1. เป็นนักออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดโดยใช้เทคโนโลยีเพื่อการสนับสนุนการตัดสินใจได้ (Core Marketing Expertise)	- การนำองค์ความรู้ที่ได้จากในห้องเรียนในรูปแบบต่าง ๆ เช่น งานวิจัย ตำราสมัยใหม่ มาเป็นส่วนหนึ่งในการเรียนการสอน - ส่งเสริมให้นักศึกษาได้มีส่วนร่วมในโครงการบริการวิชาการเพื่อช่วยเหลือชุมชนในท้องถิ่น หรือภาคธุรกิจ โดยนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ วางแผนและดำเนินการในสถานการณ์จริง - ส่งเสริมให้นักศึกษาเข้าร่วมโครงการแข่งขัน กิจกรรมเกี่ยวกับศาสตร์ทางการตลาด โดยใช้ความรู้จากห้องเรียนไปวางแผนการดำเนินงานจริง เช่น การประกวดแผนธุรกิจ การประกวดแผนการตลาด เป็นต้น - การจัดโครงการฝึกอบรมหรือดูงาน ภายในประเทศ และต่างประเทศ รวมทั้งมีการแลกเปลี่ยนนักศึกษากับมหาวิทยาลัยต่างประเทศ	PLO 1 สามารถออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดที่ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบันได้ PLO 2 สามารถใช้เทคโนโลยีเพื่อตัดสินใจทางการตลาดได้
2. เป็นนักคิดเชิงกลยุทธ์ (Strategic Thinker)	- การนำกรณีศึกษาที่เกิดขึ้นจริงในภาคธุรกิจ มาเป็นตัวอย่างในการเรียนการสอนเพื่อวิเคราะห์ แลกเปลี่ยน และอภิปราย - มอบหมายโครงการเพื่อช่วยในการกระตุ้น และส่งเสริมให้นักศึกษาได้วิเคราะห์ แก้ไขปัญหา พัฒนาความคิดเชิงสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบบนพื้นฐานทางการตลาดและเทคโนโลยี	PLO 2 สามารถใช้เทคโนโลยีเพื่อตัดสินใจทางการตลาดได้ PLO 3 สามารถสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการตลาด PLO 4 สามารถสื่อสารเพื่อปฏิบัติงานในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ PLO 5 ตระหนักและแสดงออกซึ่งจริยธรรม รับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Comprehension / Application)
3. เป็นผู้ที่สามารถดำเนินกิจกรรมทางการตลาดอย่างมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Sustainable Master Mind)	- จัดการเรียนการสอนรายวิชาที่เน้นเข้าใจความรู้และแนวคิดทฤษฎีทางการตลาด - จัดการเรียนการสอน จัดอบรมเพื่อให้นักศึกษามีความรับผิดชอบต่อตนเอง และสังคม - จัดการเรียนการสอนที่เน้นการเรียนรู้จากสถานการณ์จริง กรณีศึกษาเกี่ยวกับคุณธรรม จริยธรรมทางการตลาด - การพัฒนาและยกระดับคุณภาพทางจิตใจให้กับนักศึกษาผ่านโครงการการพัฒนา นักศึกษา	PLO 1 สามารถออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดที่ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบันได้ PLO 3 สามารถสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการตลาด PLO 5 ตระหนักและแสดงออกซึ่งจริยธรรม รับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Comprehension / Application)

ความคาดหวังของผลลัพธ์การเรียนรู้เมื่อสิ้นปีการศึกษา

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564

ปีที่	รายละเอียด
1	- อธิบายองค์ความรู้พื้นฐานทางธุรกิจและศาสตร์ที่เกี่ยวข้องได้ - มีจิตสาธารณะและแสดงออกถึงประโยชน์ของเพื่อนมนุษย์ - มีทักษะการทำงานเป็นทีม มีมนุษยสัมพันธ์ และมีความสามารถในการประสานงาน
2	- เข้าใจ วางแผน และออกแบบกลยุทธ์การตลาด โดยใช้องค์ความรู้ทางธุรกิจ การตลาด และศาสตร์ที่เกี่ยวข้องให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมในศตวรรษที่ 21 - สามารถนำแผนกลยุทธ์ทางการตลาดไปดำเนินการในสถานการณ์จริงในรูปแบบต่าง ๆ - มีทักษะการเรียนรู้ด้วยตนเองจากแหล่งความรู้ที่หลากหลาย
3	- สามารถวิเคราะห์เพื่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ตนเองและส่วนรวม - สามารถศึกษาวิจัยในประเด็นทางด้านการตลาด โดยประยุกต์ใช้องค์ความรู้ได้อย่างเป็นระบบ และนำเสนอผลการศึกษาวิจัยได้อย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ - สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในเชิงปฏิบัติ และบูรณาการระหว่างศาสตร์ได้
4	- สามารถสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการตลาด - สามารถสร้างสรรค์โครงการทางการตลาด หรืองานวิจัย เพื่อพัฒนา แก้ไขปัญหาของหน่วยงานได้สำเร็จ - สามารถริเริ่มธุรกิจด้วยแนวคิดโมเดลธุรกิจใหม่ที่ตอบสนองพลวัตความต้องการสังคมและเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของประเทศ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs) ที่สอดคล้องกับมาตรฐานด้านผลลัพธ์ผู้เรียนตามมาตรฐานการอุดมศึกษา พ.ศ. 2561

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs)	ทักษะทั่วไป (Generic Skill)	ทักษะเฉพาะ (Specific Skill)	มาตรฐานด้านผลลัพธ์ผู้เรียน ตามมาตรฐานการอุดมศึกษา พ.ศ. 2561		
			ผู้เรียน (Learner)	ผู้ร่วมสร้างสรรค์ (Co-creator)	พลเมืองที่เข้มแข็ง (Active citizen)
PLO 1 สามารถออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดที่ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบันได้		✓	✓	✓	
PLO 2 สามารถใช้เทคโนโลยีเพื่อการตัดสินใจทางการตลาดได้		✓	✓	✓	
PLO 3 สามารถสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการตลาด		✓		✓	
PLO 4 สามารถสื่อสารเพื่อปฏิบัติงานในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ	✓				✓
PLO 5 ตระหนักและแสดงออกซึ่งจริยธรรม รับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Comprehensive, Application)	✓				✓