

**หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2555)
สาขาวิชาการตลาด**

1. ชื่อหลักสูตร

ภาษาไทย: หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

ภาษาอังกฤษ: Bachelor of Business Administration Program in Marketing

2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

ชื่อเต็ม (ภาษาไทย): บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)

ชื่อย่อ (ภาษาไทย): บธ.บ. (การตลาด)

ชื่อเต็ม (ภาษาอังกฤษ): Bachelor of Business Administration (Marketing)

ชื่อย่อ (ภาษาอังกฤษ): B.B.A. (Marketing)

3. วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2555) มีวัตถุประสงค์เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ความสามารถในด้านต่าง ๆ ดังนี้

- 1) มีความรู้ ความสามารถในวิชาชีพ มีความสามารถในสาขาวิชาการตลาด ตัดสินใจและแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ ภายใต้ขอบเขตของเหตุผลและความเป็นไปได้ มีความเคารพต่อความคิดเห็นของผู้อื่นและสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 2) มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถวิเคราะห์ปัญหา และแก้ปัญหาต่างๆ ได้บนพื้นฐานของการใช้ทฤษฎีความรู้
- 3) มีความสามารถประยุกต์ความรู้ทางวิชาการให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง และประเทศชาติ
- 4) มีคุณธรรมและจริยธรรมในวิชาชีพ
- 5) มีทักษะในการแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง และสามารถติดต่อสื่อสารกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี

4. หลักสูตร

จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร	135	หน่วยกิต
โครงสร้างหลักสูตร		
1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	30	หน่วยกิต
2) หมวดวิชาเฉพาะ	99	หน่วยกิต
- วิชาแกน	45	หน่วยกิต
- วิชาบังคับ	12	หน่วยกิต
- วิชาเลือก	12	หน่วยกิต
3) หมวดวิชาเลือกเสรี	6	หน่วยกิต

5. รายวิชาในหลักสูตร

1 หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

(1) กลุ่มวิชาการสื่อสารและการเรียนรู้ด้วยตนเอง	9 หน่วยกิต
000 101 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร English for Communication	3 (3-0-6)
000 102 ภาษาอังกฤษทางวิชาการ 1 English for Academic Purpose 1	3 (3-0-6)
000 103 ภาษาอังกฤษทางวิชาการ 2 English for Academic Purpose 2	3 (3-0-6)
000160 คอมพิวเตอร์พื้นฐานและเทคโนโลยีสารสนเทศ *รายวิชา 000160 เป็นรายวิชาที่นักศึกษาจะต้องศึกษาเรียนรู้ด้วยตนเองในระบบ e-learning ของมหาวิทยาลัย หรือสมัครเข้ารับการอบรมในหัวข้อต่าง ๆ ที่มหาวิทยาลัยกำหนด ไม่มีการเรียนการสอนในชั้นเรียน และไม่นับหน่วยกิต นักศึกษาจะต้องสอบผ่านรายวิชา 000160 ในระบบ e-testing ตามเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนด	3 (ไม่นับหน่วยกิต)*
(2) กลุ่มวิชาการคิดเชิงวิเคราะห์ และเชิงวิพากษ์	6 หน่วยกิต
000 130 ทักษะการรู้สารสนเทศ Information Literacy Skills	3 (3-0-6)
000 169 การคิดเชิงสร้างสรรค์ Creative Thinking	3 (3-0-6)
(3) คุณธรรมและจริยธรรม คุณค่าของชีวิตในสังคม	6 หน่วยกิต
000 146 ความสุขของชีวิต Happiness of Life	3 (3-0-6)
000 155 พันธะทางสังคมของพลเมือง Civic Social Engagement	3 (3-0-6)
(4) กลุ่มวิชาวัฒนธรรมและภูมิปัญญา	3 หน่วยกิต
000 132 ชีวิตกับสุนทรีย์ Life and Aesthetics	3 (3-0-6)
(5) กลุ่มวิชาความรู้และการปรับตัวในยุคโลกาภิวัตน์	6 หน่วยกิต
000 162 ชีวิตกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ Life and Modern Technology	3 (3-0-6)
000 171 ชีวิตกับสุขภาพ Life and Health	3 (3-0-6)

2 หมวดวิชาเฉพาะ จำนวน 99 หน่วยกิต

(1) วิชาแกน	จำนวน 45 หน่วยกิต
**777 100 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมาย Introduction to law	3 (3-0-6)
**960 101 กฎหมายธุรกิจ 1 Business Law I	3 (3-0-6)

**960	102	ภาษีอากร 1 Taxation I	3 (3-0-6)
**961	241	การเงินธุรกิจ I Corporate Finance I	3 (3-0-6)
**962	101	เศรษฐศาสตร์จุลภาคเบื้องต้น Preliminary Microeconomics	3 (3-0-6)
**962	102	เศรษฐศาสตร์มหภาคเบื้องต้น Preliminary Macroeconomics	3 (3-0-6)
**963	217	หลักการตลาด Principles of Marketing	3 (3-0-6)
*966	111	หลักการบัญชีขั้นต้น Preliminary Principles of Accounting	3 (3-0-6)
**966	121	การบัญชี 2 Accounting II	3 (3-0-6)
*966	241	การบัญชีบริหาร Management Accounting	3 (3-0-6)
**967	201	สถิติเพื่อการจัดการ Statistics for Management	3 (3-0-6)
**967	261	หลักการจัดการ Principles of Management	3 (3-0-6)
*967	262	การจัดการทรัพยากรมนุษย์ Human Resources Management	3 (3-0-6)
**967	263	การจัดการงานผลิตและบริการ Production Management and Service	3 (3-0-6)
**967	303	ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ Management Information Systems	3 (3-0-6)
(2) วิชาบังคับ			จำนวน 42 หน่วยกิต
**963	221	พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer Behaviors	3 (3-0-6)
*963	301	ภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด English for Marketer	3 (3-0-6)
**963	321	การจัดการงานตลาด Marketing Management	3 (3-0-6)
**963	322	การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา Product and Price Management	3 (3-0-6)
**963	323	การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย และการกระจายตัวสินค้า Marketing Channels and Physical Distribution Management	3 (3-0-6)

**963 324	การค้าส่งและการค้าปลีก Wholesaling and Retailing	3 (3-0-6)
**963 325	การจัดการการขาย Sales Management	3 (3-0-6)
**963 326	การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร Integrated Marketing Communication	3 (3-0-6)
**963 328	การตลาดบริการ Service Marketing	3 (3-0-6)
**963 332	การวิจัยการตลาด Marketing Research	3 (3-0-6)
**963 421	การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย Advertising and Sales Promotion	3 (3-0-6)
**963 422	การตลาดโลก Global Marketing	3 (3-0-6)
*963 492	สัมมนาทางการตลาด Seminar in Marketing	3 (3-0-6)
*967 464	จริยธรรมธุรกิจและสถานประกอบการที่ยั่งยืน	3 (3-0-6)

Business Ethics and Sustainable Enterprise

(3) วิชาเลือก จำนวน 12 หน่วยกิต
จากรายวิชาดังต่อไปนี้ หรือรายวิชาอื่นที่จะเปิดเพิ่มเติมในภายหลัง ประกอบด้วย

**963 222	การจัดซื้อ Purchasing	3 (3-0-6)
**963 223	การตลาดทางตรง Direct Marketing	3 (3-0-6)
**963 231	การตลาดธุรกิจ Business Marketing	3 (3-0-6)
**963 327	การตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ Southeast Asia Marketing	3 (3-0-6)
**963 329	การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด Quantitative Analysis in Marketing	3 (3-0-6)
**963 402	การตลาดอินเทอร์เน็ต Internet Marketing	3 (3-0-6)
**963 403	การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ Customer Relationship Management	3 (3-0-6)
**963 423	ศิลปะการขายและเทคนิคการนำเสนอ Salesmanship and Presentation Techniques	3 (3-0-6)
**963 424	การจัดการการส่งออกและนำเข้า Export and Import Management	3 (3-0-6)

963 425	การศึกษาเฉพาะบุคคล Individual Study	3 (3-0-6)
**963 495	สหกิจศึกษาด้านการตลาด Cooperative Education in Marketing	9 (0-35-17)

3. หมวดวิชาเลือกเสรี

ให้นักศึกษาลงทะเบียนเรียนรายวิชาเลือกเสรีที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยขอนแก่น หรือสถาบันการศึกษาอื่น โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริหารหลักสูตร จำนวนไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

6. คำอธิบายระบบรหัสวิชา

คณะวิทยาการจัดการใช้ระบบรหัสวิชาตามระบบมหาวิทยาลัยขอนแก่น ซึ่งใช้ระบบ รหัสตัวเลข จำนวน 6 หลัก

ตัวเลข 3 ตัวแรก		
000xxx	หมายถึง	วิชาในหมวดศึกษาทั่วไป
777xxx	หมายถึง	คณะนิติศาสตร์
9xx	หมายถึง	คณะวิทยาการจัดการ
961		กลุ่มวิชาการเงิน
962		กลุ่มวิชาเศรษฐศาสตร์
963		กลุ่มวิชาการตลาด
964		กลุ่มวิชาการท่องเที่ยว
965		กลุ่มวิชาการโรงแรม
966		กลุ่มวิชาการบัญชี
967		กลุ่มวิชาการจัดการ
ตัวเลขตัวที่ 4	หมายถึง	ระดับของวิชา
ตัวเลขตัวที่ 5	หมายถึง	หมวดวิชา
ตัวเลขตัวที่ 6	หมายถึง	ลำดับที่ของวิชา
หมายเหตุ *	หมายถึง	รายวิชาใหม่
**	หมายถึง	รายวิชาเดิมเปลี่ยนแปลงใหม่

7. แผนการศึกษา

แบบเลือกวิชาสหกิจศึกษา

ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 1

000 101	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร English for Communication	3(3-0-6)
000 130	ทักษะการรู้สารสนเทศ Information Literacy Skills	3(3-0-6)
000 146	ความสุขของชีวิต Happiness of Life	3(3-0-6)
962 101	เศรษฐศาสตร์จุลภาคเบื้องต้น Preliminary Microeconomics	3(3-0-6)
966 111	หลักการบัญชีขั้นต้น Preliminary Principles of Accounting	3(3-0-6)
	รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน	15
	รวมจำนวนหน่วยกิตสะสม	15

ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 2

000 102	ภาษาอังกฤษทางวิชาการ 1 English for Academic Purposes I (EAP I)	3(3-0-6)
000 162	ชีวิตกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ Life and Modern Technology	3(3-0-6)
777 100	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมาย Introduction to law	3(3-0-6)
962 102	เศรษฐศาสตร์มหภาคเบื้องต้น Preliminary Macroeconomics	3(3-0-6)
963 217	หลักการตลาด Principles of Marketing	3(3-0-6)
966 121	การบัญชี 2 Accounting II	3(3-0-6)
	รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน	18
	รวมจำนวนหน่วยกิตสะสม	33

ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 1

000 103	ภาษาอังกฤษทางวิชาการ 2 English for Academic Purposes II (EAP II)	3(3-0-6)
000 155	พันธะทางสังคมของพลเมือง Civil Social Engagement	3(3-0-6)
960 101	กฎหมายธุรกิจ 1 Business Law I	3(3-0-6)
963 221	พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer Behaviors	3(3-0-6)
966 241	การบัญชีบริหาร Management Accounting	3(3-0-6)
967 201	สถิติเพื่อการจัดการ Statistics for Management	3(3-0-6)
967 303	ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ Management Information Systems	3(3-0-6)
	รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน	21
	รวมจำนวนหน่วยกิตสะสม	54

ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2

000 169	การคิดเชิงสร้างสรรค์ Creative Thinking	3(3-0-6)
000 132	ชีวิตกับสุนทรียะ Life and Aesthetics	3(3-0-6)
961 241	การเงินธุรกิจ 1 Corporate Finance I	3(3-0-6)
963 301	ภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด English for Marketer	3 (3-0-6)
963 321	การจัดการงานตลาด Marketing Management	3(3-0-6)
967 261	หลักการจัดการ Principles of Management	3(3-0-6)
967 262	การจัดการทรัพยากรมนุษย์ Human Resources Management	3(3-0-6)
	รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน	21
	รวมจำนวนหน่วยกิตสะสม	75

ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1

000 171	ชีวิตกับสุขภาพ Life and Health	3(3-0-6)
963 322	การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา Product and Price Management	3(3-0-6)
963 323	การจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายตัวสินค้า Marketing Channels and Physical Distribution Management	3(3-0-6)
963 422	การตลาดโลก Global Marketing	3(3-0-6)
967 263	การจัดการงานผลิตและบริการ Production Management and Service	3(3-0-6)
xxx xxx	วิชาเลือกเสรี Free Elective	3(3-0-6)
	รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน	18
	รวมจำนวนหน่วยกิตสะสม	93

ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2

960 102	ภาษีอากร 1 Taxation I	3(3-0-6)
963 324	การค้าส่งและการค้าปลีก Wholesaling and Retailing	3(3-0-6)
963 325	การจัดการการขาย Sales Management	3(3-0-6)
963 326	การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร Integrated Marketing Communication	3(3-0-6)
967 464	จริยธรรมธุรกิจและสถานประกอบการที่ยั่งยืน Business Ethics and Corporate Governance	3(3-0-6)
xxx xxx	วิชาเลือกเสรี Free Elective	3(3-0-6)
	รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน	18
	รวมจำนวนหน่วยกิตสะสม	111

ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 1

963 328	การตลาดบริการ Service Marketing	3(3-0-6)
963 332	การวิจัยตลาด Marketing Research	3(3-0-6)
963 421	การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย Advertising and Sales Promotion	3(3-0-6)
963 492	สัมมนาทางการตลาด Seminar in Marketing	3(3-0-6)
xxx xxx	วิชาเลือก Major Electives	3(3-0-6)
	รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน	15
	รวมจำนวนหน่วยกิตสะสม	126

ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 2

963 495	สหกิจศึกษาด้านการตลาด Cooperative Education in Marketing	9(0-35-17)
	รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน	9
	รวมจำนวนหน่วยกิตสะสม	135

แบบไม่เลือกวิชาสหกิจศึกษา**ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 1**

000 101	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร English for Communication	3(3-0-6)
000 130	ทักษะการรู้สารสนเทศ Information Literacy Skills	3(3-0-6)
000 146	ความสุขของชีวิต Happiness of Life	3(3-0-6)
962 101	เศรษฐศาสตร์จุลภาคเบื้องต้น Preliminary Microeconomics	3(3-0-6)
966 111	หลักการบัญชีขั้นต้น Preliminary Principles of Accounting	3(3-0-6)
	รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน	15
	รวมจำนวนหน่วยกิตสะสม	15

ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 2

000 102	ภาษาอังกฤษทางวิชาการ 1 English for Academic Purposes I (EAP I)	3(3-0-6)
000 162	ชีวิตกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ Life and Modern Technology	3(3-0-6)
777 100	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมาย Introduction to law	3(3-0-6)
962 102	เศรษฐศาสตร์มหภาคเบื้องต้น Preliminary Macroeconomics	3(3-0-6)
963 217	หลักการตลาด Principles of Marketing	3(3-0-6)
966 121	การบัญชี 2 Accounting II	3(3-0-6)
	รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน	18
	รวมจำนวนหน่วยกิตสะสม	33

ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 1

000 103	ภาษาอังกฤษทางวิชาการ 2 English for Academic Purposes II (EAP II)	3(3-0-6)
000 155	พันธะทางสังคมของพลเมือง Civil Social Engagement	3(3-0-6)
960 101	กฎหมายธุรกิจ 1 Business Law I	3(3-0-6)
963 221	พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer Behaviors	3(3-0-6)
966 241	การบัญชีบริหาร Management Accounting	3(3-0-6)
967 201	สถิติเพื่อการจัดการ Statistics for Management	3(3-0-6)
967 303	ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ Management Information Systems	3(3-0-6)
	รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน	21
	รวมจำนวนหน่วยกิตสะสม	54

ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2

000 169	การคิดเชิงสร้างสรรค์ Creative Thinking	3(3-0-6)
000 132	ชีวิตกับสุนทรียะ Life and Aesthetics	3(3-0-6)
961 241	การเงินธุรกิจ 1 Corporate Finance I	3(3-0-6)
963 301	ภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด English for Marketer	3 (3-0-6)
963 321	การจัดการงานตลาด Marketing Management	3(3-0-6)
967 261	หลักการจัดการ Principles of Management	3(3-0-6)
967 262	การจัดการทรัพยากรมนุษย์ Human Resources Management	3(3-0-6)
	รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน	21
	รวมจำนวนหน่วยกิตสะสม	75

ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1

000	171	ชีวิตกับสุขภาพ Life and Health	3(3-0-6)
963	322	การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา Product and Price Management	3(3-0-6)
963	323	การจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายตัวสินค้า Marketing Channels and Physical Distribution Management	3(3-0-6)
963	422	การตลาดโลก Global Marketing	3(3-0-6)
967	263	การจัดการงานผลิตและบริการ Production Management and Service	3(3-0-6)
xxx	xxx	วิชาเลือกเสรี Free Elective	3(3-0-6)
		รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน	18
		รวมจำนวนหน่วยกิตสะสม	93

ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2

960	102	ภาษีอากร 1 Taxation I	3(3-0-6)
963	324	การค้าส่งและการค้าปลีก Wholesaling and Retailing	3(3-0-6)
963	325	การจัดการการขาย Sales Management	3(3-0-6)
963	326	การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร Integrated Marketing Communication	3(3-0-6)
967	464	จริยธรรมธุรกิจและสถานประกอบการที่ยั่งยืน Business Ethics and Corporate Governance	3(3-0-6)
xxx	xxx	วิชาเลือกเสรี Free Elective	3(3-0-6)
		รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน	18
		รวมจำนวนหน่วยกิตสะสม	111

ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 1

963 328	การตลาดบริการ Service Marketing	3(3-0-6)
963 332	การวิจัยตลาด Marketing Research	3(3-0-6)
963 421	การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย Advertising and Sales Promotion	3(3-0-6)
963 492	สัมมนาทางการตลาด Seminar in Marketing	3(3-0-6)
xxx xxx	วิชาเลือก Major Electives	3(3-0-6)
xxx xxx	วิชาเลือก Major Electives	3(3-0-6)
	รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน	18
	รวมจำนวนหน่วยกิตสะสม	129

ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 2

xxx xxx	วิชาเลือก Major Electives	3(3-0-6)
xxx xxx	วิชาเลือก Major Electives	3(3-0-6)
	รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน	6
	รวมจำนวนหน่วยกิตสะสม	135

- 000 146** **ความสุขของชีวิต** **3(3-0-6)**
Happiness of Life
 เงื่อนไขของรายวิชา: ไม่มี
 แนวคิดและความสำคัญของความสุขของชีวิต มิติและระดับความสุขของชีวิต ศิลปะการดำเนินชีวิตที่มีความสุข คุณธรรมจริยธรรมในการดำเนินชีวิตอย่างมีความสุข การสร้างความสุขของชีวิต
 Concepts and importance of happiness of life, dimensions and levels of happiness of life, the art of happy lifestyle, virtue and ethics for happy living, creating happiness of life.
- 000 155** **พันธะทางสังคมของพลเมือง** **3(3-0-6)**
Civic Social Engagement
 เงื่อนไขของรายวิชา: ไม่มี
 แนวคิด หลักการและองค์ความรู้เกี่ยวกับพันธะทางสังคมของพลเมือง วิธีการสร้างและการถ่ายทอดอุดมการณ์ทางสังคมของพลเมือง กระบวนการพัฒนาจิตสาธารณะและจิตสำนึกทางศีลธรรมของพลเมือง รูปแบบการพัฒนาและพฤติกรรมมีส่วนร่วมอย่างสันติวิธีตามบรรทัดฐานและภาระรับผิดชอบทางสังคมของพลเมือง เพื่อการพัฒนาตนเอง ชุมชนและสังคมเพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างยุติธรรมและสันติสุข
 Concept, principles and body of knowledge of civic social engagement, means for forming and socializing of social ideology, development process for public mind and moral conscientiousness of citizens, development models and behavior of peaceful participation according to social norms and social norm and social accountability for self-development, community and social development, community and social development with justice and peaceful living together in society.
- 000 162** **ชีวิตกับเทคโนโลยีสมัยใหม่** **3(3-0-6)**
Life and Modern Technology
 เงื่อนไขของรายวิชา: ไม่มี
 วิทยาการและเทคโนโลยีสมัยใหม่ เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร นาโนเทคโนโลยี เทคโนโลยีชีวภาพ เทคโนโลยีทางจีโนม และเทคโนโลยีสมัยใหม่อื่นๆ แนวโน้มการพัฒนาเทคโนโลยีในอนาคต ผลกระทบของการพัฒนาทางเทคโนโลยีต่อชีวิต สังคมและธรรมชาติ
 Modern science and technology, information and communication technology, nanotechnology, biotechnology, genomic technology, and other modern technologies; trends of technology development in the future; impacts of technological development on life, society, and the nature.
- 000 169** **การคิดเชิงสร้างสรรค์** **3(3-0-6)**
Creative Thinking
 เงื่อนไขของรายวิชา: ไม่มี
 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคิดเชิงสร้างสรรค์องค์ประกอบและรูปแบบของความคิดเชิงสร้างสรรค์ กระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ การแสวงหาข้อมูลและความรู้เทคนิคการคิดเชิงสร้างสรรค์แนวทางการพัฒนาทักษะการคิดเชิงสร้างสรรค์ การประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน แนวทางการสร้างสรรค์ผลงานในชีวิตประจำวัน
 Concept and theory of creative thinking, component and form of creative thinking process of creative thinking, knowledge and information seeking, creative thinking techniques, developmental process of creative thinking, application in daily life, producing creative work in daily life.

- 000 171** **ชีวิตกับสุขภาพ** **3(3-0-6)**
Life and Health
 เจื่อนไขของรายวิชา: ไม่มี
 แนวคิดเกี่ยวกับสุขภาพองค์รวม องค์ประกอบของสุขภาพ การประเมินภาวะสุขภาพ การประเมินภาวะสุขภาพ ระบบบริหารสุขภาพ โรคที่มากับความเจริญ การส่งเสริมสุขภาพและการป้องกันโรค การดูแลตนเองขณะเจ็บป่วย
 Concept of holistic health, component of health, assessment of health status, health care system.
- **777 100** **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมาย** **3(3-0-6)**
Introduction to Law
 เจื่อนไขของรายวิชา: ไม่มี
 ศึกษาแนวหลักเกณฑ์พื้นฐานของกฎหมายโดยทั่วไป การแยกประเภทของกฎหมาย ขอบเขตที่กฎหมาย บังคับใช้ ศัพท์กฎหมายที่ควรรู้ หลักสำคัญในการกระทำผิดทางอาญา และกฎหมายว่าด้วยความสัมพันธ์ของครอบครัว ทั้งนี้ เพื่อให้รู้จักสิทธิ หน้าที่ และเสรีภาพอันพึงได้รับตามกฎหมาย
 The study of the concepts, types, and scope of law. The course covers the general principles of criminal law; civil law, family law, basic rights, and the liberty of the person.
- **960 101** **กฎหมายธุรกิจ 1** **3(3-0-6)**
Business Law I
 เจื่อนไขของรายวิชา : ไม่มี
 ประมวลกฎหมายแพ่งพาณิชย์ บรรพ 3 เรื่องเอกเทศสัญญาที่สำคัญและจำเป็นในการประกอบธุรกิจ ได้แก่ สัญญา ซื้อขาย แลกเปลี่ยน ให้จำนำ จำนอง จ้างแรงงาน จ้างทำของ ตั๋วสัญญาใช้เงิน ห้างหุ้นส่วนบริษัท
 Civil and Commercial Law (Book 3) relating to certain specific contracts that are necessary for business such as purchase and sale contracts, exchanges, gifts, pledges, mortgages, hire of services, hire of work carriages, promissory notes, partnerships and companies.
- **960 102** **ภาษีอากร 1** **3(3-0-6)**
Taxation I
 เจื่อนไขของรายวิชา : ไม่มี
 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับภาษีอากร แนวคิดและบทบาทของภาษีอากรในส่วนที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการคลัง ของรัฐ หลักเกณฑ์ วิธีการประเมินและการจัดเก็บภาษีอากรต่างๆ ตามประมวลรัษฎากรและภาษีที่เกี่ยวข้องอันได้แก่ ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ ภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่าย ภาษี สุลกากร ภาษีสรรพสามิต และอากรแสตมป์
 General knowledge of taxation, concepts and role of taxation as a part of government fiscal policy, principles and methods of tax assessments according to Revenue Code, a study of personal income tax, corporate income tax, value added tax, excise tax, specific business tax, withholding tax, custom duties and other relating tax.
- **961 241** **การเงินธุรกิจ 1** **3 (3-0-6)**
Corporate Finance I
 เจื่อนไขของรายวิชา : 966 111

ภาพรวมของการเงินธุรกิจ บทบาทและหน้าที่ของผู้จัดการการเงิน แนวคิดพื้นฐานของการเงินธุรกิจ ค่าเวลาของเงิน การประเมินมูลค่าสินทรัพย์ การวิเคราะห์งบการเงินและงบกระแสเงินสด การวางแผนการเงินและการจัดการเงินทุนหมุนเวียน แหล่งเงินทุนและตลาดการเงิน การวิเคราะห์งบลงทุน การประมาณการกระแสเงินสดในงบลงทุนและการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน

An overview of business finance; role and functions of financial manager; fundamental concepts for business finance, time value of money and asset valuation, financial statement and cash flow statement analysis, financial planning and working capital management, sources of fund and financial market, the analyses of capital budgeting and the estimation of relevant cash flow and break-even point analysis.

****962 101 เศรษฐศาสตร์จุลภาคเบื้องต้น 3(3-0-6)**

Preliminary to Microeconomics

เงื่อนไขของรายวิชา: ไม่มี

ลักษณะของเศรษฐศาสตร์จุลภาค แนวคิดและวิธีการศึกษา และคำศัพท์ที่ควรรู้ ระบบเศรษฐกิจ ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค อุปสงค์และอุปทาน ฟังก์ชันการผลิต ฟังก์ชันต้นทุน โครงสร้างการตลาด ทั้งตลาดผลผลิตและตลาดปัจจัย

Characteristics of microeconomics; economic concepts, methodology and terminology; economic systems; theories of consumer behaviors; demand and supply; production function; cost function; market structure of both product and factor markets.

****962 102 เศรษฐศาสตร์มหภาคเบื้องต้น 3(3-0-6)**

Preliminary to Macroeconomics

เงื่อนไขของรายวิชา : ไม่มี

รายได้ประชาชาติ ส่วนประกอบและการกำหนดรายได้ประชาชาติ ดุลยภาพการค้า และการเงินระหว่างประเทศ การคลังของรัฐบาล การเงินและการธนาคาร การพัฒนาเศรษฐกิจ ปัญหาการจ้างงานและเงินเฟ้อและค่าดัชนี เช่น ดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภค เป็นต้น

National income; composition and determination of national income; national income equilibrium; international trade and finance; public finance; economic development; problems of employment and inflation; and indexes such as consumer price index.

****963 217 หลักการตลาด 3 (3-0-6)**

Principles of Marketing

เงื่อนไขของรายวิชา : ไม่มี

แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการตลาดและส่วนของตลาด การจัดประเภทสินค้าและบริการหน้าที่ทางการตลาดชนิดต่าง ๆ สถาบันการตลาดและช่องทางการจำหน่ายตลาด และสิ่งแวดล้อมการเปลี่ยนแปลงของตลาด พฤติกรรมในการซื้อของผู้บริโภค นโยบายผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่กระทบกระเทือนอุปสงค์ของผู้บริโภค นโยบายราคา นโยบายการจัดจำหน่าย และนโยบายการส่งเสริมการตลาด

Basic concepts in marketing and market segmentation, classification of goods and services, marketing functions, institutions and channels, markets and the environments, the changing market, consumer's buying behaviors, product policy and factors affecting consumer's demand, price policy, distribution policy, and promotion policy

****963 221 พฤติกรรมผู้บริโภค 3(3-0-6)**

Consumer Behaviors

เงื่อนไขของรายวิชา : 963 217

แนวคิดหลักและบทบาทความสำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคอิทธิพลทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมภายนอกที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค โดยศึกษาถึงปัจจัยที่เกี่ยวกับตัวบุคคล ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางวัฒนธรรมและชนบธรรมเนียมประเพณีต่าง ๆ รวมถึงศึกษาความต้องการ การจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ทศนคติ บุคลิกภาพ บทบาทของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อและรูปแบบที่สำคัญของสถานการณ์การซื้อ กระบวนการซื้อ พฤติกรรมการซื้อ

Major concepts and important roles of consumer behaviors ; analysis of consumer behaviors ; economic, social and environmental impact on consumer behaviors ; factors influencing consumer decisions: personal factors, social factors cultural and norm factors ; consumer's demands, motivations perception, learning , attitudes, personality and roles in relations to buying decisions and important patterns of buying , as well as buying process and behaviors.

****963 222 การจัดซื้อ 3(3-0-6)**

Purchasing

เงื่อนไขของรายวิชา : 963 217

บทบาทและความสำคัญของการจัดซื้อ วัตถุประสงค์และนโยบายการจัดซื้อ การจัดรูปแบบองค์การ การวิเคราะห์ต้นทุนการจัดซื้อ การกำหนดระยะเวลาและจำนวนการซื้อ การเลือกแหล่งขาย การกำหนดราคาและควบคุมคุณภาพ การเจรจาต่อรอง การจัดรูปแบบต่าง ๆ การวางแผนในการเก็บรักษาและควบคุม ปัญหาและมาตรการในการแก้ปัญหาในการจัดซื้อ ความรับผิดชอบต่อสังคมและจรรยาบรรณในการจัดซื้อ

Roles and importance of purchasing, objectives and policy in purchasing, organization, purchasing cost analysis, purchasing period and quantity determination, supplier selection, quality control and price setting, negotiations, types of purchasing, storage and control planning, purchasing problems and solutions, social responsibility and ethics in purchasing.

****963 223 การตลาดทางตรง 3(3-0-6)**

Direct Marketing

เงื่อนไขของรายวิชา: 963 217 หรือ 963 221

หลักการ บทบาทของการตลาดทางตรง ประเภทของการตลาดทางตรง การตัดสินใจเลือกและปัจจัยที่มีผลกระทบในการตัดสินใจเลือกวิธีการตลาดทางตรง การดำเนินการของการตลาดทางตรงแต่ละวิธีการ รวมทั้งกลยุทธ์และกลวิธีต่างๆ

Principles, roles and types of direct marketing decision and factors affecting the selection of direct marketing methods, operation of each direct marketing method including various strategies and tactics.

****963 231 การตลาดธุรกิจ 3(3-0-6)**

Business Marketing

เงื่อนไขของรายวิชา: 963 217 หรือ 963 321

Product mix concepts, product policies , brand policies , product positioning , new product development, product life cycle, brand loyalty creation, causes of product failure, factors affecting pricing , factors affecting pricing decisions , pricing objectives and policies, pricing strategies for competitions, price changing according to Activity Base Costing principle.

****963 323 การจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายตัวสินค้า 3(3-0-6)**

Marketing Channels and Physical Distribution Management

เงื่อนไขของรายวิชา: 963 221 หรือ 963 321

ระบบการจัดจำหน่าย กระบวนการเลือกช่องทางและคนกลาง การจัดระบบสารสนเทศของช่องทางการจัดจำหน่าย การวางแผนและการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย การเข้าสู่ช่องทางการจัดจำหน่าย การตลาดกับผู้ค้า การควบคุมและการประเมินผลช่องทางการจัดจำหน่าย การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในระบบการจัดจำหน่าย การกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด และลักษณะการกระจายตัวสินค้า วัตถุประสงค์ในการกระจายตัวสินค้า การตัดสินใจในการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด การจัดซื้อ การขนส่ง การเก็บรักษา การจัดการคลังสินค้า

Distribution system, distribution channel and intermediary selection process, distribution channel information system management, planning and developing distribution channels entering to distribution channels, marketing and traders, controlling and evaluating distribution channels , solving problems in distribution , physical distribution and physical distribution patterns, physical distribution objective, decisions in physical distribution into markets , purchasing , transportation, storage , warehousing management.

****963 324 การค้าส่งและการค้าปลีก 3(3-0-6)**

Wholesaling and Retailing

เงื่อนไขของรายวิชา: 963 217 หรือ 963 221

บทบาทและหน้าที่ของผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกต่อธุรกิจ เศรษฐกิจและสังคม การดำเนินงานของผู้ค้าส่งในการซื้อและการจัดจำหน่ายสินค้า กลยุทธ์การค้าส่ง การจัดการสินค้า ทำเลที่ตั้งร้านค้าส่ง การควบคุมสินค้าคงคลัง และการให้บริการแก่ผู้ค้าปลีก หลักการจัดการร้านค้าปลีกที่วัดด้วยสถาบัน การจัดรูปองค์การ การเลือกทำเลที่ตั้ง การจัดร้านค้าและสินค้า การจัดซื้อ การกำหนดนโยบายสินเชื่อ การกำหนดราคา การใช้ตราและเครื่องหมายการค้า กลยุทธ์และเทคนิคต่างๆ ในการค้าปลีก

Roles and duties of wholesaling and retailing merchants to business, economy and society, wholesaling merchant's processes of purchasing and physical distribution, wholesaling strategies , product management, wholesaling store location, inventory control , services for retailing merchants, principles of retailing management as an institution, organization management, location selection, store and product management, purchasing, credit policies, pricing, brands and trademarks, strategies and techniques in retailing.

****963 325 การจัดการการขาย 3(3-0-6)**

Sales Management

เงื่อนไขของรายวิชา: 963 221 หรือ 963 321

บทบาทความสำคัญของการจัดการการขาย การออกแบบและการบริหารหน่วยงานขาย การจัดองค์กรของฝ่ายขาย หน้าที่และความรับผิดชอบของบุคลากรฝ่ายขาย การจัดการ งานบุคคลที่เกี่ยวข้องกับฝ่ายขาย การพยากรณ์การขาย อาณาเขตการขาย โควตาการขาย การสรรหาและการคัดเลือกบุคลากรฝ่ายขาย การวางแผนกลยุทธ์การขาย การควบคุมและประเมินผลงานของพนักงานฝ่ายขาย การปรับปรุงประสิทธิผลในการขายของหน่วยงานขาย ความรับผิดชอบต่อสังคมและจริยธรรม

Roles and importance of sales management, designing and managing sales force, sales force structure, duties and responsibilities of sales representatives, sales force personnel management , sales forecast, sales territorial, sales quota, recruiting and selecting sales representatives, sales planning strategies, controlling and evaluating sales representatives, improving sales force effectiveness, social responsibilities and ethics.

****963 326 การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร 3(3-0-6)**

Integrated Marketing Communication

เงื่อนไขของรายวิชา: 963 221 หรือ 963 321

กระบวนการติดต่อสื่อสาร ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดและการติดต่อสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร ขั้นตอนในการบริหารการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร การกำหนดกลุ่มผู้รับข่าวสาร การกำหนดวัตถุประสงค์ในการติดต่อสื่อสาร การออกแบบข่าวสาร การเลือกช่องทางการติดต่อสื่อสาร การกำหนดงบประมาณการสื่อสารการตลาด การตัดสินใจในส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด การวัดผลการสื่อสารทางการตลาด การบริหารและการประสานงานในกระบวนการการติดต่อสื่อสาร

Communication process , promotion mix and integrated marketing communication, integrated marketing communication management process , determining message receiving groups, determining communication objectives, designing ,messages , selecting communication channels , establishing marketing communication budgets, deciding the promotion mix , measuring marketing communication , managing and coordinating marketing communication process.

****963 327 การตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ 3(3-0-6)**

Southeast Asia Marketing

เงื่อนไขของรายวิชา: 963 217

หลักการพื้นฐานในการทำการตลาดระหว่างประเทศอันได้แก่ แนวคิดด้านการตลาดระหว่างประเทศ ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม ปัจจัยทางการเมืองและกฎหมาย และปัจจัยทางเศรษฐกิจจุลยุทธการตลาดระหว่างประเทศ ประกอบด้วยกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ราคาสถานที่ และการส่งเสริมการตลาด การประยุกต์ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับแต่ละประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

Fundamental principles of international marketing including concept of international marketing, socio-cultural factors, political-legal factors and economic factors ; international marketing strategies including product, price , place and promotion strategies ; applications of marketing strategies for each country in Southeast Asia .

****963 328 การตลาดบริการ 3(3-0-6)**

Service Marketing

เงื่อนไขของรายวิชา: 963 217

ลักษณะและประเภทของการบริการ การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับอุตสาหกรรมบริการ การวิเคราะห์โครงสร้างของตลาดบริการ พฤติกรรมผู้ใช้บริการการเลือกตลาดเป้าหมายการวางแผนพัฒนาส่วนประสมสำหรับอุตสาหกรรมบริการ การสร้างจิตสำนึกในการให้บริการ การจัดองค์การสำหรับตลาดบริการและการควบคุม

Characteristics and types of services, strategic planning of service-industry marketing, service – market structure analysis, target market selection, development planning of service marketing mix, service-consciousness building, and organization and control of service marketing.

****963 329 การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด****3(3-0-6)****Quantitative Analysis in Marketing**

เงื่อนไขของรายวิชา: 967 201 หรือ 963 217

วิธีการทางคณิตศาสตร์ที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดการทางการตลาด เช่น การวางแผนผลิตภัณฑ์ การตัดสินใจเกี่ยวกับการกำหนดราคา การเลือกสื่อและการวัดผลโฆษณา การวัดประสิทธิภาพของช่องทางการจัดจำหน่าย ตลอดจนการพยากรณ์ยอดขายและอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

Mathematical methods for decision making in marketing management such as product planning , pricing decision, media selection and advertising evaluation, measuring of distribution channel efficiency, sales forecasting and other related issues.

****963 332 การวิจัยการตลาด****3(3-0-6)****Marketing Research**

เงื่อนไขของรายวิชา: 967 201 หรือ 963 321

บทบาทและความสำคัญของการวิจัยการตลาดที่มีต่อธุรกิจ กระบวนการวิจัยการตลาด การกำหนดปัญหาการวิจัย และแบบแผนโครงการการวิจัย การออกแบบการวิจัย การออกแบบวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล การออกแบบกลุ่มตัวอย่าง และการเก็บรวบรวมข้อมูล การประมวลผลข้อมูล การวิเคราะห์และการตีความข้อมูล การจัดทำรายงานการวิจัย การประยุกต์ใช้การวิจัยทางการตลาด

Roles and importance of marketing research on business , marketing research process problem definition and research proposal , research design , designing data collection methods, sampling design and data collection , analysis and interpretation of data , research report , marketing research application.

****963 402 การตลาดอินเทอร์เน็ต****3(3-0-6)****Internet Marketing**

เงื่อนไขของรายวิชา: 963 321

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรในการตลาดอินเทอร์เน็ต ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต แนวคิดเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และกระบวนการตลาด ขั้นตอนการวางแผนการตลาดสำหรับกิจกรรมออนไลน์ ส่วนตลาดและการวิเคราะห์ตลาดเป้าหมาย ส่วนประสมการตลาดอินเทอร์เน็ต การดำเนินการปฏิบัติทางการตลาดอินเทอร์เน็ต แนวคิดเกี่ยวกับร้านค้าเสมือนจริงสำหรับตลาดผลิตภัณฑ์และบริการ เครื่องมือการตลาดสำหรับการตลาดอินเทอร์เน็ต : แนวคิดรวม การใช้อินเทอร์เน็ต การใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง การออกแบบเว็บไซต์กับส่วนสัมผัสของลูกค้า การใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

Resources of internet Marketing, introduction of internet, Electronic commerce and the marketing process, Marketing planning stage for online activities, Segmenting and analyzing the target market, Internet marketing mix, Internet marketing implementation, virtual store for marketing products and services, the tools of internet marketing resources : concepts, internet, mobile phone include personal digital assistant, Website design and customer interface, Integrating the promotional mix.

****963 403 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์****3(3-0-6)****Customer Relationship Management**

เงื่อนไขของรายวิชา: 963 321

แนวคิดการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ แนวคิดการตลาดเชิงสัมพันธ์ ความเข้าใจเกี่ยวกับการตลาดบริการ CRM ใน ฐานะกลยุทธ์หน่วยธุรกิจและแบบจำลอง ความเข้าใจเกี่ยวกับความคาดหวังของลูกค้าและพฤติกรรมผู้บริโภค ห่วงโซ่คุณค่า ของการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ การจัดการวัฏจักรชีวิตลูกค้า กลยุทธ์รักษาลูกค้า กลยุทธ์การแสวงหาลูกค้า เทคโนโลยี สารสนเทศและการเก็บข้อมูลลูกค้า การขายด้วยพนักงานและศูนย์บริการลูกค้าอัตโนมัติ ระบบฐานข้อมูลของการ จัดการลูกค้าสัมพันธ์ การวัดความพึงพอใจและความภักดี

Concepts of customer relationship management, concepts of relationship marketing, understanding service marketing, CRM as business strategy and model, understand customer expectations and consumer behavior, CRM value chain, customer life cycle management, customer retention strategies, wingback and acquisition strategies, information technology and collecting customer data, sales force automation and automated customer service centers, CRM data Warehouse, measuring customer satisfaction and loyalty.

****963 421 การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย**

3(3-0-6)

Advertising and Sales Promotion

เงื่อนไขของรายวิชา: 963 326

ทฤษฎีและวิธีการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย บทบาทและอิทธิพลของการโฆษณาและการส่งเสริมการขายที่มีต่อระบบเศรษฐกิจและสังคม การจัดการองค์การของแผนกโฆษณาและการส่งเสริมการขาย ศึกษาวัตถุประสงค์การวางแผนและการดำเนินงานเกี่ยวกับการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย การเลือกสื่อ การกำหนดงบประมาณและการวัดผลศึกษาถึงข้อจำกัด กฎหมาย และจรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย

Theories and techniques of advertising and sales promotion ; roles and influence of advertising and sales promotion on social and economic systems; organizing advertising and sales promotion departments, studying planning objectives and operations of advertising and sales promotion ; selecting media ; budget establishing and results measuring ; studying constraints , laws and ethics concerning advertising and sales promotion.

****963 422 การตลาดโลก**

3(3-0-6)

Global Marketing

เงื่อนไขของรายวิชา: 963 217

ลักษณะรูปแบบและขอบเขตการประกอบการตลาดโลกปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับตลาดโลกการวิเคราะห์ สภาวะแวดล้อมในการตลาดโลก การตัดสินใจเลือกตลาดเป้าหมาย วิธีการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศที่เป็นเป้าหมาย การชำระเงินระหว่างประเทศ การค้าระหว่างประเทศ การสื่อสาร การขนส่ง การประกันภัย การบรรจุหีบห่อและการ ออกแบบ การกำหนดราคา และการเสนอราคาและอิทธิพลของอัตราแลกเปลี่ยนนโยบายการกำหนดราคา มาตรการ ส่งเสริมและการควบคุมสินค้าออกและสินค้าเข้าของประเทศต่างๆ การกีดกันทางการค้า องค์การการค้าระหว่างประเทศ การค้าต่างประเทศของประเทศไทย รวมทั้งหน่วยงานที่มีบทบาทในด้านการค้าต่างประเทศของประเทศไทยทั้งภาครัฐและ ภาคเอกชน

Characteristics, types and boundaries of global marketing, factors affecting global marketing, analysis of global marketing environment, decisions on target market selection, methods of entering target international market, international payments, international trade, communications, transportations, insurance, packaging and design, pricing and quotation, roles of foreign exchange rate on pricing policy, promotion and control measures in export and import of various countries, trade barriers , international trade organizations, international trade of Thailand, including both public and private sectors involving with foreign trade of Thailand.

****963 423 ศิลปะการขายและเทคนิคการนำเสนอ 3(3-0-6)**

Salesmanship and Presentation Techniques

เงื่อนไขของรายวิชา: 963 217 หรือ 963 325

หลักและกระบวนการเสนอขายสินค้า กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หลักจิตวิทยาเพื่อจูงใจ การซื้อ ทฤษฎีการขาย เทคนิคและวิธีการเข้าถึงตลาดเป้าหมาย การวางแผนการขาย คุณสมบัติของพนักงานขาย การแสวงหา ลูกค้า การเตรียมตัวก่อนเข้าพบ การเข้าพบลูกค้า การเสนอขายสินค้าและการเจรจาต่อรอง การสาธิตสินค้า การเผชิญข้อโต้แย้ง การปิดการขาย การประเมินผลการขายและการแก้ปัญหาการขาย เทคนิคการเสนอขาย การเสนอผลประโยชน์ การเสนอขายที่สมบูรณ์แบบ การเสนอขายให้กับบุคคล การเสนอขายให้แก่องค์กรธุรกิจ สถาบันและหน่วยงานราชการ

Principles and processes of goods presentation, consumer's buying decision processes, psychological principles for buying persuasion, sales theories, techniques and approaches to target markets, qualifications of salesman, customer search, pre-meeting preparations, meeting customer, goods presentation and bargain negotiations , goods demonstration, confronting conflicts, closing sales, sales evaluation and sales problem solving , sales offering techniques, benefit offering , complete sales offers, offering sales to individuals and organizations of business, institutional or governmental nature.

****963 424 การจัดการการส่งออกและนำเข้า 3(3-0-6)**

Export and Import Management

เงื่อนไขของรายวิชา: 963 217

หลักการและการปฏิบัติในการส่งออกและนำเข้ากฎหมายและระเบียบข้อบังคับ และข้อกำหนดในการส่งออกและนำเข้าหลักการวิธีปฏิบัติและเตรียมการด้านเอกสารและการทำสัญญาซื้อขายวิธีการด้านศุลกากร การบรรจุหีบห่อ การขนส่ง การชำระเงิน การจัดการและการจัดหน่วยงานของแผนกส่งออกและนำเข้า หน่วยงานของทางราชการและสถาบันเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการส่งสินค้า

Principles and practices in exports and imports ; laws and regulations in exports and imports ; principles, practices and preparations of sales documents and contracts ; customs procedures; packaging; transportation; payment; management and organization of exports and imports department; government and private agencies related to exports and imports.

963 425 การศึกษารายบุคคล 3(3-0-6)

Individual study

เงื่อนไขของรายวิชา: เป็นนักศึกษาสาขาวิชาการตลาด ชั้นปีที่ 4

นักศึกษาจัดทำข้อเสนอโครงการวิธีการศึกษารายละเอียดต่างๆในการศึกษาการประมวลผลและการวิเคราะห์ผลการศึกษา การจัดทำรายงานและนำเสนอผลการศึกษา ภายใต้การควบคุมดูแลและให้คำปรึกษาแนะนำจากอาจารย์

Student must identify a project proposal, methods of research process , evaluation and analysis of research results , research report and presentation under a lecturer's supervision and consultation.

***963 492 สัมมนาทางการตลาด 3(3-0-6)**

Seminar in Marketing

เงื่อนไขของรายวิชา: เป็นนักศึกษาสาขาวิชาการตลาด ชั้นปีที่ 4

การนำความรู้จากวิชาต่าง ๆ ที่ได้ศึกษามาและจากการค้นคว้าเพิ่มเติมมาใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์แก้ปัญหา และตัดสินใจทางการตลาดอย่างมีระบบ โดยนำเอาเทคนิคต่าง ๆ เช่น กรณีศึกษา กิจกรรมจำลองสถานการณ์ และอื่น ๆ มาใช้ นักศึกษาจะรายงานต่อหน้าชั้นเรียน โดยเน้นให้มีการทำงานร่วมกันเป็นทีม และให้นักศึกษามีความกระตือรือร้นที่จะแสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน เพื่อเตรียมพร้อมในการเป็นนักการตลาดที่ดี

Integration of knowledge students gained from various courses with additional research in systematically analyzing situations, solving problems, and making marketing decisions by applying techniques from case studies and simulation games, in-class presentations with emphasis on teamwork and enthusiastic class participation in order to prepare students to be good marketers.

****963 495 สหกิจศึกษาด้านการตลาด 9(0-35-17)**

Cooperative Education in Marketing

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: 963 321

การเรียนรู้การปฏิบัติงานในองค์กรธุรกิจเอกชนและโรงงานอุตสาหกรรมด้านการตลาดที่เกี่ยวข้องกับสาขาวิชาการตลาด หรือสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง

Learning from and participating in industry units in which practical-based activities are in the private enterprises and industries in the area of marketing and related fields.

***966 111 หลักการบัญชีขั้นต้น 3(3-0-6)**

Preliminary Principles of Accounting

เงื่อนไขของรายวิชา: ไม่มี

หลักการบัญชีและความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการบัญชี ได้แก่ ความหมายและวัตถุประสงค์การบัญชีประโยชน์ของข้อมูลทางการบัญชี และแม่บทการบัญชี หลักการและวิธีการบันทึกบัญชีตามหลักการบัญชีคู่ การบัญชีสำหรับกิจการซื้อขายสินค้าและกิจการให้บริการ สมุดรายวันและบัญชีแยกประเภท รายการปรับปรุง รายการปิดบัญชี การจัดทำงบทดลอง กระจายทำการ การจัดทำงบการเงิน ระบบเงินสดย่อย การบัญชีเบื้องต้นเกี่ยวกับสินทรัพย์ หนี้สิน ส่วนของเจ้าของ รายได้ และค่าใช้จ่าย หลักการและวิธีการของระบบใบสำคัญ และจริยธรรมของวิชาชีพการบัญชี

Accounting principles and general knowledge about accounting including accounting definition and objectives, the value of accounting information and accounting framework, accounting principles and methods of double entry system, accounting for trading enterprises and services business, journal and general ledger, end-of-period adjustments, closing entries, trial services business, journal and general ledger, end-of-period adjustments, closing entries, trial accounting for assets, liabilities, equity, revenue and expenses, concepts of voucher system and accounting professional ethics.

****966 121 การบัญชี 2 3(3-0-6)**

Accounting II

เงื่อนไขของรายวิชา: 966 111

ความหมายและการจำแนกประเภทของสินทรัพย์ หลักการและวิธีการบัญชีเกี่ยวกับสินทรัพย์และหนี้สิน ได้แก่ เงินสดและเงินฝากธนาคาร, ลูกหนี้, ตัวเงิน, สินค้า, เงินลงทุน, ที่ดิน อาคาร อุปกรณ์, ทรัพยากรธรรมชาติ, สินทรัพย์ไม่มีตัวตน, เจ้าหนี้การค้า และหนี้สินประเภทต่าง ๆ การรับรู้ การวัดมูลค่าสินทรัพย์และหนี้สิน การบันทึกบัญชี การแสดงรายการและการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับสินทรัพย์และหนี้สินในงบการเงิน

Asset definition and classification, accounting concepts and principles for assets and liabilities, including cash and bank deposit, account receivable, notes receivable, inventory, investment, property plant and equipment, natural resources, intangible assets, creditors and other liabilities, recognition, valuation, recording, presentation and disclosure of assets and liabilities in financial statements.

***966 241 การบัญชีบริหาร**

3(3-0-6)

Management Accounting

เงื่อนไขของรายวิชา: 966 111

การใช้ข้อมูลทางการบัญชี และกระบวนการเสนอข้อมูลทางการบัญชีเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการวางแผน การควบคุม และการตัดสินใจของฝ่ายบริหาร การศึกษาถึงข้อมูลทางการบัญชีการเงิน และบัญชีต้นทุนการวิเคราะห์หังบการเงิน ความสัมพันธ์ของต้นทุน ปริมาณ และกำไร การใช้ข้อมูลจากบัญชีต้นทุนเพื่อการจัดการ การจัดทำงบประมาณของธุรกิจ การวิเคราะห์และการจัดทำงบประมาณเพื่อรายจ่ายลงทุน และการกำหนดราคาขาย

Application and presentation of accounting information for planning, controlling and decision making, study of financial accounting and cost accounting information, financial statement analysis, cost-volume-profit analysis, use of cost accounting in management, budgeting for business, preparation and analysis of capital budgeting and pricing policy.

****967 201 สถิติเพื่อการจัดการ**

3 (3-0-6)

Statistics for Management

เงื่อนไขของรายวิชา: ไม่มี

ระเบียบวิธีสถิติ การจัดระเบียบและนำเสนอข้อมูล ความน่าจะเป็นขั้นพื้นฐาน ตัวแปรสุ่ม และการแจกแจง ตัวแปรสุ่มการประมาณค่าและการทดสอบสมมุติฐานทางรูปแบบธุรกิจ การวิเคราะห์ความแปรปรวนการถดถอยสหสัมพันธ์และการทำนาย การพยากรณ์และตีความแนวโน้ม การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

Statistical methods, organizing and displaying data, introduction to probability, random variables and their distributions, estimation and hypothesis testing in business model, analysis variance, regression correlation and prediction, forecasting and interpreting trends, statistical software.

****967 261 หลักการจัดการ**

3 (3-0-6)

Principles of Management

เงื่อนไขของรายวิชา : ไม่มี

แนวคิดและทฤษฎีการจัดการ การบริหารการเปลี่ยนแปลง กลยุทธ์การเจรจาต่อรอง หน้าที่ของการจัดการ สภาพแวดล้อมของธุรกิจและวัฒนธรรมองค์กร การวางแผน: กระบวนการตัดสินใจ กระบวนการวางแผน การจัดองค์การ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การสั่งการและอำนาจการ ภาวะผู้นำ การจูงใจมุ่งผลงาน คณะทำงานและการร่วมมือ การสื่อสารเพื่อการจัดการ การควบคุม

Major concepts and management theory, change management, negotiation strategy, functions of management, business environment and organization culture, planning; decision process, planning process, organizing; human resource management, leading; leadership, motivation, team and teamwork, communication for management, controlling.

- *967 262 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ 3(3-0-6)**
Human Resource Management
 เงื่อนไขของรายวิชา : ไม่มี
 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ใน การวางแผนทรัพยากรมนุษย์และการสรรหาพนักงาน การทดสอบและการคัดเลือกพนักงาน การฝึกอบรมและพัฒนา การบริหารผลการปฏิบัติงานและการประเมินผล การจ่ายค่าตอบแทนให้กับพนักงาน การจัดการแรงงานสัมพันธ์และการเจรจาต่อรองร่วม การบริหารคนเก่ง หลักจริยธรรมและการปฏิบัติอย่างเป็นธรรมในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ การดูแลความปลอดภัยและสุขภาพอนามัย
 Managing human resources, personnel planning and recruiting, testing and selecting human resource, training and developing human resource, performance management and appraisal, compensation, managing labor relations and collective bargaining, talent management, ethics and fair treatment in human resource management, and protecting safety and health.
- **967 263 การจัดการงานผลิตและบริการ 3 (3-0-6)**
Production Management and Service
 เงื่อนไขของรายวิชา : ไม่มี
 ศึกษาการกระบวนการผลิตและการบริการ แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์และกระบวนการบริการ การบริหารโครงการ การประมาณการณ์อุปสงค์ การเลือกทำเลที่ตั้งและการวางผังโรงงาน การจัดซื้อ การจัดการสินค้าคงคลัง การวิเคราะห์และออกแบบงาน การจัดการโซ่อุปทาน การจัดการคุณภาพ การจัดการด้านเทคโนโลยี
 Study production and service processes, concept of products and service design, project management, demand forecasting, location and layout design, purchasing, inventory management, work design and analysis, supply chain management, quality management. And Technology management
- **967 303 ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ 3 (3-0-6)**
Management Information Systems
 เงื่อนไขของรายวิชา: ไม่มี
 ศึกษาหลักสำคัญของระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ องค์ประกอบของระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ ความสัมพันธ์ระหว่างระบบสารสนเทศและองค์กร จริยธรรมในการใช้ระบบสารสนเทศ ฐานข้อมูล เทคโนโลยีโทรคมนาคม การจัดการความปลอดภัยระบบสารสนเทศ ระบบสารสนเทศศึกษาธุรกิจ ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ระบบจัดการความรู้ ระบบสนับสนุนการตัดสินใจและการพัฒนาระบบสารสนเทศ
 Study the core concept of management information systems, the element of management information systems, the relationship between information systems and organization, ethic for information systems using, database, telecommunication, information systems security management, enterprise application, electronic business, knowledge management, decision support systems and information systems development.
- *967 464 จริยธรรมธุรกิจและ สถานประกอบการที่ยั่งยืน 3 (3-0-6)**
Business Ethics and Sustainable Enterprise
 เงื่อนไขของรายวิชา: ไม่มี
 บทบาทของธุรกิจกับการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน การประยุกต์หลักธรรมไปสู่จริยธรรมธุรกิจ จริยธรรมธุรกิจและพฤติกรรมที่พึงประสงค์ ความรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในองค์กร การกำกับดูแลกิจการ หลักการเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงาน ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคของธุรกิจ ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมของธุรกิจ การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรมและการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนของธุรกิจ

Role of business and sustainable social development, the applications of moral to business ethics, business ethics and desirable behavior, knowledge of ethics in organization, business monitoring, principles of good corporate governance, human rights and labor treatment, responsibility of business on customers and environment, justice in business, participation of business in community development.