



# หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชาการตลาด

(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2555)

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

กระทรวงศึกษาธิการ

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต  
สาขาวิชาการตลาด  
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2555)

คณะบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ  
กระทรวงศึกษาธิการ

## คำนำ

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ฉบับนี้เป็นฉบับปรับปรุง ปีพุทธศักราช 2555 เพื่อใช้ในการจัดการศึกษาของสาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล กรุงเทพมหานคร ในการปรับปรุงครั้งนี้ ได้พิจารณาหลักสูตรให้สอดคล้องกับประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ.2548 กรอบมาตรฐานคุณวุฒิการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2552 และเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ซึ่งมุ่งเน้นการผลิตบัณฑิต ให้มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ มีทักษะและศิลปะในการปฏิบัติงาน มีความคิด ความสามารถในการวิเคราะห์สถานการณ์ต่าง ๆ รวมทั้งสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้อง โดยใช้หลักคุณธรรมจริยธรรม นอกจากนี้ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดที่ปรับปรุง ได้มีการเชิญผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้และประสบการณ์โดยตรงมาร่วมพัฒนาหลักสูตรให้มีประสิทธิภาพ และมีความเหมาะสมทันสมัยต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ความสามารถในวิชาการทางด้านการตลาดโดยมีคุณสมบัติสอดคล้องกับความต้องการของภาคธุรกิจ

คณะบริหารธุรกิจตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องนี้ จึงได้ดำเนินการปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการดังกล่าว และเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการจัดการศึกษาในสาขาวิชานี้ ซึ่งคาดว่าผลที่ได้จะทำให้การเรียนการสอน มีประสิทธิภาพมากขึ้น และตรงตามวัตถุประสงค์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

## สารบัญ

	หน้า
1. คณะและภาควิชา.....	1
2. ชื่อหลักสูตร.....	1
3. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา.....	1
4. วัตถุประสงค์ของหลักสูตร .....	1
5. หลักสูตร .....	2
5.1 จำนวนหน่วยกิต .....	2
5.2 โครงสร้างหลักสูตร.....	2
5.3 ชื่อรายวิชา .....	2
5.4 คำอธิบายรายวิชา.....	12

**รายละเอียดของหลักสูตร**  
**หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด**  
**หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2555**

- ชื่อสถาบันอุดมศึกษา** มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
- 1. คณะ / ภาควิชา** คณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาการตลาดและการจัดการ
- 2. ชื่อหลักสูตร**
- ภาษาไทย : หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
- ภาษาอังกฤษ : Bachelor of Business Administration Program in Marketing
- 3. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา**
- ชื่อเต็ม (ภาษาไทย) : บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)
- ชื่อย่อ (ภาษาไทย) : บธ.บ. (การตลาด)
- ชื่อเต็ม (ภาษาอังกฤษ) : Bachelor of Business Administration (Marketing)
- ชื่อย่อ (ภาษาอังกฤษ) : B.B.A. (Marketing)
- 4. วัตถุประสงค์ของหลักสูตร**
- 4.1 เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ ความสามารถ ตรงความต้องการของภาคธุรกิจ และการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี สังคมและวัฒนธรรมของโลก
  - 4.2 เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ ความสามารถ มีความคิดริเริ่ม รักการค้นคว้า มีความสามารถในการพัฒนาศักยภาพตนเอง ตรงตามคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์
  - 4.3 เพื่อปลูกฝังให้บัณฑิตทางการตลาดมีความรับผิดชอบต่อน้ำที่และสังคม มีคุณธรรม จริยธรรม และธำรงไว้ซึ่งขนบธรรมเนียม ประเพณีอันดีงามของไทย
  - 4.4 มุ่งให้บัณฑิตมีกึ๋นนิสัยในการสร้างสรรค์ มีการค้นคว้าและเรียนรู้ตลอดชีวิต ปรับตัวให้ก้าวสู่ความก้าวหน้า
  - 4.5 สามารถนำความรู้สู่อาชีพนักการตลาดอย่างสมภาคภูมิ ด้วยสติปัญญาในการกล้าคิด กล้าตัดสินใจ รู้จักการวางแผนอย่างมีหลักการและเหตุผล

## 5. หลักสูตร

5.1 จำนวนหน่วยกิต รวมตลอดหลักสูตร 137 หน่วยกิต

### 5.2 โครงสร้างหลักสูตร

โครงสร้างหลักสูตร แบ่งเป็นหมวดวิชาที่สอดคล้องกับที่กำหนดไว้ในเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการ ดังนี้

ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	31	หน่วยกิต
1. กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์	3	หน่วยกิต
2. กลุ่มมนุษยศาสตร์	3	หน่วยกิต
3. กลุ่มวิชาภาษา	12	หน่วยกิต
4. กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์	6	หน่วยกิต
5. กลุ่มวิชาพลศึกษาและนันทนาการ	1	หน่วยกิต
6. กลุ่มวิชาเลือก	6	หน่วยกิต
ข. หมวดวิชาเฉพาะ	100	หน่วยกิต
1. กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	42	หน่วยกิต
2. กลุ่มวิชาชีพบังคับ	36	หน่วยกิต
3. กลุ่มวิชาชีพเลือก	15	หน่วยกิต
4. กลุ่มวิชาเสริมสร้างประสบการณ์ในวิชาชีพ	7	หน่วยกิต
ค. หมวดวิชาเลือกเสรี	6	หน่วยกิต

### 5.3 ชื่อรายวิชา

ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 31 หน่วยกิต

1) กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ 3 หน่วยกิต ให้เลือกศึกษาจากรายวิชาต่อไปนี้

1-121-002	มนุษย์กับสังคม Man and Society	3(3-0-6)
1-121-004	สังคมกับสิ่งแวดล้อม Society and Environment	3(3-0-6)
1-122-001	การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม Quality of Life and Social Development	3(3-0-6)
1-123-001	สังคมกับเศรษฐกิจ Society and Economy	3(3-0-6)

1-124-001	สังคมกับการปกครอง Society and Government	3(3-0-6)
1-125-003	กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา Intellectual Properties Law	3(3-0-6)
1-125-004	กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค Consumer Protection Law	3(3-0-6)

หรือรายวิชาอื่นๆ ที่อยู่ในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

## 2) กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ 3 หน่วยกิต ให้เลือกศึกษาจากรายวิชาต่อไปนี้

1-130-001	ห้องสมุดและสารนิเทศเพื่อการศึกษาค้นคว้า Library and Information for Education	3(3-0-6)
1-131-001	จิตวิทยาทั่วไป General Psychology	3(3-0-6)
1-131-002	เทคนิคการพัฒนาบุคลิกภาพ Personality Development Techniques	3(3-0-6)
1-132-001	มนุษย์กับจริยธรรมเพื่อการดำเนินชีวิต Man and Ethics of Living	3(3-0-6)
1-132-003	ศาสนากับการดำเนินชีวิต Religion and Way of life	3(3-0-6)

หรือรายวิชาอื่นๆ ที่อยู่ในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

## 3) กลุ่มวิชาภาษา 12 หน่วยกิต เลือกศึกษาจากวิชาต่างๆ ในกลุ่มวิชาภาษาไทย หรือวิชาภาษาอังกฤษ หรือภาษาญี่ปุ่น หรือภาษาจีน

### 3.1) กลุ่มวิชาภาษาไทย

1-110-101	การใช้ภาษาไทย Thai Usage	3(3-0-6)
1-110-102	ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร Thai for Communication	3(3-0-6)
1-111-205	เทคนิคการเขียน Writing Techniques	3(3-0-6)

1-111-207 ศิลปะการใช้ภาษาไทยเพื่อนำเสนอผลงาน 3(3-0-6)  
The Art of Thai Usage in Presentation

1-112-308 ศิลปะการพูด 3(3-0-6)  
The Art of Speech

### 3.2) กลุ่มวิชาภาษาอังกฤษ

1-211-001 ภาษาอังกฤษทั่วไป 3(3-0-6)  
General English

1-211-002 ภาษาอังกฤษเพื่องาน 3(3-0-6)  
English for Work

1-211-003 ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน 3(3-0-6)  
English for Everyday Use

1-211-005 สนทนาภาษาอังกฤษ 3(3-0-6)  
English Conversation

1-211-006 การอ่านทั่วไป 3(3-0-6)  
General Reading

1-211-008 ภาษาอังกฤษเพื่อนำเสนอผลงาน 3(3-0-6)  
English for Presentations

1-211-009 ภาษาอังกฤษเพื่อวิชาชีพ 3(3-0-6)  
English for Professional Purposes

### 3.3) กลุ่มวิชาภาษาญี่ปุ่น

1-222-105 ภาษาญี่ปุ่นพื้นฐาน 3(3-0-6)  
Basic Japanese

1-222-106 สนทนาภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้น 3(3-0-6)  
Basic Japanese Conversation

### 3.3) กลุ่มวิชาภาษาจีน

1-231-001 ภาษาจีนเบื้องต้น 3(3-0-6)  
Basic Chinese

1-231-002 สนทนาภาษาจีนเบื้องต้น 3(3-0-6)  
Basic Chinese Conversation



หรือรายวิชาอื่นๆ ที่อยู่ในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชาภาษาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ โดยต้องเลือกวิชากลุ่มภาษาไทยอย่างน้อย 3 หน่วยกิต และกลุ่มวิชาภาษาอังกฤษอย่างน้อย 6 หน่วยกิต

**4) กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ 6 หน่วยกิต ให้เลือกศึกษาจากรายวิชาต่อไปนี้**

2-110-105	วิทยาศาสตร์กับการพัฒนาคุณภาพชีวิต Science and Quality of Life	3(3-0-6)
2-110-107	วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อภูมิปัญญาท้องถิ่น Science and Technology for Local Wisdom	3(3-0-6)
2-120-102	สิ่งแวดล้อมและการจัดการทรัพยากร Environment and Resources Management	3(3-0-6)
2-130-102	วิทยาศาสตร์ในชีวิตประจำวัน Science for Everyday Use	3(3-0-6)
2-210-001	คณิตศาสตร์ในชีวิตประจำวัน Mathematics for Everyday Use	3(3-0-6)
2-210-002	คณิตศาสตร์เพื่อการตัดสินใจ Mathematics for Decision Making	3(3-0-6)
2-230-107	โปรแกรมสำเร็จรูป Package Program	3(2-2-5)

หรือรายวิชาอื่น ๆ ในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

**5) กลุ่มวิชาพลศึกษาและนันทนาการ 1 หน่วยกิต ให้เลือกศึกษาจากรายวิชาต่อไปนี้**

1-141-001	พลศึกษา Physical Education	1(0-2-1)
1-141-002	แบดมินตัน Badminton	1(0-2-1)
1-141-004	เทเบิลเทนนิส Table Tennis	1(0-2-1)
1-141-012	กิจกรรมเข้าจังหวะ Rhythmic Activities	1(0-2-1)

1-141-013	ลีลาศ Social Dance	1(0-2-1)
1-142-001	นันทนาการ Recreation	1(0-2-1)
1-142-004	เกมสร้างสรรค์สำหรับนันทนาการ Games for Recreation	1(0-2-1)
1-143-003	กิจกรรมเพื่อสุขภาพและสุขปฏิบัติ Activities for Health Practices	1(0-2-1)

หรือรายวิชาอื่นๆ ในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชาพลศึกษาและนันทนาการ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

#### 6) กลุ่มวิชาเลือก 6 หน่วยกิต

ให้เลือกศึกษาจากรายวิชาในหมวดศึกษาทั่วไป

**หมายเหตุ :** สำหรับหมวดวิชาศึกษาทั่วไป

หมวดวิชาศึกษาทั่วไปต้องศึกษาไม่น้อยกว่า 31 หน่วยกิต โดยเลือกศึกษาในรายวิชาตามรายละเอียดข้างต้น และ/หรือวิชาที่เปิดสอนโดยคณะศิลปศาสตร์ หรือคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ได้ตามความเหมาะสม แต่ต้องสอดคล้องกับโครงสร้างหลักสูตร โดยความเห็นชอบของภาควิชา

#### ข. หมวดวิชาเฉพาะ 100 หน่วยกิต

##### 1) กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ 42 หน่วยกิต ให้ศึกษาจากรายวิชาต่อไปนี้

5-010-001	กฎหมายธุรกิจ Business Law	3(3-0-6)
5-010-202	สถิติธุรกิจ Business Statistics	3(3-0-6)
5-111-104	การบัญชีเบื้องต้น Fundamental Accounting	3(2-3-5)
5-115-201	การภาษีอากร 1 Taxation 1	3(3-0-6)
5-121-205	การเงินธุรกิจ Corporate Finance	3(3-0-6)
5-123-101	เศรษฐศาสตร์จุลภาคเบื้องต้น Introductory Microeconomics	3(3-0-6)

5-123-102	เศรษฐศาสตร์มหภาคเบื้องต้น Introductory Macroeconomics	3(3-0-6)
5-141-101	เทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ Business Information Technology	3(2-2-5)
5-211-101	หลักการตลาด Principles of Marketing	3(3-0-6)
5-221-101	หลักการจัดการ Principles of Management	3(3-0-6)
5-221-205	ความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจระหว่างประเทศ Introduction to International Business	3(3-0-6)
5-221-302	การจัดการด้านการผลิตและการดำเนินงาน Production and Operation Management	3(3-0-6)
5-221-305	การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ Quantitative Analysis in Business	3(3-0-6)
5-232-211	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารธุรกิจ English for Business Communication	3(3-0-6)

## 2) กลุ่มวิชาชีพบังคับ 36 หน่วยกิต ให้ศึกษาจากรายวิชาต่อไปนี้

### 2.1) วิชาชีพบังคับ 24 หน่วยกิต ให้ทุกกลุ่มวิชาศึกษาจากรายวิชาต่อไปนี้

5-211-202	พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer Behavior	3(3-0-6)
5-211-307	นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา Product and Price Policy	3(3-0-6)
5-211-308	นโยบายการจัดจำหน่าย Distribution Policy	3(3-0-6)
5-211-309	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ Integrated Marketing Communication	3(3-0-6)
5-211-423	การวิจัยการตลาด Marketing Research	3(2-2-5)
5-211-424	กลยุทธ์การตลาด Marketing Strategies	3(3-0-6)

5-211-432	การวางแผนการตลาด Marketing Planning	3(3-0-6)
5-212-301	การตลาดระหว่างประเทศ International Marketing	3(3-0-6)

## 2.2) วิชาชีพบังคับกลุ่ม 12 หน่วยกิต ให้ศึกษาจากรายวิชาในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งต่อไปนี้

### (1) กลุ่มวิชาการบริหารการตลาด

5-211-316	การจัดการโซ่อุปทาน Supply Chain Management	3(3-0-6)
5-211-425	การศึกษาความเป็นไปได้เพื่อโครงการการตลาด Feasibility Study in Marketing Project	3(2-2-5)
5-211-426	สัมมนาการตลาด Seminar in Marketing	3(2-2-5)
5-213-213	หลักการค้าปลีก Principles of Retailing	3(3-0-6)

### (2) กลุ่มวิชาการตลาดระหว่างประเทศ

5-212-405	กฎระเบียบและการเจรจาการค้า Legislation and Negotiation	3(3-0-6)
5-212-406	กระบวนการส่งออก Export Procedures	3(3-0-6)
5-212-408	สัมมนาการตลาดระหว่างประเทศ Seminar in International Marketing	3(2-2-5)
5-212-410	การจัดการตลาดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน AEC Marketing Management	3(3-0-6)

### (3) กลุ่มวิชาการตลาดธุรกิจการค้าปลีก

5-213-213	หลักการค้าปลีก Principles of Retailing	3(3-0-6)
5-213-334	การบริหารสินค้าในธุรกิจค้าปลีก Retail Merchandising	3(3-0-6)
5-213-335	การจัดแสดงสินค้าและการตกแต่งร้าน Visual Merchandising	3(2-2-5)

5-213-439	สัมมนาการตลาดธุรกิจการค้าปลีก Seminar in Retailing Marketing	3(2-2-5)
-----------	---	----------

**(4) กลุ่มวิชาการตลาดบริการ**

5-214-206	การตลาดบริการ Service Marketing	3(3-0-6)
5-214-319	การตลาดลูกค้าสัมพันธ์ Customer Relationship Marketing	3(3-0-6)
5-214-341	นวัตกรรมบริการ Service Innovation	3(3-0-6)
5-214-442	สัมมนาการตลาดบริการ Seminar in Service Marketing	3(2-2-5)

**3) กลุ่มวิชาชีพเลือก 15 หน่วยกิต ให้เลือกศึกษาจากรายวิชาต่อไปนี้**

5-211-203	ศิลปะการขาย Salesmanship	3(3-0-6)
5-211-204	การจัดการการจัดซื้อ Purchasing Management	3(3-0-6)
5-211-205	การประชาสัมพันธ์ Public Relations	3(2-2-5)
5-211-310	การบรรจุภัณฑ์ Packaging	3(3-0-6)
5-211-311	การตลาดสินค้าอุตสาหกรรม Industrial Product Marketing	3(3-0-6)
5-211-312	การตลาดสินค้าแฟชั่น Marketing for Fashion Merchandise	3(2-2-5)
5-211-314	ระบบสารสนเทศเพื่อการตลาด Information System for Marketing	3(3-0-6)
5-211-315	การจัดการขาย Sales Management	3(3-0-6)
5-211-317	การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม Environmental Marketing	3(3-0-6)

5-211-318	การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ E-Marketing	3(2-2-5)
5-211-320	โลจิสติกส์ Logistics	3(3-0-6)
5-211-428	การตลาดทางตรง Direct Marketing	3(3-0-6)
5-211-429	การบริหารตราสินค้า Brand Management	3(3-0-6)
5-211-430	กลยุทธ์การตลาดเชิงกิจกรรม Event Marketing Strategies	3(2-2-5)
5-211-431	หลักการโฆษณา Principles of Advertising	3(3-0-6)
5-211-433	จริยธรรมทางการตลาด Marketing Ethics	3(3-0-6)
5-212-302	การส่งเสริมการส่งออก Export Promotion	3(3-0-6)
5-212-303	การค้ากับกลุ่มเศรษฐกิจ Trading with Major Economic Blocs	3(3-0-6)
5-212-304	การจัดซื้อจัดหาระหว่างประเทศ Internation Procurement	3(3-0-6)
5-212-407	การจัดการการตลาดส่งออก Export Marketing Management	3(3-0-6)
5-212-409	การจัดการตลาดโลก Global Marketing Management	3(3-0-6)
5-213-321	การจัดการแฟรนไชส์ Franchise Management	3(3-0-6)
5-213-322	การบริหารหมวดหมู่สินค้า Category Merchandising	3(3-0-6)
5-213-436	การป้องกันความสูญเสียและการบริหารความปลอดภัย Loss Prevention Management	3(3-0-6)

5-213-437	การปฏิบัติการการดำเนินธุรกิจค้าปลีก Retail Operations	3(2-2-5)
5-213-438	การบริหารตราสินค้าสำหรับธุรกิจค้าปลีก Branding Retailing	3(3-0-6)
5-214-340	กลยุทธ์การตลาดบริการ Service Marketing Strategies	3(2-2-5)

หรือรายวิชาอื่น ๆ ในหมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาชีพบังคับกับกลุ่มวิชาอื่น ๆ และ/หรือ รายวิชาที่เปิดสอนโดยคณะบริหารธุรกิจ ซึ่งไม่ซ้ำกับรายวิชาที่ศึกษามา

**4) กลุ่มวิชาเสริมสร้างประสบการณ์ในวิชาชีพ 7 หน่วยกิต ให้เลือกศึกษาจากรายวิชาต่อไปนี้**

5-001-301	การเตรียมสหกิจศึกษา Pre-Cooperative Education	1(1-0-2)
5-210-302	สหกิจศึกษาทางบริหารธุรกิจ Cooperative Education in Business	6(0-40-0)
5-001-303	การฝึกงาน Job Training	3(0-40-0)
5-001-304	ประสบการณ์ทางวิชาชีพบริหารธุรกิจในต่างประเทศ Business Experience in Foreign Countries	3(0-40-0)

**หมายเหตุ :** สำหรับกลุ่มวิชาสร้างเสริมประสบการณ์ในวิชาชีพ

1. แผน ก . 7 หน่วยกิต ต้องเลือก 2 รายวิชา คือวิชาการเตรียมสหกิจศึกษาและวิชาสหกิจศึกษาทางบริหารธุรกิจ ใช้เวลาในการฝึกปฏิบัติไม่น้อยกว่า 17 สัปดาห์ หรือ 1 ภาคการศึกษาปกติ

2. แผน ข. 7 หน่วยกิต ต้องเรียน 3 รายวิชา คือวิชาการเตรียมสหกิจศึกษา และเลือกอีกหนึ่งรายวิชาจาก 2 รายวิชา คือวิชาการฝึกงาน หรือวิชาประสบการณ์ทางวิชาชีพบริหารธุรกิจในต่างประเทศ ใช้เวลาฝึกปฏิบัติงานไม่น้อยกว่า 200 ชั่วโมง หรือ 1 ภาคฤดูร้อน และให้เลือกจากกลุ่มวิชาชีพเลือกอีกหนึ่งรายวิชา

3. ในกรณีที่คณะกรรมการประจำหลักสูตร พิจารณาเห็นว่านักศึกษาไม่มีความพร้อมในการเรียนรายวิชาสหกิจศึกษา จะให้เลือกรียนรายวิชาการฝึกงานแทน

4. การประเมินผลการปฏิบัติงานหรือการฝึกงานของนักศึกษาให้ค่าระดับคะแนนเป็น

S = Satisfactory คือ ผ่าน หรือ

U = Unsatisfactory คือ ไม่ผ่าน

ค. หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

นักศึกษาเลือกวิชาใดก็ได้อีกไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต วิชาเหล่านี้อาจเป็นวิชาที่เปิดสอนในคณะหรือเปิดสอนในคณะอื่น ๆ ในระดับปริญญาตรี

5.4 คำอธิบายรายวิชา

ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

1. กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์

1-121-002 มนุษย์กับสังคม 3(3-0-6)

**Man and Society**

ความหมาย ขอบเขตและความสำคัญของสังคมศาสตร์ ความหมายองค์ประกอบของสังคมและวัฒนธรรม บทบาทและหน้าที่ของสังคมและวัฒนธรรม ตลอดจนเอกลักษณ์และค่านิยมของสังคมไทย ความหมายและลักษณะของพฤติกรรมมนุษย์ การจัดระเบียบทางสังคม การขัดเกลาทางสังคม สถาบันทางสังคม การจำแนกความแตกต่างทางสังคม การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม ปัญหาสังคมต่าง ๆ

1-121-004 สังคมกับสิ่งแวดล้อม 3(3-0-6)

**Society and Environment**

ความสำคัญของสังคมกับสิ่งแวดล้อม โดยอาศัยแนวคิดพื้นฐานทางนิเวศวิทยานำไปสู่การศึกษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมรวมถึงมลพิษสิ่งแวดล้อม การวิเคราะห์ระบบ และการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปสู่การจัดการสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม

1-122-001 การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม 3(3-0-6)

**Quality of Life and Social Development**

ความหมายและความสำคัญของการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม ปรัชญาและหลักธรรมในการดำรงชีวิต การสร้างแนวคิดและเจตคติต่อตนเอง บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบต่อตนเองและผู้อื่น การปรับตัวเพื่อร่วมกิจกรรมทางสังคม เทคนิคการครองใจคน และการดำเนินชีวิตตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง



- 1-123-001**    **สังคมกับเศรษฐกิจ**    **3(3-0-6)**
- Society and Economy**
- ศึกษาความหมาย ขอบเขต และวิธีวิเคราะห์ทางสังคมศาสตร์ ความสัมพันธ์ระหว่างสังคมและเศรษฐกิจ วิวัฒนาการของระบบเศรษฐกิจ ความรู้พื้นฐานทางเศรษฐศาสตร์ การกำหนดราคา ตลาด ทรัพยากรมนุษย์และสถาบันทางเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจ สังคมที่เกิดจากการพัฒนาตลอดจนการนำแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในสังคมและเศรษฐกิจ
- 1-124-001**    **สังคมกับการปกครอง**    **3(3-0-6)**
- Society and Government**
- ความจำเป็นที่มนุษย์ต้องอยู่รวมกันเป็นสังคม การก่อตัวของสังคมการเมือง การเกิดระบบการเมือง ศึกษารัฐในแง่ของความหมาย องค์ประกอบ การกำเนิดวิวัฒนาการ รูปแบบ การรับรอง หน้าที่ของรัฐ ศึกษาอุดมการณ์ทางการเมือง ศึกษาส่วนสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการเมืองการปกครอง เช่น อำนาจอธิปไตย รัฐธรรมนูญ สถาบันทางการเมือง กระบวนการทางการเมือง และศึกษาถึงการปกครองรูปแบบต่าง ๆ รวมทั้งรูปแบบการปกครองของไทย ตั้งแต่สมัยสมบูรณาญาสิทธิราช จนถึงเปลี่ยนแปลงการปกครองมาเป็นประชาธิปไตย
- 1-125-003**    **กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา**    **3(3-0-6)**
- Intellectual Properties Law**
- แนวความคิด เหตุผลในการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ความหมาย และประเภทของทรัพย์สินทางปัญญา กฎหมาย และลักษณะของทรัพย์สินทางปัญญาที่สำคัญ อาทิ ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า และสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาอื่นๆ โดยเน้นความหมาย และลักษณะสิทธิที่ได้รับความคุ้มครอง หลักเกณฑ์ และเงื่อนไขของการได้มาซึ่งสิทธิ การคุ้มครองสิทธิ การละเมิดสิทธิ ข้อพิพาทด้านทรัพย์สินทางปัญญาและการระงับข้อพิพาทด้านทรัพย์สินทางปัญญา กระบวนการไกลเกลี่ยข้อพิพาท และกระบวนการอนุญาโตตุลาการ อำนาจการพิจารณาพิพากษาคดีของศาลทรัพย์สินทางปัญญา และการค้าระหว่างประเทศกลาง การแปลงสินทรัพย์ทางปัญญาเป็นทุน รวมถึงกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง หลักความคุ้มครองตามข้อตกลง หรือสนธิสัญญา ระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้อง

- 1-125-004 กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค 3(3-0-6)  
**Consumer Protection Law**  
 ศึกษาวัตถุประสงค์ และความสำคัญ ของการคุ้มครองผู้บริโภค สิทธิและหน้าที่  
 ของผู้บริโภค องค์การของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค หลักและวิธีการ  
 ดำเนินงานกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค
2. กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์
- 1-130-001 ห้องสมุดและสารนิเทศเพื่อการศึกษาชั้นคว่ำ 3(3-0-6)  
**Library and Information for Education**  
 สารนิเทศและการศึกษาค้นคว้า ห้องสมุดและแหล่งสารนิเทศแหล่งอื่น ๆ  
 ทรัพยากรสารนิเทศ การจัดเก็บทรัพยากรสารนิเทศ การสืบค้นสารนิเทศ  
 รายงานทางวิชาการ การเขียนบรรณานุกรมและการอ้างอิง
- 1-131-001 จิตวิทยาทั่วไป 3(3-0-6)  
**General Psychology**  
 ความหมายและขอบข่ายของวิชาจิตวิทยา อิทธิพลของพันธุกรรมและ  
 สิ่งแวดล้อม พัฒนาการของมนุษย์ ระบบอวัยวะต่าง ๆ ของมนุษย์โดยสังเขป  
 เชาวปัญญา การรับรู้ การเรียนรู้ การจูงใจ บุคลิกภาพและการปรับตัว  
 สุขภาพจิตและพฤติกรรมทางสังคม
- 1-131-002 เทคนิคการพัฒนาบุคลิกภาพ 3(3-0-6)  
**Personality Development Techniques**  
 ศึกษาความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับบุคลิกภาพ ทฤษฎีบุคลิกภาพ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ  
 บุคลิกภาพ เทคนิควิธีปรับปรุงบุคลิกภาพ การรับรู้เกี่ยวกับตัวเอง อิทธิพลของ  
 มนุษย์สัมพันธ์กับบุคลิกภาพ สุขภาพจิต และการปรับตัว บุคลิกภาพที่  
 พัฒนาสมบูรณ์

- 1-132-001 มนุษย์กับจริยธรรมเพื่อการดำเนินชีวิต 3(3-0-6)**  
**Man and Ethics of Living**  
 ทฤษฎีและแนวความคิดพิน ฐานทางคุณธรรมและจริยธรรม ความสำคัญของ การมี จริยธรรมในการดำเนินชีวิต หลักเกณฑ์การตัดสินคุณค่าทางจริยธรรม และจริยธรรมทางด้านศาสนา เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิต และมี คุณลักษณะที่พึงประสงค์
- 1-132-003 ศาสนากับการดำเนินชีวิต 3(3-0-6)**  
**Religion and Way of Life**  
 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับศาสนา พัฒนาการทางสังคมที่ ทำให้เกิดลัทธิ ความเชื่อ และศาสนา กำเนิดศาสนา หลักธรรมและเป้าหมายของศาสนาสำคัญของโลก ความสำคัญของศาสนาต่อพัฒนาการทางสังคม การนำเอาหลักธรรมที่เป็น สากลมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน
- 3. กลุ่มวิชาภาษา**
- 3.1 กลุ่มวิชาภาษาไทย**
- 1-110-101 การใช้ภาษาไทย 3(3-0-6)**  
**Thai Usage**  
 การฟัง การอ่าน การเขียน และการพูดเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานการใช้ภาษาไทย การฟังจับใจความ การฟังอย่างมีวิจารณ์ญาณ การอ่านจับใจความ การอ่าน วิเคราะห์ความ การเขียนรายงานวิชาการ หนังสือราชการ จดหมายสมัครงาน โครงการ คำกล่าวรายงาน การสนทนา การประชุมและการพูดในโอกาส ต่าง ๆ
- 1-110-102 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6)**  
**Thai for Communication**  
 การใช้ภาษาไทยในการสื่อสาร ลักษณะของภาษาไทย ทฤษฎีการสื่อสาร วัฒนธรรมในการสื่อสาร ฝึกทักษะการฟัง การอ่าน การพูดและการเขียน เพื่อการสื่อสาร

- 1-111-205** **เทคนิคการเขียน** **3(3-0-6)**  
**Writing Techniques**  
การเขียน การเลือกใช้คำหลักเกณฑ์ในการผูกประโยค ชนิดของสำนวน โวหาร การเขียนย่อหน้า การเขียนเรียงความ การเขียนบทความและการเขียนประเภทอื่น ๆ

- 1-111-207** **ศิลปะการใช้ภาษาไทยเพื่อนำเสนอผลงาน** **3(3-0-6)**  
**The Art of Thai Usage in Presentation**  
ศิลปะการใช้ภาษาไทยเพื่อนำเสนอผลงาน ได้แก่ การวางแผน การจัดระบบ การจัดเตรียมสื่อและอุปกรณ์ การนำเสนอผลงานแบบต่างๆ

- 1-112-308** **ศิลปะการพูด** **3(3-0-6)**  
**The Art of Speech**  
ศิลปะการพูด ได้แก่ การพัฒนาบุคลิกภาพในการพูด มารยาทในการพูด การเตรียมตัวพูด ประเภทของการพูด

### 3.2 กลุ่มวิชาภาษาอังกฤษ

- 1-211-001** **ภาษาอังกฤษทั่วไป** **3(3-0-6)**  
**General English**  
การสนทนาโต้ตอบเกี่ยวกับการทักทาย การแนะนำตัว การขอร้อง การขออนุญาต การขอบคุณ การขอโทษ การอ่านและการเขียนขั้นตอนปฏิบัติ การบรรยายลักษณะของสิ่งของ การบรรยายเหตุการณ์ในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต

- 1-211-002** **ภาษาอังกฤษเพื่องาน** **3(3-0-6)**  
**English for Work**  
การสนทนาโต้ตอบเกี่ยวกับการเชื้อเชิญ การนัดหมาย การโทรศัพท์ การแสดงความคิดเห็น การอ่านตารางข้อมูล รายงานสั้น ๆ โฆษณาสินค้าและบริการ ประกาศรับสมัครงาน และข้อมูลเกี่ยวกับบุคคล การเขียนบันทึกประวัติส่วนตัว จดหมายสมัครงาน การกรอกใบสมัคร และการสัมภาษณ์เพื่อการสมัครงาน

- |           |  |          |
|-----------|--|----------|
| 1-211-003 | <b>ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน</b><br><b>English for Everyday Use</b><br>การใช้ภาษาอังกฤษในการทักทาย การแนะนำ การบอกทิศทาง การโทรศัพท์<br>การนัดหมาย การสำรองที่นั่ง การซื้อของ การอ่านและการฟังสารที่พบใน<br>ชีวิตประจำวัน ได้แก่ ข่าว ประกาศ โฆษณา   | 3(3-0-6) |
| 1-211-005 | <b>สนทนาภาษาอังกฤษ</b><br><b>English Conversation</b><br>ทักษะการฟังและการสนทนาในชีวิตประจำวัน เน้นการออกเสียงและการใช้ภาษาใน<br>การสื่อสารอย่างถูกต้อง  | 3(3-0-6) |
| 1-211-006 | <b>การอ่านทั่วไป</b><br><b>General Reading</b><br>การอ่านหนังสือพิมพ์ บทความ วารสาร ตำรา การใช้พจนานุกรม การเดา<br>ข้อความล่วงหน้า การใช้ความรู้เดิมและความรู้รอบตัว การหาความคิดหลัก<br>ประโยคหลัก ข้อมูลที่สนับสนุนความคิดหลัก เทคนิคการอ่านเร็ว การอ่านเพื่อ<br>หาข้อมูลรวมและข้อมูลเฉพาะจุด                  | 3(3-0-6) |
| 1-211-008 | <b>ภาษาอังกฤษเพื่อนำเสนอผลงาน</b><br><b>English for Presentations</b><br>การเขียนรายละเอียดผลิตภัณฑ์และวิธีใช้ การเขียนรายงาน โครงการ และการ<br>นำเสนอผลงาน  | 3(3-0-6) |
| 1-211-009 | <b>ภาษาอังกฤษเพื่อวิชาชีพ</b><br><b>English for Professional Purposes</b><br>การอ่านบทความ เอกสาร วารสารและตำราที่เกี่ยวข้องกับสาขาวิชาชีพ<br>การสนทนาในสถานการณ์ต่างๆ เกี่ยวกับวิชาชีพ การฟังและการอ่านเพื่อจับ<br>สาระสำคัญ ตีความและสรุปความ การเขียนบรรยาย และรายงานปากเปล่าใน<br>งานที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพ | 3(3-0-6) |

### 3.3 กลุ่มวิชาภาษาญี่ปุ่น

- 1-222-105 ภาษาญี่ปุ่นพื้นฐาน 3(3-0-6)  
**Basic Japanese**  
 ทักษะพื้นฐานของภาษาญี่ปุ่น ฝึกฝนการออกเสียง การอ่าน การใช้สำนวนต่างๆ  
 ในชีวิตประจำวัน รวมทั้งการฝึกการสร้างรูปประโยคพื้นฐาน
- 1-222-106 สนทนาภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้น 3(3-0-6)  
**Basic Japanese Conversation**  
 การฟังและการออกเสียงภาษาญี่ปุ่นให้ถูกต้อง เพื่อให้สามารถเข้าใจบทสนทนา  
 ในชีวิตประจำวันอย่างง่ายๆ ได้

### 3.4 กลุ่มวิชาภาษาจีน

- 1-231-001 ภาษาจีนเบื้องต้น 3(3-0-6)  
**Basic Chinese**  
 การใช้ระบบการออกเสียงสัทอักษรพินอินให้ได้ตามมาตรฐาน ศึกษาการเขียน  
 ตัวอักษรจีนขั้นพื้นฐาน การฟัง การพูด การอ่าน โดยเน้นคำศัพท์และประโยค  
 การสนทนาที่ใช้ในชีวิตประจำวันเบื้องต้น
- 1-231-002 สนทนาภาษาจีนเบื้องต้น 3(3-0-6)  
**Basic Chinese Conversation**  
 ทักษะการฟังและการพูดบทสนทนาที่ใช้ในชีวิตประจำวันอย่างง่ายๆ เน้นการ  
 ออกเสียงให้ถูกต้อง ชัดเจน สามารถถ่ายทอดออกมาได้อย่างถูกต้องและ  
 คล่องแคล่ว

### 4. กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์

- 2-110-105 วิทยาศาสตร์กับการพัฒนาคุณภาพชีวิต 3(3-0-6)  
**Science and Quality of Life**  
 วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีกับคุณภาพชีวิต ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ การพัฒนา  
 คุณภาพชีวิต ปัญหาคุณภาพชีวิตของคนไทยในปัจจุบัน และแนวทางแก้ปัญหา  
 โดยใช้ทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์

- 2-110-107 **วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อภูมิปัญญาท้องถิ่น** **3(3-0-6)**  
**Science and Technology for Local Wisdom**  
 ความหมายและวิเคราะห์ความสำคัญ ประเภท และการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทย นำความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี อธิบายสิ่งที่ปรากฏในภูมิปัญญาท้องถิ่น และการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นบนพื้นฐานของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน การศึกษานอกสถานที่
- 2-120-102 **สิ่งแวดล้อมและการจัดการทรัพยากร** **3(3-0-6)**  
**Environment and Resources Management**  
 ความรู้พื้นฐานทางสิ่งแวดล้อมและการจัดการทรัพยากร หลักนิเวศวิทยาและสมดุลธรรมชาติ ทรัพยากรธรรมชาติ การอนุรักษ์ มลพิษสิ่งแวดล้อมและการกำจัดมลสารทางวิทยาศาสตร์ การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม การบริหารการจัดการเพื่อพัฒนาสิ่งแวดล้อมแบบผสมผสาน
- 2-130-102 **วิทยาศาสตร์ในชีวิตประจำวัน** **3(3-0-6)**  
**Science for Everyday Use**  
 ความหมายของวิทยาศาสตร์ กระบวนการวิทยาศาสตร์ การวัดและหน่วยการวัด ทฤษฎีวิวัฒนาการ พันธุกรรม ธรรมชาติของคลื่น คลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า การใช้ประโยชน์จากพลังงานไฟฟ้าและนิวเคลียร์ สารเคมีในชีวิตประจำวัน อิเล็กทรอนิกส์เบื้องต้นและหลักการพื้นฐาน ของคอมพิวเตอร์
- 2-210-001 **คณิตศาสตร์ในชีวิตประจำวัน** **3(3-0-6)**  
**Mathematics for Everyday Use**  
 การคิดคำนวณเบื้องต้น คณิตศาสตร์การเงินเบื้องต้น หลักการแก้ปัญหาและวิธีการใช้เหตุผล หลักการนับและโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์เบื้องต้น สร้างแบบจำลองปัญหาในชีวิตประจำวันและวิธีแก้ การเก็บรวบรวมข้อมูล และการนำเสนอข้อมูล โดยการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้

- 2-210-002 **คณิตศาสตร์เพื่อการตัดสินใจ** 3(3-0-6)  
**Mathematics for Decision Making**  
 ตรรกศาสตร์เบื้องต้นและการให้เหตุผล สถิติเบื้องต้นและการวิเคราะห์ข้อมูล การแปลผลข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล
- 2-230-107 **โปรแกรมสำเร็จรูป** 3(2-2-5)  
**Package Program**  
 ศึกษาและปฏิบัติการเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้งาน โปรแกรมสำเร็จรูปที่นิยมใช้ ในปัจจุบัน เช่น การประมวลผลเชิงธุรกิจ การจัดทำโฮมเพจเบื้องต้น การนำเสนอข้อมูลในรูปแบบสื่อผสม เป็นต้น
5. **กลุ่มวิชาพลศึกษาและนันทนาการ**
- 1-141-001 **พลศึกษา** 1(0-2-1)  
**Physical Education**  
 ความรู้ทั่วไป ปฏิบัติเกี่ยวกับกิจกรรมพลศึกษา การสร้างเสริมสมรรถภาพทางกาย ความปลอดภัย และกฎ ระเบียบ กติกา มารยาทในการแข่งขันกีฬาโดยเลือกชนิดกีฬาตามความเหมาะสม
- 1-141-002 **แบดมินตัน** 1(0-2-1)  
**Badminton**  
 ศึกษาความรู้ทั่วไป ปฏิบัติทักษะกีฬาแบดมินตัน การเล่นประเภทเดี่ยว ประเภทคู่ สร้างเสริมสมรรถภาพทางกาย และกฎ ระเบียบ กติกา มารยาท การแข่งขันกีฬาแบดมินตัน
- 1-141-004 **เทเบิลเทนนิส** 1(0-2-1)  
**Table Tennis**  
 ศึกษาความรู้ทั่วไป ปฏิบัติทักษะกีฬาเทเบิลเทนนิส การเล่นประเภทเดี่ยว ประเภทคู่ สร้างเสริมสมรรถภาพทางกาย และกฎ ระเบียบ กติกา มารยาท การแข่งขันกีฬาเทเบิลเทนนิส



- 1-141-012**    **กิจกรรมเข้าจังหวะ**    **1(0-2-1)**
- Rhythmic Activities**
- ประวัติความเป็นมาและประโยชน์ของกิจกรรมเข้าจังหวะ หลักการเคลื่อนไหวเบื้องต้น พื้นฐานต่าง ๆ ในการจัดท่วงทรงของร่างกาย ตลอดจนกิจกรรมและท่าต่าง ๆ ในการใช้ประกอบจังหวะการเดินรำพื้นเมืองหรือแบบสากล
- 1-141-013**    **ลีลาศ**    **1(0-2-1)**
- Social Dance**
- ศึกษาความรู้ทั่วไป ปฏิบัติทักษะพื้นฐานการลีลาศจังหวะต่าง ๆ สร้างเสริมสมรรถภาพทางกาย และกฎ ระเบียบ กติกา มารยาทของการแข่งขันลีลาศ
- 1-142-001**    **นันทนาการ**    **1(0-2-1)**
- Recreation**
- ความรู้ทั่วไป ปฏิบัติเกี่ยวกับกิจกรรมนันทนาการ การจัดกิจกรรมนันทนาการ และเลือกกิจกรรมนันทนาการที่เหมาะสม
- 1-142-004**    **เกมสร้างสรรค์สำหรับนันทนาการ**    **1(0-2-1)**
- Games for Recreation**
- ศึกษาความรู้ทั่วไป ปฏิบัติเกี่ยวกับกิจกรรมนันทนาการ การจัดกิจกรรมนันทนาการ และเลือกกิจกรรมนันทนาการที่เหมาะสม
- 1-143-003**    **กิจกรรมเพื่อสุขภาพและสุขปฏิบัติ**    **1(0-2-1)**
- Activities for Health Practices**
- ความรู้ทั่วไป ฝึกปฏิบัติกิจกรรมทางพลศึกษาหรือนันทนาการที่ส่งเสริมสุขภาพ และสุขปฏิบัติของตนเองและส่วนรวม

## ข. หมวดวิชาเฉพาะ

## 1. กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ

- 5-010-001 กฎหมายธุรกิจ 3(3-0-6)  
**Business Law**  
 ศึกษาความหมายและระบบกฎหมาย ประเภทและศักดิ์ของกฎหมาย การตีความ การอุดช่องว่างของกฎหมาย หลักทั่วไปเกี่ยวกับสิทธิและการใช้สิทธิรวมถึงการปฏิบัติตามกฎหมายในเรื่องบุคคล ทรัพย์ นิติกรรม สัญญา หนี้ ละเมิด สัญญาซื้อขาย สัญญาขายฝาก สัญญาเช่าทรัพย์ สัญญาเช่าซื้อ ห้างหุ้นส่วนและบริษัท ทรัพย์สินทางปัญญา โดยคำนึงถึงจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ
- 5-010-202 สถิติธุรกิจ 3(3-0-6)  
**Business Statistics**  
 ศึกษาความรู้พื้นฐานทางด้านสถิติ และนำไปประยุกต์ใช้ในเชิงธุรกิจ ประกอบด้วยการจัดเก็บข้อมูล การวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง ความน่าจะเป็น การแจกแจงความน่าจะเป็นตัวแปรสุ่มชนิดไม่ต่อเนื่อง การแจกแจงของตัวอย่างสุ่ม การประมาณค่า การทดสอบสมมติฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวน การวิเคราะห์การถดถอยและสหสัมพันธ์อย่างง่าย การวิเคราะห์อนุกรมเวลา
- 5-111-104 การบัญชีเบื้องต้น 3(2-3-5)  
**Fundamental Accounting**  
 ความหมาย วัตถุประสงค์ของการบัญชี ประโยชน์ของข้อมูลทางการบัญชี จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี แม่บทการบัญชี หลักการและวิธีการบันทึกบัญชีตามหลักการบัญชีคู่ การบันทึกบัญชีตามวงจรบัญชี การบันทึกรายการในสมุดรายวันทั่วไปและสมุดรายวันเฉพาะ การจัดทำงบทดลอง กระจายทำการ รายการปรับปรุงและปิดบัญชี การบัญชีส่วนของเจ้าของ การบัญชีเกี่ยวกับกิจการซื้อขายสินค้า การบัญชีเบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีมูลค่าเพิ่ม งบการเงิน สำหรับกิจการให้บริการและกิจการซื้อขายสินค้า การบัญชีเกี่ยวกับเงินสด เงินลงทุนในหลักทรัพย์ ลูกหนี้การค้า ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ และการบัญชีของกิจการอุตสาหกรรมอย่างง่าย

- 5-115-201 การภาษีอากร 1 3(3-0-6)  
**Taxation 1**  
 หลักเกณฑ์ วิธีการประเมินและการจัดเก็บภาษีอากรต่างๆ ตามประมวล รัชฎากร และภาษีอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ อากรแสตมป์ ภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่าย รวมทั้งภาษีศุลกากร ภาษีสรรพสามิต และอื่น ๆ
- 5-121-205 การเงินธุรกิจ 3(3-0-6)  
**Corporate Finance**  
 วิชาบังคับก่อน : 5-111-102 การบัญชีขั้นต้น 2 หรือ  
 : 5-111-103 หลักการบัญชีขั้นต้น หรือ  
 : 5-111-104 การบัญชีเบื้องต้น  
 ศึกษาเป้าหมายและหน้าที่การจัดการทางการเงินของธุรกิจ จริยธรรมทางการเงิน การวิเคราะห์หังบการเงิน การพยากรณ์และการวางแผนทางการเงิน การบริหารเงินทุนหมุนเวียน ค่าของเงินตามเวลา งบประมาณเงินทุน แหล่งเงินทุนต้นทุนเงินทุน และนโยบายการจ่ายเงินปันผล
- 5-123-101 เศรษฐศาสตร์จุลภาคเบื้องต้น 3(3-0-6)  
**Introductory Microeconomics**  
 ศึกษาความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์จุลภาค อุปสงค์ อุปทานและการ กำหนดดุลยภาพของตลาด ความยืดหยุ่น ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ทฤษฎีการผลิต ต้นทุน รายรับและกำไรจากการผลิต ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ตลาดแข่งขัน ไม่สมบูรณ์และตลาดปัจจัยการผลิต

- 5-123-102 เศรษฐศาสตร์มหภาคเบื้องต้น 3(3-0-6)**  
**Introductory Macroeconomics**  
 ศึกษาความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์มหภาค ความหมายและการคำนวณ รายได้ประชาชาติ องค์กรประกอบของรายได้ประชาชาติ การคำนวณรายได้ประชาชาติดุลยภาพ การเงินและการธนาคาร นโยบายการเงินและการคลัง เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ การจ้างงาน เงินเฟ้อและเงินฝืด การแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจมหภาคและการพัฒนาเศรษฐกิจ
- 5-141-101 เทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ 3(2-2-5)**  
**Business Information Technology**  
 ศึกษาองค์ประกอบของเทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีด้าน ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ การสื่อสารข้อมูล และเครือข่ายคอมพิวเตอร์ การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการสื่อสารและสืบค้นสารสนเทศ การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปประยุกต์ใช้กับงานธุรกิจ ได้แก่ โปรแกรมประมวลผลคำ โปรแกรมกระดาษทำการ และโปรแกรมเพื่อนำเสนอ
- 5-211-101 หลักการตลาด 3(3-0-6)**  
**Principles of Marketing**  
 แนวคิดพื้นฐานและหน้าที่ทางการตลาด สภาพแวดล้อมทางการตลาด ระบบข้อมูลทางการตลาด และการวิจัยตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การบริหารผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า การส่งเสริมการตลาด การตลาดเพื่อสังคม และจรรยาบรรณทางการตลาด

- 5-221-101 หลักการจัดการ 3(3-0-6)**  
**Principles of Management**  
 ศึกษาความรู้พื้นฐานในการประกอบธุรกิจ ความเข้าใจเกี่ยวกับองค์การ แนวความคิด วิวัฒนาการทางการจัดการ และปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ หน้าที่พื้นฐานของผู้บริหารทางด้านการวางแผน การจัดองค์การ การจัดคนเข้าทำงาน การชี้นำ และการควบคุม โดยอาศัยแนวทางการบริหารจัดการสมัยใหม่และการบริหารจัดการในอาชีพต่าง ๆ รวมทั้งการมีจริยธรรมทางธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
- 5-221-205 ความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจระหว่างประเทศ 3(3-0-6)**  
**Introduction to International Business**  
 ศึกษาแนวคิดและความสำคัญในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ วิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ รูปแบบในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ กลยุทธ์ในการบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของบริษัทข้ามชาติ การเจรจาทางธุรกิจระหว่างประเทศและจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ
- 5-221-302 การจัดการด้านการผลิตและการดำเนินงาน 3(3-0-6)**  
**Production and Operation Management**  
 ศึกษาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการผลิต หน้าที่ของการผลิต และการดำเนินงาน กลยุทธ์การผลิต การจัดการคุณภาพ การออกแบบผลิตภัณฑ์และการบริการ กระบวนการทางธุรกิจ การจัดการโซ่อุปทาน การพยากรณ์ การวางแผนการดำเนินงาน การจัดการสินค้าคงเหลือ การผลิตแบบทันเวลาพอดี
- 5-221-305 การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ 3(3-0-6)**  
**Quantitative Analysis in Business**  
 ศึกษาตัวแบบทางคณิตศาสตร์ทฤษฎีการตัดสินใจต่าง ๆ หลักการวิธีการคำนวณ ประโยชน์ การโปรแกรมเชิงเส้น การวิเคราะห์โครงข่ายงาน การจำลองสถานการณ์ ข้อจำกัดและรูปแบบปัญหาที่จะนำไปประยุกต์ใช้เพื่อการวางแผนและตัดสินใจทางธุรกิจ

- 5-232-211 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารธุรกิจ 3(3-0-6)  
**English for Business Communication**  
 วิชาบังคับก่อน : ผ่านรายวิชาภาษาอังกฤษมาไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต  
 ศัพท์ คำำนวน ภาษาอังกฤษเพื่อพัฒนาทักษะที่ใช้ในการสื่อสารธุรกิจ  
 โดยเน้นฝึกทักษะการอ่านและการเขียนเอกสารทางธุรกิจตลอดจนจดหมาย  
 ธุรกิจรูปแบบต่าง ๆ

2. กลุ่มวิชาชีพบังคับ

2.1 วิชาชีพบังคับทุกกลุ่มวิชา 24 หน่วยกิต

- 5-211-202 พฤติกรรมผู้บริโภค 3(3-0-6)  
**Consumer Behavior**  
 วิชาบังคับก่อน : 5-211-101 หลักการตลาด  
 ความหมาย ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมผู้บริโภคกับการบริหารการตลาด  
 รูปแบบการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อ  
 กระบวนการตัดสินใจซื้อ การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในแง่ของจิตวิทยา  
 สังคมวิทยา มนุษย์วิทยา และเศรษฐศาสตร์

- 5-211-307 นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา 3(3-0-6)  
**Product and Price Policy**  
 วิชาบังคับก่อน : 5-211-101 หลักการตลาด  
 ศึกษาบทบาทของผลิตภัณฑ์และราคาในการบริหารการตลาด ลักษณะงานการ  
 บริหารผลิตภัณฑ์ การพัฒนาตลาดเป้าหมาย การตัดสินใจเกี่ยวกับส่วนประสม  
 ผลิตภัณฑ์ การพัฒนากลยุทธ์วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และ  
 การบริหารราคา การกำหนดราคาในสถานการณ์ต่าง ๆ การเลือกใช้กลยุทธ์ราคา  
 ที่มีประสิทธิภาพต่อการพัฒนาส่วนแบ่งการตลาด จริยธรรมในการกำหนด  
 นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา

- 5-211-308**    **นโยบายการจัดจำหน่าย**    **3(3-0-6)**
- Distribution Policy**
- วิชาบังคับก่อน : 5-211-101 หลักการตลาด
- ศึกษาแนวคิดต่าง ๆ เกี่ยวกับการจัดจำหน่าย รูปแบบ และลักษณะของสถาบัน การตลาดในการจัดจำหน่าย การกำหนดนโยบายและวางแผนเกี่ยวกับช่อง ทางการจำหน่ายและการกระจายสินค้า ปัจจัยที่มีผลกระทบ ต่อการตัดสินใจ เกี่ยวกับช่องทางการจำหน่ายและการกระจายสินค้า การประยุกต์เทคโนโลยีที่ ทันสมัยมาใช้ในการบริหาร
- 5-211-309**    **การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ**    **3(3-0-6)**
- Integrated Marketing Communication**
- วิชาบังคับก่อน : 5-211-101 หลักการตลาด
- ศึกษาความหมาย ความสำคัญ คุณลักษณะ แนวคิด และกิจกรรมของการ ส่งเสริมการตลาดและการสื่อสารการตลาด การกำหนดวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย งบประมาณ และกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด การวางแผนการ สื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เครื่องมือและสื่อที่ใช้ในการสื่อสารการตลาด จริยธรรมและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาด
- 5-211-423**    **การวิจัยการตลาด**    **3(2-2-5)**
- Marketing Research**
- วิชาบังคับก่อน : 5-211-101 หลักการตลาด
- ความหมายและบทบาทของการวิจัยการตลาด กระบวนการวิจัยตลาด ประเภท ของการออกแบบการวิจัย แหล่งข้อมูลและประเภท ความผิดพลาดของข้อมูล สเกลที่ใช้วัดทัศนคติขั้นต้นและเทคนิคการเลือกตัวอย่าง การกำหนดขนาด ตัวอย่าง การออกแบบสอบถาม การวิเคราะห์และการให้ความหมายของข้อมูล พร้อมกับฝึกภาคปฏิบัติของกลุ่มนักศึกษาตามขั้นตอน คือ การกำหนดปัญหา และวัตถุประสงค์ในการวิจัย การพัฒนาและจัดทำแผนการวิจัย การสรุปและ การนำเสนอ รวมถึงจริยธรรมในการทำวิจัยการตลาด

**5-211-424 กลยุทธ์การตลาด 3(3-0-6)**

**Marketing Strategies**

วิชาบังคับก่อน : 5-211-101 หลักการตลาด

ความหมาย บทบาท และความสำคัญของกลยุทธ์การตลาดสำหรับการแข่งขันในธุรกิจ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก รูปแบบกลยุทธ์ต่าง ๆ ทางการตลาด การบูรณาการกลยุทธ์การตลาดกับหน้าที่งานทางการตลาดและหน้าที่อื่น ๆ ของธุรกิจ การตัดสินใจทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค การเลือกกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับตลาดแบบต่าง ๆ เพื่อแสวงหาโอกาสทางการตลาด การเรียนการสอนเน้นแนวคิดใหม่ ๆ ในเรื่องกลยุทธ์การตลาด และวิธีการทางการตลาดเชิงประยุกต์โดยศึกษาบทความหรือวารสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

**5-211-432 การวางแผนการตลาด 3(3-0-6)**

**Marketing Planning**

วิชาบังคับก่อน : 5-211-101 หลักการตลาด

ความหมาย บทบาท ความสำคัญและบทบาทของการวางแผนการตลาด คุณลักษณะที่ดีของแผนการตลาด กระบวนการวางแผนทางการตลาด การพยากรณ์การขาย การวิเคราะห์สถานการณ์ธุรกิจ การกำหนดวัตถุประสงค์ การกำหนดกลยุทธ์การตลาด การกำหนดโปรแกรมการตลาด การกำหนดงบประมาณ การนำไปใช้และการควบคุม

**5-212-301 การตลาดระหว่างประเทศ 3(3-0-6)**

**International Marketing**

วิชาบังคับก่อน : 5-211-101 หลักการตลาด

ศึกษาแนวคิด ความสำคัญและวิธีการดำเนินงานด้านการตลาดระหว่างประเทศ ซึ่งแตกต่างจากการดำเนินงานด้านการตลาดภายในประเทศ โดยครอบคลุมถึงแนวคิดด้านการตลาดแบบไร้พรมแดน วิธีการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ และกลยุทธ์ทางการตลาดระหว่างประเทศ รวมทั้งปัญหาต่าง ๆ ที่มีผลต่อการดำเนินงานด้านการตลาดระหว่างประเทศ ตลอดจนปัญหาด้านการตลาดระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องเนื่องกับจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ



## 2.2 วิชาชีพบังคับกลุ่มวิชา 12 หน่วยกิต

### (1) กลุ่มวิชาการบริหารการตลาด

5-211-316 การจัดการโซ่อุปทาน 3(3-0-6)

#### Supply Chain Management

วิชาบังคับก่อน : 5-211-101 หลักการตลาด

ศึกษาโครงสร้างและกระบวนการของโซ่อุปทานที่ครอบคลุมตั้งแต่กระบวนการจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบ กระบวนการผลิตและกระบวนการส่งมอบแก่ผู้บริโภคคนสุดท้ายให้ได้รับความพึงพอใจ การบูรณาการเครือข่ายและการดำเนินงานของกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งกระบวนการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพโดยรวม ตลอดจนการจัดการโซ่อุปทานทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ

5-211-425 การศึกษาความเป็นไปได้เพื่อโครงการการตลาด 3(2-2-5)

#### Feasibility Study in Marketing Project

วิชาบังคับก่อน : 5-211-101 หลักการตลาด

ศึกษาและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งภายนอกและภายในองค์กร ทั้งในระดับจุลภาคและมหภาคที่มีต่อความเป็นไปได้ของโครงการ รวมถึงการนำผลการศึกษาวิจัยและข้อมูลที่ทันสมัยทางการเงิน การลงทุน มาประกอบในการวิเคราะห์เพื่อตัดสินใจถึงความเป็นไปได้ของโครงการทางการตลาด

5-211-426 สัมมนาการตลาด 3(2-2-5)

#### Seminar in Marketing

วิชาบังคับก่อน : 5-211-101 หลักการตลาด

ศึกษาและอภิปรายเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการตลาดและโอกาสทางการตลาด โดยเน้นการประยุกต์ความรู้ที่นักศึกษาเรียนรู้จากวิชาต่าง ๆ และจากการค้นคว้าเพิ่มเติม นำมาใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์ วิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจ เสริมสร้างความคิดริเริ่ม มีความกระตือรือร้นในการแสดงความคิดเห็นที่มีระเบียบ หลักเกณฑ์ ด้วยการนำเทคนิคต่างๆในการสัมมนามาใช้เพื่อให้นักศึกษาได้ประสบการณ์เสมือนหนึ่งการดำเนินงานธุรกิจจริง

5-213-213 หลักการค้าปลีก 3(3-0-6)

**Principles of Retailing**

วิชาบังคับก่อน : 5-211-101 หลักการตลาด

ศึกษาหลักและวิวัฒนาการการค้าปลีก การจำแนกประเภทการค้าปลีก การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อการค้าปลีก ลักษณะการดำเนินงานการค้าปลีก ตั้งแต่ การเลือกทำเลที่ตั้ง การจัดซื้อ การกำหนดราคา การจัดผังร้าน การจัดแสดงสินค้า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การส่งเสริมการตลาด การจัดการโซ่อุปทาน และการควบคุมผลการดำเนินงาน ตลอดจนจริยธรรมในการดำเนินงานธุรกิจการค้าปลีก

**(2) กลุ่มวิชาการตลาดระหว่างประเทศ**

5-212-405 กฎระเบียบและการเจรจาการค้า 3(3-0-6)

**Legislation and Negotiation**

วิชาบังคับก่อน : 5-211-101 หลักการตลาด

ศึกษากฎหมายระเบียบข้อบังคับของประเทศคู่ค้า ตลอดจนกฎระเบียบข้อบังคับขององค์กรระหว่างประเทศ ที่อาจส่งผลกระทบต่อส่งออกของไทย เอกสารการค้าระหว่างประเทศ สัญญาการค้าระหว่างประเทศ องค์กรที่เกี่ยวข้องในการเจรจาการค้าระหว่างประเทศทั้งภาคเอกชนและรัฐบาล กฎระเบียบข้อบังคับขององค์กรระหว่างประเทศ เทคนิคและกลยุทธ์การเจรจาต่อรองทางการค้าระหว่างประเทศ การเตรียมการ และการติดตามผลการเจรจาทางการค้า การแก้ปัญหาข้อพิพาทในธุรกิจระหว่างประเทศ

5-212-406 กระบวนการส่งออก 3(3-0-6)

**Export Procedures**

วิชาบังคับก่อน : 5-212-301 การตลาดระหว่างประเทศ  
 ศึกษาวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการส่งออก ขั้นตอนการจัดตั้งธุรกิจส่งออก ความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก ระเบียบประเพณีปฏิบัติทางการค้าสากล และข้อตกลงทางการค้าระหว่างประเทศ สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ทางการค้าระหว่างประเทศ ระบบการขนส่งและการประกันภัยระหว่างประเทศ ขั้นตอนและพิธีการศุลกากรเพื่อการส่งออก เครื่องมือการเรียกเก็บเงินค่าสินค้าระหว่างประเทศ การใช้ประโยชน์จากสินเชื่อเพื่อการส่งออก ฝึกปฏิบัติการจัดเตรียมเอกสารทางการค้าระหว่างประเทศ ให้สอดคล้องกับกระบวนการส่งออกในแต่ละขั้นตอน

5-212-408 สัมมนาการตลาดระหว่างประเทศ 3(2-2-5)

**Seminar in International Marketing**

วิชาบังคับก่อน : 5-212-301 การตลาดระหว่างประเทศ  
 ศึกษาและอภิปรายเกี่ยวกับสถานการณ์ด้านการตลาดระหว่างประเทศและการสร้างโอกาสทางการตลาด โดยเน้นการประยุกต์ความรู้ที่นักศึกษาเรียนรู้จากวิชาต่าง ๆ และจากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการตลาดระหว่างประเทศ เพื่อนำมาวิเคราะห์และใช้ประกอบการตัดสินใจ ใช้กรณีศึกษาจากตัวอย่างจริง มีการจัดการสัมมนาจำลองเพื่อให้นักศึกษาได้มีประสบการณ์

5-212-410 การจัดการตลาดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 3(3-0-6)

**AEC Marketing Management**

วิชาบังคับก่อน : 5-212-301 การตลาดระหว่างประเทศ  
 ศึกษาลักษณะเฉพาะของประชาคมอาเซียน บทบาทของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน การวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมทางการตลาดในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน การตัดสินใจเข้าสู่ตลาดประชาคมอาเซียน การแบ่งส่วนตลาด และการกำหนดส่วนประสมทางการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายในประชาคมอาเซียน วางแผนและควบคุมการจัดการการตลาดในประชาคมอาเซียน

**(3) กลุ่มวิชาการตลาดธุรกิจการค้าปลีก**

5-213-213    **หลักการค้าปลีก**    **3(3-0-6)**

**Principles of Retailing**

วิชาบังคับก่อน : 5-211-101 หลักการตลาด

ศึกษาหลักและวิวัฒนาการการค้าปลีก การจำแนกประเภทการค้าปลีก การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อการค้าปลีก ลักษณะการดำเนินงานการค้าปลีก ตั้งแต่ การเลือกทำเลที่ตั้ง การจัดซื้อ การกำหนดราคา การจัดผังร้าน การจัดแสดงสินค้า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การส่งเสริมการตลาด การจัดการโซ่อุปทาน และการควบคุมผลการดำเนินงาน ตลอดจนจริยธรรมในการดำเนินงานธุรกิจการค้าปลีก

5-213-334    **การบริหารสินค้าในธุรกิจค้าปลีก**    **3(3-0-6)**

**Retail Merchandising**

วิชาบังคับก่อน : 5-213-213 หลักการค้าปลีก

ศึกษาการจัดหาผลิตภัณฑ์ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในธุรกิจค้าปลีกลักษณะต่าง ๆ กิจกรรมในการจัดซื้อ เช่น การหาแหล่งผลิตภัณฑ์ การเจรจาต่อรอง ขั้นตอนการจัดซื้อจากในและต่างประเทศ กลยุทธ์และวิธีดำเนินการสำหรับผู้จัดซื้อ การวางแผนสินค้าที่เหมาะสมกับลักษณะร้านค้าปลีก การวิเคราะห์กำไร การบริหารสินค้าคงคลัง ความสัมพันธ์ในระบบการไหลเวียนสินค้าของฝ่ายจัดซื้อและฝ่ายอื่น ๆ เช่น ฝ่ายจัดแสดงสินค้า การตลาดการเงิน และผู้ขาย

- 5-213-335 การจัดแสดงสินค้าและการตกแต่งร้าน 3(2-2-5)  
**Visual Merchandising**  
 วิชาบังคับก่อน : 5-213-213 หลักการค้าปลีก  
 ศึกษาหลักการและสร้างทักษะในการออกแบบและตกแต่งสถาปัตยกรรม สิ่งประดับตกแต่ง สินค้า เครื่องมือ และอุปกรณ์ต่าง ๆ ซึ่งเป็นสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคทั้งทางกายภาพและจิตใจ และต่อยอดขาย และภาพพจน์ของร้าน การจัดตกแต่งทั้งภายในและภายนอกร้าน การใช้แสง สี และเสียง เส้นและองค์ประกอบในการตกแต่ง การจัดแสดงสามมิติ การจัดวางผังภายในร้าน การจัดแสดงสินค้าเพื่อการขาย และการส่งเสริมการขาย รวมทั้งศึกษาเทคโนโลยีในการออกแบบและตกแต่ง

- 5-213-439 สัมมนาการตลาดธุรกิจการค้าปลีก 3(2-2-5)  
**Seminar in Retailing Marketing**  
 วิชาบังคับก่อน : 5-213-213 หลักการค้าปลีก  
 ศึกษาและอภิปรายเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการตลาดในธุรกิจค้าปลีก และการสร้างโอกาสทางการตลาด โดยเน้นการประยุกต์ความรู้ที่นักศึกษาเรียนรู้จากวิชาต่าง ๆ และศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมในธุรกิจค้าปลีก เพื่อนำมาใช้วิเคราะห์สถานการณ์ และประกอบการตัดสินใจในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด การจัดการสัมมนาจำลอง เพื่อให้นักศึกษาได้ประสบการณ์เสมือนจริง

#### (4) กลุ่มวิชาการตลาดบริการ

- 5-214-206 การตลาดบริการ 3(3-0-6)  
**Service Marketing**  
 วิชาบังคับก่อน : 5-211-101 หลักการตลาด  
 ศึกษาลักษณะของตลาดบริการ และพฤติกรรมผู้บริโภค รวมทั้งความแตกต่างระหว่างตลาดสินค้าและตลาดบริการ การใช้ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับบริการ เพื่อบรรลุคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) และความภักดีที่มีต่อการให้บริการขององค์กร (Service Loyalty) รวมถึงแนวคิดต่าง ๆ ทางด้านการตลาดบริการที่สำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้า

- 5-214-319 การตลาดลูกค้าสัมพันธ์** **3(3-0-6)**  
**Customer Relationship Marketing**  
 วิชาบังคับก่อน : 5-211-101 หลักการตลาด  
 ศึกษาความหมายและความสำคัญของการตลาดสัมพันธ์ภาพ (Relationship marketing) และการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ กลยุทธ์ที่ใช้ในการสร้างความสัมพันธ์ โปรแกรมการสร้างความรักภักดี (Loyalty program) การวิเคราะห์ผลกำไรจากลูกค้าแต่ละคนเพื่อการจัดสรรทรัพยากรที่เหมาะสม (Customer profitability analysis) โซ่ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจ – ผลกำไร (Satisfaction-profit chain) รวมถึงการนำระบบ CRM ไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริง
- 5-214-341 นวัตกรรมบริการ** **3(3-0-6)**  
**Service Innovation**  
 วิชาบังคับก่อน : 5-214-206 การตลาดบริการ  
 คำจำกัดความของนวัตกรรมบริการ ความแตกต่างระหว่างนวัตกรรมบริการกับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ ความสำคัญและความเกี่ยวข้องของนวัตกรรมบริการต่อการตลาด การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันจากการสร้างนวัตกรรมบริการ วงจรชีวิตนวัตกรรมบริการ การสร้างตัวแบบนวัตกรรมบริการใหม่ ๆ
- 5-214-442 สัมมนาการตลาดบริการ** **3(2-2-5)**  
**Seminar in Service Marketing**  
 วิชาบังคับก่อน : 5-214-206 การตลาดบริการ  
 ศึกษาและอภิปรายเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการตลาดบริการ และการสร้างโอกาสทางการตลาด โดยเน้นการประยุกต์ความรู้ที่นักศึกษาเรียนรู้จากวิชาต่าง ๆ และศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมในธุรกิจบริการ เพื่อนำมาใช้วิเคราะห์สถานการณ์ และประกอบการตัดสินใจในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด การจัดการสัมมนาจำลอง เพื่อให้นักศึกษาได้ประสบการณ์เสมือนจริง

## 3. กลุ่มวิชาชีพเลือก

- 5-211-203 ศิลปะการขาย 3(3-0-6)  
**Salesmanship**  
 ศึกษาหลักและเทคนิคของศิลปะการขายในการขายสินค้าและบริการต่าง ๆ  
 วิธีการขายให้กับบุคคล องค์กรธุรกิจ หน่วยงานราชการ การวางแผนการขาย  
 การประเมินผลการขาย การแก้ปัญหาการขาย การบริหารบุคลากรฝ่ายขาย  
 การศึกษาการปฏิบัติงานขายของพนักงานขายที่มีชื่อเสียง
- 5-211-204 การจัดการการจัดซื้อ 3(3-0-6)  
**Purchasing Management**  
 ศึกษาหลักการและการบริหารงานเกี่ยวกับการจัดซื้อ การจัดรูปหน่วยงาน  
 นโยบายการจัดซื้อ การกำหนดจำนวนที่จะซื้อ การพิจารณาจังหวะและช่วงเวลา  
 ในการจัดซื้อ การควบคุมและตรวจสอบคุณภาพ การเลือกหาแหล่งขาย วิธีการ  
 จัดซื้อแบบต่าง ๆ นโยบายการผลิตหรือซื้อ การควบคุมและการจัดหาเงินทุนใน  
 การซื้อ ระบบการจัดซื้อจัดหาแบบออนไลน์
- 5-211-205 การประชาสัมพันธ์ 3(2-2-5)  
**Public Relations**  
 วิชาบังคับก่อน : 5-211-101 หลักการตลาด  
 ศึกษาทฤษฎีและแนวคิดของการติดต่อสื่อสาร บทบาทของทัศนคติ ค่านิยม  
 และประชาคมติที่มีต่อการกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ การกำหนด  
 วัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมายเพื่อวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ การ  
 เลือกใช้เครื่องมือและสื่อการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ  
 หน้าที่ความรับผิดชอบของการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ จริยธรรมของ  
 สื่อมวลชนและนักประชาสัมพันธ์ การดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ของ  
 ภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรที่ไม่แสวงผลกำไร

- 5-211-310 การบรรจุภัณฑ์ 3(3-0-6)**  
**Packaging**  
 วิชาบังคับก่อน : 5-211-101 หลักการตลาด  
 ศึกษาถึงบทบาทและหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ ลักษณะของบรรจุภัณฑ์เพื่อ  
 การตลาด ประเภทต่าง ๆ ของบรรจุภัณฑ์ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการเลือกบรรจุ  
 ภัณฑ์ ข้อจำกัดในด้านเศรษฐศาสตร์ การผลิต กฎหมายและระเบียบข้อบังคับ  
 เกี่ยวกับการบรรจุภัณฑ์ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นจากวัสดุชนิดต่าง ๆ  
 การบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม การบรรจุภัณฑ์เพื่อการส่งออก
- 5-211-311 การตลาดสินค้าอุตสาหกรรม 3(3-0-6)**  
**Industrial Product Marketing**  
 วิชาบังคับก่อน : 5-211-101 หลักการตลาด  
 ศึกษาลักษณะและประเภทของตลาดสินค้าอุตสาหกรรมต่าง ๆ บทบาทของ  
 สถาบันคนกลาง หน่วยงานของรัฐ และองค์การเอกชน ที่เข้ามาส่งเสริมและ  
 ควบคุมสินค้าอุตสาหกรรม ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อสินค้าอุตสาหกรรมทั้งด้านการ  
 ผลิต การตลาดและการบริหารจัดการ การพัฒนาเทคโนโลยีสู่การแข่งขัน ศึกษา  
 แนวโน้มการพัฒนาอุตสาหกรรมสู่ความเป็นผู้นำในตลาดภายในและ  
 ต่างประเทศ
- 5-211-312 การตลาดสินค้าแฟชั่น 3(2-2-5)**  
**Marketing for Fashion Merchandise**  
 วิชาบังคับก่อน : 5-211-101 หลักการตลาด  
 ศึกษาลักษณะตลาดสินค้าแฟชั่น การหาตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ  
 การวิเคราะห์ประเภท แนวโน้ม ความต้องการ และการพัฒนาสินค้าใหม่ของ  
 ตลาดสินค้าแฟชั่น วงจรชีวิตสินค้าแฟชั่น การกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสม  
 การตลาด รวมถึงเทคนิคการประสานงานในวงการสินค้าแฟชั่น และการ  
 ให้บริการลูกค้า



- 5-211-314 ระบบสารสนเทศเพื่อการตลาด 3(3-0-6)**  
**Information System for Marketing**  
 วิชาบังคับก่อน : 5-211-101 หลักการตลาด  
 ศึกษาข้อมูลข่าวสารที่มีประโยชน์ต่อการวางแผนและตัดสินใจทางการตลาด ประเภทข้อมูลข่าวสารเพื่อการวางแผนการตลาด แหล่งข้อมูล การทดสอบความเชื่อถือได้ของข้อมูล การประมวลข้อมูล การวิเคราะห์และแปลความหมายข้อมูล การใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารเพื่อการวางแผนการตลาด
- 5-211-315 การจัดการขาย 3(3-0-6)**  
**Sales Management**  
 วิชาบังคับก่อน : 5-211-101 หลักการตลาด  
 ศึกษาบทบาทและความสำคัญของการจัดการองค์กรฝ่ายขาย ความสัมพันธ์ของฝ่ายขายกับหน่วยงานอื่น ๆ ของธุรกิจ การกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้จัดการฝ่ายขายและพนักงานขาย การบริหารงานบุคคลในส่วนที่เกี่ยวข้องกับฝ่ายขาย การกระตุ้นการขาย การกำหนดอาณาเขตการขาย การควบคุม การประเมินผลงานของพนักงานขายและจริยธรรม
- 5-211-317 การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม 3(3-0-6)**  
**Environmental Marketing**  
 วิชาบังคับก่อน : 5-211-101 หลักการตลาด  
 ศึกษาบทบาทและความสำคัญของการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม แนวความคิดทางการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดส่วนประสมทางการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม การวางแผนการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม การจัดซื้อจัดหาและการกระจายสินค้าโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม การสื่อสารการตลาดที่มุ่งเน้นความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ความรับผิดชอบต่อสังคมและการมีส่วนร่วมสร้างสรรค์สังคมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

- 5-211-318 การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ 3(2-2-5)**
- E-Marketing**
- วิชาบังคับก่อน : 5-211-101 หลักการตลาด
- ศึกษาแนวคิดทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ความแตกต่างระหว่างการตลาดแบบดั้งเดิมกับการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนประสมทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนกลยุทธ์การตลาดที่สำคัญ ๆ โดยเฉพาะการทำ การตลาดอิเล็กทรอนิกส์บนอินเทอร์เน็ต รวมถึง การตลาดเครือข่ายสังคมออนไลน์ บล็อกการตลาด การตลาดแบบไวรัล การตลาดอีเมล การทำตลาดผ่านเครื่องมือค้นหาบนอินเทอร์เน็ต และเทคนิคการสื่อสารการตลาดแบบออนไลน์
- 5-211-320 โลจิสติกส์ 3(3-0-6)**
- Logistics**
- วิชาบังคับก่อน : 5-211-101 หลักการตลาด
- ศึกษาแนวคิดของโลจิสติกส์ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากผู้ผลิตไปถึงมือผู้บริโภค ตั้งแต่ขั้นตอนการเตรียมวัตถุดิบ การเก็บรักษาสินค้า การเคลื่อนย้าย การขนส่ง การคลังสินค้า สินค้าคงคลัง การสร้างความพึงพอใจสูงสุด เกิดผลกำไร และประหยัดค่าใช้จ่ายด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย และสัมพันธภาพที่เกิดขึ้นกับพันธมิตรทางธุรกิจ
- 5-211-428 การตลาดทางตรง 3(3-0-6)**
- Direct Marketing**
- วิชาบังคับก่อน : 5-211-101 หลักการตลาด
- ความหมายและความสำคัญของการตลาดทางตรง เครื่องมือการตลาดทางตรงที่นำมาใช้ ตลอดจนการตัดสินใจเลือกเครื่องมือการตลาดทางตรง เพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน

- 5-211-429 การบริหารตราสินค้า 3(3-0-6)  
**Brand Management**  
 วิชาบังคับก่อน : 5-211-101 หลักการตลาด  
 ศึกษาความหมายของ Brand Equity และองค์ประกอบของ Brand Equity การรับรู้ในตราสินค้า ภาพพจน์ของตราสินค้า ความภักดีต่อตราสินค้า การวัดมูลค่าของ Brand Equity การกำหนดกลยุทธ์ และการวางแผนทางการตลาด ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อสร้าง Brand Equity
- 5-211-430 กลยุทธ์การตลาดเชิงกิจกรรม 3(2-2-5)  
**Event Marketing Strategies**  
 วิชาบังคับก่อน : 5-211-101 หลักการตลาด  
 ศึกษาแนวคิดและการดำเนินการจัดกิจกรรมพิเศษ เพื่อบูรณาการศิลปะและเทคโนโลยีในการนำเสนอตัวสินค้าและบริการ มีการกำหนดแนวทางในการวางแผน วิเคราะห์สถานการณ์ กลุ่มเป้าหมาย เพื่อการพิจารณาเครื่องมืออุปกรณ์ และสื่อสนับสนุนให้การจัดกิจกรรมมีประสิทธิภาพ มีการวัดผลประเมินผลความสำเร็จ อันนำไปสู่ความพึงพอใจของผู้เกี่ยวข้อง
- 5-211-431 หลักการโฆษณา 3(3-0-6)  
**Principles of Advertising**  
 วิชาบังคับก่อน : 5-211-101 หลักการตลาด  
 ศึกษาบทบาทและความสำคัญของการโฆษณาที่มีต่อการตลาด ปัจจัยที่กระทบต่อการวางแผนการโฆษณา การวิเคราะห์ผู้บริโภคและพฤติกรรมศาสตร์ การกำหนดงบประมาณโฆษณา สื่อโฆษณาสมัยใหม่ การรณรงค์โฆษณา การสร้างสรรค์ข้อความโฆษณา การโฆษณา ณ จุดขาย สื่ออิเล็กทรอนิกส์รวมถึงกฎหมายและจรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา

- 5-211-433 จริยธรรมทางการตลาด 3(3-0-6)
- Marketing Ethics**
- ศึกษาความหมายและความสำคัญของคำว่าจริยธรรม ลักษณะของจริยธรรมทางการตลาด ปัญหาทางด้านจริยธรรมทางการตลาดที่มีผลกระทบต่อองค์การ ธุรกิจและผู้บริโภค รวมทั้งศึกษาแนวคิด แนวทางปฏิบัติ อย่างมีจริยธรรมของผู้บริโภค ธุรกิจ และองค์กร ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย บุคคลในองค์กรที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับด้านการตลาด การนำCSR (corporate social responsibility) มาใช้ในการบริหารจัดการการตลาด และการปฏิบัติการสู่ความเป็นองค์กรทางการตลาดที่มีธรรมาภิบาล
- 5-212-302 การส่งเสริมการส่งออก 3(3-0-6)
- Export Promotion**
- วิชาบังคับก่อน : 5-211-101 หลักการตลาด
- ศึกษาบทบาทของการส่งเสริมการส่งออก รูปแบบและกิจกรรมเพื่อการส่งเสริมการส่งออกภายในประเทศและต่างประเทศ การบริหารจัดการงานแสดงสินค้า การฝึกอบรมการส่งออก การจัดทีมการค้า บทบาทของตัวแทนการค้า การบริการข้อมูลทางการค้า กรณีความร่วมมือในการส่งเสริมการส่งออก องค์กรเพื่อการส่งเสริมการส่งออกต่าง ๆ
- 5-212-303 การค้ากับกลุ่มเศรษฐกิจ 3(3-0-6)
- Trading with Major Economic Blocs**
- วิชาบังคับก่อน : 5-211-101 หลักการตลาด
- ศึกษาลักษณะของการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ ความสำคัญในการค้ากับกลุ่มเศรษฐกิจ การจัดองค์กร สถาบันการค้าต่างประเทศของกลุ่มเศรษฐกิจต่าง ๆ ลักษณะการค้าของประเทศในกลุ่มเศรษฐกิจ ระบบการแลกเปลี่ยนสินค้า ปัญหาทางการค้า และมาตรการทางการค้าของกลุ่มเศรษฐกิจ โดยเฉพาะมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี

5-212-304 การจัดซื้อจัดหาระหว่างประเทศ 3(3-0-6)

**International Procurement**

วิชาบังคับก่อน : 5-211-101 หลักการตลาด

ศึกษาพัฒนาการงานด้านการจัดซื้อจัดหา ลักษณะความแตกต่างของการจัดซื้อจัดหาในประเทศและต่างประเทศ เทคนิคการหาแหล่งซื้อในต่างประเทศ ช่องทางการจัดซื้อจัดหาระหว่างประเทศ รวมถึงระบบการจัดซื้อจัดหาออนไลน์ หลักเกณฑ์การตัดสินใจเลือกผู้ส่งมอบในต่างประเทศ เทคนิคการเจรจาการจัดซื้อจัดหากับผู้ส่งมอบ การเขียนสัญญาจัดซื้อระหว่างประเทศและเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง การบริหารความเสี่ยงจากการจัดซื้อจัดหาระหว่างประเทศ ขั้นตอนการนำเข้าผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศและการเลือกใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีศุลกากร

5-212-407 การจัดการการตลาดส่งออก 3(3-0-6)

**Export Marketing Management**

วิชาบังคับก่อน : 5-212-301 การตลาดระหว่างประเทศ

ศึกษาการจัดองค์การในธุรกิจส่งออก การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออก การวางแผนและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออก การวิเคราะห์นโยบาย การจัดจำหน่าย การตั้งราคาเพื่อการส่งออก และการส่งเสริมการตลาดเพื่อการส่งออก ระบบข้อมูลเพื่อการส่งออก การบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน การวางแผนส่งออก การจัดตั้งองค์การในธุรกิจส่งออก การควบคุมการบริหารการตลาดส่งออก และความรับผิดชอบของธุรกิจส่งออกที่มีต่อสังคม

5-212-409 การจัดการตลาดโลก 3(3-0-6)

**Global Marketing Management**

วิชาบังคับก่อน : 5-212-301 การตลาดระหว่างประเทศ

ศึกษาหลักการและแนวคิดเกี่ยวกับวิธีดำเนินการจัดการตลาดโลก ลักษณะและความสำคัญของการตลาดโลก สภาพแวดล้อมของการจัดการตลาดโลก กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดโลก ระบบสารสนเทศและการวิจัยการตลาดเพื่อใช้ในการตัดสินใจกำหนดกลยุทธ์การจัดการตลาดโลก ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีผลกระทบต่อการค้าปลีก โปรแกรมการตลาดระดับโลก การแบ่งส่วนตลาดและการวิเคราะห์ลูกค้าในตลาดโลก การวางแผนส่วนประสมการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในระดับโลก การจัดการโซ่อุปทานระหว่างประเทศ การควบคุมและประเมินผลการดำเนินงาน การจัดการตลาดโลก โดยใช้กรณีศึกษาเป็นแนวทางในการศึกษา

5-213-321 การจัดการแฟรนไชส์ 3(3-0-6)

**Franchise Management**

วิชาบังคับก่อน : 5-211-101 หลักการตลาด

ศึกษาแนวคิดและหลักการสำหรับการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ เกี่ยวกับการจัดการธุรกิจรูปแบบต่างๆ หลักเกณฑ์ นโยบายและกลยุทธ์ จริยธรรม และจรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารแบบแฟรนไชส์ ตลอดจนแนวคิดการดำเนินธุรกิจแบบแฟรนไชส์ระดับประเทศและระดับสากล

5-213-322 การบริหารหมวดหมู่สินค้า 3(3-0-6)

**Category Merchandising**

วิชาบังคับก่อน : 5-213-213 หลักการค้าปลีก

ศึกษากลยุทธ์ เทคนิค และเครื่องมือในการจัดผลิตภัณฑ์แต่ละหมวดหมู่สำหรับการขายและการส่งเสริมการตลาดให้เหมาะกับลูกค้าแต่ละกลุ่มแต่ละทำเลที่ตั้ง วิธีการติดตามและตอบสนองความต้องการผู้บริโภคที่ถูกต้อง รวดเร็ว ต้นทุนไม่สูง การบริหารสต็อกสินค้าเพื่อสร้างกำไรและสามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งศึกษาเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องในการบริหารหมวดหมู่สินค้า

- 5-213-436 การป้องกันความสูญเสียและการบริหารความปลอดภัย 3(3-0-6)  
**Loss Prevention Management**  
 วิชาบังคับก่อน : 5-213-213 หลักการค้าปลีก  
 ศึกษาเกี่ยวกับความสูญเสียและอันตรายที่อาจเกิดขึ้นกับธุรกิจ รวมทั้งวิธีการและเครื่องมือในการป้องกันและแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวกับความปลอดภัย
- 5-213-437 การปฏิบัติการการดำเนินธุรกิจค้าปลีก 3(2-2-5)  
**Retail Operations**  
 วิชาบังคับก่อน : 5-213-213 หลักการค้าปลีก  
 การปฏิบัติการตามกระบวนการบริหารเชิงกลยุทธ์สำหรับธุรกิจค้าปลีก โดยใช้ทฤษฎีและการฝึกปฏิบัติจากการศึกษาวิชาต่าง ๆ ที่เรียนมาในการดำเนินโครงการจำลอง
- 5-213-438 การบริหารตราสินค้าสำหรับธุรกิจค้าปลีก 3(3-0-6)  
**Branding Retailing**  
 วิชาบังคับก่อน : 5-213-213 หลักการค้าปลีก  
 ศึกษาวิธีการบริหารผลิตภัณฑ์และตราชื่อในธุรกิจค้าปลีก ปัจจัยและวิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และตราชื่อของร้านค้าปลีก การจัดหาผู้ผลิตและการบริหารการผลิต การจัดส่งสินค้า การกำหนดราคา การส่งเสริมการตลาดสำหรับตราชื่อของร้าน
- 5-214-340 กลยุทธ์การตลาดบริการ 3(2-2-5)  
**Service Marketing Strategies**  
 วิชาบังคับก่อน : 5-214-206 การตลาดบริการ  
 ศึกษาบทบาทและความสำคัญของตลาดบริการ กลยุทธ์การตลาดบริการ การวางแผนการตลาดบริการ การเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับตลาดบริการในสภาพการณ์ต่าง ๆ การจัดทำแผนการตลาดโดยวิเคราะห์สภาพแวดล้อม การเลือกตลาดเป้าหมาย การพัฒนากลยุทธ์ ส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสม

## 4. กลุ่มวิชาเสริมสร้างประสบการณ์ในวิชาชีพ

5-001-301 การเตรียมสหกิจศึกษา 1(1-0-2)

**Pre-Cooperative Education**

หลักการ กระบวนการและระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับสหกิจศึกษา การเลือกสถานประกอบการ การเขียนจดหมายสมัครงานและการเตรียมตัวสัมภาษณ์ การพัฒนาบุคลิกภาพ การบริหารงานคุณภาพภายในองค์กร อาชีวอนามัยและความปลอดภัย จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ การเขียนรายงานและการนำเสนอ

5-210-302 สหกิจศึกษาทางบริหารธุรกิจ 6(0-40-0)

**Cooperative Education in Business**

วิชาบังคับก่อน : 5-001-301 การเตรียมสหกิจศึกษา

การศึกษาที่เน้นการปฏิบัติงานทางด้านบริหารธุรกิจในสถานประกอบการ โดยมีการวางแผนร่วมกันระหว่างสถาบันอุดมศึกษาและสถานประกอบการ นักศึกษาจะต้องเข้าไปปฏิบัติงานเต็มเวลาเสมือนเป็นพนักงานของหน่วยงานนั้น โดยมีพนักงานที่ปรึกษาที่สถานประกอบการมอบหมายให้ทำหน้าที่ดูแลรับผิดชอบการปฏิบัติงานของนักศึกษา มีการกำหนดลักษณะงาน แผนการปฏิบัติงานให้กับนักศึกษา นักศึกษาจะต้องจัดทำรายงานภายหลังเสร็จสิ้นการปฏิบัติงานเพื่อการประเมินผลการศึกษา

**หมายเหตุ** ระยะเวลาการปฏิบัติงานไม่น้อยกว่า 17 สัปดาห์ หรือ 1 ภาคการศึกษาปกติ



**5-001-303 การฝึกงาน 3(0-40-0)**

**Job Training**

วิชาบังคับก่อน : 5-001-301 การเตรียมสหกิจศึกษา

การฝึกปฏิบัติงานในองค์กรต่าง ๆ เช่น นิติบุคคลและหน่วยงานของรัฐ นักศึกษาจะเข้าฝึกปฏิบัติงานเต็มเวลาในหน่วยงานนั้น โดยมีพนักงานที่ปรึกษา หรือบุคคลที่องค์กรมอบหมายให้ทำหน้าที่ดูแลรับผิดชอบการปฏิบัติงานของนักศึกษา มีการกำหนดลักษณะงานและแผนการปฏิบัติงานให้กับนักศึกษา เพื่อการประเมินผลการศึกษา

หมายเหตุ ระยะเวลาการฝึกงานไม่น้อยกว่า 200 ชั่วโมง หรือ 1 ภาคฤดูร้อน

**5-001-304 ประสบการณ์ทางวิชาชีพบริหารธุรกิจในต่างประเทศ 3(0-40-0)**

**Business Experience in Foreign Countries**

วิชาบังคับก่อน : 5-001-301 การเตรียมสหกิจศึกษา

การเข้ารับการอบรมและดูงานทางด้านบริหารธุรกิจในต่างประเทศ และ/หรือ การฝึกปฏิบัติงานทางด้านบริหารธุรกิจในต่างประเทศ ทั้งนี้ นักศึกษาจะต้องแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับหลักสูตรที่นักศึกษาจะเข้ารับการอบรมและดูงาน เพื่อการประเมินผลการศึกษา