หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569

1. ชื่อหลักสูตร

(ภาษาไทย) หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

(ภาษาอังกฤษ) Bachelor of Business Administration Program in Marketing

2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

ชื่อเต็ม (ภาษาไทย) บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)

(ภาษาอังกฤษ) Bachelor of Business Administration (Marketing)

ชื่อเต็ม (ภาษาไทย) บธ.บ. (การตลาด)

(ภาษาอังกฤษ) B.B.A. (Marketing)

3. โครงสร้างหลักสูตร

<u>หลักสูตรทางวิชาการ</u>

<u>แผนการศึกษาแบบปกติและแผนการศึกษาแบบสหกิจศึกษา</u>

จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร 129 หน่วยกิต

ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	**24 หน่วยกิต**
กลุ่มวิชาภาษาอังกฤษ	9 หน่วยกิต
กลุ่มวิชาบูรณาการทักษะวิชาชีพ	15 หน่วยกิต
ข. หมวดวิชาเฉพาะ	**99 หน่วยกิต**
กลุ่มวิชาแกน	48 หน่วยกิต
กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน-บังคับ	27 หน่วยกิต
กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน-เลือก	24 หน่วยกิต
ค. หมวดวิชาเลือกเสรี	**6 หน่วยกิต**

4. รายวิชาในหลักสูตร

ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 24 หน่วยกิต

<u>กลุ่มวิชาภาษาอังกฤษ</u> (9 หน่วยกิต)		หน่วยกิต (บรรยาย–ปฏิบัติ–ศึกษาด้วยตนเอง)
อก.101	ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน	3 (2 – 2 – 6)
EN101	Everyday English	
อก.102	ภาษาอังกฤษในบริบทสังคม	3 (2 – 2 – 6)
EN102	Social English	
อก.103	ภาษาอังกฤษในบริบทสากล	3 (2 – 2 – 6)
EN103	Global English	

<u>กลุ่มวิชาบูรณาการทักษะวิชาชีพ</u> (15 หน่วยกิต)	หน่วยกิต (บรรยาย–ปฏิบัติ–ศึกษาด้วยตนเอง)
ศท.011 ทักษะการคิดเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต	3 (3 – 0 – 6)
GE011 Thinking Skills for Lifelong Learning	
ศท.012 ความเป็นพลเมืองในสังคมและชุมชนระหว่างประเทศ	3 (3 – 0 – 6)
GE012 Citizenship in Society and International Community	
ศท.013 เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่ออนาคต	3 (3 – 0 – 6)
GE013 Technology and Innovation for the Future	
ศท.014 สุนทรียภาพและสุขภาวะเพื่อชีวิต	3 (3 – 0 – 6)
GE014 Aesthetics and Well-being for Life	
ศท.015 จิตวิญญาณความเป็นผู้ประกอบการและความรู้ทางการเงิน	3 (3 – 0 – 6)
GE015 Entrepreneurial Spirit and Financial Literacy	

ข. หมวดวิชาเฉพาะ 99 หน่วยกิต

<u>กลุ่มวิชาแกน</u> (48 หน่วยกิต)	หน่วยกิต (บรรยาย–ปฏิบัติ–ศึกษาด้วยตนเอง)
<u>กลุ่มวิชาบัญชี</u>	
บช.200 การบัญชีธุรกิจ	3 (2 – 2 – 5)
AC200 Business Accounting	
<u>กลุ่มวิชาเศรษฐศาสตร์</u>	
ศศ.203 เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น	3 (3 – 0 – 6)
EC203 Introduction to Economics	
<u>กลุ่มวิชากฎหมาย</u>	
กม.102 กฎหมายธุรกิจ	3 (3 – 0 – 6)
LA102 Business Law	
บช.301 การภาษีอากร	3 (3 – 0 – 6)
AC301 Taxation	
<u>กลุ่มวิชาเชิงปริมาณ</u>	
บรธ.102 คณิตศาสตร์ธุรกิจ	3 (2 – 2 – 6)
BUS102 Business Mathematics	
บรธ.207 การวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ	3 (2 – 2 – 5)
BUS207 Statistical Analysis for Business Decisions	
<u>กลุ่มวิชาบริหารธุรกิจ</u>	
บรธ.101 หลักการตลาด	3 (3 – 0 – 6)
BUS101 Principles of Marketing	
บรธ.121 การจัดการองค์การและทรัพยากรมนุษย์	3 (3 – 0 – 6)
BUS121 Organization and Human Resource Management	
บรธ.211 การจัดการงานผลิตและการดำเนินงาน	3 (3 – 0 – 6)
BUS211 Production and Operations Management	
บรธ.212 การเงินธุรกิจ	3 (3 – 0 – 6)

BUS212	Business Finance	
บรธ.221	การเป็นผู้ประกอบการและการพัฒนาธุรกิจ	3 (3 – 0 – 6)
BUS221	Entrepreneurship and Business Development	
บรธ.222	การบัญชีบริหาร	3 (2 – 3 – 6)
BUS222	Managerial Accounting	
บรธ.401	การจัดการเชิงกลยุทธ์	3 (3 – 0 – 6)
BUS401	Strategic Management	

<u>กลุ่มวิชาภาษา</u>

อก.014	ภาษาอังกฤษสำหรับการเรียนรู้โลก	3 (3 – 0 – 6)
EN014	English for Exploring the World	
อก.331	ภาษาอังกฤษธุรกิจเชิงปฏิบัติ	3 (3 – 0 – 6)
EN331	Practical Business English	
อก.332	ภาษาอังกฤษธุรกิจมืออาชีพ	3 (3 – 0 – 6)
EN332	Professional Business English	

<u>กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน-บังคับ</u> (27 หน่วยกิต) หน่วยกิต (บรรยาย–ปฏิบัติ–ศึกษาด้วยตนเอง)

กตล.300	พฤติกรรมผู้บริโภค	3 (3 – 0 – 6)
MKT300	Consumer Behavior	
กตล.310	การจัดการแบรนด์	3 (3 – 0 – 6)
MKT310	Brand Management	
กตล.311	การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา	3 (3 – 0 – 6)
MKT311	Product and Price Management	
กตล.312	การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย	3 (3 – 0 – 6)
MKT312	Distribution Channel Management	
กตล.313	การบริหารการส่งเสริมการตลาด	3 (3 – 0 – 6)
MKT313	Promotion Management	
กตล.321	การวิจัยตลาด	3 (3 – 2 – 6)
MKT321	Marketing Research	
กตล.421	สัมมนาทางการตลาด	3 (3 – 0 – 6)
MKT421	Seminar in Marketing	
กตล.428	การตลาดดิจิทัล	3 (3 – 0 – 6)
MKT428	Digital Marketing	
กตล.433	กลยุทธ์การตลาดพลวัต	3 (3 – 0 – 6)
MKT433	Dynamic Marketing Strategy	

<u>กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน-เลือก</u> (24 หน่วยกิต) หน่วยกิต (บรรยาย–ปฏิบัติ–ศึกษาด้วยตนเอง)

นักศึกษาเลือกเรียนวิชาเฉพาะด้าน-เลือก ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต ดังนี้

กตล.322	การบริหารประสบการณ์ลูกค้า	3 (3 – 0 – 6)
MKT322	Customer Experience Management	
กตล.325	การตลาดสินค้าแฟชั่น	3 (3 – 0 – 6)
MKT325	Fashion Marketing	
กตล.326	การจัดการโฆษณาและบริษัทตัวแทน	3 (3 – 0 – 6)
MKT326	Advertising and Agency Management	
กตล.328	การตลาดบริการ	3 (3 – 0 – 6)
MKT328	Services Marketing	
กตล.329	การฝึกงานด้านการตลาด	3 (0 – 9 – 0)
MKT329	Marketing Internship	
กตล.336	การขายแบบสร้างสรรค์และการจัดการด้านการขาย	3 (3 – 0 – 6)
MKT336	Creative Selling and Sales Management	
กตล.339	การตลาดเพื่อความยั่งยืน	3 (3 – 0 – 6)
MKT339	Sustainable Marketing	
กตล.400	การจัดการแฟรนไชส์	3 (3 – 0 – 6)
MKT400	Franchise Management	
กตล.411	การตลาดระดับโลก	3 (3 – 0 – 6)
MKT411	Global Marketing	
กตล.412	การจัดกิจกรรมการตลาดและการประชาสัมพันธ์	3 (3 – 0 – 6)
MKT412	Event Marketing and Public Relations	
กตล.415	ประเด็นปัจจุบันทางการตลาด	3 (3 – 0 – 6)
MKT415	Current Issues in Marketing	
กตล.416	การตลาดกีฬา	3 (3 – 0 – 6)
MKT416	Sports Marketing	
กตล.417	การจัดการค้าปลีก	3 (3 – 0 – 6)
MKT417	Retailing Management	
กตล.418	การตลาดเชิงผู้ประกอบการ	3 (3 – 0 – 6)
MKT418	Entrepreneurial Marketing	
กตล.425	การศึกษาเฉพาะบุคคล	3 (0 – 6 – 6)
MKT425	Independent Study	
กตล.426	การตลาดธุรกิจบันเทิง	3 (3 – 0 – 6)
MKT426	Entertainment Marketing	
กตล.432	การตลาดเนื้อหาแนวสร้างสรรค์	3 (3 – 0 – 6)
MKT432	Creative Content Marketing	
กตล.441	การตลาดธุรกิจสู่ธุรกิจ	3 (3 – 0 – 6)
MKT441	Business-to-Business Marketing	
กตล.442	เศรษฐศาสตร์พฤติกรรมสำหรับการตลาด	3 (3 - 0 – 6)
MKT442	Behavioral Economics for Marketing	

กตล.443	ข้อมูลและการวิเคราะห์เพื่อการตัดสินใจทางการตลาด	3 (3 - 0 – 6)
MKT443	Data and Analysis for Marketing Decisions	
กตล.444	ปัญญาประดิษฐ์เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลการตลาด	3 (3 – 0 – 6)
MKT444	Artificial Intelligence for Marketing Analytics	
กตล.445	UX & UI เบื้องต้นสำหรับนักการตลาด	3 (3 – 0 – 6)
MKT445	UX & UI Introduction for Marketer	
กจก.417	ทักษะสำหรับนักธุรกิจมืออาชีพ	3 (3 - 0 – 6)
MGT417	Business Professional Skills	

สำหรับนักศึกษาที่เข้าโครงการสหกิจศึกษา

กตล.301	เตรียมสหกิจศึกษา	3 (3 - 0 – 6)
MKT301	Pre-Cooperative Education	
กตล.430	สหกิจศึกษา	9 (0 – 35 – 0)
MKT430	Cooperative Education	

หมายเหตุ: ทุกรายวิชาที่เป็น 3 **(**3 **–** 0 **–** 6) แบ่งเป็นการบรรยาย 3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ โดยมีการฝึกปฏิบัติร่วมกันระหว่างนักศึกษาและอาจารย์ผู้สอนและการศึกษาด้วยตนเองของนักศึกษา 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

ค. หมวดวิชาเลือกเสรี 6 หน่วยกิต

นักศึกษาจะต้องเลือกเรียนรายวิชาอื่นที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

5. คำอธิบายรายวิชา

ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (24 หน่วยกิต)

<u>กลุ่มวิชาภาษาอังกฤษ</u> (9 หน่วยกิต)

อก.101 ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน 3 (2 – 2 – 6)

EN101 Everyday English

ฝึกฝนการใช้โครงสร้างพื้นฐานและสำนวนภาษาอังกฤษที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ประกอบด้วยการพูดแนะนำตนเองและ ให้ข้อมูลส่วนตัว การบรรยายบุคลิกลักษณะ การพูดถึงเรื่องที่สนใจ เรื่องที่เป็นความชอบและแรงผลักดันส่วนตัวของแต่ละคน รวมถึงการแสดงความคิดเห็นในเรื่องทั่วไป อีกทั้งพัฒนาทักษะการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียนด้วยวิธีเชิงบูรณาการ

Practice basic language structures and everyday expressions, including how to give informative self-introduction, describe personality, talk about interests and personal passions, as well as how to express opinions about general issues. Enhance language skills-speaking, listening, reading, and writing-through integrated methods.

อก.102 ภาษาอังกฤษในบริบทสังคม 3 (2 – 2 – 6)

EN102 Social English

ฝึกฝนการพูดและการเขียนประโยคและสำนวนที่ใช้เป็นประจำ เพื่อการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม การแลกเปลี่ยนข้อมูล การเปรียบเทียบ และการอธิบายความคิดเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ ในบริบททางสังคมและธุรกิจ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาทักษะการอภิปรายและการนำเสนอ ด้วยเทคโนโลยีและความคิดสร้างสรรค์

Practice speaking and writing frequently used expressions for social interactions, exchanging information, making comparisons, and explaining ideas in social and business-related contexts, with emphasis on developing discussion and presentation skills along with digital skills and creativity.

อก.103 ภาษาอังกฤษในบริบทสากล 3 (2 – 2 – 6)

EN103 Global English

ฝึกฝนการบรรยายประสบการณ์โดยระบุรายละเอียดสนับสนุน และแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับชีวิตความเป็นอยู่ การทำงาน และประเด็นปัญหาในระดับสากล โดยมุ่งเน้นการพัฒนาทักษะการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม และการสื่อสารในโลกดิจิทัล ซึ่งสำคัญต่อการเป็นพลเมืองโลก

Intensive practice in portraying detailed experiences and expressing opinions about living and working situations, and discussing global issues, with concentration on intercultural communication skills and digital communication skills, which are vital to becoming global citizens.

<u>กลุ่มวิชาบูรณาการทักษะวิชาชีพ</u> (15 หน่วยกิต)

ศท.011 ทักษะการคิดเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต 3 (3 – 0 – 6)

GE011 Thinking Skills for Lifelong Learning

ทฤษฎี หลักการของการคิด พัฒนาการคิดอย่างเป็นระบบ ฝึกฝนการคิดเชิงวิพากษ์ การคิดสร้างสรรค์ การคิดวิเคราะห์ การคิดสังเคราะห์ การคิดแก้ปัญหา รวมถึงการเชื่อมโยงความคิดและเลือกเครื่องมือความคิดที่เหมาะสมไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน การทำงานและการเรียนรู้ตลอดชีวิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Theories and practical thinking tools, practice critical thinking, creative and innovative thinking, analytical thinking, synthesis thinking and problem-solving thinking, including how to link and select appropriate thinking tools and effectively adapt to daily life, professional undertakings and lifelong learning.

ศท.012 ความเป็นพลเมืองในสังคมและชุมชนระหว่างประเทศ 3 (3 – 0 – 6)

GE012 Citizenship in Society and International Community

ความหมาย คุณลักษณะ สิทธิ หน้าที่ ความรับผิดชอบของการเป็นพลเมืองที่ดี ในสังคมไทย สังคมโลก และสังคมดิจิทัล พร้อมที่จะปรับตัวเพื่ออยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข รวมถึงรู้เท่าทันการเกิดขึ้นของประเด็นใหม่ ๆ ในสังคม เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของบริบทแวดล้อมที่จะมีผลต่อชีวิตและการทำงาน ตลอดจนตระหนักในความสำคัญของการสร้างความร่วมมือในสังคมระดับต่าง ๆ ที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรม

Concepts, traits, rights, duties and responsibilities of citizenship in Thai society, global society, and digital society, with ability to adjust and live happily with others while keeping abreast of and adapting themselves to societal changes which may affect livelihood and working life; awareness and cooperation at different levels among people of diverse cultures

ศท.013 เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่ออนาคต 3 (3 – 0 – 6)

GE013 Technology and Innovation for the Future

บทบาท แนวคิด การรู้เท่าทัน และการปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงของโลกอนาคต รวมถึงการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านต่าง ๆ เพื่อมุ่งเน้นการแสวงหาความรู้ การพัฒนาคุณภาพชีวิตในสังคมสมัยใหม่ การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันและการทำงานอย่างสร้างสรรค์ ผลกระทบของเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่มีต่อการดำเนินชีวิต สังคม และเศรษฐกิจ ตลอดจนศึกษาการใช้ประโยชน์และการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาที่เกิดจากเทคโนโลยีและนวัตกรรม

Concepts, roles, awareness and adjustment to changes of the future and applications of various types of technology and innovation in knowledge acquisition and improvement of quality of life in a new normal society including ways to solve life complexity and challenges, and to enhance creative working life; impacts of technology and innovation on our livelihood, society and economics, and how to optimize and to protect the intellectual property arising from technology and innovation

ศท.014 สุนทรียภาพและสุขภาวะเพื่อชีวิต 3 (3 – 0 – 6)

GE014 Aesthetics and Well-being for Life

การรู้จักตัวเอง การใช้ชีวิตที่ตนเองต้องการอย่างมีคุณค่า ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างความสุขผ่านสุนทรียภาพจากงานศิลปะ กิจกรรมนันทนาการ และกีฬา รู้เท่าทันอารมณ์ตนเอง และวางแผนความสำเร็จจากความชอบของตนเอง

How to live a meaningful life through various types of arts, recreational activities and sports; new perspectives for aesthetics of life that influence one’s mind and how one may plan a path to success from one’s passion.

ศท.015 จิตวิญญาณความเป็นผู้ประกอบการและความรู้ทางการเงิน 3 (3 – 0 – 6)

GE015 Entrepreneurial Spirit and Financial Literacy

คุณลักษณะที่สำคัญในการสร้างจิตวิญญาณการเป็นผู้ประกอบการ โดยเน้นการคิดแบบเจ้าของประกอบด้วยการมีความคิดสร้างสรรค์ และการแสวงหาโอกาสในการเริ่มและดำเนินกิจการอย่างมีคุณธรรมและจริยธรรม มีการจัดการและตัดสินใจทางการเงินอย่างมีประสิทธิผล ทั้งการจัดการการเงินส่วนบุคคลและการลงทุน รวมทั้งการพัฒนาอย่างยั่งยืน มีภาวะผู้นำที่สามารถนำและทำงานเป็นทีมได้อย่างมีประสิทธิผล รอบรู้ และกล้าตัดสินใจทันต่อเหตุการณ์

The development of character traits that are vital to cultivating an entrepreneurial spirit, with an emphasis placed on how to think like an entrepreneur, opportunities to start and run a business

with on the basis of ethics and moral grounds, how to effectively manage and make financial decisions, personal financial management and investment, including sustainable development, effective leadership skills development, teamwork, bold, prompt and well-informed decisions-making.

ข. หมวดวิชาเฉพาะ (99 หน่วยกิต)

<u>กลุ่มวิชาแกน</u> (48 หน่วยกิต)

<u>กลุ่มวิชาบัญชี</u>

บช.200 การบัญชีธุรกิจ 3 (2 – 2 – 5)

AC200 Business Accounting

หลักการบัญชีที่รับรองทั่วไปสำหรับการจัดทำบัญชีขั้นต้น รายงานทางการเงิน และการวิเคราะห์ข้อมูลทางบัญชี สำหรับใช้ในการบริหารธุรกิจและแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ ตลอดจนศึกษาถึงจริยธรรมของวิชาชีพการบัญชี

Generally accepted accounting principles for basic accounting, financial reports, and accounting data analysis for business use and solving business problems as well as studying the ethics in the accounting profession.

<u>กลุ่มวิชาเศรษฐศาสตร์</u>

ศศ.203 เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น 3 (3 – 0 –6)

EC203 Introduction to Economics

หลักการพื้นฐานทางเศรษฐศาสตร์และการประยุกต์ใช้ในการตัดสินใจทางธุรกิจ การวิเคราะห์อุปสงค์-อุปทาน การกำหนดราคาในตลาดประเภทต่างๆ พฤติกรรมผู้บริโภค ต้นทุนและการผลิต โครงสร้างตลาด ตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจมหภาค นโยบายการเงินการคลัง การค้าระหว่างประเทศ และผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจต่อการดำเนินธุรกิจในยุคดิจิทัล

Basic principles of economics and their application in business decision making, supply-demand analysis, pricing in different types of markets, consumer behavior, cost and production, market structure, macroeconomic indicators, fiscal policy, international trade, and the impact of economic changes on business operations in the digital age.

<u>กลุ่มวิชากฎหมาย</u>

กม.102 กฎหมายธุรกิจ 3 (3 – 0 – 6)

LA102 Business Law

หลักกฎหมายและวิธีปฏิบัติทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดตั้งองค์กรธุรกิจและการดำเนินงานขององค์กรทางธุรกิจแต่ละรูปแบบ เอกเทศสัญญาที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา กฎหมายว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ประเด็นทางจริยธรรม กรณีศึกษาและประเด็นทางกฎหมายธุรกิจอื่น ๆ ที่น่าสนใจ

Legal principles and practice related to establishing and operating business organization models, contracts related to business operations, intellectual property law, electronic transactions law, ethical issues, case studies and other interesting business legal issues.

บช.301 การภาษีอากร 3 (3 – 0 – 6)

AC301 Taxation

แนวคิดและความเป็นมาของภาษีอากร ลักษณะ หลักเกณฑ์ วิธีการจัดเก็บภาษีอากร การประเมินภาษีอากรโดยเจ้าพนักงาน การคำนวณ และกรอกแบบแสดงรายการภาษีอากรประเภทต่าง ๆ ตามประมวลรัษฎากร และภาษีอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการศึกษาภาระภาษีของธุรกิจสำคัญในยุคปัจจุบัน

Concepts and history of taxation, characteristics, criteria, procedures for collecting taxes, tax assessment by officials, calculation, and fill out various types of tax according to the Revenue Code and other related taxes Including studying the tax burden of important businesses in the present era.

.

<u>กลุ่มวิชาเชิงปริมาณ</u>

บรธ.102 คณิตศาสตร์ธุรกิจ 3 (2 – 2 – 6)

BUS102 Business Mathematics

สมการเส้นตรง สมการไม่เชิงเส้น คัลคูลัส ฟังก์ชัน ความชันของส่วนโค้ง การหาอนุพันธ์ของฟังก์ชัน การหาค่าสูงสุดและต่ำสุดของฟังก์ชันที่สัมพันธ์กับทางธุรกิจ อนุพันธ์บางส่วน อินทิเกรชัน อนุกรม ดอกเบี้ยเชิงเดี่ยว ดอกเบี้ยทบต้น ค่ารายงวด และการประยุกต์คณิตศาสตร์การเงินในทางธุรกิจ

Linear equations, nonlinear equations, calculus, functions, slope of an arc. Finding the derivative of a function Finding maximum and minimum values for business-related functions Partial derivatives, integration, series, simple interest. Compound interest, periodic fees, and applications of financial mathematics in business.

บรธ.207 การวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ 3 (2 – 2 – 5)

BUS207 Statistical Analysis for Business Decisions

การประยุกต์ใช้วิชาสถิติพื้นฐานในเชิงธุรกิจ ที่เกี่ยวข้องกับสถิติเพื่อการตัดสินใจ การเก็บรวบรวมข้อมูล การวัดค่ากลาง และการกระจายของข้อมูล การแจกแจงความน่าจะเป็น การทดสอบสมมติฐาน การทดสอบไคสแควร์ การวิเคราะห์ความแปรปรวน การวิเคราะห์ความถดถอย และสหสัมพันธ์ และ โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

Applications of fundamental business statistics relating to statistics for decision making; with study of data gathering; central tendency and variation of data measurement; probability distribution; hypothesis testing; Chi- square; analysis of variance; regression and correlation and statistical software

<u>กลุ่มวิชาบริหารธุรกิจ</u>

บรธ.101 หลักการตลาด 3 (3 – 0 – 6)

BUS101 Principles of Marketing

แนวความคิดเกี่ยวกับการตลาด ความหมาย ขอบเขต ความสำคัญ หน้าที่และบริการของตลาดชนิดต่างๆ การจัดประเภทสินค้า การวางแผน การเลือกช่องทางการจำหน่าย นโยบายการตั้งราคา และการส่งเสริมการจำหน่าย การวิเคราะห์และการเลือกตลาดเป้าหมาย สิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลทางการตลาด ตลอดจนการหาวิธีการควบคุมการตลาดและศึกษาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการตลาดระหว่างประเทศ

Concepts related to marketing, definitions, scope, importance, functions and services of various market types, product classification, planning, selection of distribution channels, pricing and sales promotion policies, analysis and selection of target markets, environments influencing

marketing, as well as finding methods to control marketing and study of basic knowledge about international marketing.

บรธ.121 การจัดการองค์การและทรัพยากรมนุษย์ 3 (3 – 0 – 6)
BUS121 Organization and Human Resource Management

แนวคิด ทฤษฎี และหน้าที่หลักทางการจัดการ การวางแผน การจัดองค์การ การชี้นำ การจูงใจ การสื่อสาร การควบคุมธุรกิจ และการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ ระบบการบริหารงานบุคคล การวางแผนกำลังคน การสรรหาและคัดเลือกบุคลากร การฝึกอบรมพัฒนา และการประเมินผลการปฏิบัติงานภายในองค์การ การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการจัดการทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ

Concepts, theories and main functions of management: planning, organization, guidance, motivation, communication, business control, and international business management, personnel management systems, manpower planning, personnel recruitment and selection, training and performance evaluation within the organization, environmental changes that affect management both domestically and abroad.

บรธ.211 การจัดการงานผลิตและการดำเนินงาน 3 (3 – 0 – 6)
BUS211 Production and Operations Management

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ นับตั้งแต่ขั้นตอนของการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ การหาทำเลที่ตั้ง การจัดผังโรงงานและสำนักงาน การวางแผนกำลังการผลิต การจัดลำดับการผลิต การบริหารสินค้าคงคลัง ตลอดจนการควบคุมคุณภาพของสินค้าและบริการ

Basic knowledge of the production process of goods and services, from the decision-making process on product selection, finding a location, plant and office layout, planning capacity, production scheduling, inventory management, and quality control of goods and services.

บรธ.212 การเงินธุรกิจ 3 (3 – 0 – 6)
BUS212 Business Finance
วิชาบังคับก่อน: สอบได้ บช.200

ภาพรวมหลักการจัดการทางการเงินที่จำเป็นสำหรับการดำเนินธุรกิจ บทบาท หน้าที่และจริยธรรมทางธุรกิจของผู้จัดการทางการเงิน การบริหารการเงินในองค์กรธุรกิจเพื่อให้บรรลุเป้าหมายองค์กร การวิเคราะห์สินทรัพย์ที่สำคัญในการดำเนินงาน การบริหารเงินสด เงินทุนหมุนเวียน สินค้าคงเหลือ ลูกหนี้การค้า การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินเบื้องต้น การจัดหาเงินทุนจากแหล่งเงินทุนทั้งระยะสั้นและระยะยาว การคำนวณต้นทุนของเงินทุน การลงทุนอย่างมีประสิทธิภาพ แนวคิดเกี่ยวกับมูลค่าของเงินตามระยะเวลา พื้นฐานของเทคโนโลยีบล็อคเชน กระบวนการของสกุลเงินดิจิทัล

Overview of essential financial management principles for business operations. Roles, duties and business ethics of financial managers, financial management in business organizations to achieve organizational goals, analysis of major operational assets, cash management, working capital, trade receivables, basic financial ratio analysis, financing from both short-term and long-term sources, calculation of capital costs, efficient investment, concepts of the value of money over time fundamentals of blockchain technology, process of cryptocurrency.

บรธ.221 การเป็นผู้ประกอบการและการพัฒนาธุรกิจ 3 (3 – 0 – 6)
BUS221 Entrepreneurship and Business Development
วิชาบังคับก่อน: สอบได้ บรธ.121

ความหมาย บทบาท ประเภท คุณลักษณะและทักษะของผู้ประกอบการ วิเคราะห์และประเมินโอกาสทางธุรกิจเพื่อพัฒนาการเป็นผู้ประกอบการ กำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจในรูปแบบของแผนธุรกิจเพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดทิศทางการดำเนินธุรกิจจริง ตลอดจนประเมินความเสี่ยงที่อาจจะมีผลกระทบต่อธุรกิจ

Definitions, roles, types, characteristics and skills of entrepreneurs, analysis and assessment of business opportunities for developing entrepreneurship, defining business operating practices in the form of a business plan to be used as a guideline for setting the direction of actual business operations and assessment of risks that may affect the business.

บรธ.222 การบัญชีบริหาร 3 (2 – 3 – 6)
BUS222 Managerial Accounting
วิชาบังคับก่อน: สอบได้ บช.200 และ บรธ.212

การประยุกต์ใช้ข้อมูลทางบัญชีและงบการเงินเพื่อการตัดสินใจของผู้บริหาร เนื้อหาครอบคลุมการวิเคราะห์โครงการลงทุน การจัดทำงบประมาณ แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุน การวิเคราะห์ต้นทุนและกำไร เพื่อสนับสนุนการวางแผนและการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ในการบริหารองค์กรตามเป้าหมาย การใช้โปรแกรมบัญชีอัตโนมัติ

Application of accounting data and financial statements in managerial decision-making. Key topics include investment project analysis, budgeting, cost concepts, and cost-profit analysis. Use of financial information for effective planning, budgeting, and strategic decision-making to support organizational goals, use of automatic accounting programs.

บรธ.401 การจัดการเชิงกลยุทธ์ 3 (3 – 0 – 6)
BUS401 Strategic Management
วิชาบังคับก่อน: สอบได้ บรธ.101 บรธ.121 บรธ.211 และ บรธ.212 หรือได้รับการอนุมัติจากคณบดี

ทฤษฎี หลักการ และกระบวนการวางแผนกลยุทธ์ การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมทั้งภายนอกและภายในองค์การที่ส่งผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ กลยุทธ์ธุรกิจระดับบริษัท ระดับธุรกิจ และระดับหน้าที่ กลยุทธ์ธุรกิจข้ามชาติ การวิเคราะห์และการบูรณาการศาสตร์ด้านการบริหารธุรกิจต่าง ๆ เพื่อการวางแผนกลยุทธ์และการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ

Theories, principles and strategic planning processes, analysis of external and internal environmental conditions of the organization affecting strategy formulation. Corporate-level, business-level, and functional-level strategies. Global business strategies. Analysis and integration of business management fields for strategic planning and a competitive advantage.

กลุ่มวิชาภาษา

อก.014 ภาษาอังกฤษสำหรับการเรียนรู้โลก 3 (3 – 0 – 6)

EN014 English for Exploring the World

พัฒนาความสามารถในการเรียนรู้ และสำรวจความเป็นไปของโลก เช่น ด้านนวัตกรรม ด้านวัฒนธรรม และแนวความคิด โดยการอ่านและเขียนภาษาอังกฤษและการใช้เทคโนโลยีประกอบการเรียนรู้ทั้งในและนอกห้องเรียน รวมทั้งฝึกทักษะด้านการฟังและพูดในสถานการณ์ที่หลากหลายจากการเรียนรู้ด้วยตนเองในห้องปฏิบัติการทางภาษา

A competency-based English course that focuses on student-centered exploration of the world through the use of English language and technology. Reading about a variety of topics provides a springboard for tasks both inside and outside the classroom. Students are equipped with knowledge about the world especially about its different cultures, peoples, and ways of thinking. Self-study learning in a language laboratory will allow the students to improve their listening and speaking skills in different situations.

อก.331 ภาษาอังกฤษธุรกิจเชิงปฏิบัติ 3 (3 – 0 – 6)

EN331 Practical Business English

เรียนรู้และฝึกใช้ภาษาอังกฤษธุรกิจเพื่อติดต่อสื่อสารให้ได้ผลตามที่ต้องการ เช่น การใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการขอข้อมูลการสั่งซื้อสินค้าทางจดหมายหรืออินเทอร์เน็ต และการใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารภายในองค์กร เป็นต้น

This course will look at the English needed to achieve business communication; for example, studying and practicing English in ordering merchandise by mail or on the Internet and practicing the English structures that are needed when communicating within organization.

อก.332 ภาษาอังกฤษธุรกิจมืออาชีพ 3 (3 – 0 – 6)

EN332 Professional Business English

เรียนรู้และฝึกการใช้ภาษาอังกฤษธุรกิจได้อย่างมืออาชีพ เพื่อนำไปใช้ติดต่อสื่อสารทางธุรกิจในสถานการณ์ต่าง ๆ เช่น การใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการเจรจาต่อรองทางการค้า การใช้ภาษาอังกฤษในการนำเสนอสินค้าและบริการ เป็นต้น

Learning and practicing business English in a professional manner for communication in a variety of business situations, such as the use of English for trade negotiations and the presentation of goods and services.

<u>กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน-บังคับ</u> (27 หน่วยกิต)

กตล.300 พฤติกรรมผู้บริโภค 3 (3 - 0 – 6)

MKT300 Consumer Behavior

วิชาบังคับก่อน: สอบได้ บรธ.101

หลักการและทฤษฎีพื้นฐานด้านจิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค กระบวนการตัดสินใจซื้อ การตระหนักถึงปัญหา การรวบรวมข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ การประเมินผลหลังการซื้อ การวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคขั้นพื้นฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกของผู้บริโภคและทางจิตวิทยา

Basic principles and theories of consumer psychology and behavior, analysis of internal and external factors affecting consumer behavior, purchasing decision process, including problem awareness, data collection, evaluation of alternatives, purchasing decisions, after-purchase evaluation; basic consumer behavior research; analysis of consumer and psychological insights.

กตล.310 การจัดการแบรนด์ 3 (3 - 0 – 6)

MKT310 Brand Management

วิชาบังคับก่อน: สอบได้ บรธ.101

องค์ประกอบและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการสร้างอัตลักษณ์แบรนด์ กลยุทธ์การพัฒนาแบรนด์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การเลือกใช้เครื่องมือสื่อสาร เพื่อสร้างการรับรู้แบรนด์ในกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย กลยุทธ์และวิธีการสร้างแบรนด์ให้แข็งแกร่ง และการปรับแบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

Elements and factors influencing the success of brand identity creation, brand development strategies, packaging design, selection of communication tools to build brand awareness among target customers, strategies and approaches for building strong brands, adapting brands for international acceptance.

กตล.311 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา 3 (3 – 0 – 6)

MKT311 Product and Price Management

วิชาบังคับก่อน: สอบได้ บรธ.101

แนวคิดการบริหารและการวางแผนกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และราคา การจัดประเภทผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ ป้ายฉลาก วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ กระบวนการพัฒนาและวางแผน การนำผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาด การสร้างความแตกต่างและการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การกำหนดนโยบายราคา วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค ความได้เปรียบทางการแข่งขัน และความสามารถในการทำกำไรเชิงการตลาด

Concepts of product and pricing strategy management, Product classification, product mix, branding, packaging, labels, product life cycle, development and planning processes, launching new products, product differentiation, and positioning, pricing policy, competitive environment analysis for consumer satisfaction, competitive advantage and marketing profitability.

กตล.312 การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย 3 (3 - 0 – 6)
MKT312 Distribution Channel Management
วิชาบังคับก่อน: สอบได้ บรธ.101

ความหมาย วัตถุประสงค์ ความสำคัญ สภาพแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อช่องทางการจัดจำหน่าย การวางแผนโครงสร้างช่องทางการจัดจำหน่าย บทบาทและประเภทของพ่อค้าคนกลาง รูปแบบใหม่ของการค้าส่งและค้าปลีก การตลาดเพื่อการค้า การพยากรณ์และการบริหารคำสั่งซื้อ การบริหารการจัดส่ง การบริหารคลังสินค้า การจัดเก็บและเคลื่อนย้ายสินค้า ศูนย์กระจายสินค้า ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในระบบการกระจายสินค้าแบบผสมผสาน (Omnichannel)

Definitions, objectives, importance, environmental factors affecting distribution channels, planning of distribution channel structure, roles and types of middlemen, new forms of wholesale and retail trade, trade marketing; forecasting and order management, delivery management, warehouse management, storage and movement of goods, distribution centers, information technology systems in omnichannel distribution.

กตล.313 การบริหารการส่งเสริมการตลาด 3 (3 - 0 – 6)
MKT313 Promotion Management
วิชาบังคับก่อน: สอบได้ บรธ.101

ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ การขายโดยพนักงานขาย การตลาดทางตรง การจัดการและประเมินผลกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดแบบออนไลน์และออฟไลน์ การวางแผนและการบริหารการส่งเสริมการตลาด

Promotion mix; advertising, sales promotion, public relations, personal selling, direct marketing, managing and evaluating online and offline promotion strategies, planning and managing promotion activities.

กตล.321 การวิจัยตลาด 3 (3 - 2 – 6)
MKT321 Marketing Research
วิชาบังคับก่อน: สอบได้ บรธ.101 และ บรธ.207

กระบวนการวิจัยการตลาด การออกแบบวิธีการวิจัยให้เหมาะกับสถานการณ์และทรัพยากร การสุ่มตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูล การสร้างแบบเก็บข้อมูล วิธีการเก็บข้อมูล การใช้สถิติและโปรแกรมสำเร็จรูปในการประมวลผล การนำเสนอผลการวิจัย การประยุกต์ใช้ผลงานวิจัยกับการวางแผนการตลาด

Marketing research processes; designing research methods suitable for conditions and resources; sampling, data analysis, data collection design, data collection methods, use of statistics and off-the-shelf software in data processing, presentation of research results, application of research to marketing planning.

กตล.421 สัมมนาทางการตลาด 3 (3 – 0 – 6)

MKT421 Seminar in Marketing

วิชาบังคับก่อน: สอบได้วิชาเฉพาะด้าน-บังคับ อย่างน้อย 2 วิชา

การดำเนินงานทางการตลาดขององค์กรธุรกิจจริง ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ความสำเร็จและความล้มเหลว ปัญหาและแนวทางแก้ไข การประยุกต์ใช้ความรู้ การระดมสมอง การอภิปรายกลุ่ม การพัฒนาความใฝ่รู้ ความคิดสร้างสรรค์ การทำงานร่วมกับผู้อื่น เตรียมความพร้อมสำหรับการทำงานร่วมกับองค์กรภายนอกอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและจรรยาบรรณวิชาชีพ

Marketing operations of real business organizations, domestic and international; successes and failures; problems and solutions, application of knowledge, brainstorming, group discussion, development of curiosity, creativity and collaboration skills, preparation for responsible engagement with external organizations under professional ethics.

กตล.428 การตลาดดิจิทัล 3 (3 – 0 – 6)

MKT428 Digital Marketing

วิชาบังคับก่อน: สอบได้ บรธ.101

หลักการการตลาดผ่านสื่อดิจิทัลและอินเทอร์เน็ต การวิเคราะห์รูปแบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในโครงสร้างธุรกิจดิจิทัล ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดดิจิทัล การประยุกต์ใช้ในองค์กรธุรกิจ การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การสร้างความสัมพันธ์ทางการตลาด การทำธุรกรรมและการซื้อขายสินค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

Principles of digital media and Internet marketing, analysis of electronic commerce forms; relationships between members in the digital business structure; theories of digital marketing mix; application to business organizations; consumer behavior analysis, creation of marketing relationships, transactions and sales over digital media.

กตล.433 กลยุทธ์การตลาดพลวัต 3 (3 – 0 – 6)

MKT433 Dynamic Marketing Strategy

วิชาบังคับก่อน: สอบได้วิชาเฉพาะด้าน-บังคับอย่างน้อย 2 วิชา

การกำหนดนโยบายทางการตลาด การใช้กรณีศึกษา การประยุกต์ใช้เชิงธุรกิจ การแก้ไขปัญหาและวางแผนเชิงหลักการ ความสำเร็จและล้มเหลวของนโยบายทางการตลาด นโยบายด้านการแบ่งส่วนตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ นโยบายด้านส่วนประสมการตลาด การปฏิบัติตามแผน การควบคุมการดำเนินงานทางการตลาดภายใต้จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม

Marketing policy formulation; use of case studies; business application, principled problem-solving and planning, successes and failures of marketing policies, market segmentation policies; defining marketing target groups, product positioning, marketing mix policies, plan implementation, control of marketing operations according to ethics and social responsibility.

<u>กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน-เลือก</u> (24 หน่วยกิต)

นักศึกษาเลือกเรียนวิชาเฉพาะด้าน-เลือก ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต ดังนี้

กตล.322 การบริหารประสบการณ์ลูกค้า 3 (3 - 0 – 6)

MKT322 Customer Experience Management

วิชาบังคับก่อน: สอบได้ บรธ.101

แนวคิดและกระบวนการบริหารประสบการณ์ลูกค้า กลยุทธ์การสร้างและปรับปรุงประสบการณ์ลูกค้าในทุกจุดสัมผัส บทบาทของผู้บริหาร พนักงาน เทคโนโลยี และข้อมูลในการบริหารประสบการณ์ลูกค้า การใช้เทคนิคการบริหารประสบการณ์ลูกค้า เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและความพึงพอใจของลูกค้า การประเมินผลกระทบและข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นในการบริหารประสบการณ์ลูกค้า

Concepts and processes of customer experience management, strategies to create and enhance customer experience across touchpoints; roles of managers, staff, technology and data in managing customer experience; application of customer experience techniques to achieve competitive advantage and customer satisfaction; evaluation of impacts and potential pitfalls in customer experience management.

กตล.325 การตลาดสินค้าแฟชั่น 3 (3 - 0 – 6)

MKT325 Fashion Marketing

วิชาบังคับก่อน: สอบได้ บรธ.101

ประวัติแฟชั่นเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ และอุปกรณ์พกพา สภาพแวดล้อมทางการตลาด แนวโน้มอุตสาหกรรม ศัพท์เทคนิค กลยุทธ์การแข่งขันทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดของสินค้าแฟชั่น

History of fashion clothing, accessories and gadgets, marketing environment, industry trends, technical terms, competitive marketing strategies in terms of product, price, distribution channels and promotion of fashion products.

กตล.326 การจัดการโฆษณาและบริษัทตัวแทน 3 (3 - 0 – 6)

MKT326 Advertising and Agency Management

วิชาบังคับก่อน: สอบได้ บรธ.101

ประวัติ ความหมาย ความสำคัญ และประเภทของการโฆษณา บทบาทหน้าที่ของฝ่ายบริหารงานโฆษณาของบริษัทผู้โฆษณาและบริษัทตัวแทนโฆษณา การสร้างสรรค์และองค์ประกอบของชิ้นงานโฆษณา ประเภทสิ่งพิมพ์ การกระจายเสียงและการแพร่ภาพ การจัดการสื่อโฆษณา การวางแผนการรณรงค์การโฆษณา การประเมินประสิทธิภาพการโฆษณา กฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานที่สนับสนุนการผลิตชิ้นงานโฆษณา

History, definitions, importance and types of advertising, roles of companies' advertising management and advertising agencies, creation and composition of advertisements, types of printed media; broadcasting, advertising media management, advertising campaign planning, evaluation of advertising effectiveness, laws and regulations related to advertising, agencies supporting advertising production.

กตล.328 การตลาดบริการ 3 (3 - 0 – 6)

MKT328 Services Marketing

วิชาบังคับก่อน: สอบได้ บรธ.101

การตลาดที่เกี่ยวกับธุรกิจบริการ ทฤษฎีและแนวคิดของการตลาดบริการสมัยใหม่ ประเภทของธุรกิจบริการ การกำหนดลูกค้าเป้าหมายและพฤติกรรมความต้องการของลูกค้า การวิเคราะห์สถานการณ์และการกำหนดกลยุทธ์ตลาดบริการ การวางตำแหน่งบริการ การสร้างความแตกต่างของบริการ คุณภาพในการให้บริการ การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อความสำเร็จของธุรกิจบริการ

Marketing relevant to service businesses, theories and concepts of modern service marketing, types of service businesses, defining target customers and customer demand behavior, situation analysis and service market strategy formulation, service positioning, service differentiation, quality of service, establishing customer relations for the success of service businesses.

กตล.329 การฝึกงานด้านการตลาด 3 (0 – 9 - 0)

MKT329 Marketing Internship

วิชาบังคับก่อน: สอบได้วิชาเฉพาะด้าน-บังคับ อย่างน้อย 2 วิชา

หลักการและแนวคิดทางการตลาดในการดำเนินธุรกิจ การฝึกปฏิบัติด้านการวางแผนงาน การค้นหาปัญหา การวิเคราะห์ และการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ฝึกงานด้านการตลาดในสถานประกอบการธุรกิจหรือโครงการฝึกงานของมหาวิทยาลัย ภายใต้การดูแลของคณาจารย์ที่ปรึกษาโครงการเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 200 ชั่วโมง จัดทำรายงานสรุปผลการฝึกปฏิบัติงานเมื่อสิ้นสุดการฝึกงาน

Marketing principles and concepts in business operations, practical training in work planning, problem identification, analysis, and problem-solving, marketing internship in a business establishment or university internship program under the supervision of a program advisor for no less than 200 hours, completion of a summary report upon internship completion.

กตล.336 การขายแบบสร้างสรรค์และการจัดการด้านการขาย 3 (3 - 0 – 6)

MKT336 Creative Selling and Sales Management

วิชาบังคับก่อน: สอบได้ บรธ.101

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับเทคนิคการขายและการบริหารการขาย การวางแผนการขาย การพยากรณ์ยอดขาย การจัดองค์การฝ่ายขาย การบริหารพนักงานขาย การสรรหา การคัดเลือก การฝึกอบรม การให้ผลตอบแทน การจูงใจ การบริหารเวลา การจัดการอาณาเขตการขาย การประเมินผล การควบคุมพนักงานขาย การเสริมสร้างจรรยาบรรณเพื่อเป็นนักขายที่ดี

Basic knowledge of selling techniques and sales management, sales planning, sales forecasting, sales organization, sales force management, including recruitment, selection, training, compensation, motivation, time management, sales territory management, evaluation, and control of sales staff, enhancing code of conduct for good salespeople.

กตล.339 การตลาดเพื่อความยั่งยืน 3 (3 - 0 – 6)
MKT339 Sustainable Marketing
วิชาบังคับก่อน: สอบได้ บรธ.101

ความสนใจของผู้บริโภคที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรที่จำกัด การตลาดอย่างยั่งยืนที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กลยุทธ์และแผนการตลาดสีเขียว แผนธุรกิจการตลาดสีเขียว แนวโน้มธุรกิจที่ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม การแนะนำผลิตภัณฑ์สีเขียวสำหรับนักการตลาด

Consumer interest in environmentally-conscious and resource-limited products, sustainable marketing strategies and plans that consider the environment and marketing stakeholders, green marketing business plans; trends in socially responsible business, introducing green products as a marketer.

กตล.400 การจัดการแฟรนไชส์ 3 (3 - 0 – 6)
MKT400 Franchise Management
วิชาบังคับก่อน: สอบได้ บรธ.101

แนวคิดและกระบวนการสร้างระบบแฟรนไชส์ การเลือกและประเมินผู้รับแฟรนไชส์ การออกแบบข้อตกลงแฟรนไชส์ การสนับสนุนและการควบคุมผู้รับแฟรนไชส์ การจัดการความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้และผู้รับแฟรนไชส์ กลยุทธ์การขยายแฟรนไชส์

Concepts and processes of franchise system development, selection and evaluation of franchises, franchise agreement design, franchise support and control, management of franchisor-franchise relationships, franchise expansion strategies.

กตล.411 การตลาดระดับโลก 3 (3 - 0 – 6)
MKT411 Global Marketing
วิชาบังคับก่อน: สอบได้ บรธ.101

ความสำคัญของการตลาดระหว่างประเทศและระดับโลก ภาพรวมการค้าโลก การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ สภาพแวดล้อมในต่างประเทศ โครงสร้างและการดำเนินงานขององค์กรระหว่างประเทศ การวิจัยตลาดระหว่างประเทศ กลยุทธ์การตลาดระหว่างประเทศ กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และราคา การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ การส่งเสริมการตลาดระหว่างประเทศ การวางแผนและการใช้ส่วนประสมการตลาด นโยบายการส่งเสริมการค้าต่างประเทศของภาครัฐและเอกชน

Importance of international and global marketing; overview of global trade, economic groupings, foreign market environments, structure and operation of international organizations, international market research; international marketing strategies, product and pricing strategies, foreign market entry, international marketing promotion, planning and use of marketing mix, policies for promoting international trade by state and private sectors.

กตล.412 การจัดกิจกรรมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ 3 (3 - 0 – 6)
MKT412 Event Marketing and Public Relations
วิชาบังคับก่อน: สอบได้ บรธ.101

หลักการจัดกิจกรรมทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ ชื่อเสียง และความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับสาธารณะ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด การจัดกิจกรรมทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์เพื่อประสิทธิภาพในการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร

Principles of marketing activities and public relations for building image, reputation and forganization-public relationships, strategies for marketing promotion, marketing and public relations activities for effective integrated marketing communications.

กตล.415 ประเด็นปัจจุบันทางการตลาด 3 (3 - 0 – 6)
MKT415 Current Issues in Marketing
วิชาบังคับก่อน: สอบได้ บรธ.101

หัวข้อ แนวคิด วิธีการ และกลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่ในแวดวงธุรกิจ เครื่องมือเฉพาะด้านที่เป็นพัฒนาการใหม่ในวงการตลาด แนวโน้มสำคัญในอนาคต เพื่อพัฒนาความคิดและการทำงานของนักศึกษา

Topics, concepts, methods, and modern marketing strategies in the business field, specialized tools representing the latest developments in marketing, key future trends to enhance students' thinking and work skills.

กตล.416 การตลาดกีฬา 3 (3 - 0 – 6)
MKT416 Sports Marketing
วิชาบังคับก่อน: สอบได้ บรธ.101

หลักการ แนวคิด และวิวัฒนาการของการตลาดกีฬา สภาวะแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนการตลาดโดยใช้กีฬาเป็นสื่อ การเก็บรวบรวมและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การกำหนดลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การบริหารราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด การหาผู้สนับสนุนในกิจกรรมตลาดกีฬา

Principles, concepts and evolution of sports marketing, environmental factors influencing marketing planning using sports as a medium, data collection and consumer behavior analysis, target customer definition, product development; price management, distribution, marketing promotions, securing sponsors for sports market activities.

กตล.417 การจัดการค้าปลีก 3 (3 - 0 – 6)
MKT417 Retailing Management
วิชาบังคับก่อน: สอบได้ บรธ.101

รูปแบบธุรกิจค้าปลีกประเภทต่าง ๆ พฤติกรรมการซื้อของลูกค้า การทำธุรกิจค้าปลีกแบบหลากหลายช่องทาง กลยุทธ์การตลาดค้าปลีก การเลือกแหล่งและทำเลที่ตั้ง การบริหารห่วงโซ่อุปทานและเทคโนโลยีสารสนเทศ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ การวางแผนและการจัดซื้อสินค้า การคัดเลือกผลิตภัณฑ์เข้าร้าน ส่วนประสมการสื่อสารทางการตลาดค้าปลีก การบริหารกิจการร้าน การออกแบบและตกแต่งร้านค้า การให้บริการและการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า

Various types of retailing business, customer purchasing behavior, multi-channel retailing, retail marketing strategies, including source and location selection, supply chain management and information technology, customer relationship management, product planning and purchasing,

product selection for stores, retail marketing communication mix, store management, store design and decoration, customer service and convenience in retail businesses.

กตล.418 การตลาดเชิงผู้ประกอบการ 3 (3 - 0 – 6)
MKT418 Entrepreneurial Marketing
วิชาบังคับก่อน: สอบได้ บรธ.101

บทบาทและการจัดการทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ การวางแผนทางการตลาดเพื่อดำเนินธุรกิจ พิจารณาปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายในและภายนอกที่ส่งผลต่อธุรกิจ การวางแผนกลยุทธ์การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่งทางการตลาด นโยบายด้านผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ การสร้างตราสินค้า การกำหนดราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

Roles and marketing management for entrepreneurship, marketing planning for business operations, consideration of internal and external environmental factors affecting business, marketing strategy planning for entrepreneurs, including market segmentation, target market definition, market positioning, product policy, packaging, brand building, pricing, distribution channels, and promotional marketing.

กตล.425 การศึกษาเฉพาะบุคคล 3 (0 – 6 - 6)
MKT425 Independent Study
วิชาบังคับก่อน: สอบได้ บรธ.101

หัวข้อหรือปัญหาที่นักศึกษาสนใจและเกี่ยวข้องกับหัวข้อด้านการตลาด โดยได้รับการอนุมัติจากอาจารย์ที่ปรึกษา นักศึกษาต้องค้นคว้า รวบรวมข้อมูล จัดทำโครงการ และนำเสนอผลงานในหัวข้อหรือปัญหานั้น

Topics or problems of students' interest related to major subjects in marketing, approved by the advisor, students must conduct research, collect data, organize a project, and present the results on the selected topic or problem.

กตล.426 การตลาดธุรกิจบันเทิง 3 (3 - 0 – 6)
MKT426 Entertainment Marketing
วิชาบังคับก่อน: สอบได้ บรธ.101

หลักการ บทบาท หน้าที่ และการกำหนดเป้าหมายทางการตลาด ส่วนประสมการตลาด และการวิจัยตลาดที่เกี่ยวกับธุรกิจบันเทิง เช่น ภาพยนตร์ ดนตรี กีฬา สวนสนุก การท่องเที่ยว และสถานบันเทิง กลยุทธ์ทางการตลาดด้านการขาย การส่งเสริมการขาย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการตลาดทางตรง ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจบันเทิง

Principles, roles, responsibilities, and defining marketing targets, marketing mix and market research related to the entertainment industry, such as films, music, sports, amusement parks, tourism and entertainment venues, marketing strategies for sales, sales promotion, advertising, public relations and direct marketing that impact the success of entertainment businesses.

กตล.432 การตลาดเนื้อหาแนวสร้างสรรค์ 3 (3 - 0 – 6)
MKT432 Creative Content Marketing

วิธีการขายอย่างสร้างสรรค์และการออกแบบเนื้อหาสำหรับสื่อการตลาดในรูปแบบข้อมูล รูปภาพ กราฟิก หรือวิดีโอ เพื่อกระตุ้นความสนใจ การบอกต่อ และเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจ

Creative sales methods and content design for marketing media in the form of information, images, graphics or video to stimulate interest, word-of-mouth recommendations and increase business sales.

กตล.441 การตลาดธุรกิจสู่ธุรกิจ 3 (3 - 0 – 6)
MKT441 Business-to-Business Marketing
วิชาบังคับก่อน: สอบได้ บรธ.101

หลักการ ความสำคัญ และประเภทของตลาดธุรกิจสู่ธุรกิจ พฤติกรรมและกระบวนการตัดสินใจซื้อ การบริหารความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจ เทคนิคการเจรจาต่อรอง การวิเคราะห์ การวางแผน การกำหนดส่วนประสมการตลาด การประยุกต์ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การประเมินผล และการควบคุมตลาดระหว่างธุรกิจ

Principles, importance and types of business-to-business marketing, purchasing decision-making behavior and processes, business-to-business relationship management, negotiation techniques, analysis, planning, marketing mix determination, application of e-commerce systems, evaluation and control of business-to-business markets.

กตล.442 เศรษฐศาสตร์พฤติกรรมสำหรับการตลาด 3 (3 - 0 – 6)
MKT442 Behavioral Economics for Marketing
วิชาบังคับก่อน: สอบได้ บรธ.101 และ ศศ.203

เศรษฐศาสตร์พฤติกรรมและจิตวิทยาการตัดสินใจของผู้บริโภค ปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้า การสร้างกลยุทธ์การตลาดที่กระตุ้นให้เกิดการตอบสนองและความสนใจในกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การใช้ข้อมูลในการวิเคราะห์เชิงพฤติกรรม เพื่อพัฒนากลยุทธ์การตลาดอย่างมีจรรยาบรรณ ความรับผิดชอบต่อการใช้ข้อมูลและการสื่อสาร ผลวิเคราะห์ที่สร้างสรรค์และสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค

Behavioral economics and consumer decision-making psychology, exploring factors that influence purchasing choices. Development of marketing strategies that trigger responses and engagement in target customer segments. Ethical use of data in behavioral analysis to refine marketing strategies with a focus on responsible data application and effective communication of insights aligned with consumer behavior.

กตล.443 ข้อมูลและการวิเคราะห์เพื่อการตัดสินใจทางการตลาด 3 (3 - 0 – 6)
MKT443 Data and Analysis for Marketing Decisions
วิชาบังคับก่อน: สอบได้ บรธ.101 และ บรธ.207

การใช้ข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์การตลาด การระบุปัญหา การตั้งสมมติฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ การประยุกต์ใช้ข้อมูลจากการซื้อขาย การทดลอง และแบบสำรวจ เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจทางการตลาด

Data-driven marketing analysis, problem identification, hypothesis formation, statistical data analysis, application of transaction data, experiments and surveys to support marketing decisions.

กตล.444 ปัญญาประดิษฐ์เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลการตลาด 3 (3 - 0 – 6)
MKT444 Artificial Intelligence for Marketing Analytics
วิชาบังคับก่อน: สอบได้ บรธ.101

แนวคิดพื้นฐานของปัญญาประดิษฐ์ หลักการการสร้างเนื้อหาของปัญญาประดิษฐ์ ตัวอย่างการสร้างเนื้อหาของปัญญาประดิษฐ์ การใช้ปัญญาประดิษฐ์ช่วยในการทำงานเชิงธุรกิจและการวิเคราะห์เชิงธุรกิจสร้างสรรค์แบบอัตโนมัติ

Basic Concepts of Artificial Intelligence, Introduction to Generative AI, Examples of Generative AI; Applications of Generative AI, Utilizing Artificial Intelligence in Business Operations and Creative Business Analysis for Automatic Innovation

กตล.445 UX & UI เบื้องต้นสำหรับนักการตลาด 3 (3 - 0 – 6)
MKT445 UX & UI Introduction for Marketer
วิชาบังคับก่อน: สอบได้ บรธ.101

ทฤษฎี แนวทาง และหลักการปฏิบัติในการทำงานของนักออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ (UX) และนักออกแบบส่วนติดต่อผู้ใช้ (UI) แนวคิด กระบวนการ และทักษะเบื้องต้นในการสร้าง UX/UI เป็นเครื่องมือเสริมสำหรับนักการตลาดในการบริหารผลิตภัณฑ์และบริการในยุคดิจิทัล ครอบคลุมตั้งแต่การวิจัยผู้ใช้ การกำหนดกลยุทธ์ โครงสร้างสารสนเทศ การพัฒนาแผนผังเว็บไซต์ และการสร้างไวร์เฟรม

Theory, approaches and practical principles in the roles of UX (User Experience) and UI (User Interface) designers, concepts, processes and basic skills for creating UX/UI as a complementary tool for marketers in managing digital products and services, covering stages from user research, strategy definition, information architecture, to developing sitemaps and wireframes.

กจก.417 ทักษะสำหรับนักธุรกิจมืออาชีพ 3 (3 – 0 – 6)
MGT417 Business Professional Skills

ทักษะที่จำเป็นต่อการเป็นนักธุรกิจมืออาชีพ การพัฒนาบุคลิกภาพภายในและภายนอก มนุษยสัมพันธ์ มารยาททางสังคม การพูดในที่ชุมชน การติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ และ เทคนิคการนำเสนอข้อมูลทางธุรกิจที่ทันสมัย

Various skills necessary for business professionals, internal and external personality development, human relations, social etiquette, public speaking, business communications and modern presentation techniques.

กตล.301 เตรียมสหกิจศึกษา 3 (3 – 0 – 6)
MKT301 Pre-Cooperative Education

แนวคิดและความเข้าใจระบบสหกิจศึกษา การเตรียมความพร้อมในการทำงาน การเตรียมเอกสารสมัครงาน การเลือกสถานประกอบการ เทคนิคการเข้ารับการสัมภาษณ์ การพัฒนาทักษะในการสื่อสาร ทั้งในรูปแบบการสื่อสารระหว่าง Generation และการใช้ภาษาสากลเพื่อการสื่อสาร รวมถึงการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม ทักษะการทำงานเป็นทีมอย่างสร้างสรรค์ในวัฒนธรรมองค์กรที่แตกต่าง จิตวิทยาในการทำงานร่วมกับผู้อื่น เทคนิคในการพัฒนาอารมณ์และปรับตัว ทักษะเฉพาะด้านวิชาชีพ จิตวิญญาณผู้ประกอบการ เทคนิคการเขียนรายงาน การนำเสนอ และข้อควรปฏิบัติในระหว่างปฏิบัติงาน และความปลอดภัยในสถานประกอบการ ถึงคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในวิชาชีพ

Concepts and understanding in cooperative education system and preparation for applying jobs, how to prepare documents for job application, how to choose the right company to work, techniques for job interviewing, the development of communication skills in both generation

communication styles and the international communication, cross- cultural communication, creative team work skills in the different organizational cultures, the psychology of working together, techniques emotional development and adaptation, improving professional skills and entrepreneurial spirit, the report writing, presentation, the best practices during work in the workplace, morality, ethics and professional ethics.

กตล.430 สหกิจศึกษา 9 (0 – 35 – 0)
MKT430 Cooperative Education
วิชาบังคับก่อน: สอบได้ กตล.301 และวิชาเฉพาะด้าน-บังคับ อย่างน้อย 3 วิชา

การเรียนรู้ระบบการทำงานจริงในสถานประกอบการธุรกิจในฐานะพนักงาน เพื่อเสริมสร้างความพร้อมด้านอาชีพผ่านการปฏิบัติงานอย่างมีหลักการและเป็นระบบ นักศึกษาต้องทำงานเต็มเวลาไม่น้อยกว่า 16 สัปดาห์ หรือ 1 ภาคการศึกษา มีการประเมินผลการทำงานจากอาจารย์ที่ปรึกษาและสถานประกอบการ นักศึกษาต้องจัดทำบันทึกความก้าวหน้า รายงานสรุปผลการปฏิบัติงาน และนำเสนอผลเมื่อสิ้นสุดการปฏิบัติงาน

Learning real-life work systems as an employee in a business to enhance professional readiness through structured and principled practice; students must work full-time for at least 16 weeks or 1 semester, with performance evaluations by their advisor and the workplace, students must maintain a progress log, complete a summary report, and present their performance at the end of the internship.

ค. หมวดวิชาเลือกเสรี 6 หน่วยกิต

นักศึกษาจะต้องเลือกเรียนรายวิชาอื่นที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต