



คู่มือการศึกษา
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด

MARKETING

MARKETING

MARKETING

MARKETING

MARKETING

MARKETING
LAMS

Bachelor of Business Administration

(MARKETING)

Faculty of Liberal Arts and Management Science

KU |

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ชื่อ	<input type="text"/>
นามสกุล	<input type="text"/>
ชื่อเล่น	<input type="text"/>
รหัสนิสิต	<input type="text"/>
Email	<input type="text"/>
Facebook	<input type="text"/>
โทรศัพท์มือถือ	<input type="text"/>
ที่อยู่ปัจจุบัน	<input type="text"/>
อาจารย์ที่ปรึกษา	<input type="text"/>





เอกลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (Uniqueness of Kasetsart University)

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มุ่งสร้างศาสตร์แห่งแผ่นดิน เพื่อความกินดีอยู่ดีของชาติ
Kasetsart University Aims to Create Knowledges of the Land
for the Well-Being of Nation.

อัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (IDKU : Identity of Kasetsart University)

สำนึกดี Integrity	มุ่งมั่น Determination	สร้างสรรค์ Knowledge Creation	สามัคคี Unity
----------------------	---------------------------	----------------------------------	------------------

คำอธิบาย :

เอกลักษณ์ (Uniqueness) คือ คุณลักษณะที่โดดเด่นขององค์กร
อัตลักษณ์ (Identity) คือ คุณสมบัติที่เป็นตัวตนของบุคคล

เอกลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (Uniqueness of Kasetsart University)

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (Kasetsart University)

คือ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์อันเป็นแหล่งรวมของบุคลากร (Knowledgeable Man) และองค์ความรู้ (Knowledge Body)

ศาสตร์แห่งแผ่นดิน (Knowledges of the Land)

คือ ความหลากหลาย (Multi-disciplines) ของสาขาวิชาอันเป็นบูรณาการ (Integration) เกี่ยวข้องกับการเกษตร ธรรมชาติ และมนุษย์บนผืนแผ่นดิน

ความกินดีอยู่ดีของชาติ (The Well-being of Nation)

คือ ความเจริญเติบโตของเศรษฐกิจ (Growth) ความเข้มแข็งของสังคม (Strength) ความสมดุลของสิ่งแวดล้อม (Equilibrium) และความมั่นคง (Security) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความมั่นคงด้านอาหารของชาติ ซึ่งหมายความครอบคลุมถึงประชาชนและผืนแผ่นดิน

อัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (IDKU : Identity of Kasetsart University)

สำนึกดี (Integrity) คือ มีจิตใจที่ดีงาม มีความซื่อสัตย์สุจริต มีคุณธรรม มีจริยธรรม

มุ่งมั่น (Determination) คือ มีความตั้งใจมั่น มีความอดทน มีความวิริยะอุตสาหะ มุ่งผลสัมฤทธิ์ ในการทำงานและในการปฏิบัติใดๆ

สร้างสรรค์ (Knowledge Creation) คือ เป็นผู้ใฝ่รู้ มีความชวนช่วยแสวงหาความรู้ มีความสามารถในการสร้างมูลค่า และคุณค่าจากความรู้ มีการสร้างนวัตกรรม

สามัคคี (Unity) คือ มีความร่วมมือร่วมใจ รู้จักประนีประนอม สามารถทำงานเป็นทีม และสามารถบูรณาการเชื่อมโยงในด้านต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม



เอกลักษณ์ของคณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ Uniqueness of Faculty of Liberal Arts and Management Science

สร้างศาสตร์แห่งแผ่นดิน ด้านความเป็นผู้ประกอบการ
Creating the Knowledge of the Land in Entrepreneurship

อัตลักษณ์ของคณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ LAMS : (Liberal Arts And Management Science)

เรียนรู้ชัด
Learning

ทัศนคติดี
Attitude

มีจริยธรรม
Morality

ชำนาญงาน
Skill

พันธกิจ

- 1) ผลิตบัณฑิตที่มีทักษะการเป็นผู้ประกอบการ มีปัญญา รู้เหตุรู้ผล อยู่ในคุณธรรมและมีจิตสำนึกเพื่อส่วนรวม
- 2) ผลิตงานวิจัยที่มีคุณภาพเพื่อนำองค์ความรู้ไปใช้เพิ่มสมรรถนะของผู้ประกอบการและเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ
- 3) มุ่งบริการวิชาการเพื่อเพิ่มสมรรถนะผู้ประกอบการ ด้วยการนำความรู้ไปขับเคลื่อนเพื่อพัฒนาชุมชนและมีความรับผิดชอบต่อสังคม

สมรรถนะหลัก

- 1) สร้างและพัฒนาระบบและกลไกการพัฒนาบัณฑิตให้มีคุณภาพ มีปัญญา และจิตสำนึกเพื่อส่วนรวม
- 2) ส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตงานวิจัยที่ได้คุณภาพให้เป็นที่ยอมรับในระดับชาติและนานาชาติ
- 3) ส่งเสริมการบริการวิชาการที่บูรณาการความรู้ เพื่อพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง
- 4) นำหลักธรรมมาภิบาลมาใช้ในการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน

คำอธิบาย :

เอกลักษณ์ (Uniqueness) คือ คุณลักษณะที่โดดเด่นขององค์กร
อัตลักษณ์ (Identity) คือ คุณสมบัติที่เป็นตัวตนของบุคคล

สารบัญ

	หน้า
รายละเอียดหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	1
โครงสร้างหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด	3
ความหมายของเลขรหัสประจำวิชา	9
แผนการศึกษา	10
-แผนการศึกษาสำหรับนิสิตที่ไม่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษา	10
-แผนการศึกษาสำหรับนิสิตที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษา	14
คำอธิบายรายวิชา	18
แบบบันทึกผลการเรียน	43
แบบบันทึกการให้คำปรึกษาแก่นิสิตในการดูแล	46
บันทึก	48

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565
คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

ชื่อหลักสูตร

ภาษาไทย	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
ภาษาอังกฤษ	Bachelor of Business Administration Program in Marketing

ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

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

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

สาขาวิชาการตลาด ภาควิชาการจัดการธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

ปรัชญาของหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เป็นหลักสูตรที่มุ่งผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ความสามารถในศาสตร์ทางธุรกิจและศาสตร์ทางการตลาด เพียบพร้อมไปด้วยความรู้เชิงวิชาการ ความสามารถในการคิด วิเคราะห์และประยุกต์ใช้ความรู้ทั้งเชิงทฤษฎีและปฏิบัติในการทำงาน เพื่อดำรงชีพบนพื้นฐานของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง สามารถปรับตัวและพัฒนาขีดความสามารถ ของตนเองเพื่อการแข่งขันในประชาคมอาเซียน ควบคู่ไปกับการเป็นผู้มีจริยธรรม คุณธรรม และความรับผิดชอบต่อตนเอง ชุมชนและสังคม ตลอดจนเป็นผู้ที่นำความรู้ความสามารถออกไปปรับใช้สังคม และประเทศชาติอย่างมีประสิทธิภาพ

ความสำคัญของหลักสูตร

ในการดำเนินธุรกิจของทุกองค์กรไม่ว่าภาครัฐหรือภาคเอกชนนั้น การตลาดมีความสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนให้เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์กรไปสู่ผู้บริโภคคนสุดท้าย และนำรายได้เข้าสู่องค์กร ดังนั้นหน้าที่ทางการตลาดจึงเป็นหัวใจสำคัญของทุกองค์กร ซึ่งต้องมีการศึกษาติดตามสถานการณ์สภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลง เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์และวางแผนการตลาดให้สอดคล้องเหมาะสม

ต่อองค์กร ดังนั้น การผลิตบัณฑิตสาขาวิชาการตลาดจึงเป็นเรื่องจำเป็นอย่างยิ่งที่จะไปตอบสนองต่อความต้องการของตลาดอาชีพในภาครัฐและเอกชน

วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มีวัตถุประสงค์สำคัญ ดังนี้

1. เพื่อผลิตบัณฑิตระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดอาชีพ ซึ่งต้องการบุคลากรที่มีความรอบรู้ทั้งด้านบริหารธุรกิจและด้านการตลาดที่สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ ทักษะ และความสามารถให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมีลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการ และมีความคิดสร้างสรรค์
2. เพื่อเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการด้านการตลาด ตลอดจนการศึกษา ค้นคว้า วิจัย ในสาขาการตลาด และสามารถบูรณาการความรู้กับสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง

อาชีพที่ประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

- (1) เจ้าหน้าที่การตลาด
- (2) นักวิเคราะห์ตลาด
- (3) เจ้าหน้าที่วางแผนการตลาด
- (4) ที่ปรึกษาทางการตลาด
- (5) เจ้าของธุรกิจส่วนตัว
- (6) เจ้าหน้าที่พัฒนาธุรกิจ
- (7) พนักงานแนะนำสินค้าและพนักงานขาย
- (8) เจ้าหน้าที่ค้าส่ง-ค้าปลีก
- (9) นักโฆษณา
- (10) นักประชาสัมพันธ์

กำหนดการเปิดการสอน ปีการศึกษา 2565

โครงสร้างของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

1. จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร	ไม่น้อยกว่า	124	หน่วยกิต
2. โครงสร้างหลักสูตร			
1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	ไม่น้อยกว่า	30	หน่วยกิต
-กลุ่มสาระอยู่ดีมีสุข	ไม่น้อยกว่า	3	หน่วยกิต
-กลุ่มสาระศาสตร์แห่งผู้ประกอบการ	ไม่น้อยกว่า	3	หน่วยกิต
-กลุ่มสาระภาษากับการสื่อสาร	ไม่น้อยกว่า	13	หน่วยกิต
-กลุ่มสาระพลเมืองไทยและพลเมืองโลก	ไม่น้อยกว่า	5	หน่วยกิต
-กลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์	ไม่น้อยกว่า	6	หน่วยกิต
2) หมวดวิชาเฉพาะ	ไม่น้อยกว่า	88	หน่วยกิต
-วิชาแกน	ไม่น้อยกว่า	30	หน่วยกิต
-วิชาเฉพาะบังคับ	ไม่น้อยกว่า	34	หน่วยกิต
-วิชาเฉพาะเลือก	ไม่น้อยกว่า	24	หน่วยกิต
3) หมวดวิชาเลือกเสรี	ไม่น้อยกว่า	6	หน่วยกิต

รายวิชา

1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	ไม่น้อยกว่า	30	หน่วยกิต
1.1 กลุ่มสาระอยู่ดีมีสุข	ไม่น้อยกว่า	3	หน่วยกิต
01175xxx กิจกรรมพลศึกษา			1(0-2-1)
			(Physical Education Activities)

และให้เลือกเรียนจากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มสาระอยู่ดีมีสุข อีกไม่น้อยกว่า 2 หน่วยกิต

1.2 กลุ่มสาระศาสตร์แห่งผู้ประกอบการ	ไม่น้อยกว่า	3	หน่วยกิต
-------------------------------------	-------------	---	----------

ให้เลือกเรียนจากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระศาสตร์แห่งผู้ประกอบการ ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต

1.3 กลุ่มสาระภาษากับการสื่อสาร	ไม่น้อยกว่า	13	หน่วยกิต
--------------------------------	-------------	----	----------

01xxxxxx วิชาภาษาไทย			3(- -)
วิชาภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา			9(- -)
วิชาสารสนเทศ/คอมพิวเตอร์			1(- -)

1.4 กลุ่มสาระพลเมืองไทยและพลเมืองโลก	ไม่น้อยกว่า	5	หน่วยกิต
--------------------------------------	-------------	---	----------

01999111 ศาสตร์แห่งแผ่นดิน			2(2-0-4)
			(Knowledge of the Land)

และให้เลือกเรียนจากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระพลเมืองไทยและพลเมืองโลก อีกไม่น้อยกว่า

3 หน่วยกิต

1.5 กลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์ ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

ให้เลือกเรียนจากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์ ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

2) หมวดวิชาเฉพาะ	ไม่น้อยกว่า	88	หน่วยกิต
2.1 วิชาแกน		30	หน่วยกิต
01101181	เศรษฐศาสตร์จุลภาค I (Microeconomics I)		3(3-0-6)
01101182	เศรษฐศาสตร์มหภาค I (Macroeconomics I)		3(3-0-6)
01130171	การบัญชีการเงิน (Financial of Accounting)		3(3-0-6)
01130172	การบัญชีเพื่อการจัดการ (Management Accounting)		3(3-0-6)
01131211	การเงินธุรกิจ (Business Finance)		3(3-0-6)
01132111	หลักการจัดการ (Principles of Management)		3(3-0-6)
01132231	สถิติธุรกิจ (Business Statistics)		3(3-0-6)
01133211	การจัดการการปฏิบัติการ (Operations Management)		3(3-0-6)
01134111	หลักการตลาด (Principles of Marketing)		3(3-0-6)
01140221	กฎหมายและภาษีสำหรับธุรกิจ (Law and Tax for Business)		3(3-0-6)
2.2 วิชาเฉพาะบังคับ		34	หน่วยกิต
01134212	พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)		3(3-0-6)
01134321	การตลาดระหว่างประเทศ (International Marketing)		3(3-0-6)
01134322	การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)		3(3-0-6)

01134332	การจัดการผลิตภัณฑ์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Product Management)	3(3-0-6)
01134341	การจัดการช่องทางการตลาด (Marketing Channel Management)	3(3-0-6)
01134351	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication)	3(3-0-6)
01134411	การจัดการการตลาด (Marketing Management)	3(3-0-6)
01134412	การพยากรณ์การขาย (Sales Forecasting)	3(3-0-6)
01134432	กลยุทธ์ราคา (Price Strategy)	3(3-0-6)
01134491	ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาด (Basic Research Methods in Marketing)	3(3-0-6)
01134497	สัมมนา (Seminar)	1
01134498	ปัญหาพิเศษ (Special Problems)	3

2.3 วิชาเฉพาะเลือก **ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต**

ให้เลือกเรียนจากกลุ่มสาขาวิชาการตลาดไม่น้อยกว่า 21 หน่วยกิต และ/หรือเลือกจากนอกสาขาไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต จากตัวอย่างรายวิชาในกลุ่มวิชาดังต่อไปนี้

-กลุ่มวิชาการตลาด

01134311	การจัดซื้อ (Purchasing)	3(3-0-6)
01134312	การจัดการการขาย (Sales Management)	3(3-0-6)
01134314	จรรยาบรรณทางการตลาด (Marketing Ethics)	3(3-0-6)
01134315	การตลาดเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Marketing for Social and Environment Responsibility)	3(3-0-6)
01134323	การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ (Strategic Marketing Planning)	3(2-2-5)

01134324	การตลาดกีฬา (Sports Marketing)	3(3-0-6)
01134325	การตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Marketing)	3(3-0-6)
01134326	การตลาดผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Marketing)	3(3-0-6)
01134331	นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา (Product and Price Policy)	3(3-0-6)
01134333	การตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา (Marketing for Luxury Products)	3(3-0-6)
01134342	การค้าปลีก (Retailing)	3(3-0-6)
01134353	การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management)	3(3-0-6)
01134354	ศิลปะการขาย (Salesmanship)	3(3-0-6)
01134355	การส่งเสริมการขายและการตลาดกิจกรรม (Sales Promotion and Event Marketing)	3(2-2-5)
01134356	การโฆษณา (Advertising)	3(3-0-6)
01134357	กลยุทธ์ตราสินค้าในยุคดิจิทัล (Branding Strategy in Digital Era)	3(3-0-6)
01134413	การตลาดและการตัดสินใจ (Marketing and Decision Making)	3(3-0-6)
01134421	การจัดการเพื่อการส่งออกและนำเข้า (Export-Import Management)	3(3-0-6)
01134422	การตลาดบริการ (Service Marketing)	3(3-0-6)
01134423	การตลาดธุรกิจสู่ธุรกิจ (Business to Business Marketing)	3(3-0-6)
01134424	การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด (Marketing Data Analytic)	3(3-0-6)

01134431	การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product Development and Design)	3(3-0-6)
01134442	หลักการจัดการโลจิสติกส์ (Principles of Logistics Management)	3(3-0-6)
01134490	สหกิจศึกษา (Cooperation Education)	6
01134492	ฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด (Field Experience in Marketing)	3
-กลุ่มวิชาบัญชี		
01130112	การบัญชีขั้นกลาง I (Intermediate Accounting I)	3(3-0-6)
01130211	การบัญชีขั้นกลาง II (Intermediate Accounting II)	3(3-0-6)
-กลุ่มวิชาการเงิน		
01131212	การเงินบุคคล (Personal Finance)	3(3-0-6)
01131312	การใช้คอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ทางการเงิน (Computer Applications in Financial Analysis)	3(3-0-6)
01131315	สินเชื่อและการเรียกเก็บเงิน (Credit and Collection)	3(3-0-6)
01131316	การจัดการสินทรัพย์ธุรกิจ (Business Asset Management)	3(3-0-6)
01131322	การเงินระหว่างประเทศ (International Finance)	3(3-0-6)
01131441	การวิเคราะห์หลักทรัพย์ (Securities Analysis)	3(3-0-6)
-กลุ่มวิชาการจัดการ		
01132213	การสื่อสารองค์การ (Organization Communication)	3(3-0-6)

01132221	พฤติกรรมองค์การ (Organizational Behavior)	3(3-0-6)
01132222	การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management)	3(3-0-6)
01132243	ธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม (Business and Social Responsibilities)	3(3-0-6)
01132333	ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ (Business Information Systems)	3(3-0-6)
01132334	การวิเคราะห์ระบบงานธุรกิจ (Business System Analysis)	3(3-0-6)
01132335	การจัดการโครงการทางธุรกิจ (Business Project Management)	3(3-0-6)
01132351	ธุรกิจระหว่างประเทศ (International Business)	3(3-0-6)
01132462	ความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship)	3(3-0-6)
01132471	การจัดการองค์การเพื่อการเรียนรู้ (Management of Learning Organization)	3(3-0-6)

- กลุ่มวิชาการจัดการปฏิบัติการและเทคโนโลยี

01133242	พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และแพลตฟอร์มดิจิทัล (Electronic Commerce and Digital Platforms)	3(3-0-6)
01133312	การออกแบบ วางแผน และควบคุมการผลิต (Production Planning, Design, and Control)	3(3-0-6)
01133313	การควบคุมต้นทุนการผลิตและการจัดการทรัพยากร (Cost Control and Resource Management)	3(3-0-6)
01133314	การจัดหาเชิงกลยุทธ์ (Strategic Sourcing)	3(3-0-6)
01133317	การจัดการคุณภาพ (Quality Management)	3(3-0-6)
01133323	การจัดการธุรกิจโรงแรม (Hotel Management)	3(3-0-6)

01133341	การจัดการเทคโนโลยีและเทคโนโลยีดิจิทัล (Technology Management and Digital Technology)	3(3-0-6)
01133415	กลยุทธ์เชิงปฏิบัติการระดับโลก (Global Operations Strategy)	3(3-0-6)
01133427	การจัดการสายการบิน (Airline Management)	3(3-0-6)

3) หมวดวิชาเลือกเสรี

ไม่น้อยกว่า

6 หน่วยกิต

ความหมายของเลขรหัสประจำวิชา

ความหมายของเลขรหัสประจำวิชาในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ประกอบด้วย เลข 8 หลัก มีความหมาย ดังนี้

- เลขลำดับที่ 1 - 2 (01) หมายถึง วิทยาเขตบางเขน
- เลขลำดับที่ 3 - 5 (134) หมายถึง สาขาวิชาการตลาด
- เลขลำดับที่ 6 หมายถึง ระดับชั้นปี
- เลขลำดับที่ 7 มีความหมาย ดังนี้
 - 1 หมายถึง กลุ่มวิชาการตลาดทั่วไป
 - 2 หมายถึง กลุ่มวิชาการตลาดเฉพาะทาง
 - 3 หมายถึง กลุ่มวิชาผลิตภัณฑ์และราคา
 - 4 หมายถึง กลุ่มวิชาการจัดจำหน่าย
 - 5 หมายถึง กลุ่มวิชาการส่งเสริมการตลาด
 - 9 หมายถึง กลุ่มวิชา ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ สหกิจศึกษา วิจัย
สัมมนา ปัญหาพิเศษ
- เลขลำดับที่ 8 หมายถึง ลำดับวิชาในแต่ละกลุ่ม

แผนการศึกษา

1. แผนการศึกษาสำหรับนิสิตที่ไม่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษา

ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 1

จำนวนหน่วยกิต (ชม. บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ- ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)

01130171	การบัญชีการเงิน	3(3-0-6)
01132111	หลักการจัดการ	3(3-0-6)
01999111	ศาสตร์แห่งแผ่นดิน	2(2-0-4)
01175xxx	กิจกรรมพลศึกษา	1(0-2-1)
	วิชาศึกษาทั่วไป วิชาภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา	3(- -)
	วิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์	3(- -)
	วิชาศึกษาทั่วไป วิชาสารสนเทศ/คอมพิวเตอร์	1(- -)
	รวม	<u>16(- -)</u>

ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 2

จำนวนหน่วยกิต (ชม. บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ- ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)

01101181	เศรษฐศาสตร์จุลภาค I	3(3-0-6)
01130172	การบัญชีเพื่อการจัดการ	3(3-0-6)
01134111	หลักการตลาด	3(3-0-6)
	วิชาศึกษาทั่วไป วิชาภาษาไทย	3(- -)
	วิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระศาสตร์แห่งผู้ประกอบการ	3(- -)
	วิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระอยู่ดีมีสุข	2(- -)
	รวม	<u>17(- -)</u>

ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 1

จำนวนหน่วยกิต (ชม. บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ- ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)

01101182	เศรษฐศาสตร์มหภาค I	3(3-0-6)
01133211	การจัดการการปฏิบัติการ	3(3-0-6)
01134212	พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0-6)
	วิชาศึกษาทั่วไป วิชาภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา	3(- -)
	วิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระพลเมืองไทยพลเมืองโลก	3(- -)
	วิชาเฉพาะเลือก	3(- -)
	รวม	<u>18(- -)</u>

ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2

จำนวนหน่วยกิต (ชม. บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ- ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)

01131211	การเงินธุรกิจ	3(3-0-6)
01132231	สถิติธุรกิจ	3(3-0-6)
01134322	การตลาดดิจิทัล	3(3-0-6)
	วิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์	3(- -)
	วิชาเฉพาะเลือก	3(- -)
	รวม	<u>15(- -)</u>

ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1

จำนวนหน่วยกิต (ชม. บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ- ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)

01140221	กฎหมายและภาษีสำหรับธุรกิจ	3(3-0-6)
01134332	การจัดการผลิตภัณฑ์เชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)
01134351	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	3(3-0-6)
	วิชาศึกษาทั่วไป วิชาภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา	3(- -)
	วิชาเฉพาะเลือก	3(- -)
	รวม	<u>15(- -)</u>

ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2

จำนวนหน่วยกิต (ชม. บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ- ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)

01134321	การตลาดระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
01134341	การจัดการช่องทางการตลาด	3(3-0-6)
01134432	กลยุทธ์ราคา	3(3-0-6)
01134491	ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาด	3(3-0-6)
	วิชาเฉพาะเลือก	3(- -)
	รวม	<u>15(- -)</u>

ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 1

จำนวนหน่วยกิต (ชม. บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ- ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)

01134411	การจัดการการตลาด	3(3-0-6)
01134412	การพยากรณ์การขาย	3(3-0-6)
01134497	สัมมนา	1
	วิชาเฉพาะเลือก	6(- -)
	วิชาเลือกเสรี	<u>3(- -)</u>
	รวม	<u>16(- -)</u>

ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 2

จำนวนหน่วยกิต (ชม. บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ- ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)

01134498	ปัญหาพิเศษ	3
	วิชาเฉพาะเลือก	6(- -)
	วิชาเลือกเสรี	<u>3(- -)</u>
	รวม	<u>12(- -)</u>

2. แผนการศึกษาสำหรับนิสิตที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษา

ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 1

จำนวนหน่วยกิต (ชม. บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ- ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)

01130171	การบัญชีการเงิน	3(3-0-6)
01132111	หลักการจัดการ	3(3-0-6)
01999111	ศาสตร์แห่งแผ่นดิน	2(2-0-4)
01175xxx	กิจกรรมพลศึกษา	1(0-2-1)
	วิชาศึกษาทั่วไป วิชาภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา	3(- -)
	วิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์	3(- -)
	วิชาศึกษาทั่วไป วิชาสารสนเทศ/คอมพิวเตอร์	1(- -)
	รวม	<u>16(- -)</u>

ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 2

จำนวนหน่วยกิต (ชม. บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ- ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)

01101181	เศรษฐศาสตร์จุลภาค I	3(3-0-6)
01130172	การบัญชีเพื่อการจัดการ	3(3-0-6)
01134111	หลักการตลาด	3(3-0-6)
	วิชาศึกษาทั่วไป วิชาภาษาไทย	3(- -)
	วิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระศาสตร์แห่งผู้ประกอบการ	3(- -)
	วิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระอยู่ดีมีสุข	<u>2(- -)</u>
	รวม	<u>17(- -)</u>

ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 1

จำนวนหน่วยกิต (ชม. บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ- ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)

01101182	เศรษฐศาสตร์มหภาค I	3(3-0-6)
01133211	การจัดการการปฏิบัติการ	3(3-0-6)
01134212	พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0-6)
	วิชาศึกษาทั่วไป วิชาภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา	3(- -)
	วิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระพลเมืองไทยพลเมืองโลก	3(- -)
	วิชาเฉพาะเลือก	<u>3(- -)</u>
	รวม	<u>18(- -)</u>

ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2

จำนวนหน่วยกิต (ชม. บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ- ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)

01131211	การเงินธุรกิจ	3(3-0-6)
01132231	สถิติธุรกิจ	3(3-0-6)
01134322	การตลาดดิจิทัล	3(3-0-6)
	วิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์	3(- -)
	วิชาเฉพาะเลือก	3(- -)
	รวม	<u>15(- -)</u>

ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1

จำนวนหน่วยกิต (ชม. บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ- ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)

01140221	กฎหมายและภาษีสำหรับธุรกิจ	3(3-0-6)
01134332	การจัดการผลิตภัณฑ์เชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)
01134351	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	3(3-0-6)
	วิชาศึกษาทั่วไป วิชาภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา	3(- -)
	วิชาเฉพาะเลือก	6(- -)
	รวม	<u>18(- -)</u>

ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2

จำนวนหน่วยกิต (ชม. บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ- ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)

01134321	การตลาดระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
01134341	การจัดการช่องทางการตลาด	3(3-0-6)
01134432	กลยุทธ์ราคา	3(3-0-6)
01134491	ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาด	3(3-0-6)
	วิชาเฉพาะเลือก	3(- -)
	วิชาเลือกเสรี	3(- -)
	รวม	<u>18(- -)</u>

ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 1

จำนวนหน่วยกิต (ชม. บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ- ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)

01134411	การจัดการการตลาด	3(3-0-6)
01134412	การพยากรณ์การขาย	3(3-0-6)
01134497	สัมมนา	1
01134498	ปัญหาพิเศษ	3
	วิชาเฉพาะเลือก	3(- -)
	วิชาเลือกเสรี	3(- -)
	รวม	<u>16(- -)</u>

ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 2

จำนวนหน่วยกิต (ชม. บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ- ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)

01130490	สหกิจศึกษา	6
	รวม	<u>6</u>

คำอธิบายรายวิชา

1. รายวิชาที่เป็นรหัสวิชาของหลักสูตร

01134111 หลักการตลาด 3(3-0-6)

(Principles of Marketing)

ลักษณะและกระบวนการทางการตลาด แนวความคิด บทบาท ความสำคัญ หน้าที่และปัจจัยทางการตลาด การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย พฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนประสมทางการตลาด และการวิจัยการตลาดเบื้องต้น

Nature and process of marketing. Concepts, role, functions and factors of marketing. Market segmentation. Selecting target market. Consumer behavior. Marketing mix and marketing research.

01134212 พฤติกรรมผู้บริโภค 3(3-0-6)

(Consumer Behavior)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

หลักและการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ตัวแบบกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค เส้นทางการของผู้บริโภค ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด

Principles and analysis of consumer behavior. Consumer behavioral trend in digital edge. Consumer decision process model. Customer journey. Buying decision. Internal and external factors influencing. Marketing strategies.

01134311 การจัดซื้อ 3(3-0-6)

(Purchasing)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

บทบาท และความสำคัญของการจัดการด้านการจัดซื้อ ความรับผิดชอบของผู้จัดการ งานจัดซื้อ ความสัมพันธ์ของงานจัดซื้อกับงานอื่น ๆ ในองค์กร นโยบายและระเบียบ การจัดซื้อ การจัดซื้อแบบรวมอำนาจ และกระจายอำนาจ การกำหนดคุณลักษณะของสินค้าที่จัดซื้อ การกำหนดขนาดของการจัดซื้อ การเลือกแหล่งขาย การทำสัญญาและปัญหาแห่งกฎหมาย การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการสั่งซื้อ ต้นทุน ราคา กำไร การลงทุน และการเสี่ยงภัย การเปรียบเทียบระหว่างการผลิตเอง การซื้อ การเช่า

Role and importance of purchasing in modern business. The responsibility of purchasing officer. Relations with other departments in an organization. Purchasing's policies and rules. Centralization and decentralization of purchasing. The determination of specification, quantity and source. Contract and legal problems. Data analysis of bill order, cost, price, profit, capital and risk. Comparing the benefit between producing, purchasing and rent.

01134312 การจัดการการขาย 3(3-0-6)

(Sales Management)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

ลักษณะของการจัดการขาย การจัดองค์การ การกำหนดนโยบาย การสรรหาพนักงานขาย การรับสมัคร การคัดเลือก การให้ค่าตอบแทน การสร้างขวัญและกำลังใจ การวางแผนและวิเคราะห์การขาย การประเมินผลและการควบคุมการขาย โควตาการขาย งบประมาณและค่าใช้จ่ายทางการขาย การประเมินผล และการควบคุมการขาย

Sales organization. Sales planning policies. Recruiting, screening and selecting applicants. Sales compensation. Sales incentive by good moral supports. Sales planning and analysis. Sales quotas. Sales budgeting. Sales and cost analysis. Sales evaluation and controlling.

01134314 จรรยาบรรณทางการตลาด 3(3-0-6)

(Marketing Ethics)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

แนวคิดของจรรยาบรรณทางการตลาด จรรยาบรรณทางการตลาดของสถาบันทางธุรกิจ ปัจจัยที่กำหนดจรรยาบรรณทางการตลาด จรรยาบรรณทางการตลาดที่นำไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ปัญหาและข้อโต้แย้งในการนำจรรยาบรรณทางการตลาดไปปฏิบัติ

Concepts of marketing ethics. Marketing ethics of business institutions. Factors determining marketing ethics. Marketing ethics approach in planning marketing strategies. Problems and arguments concerning in implementation of marketing ethics.

01134315 การตลาดเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 3(3-0-6)

(Marketing for Social and Environment Responsibility)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

ความหมายและความสำคัญของตลาด ตลอดจนแนวคิดปรัชญาทางการตลาด ที่มุ่งเน้นความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การใช้การจัดการทางการตลาดเพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคและธุรกิจให้คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา

Definition, importance, concepts and philosophy of marketing for social and environment responsibility. Marketing mix for social and environmental responsibility. Using marketing management for changing consumers and business behaviors to be responsible for society and environment in order to reach the sustainable development. Case studies.

01134321 การตลาดระหว่างประเทศ 3(3-0-6)

(International Marketing)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

ความสำคัญและสภาพแวดล้อมของการตลาดระหว่างประเทศ บทบาทและนโยบายของรัฐ การพิจารณาเลือกสินค้าและตลาด การบรรจุหีบห่อ การกำหนดราคา การขนส่ง การเลือกตัวแทนจำหน่าย การส่งเสริมการวางแผนและควบคุม ปัญหา และอุปสรรคในการตลาดระหว่างประเทศ

Importance and environment of international marketing. Roles and policies of government. Criteria for products and markets selections. Packaging, pricing, handling, agent selecting and promotion. Planning and controlling. Problems and barriers in international marketing.

01134322 การตลาดดิจิทัล 3(3-0-6)

(Digital Marketing)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

ปรัชญา แนวคิด และความสำคัญของการตลาดดิจิทัล สภาพแวดล้อมสำหรับตลาดดิจิทัล การกำหนดส่วนแบ่งตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และกำหนดตำแหน่งสำหรับตลาดดิจิทัล การวิเคราะห์ลูกค้า การสร้างสาระหลัก และการมีส่วนร่วมเพื่อการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล การจัดการชื่อเสียงในสังคมเครือข่ายเพื่อสร้างความยั่งยืนของตราสินค้า กรณีศึกษา

Philosophy, concept and important of digital marketing, digital marketing environment. Digital marketing segmentation, targeting and positioning. Customer analysis, creating contents and engagement for communicating via digital media. Managing brand reputation within social network for sustainable brand. Case study.

01134323 การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ 3(3-0-6)

(Strategic Marketing Planning)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

การเขียนแผนการตลาด วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงแผนการตลาดเพื่อให้สอดคล้องต่อสภาพการณ์การตลาด หรือวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์และสินค้า พัฒนารูปแบบแผน การตลาดประกอบด้วย การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก การกำหนดตลาด การเลือกตลาดเป้าหมายและการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา การเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด

Writing marketing plan. Examine how marketing plans can change with the life cycle or market conditions of product or service. Developing a model of marketing plan that

include an analysis of internal and external environment, segmentation, targeting and product positioning, and defining marketing mix strategy, product, pricing, distribution and promotion.

01134324 การตลาดกีฬา 3(3-0-6)

(Sport Marketing)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

ความรู้ความเข้าใจในการทำการตลาดและกลยุทธ์การตลาดสำหรับสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมกีฬา กลยุทธ์การใช้กีฬาเป็นเครื่องมือในการทำการตลาดสำหรับสินค้าและบริการอื่นๆ ที่ไม่อยู่ในอุตสาหกรรมกีฬา การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรคขององค์กรกีฬา การหาผู้สนับสนุน การทำตราสินค้า การส่งเสริมการตลาดสินค้า การประชาสัมพันธ์ การให้สิทธิทางการค้าและการวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าที่เกี่ยวข้องกับกีฬา

Knowledge and Understanding about the applications of marketing and strategic marketing concepts to sport products and services, and the marketing of non-sport products through an association to sports. Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats analysis of sporting organizations, sponsorships, branding, promotions, public relations, licensing, and research about sports consumer behavior.

01134325 การตลาดการท่องเที่ยว 3(3-0-6)

(Tourism Marketing)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

ทฤษฎี แนวคิดทางการตลาดและการประยุกต์ใช้ ภายใต้บริบทของการท่องเที่ยวและองค์กรด้านการท่องเที่ยว กระบวนการการตลาดการท่องเที่ยวและลักษณะเฉพาะของการตลาดการท่องเที่ยว การวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว แผนการตลาดการท่องเที่ยว กรณีศึกษา

Theories, concepts and applications of tourism marketing within a travel and tourism organizational context. The tourism marketing process and the unique nature of tourism marketing, tourism marketing research and tourist behavior. Tourism marketing plan. Case studies.

01134326 การตลาดผู้ประกอบการ 3(3-0-6)

(Entrepreneurial Marketing)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

ลักษณะ แนวคิด กระบวนการ เทคนิค และกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ การวิเคราะห์และประเมินโอกาสทางการตลาด การทำวิจัยตลาด การสร้างสรรค์การตลาด การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมายและการวางตำแหน่งทางการตลาด การสร้างสรรค์คุณค่า กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด จรรยาบรรณสำหรับนักการตลาด

Characteristics, concepts, procedures, techniques and marketing strategies for entrepreneurs. Analysis and assessment of market opportunities. Conducting market research. Marketing creativity. Market segmentation. Targeting and Positioning. Value creation. Marketing mix strategies. Marketing strategy planning. Code of ethics of marketer.

01134331 นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา 3(3-0-6)

(Product and Price Policy)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

แนวความคิดต่าง ๆ ของผู้บริหารในการวางแผนและกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์และราคา การกำหนดส่วนประสมผลิตภัณฑ์ การพัฒนากลยุทธ์การตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และราคาให้สอดคล้องกับวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การศึกษาสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่มีต่อผลกระทบต่อการกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์และราคา

Manager's concepts in planning and setting product and price policy. Setting product mix. Developing marketing strategy for product and price related to product life cycle. Studying internal and external environment that influence and to set product and price policy.

01134332 การจัดการผลิตภัณฑ์เชิงกลยุทธ์ 3(3-0-6)

(Strategic Product Management)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

แนวคิดในการวางแผน และกลยุทธ์การจัดการผลิตภัณฑ์ การกำหนดส่วนประสมผลิตภัณฑ์ การพัฒนากลยุทธ์การตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การศึกษาสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่มีผลกระทบต่อ การวางแผนกลยุทธ์ การจัดการผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาแผนการตลาดของผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับส่วนประสมทางการตลาดอื่น ๆ

Concepts of strategic product planning and strategic management planning, setting product mix, the development of strategic marketing for products in according with product life cycles. The study of internal and external environment impacting to strategic planning for products management and development of marketing plan for products in according with other marketing mix.

01134333 **การตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา** **3(3-0-6)**
(Marketing for Luxury Products)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา สภาพแวดล้อมการตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา การวิเคราะห์ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์หรูหรา ส่วนประสมการตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา พัฒนากลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา

General knowledge of luxury product marketing. Marketing environment of luxury product marketing. Luxury products consumer analysis. Marketing mix of luxury market. Develop marketing for luxury strategies products

01134341 **การจัดการช่องทางการตลาด** **3(3-0-6)**
(Marketing Channel Management)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

ลักษณะโครงสร้าง รูปแบบของช่องทางการตลาด บทบาทหน้าที่และการพัฒนาช่องทางการตลาดแต่ละรูปแบบ สถาบันการตลาด ข้อขัดแย้งและความร่วมมือกัน ของสถาบันต่าง ๆ การคัดเลือก การประเมินผล การควบคุมช่องทางการตลาด ตลอดจนปัจจัยและสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่มีผลต่อการจัดการช่องทางการตลาด

Nature, structure and type of marketing channel. Role, function and development of channel systems. Conflict and co-operation of marketing institutions. Selecting, evaluating and controlling marketing channel. Factors and environment that effect marketing channel management.

01134342 การค้าปลีก 3(3-0-6)

(Retailing)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

ลักษณะและวิวัฒนาการทางการค้าปลีก สถาบันการค้าปลีก การจัดการด้านการค้าปลีก การเลือกทำเลที่ตั้ง การจัดองค์การ การจัดงานบุคคล การจัดการสินค้า การตั้งราคา วิธีการส่งเสริมการขาย ของกิจการค้าปลีก และการให้บริการต่าง ๆ ตลอดทั้งระบบการควบคุม ด้านการเงินและแนวโน้มของการค้าปลีกในอนาคต

Characteristic and revolution of retailing. Retailing institutions. Retailing management. Location. Organizational management. Personnel management. Merchandising management. Price setting. Promotion methods and retailing services. Controlling system and trend of retailing business.

01134351 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ 3(3-0-6)

(Integrated Marketing Communication)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดโดยการโฆษณา การส่งเสริมการขาย การขายโดยบุคคล การประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง และรูปแบบการสื่อสารอื่นๆ การสร้างการรับรู้ตราสินค้า ภาพลักษณ์ตราสินค้าและพฤติกรรมผู้บริโภค

Marketing communication strategy through advertising, sales promotion, personal selling, public relations, direct marketing and other communications. Creating brand awareness, brand image and buying behavior.

01134353 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ 3(3-0-6)

(Customer Relationship Management)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

กระบวนการทางการตลาดในการสร้างความสัมพันธ์ภาพระยะยาวกับลูกค้า การตัดสินใจ โปรแกรมทางการตลาดเพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรและตลาด รวมทั้งผู้บริโภคและผู้มีส่วนได้เสีย การตัดสินใจซื้อเพื่อให้ได้คุณค่าเพิ่มโดยใช้กลยุทธ์ได้กับได้ กลยุทธ์การรักษาลูกค้า การหาลูกค้าใหม่ และการดึงลูกค้ากลับ

Marketing process to build long-term relationship with customers. Marketing programs decision to create good understanding and relationship between organizations and market, including customers and stakeholders. Value added buying decision through win-win strategy. Strategy for customer retention, new customer acquisition, and customer win back.

01134354 ศิลปะการขาย 3(3-0-6)
(Salesmanship)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

หลักและกระบวนการเสนอขายสินค้า กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค หลักจิตวิทยาเพื่อการจูงใจซื้อ วิธีการเข้าถึงตลาดเป้าหมาย การสร้างคุณลักษณะและคุณสมบัติของพนักงานขาย เพื่อเป็นพนักงานขายที่ดี เทคนิคการเจรจา การสร้างมนุษยสัมพันธ์กับลูกค้า ความรู้เรื่องสัญญาการซื้อขาย

Principles of selling process. Analysis of the buying decisions process. Characteristics and behavior of consumer. Psychology in sales incentive. Principles of psychological for consumer motivation. Data collection for planning approach to target market. Training salesmen. Technique of negotiation relationship to customer and sales contracting.

01134355 การส่งเสริมการขายและการตลาดกิจกรรม 3(3-0-6)
(Sales Promotion and Event Marketing)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

ความหมาย ความสำคัญ วัตถุประสงค์การส่งเสริมการขายและการตลาดกิจกรรม แนวคิดหลักการ วิธีการส่งเสริมการขายและการตลาดกิจกรรม การวางแผนและการกำหนดกลยุทธ์อย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้การวิเคราะห์สถานการณ์ การกำหนดเป้าหมายการสร้างสรรค์เครื่องมือและการเลือกสื่อที่ผสมผสานอย่างเหมาะสมสอดคล้องกับเครื่องมือทางการตลาดอื่น การฝึกปฏิบัติ

Definition, importance and objectives of sales promotion and events marketing. Concepts, principles, methods of sales promotion and event marketing. Planning and defining effective strategies by analyze situations. Defining objectives creating tools and selecting media that meet and match with other marketing tools. Practicing required.

01134356 การโฆษณา 3(3-0-6)
(Advertising)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

บทบาท ความสำคัญ วิวัฒนาการและแนวความคิดของการโฆษณา การจัดการองค์การโฆษณา หลักการจัดทำองค์ประกอบของงานโฆษณา การเลือกเหตุจูงใจ การเลือกสื่อโฆษณา การวางแผนรณรงค์ การจัดทำงบประมาณ การประเมินและวัดผลการโฆษณา กฎหมายและจรรยาบรรณ ที่เกี่ยวข้องกับโฆษณา

Roles, importance, development and concept of advertising. Organizing of advertising, composition of advertising work, selecting media, preparing campaign, budgeting and evaluation of advertising. Law and ethic concerning with advertising.

01134357 กลยุทธ์ตราสินค้าในยุคดิจิทัล 3(3-0-6)

(Branding Strategy in Digital Age)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

คุณค่าตราสินค้าตามการรับรู้ของลูกค้าในยุคดิจิทัล การกำหนดเอกลักษณ์ตราสินค้า
สาระสำคัญของตราสินค้า การสื่อสารตราสินค้าบนดิจิทัลแพลตฟอร์มและจุดติดต่ออื่น ๆ เพื่อสร้างความผูกพัน
เชื่อมโยง และความยั่งยืนให้กับตราสินค้า การประเมินคุณค่าตราสินค้า

Customer-based brand equity in digital era. Brand identity and brand essence
creation. Brand Communication on digital platform and other contact points for brand
association and sustainability. Brand equity assessment.

01134411 การจัดการการตลาด 3(3-0-6)

(Marketing Management)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

แนวความคิดการจัดการทางการตลาด บทบาทและหน้าที่ของผู้จัดการการตลาด นโยบาย
และกลยุทธ์ของการจัดการด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการตลาดและการส่งเสริมการตลาด การวิเคราะห์
การวางแผน การควบคุมและการจัดองค์การ แนวโน้มของการจัดการตลาดในอนาคต รวมทั้งการวิเคราะห์
ปัญหาและกรณีศึกษาทางการตลาด

Concepts of marketing management. Roles and functions of marketing
manager. Policy and strategy of product management, price management, channel
management and promotion management. Analysis, planning, controlling and organizing.
Problem and case study in marketing.

01134412 การพยากรณ์การขาย 3(3-0-6)

(Sales Forecasting)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

หลักทฤษฎี และความสำคัญของการพยากรณ์การขาย เทคนิคและวิธีการพยากรณ์ ประเภท
ของข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความถูกต้องแม่นยำของการ
พยากรณ์ รวมทั้งการนำผลของการพยากรณ์ไปเสนอแนะเพื่อปรับปรุงและพัฒนาแผนการตลาด

Theory and importance of sales forecasting. Techniques and methods of
forecasting: types of data, analyzing data in quantitative and qualitative. Factors influencing the
reliability of forecasting including the application of forecasting output for improvement and
development of the marketing plan.

01134413 การตลาดและการตัดสินใจ 3(3-0-6)

(Marketing and Decision Making)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

ความรับผิดชอบของผู้บริหารการตลาดในการตัดสินใจ ปัญหาทางการตลาด การจำแนกและการจัดลำดับ ขอบเขตของการตัดสินใจทางการตลาด การเลือกวิธีการแก้ปัญหาและวิธีการตัดสินใจ การกำหนดหลักเกณฑ์ทางทฤษฎีเพื่อการพัฒนาการตัดสินใจทางการตลาด การตัดสินใจเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ กระบวนการวางแผนและการตัดสินใจทางการตลาด

Responsibility of a marketing manager in decision making. Marketing problems, classification and grading. Scope of marketing decision making. Selection in problem solving technic and decision-making technic. Building the theoretical base for developing a marketing decision making. Qualitative and quantitative decision making. Marketing planning process and decision making.

01134421 การจัดการเพื่อการส่งออกและนำเข้า 3(3-0-6)

(Export-Import Management)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

หลักและการปฏิบัติในการส่งออกและนำเข้า กฎหมาย และระเบียบข้อบังคับพระราชบัญญัติ และข้อกำหนดในการส่งออกและนำเข้า วิธีปฏิบัติและเตรียมการด้านเอกสาร การทำสัญญาซื้อขาย วิธีการด้านศุลกากร การบรรจุหีบห่อ การขนส่ง การชำระเงิน การจัดการและการจัดหน่วยงานของแผนกส่งออกและนำเข้า หน่วยงานของทางราชการและสถาบันเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการส่งสินค้า

Principles and practices of export and import. Rules, regulation and restriction of export and import. Documentations. Buying and selling contracts. Customs procedures. Packing, handling and transporting. Export-import payments. Organizing and managing export-import departments. Government offices and private institutions relating to export-import business.

01134422 การตลาดบริการ 3(3-0-6)

(Service Marketing)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

ลักษณะและขอบเขตของตลาดบริการ การจำแนกประเภท พฤติกรรมผู้ใช้บริการส่วนประสม การตลาดของสินค้าบริการ โครงสร้างและการพัฒนาสถาบันที่ประกอบธุรกิจด้านการให้บริการและศึกษา ธุรกิจบริการเฉพาะอย่าง

Nature and scopes of service marketing. Type of service. Service consumer behavior. Marketing mix of service. Structure and development of service institution. Study in specific service business.

01134423 การตลาดธุรกิจสู่ธุรกิจ 3(3-0-6)

(Business to Business Marketing)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

หลักการและทฤษฎีรวมถึงกระบวนการ ของการตลาดธุรกิจสู่ธุรกิจ ซึ่งหมายถึงสินค้าและบริการทางธุรกิจและอุตสาหกรรมความแตกต่างของตลาดสินค้าผู้บริโภคกับสินค้าธุรกิจ การวิเคราะห์ พฤติกรรมของการซื้อโดยองค์กรธุรกิจ การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดเป้าหมายและการวางตำแหน่งสินค้า ธุรกิจ การวางแผนกลยุทธ์ของการตลาดธุรกิจการวางแผนและควบคุมส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจ การจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจเพื่อการวางแผนและการดำเนินการตลาดธุรกิจ

Principles and Theory, including process of Business-to-Business Marketing which determine as product and service for business or Industry. The differences between consumer goods and business goods. Analysis of organizational buying behavior market segmentation, targeting market and market positioning strategic planning of business marketing planning, implementing and controlling of marketing mix. Management of corporate social responsibility for planning and implementing business marketing.

01134424 การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด 3(3-0-6)

(Marketing Data Analytic)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเทคโนโลยีและความท้าทายในการประยุกต์เทคโนโลยีมาใช้ในการ การตลาด สภาพแวดล้อมการตลาดภายใต้การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี การวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจซื้อ สินค้าของผู้บริโภคด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรม และเส้นทางการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค การวางแผนการตลาด

Introduction to technology and its challenges in applying such a technology in marketing. Marketing environments in the technology disruption. Marketing data analytics in consumer buying decision. Applying advanced technology in analyzing consumer behavior and customer journey. Develop marketing plan.

01134432 กลยุทธ์ราคา 3(3-0-6)
(Price Strategy)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

แนวคิดด้านราคา การบริหารการตั้งราคาให้มีประสิทธิภาพ ความรู้ด้านเศรษฐศาสตร์ในการตั้งราคา ความเข้าใจพฤติกรรมลูกค้าในการตั้งราคา บทบาทของต้นทุนต่อ การตัดสินใจตั้งราคาและการวิเคราะห์ความสามารถทางการแข่งขันในการทำกำไรทางการตลาด การพัฒนากลยุทธ์การตั้งราคา กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การตั้งราคา

Price concept, effective pricing management, economic knowledge of pricing. Understanding customer behavior to pricing. Role of costs in pricing decision and analysis marketing profit competency. Developing pricing strategies. Legal aspect of pricing strategy.

01134442 หลักการจัดการโลจิสติกส์ 3(3-0-6)
(Principles of Logistics Management)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

หลักการและกระบวนการโลจิสติกส์เพื่อสนับสนุนวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูป แนวความคิดโลจิสติกส์แบบผสมผสานโดยเน้นกิจกรรมโลจิสติกส์หลัก การจัดการกลยุทธ์ โลจิสติกส์ในยุคโลกาภิวัตน์

Principles and process of logistics in order to support materials and finished goods logistics concept through main logistics activities. Logistics strategy management in globalization.

01134490 สหกิจศึกษา 6
(Cooperative Education)

การปฏิบัติงานในลักษณะพนักงานชั่วคราว ตามโครงการที่ได้รับมอบหมาย ตลอดจนการจัดทำรายงานและการนำเสนอ

On the job training as a temporary employee according to the assigned project including report writing and presentation.

- 01134491** **ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาด** **3(3-0-6)**
(Basic Research Methods in Marketing)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111
หลักและระเบียบวิธีการวิจัยทางการตลาด การกำหนดปัญหา การวางรูปแบบวิจัย การตั้งวัตถุประสงค์และสมมติฐาน การเก็บรวบรวมข้อมูล การสร้างแบบสอบถาม การวิเคราะห์และตีความข้อมูล การใช้สถิติสำหรับการวิจัย การเขียนรายงานและการเสนอผลการวิจัย
Principles and methods in marketing research, identification of research problems, formulation of research objectives and hypotheses, collection of data, construction of questionnaire, data analysis and interpretation, application of statistics for research, report writing and presentation.
- 01134492** **ฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด** **3**
(Field Experience in Marketing)
การฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านการตลาดในสถานประกอบการในองค์กรภาครัฐหรือภาคเอกชน โดยมีระยะเวลาในการฝึกงานติดต่อกันไม่น้อยกว่า 200 ชั่วโมง และนำเสนอรายงานผลการปฏิบัติงาน
Practical experience in marketing field in private or public sector for minimum of 200 hours and presentation of performance report.
- 01134497** **สัมมนา** **1**
(Seminar)
การนำเสนอและอภิปรายหัวข้อที่น่าสนใจทางทางการตลาดในระดับปริญญาตรี
Presentation and discussion on current interesting topics in marketing at the bachelor's degree level.
- 01134498** **ปัญหาพิเศษ** **3**
(Special Problems)
การศึกษาค้นคว้าทางการตลาดระดับปริญญาตรี และเรียบเรียงเขียนเป็นรายงาน
Study and research in marketing at the bachelor's degree level and compiled into written report.

2. รายวิชาที่เป็นรหัสวิชาเอกหลักสูตร

01101181 เศรษฐศาสตร์จุลภาค I 3(3-0-6)
(Microeconomics I)

ความหมายลักษณะและวิธีการศึกษาเศรษฐศาสตร์ปัญหาเศรษฐกิจ การทำหน้าที่ของระบบเศรษฐกิจ อุปสงค์อุปทาน และราคาความยืดหยุ่นของอุปสงค์และอุปทานการใช้อุปสงค์และอุปทานในการปฏิบัติพฤติกรรมของผู้บริโภคและอรรถประโยชน์ธุรกิจการผลิตและต้นทุนการผลิต ต้นทุนในระยะสั้นและระยะยาว การผลิตในระยะยาว การผลิตในระยะยาวมาก ซึ่งเกี่ยวข้องกับความก้าวหน้าและมลพิษ การกำหนดราคาผลผลิตในตลาดต่าง ๆ ทฤษฎีราคาในเชิงปฏิบัติ การกระจายรายได้ การกำหนดค่าจ้าง ดอกเบี้ย และผลตอบแทนจากการลงทุน ความยากจน และความไม่เท่าเทียมกัน

Meaning, nature and methods of economic study. Economic problems. Functioning of the economy. Demand, supply, price, elasticity of demand and supply, application of demand and supply. Consumer behaviour and utilities. Production and cost, short-run costs and long-run costs, production in the long-run and very long-run concerning progress and pollution. Price determination in different types of market, application of price theory. Income distribution, determination of wage, interest, and return on investment, poverty and inequality.

01101182 เศรษฐศาสตร์มหภาค I 3(3-0-6)
(Macroeconomics I)

วิธีการในการวัดรายได้ประชาชาติ ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดรายได้ประชาชาติ การเปลี่ยนแปลงรายได้ประชาชาติ วัฏจักรธุรกิจและการเคลื่อนไหวขึ้นลงในรายได้ประชาชาติทฤษฎีและมาตรการของนโยบายการคลัง ระดับราคา การเงินและการธนาคาร การวิเคราะห์เงินตราและการวิเคราะห์รายได้ การค้าและการเงินระหว่างประเทศ การว่างงานและเงินเฟ้อ ความจำเป็นเต็บโต และการพัฒนาเศรษฐกิจเปรียบเทียบ

National income account. Determination of national income. Business cycle and national income fluctuations. Theories and measures of fiscal policies. Money and banking, monetary and income analysis. International trade and finance. Unemployment, inflation, economic growth and development. Comparative economic systems.

01130112 การบัญชีชั้นกลาง I 3(3-0-6)
(Intermediate Accounting I)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01130111 หรือ 01130101 หรือ 01130171

กรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงิน หลักการบัญชีสินทรัพย์ การจำแนกประเภท การวัดมูลค่าและการแสดงรายการสินทรัพย์ในรายงานทางการเงิน ซึ่งประกอบด้วย เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ลูกหนี้ ตัวเงินรับ สินค้าคงเหลือ เงินลงทุน ต้นทุนการกู้ยืม ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ สินทรัพย์ไม่มีตัวตน การด้อยค่าของสินทรัพย์ อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนที่ถือไว้เพื่อขายและการดำเนินงานที่ยกเลิก ทรัพยากรแร่ และเกษตรกรรม

Conceptual framework for financial reporting, principles of accounting for assets, classification, valuation and presentation of assets in the financial reports. Those are consisted of cash and cash equivalents, accounts receivable, notes receivable, inventory, investment, borrowing costs, property, plant and equipment, intangible assets, impairment of assets, investment property, non-current assets held for sale and discontinued operations, mineral resources, and agriculture.

01130171 การบัญชีการเงิน 3(3-0-6)
(Financial of Accounting)

หลักการบัญชีทั่วไป วิธีการบันทึกบัญชีขั้นต้นเกี่ยวกับเงินสด ลูกหนี้ ตัวเงินรับ สินค้าคงเหลือ เงินลงทุน สินทรัพย์ที่มีตัวตนและไม่มีตัวตน หนี้สินและส่วนของผู้เป็นเจ้าของ การจัดทำรายงานทางการเงิน

General accounting principles, principles of recording transactions for cash, account receivables, note receivables, inventories, investment, tangible and intangible assets, liabilities, owner equities, preparation of financial reports.

01130172 การบัญชีเพื่อการจัดการ 3(3-0-6)
(Management Accounting)

ความสำคัญของการบัญชีเพื่อการจัดการ การสะสมต้นทุน ต้นทุนมาตรฐาน ต้นทุนตามกิจกรรม การงบประมาณ งบประมาณยืดหยุ่น การวิเคราะห์ต้นทุน – ปริมาณ – กำไร การบัญชีตามความรับผิดชอบ การรายงานตามส่วนงาน การกำหนดราคา การใช้ข้อมูลทางบัญชีเพื่อการตัดสินใจ

Importance of management accounting, cost accumulation, standard costing, activity-based costing, budgeting, flexible budgeting, cost-volume-profit analysis, responsibility accounting, segment reporting, pricing, use of accounting data for decision making.

01130211 การบัญชีขั้นกลาง II 3(3-0-6)

(Intermediate Accounting II)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01130111 หรือ 01130171 หรือ 01130101

หลักการและแนวปฏิบัติทางการบัญชีสำหรับรายการหนี้สินและส่วนของผู้เจ้าของ รวมถึงการจัดประเภท การรับรู้และการวัดมูลค่า การแสดงรายการและการเปิดเผยข้อมูล การบัญชีสำหรับการปรับโครงสร้างหนี้ กำไรต่อหุ้น การนำเสนองบการเงิน การเปลี่ยนแปลงทางการบัญชีและการแก้ไขข้อผิดพลาด

Accounting principles and practice for liabilities and owners' equity, including classification, recognition and measurement, presentation and disclosure, accounting for debt restructuring, earnings per share, financial report presentation, accounting changes and error correction.

01131211 การเงินธุรกิจ 3(3-0-6)

(Business Finance)

หลักการเบื้องต้นและจุดมุ่งหมายในการจัดการทางการเงิน หน้าที่ของผู้จัดการทางการเงิน สภาพแวดล้อมทางการเงิน การวางแผนและการพยากรณ์ทางการเงิน เครื่องมือต่างๆ ในการจัดการทางการเงิน วิเคราะห์ทางการเงิน เงินทุนและต้นทุนของเงินทุน การตัดสินใจลงทุนระยะยาว การจัดการเงินทุนหมุนเวียน

Basic principles and objectives of financial management, functions of managerial finance, financial environments, financial forecasting and planning, tools of financial management, financial analysis, capital and cost of capital, decision in long-term investment, working capital management.

01131212 การเงินบุคคล 3(3-0-6)

(Personal Finance)

เทคนิคการจัดการทางการเงินส่วนบุคคล การวางแผนและการควบคุมการเงินส่วนบุคคล การซื้อด้วยเงินสด การซื้อด้วยเงินเชื่อ การประกันชีวิต การลงทุนในหลักทรัพย์ การวางแผนเมื่อครบเกษียณอายุ

Personal financial management techniques, personal financial planning and control, a system of spending. Consumer credits, life insurance, securities investment, and retirement planning.

01131312 การใช้คอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ทางการเงิน 3(3-0-6)

(Computer Applications in Financial Analysis)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01131211

หลักการในการวิเคราะห์ทางการเงิน งบการเงิน เครื่องมือในการวิเคราะห์ทางการเงิน การพยากรณ์ทางการเงิน การประเมินมูลค่ากิจการ การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เบื้องต้นในการวิเคราะห์และตัดสินใจทางการเงิน

Principles of financial analysis, financial statements, tools for financial analysis, financial forecasting, corporate valuation, use of principle software program for financial analysis and decision making.

01131315 สินเชื่อและการเรียกเก็บเงิน 3(3-0-6)

(Credit and Collection)

หลักและวิธีการพิจารณาให้สินเชื่อธุรกิจ ประเภทและวิธีการเรียกเก็บเงิน หน้าที่และการบริหารงานในแผนกให้สินเชื่อ ขอบเขตของการให้สินเชื่อ กำหนดระยะเวลาในการให้สินเชื่อ การสืบฐานะเพื่อให้สินเชื่อ นโยบายการเรียกเก็บเงิน การควบคุมและติดตามบัญชีลูกหนี้

Principles and methods of credit-granting and collection policies to all business, functions of credit and operation of credit department, scope of credit management, credit limited, investigation and analysis of credit risk, collection policies, management control of credit and collection operations.

01131316 การจัดการสินทรัพย์ธุรกิจ 3(3-0-6)

(Business Asset Management)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01131211

เทคนิคและวิธีการตัดสินใจในการวางแผนและบริหารเงินทุนหมุนเวียน ตัวแบบต่าง ๆ ของการจัดการเงินสด เงินลงทุนระยะสั้น ลูกหนี้และสินค้าคงเหลือ ปัจจัยและทฤษฎีในการตัดสินใจลงทุนสินทรัพย์ภายใต้ภาวะการเสี่ยงและความไม่แน่นอน

Techniques and decision planning in working capital management, models of cash and marketable securities management, models of account receivable and models of inventories, factors and theories in investment decisions under risk and uncertainty.

01131322 การเงินระหว่างประเทศ 3(3-0-6)

(International Finance)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01131211

การดำเนินงาน นโยบายและบทบาทของสถาบันการเงินระหว่างประเทศ เครื่องมือในการ
ปริวรรตเงินตรา ระบบอัตราแลกเปลี่ยน นโยบายการควบคุมและการส่งเสริมความตกลงระหว่างประเทศอันมี
ผลกระทบกระเทือนต่อกำไร การดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ โดยพิจารณาในแง่เงินทุน ภาษีอากร แรงงาน
ปัญหาทางการตลาดและความร่วมมือระหว่างประเทศ การปฏิบัติงานของฝ่ายต่างประเทศของธนาคาร
พาณิชย์

Operation, policies and function of international financial institutions, foreign
exchange tools, foreign exchange rate system, policies of controlling and promotions,
international agreements that affecting business profit, international business operations
including capital taxation, labour, marketing problems and international agreements, operation
of foreign department of commercial banks.

01131441 การวิเคราะห์หลักทรัพย์ 3(3-0-6)

(Securities Analysis)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01131211

ขอบเขตของการวิเคราะห์หลักทรัพย์ คุณสมบัติของหลักทรัพย์ ลำดับชั้นของการวิเคราะห์
หลักทรัพย์ การคัดเลือกหลักทรัพย์ การคาดคะเนกำไรสุทธิและเงินปันผล ทฤษฎีการประเมินมูลค่าหลักทรัพย์

Scope in securities analysis, characteristic of securities, portfolio selection process,
selecting optimal portfolio, earnings and dividend estimation, the valuation theory of security.

01132111 หลักการจัดการ 3(3-0-6)

(Principles of Management)

แนวคิดและวิวัฒนาการทางการจัดการ งานการจัดการ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ที่มีผลกระทบ
ต่อการจัดการธุรกิจ จริยธรรมทางธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การธุรกิจ บทบาทและหน้าที่
ทางการจัดการของผู้จัดการ การตัดสินใจ การวางแผน การจัดองค์การ การชักนำ และการควบคุม

Concepts and evolution of management. Managerial jobs. Business
environment affecting business management. Business ethics and corporate social
responsibility. Managerial roles and management functions of managers. Business decision-
making, planning, organizing, leading, and controlling.

01132213 การสื่อสารองค์การ 3(3-0-6)

(Organization Communication)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01132111

ความสำคัญของการสื่อสารในองค์การ แนวคิด หลักการ จริยธรรม ทฤษฎีต่าง ๆ และทักษะที่จำเป็นของการสื่อสารในองค์การ เพื่อให้องค์การดำเนินงานมีประสิทธิภาพ การประยุกต์ทักษะการสื่อสารในการพัฒนาและวางแผน แก้ไขปัญหาของการสื่อสารในองค์การ

Importance of communication in organization. Concepts, ideas, ethics, theories and skills needed for effective communication in organization. Applying communication skills for planning, developing and solving communication problems in organization.

01132221 พฤติกรรมองค์การ 3(3-0-6)

(Organization Behavior)

หลักการจัดการองค์การตามทฤษฎีต่างๆ ลักษณะโครงสร้างขององค์การแบบทางการและไม่เป็นทางการ พฤติกรรมของบุคคลและกลุ่มการเรียนรู้ การจูงใจ สิ่งแวดล้อมเกี่ยวกับองค์การ การแก้ไขความขัดแย้งในองค์การ การพัฒนาองค์การ

Organization theory and design structure of formal and informal organization. Individual behavior and group perception behavior, motivation process. Environment of organization. The management of conflict in organization. Organization development.

01132222 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ 3(3-0-6)

(Human Resource Management)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01132111

หลักและวิธีการดำเนินงานด้านบุคลากร เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพในการทำงาน การเสริมสร้างขวัญและสิ่งจูงใจ การรับสมัคร การคัดเลือก การบรรจุ และแต่งตั้ง การพิจารณาความดีความชอบ ระเบียบวินัย เทคนิค การสัมภาษณ์ หลักวิธีการคิดค่าจ้างค่าตอบแทน สวัสดิการ บริการทางเศรษฐกิจและสังคมให้แก่พนักงาน

The concept of personnel management. The role of recruitment to recruit potential employees. Morale development and motivate employees. To recruit, select and profile employees. Disciplinary, promotion, fringe benefits action. The selection procedure plans of remuneration involving welfare and physical security.

01132231 สถิติธุรกิจ 3(3-0-6)

(Business Statistics)

การนำทฤษฎีและวิธีการทางสถิติมาใช้ในทางธุรกิจ การวัดค่ากลาง และการกระจายของข้อมูล การแจกแจงความน่าจะเป็น การสุ่มตัวอย่าง การประมาณช่วงความเชื่อมั่น การทดสอบสมมติฐาน การทดสอบไคสแควร์ การวิเคราะห์ความแปรปรวน การวิเคราะห์ความถดถอยและสหสัมพันธ์ การพยากรณ์และสถิตินอนพาราเมตริก

Statistics theories and methods for business application, central tendency and variation data measurement, probability distribution, sampling distribution, confidence interval estimation, hypothesis testing, Chi-square, analysis of variance, regression and correlation, forecasting and nonparametric statistics.

01132243 ธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม 3(3-0-6)

(Business and Social Responsibilities)

บทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบต่อธุรกิจที่มีต่อสังคม ผลกระทบของสภาพแวดล้อมที่มีต่อการบริหารธุรกิจ การตอบสนองของธุรกิจต่อความต้องการของสังคม โดยจะมุ่งเน้นถึงความรับผิดชอบต่อกลุ่มบุคคลต่างๆ ได้แก่ ลูกค้า พนักงาน ผู้ลงทุน สภาพแวดล้อม และประเทศชาติ

Roles, functions and responsibilities of business toward society, environmental impact business, business response to social need and stakeholder management.

01132333 ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ 3(3-0-6)

(Business Information Systems)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01132111

การจัดการข้อมูลและสารสนเทศเพื่อการวางแผนและการตัดสินใจในองค์กร การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและทรัพยากรข้อมูล การจัดระบบฐานความรู้ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กระบวนการทางธุรกิจและการออกแบบองค์กรเพื่อการแข่งขันโดยอาศัยการใช้ระบบสารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพ

Managing data and information for planning and decision making in organization. Managing information technology and data resources. Knowledge-based system management. Electronic commerce. Business process and design for competitive organization, utilizing information systems with ethical manners.

01132334 การวิเคราะห์ระบบงานธุรกิจ 3(3-0-6)

(Business System Analysis)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01132111

เทคนิคการวิเคราะห์ และออกแบบระบบงาน การนำระบบงานไปใช้การวิเคราะห์ระบบงาน ปัจจุบัน การออกแบบระบบงานคอมพิวเตอร์ การเลือกใช้คอมพิวเตอร์ให้เหมาะสมกับงาน การควบคุมและการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ มีการศึกษานอกสถานที่

Techniques in analyzing and designing business system, application of the system, computer system design, selection of computer system suitable for business, control and safety for computer data. Field trip included.

01132335 การจัดการโครงการทางธุรกิจ 3(3-0-6)

(Business Project Management)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01132111

การประเมินโครงการทางธุรกิจ ด้านการจัดการ การผลิต การเงิน การตลาด การบุคลากร และคุณค่าทางเศรษฐกิจของโครงการ การคำนวณค่าตอบแทนของโครงการ กฎเกณฑ์การตัดสินใจ วิธีการจัดเตรียมงานโครงการ การศึกษาความเหมาะสมของโครงการทางด้านเทคนิค และสภาพแวดล้อมที่จะอำนวยความสะดวกให้การดำเนินงานโครงการทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Project evaluation in business concerning management, production, finance, marketing, personnel and economic value of project. Calculation project benefit, decision criteria, project preparation, feasibility study and environmental effect on the project operation.

01132351 ธุรกิจระหว่างประเทศ 3(3-0-6)

(International Business)

หลักแนวความคิด วัตถุประสงค์ และภาพรวมของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ที่มีผลต่อธุรกิจระหว่างประเทศ โดยเน้นการศึกษาความแตกต่างทางวัฒนธรรม ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ และการพัฒนาทางเศรษฐกิจ และการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ

Concept, objective and overview of business environment affecting international business. Cultural differences. Theories of international trade and economic development, and international business management.

01132362 **ความเป็นผู้ประกอบการ** 3(3-0-6)
(Entrepreneurship)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01132111
ธรรมชาติของผู้ประกอบการ กระบวนการประกอบการในบริบทต่าง ๆ ประเด็นต่างๆ
ที่เกี่ยวข้องกับการจัดตั้งกิจการใหม่ การสร้างสรรค์นวัตกรรม การพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการ
Nature of entrepreneurs, Entrepreneurial process in various contexts, issues
surrounding new venture creation, innovative creation, entrepreneurial skill development.

01132471 **การจัดการองค์การเพื่อการเรียนรู้** 3(3-0-6)
(Management of Learning Organization)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01132111
ความหมายและความสำคัญขององค์การเพื่อการเรียนรู้ กระบวนการพัฒนาองค์การเพื่อการ
เรียนรู้ กระบวนการแสวงหาความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ไปประยุกต์ในการบริหารงาน
ลักษณะเฉพาะที่บ่งชี้ระดับของการเป็นองค์การเพื่อการเรียนรู้ ค่านิยมทางวัฒนธรรม คำมั่นของผู้บริหารและ
การให้อำนาจ การสื่อสาร การถ่ายโอนองค์ความรู้ ลักษณะเฉพาะของพนักงาน และการยกระดับผลการ
ปฏิบัติงาน
Meaning and importance of learning organization. The development processes of
learning organization: knowledge acquisition, knowledge sharing and knowledge utilization. The
characteristics that indicate the level of learning organization: cultural values, leadership
commitment and empowerment, communication, knowledge transfer, employee characteristics
and performance improvement.

01133211 **การจัดการการปฏิบัติการ** 3(3-0-6)
(Operations Management)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01132111
หลักการเบื้องต้นของการจัดการการปฏิบัติการ ความรู้พื้นฐานในการออกแบบผลิตภัณฑ์
ประเภทของกระบวนการผลิตและแผนผัง ความรู้เบื้องต้นในการจัดการกำลังการผลิต ความสำคัญของการทำเล
ที่ตั้ง การดำเนินงานระบบผลิต การจัดการสินค้าคงคลัง และการจัดการคุณภาพ
Basic principles of operations management. Introduction to product design.
Classification of process and layout. Introduction to capacity management. Importance of
location decision. Operating operation system. Managing inventory and managing quality.

- 01133242 พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และแพลตฟอร์มดิจิทัล (E-Commerce and Digital Platforms) 3(3-0-6)**
 บทบาทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และแพลตฟอร์มดิจิทัลที่มีต่อรูปแบบธุรกิจ ในปัจจุบันและอนาคต การทำธุรกรรมผ่านทางออนไลน์และแพลตฟอร์มดิจิทัล การใช้โครงข่ายเว็ลด์ไวด์เว็บเชิงธุรกิจ รายงานผลด้านธุรกิจที่ได้จากแอปพลิเคชัน
 Roles of electronic commerce and digital platform in current and future business model. Online business transaction and digital platform. World Wide Web commerce. Business report generated from application.
- 01133312 การออกแบบ วางแผน และควบคุมการผลิต (Production Planning, Design, and Control) 3(3-0-6)**
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01133211
 ระบบการปฏิบัติการ การออกแบบสินค้า การวางแผนกำลังการผลิตระยะยาว การตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้ง การเลือกกระบวนการผลิต การออกแบบแผนผัง การเลือกเครื่องจักร การออกแบบระบบการขนถ่ายลำเลียง การออกแบบระบบงาน ระบบควบคุม
 Operations system. Product design. Long term capacity planning. Location selection. Process selection. Layout design. Machine selection. Material handling system design. Work process design. Control process.
- 01133313 การควบคุมต้นทุนการผลิตและการจัดการทรัพยากร (Cost Control and Resource Management) 3(3-0-6)**
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01133211 และ 01130172
 การคำนวณต้นทุนการปฏิบัติการ เทคนิคการควบคุมและลดต้นทุน การปฏิบัติการ การเพิ่มผลิตภาพ การจัดการต้นทุนคุณภาพ การจัดการทรัพยากร ด้านการปฏิบัติการ
 Calculating operations cost. Techniques for controlling and reducing operations cost. Increasing productivity. Managing costs of quality. Operational resource management.
- 01133314 การจัดหาเชิงกลยุทธ์ (Strategy Sourcing) 3(3-0-6)**
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01133211
 ขั้นตอน นโยบาย และกระบวนการจัดหาเชิงกลยุทธ์ การตัดสินใจผลิตเองหรือซื้อ การรวมตัวแบบแนวดิ่ง กลยุทธ์สินค้าโภคภัณฑ์ การวิเคราะห์คุณค่า และการจัดการต้นทุนเชิงกลยุทธ์ การจัดหากับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การมีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มของผู้ป้อนวัสดุ การประเมิน การคัดเลือกผู้ป้อนวัสดุ การประกวด

ราคาแข่งขันและการตกลงราคา การจัดการการพัฒนาผู้ป้อนวัสดุและการจัดการความสัมพันธ์ การจัดหาบริการ จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม

Strategic sourcing process, policies, and procedures. Make-or-buy decisions, vertical integration. Commodity strategy, value analysis and strategic cost management. Sourcing and new product development. Early supplier involvement. Supplier evaluation, selection, development. Competitive bidding and negotiation. Supplier development and relationship management. Acquiring services. Ethics and social responsibility.

01133317 การจัดการคุณภาพ 3(3-0-6)
(Quality Management)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01133211

แนวคิดและพื้นฐานของการจัดการคุณภาพ การควบคุมคุณภาพเชิงสถิติ เครื่องมือและระเบียบวิธีสำหรับการศึกษาวิเคราะห์ทางการจัดการการผลิต

Concepts and fundamental of quality management. Statistical quality control. Tools and methods for analytic studies in operations management.

01133323 การจัดการธุรกิจโรงแรม 3(3-0-6)
(Hotel Management)

หลักการจัดการปฏิบัติการในโรงแรม หน้าที่และการดำเนินงานของแผนกหลักในโรงแรม

Principles of hotel operations management. Duties and procedure of key departments in hotel business.

01133341 การจัดการเทคโนโลยีและเทคโนโลยีดิจิทัล 3(3-0-6)
(Technology Management and Digital Technology)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01133211

นวัตกรรม อิทธิพลของเทคโนโลยีแห่งอนาคตต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบในการดำเนินธุรกิจ และตลาดของผู้บริโภค การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในองค์กรที่ประสบความสำเร็จ

Concepts and basic understandings of technology management. Types of technology and innovation. Effects of emerging technology on changing business practices and consumer markets. Successful adoption of technology in the organization.

01133415 กลยุทธ์เชิงปฏิบัติการระดับโลก 3(3-0-6)

(Global Operations Strategy)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01133211

บทบาทของกลยุทธ์เชิงปฏิบัติการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในสภาพแวดล้อมของการเปลี่ยนแปลงอย่างรุนแรง การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงและวิวัฒนาการของภาคอุตสาหกรรมในระดับโลก การกำหนดรูปแบบกลยุทธ์เชิงปฏิบัติการขององค์กรที่เหมาะสม การพัฒนาสมรรถนะของระบบปฏิบัติการ

Roles of operations strategy for competitiveness creation in disruptive environment. Analysis of the transformation and evolution of the global industrial sector. Formulation of appropriate operations strategy for organization. Development of operations system capabilities.

01133427 การจัดการสายการบิน 3(3-0-6)

(Airline Management)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01132111

กระบวนการตัดสินใจในการจัดการสายการบิน สายการบินกับสิ่งแวดล้อม รูปแบบธุรกิจ ต้นทุนการดำเนินงานและประสิทธิภาพ การพัฒนาฝูงบิน เส้นทาง และตารางบิน นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยี แนวคิดการจัดการรายได้ การจัดจำหน่ายและการปฏิบัติการการบิน การจัดการความจงรักภักดีและความสัมพันธ์กับผู้โดยสาร ความท้าทายในการจัดการสายการบิน มีการศึกษาสถานที่

Airline management decision processes. Airlines and the environment. Business models, operating costs and efficiency. Fleet, route and schedule development. Product innovations and technologies. Revenue management concepts. Distribution and operations. Passenger loyalty and relationship management. Airline management challenges. Field trip required.

01140221 กฎหมายและภาษีสำหรับธุรกิจ 3(3-0-6)

(Law and Tax for Business)

ธุรกิจและสภาพแวดล้อมทางกฎหมายระดับนานาชาติ ประเภทของกฎหมายธุรกิจ ความรับผิดชอบทางกฎหมายของธุรกิจ หลักการจัดเก็บภาษีอากร ความรับผิดชอบทางภาษีอากร ของบุคคลและธุรกิจตามประมวลรัษฎากร ภาษีสรรพสามิตและภาษีศุลกากร การวางแผนภาษี เพื่อบุคคลและธุรกิจ

Business and legal environment under the international level. Classification of business laws. Legal liabilities of business. Principle of tax collection. Personal and business tax liabilities under the revenue code. Excise tax and customs tax. Personal and business tax administration.

แบบบันทึกผลการเรียน
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565
ภาควิชาการจัดการธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

วิชาตามหลักสูตร บธ.บ. (การตลาด)	จำนวน หน่วยกิต	เกรดที่ ได้	ภาคเรียน / ปีการศึกษา	หมายเหตุ
1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	<u>30</u>			
1.1 กลุ่มสาระอยู่ดีมีสุข	<u>3</u>			
01175___ กิจกรรมพลศึกษา วิชา_____	1			
_____ วิชา _____				
_____ วิชา _____				
1.2 กลุ่มสาระศาสตร์แห่งผู้ประกอบการ	<u>3</u>			
_____ วิชา _____	3			
1.3 กลุ่มสาระภาษากับการสื่อสาร	<u>13</u>			
01_____ ภาษาต่างประเทศ วิชา_____	3			
01_____ ภาษาต่างประเทศ วิชา_____	3			
01_____ ภาษาต่างประเทศ วิชา_____	3			
01_____ ภาษาไทย (เลือก) วิชา_____	3			
_____ สารสนเทศ/คอมพิวเตอร์ วิชา_____	1			
1.4 กลุ่มสาระพลเมืองไทยและพลเมืองโลก	<u>5</u>			
01999111 ศาสตร์แห่งแผ่นดิน	2			
_____ วิชา _____	3			
1.5 กลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์	<u>6</u>			
_____ วิชา _____	3			
_____ วิชา _____	3			

วิชาตามหลักสูตร บธ.บ. (การตลาด)	จำนวน หน่วยกิต	เกรด ที่ได้	ภาคเรียน / ปีการศึกษา	หมายเหตุ
2. หมวดวิชาเฉพาะ	88			
2.1 กลุ่มวิชาแกน	30			
01101181 เศรษฐศาสตร์จุลภาค I	3			
01101182 เศรษฐศาสตร์มหภาค I	3			
01130171 การบัญชีการเงิน	3			
01130172 การบัญชีเพื่อการจัดการ	3			
01131211 การเงินธุรกิจ	3			
01132111 หลักการจัดการ	3			
01132231 สถิติธุรกิจ	3			
01132211 การจัดการการปฏิบัติการ	3			
01134111 หลักการตลาด	3			
01140221 กฎหมายและภาษีสำหรับธุรกิจ	3			
2.2 กลุ่มวิชาเฉพาะบังคับ	34			
01134212 พฤติกรรมผู้บริโภค	3			
01134321 การตลาดระหว่างประเทศ	3			
01134322 การตลาดดิจิทัล	3			
01134332 การจัดการผลิตภัณฑ์เชิงกลยุทธ์	3			
01134341 การจัดการช่องทางการตลาด	3			
01134351 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	3			
01134411 การจัดการการตลาด	3			
01134412 การพยากรณ์การขาย	3			
01134432 กลยุทธ์ราคา	3			
01134491 ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาด	3			
01134497 สัมมนา	1			
01134498 ปัญหาพิเศษ	3			

วิชาตามหลักสูตร บธ.บ. (การตลาด)	จำนวน หน่วยกิต	เกรด ที่ได้	ภาคเรียน / ปีการศึกษา	หมายเหตุ
2.3 กลุ่มวิชาเฉพาะเลือก	24			
เลือกเรียนวิชาจากกลุ่มวิชาการตลาด ไม่น้อยกว่า 21 หน่วยกิต และ/หรือเลือกเรียนจาก กลุ่มวิชานอกสาขา 3 หน่วยกิต				
01134 ___ วิชา _____	3			
01134 ___ วิชา _____	3			
01134 ___ วิชา _____	3			
01134 ___ วิชา _____	3			
01134 ___ วิชา _____	3			
01134 ___ วิชา _____	3			
01134 ___ วิชา _____	3			
01 ___ วิชา _____	3			
3. หมวดวิชาเลือกเสรี	6			
___ วิชา _____				
___ วิชา _____				
___ วิชา _____				
___ วิชา _____				
___ วิชา _____				
04850390 การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา	1		ต้น/	*สหกิจศึกษา

สรุปวิชาตามหลักสูตร บธ.บ. (การตลาด)	ต้องเรียนไม่น้อยกว่า	นิสิตสอบผ่าน
1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	30 หน่วยกิต หน่วยกิต
2. หมวดวิชาเฉพาะ	88 หน่วยกิต หน่วยกิต
3. หมวดวิชาเลือกเสรี	6 หน่วยกิต หน่วยกิต
รวม	124 หน่วยกิต หน่วยกิต

แบบบันทึกการให้คำปรึกษาแก่นิสิตในการดูแล

ชื่อ-นามสกุล.....รหัสนิสิต.....

หมายเลขโทรศัพท์.....E-mail.....

ว/ด/ป	เรื่องที่ปรึกษา		ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษา	ผลของการปรึกษา
	วิชาการ	ส่วนตัว		

แบบบันทึกการให้คำปรึกษาแก่นิสิตในการดูแล

ว/ด/ป	เรื่องที่ปรึกษา		ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษา	ผลของการปรึกษา
	วิชาการ	ส่วนตัว		



คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
<http://fam.csc.ku.ac.th>