สภามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ให้ความเห็นชอบหลักสูตรนี้แล้ว
เมื่อวันที่ 27 มิถุนายน 2549

22 ต.ค. 2550

# หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต(ต่อเนื่อง)

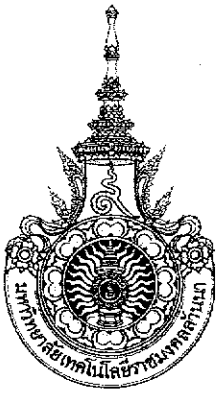
# วิชาเอกการตลาด

# พ.ศ. 2548

## คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์

## มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

## กระทรวงศึกษาธิการ



# หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต(ต่อเนื่อง)

# วิชาเอกการตลาด

# พ.ศ. 2548

## คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์

## มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

## กระทรวงศึกษาธิการ

# สารบัญ


| | หน้า |
|---|---|
| ชื่อหลักสูตร | 1 |
| ชื่อปริญญา | 1 |
| หน่วยงานที่รับผิดชอบ | 1 |
| วัตถุประสงค์ของหลักสูตร | 1 |
| กำหนดการเปิดสอน | 2 |
| คุณสมบัติของผู้มีสิทธิ์เข้าศึกษา | 2 |
| วิธีการคัดเลือกผู้เข้าศึกษา | 2 |
| ระบบการศึกษา | 2 |
| ระยะเวลาการศึกษา | 3 |
| การลงทะเบียนเรียน | 3 |
| การวัดผลและการสำเร็จการศึกษา | 3 |
| อาจารย์ผู้ทำการสอน | 4 |
| จำนวนนักศึกษา | 5 |
| สถานที่และอุปกรณ์การสอน | 5 |
| ห้องสมุด | 5 |
| งบประมาณ | 6 |
| หลักสูตร | 7 |
| - จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร | 7 |
| - โครงสร้างของหลักสูตร | 7 |
| - รายวิชา | 7 |
| - แผนการศึกษา | 18 |
| - คำอธิบายรายวิชา | 27 |

1.

2. ขึ้

3. หา

4. วัด

ตลอดๆ
สภาพก
ดังนี้

ทั่วไปเก็
บุคลากร
ระดับสู

ในหน้าท่
ปฏิบัติงา

# หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (ต่อเนื่อง)

# วิชาเอก การตลาด

# พ.ศ. 2548

**1. ชื่อหลักสูตร**

1.1 ชื่อภาษาไทย หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต วิชาเอก การตลาด

1.2 ชื่อภาษาอังกฤษ Bachelor of Business Administration Program in Marketing (Continuing Program)

**2. ชื่อปริญญา**

2.1 ชื่อเต็มภาษาไทย บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)

2.2 ชื่อย่อภาษาไทย บธ.บ. (การตลาด)

2.3 ชื่อเต็มภาษาอังกฤษ Bachelor of Business Administration (Marketing)

2.4 ชื่อย่อภาษาอังกฤษ B.B.A. (Marketing)

**3. หน่วยงานที่รับผิดชอบ** มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

**4. วัตถุประสงค์ของหลักสูตร**

4.1 วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต วิชาเอกการตลาดเริ่มสอนครั้งแรกตั้งแต่ปีการศึกษา 2541 ตลอดช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาได้มีการปรับปรุงและเพิ่มรายวิชาที่จำเป็นอยู่เสมอ ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพการศึกษาของชาติ และการสนองต่อความต้องการของภาคธุรกิจ โดยมีวัตถุประสงค์ของหลักสูตรดังนี้

4.1.1 เพื่อให้ผู้สำเร็จการศึกษา มีความรู้ความสามารถเชิงวิชาการในงานบริหารธุรกิจทั่วไปเกี่ยวกับการติดต่อประสานงาน การตัดสินใจ การวางแผน การควบคุมและการให้คำแนะนำแก่บุคลากรผู้ปฏิบัติงาน การรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ การติดตามและประเมินผลงาน เพื่อเสนอผู้บริหารระดับสูงขึ้นไป

4.1.2 เพื่อให้ผู้สำเร็จการศึกษาสามารถเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ และสามารถปฏิบัติงานในหน้าที่ผู้บริหารด้านการตลาด การจัดซื้อ และการพัสดุ การพยากรณ์ธุรกิจ การบุคลากร และสามารถปฏิบัติงานตามสาขาที่ได้ศึกษาโดยตรง

4.1.3 เพื่อปลูกฝังให้มีความคิดริเริ่ม มีกิจนิสัยในการค้นคว้าเรียนรู้ตลอดชีวิต ปรับปรุงตนเองให้ก้าวหน้าอยู่เสมอ สามารถแก้ปัญหาและตัดสินใจด้วยหลักการและเหตุผล อำนวยการและปฏิบัติการด้วยหลักวิชาการที่มีการวางแผนการปฏิบัติงาน การแนะงาน และการควบคุมงานอย่างมีประสิทธิภาพ อันจะก่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมายอย่างประหยัด รวดเร็ว ตรงต่อเวลา และมีคุณภาพซึ่งสามารถวัดผลงานนั้นได้ทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ

4.1.4 เพื่อปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม ความมีระเบียบวินัย ความซื่อสัตย์สุจริต ความขยันหมั่นเพียร ความสำนึกในจรรยาอาชีพ ความรับผิดชอบต่อหน้าที่และสังคมตลอดจนธำรงไว้ซึ่งขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปวัฒนธรรมอันดีงามของไทย

**5. กำหนดการเปิดสอน**

จะเปิดดำเนินการเรียนการสอนตามหลักสูตร ตั้งแต่ปีการศึกษา 2548

**6. คุณสมบัติของผู้มีสิทธิ์เข้าศึกษา**

6.1 รับผู้สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สายบริหารธุรกิจทุกสาขา

6.2 รับผู้สำเร็จการศึกษาจากวิทยาลัยชุมชนที่มีคุณวุฒิ และสาขาเทียบเท่าตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

6.3 รับผู้สำเร็จการศึกษาระดับอนุปริญญา และมีสาขาเทียบเท่าตามที่มหาวิทยาลัยฯ กำหนด

**7. วิธีการคัดเลือกผู้เข้าศึกษา**

โดยวิธีการสอบคัดเลือกตามระเบียบการสอบคัดเลือก เพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา และ/หรือระเบียบการสอบคัดเลือกเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของสำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา (สกอ.)

**8. ระบบการศึกษา**

8.1 การจัดการศึกษา

ใช้ระบบทวิภาค โดยแบ่งเวลาศึกษาในปีการศึกษาหนึ่ง ๆ ออกเป็น 2 ภาคการศึกษาปกติ ซึ่งเป็นภาคการศึกษาบังคับคือ

ภาคการศึกษาที่หนึ่ง ตั้งแต่วันจันทร์แรกของเดือนมิถุนายนเป็นต้นไป รวม 18 สัปดาห์

ภาคการศึกษาที่สอง ตั้งแต่วันจันทร์แรกของเดือนพฤศจิกายนเป็นต้นไป รวม 18 สัปดาห์

คณะบริหารธุรกิจอาจเปิดภาคการศึกษาฤดูร้อน ซึ่งเป็นภาคการศึกษาที่ไม่บังคับใช้เวลาศึกษา 6 - 9 สัปดาห์ โดยให้เพิ่มชั่วโมงคาบการศึกษาในแต่ละรายวิชาให้เท่ากับภาคเรียนปกติหรือเปิดภาคการศึกษาตามระยะเวลาที่ความเหมาะสมต่อการจัดการศึกษาโดยให้มี

ระยะเวลาในการศึกษาแต่ละภาคไม่น้อยกว่าเวลาที่ในการศึกษาภาคเรียนปกติ

8.2 การคิดหน่วยกิต

8.2.1 รายวิชาบรรยาย (ภาคทฤษฎี) ที่เทียบเท่า 1 คาบต่อสัปดาห์ ตลอดภาคการศึกษาคิดเป็นปริมาณการศึกษา 1 หน่วยกิต

8.2.2 รายวิชาปฏิบัติ (ภาคปฏิบัติ) ที่ใช้เวลาปฏิบัติ 2 – 3 คาบต่อสัปดาห์ ตลอดภาคการศึกษา คิดเป็นปริมาณการศึกษา 1 หน่วยกิต

**9. ระยะเวลาการศึกษา**

9.1 นักศึกษาภาคปกติ ระยะเวลาการศึกษาตลอดหลักสูตรสำหรับนักศึกษาภาคปกติการศึกษาอย่างมากไม่เกิน 4 ปีการศึกษา และสำเร็จการศึกษาได้ไม่ก่อน 4 ภาคการศึกษาปกติ

9.2 นักศึกษาภาคสมทบ ระยะเวลาการศึกษาตลอดหลักสูตรสำหรับนักศึกษาภาคสมทบอย่างมากไม่เกิน 4 ปี การศึกษา และสำเร็จการศึกษาได้ไม่ก่อน 4 ภาคการศึกษา

**10. การลงทะเบียนเรียน**

10.1 นักศึกษาภาคปกติ

ในแต่ละภาคการศึกษาปกติ นักศึกษาจะลงทะเบียนเรียนได้ไม่ต่ำกว่า 9 หน่วยกิตและไม่เกิน 22 หน่วยกิต สำหรับภาคฤดูร้อนนักศึกษาจะลงทะเบียนได้ไม่เกิน 9 หน่วยกิต การลงทะเบียนเรียนเกินกว่ากำหนดไว้ จะกระได้ต่อเมื่อได้รับอนุญาตจากคณบดีหรือรองอธิการบดีเขตพื้นที่ แต่ต้องไม่เกิน 25 หน่วยกิต ในภาคการศึกษาใดภาคการศึกษาหนึ่งเพียงภาคการศึกษาเดียว

10.2 นักศึกษาภาคสมทบ

ในแต่ละภาคการศึกษาปกติ นักศึกษาจะลงทะเบียนเรียนได้ไม่ต่ำกว่า 9 หน่วยกิต และไม่เกิน 18 หน่วยกิต สำหรับภาคฤดูร้อนนักศึกษาจะลงทะเบียนได้ไม่เกิน 9 หน่วยกิต

**11. การวัดผลและการสำเร็จการศึกษา**

11.1 การวัดผลการศึกษา ให้ปฏิบัติตามข้อบังคับสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญา พ.ศ. 2537 และข้อบังคับสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญา (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541, (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2543, (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2544, (ฉบับที่ 5) พ.ศ.2545, (ฉบับที่ 6) พ.ศ. 2545 และ (ฉบับที่ 7) พ.ศ. 2547

ให้คณะและวิทยาเขตที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัย จัดการวัดผลและประเมินผลการศึกษาสำหรับรายวิชาที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียนไว้ในภาคการศึกษาหนึ่ง ๆ

การประเมินผลการศึกษาในแต่ละรายวิชา ให้กำหนดเป็นระดับคะแนนต่าง ๆ ซึ่งมีค่าระดับคะแนนต่อหน่วยกิต และผลการศึกษา ดังต่อไปนี้

| ระดับคะแนน(GRADE) | ค่าระดับคะแนนต่อหน่วยกิต | ผลการศึกษา |
|---|---|---|
| ก หรือ A | 4.0 | ดีเยี่ยม (EXCELLENT) |
| ข+ หรือ B+ | 3.5 | ดีมาก (VERY GOOD) |
| ข หรือ B | 3.0 | ดี (GOOD) |
| ค+ หรือ C+ | 2.5 | ดีพอใช้ (FAIRLY GOOD) |
| ค หรือ C | 2.0 | พอใช้ (FAIR) |
| ง+ หรือ D+ | 1.5 | อ่อน (POOR) |
| ง หรือ D | 1.0 | อ่อนมาก (VERY POOR) |
| ต หรือ F | 0 | ตก (FAIL) |
| ถ หรือ W | - | ถอนรายวิชา (WITHDRAW) |
| ม.ส. หรือ I | - | ไม่สมบูรณ์ (INCOMPLETE) |
| พ.จ. หรือ S | - | พอใจ (SATISFACTORY) |
| ม.จ. หรือ U | - | ไม่พอใจ (UNSATISFACTORY) |
| ม.น. หรือ AU | - | ไม่นับหน่วยกิต (AUDIT) |

11.2 การสำเร็จการศึกษา

นักศึกษาได้ขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา และต้องศึกษารายวิชาต่าง ๆ ให้ครบตามหลักสูตรของสาขาวิชานั้น ๆ หน่วยกิตสะสมรวมไม่ต่ำกว่าที่หลักสูตรกำหนดไว้ โดยได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยนะสมตลอดหลักสูตรไม่ต่ำกว่า 2.00

## 12. อาจารย์ผู้สอน

### 12.1 อาจารย์ประจำ

| ชื่อ - นามสกุล | คุณวุฒิ | สาขาวิชาเอก | ตำแหน่ง |
|---|---|---|---|
| 1. นางสาวสุภี สถิตนิยากรณ์ | บธ.ม. | การตลาด | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ |
| 2. นางสุชาดา เลิศคำฟู | บธ.ม. | การตลาด | อาจารย์ |
| 3. นางประภาพร พนมไพร | บธ.ม. | การตลาด | อาจารย์ |
| 4. นางวรรณิดา ประสพธรรม | บธ.ม. | การตลาด | อาจารย์ |
| 5. นางสาวจิตรา ปั้นรูป | บธ.ม. | การตลาด | อาจารย์ |
| 6. นายเปรมศักดิ์ อาษากิจ | บธ.ม. | การตลาด | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ |
| 7. นางสาวนีรมล โนตานนท์ | บธ.ม. | การบริหารบุคคล | อาจารย์ |
| 8. นางสาวประภารัตน์ พันธุ์พาณิชย์ | บธ.บ. | การตลาด | อาจารย์ |
| 9. นางสาวสุภิดา สุภารัตน์ | บธ.บ. | การตลาด | อาจารย์ |

**12.2 อาจารย์พิเศษ**

| ชื่อ - นามสกุล | คุณวุฒิ | สาขาวิชาเอก | ตำแหน่ง |
|---|---|---|---|
| 1. นายกุลฉัตร ฉัตรกุล ณ อยุธยา | บธ.ม. | การตลาด | อาจารย์ |
| 2. นายราชันย์ มณีกาญจน์ | บธ.ม. | บริหารธุรกิจ | อาจารย์ |

**13. จำนวนนักศึกษา**

13.1 จำนวนนักศึกษาที่จะรับ

| นักศึกษาระดับปริญญาตรี | ปีการศึกษา | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | 2548 | 2549 | 2550 | 2551 | 2552 |
| ชั้นปีที่ 3 | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 |
| ชั้นปีที่ 4 | | 60 | 60 | 60 | 60 |
| รวม | 60 | 120 | 120 | 120 | 120 |

13.2 จำนวนนักศึกษาที่คาดว่าจะสำเร็จการศึกษา

นักศึกษารุ่นแรกจะสำเร็จการศึกษาในปี 2549 จำนวนประมาณ 60 คน

**14. สถานที่และอุปกรณ์การสอน**

ใช้สถานที่และอุปกรณ์การสอนของภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลล้านนา และวิทยาเขตต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา โดยความเห็นชอบของสภามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

**15. ห้องสมุด**

15.1 ห้องสมุดประจำคณะบริหารธุรกิจ

| | |
|---|---|
| หนังสือและตำราเรียนภาษาไทย | 35,000 เล่ม |
| หนังสือและตำราเรียนภาษาอังกฤษ | 10,000 เล่ม |
| วารสารต่าง ๆ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ | 120 เล่ม |
| เอกสารพิเศษ | 500 เล่ม |

15.2 ห้องสมุดศูนย์วิทยบริการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาซึ่งให้ บริการรวมสำหรับทุกคณะวิชา

**16. งบประมาณ**

ใช้งบประมาณคณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา โดยค่าใช้จ่ายเฉพาะงบดำเนินการในการผลิตบัณฑิตต่อคนต่อปี ประมาณ 36,720 บาท โดยมีรายละเอียดดังนี้

| | |
|---|---|
| 1. ค่าวัสดุฝึก | 6,000 บาท |
| 2. ค่าเสื่อมราคาครุภัณฑ์ | 15,000 บาท |
| 3. ค่าสอน | 6,720 บาท |
| 4. ค่าบริการการศึกษา | 4,000 บาท |
| 5. ค่าสาธารณูปโภค | 3,000 บาท |
| 6. รายจ่ายอื่น ๆ | 2,000 บาท |
| **รวม** | **36,720 บาท** |

**17. หลักสูตร**

**17.1 จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร** 75 หน่วยกิต

**17.2 โครงสร้างหลักสูตร**

**1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป** **15 หน่วยกิต**

1.1 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ 3 หน่วยกิต

1.2 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ 3 หน่วยกิต

1.3 กลุ่มวิชาภาษา 6 หน่วยกิต

1.4 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์กับคณิตศาสตร์ 3 หน่วยกิต

**2. หมวดวิชาเฉพาะ** **54 หน่วยกิต**

2.1 กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ 15 หน่วยกิต

2.2 กลุ่มวิชาชีพบังคับ 36 หน่วยกิต

2.3 กลุ่มวิชาชีพเลือก 3 หน่วยกิต

**3. หมวดวิชาเลือกเสรี** **6 หน่วยกิต**

**17.3 รายวิชา**

**1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 15 หน่วยกิต**

**1.1 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ 3 หน่วยกิต ให้เลือกศึกษาจากวิชาต่อไปนี้**

| | | |
|---|---|---|
| 01-110-004 | มนุษย์กับสังคม<br>Man and Society | 3(3-0-3) |
| 01-110-005 | มนุษยสัมพันธ์<br>Human Relations | 3(3-0-3) |
| 01-110-006 | สังคมกับสิ่งแวดล้อม<br>Society and Environment | 3(3-0-3) |
| 01-110-007 | ชุมชนกับการพัฒนา<br>Community and Development | 3(3-0-3) |
| 01-110-351 | สังคมวิทยาอาชีพ<br>Occupational Sociology | 3(3-0-3) |
| 01-120-351 | การควบคุมสังคมและการเปลี่ยนแปลงทางสังคม<br>Social Control and Social Change | 3(3-0-3) |

| | | |
|---|---|---|
| 01-120-353 | การแก้ปัญหาสังคม<br>Critical Issues in Social Problems | 3(3-0-3) |
| 01-130-001 | สังคมกับเศรษฐกิจ<br>Society and Economic | 3(3-0-3) |
| 01-140-001 | สังคมกับการปกครอง<br>Society and Government | 3(3-0-3) |

**1.2 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ 3 หน่วยกิต ให้เลือกศึกษาจากวิชาต่อไปนี้**

| | | |
|---|---|---|
| 01-210-001 | การเขียนรายงานและการใช้ห้องสมุด<br>Report Writing and Library Usage | 3(3-0-3) |
| 01-220-001 | จิตวิทยาทั่วไป<br>General Psychology | 3(3-0-3) |
| 01-220-009 | เทคนิคการพัฒนาบุคลิกภาพ<br>Personality Development Techniques | 3(3-0-3) |
| 01-230-001 | ปรัชญาเบื้องต้น<br>Introduction to Philosophy | 3(3-0-3) |
| 01-230-002 | ตรรกวิทยาเบื้องต้น<br>Introduction to Logic | 3(3-0-3) |
| 01-230-007 | ศาสนาเปรียบเทียบ<br>Comparative Religions | 3(3-0-3) |
| 01-240-002 | ไทยศึกษา<br>Thai Studies | 3(3-0-3) |
| 01-240-007 | อารยธรรมเปรียบเทียบ<br>Comparative Civilizations | 3(3-0-3) |
| 01-250-001 | มนุษย์กับวรรณกรรม<br>Man and Literature | 3(3-0-3) |

1.3 กลุ่มวิชาภาษา 6 หน่วยกิต ให้เลือกศึกษาจากวิชาต่อไปนี้

1.3.1 วิชาภาษาไทย

| | | |
|---|---|---|
| 01-310-351 | เทคนิคการเขียน<br>Writing Techniques | 3(3-0-3) |
| 01-310-352 | การเขียนรายงานทางวิชาชีพ<br>Professional Report Writing | 3(3-0-3) |
| 01-310-353 | ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร<br>Thai for Communication | 3(3-0-3) |

1.3.2 วิชาภาษาอังกฤษ

| | | |
|---|---|---|
| 01-320-005 | สนทนาภาษาอังกฤษ 1<br>English Conversation 1 | 3(3-0-3) |
| 01-320-009 | ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน<br>English for Everyday Use | 3(3-0-3) |
| 01-320-011 | การอ่าน 1<br>Reading 1 | 3(3-0-3) |
| 01-320-012 | การอ่าน 2<br>Reading 2 | 3(3-0-3) |
| 01-320-013 | การเขียน 1<br>Writing 1 | 3(3-0-3) |
| 01-320-014 | การเขียน 2<br>Writing 2 | 3(3-0-3) |
| 01-320-017 | ภาษาอังกฤษเพื่ออาชีพ 1<br>English for Career 1 | 3(3-0-3) |
| 01-320-018 | ภาษาอังกฤษเพื่ออาชีพ 2<br>English for Career 2 | 3(3-0-3) |

**1.4 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์กับคณิตศาสตร์ 3 หน่วยกิต ให้เลือกศึกษาจากวิชา ต่อไปนี้**

| | | |
|---|---|---|
| 13-010-145 | คณิตศาสตร์ | 3(3-0-3) |
| | Mathematics | |
| 13-011-125 | แคลคูลัส 1-1 | 3(3-0-3) |
| | Calculus 1-1 | |
| 13-011-126 | แคลคูลัส 1-2 | 3(3-0-3) |
| | Calculus 1-2 | |
| 13-040-143 | มนุษย์กับวิทยาศาสตร์ชีวภาพ | 3(3-0-3) |
| | Man and Biological Science | |
| 13-041-146 | สิ่งแวดล้อมและการจัดการทรัพยากร | 3(3-0-3) |
| | Environment and Resources Management | |
| 13-080-044 | วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี | 3(3-0-3) |
| | Science and Technology | |

*หมายเหตุสำหรับหมวดวิชาศึกษาทั่วไป

หมวดวิชาศึกษาทั่วไปต้องศึกษาไม่น้อยกว่า 15 หน่วยกิจ จะเลือกเน้นศึกษาในกลุ่มวิชาใด วิชาหนึ่งมากน้อยก็ได้ตามความเหมาะสมและจำเป็น ทั้งนี้จะต้องศึกษาตามโครงสร้างและสัดส่วน ของหลักสูตรที่ภาควิชากำหนดโดยอาจารย์ที่ปรึกษาเห็นชอบ

**2. หมวดวิชาเฉพาะ 54 หน่วยกิต**

**2.1 กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ 15 หน่วยกิต ให้ศึกษาจากวิชาต่อไปนี้**

| | | |
|---|---|---|
| 05-110-211 | การวิเคราะห์ธุรกิจเชิงสถิติ | 3(3-0-3) |
| | Statistical Analysis in Business | |
| 05-410-103 | หลักการบัญชี | 3(3-0-3) |
| | Principles of Accounting | |
| 05-610-205 | การเงินธุรกิจ | 3(3-0-3) |
| | Business Finance | |
| 05-722-302 | เศรษฐศาสตร์วิเคราะห์ | 3(3-0-3) |
| | Economic Analysis | |
| 05-910-201 | ความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจระหว่างประเทศ | 3(3-0-3) |
| | Introduction to International Business | |

**2.2 กลุ่มวิชาชีพบังคับ 36 หน่วยกิต ให้เลือกศึกษาตามกลุ่มวิชาดังต่อไปนี้**

**2.2.1 กลุ่มวิชาการบริหารการตลาด**

| | | |
|---|---|---|
| 05-210-201 | พฤติกรรมผู้บริโภค<br>Consumer Behavior | 3(3-0-3) |
| 05-210-301 | นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา<br>Product and Price Policy | 3(3-0-3) |
| 05-210-302 | นโยบายการจัดจำหน่าย<br>Distribution Policy | 3(3-0-3) |
| 05-210-303 | การส่งเสริมการตลาด<br>Promotion | 3(3-0-3) |
| 05-210-310 | การบริหารการค้าปลีก<br>Retailing Management | 3(3-0-3) |
| 05-210-311 | ระบบข้อมูลข่าวสารเพื่อการวางแผนการตลาด<br>Information System for Marketing Planning | 3(3-0-3) |
| 05-210-401 | การจัดการการตลาด<br>Marketing Management | 3(3-0-3) |
| 05-210-403 | การวิจัยการตลาด<br>Marketing Research | 3(2-2-3) |
| 05-210-404 | กลยุทธ์การตลาดและการวางแผน<br>Marketing Strategies and Plans | 3(3-0-3) |
| 05-210-405 | การศึกษาความเป็นไปได้เพื่อโครงการการตลาด<br>Feasibility Study in Marketing Project | 3(2-2-3) |
| 05-210-409 | สัมมนาปัญหาการตลาด<br>Seminar in Marketing Problems | 3(2-2-3) |
| 05-220-303 | การตลาดระหว่างประเทศ<br>International Marketing | 3(3-0-3) |

### 2.2.2 กลุ่มวิชาการตลาดระหว่างประเทศ

| | | |
|---|---|---|
| 05-210-201 | พฤติกรรมผู้บริโภค<br>Consumer Behavior | 3(3-0-3) |
| 05-210-301 | นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา<br>Product and Price Policy | 3(3-0-3) |
| 05-210-302 | นโยบายการจัดจำหน่าย<br>Distribution Policy | 3(3-0-3) |
| 05-210-303 | การส่งเสริมการตลาด<br>Promotion | 3(3-0-3) |
| 05-210-401 | การจัดการการตลาด<br>Marketing Management | 3(3-0-3) |
| 05-210-403 | การวิจัยการตลาด<br>Marketing Research | 3(2-2-3) |
| 05-220-303 | การตลาดระหว่างประเทศ<br>International Marketing | 3(3-0-3) |
| 05-220-304 | การค้ากับกลุ่มเศรษฐกิจต่าง ๆ<br>Trading with Major Economic Blocs | 3(3-0-3) |
| 05-220-401 | กฎระเบียบและการเจรจาการค้า<br>Legislation and Negotiation | 3(3-0-3) |
| 05-220-402 | กระบวนการส่งออก<br>Export Procedures | 3(3-0-3) |
| 05-220-403 | การบริหารการตลาดส่งออก<br>Export Marketing Management | 3(3-0-3) |
| 05-220-404 | สัมมนาปัญหาการตลาดส่งออก<br>Seminar in Export Marketing | 3(2-2-3) |

### 2.2.3 กลุ่มวิชาการสื่อสารการตลาด

| | | |
|---|---|---|
| 05-210-201 | พฤติกรรมผู้บริโภค<br>Consumer Behavior | 3(3-0-3) |
| 05-210-301 | นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา<br>Product and Price Policy | 3(3-0-3) |
| 05-210-302 | นโยบายการจัดจำหน่าย<br>Distribution Policy | 3(3-0-3) |
| 05-210-303 | การส่งเสริมการตลาด<br>Promotion | 3(3-0-3) |
| 05-210-401 | การจัดการการตลาด<br>Marketing Management | 3(3-0-3) |
| 05-210-403 | การวิจัยการตลาด<br>Marketing Research | 3(2-2-3) |
| 05-220-303 | การตลาดระหว่างประเทศ<br>International Marketing | 3(3-0-3) |
| 05-230-301 | หลักการสื่อสารการตลาด<br>Principles of Marketing Communication | 3(3-0-3) |
| 05-230-403 | เทคนิคการผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารการตลาด<br>Production Techniques for Marketing Communication Media | 3(2-2-3) |
| 05-230-404 | สัมมนาปัญหาการสื่อสารการตลาด<br>Seminar in Marketing Communication | 3(3-0-3) |
| 05-230-408 | เทคนิคการผลิตงานโฆษณา 1<br>Advertising Production Techniques 1 | 3(3-0-3) |
| 05-230-409 | เทคนิคการผลิตงานโฆษณา 2<br>Advertising Production Techniques 2 | 3(3-0-3) |

2.2.4 กลุ่มวิชาการตลาดบริการ

| | | |
|---|---|---|
| 05-210-201 | พฤติกรรมผู้บริโภค<br>Consumer Behavior | 3(3-0-3) |
| 05-210-301 | นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา<br>Product and Price Policy | 3(3-0-3) |
| 05-210-302 | นโยบายการจัดจำหน่าย<br>Distribution Policy | 3(3-0-3) |
| 05-210-303 | การส่งเสริมการตลาด<br>Promotion | 3(3-0-3) |
| 05-210-401 | การจัดการการตลาด<br>Marketing Management | 3(3-0-3) |
| 05-210-403 | การวิจัยการตลาด<br>Marketing Research | 3(2-2-3) |
| 05-220-303 | การตลาดระหว่างประเทศ<br>International Marketing | 3(3-0-3) |
| 05-240-301 | การตลาดบริการ<br>Services Marketing | 3(3-0-3) |
| 05-240-304 | การตลาดลูกค้าสัมพันธ์<br>Customer Relationship Marketing | 3(3-0-3) |
| 05-240-305 | โลกแห่งการให้บริการ<br>The World of Customer Service | 3(3-0-3) |
| 05-240-306 | การตลาดธุรกิจบริการเฉพาะอย่าง<br>Marketing for Specific Service Business | 3(3-0-3) |
| 05-240-401 | สัมมนาปัญหาการตลาดบริการ<br>Seminar in Services Marketing | 3(2-2-3) |

**2.3 กลุ่มวิชาชีพเลือก ให้เลือกศึกษา 3 หน่วยกิต จากวิชาต่อไปนี้**

| | | |
|---|---|---|
| 05-110-339 | สหกิจศึกษาทางบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์<br>Co-operative Education in Business and Economics | 6(0-40-0) |
| 05-110-340 | การฝึกงาน 1<br>Job Training 1 | 3(0-40-0) |
| 05-110-341 | การฝึกงานทางบริหารธุรกิจ และเศรษฐศาสตร์<br>Business and Economics Training | 3(0-40-0) |
| 05-110-342 | ประสบการณ์ทางวิชาชีพบริหารธุรกิจ และเศรษฐศาสตร์ในต่างประเทศ<br>Business and Economics Experience in Foreign Countries | 3(0-40-0) |
| 05-210-203 | การบริหารการจัดซื้อ<br>Purchasing Management | 3(3-0-3) |
| 05-210-305 | การบรรจุภัณฑ์<br>Packaging | 3(3-0-3) |
| 05-210-306 | กลยุทธ์และยุทธวิธีการขายตรง<br>Direct-Sales Strategies and Tactics | 3(3-0-3) |
| 05-210-307 | การตลาดสินค้าเกษตรกรรม<br>Agricultural Product Marketing | 3(3-0-3) |
| 05-210-308 | การตลาดสินค้าอุตสาหกรรม<br>Industrial Product Marketing | 3(3-0-3) |
| 05-210-309 | การตลาดสินค้าแฟชั่น<br>Marketing for Fashion Merchandise | 3(3-0-3) |
| 05-210-312 | การจัดการขาย<br>Sales Management | 3(3-0-3) |
| 05-210-313 | การส่งกำลังบำรุงทางธุรกิจ<br>Business Logistics | 3(3-0-3) |
| 05-210-314 | การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม<br>Green Marketing | 3(3-0-3) |
| 05-210-402 | การจัดการห่วงโซ่อุปทาน<br>Supply Chain Management | 3(3-0-3) |

| | | |
|---|---|---|
| 05-210-406 | นโยบายการตลาด<br>Marketing Policy | 3(3-0-3) |
| 05-210-407 | การพยากรณ์การตลาด<br>Marketing Forecasting | 3(3-0-3) |
| 05-210-408 | การวิเคราะห์การตลาดเชิงปริมาณ<br>Quantitative Marketing Analysis | 3(3-0-3) |
| 05-210-410 | การตลาดโดยตรง<br>Direct Marketing | 3(3-0-3) |
| 05-210-411 | การบริหารผลิตภัณฑ์<br>Product Management | 3(3-0-3) |
| 05-220-301 | โลกทัศน์ของการส่งออก<br>The Word of Export | 3(3-0-3) |
| 05-220-302 | การส่งเสริมการส่งออก<br>Export Promotion | 3(3-0-3) |
| 05-220-305 | การตลาดอิเล็คทรอนิคส์<br>E-Marketing | 3(3-0-3) |
| 05-230-201 | หลักการโฆษณา<br>Principles of Advertising | 3(3-0-3) |
| 05-230-202 | การประชาสัมพันธ์<br>Public Relations | 3(3-0-3) |
| 05-230-302 | การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ<br>Persuasive Communication | 3(3-0-3) |
| 05-230-303 | เทคนิคการนำเสนอ<br>Presentation Techniques | 3(2-2-3) |
| 05-230-304 | กลยุทธ์การสร้างสรรค์งานโฆษณา<br>Advertising Creative Strategy | 3(3-0-3) |
| 05-230-305 | คอมพิวเตอร์กราฟฟิกเพื่องานโฆษณา<br>Computer Graphics for Advertising | 3(3-0-3) |
| 05-230-401 | การสื่อสารตราสินค้า<br>Brand Communication | 3(3-0-3) |

| | | |
|---|---|---|
| 05-230-402 | การวางแผนการประชาสัมพันธ์และการรณรงค์<br>Public Relations Planning and Campaign | 3(3-0-3) |
| 05-230-405 | การจัดการโฆษณา<br>Advertising Management | 3(3-0-3) |
| 05-230-406 | การบริหารสื่อโฆษณา<br>Advertising Media Management | 3(3-0-3) |
| 05-230-407 | การวิจัยการโฆษณา<br>Advertising Research | 3(2-2-3) |
| 05-230-410 | การบริหารตราสินค้า<br>Brand Management | 3(3-0-3) |
| 05-240-302 | การตลาดสำหรับสถาบันการเงิน<br>Marketing for Financial Institutions | 3(3-0-3) |
| 05-240-402 | การท่องเที่ยวผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์<br>E-Tourism | 3(2-2-3) |
| 05-240-303 | การตลาดธุรกิจโรงแรมและท่องเที่ยว<br>Hospitality and Tourism Marketing | 3(3-0-3) |
| 05-820-438 | ภาษาอังกฤษเพื่อการส่งออก<br>English for Export | 3(3-0-3) |
| 05-820-457 | ภาษาอังกฤษเพื่อธุรกิจและการค้าระหว่างประเทศ<br>English for International Business and Trade | 3(3-0-3) |

**3. หมวดวิชาเลือกเสรี 3 หน่วยกิต**

นักศึกษาจะเลือกเรียนวิชาใดก็ได้อีกไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต วิชาเหล่านี้อาจเป็นวิชาที่เปิดสอนในคณะบริหารธุรกิจ หรือเป็นวิชาที่เปิดสอนโดยคณะอื่น ๆ ในระดับปริญญาตรี โดยได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา

17.4 แผนการศึกษา

17.4.1 แผนการศึกษานักศึกษาภาคปกติสำหรับผู้มีคุณสมบัติตามข้อ 6.1

**แผนการศึกษา-กลุ่มวิชาการบริหารการตลาด**

**ปีการศึกษาที่ 1**

**ภาคการศึกษาที่ 1**

| | | |
|---|---|---|
| 01-110-006 | สังคมกับสิ่งแวดล้อม | 3(3-0-3) |
| 01-240-002 | ไทยศึกษา | 3(3-0-3) |
| 01-320-005 | สนทนาภาษาอังกฤษ 1 | 3(3-0-3) |
| 05-722-302 | เศรษฐศาสตร์วิเคราะห์ | 3(3-0-3) |
| 05-910-201 | ความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจระหว่างประเทศ | 3(3-0-3) |
| 13-041-146 | สิ่งแวดล้อมและการจัดการทรัพยากร | 3(3-0-3) |
| | **รวม** | **18 หน่วยกิต** |

**ภาคการศึกษาที่ 2**

| | | |
|---|---|---|
| 01-320-009 | ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน | 3(3-0-3) |
| 05-110-211 | การวิเคราะห์ธุรกิจเชิงสถิติ | 3(3-0-3) |
| 05-210-201 | พฤติกรรมผู้บริโภค | 3(3-0-3) |
| 05-210-301 | นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา | 3(3-0-3) |
| 05-210-303 | การส่งเสริมการตลาด | 3(3-0-3) |
| 05-220-303 | การตลาดระหว่างประเทศ | 3(3-0-3) |
| 05-410-103 | หลักการบัญชี | 3(3-0-3) |
| | **รวม** | **21 หน่วยกิต** |

## ปีการศึกษาที่ 2

**ภาคการศึกษาที่ 1**

| | | |
|---|---|---|
| 05-210-302 | นโยบายการจัดจำหน่าย | 3(3-0-3) |
| 05-210-310 | การบริหารการค้าปลีก | 3(3-0-3) |
| 05-210-404 | กลยุทธ์การตลาดและการวางแผน | 3(3-0-3) |
| 05-210-311 | ระบบข้อมูลข่าวสารเพื่อการวางแผนการตลาด | 3(3-0-3) |
| 05-610-205 | การเงินธุรกิจ | 3(3-0-3) |
| xx-xxx-xxx | วิชาชีพเลือก | 3(3-0-3) |
| | **รวม** | **18 หน่วยกิต** |

**ภาคการศึกษาที่ 2**

| | | |
|---|---|---|
| 05-210-401 | การจัดการการตลาด | 3(3-0-3) |
| 05-210-403 | การวิจัยการตลาด | 3(2-2-3) |
| 05-210-405 | การศึกษาความเป็นไปได้เพื่อโครงการการตลาด | 3(2-2-3) |
| 05-210-409 | สัมมนาปัญหาการตลาด | 3(2-2-3) |
| xx-xxx-xxx | วิชาเลือกเสรี | 3(3-0-3) |
| | **รวม** | **15 หน่วยกิต** |

## แผนการศึกษา-กลุ่มวิชาการตลาดระหว่างประเทศ
## ปีการศึกษาที่ 1

**ภาคการศึกษาที่ 1**

| | | |
|---|---|---|
| 01-320-009 | ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน | 3(3-0-3) |
| 05-210-201 | พฤติกรรมผู้บริโภค | 3(3-0-3) |
| 05-410-103 | หลักการบัญชี | 3(3-0-3) |
| 05-722-302 | เศรษฐศาสตร์วิเคราะห์ | 3(3-0-3) |
| 05-910-201 | ความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจระหว่างประเทศ | 3(3-0-3) |
| 13-011-125 | แคลคูลัส 1-1 | 3(3-0-3) |
| | **รวม** | **18 หน่วยกิต** |

**ภาคการศึกษาที่ 2**

| | | |
|---|---|---|
| 01-230-002 | ตรรกวิทยาเบื้องต้น | 3(3-0-3) |
| 01-320-011 | การอ่าน 1 | 3(3-0-3) |
| 05-210-301 | นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา | 3(3-0-3) |
| 05-210-303 | การส่งเสริมการตลาด | 3(3-0-3) |
| 05-220-303 | การตลาดระหว่างประเทศ | 3(3-0-3) |
| 05-610-205 | การเงินธุรกิจ | 3(3-0-3) |
| | **รวม** | **18 หน่วยกิต** |

## ปีการศึกษาที่ 2

**ภาคการศึกษาที่ 1**

| | | |
|---|---|---|
| 01-110-006 | สังคมกับสิ่งแวดล้อม | 3(3-0-3) |
| 05-110-211 | การวิเคราะห์ธุรกิจเชิงสถิติ | 3(3-0-3) |
| 05-210-302 | นโยบายการจัดจำหน่าย | 3(3-0-3) |
| 05-220-304 | การค้ากับกลุ่มเศรษฐกิจต่าง ๆ | 3(3-0-3) |
| 05-220-401 | กฎระเบียบและการเจรจาการค้า | 3(3-0-3) |
| 05-220-403 | การบริหารการตลาดส่งออก | 3(3-0-3) |
| | **รวม** | **18 หน่วยกิต** |

**ภาคการศึกษาที่ 2**

| | | |
|---|---|---|
| 05-210-401 | การจัดการการตลาด | 3(3-0-3) |
| 05-210-403 | การวิจัยการตลาด | 3(2-2-3) |
| 05-220-402 | กระบวนการส่งออก | 3(3-0-3) |
| 05-220-404 | สัมมนาปัญหาการตลาดส่งออก | 3(2-2-3) |
| xx-xxx-xxx | วิชาเลือกเสรี | 3(3-0-3) |
| xx-xxx-xxx | วิชาชีพเลือก | 3(3-0-3) |
| | **รวม** | **18 หน่วยกิต** |

## แผนการศึกษา-กลุ่มวิชาการสื่อสารการตลาด

### ปีการศึกษาที่ 1

**ภาคการศึกษาที่ 1**

| | | |
|---|---|---|
| 01-110-006 | สังคมกับสิ่งแวดล้อม | 3(3-0-3) |
| 01-240-002 | ไทยศึกษา | 3(3-0-3) |
| 01-320-005 | สนทนาภาษาอังกฤษ 1 | 3(3-0-3) |
| 05-722-302 | เศรษฐศาสตร์วิเคราะห์ | 3(3-0-3) |
| 05-910-201 | ความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจระหว่างประเทศ | 3(3-0-3) |
| 13-041-146 | สิ่งแวดล้อมและการจัดการทรัพยากร | 3(3-0-3) |
| | **รวม** | **18 หน่วยกิต** |

**ภาคการศึกษาที่ 2**

| | | |
|---|---|---|
| 01-320-009 | ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน | 3(3-0-3) |
| 05-110-211 | การวิเคราะห์ธุรกิจเชิงสถิติ | 3(3-0-3) |
| 05-210-201 | พฤติกรรมผู้บริโภค | 3(3-0-3) |
| 05-210-301 | นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา | 3(3-0-3) |
| 05-210-303 | การส่งเสริมการตลาด | 3(3-0-3) |
| 05-220-303 | การตลาดระหว่างประเทศ | 3(3-0-3) |
| 05-410-103 | หลักการบัญชี | 3(3-0-3) |
| | **รวม** | **21 หน่วยกิต** |

## ปีการศึกษาที่ 2

**ภาคการศึกษาที่ 1**

| | | |
|---|---|---|
| 05-230-301 | หลักการสื่อสารการตลาด | 3(3-0-3) |
| 05-230-403 | เทคนิคการผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารการตลาด | 3(2-2-3) |
| 05-230-408 | เทคนิคการผลิตงานโฆษณา 1 | 3(3-0-3) |
| 05-610-205 | การเงินธุรกิจ | 3(3-0-3) |
| xx-xxx-xxx | วิชาเลือกเสรี | 3(3-0-3) |
| xx-xxx-xxx | วิชาชีพเลือก | 3(3-0-3) |
| | **รวม** | **18 หน่วยกิต** |

**ภาคการศึกษาที่ 2**

| | | |
|---|---|---|
| 05-210-302 | นโยบายการจัดจำหน่าย | 3(3-0-3) |
| 05-210-401 | การจัดการการตลาด | 3(3-0-3) |
| 05-210-403 | การวิจัยการตลาด | 3(2-2-3) |
| 05-230-404 | สัมมนาปัญหาการสื่อสารการตลาด | 3(3-0-3) |
| 05-230-409 | เทคนิคการผลิตงานโฆษณา 2 | 3(3-0-3) |
| | **รวม** | **15 หน่วยกิต** |

## แผนการศึกษา-กลุ่มวิชาการตลาดบริการ

### ปีการศึกษาที่ 1

**ภาคการศึกษาที่ 1**

| | | |
|---|---|---|
| 01-110-006 | สังคมกับสิ่งแวดล้อม | 3(3-0-3) |
| 01-240-002 | ไทยศึกษา | 3(3-0-3) |
| 01-320-005 | สนทนาภาษาอังกฤษ 1 | 3(3-0-3) |
| 05-722-302 | เศรษฐศาสตร์วิเคราะห์ | 3(3-0-3) |
| 05-910-201 | ความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจระหว่างประเทศ | 3(3-0-3) |
| 13-041-146 | สิ่งแวดล้อมและการจัดการทรัพยากร | 3(3-0-3) |
| | **รวม** | **18 หน่วยกิต** |

**ภาคการศึกษาที่ 2**

| | | |
|---|---|---|
| 01-320-009 | ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน | 3(3-0-3) |
| 05-110-211 | การวิเคราะห์ธุรกิจเชิงสถิติ | 3(3-0-3) |
| 05-210-201 | พฤติกรรมผู้บริโภค | 3(3-0-3) |
| 05-210-301 | นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา | 3(3-0-3) |
| 05-210-303 | การส่งเสริมการตลาด | 3(3-0-3) |
| 05-220-303 | การตลาดระหว่างประเทศ | 3(3-0-3) |
| 05-410-103 | หลักการบัญชี | 3(3-0-3) |
| | **รวม** | **21 หน่วยกิต** |

## ปีการศึกษาที่ 2

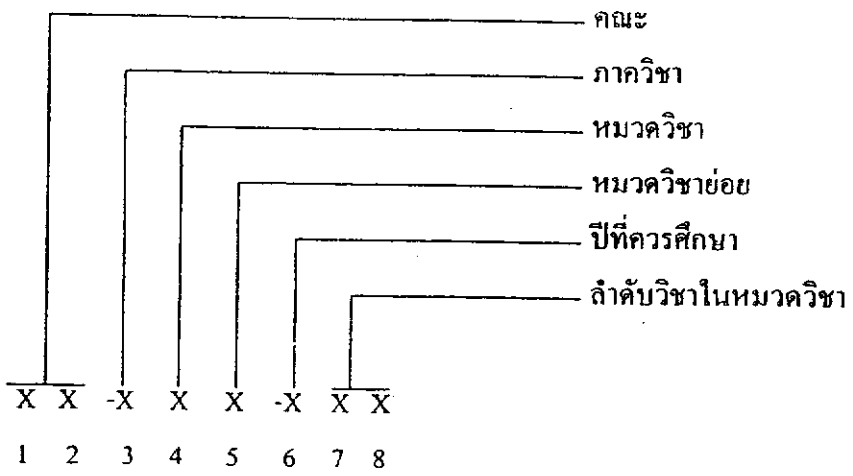
**ภาคการศึกษาที่ 1**

| | | |
|---|---|---|
| 05-240-301 | การตลาดบริการ | 3(3-0-3) |
| 05-240-304 | การตลาดลูกค้าสัมพันธ์ | 3(3-0-3) |
| 05-240-305 | โลกแห่งการให้บริการ | 3(3-0-3) |
| 05-610-205 | การเงินธุรกิจ | 3(3-0-3) |
| xx-xxx-xxx | วิชาเลือกเสรี | 3(3-0-3) |
| xx-xxx-xxx | วิชาชีพเลือก | 3(3-0-3) |
| | **รวม** | **18 หน่วยกิต** |

**ภาคการศึกษาที่ 2**

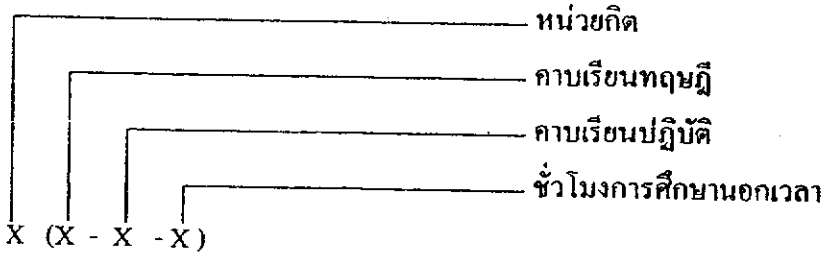
| | | |
|---|---|---|
| 05-210-302 | นโยบายการจัดจำหน่าย | 3(3-0-3) |
| 05-210-401 | การจัดการการตลาด | 3(3-0-3) |
| 05-210-403 | การวิจัยการตลาด | 3(2-2-3) |
| 05-240-306 | การตลาดธุรกิจบริการเฉพาะอย่าง | 3(3-0-3) |
| 05-240-401 | สัมมนาปัญหาการตลาดบริการ | 3(2-2-3) |
| | **รวม** | **15 หน่วยกิต** |

## 17.5 ความหมายของเลขรหัสรายวิชา




| | | |
|---|---|---|
| ตำแหน่งที่ 1 – 2 | หมายถึง | คณะ |
| ตำแหน่งที่ 3 | หมายถึง | ภาควิชา |
| ตำแหน่งที่ 4 | หมายถึง | หมวดวิชา |
| ตำแหน่งที่ 5 | หมายถึง | หมวดวิชาย่อย |
| ตำแหน่งที่ 6 | หมายถึง | ปีที่ควรศึกษา |
| ตำแหน่งที่ 7 - 8 | หมายถึง | ลำดับวิชาในหมวดวิชา |

**ความหมายของรหัสการจัดชั่วโมงเรียน**



17.6 คำอธิบายรายวิชา

01-110-004 มนุษย์กับสังคม 3(3-0-3)

**Man and Society**

ศึกษาความหมาย ขอบเขตและความสำคัญของสังคมศาสตร์ ความหมายองค์ประกอบของสังคมและวัฒนธรรม บทบาทและหน้าที่ของสังคมและวัฒนธรรม ความหมายและลักษณะของพฤติกรรมมนุษย์ การจัดระเบียบทางสังคม การขัดเกลาทางสังคม สถาบันสังคม การจำแนกความแตกต่างทางสังคม การเปลี่ยนแปลงทางสังคม และวัฒนธรรม ปัญหาสังคมต่าง ๆ

01-110-005 มนุษยสัมพันธ์ 3(3-0-3)

**Human Relations**

ศึกษาเกี่ยวกับความสำคัญ เนื้อหาสาระของมนุษยสัมพันธ์ หลักจิตวิทยาและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับวิชามนุษยสัมพันธ์ แรงจูงใจสำหรับมนุษยสัมพันธ์ในหน่วยงานและครอบครัว ผู้นำกับมนุษยสัมพันธ์ การสื่อความหมายมนุษยสัมพันธ์กับหลักจริยธรรมในทางศาสนา มนุษยสัมพันธ์ในหน่วยงานตามพื้นฐานวัฒนธรรมไทย การฝึกอบรมเพื่อมนุษยสัมพันธ์

01-110-006 สังคมกับสิ่งแวดล้อม 3(3-0-3)

**Society and Environment**

ศึกษาความหมายของสังคม สิ่งแวดล้อม และความสัมพันธ์ระหว่างสังคมและความรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศกับสิ่งแวดล้อม การศึกษาแนวความคิดพื้นฐานเกี่ยวกับนิเวศวิทยา และความรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศที่นำมาเป็นหลักการพื้นฐานในการศึกษาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม การใช้ประโยชน์และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งศึกษาปัญหาและสาเหตุของปัญหาสิ่งแวดล้อม อันเนื่องมาจากความต้องการของสังคม ปัญหาและลักษณะของมลพิษสิ่งแวดล้อมในรูปแบบต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนศึกษาแนวทางแก้ไขปัญหาและอุปสรรค การวิเคราะห์ระบบสิ่งแวดล้อม การประเมินผลกระทบและการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างมีระบบแบบแผนโดยมีการฝึกให้คิดเป็น ทำเป็นในกิจกรรมของกลุ่มเพื่อให้นำไปแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมต่อไป

01-110-007 **ชุมชนกับการพัฒนา** 3(3-0-3)

**Community and Development**

ศึกษาเกี่ยวกับความหมาย ลักษณะของชุมชน การพัฒนา สาเหตุของการพัฒนาชุมชน ปรัชญาหลักการ และเป้าหมายของการพัฒนาชุมชน การพัฒนาชุมชนของไทย หน่วยงานของรัฐกับการพัฒนาประเทศ การพัฒนาชุมชนและการพัฒนาชนบท วิธีการพัฒนาชุมชน การศึกษาชุมชน การบริหารงานพัฒนาชุมชนกับบุคลากร การประเมินผลการพัฒนา แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติกับการพัฒนาชุมชนและชนบท ความร่วมมือระหว่างรัฐ ประชาชน และเอกชนในกาพัฒนาประเทศ การพัฒนาชนบทในต่างประเทศ

01-110-351 **สังคมวิทยาอาชีพ** 3(3-0-3)

**Occupational Sociology**

ศึกษาถึงประวัติความเป็นมาของการใช้แรงงานเพื่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ อันเป็นต้นกำเนิดของการประกอบอาชีพในรูปแบบต่าง ๆ และความแตกต่างของการประกอบอาชีพในสังคมที่เป็นเมืองและชนบท ศึกษาถึงรูปแบบการจัดองค์การสมัยใหม่ในการทำงาน รวมทั้งความสัมพันธ์ของปัจเจกชนในองค์การทำงานนั้น โดยการนำเอาแนวความคิดและทฤษฎีทางสังคมและองค์การมาใช้ในการทำงานในยุคสมัยใหม่ เข้าใจบทบาทของกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในสังคม โดยสามารถศึกษาถึงวิธีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในกลุ่มการประกอบอาชีพ โดยยึดหลักการประชาธิปไตยและการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการทำงานร่วมกัน

01-120-351 **การควบคุมสังคมและการเปลี่ยนแปลงทางสังคม** 3(3-0-3)

**Social Control and Social Change**

ศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงสังคมและควบคุมสังคม โดยใช้ทฤษฎีสังคมวิทยาวิเคราะห์ การจัดระเบียบและความขัดแย้งในสังคม ตลอดจนอิทธิพลของนวัตกรรมใหม่ๆ ที่ทำให้เกิดความขัดแย้งและความเสียระเบียบของสังคม พฤติกรรมเบี่ยงเบน นอกจากนี้ยังพัฒนาความคิดความเข้าใจสังคมในแง่มุมต่าง ๆ จากการพิจารณาความสัมพันธ์ทางสังคม อันจะเป็นการพัฒนาความรู้ความเข้าใจปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

01-120-353 การแก้ปัญหาสังคม 3(3-0-3)

**Critical Issues in Social Problems**

ศึกษาเกี่ยวกับปัญหาต่าง ๆ เพื่อให้นักศึกษาตระหนักถึงแนวความคิดและสมมติฐานอันมีเหตุผลในการ ตัดสินใจ โดยการเสนอปัญหาและเหตุการณ์ต่าง ๆ เพื่อหาทางระดมสหวิทยาการ อาทิ ปรัชญา สังคมวิทยา ประวัติศาสตร์และมนุษย์วิทยา มาใช้ในการแก้ปัญหา โดยการฝึกการแก้ปัญหาจากกรณีศึกษาในหน่วยงานต่าง ๆ

01-130-001 สังคมกับเศรษฐกิจ 3(3-0-3)

**Society and Economic**

ศึกษาความหมายขอบเขต และวิธีวิเคราะห์ทางสังคมศาสตร์ ความสัมพันธ์ระหว่างสังคมและเศรษฐกิจ วิวัฒนาการของระบบเศรษฐกิจและความรู้พื้นฐานทางเศรษฐศาสตร์ การกำหนดราคา ระบบการผลิต ตลาดทรัพยากรมนุษย์และสถาบันทางเศรษฐกิจ ตลอดจนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

01-140-001 สังคมกับการปกครอง 3(3-0-3)

**Society and Government**

ศึกษาความหมายและวิวัฒนาการของรัฐ ตลอดจนอำนาจอธิปไตย และรูปแบบการปกครองต่าง ๆ รวมทั้งการปกครองแบบประชาธิปไตย ศึกษาแนวความคิด ทฤษฎีหรืออุดมการณ์ทางการเมือง ศึกษาสถาบันและกระบวนการทางการเมือง ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ในการเปลี่ยนของสังคมการเมือง

01-210-001 การเขียนรายงานและการใช้ห้องสมุด 3(3-0-3)

**Report Writing and Library Usage**

ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องห้องสมุดทั่ว ๆ ไป ห้องสมุดของเรา วัสดุสารนิเทศ หนังสืออ้างอิง การจัดหมวดหมู่หนังสือ การจัดเรียงวัสดุสารนิเทศ เครื่องช่วยค้นวัสดุสารนิเทศ ส่วนต่าง ๆ ของหนังสือและการระวังรักษา รายงานทางวิชาการ ขั้นตอนการเขียนรายงานและรูปแบบของรายงาน หลักเกณฑ์และการเขียนบรรณานุกรมและเชิงอรรถ

**01-220-001** จิตวิทยาทั่วไป 3(3-0-3)

**General Psychology**

ศึกษาความหมายและขอบเขตของวิชาจิตวิทยา อิทธิพลของพันธุกรรมและสิ่งแวดล้อม พัฒนาการของมนุษย์ ระบบอวัยวะต่าง ๆ ของมนุษย์โดยสังเขป เชาว์ปัญญา การรับรู้ การเรียนรู้ การจูงใจ บุคลิกภาพ การปรับตัว สุขภาพจิต และพฤติกรรมทางสังคม

**01-220-009** **เทคนิคการพัฒนาบุคลิกภาพ** 3(3-0-3)

**Personality Development Techniques**

ศึกษาความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับบุคลิกภาพ ทฤษฎีบุคลิกภาพ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อบุคลิกภาพ เทคนิควิธีปรับปรุงบุคลิกภาพ การรับรู้เกี่ยวกับตนเอง สุขภาพจิตและการปรับตัว อิทธิพลของมนุษย์ต่อบุคคล มนุษยสัมพันธ์กับบุคลิกภาพ และบุคลิกภาพที่พัฒนาสมบูรณ์

**01-230-001** **ปรัชญาเบื้องต้น** 3(3-0-3)

**Introduction to Philosophy**

ศึกษาความหมายทั่ว ๆ ไปของปรัชญา โครงสร้างของปรัชญา ปัญหาหลักทางปรัชญาของนักปรัชญาบางคน และลัทธิปรัชญาบางลัทธิทั้งทางตะวันตกและตะวันออก

**01-230-002** **ตรรกวิทยาเบื้องต้น** 3(3-0-3)

**Introduction to Logic**

ศึกษาที่มาและกฎเกณฑ์ ต่าง ๆ ของเหตุผลตามแบบของนักปรัชญาในยุคกรีกโบราณ และตามแนวของนักปรัชญาสมัยใหม่ในส่วนที่เป็นยุคโบราณนั้น เน้นการศึกษาหลักการของอริสโตเติลในยุคใหม่ เน้นตรรกวิทยา สัญลักษณ์ ให้นักศึกษาฝึกคิด วิพากษ์วิจารณ์ทดสอบและพิสูจน์เหตุผลตามรูปแบบต่าง ๆ

01-230-007 ศาสนาเปรียบเทียบ 3(3-0-3)

**Comparative Religions**

ศึกษาประวัติ วิวัฒนาการ คัมภีร์ หลักคำสอน สถาบันสืบทอด และพิธีกรรมของศาสนาหลักที่สำคัญ ๆ ตลอดจนศึกษาเปรียบเทียบหลักคำสอนของศาสนาต่าง ๆ

01-240-002 ไทยศึกษา 3(3-0-3)

**Thai Studies**

ศึกษาลักษณะและวิวัฒนาการวัฒนธรรมทางภาษา สังคม เศรษฐกิจ การเมือง การปกครอง ศึกษาวิวัฒนาการทางสถาปัตยกรรม ประติมากรรม จิตรกรรม พิธีกรรม วรรณกรรม เพลงและการละเล่นพื้นบ้าน ดนตรี ละครและอาหารไทย

01-240-007 อารยธรรมเปรียบเทียบ 3(3-0-3)

**Comparative Civilizations**

ศึกษาความเป็นมาและเปรียบเทียบอารยธรรมไทยสมัยก่อนรับอิทธิพลต่างชาติ และสมัยที่รับอิทธิพลต่างชาติ อิทธิพลและผลกระทบของอารยธรรมตะวันตกต่อสภาพเศรษฐกิจ สังคม การปกครองและนโยบายต่างประเทศของไทย เปรียบเทียบอารยธรรมตะวันตก และอารยธรรมตะวันออก

01-250-001 มนุษย์กับวรรณกรรม 3(3-0-3)

**Man and Literature**

ศึกษาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวรรณกรรม ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับวรรณกรรม การวิเคราะห์วรรณกรรมปัจจุบัน การวิเคราะห์วรรณกรรมในอดีต วรรณกรรมเอกของไทย วรรณกรรมเอก นานาชาติ และคุณค่าของวรรณกรรมต่อมนุษยชาติ

01-310-351 เทคนิคการเขียน 3(3-0-3)

**Writing Techniques**

ศึกษาและฝึกทักษะเกี่ยวกับการเขียน ได้แก่ การเลือกใช้คำ หลักเกณฑ์ในการผูกประโยค ชนิดของสำนวน โวหาร การเขียนย่อหน้า การเขียนเรียงความ การเขียนบทความ และการเขียนประเภทอื่น ๆ ที่จำเป็นสำหรับวิชาชีพ รวมทั้งศึกษาและฝึกทักษะการอ่านเพื่อสรุปสาระสำคัญ การวิเคราะห์สารจากเรื่องที่อ่าน

01-310-352 การเขียนรายงานทางวิชาชีพ 3(3-0-3)

**Professional Report Writing**

ความจำเป็นในการเขียนรายงานวิชาการ ลักษณะสำคัญของรายงานวิชาการ ส่วนประกอบและโครงสร้างหลักของรายงาน เทคนิคการหาข้อมูลจากแหล่งวิทยาการต่าง ๆ การเขียนโครงสร้าง การนำข้อมูลมาเขียนรายงาน การเขียนบทคัดย่อการนำเสนอรายงาน

01-310-353 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-3)

**Thai for Communication**

ศึกษาหลักการสื่อสาร ประเภทของภาษา พัฒนาทักษะการสื่อสารโดยการใช้ภาษาเป็นเครื่องมือในสื่อสารทั้งภาษาพูดและภาษาเขียน นักศึกษาจะได้ฝึกหัดในสถานการณ์จำลอง โดยการแสดงบทบาทต่าง ๆ กัน

01-320-005 สนทนาภาษาอังกฤษ 1 3(3-0-3)

**English Conversation 1**

วิชาบังคับก่อน : ภาษาอังกฤษ 2 รายวิชา

หลักการใช้คำและวลีในการสนทนาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น การทักทายและการแนะนำ การขอและให้ข้อมูล การขอร้องและการเสนอให้ การขอโทษ การโต้ตอบทางโทรศัพท์

**01-320-009** ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน **3(3-0-3)**

**English for Everyday Use**

วิชาบังคับก่อน : ภาษาอังกฤษ 2 รายวิชา

ศึกษาการใช้ภาษาอังกฤษในการทักทาย แนะนำ การบอกทิศทาง พัฒนาทักษะการอ่านและฟังสารที่พบในชีวิตประจำวัน ได้แก่ ข่าวประกาศโฆษณา และการใช้ภาษาในการใช้โทรศัพท์ การนัดหมาย การสำรองที่นั่งและการซื้อของ

**01-320-011** การอ่าน 1 **3(3-0-3)**

**Reading 1**

วิชาบังคับก่อน : ภาษาอังกฤษ 2 รายวิชา

ใช้กลวิธีในการอ่านเพื่อให้เกิดทักษะในการอ่าน ได้แก่ การตั้งวัตถุประสงค์ในการอ่าน การใช้พจนานุกรมหาความหมายของคำศัพท์ การเดาความหมายของคำศัพท์ โดยดูจากส่วนประกอบของคำศัพท์จากโครงสร้าง ประโยคจากปริบท เช่นคำอ้างอิง เครื่องสัมพันธ์ความ ฯลฯ การอ่านโดยการเดาข้อความล่วงหน้า การตีความ การใช้ความรู้เดิมและความรู้รอบตัวช่วยในการอ่าน การตีความ การหาความคิดหลัก ประโยคหลัก และข้อมูลที่สนับสนุนความคิดหลักในอนุเฉท วิธีการจดบันทึกเรื่องที่อ่านอย่างมีระบบ

**01-320-012** **การอ่าน 2** **3(3-0-3)**

**Reading 2**

วิชาบังคับก่อน : 01-320-011 การอ่าน 1

ฝึกทักษะการอ่านเร็ว การอ่านเพื่อหาข้อมูลรวม และการอ่านเพื่อหาข้อมูลเฉพาะจุด อ่านข้อเขียนประเภทต่าง ๆ เช่นอ่านหนังสือพิมพ์ บทความวารสารตำราวิชาชีพ ที่มีโครงสร้างภาษาซับซ้อน และแสดงความคิดเห็นต่อเรื่องที่อ่าน โดยการเปรียบเทียบ ยกตัวอย่าง บอกข้อดีข้อเสีย ให้เหตุผล เพื่อสนับสนุนข้อวิจารณ์ ใช้ภาษาของตนสรุปเรื่องที่อ่าน

01-320-013 การเขียน 1 3(3-0-3)

**Writing 1**

วิชาบังคับก่อน : ภาษาอังกฤษ 2 รายวิชา

เห็นความคล้ายคลึงและความแตกต่างระหว่างภาษาพูด และภาษาเขียน ฝึกทักษะการเขียนประโยค การเขียนเรียงความระดับย่อหน้า การออกแบบฟอร์มประเภทต่าง ๆ การเขียนจดหมายส่วนตัว การเขียนบันทึกประจำวัน บันทึกที่ใช้ในสำนักงาน การจดข้อความโดยย่อ การเขียนสรุปและย่อความจากเรื่องที่อ่านหรือฟัง

01-320-014 การเขียน 2 3(3-0-3)

**Writing 2**

วิชาบังคับก่อน : 01-320-013 การเขียน 1

ฝึกทักษะการเขียนประเภทต่าง ๆ และการตรวจแก้ไขงานเขียนของตนเองและผู้อื่น ฝึกการเขียน ประกาศ โฆษณา การเขียนข้อมูลจำเพาะ เขียนรายงานสั้นๆ เขียนจดหมายเชิญ จดหมายตอบรับหรือปฏิเสธคำเชิญ จดหมายติดต่องานเพื่อสอบถามข้อมูล เขียนวิจารณ์เขียนสรุปความ

01-320-017 ภาษาอังกฤษเพื่ออาชีพ 1 3(3-0-3)

**English for Career 1**

วิชาบังคับก่อน : ภาษาอังกฤษ 2 รายวิชา

คัดเลือกเนื้อหาวิชาตามสาขาวิชาของนักศึกษา พัฒนาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษเป็นเครื่องมือในการประกอบอาชีพ ให้มีการฝึกฝนการใช้ภาษาโดยสถานการณ์จำลอง ซึ่งนักศึกษาจะต้องพบระหว่างการปฏิบัติงาน

01-320-018 ภาษาอังกฤษเพื่ออาชีพ 2 3(3-0-3)

**English for Career 2**

วิชาบังคับก่อน : 01-320-017 ภาษาอังกฤษเพื่ออาชีพ 1

ฝึกฝนทักษะการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียนภาษาอังกฤษ โดยใช้สถานการณ์จำลองจากสถานการณ์จริง ที่นักศึกษาจะพบระหว่างการปฏิบัติงาน ในสถานประกอบการควบคู่ไปกับการเข้าห้องปฏิบัติการทางภาษา เพื่อฝึกฝนการออกเสียงและการฟัง

13-010-145 คณิตศาสตร์ 3(3-0-3)

**Mathematics**

ศึกษาเกี่ยวกับตรรกศาสตร์เบื้องต้น เมตริกซ์และดีเทอร์มิแนนท์ ความสัมพันธ์และฟังก์ชัน ทฤษฎีบททวินาม ลำดับ และอนุกรม

13-011-125 แคลคูลัส 1-1 3(3-0-3)

**Calculus 1-1**

วิชาบังคับก่อน : 13-010-145 คณิตศาสตร์

ศึกษาเกี่ยวกับเราขาคณิต วิเคราะห์เบื้องต้น ฟังก์ชัน ชนิดของฟังก์ชัน กราฟของฟังก์ชัน ลิมิตและความต่อเนื่อง อนุพันธ์และการประยุกต์ปริพันธ์ เทคนิคการหาปริพันธ์ และการประยุกต์

13-011-126 แคลคูลัส 1-2 3(3-0-3)

**Calculus 1-2**

วิชาบังคับก่อน : 13-011-125 แคลคูลัส 1-1

ศึกษาเกี่ยวกับฟังก์ชันหลายตัวแปร อนุพันธ์ย่อย และบทประยุกต์ของอนุพันธ์ย่อยทางธุรกิจ ปริพันธ์สองชั้น และบทประยุกต์สมการเชิงอนุพันธ์อันดับหนึ่งแบบแยกตัวแปรและสมการเชิงอนุพันธ์เชิงเส้นอันดับหนึ่ง

13-040-143 มนุษย์กับวิทยาศาสตร์ชีวภาพ 3(3-0-3)

**Man and Biological Science**

โครงสร้างที่เป็นพื้นฐานของชีวิต กฎเกณฑ์ที่ครอบคลุมเรื่องพันธุศาสตร์ ได้แก่ เซลล์ โครโมโซม กฎของเมนเดล ลักษณะทางพันธุกรรมของมนุษย์ ทั้งที่สัมพันธ์กับเพศ และไม่สัมพันธ์กับเพศ DNA RNA หมู่เลือด การกลายประโยชน์ของพันธุศาสตร์ วิวัฒนาการของพืช สัตว์ และมนุษย์ ระบบนิเวศภาคพื้นทวีป ระบบนิเวศภาคพื้นน้ำ วัฏจักรที่มีในระบบนิเวศ ความสัมพันธ์ของสิ่งมีชีวิต สารเคมีที่เกี่ยวข้องกับชีวิต ภาวะมลพิษ สิ่งแวดล้อม และการป้องกันควบคุม ตลอดจนแก้ไขภาวะมลพิษ

13-041-146 สิ่งแวดล้อมและการจัดการทรัพยากร 3(3-0-3)

**Environment and Resources Management**

ศึกษาเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานทางสิ่งแวดล้อมและการจัดการทรัพยากร หลักนิเวศวิทยา และสมดุลธรรมชาติ ทรัพยากรธรรมชาติ การอนุรักษ์ มลพิเศษสิ่งแวดล้อมและการกำจัดมลสารทางวิทยาศาสตร์ การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม การบริหารการจัดการเพื่อพัฒนาสิ่งแวดล้อมแบบผสมผสาน

13-080-044 วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี 3(3-0-3)

**Science and Technology**

ศึกษาเกี่ยวกับวิธีการศึกษาทางวิทยาศาสตร์ คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีทางคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีทางการสื่อสารและอินเตอร์เน็ต อุปกรณ์สำนักงานและเครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน สารสังเคราะห์และสารเคมีในชีวิตประจำวัน เทคโนโลยีทางสิ่งแวดล้อม พลังงานทดแทนในอนาคต ดาราศาสตร์ และความก้าวหน้าทางอวกาศ

05-110-211 การวิเคราะห์ธุรกิจเชิงสถิติ 3(3-0-3)

**Statistical Analysis in Business**

วิชาบังคับก่อน : 13-121-245 สถิติ 1 หรือสถิติอื่น ๆ ที่มีเนื้อหาเทียบเท่า

ศึกษาความรู้และการประยุกต์ใช้ความรู้ทางสถิติปัญหาทางธุรกิจ โดยให้เนื้อหาครอบคลุมหัวข้อเกี่ยวกับ ตัวแปรสุ่ม การแจกแจงตัวแปรสุ่มชนิดไม่ต่อเนื่องแบบต่าง ๆ การแจกแจงตัวอย่าง การประมาณค่าและการทดสอบสมมติฐาน การวิเคราะห์การถดถอยและสหพันธ์การวิเคราะห์อนุกรมเวลาการวิเคราะห์ความแปรปรวนและการตัดสินใจภายใต้ความไม่แน่นอน

05-110-339 สหกิจศึกษาทางบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์ 6(0-40-0)

**Co-operative Education in Business and Economics**

การศึกษาที่เน้นการปฏิบัติงานทางด้านการบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์ในสถานประกอบการ โดยมีการวางแผนร่วมกันระหว่างสถาบันอุดมศึกษาและสถานประกอบการ นักศึกษาจะต้องเข้าไปปฏิบัติงานเต็มเวลาเสมือนเป็นพนักงานของหน่วยงานนั้น โดยมีพนักงานที่ปรึกษาที่สถานประกอบการมอบหมายให้ทำหน้าที่ดูแลรับผิดชอบการปฏิบัติงานของนักศึกษา มีการกำหนดลักษณะงาน แผนการปฏิบัติงานให้กับนักศึกษา นักศึกษาจะต้องจัดทำรายงานภายหลังเสร็จสิ้นการปฏิบัติงาน เพื่อการประเมินผลการศึกษา

หมายเหตุ 1. นักศึกษาต้องผ่านการเตรียมความพร้อม ในเรื่องวิชาชีพ จรรยาบรรณ บุคลิกภาพ การทำงานเป็นทีม และอื่นๆ ก่อนไปปฏิบัติงาน ณ สถานประกอบการ ระยะเวลาการฝึกงาน 1 ภาคการศึกษาปกติ

2. การประเมินผลนักศึกษา ให้ค่าระดับคะแนนเป็น
พ.จ. หรือ S - พอใจ (Satisfactory) และ
ม.จ. หรือ U - ไม่พอใจ (Unsatisfactory)

05-110-340 การฝึกงาน 1 3(0-40-0)

**Job Training 1**

การศึกษาที่เน้นการปฏิบัติงานในสถานประกอบการ นักศึกษาจะต้องเข้าฝึกปฏิบัติงานเต็มเวลาในหน่วยงานนั้น โดยมีพนักงานที่ปรึกษาที่องค์กรมอบหมายให้ทำหน้าที่ดูแลรับผิดชอบการปฏิบัติงานของนักศึกษา มีการกำหนดลักษณะงาน แผนการปฏิบัติงานให้นักศึกษา เพื่อการประเมินผลการศึกษา

หมายเหตุ 1. ระยะเวลาการฝึกงานไม่น้อยกว่า 200 ชั่วโมง หรือ 1 ภาคการศึกษาฤดูร้อน

2. การประเมินผลนักศึกษา ให้ค่าระดับคะแนนเป็น
พ.จ. หรือ S - พอใจ (Satisfactory) และ
ม.จ. หรือ U - ไม่พอใจ (Unsatisfactory)

**05-110-341** **การฝึกงานทางบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์** **3(0-40-0)**

**Business and Economics Training**

การศึกษาที่เน้นการปฏิบัติงานทางด้านการบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์ในสถานประกอบการ นักศึกษาจะต้องเข้าปฏิบัติงานเต็มเวลาในหน่วยงานนั้น โดยมีพนักงานที่ปรึกษาที่สถานประกอบการมอบหมายให้ทำหน้าที่ดูแลรับผิดชอบการปฏิบัติงานของนักศึกษา มีการกำหนดลักษณะงาน แผนการปฏิบัติงานให้นักศึกษา เพื่อการประเมินผลการศึกษา

หมายเหตุ 1. ระยะเวลาการฝึกงานไม่น้อยกว่า 200 ชั่วโมง หรือ 1 ภาคการศึกษา ฤดูร้อน

2. การประเมินผลนักศึกษา ให้ค่าระดับคะแนนเป็น
พ.จ. หรือ S - พอใจ (Satisfactory) และ
ม.จ. หรือ U - ไม่พอใจ (Unsatisfactory)

**05-110-342** **ประสบการณ์ทางวิชาชีพบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์ในต่างประเทศ** **3(0-40-0)**

**Business and Economics Experience in Foreign Countries**

การศึกษาที่เน้นการดูงานและ/หรือฝึกอบรม และ/หรือฝึกปฏิบัติทางด้านการบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์ในต่างประเทศ

หมายเหตุ การประเมินผลนักศึกษา ให้ค่าระดับคะแนนเป็น
พ.จ. หรือ S - พอใจ (Satisfactory) และ
ม.จ. หรือ U - ไม่พอใจ (Unsatisfactory)

**05-210-201** **พฤติกรรมผู้บริโภค** **3(3-0-3)**

**Consumer Behavior**

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่ได้จากการวิจัยทางจิตวิทยาสังคม นำมาใช้เป็นหลักในการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค พิจารณาปัจจัยด้านปัจเจกบุคคล จิตวิทยา วัฒนธรรมและสังคม ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค รูปแบบ ( Models ) ต่างๆของกระบวนกาตัดสินใจซื้อ การประยุกต์ความรู้ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคในการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด

05-210-203 การบริหารการจัดซื้อ 3(3-0-3)

**Purchasing Management**

ศึกษาหลักการและการบริหารงานเกี่ยวกับการจัดซื้อ การจัดรูปหน่ายงาน นโยบายการจัดซื้อ การกำหนดจำนวนที่จะซื้อพิจารณาขังหวะและช่วงเวลาในการซื้อ การควบคุมและตรวจสอบคุณภาพ การเลือกหาแหล่งขาย วิธีการจัดซื้อแบบต่างๆ นโยบายการผลิตหรือซื้อ การควบคุมและการจัดหาเงินทุนในการซื้อ

05-210-301 นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา 3(3-0-3)

**Product and Price Policy**

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาบทบาทของผลิตภัณฑ์และราคาในการบริหารการตลาด ลักษณะงานการบริหารผลิตภัณฑ์ การพัฒนาตลาดเป้าหมาย การตัดสินใจเกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ การพัฒนากลยุทธ์วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การบริหารราคา การกำหนดราคาในสถานการณ์ต่างๆ การเลือกใช้กลยุทธ์ราคาที่มีประสิทธิภาพต่อการพัฒนาส่วนแบ่งการตลาด จริยธรรมในการกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์และราคา

05-210-302 นโยบายการจัดจำหน่าย 3(3-0-3)

**Distribution Policy**

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาแนวคิดต่างๆเกี่ยวกับการจัดจำหน่าย รูปแบบและลักษณะของสถาบันการตลาดในการจัดจำหน่าย การกำหนดนโยบายและวางแผนเกี่ยวกับช่องทางการจำหน่ายและการกระจายสินค้า ปัจจัยที่มีผลกระทบ ต่อการตัดสินใจเกี่ยวกับช่องทางการจำหน่ายและการกระจายสินค้า การประยุกต์เทคโนโลยีที่ทันสมัย มาใช้ในการบริหาร

**05-210-303** การส่งเสริมการตลาด **3(3-0-3)**

**Promotion**

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาความสำคัญของการส่งเสริมการตลาด การเลือกกลุ่มเป้าหมาย แนวคิดการติดต่อสื่อสารวัตถุประสงค์ กลยุทธ์ และแผนการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดส่วนประสม การส่งเสริมการตลาด การกำหนดงบประมาณ การประเมินผลและควบคุมโปรแกรมการส่งเสริมการตลาด การสื่อสารการตลาดสมัยใหม่ กฎหมายและจรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม การตลาด

**05-210-305** การบรรจุภัณฑ์ **3(3-0-3)**

**Packaging**

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาถึงบทบาทและหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ ลักษณะของบรรจุภัณฑ์เพื่อการตลาด ประเภทต่าง ๆ ของบรรจุภัณฑ์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการเลือกบรรจุภัณฑ์ข้อจำกัดในด้านเศรษฐศาสตร์ การผลิต กฎหมายมลภาวะ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตขึ้น จากวัสดุชนิดต่าง ๆ การบรรจุภัณฑ์เพื่อการ ส่งออก

**05-210-306** กลยุทธ์และยุทธวิธีการขายตรง **3(3-0-3)**

**Direct -Sales Strategies and Tactics**

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาทฤษฎีหลักการ วิธีการและเทคนิคต่าง ๆ ในการขายตรงให้สอดคล้องกับสถานการณ์ผู้ซื้อผู้ขายต่าง ๆ การพัฒนาทักษะการสื่อสารระหว่างบุคคล โอกาสของอาชีพการขายตรง

05-210-307 การตลาดสินค้าเกษตรกรรม 3(3-0-3)

**Agricultural Product Marketing**

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาลักษณะและระบบการตลาดของผลิตผลการเกษตรลักษณะปัญหาการผลิตผลเกษตรในประเทศและปัญหาการตลาดส่งออก ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดของผลิตผลการเกษตร สถาบันและองค์การต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องบทบาทรัฐบาลในการแทรกแซง แนวทางแก้ไขปัญหาการตลาดของผลิตผลเกษตร

05-210-308 การตลาดสินค้าอุตสาหกรรม 3(3-0-3)

**Industrial Product Marketing**

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาลักษณะและประเภทของตลาดสินค้าอุตสาหกรรมต่าง ๆ บทบาทของสถาบันคนกลาง หน่วยงานของรัฐและองค์การเอกชนที่เข้ามาส่งเสริมและควบคุมสินค้าอุตสาหกรรม ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อสินค้าอุตสาหกรรมทั้งด้านการผลิต การตลาดและการบริหาร

05-210-309 การตลาดสินค้าแฟชั่น 3(3-0-3)

**Marketing for Fashion Merchandise**

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาลักษณะตลาดผลิตภัณฑ์แฟชั่น การหาตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ การวิเคราะห์ถึงประเภทและความต้องการของตลาดแฟชั่น การกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด รวมถึงเทคนิคการประสานงานในวงการแฟชั่น

05-210–310 การบริหารการค้าปลีก 3(3-0-3)

**Retailing Management**

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาหลักและพื้นฐานการดำเนินงานการค้าปลีก โดยครอบคลุม เนื้อหาเกี่ยวกับ การจัดตั้งกิจการ การเลือกสถานที่ตั้งการจำแนกประเภทกิจการ การดำเนินงาน วิธีการต่าง ๆ ในการบริหารและปัญหาเกี่ยวกับการบริหารกิจการการจัดค้าปลีก การซื้อ การกำหนดราคา ตราสินค้าหรือเครื่องหมายการค้า การพัฒนาภาพพจน์ของกิจการ การนำผลการวิจัยต่าง ๆ มาใช้ประโยชน์ในการบริหาร กิจการ

05-210-311 ระบบข้อมูลข่าวสารเพื่อการวางแผนการตลาด 3(3-0-3)

**Information System for Marketing Planning**

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาข้อมูลข่าวสารที่มีประโยชน์ต่อการวางแผนและตัดสินใจทางการตลาด ประเภทข้อมูลข่าวสารเพื่อการวางแผนการตลาด แหล่งข้อมูล การทดสอบความเชื่อถือได้ของข้อมูล การประมวลข้อมูล การวิเคราะห์และแปลความหมายข้อมูล การใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารในการวางแผนการตลาด

05-210-312 การจัดการขาย 3(3-0-3)

**Sales Management**

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาบทบาท และความสำคัญของการจัดการองค์กรฝ่ายขายความสัมพันธ์ของฝ่ายขายที่มีต่อธุรกิจในฐานะเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างทางการตลาด การกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้จัดการฝ่ายขายและพนักงานขาย การบริหารงานบุคคลในส่วนที่เกี่ยวกับฝ่ายขาย การกระตุ้นการขายการกำหนดอาณาเขตการขาย การควบคุม และการประเมินผลงานของพนักงานขาย

05-210-313 การส่งกำลังบำรุงทางธุรกิจ 3(3-0-3)

Business Logistics

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาแนวคิดของการส่งกำลังทางธุรกิจการกระจายตัวสินค้าการบริหารวัสดุและการบริการลูกค้า ส่วนประสมและการดำเนินงานการส่งกำลังทางธุรกิจ การบริหารกิจกรรมในการส่งกำลังบำรุงทางธุรกิจ อนาคตของการส่งกำลังบำรุงทางธุรกิจ

05-210-401 การจัดการการตลาด 3(3-0-3)

**Marketing Management**

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาวิวัฒนาการแนวความคิดในการจัดการการตลาด การวิเคราะห์ปัญหาและโอกาสทางการตลาด การพัฒนาตลาดเป้าหมาย การใช้ประโยชน์จากข้อมูลการตลาดในการวางแผนและควบคุมประเมินผล ทางการตลาด การพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมกับตลาดเป้าหมายและสิ่งแวดล้อม การใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการบริหารงานการตลาด การเลือกกิจกรรมการตลาดโดยคำนึงถึงหลักจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมประเทศชาติ ฝึกการสร้างความคิดเชิงระบบ (Systematic Thinking) และการแก้ปัญหาให้ผู้เรียนด้วยการใช้กรณีศึกษา การรายงานจากการศึกษาค้นคว้า

05-210-402 การจัดการห่วงโซ่อุปทาน 3(3-0-3)

**Supply Chain Management**

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาระบบการประสานรวมกระบวนการทางธุรกิจที่ครอบคลุมจากผู้จัดส่งวัตถุดิบ ผ่านกระบวนการผลิตไปสู่ผู้บริโภคคนสุดท้าย การพัฒนาระบบการติดต่อสื่อสารทางการตลาดระหว่างพันธมิตรทางธุรกิจ โดยอาศัยการบริการและข้อมูลสารสนเทศ การบริหารต้นทุนดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพของกิจกรรมต่างๆโดยรวม ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว แนวโน้มการนำการจัดการห่วงโซ่อุปทานมาใช้ในประเทศไทย

05-210-403 การวิจัยการตลาด 3(2-2-3)

**Marketing Research**

วิชาบังคับก่อน : 13-121-245 สถิติ 1 หรือ วิชาสถิติอื่นๆที่เทียบเท่า และ 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาบทบาทและความสำคัญของการวิจัยการตลาดในการตัดสินใจทางธุรกิจ รวมทั้งกระบวนการวิจัยตลาด การกำหนดข้อเสนอโครงการวิจัย การกำหนดงบประมาณและการบริหารโครงการวิจัย การเลือกใช้เทคนิคการวิจัยที่ถูกต้องเหมาะสม วิธีการสุ่มตัวอย่าง การเก็บและประมวลผลข้อมูลด้วยเทคนิคทางสถิติ เน้นการปฏิบัติงานโครงการวิจัยที่เป็นไปตามหลัก Scientific Methods และการสร้างประสบการณ์จริงในการวิจัยให้แก่ผู้เรียน

05-210-404 กลยุทธ์การตลาดและการวางแผน 3(3-0-3)

**Marketing Strategies and Plans**

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษากลยุทธ์การตลาดและการวางแผนการตลาด การเลือกกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับตลาดในภาวะต่าง ๆ ของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์แต่ละขั้น การจัดทำแผนการตลาด โดยวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกธุรกิจ การเลือกตลาดเป้าหมาย และพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสม

05-210-405 การศึกษาความเป็นไปได้เพื่อโครงการการตลาด 3(2-2-3)

**Feasibility Study in Marketing Project**

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด และ 05-610-205 การเงินธุรกิจ

ศึกษาและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งภายนอก และภายในองค์กร ทั้งในระดับจุลภาคและมหภาคที่มีต่อความเป็นไปได้ของโครงการ รวมถึงการนำผลการศึกษาวิจัยในอดีตมาประกอบในการวิเคราะห์เพื่อตัดสินใจถึงความเป็นไปได้ของโครงการทางการตลาด

**05-210-406** นโยบายการตลาด 3(3-0-3)

**Marketing Policy**

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาสภาวะแวดล้อมภายนอกต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตลาด ราคาการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดเพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่ม เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของกิจการ

**05-210-407** การพยากรณ์การตลาด 3(3-0-3)

**Marketing Forecasting**

วิชาบังคับก่อน : 13-121-245 สถิติ 1 หรือ วิชาสถิติอื่นๆที่เทียบเท่า และ 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อธุรกิจ ตลอดจนการอาศัยข้อมูลทางสถิติเพื่อใช้ในการพยากรณ์ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว รวมทั้งการประเมินผลการพยากรณ์เพื่อช่วยในการตัดสินใจทางด้านการตลาด

**05-210-408** การวิเคราะห์การตลาดเชิงปริมาณ 3(3-0-3)

**Quantitative Marketing Analysis**

วิชาบังคับก่อน : 13-121-245 สถิติ 1 หรือ วิชาสถิติอื่นๆที่เทียบเท่า และ 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาหลักเกณฑ์และทฤษฎีเชิงปริมาณเกี่ยวกับการตัดสินใจโดยใช้วิธีเชิงปริมาณนั้นมากำหนดราคาตัดสินใจเกี่ยวกับกำไร การควบคุมคุณภาพ การควบคุมต้นทุน การควบคุมการผลิต การบริหารสินเชื่อ การวิเคราะห์และประเมินผลข้อมูลทางการตลาด

05-210-409 สัมมนาปัญหาการตลาด 3(2-2-3)

**Seminar in Marketing Problems**

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาและอภิปรายเกี่ยวกับปัญหาต่าง ๆ ด้านการตลาดเน้นการประยุกต์ความรู้ ที่นักศึกษาเรียนรู้จากวิชาต่าง ๆ และจากการค้นคว้าเพิ่มเติม นำมาใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์ วิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจอย่างมีระบบ เสริมสร้างความคิดริเริ่ม มีความกระตือรือร้นในการแสดงความคิดเห็นที่มีระเบียบหลักเกณฑ์ ด้วยการนำเทคนิคต่าง ๆ ในการสัมมนามาใช้เพื่อให้นักศึกษาได้ประสบการณ์เสมือนหนึ่งการดำเนินงานธุรกิจจริง

05-210-410 การตลาดโดยตรง 3(3-0-3)

**Direct Marketing**

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด

ความหมายและความสำคัญของการตลาดโดยตรง เครื่องมือการตลาดโดยตรงที่นำมาใช้ตลอดจนการตัดสินใจเลือกเครื่องมือการตลาดโดยตรงเพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย และได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน

05-210-411 การบริหารผลิตภัณฑ์ 3(3-0-3)

**Product Management**

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด

การพัฒนากลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์ตามวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ เพื่อนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด การพัฒนาส่วนผสมผลิตภัณฑ์ สายผลิตภัณฑ์ รายการผลิตภัณฑ์ ตรายี่ห้อ การบรรจุภัณฑ์ป้ายฉลากและการจัดการตลาดสำหรับสินค้าบริโภคและสินค้าอุตสาหกรรม

05-220-301 โลกทัศน์ของการส่งออก 3(3-0-3)

**The World of Export**

วิชาบังคับก่อน : 05-910-201 ความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจระหว่างประเทศ และ 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาความหมาย ความสำคัญของการส่งออกและประโยชน์ของการส่งออก ความสำคัญของการค้าโลก วิวัฒนาการการค้าระหว่างประเทศของไทย ปัจจัยสิ่งแวดล้อมและตัวแปรที่มีผลกระทบต่อการส่งออก โอกาสในการส่งออก ลักษณะตลาดเพื่อการส่งออก องค์กรและสถาบันที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก การหาตลาดต่างประเทศของภาครัฐและเอกชน สภาวะการส่งออกของไทยในปัจจุบันและอนาคต

05-220-302 การส่งเสริมการส่งออก 3(3-0-3)

**Export Promotion**

วิชาบังคับก่อน : 05-910-201 ความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจระหว่างประเทศและ 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาบทบาทของการส่งเสริมการส่งออก รูปแบบและกิจกรรมเพื่อการส่งเสริมการส่งออกภายในประเทศและต่างประเทศ การบริหารจัดงานแสดงสินค้า การฝึกอบรมการส่งออก การจัดทีมการค้า บทบาทของตัวแทนการค้า การบริการข้อมูลทางการค้า กรณีความร่วมมือในการส่งเสริมการส่งออก องค์กรเพื่อการส่งเสริมการส่งออกต่าง ๆ

05-220-303 การตลาดระหว่างประเทศ 3(3-0-3)

**International Marketing**

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาบทบาทและความสำคัญของการตลาดระหว่างประเทศ แนวคิดการทำการค้าระหว่างประเทศ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตลาดระหว่างประเทศ ลักษณะและประเภทของการตลาดระหว่างประเทศ กระบวนการการตลาดระหว่างประเทศ กลยุทธ์การจัดส่วนประสมการตลาดระหว่างประเทศ การใช้ข้อมูลทางการตลาดระหว่างประเทศ

05-220-304 **การค้ากับกลุ่มเศรษฐกิจต่าง ๆ** 3(3-0-3)

**Trading with Major Economic Blocs**

วิชาบังคับก่อน : 05-910-201 ความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจระหว่างประเทศ และ 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาความหมายของกลุ่มเศรษฐกิจ ความสำคัญในการค้ากับกลุ่มเศรษฐกิจ การจัดองค์กร สถาบันการค้าต่างประเทศของกลุ่มเศรษฐกิจต่างๆ ลักษณะการค้าของประเทศในกลุ่มเศรษฐกิจ ระบบการแลกเปลี่ยนสินค้า ปัญหาทางการค้า และ มาตรการทางการค้าระหว่างประเทศของกลุ่มเศรษฐกิจ

05-220-305 **การตลาดอิเล็คทรอนิกส์** 3(3-0-3)

**E-Marketing**

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาแนวคิดทางการตลาดอิเล็คทรอนิกส์ ความแตกต่างระหว่างการตลาดแบบดั้งเดิมกับการตลาดอิเล็คทรอนิกส์ ทั้งทางด้านแนวคิด ลูกค้า สินค้าและบริการ ตลอดจนกลยุทธ์การตลาดที่สำคัญ ๆ โดยเฉพาะการทำการตลาดอิเล็คทรอนิกส์ทางอินเตอร์เน็ต

05-220-401 **กฎระเบียบและการเจรจาการค้า** 3(3-0-3)

**Legislation and Negotiation**

วิชาบังคับก่อน : 05-910-201 ความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจระหว่างประเทศและ 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษากฎหมายระเบียบข้อบังคับของประเทศคู่ค้า ตลอดจนกฎระเบียบข้อบังคับขององค์กรระหว่างประเทศ ที่อาจส่งผลกระทบต่อการส่งออกของไทย เอกสารการค้าระหว่างประเทศ สัญญาการค้าระหว่างประเทศ องค์กรที่เกี่ยวข้องในการเจรจาการค้าระหว่างประเทศทั้งภาคเอกชนและรัฐบาล กฎระเบียบข้อบังคับขององค์กรระหว่างประเทศ เทคนิคและกลยุทธ์การเจรจาต่อรองทางการค้าระหว่างประเทศ การเตรียมการ และการติดตามผลการเจรจาทางการค้า การแก้ปัญหาข้อพิพาทในธุรกิจระหว่างประเทศ

**05-220-402** กระบวนการการส่งออก **3(3-0-3)**

**Export Procedures**

วิชาบังคับก่อน : 05-220-303 การตลาดระหว่างประเทศ และ
05-220-401 กฎระเบียบและการเจรจาการค้า

ศึกษาวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการส่งออก ขั้นตอนการจัดตั้งธุรกิจส่งออก ความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก ระเบียบประเพณีปฏิบัติทางการค้าสากล และ ข้อตกลงทางการค้าระหว่างประเทศ สิทธิประโยชน์ต่างๆ ทางการค้าระหว่างประเทศ ระบบการขนส่งและการประกันภัยระหว่างประเทศ บริการของตัวแทนออกของ ขั้นตอนและพิธีการศุลกากรเพื่อการส่งออก เครื่องมือการเรียกเก็บเงินค่าสินค้าระหว่างประเทศ การใช้ประโยชน์จากสินเชื่อเพื่อการส่งออก ฝึกปฏิบัติการจัดเตรียมเอกสารทางการค้าระหว่างประเทศ ให้สอดคล้องกับกระบวนการส่งออกในแต่ละขั้นตอน

**05-220-403** การบริหารการตลาดส่งออก **3(3-0-3)**

**Export Marketing Management**

วิชาบังคับก่อน : 05-220-303 การตลาดระหว่างประเทศ

ศึกษาการจัดองค์การเพื่อการส่งออก การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออก การวางแผน และพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออก การวิเคราะห์นโยบาย การจัดจำหน่าย การตั้งราคาเพื่อการส่งออก และการส่งเสริมการตลาดเพื่อการส่งออก ระบบข้อมูลเพื่อการส่งออก การบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน การวางแผนและควบคุมการบริหารการตลาดส่งออก

**05-220-404** สัมมนาปัญหาการตลาดส่งออก **3(2-2-3)**

**Seminar in Export Marketing**

วิชาบังคับก่อน : 05-220-403 การบริหารการตลาดส่งออก

ศึกษาและอภิปรายเกี่ยวกับปัญหาต่างๆด้านการตลาดส่งออก การวิเคราะห์สถานการณ์ และข้อมูลต่าง ๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจอย่างมีระบบ ศึกษาอุปสรรคและมาตรการกีดกันทางการค้าของประเทศต่างๆ โดยเน้นการใช้กรณีศึกษาจากตัวอย่างจริง จัดการสัมมนาจำลองเพื่อให้นักศึกษาได้ประสบการณ์เสมือนหนึ่งการดำเนินงานธุรกิจส่งออกจริง

05-230-201 หลักการโฆษณา 3(3-0-3)

**Principles of Advertising**

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาบทบาทและความสำคัญของการโฆษณาต่อการตลาด การรณรงค์โฆษณา พฤติกรรมศาสตร์ กับการโฆษณา การกำหนดงบประมาณ ข้อความโฆษณาสื่อโฆษณา การโฆษณา ณ แหล่งซื้อ การทดสอบสัมฤทธิ์ผลการโฆษณา กฎหมายและจรรยาบรรณการโฆษณา

05-230-202 การประชาสัมพันธ์ 3(3-0-3)

**Public Relations**

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาทฤษฎีและแนวคิดของการติดต่อสื่อสาร บทบาทของทัศนคติ ค่านิยม และประชามติที่มีต่อการกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ การกำหนดวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย เพื่อวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ การเลือกใช้เครื่องมือและสื่อการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ หน้าที่ความรับผิดชอบของการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ จริยธรรมของสื่อมวลชนและนักประชาสัมพันธ์ การดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ เอกชน และองค์กรที่ไม่แสวงผลกำไร

05-230-301 หลักการสื่อสารการตลาด 3(3-0-3)

**Principles of Marketing Communication**

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด

เพื่อให้รู้เกี่ยวกับแนวคิดการสื่อสารการตลาด การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ (Integrated Marketing Communication – IMC) การใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาด อันประกอบด้วย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ การส่งเสริมการขาย การขายผ่านบุคคล และการตลาดตรง นอกจากนี้ผู้เรียนควรรู้วิธีประยุกต์ใช้แนวคิดและเครื่องมือสื่อสารการตลาดให้สอดคล้องกับสภาพสินค้าและสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจ

05-230-302 การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ 3(3-0-3)

**Persuasive Communication**

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาด จิตวิทยา พฤติกรรมมนุษย์ สังคมวิทยา เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดเครื่องมือสื่อสารการตลาดให้สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

05-230-303 เทคนิคการนำเสนอ 3(2-2-3)

**Presentation Techniques**

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานการสื่อสาร สื่อและประสิทธิภาพของสื่อแต่ละชนิดต่อการรับรู้ การใช้อุปกรณ์นำเสนอ การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย การเตรียมสารสนเทศ การสร้างสรรค์ การเตรียมตัวผู้นำเสนอ การนำเสนอสารและการโต้ตอบ รวมทั้งการประเมินผลการนำเสนอ

05-230-304 กลยุทธ์การสร้างสรรค์งานโฆษณา 3(3-0-3)

**Advertising Creative Strategy**

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษากลยุทธ์ต่าง ๆ ในการตัดสินใจสร้างสรรค์โฆษณาการพัฒนากลยุทธ์การสร้างสรรค์โฆษณา เทคนิคการใช้ภาพประกอบโฆษณา โครงสร้างข้อความโฆษณา การโฆษณาแบบการดำรงชีวิตอันแสดงออกซึ่งภาพพจน์ผู้โฆษณา และของตราสินค้าเน้นการมอบหมายงานให้นักศึกษาปฏิบัติจริง

05-230-305 คอมพิวเตอร์กราฟฟิกเพื่องานโฆษณา 3(3-0-3)

**Computer Graphics for Advertising**

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาหลักการทำงานของไมโครคอมพิวเตอร์กราฟฟิก และอุปกรณ์ต่อพ่วงที่เกี่ยวข้องกับงานกราฟฟิก การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟฟิกในการออกแบบและเขียนแบบเพื่องานโฆษณาและส่งเสริมการตลาด โดยศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบ การวาดภาพ การใช้สี การสร้างภาพเคลื่อนไหว ภาพสามมิติ รวมทั้งการผสมผสานความคิดสร้างสรรค์กับเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์กราฟฟิก

**05-230-401** การสื่อสารตราสินค้า **3(3-0-3)**

**Brand Communication**

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาแนวความคิด หน้าที่และประโยชน์ของตราสินค้า การพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารการตลาด โดยใช้ตราสินค้าแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กร และเพิ่มมูลค่าของธุรกิจ โดยเน้นกรณีศึกษาต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการสื่อสารตราสินค้า

**05-230-402** การวางแผนการประชาสัมพันธ์และการรณรงค์ **3(3-0-3)**

**Public Relations Planning and Campaign**

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดการประชาสัมพันธ์ วิธีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ กระบวนการวางแผนประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ รวมถึงการใช้เครื่องมือช่วยในการวางแผนประชาสัมพันธ์ การจัดทำแผนงานประชาสัมพันธ์ และการรณรงค์เพื่อการประชาสัมพันธ์

**05-230-403** เทคนิคการผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารการตลาด **3(2-2-3)**

**Production Techniques for Marketing Communication Media**

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาถึงการวางรูปแบบและกระบวนการผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารการตลาด อาทิเช่น การจัดกิจกรรม (Event) แคตตาล็อก การจัดนิทรรศการ การทีบห่อ เครื่องมือการส่งเสริมการขาย การจัดแสดงสินค้า ณ จุดขาย การสร้างตราสินค้า รวมถึงการวางแผนและกรรมวิธีการผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารการตลาดที่สอดคล้องกับงบประมาณที่มีอยู่ และศึกษากรณีศึกษาเพื่อให้นักศึกษาได้นำเสนอความคิด และเทคนิคการผลิตต่างๆ ในรูปของสื่อเพื่อการสื่อสารการตลาด

05-230-404 สัมมนาปัญหาการสื่อสารการตลาด 3(3-0-3)

**Seminar in Marketing Communication**

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคของโปรแกรมการวางแผนด้านการสื่อสารการตลาด รวมถึงการศึกษาจากกรณีตัวอย่าง (Case Study) อภิปรายแสดงความคิดเห็น เสนอแนวทางการป้องกันและแก้ปัญหากิจกรรม และแผนงานด้านการสื่อสารการตลาด ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง รวมถึงเพิ่มทักษะและความรู้ในด้านเทคนิค ศัพท์ด้านการสื่อสารการตลาด

05-230-405 การจัดการโฆษณา 3(3-0-3)

**Advertising Management**

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อโอกาสการโฆษณาเพื่อใช้ในการวางแผนการกำหนดกลยุทธ์และโปรแกรมการโฆษณา การบริหารงบประมาณโฆษณา บทบาทของตัวแทนโฆษณา หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้บริหารการสร้าง ความสัมพันธ์กับองค์กรภายนอก กฎหมายและข้อบังคับทั้งของรัฐและสถาบันที่เกี่ยวข้อง

05-230-406 การบริหารสื่อโฆษณา 3(3-0-3)

**Advertising Media Management**

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาความสำคัญของสื่อโฆษณาแต่ละประเภท การวางแผนการใช้สื่อต่าง ๆ การกำหนดงบประมาณเกี่ยวกับสื่อโฆษณา การประเมินประสิทธิผลการโฆษณา เพื่อช่วยในการตัดสินใจเลือกใช้สื่อแต่ละประเภท

05-230-407 การวิจัยการโฆษณา 3(2-2-3)

**Advertising Research**

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาวัตถุประสงค์ของการวิจัยการโฆษณาการวิจัยเพื่อการประเมินผลการโฆษณา การเลือกแหล่งวิจัย การประเมินผลการวิจัย

**05-230-408** **เทคนิคการผลิตงานโฆษณา 1** **3(3-0-3)**

**Advertising Production Techniques 1**

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาการวางรูปแบบของงานโฆษณา โดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์ การวางแผน การจัดองค์ประกอบ การจัดทำดัมมี่ การผลิตงานโฆษณาสื่อสิ่งพิมพ์ให้สอดคล้องกับงบประมาณที่มีอยู่ กระบวนการและการเตรียมกรรมวิธีการผลิตงานโฆษณาสื่อสิ่งพิมพ์ในต้นทุนที่เหมาะสม

**05-230-409** **เทคนิคการผลิตงานโฆษณา 2** **3(3-0-3)**

**Advertising Production Techniques 2**

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษารูปแบบกระบวนการของงานโฆษณาโดยเฉพาะสื่อแพร่ภาพกระจายเสียง (วิทยุและโทรทัศน์) การวางแผน การผลิตงานโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ การจัดทำชิ้นงานโฆษณาสำหรับสื่อวิทยุ โทรทัศน์ รวมทั้งการผลิตรายการเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับงบประมาณที่เหมาะสม

**05-230-410** **การบริหารตราสินค้า** **3(3-0-3)**

**Brand Management**

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาความหมายของ Brand Equity และองค์ประกอบของ Brand Equity (การรับรู้ในตราสินค้า ภาพพจน์ของตราสินค้า ความภักดีต่อตราสินค้า) การวัดมูลค่าของ Brand Equity การกำหนดกลยุทธ์ และการวางแผนทางการตลาด ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อสร้าง Brand Equity

**05-240-301** **การตลาดบริการ** **3(3-0-3)**

**Services Marketing**

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาลักษณะของตลาดบริการ และพฤติกรรมผู้บริโภค รวมทั้งความแตกต่างระหว่างตลาดสินค้าและตลาดบริการ การใช้ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับบริการ เพื่อบรรลุคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) และความภักดีที่มีต่อการให้บริการขององค์กร (Service Loyalty) รวมถึงแนวคิดต่าง ๆ ทางด้านการตลาดบริการที่สำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้า

05-240-302 การตลาดสำหรับสถาบันการเงิน 3(3-0-3)

**Marketing for Financial Institutions**

วิชาบังคับก่อน : 05-610-205 การเงินธุรกิจ และ
05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาบทบาทตลาดการเงิน บทบาทและนโยบายธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สถาบันต่างๆในตลาดการเงิน สินค้าและบริการของตลาดการเงิน ปัจจัยและความเสี่ยงทางการเงิน การแบ่งกลุ่มตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งตลาด การกำหนดกลยุทธ์และการวางแผนทางการตลาด การพัฒนาส่วนประสมการตลาด

05-240-303 **การตลาดธุรกิจโรงแรมและท่องเที่ยว** 3(3-0-3)

**Hospitality and Tourism Marketing**

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาแนวคิดและลักษณะทั่วไปของการตลาดธุรกิจโรงแรมและท่องเที่ยว เช่น ภาวะเศรษฐกิจ การแข่งขัน บทบาทของอุตสาหกรรมดังกล่าวต่อเศรษฐกิจของชาติ ตลอดจนการกำหนดนโยบาย วางแผน กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจดังกล่าว

05-240-304 **การตลาดลูกค้าสัมพันธ์** 3(3-0-3)

**Customer Relationship Marketing**

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาความหมายและความสำคัญของการตลาดสัมพันธภาพ(Relationship marketing) และการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ กลยุทธ์ที่ใช้ในการสร้างความสัมพันธ์ โปรแกรมการสร้างความจงรักภักดี (Loyalty program) การวิเคราะห์ผลกำไรจากลูกค้าแต่ละคนเพื่อการจัดสรรทรัพยากรที่เหมาะสม (Customer profitability analysis) โซ่ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจ - ผลกำไร (Satisfaction-profit chain) รวมถึง การนำระบบ CRM ไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริง

**05-240-305** โลกแห่งการให้บริการ **3(3-0-3)**

**The World of Customer Services**

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาความสำคัญของการให้บริการลูกค้า (Customer service) การพัฒนาโปรแกรมการให้บริการและกลยุทธ์การให้บริการ (Customer service program and strategy) การให้บริการหลังการขาย เรียนรู้เทคนิค การเป็นผู้ให้บริการที่ดี วิธีการสื่อสารทั้งภาษาพูด ภาษาท่าทาง วิธีการปฏิบัติต่อลูกค้าที่มีปัญหา การร้องเรียน

**05-240-306** **การตลาดธุรกิจบริการเฉพาะอย่าง** **3(3-0-3)**

**Marketing for Specific Service Business**

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาลักษณะและประเภทของธุรกิจบริการที่มีศักยภาพการเจริญเติบโตหรือกำลังเป็นที่ต้องการของตลาดมากศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ แต่ละประเภทดังกล่าว การเลือกตลาดเป้าหมาย การพัฒนาส่วนประสมการตลาดให้สอดคล้องกับสภาวะแวดล้อมและการแข่งขันในตลาดธุรกิจบริการนั้น ๆ การวางแผนและควบคุมธุรกิจให้บรรลุวัตถุประสงค์

**05-240-401** **สัมมนาปัญหาการตลาดบริการ** **3(2-2-3)**

**Seminar in Services Marketing**

วิชาบังคับก่อน : 05-210-101 หลักการตลาด

ศึกษาและอภิปรายเกี่ยวกับปัญหาต่างๆ ด้านการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ โดยเริ่มจากลักษณะพื้นฐานของธุรกิจบริการ พฤติกรรมผู้บริโภค สิ่งท้าทายและข้อจำกัดของธุรกิจบริการ โดยมุ่งเน้นที่การวิเคราะห์กรณีศึกษาอย่างมีระบบ แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอย่างมีหลักเกณฑ์ เพื่อให้นักศึกษาได้เรียนรู้จากการดำเนินงานในธุรกิจจริง

05-240-402 การท่องเที่ยวผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ 3(2-2-3)

**E-Tourism**

ศึกษาความหมาย ความสำคัญ วิธีการทำธุรกิจท่องเที่ยวยุคใหม่ ตลอดจนหลักการและองค์ประกอบของระบบการค้าแบบ e-Tourism รวมถึงการเตรียมความพร้อมและเรียนรู้กลยุทธ์และยุทธวิธีทางด้านการตลาดในการเข้าสู่ระบบการค้าแบบ e-Tourism การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการใช้ระบบ e-Tourism พร้อมทั้งสามารถจัดทำและบริหารเว็บไซต์แบบ e-Tourism

05-410-103 หลักการบัญชี 3(3-0-3)

**Principles of Accounting**

ศึกษาถึงความหมายและประเภทของการบัญชี ประโยชน์และความสำคัญของการบัญชีที่มีต่อสังคม แม่บทการบัญชี(อย่างง่ายๆ) หลักเกณฑ์และวิธีการขั้นพื้นฐานในการบันทึกบัญชีและการจัดทำรายงานการเงินของกิจการให้บริการ กิจการซื้อขายสินค้า และกิจการผลิตและขายสินค้าที่จัดตั้งในรูปของกิจการเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วนและบริษัทตลอดจนการวิเคราะห์และการตีความรายงานการเงิน

05-420-201 การบัญชีเพื่อการจัดการ 3(3-0-3)

**Accounting for Management**

วิชาบังคับก่อน: 05-410-102 การบัญชีชั้นต้น 2 หรือ
05-410-103 หลักการบัญชี

ศึกษาความสำคัญของการบัญชีเพื่อการจัดการ การใช้ประโยชน์ของงบการเงิน ความสัมพันธ์ระหว่างรายการในงบการเงิน การจัดทำงบประมาณ การใช้ข้อมูลทางบัญชีเพื่อช่วยในการวางแผนควบคุมและตัดสินใจดำเนินงาน

05-610-205 การเงินธุรกิจ 3(3-0-3)

**Business Finance**

วิชาบังคับก่อน : 05-410-102 การบัญชีชั้นต้น 2

หรือ 05-410-103 หลักการบัญชี

ศึกษาความหมายและความสำคัญของการเงินธุรกิจ ขอบเขต บทบาท และหน้าที่ของฝ่ายการเงิน รูปแบบของธุรกิจและการภาษีอากร การวิเคราะห์การพยากรณ์และการวางแผนทางการเงิน หลักเกณฑ์การบริหารทุนหมุนเวียนและงบลงทุน มูลค่าของเงิน โครงสร้างทางการเงิน และวิธีการจัดหาเงินทุนของธุรกิจ

05-722-302 เศรษฐศาสตร์วิเคราะห์ 3 (3-0-3)

**Economic Analysis**

ศึกษาทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ทั้งด้านจุลภาคและมหภาค เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค พฤติกรรมของผู้ผลิต ดุลยภาพของตลาด รายได้ประชาชาติ นโยบายการเงิน การคลัง และระหว่างประเทศ และนำทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ต่าง ๆ ดังกล่าวมาประยุกต์ใช้กับปรากฏการณ์ทางด้านเศรษฐกิจ

05-820-438 ภาษาอังกฤษเพื่อการส่งออก 3(3-0-3)

**English for Export**

พัฒนาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษ เพื่อใช้ในการติดต่อการค้าระหว่างประเทศทั้งในรูปของการเขียนและการพูด

05-820-457 ภาษาอังกฤษเพื่อธุรกิจและการค้าระหว่างประเทศ 3(3-0-3)

**English for International Business and Trade**

ศึกษาศัพท์ สำนวน ตลอดจนภาษาที่ใช้ในงานธุรกิจ และการค้าระหว่างประเทศ เพื่อให้มีความเข้าใจและมีความสามารถที่จะนำไปใช้ฟัง พูด อ่าน เขียน เพื่อติดต่องานในแวดวงธุรกิจ และการค้าระหว่างประเทศ

**05-910-201** ความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจระหว่างประเทศ 3(3-0-3)

**Introduction to International Business**

ศึกษาถึงแนวคิดและความสำคัญในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ รูปแบบในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการดำเนินการ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจระหว่างประเทศ และจริยธรรมในระดับสากล