

**สภา มก. อนุมัติในการประชุมครั้งที่ ๒ | ๒๕๖๕**  
**เมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕**  
**อธิการบดีให้ความเห็นชอบเมื่อวันที่ ๒ มีนาคม ๒๕๖๕**

**แบบในการเสนอขอปรับปรุงแก้ไขหลักสูตร**  
**เพื่อเสนอมหาวิทยาลัย**  
**การปรับปรุงแก้ไขหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต**  
**สาขาวิชาการตลาด ฉบับ พ.ศ. ๒๕๖๕**  
**คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์**  
**มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์**

1. หลักสูตรฉบับดังกล่าวนี้ ได้รับทราบ/รับรองการเปิดสอนจากสำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม เมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน พ.ศ. 2564 และได้รับอนุมัติเปิดสอนจากสภามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เมื่อวันที่ 28 พฤษภาคม พ.ศ. 2555 และวันที่ 29 เมษายน พ.ศ. 2556
2. สภามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้อนุมัติการปรับปรุงแก้ไขครั้งนี้แล้ว ในคราวประชุม ครั้งที่ 2/2565 เมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565
3. หลักสูตรปรับปรุงแก้ไขนี้ เริ่มใช้ตั้งแต่ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2565 เป็นต้นไป
4. เหตุผลในการปรับปรุงแก้ไข
  - 4.1 เพื่อพัฒนาทักษะและความสามารถของนิสิตในการประยุกต์ใช้ความรู้ความสามารถให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี สังคมและวัฒนธรรม
  - 4.2 เพื่อให้มีรายวิชาที่พัฒนานิสิตในด้านความรู้ความสามารถทางวิชาชีพ ความรู้ความสามารถทั่วไป บุคลิกภาพและคุณธรรมจริยธรรมให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต
  - 4.3 เพื่อปรับปรุงรายวิชาให้มีความทันสมัยสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมตามวิจัยสถาบัน
5. สาระในการปรับปรุงแก้ไข
  - 5.1 ลดจำนวนหน่วยกิตรวมรวมตลอดหลักสูตรไม่น้อยกว่า 133 หน่วยกิตเป็นไม่น้อยกว่า 124 หน่วยกิต ลดจำนวนหน่วยกิตหมวดวิชาเฉพาะ จากไม่น้อยกว่า 97 หน่วยกิตเป็นไม่น้อยกว่า 88 หน่วยกิต
  - 5.2 เปิดรายวิชาใหม่ จำนวน 4 วิชา ดังนี้

01134326	การตลาดผู้ประกอบการ	3(3-0-6)
01134357	กลยุทธ์ตราสินค้าในยุคดิจิทัล	3(3-0-6)
01134424	การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด	3(3-0-6)
02749241	การจัดการสินค้าคงคลัง	3(3-0-6)
  - 5.3 ปรับปรุงรายวิชา จำนวน 1 วิชา ดังนี้

01134212	พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0-6)
----------	-------------------	----------
  - 5.4 ยกเลิกรายวิชา 7 วิชา ดังนี้

01132142	สภาพแวดล้อมทางกฎหมายธุรกิจ	3(3-0-6)
01132332	การวิเคราะห์เชิงปริมาณเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ	3(3-0-6)
01132342	ระบบภาษีอากรธุรกิจ	3(3-0-6)
01132413	การจัดการเชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)

01333315	การวางแผนและการควบคุมการผลิต	3(3-0-6)
01361101	การใช้ภาษาไทยเบื้องต้น	3(3-0-6)
01999021	ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	3(3-0-6)

5.5 เพิ่มรายวิชา 1 วิชา คือ

01140221	กฎหมายและภาษีสำหรับธุรกิจ	3(3-0-6)
----------	---------------------------	----------

5.6 ตารางเปรียบเทียบหลักสูตรเดิม กับหลักสูตรปรับปรุง

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2560		หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565		สิ่งที่เปลี่ยนแปลง
จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า	133 หน่วยกิต	จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า	124 หน่วยกิต	ปรับลดหน่วยกิต
<b>1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า</b>	<b>30 หน่วยกิต</b>	<b>1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า</b>	<b>30 หน่วยกิต</b>	
1.1 กลุ่มสาระอยู่ดีมีสุข ไม่น้อยกว่า	3 หน่วยกิต	1.1 กลุ่มสาระอยู่ดีมีสุข ไม่น้อยกว่า	3 หน่วยกิต	
01175xxx กิจกรรมพลศึกษา	1(0-2-1)	01175xxx กิจกรรมพลศึกษา	1(0-2-1)	
และให้เลือกรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปในกลุ่มสาระอยู่ดีมีสุขอีกไม่ น้อยกว่า 2 หน่วยกิต		และให้เลือกรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปในกลุ่มสาระอยู่ดีมีสุขอีก ไม่น้อยกว่า 2 หน่วยกิต		
1.2 กลุ่มสาระศาสตร์แห่งผู้ประกอบการ ไม่น้อยกว่า	3 หน่วยกิต	1.2 กลุ่มสาระศาสตร์แห่งผู้ประกอบการ ไม่น้อยกว่า	3 หน่วยกิต	
ให้เลือกรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระศาสตร์แห่ง ผู้ประกอบการ ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต		ให้เลือกรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระศาสตร์แห่ง ผู้ประกอบการ ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต		
1.3 กลุ่มสาระภาษากับการสื่อสาร	13 หน่วยกิต	1.3 กลุ่มสาระภาษากับการสื่อสาร ไม่น้อยกว่า	13 หน่วยกิต	เปลี่ยนตาม โครงสร้างใหม่ ยกเลิกรายวิชา
ให้เลือกรายวิชาหนึ่งวิชา ดังนี้				
01361101 การใช้ภาษาไทยเบื้องต้น 1	3(3-0-6)			
หรือ				
01999021 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	3(3-0-6)			ยกเลิกรายวิชา
วิชาภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา	9( - - )	วิชาภาษาไทย	3( - - )	
วิชาสารสนเทศ/คอมพิวเตอร์	1( - - )	วิชาภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา	9( - - )	
		วิชาสารสนเทศ/คอมพิวเตอร์ ไม่น้อยกว่า	1( - - )	
1.4 กลุ่มสาระพลเมืองไทยและพลเมืองโลก ไม่น้อยกว่า	5 หน่วยกิต	1.4 กลุ่มสาระพลเมืองไทยและพลเมืองโลก ไม่น้อยกว่า	5 หน่วยกิต	
01999111 ศาสตร์แห่งแผ่นดิน	2(2-0-4)	01999111 ศาสตร์แห่งแผ่นดิน	2(2-0-4)	
และให้เลือกรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระพลเมืองไทยและ พลเมืองโลกอีกไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต		และให้เลือกรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระพลเมืองไทย และพลเมืองโลกอีกไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต		
1.5 กลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์ ไม่น้อยกว่า	6 หน่วยกิต	1.5 กลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์ ไม่น้อยกว่า	6 หน่วยกิต	
ให้เลือกรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์ ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต		ให้เลือกรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์ ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต		
<b>2. หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า</b>	<b>97 หน่วยกิต</b>	<b>2. หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า</b>	<b>88 หน่วยกิต</b>	ลดจำนวนหน่วยกิต
- วิชาแกน	39 หน่วยกิต	- วิชาแกน	30 หน่วยกิต	ลดจำนวนหน่วยกิต
01101181 เศรษฐศาสตร์จุลภาค I	3(3-0-6)	01101181 เศรษฐศาสตร์จุลภาค I	3(3-0-6)	
01101182 เศรษฐศาสตร์มหภาค II	3(3-0-6)	01101182 เศรษฐศาสตร์มหภาค I	3(3-0-6)	
01130171 การบัญชีการเงิน	3(3-0-6)	01130171 การบัญชีการเงิน	3(3-0-6)	
01130172 การบัญชีเพื่อการจัดการ	3(3-0-6)	01130172 การบัญชีเพื่อการจัดการ	3(3-0-6)	
01131211 การเงินธุรกิจ	3(3-0-6)	01131211 การเงินธุรกิจ	3(3-0-6)	
01132111 หลักการจัดการ	3(3-0-6)	01132111 หลักการจัดการ	3(3-0-6)	
01132142 สภาพแวดล้อมทางกฎหมายธุรกิจ	3(3-0-6)			ยกเลิกรายวิชา
01132231 สถิติธุรกิจ	3(3-0-6)	01132231 สถิติธุรกิจ	3(3-0-6)	
01132332 การวิเคราะห์เชิงปริมาณเพื่อการตัดสินใจทาง ธุรกิจ	3(3-0-6)			ยกเลิกรายวิชา
01132342 ระบบภาษีอากรธุรกิจ	3(3-0-6)			ยกเลิกรายวิชา
01132413 การจัดการเชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)			ยกเลิกรายวิชา
01133211 การจัดการผลิต	3(3-0-6)	01133211 การจัดการปฏิบัติการ	3(3-0-6)	เปลี่ยนแปลงตาม ต้นสังกัด
01134111 หลักการตลาด	3(3-0-6)	01134111 หลักการตลาด	3(3-0-6)	
		01140221 กฎหมายและภาษีสำหรับธุรกิจ	3(3-0-6)	เพิ่มรายวิชา
- วิชาเฉพาะบังคับ	34 หน่วยกิต	- วิชาเฉพาะบังคับ	34 หน่วยกิต	
01134212 พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0-6)	01134212 พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0-6)	ปรับปรุงรายวิชา
01134321 การตลาดระหว่างประเทศ	3(3-0-6)	01134321 การตลาดระหว่างประเทศ	3(3-0-6)	

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2560			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565			สิ่งที่เปลี่ยนแปลง
01134322	การตลาดดิจิทัล	3(3-0-6)	01134322	การตลาดดิจิทัล	3(3-0-6)	
01134332	การจัดการผลิตภัณฑ์เชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)	01134332	การจัดการผลิตภัณฑ์เชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)	
01134341	การจัดการช่องทางการตลาด	3(3-0-6)	01134341	การจัดการช่องทางการตลาด	3(3-0-6)	
01134351	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	3(3-0-6)	01134351	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	3(3-0-6)	
01134411	การจัดการการตลาด	3(3-0-6)	01134411	การจัดการการตลาด	3(3-0-6)	
01134412	การพยากรณ์การขาย	3(3-0-6)	01134412	การพยากรณ์การขาย	3(3-0-6)	
01134432	กลยุทธ์ราคา	3(3-0-6)	01134432	กลยุทธ์ราคา	3(3-0-6)	
01134491	ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาด	3(3-0-6)	01134491	ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาด	3(3-0-6)	
01134497	สัมมนา	1	01134497	สัมมนา	1	
01134498	ปัญหาพิเศษ	3	01134498	ปัญหาพิเศษ	3	
<b>- วิชาเฉพาะเลือก</b> <b>ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต</b> ให้เลือกเรียนจากกลุ่มสาขาวิชาการตลาดไม่น้อยกว่า 21 หน่วยกิต และ/หรือ เลือกจากนอกสาขาไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต จากตัวอย่างรายวิชาในกลุ่มวิชา ดังต่อไปนี้			<b>- วิชาเฉพาะเลือก</b> <b>ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต</b> ให้เลือกเรียนจากกลุ่มสาขาวิชาการตลาดไม่น้อยกว่า 21 หน่วยกิต และ/หรือ เลือกจากนอกสาขาไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต จากตัวอย่างรายวิชาในกลุ่มวิชา ดังต่อไปนี้			
<b>- กลุ่มวิชาการตลาด</b>			<b>- กลุ่มวิชาการตลาด</b>			
01134311	การจัดซื้อ	3(3-0-6)	01134311	การจัดซื้อ	3(3-0-6)	
01134312	การจัดการการขาย	3(3-0-6)	01134312	การจัดการการขาย	3(3-0-6)	
01134314	จรรยาบรรณทางการตลาด	3(3-0-6)	01134314	จรรยาบรรณทางการตลาด	3(3-0-6)	
01134315	การตลาดเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม	3(3-0-6)	01134315	การตลาดเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม	3(3-0-6)	
01134323	การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์	3(2-2-5)	01134323	การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์	3(2-2-5)	
01134324	การตลาดกีฬา	3(3-0-6)	01134324	การตลาดกีฬา	3(3-0-6)	
01134325	การตลาดการท่องเที่ยว	3(3-0-6)	01134325	การตลาดการท่องเที่ยว	3(3-0-6)	
01134326	การตลาดผู้ประกอบการ	3(3-0-6)	01134326	การตลาดผู้ประกอบการ	3(3-0-6)	เปิดรายวิชาใหม่
01134331	นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา	3(3-0-6)	01134331	นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา	3(3-0-6)	
01134333	การตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา	3(3-0-6)	01134333	การตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา	3(3-0-6)	
01134342	การค้าปลีก	3(3-0-6)	01134342	การค้าปลีก	3(3-0-6)	
01134353	การบริหารลูกค้าสัมพันธ์	3(3-0-6)	01134353	การบริหารลูกค้าสัมพันธ์	3(3-0-6)	
01134354	ศิลปะการขาย	3(3-0-6)	01134354	ศิลปะการขาย	3(3-0-6)	
01134355	การส่งเสริมการขายและการตลาดกิจกรรม	3(3-2-5)	01134355	การส่งเสริมการขายและการตลาดกิจกรรม	3(2-2-5)	
01134356	การโฆษณา	3(3-0-6)	01134356	การโฆษณา	3(3-0-6)	
01134357	กลยุทธ์ตราสินค้าในยุคดิจิทัล	3(3-0-6)	01134357	กลยุทธ์ตราสินค้าในยุคดิจิทัล	3(3-0-6)	เปิดรายวิชาใหม่
01134413	การตลาดและการตัดสินใจ	3(3-0-6)	01134413	การตลาดและการตัดสินใจ	3(3-0-6)	
01134421	การจัดการเพื่อการส่งออกและนำเข้า	3(3-0-6)	01134421	การจัดการเพื่อการส่งออกและนำเข้า	3(3-0-6)	
01134422	การตลาดบริการ	3(3-0-6)	01134422	การตลาดบริการ	3(3-0-6)	
01134423	การตลาดธุรกิจสู่ธุรกิจ	3(3-0-6)	01134423	การตลาดธุรกิจสู่ธุรกิจ	3(3-0-6)	
01134424	ปัญหาประยุกต์และการวิเคราะห์ข้อมูล การตลาด	3(3-0-6)	01134424	ปัญหาประยุกต์และการวิเคราะห์ข้อมูล การตลาด	3(3-0-6)	เปิดรายวิชาใหม่
01134431	การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์	3(3-0-6)	01134431	การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์	3(3-0-6)	
01134442	หลักการจัดการโลจิสติกส์	3(3-0-6)	01134442	หลักการจัดการโลจิสติกส์	3(3-0-6)	
01134490	สหกิจศึกษา	6	01134490	สหกิจศึกษา	6	
01134492	ฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด	3	01134492	ฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด	3	
02749241	การจัดการสินค้าคงคลัง	3(3-0-6)	02749241	การจัดการสินค้าคงคลัง	3(3-0-6)	เปิดรายวิชาใหม่
<b>- กลุ่มวิชาบัญชี</b>			<b>- กลุ่มวิชาบัญชี</b>			
01130112	การบัญชีขั้นกลาง I	3(3-0-6)	01130112	การบัญชีขั้นกลาง I	3(3-0-6)	
01130211	การบัญชีขั้นกลาง II	3(3-0-6)	01130211	การบัญชีขั้นกลาง II	3(3-0-6)	
<b>- กลุ่มวิชาการเงิน</b>			<b>- กลุ่มวิชาการเงิน</b>			
01131312	การใช้คอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ทาง การเงิน	3(3-0-6)	01131312	การใช้คอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ทาง การเงิน	3(3-0-6)	
01131212	การเงินบุคคล	3(3-0-6)	01131212	การเงินบุคคล	3(3-0-6)	
01131315	สินเชื่อและการเรียกเก็บเงิน	3(3-0-6)	01131315	สินเชื่อและการเรียกเก็บเงิน	3(3-0-6)	
01131316	การจัดการสินทรัพย์ธุรกิจ	3(3-0-6)	01131316	การจัดการสินทรัพย์ธุรกิจ	3(3-0-6)	
01131321	การเงินระหว่างประเทศ	3(3-0-6)	01131322	การเงินระหว่างประเทศ	3(3-0-6)	เปลี่ยนแปลงตามต้น สังกัด

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2560			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565			สิ่งที่เปลี่ยนแปลง
01131441	การวิเคราะห์หลักทรัพย์	3(3-0-6)	01131441	การวิเคราะห์หลักทรัพย์	3(3-0-6)	เปลี่ยนแปลงตามต้นสังกัด
<b>กลุ่มวิชาการจัดการ</b>			<b>กลุ่มวิชาการจัดการ</b>			
01132221	พฤติกรรมองค์กร	3(3-0-6)	01132221	พฤติกรรมองค์กร	3(3-0-6)	
01132222	การจัดการทรัพยากรมนุษย์	3(3-0-6)	01132222	การจัดการทรัพยากรมนุษย์	3(3-0-6)	
01132243	ธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม	3(3-0-6)	01132263	ธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม	3(3-0-6)	
01132213	การสื่อสารองค์กร	3(3-0-6)	01132213	การสื่อสารองค์กร	3(3-0-6)	
01132333	ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ	3(3-0-6)	01132333	ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ	3(3-0-6)	
01132334	การวิเคราะห์ระบบงานธุรกิจ	3(3-0-6)	01132334	การวิเคราะห์ระบบงานธุรกิจ	3(3-0-6)	
01132335	การจัดการโครงการทางธุรกิจ	3(3-0-6)	01132335	การจัดการโครงการทางธุรกิจ	3(3-0-6)	
01132461	ความเป็นผู้ประกอบการ	3(3-0-6)	01132462	ความเป็นผู้ประกอบการ	3(3-0-6)	
01132471	การจัดการองค์การเพื่อการเรียนรู้	3(3-0-6)	01132471	การจัดการองค์การเพื่อการเรียนรู้	3(3-0-6)	เปลี่ยนแปลงตามต้นสังกัด
01132351	ธุรกิจระหว่างประเทศ	3(3-0-6)	01132351	ธุรกิจระหว่างประเทศ	3(3-0-6)	
<b>- กลุ่มวิชาการจัดการการผลิต</b>			<b>- กลุ่มวิชาการจัดการการปฏิบัติการและเทคโนโลยี</b>			
01133242	พณิชยอิเล็กทรอนิกส์เบื้องต้น	3(3-0-6)	01133242	พณิชยอิเล็กทรอนิกส์เบื้องต้น	3(3-0-6)	
01133312	การออกแบบระบบการผลิต	3(3-0-6)	01133312	การออกแบบระบบการผลิต	3(3-0-6)	
01133313	การควบคุมต้นทุนการผลิต	3(3-0-6)	01133313	การควบคุมต้นทุนการผลิต	3(3-0-6)	
01133314	การจัดหาเชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)	01133314	การจัดหาเชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)	
01133315	การวางแผนและการควบคุมการผลิต	3(3-0-6)				
01133317	การจัดการคุณภาพ	3(3-0-6)	01133317	การจัดการคุณภาพ	3(3-0-6)	
01133323	การจัดการธุรกิจโรงแรม	3(3-0-6)	01133323	การจัดการธุรกิจโรงแรม	3(3-0-6)	
01133341	การจัดการเทคโนโลยีเบื้องต้น	3(3-0-6)	01133341	การจัดการเทคโนโลยีเบื้องต้น	3(3-0-6)	
01133415	กลยุทธ์เชิงปฏิบัติการ	3(3-0-6)	01133415	กลยุทธ์เชิงปฏิบัติการ	3(3-0-6)	
01133427	การจัดการสายการบิน	3(3-0-6)	01133427	การจัดการสายการบิน	3(3-0-6)	
3. หมวดวิชาเลือกเสรี	ไม่น้อยกว่า	6 หน่วยกิต	3. หมวดวิชาเลือกเสรี	ไม่น้อยกว่า	6 หน่วยกิต	ยกเลิกรายวิชา

6. โครงสร้างของหลักสูตรภายหลังปรับปรุงแก้ไข เมื่อเปรียบเทียบกับโครงสร้างเดิมและเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2558 ของกระทรวงศึกษาธิการ ปรากฏดังนี้

หมวดวิชา	เกณฑ์กระทรวงศึกษาธิการ	โครงสร้างเดิม	โครงสร้างใหม่
1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต
2. หมวดวิชาเฉพาะ	ไม่น้อยกว่า 72 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 97 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 88 หน่วยกิต
- วิชาแกน		39 หน่วยกิต	30 หน่วยกิต
- วิชาเฉพาะบังคับ		34 หน่วยกิต	34 หน่วยกิต
- วิชาเฉพาะเลือก		ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต
3. หมวดวิชาเลือกเสรี	ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต
หน่วยกิตรวม	ไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 133 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 124 หน่วยกิต

7. หลักสูตร



6. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

สถานภาพของหลักสูตร

- หลักสูตรปรับปรุง กำหนดเปิดสอน ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2565
- ปรับปรุงจากหลักสูตร ชื่อ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
- เริ่มใช้มาตั้งแต่ปีการศึกษา 2531
- ปรับปรุงครั้งสุดท้ายเมื่อปีการศึกษา 2560

การพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

- ได้พิจารณากลับกรองโดยคณะกรรมการวิชาการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ในการประชุมครั้งที่ 2/2565 เมื่อวันที่ 7 เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565
- ได้รับอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตรจากสภามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ในการประชุมครั้งที่ 2/2565 เมื่อวันที่ 28 เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565

7. ความพร้อมในการเผยแพร่หลักสูตรที่มีคุณภาพและมาตรฐาน

หลักสูตรจะได้รับการเผยแพร่ว่าเป็นหลักสูตรที่มีคุณภาพและมาตรฐานตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2552 ในปีการศึกษา 2567

8. อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา (ตามตำแหน่งที่ ก.พ. กำหนด)

- 8.1 เจ้าหน้าที่การตลาด
- 8.2 นักวิเคราะห์ตลาด
- 8.3 เจ้าหน้าที่วางแผนการตลาด
- 8.4 ที่ปรึกษาทางการตลาด
- 8.5 เจ้าของธุรกิจส่วนตัว
- 8.6 เจ้าหน้าที่พัฒนาธุรกิจ
- 8.7 พนักงานแนะนำสินค้าและพนักงานขาย
- 8.8 เจ้าหน้าที่ค้าส่ง-ค้าปลีก
- 8.9 นักโฆษณา
- 8.10 นักประชาสัมพันธ์

9. ชื่อ นามสกุล เลขประจำตัวบัตรประชาชน ตำแหน่ง และคุณวุฒิการศึกษาของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร  
 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลำดับ	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่อ-นามสกุล	คุณวุฒิปริญญาตรี	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษาจาก	
					ชื่อสถาบัน	ปี พ.ศ.
1.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	นายดำรงค์ ถาวร	วท.บ.	ฟิสิกส์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี พระจอมเกล้าธนบุรี	2541
			วท.ม.	ระบบสนับสนุนการตัดสินใจ	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2550
2.	อาจารย์	นางสาวทริกา สระทองคำ	บธ.บ.	การเงินการธนาคาร	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม	2548
			บธ.ม.	การตลาด	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2552
3.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	นางสาวรุ่งทิพย์ ไทยสม	บธ.บ.	การตลาด	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	2539
			บธ.ม.	การตลาด	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	2545
			บธ.ด.	บริหารธุรกิจอุตสาหกรรม	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี พระจอมเกล้าพระนครเหนือ	2562
4.	อาจารย์	นายวาทัญญู รัชมิทัต	บธ.บ.	การบริหารตลาด	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	2531
			บธ.ม.	การบริหารตลาด	มหาวิทยาลัยสยาม	2535
			บธ.ด.	การตลาด	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2561
5.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	นายศุภชัย เหมือนโพธิ์	สส.บ.	สังคมสงเคราะห์	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	2549
			บธ.ม.	การตลาด	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2552
			ปร.ด.	พัฒนศึกษา	มหาวิทยาลัยศิลปากร	2559

## 10. สถานที่จัดการเรียนการสอน

เฉพาะในสถาบัน คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

## 11. สถานการณ์ภายนอกหรือการพัฒนาที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนหลักสูตร

### 11.1 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางเศรษฐกิจ

การเปลี่ยนแปลงในสถานการณ์ภายนอกหลายรูปแบบที่สะท้อนและมีผลกระทบต่อการวางแผนหลักสูตรให้สอดคล้องและสามารถสร้างสรรค์และถ่ายทอดความรู้ให้บัณฑิตนำไปใช้บริหารธุรกิจในยุคโลกาภิวัตน์ได้ ซึ่งการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่ชัดเจน ประกอบด้วย

11.1.1 สืบเนื่องจากรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย มาตรา ๖๕ กำหนดให้รัฐพึงจัดให้มียุทธศาสตร์ชาติ และต่อมาได้มีการตราพระราชบัญญัติ การจัดทำยุทธศาสตร์ชาติพ.ศ. ๒๕๖๐ โดยมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ ๑ สิงหาคม ๒๕๖๐ นั้น โดยมีเป้าหมายพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต อุตสาหกรรมและบริการไทยต้องพร้อมรับมือและ สร้างโอกาสจากความท้าทายที่เกิดขึ้นจากการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ ๔ ที่เป็นผลของการหลอม หลอม เทคโนโลยีดิจิทัล เทคโนโลยีชีวภาพ และเทคโนโลยีทางกายภาพเข้าด้วยกัน ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างรวดเร็วเป็นวงกว้างและลึกซึ้งทั้งระบบอย่างที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงพื้นฐานโครงสร้างอุตสาหกรรมและบริการ และขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่ประเทศพัฒนาแล้วด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี แห่งอนาคต เพิ่มบุคลากรที่มีทักษะและความรู้ตามความต้องการของตลาด สร้างระบบนิเวศ อุตสาหกรรมและบริการที่เหมาะสม และสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการอย่างยั่งยืน ซึ่งหลักสูตรด้านการตลาดมุ่งเน้นในการพัฒนาบัณฑิตให้มีทั้งความรู้และทักษะในการพัฒนาสร้างสรรค์และเพิ่มมูลค่าแก่สินค้าและบริการ เพื่อต่อยอดการพัฒนาเศรษฐกิจให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น ทั้งนี้ การเกิดสาขาอุตสาหกรรมและบริการใหม่ ๆ ได้แก่ (1) กลุ่มอาหาร เกษตร และเทคโนโลยีชีวภาพ (2) กลุ่มสาธารณสุข สุขภาพ และเทคโนโลยีทางการแพทย์ (3) กลุ่มเครื่องมืออุปกรณ์อัจฉริยะ หุ่นยนต์ และระบบเครื่องกล ที่ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ควบคุม (4) กลุ่มดิจิทัล เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมต่อและบังคับอุปกรณ์ต่างๆ ปัญญาประดิษฐ์และเทคโนโลยีสมองกลฝังตัว และ (5) กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และบริการที่มีมูลค่าสูง รวมทั้งรูปแบบและกระบวนการ ประกอบธุรกิจบริการจะเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและหลากหลาย รูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการ มีวัฏจักรชีวิตสั้นลง การแข่งขันในตลาดอยู่บนฐานของการใช้นวัตกรรมทั้งในกระบวนการผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการ นวัตกรรมด้านตลาดและการบริหารจัดการ

11.1.2 การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี การปฏิวัติยุคดิจิทัลทำให้เกิดยุคของข้อมูลข่าวสารไร้พรมแดน การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ทำให้เกิดธุรกิจรูปแบบใหม่ ๆ ที่อาศัยเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มากขึ้น นอกจากนั้นยังมีการพัฒนาระบบเครือข่ายทางสังคม เช่น Facebook, Twitter, Youtube, Line เป็นต้น ซึ่งการจัดการเรียนการสอนในแต่ละรายวิชาจะต้องนำสิ่งเหล่านี้ไปประยุกต์ใช้

### 11.2 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางสังคมและวัฒนธรรม

11.2.1 ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 หรือที่เรียกกันว่าโควิด-19 สาขาวิชาการตลาด ได้สนองนโยบายของทางมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยการจัดการเรียนการสอน และการสอบ ในรูปแบบออนไลน์ เพื่อลดสถานการณ์การแพร่ระบาดภายในหน่วยงาน และได้มีโอกาสเรียนเชิญอาจารย์พิเศษ



ผู้ประกอบการที่มีความรู้ ความสามารถ มาเป็นวิทยากรบรรยายให้กับนิสิต เพื่อเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ รวมถึงการปฏิบัติตัวของนิสิตในช่วงสถานการณ์ดังกล่าวให้กับนิสิตสาขาวิชาการตลาดอย่างต่อเนื่อง

11.2.2 การแพร่หลายทางวัฒนธรรมเนื่องจากการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนและความก้าวหน้าของการสื่อสารด้วยเทคโนโลยีนั้น ส่งผลให้นิสิตมีการเรียนรู้วัฒนธรรมของประเทศต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น ในขณะเดียวกันก็ต้องเป็นผู้ที่ถ่ายทอดวัฒนธรรมไทยอันดีงามสู่สายตาประชาคมโลก กล่าวคือ นิสิตได้เรียนรู้ภาษาต่างประเทศที่หลากหลายขึ้น จากการชมตัวอย่างภาพยนตร์โฆษณา การศึกษาตัวสินค้าและการศึกษาปัจจัยด้านวัฒนธรรมที่จำเป็นต่อการวิเคราะห์และวางแผนการตลาด ซึ่งจะนำไปสู่การศึกษาวัฒนธรรมด้านอื่น ๆ ต่อไป

## 12. ผลกระทบจาก ข้อ 11.1 และ 11.2 ต่อการพัฒนาหลักสูตรและความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

### 12.1 การพัฒนาหลักสูตร

หลักสูตรการตลาดมุ่งเน้นในการพัฒนาบัณฑิตให้มีทั้งความรู้และทักษะในการพัฒนาสร้างสรรค์และเพิ่มมูลค่าแก่สินค้าและบริการ เพื่อต่อยอดการพัฒนาเศรษฐกิจให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น จึงจำเป็นต้องปรับหลักสูตรให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงด้านวิชาการ ความรู้ ประสบการณ์มากขึ้น ดังนั้นจึงต้องเปิดโอกาสให้นิสิตได้เลือกเรียนกลุ่มวิชาต่าง ๆ เพิ่มเติม ผลกระทบจากการสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยี สังคมและวัฒนธรรม ส่งผลต่อการพัฒนาและปรับปรุงรายวิชาและหลักสูตรโดยเน้นความหลากหลายและเสรีในสาขาวิชาการตลาดมากขึ้น และมีความกระชับโดยผนวกรวมวิชาแกนเข้ากับวิชาเฉพาะบังคับ รวม 88 หน่วยกิต ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการศึกษาเสรีนอกห้องเรียนทางการตลาดและการประยุกต์ใช้เครื่องมือกับยุคดิจิทัล การร่วมกิจกรรมกับสถาบันเครือข่าย การปรับปรุงรายวิชา โดยพัฒนาวิชาใหม่ ๆ ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยี สังคมและวัฒนธรรม เช่น การตลาดผู้ประกอบการ กลยุทธ์ตราสินค้าในยุคดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์และการวิเคราะห์ข้อมูล การตลาด

### 12.2 ความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

จากการเปลี่ยนแปลงของสภาพทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยี สังคมและวัฒนธรรมนั้น ส่งผลให้ต้องมีการปรับปรุงหลักสูตรให้มีความทันสมัย ตลอดจนการผลิตบัณฑิตที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต ซึ่งสอดคล้องกับพันธกิจของมหาวิทยาลัยในการที่มุ่งมั่นแสวงหา และพัฒนาความรู้ให้เกิดความเจริญงอกงามทางภูมิปัญญาที่เพียบพร้อมด้วยหลักวิชาการ จริยธรรมและคุณธรรม ตลอดจนเป็นผู้ชี้นำทิศทางการสืบทอดเจตนารมณ์ที่ดีของสังคม เพื่อความคงอยู่ ความเจริญและความเป็นอารยะของชาติ นอกจากนั้นยังมุ่งมั่นให้มีความเป็นเลิศทางวิชาการระดับชาติ และนานาชาติ มีผลงานเป็นที่ยอมรับของสากล เป็นแกนนำในการระดมภูมิปัญญาเพื่อพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนและสร้างคุณค่าแก่สังคมไทยอย่างต่อเนื่อง ด้วยการสร้างและพัฒนาองค์ความรู้ด้านบริหารธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้คณาจารย์ เจ้าหน้าที่ นิสิต และประชาชน มีศักยภาพด้านบริหารธุรกิจระดับชาติ และนานาชาติ โดยมีมนุษยสัมพันธ์ คุณธรรมและรับผิดชอบต่อสังคม

ดังนั้นการปรับปรุงหลักสูตรจึงต้องพัฒนาความรู้ความสามารถ ตลอดจนการปลูกฝังผู้เรียนให้มีคุณธรรม จริยธรรม เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของบัณฑิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน สังคมและประเทศชาติ

### 13. ความสัมพันธ์กับหลักสูตรอื่นที่เปิดสอนในคณะ/ภาควิชาอื่นของสถาบัน

#### 13.1 หมวดวิชา/กลุ่มวิชา/รายวิชาในหลักสูตร ที่เปิดสอนโดย คณะ/ภาควิชา/หลักสูตรอื่น

รายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป

รายวิชาในหมวดวิชาแกน เปิดสอนโดยคณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ โครงการจัดตั้งภาควิชาเทคโนโลยีการบัญชี และโครงการจัดตั้งภาควิชาการจัดการธุรกิจ

#### 13.2 หมวดวิชา/กลุ่มวิชา/รายวิชาในหลักสูตร ที่เปิดสอนให้ คณะ/ภาควิชา/หลักสูตรอื่น

01134111 หลักการตลาด

01134321 การตลาดระหว่างประเทศ

#### 13.3 การบริหารจัดการ

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรทำหน้าที่วางแผนการจัดการเรียนการสอนของรายวิชาในข้อ 13.1 และ 13.2 ร่วมกับคณะกรรมการบริหารหลักสูตร คณะกรรมการการศึกษาของคณะฯ และอาจารย์ผู้สอนในแต่ละรายวิชา รวมถึงติดตามและรวบรวมข้อมูลสำหรับใช้ในการปรับปรุงและพัฒนารายวิชาดังกล่าวให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของหลักสูตร โดยกระทำทุกปีอย่างต่อเนื่อง

## หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร

### 1. ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

#### 1.1 ปรัชญา

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เป็นหลักสูตรที่มุ่งผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ความสามารถในศาสตร์ทางธุรกิจและศาสตร์ทางการตลาด เพียบพร้อมไปด้วยความรู้เชิงวิชาการ ความสามารถในการคิด วิเคราะห์และประยุกต์ใช้ความรู้ทั้งเชิงทฤษฎีและปฏิบัติในการทำงานเพื่อดำรงชีพบนพื้นฐานของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง สามารถปรับตัวและพัฒนาขีดความสามารถของตนเองเพื่อการแข่งขันในประชาคมอาเซียน ควบคู่ไปกับการเป็นผู้มีจริยธรรม คุณธรรม และความรับผิดชอบต่อตนเอง ชุมชนและสังคม ตลอดจนเป็นผู้ที่นำความรู้ความสามารถออกไปปรับใช้สังคมและประเทศชาติอย่างมีประสิทธิภาพ

#### 1.2 ความสำคัญ

ในการดำเนินธุรกิจของทุกองค์กรไม่ว่าภาครัฐหรือภาคเอกชนนั้น การตลาดมีความสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนให้เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์กรไปสู่ผู้บริโภคคนสุดท้าย และนำรายได้เข้าสู่องค์กร ดังนั้นหน้าที่ทางการตลาดจึงเป็นหัวใจสำคัญของทุกองค์กร ซึ่งต้องมีการศึกษาติดตามสถานการณ์สภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์และวางแผนการตลาดให้สอดคล้องเหมาะสมต่อองค์กร ดังนั้น การผลิตบัณฑิตสาขาการตลาดจึงเป็นเรื่องจำเป็นอย่างยิ่งที่จะไปตอบสนองต่อความต้องการของตลาดอาชีพในภาครัฐและเอกชน

#### 1.3 วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1.3.1 เพื่อผลิตบัณฑิตระดับปริญญาตรี สาขาการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดอาชีพ ซึ่งต้องการบุคลากรที่มีความรอบรู้ทั้งด้านบริหารธุรกิจและด้านการตลาด ที่สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ ทักษะและความสามารถในการให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมีลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการและมีความคิดสร้างสรรค์

## 2. แผนพัฒนาปรับปรุง

แผนการพัฒนา/เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
1. ปรับปรุงหลักสูตรใหม่อย่างน้อย ทุก ๆ 5 ปี ให้มีมาตรฐานตามข้อกำหนด ของ สกอ. และสอดคล้องกับความ ต้องการของผู้ใช้บัณฑิตและสังคม	การจัดทำวิจัยสถาบัน เพื่อรองรับ การพัฒนาหลักสูตรตามรอบ ระยะเวลา	- รายงานวิจัยสถาบัน - เอกสารการปรับปรุงการสอน
2. พัฒนาปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัย สอดคล้องกับความต้องการของตลาด อาชีพ	จัดสัมมนารับฟังความเห็นจาก ผู้ใช้บัณฑิต และนักวิชาการ	- รายงานการเข้าร่วม/จัดสัมมนา ร่วมกับผู้ประกอบการ และ คณาจารย์ - แผนพัฒนาอาจารย์

### หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการและโครงสร้างของหลักสูตร

#### 1. ระบบการจัดการศึกษา

##### 1.1 ระบบ

ระบบจัดการศึกษา ใช้ระบบทวิภาค โดย 1 ปีการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ภาคการศึกษาปกติ

1 ภาคการศึกษาปกติ มีระยะเวลาศึกษาไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์

##### 1.2 การจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน

ไม่มี

##### 1.3 การเทียบเคียงหน่วยกิตในระบบทวิภาค

ไม่มี

#### 2. การดำเนินการหลักสูตร

##### 2.1 วัน - เวลาในการดำเนินการเรียนการสอน

วัน-เวลาราชการ

ภาคการศึกษาที่ 1 เดือนมิถุนายน - เดือนตุลาคม

ภาคการศึกษาที่ 2 เดือนพฤศจิกายน - เดือนมีนาคม

##### 2.2 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

ต้องเป็นผู้สำเร็จชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า และไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

1. เป็นผู้มีความประพฤติเสียหายอย่างร้ายแรง
2. เป็นคนวิกลจริต
3. เป็นโรคติดต่อร้ายแรงหรือโรคสำคัญที่จะเป็นอุปสรรคขัดขวางต่อการศึกษา
4. ถูกตัดชื่อออกจากสถานศึกษาเพราะกระทำความผิดทางวินัย

##### 2.3 ปัญหาของนิสิตแรกเข้า

การปรับตัวเกี่ยวกับการเรียนและการทำกิจกรรมต่างๆ ของมหาวิทยาลัย

## 2.4 กลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา/ข้อจำกัดของนิสิตในข้อ 2.3

ดำเนินการแต่งตั้งอาจารย์ที่ปรึกษาให้กับนิสิตแรกเข้า เพื่อให้ทราบปัญหาความต้องการจำเป็นของนิสิต และให้คำปรึกษาที่ถูกต้องแก่นิสิต

## 2.5 แผนการรับนิสิตและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี

### 2.5.1 แผนการรับนิสิต ภาคปกติ

ปีที่	ปีการศึกษา				
	2565	2566	2567	2568	2569
1	80	80	80	80	80
2		80	80	80	80
3			80	80	80
4				80	80
รวม	80	160	240	320	320
จำนวนนิสิตที่คาดว่าจะจบ					80

### 2.5.2 แผนการรับนิสิต ภาคพิเศษ

ปีที่	ปีการศึกษา				
	2565	2566	2567	2568	2569
1	80	80	80	80	80
2		80	80	80	80
3			80	80	80
4				80	80
รวม	80	160	240	320	320
จำนวนนิสิตที่คาดว่าจะจบ					80

## 2.6 งบประมาณตามแผน

2.6.1 งบประมาณรายรับ ภาคปกติ (หน่วย : บาท) (จะมีเฉพาะค่าธรรมเนียมกับงบอุดหนุนจากรัฐบาล) ตาม มคอ.

รายละเอียดรายรับ	ปีงบประมาณ				
	2565	2566	2567	2568	2569
เงินรายได้จากการจัดการศึกษา	10,315,870	10,311,084	10,592,979	10,602,579	10,602,579
รวมรายรับ	10,315,870	10,311,084	10,592,979	10,602,579	10,602,579

2.6.2 งบประมาณรายจ่าย ภาคปกติ (หน่วย : บาท)

หมวดเงิน	ปีงบประมาณ				
	2565	2566	2567	2568	2569
งบบุคลากร	2,534,550	2,661,282	2,794,395	2,934,150	3,080,857
งบดำเนินงาน	3,488,800	3,663,300	3,846,500	4,038,905	4,240,766
งบอุดหนุน	2,730,000	2,730,000	2,730,000	2,730,000	2,730,000
งบรายจ่ายอื่น	772,000	772,000	772,000	772,000	772,000
งบกลาง	267,200	-	-	-	-
รวมรายจ่าย	9,792,550	9,826,582	10,142,895	10,475,055	10,823,623
จำนวนนิสิต	642	634	625	640	640
ค่าใช้จ่ายต่อหัวในการผลิต บัณฑิตตามหลักสูตร (หน่วย : บาท)	15,253	15,499	16,229	16,367	16,912

2.6.3 งบประมาณรายรับ ภาคพิเศษ (หน่วย : บาท)

รายละเอียดรายรับ	ปีงบประมาณ				
	2565	2566	2567	2568	2569
เงินรายได้จากการจัดการศึกษา	10,315,870	10,311,084	10,592,979	10,602,579	10,602,579
รวมรายรับ	10,315,870	10,311,084	10,592,979	10,602,579	10,602,579

2.6.4 งบประมาณรายจ่าย ภาคพิเศษ (หน่วย : บาท)

หมวดเงิน	ปีงบประมาณ				
	2565	2566	2567	2568	2569
งบบุคลากร	2,534,550	2,661,282	2,794,395	2,934,150	3,080,857
งบดำเนินงาน	3,488,800	3,663,300	3,846,500	4,038,905	4,240,766
งบอุดหนุน	2,730,000	2,730,000	2,730,000	2,730,000	2,730,000
งบรายจ่ายอื่น	772,000	772,000	772,000	772,000	772,000
งบกลาง	267,200	-	-	-	-
รวมรายจ่าย	9,792,550	9,826,582	10,142,895	10,475,055	10,823,623
จำนวนนิสิต	642	634	625	640	640
ค่าใช้จ่ายต่อหัวในการผลิต บัณฑิตตามหลักสูตร (หน่วย : บาท)	15,253	15,499	16,229	16,367	16,912

## 2.7 ระบบการศึกษา

แบบชั้นเรียนและการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

## 2.8 การเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชาและการลงทะเบียนเรียนข้ามมหาวิทยาลัย (ถ้ามี)

ตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปริญญาตรี (หมวดที่ 3 ข้อ 2.8 การเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชา และการลงทะเบียนเรียนข้ามมหาวิทยาลัย)

2.8 การเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชา และการลงทะเบียนเรียนข้ามมหาวิทยาลัย

ตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ดังนี้

### ข้อ 20 การเทียบรายวิชาและการโอนหน่วยกิต

#### 20.1 นิสิตที่มีสิทธิขอเทียบรายวิชาและโอนหน่วยกิต ประกอบด้วย

20.1.1 นิสิตที่ย้ายคณะ ย้ายหลักสูตร หรือย้ายสาขาวิชาเอก มีสิทธิเทียบทุกรายวิชาที่ปรากฏอยู่ในหลักสูตรที่รับเข้า

20.1.2 นิสิตที่สอบคัดเลือกเข้ามาใหม่ไม่มีสิทธิเทียบรายวิชา ยกเว้นนิสิตของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ที่สิ้นสุดสถานภาพนิสิตในระยะเวลาไม่เกิน 2 ปี จึงมีสิทธิขอเทียบรายวิชาที่มีระดับคะแนนไม่ต่ำกว่า C หรือ 2.0

20.1.3 นิสิตในโครงการความร่วมมือ ที่ได้กำหนดไว้ในโครงการว่าสามารถขอเทียบรายวิชาได้

20.1.4 นิสิตที่รับโอนหรือรับเข้าศึกษาต่อมาจากสถานศึกษาอื่น

20.1.5 นิสิตที่ได้รับอนุมัติให้ลงทะเบียนเรียนข้ามสถานศึกษาหรือวิทยาเขต

#### 20.2 เกณฑ์การเทียบรายวิชาและโอนหน่วยกิต ประกอบด้วย

20.2.1 การเทียบรายวิชาสำหรับนิสิตที่รับโอนหรือรับเข้าศึกษาต่อมาจากสถานศึกษาอื่น เป็นรายวิชาที่เทียบได้กับรายวิชาในหลักสูตรที่รับเข้า โดยได้ระดับคะแนนไม่ต่ำกว่า C หรือ 2.0 ให้บันทึกเป็น P เท่านั้น ทั้งนี้ นิสิตที่รับโอนสามารถเทียบรายวิชาและโอนหน่วยกิตได้ไม่เกินกึ่งหนึ่งของหน่วยกิตรวมตามหลักสูตรที่รับเข้า ส่วนนิสิตที่รับเข้าศึกษาต่อสามารถเทียบรายวิชาและโอนหน่วยกิตได้ไม่เกินสองในสามของหน่วยกิตรวมตามหลักสูตรของคณะที่รับเข้า

20.2.2 การเทียบรายวิชา สำหรับนิสิตต่างสถาบันให้อยู่ในดุลยพินิจของอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา โดยผ่านความเห็นชอบของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอนุมัติจากคณบดีเจ้าสังกัดรายวิชานั้น

#### 20.3 การเทียบโอนในลักษณะกลุ่มวิชา

20.3.1 เนื้อหาโดยรวมของกลุ่มวิชาที่จะนำมาขอเทียบกับเนื้อหาโดยรวมของกลุ่มวิชาที่เทียบได้ ต้องมีความสอดคล้องกันไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 และจำนวนหน่วยกิตรวมของกลุ่มวิชาที่จะนำมาขอเทียบโอนต้องไม่น้อยกว่าจำนวนหน่วยกิตรวมของกลุ่มวิชาที่เทียบโอนได้

20.3.2 ทุกรายวิชาในกลุ่มวิชาที่จะนำมาขอเทียบโอน ต้องมีระดับคะแนนไม่ต่ำกว่า C หรือ 2.0 เทียบได้ระดับคะแนน P

20.3.3 กรณีที่รายวิชาที่จะนำมาขอเทียบโอนเป็นรายวิชาในระบบการเรียนที่มีไชระบบทวิภาค ให้อยู่ในดุลยพินิจของอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ผ่านความเห็นชอบของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และอนุมัติของคณบดีเจ้าสังกัดรายวิชา โดยพิจารณาเทียบจำนวนหน่วยกิตให้ได้ตามเกณฑ์ของระบบทวิภาค

20.4 การเทียบโอนจากประสบการณ์ การเทียบโอนจากการศึกษานอกระบบ และการเทียบโอนจากระบบการศึกษาตามอัธยาศัยให้อยู่ในดุลยพินิจของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และอนุมัติจากคณบดีเจ้าสังกัดหลักสูตร โดยอาจจัดให้มีการทดสอบข้อเขียน หรือภาคปฏิบัติเพิ่มเติมได้ตามที่เห็นสมควร

20.5 นิสิตต้องดำเนินการขอเทียบรายวิชา เพื่อยกเว้นไม่ต้องเรียน โดยผ่านความเห็นชอบของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และคณบดีเจ้าสังกัดนิสิต และส่งหลักฐานการขออนุมัติต่อคณบดีเจ้าสังกัดนิสิตภายในภาคการศึกษาปกติแรก ที่นิสิตย้ายคณะ ย้ายหลักสูตร ย้ายสาขาวิชาเอก ได้รับคัดเลือกเข้าศึกษาหรือรับโอนมาจากสถานศึกษาอื่น กรณีที่มีความจำเป็นไม่อาจดำเนินการให้แล้วเสร็จตามกำหนด ให้อยู่ในดุลยพินิจของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และอนุมัติของคณบดีเจ้าสังกัดนิสิต

### ข้อ 21 การลงทะเบียนเรียนข้ามสถาบันและการเรียนข้ามวิทยาเขต

- 21.1 นิสิตอาจลงทะเบียนเรียนข้ามสถาบันได้ในแต่ละภาคการศึกษา หากเป็นการลงทะเบียนเรียนเพื่อเพิ่มพูนความรู้ประเภทไม่นับหน่วยกิต (audit) การอนุมัติให้ลงทะเบียนเรียนข้ามสถาบันให้เป็นอำนาจของคณบดีเจ้าสังกัดนิสิต
- 21.2 นิสิตที่ประสงค์จะลงทะเบียนเรียนข้ามสถาบันเพื่อนับหน่วยกิตในหลักสูตร จะต้องเป็นไปตามเงื่อนไขข้อใดข้อหนึ่งดังนี้
- 21.2.1 เป็นนิสิตที่อยู่ในโครงการของหลักสูตรที่จัดให้มีการเรียนการสอนร่วมระหว่างสถาบัน โดยได้รับความเห็นชอบจากคณบดีเจ้าสังกัดหลักสูตร
- 21.2.2 เป็นนิสิตที่ลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษาปีสุดท้าย แต่รายวิชาที่จะเรียนไม่เปิดสอนในภาคการศึกษานั้นๆ
- 21.3 รายวิชาที่จะลงทะเบียนเรียนในสถาบันอื่นจะต้องได้รับการเทียบรายวิชาตามหลักสูตรของมหาวิทยาลัย การเทียบให้อยู่ในดุลยพินิจของอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา และอนุมัติของคณบดีเจ้าสังกัดรายวิชา โดยถือเกณฑ์เนื้อหาและจำนวนหน่วยกิตเป็นหลัก
- 21.4 ผลการเรียนจากสถาบันอื่นให้บันทึกเป็น P หรือ NP และไม่นำไปคิดแต้มคะแนนเฉลี่ยสะสม ยกเว้นการลงทะเบียนเรียนข้ามวิทยาเขตและการลงทะเบียนเรียนในรายวิชาที่อยู่ในหลักสูตรที่จัดร่วมกันระหว่างมหาวิทยาลัยกับสถาบันอื่นให้อยู่ในดุลยพินิจของอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอนุมัติของคณบดีเจ้าสังกัดรายวิชา โดยสามารถนำมาคิดแต้มคะแนนเฉลี่ยสะสมได้
- 21.5 การผ่อนผันเงื่อนไขข้อ ๒1.4 จะต้องได้รับความเห็นชอบจากคณบดีเจ้าสังกัดนิสิต และอนุมัติโดยตรงอธิการบดีที่ได้รับมอบหมายให้ดูแลงานด้านวิชาการ
- 21.6 นิสิตลงทะเบียนเรียนข้ามวิทยาเขตได้โดยได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและอนุมัติจากคณบดีเจ้าสังกัดนิสิต ทั้งนี้ต้องลงทะเบียนและชำระค่าธรรมเนียมการศึกษา ณ วิทยาเขตที่นิสิตสังกัดก่อนจึงจะชำระค่าธรรมเนียมการรับลงทะเบียนข้ามวิทยาเขตตามประกาศมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

### 3. หลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน

#### 3.1 หลักสูตร

3.1.1 จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 124 หน่วยกิต

#### 3.1.2 โครงสร้างหลักสูตร

1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต

- กลุ่มสาระอยู่ดีมีสุข	ไม่น้อยกว่า	3	หน่วยกิต
- กลุ่มสาระศาสตร์แห่งผู้ประกอบการ	ไม่น้อยกว่า	3	หน่วยกิต
- กลุ่มสาระภาษากับการสื่อสาร	ไม่น้อยกว่า	13	หน่วยกิต
- กลุ่มสาระพลเมืองไทยพลเมืองโลก	ไม่น้อยกว่า	5	หน่วยกิต
- กลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์	ไม่น้อยกว่า	6	หน่วยกิต

2) หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า 88 หน่วยกิต

- วิชาแกน		30	หน่วยกิต
- วิชาเฉพาะบังคับ		34	หน่วยกิต
- วิชาเฉพาะเลือก	ไม่น้อยกว่า	24	หน่วยกิต

3) หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

### 3.1.3 รายวิชา

1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต
  - กลุ่มสาระอยู่ดีมีสุข ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต  
01175xxx กิจกรรมพลศึกษา 1(0-2-1)  
(Physical Education Activities)  
และให้เลือกรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปในกลุ่มสาระอยู่ดีมีสุขอีกไม่น้อยกว่า 2 หน่วยกิต
  - กลุ่มสาระศาสตร์แห่งผู้ประกอบการ ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต  
ให้เลือกรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระศาสตร์แห่งผู้ประกอบการ ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต
  - กลุ่มสาระภาษากับการสื่อสาร ไม่น้อยกว่า 13 หน่วยกิต
    - วิชาภาษาไทย 3(- -)
    - วิชาภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา 9(- -)
    - วิชาสารสนเทศ/คอมพิวเตอร์ ไม่น้อยกว่า 1(- -)
  - กลุ่มสาระพลเมืองไทยและพลเมืองโลก ไม่น้อยกว่า 5 หน่วยกิต  
01999111 ศาสตร์แห่งแผ่นดิน 2(2-0-4)  
(Knowledge of the Land)  
และให้เลือกรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระพลเมืองไทยและพลเมืองโลก อีกไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต
  - กลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์ ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต  
ให้เลือกรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์ ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต
2. หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า 88 หน่วยกิต
  - วิชาแกน 30 หน่วยกิต
    - 01101181 เศรษฐศาสตร์จุลภาค I 3(3-0-6)  
(Microeconomics I)
    - 01101182 เศรษฐศาสตร์มหภาค I 3(3-0-6)  
(Macroeconomics I)
    - 01130171 การบัญชีการเงิน 3(3-0-6)  
(Financial of Accounting)
    - 01130172 การบัญชีเพื่อการจัดการ 3(3-0-6)  
(Management Accounting)
    - 01131211 การเงินธุรกิจ 3(3-0-6)  
(Business Finance)



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)
<b>- วิชาเฉพาะบังคับ</b>		<b>34 หน่วยกิต</b>
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

---

\*\*รายวิชาปรับปรุง

- 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 Age)	3(3-0-6)

\* รายวิชาเปิดใหม่

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*	การวิเคราะห์ข้อมูลการตลาด (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
02749241	การจัดการสินค้าคงคลัง (Inventory Management)	3(3-0-6)
<b>- กลุ่มวิชาบัญชี</b>		
01130112	การบัญชีขั้นกลาง I (Intermediate Accounting I)	3(3-0-6)
01130211	การบัญชีขั้นกลาง II (Intermediate Accounting II)	3(3-0-6)
<b>- กลุ่มวิชาการเงิน</b>		
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)
<b>- กลุ่มวิชาการจัดการ</b>		
01132213	การสื่อสารองค์การ (Organization Communication)	3(3-0-6)

\* รายวิชาเปิดใหม่

01132221	พฤติกรรมองค์การ (Organizational Behavior)	3(3-0-6)
01132222	การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management)	3(3-0-6)
01132263	ธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม (Business and Social Responsibilities)	3(3-0-6)
01132333	ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ (Management 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)
<b>- กลุ่มวิชาการจัดการการปฏิบัติการและเทคโนโลยี</b>		
01133242	พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เบื้องต้น (Introduction to Electronic Commerce)	3(3-0-6)
01133312	การออกแบบระบบการผลิต (Operations System Design)	3(3-0-6)
01133313	การควบคุมต้นทุนการผลิต (Operations Cost Control)	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	การจัดการเทคโนโลยีเบื้องต้น (Introduction to Technology Management)	3(3-0-6)
01133415	กลยุทธ์เชิงปฏิบัติการ (Operations Strategy)	3(3-0-6)
01133427	การจัดการสายการบิน (Airline Management)	3(3-0-6)

### 3. หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

## ความหมายของเลขรหัสประจำวิชา

ความหมายของเลขรหัสประจำวิชาในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ประกอบด้วยเลข 8 หลัก มีความหมายดังนี้

เลขลำดับที่ 1-2 (01)	หมายถึง	วิทยาเขตบางเขน
(02)	หมายถึง	วิทยาเขตกำแพงแสน
เลขลำดับที่ 3-5 (134)	หมายถึง	สาขาวิชาการตลาด
เลขลำดับที่ 3-5 (749)	หมายถึง	สาขาวิชาการตลาด
เลขลำดับที่ 6	หมายถึง	ระดับชั้นปี
เลขลำดับที่ 7	มีความหมายดังนี้	
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

### 3.1.4 แผนการศึกษา

#### แผนการศึกษาแบบไม่เรียนวิชาสหกิจศึกษา

<b>ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 1</b>		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)
	ภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา	3( - - )
	วิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์	<u>3( - - )</u>
	<b>รวม</b>	<b><u>15( - - )</u></b>
<b>ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 2</b>		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)
	วิชาภาษาไทย	3( - - )
	วิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มสาระอยู่ดีมีสุข	<u>2( - - )</u>
	วิชาสารสนเทศ/คอมพิวเตอร์	<u>1( - - )</u>
	<b>รวม</b>	<b><u>15( - - )</u></b>
<b>ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 1</b>		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)
	ภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา	3( - - )
	วิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มสาระพลเมืองไทยพลเมืองโลก	<u>3( - - )</u>
	<b>รวม</b>	<b><u>15( - - )</u></b>
<b>ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2</b>		จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
01131211	การเงินธุรกิจ	3(3-0-6)
01132231	สถิติธุรกิจ	3(3-0-6)
01140221	กฎหมายและภาษีสำหรับธุรกิจ	3(3-0-6)
	วิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์	3( - - )
	วิชาเลือกเสรี	3( - - )
	ภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา	<u>3( - - )</u>
	<b>รวม</b>	<b><u>18( - - )</u></b>

<b>ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1</b>		จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
01134332	การจัดการผลิตภัณฑ์เชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)
01134351	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	3(3-0-6)
	วิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มสาระศาสตร์แห่ง	3( - - )
	ผู้ประกอบการ	
	วิชาเลือกเสรี	3( - - )
	วิชาเฉพาะเลือก	6( - - )
	<b>รวม</b>	<b><u>18( - - )</u></b>

<b>ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2</b>		จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
01134321	การตลาดระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
01134341	การจัดการช่องทางการตลาด	3(3-0-6)
01134322	การตลาดดิจิทัล	3(3-0-6)
	วิชาเฉพาะเลือก	6( - - )
	<b>รวม</b>	<b><u>15( - - )</u></b>

<b>ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 1</b>		จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
01134411	การจัดการการตลาด	3(3-0-6)
01134432	กลยุทธ์ราคา	3(3-0-6)
01134491	ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาด	3(3-0-6)
	วิชาเฉพาะเลือก	6( - - )
	<b>รวม</b>	<b><u>15( - - )</u></b>

<b>ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 2</b>		จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
01134412	การพยากรณ์การขาย	3(3-0-6)
01134497	สัมมนา	1
01134498	ปัญหาพิเศษ	3
	วิชาเฉพาะเลือก	6( - - )
	<b>รวม</b>	<b><u>13( - - )</u></b>

แผนการศึกษาแบบเรียนวิชาสหกิจศึกษา

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)
ภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา	3( - - )
วิชาภาษาไทย	3(3-0-6)
วิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์	3( - - )
<b>รวม</b>	<b><u>18( - - )</u></b>

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)
วิชาสารสนเทศ/คอมพิวเตอร์	1( - - )
วิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มสาระอยู่ดีมีสุข	2( - - )
วิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มสาระพลเมืองไทยพลเมืองโลก	3( - - )
วิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์	<u>3( - - )</u>
<b>รวม</b>	<b><u>18( - - )</u></b>

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)
ภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา	3( - - )
วิชาเลือกเสรี	<u>6( - - )</u>
<b>รวม</b>	<b><u>18( - - )</u></b>

ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2	จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
01131211 การเงินธุรกิจ	3(3-0-6)
01132231 สถิติธุรกิจ	3(3-0-6)
01140221 กฎหมายและภาษีสำหรับธุรกิจ	3(3-0-6)
ภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา	3( - - )
วิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มสาระศาสตร์แห่งผู้ประกอบการ	3( - - )
วิชาเฉพาะเลือก	<u>3( - - )</u>
<b>รวม</b>	<b><u>18( - - )</u></b>



ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1		จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
01134332	การจัดการผลิตภัณฑ์เชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)
01134351	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	3(3-0-6)
01134411	การจัดการการตลาด	3(3-0-6)
	วิชาเฉพาะเลือก	<u>9( - - )</u>
	<b>รวม</b>	<b><u>18( - - )</u></b>

ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2		จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
01134321	การตลาดระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
01134341	การจัดการช่องทางการตลาด	3(3-0-6)
01134322	การตลาดดิจิทัล	3(3-0-6)
01134432	กลยุทธ์ราคา	<u>3(3-0-6)</u>
01134491	ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาด	3(3-0-6)
	<b>รวม</b>	<b><u>15( - - )</u></b>

ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 1		จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
01134412	การพยากรณ์การขาย	3(3-0-6)
01134497	สัมมนา	1
01134498	ปัญหาพิเศษ	3
	วิชาเฉพาะเลือก	<u>6( - - )</u>
	<b>รวม</b>	<b><u>13( - - )</u></b>

ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 2		จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
01134490	สหกิจศึกษา	<u>6</u>
	<b>รวม</b>	<b><u>6</u></b>

### 3.1.5 คำอธิบายรายวิชา

#### 3.1.5.1 รายวิชาที่เป็นรหัสวิชาของหลักสูตร

01134111 หลักการตลาด 3(3-0-6)

(Principles of Marketing)

ลักษณะและกระบวนการทางการตลาด แนวความคิด บทบาท ความสำคัญ หน้าที่ และปัจจัยทางการตลาด การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย พฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนประสมการตลาด 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 เส้นทางการซื้อของผู้บริโภค การพิจารณาปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ตลอดจนการนำเอาผลที่ได้จากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคมาประยุกต์ เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

Principles and analysis of consumer behavior.Consumer Behavioral Trend in Digital Edge. Consumer Decision Process Model. Customer Journey. Considering factors for buying decision both internal and external factors. Including the results from studying consumer behavior to set up marketing strategies.

01134311 การจัดซื้อ 3(3-0-6)

(Purchasing)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

บทบาท และความสำคัญของการจัดการด้านการจัดซื้อ ความรับผิดชอบของผู้จัดการงานจัดซื้อ ความสัมพันธ์ของงานจัดซื้อกับงานอื่น ๆ ในองค์กร นโยบายและระเบียบการ จัดซื้อ การจัดซื้อแบบรวมอำนาจและกระจายอำนาจ การกำหนดคุณลักษณะของสินค้าที่ จัดซื้อ การกำหนดขนาดของการจัดซื้อ การเลือกแหล่งขาย การทำสัญญาและปัญหาแห่ง กฎหมาย การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการสั่งซื้อ ต้นทุน ราคา กำไร การลงทุนและการ เสี่ยงภัย การเปรียบเทียบระหว่างการผลิตเอง การซื้อ การเช่า

---

\*\* รายวิชาปรับปรุง

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 ethic 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 ตลอดจนแนวคิด ปรัชญาทางการตลาดที่มุ่งเน้น ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ส่วนผสมทางการตลาดเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 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 การเลือกตลาดเป้าหมายและกำหนดตำแหน่งสำหรับตลาดดิจิทัล การวิเคราะห์ลูกค้า การสร้างสาระหลักและการมีส่วนร่วมเพื่อการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล 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(2-2-5)  
(Strategic Marketing Planning)  
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

การเขียนแผนการตลาด วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงแผนการตลาดเพื่อให้สอดคล้องต่อสภาพการณ์การตลาด หรือวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์และสินค้า พัฒนารูปแบบแผนการตลาด ประกอบด้วย การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก การกำหนดตลาด การเลือกตลาดเป้าหมายและการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด 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 การวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็ง โอกาสและอุปสรรคขององค์กรกีฬา การหาผู้สนับสนุน การทำตราสินค้า การส่งเสริมการตลาดสินค้า การประชาสัมพันธ์ การให้สิทธิ์ทางการค้าและการวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าที่เกี่ยวข้องกับกีฬา

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. Strength, Weakness, 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 ภายใต้บริบทของการการท่องเที่ยว และองค์การด้านการท่องเที่ยว 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 เทคนิคและกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการ การวิเคราะห์และประเมินโอกาสทางการตลาด การทำวิจัยตลาดสินค้าและบริการ การสร้างสรรค์การตลาด การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การวางตำแหน่งทางการตลาดที่ดี การออกแบบคุณค่าเพื่อสร้างกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดและกลยุทธ์การแข่งขันทางการตลาดสำหรับการดำเนินการธุรกิจ โดยเน้นให้สามารถพัฒนาแนวทางการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ให้สอดคล้องกับศักยภาพของธุรกิจและการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางการตลาดที่จะเกิดขึ้น รวมถึงจรรยาบรรณของนักการตลาดในการดำเนินธุรกิจเพื่อพัฒนาแผนการตลาดรองรับการเติบโตและรักษาธุรกิจให้ยั่งยืน

An overview of characteristics, concept, procedures, techniques and marketing strategies for entrepreneurs. Analysis and assessment of market opportunities. Conducting market research for products and services. Marketing creativity and market segmentation, targeting and positioning. Value creation and marketing mix strategies to competitive marketing strategies for business operations. Emphasis on development marketing strategy planning in accordance with the potential of the business and the changes in the marketing environment. Including the code of ethics of marketer in business operations to develop marketing plans supporting growth and maintain sustainable business.

---

\* รายวิชาเปิดใหม่

01134331 นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา 3(3-0-6)

(Product and Price Policy)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

แนวความคิดต่าง ๆ ของผู้บริหารในการวางแผนและกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์และราคา การกำหนดส่วนประสมผลิตภัณฑ์ การพัฒนากลยุทธ์การตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และราคาให้สอดคล้องกับวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การศึกษาสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่มีต่อผลกระทบต่อข้อกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์และราคา

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 การศึกษาสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่มีผลกระทบต่อการวางแผนกลยุทธ์การจัดการผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาแผนการตลาดของผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับส่วนประสมทางการตลาดอื่นๆ

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 ข้อขัดแย้งและความร่วมมือกันของสถาบันต่าง 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 วิธีการส่งเสริมการขายของกิจการค้าปลีก และการให้บริการต่าง ๆ ตลอดทั้งระบบการควบคุมด้านการเงินและแนวโน้มของการค้าปลีกในอนาคต  
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 และรูปแบบการสื่อสารอื่น การสร้างการรับรู้ตราสินค้า ภาพลักษณ์ตราสินค้าและพฤติกรรมการซื้อ
- 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
- กระบวนการทางการตลาดในการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า 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 behaviour 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(2-2-5)  
(Sales Promotion and Event Marketing)  
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

ความหมาย ความสำคัญ วัตถุประสงค์การส่งเสริมการขายและการตลาดกิจกรรม แนวคิด หลักการ วิธีการส่งเสริมการขายและการตลาดกิจกรรม การวางแผนและการกำหนดกลยุทธ์อย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้การวิเคราะห์สถานการณ์ การกำหนดเป้าหมาย การสร้างสรรค์เครื่องมือและการเลือกสื่อที่เหมาะสมสอดคล้องกับเครื่องมือทางการตลาดอื่น 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 การจัดการ การโฆษณา หลักการจัดทำองค์ประกอบของงานโฆษณา การเลือกเหตุจูงใจ การเลือกสื่อโฆษณา การวางแผนรณรงค์ การจัดทำงบประมาณ การประเมินและวัดผลการโฆษณา กฎหมายและจรรยาบรรณ ที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา

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

การวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์ตราสินค้าเพื่อสร้างคุณค่าตราสินค้า การกำหนดเอกลักษณ์ตราสินค้า ตำแหน่งและสาระสำคัญของตราสินค้า การสื่อสารตราสินค้าโดยใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบดิจิทัลและการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การสร้างความผูกพันเชื่อมโยงกับตราสินค้าเพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับตราสินค้าในระยะยาว และการประเมินคุณค่าตราสินค้าในตลาด

Analysis and branding strategy to create brand equity through brand identity, brand positioning and brand essence. Brand communication through digital marketing and integrated brand communication. Brand Association to sustain long term brand equity. Brand equity assessment will be checked to monitor brand performance in the market.

- 01134411 การจัดการการตลาด 3(3-0-6)  
(Marketing Management)  
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111
- แนวความคิดการจัดการทางการตลาด บทบาทและหน้าที่ของผู้จัดการการตลาด นโยบายและกลยุทธ์ของการจัดการด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการตลาดและการส่งเสริมการตลาด การวิเคราะห์ การวางแผน การควบคุมและการจัดองค์การ แนวโน้มของการจัดการตลาดในอนาคต รวมทั้งการวิเคราะห์ปัญหาและกรณีศึกษาทางการตลาด
- 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 ประเภทของข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความถูกต้องแม่นยำของการพยากรณ์ รวมทั้งการนำผลของการพยากรณ์ไปเสนอแนะเพื่อปรับปรุงและพัฒนาแผนการตลาด
- Theory and importance of sales forecasting. Techniques and methods of forecasting : types of data, analysing 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 การเลือกวิธีการแก้ปัญหา และวิธีการตัดสินใจ การกำหนดหลักเกณฑ์ทางทฤษฎีเพื่อการพัฒนาการตัดสินใจทางการตลาด การตัดสินใจเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ กระบวนการการวางแผนและการตัดสินใจทางการตลาด
- 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 และระเบียบข้อบังคับ พระราชบัญญัติและข้อกำหนดในการส่งออกและนำเข้า 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 พฤติกรรมผู้ใช้บริการ ส่วนประสมการตลาดของสินค้าบริการ โครงสร้างและการพัฒนาสถาบันที่ประกอบธุรกิจด้านการให้บริการและศึกษาธุรกิจบริการเฉพาะอย่าง  
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 การวิเคราะห์พฤติกรรมของการซื้อโดยองค์กรธุรกิจ การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดเป้าหมายและการวางตำแหน่งสินค้าธุรกิจ 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 (Marketing Data Analytic) 3(3-0-6)  
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111  
 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับปัญญาประดิษฐ์และความท้าทายในการประยุกต์เทคโนโลยีมาใช้ในการตลาด สภาพแวดล้อมการตลาดภายใต้การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ การวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคด้วยปัญญาประดิษฐ์และเทคโนโลยีสมัยใหม่ การนำปัญญาประดิษฐ์และเทคโนโลยีสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมและเส้นทางการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค การวางแผนการตลาด
- Introduction to artificial intelligence and its challenges in applying such a technology in marketing. Marketing environments in the technology disruption of artificial intelligence. Marketing data analytics in consumer buying decision. Applying artificial intelligence and advanced technology in analysing consumer behavior and customer journey. Develop marketing plan.
- 01134431 การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product Development and Design) 3(3-0-6)  
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111  
 ความสัมพันธ์ระหว่างการตลาด การออกแบบและการผลิตเพื่อการพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาด กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การกำหนดความต้องการของลูกค้า การได้มาซึ่งความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ สถาปัตยกรรมผลิตภัณฑ์ การออกแบบเชิงอุตสาหกรรมและเพื่อการผลิต การนำผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาด การติดตามและการประเมินผล
- Relation between marketing, design and manufacturing for product development and launching. Product development process, identifying customer needs, product concept generation, product architecture, industrial and manufacturing design, product launching, follow up and evaluation.
- 01134432 กลยุทธ์ราคา (Price Strategy) 3(3-0-6)  
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111  
 แนวคิดด้านราคา การบริหารการตั้งราคาให้มีประสิทธิภาพ ความรู้ด้านเศรษฐศาสตร์ในการตั้งราคา ความเข้าใจพฤติกรรมลูกค้าในการตั้งราคา บทบาทของต้นทุนต่อการตัดสินใจตั้งราคาและการวิเคราะห์ความสามารถทางการแข่งขันในการทำกำไรทางการตลาด 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 การจัดการกลยุทธ์โลจิสติกส์ในยุคโลกาภิวัตน์  
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.
- 02749241 การจัดการสินค้าคงคลัง 3(3-0-6)  
(Inventory management)  
แนวคิดพื้นฐานของ โลจิสติกส์ คลังสินค้า และ การจัดการสินค้าคงคลัง การพยากรณ์  
เพื่อการจัดการสินค้าคงคลัง การจัดหาสินค้าคงคลัง การตรวจนับและการประเมินราคาสินค้า  
คงคลัง กลยุทธ์การจัดการสินค้าคงคลัง  
Basic concepts of logistics, warehouse and inventory management. Forecasting for inventory management. Inventory procurement. Inventory counting and valuation. Inventory management strategies.

### 3.1.5.2 รายวิชาที่เป็นรหัสวิชาเอกหลักสูตร

- 01101181 เศรษฐศาสตร์จุลภาค I 3(3-0-6)  
(Microeconomics I)  
ความหมายลักษณะและวิธีการศึกษาเศรษฐศาสตร์ปัญหาเศรษฐกิจ การทำหน้าที่ของ  
ระบบเศรษฐกิจ อุปสงค์อุปทาน และราคาความยืดหยุ่นของอุปสงค์และอุปทานการใช้อุปสงค์  
และอุปทานในการปฏิบัติพฤติกรรมของผู้บริโภคและอรรถประโยชน์การผลิตและต้นทุน  
การผลิต ต้นทุนในระยะสั้นและระยะยาว การผลิตในระยะยาว การผลิตในระยะยาวมาก ซึ่ง  
เกี่ยวข้องกับควมก้าวหน้าและมลพิษ การกำหนดราคาผลผลิตในตลาดต่าง ๆ ทฤษฎีราคาใน  
เชิงปฏิบัติ 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 วัฏจักรธุรกิจและการเคลื่อนไหวขึ้นลงในรายได้ประชาชาติ ทฤษฎีและมาตรการของนโยบายการคลัง ระดับราคา การเงินและการธนาคาร การวิเคราะห์เงินตราและการวิเคราะห์รายได้ การค้าและการเงินระหว่างประเทศ การวางแผนและเงินเพื่อความจำเป็นเติบโต 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 การบัญชีขั้นกลาง I

3(3-0-6)

(Intermediate Accounting I)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01130111 หรือ 01130101 หรือ 01130171

กรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงิน หลักการบัญชีสินทรัพย์ การจำแนกประเภท การวัดมูลค่าและการแสดงรายการสินทรัพย์ในรายงานทางการเงิน ซึ่งประกอบด้วย เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ลูกหนี้ ตัวเงินรับ สินค้าคงเหลือ เงินลงทุน ต้นทุนการกู้ยืมที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ สินทรัพย์ไม่มีตัวตน การด้อยค่าของสินทรัพย์ อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนที่ถือไว้เพื่อขายและการดำเนินงานที่ยกเลิก ทรัพย์สินการแร่และเกษตรกรรม

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

Importances 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

หลักการและแนวปฏิบัติทางการบัญชีสำหรับรายการหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น 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 ตัวแบบต่างๆของการจัดการเงินสด เงินลงทุนระยะสั้น ลูกหนี้และสินค้าคงเหลือ ปัจจัยและทฤษฎีในการตัดสินใจลงทุนสินทรัพย์ ภายใต้ภาวะ การเสี่ยงและความไม่แน่นอน  
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 เครื่องมือในการปริวรรตเงินตรา ระบบอัตราแลกเปลี่ยน นโยบายการควบคุมและการส่งเสริมความตกลงระหว่างประเทศอันมีผลกระทบกระเทือนต่อกำไร การดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศโดยพิจารณาในแง่เงินทุน ภาษีอากร แรงงาน ปัญหาทางการตลาดและความร่วมมือระหว่างประเทศ การปฏิบัติงานของฝ่ายต่างประเทศของธนาคารพาณิชย์  
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 ลำดับชั้นของการวิเคราะห์หลักทรัพย์ 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 สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีผลกระทบต่อ การจัดการธุรกิจ จริยธรรมทางธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ ธุรกิจ บทบาทและหน้าที่ทางการ การจัดการของผู้จัดการ การตัดสินใจ การวางแผน การจัดองค์การ การชักนำและการควบคุม  
 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 เพื่อให้องค์การดำเนินอย่างมีประสิทธิภาพ 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 การพยากรณ์และสถิติอนุกรมเวลา

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 โดยจะมุ่งเน้นถึงความรับผิดชอบต่อธุรกิจที่มีต่อกลุ่มบุคคลต่างๆ 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.

- 01132332 การวิเคราะห์เชิงปริมาณเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ 3(3-0-6)  
 (Quantitative Analysis for Decision Making in Business)  
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01132231  
 บทบาทของการวิเคราะห์เชิงปริมาณเพื่อการแก้ปัญหาทางธุรกิจ แนวคิดและการประยุกต์ใช้โปรแกรมเชิงเส้น การวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลง เครื่องมือสำหรับการตัดสินใจ แขนงการตัดสินใจ ความน่าจะเป็น การวิเคราะห์แถวคอย การวิเคราะห์มาร์คอฟ แบบจำลองการขนส่ง การควบคุมสินค้าคงคลัง การจำลองสถานการณ์และทฤษฎีเกมส์  
 Roles of quantitative analysis for business problem solving, concept and application of linear programming, sensitivity analysis, decision making tools, decision tree diagram, probability, queuing, Markov analysis, transportation model, inventory control, simulations and game theory.
- 01132333 ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ 3(3-0-6)  
 (Management 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 การนำระบบงานไปใช้ การวิเคราะห์ระบบงานปัจจุบัน การออกแบบระบบงานคอมพิวเตอร์ การเลือกใช้คอมพิวเตอร์ให้เหมาะสมกับงาน การควบคุมและการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ มี การศึกษานอกสถานที่  
 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 การ  
 บุคลากร และคุณค่าทางเศรษฐกิจของโครงการ การคำนวณค่าตอบแทนของโครงการ  
 กฎเกณฑ์การตัดสินใจ วิธีการจัดเตรียมงานโครงการ การศึกษาความเหมาะสมของโครงการ  
 ทางด้านเทคนิค และสภาพแวดล้อมที่จะอำนวยความสะดวกให้การดำเนินงานโครงการทำได้อย่างมี  
 ประสิทธิภาพ  
           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 และภาพรวมของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีผลต่อ  
 ธุรกิจระหว่างประเทศ โดยเน้นการศึกษาความแตกต่างทางวัฒนธรรม ทฤษฎีการค้าระหว่าง  
 ประเทศ 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.
- 01132413    **การจัดการเชิงกลยุทธ์** 3(3-0-6)  
**(Strategic Management)**  
**วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134211 และ 01131211 หรือ 01132314**  
           กลยุทธ์และนโยบายทางธุรกิจ การวิเคราะห์ปัญหาต่างๆ ในทรรศนะของผู้จัดการ เพื่อใช้  
 ในการวางแผนการดำเนินงานให้บรรลุถึงเป้าหมายของธุรกิจ  
           Business strategy, policy and problem analysis by managerial level for  
 business operating plan implementation.
- 01132461    **ความเป็นผู้ประกอบการ** 3(3-0-6)  
**(Entrepreneurship)**  
**วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01132111**  
           ธรรมชาติของผู้ประกอบการ กระบวนการประกอบการในบริบทต่างๆ ประเด็นต่างๆ  
 ที่เกี่ยวข้องกับการจัดตั้งกิจการใหม่ การสร้างสรรค์นวัตกรรม การพัฒนาทักษะการเป็น  
 ผู้ประกอบการ  
           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 กระบวนการพัฒนาองค์การเพื่อ  
 การเรียนรู้ กระบวนการแสวงหาความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ไปประยุกต์ใน  
 การบริหารงาน ลักษณะเฉพาะที่บ่งชี้ระดับของการเป็นองค์การเพื่อการเรียนรู้ ค่านิยมทาง  
 วัฒนธรรม ค่านิยมของผู้บริหารและการให้อำนาจ การสื่อสาร การถ่ายโอนองค์ความรู้  
 ลักษณะเฉพาะของพนักงาน และการยกระดับผลการปฏิบัติงาน  
 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  
 ความสำคัญของทำเลที่ตั้ง การดำเนินงานระบบผลิต การจัดการสินค้าคงคลัง และการจัดการ  
 คุณภาพ  
 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 พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เบื้องต้น 3(3-0-6)  
 (Introduction to Electronic Commerce)  
 บทบาทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อธุรกิจ แบบจำลองทางธุรกิจสำหรับพาณิชย์  
 อิเล็กทรอนิกส์ พื้นฐานทางเทคโนโลยี การใช้โครงข่ายเว็ลด์ไวด์เว็บเชิงธุรกิจ การทำรายงาน  
 Roles of electronic commerce on business, business models for electronic  
 commerce, technology basic, World Wide Web commerce. Report of application in  
 business.



- 01133312 การออกแบบระบบการผลิต 3(3-0-6)  
(Operations System Design)  
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01133211
- แนวคิดเกี่ยวกับระบบการผลิต การออกแบบสินค้า การวางแผนกำลังการผลิตระยะยาว การตัดสินใจด้านทำเลที่ตั้ง การเลือกกระบวนการผลิต การออกแบบแผนผัง การเลือกเครื่องจักร การออกแบบระบบการขนถ่ายลำเลียง การออกแบบระบบงาน มีการศึกษาออกสถานที่
- Conceptual of operation system, designing of product, long-range capacity planning, location decision, process selection, designing layout, machine selection, designing of material handling system, designing of work system. Field trip required.
- 01133313 การควบคุมต้นทุนการผลิต 3(3-0-6)  
(Operations Cost Control)  
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01133211 และ 01130172
- การคำนวณต้นทุนการผลิต เทคนิคการควบคุมและการลดต้นทุนการผลิต การเพิ่มผลิตภาพและการจัดการต้นทุนคุณภาพ
- Calculating operations cos, techniques for controlling and reducing operations cost, increasing productivity, and managing costs of quality.
- 01133314 การจัดหาเชิงกลยุทธ์ 3(3-0-6)  
(Strategy Sourcing)  
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01133211
- ขั้นตอน นโยบาย และกระบวนการจัดหาเชิงกลยุทธ์ การตัดสินใจผลิตเองหรือซื้อ การรวมตัวแบบแนวตั้ง กลยุทธ์สินค้าโภคภัณฑ์ การวิเคราะห์คุณค่า และการจัดการต้นทุนเชิงกลยุทธ์ การจัดหากับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การมีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มของผู้ป้อนวัสดุ การประเมิน การคัดเลือกผู้ป้อนวัสดุ การประกวดราคาแข่งขันและการตกลงราคา 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.

- 01133315 การวางแผนและการควบคุมการผลิต 3(3-0-6)  
(Operation Planning and Control)  
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01133211  
ลักษณะโดยทั่วไปของการวางแผนและควบคุมการผลิต เทคนิคในการพยากรณ์ การวางแผนและควบคุมการผลิตสำหรับกระบวนการผลิตแบบต่อเนื่อง กระบวนการผลิตแบบไม่ต่อเนื่อง และกระบวนการผลิตแบบโครงการ การควบคุมการไหลของวัสดุในระบบการผลิต ประกอบด้วย ระบบคงคลัง ระบบผลัก ระบบดึง และ ทฤษฎีข้อจำกัด  
Nature of operations planning and control, forecasting techniques, operations planning and control repetitive process; intermittent process; and project process, controlling of material flow in operations system: ponding system; push system, pull system; and theory of constraints.
- 01133317 การจัดการคุณภาพ 3(3-0-6)  
(Quality Management)  
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01133211  
แนวคิดและพื้นฐานของการจัดการคุณภาพ การควบคุมคุณภาพเชิงสถิติ เครื่องมือและระเบียบวิธีสำหรับการศึกษาวเคราะห์ทางการจัดการการผลิต  
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 การจัดการเทคโนโลยีเบื้องต้น 3(3-0-6)  
(Introduction to Technology Management)  
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01133211  
แนวคิด และความเข้าใจพื้นฐานของการจัดการเทคโนโลยี การวางแผน การจัดระบบ การจัดสรรทรัพยากร กลยุทธ์ของการใช้เทคโนโลยีในการเพิ่มสมรรถนะและความสามารถขององค์กร  
Concepts and introduction to technology management, plan, organization, resources allocation, and technological strategy to increases competency and capability.

- 01133415 กลยุทธ์เชิงปฏิบัติการ (3-0-6)  
(Operations Strategy)  
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01133211  
บทบาทของกลยุทธ์เชิงปฏิบัติการเพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน การวิเคราะห์อุตสาหกรรม การกำหนดรูปแบบกลยุทธ์เชิงปฏิบัติการที่เหมาะสมสำหรับองค์กรและการพัฒนาสมรรถภาพของระบบปฏิบัติการ  
Role of operations strategy for competitive advantage; industry analysis, formulation of appropriate organization and operations strategy, and 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 มีการศึกษาออกสถานที่  
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 ความรับผิดชอบทางภาษีอากรของบุคคล และธุรกิจตามประมวลรัษฎากร ภาษีสรรพสามิตและภาษีศุลกากร การวางแผนภาษีเพื่อบุคคลและธุรกิจ  
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.