

ระดับปริญญาตรี
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
(วิชาเอกการตลาด)

1. สำเร็จการศึกษา ม.3 หรือเทียบเท่า หรือ ม.6 หรือเทียบเท่า หรือ ปวช. หรือเทียบเท่า มีโครงสร้างและรายละเอียดของหลักสูตรดังนี้

(1) โครงสร้างของหลักสูตร	ชุดวิชา	หน่วยกิต
ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	5	30
ข. หมวดวิชาแกน	6	36
ค. หมวดวิชาเฉพาะ	10	60
ง. หมวดวิชาเลือกเสรี	1	6
รวมตลอดหลักสูตรต้องศึกษาไม่น้อยกว่า	12	72

(2) รายละเอียดของหลักสูตร

ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 5 ชุดวิชา

บังคับ 4 ชุดวิชา

10111 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร

10151 ไทยศึกษา

10161 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร

30205 คณิตศาสตร์และสถิติ

และเลือก 1 ชุดวิชาจากชุดวิชาต่อไปนี้

10103 ทักษะชีวิต

10121 อารยธรรมมนุษย์

10131 สังคมมนุษย์

10141 วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อมเพื่อชีวิต

10152 ไทยกับสังคมโลก

10163 ภาษาเขมรเพื่อการสื่อสาร

ข. หมวดวิชาแกน 6 ชุดวิชา

30208 การบัญชีการเงินและการบัญชีเพื่อการจัดการ

30209 การเงินธุรกิจและกฎหมายธุรกิจ

30210 การจัดการการผลิตและดำเนินงาน และหลักการตลาด

30211 องค์การและการจัดการ และการจัดการทรัพยากรมนุษย์

32206 สถิติธุรกิจและการวิเคราะห์เชิงปริมาณ

60120 หลักเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น

ค. หมวดวิชาเฉพาะ 10 ชุดวิชา

บังคับ 9 ชุดวิชา

32302 การจัดการการตลาด

32316 การจัดการการขายและศิลปะการขาย

32333 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

32334 ระบบสารสนเทศและการวิจัยการตลาด

32432 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา

32435 ประสบการณ์วิชาชีพการตลาด

32473 การจัดการช่องทางการตลาดและห่วงโซ่อุปทาน

32474 การสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด

32475 การตลาดระหว่างประเทศและการตลาดโลก

และเลือก 1 ชุดวิชาจากชุดวิชาต่อไปนี้

32326 การจัดการเชิงกลยุทธ์และการจัดการเพื่อสร้างสมรรถนะ

32408 การจัดการธุรกิจขนาดย่อมและการค้าปลีก

32414 การตลาดสินค้าเกษตรกับเศรษฐกิจของไทย

32476 การตลาดสถาบันและการตลาดบริการ*

ง. หมวดวิชาเลือกเสรี 1 ชุดวิชา

ให้เลือกจากชุดวิชาต่างๆ ที่เปิดสอนตามหลักสูตรในระดับปริญญาตรีที่มหาวิทยาลัยกำหนด ตามเกณฑ์การลงทะเบียนเรียนชุดวิชาเลือกเสรี

หมายเหตุ * ยังไม่เปิดสอน

ระดับปริญญาตรี
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
(วิชาเอกการตลาด)

2. สำเร็จการศึกษา ปวส. หรือเทียบเท่าในประเภทวิชาพาณิชยกรรม/บริหารธุรกิจ หรืออนุปริญญาหรือเทียบเท่า หรือปริญญาชั้นใดชั้นหนึ่งในสาขาวิชาบริหารธุรกิจ หรือสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ วิชาเอกการเงินและการธนาคาร และวิชาเอกเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มีโครงสร้างและรายละเอียดหลักสูตรดังนี้

(1) โครงสร้างของหลักสูตร	ชุดวิชา	หน่วยกิต
ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	1	6
ข. หมวดวิชาแกน	1	6
ค. หมวดวิชาเฉพาะ	9	54
ง. หมวดวิชาเลือกเสรี	1	6
รวมตลอดหลักสูตรต้องศึกษาไม่น้อยกว่า	12	72

(2) รายละเอียดของหลักสูตร

- | | |
|---|---|
| <p>ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 1 ชุดวิชา
10151 ไทยศึกษา</p> <p>ข. หมวดวิชาแกน 1 ชุดวิชา
32206 สถิติธุรกิจและการวิเคราะห์เชิงปริมาณ</p> <p>ค. หมวดวิชาเฉพาะ 9 ชุดวิชา
32302 การจัดการการตลาด
32316 การจัดการการขายและศิลปะการขาย
32333 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค
32334 ระบบสารสนเทศและการวิจัยการตลาด
32432 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา
32435 ประสบการณ์วิชาชีพการตลาด
32473 การจัดการช่องทางการตลาดและห่วงโซ่อุปทาน
32474 การสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด
32475 การตลาดระหว่างประเทศและการตลาดโลก</p> <p>ง. หมวดวิชาเลือกเสรี 1 ชุดวิชา
ให้เลือกจากชุดวิชาต่างๆ ที่เปิดสอนตามหลักสูตรในระดับปริญญาตรีที่มหาวิทยาลัยกำหนด ตามเกณฑ์การลงทะเบียนเรียนชุดวิชาเลือกเสรี</p> | <p>1 ชุดวิชา</p> <p>1 ชุดวิชา</p> <p>9 ชุดวิชา</p> <p>1 ชุดวิชา</p> |
|---|---|

ระดับปริญญาตรี
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
(วิชาเอกการตลาด)

3. สำเร็จการศึกษา ปวส. หรือเทียบเท่าที่มีใบประกอบวิชาชีพพณิชยกรรม/บริหารธุรกิจ หรืออนุปริญญาหรือเทียบเท่า หรือปริญญาชั้นใดชั้นหนึ่งที่มิใช่สาขาวิชาบริหารธุรกิจ หรือสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ วิชาเอกการเงินและการธนาคาร และวิชาเอกเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มีโครงสร้างและรายละเอียดของหลักสูตรดังนี้

(1) โครงสร้างของหลักสูตร	ชุดวิชา	หน่วยกิต
ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	1	6
ข. หมวดวิชาแกน	6	36
ค. หมวดวิชาเฉพาะ	10	60
ง. หมวดวิชาเลือกเสรี	1	6
รวมตลอดหลักสูตรต้องศึกษาไม่น้อยกว่า	18	108

(2) รายละเอียดของหลักสูตร

- ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป **1 ชุดวิชา**
10151 ไทยศึกษา
- ข. หมวดวิชาแกน **6 ชุดวิชา**
30208 การบัญชีการเงินและการบัญชีเพื่อการจัดการ
30209 การเงินธุรกิจและกฎหมายธุรกิจ
30210 การจัดการการผลิตและดำเนินงาน และหลักการตลาด
30211 องค์การและการจัดการ และการจัดการทรัพยากรมนุษย์
32206 สถิติธุรกิจและการวิเคราะห์เชิงปริมาณ
60120 หลักเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น
- ค. หมวดวิชาเฉพาะ **10 ชุดวิชา**
บังคับ **9 ชุดวิชา**
32302 การจัดการการตลาด
32316 การจัดการการขายและศิลปะการขาย
32333 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค
32334 ระบบสารสนเทศและการวิจัยการตลาด
32432 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา
32435 ประสบการณ์วิชาชีพการตลาด
32473 การจัดการช่องทางการตลาดและห่วงโซ่อุปทาน
32474 การสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด
32475 การตลาดระหว่างประเทศและการตลาดโลก
และเลือก **1 ชุดวิชา**จากชุดวิชาต่อไปนี้
32326 การจัดการเชิงกลยุทธ์และการจัดการเพื่อสร้างสมรรถนะ
32408 การจัดการธุรกิจขนาดย่อมและการค้าปลีก
32414 การตลาดสินค้าเกษตรกับเศรษฐกิจของไทย
32476 การตลาดสถาบันและการตลาดบริการ*
- ง. หมวดวิชาเลือกเสรี **1 ชุดวิชา**
ให้เลือกรายวิชาต่างๆ ที่เปิดสอนตามหลักสูตรในระดับปริญญาตรีที่มหาวิทยาลัยกำหนด ตามเกณฑ์การลงทะเบียนเรียนชุดวิชาเลือกเสรี

หมายเหตุ * ยังไม่เปิดสอน

Last update: 18-October-2013