

**ระดับปริญญาตรี
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
(วิชาเอกการตลาด)**

1. สำเร็จการศึกษา ม.3 หรือเทียบเท่า หรือ ม.6 หรือเทียบเท่า หรือ ปวช. หรือเทียบเท่า มีโครงสร้างและรายละเอียดของหลักสูตร ดังนี้

(1) โครงสร้างของหลักสูตร	ชุดวิชา	หน่วยกิต
ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	5	30
ข. หมวดวิชาเฉพาะ	16	96
ค. หมวดวิชาเลือกเสรี	1	6
รวมตลอดหลักสูตรต้องศึกษาไม่น้อยกว่า	22	132
(2) รายละเอียดของหลักสูตร		
ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 5 ชุดวิชา (30 หน่วยกิต)		
<i>บังคับ 4 ชุดวิชา</i>		
10111	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร	
10151	ไทยศึกษา	
10161	ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	
30205	คณิตศาสตร์และสถิติ	
<i>และเลือก 1 ชุดวิชาจากชุดวิชาต่อไปนี้</i>		
10103	ทักษะชีวิต	
10121	อารยธรรมมนุษย์	
10131	สังคมมนุษย์	
10141	วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อมเพื่อชีวิต	
10152	ไทยกับสังคมโลก	
10163	ภาษาเขมรเพื่อการสื่อสาร	
ข. หมวดวิชาเฉพาะ 16 ชุดวิชา (96 หน่วยกิต)		
วิชาแกน 6 ชุดวิชา		
30208	การบัญชีการเงินและการบัญชีเพื่อการจัดการ	
30209	การเงินธุรกิจและกฎหมายธุรกิจ	
30210	การจัดการการผลิตและดำเนินงาน และหลักการตลาด	
30211	องค์การและการจัดการ และการจัดการทรัพยากรมนุษย์	
32206	สถิติธุรกิจและการวิเคราะห์เชิงปริมาณ	
60120	หลักเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น	
วิชาเฉพาะด้าน 10 ชุดวิชา		
<i>บังคับ 9 ชุดวิชา</i>		
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

ค. หมวดวิชาเลือกเสรี 1 ชุดวิชา (6 หน่วยกิต)

ให้เลือกจากชุดวิชาต่างๆ ที่เปิดสอนตามหลักสูตรในระดับปริญญาตรีที่มหาวิทยาลัยกำหนด ตามเกณฑ์การลงทะเบียนเรียนชุดวิชาเลือกเสรี

หมายเหตุ * ชุดวิชาประสบการณ์วิชาชีพการตลาดเป็นชุดวิชาที่นักศึกษาจะต้องลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษาสุดท้ายและเหลือ 3 ชุดวิชาก่อนจบการศึกษาเท่านั้น

**ระดับปริญญาตรี
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
(วิชาเอกการตลาด)**

2. สำเร็จการศึกษา ปวส. หรือเทียบเท่าในประเภทวิชาพาณิชยกรรม/บริหารธุรกิจ สาขาการบัญชี การตลาด การเงินและการธนาคาร การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการทั่วไป หรือปริญญาหรือเทียบเท่าในสาขาวิชาบริหารธุรกิจ หรือสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ วิชาเอกการเงินและการธนาคาร และวิชาเอกเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มีโครงสร้างและรายละเอียดของหลักสูตรดังนี้

(1) โครงสร้างของหลักสูตร	ชุดวิชา	หน่วยกิต
ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	3	18
ข. หมวดวิชาเฉพาะ	10	60
ค. หมวดวิชาเลือกเสรี	1	6
รวมตลอดหลักสูตรต้องศึกษาไม่น้อยกว่า	114	84
(2) รายละเอียดของหลักสูตร		
ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 3 ชุดวิชา (18 หน่วยกิต)		
10121 อารยธรรมมนุษย์		
10141 วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อมเพื่อชีวิต		
10151 ไทยศึกษา		
ข. หมวดวิชาเฉพาะ 10 ชุดวิชา (60 หน่วยกิต)		
วิชาแกน 1 ชุดวิชา		
32206 สถิติธุรกิจและการวิเคราะห์เชิงปริมาณ		
วิชาเฉพาะด้าน 9 ชุดวิชา		
32302 การจัดการการตลาด		
32316 การจัดการการขายและศิลปะการขาย		
32333 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค		
32334 ระบบสารสนเทศและการวิจัยการตลาด		
32432 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา		
32435 ประสบการณ์วิชาชีพการตลาด*		
32473 การจัดการช่องทางการตลาดและห่วงโซ่อุปทาน		
32474 การสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด		
32475 การตลาดระหว่างประเทศและการตลาดโลก		
ค. หมวดวิชาเลือกเสรี 1 ชุดวิชา (6 หน่วยกิต)		

ให้เลือกจากชุดวิชาต่างๆ ที่เปิดสอนตามหลักสูตรในระดับปริญญาตรีที่มหาวิทยาลัยกำหนด ตามเกณฑ์การลงทะเบียนเรียนชุดวิชาเลือกเสรี

หมายเหตุ * ชุดวิชาประสบการณ์วิชาชีพการตลาดเป็นชุดวิชาที่นักศึกษาจะต้องลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษาสุดท้ายและเหลือ 3 ชุดวิชาก่อนจบการศึกษาเท่านั้น

ระดับปริญญาตรี
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
(วิชาเอกการตลาด)

3. สำเร็จการศึกษา ปวส. หรือเทียบเท่าที่มี**ไม่ใช่**ประเภทวิชาพาณิชยกรรม/บริหารธุรกิจ หรืออนุปริญญาหรือเทียบเท่าที่มี**ไม่ใช่**สาขาวิชาบริหารธุรกิจ หรือสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ วิชาเอกการเงินและการธนาคาร และวิชาเอกเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มีโครงสร้างและรายละเอียดของหลักสูตรดังนี้

(1) โครงสร้างของหลักสูตร	ชุดวิชา	หน่วยกิต
ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	3	6
ข. หมวดวิชาเฉพาะ	16	96
ค. หมวดวิชาเลือกเสรี	1	6
รวมตลอดหลักสูตรต้องศึกษาไม่น้อยกว่า	20	120
(2) รายละเอียดของหลักสูตร		
ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	3 ชุดวิชา (18 หน่วยกิต)	
10121	อารยธรรมมนุษย์	
10141	วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อมเพื่อชีวิต	
10151	ไทยศึกษา	
ข. หมวดวิชาเฉพาะ	16 ชุดวิชา (96 หน่วยกิต)	
วิชาแกน 6 ชุดวิชา		
30208	การบัญชีการเงินและการบัญชีเพื่อการจัดการ	
30209	การเงินธุรกิจและกฎหมายธุรกิจ	
30210	การจัดการการผลิตและดำเนินงาน และหลักการตลาด	
30211	องค์การและการจัดการ และการจัดการทรัพยากรมนุษย์	
32206	สถิติธุรกิจและการวิเคราะห์เชิงปริมาณ	
60120	หลักเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น	
วิชาเฉพาะด้าน 10 ชุดวิชา		
<i>บังคับ 9 ชุดวิชา</i>		
32302	การจัดการการตลาด	
32316	การจัดการการขายและศิลปะการขาย	
32333	การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	
32334	ระบบสารสนเทศและการวิจัยการตลาด	
32432	การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา	
32435	ประสบการณ์วิชาชีพการตลาด*	
32473	การจัดการช่องทางการตลาดและห่วงโซ่อุปทาน	
32474	การสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด	
32475	การตลาดระหว่างประเทศและการตลาดโลก	
<i>และเลือก 1 ชุดวิชาจากชุดวิชาต่อไปนี้</i>		
32326	การจัดการเชิงกลยุทธ์และการจัดการเพื่อสร้างสมรรถนะ	
32408	การจัดการธุรกิจขนาดย่อมและการค้าปลีก	
32414	การตลาดสินค้าเกษตรกับเศรษฐกิจของไทย	
32476	การตลาดสถาบันและการตลาดบริการ	
ค. หมวดวิชาเลือกเสรี	1 ชุดวิชา (6 หน่วยกิต)	
ให้เลือกจากชุดวิชาต่างๆ ที่เปิดสอนตามหลักสูตรในระดับปริญญาตรีที่มหาวิทยาลัยกำหนด ตามเกณฑ์การลงทะเบียนเรียนชุดวิชาเลือกเสรี		

หมายเหตุ * ชุดวิชาประสบการณ์วิชาชีพการตลาดเป็นชุดวิชาที่นักศึกษาจะต้องลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษาสุดท้ายและเหลือ 3 ชุดวิชาก่อนจบการศึกษาเท่านั้น

**ระดับปริญญาตรี
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
(วิชาเอกการตลาด)**

4. สำเร็จการศึกษาปริญญาชั้นใดชั้นหนึ่งในสาขาวิชาบริหารธุรกิจ หรือสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ วิชาเอกการเงินและการธนาคาร และวิชาเอกเศรษฐศาสตร์ มีโครงสร้างและรายละเอียดของหลักสูตรดังนี้

(1) โครงสร้างของหลักสูตร	ชุดวิชา	หน่วยกิต
ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	1	6
ข. หมวดวิชาเฉพาะ	10	60
ค. หมวดวิชาเลือกเสรี	1	6
รวมตลอดหลักสูตรต้องศึกษาไม่น้อยกว่า	12	72
(2) รายละเอียดของหลักสูตร		
ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	1 ชุดวิชา (6 หน่วยกิต)	
10151 ไทยศึกษา		
ข. หมวดวิชาเฉพาะ	10 ชุดวิชา (60 หน่วยกิต)	
วิชาแกน 1 ชุดวิชา		
32302 การจัดการการตลาด		
วิชาเฉพาะด้าน 9 ชุดวิชา		
32302 การจัดการการตลาด		
32316 การจัดการการขายและศิลปะการขาย		
32333 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค		
32334 ระบบสารสนเทศและการวิจัยการตลาด		
32432 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา		
32435 ประสบการณ์วิชาชีพการตลาด**		
32473 การจัดการช่องทางการตลาดและห่วงโซ่อุปทาน		
32474 การสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด		
32475 การตลาดระหว่างประเทศและการตลาดโลก		
ค. หมวดวิชาเลือกเสรี	1 ชุดวิชา (6 หน่วยกิต)	
ให้เลือกจากชุดวิชาต่างๆ ที่เปิดสอนตามหลักสูตรในระดับปริญญาตรีที่มหาวิทยาลัยกำหนด ตามเกณฑ์การลงทะเบียนเรียนชุดวิชาเลือกเสรี		

หมายเหตุ * ชุดวิชาประสบการณ์วิชาชีพการตลาดเป็นชุดวิชาที่นักศึกษาจะต้องลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษาสุดท้ายและเหลือ 3 ชุดวิชาก่อนจบการศึกษาเท่านั้น

** ยังไม่เปิดสอน

**ระดับปริญญาตรี
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
(วิชาเอกการตลาด)**

5. สำเร็จการศึกษาปริญญาชั้นใดชั้นหนึ่งที่มีวิชาสาขาวิชาบริหารธุรกิจ หรือสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ วิชาเอกการเงินและการธนาคาร และวิชาเอกเศรษฐศาสตร์ มีโครงสร้างและรายละเอียดของหลักสูตรดังนี้

(1) โครงสร้างของหลักสูตร	ชุดวิชา	หน่วยกิต
ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	1	6
ข. หมวดวิชาเฉพาะ	16	96
ค. หมวดวิชาเลือกเสรี	1	6
รวมตลอดหลักสูตรต้องศึกษาไม่น้อยกว่า	18	108

(2) รายละเอียดของหลักสูตร**ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 1 ชุดวิชา (6 หน่วยกิต)**

10151 ไทยศึกษา

ข. หมวดวิชาเฉพาะ 16 ชุดวิชา (96 หน่วยกิต)**วิชาแกน 6 ชุดวิชา**

30208 การบัญชีการเงินและการบัญชีเพื่อการจัดการ

30209 การเงินธุรกิจและกฎหมายธุรกิจ

30210 การจัดการการผลิตและดำเนินงาน และหลักการตลาด

30211 องค์การและการจัดการ และการจัดการทรัพยากรมนุษย์

32206 สถิติธุรกิจและการวิเคราะห์เชิงปริมาณ

60120 หลักเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น

วิชาเฉพาะด้าน 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

ค. หมวดวิชาเลือกเสรี 1 ชุดวิชา (6 หน่วยกิต)

ให้เลือกจากชุดวิชาต่างๆ ที่เปิดสอนตามหลักสูตรในระดับปริญญาตรีที่มหาวิทยาลัยกำหนดตามเกณฑ์การลงทะเบียนเรียนชุดวิชาเลือกเสรี

หมายเหตุ * ชุดวิชาประสบการณ์วิชาชีพการตลาดเป็นชุดวิชาที่นักศึกษาจะต้องลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษาสุดท้ายและเหลือ 3 ชุดวิชาก่อนจบการศึกษาเท่านั้น