

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (วิชาเอกการตลาด)

สาขาวิชาวิทยาการจัดการ

10103 ทักษะชีวิต (6 หน่วยกิต)

Life Skills

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้มีทักษะในการสื่อสาร การแสวงหาความรู้ และการใช้เทคโนโลยีในการดำเนินชีวิต
2. เพื่อให้มีทักษะในการคิด วิเคราะห์ และการแก้ปัญหาในสถานการณ์ต่างๆ
3. เพื่อพัฒนานิสัยให้มีคุณธรรม จริยธรรมและมนุษยสัมพันธ์

คำอธิบายชุดวิชา

ทักษะในการดำเนินชีวิตในสังคม ความใฝ่รู้ การแสวงหาและพัฒนาความรู้ การใช้เทคโนโลยี การใช้เหตุผล การคิดวิเคราะห์ การแก้ปัญหา การเจรจาต่อรอง การบริหารตนเอง การจัดการอารมณ์และความเครียด ความเข้าใจตนเอง คุณธรรม จริยธรรม มนุษยสัมพันธ์ มารยาท และการสมาคม

10111 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร (6 หน่วยกิต)

English for Communication

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้สามารถใช้ภาษาอังกฤษเป็นเครื่องมือในการสื่อสาร
2. เพื่อศึกษาโครงสร้าง ศัพท์ และสำนวนภาษาอังกฤษที่สำคัญ
3. เพื่อสามารถใช้ทักษะฟัง พูด อ่าน เขียนภาษาอังกฤษให้ถูกต้องและเหมาะสมในสถานการณ์ต่างๆ

คำอธิบายชุดวิชา

โครงสร้าง ศัพท์ และสำนวนภาษาอังกฤษที่ใช้ในการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียนภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร

10121 อารยธรรมมนุษย์ (6 หน่วยกิต)

Human Civilization

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับอารยธรรมตะวันออกและอารยธรรมตะวันตก ในด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม
2. เพื่อให้เข้าใจอารยธรรมของมนุษย์ในอดีตอันเป็นพื้นฐานของอารยธรรมในปัจจุบัน
3. เพื่อให้ตระหนักและชื่นชมคุณค่าของอารยธรรมที่มนุษย์ได้สร้างสรรค์ขึ้น

คำอธิบายชุดวิชา

ความรู้เกี่ยวกับอารยธรรมตะวันออกและอารยธรรมตะวันตกที่มนุษย์ได้สร้างสรรค์ขึ้น ในด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ภูมิปัญญา ศิลปะ และวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

10131 สังคมมนุษย์ (6 หน่วยกิต)

Human Society

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้เข้าใจความเป็นมนุษย์ ชุมชน และสังคม
2. เพื่อให้เข้าใจกลไกทางการเมือง กฎหมาย เศรษฐกิจและสังคม ซึ่งส่งผลต่อการจัดระเบียบสังคมมนุษย์
3. เพื่อเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมและประเทศชาติ

คำอธิบายชุดวิชา

ลักษณะพื้นฐานของความเป็นมนุษย์ การรวมตัวเป็นชุมชนและสังคม การกระจายและการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์ องค์ประกอบของสังคม พฤติกรรมมนุษย์ในสังคม กลไกทางการเมือง กฎหมาย เศรษฐกิจและสังคม ซึ่งส่งผลต่อการจัดระเบียบสังคมมนุษย์ ปัญหาสังคมและแนวทางแก้ไข การเสริมสร้างสังคมที่ดี

10141 วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อมเพื่อชีวิต (6 หน่วยกิต)

Science, Technology and Environment for Life

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับแนวคิด กฎเกณฑ์ และพัฒนาการทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อความคิด และความเป็นอยู่ของมนุษย์
2. เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับวิวัฒนาการของสิ่งมีชีวิตและมนุษย์
3. เพื่อให้เข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมและผลกระทบของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่มีต่อสิ่งแวดล้อม
4. เพื่อให้มีความรู้ในการประยุกต์วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและคณิตศาสตร์ในชีวิตประจำวัน
5. เพื่อเสริมสร้างความคิดเชิงวิทยาศาสตร์และจิตสำนึกในการรักษาสังแวดล้อม

คำอธิบายชุดวิชา

แนวคิด ทฤษฎี ความคิดเชิงวิเคราะห์ กฎเกณฑ์และพัฒนาการทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ธรรมชาติวิทยาที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ องค์ประกอบของร่างกายมนุษย์ มนุษย์กับสิ่งแวดล้อม สุขภาพอนามัยและโภชนาการ การประยุกต์วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและคณิตศาสตร์ในการดำรงชีวิต

10151 ไทยศึกษา (6 หน่วยกิต)

Thai Studies

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับความเป็นไทยในด้านประวัติศาสตร์ สังคม ภาษาและวัฒนธรรม
2. เพื่อให้สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการดำรงชีวิต
3. เพื่อให้เกิดความเข้าใจและเกิดความภาคภูมิใจในความเป็นไทย

คำอธิบายชุดวิชา

ความรู้เกี่ยวกับความเป็นไทยในด้านประวัติศาสตร์ การตั้งถิ่นฐาน การเมือง เศรษฐกิจ วัฒนธรรม ศาสนา และพิธีกรรม ภาษาและวรรณคดี ศิลปกรรมและวัฒนธรรม

10152 ไทยกับสังคมโลก**(6 หน่วยกิต)****Thailand and the World Community****วัตถุประสงค์**

1. เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับสถานการณ์ แนวโน้ม ลักษณะความสัมพันธ์ และการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองในสังคมโลกที่มีผลกระทบต่อประเทศไทย
2. เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับสถานะของประเทศไทยในสังคมโลก
3. เพื่อนำความรู้ไปคิด วิเคราะห์ปัญหา อันเป็นผลจากกระแสโลกาภิวัตน์ในมิติต่างๆ ทั้งทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และผลกระทบต่อคุณธรรม จริยธรรม

คำอธิบายชุดวิชา

สถานะของประเทศไทยในสังคมโลก พลวัตของการเปลี่ยนแปลงในสังคมโลก ที่ส่งผลกระทบต่อประเทศไทย รวมถึงสภาพปัญหาและสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้นอันเป็นผลจากกระแสโลกาภิวัตน์ ซึ่งส่งผลให้เกิดความตระหนัก และมีความรู้ความเข้าใจในสภาพการณ์ สามารถคิดวิเคราะห์ถึงสาเหตุของปัญหาและผลกระทบต่อภาพรวมของสังคมไทยและตัวบุคคลในมิติต่างๆ ทั้งทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม คุณธรรม จริยธรรม

10164 สังคมและวัฒนธรรมอาเซียน**(6 หน่วยกิต)****Society and Culture in the ASEAN Community****วัตถุประสงค์**

1. เพื่อให้เข้าใจภูมิหลังและประวัติศาสตร์ของภูมิภาคอาเซียน
2. เพื่อให้เข้าใจจุดประสงค์การรวมกลุ่มของประเทศสมาชิกในอาเซียน
3. เพื่อให้เข้าใจสภาพทางสังคม และวัฒนธรรมของชาติสมาชิกในอาเซียน
4. เพื่อให้เข้าใจบทบาทและความสัมพันธ์ ของอาเซียนกับชาติต่างๆ

คำอธิบายชุดวิชา

ภูมิหลังและประวัติศาสตร์ของประเทศสมาชิกอาเซียน การรวมกลุ่มของประเทศสมาชิก สภาพทางสังคม และวัฒนธรรมของประเทศในสมาชิกอาเซียน บทบาทของอาเซียน และความสัมพันธ์ของอาเซียนที่มีต่อภูมิภาคต่างๆ ของโลก

30208 การบัญชีการเงินและการบัญชีเพื่อการจัดการ**(6 หน่วยกิต)****Finance Accounting and Managerial Accounting****วัตถุประสงค์**

1. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการจัดทำบัญชีและการนำเสนอรายงานทางการเงิน
2. เพื่อให้มีความรู้ความสามารถในการนำข้อมูลทางการเงินไปใช้ในการจัดการธุรกิจได้
3. เพื่อให้สามารถนำความรู้ไปใช้เป็นพื้นฐานสำหรับการศึกษาค้นคว้าในชุดวิชาอื่น

คำอธิบายชุดวิชา

แนวความคิดเบื้องต้นทางการเงิน การรายงานทางการเงิน กระบวนการ ขั้นตอนการบันทึกบัญชีตามวงจรบัญชีสำหรับธุรกิจบริการและพาณิชย์ และการบัญชีภาษีอากรสำหรับธุรกิจ

แนวความคิดการบัญชีเพื่อการจัดการ ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับต้นทุน การวิเคราะห์ต้นทุน-ปริมาณ-กำไร การจัดทำงบประมาณ การวิเคราะห์งบการเงิน การใช้ข้อมูลทางการเงินเพื่อการตัดสินใจ การประเมินผลการปฏิบัติงาน ระบบสารสนเทศทางการเงิน และการควบคุมภายใน

30209 การเงินธุรกิจและกฎหมายธุรกิจ**(6 หน่วยกิต)****Business Finance and Business Law****วัตถุประสงค์**

1. เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับการบริหารเงินทุนและการจัดการเงินทุนของธุรกิจ
2. เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับหลักกฎหมายทั่วไป กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ

คำอธิบายสาขาวิชา

วัตถุประสงค์และการรับผิดชอบทางการเงิน ตลาดการเงิน สถาบันการเงิน ความเสี่ยงและผลตอบแทน การจัดการสินทรัพย์หมุนเวียนและสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน โครงสร้างเงินทุน ต้นทุนเงินทุน นโยบายเงินปันผล และการจัดหาเงินทุน

หลักกฎหมายทั่วไป กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ กฎหมายเกี่ยวกับการจัดองค์กรธุรกิจ กฎหมายคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ตลอดจนกฎหมายเกี่ยวกับตราสารทางการเงิน

30210 การจัดการการผลิตและดำเนินงาน และหลักการตลาด**(6 หน่วยกิต)****Production and Operations Management and Principle of Marketing****วัตถุประสงค์**

1. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการการผลิตและดำเนินงาน
2. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการตลาด

คำอธิบายสาขาวิชา

ระบบการผลิตและดำเนินงาน การวางแผนผลิตภัณฑ์ กำลังผลิต ท่าเลที่ตั้ง การวางผังสถานประกอบการ การจัดการคุณภาพ การจัดการห่วงโซ่อุปทาน การพยากรณ์การผลิต การจัดการสินค้าคงคลัง การวางแผนและการควบคุมการผลิตและดำเนินงาน การออกแบบงาน การวัดงาน มาตรฐานการทำงาน การจัดลำดับงาน ความปลอดภัยในการทำงาน การบริหารโครงการ

แนวคิดการตลาด หน้าที่การตลาด และบทบาททางการตลาด กระบวนการการตลาด โครงสร้างองค์การทางการตลาด สภาพแวดล้อมทางการตลาด การจัดการการตลาดและการวางแผนกลยุทธ์ การวิจัยการตลาด ระบบสารสนเทศทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค ตลาดธุรกิจและพฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาดและการตลาดเป้าหมาย การวางแผนและการตัดสินใจด้านผลิตภัณฑ์ การวางแผนและการตัดสินใจด้านราคา การวางแผนและการตัดสินใจด้านการจัดจำหน่าย การวางแผนและการตัดสินใจด้านการส่งเสริมการตลาด และจรรยาบรรณวิชาชีพบริหารธุรกิจ

30211 องค์การและการจัดการ และการจัดการทรัพยากรมนุษย์**(6 หน่วยกิต)****Organization and Management and Human Resource Management****วัตถุประสงค์**

1. เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับหลักการ หน้าที่และวิธีการจัดการองค์การ รวมถึงการบริหารองค์การสมัยใหม่
2. เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับแนวคิด เทคนิคและเครื่องมือการจัดการทรัพยากรมนุษย์สมัยใหม่
3. เพื่อให้มีความรู้ความสามารถในการนำหลักการดังกล่าวมาประยุกต์ใช้กับองค์การ

คำอธิบายสาขาวิชา

ความหมาย รูปแบบ ประเภท และขั้นตอนของการวางแผน โครงสร้างและสายการบังคับบัญชา แนวคิดและทฤษฎีต่างๆ เกี่ยวกับองค์การ การจัดการองค์การ การอำนวยความสะดวก การจูงใจและความเป็นผู้นำ กลุ่มและองค์การ การจัดการสมัยใหม่ในองค์การ

ทฤษฎีและหลักการในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ระบบคุณธรรม ขอบข่ายและขั้นตอนในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การวางแผนกำลังคน การกำหนดตำแหน่งและอัตราเงินเดือน การสรรหา การคัดเลือก การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การจัดสวัสดิการและการพนักงานสัมพันธ์ การประเมินผลการปฏิบัติงาน เทคนิคและเครื่องมือของการจัดการทรัพยากรมนุษย์สมัยใหม่

30212 คณิตศาสตร์ สถิติธุรกิจ และการวิเคราะห์เชิงปริมาณเพื่อการตัดสินใจ (6 หน่วยกิต)

Mathematics, Business Statistics and Quantitative Analysis for Decision Making

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับคณิตศาสตร์พื้นฐาน
2. เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับสถิติพื้นฐาน
3. เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับสถิติธุรกิจและประยุกต์ใช้ในการตัดสินใจได้
4. เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับการวิเคราะห์เชิงปริมาณและประยุกต์ใช้ในการตัดสินใจได้

คำอธิบายสาขาวิชา

พีชคณิตเบื้องต้น จำนวน การนับ เซต เมตริกซ์พื้นฐาน สมการและการแก้สมการ แคลคูลัสเบื้องต้นและการนำไปใช้ สถิติพื้นฐานและการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น ตัวแปรสุ่มและการแจกแจงความน่าจะเป็นของตัวแปรสุ่ม ทฤษฎีความน่าจะเป็น การประมาณค่า การทดสอบสมมติฐานและการใช้สถิติอนุมาน การวิเคราะห์ความแปรปรวน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์และการถดถอย การวิเคราะห์เลขดัชนี การวิเคราะห์อนุกรมเวลา การพยากรณ์ธุรกิจ ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการวิเคราะห์เชิงปริมาณเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ ตัวแบบการตัดสินใจ ตัวแบบโปรแกรมเชิงเส้น ตัวแบบการขนส่ง ตัวแบบมอบหมายงาน ตัวแบบสินค้าคงคลัง ตัวแบบแถวคอย ตัวแบบมาร์คอฟ ตัวแบบจำลองสถานการณ์ ตัวแบบ PERT/CPM

32302 การจัดการการตลาด (6 หน่วยกิต)

Marketing Management

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการตลาด และสามารถนำไปประยุกต์กับการปฏิบัติงานการตลาดได้
2. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดทำแผนการตลาด และสามารถจัดเตรียมข้อมูลเพื่อการจัดทำแผนการตลาดได้
3. เพื่อให้สามารถนำความรู้ไปจัดทำแผนการตลาดได้ในทางปฏิบัติ

คำอธิบายสาขาวิชา

ความหมาย ความสำคัญ บทบาท และหน้าที่การตลาด ปรัชญา และแนวคิดการตลาด ระบบการตลาด และระบบสารสนเทศการตลาด กระบวนการทางการตลาด แนวโน้มการตลาด และพฤติกรรมผู้บริโภค การตลาดเป้าหมาย การวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคทางการตลาด การวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของกิจการ การจัดการส่วนประสมการตลาด การวางแผน การดำเนินการ การควบคุม การประเมินผลการตลาด การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า และจรรยาบรรณการตลาด

องค์ประกอบของแผนการตลาด วิธีการหาข้อมูลเพื่อการจัดทำแผนการตลาด ขั้นตอนและวิธีการจัดทำแผนการตลาด การวิเคราะห์แผนการตลาดเพื่อนำไปใช้ในการดำเนินงานธุรกิจ

32316 การจัดการการขายและศิลปะการขาย**(6 หน่วยกิต)****Sales Management and Salesmanship****วัตถุประสงค์**

1. เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับศิลปะการขาย รวมทั้งบทบาท หน้าที่และความรับผิดชอบของพนักงานขาย
2. เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับการจัดการขายและเข้าใจบทบาท หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้จัดการด้านการขาย

คำอธิบายชุดวิชา

บทบาท หน้าที่และความรับผิดชอบของพนักงานขาย กระบวนการขาย เทคนิคการขาย ซึ่งรวมถึง การเลือกสรรลูกค้า การเข้าพบลูกค้า การเสนอขาย การปิดการขายและบริการหลังการขาย

บทบาท หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้จัดการขาย การจัดองค์การฝ่ายขาย กำหนดนโยบายและกลยุทธ์การขาย การพยากรณ์การขายและการจัดทำงบประมาณ การจัดการพนักงานขายซึ่งรวมถึงการคัดเลือกและฝึกอบรมพนักงานขาย การกำหนดอาณาเขตการขายและโควตาการขาย การวิเคราะห์เวลา การมอบหมายงาน การควบคุมและประเมินผลงาน การกำหนดค่าตอบแทน

32333 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค**(6 หน่วยกิต)****Consumer Behavior Analysis****วัตถุประสงค์**

1. เพื่อให้สามารถวิเคราะห์แบบจำลองของพฤติกรรมผู้บริโภค
2. เพื่อให้มีแนวคิดและการวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค
3. เพื่อนำความรู้เกี่ยวกับผลการวิเคราะห์ผู้บริโภคไปประยุกต์ใช้กับกิจกรรมทางการตลาด

คำอธิบายชุดวิชา

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์ประเภทของผู้บริโภค การเข้าใจผู้บริโภคผ่านการวิจัยผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด แบบจำลองการวิเคราะห์ผู้บริโภค ปัจจัยภายในและภายนอกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจซื้อ และการประยุกต์ใช้กลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค

32334 ระบบสารสนเทศทางการตลาดและการวิจัยการตลาด และ**(6 หน่วยกิต)****การศึกษาความเป็นไปได้****Marketing Information System and Marketing Research and Feasibility Study****วัตถุประสงค์**

1. เพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจในการวิจัยการตลาด และสามารถนำความรู้ในการวิจัยการตลาดไปใช้ในการตัดสินใจทางการตลาดได้
2. เพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้
3. เพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบสารสนเทศทางการตลาด และสามารถนำไปใช้ในการปฏิบัติงานได้

คำอธิบายชุดวิชา

ความหมายและบทบาทของระบบสารสนเทศทางการตลาด ประเภทของสารสนเทศ สารสนเทศกับการตัดสินใจทางการตลาด การออกแบบระบบสารสนเทศ ลักษณะของการวิจัยการตลาด กระบวนการวิจัย การกำหนดจุดประสงค์และประเภทของการวิจัย การออกแบบวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และการจัดทำรายงานการวิจัย และการศึกษาความเป็นไปได้

32408 การจัดการธุรกิจขนาดย่อมและการค้าปลีก**(6 หน่วยกิต)****Small Business Management and Retailing****วัตถุประสงค์**

1. เพื่อให้เข้าใจความหมายและการดำเนินงานของธุรกิจขนาดย่อม และปัญหา ในการบริหารธุรกิจประเภทนี้
2. เพื่อให้มีความรู้ความสามารถในด้านการบริหารงานเกี่ยวกับการค้าปลีก ทั้งในด้านการค้าปลีกขนาดเล็กและขนาดใหญ่

คำอธิบายชุดวิชา

บทบาท แนวความคิด และขั้นตอนในการวางแผนการประกอบการของธุรกิจขนาดย่อม การบริหารและควบคุมทางการเงิน การสำรวจตลาด แหล่งเงินทุน การหาทำเลที่ตั้ง การส่งเสริมการขาย การตั้งราคา การควบคุมสินค้าคงคลัง การให้สินเชื่อ การเสี่ยง การบริหารข้อมูลทางการบัญชี การค้าปลีก การจัดร้านค้า การบริหารบุคคล การบริหารสินค้า การบริหารการขายและการบริหารการควบคุมในการค้าปลีก

32414 การตลาดสินค้าเกษตรกับเศรษฐกิจของไทย**(6 หน่วยกิต)****Agricultural Marketing and Thai Economy****วัตถุประสงค์**

1. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของการตลาดสินค้าเกษตร
2. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับขอบเขต หน้าที่ แนวคิด กระบวนการและกลยุทธ์ของการตลาดสินค้าเกษตร
3. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจลักษณะรากฐาน และวิถีวิเคราะห์เศรษฐกิจของประเทศไทยเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจ

คำอธิบายชุดวิชา

วิวัฒนาการของระบบเศรษฐกิจไทยกับการตลาด ความหมาย ขอบเขตของการตลาดสินค้าเกษตร หน้าที่ และความสำคัญของการตลาด ระบบการตลาดสินค้าเกษตร แนวคิดเรื่องส่วนประสมการตลาด การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อม การวิเคราะห์ตลาด การวิจัยตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย กระบวนการการตลาด กลยุทธ์การตลาด แผนการตลาด การควบคุมทางการตลาด ตลอดจนการประเมินผลและการจัดทำรายงานทางการตลาด การจัดการการตลาดและการผลิตและการตลาดระหว่างประเทศ

32432 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา**(6 หน่วยกิต)****Product and Price Management****วัตถุประสงค์**

1. เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การจัดประเภท การกำหนดส่วนประกอบผลิตภัณฑ์ การกำหนดกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ตามวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์
2. เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับโครงสร้างราคา การตัดสินใจในด้านราคา การกำหนดราคาตามจุดมุ่งหมายต่างๆ การกำหนดราคาของผู้ผลิตและการกำหนดราคาของผู้จำหน่าย
3. เพื่อนำความรู้ด้านผลิตภัณฑ์และราคาไปกำหนดกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

คำอธิบายชุดวิชา

แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การจัดประเภทผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์การตลาด การกำหนดส่วนประสมผลิตภัณฑ์ การกำหนดกลยุทธ์การตลาดของผลิตภัณฑ์และราคาให้สอดคล้องกับวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การตัดสินใจด้านราคา การกำหนดราคาตามจุดมุ่งหมายต่างๆ การตั้งราคาของผู้ผลิตและผู้จำหน่าย

32435 ประสบการณ์วิชาชีพการตลาด**(6 หน่วยกิต)****Professional Experience in Marketing****วัตถุประสงค์**

1. เพื่อให้สามารถประยุกต์หลักการ ทฤษฎีและเทคนิคต่างๆ ด้านการตลาดสู่ภาคปฏิบัติ
2. เพื่อให้สามารถฝึกทักษะในการวิเคราะห์ปัญหาและการตัดสินใจในการแก้ปัญหาทางการตลาด
3. เพื่อให้สามารถพัฒนา และเสริมสร้างภาวะผู้นำ และทักษะในการเป็นนักการตลาดที่ดี
4. เพื่อพัฒนาคุณธรรม จริยธรรมในการประกอบอาชีพด้านการตลาด

คำอธิบายสาขาวิชา

การประยุกต์หลักการและทฤษฎีทางการบริหารธุรกิจโดยเน้นหนักด้านการจัดการการตลาดสู่ภาคปฏิบัติ การใช้กรณีศึกษาสถานการณ์จำลอง และเกมทางธุรกิจเพื่อพัฒนาทักษะ การวิเคราะห์ปัญหา การแก้ปัญหา การวางแผน และการตัดสินใจทางการตลาด การจัดการลูกค้าสัมพันธ์และความรับผิดชอบต่อสังคม ศึกษาจรรยาบรรณทางการตลาด การใช้กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างจรรยาวิชาชีพ คุณธรรม จริยธรรม และภาวะการเป็นผู้นำให้เป็นนักการตลาดที่ดีและมีประสิทธิภาพ

32449 การสร้างธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ**(6 หน่วยกิต)****Business Building and Entrepreneurship****วัตถุประสงค์**

1. เพื่อให้เข้าใจแนวคิดและวิธีการสร้างธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
2. เพื่อให้เข้าใจถึงวิธีการที่จะเป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จ

คำอธิบายสาขาวิชา

แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ธุรกิจ วิธีการและขั้นตอนในการสร้างธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้ประสบความสำเร็จ บทบาทของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จ การพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันและสร้างความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจ

32475 การตลาดระหว่างประเทศและการตลาดโลก**(6 หน่วยกิต)****International and Global Marketing****วัตถุประสงค์**

1. เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับตลาดระหว่างประเทศและตลาดโลก เศรษฐกิจโลก สภาวะแวดล้อมของตลาดโลก และการจัดการองค์กรเพื่อไปสู่ตลาดโลก
2. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการ แนวคิด บทบาท และความสำคัญของตลาดระหว่างประเทศ
3. เพื่อเสริมสร้างแนวความคิด เจตคติด้านการจัดการการตลาดเพื่อนำเข้าสู่การตลาดระหว่างประเทศ
4. เพื่อให้สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการจัดการการตลาดและการลงทุนในต่างประเทศ

คำอธิบายสาขาวิชา

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับตลาดระหว่างประเทศและตลาดโลก เศรษฐกิจโลก สภาวะแวดล้อมของตลาดโลก ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อการตลาดโลก การจัดการองค์กรเพื่อสู่ตลาดโลก บทบาทและความสัมพันธ์ของการตลาดระหว่างประเทศ องค์กรระหว่างประเทศ ความสัมพันธ์ระหว่างตลาดภายในประเทศและตลาดระหว่างประเทศ การตัดสินใจเลือกตลาดต่างประเทศ และการนำเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ การลงทุนตามกลยุทธ์การตลาด กระบวนการของการส่งออกและนำเข้า

32476 การตลาดสถาบันและการตลาดบริการ**(6 หน่วยกิต)****Institutional Marketing and Service Marketing****วัตถุประสงค์**

1. เพื่อให้มีความรู้ในด้านการวางแผน การกำหนดกลยุทธ์การตลาดของตลาดสถาบัน
2. เพื่อให้มีความรู้ลักษณะเฉพาะของตลาดบริการ การออกแบบบริการและการกำหนดกลยุทธ์การตลาดในตลาดบริการ

คำอธิบายสาขาวิชา

ขอบเขตและลักษณะของตลาดสถาบัน การวางตำแหน่งกลยุทธ์ตลาดสถาบัน องค์ประกอบของแผนการตลาดในหน่วยธุรกิจ การแบ่งส่วนตลาดโดยใช้การวิเคราะห์ SWOT ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในตลาดสถาบัน การเลือกตลาดเป้าหมาย เทคนิคการสร้างภาพพจน์องค์กร กลยุทธ์การกำหนดราคาและช่องทางการจัดจำหน่าย เครื่องมือสื่อสารของตลาดสถาบัน ความหมายของบริการ พฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดบริการ การกำหนดลักษณะทางกายภาพที่จุดบริการ บทบาทของพนักงานและลูกค้าในตลาดบริการ การบริหารความต้องการการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ การตั้งราคาในตลาดบริการ

32489 การตลาดร่วมสมัย และการตลาดดิจิทัล**(6 หน่วยกิต)****Contemporary Marketing and Digital Marketing****วัตถุประสงค์**

1. เพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการตลาดร่วมสมัย สภาพแวดล้อมทางการตลาด และแนวโน้มการตลาดในอนาคต
2. เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับตลาดดิจิทัลในปัจจุบัน
3. เพื่อให้สามารถนำความรู้เกี่ยวกับตลาดดิจิทัลไปประยุกต์ใช้ในการทำการตลาดได้

คำอธิบายสาขาวิชา

แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดร่วมสมัย การวางแผนเชิงกลยุทธ์ในการตลาดร่วมสมัย สภาพแวดล้อมทางการตลาด จรรยาบรรณ และความรับผิดชอบต่อสังคมในการตลาดร่วมสมัย การตลาดเป้าหมายในการตลาดร่วมสมัย การวิจัยการตลาดและการพยากรณ์ยอดขายในการตลาดร่วมสมัย การตลาดสัมพันธ์ภาพและการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าในการตลาดร่วมสมัย การตัดสินใจด้านผลิตภัณฑ์ในการตลาดร่วมสมัย การตัดสินใจด้านการจัดจำหน่ายในการตลาดร่วมสมัย การตัดสินใจด้านราคาในการตลาดร่วมสมัย

ความหมายของตลาดดิจิทัล องค์ประกอบและการนำไปประยุกต์ใช้ การเจริญเติบโตของอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ และการประเมินผลการทำการตลาดดิจิทัล

60120 หลักเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น**(6 หน่วยกิต)****Principles of Economics****วัตถุประสงค์**

1. เพื่อให้มีความรู้เบื้องต้นทางเศรษฐศาสตร์
2. เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์จุลภาคและเศรษฐศาสตร์มหภาค
3. เพื่อให้สามารถเข้าใจปัญหาทางเศรษฐกิจและนโยบายของรัฐบาลในการแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจ
4. เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจของไทย

คำอธิบายชุดวิชา

ความรู้เบื้องต้นทางเศรษฐศาสตร์ อุปสงค์ อุปทาน ดุลยภาพของตลาด ทางเลือกของผู้บริโภค การผลิต ต้นทุนการผลิต ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ตลาดผูกขาด ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด ตลาดผู้ขายน้อยราย ตลาดปัจจัยการผลิต ผลตอบแทนปัจจัยการผลิต เศรษฐศาสตร์สาธารณะ รายได้ประชาชาติ การวัดรายได้ประชาชาติ ส่วนประกอบของรายได้ประชาชาติ การกำหนดรายได้ประชาชาติดุลยภาพ การคลัง นโยบายการคลัง การเงิน นโยบายการเงิน เงินเฟ้อ เงินฝืด การว่างงาน การค้าระหว่างประเทศ การเงินระหว่างประเทศ และการพัฒนาเศรษฐกิจของไทย

Last updated: 18–March-2021

