



## ปรัชญา

คณาจารย์บัณฑิตสาขาวิชาวัตกรรมการจัดการการตลาดสมัยใหม่ ต้องเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญ และมีความสามารถ

ในการสร้างองค์ความรู้ใหม่และนวัตกรรมด้านการตลาด พร้อมทั้งการบูรณาการกับศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องได้ มีคุณธรรมและจริยธรรม และสามารถประยุกต์วิทยาการด้านการตลาด เพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขัน และก่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง สังคม และประเทศชาติได้

## ความสำคัญ

จากสถานการณ์การแข่งขันทางธุรกิจอย่างรุนแรงในปัจจุบัน ทั้งการแข่งขันจากภายใน และภายนอกประเทศ ทำให้ภาคธุรกิจจำเป็นต้องพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาด ประเทศไทยจึงได้จัดทำ ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561- 2580) โดยมีเป้าหมายการพัฒนา คือ ประเทศชาติมั่นคง ประชาชนมีความสุข เศรษฐกิจมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สังคมเป็นธรรม ฐานทรัพยากรธรรมชาติยั่งยืน รวมถึงนโยบาย การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย หรือ โมเดลพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาลที่เรียกว่าไทยแลนด์ 4.0 (Thailand 4.0) อีกทั้งสภาพทางสังคมในปัจจุบัน มีการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ทำให้วิถีการดำรงชีวิตในยุคปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปเป็นอย่างมาก ทั้งทางด้านฐานะ ทางเศรษฐกิจ สาธารณูปโภค สุขภาพ การเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านนามธรรมที่ศกศคิความคิด ทางรูปธรรม การใช้ชีวิต พฤติกรรมของการใช้ชีวิตของประชากร การเกิดโรคระบาด การเกิดโรคอุบัติใหม่ ทำให้เกิดโอกาส ทางด้านเศรษฐกิจ ทั้งธุรกิจด้านการบริการ ธุรกิจการผลิตต่างๆ หรือองค์กรภาครัฐที่ต้องตอบรับสถานการณ์ ได้อย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ รวมถึงองค์กรภาครัฐบางองค์กรยังต้องมีความจำเป็นในใช้ทรัพยากรบุคคล ที่เป็นนักบริหาร นักการตลาด เช่น สถาบันการศึกษา เพื่อสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดต่อผู้ที่สนใจเข้าศึกษา ในสถาบันนั้นๆ ซึ่งถือได้ว่ามีความจำเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากปัจจุบันองค์กรภาครัฐที่เป็นสถาบันทางการศึกษา มีการแข่งขันอย่างรุนแรง และในภาคธุรกิจมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีบุคลากรที่มีองค์ความรู้ในด้านการ บริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ทั้งทางด้านการจัดการ การตลาด เพื่อสร้างโอกาสในการแข่งขันในสถานะ เศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และในกรณีเกิดภาวะฉุกเฉิน องค์กรต้องมีการปรับตัวในภาคเศรษฐกิจ อย่างรวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ และในภาคธุรกิจก่อให้เกิดการสร้างผลิตภัณฑ์สู่ตลาด เกิดโอกาสในการสร้าง ธุรกิจใหม่ๆ การสร้างนวัตกรรมทางการตลาดใหม่ๆ การประยุกต์และบูรณาการใช้สื่อและเทคโนโลยีในการ สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ ทั้งผลิตภัณฑ์ทางการบริการ และผลิตภัณฑ์ทางด้านสินค้า บุคลากรทางด้าน การตลาดในภาคธุรกิจ จึงต้องมีความรอบรู้รอบด้านจึงมีความสำคัญและจำเป็นที่จะต้องอาศัยนวัตกรรมและ การตลาดที่ทันสมัย ทันต่อสถานการณ์ บุคลากรภาครัฐเองก็มีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาความรู้ในด้าน การตลาดไม่น้อยกว่าภาคธุรกิจ เช่น บุคลากรทางการศึกษา ซึ่งมีความจำเป็นที่จะต้องใช้ความรู้ ความสามารถในการประชาสัมพันธ์หรือส่งเสริมให้กลุ่มเป้าหมายมีความสนใจ ในการเข้าศึกษาต่อในองค์กร ให้ได้ตามเป้าประสงค์เป็นต้น จึงอาจกล่าวได้ว่าความรู้ทางด้านการตลาดมีความจำเป็นและสำคัญต่อทุกสถาบัน ด้วยในปัจจุบันที่มีการแข่งขันทางการตลาดที่สูงขึ้น และมีคู่แข่งทางการตลาดมากยิ่งขึ้น บุคลากรทางการตลาด ขององค์กร ต้องมีความรู้และทักษะรวมถึงแนวคิดที่สร้างสรรค์ ทำงานเชิงรุก สามารถแก้ไขสถานการณ์ได้ดี มีความรู้ทั้งทางด้านวิชาการ และวิจัย จะสามารถทัดเทียมหรือแข่งขันกับคู่แข่งได้เป็นอย่างดี ดังนั้นจึงมีความจำเป็นต้องพัฒนาบุคลากรด้านการจัดการ การตลาด ที่มีความรู้ความสามารถทั้งในด้าน วิชาการ และการวิจัยสู่การพัฒนาและสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ สามารถบูรณาการทางด้านศาสตร์อื่นๆ กับ การตลาดได้อย่างเหมาะสม อีกทั้งต้องสามารถวิจัยการตลาด และสร้างธุรกิจครบวงจร ทั้งธุรกิจแบบปิด และ ธุรกิจแบบออนไลน์ รวมถึงการสร้างธุรกิจใหม่ๆ ได้เป็นอย่างดีและมีประสิทธิภาพคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ

ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญดังกล่าว ทำให้การปรับปรุงหลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ การตลาด เปลี่ยนชื่อสาขาวิชา เป็นสาขาวิชานวัตกรรมการจัดการการตลาดสมัยใหม่ มีการปรับโครงสร้าง หลักสูตรใหม่ให้มีความทันสมัย ปรับเปลี่ยนรายวิชาที่มีความหลากหลายตอบสนองต่อผู้เรียน เน้นการเรียนเพื่อ การวิจัย และบูรณาการร่วมกับศาสตร์อื่นๆ ตามแนวทางของการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันและแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความเชี่ยวชาญ ด้านการบริหารจัดการการตลาด และองค์ความรู้ทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมมากยิ่งขึ้น เพื่อให้สามารถ แข่งขันได้ทั้งในระดับประเทศและนานาชาติ เพื่อให้ทัดเทียมระดับสากล

### วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

เพื่อผลิตบัณฑิต หลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการตลาดสมัยใหม่ ที่มีคุณลักษณะดังต่อไปนี้

1. มีความเชี่ยวชาญในการสร้างสรรค์งานวิจัยด้านการตลาด องค์ความรู้ นวัตกรรม และทฤษฎีที่มีคุณค่าทางวิชาการด้านการตลาด ทั้งในระดับประเทศและสากล
2. มีความเป็นผู้นำทางวิชาการด้านการตลาด ตลอดจนสามารถนำความรู้มาประยุกต์ ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง สังคม และประเทศชาติ
3. มีความรอบรู้ ความครบถ้วน ความรอบคอบ และความทันสมัยในศาสตร์ ทางด้าน การตลาดที่เป็นสากลมีวิสัยทัศน์กว้างไกล มีจริยธรรมและคุณธรรม ตลอดจนมีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม

### คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

1. ผู้มีสิทธิ์เข้าศึกษา แบบ 2.1 ต้องมีคุณสมบัติอื่นตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ว่าด้วยการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2560

กรณีผู้ที่ไม่มีความสัมพันธ์เป็นไปตามข้อ 1 ให้เป็นไปตามการพิจารณาของกรรมการบริหารหลักสูตร หรือ ผู้รับผิดชอบหลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการจัดการการตลาดสมัยใหม่

### อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

1. อาจารย์สาขาวิชาการตลาดในสถาบันอุดมศึกษา
2. นักวิชาการด้านการตลาด
3. นักวิจัยด้านการตลาด
4. ประกอบอาชีพอิสระ
5. นักบริหารองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน