คำอธิบายรายวิชา

<u>หมวดวิชาศึกษาทั่วไป</u>

(เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยมหาสารคาม รายละเอียดแสดงในเอกสารแนบ ข)

<u>หมวดวิชาเฉพาะ</u>

กลุ่มวิชาแกน

0900 101 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจ 3(3-0-6)

Introduction to Business

หลักการและรูปแบบองค์กรทางธุรกิจ จุดมุ่งหมายของการประกอบธุรกิจ แนวคิดในการประกอบธุรกิจ คุณลักษณะของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ กิจกรรมทางธุรกิจและความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมทางธุรกิจ กฎหมายธุรกิจ ประเภทของธุรกิจ ความสำคัญและบทบาทของการประกอบธุรกิจในสังคม ผลกระทบของสภาพแวดล้อมที่มีต่อธุรกิจ และความสำคัญของธรรมาภิบาล ความรับผิดชอบต่อสังคม จริยธรรมทางธุรกิจและจรรยาบรรณของการประกอบธุรกิจ กรณีศึกษาทางธุรกิจและการประกอบการทางธุรกิจ

Principles and forms of business organization; objectives of business entrepreneurship; concepts of business entrepreneurship; characteristics of business environments; business activities and relationships among business activities; business law; types of business; importance and roles of business entrepreneurship in society; effects of environments on business; importance of governance, corporate social responsibility, business ethics, and codes of ethics for business entrepreneurship, case studies related to business and entrepreneurship

0900 102 หลักการตลาดสมัยใหม่ 3(3-0-6)

Principles of Modern Marketing

แนวคิด ปรัชญา และความสำคัญของการตลาด ลักษณะของตลาด สถาบันการตลาด หน้าที่ของการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมการตลาด การตลาดระหว่างประเทศและการตลาดสมัยใหม่ และจรรยาบรรณและความรับผิดชอบต่อสังคม กรณีศึกษาทางการตลาดตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

Concepts, philosophy, and importance of marketing; marketing characters; marketing institutions; marketing functions; consumer behavior; market segmentation; market targeting; product positioning; marketing mix; international marketing and modern marketing management; marketing ethics; social responsibility; case studies related to marketing from past to present

0900 103 การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในธุรกิจ 3(2-2-5)

Digital Business Applications

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบและเทคโนโลยีสารสนเทศ การประยุกต์ใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการบริหารงานธุรกิจ ระบบข้อมูลและการจัดการข้อมูลทางธุรกิจ การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีสื่อประสม เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต การใช้คอมพิวเตอร์ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ การจัดการศูนย์ข้อมูล การรักษาความปลอดภัยระบบคอมพิวเตอร์ จริยธรรมและกฎหมายด้านการสื่อสารในรูปแบบดิจิทัล และการประยุกต์ใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีดิจิทัลในองค์กรธุรกิจ

Introduction to systems and information technology; Application of Digital Technology for Business Administration; Information Systems and Business Information Management; Information Technology Management; Mixed Media Technology; Internet Technology; Using Computers for Business Communication; Data Management; Computer System Security; Laws and Ethics Regarding Digital Communication; Application of computers and digital technology in business-related organizations

0900 104 การบัญชีเบื้องต้นสำหรับธุรกิจ 3(3-0-6)

Accounting Foundation for Business

ความหมาย วัตถุประสงค์ และความสำคัญของข้อมูลทางบัญชีกับการดำเนินธุรกิจ หลักการบัญชีและกรอบแนวคิดเบื้องต้นในการจัดทำและนำเสนอรายงานทางการเงิน การวิเคราะห์ข้อมูลและการเปิดเผยข้อมูลในรายงานทางการเงิน จริยธรรมทางการบัญชี การบัญชีเบื้องต้นเพื่อการจัดการธุรกิจ แนวคิดและพฤติกรรมต้นทุน การวิเคราะห์ต้นทุน-ปริมาณ-กำไร งบประมาณ งบประมาณจ่ายลงทุนการใช้ข้อมูลทางบัญชีเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจและการประกอบการ

Definitions, objectives, and importance of accounting information in relating to the business; accounting principles and basic frameworks for preparing and presenting financial reports; data analysis and disclosure of information in financial reports; accounting ethic; Introduction to accounting for management; concept and cost behavior; cost-volume-profit analysis; budgeting and capital; the application of accounting information for business decisions making and entrepreneurship

0900 105 การจัดการและพฤติกรรมองค์การ 3(3-0-6)

Management and Organizational Behavior

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการ บทบาทของผู้บริหารในยุคที่ธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงและมีการแข่งขันสูง กระบวนการจัดการ แนวคิดและหลักการเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมองค์การ พฤติกรรมกลุ่ม การจูงใจ ภาวะผู้นำในองค์การ การติดต่อสื่อสาร ความขัดแย้ง วัฒนธรรมองค์การ ธุรกิจระหว่างประเทศและโลกาภิวัตน์ การกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาองค์การให้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง การใช้เทคโนโลยีในองค์การ การควบคุมและประเมินผลการดำเนินงานขององค์การ กรณีศึกษาขององค์การทั้งที่ประสบความสำเร็จและล้มเหลว

Concepts of management; roles of executives in business changes and high competition; management process; concepts and principles of human resource management; concepts of organizational behavior, group behavior, motivation, leadership, communication, conflict, and organizational culture; international business and globalization; setting strategy for organizational development in order to respond changes; Application of technology in organization; organizational performance control and assessment; case studies related to both success and failure in organizations

0900 106 เศรษฐศาสตร์ธุรกิจเบื้องต้น 3(3-0-6)

Introduction of Business Economics

แนวคิดพื้นฐานทางด้านเศรษฐศาสตร์ ทฤษฎีว่าด้วยการผลิต การวิเคราะห์ต้นทุนและกำไร อุปสงค์และอุปทานสินค้า ลักษณะของโครงสร้างตลาดประเภทต่างๆ เป้าหมายและปัญหาในทางเศรษฐกิจมหภาค รายได้ประชาชาติ การเงินและการธนาคาร นโยบายการคลัง การค้าระหว่างประเทศ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและนโยบายเศรษฐกิจมหภาคที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ

Basic concepts of Economics; theory of production; cost and profit analysis; characteristics of various market structures; goals and problems in macroeconomic; national income; financial and banking; fiscal policy; International trade; business environment and macro policies influencing business performances

0900 201 การภาษีอากรและกฎหมายธุรกิจ 3(3-0-6)

Taxation and Business Law

หลักเกณฑ์และรูปแบบของภาษีอากร วิธีการประเมินและจัดเก็บภาษีจากประมวลรัษฎากร เช่น ภาษีเงินได้ ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ ภาษีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ได้แก่ ภาษีสรรพสามิต ภาษีศุลกากร ภาษีท้องถิ่น ศึกษากฎหมายแพ่งและพาณิชย์ เรื่องบุคคล นิติกรรม สัญญาหนี้ละเมิด เอกเทศสัญญาประเภทต่าง ๆ หลักกฎหมายและวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดตั้ง อำนาจหน้าที่ดำเนินการการเลิกประกอบธุรกิจ ระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ การบริหารจัดการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

Rules and forms of taxation; methods of assessing and collecting taxes based on the revenue code such as income tax, Value-Added Tax (VAT), specific business tax, taxes related taxes business such as excise taxes, customs duties, local taxes; study of civil and commercial laws, personal matters, juristic acts, contracts, debts, torts, individual contracts; legal principles and practices concerning the establishment of business, termination of business; rules and regulations related to business; legal practices related to consumer protection

0900 202 การจัดการทางการเงินสมัยใหม่ 3(3-0-6)

Modern Financial Management

เงื่อนไขของรายวิชา : 0900 104 การบัญชีเบื้องต้นสำหรับธุรกิจ

Prerequisite : 0900 104 Accounting Foundation for Business

แนวคิดทางการเงินในยุคปัจจุบัน และ เครื่องมือในการจัดการทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจของประเทศและของโลก แนวทางการปฏิบัติในการวิเคราะห์ทางการเงินและการวางแผน โดยการประยุกต์แนวความคิดทางการเงิน การวิเคราะห์งบการเงิน มูลค่าเงินตามเวลา ตลาดการเงินและสถาบันการเงิน หลักทรัพย์และการประเมินมูลค่าของบริษัท ต้นทุนเงินทุนและโครงสร้างเงินทุน ความเสี่ยงและผลตอบแทน นโยบายเงินปันผล งบประมาณการเงินระยะยาวและการจัดการเงินทุนหมุนเวียน รวมถึงประเด็นสำคัญทางการเงิน การเช่าซื้อ หลักทรัพย์ไฮบริดและอนุพันธ์ กองทุนทรัสต์ต่าง ๆ แนวความคิดการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน

The current financial concepts and tools towards money management related to national and global economies. Practices and guidelines in financial analysis and planning through the application of financial concepts including financial statements analysis; time value of money; financial markets and institutions; securities and valuation of firms; cost of capital and capital structure; risks and return; dividend policy; long-term financial budgeting and working capital management. Importance financial issues such as lease; hybrid securities and derivatives; trust funds; concept of environment, social, and governance (ESG)

0900 203 สถิติประยุกต์ในเชิงธุรกิจ 3(3-0-6)

Applied Statistics for Business

การประยุกต์ใช้วิชาสถิติพื้นฐานในเชิงธุรกิจ การเก็บรวบรวมข้อมูล การวัดค่ากลางและการกระจายของข้อมูล การแจกแจงความน่าจะเป็น การสุ่มตัวอย่าง การประมาณช่วงความเชื่อมั่นการทดสอบสมมติฐาน การทดสอบไคสแควร์ การวิเคราะห์ความแปรปรวน การวิเคราะห์ความถดถอยและสหสัมพันธ์ เลขดัชนีและการวิเคราะห์อนุกรมเวลา การประยุกต์ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลทางสถิติ

Applications of fundamental business statistics; data gathering; central tendency and variation of data measurement; probability distribution; sampling distribution; confidence interval estimation; hypothesis testing; Chi-square; analysis of variance; regression and correlation; number index and time series analysis; nonparametric statistics; Application of computer software for statistical analyses and presentation

0900 204 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงธุรกิจ 3(2-2-5)

Business Analytics

แนวคิดและหลักการของการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงธุรกิจ เทคนิคการจัดเตรียมข้อมูล การคัดเลือกและประมวลผลข้อมูล เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล การประยุกต์ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อการจัดการข้อมูล การจัดการและวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ การนำเสนอข้อมูลอย่างสร้างสรรค์ การสร้างองค์ความรู้จากฐานข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจทางธุรกิจ กรณีศึกษาในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงธุรกิจ

Concepts and principles of business analytics; techniques of data preparation; data selection; and data procession; data analytics techniques; application of computer software for information management; big data management and analytics; creative presentation; knowledge acquisition from database for business decision making; case studies related to business analytics

0900 301 วิทยาระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ 3(2-2-5)

Business Research Methodology

เงื่อนไขของรายวิชา : 0900 203 สถิติประยุกต์ในเชิงธุรกิจ

Prerequisite : 0900 203 Applied Statistics for Business

แนวคิด หลักการ และความสำคัญของการวิจัย ประเภทของการวิจัย การกำหนดหัวข้อเรื่อง การกำหนดตัวแปร การตั้งสมมติฐานและการทดสอบ การเลือกเครื่องมือในการวิเคราะห์ การสร้างเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลและวิธีการรวบรวมข้อมูล การประมวลผล การวิเคราะห์ การสรุปผลและแปลความหมาย การเขียนรายงาน การนำเสนอรายงานวิจัยเพื่อแก้ปัญหาทางธุรกิจ

Concepts, principles and importance of research; research types; research topic; identifying variables; formulating and testing hypotheses; choosing analytical tools; developing tools and methods for data gathering; data processing; data analysis; summarizing and interpreting results; writing reports; research presentation for business problem solving

0900 302 การจัดการการผลิตและปฏิบัติการ 3(3-0-6)

Production and Operations Management

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการระบบการผลิต ธุรกิจผลิตและธุรกิจบริการ การกำหนดทำเลที่ตั้งและผังโรงงาน การวางผังติดตั้งเครื่องจักรและอุปกรณ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ การจัดหาวัตถุดิบ การบริหารเวลาและค่าจ้าง การกำหนดมาตรฐานงาน การปรับปรุงงาน การควบคุมคุณภาพการผลิต การนำคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้ในการจัดการการผลิต วิธีการจัดการเชิงปริมาณ การจัดการห่วงโซ่อุปทาน

Concepts of production system management for manufacturing and service businesses; factory location and layout; installing machines and equipment; product design; material procurement; time and wage management; setting of task standard; task reform; production quality control; computer applications for production management; quantitative approach; supply chain management

0900 303 ภาษาอังกฤษธุรกิจ 3(3-0-6)

English for Business

การใช้ภาษาอังกฤษในเชิงธุรกิจ การอ่านข้อมูลข่าวสารทางธุรกิจ การเขียนจดหมายธุรกิจ บัตรเชิญและการโฆษณา การกรอกใบสมัครงาน การสัมภาษณ์ทางธุรกิจ การนำเสนอทางธุรกิจ การให้ข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านธุรกิจและการติดต่อสื่อสาร

Uses of English for business purposes; reading business information; writing business letters, invitation cards and advertisements; filling application forms; business interviews; business presentation, business information and communication

0900 304 ความเป็นผู้ประกอบการและการสร้างสรรค์ธุรกิจใหม่ 3(3-0-6)

Entrepreneurship and New Venture Creation

ความหมาย คุณลักษณะ แนวคิดและพฤติกรรมของความเป็นผู้ประกอบการ กระบวนการพัฒนาและประเมินโอกาสในการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ การวิเคราะห์ปัญหาและโอกาสเชิงธุรกิจ รูปแบบการดำเนินธุรกิจสมัยใหม่ แนวคิดและรูปแบบการระดมทุน การบริหารการเติบโตอย่างยั่งยืน แนวทางการสร้างสรรค์ธุรกิจใหม่ เทคนิคการนำเสนอแนวคิดทางธุรกิจเพื่อการระดมทุน ความเข้าใจเกี่ยวกับผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและสังคมต่อการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการประกอบการ

Definition, entrepreneurial attributes, mind- set, and behaviors; entrepreneurial process of new venture development and creation; problem and business opportunity analysis; types of modern business model; fundraising concept and process; sustainable growth management; type of new venture creation; business idea presentation for fund raising; empathizing effects of technological and socio- economical change on new venture creation; case studies related to entrepreneurship

0900 401 การจัดการเชิงกลยุทธ์ 3(3-0-6)

Strategic Management

ความหมาย ความสำคัญและองค์ประกอบของการจัดการเชิงกลยุทธ์ ระดับและประเภทของกลยุทธ์ กระบวนการการจัดการเชิงกลยุทธ์ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร การวางแผนกลยุทธ์ภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลง กลยุทธ์ในการจัดการนวัตกรรม การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติและประเมินผล ความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายและแผนกลยุทธ์ของหน่วยงานต่าง ๆ ภายในองค์กร การจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจระหว่างประเทศและโลกาภิวัตน์ กรณีศึกษาในการจัดการเชิงกลยุทธ์

Definitions, importance, and components of strategic management; levels and types of strategies; processes of strategic management; environment analysis in both internal and external organizations; strategic planning for changing environments; strategic innovation management; strategic implementation and evaluation; relationships between policy and strategic planning of departments in an organization; strategic management of international business and globalization; case studies related to strategic management

กลุ่มวิชาเอก
วิชาเอกบังคับ

0902 111 พฤติกรรมผู้บริโภค 3(3-0-6)
Consumer Behavior

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค แบบจำลองการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค พฤติกรรมการซื้อ กระบวนการตัดสินใจซื้อ กระบวนการเรียนรู้ การรับรู้ เจตคติ การจูงใจ และวิถีชีวิต ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมผู้บริโภคกับการจัดการการตลาดสมัยใหม่

Concepts of consumer behavior; factors affecting consumer behavior; simulation of consumer behavior analysis; purchase behavior; buying decision making process; learning process; perception, attitude, motivation and lifestyle relationships between consumer behaviors and modern marketing management

0902 212 การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย 3(3-0-6)
Distribution Channels Management

แนวคิดเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่าย โครงสร้างของช่องทางการจำหน่าย บทบาทของสมาชิกในช่องทางการจัดจำหน่าย การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมและปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย การออกแบบช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย การบูรณาการช่องทางการจัดจำหน่ายกับกลยุทธ์การตลาด การสร้างพันธมิตรในช่องทางการจัดจำหน่าย การจัดการห่วงโซ่อุปทาน การควบคุมและประเมินผลช่องทางการจัดจำหน่าย

Concepts of channels distribution; structure of channels distribution; roles of channels distribution members; analysis of environmental and factors effects distribution channels management; effective model of distribution; distribution channels management; the integration of distribution channel and marketing strategy; distribution channels partnership; supply chain management; control and evaluation of channels distribution

0902 214 การจัดการกลยุทธ์การตั้งราคา 3(3-0-6)
Price Strategic Management

แนวคิด วัตถุประสงค์ กระบวนการ กลยุทธ์การตั้งราคา ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตั้งราคา กลยุทธ์การตั้งราคาให้สอดคล้องกับส่วนประสมทางการตลาดและสถานการณ์ต่าง ๆ การเลือกใช้กลยุทธ์ราคาที่มีประสิทธิภาพ จริยธรรมในการตั้งราคา

Concept, objective and process of price setting and policy; pricing strategy; factor considerations and price determination; development pricing strategy in relation to marketing mix and situation; selecting price strategy effectiveness; ethical price setting practice

0902 215 การจัดการผลิตภัณฑ์และการออกแบบบริการ 3(3-0-6)

Product Management and Service Design

หลักการและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการผลิตภัณฑ์และบริการ กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ แนวคิดการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การจัดการสายผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์กระบวนการบริการ การออกแบบบริการ การกำหนดกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และบริการ

Concepts and theories in product and service; new product development strategy, positioning concept, product line management, analysis of service management process, service design, product and service strategic formulation

0902 311 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ 3(3-0-6)

Integrated Marketing Communication

แนวคิด วัตถุประสงค์ กระบวนการการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เครื่องมือในการสื่อสารการตลาดสมัยใหม่ การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การออกแบบข้อมูลข่าวสาร การวางแผนและการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การกำหนดงบประมาณ การวัดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ จริยธรรมในการสื่อสารทางการตลาด

Concept, objective and process of integrated marketing communication; modern communication tools in marketing; settings of target groups; design of data information; planning and established marketing communication strategy; budgeting for activities; effective integrated marketing communication; marketing communication ethics

0902 312 การวิจัยการตลาด 3(2-2-5)

Marketing Research

เงื่อนไขของรายวิชา : 0909 303 วิทยาระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ

Prerequisite : 0909 303 Business Research Methodology

บทบาทและความสำคัญของการวิจัยทางการตลาดที่มีต่อการดำเนินงานทางธุรกิจ การระบุปัญหาในการวิจัยทางการตลาด การออกแบบงานวิจัย ขั้นตอน วิธีการดำเนินงานวิจัยและเครื่องมือวิจัย การประยุกต์ใช้งานวิจัยทางการตลาดเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ การเขียนรายงานการวิจัย การนำเสนอผลงานวิจัยเพื่อนำไปสู่การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด

Role and importance of research in marketing on business; Identifying problems in marketing research; research design; research procedure and research methodology; research instrument and; apply research in marketing both qualitative and quantitative research; research report; presentation for marketing plan contribution

0902 315 การตลาดโลก 3(3-0-6)

Global Marketing

แนวคิด ทฤษฎี สภาพแวดล้อมและการรวมกลุ่มการค้าโลก พฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดโลก กระบวนการเข้าสู่ตลาดโลก กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดโลก การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดโลก การประเมินผลและการควบคุมกลยุทธ์การตลาดโลก กรณีศึกษาการตลาดโลก

Concept and theory; global environment and world trade integration; consumer behaviors in the global markets; the process of global market entry; development of global marketing mix; evaluation and control of global marketing strategies; global marketing case study

0902 316 การสร้างตราผลิตภัณฑ์ 3(2-2-5)

Branding

ความหมายและความสำคัญของตราผลิตภัณฑ์และการสร้างตราผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างตราผลิตภัณฑ์ บุคลิกภาพของตราผลิตภัณฑ์ การกำหนดเอกลักษณ์ การตั้งชื่อตราผลิตภัณฑ์ การออกแบบตราผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์การรับรู้ตราผลิตภัณฑ์ ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ความซื่อสัตย์ต่อตราผลิตภัณฑ์ และคุณค่าตราผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การนำเสนอตราผลิตภัณฑ์ การจัดการและการปรับปรุงตราผลิตภัณฑ์

Definition and importance of brands and branding; factors influencing branding; brand personality; identity creation; brand name selection; brand design; analysis of brand awareness, brand image, brand loyalty, and brand equity; strategies in brand presentation; brand management and improvement

0902 323 การตลาดดิจิทัล 3(2-2-5)

Digital Marketing

ความหมาย ความสำคัญของการตลาดดิจิทัลต่อธุรกิจ ผู้บริโภค และสังคม เครื่องมือทางการตลาดดิจิทัล การใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนทางการตลาด ช่องทางการขายและการสื่อสารการตลาดดิจิทัล ฐานข้อมูลของลูกค้าเพื่อการตลาดดิจิทัล การวัดและประเมินความสำเร็จ จริยธรรมสำหรับการตลาดดิจิทัล กรณีศึกษาการตลาดดิจิทัล

Definitions, importance of digital marketing for business, consumers, and society; digital marketing tools, blockchain technology in marketing, channels selling and digital marketing communication, customer database for digital market; the evaluation and measurement of digital marketing success, ethics in digital marketing, a case study in digital marketing

0902 327 การตลาดเชิงเนื้อหา 3(2-2-5)

Content Marketing

ความหมาย ความสำคัญของการตลาดเชิงเนื้อหา การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและเครื่องมือทางการตลาด แนวโน้มการพัฒนารูปแบบของเนื้อหา ประเภทของการตลาดเชิงเนื้อหา สื่อที่ใช้ในการตลาดเชิงเนื้อหา กลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ทางการตลาดด้วยเนื้อหา กระบวนการทางการตลาดที่กระตุ้นและดึงดูดความสนใจลูกค้า

Definition and importance of content marketing; changes in technology and marketing tools; trend and development in content marketing; types of content marketing; experiential marketing strategy with content; marketing process to encourage and attract customer

0902 411 การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด 3(3-0-6)

Marketing Quantitative Analysis

การประยุกต์ตัวแบบเชิงปริมาณเพื่อการตัดสินใจทางการตลาด ทฤษฎีการตัดสินใจ การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน ตัวแบบสินค้าคงคลัง การโปรแกรมเชิงเส้นตรง ตัวแบบปัญหาการขนส่ง การมอบหมายงาน ทฤษฎีแถวคอย การพยากรณ์ทางการตลาด และทฤษฎีเกม

Applications of quantitative models for marketing decision making; decision theory; breakeven analysis; inventory model; linear programming; transportation problem model; job assignment model; queuing theory; market forecasting and game theory

0902 434 การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ 3(2-2-5)

Strategic Marketing Planning

การประยุกต์ใช้ทฤษฎี แนวคิด กระบวนการ เทคนิค และเครื่องมือทางการตลาดที่เน้นการพัฒนาทักษะและประสบการณ์ในการเขียนแผนการตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด การแบ่งส่วนตลาด การเลือกเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด การปฏิบัติตามแผน การควบคุมการดำเนินงานภายใต้หลักจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม การประเมินศักยภาพตลาด

Application of theories, concepts, process, techniques, and marketing tools emphasized on skill and experience development in marketing plan writing; marketing environment analysis; segmentation; targeting; product positioning; defining marketing mix strategy; plan implementation; operational marketing control under ethics and social responsibility; market potential evaluation

0902 435 หัวข้อพิเศษทางการตลาด 3(2-2-5)

Special Topics in Marketing

ประสบการณ์ แนวคิด วิธีการ และเครื่องมือเฉพาะซึ่งเป็นพัฒนาการทางการตลาดที่ทันสมัย การวิเคราะห์กรณีศึกษา การบรรยายโดยวิทยากรจากหน่วยงานภาคธุรกิจ การประยุกต์ใช้งานวิจัยหรือแผนการตลาด เพื่อนำเสนอองค์ความรู้ทางการตลาดจากบูรณาการ การสังเคราะห์ และการประยุกต์ความรู้ทางวิชาการจากแหล่งข้อมูลอ้างอิง โดยการแนะนำและควบคุมจากอาจารย์ที่ปรึกษา

Experience, concepts, methods, and specific tools developed by modern; case study analysis; shared knowledge and experience by guess speakers from private firm; applied research or marketing plan for presenting marketing knowledge from integrating; synthesizing and applying academic knowledge from reference source under the supervision of adviser

วิชาเอกเลือก

0902 320 การตลาดบริการ 3(3-0-6)

Service Marketing

แนวคิด ทฤษฎี ความสำคัญของการบริการ ประเภทของการบริการ การสร้างจิตสำนึกในการให้บริการ แนวโน้มการตลาดบริการยุคใหม่ การพัฒนานวัตกรรมการบริการในยุคดิจิตัล เทคโนโลยีการบริการ ส่วนประสมการตลาดบริการ กลยุทธ์การตลาดบริการ การบริหารประสบการณ์ลูกค้า การวัดคุณภาพการให้บริการ

Concepts, theories and importance of services; types of services; service mind development; modern service marketing trend; service innovation developmentin the digital age; service technology; service marketing mix; service marketing strategies; consumer experience management; service performance evaluation

0902 324 การตลาดออนไลน์และสื่อสังคม 3(2-2-5)

Social Media and Online Marketing

แนวคิด บทบาทของการตลาดออนไลน์และสื่อสังคม ประเภทการตลาดออนไลน์ พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ ตลาดเป้าหมาย กลยุทธ์การตลาดออนไลน์และสื่อสังคม ออกแบบเนื้อหาและสื่อการตลาดออนไลน์ การวัดและประเมินผลสื่อทางการตลาดออนไลน์

Concepts, roles of online marketing and social medias; types of online marketing; social medias usage behavior; target market; online marketing and social medias strategies; content design online marketing medias; measurement and performance evaluation of online marketing medias

0902 325 การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า 3(2-2-5)

Customer Analytics

การเก็บรวบรวมข้อมูล การเตรียมข้อมูล การจัดกลุ่มข้อมูล เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมลูกค้า การประยุกต์ใช้ข้อมูลที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

Data collection; data preparation; data clustering; customer data analysis, customer data application in relation to customer need

0902 326 การจัดการการค้าปลีกและค้าส่ง 3(3-0-6)

Retailing and Wholesale Management

แนวคิด ความสำคัญการค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ ประเภทการค้าปลีกและค้าส่ง การจัดองค์กรค้าปลีกและค้าส่ง การจัดซื้อผลิตภัณฑ์ค้าปลีกและค้าส่ง ส่วนประสมการตลาดค้าปลีกและค้าส่ง กลยุทธ์ค้าปลีกและค้าส่ง จรรยาบรรณและจริยธรรมค้าปลีกและค้าส่ง

Concepts and importance of modern retailing and wholesale; types of retailing and wholesale management; organizing retailing and wholesale management; purchasing in retailing and wholesale product; marketing mix for retailing and wholesale; retailing and wholesale strategies; and retailing and wholesale ethics

0902 425 การจัดกิจกรรมทางการตลาด 3(2-2-5)

Event Marketing

แนวคิด ความสำคัญ ประเภทกิจกรรมทางการตลาด การศึกษาข้อมูลลูกค้า การออกแบบกิจกรรมทางการตลาด กำหนดงบประมาณการจัดกิจกรรมทางการตลาด การวัดและประเมินความสำเร็จการจัดกิจกรรมทางการตลาด

Concepts, importance, and types of event marketing; customer information study; event marketing design; budgeting for event marketing; and measurement and performance evaluation of event marketing

0902 428 การจัดการการขายยุคใหม่ 3(3-0-6)

Sales Management in New Era

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการขาย แนวโน้มการจัดการขายของธุรกิจสมัยใหม่ กลยุทธ์การจัดการขายยุคใหม่ การรับมือกับการเปลี่ยนฉับพลันในการขาย การจัดองค์กรขาย การสรรหาและการคัดเลือกพนักงานขาย การฝึกอบรมพนักงานขาย การจ่ายค่าตอบแทน การสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงานขาย การกำหนดโควตาและเขตการขาย การจัดทำงบประมาณขาย การประเมินผลและควบคุมทางการขาย ความสัมพันธ์ของแผนงานการตลาดและแผนงานการขาย การวางแผนและการวิเคราะห์การขาย การสร้างทีมงานขายและการจัดการขายที่มีประสิทธิภาพ กรณีศึกษา

Concepts of sales management; sales management trends in modern business; sales management strategy in New Era; sales disruption management; sales organizational management; search and selection of sales persons; training of sales persons; compensation payment; morale and motivation of sales persons; setting of quota sales; budgeting for sales; evaluation and control of sales; marketing planning relationship with sales planning; sales planning and analysis; sales team and effective sales management; case study

0902 429 การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ 3(2-2-5)

Entrepreneurial Marketing

แนวคิด ทฤษฎีการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ การตลาดเชิงรุก การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด การสร้างสรรค์ธุรกิจใหม่ โมเดลธุรกิจ เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการตลาด การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ

Concepts and theories of entrepreneurial marketing; proactive marketing; marketing opportunity analysis; new business development; business model; technology and marketing innovation; creating competitive advantage; value added design

0902 430 การตลาดแบบยั่งยืน 3(3-0-6)

Sustainability Marketing

แนวคิดการตลาดเพื่อสังคม กระบวนการพัฒนาแผนการตลาดเพื่อสังคม การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดเพื่อสังคม การเลือกกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมาย การพัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคม การสร้างแผนและดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมที่ยั่งยืน การส่งเสริมเพื่อก่อให้เกิดสังคมที่ดีและมีความสุข การประเมินผลลัพธ์และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน

Development of social marketing concept; development processes of social marketing; environmental analysis of social marketing; selection of target groups; settings of objectives and goals; development of social marketing strategy; plan and operational building for achievement; changes of sustainable behaviors; encouragement of good and happy societies, social outcome and return on investment assessment

0902 431 เทคนิคการนำเสนอและการเล่าเรื่อง 3(2-2-5)

Presentation Technique and Storytelling

หลักการ ความสำคัญของการนำเสนอและการเล่าเรื่อง วัตถุประสงค์การนำเสนอ การวิเคราะห์ผู้ฟัง การออกแบบการนำเสนอ การเตรียมเนื้อหา การจัดทำสื่อ ทักษะการสื่อสาร บุคลิกภาพของผู้นำเสนอ ทักษะการคิดสร้างสรรค์บนพื้นฐานการวิเคราะห์ผู้รับสารและพฤติกรรมการเล่าเรื่อง การสร้างสรรค์งานเล่าเรื่องอย่างเร้าพลัง การนำเสนอการเล่าเรื่องอย่างมีจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม

Principles and importance of presentation and storytelling; aims of presentation; audience analysis; presentation design; content preparation; application of media; communication skills; and personality of presenters, skill based on analyses of audience and consumer’s behaviors, creativities of influenced storytelling, and presentations of storytelling aiming for ethical responsibility

0902 432 ภาษาอังกฤษทางการตลาด 3(3-0-6)

English for Marketing

การใช้ทักษะการการฟัง พูด อ่าน เขียนคำศัพท์การตลาด ภาษาอังกฤษแบบเร่งรัดในหัวข้อการตลาด

English skills in Listening; speaking; reading; writing and marketing vocabularies; intensive English in Marketing Topic

0902 436 การตลาดการท่องเที่ยว 3(3-0-6)

Tourism Marketing

แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดการท่องเที่ยว การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดท่องเที่ยว พฤติกรรมผู้บริโภคในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การตลาดตามเป้าหมาย ส่วนประสมการตลาดสำหรับการท่องเที่ยว แผนการตลาดท่องเที่ยว เทคโนโลยีกับการท่องเที่ยว

Tourism marketing concepts; tourism marketing environment analysis; consumer behavior in tourism industry; target marketing; marketing mix for tourism; tourism marketing plan; technology and tourism

0902 437 การตลาดอินฟลูเอนเซอร์ 3(2-2-5)
Influencer Marketing

ความสำคัญและบทบาทของการตลาดอินฟลูเอนเซอร์ ประเภทอินฟลูเอนเซอร์บนสื่อออนไลน์ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายและผู้รับชม การสรรหาและสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตรากับอินฟลูเอนเซอร์ การออกแบบแคมเปญอินฟลูเอนเซอร์ กลยุทธ์มุ่งเน้นอัตลักษณ์ของอินฟลูเอนเซอร์ การวัดผลและประเมินผลแคมเปญอินฟลูเอนเซอร์ การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อปรับปรุงการตลาดอินฟลูเอนเซอร์ จริยธรรมของการตลาดอินฟลูเอนเซอร์

Importance and role of influencer marketing, types of online media influencers, targeting customers and audiences, influencer recruitment and developing brand partnership, influencers campaign design, creator identity- centric strategy, influencers campaign measurement and evaluation, data analytics to improve influencer marketing, ethics in influencer marketing

0902 438 การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลด้วยภาพ 3(2-2-5)
Data Analysis and Visualization

หลักการพื้นฐานของวิทยาการข้อมูลและการประยุกต์ใช้ทางการตลาด รูปแบบการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบไปด้วย การวิเคราะห์เชิงพรรณนา การวิเคราะห์เชิงวินิจฉัย การวิเคราะห์เชิงทำนาย และการวิเคราะห์แบบให้คำแนะนำ แนวคิดของการตลาดอัจฉริยะ คลังข้อมูล การบูรณาการข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ การออกแบบตัวชี้วัดด้านสมรรถภาพทางการตลาด การใช้ โปรแกรมประยุกต์และเครื่องมือเข้ามาช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูล สกัด เปลี่ยนแปลง บันทึก แสดงผลข้อมูล ด้วยภาพ และการออกแบบแดชบอร์ด

Fundamental of data science and its application to the marketing, types of data analytic including descriptive analytics, diagnostic analytics, predictive analytics and prescriptive analytics, principles of marketing intelligence, data warehousing, data Integration from various sources, key performance marketing indicator design, application and tool for data analytic, data extraction, transformation, loading, data visualization and dashboard design

0904 418 การประยุกต์ซอฟต์แวร์เพื่อการจัดการด้านลูกค้าสัมพันธ์ 3(2-2-5)
Applications of Customer Relationship Management Software

ลักษณะ ความสำคัญ และการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ วิธีการใช้ข้อมูลของลูกค้าในการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ เพื่อเพิ่มความพึงพอใจและ ความจงรักภักดีต่อตราสินค้า โดยคำนึงถึงความเหมาะสมและสอดคล้องกับสภาพขององค์กร

The nature, importance, use of Customer Relationship Management (CRM) software application; how to use customer data to design product and service to increase satisfaction and brand loyalty, and consistence with organization environment

<u>หมวดวิชาเลือกเสรี</u>

ให้เลือกเรียนในรายวิชาอื่นๆ ที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัย จำนวนไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต โดยได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา

<u>หมวดประสบการณ์ภาคสนาม (การฝึกงานหรือสหกิจศึกษา)</u>

0199 499 สหกิจศึกษา 9(0-40-0)

Cooperative Education

การเรียนรู้จากการปฏิบัติงานในสถานประกอบการอย่างมีระบบ โดยความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยกับสถานประกอบการ การพัฒนาตนเองในด้านการคิดเชิงบวก การสังเกตอย่างมีวิจารณญาณ การตัดสินใจที่สมเหตุสมผล และทักษะการวิเคราะห์ รวมทั้งความสามารถในการประเมินความต้องการของสถานประกอบการและตลาดแรงงาน

Systematic work- based learning in a workplace through cooperation between the university and enterprises; self- development to enhance and sharpen positive thinking, insightful observation, sensible decision-making, and analytical skills; to assess the workplace and job market demands

0903 430 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางด้านบริหารธุรกิจ 2(300 ชั่วโมง)

Business Administration Internship

การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางด้านการบริหารธุรกิจในหน่วยงานของรัฐบาล รัฐวิสาหกิจ หรือเอกชน

Business administration internship in enterprises, government agencies or privatization