

รายวิชา

(1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (30 หน่วยกิต)

- กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี

(เลือก 2 วิชา จากรายชื่อวิชาต่อไปนี้ รวม 6 หน่วยกิต)

401001	คณิตศาสตร์พื้นฐาน Fundamental Mathematics	3 (3-0-6)
401006	วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม Science, Technology and Environment	3 (3-0-6)
401007	วิทยาศาสตร์พื้นฐาน Fundamental Science	3 (2-2-4)
401010	คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ Computer and Information Technology	3 (2-2-4)

- กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์

(เลือก 2 วิชา จากรายชื่อวิชาต่อไปนี้ รวม 6 หน่วยกิต)

402001	จิตวิทยาเพื่อพัฒนาตนเอง Psychology for Self - Development	3 (3-0-6)
402002	การเมืองและเศรษฐกิจในสังคม Politics and Economics in Society	3 (3-0-6)
402003	ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ International Relations	3 (3-0-6)
402004	สังคมและวัฒนธรรมไทย Thai Society and Culture	3 (3-0-6)
402008	การสื่อสารข้ามวัฒนธรรม Cross-Cultural Communication	3 (3-0-6)
402009	ชีวิตและวัฒนธรรมไทย Thai Life and Culture	1 (1-0-2)
402010	ภูมิปัญญาท้องถิ่น Local Wisdoms	2 (2-0-4)

- **กลุ่มมนุษยศาสตร์**

(เลือกจากรายชื่อวิชาต่อไปนี้ รวม 6 หน่วยกิต)

403001	มนุษย์กับการใช้เหตุผล Man and Reasoning	3 (3-0-6)
403002	จริยธรรมในการดำเนินชีวิต Ethics for Living	3 (3-0-6)
403008	จิตวิทยามนุษย์เชิงธุรกิจ Human Psychology and Business Ethics	2 (2-0-4)
403009	ห้องสมุดกับการรู้สารสนเทศ Library and Information Literacy	1 (1-0-2)

- **กลุ่มวิชาภาษา**

(เลือก 4 วิชา จากรายชื่อวิชาต่อไปนี้ รวม 12 หน่วยกิต)

404101	ภาษาอังกฤษพื้นฐาน Fundamental English	3 (2-2-4)
404102	ภาษาอังกฤษระดับกลาง Intermediate English	3 (2-2-4)
404103	ภาษาอังกฤษระดับสูง Advanced English	3 (2-2-4)
404104	ภาษาอังกฤษธุรกิจ Business English	3 (2-2-4)
404105	ทักษะพัฒนาเพื่อการสื่อสารภาษาอังกฤษ Developing Skills for English Communication	3 (3-0-6)
404203	ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร Thai for Communication	3 (2-2-4)
404204	ทักษะภาษาไทยเพื่ออาชีพ Thai for the Workplace	3 (2-2-4)

หมายเหตุ นักศึกษาสามารถเลือกเรียนรายวิชาอื่นๆ ในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปได้ตามความเห็นชอบ
ของคณะกรรมการประจำหลักสูตร

(2) หมวดวิชาเฉพาะ (96 หน่วยกิต)

- กลุ่มวิชาแกน (51 หน่วยกิต)

(เลือกจากรายชื่อวิชาต่อไปนี้)

101102	การเงินธุรกิจ Business Finance	3 (3-0-6)
101129	หลักการบัญชี 1 Principles of Accounting I	3 (3-1-6)
101130	หลักการบัญชี 2 Principles of Accounting II	3 (3-1-6)
101231	การบัญชีบริหาร Managerial Accounting	3 (3-1-6)
101307	การภาษีอากร 1 Taxation I	3 (3-0-6)
201101	ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ Business Information System	3 (3-0-6)
201205	สถิติธุรกิจ Business Statistics	3 (3-0-6)
202101	หลักการตลาด Principles of Marketing	3 (3-0-6)
202309	การวิจัยการตลาด Marketing Research	3 (2-2-4)

202310	การจัดการงานผลิต Production Management	3 (3-0-6)
202434	การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ Quantitative Analysis in Business	3 (3-0-6)
203001	หลักการจัดการ Principles of Management	3 (3-0-6)
203002	การจัดการทรัพยากรมนุษย์ Human Resource Management	3 (3-0-6)
203004	การจัดการกลยุทธ์ Strategic Management	3 (3-0-6)
204001	กฎหมายธุรกิจ Business Law	3 (3-0-6)
206203	แรงงานสัมพันธ์ Labor Relation	3 (3-0-6)
206209	การบริหารคุณภาพ Quality Management	3 (3-0-6)
402007	เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น Introduction to Economics	3 (3-0-6)

- กลุ่มวิชาเอกบังคับ (30 หน่วยกิต)

202202	พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer Behavior	3 (3-0-6)
202204	การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา Product and Price Management	3 (3-0-6)
202223	การจัดการช่องทางการตลาดและการกระจายสินค้า Marketing Channel Management	3 (3-0-6)
202305	การจัดการการขาย Sales Management	3 (3-0-6)

202306	การตลาดบริการ Service Marketing	3 (3-0-6)
202307	การตลาดระหว่างประเทศและระดับโลก International Marketing	3 (3-0-6)
202308	การจัดการการค้าปลีกและการค้าส่ง Retailing and Wholesaling Management	3 (3-0-6)
202311	การจัดการส่งเสริมการตลาด Promotion Management	3 (3-0-6)
202412	การจัดการการตลาด Marketing Management	3 (3-0-6)
202413	สัมมนาทางการตลาด Seminar in Marketing	3 (3-0-6)

- กลุ่มวิชาเอกเลือก (15 หน่วยกิต)

(เลือกวิชาการฝึกงานด้านวิชาชีพ ต้องเลือกเรียนวิชาเอกเลือกอีก 4 วิชา และหากเลือก วิชาสหกิจศึกษา ต้องเลือกเรียนวิชาเอกเลือกอีก 3 วิชา จากรายชื่อวิชาต่อไปนี้)

202217	การจัดซื้อและการเจรจาต่อรอง Purchasing and Negotiations	3 (3-0-6)
202218	การตลาดสินค้าอุตสาหกรรม Industrial Marketing	3 (3-0-6)
202220	การพยากรณ์ความต้องการและการขาย Demand and Sales Forecasting	3 (3-0-6)
202315	สถานการณ์ปัจจุบันทางการตลาด Current Issues in Marketing	3 (2-2-4)
202319	การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ E-Marketing	3 (2-2-4)
202322	การตลาดทางตรง Direct Marketing	3 (2-2-4)
202323	ศิลปะการขาย Sales Management	3 (3-0-6)

202414	การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ Integrated Marketing Communication	3 (3-0-6)
202416	การจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม Small and Medium Enterprises Management	3 (3-0-6)
202421	การจัดกิจกรรมทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์ Event Marketing and Public Relations	3 (3-0-6)
202424	การจัดการตราสินค้า Brand Management	3 (3-0-6)
202425	การตลาดสินค้าแฟชั่น Fashion Marketing	3 (3-0-6)
202326	การตลาดเพื่อการส่งออก Marketing for Export	3 (3-0-6)
202327	กลยุทธ์ทางการตลาด Marketing Strategies	3 (3-0-6)
202329	การตลาดกีฬา Sports Marketing	3 (3-0-6)
202330	การตลาดธุรกิจบันเทิง Entertainment Marketing	3 (3-0-6)
202428	การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ Customer Relationship Management	3 (3-0-6)
202431	การฝึกงานด้านวิชาชีพ Practicum	3 (0-35-0)
202432	การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา Prepatatory Cooperative	1 (1-0-0)
202433	สหกิจศึกษา Cooperative Education	6 (16 สัปดาห์)

หมายเหตุ เลือกเพียงอย่างใดอย่างหนึ่งระหว่างการฝึกงาน ด้านวิชาชีพหรือสหกิจศึกษา

(3) หมวดวิชาเลือกเสรี (6 หน่วยกิต)

นักศึกษาจะต้องเลือก รายวิชาที่เปิดสอนในวิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง และคณะอนุมัติให้เป็นรายวิชาเลือกเสรี

แผนการศึกษา

สาขาวิชาการตลาด (4 ปี) แบบไม่มีสหกิจศึกษา

ชั้นปีที่ 1

ชั้นปีที่	รหัส	ภาคการศึกษาที่ 1	นค.	ชั้นปีที่	รหัส	ภาคการศึกษาที่ 2	นค.
1	xxxxxx	กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์๑	3	1	xxxxxx	กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์	3
	xxxxxx	กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์๑	3		xxxxxx	กลุ่มวิชาภาษา	3
	xxxxxx	กลุ่มวิชาภาษา	3		xxxxxx	กลุ่มวิชาแกน	3
	xxxxxx	กลุ่มวิชาแกน	3		xxxxxx	กลุ่มวิชาแกน	3
	xxxxxx	กลุ่มวิชาแกน	3		xxxxxx	กลุ่มวิชาแกน	3
	xxxxxx	กลุ่มวิชาแกน	3		xxxxxx	เลือกเสรี	3
รวม			18	รวม			18

ชั้นปีที่ 2

ชั้นปีที่	รหัส	ภาคการศึกษาที่ 1	นค.	ชั้นปีที่	รหัส	ภาคการศึกษาที่ 2	นค.
2	xxxxxx	กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์	3	2	xxxxxx	กลุ่มวิชาภาษา	3
	xxxxxx	กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์	3		xxxxxx	กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์	3
	xxxxxx	กลุ่มวิชาภาษา	3		xxxxxx	กลุ่มวิชาแกน	3
	xxxxxx	กลุ่มวิชาแกน	3		xxxxxx	กลุ่มวิชาแกน	3
	xxxxxx	กลุ่มวิชาแกน	3		202223	การจัดการช่องทางฯ	3
	202202	พฤติกรรมผู้บริโภค	3		202204	การจัดการผลิตภัณฑ์ฯ	3
					202311	การจัดการการส่งเสริม การตลาด	3
รวม			18	รวม			21

ชั้นปีที่ 3

ชั้นปีที่	รหัส	ภาคการศึกษาที่ 1	นค.	ชั้นปีที่	รหัส	ภาคการศึกษาที่ 2	นค.
3	xxxxxx	กลุ่มวิชาแกน	3	3	xxxxxx	กลุ่มวิชาแกน	3
	xxxxxx	กลุ่มวิชาแกน	3		xxxxxx	กลุ่มวิชาแกน	3
	202305	การจัดการการขาย	3		xxxxxx	กลุ่มวิชาแกน	3
	202306	การตลาดบริการ	3		xxxxxx	กลุ่มวิชาแกน	3
	202307	การตลาดระหว่างประเทศฯ	3		xxxxxx	กลุ่มวิชาแกน	3
	202308	การจัดการการค้าปลีกฯ	3		202412	การจัดการการตลาด	3
					202413	สัมมนาทางการตลาด	3
รวม			18	รวม			21

ชั้นปีที่ 4

ชั้นปีที่	รหัส	ภาคการศึกษาที่ 1	นค.	ชั้นปีที่	รหัส	ภาคการศึกษาที่ 2	นค.
4	xxxxxx	กลุ่มวิชาเอกเลือก	3	4	202431	การฝึกงานด้านวิชาชีพ	3
	xxxxxx	กลุ่มวิชาเอกเลือก	3				
	xxxxxx	กลุ่มวิชาเอกเลือก	3				
	xxxxxx	กลุ่มวิชาเอกเลือก	3				
	xxxxxx	เลือกเสรี	3				
รวม			15	รวม			3

สาขาวิชาการตลาด (4 ปี) แบบมีสหกิจศึกษา

ชั้นปีที่ 1

ชั้นปีที่	รหัส	ภาคการศึกษาที่ 1	นค.	ชั้นปีที่	รหัส	ภาคการศึกษาที่ 2	นค.
1	xxxxxx	กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์๑	3	1	xxxxxx	กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์	3
	xxxxxx	กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์๑	3		xxxxxx	กลุ่มวิชาภาษา	3
	xxxxxx	กลุ่มวิชาภาษา	3		xxxxxx	กลุ่มวิชาแกน	3
	xxxxxx	กลุ่มวิชาแกน	3		xxxxxx	กลุ่มวิชาแกน	3
	xxxxxx	กลุ่มวิชาแกน	3		xxxxxx	กลุ่มวิชาแกน	3
	xxxxxx	กลุ่มวิชาแกน	3		xxxxxx	เลือกเสรี	3
รวม			18	รวม			18

ชั้นปีที่ 2

ชั้นปีที่	รหัส	ภาคการศึกษาที่ 1	นค.	ชั้นปีที่	รหัส	ภาคการศึกษาที่ 2	นค.
2	xxxxxx	กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์	3	2	xxxxxx	กลุ่มวิชาภาษา	3
	xxxxxx	กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์	3		xxxxxx	กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์	3
	xxxxxx	กลุ่มวิชาภาษา	3		xxxxxx	กลุ่มวิชาแกน	3
	xxxxxx	กลุ่มวิชาแกน	3		xxxxxx	กลุ่มวิชาแกน	3
	xxxxxx	กลุ่มวิชาแกน	3		20223	การจัดการช่องทางฯ	3
	202202	พฤติกรรมผู้บริโภค	3		202204	การจัดการผลิตภัณฑ์ฯ	3
					202311	การจัดการการส่งเสริม การตลาด	3
รวม			18	รวม			21

ชั้นปีที่ 3

ชั้นปีที่	รหัส	ภาคการศึกษาที่ 1	นค.	ชั้นปีที่	รหัส	ภาคการศึกษาที่ 2	นค.
3	xxxxxx	กลุ่มวิชาแกน	3	3	xxxxxx	กลุ่มวิชาแกน	3
	xxxxxx	กลุ่มวิชาแกน	3		xxxxxx	กลุ่มวิชาแกน	3
	202305	การจัดการการขาย	3		xxxxxx	กลุ่มวิชาแกน	3
	202306	การตลาดบริการ	3		xxxxxx	กลุ่มวิชาแกน	3
	202307	การตลาดระหว่างประเทศฯ	3		xxxxxx	กลุ่มวิชาแกน	3
	202308	การจัดการการค้าปลีกฯ	3		202412	การจัดการการตลาด	3
					202413	สัมมนาทางการตลาด	3
รวม			18	รวม			21

ชั้นปีที่ 4

ชั้นปีที่	รหัส	ภาคการศึกษาที่ 1	นค.	ชั้นปีที่	รหัส	ภาคการศึกษาที่ 2	นค.
4	xxxxxx	กลุ่มวิชาเอกเลือก	3	4	202433	สหกิจศึกษา	6
	xxxxxx	กลุ่มวิชาเอกเลือก	3				
	xxxxxx	กลุ่มวิชาเอกเลือก	3				
	xxxxxx	เลือกเสรี	3				
	202432	การเตรียมความพร้อม สหกิจศึกษา	1				
รวม			13	รวม			6

คำอธิบายรายวิชา

(1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

-กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี

401001 คณิตศาสตร์พื้นฐาน

3 (3-0-6)

Fundamental Mathematics

ศึกษาเกี่ยวกับคณิตศาสตร์เบื้องต้น ให้อู้จักแนวความคิดและวิธีการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ ให้อมีความรู้พื้นฐานทางคณิตศาสตร์ เพื่อใช้ประโยชน์ในการศึกษาวิชาอื่นต่อไป ศึกษาเกี่ยวกับระบบจำนวน สมการ และอสมการ เซตฟังก์ชันและกราฟเส้นตรงและพาราโบลา เมตริกซ์ และดีเทอร์มิแนนต์ คณิตศาสตร์การเงิน และการโปรแกรมเชิงเส้นตรงเบื้องต้น

401006 วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม

3 (3-0-6)

Science, Technology and Environment

ศึกษาความสำคัญและผลกระทบด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อมที่มีต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ สิ่งมีชีวิตที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรธรรมชาติ รวมถึงผลกระทบทางสังคม เศรษฐกิจศึกษาสาเหตุ และปัญหาจากการเปลี่ยนแปลงความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่มีผลต่อสภาพแวดล้อม และแนวทางการป้องกันและแก้ไข

401007 วิทยาศาสตร์พื้นฐาน

3 (2-2-4)

Fundamental Science

ศึกษาเกี่ยวกับแหล่งพลังงานไฟฟ้า การผลิตพลังงานไฟฟ้า วงจรไฟฟ้าในบ้าน อุปกรณ์ไฟฟ้า หลักการทำงานของเครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้านประเภทให้ความร้อนแสงสว่างและพลังงานกลเครื่องใช้ไฟฟ้าในสำนักงาน พลังงานในการดำรงชีวิต ระบบการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ในร่างกายมนุษย์ พันธุกรรมจุลินทรีย์ที่เกี่ยวข้องกับอาหาร การเป็นพิษของอาหาร การใช้ประโยชน์จากจุลินทรีย์ในอุตสาหกรรม การจัดการผลผลิตทางการเกษตรและผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมโดยการใช้ความร้อน ความเย็น สารเคมี รังสีการชะลอการสุกของผลไม้ การยืดอายุของดอกไม้ บรรจุภัณฑ์เพื่อการเก็บรักษาและการขนส่งสารเคมีที่ใช้ในชีวิตประจำวัน และในสำนักงาน

401010 คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ 3 (2-2-4)

Computer and Information Technology

ศึกษาพื้นฐานเบื้องต้นเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ คอมพิวเตอร์ ซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์ และการจัดการฐานข้อมูล การประยุกต์ในธุรกิจ เทคโนโลยีสารสนเทศกับอินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีสารสนเทศ ในสำนักงาน การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจ ผลกระทบของเทคโนโลยีสารสนเทศ และ แนวโน้มของเทคโนโลยีสารสนเทศในอนาคต การใช้โปรแกรมสำนักงานในด้านการพิมพ์ การทำสเปรดชีท การสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

- กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์

402001 จิตวิทยาเพื่อพัฒนาตนเอง 3 (3-0-6)

Psychology for Self - Development

ศึกษาความรู้ขั้นพื้นฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมและธรรมชาติของมนุษย์ ความเป็นมาของวิชาจิตวิทยา สาขาต่างๆ สรีรวิทยาเบื้องต้นที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม ความเจริญและพัฒนาการด้านต่างๆ แรงจูงใจ การรับรู้ กระบวนการเรียนรู้ทัศนคติ สติปัญญา บุคลิกภาพ สุขภาพจิต และการมีมนุษยสัมพันธ์

402002 การเมืองและเศรษฐกิจในสังคม 3 (3-0-6)

Politics and Economics in Society

ศึกษาถึงลัทธิทางการเมืองและระบบเศรษฐกิจที่สำคัญ ความสัมพันธ์ระหว่างการเมืองและเศรษฐกิจ เปรียบเทียบระบบการเมืองและเศรษฐกิจในสังคมที่มีรูปแบบการปกครองแตกต่างกัน และศึกษาถึงผลกระทบที่เกิดจากระบบการเมืองและเศรษฐกิจที่มีต่อสังคม

402003 ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ 3 (3-0-6)

International Relations

ศึกษาทฤษฎีความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศในภูมิภาคเอเชียอาคเนย์ องค์การระหว่างประเทศ และการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

402004 สังคมและวัฒนธรรมไทย 3 (3-0-6)

Thai Society and Culture

ศึกษาความเป็นมาของชุมชนไทย ปัจจัยที่กำหนดลักษณะสังคมและวัฒนธรรมไทย ความรู้เรื่อง ธรรมชาติและประยุกต์วิทยาในสังคมไทย ลักษณะสังคม เศรษฐกิจ การปกครอง ศาสนา การละเล่นพื้นบ้าน สถาปัตยกรรมไทย ประติมากรรม จิตรกรรม การศึกษาและค่านิยมของไทย

402008 การสื่อสารข้ามวัฒนธรรม

3 (3-0-6)

Cross-Cultural Communication

เปรียบเทียบวัฒนธรรมไทยกับวัฒนธรรมชาติอื่น ทั้งตะวันออกและตะวันตก การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างชนชาติต่างวัฒนธรรม การใช้ภาษาในสถานการณ์ที่มีค่านิยมทางวัฒนธรรมที่ต่างไปจากของตนเอง

402009 ชีวิตและวัฒนธรรมไทย

1 (1-0-2)

Thai Life and Culture

ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับ เอกลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรมไทย การวิเคราะห์และประเมินสถานการณ์ เพื่อสร้างจิตสำนึกและรับผิดชอบต่อสังคมตามหลักธรรมของศาสนา การรักษาเสถียรภาพของสังคม วัฒนธรรมของชาติ และวัฒนธรรมท้องถิ่นที่สำคัญ

402010 ภูมิปัญญาท้องถิ่น

2 (2-0-4)

Local Wisdoms

ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของสังคมกับค่านิยม ประวัติศาสตร์และความเจริญเติบโตของท้องถิ่น อิทธิพลของวัฒนธรรมต่างชาติที่ปรากฏในสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่น ที่ส่งเสริมและสนับสนุนการประกอบอาชีพ ศิลปะ วัฒนธรรมและความรู้ดั้งเดิม การบริหารจัดการทรัพยากรในการผลิตและการบริโภคตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง

-กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์

403001 มนุษย์กับการใช้เหตุผล

3 (3-0-6)

Man and Reasoning

ศึกษาทฤษฎีเกณฑ์การใช้เหตุผล โครงสร้างของการอ้างเหตุผลแบบนิรนัยและอุปนัยความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับการใช้เหตุผล เกณฑ์ตัดสินความสมเหตุสมผล การหาข้อความที่ละไว้ การสรุปจากตัวอย่าง การหาสาเหตุ การพิจารณาความน่าเชื่อถือของข้อสรุป ข้อบกพร่องในการใช้เหตุผล การวิเคราะห์การใช้เหตุผลในชีวิตประจำวัน

403002 จริยธรรมในการดำเนินชีวิต

3 (3-0-6)

Ethics for Living

ศึกษาความรู้พื้นฐานทางปรัชญาและจริยศาสตร์ โลกทัศน์แบบจิตนิยม สสารนิยม ธรรมชาตินิยม จุดหมายของชีวิตตามอุดมคติ การแสวงหาความสุข ปัญหาเกี่ยวกับความดี เสรีภาพและความรับผิดชอบแก่ตัดสินจริยธรรม ทฤษฎีจริยศาสตร์ที่สำคัญ การวิเคราะห์ปัญหาจริยธรรมร่วมสมัย

403008 จิตวิทยามนุษยเชิงธุรกิจ

2 (2-0-4)

Human Psychology and Business Ethics

ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมมนุษย์ ปรัชญาและอุดมการณ์ในการพัฒนาบุคคล ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มบุคคลในองค์กรธุรกิจ ภาวะผู้นำ การทำงานเป็นทีม ความสัมพันธ์ระหว่างจริยธรรมกับกระบวนการทางธุรกิจ

403009 ห้องสมุดกับการรู้สารสนเทศ

1 (1-0-2)

Library and Information Literacy

ศึกษาเกี่ยวกับความสำคัญของห้องสมุดและแหล่งเรียนรู้อื่นๆ ประเภทของข้อมูลสารสนเทศรูปแบบต่าง ๆ เครื่องมือและวิธีการใช้เครื่องมือในการสืบค้นข้อมูลสารสนเทศ การเลือกใช้และรวบรวมข้อมูลสารสนเทศ และการนำเสนอผลการศึกษาค้นคว้า

- กลุ่มวิชาภาษา

404101 ภาษาอังกฤษพื้นฐาน

3 (2-2-4)

Fundamental English

ศึกษาและฝึกฝนทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษที่ใช้ในชีวิตประจำวัน รวมทั้งกฎเกณฑ์ในการออกเสียง การอ่าน ศึกษาทักษะ การอ่านเบื้องต้น การอ่านเพื่อจับใจความ และการเดาความหมายของคำศัพท์จากประโยคไวยากรณ์ ศึกษาและฝึกฝนกฎไวยากรณ์พื้นฐาน เช่น โครงสร้างของประโยคและรวมทั้งการเขียนพื้นฐานโดยใช้ไวยากรณ์ที่เรียน

404102 ภาษาอังกฤษระดับกลาง

3 (2-2-4)

Intermediate English

วิชาบังคับก่อน : 404101 ภาษาอังกฤษพื้นฐาน

ศึกษาและฝึกฝนทักษะการฟัง บทสนทนา และบทพูดที่ยาวขึ้น และทักษะการพูดโดยใช้หัวข้อสนทนาที่ซับซ้อนมากขึ้น การอ่าน ศึกษาทักษะการอ่าน เช่น การหาประโยคหัวข้อ ประโยคสนับสนุนและความคิดหลักไวยากรณ์ ศึกษากฎไวยากรณ์ เช่น วลี ประโยคเงื่อนไข รวมทั้งการเขียนโดยใช้ไวยากรณ์ที่เรียน

404103 ภาษาอังกฤษระดับสูง

3 (2-2-4)

Advanced English

วิชาบังคับก่อน : 404102 ภาษาอังกฤษระดับกลาง

ศึกษาและฝึกฝนทักษะการฟังและการพูด เกี่ยวกับเหตุการณ์ปัจจุบันและหัวข้อที่น่าสนใจ การอ่าน ศึกษาทักษะการอ่านที่ซับซ้อนมากขึ้น บทความเกี่ยวกับเหตุการณ์ปัจจุบันและหัวข้อที่น่าสนใจ ศึกษา กลไวยากรณืที่ซับซ้อนมากขึ้น รวมทั้งการเขียนโดย ไวยากรณืที่เรียน

404104 ภาษาอังกฤษธุรกิจ

3 (2-2-4)

Business English

ศึกษาภาษาเพื่อการใช้ติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ ในหัวข้อต่างๆ ได้แก่ การแนะนำตัว การรับโทรศัพท์ บทสนทนาทางสังคม การอธิบายลักษณะผลิตภัณฑ์ บทสนทนาเกี่ยวกับการเดินทางเพื่อติดต่อธุรกิจ ฯลฯ การอ่าน ศึกษาคำศัพท์ที่ใช้ในวงการธุรกิจ และฝึกอ่านบทความธุรกิจขนาดสั้น ศึกษาและฝึกเขียนจดหมายธุรกิจ ชนิดต่างๆ เช่น การเขียนจดหมายขอข้อมูล จดหมายสั่งซื้อสินค้า จดหมายสมัครงาน และการเขียนประวัติ ส่วนตัวเพื่อสมัครงาน การเขียนจดหมายร้องเรียน จดหมายตอบการร้องเรียนของลูกค้า การเขียนบันทึกภายใน วาระการประชุม และรายงานการประชุม

404105 ทักษะพัฒนาเพื่อการสื่อสารภาษาอังกฤษ

3 (3-0-6)

Developing Skills for English Communication

ศึกษาปฏิบัติ พัฒนาทักษะทางด้านกรฟัง พูด อ่าน เขียน เพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน เพิ่มพูน การใช้คำ และสำนวนในสถานการณ์ต่างๆ โดยเฉพาะในงานที่เกี่ยวข้องกับสาขาอาชีพ และการปฏิบัติงาน เข้าใจความเหมือนความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรม ตามมารยาทสังคม ประเพณี และของเจ้าของภาษา ฝึกการสนทนาในรูปแบบต่างๆ โดยใช้บทบาทสมมุติ สถานการณ์จำลอง เป็นต้น

404203 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร

3 (2-2-4)

Thai for Communication

ศึกษาการใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ทั้งในด้านการเขียน การพูด การอ่านและการฟัง หลักการ และวิธีการเขียนเพื่อการสื่อสารประเภทต่างๆ เช่น การเขียนรายงาน การเขียนจดหมายติดต่อกับทางราชการ และทางธุรกิจ การเขียนข่าว การเขียนบทความ เป็นต้น ฝึกการเขียนโดยใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ

404204 ทักษะภาษาไทยเพื่ออาชีพ

3 (2-2-4)

Thai for the Workplace

ศึกษาและฝึกทักษะเกี่ยวกับการใช้ภาษาไทย สื่อสารอย่างมีศิลปะ ถูกต้องตามหลักเกณฑ์ กาลเทศะ บุคคล และโอกาส วิเคราะห์ ประเมินค่าสารจากการฟัง การดู การอ่าน การนำเสนอข้อมูลในเชิงให้ความรู้ ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และวิจารณ์อย่างมีเหตุผล การพูดที่ใช้งานอาชีพ และในโอกาสต่างๆ ของสังคม การเขียนจดหมายที่จำเป็นต่องานอาชีพ การใช้ภาษาไทยในการเขียนประชาสัมพันธ์ และเขียนโฆษณา เขียนรายงาน เขียนโครงการ และบทร้อยกรองเพื่องานอาชีพ ศึกษาวรรณกรรมและภูมิปัญญา ท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง และเกิดประโยชน์ในงานอาชีพและการดำเนินชีวิต

(1) หมวดวิชาเฉพาะ

-กลุ่มวิชาแกน

101102 การเงินธุรกิจ

3 (3-0-6)

Business Finance

วิชาบังคับก่อน :101129 หลักการบัญชี 1

ศึกษาถึงบทบาทของผู้บริหารการเงินธุรกิจ การวิเคราะห์ขั้นพื้นฐาน วิธีการจัดการสินทรัพย์ต่างๆ รวมทั้งการจัดหาเงินทุนระยะสั้น ระยะปานกลาง และระยะยาว การพิจารณาการลงทุนโครงสร้างของเงินทุน และนโยบายเงินปันผล

101129 หลักการบัญชี 1

3 (3-1-6)

Principles of Accounting I

ศึกษาความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับบัญชี วิธีปฏิบัติทางการบัญชี และวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลทางการเงินจากรายงานทางธุรกิจ มาบันทึกตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป สำหรับกิจการให้บริการและกิจการพาณิชยกรรม การจัดท่างบการเงินเพื่อแสดงผลการดำเนินงานและฐานะการเงินของกิจการ การปรับปรุงและปิดบัญชีเมื่อสิ้นงวด ระบบภาษีมูลค่าเพิ่มที่เกี่ยวข้องสำหรับกิจการแต่ละประเภท ตลอดจนการประยุกต์ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชี

101231 การบัญชีบริหาร

3 (3-1-6)

Management Accounting

วิชาบังคับก่อน :101129 หลักการบัญชี 1 และ 203001 หลักการจัดการ

ศึกษาถึงการบัญชีต้นทุน ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อประโยชน์ในการบริหาร การนำต้นทุน มาวิเคราะห์เปรียบเทียบกับมาตรฐานและหาส่วนแตกต่าง เพื่อพิจารณาประกอบการตัดสินใจแก้ไขปัญหาต่างๆ ของธุรกิจ ความสำคัญของการวิเคราะห์ ต้นทุน ปริมาณและกำไร การใช้งบประมาณในการวางแผนและควบคุมกำไร และตัดสินใจลงทุนด้านต่างๆ โดยเน้นความเข้าใจ ถึงการใช้ข้อมูลและข้อจำกัดของข้อมูลทางการบัญชี อัตราผลตอบแทน การควบคุมค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการผลิต การควบคุมต้นทุนของกิจการที่กระจาย ความรับผิดชอบ การวัดผลการดำเนินงาน รวมทั้งการกำหนดราคาโอน

101307 การภาษีอากร 1

3 (3-0-6)

Taxation I

ศึกษาบทบาทความสำคัญของการภาษีอากร หลักเกณฑ์ ระบบและวิธีการจัดเก็บภาษีอากรที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน รวมถึงการคำนวณภาษีอากรตามประมวลรัษฎากรของ ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีศุลกากร ภาษีสรรพสามิต และอากรแสตมป์

201101 ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ

3 (3-0-6)

Business Information System

ศึกษาถึงลักษณะความสำคัญของระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ ประเภทของระบบสารสนเทศ ในองค์กร ขั้นตอนการพัฒนาสารสนเทศเพื่อการจัดการ เทคโนโลยีสารสนเทศบทบาทของผู้บริหาร ในการพัฒนาระบบ และผลกระทบต่อองค์กรภายหลังจากการนำระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการมาใช้

201205 สถิติธุรกิจ

3 (3-0-6)

Business Statistics

ศึกษาถึงการนำข้อมูลมาใช้ในการวิเคราะห์ เพื่อใช้ในการตัดสินใจทางธุรกิจและศึกษาระเบียบวิธีที่จะนำข้อมูลในอดีต มาใช้ในการพยากรณ์ ศึกษาถึงการทดสอบสถิติที่ไม่ใช้พารามิเตอร์ เช่น ไคสแควร์ เป็นต้น การวิเคราะห์ความแปรปรวน การใช้เลขดัชนี การวิเคราะห์อนุกรมเวลา วิธีการพยากรณ์ การวิเคราะห์ การถดถอยและสหสัมพันธ์ ทฤษฎีการตัดสินใจและการควบคุมคุณภาพ

202101 หลักการตลาด 3 (3-0-6)

Principles of Marketing

ศึกษาแนวความคิดการตลาด ความหมาย ขอบเขต หน้าที่และความสำคัญของตลาดชนิดต่าง ๆ สิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การวางแผน การวิเคราะห์และการเลือกตลาด เป้าหมาย การจัดการส่วนประสมทางการตลาด ผลกระทบนโยบายการตั้งราคา การเลือกช่องทางการจำหน่าย และการส่งเสริมการจำหน่าย

202309 การวิจัยการตลาด 3 (2-2-4)

Marketing Research

วิชาบังคับก่อน: 202101 หลักการตลาด และ 201205 สถิติธุรกิจ

ศึกษาลักษณะรูปแบบ วัตถุประสงค์ และกระบวนการวิจัยการตลาด การเลือกแบบและวิธีการวิจัยให้เหมาะสมกับสถานการณ์และทรัพยากร การสร้างแบบเก็บข้อมูล การเก็บตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การเสนอรายงาน การนำการวิจัยไปใช้กับกิจกรรมทางการตลาด การนำผลการวิจัยการตลาดไปใช้ หลักจริยธรรมของการวิจัย

202310 การจัดการงานผลิต 3 (3-0-6)

Production Management

ศึกษาถึงการบริหารกระบวนการการแปลงสภาพปัจจัย การผลิตเพื่อให้ได้สินค้าและบริการตาม คุณลักษณะที่ต้องการของผู้บริโภค หน้าที่สำคัญของการผลิตจะเกี่ยวกับการเตรียมระบบการผลิต การควบคุม การผลิต และการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการผลิต เพราะต่างก็สัมพันธ์กันในระบบ เข้าใจ ความแตกต่างของการผลิตแต่ละประเภท รวมถึงตลอดถึงทราบปัญหาที่จะเกิดจากการบริหารการผลิตทั้งในระยะสั้นและระยะยาวด้วย

202434 การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ 3 (3-0-6)

Quantitative Analysis in Business

วิชาบังคับก่อน: 201205 สถิติธุรกิจ

ศึกษาถึงเทคนิคการวิเคราะห์เชิงปริมาณ เพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจด้านการจัดการ การตลาด การเงินและการผลิตโดยใช้ความรู้ทางคณิตศาสตร์และสถิติ การใช้โปรแกรมเชิงเส้นสำหรับฟังก์ชันทางธุรกิจ เน้นการพิจารณาการรวมทางเลือกหรือการแทนที่ผลิตภัณฑ์ การมอบหมายงาน เทคนิคในการพยากรณ์ทางธุรกิจ การวิเคราะห์เชิงปริมาณในการวางแผนการปฏิบัติงาน รวมทั้งปัญหาการขนส่ง ปัญหาการจัดงาน การวิเคราะห์โครงข่ายงาน ตัวแบบสินค้าคงเหลือ ทฤษฎีเกม ทฤษฎีการรอคอย การจำลองสถานการณ์

203001 หลักการจัดการ **3 (3-0-6)**

Principles of Management

ศึกษาหลักการบริหาร วิทยาการ แนวคิด และทฤษฎี หน้าที่การบริหารที่เกี่ยวกับการวางแผน การจัดการ องค์กร การบรรจุ การนำและการควบคุม โดยเน้นความสัมพันธ์ระหว่างหน้าที่การบริหารกับสภาพแวดล้อม ภายนอกที่มีต่อองค์การรวมถึงจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมของนักบริหาร

203002 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ **3 (3-0-6)**

Human Resource Management

ศึกษาความสำคัญ บทบาท การจัดการทรัพยากรมนุษย์ วิทยาการแนวคิด วิเคราะห์งาน การวางแผน ทรัพยากรมนุษย์ การสรรหา การคัดเลือกและการบรรจุแต่งตั้งบุคลากร การฝึกอบรมและการพัฒนาทรัพยากร บุคคล การประเมินการปฏิบัติงาน การบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการ การแรงงานสัมพันธ์

203004 การจัดการกลยุทธ์ **3 (3-0-6)**

Strategic Management

วิชาบังคับก่อน : 203001 หลักการจัดการ และ 202101 หลักการตลาด

ศึกษากระบวนการวางแผนกลยุทธ์ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน การวิเคราะห์ถึง สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกที่ส่งผลถึงการกำหนดกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจทางด้าน การตลาด การเงิน การผลิต การจัดการองค์การและการบริหารทรัพยากรมนุษย์

204001 กฎหมายธุรกิจ **3 (3-0-6)**

Business Law

ศึกษาถึงหลักและวิธีปฏิบัติที่กฎหมายบัญญัติไว้เกี่ยวกับห้างหุ้นส่วนบริษัทและเอกเทศสัญญา การศึกษาประกอบด้วยกฎหมายที่เกี่ยวกับการจัดตั้ง อำนาจหน้าที่การดำเนินงาน การเลิกห้างหุ้นส่วนและบริษัท และกฎหมายเอกเทศสัญญาที่สำคัญบางเรื่อง เช่น ลักษณะซื้อขายตัวเงิน เช่าทรัพย์สินและเช่าซื้อ เป็นต้น

206203 แรงงานสัมพันธ์ **3 (3-0-6)**

Labor Relations

ศึกษาถึงปรัชญาของไตรภาคี ทวิภาคี ประวัติการก่อตั้งสหภาพแรงงานสากล และในประเทศ แนวทางก่อตั้งสหภาพแรงงาน การกำหนดข้อบังคับสภาพการจ้างงาน ข้อขัดแย้งระหว่างนายจ้างกับลูกจ้าง กระบวนการเจรจาต่อรอง กฎหมายแรงงานเกี่ยวกับการนัดหยุดงาน การจัดทำข้อตกลงร่วมกันและผลบังคับ ในข้อตกลงร่วมกัน ทั้งนี้โดยเน้นให้เห็นถึงปัญหาแรงงานในประเทศไทย

206029 การบริหารคุณภาพ 3 (3-0-6)

Quality Management

ศึกษาแนวความคิดด้านการจัดการคุณภาพ วัตถุประสงค์ของการจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์การ การนำแนวความคิด รูปแบบการจัดการคุณภาพไปประยุกต์ใช้ ศึกษาแนวความคิดด้านการจัดการคุณภาพในงานบริหาร การจัดตั้งกลุ่มควบคุมคุณภาพ การควบคุมคุณภาพในงานผลิต เทคนิคการควบคุมคุณภาพในการผลิต ซึ่งเริ่มตั้งแต่การออกแบบ การผลิต ตลอดจนการใช้สถิติสำหรับการควบคุมคุณภาพ

402007 เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น 3 (3-0-6)

Introduction to Economics

ศึกษาหลักการเบื้องต้นทางด้านเศรษฐศาสตร์ระดับจุลภาค และมหภาค กลไกของราคาสินค้าและปัจจัยการผลิตระบบการตลาด อุปสงค์ อุปทาน พฤติกรรมของผู้บริโภค รายได้ประชาชาติ นโยบายการเงินการคลัง นโยบายการค้าระหว่างประเทศและการเงินระหว่างประเทศ ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและระบบเศรษฐกิจแบบต่าง ๆ รวมทั้งปัญหาที่สำคัญทางเศรษฐกิจ เช่น เงินเฟ้อ เงินฝืด รวมทั้งผลกระทบทางเศรษฐกิจ และแนวทางแก้ไข

- กลุ่มวิชาเอกบังคับ

202202 พฤติกรรมผู้บริโภค 3 (3-0-6)

Consumer Behavior

วิชาบังคับก่อน: 202101 หลักการตลาด

ศึกษาหลักและการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อ โดยพิจารณาอิทธิพลของวัฒนธรรม สังคมกลุ่ม ครอบครัวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและแบบการดำเนินชีวิต การวิเคราะห์ครอบคลุมถึงปัจจัยภายในของบุคคลในเรื่องแรงจูงใจและบุคลิกภาพ กระบวนการรับรู้ เรียนรู้ และทัศนคติ และศึกษาถึงสิทธิและการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค

202204 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา 3 (3-0-6)

Product and Price Management

ศึกษาถึงแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารและการวางแผนกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ การจัดประเภทผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ ป้ายฉลาก วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และนโยบายในการตั้งราคาทั้งในระดับผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย ตลอดจนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้บริโภค และสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน กลยุทธ์ในการตั้งราคา

202223 การจัดการช่องทางการตลาดและการกระจายสินค้า 3 (3-0-6)

Marketing Channel Management

ศึกษากลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย และการตัดสินใจเลือกช่องทางการตลาด การให้ความช่วยเหลือ และการควบคุมช่องทางการตลาด หลักการบริหารการขนส่ง นโยบายและการจัดสายงานด้านการขนส่ง การคลังสินค้า การจัดเก็บและเคลื่อนย้าย และระบบข้อมูลด้านการกระจายสินค้า

202305 การจัดการการขาย 3 (3-0-6)

Sales Management

วิชาบังคับก่อน : 202101 หลักการตลาด

ศึกษาถึงการจัดสายงาน การจัดการของฝ่ายขาย การเลือกนโยบายการขาย การวิเคราะห์ตลาด และสินค้า การวางแผนและการวิเคราะห์ การจัดแบ่งเขตและโควตาการขาย การคัดเลือกและการอบรม พนักงานขายและการให้ค่าตอบแทน การวัดผล การควบคุมงบประมาณและค่าใช้จ่ายในด้านการขาย การใช้พนักงานขายร่วมกับเครื่องมือ หรือความพยายามทางการตลาดด้านอื่นๆ การประเมินผลและควบคุมการขาย

202306 การตลาดบริการ 3 (3-0-6)

Service Marketing

ศึกษาถึงตลาดที่เกี่ยวกับธุรกิจบริการต่าง ๆ รวมทั้งทฤษฎีและแนวคิดของการตลาดบริการสมัยใหม่ ตลอดจนประเภทของธุรกิจบริการ การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย และพฤติกรรมความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ ยังศึกษาถึงการวิเคราะห์สถานการณ์และกำหนดกลยุทธ์ของตลาดบริการ อาทิ การวางตำแหน่งบริการ การสร้างความแตกต่างของบริการ เป็นต้น รวมถึงจนถึงการศึกษาเรื่องของคุณภาพในการให้บริการ และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เพื่อความสำเร็จของธุรกิจบริการ

202307 การตลาดระหว่างประเทศและระดับโลก 3 (3-0-6)

International and Global Marketing

ศึกษาถึงความสำคัญของการตลาดระหว่างประเทศและระดับโลก สภาพรวมการค้าโลก การรวมกลุ่มเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ สภาวะแวดล้อมในต่างประเทศ โครงสร้างและการดำเนินงานขององค์กรระหว่างประเทศ การวิจัยตลาดระหว่างประเทศ กลยุทธ์การตลาดระหว่างประเทศ อันประกอบด้วย กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ และราคา สำหรับตลาดระหว่างประเทศ การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ การส่งเสริมการตลาดระหว่างประเทศ การวางแผนและการใช้ส่วนประสมการตลาด ตลอดจนศึกษาถึงนโยบายการส่งเสริมการค้าต่างประเทศ ทั้งของภาครัฐและภาคเอกชน

202308 การจัดการการค้าปลีกและ การค้าส่ง

3 (3-0-6)

Retailing and Wholesaling Management

ศึกษาความเป็นมาของการค้าปลีกและค้าส่ง ลักษณะความเป็นเจ้าของและการจัดองค์กรของกิจการ การค้าปลีกและค้าส่ง การเลือกแหล่งและตำแหน่งที่ตั้ง การสรรหาและการบริหารทรัพยากรบุคคล การบริหารงานด้านการจัดซื้อสินค้า การจัดเก็บและควบคุมสินค้า การกำหนดราคา การส่งเสริมการตลาด การควบคุมกิจการ วิธีการขายและการให้บริการ รูปแบบและลักษณะของกิจการค้าปลีกและค้าส่ง และการให้ สิทธิทางการค้า

202311 การจัดการการส่งเสริมการตลาด

3 (3-0-6)

Promotion Management

ศึกษาถึงความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด ความสำคัญของการส่งเสริมการตลาดกับ ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด ความสัมพันธ์ระหว่างการส่งเสริมการตลาดกับการบริหารกลยุทธ์ทาง การตลาด ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดอันประกอบไปด้วย การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ การขายโดยใช้พนักงานขาย การตลาดทางตรง นอกจากนี้ยังศึกษาถึงการบริหารส่วน ประสมการส่งเสริมการตลาด การวางแผนการส่งเสริมการตลาด ตลอดจนการตลาดด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การจัดการและประเมินผลการส่งเสริมการตลาด

202412 การจัดการการตลาด

3 (3-0-6)

Marketing Management

ศึกษาแนวคิด ขอบเขตงานบริหารการตลาด กระบวนการบริหารการตลาด การวางแผนการตลาด เชิงปฏิบัติ การพยากรณ์การตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนการตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย กลยุทธ์การแข่งขัน กลยุทธ์ของส่วนประสมทางการตลาด

202413 สัมมนาทางการตลาด

3 (3-0-6)

Seminar in Marketing

ศึกษาถึงการดำเนินงานทางการตลาดขององค์กรธุรกิจจริง ทั้งที่เป็นองค์กรในประเทศ และต่างประเทศเพื่อให้ทราบถึงความสำเร็จและความล้มเหลว ตลอดจนปัญหาต่างๆ และแนวทางแก้ไขของ องค์กร นอกจากนี้ยังเรียนรู้และฝึกฝนการนำความรู้ที่เรียนมาประยุกต์ใช้เพื่อปรับปรุงแก้ไข โดยใช้วิธีการระดม สมอง และการอภิปรายกลุ่ม เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนการปฏิบัติงานกับองค์กรภายนอกในอนาคต

- กลุ่มวิชาเอกเลือก

202217 การจัดซื้อและการเจรจาต่อรอง

3 (3-0-6)

Purchasing and Negotiations

วิชาบังคับก่อน : 202101 หลักการตลาด

ศึกษาความหมาย ความสำคัญ และหลักการของการจัดซื้อ ขั้นตอนและกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้อ การวางแผนการจัดหา และการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบที่ส่งผลต่อนโยบายการจัดซื้อ การสำรวจข้อมูลของ ผู้จัดจำหน่าย ข้อมูลผลิตภัณฑ์ และข้อมูลตลาดอื่น ๆ ที่จำเป็นต่อนโยบายการสั่งซื้อเครื่องมือ และกลยุทธ์ของการจัดซื้อ การจัดการเอกสารสัญญาการจัดซื้อ ตลอดจนศึกษาถึงเทคนิคการเจรจาต่อรองทางธุรกิจ เพื่อนำไปใช้ประยุกต์ใช้ในการจัดซื้อและการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจอื่น ๆ

202218 การตลาดสินค้าอุตสาหกรรม

3 (3-0-6)

Industrial Marketing

วิชาบังคับก่อน : 202101 หลักการตลาด

ศึกษาแนวความคิดและวิวัฒนาการของตลาดสินค้าอุตสาหกรรม ประเภทและลักษณะของลูกค้า อุตสาหกรรม การจัดกลุ่มอุตสาหกรรม การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์และวิจัยตลาดอุตสาหกรรม การวางแผนการกำหนดกลยุทธ์และยุทธวิธีในส่วนประสมทางการตลาด การประเมินผลและการควบคุมทางการตลาด บทบาทของสถาบันทางอุตสาหกรรมและรัฐบาลที่มีต่อการตลาดสินค้าอุตสาหกรรม แนวโน้มการตลาดของสินค้าอุตสาหกรรม

202220 การพยากรณ์ความต้องการและการขาย

3 (3-0-6)

Demand and Sales Forecasting

วิชาบังคับก่อน : 202101 หลักการตลาด และ 201205 สถิติธุรกิจ

ศึกษาหลักทฤษฎีและความสำคัญของการพยากรณ์ความต้องการ เทคนิคและวิธีการพยากรณ์ ประเภทของข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณและคุณภาพ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความถูกต้องแม่นยำของการพยากรณ์ การนำผลของการพยากรณ์ไปใช้เสนอแนะ เพื่อปรับปรุงการดำเนินงานด้านการตลาด

202315 สถานการณ์ปัจจุบันทางการตลาด

3 (2-2-4)

Current Issues in Marketing

วิชาบังคับก่อน : 202101 หลักการตลาด

ศึกษาถึงหัวข้อ ข่าวสารทางการตลาดที่น่าสนใจในปัจจุบัน รวมถึงกลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่ ในแวดวงธุรกิจ เพื่อวิเคราะห์ อธิบาย ประเมินสถานการณ์ และคาดคะเน โดยการประยุกต์ใช้ความรู้ทางการตลาด และการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม

202319 การตลาดอิเล็กทรอนิกส์

3 (2-2-4)

E-Marketing

วิชาบังคับก่อน : 202101 หลักการตลาด และ 201101 ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ

ศึกษาแนวความคิดการพาณิชย์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และผ่านเครือข่ายการเชื่อมโยงข้อมูล วิเคราะห์รูปแบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ทฤษฎีและวิธีการโฆษณา การส่งเสริมการขาย เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในองค์กรธุรกิจ หรืออำนวยความสะดวกในการธุรกิจผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์หลักและการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

202322 การตลาดทางตรง

3 (3-0-6)

Direct Marketing

ศึกษาถึงหลักการของการตลาดทางตรง ความแตกต่างระหว่างการทำตลาดทางตรงกับตลาดแบบดั้งเดิม วิธีการสร้างฐานข้อมูลลูกค้าจากแหล่งภายในและภายนอก การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายการเลือกวิธีการตลาดทางตรงที่เหมาะสมกับทรัพยากรและสถานการณ์ ตลอดจนศึกษาถึงการออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในการตลาดทางตรงต่างๆ กลยุทธ์และการวางแผนการใช้การตลาดทางตรงเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้า รวมทั้งการประเมินผลกลยุทธ์ที่ใช้

202323 ศิลปะการขาย

3 (3-0-6)

Salesmanship

วิชาบังคับก่อน : 202101 หลักการตลาด

ศึกษากระบวนการขาย ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในสินค้าอุปโภคบริโภค หลักการและเทคนิคการหาลูกค้ามุ่งหวัง การเตรียมตัวก่อนเข้าพบลูกค้า วิธีการเข้าพบ การสาธิต การขายสินค้า การตอบข้อโต้แย้ง การปิดการขาย การติดตามผลการขาย การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า จริยธรรมของพนักงานขาย

202414 การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ

3 (3-0-6)

Integrated Marketing Communication

วิชาบังคับก่อน : 202311 การจัดการการส่งเสริมการตลาด

ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนและตัดสินใจ การเลือกเป้าหมาย การส่งเสริมเครื่องมือทางการสื่อสาร คุณสมบัติของแหล่งส่งและรับข่าวสาร การวิเคราะห์ความต้องการและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการสื่อสาร ค่าใช้จ่ายและคุณค่าที่จะได้รับจากการใช้สื่อประเภทต่างๆ การทดสอบและวัดประสิทธิภาพการปรับปรุงสื่อและข่าวสาร การประสานงานและการวางแผนการรณรงค์ โดยมุ่งการออกแบบวางแผนสื่อสารแบบรวมหลายสื่อ

202416 การจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

3 (3-0-6)

Small and Medium Enterprises Management

ศึกษาความสำคัญและความจำเป็นของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การจัดตั้ง ความสำคัญของผู้ประกอบการ การบริหาร รวมถึงการวิเคราะห์ถึงปัญหาและกลยุทธ์ในการวางแผนการควบคุมการบริหารอย่างมีประสิทธิภาพ และบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ตลอดจนความช่วยเหลือ การสร้างเครือข่าย และสนับสนุนของรัฐบาลที่มีต่อธุรกิจ

202412 การจัดกิจกรรมทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์

3 (3-0-6)

Event Marketing and Public Relations

ศึกษาถึงหลักการเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมทางการตลาด และการประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างภาพลักษณ์ ชื่อเสียง และความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับสาธารณะ ตลอดจนศึกษาถึงกลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาดกับการจัดกิจกรรมทางการตลาด และการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร

202424 การจัดการตราสินค้า

3 (3-0-6)

Brand Management

ศึกษาถึงองค์ประกอบและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของตราสินค้า และปฏิบัติเกี่ยวกับการออกแบบเครื่องหมายการค้า ตราสัญลักษณ์ สัญลักษณ์การค้า ชื่อสินค้า ข้อความ (Copy) บรรจุภัณฑ์ การจัดการส่งเสริมการตลาด เครื่องหมายการค้า สัญลักษณ์ (Logo –Brand) ให้เป็นที่ยอมรับของตลาด พิจารณาถึงรูปแบบของเครื่องมือที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร เพื่อสร้างการรับรู้ในตราสินค้าให้เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค(SWOT Analysis) กลยุทธ์และกลวิธีในการสร้างตราสินค้าให้มีความแข็งแกร่ง และปรับตราสินค้าให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

202425 การตลาดสินค้าแฟชั่น 3 (3-0-6)

Fashion Marketing

ศึกษาถึงประวัติที่เกี่ยวข้องกับแฟชั่นเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ สภาพแวดล้อมทางการตลาด แนวโน้มของอุตสาหกรรมและศัพท์เทคนิคต่างๆ ตลอดจนศึกษาถึงกลยุทธ์การแข่งขันทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดของสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกาย และเครื่องประดับ

202326 การตลาดเพื่อการส่งออก 3 (3-0-6)

Marketing for Export

ศึกษาเกี่ยวกับความหมายของการตลาดเพื่อการส่งออก ประโยชน์ของการส่งออกต่อระบบเศรษฐกิจ ส่วนรวม ลักษณะของตลาดต่างประเทศ ความต้องการของตลาดแยกตามกลุ่มการเลือก และการพัฒนาผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์เพื่อการส่งออก การวิเคราะห์ช่องทางการจำหน่าย และการเลือกช่องทางจำหน่าย ต่างประเทศ เทคนิคการหาตลาดต่างประเทศ การคิดต้นทุนและการกำหนดราคาสินค้าเพื่อการส่งออก การส่งเสริมการตลาดสินค้าเพื่อการส่งออกในตลาดต่างประเทศ การส่งเสริมและการพัฒนาการส่งออกของ ภาครัฐบาลและภาคเอกชน

202327 กลยุทธ์ทางการตลาด 3 (3-0-6)

Marketing Strategies

ศึกษาเกี่ยวกับความหมายและความสำคัญของกลยุทธ์การตลาด หลักการและกลยุทธ์ทางการตลาด แนวความคิดทางการตลาดแบบผสม วิเคราะห์ตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดกลยุทธ์ ด้านผลิตภัณฑ์ การกำหนดกลยุทธ์ด้านการตั้งราคา และนโยบายราคา การกำหนดกลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย การกำหนดกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย

202329 การตลาดกีฬา 3 (3-0-6)

Sports Marketing

ศึกษาถึงหลักการ แนวคิด วิวัฒนาการของการตลาดกีฬา สภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงาน ของธุรกิจกีฬา การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ พฤติกรรมผู้บริโภค การกำหนดลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การบริหารราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ตลอดจนการหาผู้สนับสนุน ในการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับตลาดกีฬา

202330 การตลาดธุรกิจบันเทิง 3 (3-0-6)

Entertainment Marketing

ศึกษาถึงหลักการ บทบาท หน้าที่ และการกำหนดเป้าหมายทางการตลาด ส่วนประสมทางการตลาด และการวิจัยตลาดที่เกี่ยวกับธุรกิจบันเทิง อาทิ ภาพยนตร์ ดนตรี กีฬา สวนสนุก ท่องเที่ยว และสถานบันเทิง เป็นต้น ตลอดจนกลยุทธ์ทางการตลาด

202428 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ 3 (3-0-6)

Customer Relationship Management

ศึกษาถึงคำนิยามและขั้นตอนของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ กลยุทธ์ในการรักษาลูกค้าเดิม และสร้างลูกค้าใหม่ บทบาทและหน้าที่ของผู้บริหาร พนักงาน เทคโนโลยี และข้อมูลข่าวสารที่มีต่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ตลอดจนการนำเทคนิค การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ไปใช้ในการสร้างความสามารถในการแข่งขัน และความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค นอกจากนี้ยังศึกษาถึงประโยชน์และข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ โดยใช้กรณีศึกษาขององค์กรธุรกิจต่างๆ

202431 การฝึกงานด้านวิชาชีพ 3 (0-35-0)

Practicum

ศึกษาถึงหลักการและแนวคิดทางการตลาดในการดำเนินธุรกิจ โดยการฝึกภาคปฏิบัติจริงเพื่อประโยชน์ในการวางแผนการ การค้นหาปัญหา การวิเคราะห์ และการหาแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น นักศึกษาจะต้องฝึกปฏิบัติงานด้านการตลาดในสถานประกอบการธุรกิจหรือในโครงการฝึกงานของวิทยาลัย ภายใต้การดูแลของคณาจารย์ที่ปรึกษาโครงการเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 300 ชั่วโมง และนักศึกษาต้องจัดทำรายงานสรุปผลการฝึกปฏิบัติงานเมื่อสิ้นสุดการฝึกงาน

202432 การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา 1 (1-0-0)

Preparatory Cooperative

หลักการ แนวคิด และกระบวนการของสหกิจศึกษา ระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง ความรู้พื้นฐานและเทคนิคในการสมัครงานอาชีพ ความรู้พื้นฐานในการปฏิบัติงาน ความพร้อมในการทำงานร่วมกับผู้ร่วมงาน จริยธรรมในการประกอบวิชาชีพ การสื่อสารและมนุษย์สัมพันธ์ การพัฒนาบุคลิกภาพ ระบบการบริหารคุณภาพในสถานประกอบการ เทคนิค การนำเสนอ การเขียนรายงาน การปฏิบัติงานสหกิจศึกษา (Co-operative Education)

Cooperative Education**วิชาบังคับก่อน : 202432 เตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา**

ศึกษาระบบการทำงานจริงในสถานประกอบการธุรกิจในฐานะพนักงานของสถานประกอบการธุรกิจ เพื่อเสริมสร้างให้นักศึกษามีความพร้อมด้านงานวิชาชีพจากการปฏิบัติงานพื้นฐานอย่างมีหลักการและเป็นระบบ นักศึกษาต้องมีชั่วโมงการทำงานอย่างเต็มเวลาในสถานประกอบการธุรกิจรวมแล้วไม่น้อยกว่า 16 สัปดาห์ หรือ 1 ภาคการศึกษา รวมถึงมีการประเมินผลการทำงานจากอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมกับสถานประกอบการธุรกิจ และนักศึกษาต้องจัดทำรายงาน สรุปผลการทำงานเมื่อสิ้นสุดการทำงานจากสถานประกอบการ