

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชาการตลาด

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2553

คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
กระทรวงศึกษาธิการ

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชาการตลาด

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2553

คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

กระทรวงศึกษาธิการ

วิสัยทัศน์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก เป็นผู้นำการจัดการศึกษาวิชาชีพ พัฒนาคุณภาพ
กำลังคนสู่มาตรฐานสากลบนพื้นฐานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อเพิ่มขีดความสามารถเชิงการแข่งขัน
สู่การพัฒนาเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตที่ดีของสังคม

คำนำ

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ฉบับนี้เป็นฉบับปรับปรุงปีพุทธศักราช 2553 ซึ่งประกอบด้วยวัตถุประสงค์ของหลักสูตร โครงสร้างหลักสูตรแผนการเรียนการสอน คำอธิบายรายวิชา รายละเอียดอื่น ๆ ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ ซึ่งจะใช้เป็นแนวทางในการจัดการศึกษาของสาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

ในการปรับปรุงหลักสูตรครั้งนี้ เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของภาวการณ์ทางเทคโนโลยี และการแข่งขันด้านการตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ ดังนั้นบัณฑิตสาขาวิชาการตลาดที่ผลิตออกไป จะต้องมีความรู้ความสามารถ คุณธรรม และรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์อยู่เสมอทั้งนี้เพื่อให้บรรลุตามความมุ่งหมายของหลักสูตร และตรงตามวัตถุประสงค์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

สารบัญ

	หน้า
วิสัยทัศน์	ก
หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป	1
หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร	6
หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร	8
หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล	85
หมวดที่ 5 หลักเกณฑ์ในการประเมินผลนักศึกษา	89
หมวดที่ 6 การพัฒนาอาจารย์	91
หมวดที่ 7 การประกันคุณภาพหลักสูตร	92
หมวดที่ 8 การประเมินและการปรับปรุงการดำเนินการของหลักสูตร	98
ภาคผนวก	
เอกสารแนบหมายเลข 1 ผลงานทางวิชาการ การค้นคว้า วิจัย หรือการแต่งตำรา และภาระการสอนของอาจารย์	101
เอกสารแนบหมายเลข 2 แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐาน ผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)	102
เอกสารแนบหมายเลข 3 รายนามคณะกรรมการจัดทำหลักสูตร	113
เอกสารแนบหมายเลข 4 รายละเอียดเพิ่มเติม – สำหรับหลักสูตรที่ขอปรับปรุง	115



สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา
รับทราบการให้ความเห็นชอบหลักสูตรนี้แล้ว

เมื่อวันที่

22 เม.ย. 2553

รายละเอียดของหลักสูตร



มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ให้ความเห็นชอบหลักสูตรนี้แล้ว

เมื่อวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2553

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชาการตลาด

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2553

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

วิทยาเขต/คณะ/สาขาวิชา

วิทยาเขตจักรพงษ์ภูวนารถ

คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาวิชาการตลาด

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. ชื่อหลักสูตร

ภาษาไทย : บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

ภาษาอังกฤษ : Bachelor of Business Administration Program in Marketing

2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

ชื่อเต็มภาษาไทย : บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)

ชื่อย่อภาษาไทย : บธ.บ. (การตลาด)

ชื่อเต็มภาษาอังกฤษ : Bachelor of Business Administration (Marketing)

ชื่อย่อภาษาอังกฤษ : B.B.A. (Marketing)

3. วิชาเอก

3.1 วิชาเอกการบริหารการตลาด

3.2 วิชาเอกการตลาดระหว่างประเทศ

3.3 วิชาเอกการสื่อสารการตลาด

3.4 วิชาเอกการตลาดบริการ

4. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร

จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร 132 หน่วยกิต

5. รูปแบบของหลักสูตร

5.1 รูปแบบ

เป็นหลักสูตรระดับปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปี

5.2 ภาษาที่ใช้

ภาษาไทย

5.3 การรับเข้าศึกษา

รับนักศึกษาไทย หากนักศึกษาต่างชาติมีความรู้ในภาษาไทยก็สามารถสมัครเข้าศึกษาได้

5.4 ความร่วมมือกับสถาบันอื่น

เป็นหลักสูตรเฉพาะของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

5.5 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา

ให้ปริญญาเพียงสาขาวิชาเดียว และกรณีผู้สำเร็จปริญญาตรีในสาขาใด ๆ หรือสาขาใกล้เคียงกับสาขาวิชานี้ สามารถเรียนเป็นปริญญาที่ 2 ได้ โดยสามารถเทียบโอนรายวิชาได้มากน้อยต่างกันตามสาขาวิชาที่สำเร็จมา

6. สถานภาพของหลักสูตร และการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2553

เริ่มใช้หลักสูตร ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษาที่ 2553

สภาวิชาการอนุมัติ / เห็นชอบหลักสูตร ในการประชุมครั้งที่ 2/2553

เมื่อวันที่ 2 เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2553

สภามหาวิทยาลัยอนุมัติ / เห็นชอบหลักสูตร ในการประชุมครั้งที่ 3/2553

เมื่อวันที่ 16 เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2553

7. ความพร้อมในการเผยแพร่หลักสูตรที่มีคุณภาพและมาตรฐาน

จะขอประเมินเพื่อขึ้นทะเบียนหลักสูตรในปีการศึกษา 2555

8. อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

ประกอบอาชีพตามสถานประกอบการส่วนงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและองค์กรธุรกิจด้านการตลาด การขาย การจัดซื้อ การวางแผนและอื่น ๆ รวมทั้งสามารถประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวได้

9. ชื่อ นามสกุล เลขที่ประจำตัวบัตรประชาชน ตำแหน่ง และคุณวุฒิของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล (x-xxxx-xxxxx-xx-x)	ตำแหน่งทาง วิชาการ	คุณวุฒิ (สาขาวิชา...)	สถาบัน	ปีที่ สำเร็จ
1.	นายวรชาติ รัตนะ (x-xxxx-xxxxx-xx-x)	อาจารย์	ก.อ.ม.(บริหาร อาชีพและเทคโนโลยี ศึกษา) บธ.บ.(การตลาด)	สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้า พระนครเหนือ วิทยาลัยเทคโนโลยี และอาชีวศึกษา	2542 2523
2.	นายอัครวุฒิ สื่อประสาร (x-xxxx-xxxxx-xx-x)	อาจารย์	กศ.บ.ธุรกิจศึกษา (การตลาด)	มหาวิทยาลัย ศรีนครินทร วิโรฒ(ประสานมิตร)	2532
3.	นางสาวจรจิตร ธาระสาร (x-xxxx-xxxxx-xx-x)	อาจารย์	บธ.ม.(การตลาด) วท.บ. (สถิติศาสตร์)	มหาวิทยาลัย รามคำแหง มหาวิทยาลัย รามคำแหง	2546 2537
4.	นางสาวทัศนีย์ สอนฉิมพลี (x-xxxx-xxxxx-xx-x)	อาจารย์	บธ.ม.(การตลาด) บธ.บ.(การตลาด)	สถาบันบัณฑิต พัฒนบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์	2551 2545
5.	นายชำนาญ รูปเล็ก (x-xxxx-xxxxx-xx-x)	อาจารย์	บธ.ม.(การตลาด) บธ.บ.(การตลาด) น.บ.(กฎหมาย)	มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์	2546 2544 2533

10. สถานที่จัดการเรียนการสอน

คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ วิทยาเขตจักรพงษ์วนารถ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

11. สถานการณ์ภายนอกหรือการพัฒนาที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนหลักสูตร

11.1 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางเศรษฐกิจ

ปัจจุบันสถานการณ์ธุรกิจทั้งในประเทศและทั่วโลก ได้มีการพัฒนาทางด้านการตลาดรวดเร็ว ประกอบกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) ซึ่งมีแนวคิดในการวางแผนพัฒนาประเทศและเป็นแผนปฏิรูปความคิดและคุณค่าใหม่ของสังคมไทยที่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในสังคม และมุ่งให้ “คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” และใช้เศรษฐกิจเป็นเครื่องมือช่วยพัฒนาให้คนมีความสุขและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น พร้อมทั้งปรับเปลี่ยนวิธีการพัฒนาแบบแยกส่วนมาเป็นบูรณาการแบบองค์รวม เพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมซึ่งปัจจุบันความต้องการกำลังคนด้านการตลาดที่มีศักยภาพเพื่อสามารถทัดเทียมต่างประเทศและยกระดับคุณภาพชีวิตของประชากรในประเทศ

สาขาวิชาการตลาดมีบุคลากรที่มีความรู้และประสบการณ์ด้านวิชาชีพการตลาด พร้อมทั้งจะผลิตบัณฑิตให้มีศักยภาพสอดคล้องกับภารกิจของคณะฯ และทางมหาวิทยาลัย โดยผลิตให้มีความรู้ทางด้านวิชาการและวิชาชีพด้านการตลาดให้ทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ มีความรู้ในหลักวิชาการตลาดและมีความคิดสร้างสรรค์ รวมทั้งปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการประกอบวิชาชีพ และความรับผิดชอบต่อสังคม

11.2 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางสังคมและวัฒนธรรม

ในการจัดทำหลักสูตรเนื่องจากว่ามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มีที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร โดยเป็นแหล่งธุรกิจสำคัญของประเทศ มีการแข่งขันสูง ซึ่งมีความต้องการกำลังคนด้านการตลาดในสถานประกอบการต่างๆ มากขึ้น เพื่อให้เหมาะสมและสอดคล้องกับสภาพสังคมและวัฒนธรรม จึงมีการบรรจุรายวิชาจริยธรรมทางธุรกิจและจรรยาบรรณวิชาชีพด้านการตลาดเพื่อให้นักศึกษาได้เรียนรู้และเข้าใจการพัฒนาสังคมและวัฒนธรรม

12. ผลกระทบจาก ข้อ 11.1 และ 11.2 ต่อการพัฒนาหลักสูตรและความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

12.1 การพัฒนาหลักสูตร

มีความจำเป็นต้องพัฒนาหลักสูตรให้มีศักยภาพในการผลิตบุคลากรด้านการการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการกำลังคนในภาคธุรกิจปัจจุบัน โดยกำลังคนที่ผลิตต้องมีความพร้อมที่จะปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมีความรู้ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ มีศักยภาพสูงในการพัฒนาตนเองให้เข้ากับลักษณะของงานที่จะไปปฏิบัติ รวมทั้งสามารถศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น

12.2 ความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

ตามที่คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้กำหนดพันธกิจการผลิตบัณฑิตไว้มุ่งสู่ความเป็นเลิศทางด้านวิชาชีพและเทคโนโลยี เพื่อพัฒนากำลังคนให้มีความชำนาญด้านวิชาชีพและเทคโนโลยี เป็นคนดี มีคุณธรรม ดังนั้นจากพันธกิจดังกล่าว สาขาวิชาการตลาดจึงเสริมหลักสูตรให้มีความเข้มแข็งทั้งในด้านการศึกษา โดยให้นักศึกษาทุกคนฝึกงานเพื่อให้เห็นสภาพการทำงานจริงในสถานประกอบการ เพื่อผลิตกำลังคนตอบสนองความต้องการในภาครัฐและเอกชน

13. ความสัมพันธ์ กับหลักสูตรอื่นที่เปิดสอนในคณะ/สาขาวิชาอื่นของสถาบัน

หลักสูตรสาขาวิชาการตลาด มีความสัมพันธ์กับหลักสูตรอื่นในคณะดังนี้

13.1 กลุ่มวิชา/รายวิชาในหลักสูตรนี้ที่เปิดสอนโดยคณะ/สาขาวิชา/หลักสูตรอื่น

กลุ่มรายวิชาที่เป็นพื้นฐานเฉพาะ นักศึกษาต้องไปเรียนในสาขาวิชาอื่นประกอบด้วย หมวดวิชาศึกษาทั่วไป และกลุ่มวิชาแกน

13.2 รายวิชาที่เปิดสอนให้คณะ/ภาควิชา/หลักสูตรอื่น

รายวิชาที่เปิดสอนในหลักสูตรนี้ นักศึกษาสาขาวิชาอื่นภายในคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถเลือกเรียนได้ในบางรายวิชาทั้งนี้ตามความเหมาะสม นอกจากนี้ นักศึกษาต่างคณะก็สามารถเลือกเรียนเป็นวิชาเลือกเสรีได้

13.3 การบริหารจัดการ

การจัดการเรียนการสอน จะต้องมีการประสานงานกับสาขาวิชาต่าง ๆ ที่จัดรายวิชา ซึ่งนักศึกษาในหลักสูตรต้องไปเรียน โดยต้องมีการวางแผนร่วมกันระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดเนื้อหาและกลยุทธ์การสอนตลอดจนการวัดผลและประเมินผล ทั้งนี้เพื่อให้นักศึกษามุ่งบรรลุผลการเรียนตามหลักสูตรนี้ ส่วนนักศึกษาที่มาเลือกเรียนเป็นวิชาเลือกเสรีนั้น ต้องมีการประสานงานกับคณะต้นสังกัดเพื่อให้ทราบถึงผลการเรียนรู้ของนักศึกษาว่าสอดคล้องกับหลักสูตรที่นักศึกษาเหล่านั้นเรียนหรือไม่

หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร

1. ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1.1 ปรัชญา

มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ความสามารถทางด้านการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานตลอดจนสามารถสร้างและประกอบธุรกิจส่วนตัวได้

1.2 ความสำคัญ

ปัจจุบันการดำเนินธุรกิจประสบการแข่งขันที่รุนแรงมาก ดังนั้นการดำเนินธุรกิจจึงต้องแสวงหาวิธีการหรือกลยุทธ์ใหม่ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้แก่องค์กรหรือเพื่อความอยู่รอดขององค์กรทางธุรกิจ ซึ่งการตลาดเป็นส่วนสำคัญในการวางแผนกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อสามารถทำให้กระบวนการทางธุรกิจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้หลักสูตรยังให้ความสำคัญกับแนวคิดทางปรัชญา ซึ่งจะทำให้ นักศึกษามีความคิดและวิเคราะห์ได้อย่างเป็นระบบ มีความสามารถทางวิชาการ มีความรับผิดชอบต่อสังคมมีจิตสำนึกในคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพทางการตลาด

1.3 วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1. ปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม ความมีระเบียบวินัย ความซื่อสัตย์สุจริต ความขยันหมั่นเพียร มีจรรยาบรรณในอาชีพ มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่และสังคมตลอดจนสร้างไว้ซึ่งขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปวัฒนธรรมอันดีงามของไทย
2. เพื่อให้ผู้สำเร็จการศึกษา มีความรู้ความสามารถเชิงวิชาการในงานบริหารธุรกิจ เกี่ยวกับงานด้านการตลาดการติดต่อ ประสานงานการตัดสินใจ การวางแผน การควบคุมและการให้คำแนะนำแก่บุคลากร ผู้ปฏิบัติงาน การรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ การติดตามและประเมินผลงาน เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน
3. สามารถเป็นผู้ประกอบการนำความรู้ไปบูรณาการในการปฏิบัติงาน
4. มีความคิดสร้างสรรค์ เรียนรู้ตลอดชีวิต พัฒนาตนเอง มีความรู้ในระดับสากลดำเนินการตามหลักการทฤษฎีประยุกต์ใช้ การวางแผน การปฏิบัติงาน การควบคุมและประเมินผลได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเกิดผลสัมฤทธิ์ ตามเป้าหมายขององค์กร เพื่อการประหยัด รวดเร็วและมีคุณภาพ สามารถวัดผลงานได้ทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ

2. แผนพัฒนาปรับปรุง

2.1 แผนการพัฒนา/เปลี่ยนแปลง	2.2 กลยุทธ์	2.3 หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
1. ปรับปรุงหลักสูตรสาขาวิชาการตลาดให้มีมาตรฐานคุณวุฒิ ตามกระทรวงศึกษาธิการกำหนด และสอดคล้องกับความต้องการของภาครัฐและเอกชน	1. ติดตามความเปลี่ยนแปลง และความต้องการกำลังคนในภาครัฐ และเอกชนเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงหลักสูตร 2. เชิญผู้เชี่ยวชาญทั้งภาครัฐและเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการปรับปรุงหลักสูตร 3. เก็บรวบรวมข้อมูลจากศิษย์เก่า เพื่อนำมาปรับปรุงหลักสูตร 4. ทำการติดตามเพื่อประเมินหลักสูตรอย่างสม่ำเสมอ 5. จัดวิชาการฝึกงาน/สหกิจศึกษา ให้นักศึกษาฝึกงานที่ตรงกับสาขาวิชาที่เรียน	1. รายงานผลการดำเนินงาน 2. เอกสารประสานงานกับภาครัฐ และภาคธุรกิจ 3. รายงานผลการฝึกงาน/สหกิจศึกษา ในรายวิชาการฝึกงาน และสหกิจศึกษา 4. ผู้ใช้บัณฑิตมีความพึงพอใจโดยเฉลี่ยระดับ 3.5 จากระดับ 5
2. พัฒนาบุคลากรสายสอนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพสนับสนุนการเรียนรู้ของนักศึกษา	1. อาจารย์ใหม่ต้องผ่านการอบรมหลักสูตรเบื้องต้นเกี่ยวกับเทคนิคการสอน การประเมินและวัดผล 2. อาจารย์ทุกคนต้องเข้าอบรมเกี่ยวกับหลักสูตรการสอนรูปแบบต่าง ๆ และการวัดผลประเมินผล ทั้งนี้เพื่อให้มีความรู้ความสามารถในการประเมินผลตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิที่ผู้สอนจะต้องสามารถวัดและประเมินผลได้เป็นอย่างดี 3. อาจารย์ทุกคนต้องเข้าร่วมอบรม/เข้าร่วมโครงการเพื่อเสริมสร้างความรู้ด้านธุรกิจและด้านการตลาดให้ทันสมัยทุกปี	1. หลักฐานหรือเอกสารการเข้าร่วมอบรมหลักสูตรต่าง ๆ 2. บุคลากรได้รับการอบรม 2 ครั้ง/คน/ปี (ตามแผนงบประมาณประจำปีของมหาวิทยาลัย)

หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร

1. ระบบการจัดการศึกษา

1.1 ระบบ

ใช้ระบบทวิภาค โดย 1 ปีการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ภาคการศึกษาปกติ 1 ภาคการศึกษาปกติมีระยะเวลาไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์

1.2 การจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน

การเปิดการศึกษาภาคฤดูร้อน ให้กำหนดระยะเวลาและจำนวนหน่วยกิตโดยมีสัดส่วนเทียบเคียงกัน ได้กับภาคการศึกษาภาคปกติ

1.3 การเทียบเคียงหน่วยกิตในระบบทวิภาค

2. การดำเนินการหลักสูตร

2.1 วัน – เวลาในการดำเนินการเรียนการสอน

ภาคการศึกษาที่ 1 เดือนมิถุนายน - กันยายน

ภาคการศึกษาที่ 2 เดือนตุลาคม - กุมภาพันธ์

ภาคฤดูร้อน เดือนมีนาคม - พฤษภาคม

2.2 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

2.2.1 รับผู้สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) หรือระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย(ม.6) หรือเทียบเท่า หรือ

2.2.2 รับผู้สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) หรือเทียบเท่า หรืออนุปริญญา (หลักสูตร 3 ปี) สาขาที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีความรู้พื้นฐานหรือประสบการณ์ด้านการบริหารธุรกิจ เข้าศึกษาโดยการเทียบโอนหน่วยกิต จากหลักสูตร 4 ปี ทั้งนี้ผู้เรียนต้องลงทะเบียนเรียนในรายวิชาต่างๆ ตามคำแนะนำของอาจารย์ประจำหลักสูตร หรือ

2.2.3 เป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีทุกสาขาวิชา เข้าศึกษาโดยการเทียบโอน หน่วยกิต จากหลักสูตร 4 ปี ทั้งนี้ผู้เรียนต้องลงทะเบียนเรียนในรายวิชาต่างๆ ตามคำแนะนำของอาจารย์ประจำหลักสูตร

2.2.4 คุณสมบัติอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากที่กล่าวมาแล้ว ให้อยู่ในดุลยพินิจของอาจารย์ประจำหลักสูตร

2.3 ปัญหาของนักศึกษาแรกเข้า

เนื่องจากหลักสูตรมีการรับนักศึกษาจากหลายวุฒิการศึกษา ดังนั้นจึงมีความแตกต่างของพื้นฐานความรู้ในวิชาหลักของสาขาวิชา ส่งผลให้เกิดความแตกต่างในการรับรู้ของนักศึกษาได้

2.4 กลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหาคัดของนักศึกษาในข้อ 2.3

จัดให้มีโครงการสอนปรับพื้นฐานของนักศึกษา เพื่อให้พื้นฐานความรู้ของนักศึกษามีความรู้ใกล้เคียงกัน ส่งเสริมการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างรุ่นพี่รุ่นน้อง รวมทั้งมีการแต่งตั้งอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อให้คำแนะนำในเรื่องการเรียนของนักศึกษา

2.5 แผนการรับนักศึกษาและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี

นักศึกษาระดับปริญญาตรี	ปีการศึกษา				
	2553	2554	2555	2556	2557
ชั้นปีที่ 1 (จำนวนรับเข้า)	160	160	160	160	160
ชั้นปีที่ 2	-	160	160	160	160
ชั้นปีที่ 3	-	-	160	160	160
ชั้นปีที่ 4	-	-	-	160	160
รวม	160	320	480	640	640
จำนวนนักศึกษาที่คาดว่าจะสำเร็จ	-	-	-	160	160

2.6 งบประมาณตามแผน

2.6.1 งบประมาณรายรับ (หน่วย:บาท)

รายละเอียดรายรับ	ปีงบประมาณ				
	2553	2554	2555	2556	2557
ค่าบำรุงการศึกษา	800,000	1,600,000	2,400,000	3,200,000	3,200,000
ค่าลงทะเบียน	1,152,000	2,304,000	3,456,000	4,608,000	4,608,000
รายรับอื่น	512,000	1,024,000	1,536,000	2,048,000	2,048,000
เงินอุดหนุนจากรัฐบาล	5,304,000	10,608,000	15,912,000	21,216,000	21,216,000
รวมรายรับ	7,768,000	15,536,000	23,304,000	31,072,000	31,072,000

หมายเหตุ รายรับอื่น คือ ค่าธรรมเนียมพิเศษ ค่ากิจกรรมนักศึกษา

2.6.2 งบประมาณรายจ่าย (หน่วย:บาท)

หมวดเงิน	ปีงบประมาณ				
	2553	2554	2555	2556	2557
ก. งบดำเนินการ					
1. ค่าใช้จ่ายบุคลากร	1,280,000	2,560,000	3,840,000	5,120,000	5,120,000
2. ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน (ไม่รวม 3)	768,000	1,536,000	2,304,000	3,072,000	3,072,000
3. ทุนการศึกษา	200,000	400,000	600,000	800,000	800,000
4. รายจ่ายระดับมหาวิทยาลัย	3,920,000	7,840,000	11,760,000	15,680,000	15,680,000
รวม (ก)	6,168,000	12,336,000	18,504,000	24,672,000	24,672,000
ข. งบลงทุน					
ค่าครุภัณฑ์	1,600,000	3,200,000	4,800,000	6,400,000	6,400,000
รวม (ข)	1,600,000	3,200,000	4,800,000	6,400,000	6,400,000
รวม (ก) + (ข)	7,768,000	15,536,000	23,304,000	31,072,000	31,072,000
จำนวนนักศึกษา	160	320	480	640	640
ค่าใช้จ่ายต่อหัวนักศึกษา	48,550	48,550	48,550	48,550	48,550

2.7 ระบบการศึกษา

ใช้ระบบการจัดการเรียนการสอนแบบชั้นเรียน

2.8 การเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชาและการลงทะเบียนเรียนข้ามมหาวิทยาลัย

นักศึกษาสามารถเทียบโอนหน่วยกิตรายวิชา หรือลงทะเบียนเรียนข้ามมหาวิทยาลัยได้ ทั้งนี้ให้เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

กลุ่มรายวิชาภาษาอังกฤษ 9 หน่วยกิต ให้ศึกษารายวิชาต่อไปนี้

00-32-003	การอ่านภาษาอังกฤษ English Reading	3(3-0-6)
00-32-004	สนทนาภาษาอังกฤษ English Conversation	3(3-0-6)
00-32-005	การเขียนภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน English Writing in Daily Life	3(3-0-6)

กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์กับคณิตศาสตร์ 6 หน่วยกิต ให้ศึกษาจากรายวิชาต่อไปนี้

00-41-001	คณิตศาสตร์และคอมพิวเตอร์ในชีวิตประจำวัน Mathematics and Computer in Daily Life	3(3-0-6)
00-42-001	วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อมกับชีวิต Science Technology and Environment for Life	3(3-0-6)

1.2 กลุ่มวิชาหมวดศึกษาทั่วไป เลือก 6 หน่วยกิต

ให้เลือกศึกษาจากกลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ 3 หน่วยกิต และกลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ 3 หน่วยกิต ในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2553 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก ต่อไปนี้

กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์

00-10-002	การเมืองและการปกครองของไทย Thai Politic and Government	3(3-0-6)
00-10-003	สังคมกับเศรษฐกิจ Society and Economy	3(3-0-6)
00-10-004	สังคมกับกฎหมาย Society and Law	3(3-0-6)
00-10-005	ชุมชน สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม Community Society Culture and Environment	3(3-0-6)



3. หลักสูตร และ อาจารย์ผู้สอน

3.1 หลักสูตร

3.1.1 จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร 132 หน่วยกิต

3.1.2 โครงสร้างหลักสูตร

โครงสร้างหลักสูตร แบ่งเป็นหมวดวิชาที่สอดคล้องกับที่กำหนดไว้ในเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร กระทรวงศึกษาธิการ ดังนี้

1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	30	หน่วยกิต
1.1 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์	6	หน่วยกิต
1.2 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์	6	หน่วยกิต
1.3 กลุ่มวิชาภาษา	12	หน่วยกิต
1.4 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์กับคณิตศาสตร์	6	หน่วยกิต
2. หมวดวิชาเฉพาะ	96	หน่วยกิต
2.1 กลุ่มวิชาแกน	42	หน่วยกิต
2.2 กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน	39	หน่วยกิต
2.3 กลุ่มวิชาเลือก	15	หน่วยกิต
3. หมวดวิชาเลือกเสรี	6	หน่วยกิต

3.1.3 รายวิชา

1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 30 หน่วยกิต

1.1 กลุ่มวิชาหมวดศึกษาทั่วไป บังคับ 24 หน่วยกิต

กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ 3 หน่วยกิต ให้ศึกษารายวิชา

00-10-001 การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม 3(3-0-6)

Life and Social Quality Development

กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ 3 หน่วยกิต ให้ศึกษารายวิชา

00-20-001 การพัฒนาบุคลิกภาพ 3(3-0-6)

Personality Development

กลุ่มวิชาภาษา 12 หน่วยกิต

กลุ่มรายวิชาภาษาไทย 3 หน่วยกิต ให้ศึกษารายวิชา

00-31-001 การใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6)

Thai for Communication

	กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์	
00-20-002	สารสนเทศเพื่อการศึกษาค้นคว้า Information for Study	3(3-0-6)
00-20-003	จิตวิทยาทั่วไป General Psychology	3(3-0-6)
00-20-004	ไทยศึกษา Thai Studies	3(3-0-6)
00-20-005	ศาสนาเพื่อสันติสุข Religion for Peace	3(3-0-6)
00-20-006	การจัดการความรู้ Knowledge Management	3(3-0-6)
00-20-007	นันทนาการในชีวิตประจำวัน Recreation in Daily Life	3(2-2-5)

2. หมวดวิชาเฉพาะ 96 หน่วยกิต ประกอบด้วย

2.1 กลุ่มวิชาแกน 42 หน่วยกิต ให้ศึกษารายวิชาต่อไปนี้

04-01-101	กฎหมายธุรกิจ Business Law	3(3-0-6)
04-01-104	หลักการจัดการ Principles of Management	3(3-0-6)
04-01-106	จริยธรรมทางธุรกิจ Business Ethics	3(3-0-6)
04-01-202	สถิติทางธุรกิจ Business Statistics	3(3-0-6)
04-01-203	การภาษีอากร Taxation	3(3-0-6)
04-01-207	ความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจระหว่างประเทศ Introduction to International Business	3(3-0-6)
04-01-305	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารธุรกิจ English for Business Communication	3(3-0-6)
04-02-101	หลักการตลาด Principles of Marketing	3(3-0-6)

04-03-101	การบัญชีขั้นต้น Principles of Accounting	3(3-0-6)
04-03-286	การเงินธุรกิจ Business Finance	3(3-0-6)
04-04-201	การจัดการ โลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน Logistics and Supply Chain Management	3(3-0-6)
04-05-202	ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ Business Information System	3(3-0-6)
04-99-104	หลักเศรษฐศาสตร์ Principles of Economics	3(3-0-6)
06-11-309	แคลคูลัสสำหรับธุรกิจ Calculus for Business	3(3-0-6)

2.2 กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน 39 หน่วยกิต ให้เลือกศึกษา 1 วิชาเอกเท่านั้น จากวิชาเอกดังต่อไปนี้

2.2.1 วิชาเอกการบริหารการตลาด

04-02-202	พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer Behavior	3(3-0-6)
04-02-210	การบริหารการค้าปลีก Retailing Management	3(3-0-6)
04-02-303	นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา Product and Price Policy	3(3-0-6)
04-02-304	นโยบายการจัดจำหน่าย Distribution Policy	3(3-0-6)
04-02-305	การตลาดระหว่างประเทศ International Marketing	3(3-0-6)
04-02-306	การจัดการการตลาด Marketing Management	3(3-0-6)
04-02-311	ระบบข้อมูลข่าวสารการตลาด Information System for Marketing	3(3-0-6)
04-02-312	การจัดการขาย Sales Management	3(3-0-6)

04-02-407	การส่งเสริมการตลาด Promotion	3(3-0-6)
04-02-408	การวิจัยการตลาด Marketing Research	3(2-2-5)
04-02-409	กลยุทธ์การตลาด Marketing Strategies	3(3-0-6)
04-02-413	การศึกษาความเป็นไปได้เพื่อโครงการการตลาด Feasibility Study in Marketing Project	3(2-2-5)
04-02-414	สัมมนาปัญหาการตลาด Seminar in Marketing Problems	3(2-2-5)

2.2.2 วิชาเอกการตลาดระหว่างประเทศ

04-02-202	พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer Behavior	3(3-0-6)
04-02-215	การค้ากับกลุ่มเศรษฐกิจต่าง ๆ Trading with Major Economic Blocs	3(3-0-6)
04-02-303	นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา Product and Price Policy	3(3-0-6)
04-02-304	นโยบายการจัดจำหน่าย Distribution Policy	3(3-0-6)
04-02-305	การตลาดระหว่างประเทศ International Marketing	3(3-0-6)
04-02-306	การจัดการการตลาด Marketing Management	3(3-0-6)
04-02-316	กฎระเบียบและการเจรจาการค้า Legislation and Negotiation	3(3-0-6)
04-02-407	การส่งเสริมการตลาด Promotion	3(3-0-6)
04-02-408	การวิจัยการตลาด Marketing Research	3(2-2-5)
04-02-409	กลยุทธ์การตลาด Marketing Strategies	3(3-0-6)

04-02-418	การบริหารการตลาดส่งออก Export Marketing Management	3(3-0-6)
04-02-419	สัมมนาปัญหาการตลาดระหว่างประเทศ Seminar in International Marketing	3(2-2-5)
04-02-440	ภาษาอังกฤษเพื่อธุรกิจและการค้าระหว่างประเทศ English for International Business and Trade	3(3-0-6)
2.2.3 วิชาการสื่อสารการตลาด		
04-02-202	พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer Behavior	3(3-0-6)
04-02-220	หลักการโฆษณา Principles of Advertising	3(3-0-6)
04-02-303	นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา Product and Price Policy	3(3-0-6)
04-02-304	นโยบายการจัดจำหน่าย Distribution Policy	3(3-0-6)
04-02-305	การตลาดระหว่างประเทศ International Marketing	3(3-0-6)
04-02-306	การจัดการการตลาด Marketing Management	3(3-0-6)
04-02-321	หลักการสื่อสารการตลาด Principles of Marketing Communication	3(3-0-6)
04-02-322	เทคนิคการผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารการตลาด Production Techniques for Marketing Communication Media	3(2-2-5)
04-02-407	การส่งเสริมการตลาด Promotion	3(3-0-6)
04-02-408	การวิจัยการตลาด Marketing Research	3(2-2-5)
04-02-409	กลยุทธ์การตลาด Marketing Strategies	3(3-0-6)

04-02-423	การวางแผนการประชาสัมพันธ์และการรณรงค์ Public Relations Planning and Campaign	3(3-0-6)
04-02-424	สัมมนาปัญหาการสื่อสารการตลาด Seminar in Marketing Communication	3(2-2-5)
2.2.4 วิชาเอกการตลาดบริการ		
04-02-202	พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer Behavior	3(3-0-6)
04-02-225	การตลาดบริการ Services Marketing	3(3-0-6)
04-02-303	นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา Product and Price Policy	3(3-0-6)
04-02-304	นโยบายการจัดจำหน่าย Distribution Policy	3(3-0-6)
04-02-305	การตลาดระหว่างประเทศ International Marketing	3(3-0-6)
04-02-306	การจัดการการตลาด Marketing Management	3(3-0-6)
04-02-326	การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ Customer Relationship Management	3(3-0-6)
04-02-327	การตลาดธุรกิจบริการเฉพาะอย่าง Marketing for Specific Service Business	3(3-0-6)
04-02-407	การส่งเสริมการตลาด Promotion	3(3-0-6)
04-02-408	การวิจัยการตลาด Marketing Research	3(2-2-5)
04-02-409	กลยุทธ์การตลาด Marketing Strategies	3(3-0-6)
04-02-428	การจัดการบริการ Service Management	3(3-0-6)
04-02-429	สัมมนาปัญหาการตลาดบริการ Seminar in Service Marketing	3(2-2-5)

2.3 กลุ่มวิชาเลือก 15 หน่วยกิต ให้ศึกษาจากรายวิชาต่อไปนี้

2.3.1 กลุ่มวิชาฝึกงานและประสบการณ์ 6 หน่วยกิต ให้ศึกษาจากรายวิชาต่อไปนี้

04-99-302	การฝึกงาน Job Training	3(0-40-0)
และ		
04-02-447	ปัญหาพิเศษ Special Problems	3(1-4-4)
หรือ		
04-99-401	สหกิจศึกษา Co-operative Education	6(0-40-0)

2.3.2 กลุ่มวิชาเลือกทั่วไป 9 หน่วยกิต ให้เลือกศึกษาจากรายวิชาต่อไปนี้

04-02-230	ศิลปการขาย Salesmanship	3(3-0-6)
04-02-231	การบริหารการจัดซื้อ Purchasing Management	3(3-0-6)
04-02-232	การบรรจุภัณฑ์ Packaging	3(3-0-6)
04-02-233	การตลาดสินค้าเกษตรกรรม Agricultural Product Marketing	3(3-0-6)
04-02-247	การประชาสัมพันธ์ Public Relations	3(3-0-6)
04-02-250	การตลาดเพื่อสังคม Social Marketing	3(3-0-6)
04-02-334	การตลาดสินค้าอุตสาหกรรม Industrial Product Marketing	3(3-0-6)
04-02-336	การวิเคราะห์การตลาดเชิงปริมาณ Quantitative Marketing Analysis	3(3-0-6)
04-02-338	การส่งกำลังบำรุงทางธุรกิจ Business Logistics	3(3-0-6)

04-02-342	ภาษาเพื่อการโฆษณา Thai for Advertising	3(3-0-6)
04-02-343	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารธุรกิจ 2 English for Business Communication 2	3(3-0-6)
04-02-348	การตลาดทางตรง Direct Marketing	3(3-0-6)
04-02-349	การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ E-Marketing	3(3-0-6)
04-02-417	กระบวนการส่งออก Export Procedures	3(3-0-6)
04-02-435	การพยากรณ์การตลาด Marketing Forecasting	3(3-0-6)
04-02-437	การบริหารตราสินค้า Brand Management	3(3-0-6)
04-02-439	โลกทัศน์ของการส่งออก The Word of Export	3(3-0-6)
04-02-441	การบริหารสื่อโฆษณา Advertising Media Management	3(3-0-6)
04-02-444	เทคนิคการผลิตงานโฆษณา 1 Advertising Production Techniques 1	3(3-0-6)
04-02-445	เทคนิคการผลิตงานโฆษณา 2 Advertising Production Techniques 2	3(3-0-6)
04-02-446	การจัดการโฆษณา Advertising Management	3(3-0-6)

2.3.3 กรณีที่นักศึกษาประสงค์จะนับเป็นวิชาโทต้องศึกษาจากกลุ่มวิชาเอกใดเอกหนึ่งใน 4 กลุ่มวิชาเอก ไม่น้อยกว่า 15 หน่วยกิต เพื่อนับเป็นวิชาโท ทั้งนี้ต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและ/หรือ หัวหน้าสาขาวิชาโดยไม่ต้องศึกษาจากรายวิชาเลือกทั่วไปที่กำหนดไว้ในข้อ 2.3.2

3. หมวดวิชาเลือกเสรี 6 หน่วยกิต

ให้นักศึกษาเลือกเรียนวิชาใด ๆ ที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก แต่ต้องไม่ซ้ำกับวิชาในแผนการศึกษาของสาขาวิชานั้น

ความหมายของเลขรหัสรายวิชา



ตำแหน่งที่ 1-2 แทน คณะ

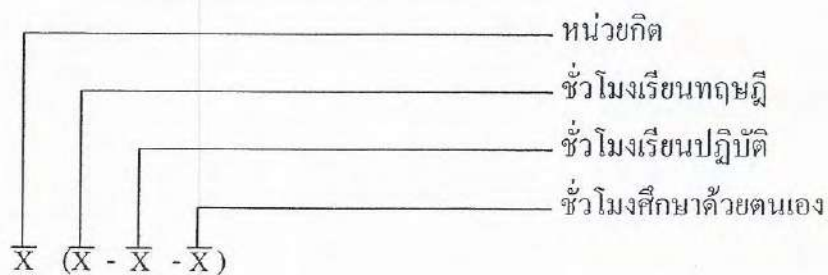
- 00 - หมวดวิชาศึกษาทั่วไป
- 01 - คณะเกษตรศาสตร์และทรัพยากรธรรมชาติ
- 02 - คณะเทคโนโลยีสังคม
- 03 - คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรมและการเกษตร
- 04 - คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ
- 05 - คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
- 06 - คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
- 07 - คณะวิศวกรรมศาสตร์และสถาปัตยกรรมศาสตร์
- 08 - คณะศิลปศาสตร์
- 09 - สถาบันเทคโนโลยีการบิน
- 10 - คณะสัตวแพทยศาสตร์

ตำแหน่งที่ 3-4 แทน กลุ่มวิชา/สาขาวิชา

ตำแหน่งที่ 5 แทน ปีที่ควรศึกษา

ตำแหน่งที่ 6-7 แทน ลำดับวิชา

ความหมายของรหัสการจัดชั่วโมง



การนับหน่วยกิต

การนับหน่วยกิตให้อัตลักษณ์ ดังนี้

1. ชั่วโมงเรียนทฤษฎี 1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ เท่ากับ 1 หน่วยกิต
2. ชั่วโมงเรียนปฏิบัติการในห้องเรียน ห้องทดลอง หรือห้องปฏิบัติการ 2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ เท่ากับ 1 หน่วยกิต
3. ชั่วโมงฝึกงาน / สหกิจศึกษา ที่ใช้เวลาฝึก / ปฏิบัติงาน ไม่น้อยกว่า 45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา ให้มีค่าเท่ากับ 1 หน่วยกิต
4. ชั่วโมงศึกษาด้วยตนเอง เท่ากับ $2 \times$ หน่วยกิตทฤษฎี + หน่วยกิตปฏิบัติ

3.1.4 แสดงแผนการศึกษา

แผนการศึกษา สาขาวิชาการตลาด – แผนสหกิจศึกษา

1. วิชาเอกการบริหารการตลาด

ปีการศึกษาที่ 1

ภาคการศึกษาที่ 1

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
สังคมศาสตร์	00-10-001	การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม	3(3-0-6)
ภาษา	00-31-001	การใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	3(3-0-6)
วิทย์-คณิต	00-41-001	คณิตศาสตร์และคอมพิวเตอร์ในชีวิตประจำวัน	3(3-0-6)
แกน	04-02-101	หลักการตลาด	3(3-0-6)
แกน	04-03-101	การบัญชีขั้นต้น	3(3-0-6)
แกน	04-99-104	หลักเศรษฐศาสตร์	3(3-0-6)
รวม			18 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาที่ 2

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
มนุษยศาสตร์	00-20-001	การพัฒนาศิลปะ	3(3-0-6)
ภาษา	00-32-003	การอ่านภาษาอังกฤษ	3(3-0-6)
วิทย์-คณิต	00-42-001	วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อมกับชีวิต	3(3-0-6)
แกน	04-01-104	หลักการจัดการ	3(3-0-6)
แกน	04-01-202	สถิติทางธุรกิจ	3(3-0-6)
แกน	06-11-309	แคลคูลัสสำหรับธุรกิจ	3(3-0-6)
รวม			18 หน่วยกิต

ปีการศึกษาที่ 2

ภาคการศึกษาที่ 1

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
สังคมศาสตร์	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
มนุษยศาสตร์	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
ภาษา	00-32-004	สนทนาภาษาอังกฤษ	3(3-0-6)
แกน	04-03-286	การเงินธุรกิจ	3(3-0-6)
แกน	04-05-202	ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-202	พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0-6)
รวม			18 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาที่ 2

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
แกน	04-01-101	กฎหมายธุรกิจ	3(3-0-6)
แกน	04-01-203	การภาษีอากร	3(3-0-6)
แกน	04-01-207	ความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
แกน	04-04-201	การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-210	การบริหารการค้าปลีก	3(3-0-6)
เลือกเสรี	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
รวม			18 หน่วยกิต

ปีการศึกษาที่ 3

ภาคการศึกษาที่ 1

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
ภาษา	00-32-005	การเขียนภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-303	นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-304	นโยบายการจัดจำหน่าย	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-311	ระบบข้อมูลข่าวสารการตลาด	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-312	การจัดการขาย	3(3-0-6)
เลือก	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
รวม			18 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาที่ 2

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
แกน	04-01-106	จริยธรรมทางธุรกิจ	3(3-0-6)
แกน	04-01-305	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารธุรกิจ	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-305	การตลาดระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-306	การจัดการการตลาด	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-408	การวิจัยการตลาด	3(2-2-5)
เลือก	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
รวม			18 หน่วยกิต

ปีการศึกษาที่ 4

ภาคการศึกษาที่ 1

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
เลือก	04-99-401	สหกิจศึกษา	6(0-40-0)
รวม			6 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาที่ 2

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
เฉพาะด้าน	04-02-407	การส่งเสริมการตลาด	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-409	กลยุทธ์การตลาด	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-413	การศึกษาความเป็นไปได้เพื่อโครงการการตลาด	3(2-2-5)
เฉพาะด้าน	04-02-414	สัมมนาปัญหาการตลาด	3(2-2-5)
เลือก	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
เลือกเสรี	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
รวม			18 หน่วยกิต

2. วิชาเอกการตลาดระหว่างประเทศ

ปีการศึกษาที่ 1

ภาคการศึกษาที่ 1

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
สังคมศาสตร์	00-10-001	การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม	3(3-0-6)
ภาษา	00-31-001	การใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	3(3-0-6)
วิทย์-คณิต	00-41-001	คณิตศาสตร์และคอมพิวเตอร์ในชีวิตประจำวัน	3(3-0-6)
แกน	04-02-101	หลักการตลาด	3(3-0-6)
แกน	04-03-101	การบัญชีขั้นต้น	3(3-0-6)
แกน	04-99-104	หลักเศรษฐศาสตร์	3(3-0-6)
รวม			18 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาที่ 2

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
มนุษยศาสตร์	00-20-001	การพัฒนามนุษย์	3(3-0-6)
ภาษา	00-32-003	การอ่านภาษาอังกฤษ	3(3-0-6)
วิทย์-คณิต	00-42-001	วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อมกับชีวิต	3(3-0-6)
แกน	04-01-104	หลักการจัดการ	3(3-0-6)
แกน	04-01-202	สถิติทางธุรกิจ	3(3-0-6)
แกน	06-11-309	แคลคูลัสสำหรับธุรกิจ	3(3-0-6)
รวม			18 หน่วยกิต

ปีการศึกษาที่ 2

ภาคการศึกษาที่ 1

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
สังคมศาสตร์	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
มนุษยศาสตร์	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
ภาษา	00-32-004	สนทนาภาษาอังกฤษ	3(3-0-6)
แกน	04-01-207	ความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
แกน	04-03-286	การเงินธุรกิจ	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-202	พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0-6)
รวม			18 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาที่ 2

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
แกน	04-01-101	กฎหมายธุรกิจ	3(3-0-6)
แกน	04-01-203	การภาษีอากร	3(3-0-6)
แกน	04-04-201	การจัดการ โลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน	3(3-0-6)
แกน	04-05-202	ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-215	การค้ากับกลุ่มเศรษฐกิจต่าง ๆ	3(3-0-6)
เลือกเสรี	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
รวม			18 หน่วยกิต

ปีการศึกษาที่ 3

ภาคการศึกษาที่ 1

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
ภาษา	00-32-005	การเขียนภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-303	นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-304	นโยบายการจัดจำหน่าย	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-305	การตลาดระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-316	กฎระเบียบและการเจรจาการค้า	3(3-0-6)
เลือก	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
รวม			18 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาที่ 2

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
แกน	04-01-106	จริยธรรมทางธุรกิจ	3(3-0-6)
แกน	04-01-305	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารธุรกิจ	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-306	การจัดการการตลาด	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-418	การบริหารการตลาดส่งออก	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
เลือกเสรี	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
รวม			18 หน่วยกิต

ปีการศึกษาที่ 4

ภาคการศึกษาที่ 1

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
เลือก	04-99-401	สหกิจศึกษา *	6(0-40-0)
		รวม	6 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาที่ 2

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
เฉพาะด้าน	04-02-407	การส่งเสริมการตลาด	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-408	การวิจัยการตลาด	3(2-2-5)
เฉพาะด้าน	04-02-409	กลยุทธ์การตลาด	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-419	สัมมนาปัญหาการตลาดระหว่างประเทศ	3(2-2-5)
เฉพาะด้าน	04-02-440	ภาษาอังกฤษเพื่อธุรกิจและการค้าระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
เลือก	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
		รวม	18 หน่วยกิต

3. วิชาเอกการสื่อสารการตลาด

ปีการศึกษาที่ 1

ภาคการศึกษาที่ 1

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
สังคมศาสตร์	00-10-001	การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม	3(3-0-6)
ภาษา	00-31-001	การใช้ภาษาไทยในการสื่อสาร	3(3-0-6)
วิทย์-คณิต	00-41-001	คณิตศาสตร์และคอมพิวเตอร์ในชีวิตประจำวัน	3(3-0-6)
แกน	04-02-101	หลักการตลาด	3(3-0-6)
แกน	04-03-101	การบัญชีขั้นต้น	3(3-0-6)
แกน	04-99-104	หลักเศรษฐศาสตร์	3(3-0-6)
รวม			18 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาที่ 2

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
มนุษยศาสตร์	00-20-001	การพัฒนามนุษย์	3(3-0-6)
ภาษา	00-32-003	การอ่านภาษาอังกฤษ	3(3-0-6)
วิทย์-คณิต	00-42-001	วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อมกับชีวิต	3(3-0-6)
แกน	04-01-104	หลักการจัดการ	3(3-0-6)
แกน	04-01-202	สถิติทางธุรกิจ	3(3-0-6)
แกน	06-11-309	แคลคูลัสสำหรับธุรกิจ	3(3-0-6)
รวม			18 หน่วยกิต

ปีการศึกษาที่ 2

ภาคการศึกษาที่ 1

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
สังคมศาสตร์	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
มนุษยศาสตร์	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
ภาษา	00-32-004	สนทนาภาษาอังกฤษ	3(3-0-6)
แกน	04-01-207	ความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
แกน	04-03-286	การเงินธุรกิจ	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-202	พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0-6)
รวม			18 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาที่ 2

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
แกน	04-01-101	กฎหมายธุรกิจ	3(3-0-6)
แกน	04-01-203	การภาษีอากร	3(3-0-6)
แกน	04-04-201	การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน	3(3-0-6)
แกน	04-05-202	ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-220	หลักการโฆษณา	3(3-0-6)
เลือกเสรี	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
รวม			18 หน่วยกิต

ปีการศึกษาที่ 3

ภาคการศึกษาที่ 1

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
ภาษา	00-32-005	การเขียนภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน	3(3-0-6)
แกน	04-01-106	จริยธรรมทางธุรกิจ	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-303	นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-304	นโยบายการจัดจำหน่าย	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-321	หลักการสื่อสารการตลาด	3(3-0-6)
เลือก	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
รวม			18 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาที่ 2

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
แกน	04-01-305	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารธุรกิจ	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-305	การตลาดระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-306	การจัดการการตลาด	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-322	เทคนิคการผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารการตลาด	3(2-2-5)
เฉพาะด้าน	04-02-408	การวิจัยการตลาด	3(2-2-5)
เลือก	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
รวม			18 หน่วยกิต

ปีการศึกษาที่ 4

ภาคการศึกษาที่ 1

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
เลือก	04-99-401	สหกิจศึกษา	6(0-40-0)
รวม			6 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาที่ 2

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
เฉพาะด้าน	04-02-407	การส่งเสริมการตลาด	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-409	กลยุทธ์การตลาด	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-423	การวางแผนการประชาสัมพันธ์และการรณรงค์	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-424	สัมมนาปัญหาการสื่อสารการตลาด	3(2-2-5)
เลือกเสรี	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
รวม			15 หน่วยกิต

4. วิชาเอกการตลาดบริการ

ปีการศึกษาที่ 1

ภาคการศึกษาที่ 1

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
สังคมศาสตร์	00-10-001	การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม	3(3-0-6)
ภาษา	00-31-001	การใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	3(3-0-6)
วิทย์-คณิต	00-41-001	คณิตศาสตร์และคอมพิวเตอร์ในชีวิตประจำวัน	3(3-0-6)
แกน	04-02-101	หลักการตลาด	3(3-0-6)
แกน	04-03-101	การบัญชีขั้นต้น	3(3-0-6)
แกน	04-99-104	หลักเศรษฐศาสตร์	3(3-0-6)
รวม			18 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาที่ 2

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
มนุษยศาสตร์	00-20-001	การพัฒนาบุคลิกภาพ	3(3-0-6)
ภาษา	00-32-003	การอ่านภาษาอังกฤษ	3(3-0-6)
วิทย์-คณิต	00-42-001	วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อมกับชีวิต	3(3-0-6)
แกน	04-01-104	หลักการจัดการ	3(3-0-6)
แกน	04-01-202	สถิติทางธุรกิจ	3(3-0-6)
แกน	06-11-309	แคลคูลัสสำหรับธุรกิจ	3(3-0-6)
รวม			18 หน่วยกิต

ปีการศึกษาที่ 2

ภาคการศึกษาที่ 1

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
สังคมศาสตร์	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
มนุษยศาสตร์	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
ภาษา	00-32-004	สนทนาภาษาอังกฤษ	3(3-0-6)
แกน	04-01-207	ความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
แกน	04-03-286	การเงินธุรกิจ	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-202	พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0-6)
รวม			18 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาที่ 2

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
แกน	04-01-101	กฎหมายธุรกิจ	3(3-0-6)
แกน	04-01-203	การภาษีอากร	3(3-0-6)
แกน	04-04-201	การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน	3(3-0-6)
แกน	04-05-202	ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-225	การตลาดบริการ	3(3-0-6)
เลือกเสรี	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
รวม			18 หน่วยกิต

ปีการศึกษาที่ 3

ภาคการศึกษาที่ 1

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
ภาษา	00-32-005	การเขียนภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน	3(3-0-6)
แกน	04-01-106	จริยธรรมทางธุรกิจ	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-303	นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-304	นโยบายการจัดจำหน่าย	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-326	การจัดการลูกค้าสัมพันธ์	3(3-0-6)
เลือก	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
รวม			18 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาที่ 2

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
แกน	04-01-305	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารธุรกิจ	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-305	การตลาดระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-306	การจัดการการตลาด	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-327	การตลาดธุรกิจบริการเฉพาะอย่าง	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-408	การวิจัยการตลาด	3(2-2-5)
เลือก	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
รวม			18 หน่วยกิต

ปีการศึกษาที่ 4

ภาคการศึกษาที่ 1

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
เลือก	04-99-401	สหกิจศึกษา	6(0-40-0)
รวม			6 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาที่ 2

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
เฉพาะด้าน	04-02-407	การส่งเสริมการตลาด	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-409	กลยุทธ์การตลาด	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-428	การจัดการบริการ	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-429	สัมมนาปัญหาการตลาดบริการ	3(2-2-5)
เลือก	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
เลือกเสรี	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
รวม			18 หน่วยกิต

แผนการศึกษา วิชาการตลาด - การฝึกงาน

1. วิชาเอกการบริหารการตลาด

ปีการศึกษาที่ 1

ภาคการศึกษาที่ 1

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
สังคมศาสตร์	00-10-001	การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม	3(3-0-6)
ภาษา	00-31-001	การใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	3(3-0-6)
วิทย์-คณิต	00-41-001	คณิตศาสตร์และคอมพิวเตอร์ในชีวิตประจำวัน	3(3-0-6)
แกน	04-02-101	หลักการตลาด	3(3-0-6)
แกน	04-03-101	การบัญชีขั้นต้น	3(3-0-6)
แกน	04-99-104	หลักเศรษฐศาสตร์	3(3-0-6)
รวม			18 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาที่ 2

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
มนุษยศาสตร์	00-20-001	การพัฒนามนุษย์	3(3-0-6)
ภาษา	00-32-003	การอ่านภาษาอังกฤษ	3(3-0-6)
วิทย์-คณิต	00-42-001	วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อมกับชีวิต	3(3-0-6)
แกน	04-01-104	หลักการจัดการ	3(3-0-6)
แกน	04-01-202	สถิติทางธุรกิจ	3(3-0-6)
แกน	06-11-309	แคลคูลัสสำหรับธุรกิจ	3(3-0-6)
รวม			18 หน่วยกิต

ปีการศึกษาที่ 2

ภาคการศึกษาที่ 1

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
สังคมศาสตร์	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
มนุษยศาสตร์	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
ภาษา	00-32-003	สนทนาภาษาอังกฤษ	3(3-0-6)
แกน	04-03-286	การเงินธุรกิจ	3(3-0-6)
แกน	04-05-202	ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-202	พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0-6)
รวม			18 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาที่ 2

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
แกน	04-01-101	กฎหมายธุรกิจ	3(3-0-6)
แกน	04-01-203	การภาษีอากร	3(3-0-6)
แกน	04-01-207	ความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
แกน	04-04-201	การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-210	การบริหารการค้าปลีก	3(3-0-6)
เลือกเสรี	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
รวม			18 หน่วยกิต

ปีการศึกษาที่ 3

ภาคการศึกษาที่ 1

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
เฉพาะด้าน	04-02-303	นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-311	ระบบข้อมูลข่าวสารการตลาด	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-312	การจัดการขาย	3(3-0-6)
เลือก	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
เลือกเสรี	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
รวม			15 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาที่ 2

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
แกน	04-01-106	จริยธรรมทางธุรกิจ	3(3-0-6)
แกน	04-01-305	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารธุรกิจ	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-304	นโยบายการจัดจำหน่าย	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-306	การจัดการการตลาด	3(3-0-6)
เลือก	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
รวม			15 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาที่ 3

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
เลือก	04-99-302	การฝึกงาน	3(0-40-0)
รวม			3 หน่วยกิต

ปีการศึกษาที่ 4

ภาคการศึกษาที่ 1

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
ภาษา	00-32-005	การเขียนภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-305	การตลาดระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-408	การวิจัยการตลาด	3(2-2-5)
เลือก	04-02-447	ปัญหาพิเศษ	3(1-4-4)
เลือก	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
รวม			15 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาที่ 2

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
เฉพาะด้าน	04-02-407	การส่งเสริมการตลาด	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-409	กลยุทธ์การตลาด	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-413	การศึกษาความเป็นไปได้เพื่อโครงการการตลาด	3(2-2-5)
เฉพาะด้าน	04-02-414	สัมมนาปัญหาการตลาด	3(2-2-5)
รวม			12 หน่วยกิต

2. วิชาเอกการตลาดระหว่างประเทศ

ปีการศึกษาที่ 1

ภาคการศึกษาที่ 1

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
สังคมศาสตร์	00-10-001	การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม	3(3-0-6)
ภาษา	00-31-001	การใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	3(3-0-6)
วิทย์-คณิต	00-41-001	คณิตศาสตร์และคอมพิวเตอร์ในชีวิตประจำวัน	3(3-0-6)
แกน	04-02-101	หลักการตลาด	3(3-0-6)
แกน	04-03-101	การบัญชีขั้นต้น	3(3-0-6)
แกน	04-99-104	หลักเศรษฐศาสตร์	3(3-0-6)
รวม			18 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาที่ 2

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
มนุษยศาสตร์	00-20-001	การพัฒนาบุคลิกภาพ	3(3-0-6)
ภาษา	00-32-003	การอ่านภาษาอังกฤษ	3(3-0-6)
วิทย์-คณิต	00-42-001	วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อมกับชีวิต	3(3-0-6)
แกน	04-01-104	หลักการจัดการ	3(3-0-6)
แกน	04-01-202	สถิติทางธุรกิจ	3(3-0-6)
แกน	06-11-309	แคลคูลัสสำหรับธุรกิจ	3(3-0-6)
รวม			18 หน่วยกิต

ปีการศึกษาที่ 2

ภาคการศึกษาที่ 1

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
สังคมศาสตร์	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
มนุษยศาสตร์	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
ภาษา	00-32-004	สนทนาภาษาอังกฤษ	3(3-0-6)
แกน	04-01-207	ความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
แกน	04-03-286	การเงินธุรกิจ	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-202	พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0-6)
รวม			18 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาที่ 2

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
แกน	04-01-101	กฎหมายธุรกิจ	3(3-0-6)
แกน	04-01-203	การภาษีอากร	3(3-0-6)
แกน	04-04-201	การจัดการ โลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน	3(3-0-6)
แกน	04-05-202	ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-215	การค้ากับกลุ่มเศรษฐกิจต่าง ๆ	3(3-0-6)
เลือกเสรี	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
รวม			18 หน่วยกิต

ปีการศึกษาที่ 3

ภาคการศึกษาที่ 1

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
เฉพาะด้าน	04-02-303	นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-305	การตลาดระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-306	การจัดการการตลาด	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-316	กฎระเบียบและการเจรจาการค้า	3(3-0-6)
เลือก	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
รวม			15 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาที่ 2

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
แกน	04-01-106	จริยธรรมทางธุรกิจ	3(3-0-6)
แกน	04-01-305	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารธุรกิจ	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-304	นโยบายการจัดจำหน่าย	3(3-0-6)
เลือก	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
เลือกเสรี	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
รวม			15 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาที่ 3

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
เลือก	04-99-302	การฝึกงาน	3(0-40-0)
รวม			3 หน่วยกิต

ปีการศึกษาที่ 4

ภาคการศึกษาที่ 1

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
ภาษา	00-32-005	การเขียนภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-408	การวิจัยการตลาด	3(2-2-5)
เฉพาะด้าน	04-02-418	การบริหารการตลาดส่งออก	3(3-0-6)
เลือก	04-02-447	ปัญหาพิเศษ	3(1-4-4)
เลือก	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
รวม			15 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาที่ 2

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
เฉพาะด้าน	04-02-407	การส่งเสริมการตลาด	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-409	กลยุทธ์การตลาด	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-419	สัมมนาปัญหาการตลาดระหว่างประเทศ	3(2-2-5)
เฉพาะด้าน	04-02-440	ภาษาอังกฤษเพื่อธุรกิจและการค้าระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
รวม			12 หน่วยกิต

3. วิชาเอกการสื่อสารการตลาด

ปีการศึกษาที่ 1

ภาคการศึกษาที่ 1

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
สังคมศาสตร์	00-10-001	การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม	3(3-0-6)
ภาษา	00-31-001	การใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	3(3-0-6)
วิทย์-คณิต	00-41-001	คณิตศาสตร์และคอมพิวเตอร์ในชีวิตประจำวัน	3(3-0-6)
แกน	04-02-101	หลักการตลาด	3(3-0-6)
แกน	04-03-101	การบัญชีขั้นต้น	3(3-0-6)
แกน	04-99-104	หลักเศรษฐศาสตร์	3(3-0-6)
รวม			18 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาที่ 2

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
มนุษยศาสตร์	00-20-001	การพัฒนาบุคลิกภาพ	3(3-0-6)
ภาษา	00-32-003	การอ่านภาษาอังกฤษ	3(3-0-6)
วิทย์-คณิต	00-42-001	วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อมกับชีวิต	3(3-0-6)
แกน	04-01-104	หลักการจัดการ	3(3-0-6)
แกน	04-01-202	สถิติทางธุรกิจ	3(3-0-6)
แกน	06-11-309	แคลคูลัสสำหรับธุรกิจ	3(3-0-6)
รวม			18 หน่วยกิต

ปีการศึกษาที่ 2

ภาคการศึกษาที่ 1

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
สังคมศาสตร์	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
มนุษยศาสตร์	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
ภาษา	00-32-004	สนทนาภาษาอังกฤษ	3(3-0-6)
แกน	04-03-286	การเงินธุรกิจ	3(3-0-6)
แกน	04-05-202	ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-202	พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0-6)
รวม			18 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาที่ 2

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
แกน	04-01-101	กฎหมายธุรกิจ	3(3-0-6)
แกน	04-01-203	การภาษีอากร	3(3-0-6)
แกน	04-01-207	ความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
แกน	04-04-201	การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-220	หลักการโฆษณา	3(3-0-6)
เลือกเสรี	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
รวม			18 หน่วยกิต

ปีการศึกษาที่ 3

ภาคการศึกษาที่ 1

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
เฉพาะด้าน	04-02-303	นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-306	การจัดการการตลาด	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-321	หลักการสื่อสารการตลาด	3(3-0-6)
เลือก	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
เลือกเสรี	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
รวม			15 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาที่ 2

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
แกน	04-01-106	จริยธรรมทางธุรกิจ	3(3-0-6)
แกน	04-01-305	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารธุรกิจ	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-305	การตลาดระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-322	เทคนิคการผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารการตลาด	3(2-2-5)
เลือก	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
รวม			15 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาที่ 3

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
เลือก	04-99-302	การฝึกงาน	3(0-40-0)
รวม			3 หน่วยกิต

ปีการศึกษาที่ 4

ภาคการศึกษาที่ 1

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
ภาษา	00-32-005	การเขียนภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-304	นโยบายการจัดจำหน่าย	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-408	การวิจัยการตลาด	3(2-2-5)
เฉพาะด้าน	04-02-423	การวางแผนการประชาสัมพันธ์และการรณรงค์	3(3-0-6)
เลือก	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
รวม			15 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาที่ 2

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
เฉพาะด้าน	04-02-407	การส่งเสริมการตลาด	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-409	กลยุทธ์การตลาด	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-424	สัมมนาปัญหาการสื่อสารการตลาด	3(2-2-5)
เลือก	04-02-447	ปัญหาพิเศษ	3(1-4-4)
รวม			12 หน่วยกิต

4. วิชาเอกการตลาดบริการ

ปีการศึกษาที่ 1

ภาคการศึกษาที่ 1

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
มนุษยศาสตร์	00-10-001	การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม	3(3-0-6)
ภาษา	00-31-001	การใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	3(3-0-6)
วิทย์-คณิต	00-41-001	คณิตศาสตร์และคอมพิวเตอร์ในชีวิตประจำวัน	3(3-0-6)
แกน	04-02-101	หลักการตลาด	3(3-0-6)
แกน	04-03-101	การบัญชีขั้นต้น	3(3-0-6)
แกน	04-99-104	หลักเศรษฐศาสตร์	3(3-0-6)
รวม			18 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาที่ 2

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
มนุษยศาสตร์	00-20-001	การพัฒนาบุคลิกภาพ	3(3-0-6)
ภาษา	00-32-003	การอ่านภาษาอังกฤษ	3(3-0-6)
วิทย์-คณิต	00-42-001	วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อมกับชีวิต	3(3-0-6)
แกน	04-01-104	หลักการจัดการ	3(3-0-6)
แกน	04-01-202	สถิติทางธุรกิจ	3(3-0-6)
แกน	06-11-309	แคลคูลัสสำหรับธุรกิจ	3(3-0-6)
รวม			18 หน่วยกิต

ปีการศึกษาที่ 2

ภาคการศึกษาที่ 1

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
สังคมศาสตร์	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
มนุษยศาสตร์	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
ภาษา	00-32-004	สนทนาภาษาอังกฤษ	3(3-0-6)
แกน	04-03-286	การเงินธุรกิจ	3(3-0-6)
แกน	04-05-202	ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-202	พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0-6)
รวม			18 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาที่ 2

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
แกน	04-01-101	กฎหมายธุรกิจ	3(3-0-6)
แกน	04-01-203	การภาษีอากร	3(3-0-6)
แกน	04-01-207	ความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
แกน	04-04-201	การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-225	การตลาดบริการ	3(3-0-6)
เลือกเสรี	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
รวม			18 หน่วยกิต

ปีการศึกษาที่ 3

ภาคการศึกษาที่ 1

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
เฉพาะด้าน	04-02-303	นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-306	การจัดการการตลาด	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-326	การจัดการลูกค้าสัมพันธ์	3(3-0-6)
เลือก	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
เลือกเสรี	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
รวม			15 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาที่ 2

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
แกน	04-01-106	จริยธรรมทางธุรกิจ	3(3-0-6)
แกน	04-01-305	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารธุรกิจ	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-305	การตลาดระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-327	การตลาดธุรกิจบริการเฉพาะอย่าง	3(3-0-6)
เลือก	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
รวม			15 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาที่ 3

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
เลือก	04-99-302	การฝึกงาน	3(0-40-0)
รวม			3 หน่วยกิต

ปีการศึกษาที่ 4

ภาคการศึกษาที่ 1

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
ภาษา	00-32-005	การเขียนภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-304	นโยบายการจัดจำหน่าย	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-408	การวิจัยการตลาด	3(2-2-5)
เฉพาะด้าน	04-02-428	การจัดการบริการ	3(3-0-6)
เลือก	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
รวม			15 หน่วยกิต

ภาคการศึกษาที่ 2

กลุ่มวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
เฉพาะด้าน	04-02-407	การส่งเสริมการตลาด	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-409	กลยุทธ์การตลาด	3(3-0-6)
เฉพาะด้าน	04-02-429	สัมมนาปัญหาการตลาดบริการ	3(2-2-5)
เลือก	04-02-447	ปัญหาพิเศษ	3(1-4-4)
เลือก	xx-xx-xxx	xxxxxxx	3(x-x-x)
รวม			15 หน่วยกิต

3.1.5 คำอธิบายรายวิชา

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์

00-10-001

การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

3(3-0-6)

Life and Social Quality Development

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

ปรัชญาและหลักธรรมในการดำรงชีวิต การสร้างแนวความคิดและเจตคติของตนเอง ธรรมะกับการสร้างคุณภาพชีวิต บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบต่องานของตนเองและผู้อื่น การบริหารและการพัฒนาตนในการดำเนินชีวิตทางสังคม และการร่วมกิจกรรมทางสังคม เทคนิคการครองใจคนและการสร้างผลิตผลในการทำงานอย่างมีคุณภาพ

00-10-002

การเมืองและการปกครองของไทย

3(3-0-6)

Thai Politic and Government

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

วิวัฒนาการการปกครองของประเทศไทย สถาบันและกระบวนการทางการเมือง การปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข ได้แก่ รัฐธรรมนูญ รัฐสภา คณะรัฐมนตรี ตุลาการ พรรคการเมือง และกลุ่มผลประโยชน์ กระบวนการนิติบัญญัติ การเลือกตั้ง การบริหารราชการแผ่นดินทั้งส่วนกลาง ส่วนภูมิภาคและส่วนท้องถิ่น ตลอดจนการมีส่วนร่วมทางการเมือง

00-10-003

สังคมกับเศรษฐกิจ

3(3-0-6)

Society and Economy

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

ความสัมพันธ์ระหว่างสังคมกับเศรษฐกิจ วิวัฒนาการของระบบเศรษฐกิจ ความรู้พื้นฐานทางเศรษฐศาสตร์ กลไกตลาด สถาบันทางเศรษฐกิจ การพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม

- 00-10-004 สังคมกับกฎหมาย 3(3-0-6)
 Society and Law
 วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
 ความสัมพันธ์ระหว่างกฎหมายกับกฎหมายต่าง ๆ ที่ใช้ควบคุมสังคมระบบ
 กฎหมายและการจัดลำดับชั้นของกฎหมาย การจัดทำกฎหมายหลักเกณฑ์ความ
 รับผิดชอบทางแพ่งและทางอาญาเบื้องต้น การนำกฎหมายที่เกี่ยวข้องไปใช้ใน
 ชีวิตประจำวัน
- 00-10-005 ชุมชน สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม 3(3-0-6)
 Community Society Culture and Environment
 วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
 วิวัฒนาการในการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์ และการอยู่ร่วมกันเป็นสังคมสภาพทั่วไป
 ของสังคมมนุษย์ องค์ประกอบโครงสร้างสังคม วัฒนธรรมชุมชน และ
 กระบวนการทางสังคม ศึกษาปัญหาและผลกระทบต่อความสัมพันธ์ของชุมชน
 สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
- 00-20-001 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์
 การพัฒนาบุคลิกภาพ 3(3-0-6)
 Personality Development
 วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
 พื้นฐานเกี่ยวกับบุคลิกภาพ ทฤษฎีบุคลิกภาพ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อบุคลิกภาพ
 การปรับตัว มนุษยสัมพันธ์ หลักการปรับปรุงบุคลิกภาพ ฝึกปฏิบัติเพื่อพัฒนา
 บุคลิกภาพ
- 00-20-002 สารสนเทศเพื่อการศึกษาค้นคว้า 3(3-0-6)
 Information for Study
 วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
 หลักการใช้สารสนเทศ แหล่งสารสนเทศ ทรัพยากรสารสนเทศ การจัดระบบ
 สารสนเทศ การเลือกใช้สารสนเทศ การสืบค้นและเครื่องมือช่วยค้นสารสนเทศ
 การนำเสนอผลของการสืบค้นสารสนเทศในรูปแบบรายงานที่เป็นมาตรฐาน

00-20-003	จิตวิทยาทั่วไป	3(3-0-6)
	General Psychology	
	วิชาบังคับก่อน : ไม่มี	
	ความหมายและขอบข่ายของจิตวิทยา อิทธิพลของพันธุกรรมและสิ่งแวดล้อม พัฒนาการของมนุษย์ ระบบการทำงานของร่างกายที่มีผลต่อพฤติกรรม เชาวปัญญา การรับรู้ การเรียนรู้ การจูงใจ บุคลิกภาพ การปรับตัว สุขภาพจิต นำความรู้ทางจิตวิทยาไปพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์เพื่อการอยู่ร่วมกันในสังคม	
00-20-004	ไทยศึกษา	3(3-0-6)
	Thai Studies	
	วิชาบังคับก่อน : ไม่มี	
	ความเป็นมาของชนชาติไทย สภาพสังคม เศรษฐกิจ และการปกครอง ศาสนา ประเพณีไทย ภาษาและวรรณกรรมไทย ทักษะศิลป์และหัตถกรรมไทย นาฏศิลป์ไทย ดนตรีไทย อาหารไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่น นำเสนอความหลากหลายของ ศิลปวัฒนธรรมไทยแต่ละท้องถิ่นให้เกิดความภาคภูมิใจในความเป็นไทย	
00-20-005	ศาสนาเพื่อสันติสุข	3(3-0-6)
	Religion for Peace	
	วิชาบังคับก่อน : ไม่มี	
	ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับศาสนาสากล ประวัติ วิวัฒนาการ องค์ประกอบของศาสนา แนวความคิด ความเชื่อ หลักธรรม คำสอนที่สำคัญ กิจกรรมและหลักปฏิบัติทางศาสนาที่สามารถประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันเพื่อให้เกิดความร่วมมือในการสร้างสันติสุข	
00-20-006	การจัดการความรู้	3(3-0-6)
	Knowledge Management	
	วิชาบังคับก่อน : ไม่มี	
	หลักการ ทฤษฎีการจัดการความรู้ ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของการจัดการความรู้ กระบวนการใช้เทคโนโลยีจัดการความรู้ การประยุกต์ใช้ การจัดการความรู้ในการทำงานระดับบุคคลและองค์กร	

00-20-007	นันทนาการในชีวิตประจำวัน Recreation in Daily Life วิชาบังคับก่อน : ไม่มี ความหมาย ลักษณะและขอบข่ายของนันทนาการ ความสำคัญของนันทนาการ กับคุณภาพชีวิต หลักการเลือกกิจกรรมนันทนาการในชีวิตประจำวันฝึกปฏิบัติ กิจกรรมนันทนาการให้เหมาะสมกับการพัฒนาร่างกาย จิตใจ อารมณ์และสังคม	3(2-2-5)
00-31-001	กลุ่มวิชาภาษา การใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร Thai for Communication วิชาบังคับก่อน : ไม่มี ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสาร ความสำคัญและลักษณะของภาษาไทย ศิลปะ การใช้ภาษาในการสื่อสาร จริยธรรมการใช้ภาษาในการสื่อสาร ทักษะการสื่อสาร ด้านการฟัง การอ่าน การพูด และการเขียนในชีวิตประจำวันและงานอาชีพ	3(3-0-6)
00-32-003	การอ่านภาษาอังกฤษ English Reading วิชาบังคับก่อน : ไม่มี คำศัพท์และ โครงสร้างภาษาอังกฤษ กลวิธีการอ่าน พัฒนาทักษะการอ่าน งานเขียนประเภทต่าง ๆ อ่านจับใจความสำคัญ และรายละเอียด	3(3-0-6)
00-32-004	สนทนาภาษาอังกฤษ English Conversation วิชาบังคับก่อน : ไม่มี ศัพท์และสำนวนการสนทนาภาษาอังกฤษตามสถานการณ์ต่าง ๆ วัฒนธรรม การสนทนาภาษาอังกฤษ พัฒนาทักษะการสนทนาตามสถานการณ์ต่าง ๆ	3(3-0-6)

00-32-005	การเขียนภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน English Writing in Daily Life วิชาบังคับก่อน : ไม่มี คำศัพท์ สำนวน กระบวนการเขียนภาษาอังกฤษ การเขียนในรูปแบบต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน พัฒนาทักษะการเขียนในรูปแบบต่าง ๆ	3(3-0-6)
00-41-001	วิชาวิทยาศาสตร์กับคณิตศาสตร์ คณิตศาสตร์และคอมพิวเตอร์ในชีวิตประจำวัน Mathematics and Computer in Daily Life วิชาบังคับก่อน : ไม่มี คณิตศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิต การให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์เพื่อวิเคราะห์ข้อสนเทศประกอบการตัดสินใจในชีวิตประจำวัน การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล	3(3-0-6)
00-42-001	วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อมกับชีวิต Science Technology and Environment for Life วิชาบังคับก่อน : ไม่มี แนวคิดทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ความสัมพันธ์ระหว่างวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี ผลกระทบของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในการดำรงชีวิต	3(3-0-6)
04-01-101	หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาแกน กฎหมายธุรกิจ Business Law วิชาบังคับก่อน : ไม่มี การตีความ การอุดช่องว่างของกฎหมาย หลักทั่วไปเกี่ยวกับสิทธิและการใช้สิทธิ รวมถึงการปฏิบัติตามกฎหมาย บุคคล ทรัพย์ นิติกรรมและสัญญาหนี้ ละเมิด จัดการงานนอกสั่ง ลาภมิควรได้ สัญญาซื้อขาย สัญญาเช่า สัญญาเช่าทรัพย์ เช่าซื้อ สัญญาอืม สัญญาฝากทรัพย์ สัญญาจำนอง สัญญาจำนำ สัญญาตัวแทนและนายหน้า ประกันภัย ทรัพย์สินทางปัญญา	3(3-0-6)

04-01-104	หลักการจัดการ Principles of Management วิชาบังคับก่อน : ไม่มี ลักษณะทั่ว ๆ ไปของการประกอบธุรกิจ แนวความคิด และจิตวิวัฒนาการทางการจัดการ ปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ รวมทั้งหน้าที่ของผู้บริหารทางด้านต่าง ๆ คือ การวางแผน การจัดองค์การ การชี้นำ และการควบคุม หน้าที่และความสำคัญกับผลกระทบขององค์ประกอบทางด้านบุคคลที่มีต่อองค์การ วัฒนธรรมทางธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม	3(3-0-6)
04-01-106	จริยธรรมทางธุรกิจ Business Ethics วิชาบังคับก่อน : ไม่มี ความหมายและความสำคัญของจริยธรรม ทฤษฎีและแนวคิดทางจริยธรรม ความรู้พื้นฐานทางจริยธรรมทางธุรกิจ บทบาทของธุรกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การปลูกฝังจริยธรรมในหน่วยงาน การสร้างและพัฒนาจริยธรรมในองค์การธุรกิจ การใช้หลักธรรมาภิบาลในการบริหารองค์การ หลักจริยธรรมในการทำงานสำหรับผู้บริหารและพนักงาน หลักพุทธศาสนากับการพัฒนาคุณธรรมของผู้บริหาร	3(3-0-6)
04-01-202	สถิติทางธุรกิจ Business Statistics วิชาบังคับก่อน : ไม่มี ระเบียบวิธีสถิติและการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น ตัวแปรสุ่มและการแจกแจงความน่าจะเป็นของตัวแปรสุ่ม การประมาณค่า และการทดสอบสมมติฐาน การทดสอบไคร้สแคว การวิเคราะห์ความแปรปรวน การวิเคราะห์การถดถอย และสหสัมพันธ์ การวิเคราะห์อนุกรมเวลา	3(3-0-6)

04-01-203

การภาษีอากร

3(3-0-6)

Taxation

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

หลักการ ทฤษฎี วิธีการ และความจำเป็นที่รัฐ ต้องจัดเก็บภาษี แหล่งรายรับของรัฐบาล ความแตกต่างของรายรับอื่น ๆ ที่ไม่ได้มาจากการภาษีอากร นโยบาย ส่วนประกอบภาษีอากร ปัญหาภาษีอากรที่เกิดขึ้นภายในประเทศและวิธีแก้ไข วิธีการจัดเก็บตามประมวลรัษฎากรซึ่ง ได้แก่ ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ อากรแสตมป์ หลักและวิธีการจัดเก็บ ภาษีอากรศุลกากร ภาษีสรรพสามิต ภาษีป้าย ภาษีโรงเรือนและที่ดิน ภาษีบำรุงท้องที่ ภาษีเฉพาะอย่างอื่น ๆ ซึ่งรัฐอาจกำหนดขึ้นตามความจำเป็นและสถานะเศรษฐกิจ

04-01-207

ความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจระหว่างประเทศ

3(3-0-6)

Introduction to International Business

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

แนวคิดและความสำคัญในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ รูปแบบในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการดำเนินการ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจระหว่างประเทศและจริยธรรมในระดับสากล

04-01-305

ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารธุรกิจ

3(3-0-6)

English for Business Communication

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

การเน้นฝึกทักษะ การอ่าน การเขียนจดหมายในรูปแบบต่าง ๆ เช่นจดหมายเชิญ จดหมายแสดงความยินดี จดหมายแสดงความเสียใจ จดหมายสอบถาม ตอบสอบถาม จดหมายสั่งซื้อ ตอบสั่งซื้อ และการเรียบเรียงข้อความ การบันทึกข้อความ รวมทั้งการอ่านแจ้งความและการโฆษณา

04-02-101	หลักการตลาด 3(3-0-6) Principles of Marketing วิชาบังคับก่อน : ไม่มี บทบาทและความสำคัญของการตลาดที่มีต่อสังคม เศรษฐกิจ พัฒนาการของ แนวความคิด การตลาด กิจกรรมและหน้าที่ต่าง ๆ ทางการตลาด ลักษณะและ พฤติกรรมการซื้อแต่ละตลาด ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดส่วนประสม การตลาด กลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมสำหรับแต่ละส่วนประสม การประยุกต์ เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในกิจกรรมการตลาด จริยธรรมการตลาดและความ รับผิดชอบต่อสังคม	
04-03-101	การบัญชีขั้นต้น 3(3-0-6) Principles of Accounting วิชาบังคับก่อน : ไม่มี ความหมาย วัตถุประสงค์ของการบัญชี ประโยชน์ของข้อมูล ทางการบัญชี แม่บทการบัญชี หลักการและวิธีการบัญชีตามหลักการบัญชีคู่ การบันทึกรายการ บัญชี การจัดทำบิลลดอง กระดาษทำการ งบการเงินสำหรับกิจการซื้อขาย สินค้าและกิจการให้บริการระบบใบสำคัญ และระบบเงินสดย่อย	
04-03-286	การเงินธุรกิจ 3(3-0-6) Business Finance วิชาบังคับก่อน : 04-03-101 การบัญชีขั้นต้น ความหมายและความสำคัญของการเงินธุรกิจ ขอบเขต บทบาท และหน้าที่ของ ฝ่ายการเงิน รูปแบบของธุรกิจและการภาษีอากร การวิเคราะห์ การพยากรณ์และ การควบคุมทางการเงิน หลักเกณฑ์การบริหารเงินทุนหมุนเวียน และการลงทุน ในสินทรัพย์ถาวร โครงสร้างทางการเงิน และวิธีการจัดหาเงินทุนของธุรกิจ	
04-04-201	การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน 3(3-0-6) Logistics and Supply Chain Management วิชาบังคับก่อน : ไม่มี หลักการของระบบโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน ความหมายขอบเขต บทบาท และความสำคัญที่มีต่อภาคธุรกิจและการพัฒนาประเทศ กิจกรรมโลจิสติกส์	

โครงสร้างธุรกิจห่วงโซ่อุปทาน การวางแผนและการควบคุม เทคโนโลยีด้าน
โลจิสติกส์ ธุรกิจบริการด้านโลจิสติกส์ การประยุกต์ใช้และบูรณาการทางธุรกิจ

04-05-202

ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ

3(3-0-6)

Business Information System

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบสารสนเทศ บทบาทและองค์ประกอบของ
สารสนเทศในองค์การรูปแบบและโครงสร้างระบบสารสนเทศ ระบบสารสนเทศ
ย่อยทางธุรกิจ การเข้าถึงและการประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหาร
การสื่อสารข้อมูลในระบบสารสนเทศทั้งภายในและภายนอกองค์การระหว่าง
องค์การด้วยระบบอินเทอร์เน็ตและอินทราเน็ต

04-99-104

หลักเศรษฐศาสตร์

3(3-0-6)

Principles of Economics

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

หลักทั่วไปของเศรษฐศาสตร์จุลภาค และมหภาคในเรื่องของทฤษฎีทาง
เศรษฐศาสตร์ว่าด้วยมูลค่า ราคา และการจัดสรรทรัพยากร พฤติกรรมผู้บริโภค
ปัจจัยต่าง ๆ ที่กำหนดอุปสงค์และอุปทานของสินค้า และของปัจจัยการผลิตใน
ตลาดที่มีการแข่งขันสมบูรณ์และไม่สมบูรณ์ การกำหนดรายได้ประชาชาติ
พฤติกรรมส่วนรวมของการบริโภค การออม การลงทุน อุปสงค์และอุปทานของ
เงิน บทบาทของรัฐบาล ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศเบื้องต้น

06-11-309

แคลคูลัสสำหรับธุรกิจ

3(3-0-6)

Calculus for Business

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

ศึกษาเกี่ยวกับฟังก์ชัน ลิมิตและความต่อเนื่องการหาอนุพันธ์ของฟังก์ชัน การ
วิเคราะห์ค่าสุดขีดและการประยุกต์ปริพันธ์ และเทคนิคการหาปริพันธ์ ปริพันธ์
จำกัดเขตการประยุกต์ ลำดับอนุกรม และคณิตศาสตร์การเงิน

04-02-202	กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0-6)
	Consumer Behavior	
	วิชาบังคับก่อน : 04-02-101 หลักการตลาด แนวคิดและทฤษฎีที่ได้จากการวิจัยทางจิตวิทยาสังคม นำมาใช้เป็นหลักในการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค พิจารณาปัจจัยด้านปัจเจกบุคคล จิตวิทยา วัฒนธรรมและสังคม ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค รูปแบบ (Models) ต่าง ๆ ของกระบวนการตัดสินใจซื้อ การประยุกต์ความรู้ด้านพฤติกรรม ผู้บริโภคในการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด	
04-02-210	การบริหารการค้าปลีก Retailing Management	3(3-0-6)
	วิชาบังคับก่อน : 04-02-101 หลักการตลาด หลักและพื้นฐานการดำเนินงานการค้าปลีก การจัดตั้งกิจการ การเลือกสถานที่ตั้ง การจำแนกประเภทกิจการ ลักษณะการดำเนินงานค้าปลีก การจัดซื้อ การกำหนดราคา ตราสินค้าหรือเครื่องหมายการค้าของกิจการค้าปลีก การพัฒนาภาพพจน์ของกิจการ ปัญหาเกี่ยวกับการบริหารการค้าปลีก การนำผลวิจัยมาใช้ประโยชน์ในการบริหารกิจการค้าปลีก	
04-02-215	การค้ากับกลุ่มเศรษฐกิจต่าง ๆ Trading with Major Economic Blocs	3(3-0-6)
	วิชาบังคับก่อน : 04-01-207 ความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจระหว่างประเทศ 04-02-101 หลักการตลาด ความหมายของกลุ่มเศรษฐกิจ ความสำคัญในการค้ากับกลุ่มเศรษฐกิจ การจัดองค์กร สถาบันการค้าต่างประเทศของกลุ่มเศรษฐกิจต่าง ๆ ลักษณะการค้าของประเทศในกลุ่มเศรษฐกิจ ระบบการแลกเปลี่ยนสินค้า ปัญหาทางการค้าและมาตรการทางการค้าระหว่างประเทศของกลุ่มเศรษฐกิจ	

04-02-220

หลักการโฆษณา

3(3-0-6)

Principles of Advertising

วิชาบังคับก่อน : 04-02-101 หลักการตลาด

บทบาทและความสำคัญของการโฆษณาต่อการตลาด การรณรงค์โฆษณา พฤติกรรมศาสตร์กับการโฆษณา การกำหนดงบประมาณ ข้อความโฆษณาสื่อโฆษณา การโฆษณา ณ แหล่งซื้อ การทดสอบสัมฤทธิ์ผลของการโฆษณา กฎหมายและจรรยาบรรณการโฆษณา

04-02-225

การตลาดบริการ

3(3-0-6)

Services Marketing

วิชาบังคับก่อน : 04-02-101 หลักการตลาด

ลักษณะของตลาดบริการ และพฤติกรรมผู้บริโภค รวมทั้งความแตกต่างระหว่างตลาดสินค้าและตลาดบริการ การใช้ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับบริการ เพื่อบรรลุคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) และความภักดีที่มีต่อการให้บริการขององค์กร (Service Loyalty) รวมถึงแนวคิดต่าง ๆ ทางด้านการตลาดบริการที่สำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้า

04-02-303

นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา

3(3-0-6)

Product and Price Policy

วิชาบังคับก่อน : 04-02-101 หลักการตลาด

บทบาทของผลิตภัณฑ์และราคาในการบริหารการตลาด ลักษณะงานการบริหารผลิตภัณฑ์ การพัฒนาตลาดเป้าหมาย การตัดสินใจเกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ การพัฒนากลยุทธ์วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การบริหารราคา การกำหนดราคาในสถานการณ์ต่าง ๆ การเลือกใช้กลยุทธ์ราคาที่มีประสิทธิภาพต่อการพัฒนาส่วนแบ่งการตลาด จริยธรรมในการกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์และราคา

- 04-02-304 นโยบายการจัดจำหน่าย 3(3-0-6)
Distribution Policy
 วิชาบังคับก่อน : 04-02-101 หลักการตลาด
 แนวคิดต่าง ๆ เกี่ยวกับการจัดจำหน่าย รูปแบบและลักษณะของสถาบันการตลาด ในการจัดจำหน่าย การกำหนดนโยบายและวางแผนเกี่ยวกับช่องทางการจำหน่าย และการกระจายสินค้า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเกี่ยวกับช่องทางการจำหน่ายและการจำหน่ายสินค้า การประยุกต์เทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการบริหาร
- 04-02-305 การตลาดระหว่างประเทศ 3(3-0-6)
International Marketing
 วิชาบังคับก่อน : 04-02-101 หลักการตลาด
 บทบาทและความสำคัญของการตลาดระหว่างประเทศ แนวคิดการทำการค้าระหว่างประเทศ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตลาดระหว่างประเทศ ลักษณะและประเภทของการตลาดระหว่างประเทศ กระบวนการการตลาดระหว่างประเทศ กลยุทธ์การจัดส่วนประสมทางการตลาดระหว่างประเทศ การใช้ข้อมูลทางการตลาดระหว่างประเทศ
- 04-02-306 การจัดการการตลาด 3(3-0-6)
Marketing Management
 วิชาบังคับก่อน : 04-02-101 หลักการตลาด
 วิวัฒนาการแนวความคิดในการจัดการการตลาด การวิเคราะห์ปัญหาและโอกาสทางการตลาด การพัฒนาตลาดเป้าหมาย การใช้ประโยชน์จากข้อมูลการตลาดในการวางแผนและควบคุม ประเมินผลทางการตลาด การพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมกับตลาดเป้าหมายและสิ่งแวดล้อม การใช้เทคโนโลยีใหม่ในการบริหารงานการตลาด การเลือกกิจกรรมการตลาดโดยคำนึงถึงหลักจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม ประเทศชาติ ฝึกการสร้างความคิดเชิงระบบ (Systematic Thinking) และการแก้ปัญหาด้วยการใช้กรณีศึกษา การรายงานจากการศึกษาค้นคว้า

04-02-311

ระบบข้อมูลข่าวสารการตลาด

3(3-0-6)

Information System for Marketing

วิชาบังคับก่อน : 04-02-101 หลักการตลาด

ข้อมูลข่าวสารที่มีประโยชน์ต่อการวางแผนและตัดสินใจทางการตลาด ประเภทข้อมูลข่าวสารเพื่อการวางแผนการตลาด แหล่งข้อมูล การทดสอบความเชื่อถือได้ของข้อมูล การประมวลข้อมูล การวิเคราะห์และแปลความหมายข้อมูล การใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารในการตลาด

04-02-312

การจัดการขาย

3(3-0-6)

Sales Management

วิชาบังคับก่อน : 04-02-101 หลักการตลาด

บทบาทและความสำคัญของการจัดการองค์กรฝ่ายขาย ความสัมพันธ์ของฝ่ายขายกับหน่วยงานอื่นๆ ของธุรกิจ การกำหนดหน้าที่ และความรับผิดชอบของผู้จัดการฝ่ายขายและพนักงานขาย การบริหารงานบุคคลในส่วนที่เกี่ยวข้องกับฝ่ายขาย การกระตุ้นการขาย การกำหนดอาณาเขตการขาย การควบคุม และการประเมินผลงานของพนักงานขาย

04-02-316

กฎระเบียบและการเจรจาการค้า

3(3-0-6)

Legislation and Negotiation

วิชาบังคับก่อน : 04-01-207 ความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจระหว่างประเทศ

04-02-101 หลักการตลาด

กฎหมายระเบียบข้อบังคับของประเทศคู่ค้าตลอดจนกฎระเบียบข้อบังคับขององค์กรระหว่างประเทศที่อาจส่งผลกระทบต่อส่งออกของไทย เอกสารการค้าระหว่างประเทศ สัญญาการค้าระหว่างประเทศ องค์กรที่เกี่ยวข้องในการเจรจาการค้าระหว่างประเทศทั้งภาคเอกชนและรัฐบาล กฎระเบียบข้อบังคับขององค์กรระหว่างประเทศ เทคนิคและกลยุทธ์การเจรจาต่อรองทางการค้าระหว่างประเทศ การเตรียมการและการติดตามผลการเจรจาทางการค้า การแก้ปัญหาข้อพิพาทในธุรกิจระหว่างประเทศ

04-02-321

หลักการสื่อสารการตลาด

3(3-0-6)

Principles of Marketing Communication

วิชาบังคับก่อน : 04-02-101 หลักการตลาด

เพื่อให้รู้เกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ (Integrated Marketing Communication – IMC) การใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาด อันประกอบด้วย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ การส่งเสริมการขาย การขายผ่านบุคคลและการตลาดตรง นอกจากนี้ผู้เรียนควรรู้วิธีประยุกต์ใช้

04-02-322

เทคนิคการผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารการตลาด

3(2-2-5)

Production Techniques for Marketing Communication Media

วิชาบังคับก่อน : 04-02-101 หลักการตลาด

การวางรูปแบบและกระบวนการการผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารการตลาด อาทิเช่น การจัดกิจกรรม (Event) แคตตาล็อก การจัดนิทรรศการ การหีบห่อ เครื่องมือ การส่งเสริมการขาย การจัดแสดงสินค้า ณ จุดขาย การสร้างตราสินค้า รวมถึง การวางแผนและกรรมวิธีการผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารการตลาดที่สอดคล้องกับงบประมาณที่มีอยู่ และศึกษากรณีศึกษาเพื่อให้นักศึกษาได้นำเสนอความคิดและเทคนิคการผลิตต่าง ๆ ในรูปของสื่อเพื่อการสื่อสารการตลาด

04-02-326

การจัดการลูกค้าสัมพันธ์

3(3-0-6)

Customer Relationship Management

วิชาบังคับก่อน : 04-02-101 หลักการตลาด

ความหมายและความสำคัญของการตลาดสัมพันธ์ภาพ (Relationship marketing) และการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ กลยุทธ์ที่ใช้ในการสร้างความสัมพันธ์ โปรแกรม การสร้างความจงรักภักดี (Loyalty program) การวิเคราะห์ผลกำไรจากลูกค้าแต่ละคนเพื่อการจัดสรรทรัพยากรที่เหมาะสม (Customer profitability analysis) โซ่ความสัมพันธ์ระหว่างความพอใจ - ผลกำไร (Satisfaction-profit chain) รวมถึง การนำระบบ CRM ไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริง

04-02-327

การตลาดธุรกิจบริการเฉพาะอย่าง

3(3-0-6)

Marketing for Specific Service Business

วิชาบังคับก่อน : 04-02-101 หลักการตลาด

ลักษณะและประเภทของธุรกิจบริการที่มีศักยภาพการเจริญเติบโตหรือกำลังเป็นที่ต้องการของตลาดมากศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ แต่ละประเภทดังกล่าว การเลือกตลาดเป้าหมาย การพัฒนาส่วนประสมการตลาดให้สอดคล้องกับสภาวะแวดล้อมและการแข่งขันในตลาดธุรกิจบริการนั้น ๆ การวางแผนและควบคุมธุรกิจให้บรรลุวัตถุประสงค์

04-02-407

การส่งเสริมการตลาด

3(3-0-6)

Promotion

วิชาบังคับก่อน : 04-02-101 หลักการตลาด

ความสำคัญของการส่งเสริมการตลาด การเลือกกลุ่มเป้าหมาย แนวคิดการติดต่อสื่อสาร วัตถุประสงค์ กลยุทธ์และแผนการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด การกำหนดงบประมาณ การประเมินผลและควบคุมโปรแกรมการส่งเสริมการตลาด การสื่อสารการตลาดสมัยใหม่ กฎหมายและจรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการตลาด

04-02-408

การวิจัยการตลาด

3(2-2-5)

Marketing Research

วิชาบังคับก่อน : 04-01-202 สถิติทางธุรกิจหรือวิชาสถิติอื่น ๆ ที่เทียบเท่า และ
04-02-101 หลักการตลาด

บทบาทและความสำคัญของการวิจัยการตลาดในการตัดสินใจทางธุรกิจ กระบวนการวิจัยการตลาด การกำหนดข้อเสนอโครงการวิจัย การกำหนดงบประมาณและการบริหารโครงการวิจัย การเลือกใช้เทคนิคการวิจัยที่ถูกต้องเหมาะสม วิธีการสุ่มตัวอย่าง การเก็บและประมวลผลด้วยเทคนิคทางสถิติ เน้นการปฏิบัติงานโครงการวิจัยที่เป็นไปตามหลัก Scientific Methods และการสร้างประสบการณ์จริงในการวิจัยให้แก่ผู้เรียน

04-02-409

กลยุทธ์การตลาด

3(3-0-6)

Marketing Strategies

วิชาบังคับก่อน : 04-02-101 หลักการตลาด

- กลยุทธ์การตลาด การเลือกกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับตลาดในภาวะต่าง ๆ ของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์แต่ละขั้น การจัดทำแผนการตลาด โดยวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกธุรกิจ การเลือกตลาดเป้าหมาย และพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสม

04-02-413

การศึกษาความเป็นไปได้เพื่อโครงการการตลาด

3(2-2-5)

Feasibility Study in Marketing Project

วิชาบังคับก่อน : 04-02-101 หลักการตลาด

วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งภายนอก และภายในองค์กรทั้งในระดับจุลภาคและมหภาค ที่มีต่อความเป็นไปได้ของโครงการรวมถึงการนำผลการศึกษาวิจัยในอดีต มาประกอบในการวิเคราะห์เพื่อตัดสินใจถึงความเป็นไปได้ของโครงการทางการตลาด

04-02-414

สัมมนาปัญหาการตลาด

3(2-2-5)

Seminar in Marketing Problems

วิชาบังคับก่อน : 04-02-101 หลักการตลาด

อภิปรายเกี่ยวกับปัญหาดัง ๆ ด้านการตลาด เน้นการประยุกต์ความรู้ที่นักศึกษาเรียนรู้จากวิชาต่าง ๆ และจากการค้นคว้าเพิ่มเติม นำมาใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์ วิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจอย่างมีระบบ เสริมสร้างความคิดริเริ่มมีความกระตือรือร้นในการแสดงความคิดเห็นที่มีระเบียบหลักเกณฑ์ ด้วยการนำเทคนิคต่าง ๆ ในการสัมมนามาใช้เพื่อให้นักศึกษาได้ประสบการณ์เสมือนหนึ่งการดำเนินงานธุรกิจจริง

04-02-417

กระบวนการส่งออก

3(3-0-6)

Export Procedures

วิชาบังคับก่อน : 04-02-305 การตลาดระหว่างประเทศ

04-02-316 กฎระเบียบและการเจรจาการค้า

วัตถุประสงค์และเป้าหมายของการส่งออก ขั้นตอนการจัดตั้งธุรกิจส่งออก ความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก ระเบียบประเพณีปฏิบัติทางการค้าสากลและข้อตกลงทางการค้าระหว่างประเทศ สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ทางการค้าระหว่างประเทศ ระบบการขนส่งและการประกันภัยระหว่างประเทศ บริการของตัวแทนออกของขั้นตอนและพิธีการศุลกากรเพื่อการส่งออก เครื่องมือการเรียกเก็บเงินค่าสินค้าระหว่างประเทศ การใช้ประโยชน์จากสินเชื่อเพื่อการส่งออก ฝึกปฏิบัติการจัดเตรียมเอกสารทางการค้าระหว่างประเทศ ให้สอดคล้องกับกระบวนการส่งออกในแต่ละขั้นตอน

04-02-418

การบริหารการตลาดส่งออก

3(3-0-6)

Export Marketing Management

วิชาบังคับก่อน : 04-02-305 การตลาดระหว่างประเทศ

การจัดองค์การเพื่อการส่งออก การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออก การวางแผนและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออก การวิเคราะห์นโยบาย การจัดจำหน่าย การตั้งราคาเพื่อการส่งออก และการส่งเสริมการตลาดเพื่อการส่งออก ระบบข้อมูลเพื่อการส่งออก การบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน การวางแผนและควบคุมการบริหารการตลาดส่งออก

04-02-419

สัมมนาปัญหาการตลาดระหว่างประเทศ

3(2-2-5)

Seminar in International Marketing

วิชาบังคับก่อน : 04-02-418 การบริหารการตลาดส่งออก

อภิปรายเกี่ยวกับปัญหาต่าง ๆ ด้านการตลาดส่งออก การวิเคราะห์สถานการณ์และข้อมูลต่าง ๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจอย่างมีระบบ ศึกษาอุปสรรคและมาตรการกีดกันทางการค้าของประเทศต่าง ๆ โดยเน้นการใช้กรณีศึกษาจากตัวอย่างจริง จัดการสัมมนาจำลองเพื่อให้นักศึกษาได้ประสบการณ์เสมือนหนึ่งการดำเนินงานธุรกิจส่งออกจริง

- 04-02-423 การวางแผนการประชาสัมพันธ์และการณรงค์ 3(3-0-6)
Public Relations Planning and Campaign
 วิชาบังคับก่อน : 04-02-101 หลักการตลาด
 แนวคิดการประชาสัมพันธ์ · วิธีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ กระบวนการวางแผนประชาสัมพันธ์และกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ รวมถึงการใช้เครื่องมือช่วยในการวางแผนประชาสัมพันธ์ การจัดทำแผนงานประชาสัมพันธ์ และณรงค์เพื่อการประชาสัมพันธ์
- 04-02-424 สัมมนาปัญหาการสื่อสารการตลาด 3(2-2-5)
Seminar in Marketing Communication
 วิชาบังคับก่อน : 04-02-101 หลักการตลาด
 วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคของโปรแกรมการวางแผนด้านการสื่อสารการตลาด รวมถึงการศึกษาจากกรณีตัวอย่าง (Case Study) อภิปรายแสดงความคิดเห็น เสนอแนวทางการป้องกันและแก้ปัญหากิจกรรมและแผนงานด้านการสื่อสารการตลาด ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงรวมถึงเพิ่มทักษะและความรู้ในด้านเทคนิคศัพท์ด้านการสื่อสารการตลาด
- 04-02-428 การจัดการบริการ 3(3-0-6)
Service Management
 วิชาบังคับก่อน : 04-02-101 หลักการตลาด
 ความสำคัญของการให้บริการลูกค้า (Customer service) การพัฒนาโปรแกรมการให้บริการ และกลยุทธ์การให้บริการ (Customer service program and strategy) การให้บริการหลังการขายเรียนรู้เทคนิค การเป็นผู้ให้บริการที่ดี วิธีการสื่อสารทั้งภาษาพูดภาษาท่าทาง วิธีการปฏิบัติต่อลูกค้าที่มีปัญหา การร้องเรียน
- 04-02-429 สัมมนาปัญหาการตลาดบริการ 3(2-2-5)
Seminar in service Marketing
 วิชาบังคับก่อน : 04-02-101 หลักการตลาด
 อภิปรายเกี่ยวกับปัญหาต่าง ๆ ด้านการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ โดยเริ่มจากลักษณะพื้นฐานของธุรกิจบริการ พฤติกรรมผู้บริโภค สิ่งท้าทายและข้อจำกัดของ

ธุรกิจบริการ โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์กรณีศึกษาอย่างมีระบบ แสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะอย่างมีหลักเกณฑ์ เพื่อให้นักศึกษาได้เรียนรู้จากการดำเนินงาน ในธุรกิจจริง

04-02-230	กลุ่มวิชาเลือก ศิลปการขาย 3(3-0-6) Salesmanship วิชาบังคับก่อน : ไม่มี หลักและเทคนิคของศิลปะการขายในการขายสินค้าและบริการต่าง ๆ วิธีการขาย ให้กับบุคคลองค์กรธุรกิจ หน่วยงานราชการ การวางแผนการขาย การประเมินผล การขาย การแก้ปัญหาการขาย การบริหารบุคลากรฝ่ายขาย การศึกษาการปฏิบัติงานขายของพนักงานขายที่มีชื่อเสียง
04-02-231	การบริหารการจัดซื้อ 3(3-0-6) Purchasing Management วิชาบังคับก่อน : ไม่มี หลักการและการบริหารงานเกี่ยวกับการจัดซื้อ การจัดรูปหน่วยงาน นโยบายการจัดซื้อ การกำหนดจำนวนที่จะซื้อ การพิจารณาจังหวะและช่วงเวลาในการซื้อ การควบคุมและตรวจสอบคุณภาพ การเลือกหาแหล่งขาย วิธีการจัดซื้อแบบต่าง ๆ นโยบายการผลิตหรือซื้อ การควบคุมและการจัดหาเงินทุนในการซื้อ
04-02-232	การบรรจุภัณฑ์ 3(3-0-6) Packaging วิชาบังคับก่อน : ไม่มี บทบาทและหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ ลักษณะของบรรจุภัณฑ์เพื่อการตลาดประเภทต่าง ๆ ของบรรจุภัณฑ์ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการเลือกบรรจุภัณฑ์ ข้อจำกัดในด้านเศรษฐศาสตร์ การผลิต กฎหมาย มลภาวะ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นจากวัสดุชนิดต่าง ๆ การบรรจุภัณฑ์เพื่อการส่งออก

04-02-233

การตลาดสินค้าเกษตรกรรม

3(3-0-6)

Agricultural Product Marketing

วิชาบังคับก่อน : 04-02-101 หลักการตลาด

ลักษณะและระบบการตลาดของผลิตผลการเกษตร ลักษณะปัญหาของผลิตผลเกษตรในประเทศและปัญหาการตลาดส่งออก ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของผลิตผลทางการเกษตร สถาบันและองค์การต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง บทบาทรัฐบาลในการแทรกแซง แนวทางแก้ไขปัญหามการตลาดของผลิตผลเกษตร

04-02-247

การประชาสัมพันธ์

3(3-0-6)

Public Relations

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

ทฤษฎีและแนวคิดของการติดต่อสื่อสาร บทบาทของทัศนคติ ค่านิยม และประชาคมที่มีต่อการกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ การกำหนดวัตถุประสงค์กลุ่มเป้าหมาย เพื่อวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ การเลือกใช้เครื่องมือและสื่อการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ หน้าที่ความรับผิดชอบของการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ จริยธรรมของสื่อมวลชนและนักประชาสัมพันธ์ การดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ เอกชนและองค์กรที่ไม่แสวงผลกำไร

04-02-250

การตลาดเพื่อสังคม

3(3-0-6)

Social Marketing

วิชาบังคับก่อน : 04-02-101 หลักการตลาด

แนวความคิดทางการตลาดเพื่อสังคมสิ่งแวดล้อม ความสำคัญต่อการปรับเปลี่ยนประสมทางการตลาดให้สอดคล้องกับการตื่นตัวของผู้บริโภคที่มีต่อสังคมสิ่งแวดล้อม ปัญหาต่างๆที่เกิดจากสภาพแวดล้อมเป็นพิษทั้งทางน้ำ อากาศ ดิน ไม้ สัตว์ สารพิษและอื่นๆ ตลอดจนแนวทางการแก้ไขโดยใช้เครื่องมือทางการตลาด แนวคิดและเครื่องมือสื่อสารการตลาดให้สอดคล้องกับสภาพสินค้าและสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจ

04-02-334	การตลาดสินค้าอุตสาหกรรม Industrial Product Marketing วิชาบังคับก่อน : 04-02-101 หลักการตลาด ลักษณะและประเภทของตลาดสินค้าอุตสาหกรรมต่าง ๆ บทบาทของสถาบันคนกลาง หน่วยงานของรัฐและองค์การเอกชนที่เข้ามาส่งเสริมและควบคุมสินค้าอุตสาหกรรม ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อสินค้าอุตสาหกรรมทั้งด้านการผลิต การตลาด และการบริหาร	3(3-0-6)
04-02-336	การวิเคราะห์การตลาดเชิงปริมาณ Quantitative Marketing Analysis วิชาบังคับก่อน : 04-02-101 หลักการตลาด หลักเกณฑ์และทฤษฎีเชิงปริมาณเกี่ยวกับการตัดสินใจ โดยใช้วิธีเชิงปริมาณนั้นมากำหนดราคาตัดสินใจเกี่ยวกับกำไร การควบคุมคุณภาพ การควบคุมต้นทุน การควบคุมการผลิต การบริหารสินเชื่อ การวิเคราะห์และประเมินผลข้อมูลทางการตลาด	3(3-0-6)
04-02-338	การส่งกำลังบำรุงทางธุรกิจ Business Logistics วิชาบังคับก่อน : ไม่มี แนวคิดของการส่งกำลังบำรุงทางธุรกิจ การกระจายตัวสินค้า การบริหารวัสดุและการบริการองค์ประกอบการดำเนินงานการส่งกำลังทางธุรกิจ การบริหารกิจกรรมในการส่งกำลังบำรุงทางธุรกิจ แนวโน้มการพัฒนากิจกรรมการส่งกำลังบำรุงทางธุรกิจ	3(3-0-6)
04-02-342	ภาษาเพื่อการโฆษณา Thai for Advertising วิชาบังคับก่อน : ไม่มี ฝึกทักษะการใช้ภาษาเพื่อใช้ในการโฆษณา ซึ่งมีลักษณะเฉพาะทั้งภาษาตัวอักษรและภาษาภาพประกอบกัน ฝึกทักษะการคิดและการเขียนภาษาโฆษณาที่ใช้ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อโทรทัศน์ และสื่อกลางแจ้ง	3(3-0-6)

เน้นกระบวนการเขียนที่มีลักษณะโน้มน้าวใจในการโฆษณา การสร้างสรรค์ภายในสื่อโฆษณาแต่ละประเภท ความรับผิดชอบต่อการใช้ภาษาโฆษณาในสายตาของนักโฆษณา นักภาษาและกฎหมาย

04-02-343

ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารธุรกิจ 2

3(3-0-6)

English for Business Communication 2

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

ภาษาอังกฤษธุรกิจที่ใช้ในการสื่อสารทางธุรกิจ โดยเน้นฝึกทักษะการอ่าน การเขียนจดหมายธุรกิจในรูปแบบต่างๆ เช่น จดหมายเชิญ จดหมายแสดงความยินดี จดหมายขอบคุณ จดหมายแสดงความเสียใจ จดหมายสอบถาม ตอบสอบถาม จดหมายสั่งซื้อ ตอบสั่งซื้อ การเขียนบันทึกข้อความ Fax และ E-mail การเรียบเรียงข้อความรวมทั้งการอ่านแจ้งความและโฆษณา

04-02-348

การตลาดทางตรง

3(3-0-6)

Direct Marketing

วิชาบังคับก่อน : 04-02-101 หลักการตลาด

ความหมายและความสำคัญของการตลาดทางตรง เครื่องมือการตลาดทางตรงที่นำมาใช้ ตลอดจนการตัดสินใจเลือกเครื่องมือการตลาดทางตรงเพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน

04-02-349

การตลาดอิเล็กทรอนิกส์

3(3-0-6)

E-Marketing

วิชาบังคับก่อน : 04-02-101 หลักการตลาด

แนวคิดทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ความแตกต่างระหว่างการตลาดแบบดั้งเดิมกับตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งทางด้านแนวคิด ลูกค้า สินค้าและบริการ ตลอดจนกลยุทธ์การตลาดที่สำคัญๆ โดยเฉพาะการทำการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ทางอินเทอร์เน็ต

- 04-02-435 การพยากรณ์การตลาด 3(3-0-6)
Marketing Forecasting
 วิชาบังคับก่อน : 04-02-101 หลักการตลาด
 ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อธุรกิจ ตลอดจนการอาศัยข้อมูลทางสถิติ เพื่อใช้ในการพยากรณ์ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว รวมทั้งการประเมินผลการพยากรณ์เพื่อช่วยการตัดสินใจทางการตลาด
- 04-02-437 การบริหารตราสินค้า 3(3-0-6)
Brand Management
 วิชาบังคับก่อน : 04-02-101 หลักการตลาด
 ความหมายของ Brand Equity และองค์ประกอบของ Brand Equity (การรับรู้ในตราสินค้า ภาพพจน์ของตราสินค้า ความจงรักภักดีต่อตราสินค้า) การวัดมูลค่าของ Brand Equity การกำหนดกลยุทธ์และการวางแผนทางการตลาด ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อสร้าง Brand Equity
- 04-02-439 โลกทัศน์ของการส่งออก 3(3-0-6)
The World of Export
 วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
 ความหมาย ความสำคัญของการส่งออกและประโยชน์ของการส่งออก ความสำคัญของการค้าโลก วิวัฒนาการการค้าระหว่างประเทศของไทย ปัจจัยสิ่งแวดล้อมและตัวแปรที่มีผลกระทบต่อการส่งออก โอกาสในการส่งออก ลักษณะตลาดเพื่อการส่งออก องค์กรและสถาบันที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก การหาตลาดระหว่างประเทศของภาครัฐและเอกชน สถานะการส่งออกของไทยในปัจจุบันและอนาคต
- 04-02-440 ภาษาอังกฤษเพื่อธุรกิจและการค้าระหว่างประเทศ 3(3-0-6)
English for International Business and Trade
 วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
 คำศัพท์ สำนวน ตลอดจนภาษาที่ใช้ในงานธุรกิจและการค้าระหว่างประเทศ เพื่อให้มีความเข้าใจและมีความสามารถที่จะนำไปใช้ฟัง พูด อ่าน เขียน เพื่อติดต่อกิจงานในแวดวงธุรกิจและการค้าระหว่างประเทศ

- 04-02-441 การบริหารสื่อโฆษณา 3(3-0-6)
Advertising Media Management
 วิชาบังคับก่อน : 04-02-220 หลักการโฆษณา
 ความสำคัญของสื่อ โฆษณาแต่ละประเภท การวางแผนการใช้สื่อต่าง ๆ การกำหนดงบประมาณเกี่ยวกับสื่อโฆษณา การประเมินประสิทธิผลการโฆษณาเพื่อช่วยในการตัดสินใจเลือกใช้สื่อแต่ละประเภท
- 04-02-444 เทคนิคการผลิตงานโฆษณา 1 3(3-0-6)
Advertising Production Techniques 1
 วิชาบังคับก่อน : 04-02-220 หลักการโฆษณา
 การวางรูปแบบของงานโฆษณา โดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์ การวางแผน การจัดองค์ประกอบ การจัดทำคัมมี้ การผลิตงาน โฆษณาสื่อสิ่งพิมพ์ให้สอดคล้องกับงบประมาณที่มีอยู่ กระบวนการและการเตรียมกรรมวิธีการผลิตงานโฆษณาสื่อสิ่งพิมพ์ในต้นทุนที่เหมาะสม
- 04-02-445 เทคนิคการผลิตงานโฆษณา 2 3(3-0-6)
Advertising Production Techniques 2
 วิชาบังคับก่อน : 04-02-220 หลักการโฆษณา
 รูปแบบกระบวนการของงานโฆษณา โดยเฉพาะสื่อแพร่ภาพกระจายเสียง (วิทยุและโทรทัศน์) การวางแผน การผลิตงานโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ การจัดทำชิ้นงานโฆษณาสำหรับสื่อวิทยุ โทรทัศน์ รวมทั้งการผลิตรายการเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับงบประมาณที่เหมาะสม
- 04-02-446 การจัดการโฆษณา 3(3-0-6)
Advertising Management
 วิชาบังคับก่อน : 04-02-220 หลักการโฆษณา
 ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อโอกาสการโฆษณาเพื่อใช้ในการวางแผน การกำหนดกลยุทธ์และโปรแกรมการโฆษณา การบริหารงบประมาณโฆษณา บทบาทของตัวแทนโฆษณา หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้บริหารการสร้าง ความสัมพันธ์กับองค์กรภายนอก กฎหมายและข้อบังคับทั้งของรัฐและสถาบันที่เกี่ยวข้อง

04-02-447

ปัญหาพิเศษ

3(1-4-4)

Special Problems

วิชาบังคับก่อน : 04-99-302 การฝึกงาน

ค้นคว้า ดำเนินการวิจัย วิเคราะห์ จัดทำรายงานภายใต้การควบคุมและให้คำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษา และมีการนำเสนอในรูปแบบที่เหมาะสม

04-99-302

การฝึกงาน

3(0-40-0)

Job Training

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

การปฏิบัติงานตามสาขาวิชาชีพในสถานประกอบการ นักศึกษาต้องเข้าฝึกปฏิบัติงานเต็มเวลา ในสถานประกอบการนั้น โดยมีพนักงานที่ปรึกษาที่สถานประกอบการมอบหมายให้ทำหน้าที่ดูแลรับผิดชอบการฝึกปฏิบัติงานของนักศึกษา มีการกำหนดลักษณะงาน แผนการปฏิบัติงานให้นักศึกษา นักศึกษาต้องผ่านการประเมินผลจากสถานประกอบการและอาจารย์ที่ปรึกษาการฝึกงาน หลังเสร็จสิ้นการฝึกปฏิบัติงาน

- หมายเหตุ 1. ระยะเวลาการฝึกปฏิบัติงานไม่น้อยกว่า 300 ชั่วโมงหรือ 1 ภาคการศึกษาฤดูร้อน
2. การประเมินผลนักศึกษาให้คำระดับคะแนนเป็น
- พ.จ. หรือ S - พอใจ (Satisfactory) และ
- ม.จ. หรือ U - ไม่พอใจ (Unsatisfactory)

04-99-401

สหกิจศึกษา

6(0-40-0)

Co-operative Education

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

การปฏิบัติงานด้านการบริหารธุรกิจในสถานประกอบการ โดยมีการวางแผนร่วมกันระหว่างมหาวิทยาลัยและสถานประกอบการ นักศึกษาจะต้องปฏิบัติงานเต็มเวลาเสมือนเป็นพนักงานของหน่วยงานนั้น โดยมีพนักงานที่ปรึกษาที่สถานประกอบการมอบหมายให้ทำหน้าที่ดูแลรับผิดชอบการปฏิบัติงานของนักศึกษา มีการกำหนดลักษณะงาน แผนการปฏิบัติงานให้กับนักศึกษา นักศึกษาจะต้องจัดทำรายงานภายหลังเสร็จสิ้นการปฏิบัติงาน และผ่านการประเมินผลจากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการสหกิจศึกษา

- หมายเหตุ 1. นักศึกษาต้องผ่านการเตรียมความพร้อม ในเรื่องวิชาชีพ จรรยาบรรณ บุคลิกภาพ การทำงานเป็นทีมและอื่น ๆ ก่อนไปปฏิบัติงาน ณ สถานประกอบการ ระยะเวลาการปฏิบัติงาน
- 1 ภาคการศึกษาปกติ
2. การประเมินผลนักศึกษา ให้ค่าระดับคะแนนเป็น
- พ.จ. หรือ S- พอใจ (Satisfactory) และ
- ม.จ. หรือ U-ไม่พอใจ (Unsatisfactory)

3.2 ชื่อ นามสกุล เลขประจำตัวบัตรประชาชน

3.2.1 อาจารย์ประจำหลักสูตร

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา
รับทราบการให้ความเห็นชอบหลักสูตรแล้ว

เพื่อวันที่ 22 เม.ย. 2553

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล (x-xxxx-xxxxx-xx-x)	ตำแหน่งทาง วิชาการ	คุณวุฒิ (สาขาวิชา...)	สถาบัน	ปีที่ สำเร็จ
1.	นายวรชาติ รัตน์ะ (x-xxxx-xxxxx-xx-x)	อาจารย์	ค.อ.ม.(บริหาร อาชีพและเทคนิค ศึกษา)	สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้า พระนครเหนือ	2542
			บธ.บ. (การตลาด)	วิทยาลัยเทคโนโลยี และอาชีวศึกษา	2523
2.	นายอัครวุฒิ สื่อประสาร (x-xxxx-xxxxx-xx-x)	อาจารย์	กศ.บ.ธุรกิจศึกษา (การตลาด)	มหาวิทยาลัย ศรีนครินทร์ วิโรฒ(ประสานมิตร)	2532
3.	นางสาวจรรจิตต์ ธนะสาร (x-xxxx-xxxxx-xx-x)	อาจารย์	บธ.ม.(การตลาด)	มหาวิทยาลัย รามคำแหง	2546
			วท.บ. (สถิติศาสตร์)	มหาวิทยาลัย รามคำแหง	2537
4.	นางสาวทัศนีย์ สอนนิมพลี (x-xxxx-xxxxx-xx-x)	อาจารย์	บธ.ม.(การตลาด)	สถาบันบัณฑิต พัฒนบริหารศาสตร์	2551
			บธ.บ.(การตลาด)	มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์	2545
5.	นายชำนาญ รูปเล็ก (x-xxxx-xxxxx-xx-x)	อาจารย์	บธ.ม.(การตลาด)	มหาวิทยาลัย ศรีนครินทร์วิโรฒ	2546
			บธ.บ.(การตลาด)	มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมมาธิราช	2544
			น.บ.(กฎหมาย)	มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์	2533

3.2.2 อาจารย์ประจำ

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล (x-xxxx-xxxxx-xx-x)	ตำแหน่งทาง วิชาการ	คุณวุฒิ (สาขาวิชา...)	สถาบัน	ปีที่ สำเร็จ
1.	นายวรชาติ รัตนะ (x-xxxx-xxxxx-xx-x)	อาจารย์	ค.อ.ม.(บริหาร อาชีพและ เทคนิคศึกษา) บธ.บ. (การตลาด)	สถาบัน เทคโนโลยีพระ จอมเกล้า พระนครเหนือ วิทยาลัย เทคโนโลยีและ อาชีวศึกษา	2542 2523
2.	นางสาวสุชาดา ท้าวลอม (x-xxxx-xxxxx-xx-x)	อาจารย์	บธ.ม. (บริหารธุรกิจ) บธ.บ.(การตลาด)	มหาวิทยาลัย รามคำแหง สถาบัน เทคโนโลยีราชมงคล	2544 2539
3.	นายประวิทย์ พุ่มพา (x-xxxx-xxxxx-xx-x)	อาจารย์	บธ.ม.(การตลาด) บธ.บ.(การตลาด)	มหาวิทยาลัย ศรีนครินทร วิโรฒ มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิ โรฒ	2546 2543
4.	นางสาวทัศนีย์ สวนฉิมพลี (x-xxxx-xxxxx-xx-x)	อาจารย์	บธ.ม.(การตลาด) บธ.บ.(การตลาด)	สถาบันบัณฑิต พัฒนบริหาร ศาสตร์ มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์	2551 2545

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล (x-xxxx-xxxxx-xx-x)	ตำแหน่งทาง วิชาการ	คุณวุฒิ (สาขาวิชา...)	สถาบัน	ปีที่ สำเร็จ
5.	นายชำนาญ รูปเล็ก (x-xxxx-xxxxx-xx-x)	อาจารย์	บธ.ม.(การตลาด)	มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ	2546
			บธ.บ.(การตลาด)	มหาวิทยาลัยสุโข ทัยธรรมมาธิราช	2544
			น.บ.(กฎหมาย)	มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์	2533
6	นางสาวขจรจิตต์ ธนะสาร (x-xxxx-xxxxx-xx-x)	อาจารย์	บธ.ม.(การตลาด)	มหาวิทยาลัย รามคำแหง	2546
			วท.บ. (สถิติศาสตร์)	มหาวิทยาลัย รามคำแหง	2537
7	นางวิจิตรา รัตนะ (x-xxxx-xxxxx-xx-x)	อาจารย์	บธ.ม. (บริหารธุรกิจ)	มหาวิทยาลัย รามคำแหง	2545
			ศ.บ. (เศรษฐศาสตร์)	มหาวิทยาลัย เชียงใหม่	2519
8	นางสาวกรภัตสรณ์ ไตรพรชนิตว์ (x-xxxx-xxxxx-xx-x)	อาจารย์	บธ.ม. (บริหารธุรกิจ)	มหาวิทยาลัย รามคำแหง	2547
			ค.บ.(บริหาร การศึกษา)	วิทยาลัยครูสวนดุสิต	2526
9	นายอักรวุฒิ สือประสาร (x-xxxx-xxxxx-xx-x)	อาจารย์	กศ.บ.ธุรกิจศึกษา (การตลาด)	มหาวิทยาลัย ศรีนครินทร วิโรฒ(ประสานมิตร)	2532

3.2.3 อาจารย์พิเศษ

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล (x-xxxx-xxxx-xx-x)	ตำแหน่ง ทางวิชาการ	คุณวุฒิ (สาขาวิชา...)	สถาบัน	ปีที่ สำเร็จ
1	นายอิทธิพล ชัยสุภา (x-xxxx-xxxx-xx-x)	อาจารย์	M.B.A. (Marketing)	มหาวิทยาลัย สยาม	2539
2	นายอนพัทธ์ หอชิงสวัสดิ์ (x-xxxx-xxxx-xx-x)	อาจารย์	M.B.A.(Marketing) บธ.บ.(Marketing) English Program	มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต มหาวิทยาลัย กรุงเทพ	2543 2533
3	นางกัญจน์กัญญาฉัตร อินโทธิพร (x-xxxx-xxxx-xx-x)	อาจารย์	M.B.A.(Marketing Management) บธ.บ.(การบริหาร การตลาด)	มหาวิทยาลัย อีสต์สมิธ มหาวิทยาลัย อีสต์สมิธ	2538 2536

ผลงานทางวิชาการ การค้นคว้า วิจัย หรือการแต่งตำรา รวมทั้งภาระการสอนทั้งที่มีอยู่แล้ว และที่จะมีในหลักสูตรนี้ (เอกสารแนบหมายเลข 1)

4. องค์ประกอบเกี่ยวกับประสบการณ์ภาคสนาม (การฝึกงานหรือสหกิจศึกษา)

จากการประเมินความพึงพอใจจากผู้ใช้บัณฑิต มีความต้องการให้บัณฑิตมีประสบการณ์ ในวิชาชีพ ก่อนเข้าสู่การทำงานจริง ดังนั้นในหลักสูตรจึงมีรายวิชาการฝึกงาน และสหกิจศึกษา ซึ่งจะจัดอยู่ในหมวดวิชาเฉพาะเลือก นักศึกษาทุกคนต้องลงทะเบียนรายวิชาดังกล่าว โดยนักศึกษาที่ไม่ประสงค์เลือก ลงทะเบียนในรายวิชาสหกิจศึกษา ก็สามารถเลือกลงทะเบียนในรายวิชาฝึกงานแทนได้

4.1 มาตรฐานผลการเรียนรู้ของประสบการณ์ภาคสนาม

1. มีทักษะในการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ ตลอดจนมีความรู้ความเข้าใจในทฤษฎีและหลักการมากยิ่งขึ้น
2. บูรณาการความรู้ที่เรียนมาเพื่อนำไปแก้ปัญหาทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม
3. มีมนุษยสัมพันธ์และสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี
4. มีระเบียบวินัย ตรงเวลา และเข้าใจวัฒนธรรมขององค์กร ตลอดจนสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ได้

4.2 ช่วงเวลา

- รายวิชาสหกิจศึกษา ปีการศึกษาที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 1
- รายวิชาการฝึกงาน ปีการศึกษาที่ 3

4.3 การจัดเวลาและตารางสอน

- รายวิชาสหกิจศึกษา กำหนด 1 ภาคการศึกษา
- รายวิชาการฝึกงาน กำหนด 300 ชั่วโมง

5. ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงการหรืองานวิจัย (ถ้ามี)

5.1 คำอธิบายโดยย่อ

-

5.2 ผลการเรียนรู้

-

5.3 ช่วงเวลา

-

5.4 จำนวนหน่วยกิต

-

5.5 การเตรียมการ

-

5.6 กระบวนการประเมินผล

-

หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล

1. การพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา

คุณลักษณะพิเศษ	กลยุทธ์หรือกิจกรรมนักศึกษา
ด้านบุคลิกภาพ	- มีการสอนในรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบุคลิกภาพและการวางตัวในสังคม
ด้านภาวะผู้นำ และความรับผิดชอบตลอดจนมีวินัยในตนเอง	- กำหนดให้มีรายวิชาที่มีการทำงานเป็นกลุ่ม เพื่อจัดสรรหน้าที่ความรับผิดชอบ - มีกิจกรรมที่จัดให้นักศึกษาสร้างและเสนอโครงการที่มีประธานโครงการและมอบหมายงานให้แก่ผู้มีส่วนรับผิดชอบเพื่อเป็นการฝึกให้นักศึกษามีความเป็นผู้นำและกล้าเสนอแนวความคิด - สร้างวินัยด้วยการเข้าชั้นเรียน และส่งงานที่ได้รับมอบหมายให้ตรงเวลา
จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ	- ในรายวิชาบังคับ จัดให้มีเรียนทั้งทฤษฎี และปฏิบัติ เพื่อสร้างเสริมทักษะให้นักศึกษาได้ปฏิบัติจริง - ให้มีการสืบค้น เพื่อหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์
ทักษะการเรียนรู้ด้วยตนเอง	- มีการจัดวิชาที่ต้องค้นคว้า เพื่อทำงานวิจัย และสืบค้นข้อมูลเพื่อบูรณาการความรู้ทั้งหมดที่เรียนมา โดยเน้นการเรียนการสอนที่ผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง

2. การพัฒนาผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน

2.1 คุณธรรม จริยธรรม

2.1.1 ผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

1. ตระหนักในคุณค่าและคุณธรรม จริยธรรม เสียสละ และซื่อสัตย์สุจริต
2. มีวินัยตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม
3. มีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ
4. เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรและสังคม

2.1.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

สาขาวิชาการตลาดกำหนดให้มีวัฒนธรรมองค์กร เพื่อเป็นการปลูกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียนให้ตรงเวลาตลอดจนการแต่งกายที่เป็นไปตามระเบียบของทางมหาวิทยาลัย

นักศึกษาต้องมีความรับผิดชอบ โดยในการทำงานเป็นกลุ่มนั้นต้องฝึกให้รู้หน้าที่ของการเป็นผู้ในกลุ่มและการเป็นสมาชิกกลุ่ม มีความซื่อสัตย์โดยต้องไม่กระทำการทุจริตในการสอบหรือคัดลอกผลงานของผู้อื่น เป็นต้น นอกจากนี้อาจารย์ผู้สอนทุกคนต้องสอดแทรกเรื่องคุณธรรมและจริยธรรมในการสอนทุกรายวิชา รวมทั้งจรรยาบรรณในวิชาชีพการตลาด มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรม

2.1.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานที่ได้รับมอบหมาย และการเข้าร่วมกิจกรรม
2. ประเมิน โดยผู้สอนรับผิดชอบแต่ละรายวิชา เช่น การสอบข้อเขียนการสอบปฏิบัติ การสังเกตพฤติกรรม การให้คะแนน รายงานกิจกรรม แฟ้มผลงาน การประเมินตนเองของผู้เรียน
3. ประเมินจากปริมาณการทำทุจริตในการสอบ

2.2 ความรู้

2.2.1 ผลการเรียนรู้ด้านความรู้

1. มีความรู้เข้าใจและวิเคราะห์หลักการและทฤษฎีพื้นฐานด้านการตลาดและสามารถนำไปประยุกต์ในกิจกรรมทางการตลาด
2. เข้าใจและวิเคราะห์หลักการ ศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการตลาด เช่น หลักเศรษฐศาสตร์ กฎหมาย หลักการบัญชี หลักการจัดการ เป็นต้น และสามารถนำมาประยุกต์หรือเป็นพื้นฐานทางการตลาด
3. รู้เข้าใจและสนใจพัฒนาความรู้ ความชำนาญทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง

2.2.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้

1. การเรียนการสอนเป็นไปในลักษณะที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มีการบรรยายถึงเนื้อหาหลักของแต่ละวิชา แนะนำให้ผู้เรียนทำการค้นคว้า และศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมนอกชั้นเรียน
2. มีกระบวนการเรียนการสอน โดยการมอบหมายงานเพื่อให้ผู้เรียนได้มีการฝึกฝนทักษะด้านต่างๆ จักวิเคราะห์และแก้ปัญหาด้วยตนเอง มีการพัฒนาค้นหาความรู้และการนำเสนอเพื่อสร้างทักษะในการอภิปรายและนำเสนอ

2.2.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านความรู้

ทางมหาวิทยาลัยฯ ได้มีการกำหนดกลยุทธ์การประเมินผลและทวนสอบว่าเกิดผลการเรียนรู้ตามมาตรฐานจริง ได้มีการวางแผนไว้ล่วงหน้า และระบุรายละเอียดเป็นลายลักษณ์อักษร ในเอกสารรายละเอียดของหลักสูตร และรายละเอียดของรายวิชา โดยประเมินจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและการปฏิบัติของนักศึกษาในด้านต่าง ๆ คือ

1. การทดสอบย่อย
2. การสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน
3. ประเมินจากการศึกษาค้นคว้า และรายงานที่นักศึกษาจัดทำ
4. ประเมินจากการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ในการนำเสนอรายงานที่นักศึกษาจัดทำในชั้นเรียน
5. ประเมินจากภาคปฏิบัติในรายวิชา
6. ประเมินจากรายวิชาโครงการ/วิจัย

2.3 ทักษะทางปัญญา

2.3.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

1. สามารถสืบค้นตีความและประเมินสถานการณ์ทางการตลาดเพื่อใช้ในการแก้ปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์
2. สามารถรวบรวมศึกษาวิเคราะห์และสรุปประเด็นปัญหาและความต้องการได้อย่างเหมาะสม
3. สามารถวิเคราะห์สถานการณ์โดยใช้หลักการที่ได้เรียนมาตลอดจนสามารถนำความรู้ไปประยุกต์และใช้ทักษะเพื่อแก้ปัญหาทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม

2.3.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

1. ในการเรียนการสอน มีการฝึกการคิดอย่างสร้างสรรค์ โดยเริ่มจากปัญหาที่ง่ายและเพิ่มความยากขึ้นตามลำดับ ซึ่งมีการจัดให้สอดคล้องกับรายวิชาอย่างเหมาะสม
2. จัดการสอนโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ/นักศึกษามีส่วนร่วมในการปรับแต่งเนื้อหาการสอน
3. จัดให้มีรายวิชาฝึกงานเพื่อให้นักศึกษาฝึกวิธีการแก้ปัญหาในระบบงานจริง

2.3.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

ประเมินจากผลงานและการปฏิบัติของนักศึกษา เช่น การนำเสนอรายงานในชั้นเรียน การทดสอบ ความคิดสร้างสรรค์ และการบูรณาการความรู้ เป็นต้น

2.4 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

2.4.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

1. มีความรับผิดชอบการกระทำของตนเองและรับผิดชอบต่องานกลุ่ม
2. สามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์และวัฒนธรรมองค์กร รวมทั้งมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมงานและบุคคลทั่วไป
3. มีภาวะผู้นำ

2.4.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

จัดกิจกรรมการเรียนรู้ในรายวิชาให้นักศึกษามีความรับผิดชอบในการทำงาน และสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ ตลอดจนมีการสอดแทรกเรื่องความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม การมีมนุษยสัมพันธ์ การเข้าใจในวัฒนธรรมองค์กรเข้าไปในรายวิชา

2.4.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

ประเมินจากพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาในการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน สังเกตจากพฤติกรรมที่แสดงออกในการร่วมกิจกรรมต่าง ๆ และการประเมินจากการฝึกงานในสถานประกอบการ

2.5 ทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และเทคโนโลยีสารสนเทศ

2.5.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะในการวิเคราะห์ การสื่อสาร และเทคโนโลยีสารสนเทศ

1. มีทักษะการใช้ภาษาไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. สามารถใช้ความรู้ทางคณิตศาสตร์และสถิติในการวิเคราะห์และนำเสนอ
3. สามารถใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารได้
4. สามารถประยุกต์ใช้สารสนเทศและเทคโนโลยีสื่อสารอย่างเหมาะสม

2.5.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะในการวิเคราะห์ การสื่อสาร

1. จัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้นักศึกษาได้ฝึกวิเคราะห์ จากกรณีศึกษา /ดูงาน
2. จัดการเรียนการสอน และกิจกรรมให้นักศึกษาได้พัฒนาทักษะด้านการตลาด
3. จัดการเรียนการสอนให้นักศึกษาได้ฝึกปฏิบัติ ในการแก้ปัญหาทางการตลาด

2.5.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะในการวิเคราะห์ การสื่อสาร

1. ประเมินจากเทคนิคการนำเสนอโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและสถิติ
2. ประเมินจากความสามารถในการอธิบาย การอภิปราย กรณีศึกษาต่าง ๆ ที่มีการนำเสนอในชั้นเรียน

3. แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรรายวิชา (Curriculum Mapping) (เอกสารแนบหมายเลข 2)

หมวดที่ 5 หลักเกณฑ์ในการประเมินผลนักศึกษา

1. กฏระเบียบหรือหลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน (เกรด)

การวัดผลการศึกษา ให้ปฏิบัติตามข้อบังคับสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญา พ.ศ. 2537 และข้อบังคับสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญา (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2543 (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2544 (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2545 (ฉบับที่ 6) พ.ศ. 2546 และ (ฉบับที่ 7) พ.ศ. 2547

ให้คณะและวิทยาเขตที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัย จัดการวัดผลและประเมินผลการศึกษาสำหรับรายวิชาที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียนไว้ในภาคการศึกษานั้น ๆ

การประเมินผลการศึกษาในแต่ละรายวิชา ให้กำหนดเป็นระดับคะแนนต่าง ๆ ซึ่งมีค่าระดับคะแนนต่อหน่วยกิต และผลการศึกษาดังต่อไปนี้

ระดับคะแนน (GRADE)			ค่าระดับคะแนนต่อหน่วยกิต	ผลการศึกษา
ก	หรือ	A	4.0	ดีเยี่ยม (EXCELLENT)
ข ⁺	หรือ	B ⁺	3.5	ดีมาก (VERY GOOD)
ข	หรือ	B	3.0	ดี (GOOD)
ค ⁺	หรือ	C ⁺	2.5	ดีพอใช้ (FAIRLY GOOD)
ค	หรือ	C	2.0	พอใช้ (FAIR)
ง ⁺	หรือ	D ⁺	1.5	อ่อน (POOR)
ง	หรือ	D	1.0	อ่อนมาก (VERY POOR)
ด	หรือ	F	0.0	ตก (FAIL)
ถ	หรือ	W	-	ถอนรายวิชา (WITHDRAWN)
ม.ศ.	หรือ	I	-	ไม่สมบูรณ์ (INCOMPLETE)
พ.จ.	หรือ	S	-	พอใจ (SATISFACTORY)
ม.จ.	หรือ	U	-	ไม่พอใจ (UNSATISFACTORY)
ม.น.	หรือ	AU	-	ไม่นับหน่วยกิต (AUDIT)

2. กระบวนการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา

2.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรประเมินข้อสอบของแต่ละรายวิชา ว่าสอดคล้องกับความรู้ที่คาดหวังต่อการเรียนรู้หรือไม่

2.2 การประเมินผลของแต่ละรายวิชาต้องผ่านที่ประชุมคณะกรรมการที่คณะฯ แต่งตั้งก่อนประกาศผลสอบ

2.3 พิจารณาจากรายงานการประเมินผลการฝึกงานในรายวิชาสหกิจศึกษาและการฝึกงาน ซึ่งทางสถานประกอบการเป็นผู้รายงานว่านักศึกษาปฏิบัติงานได้ตามมาตรฐานหรือไม่

3. เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

นักศึกษาได้ขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออกและต้องศึกษารายวิชาต่าง ๆ ให้ครบตามหลักสูตรของสาขาวิชาการตลาดโดยมีหน่วยกิตสะสมรวมไม่ต่ำกว่าที่หลักสูตรกำหนดไว้และได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมตลอดหลักสูตรไม่ต่ำกว่า 2.00

หมวดที่ 6 การพัฒนาคณาจารย์

1. การเตรียมการสำหรับอาจารย์ใหม่

- 1.1 จัดปฐมนิเทศ แนะนำอาจารย์ใหม่ ให้มีความรู้ความเข้าใจในแนวนโยบายของมหาวิทยาลัย คณะหลักสูตร และลักษณะการจัดการเรียนการสอน
- 1.2 ส่งเสริมอาจารย์ให้มีการเพิ่มพูนความรู้ สร้างเสริมประสบการณ์เพื่อส่งเสริมการสอนและการวิจัยอย่างต่อเนื่อง เช่น การสนับสนุนด้านการศึกษาค้นคว้า ฝึกอบรม ดูงานทางวิชาการและวิชาชีพในองค์กรต่าง ๆ การประชุมวิชาการทั้งในประเทศและ/หรือต่างประเทศ หรือการลาเพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์

2. การพัฒนาความรู้และทักษะให้แก่คณาจารย์

ดำเนินการสำหรับการพัฒนาอาจารย์ในด้านวิชาชีพดังนี้

2.1 การพัฒนาทักษะการจัดการเรียนการสอน การวัดผลและการประเมินผล

1. ส่งเสริมอาจารย์ให้มีการเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ในด้านการตลาดหรือสาขาที่เกี่ยวข้อง สนับสนุนด้านการศึกษาค้นคว้า ฝึกอบรม ดูงานทางวิชาการและวิชาชีพ ประชุมทางวิชาการทั้งในและต่างประเทศ

2. อาจารย์ต้องผ่านการอบรมหลักสูตรเกี่ยวกับวิชาชีพ อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

2.2 การพัฒนาวิชาการและวิชาชีพด้านอื่นๆ

1. ส่งเสริมการทำวิจัยเพื่อบูรณาการความรู้และเกิดองค์ความรู้ใหม่ในสาขาวิชาที่ทำการสอน
2. ส่งเสริมการพัฒนาผลงานทางวิชาการของคณาจารย์
3. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมบริการวิชาการแก่ชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความรู้และ

คุณธรรม

หมวดที่ 7 การประกันคุณภาพหลักสูตร

1. การบริหารหลักสูตร

คณะบดีเป็นผู้กำกับดูแลและกำหนดนโยบายการปฏิบัติให้อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร มีคณะกรรมการบริหารหลักสูตรประจำสาขาวิชาการตลาดทำหน้าที่พิจารณาให้ความเห็นชอบ การเปิด-ปิด การปรับปรุงหลักสูตร การปรับเปลี่ยนรายวิชา และรับผิดชอบการจัดการเรียนการสอน

มีระบบการรายงานผลการดำเนินงานของหลักสูตร การจัดการศึกษา และข้อมูลอาจารย์ผู้สอน ทุกภาคการศึกษา เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการพัฒนาหลักสูตร และปรับปรุงกระบวนการเรียนการสอน

มีการปรับปรุงหลักสูตรทุก 5 ปี โดยให้นำผลการประเมินหลักสูตรจากบัณฑิตและผู้ใช้บัณฑิต เพื่อประกอบการพิจารณาการปรับปรุงหลักสูตรเพื่อให้หลักสูตรมีความทันสมัยสอดคล้องกับความต้องการ และการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยี

มีการกำหนดตัวชี้วัดด้านมาตรฐานและคุณภาพการศึกษาตามที่ สำนักงานรับรองมาตรฐาน และประเมินคุณภาพการศึกษา (องค์การมหาชน) และมหาวิทยาลัยกำหนด

2. การบริหารทรัพยากรการเรียนการสอน

2.1 การบริหารงบประมาณ

ในการดำเนินงานตามหลักสูตร จะใช้อาคารที่มีอยู่ของคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยี สารสนเทศ คณะได้จัดสรรงบประมาณประจำปี ทั้งงบประมาณแผ่นดินและเงินรายได้ของมหาวิทยาลัย เป็นค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับบุคลากร งบประมาณและจัดซื้อตำรา สื่อการเรียนการสอน โสตทัศนูปกรณ์ และวัสดุ ครุภัณฑ์อย่างเพียงพอเพื่อสนับสนุนการเรียนการสอนในชั้นเรียนและสร้างสภาพแวดล้อมให้เหมาะสมกับการเรียนรู้ด้วยตัวเองของนักศึกษา

2.2 ทรัพยากรการเรียนการสอนที่มีอยู่เดิม

คณะมีความพร้อมทางทรัพยากรการเรียนการสอนในส่วนที่เป็นหนังสือ ตำรา และการสืบค้นผ่านฐานข้อมูลหอสมุดกลาง และห้องสมุดของคณะ ซึ่งมีหนังสือ ตำราที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการ และด้านอื่น ๆ นอกจากนี้คณะยังมีอุปกรณ์ที่ใช้สนับสนุนการจัดการเรียนการสอนอย่างพอเพียง

2.3 การจัดหาทรัพยากรการเรียนการสอนเพิ่มเติม

คณะให้ความสำคัญกับการเพิ่มทรัพยากรสนับสนุนการเรียนการสอน โดยพิจารณาจัดหาเพิ่มเติมอย่างสม่ำเสมอ โดยกำหนดทรัพยากรขั้นต่ำเพื่อจัดการเรียนการสอน ดังนี้

1. มีห้องเรียนที่มีสื่อการสอนและอุปกรณ์ที่ทันสมัยเอื้อให้คณาจารย์ปฏิบัติงานสอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. มีห้องปฏิบัติการที่มีความพร้อมทั้งวัสดุอุปกรณ์ เครื่องคอมพิวเตอร์ ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ และระบบซอฟต์แวร์ที่สอดคล้องกับสาขาวิชาที่เปิดสอนอย่างพอเพียงต่อการเรียนการสอน โดยมีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ
3. มีเจ้าหน้าที่สนับสนุนดูแลสื่อการเรียนการสอน อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และซอฟต์แวร์ที่ใช้ประกอบการสอนให้พร้อมใช้งาน
4. มีห้องสมุดหรือแหล่งความรู้และสิ่งอำนวยความสะดวกในการสืบค้นตลอดจนมีหนังสือ ตำรา และวารสารทั้งภาษาไทย และภาษาต่างประเทศที่เกี่ยวข้องในจำนวนที่เหมาะสม
5. มีห้องคอมพิวเตอร์เปิดให้บริการแก่นักศึกษานอกเวลาเรียน โดยมีปริมาณคอมพิวเตอร์ที่เหมาะสม
6. มีโปรแกรมที่ถูกต้องความกฎหมายติดตั้งบนเครื่องคอมพิวเตอร์ทุกเครื่องและเครื่องคอมพิวเตอร์ ควรมีการปรับเปลี่ยนรุ่นใหม่อย่างสม่ำเสมออย่างมาทุก 5 ปี
7. มีเครื่องมืออุปกรณ์ประกอบการเรียนวิชาปฏิบัติที่ทันสมัยในปริมาณที่เหมาะสม
8. อาจารย์มีเครื่องคอมพิวเตอร์ของตนเอง

2.4 การประเมินความเพียงพอของทรัพยากร

คณะได้จัดให้มีการประเมินความเพียงพอของทรัพยากร โดยมีรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

เป้าหมาย	การดำเนินการ	การประเมินผล
จัดให้มีห้องเรียน ห้องปฏิบัติการ เครื่องมืออุปกรณ์ สื่อและช่องทางการเรียนรู้ที่ทันสมัย เพื่อสนับสนุนทั้ง การศึกษาใน ห้องเรียนนอกห้องเรียน และเพื่อการเรียนรู้ได้ด้วยตนเองอย่างเพียงพอและมีประสิทธิภาพ	1. จัดให้มีห้องเรียนมัลติมีเดีย ที่มีความพร้อมใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในการสอน การบันทึกเพื่อเตรียมจัดสร้าง สื่อสำหรับการทบทวนการเรียนรู้	- รวบรวมจัดทำสถิติจำนวนเครื่องมืออุปกรณ์ ต่อหัว นักศึกษาชั่วโมงการใช้งาน ห้องปฏิบัติการและเครื่องมือ ความเร็วของระบบเครือข่าย ต่อหัวนักศึกษา

เป้าหมาย	การดำเนินการ	การประเมินผล
	2. จัดเตรียมห้องปฏิบัติการทดลองที่มีเครื่องมือทันสมัยและเป็นเครื่องมือวิชาชีพในระดับสากล เพื่อให้นักศึกษาสามารถฝึกปฏิบัติ สร้างความพร้อมในการปฏิบัติงานในวิชาชีพ 3. จัดให้มีห้องสมุดให้บริการทั้งหนังสือตำรา และสื่อดิจิทัล เพื่อการเรียนรู้ ทั้งห้องสมุดทางกายภาพและทางระบบเสมือน	- จำนวนนักศึกษาลงเรียนในวิชาเรียนที่มีการฝึกปฏิบัติด้วยอุปกรณ์ต่าง ๆ - สถิติของจำนวนหนังสือตำรา และ สื่อดิจิทัล ที่มีให้บริการ และสถิติการใช้งานหนังสือตำรา สื่อดิจิทัล - ผลสำรวจความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการให้บริการทรัพยากรเพื่อการเรียนรู้และการปฏิบัติการ

3. การบริหารคณาจารย์

3.1 การรับอาจารย์ใหม่

มีการคัดเลือกอาจารย์ใหม่ตามระเบียบและหลักเกณฑ์ของทางมหาวิทยาลัย โดยอาจารย์ใหม่จะต้องมีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาโทเป็นอย่างน้อย

3.2 การมีส่วนร่วมของคณาจารย์ในการวางแผน การติดตามและทบทวนหลักสูตร

จัดให้มีการประชุมร่วมกัน ระหว่างอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และอาจารย์ในสาขาวิชา เพื่อหารือวางแผน ในการจัดการเรียนการสอน การประเมินผล ตลอดจนกลยุทธ์ ที่จะให้สาขาวิชาบรรลุเป้าหมายตามตัวบ่งชี้

3.3 การแต่งตั้งคณาจารย์พิเศษ

คณาจารย์พิเศษจากภายนอกจะเป็นผู้ที่ถ่ายทอดประสบการณ์ตรงจากการปฏิบัติงาน อีกทั้งได้มีการจัดโครงการเพื่อเพิ่มศักยภาพให้แก่นักศึกษา โดยการเชิญวิทยากรภายนอก มาบรรยาย อย่างน้อยภาคการศึกษาละ 1 ครั้ง

4. การบริหารบุคลากรสายสนับสนุนการเรียนการสอน

4.1 การกำหนดคุณสมบัติเฉพาะ สำหรับตำแหน่ง

บุคลากรสายสนับสนุนสายสนับสนุนควรมีวุฒิปริญญาตรีที่เกี่ยวข้องกับภาระงานที่รับผิดชอบ และมีความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือเทคโนโลยีทางการศึกษา

4.2 การเพิ่มทักษะความรู้เพื่อการปฏิบัติงาน

บุคลากรต้องได้รับการอบรมเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ทันสมัยอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อเพิ่มพูนทักษะความรู้ สามารถให้บริการอาจารย์ผู้สอนใช้สื่อการสอน อย่างน้อยมีประสิทธิภาพ

5. การสนับสนุนและการให้คำแนะนำนักศึกษา

5.1 การให้คำปรึกษาด้านวิชาการและอื่น ๆ แก่นักศึกษา

คณะกรรมการแต่งตั้งอาจารย์ที่ปรึกษาทางวิชาการให้นักศึกษาทุกคน โดยนักศึกษาที่มีปัญหาในการเรียนสามารถปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาทางวิชาการได้ โดยอาจารย์ของคณะทุกคนจะต้องทำหน้าที่อาจารย์ที่ปรึกษาทางวิชาการให้นักศึกษา และทุกคนต้องกำหนดชั่วโมงว่าง (Office Hours)

5.2 การอุดหนุนของนักศึกษา

นักศึกษาสามารถยื่นคำร้องในกรณีมีข้อสงสัยเกี่ยวกับการสอบ หรือการประเมินผล ตลอดจนผลการศึกษา การให้คะแนนของอาจารย์ประจำวิชาได้ โดยเป็นไปตามกฎระเบียบ

6. ความต้องการของตลาดแรงงาน สังคม และหรือความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต

มีการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตทุกปี เพื่อนำข้อมูลไปปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัยอยู่เสมอ มีการสำรวจการได้งานทำของผู้สำเร็จการศึกษาทุกปี

7. ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน (key Performance Indicators)

ผลการดำเนินการบรรลุตามเป้าหมายตัวบ่งชี้ทั้งหมดอยู่ในเกณฑ์ดีต่อเนื่อง 2 ปีการศึกษาเพื่อติดตามการดำเนินการตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552 ต่อไป ทั้งนี้เกณฑ์การประเมินผ่าน คือ มีการดำเนินงานตามข้อ 1-5 และอย่างน้อยร้อยละ 80 ของตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงานที่ระบุไว้ในแต่ละปี

ดัชนีบ่งชี้ผลการดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
1. อาจารย์ประจำหลักสูตรอย่างน้อยร้อยละ 80 มีส่วนร่วมในการประชุมเพื่อวางแผน ติดตาม และทบทวนการดำเนินงานหลักสูตร	X	X	X	X	X
2. มีรายละเอียดของหลักสูตร ตามแบบ มคอ.2 ที่สอดคล้องกับมาตรฐานคุณวุฒิสาขา/สาขาวิชา	X	X	X	X	X
3. มีรายละเอียดของรายวิชา และประสบการณ์ภาคสนาม (ถ้ามี) ตามแบบ มคอ.3 และ มคอ.4 อย่างน้อยก่อนการเปิดสอนในแต่ละภาคการศึกษาให้ครบทุกรายวิชา	X	X	X	X	X
4. จัดทำรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา และประสบการณ์ภาคสนาม (ถ้ามี) ตามแบบ มคอ.5 และ 6 ภายใน 30 วัน หลังสิ้นสุดภาคการศึกษาที่เปิดสอนให้ครบทุกรายวิชา	X	X	X	X	X
5. จัดทำรายงานผลการดำเนินการของหลักสูตร ตามแบบ มคอ.7 ภายใน 60 วัน หลังสิ้นสุดปีการศึกษา	X	X	X	X	X
6. มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ ที่กำหนดในมคอ.3 และ 4 (ถ้ามี) อย่างน้อยร้อยละ 25 ของรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละปีการศึกษา		X	X	X	X
7. มีการพัฒนา/ปรับปรุงการจัดการเรียนการสอน กลยุทธ์การสอน หรือ การประเมินผลการเรียนรู้ จากผลการประเมินการดำเนินงานที่รายงานใน มคอ.7 ปีที่แล้ว		X	X	X	X
8. อาจารย์ใหม่ (ถ้ามี) ทุกคน ได้รับการปฐมนิเทศหรือคำแนะนำด้านการจัดการเรียนการสอน	X	X	X	X	X
9. อาจารย์ประจำทุกคนได้รับการพัฒนาทางวิชาการ และ/หรือวิชาชีพ อย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง	X	X	X	X	X
10. จำนวนบุคลากรสนับสนุนการเรียนการสอน (ถ้ามี) ได้รับการพัฒนาวิชาการ และ/หรือวิชาชีพ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ต่อปี	X	X	X	X	X

ดัชนีบ่งชี้ผลการดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
11. ระดับความพึงพอใจของนักศึกษาปีสุดท้าย/บัณฑิตใหม่ที่มีต่อคุณภาพหลักสูตรเฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.5 จากคะแนน 5.0				X	X
12. ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อบัณฑิตใหม่เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.5 จากคะแนนเต็ม 5.0					X
13. นักศึกษามีงานทำภายใน 1 ปี หลังจากสำเร็จการศึกษา ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80					X
14. บัณฑิตที่ได้งานทำได้รับเงินเดือนเริ่มต้นไม่ต่ำกว่าเกณฑ์ ก.พ. กำหนด					X

หมวดที่ 8 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของหลักสูตร

1. การประเมินประสิทธิผลของการสอน

1.1 การประเมินกลยุทธ์การสอน

กระบวนการที่ใช้ในการประเมินผลและปรับปรุงกลยุทธ์การสอนที่วางแผนไว้เพื่อพัฒนาการเรียนการสอนนั้น ให้พิจารณาจากนักศึกษาโดยอาจารย์ผู้สอนจะต้องประเมินผู้เรียนตามจุดประสงค์ของรายวิชา โดยอาจใช้วิธีประเมินจากการทดสอบย่อย การสังเกตพฤติกรรมของนักศึกษา การอภิปรายโต้ตอบจากนักศึกษา การตอบคำถามของนักศึกษาในชั้นเรียน ซึ่งเมื่อรวบรวมข้อมูลดังกล่าวก็จะทำให้สามารถประเมินเบื้องต้นได้ หากวิธีการที่ใช้ไม่สามารถทำให้ผู้เรียนเข้าใจ ก็จะนำมาพิจารณาปรับปรุงและพัฒนาวิธีสอนให้เหมาะสมกับนักศึกษาแต่ละกลุ่ม

มีการทดสอบทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติในกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน เพื่อวัดว่านักศึกษามีความรู้ความเข้าใจตามเนื้อหาวิชาที่กำหนดหรือไม่ เมื่อสิ้นภาคเรียนสาขาวิชาได้จัดให้มีการประชุมเพื่อหาแนวทางปรับปรุงพัฒนาการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

1.2 การประเมินทักษะของอาจารย์ในการใช้แผนกลยุทธ์การสอน

มีระบบการประเมินผลการสอนของอาจารย์ผู้สอนทุกรายวิชา โดยนักศึกษามือสัปดาห์การศึกษา

2. การประเมินหลักสูตรในภาพรวม

2.1 ประเมินจากนักศึกษาและศิษย์เก่า

ดำเนินการประเมินจากนักศึกษารุ่นปัจจุบันโดยการสอบถาม สำหรับศิษย์เก่าได้จากการประชุมศิษย์เก่าหรือเชิญศิษย์เก่าเป็นวิทยากรให้กับนักศึกษารุ่นปัจจุบัน

2.2 ประเมินจากนายจ้างหรือสถานประกอบการ

ได้จากการรวบรวมแบบประเมินผลการฝึกงาน/สหกิจศึกษา หรือจากการสัมภาษณ์สถานประกอบการที่รับบัณฑิตเข้าทำงาน

2.3 ประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิหรือที่ปรึกษา

ดำเนินการโดยเชิญผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อให้ความเห็นในการจัดทำหลักสูตร และนำข้อมูลที่ได้จากผลการประเมินการประกันคุณภาพภายในจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกมาพิจารณาปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตร

3. การประเมินผลการดำเนินงานตามรายละเอียดหลักสูตร

โดยพิจารณาจากตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน หมวดที่ 7 ข้อ 7

4. การทบทวนผลการประเมินและวางแผนปรับปรุง

มีการนำปัญหาที่พบจากการประเมินหลักสูตรเข้าประชุมสาขาวิชา เพื่อกำหนดแนวทางสำหรับการปรับปรุงย่อย มีการปรับปรุงหลักสูตรทั้งฉบับทุก 5 ปี เพื่อให้ได้หลักสูตรที่ทันสมัยก้าวทันเทคโนโลยี และสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต

ภาคผนวก

เอกสารแนบหมายเลข 1

3.2 ชื่อ นามสกุล เลขประจำตัวบัตรประชาชน ตำแหน่งและคุณวุฒิของอาจารย์

3.2.1 อาจารย์ประจำหลักสูตร

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ผลงานทางวิชาการ การค้นคว้า วิจัย หรือการแต่งตำรา (ถ้ามี)	ภาระการสอนที่มี อยู่แล้ว (ชั่วโมง/ปี การศึกษา)	ภาระการสอนใน หลักสูตรนี้ (ชั่วโมง/ ปีการศึกษา)
1.	นายวรชาติ รัตนะ	-	300	300
2.	นายอัครวุฒิ สื่อประสาร	-	180	180
3.	นางสาวขจรจิตร ธาระสาร	-	180	180
4.	นางสาวทัศนีย์ สอนนิมพลี	-	300	300
5.	นายชำนาญ รูปเล็ก	-	300	300

3.2.2 อาจารย์ประจำ

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ผลงานทางวิชาการ การค้นคว้า วิจัย หรือการแต่งตำรา (ถ้ามี)	ภาระการสอนที่มี อยู่แล้ว (ชั่วโมง/ การศึกษา)	ภาระการสอนใน หลักสูตรนี้ (ชั่วโมง/ ปีการศึกษา)
1	นางสาวสุชาดา ท้าวลอม	-	180	180
2	นางวิจิตรา รัตนะ	-	180	180
3	นางสาวภรภัตสรณ์ ไตรพรชนิตว์	-	180	180
4	นายประวิทย์ พุ่มพา	-	180	180

3.2.3 อาจารย์พิเศษ

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ผลงานทางวิชาการ การค้นคว้า วิจัย หรือการแต่งตำรา (ถ้ามี)	ภาระการสอนที่มี อยู่แล้ว (ชั่วโมง/ การศึกษา)	ภาระการสอนใน หลักสูตรนี้ (ชั่วโมง/ ปีการศึกษา)
1	นายอิทธิพล ชัยสุภา	-	270	270
2	นายอนพัทธ์ หอชิงสวัสดิ์	-	270	270
3	นางกัญจน์กัญญานันต์ อินโทธิพร	-	270	270

3. แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

ผลการเรียนรู้ในตารางมีความหมายดังนี้ (หมวดวิชาศึกษาทั่วไป)

1. คุณธรรมจริยธรรม

1. มีวินัย ซื่อสัตย์ต่อตนเองและสังคม
2. มีจิตสาธารณะ เสียสละและช่วยเหลือผู้อื่นเมื่อมีโอกา
3. เห็นคุณค่าของศิลปะ ดำรงรักษาวัฒนธรรมไทย และเข้าใจวัฒนธรรมนานาชาติ
4. มีความเข้าใจในหลักการค้าเป็นชีวิตที่ถูกต้องตามทำนองคลองธรรม

2. ความรู้

1. มีความรู้ในศาสตร์และเนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้อง
2. มีความรอบรู้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคม
3. สามารถบูรณาการความรู้ และเป็นผู้ใช้รู้

3. ทักษะทางปัญญา

1. สามารถคิดได้อย่างเป็นระบบ เป็นเหตุเป็นผล
2. สามารถวิเคราะห์ วิพากษ์วิจารณ์
3. สามารถคิดเชิงสร้างสรรค์และแก้ปัญหาที่เผชิญได้

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

1. มีความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ ทั้งในฐานะผู้นำหรือสมาชิกของกลุ่ม
2. มีความรับผิดชอบต่อตนเองและผู้อื่น
3. เข้าใจความแตกต่างระหว่างบุคคล และยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น
4. สุขภาพและอนามัยดี

2. ความรู้

1. สามารถใช้ภาษาในการสื่อสารได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม
2. สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสืบค้น นำเสนอ และสื่อสารได้อย่างเหมาะสม

3. ทักษะทางปัญญา

3. สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทันต่อความก้าวหน้าของสถานการณ์ปัจจุบัน
4. สามารถคิดวิเคราะห์ จำแนก และตีความข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเพื่อการแก้ปัญหาและตัดสินใจ

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping) (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี)

- ความรับผิดชอบหลัก
- ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม				2. ความรู้				3. ทักษะทางปัญญา				4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ				5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	●	●	○	○	●	●	●	●	●	○	○	○	●	●	○	○	○	○	○	○
00-10-001 การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม	●	●	○	○	●	●	●	●	●	○	○	○	●	●	○	○	○	○	○	○
00-10-002 การเมืองและการปกครองของไทย	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
00-10-003 สังคมกับเศรษฐกิจ	●	○	○	○	●	●	●	●	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
00-10-004 สังคมกับกฎหมาย	●	○	○	○	●	●	●	●	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
00-10-005 ชุมชน สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
00-20-001 การพัฒนามนุษย์ศึกษา	●	○	○	○	●	●	●	●	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
00-20-002 สารสนเทศเพื่อการศึกษาขั้นพื้นฐาน	●	○	○	○	●	●	●	●	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
00-20-003 จิตวิทยาทั่วไป	●	○	○	○	●	●	●	●	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
00-20-004 ไทยศึกษา	●	○	○	○	●	●	●	●	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
00-20-005 ศาสนาเพื่อสันติสุข	●	●	○	○	●	●	●	●	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
00-20-006 การจัดการความรู้	●	○	○	○	●	●	●	●	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
00-20-007 นันทนาการในวิถีชีวิตประจำวัน	●	●	○	○	●	●	●	●	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

แผนผังแสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping) (หมวดวิชาศึกษาทั่วไป)

- ความรับผิดชอบหลัก
- ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม				2. ความรู้				3. ทักษะทางปัญญา				4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ				5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป																				
00-31-001 การใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	●	○	●	○	●	○	●	○	●	○	○	○	●	●	○	○	●	○	○	○
00-32-003 การอ่านภาษาอังกฤษ	○	○	○		●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
00-32-004 สำนวนภาษาอังกฤษ	○	○	○		○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
00-32-005 การเขียนภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน	○				●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
00-41-001 คณิตศาสตร์และคอมพิวเตอร์ในชีวิตประจำวัน	○	○		●	○	●	●	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
00-42-001 วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อมกับชีวิต	●	●	○	●	○	●	●	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

ผลการเรียนรู้ในตารางมีความหมายดังนี้ (หมวดวิชาเฉพาะ)

1. คุณธรรม จริยธรรม

1. ตระหนักในคุณค่าและคุณธรรม จริยธรรม เสียสละ และซื่อสัตย์สุจริต
2. มีวินัยตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบตนเองและสังคม
3. มีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ
4. เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆขององค์กรและสังคม

2. ความรู้

1. มีความรู้ เข้าใจและวิเคราะห์หลักการและทฤษฎีพื้นฐานด้านการตลาดและสามารถนำไปประยุกต์ในกิจกรรมทางการตลาด
2. เข้าใจและวิเคราะห์หลักการ ศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการตลาด เช่น หลักเศรษฐศาสตร์ กฎหมาย หลักการบัญชี หลักการจัดการ เป็นต้น และสามารถนำมาประยุกต์หรือเป็นพื้นฐานทางการตลาด
3. รู้เข้าใจและสนใจพัฒนาความรู้ ความชำนาญทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง

3. ทักษะทางปัญญา

1. สามารถสืบค้นความและประเมินสถานการณ์ทางการตลาดเพื่อใช้ในการแก้ปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์
2. สามารถรวบรวมศึกษาวิเคราะห์และสรุปประเด็นปัญหาและความต้องการได้อย่างเหมาะสม
3. สามารถวิเคราะห์สถานการณ์โดยใช้หลักการที่ได้เรียนมาตลอดจนสามารถนำความรู้ไปประยุกต์และใช้ทักษะเพื่อแก้ปัญหาทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

1. มีความรับผิดชอบการกระทำของตนเองและรับผิดชอบต่อกลุ่ม
2. สามารถปรับตัวเข้ากับการสถานการณ์และวัฒนธรรมองค์กร รวมทั้งมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมงานและบุคคลทั่วไป
3. มีภาวะผู้นำ

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

1. มีทักษะการใช้ภาษาไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. สามารถใช้ความรู้ทางคณิตศาสตร์และสถิติในการวิเคราะห์และนำเสนอ
3. สามารถใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารได้
4. สามารถประยุกต์ใช้สารสนเทศและเทคโนโลยีสื่อสารอย่างเหมาะสม

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping) (หมวดวิชาเฉพาะ)

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม				ความรู้			ทักษะ ทางปัญญา				ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และ ความรับผิดชอบ				ทักษะการวิเคราะห์เชิง ตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ			
	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4		
กลุ่มวิชาแกน																			
04-01-101	○	○	●	●	○	●	○	○	●	○	○	●	○	●	○	○	○	○	
04-01-104	●	○	○	●	○	●	○	○	●	○	○	●	○	○	○	○	○	○	
04-01-106	●	○	●	○	○	●	○	○	●	○	○	●	○	○	○	○	○	○	
04-01-202	○	○	○	●	○	●	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
04-01-203	●	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
04-01-207	○	○	●	●	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
04-01-305	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
04-02-101	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping) (หมวดวิชาเฉพาะ)

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา		คุณธรรม จริยธรรม				ความรู้				ทักษะ ทางปัญญา				ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และ ความรับผิดชอบ				ทักษะการวิเคราะห์ ตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
04-03-101	การบัญชีขั้นต้น	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
04-03-286	การเงินธุรกิจ	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
04-04-201	การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
04-05-202	ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
04-99-104	หลักสูตรมาตรฐาน	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
06-11-309	แคลคูลัสสำหรับธุรกิจ	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน (กลุ่มเอกวิชา 24 หน่วยกิต)																					
04-02-202	พฤติกรรมผู้บริโภค	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
04-02-303	นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
04-02-304	นโยบายการจัดจำหน่าย	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
04-02-305	การตลาดระหว่างประเทศ	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
04-02-306	การจัดการตลาด	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
04-02-407	การส่งเสริมการตลาด	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping) (มหาวิทยาลัยพะเยา)

๑ ความรับผิดชอบหลัก

○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา		คุณธรรม จริยธรรม				ความรู้				ทักษะทางปัญญา				ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ				ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
		○	●	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
04-02-408	การวิจัยการตลาด	○	●	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
04-02-409	กลยุทธ์การตลาด	○	●	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
วิิทยาลัยพะเยา																					
04-02-210	การบริหารการค้าปลีก	○	●	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
04-02-311	ระบบข้อมูลข่าวสารการตลาด	○	●	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
04-02-312	การจัดการขาย	○	●	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
04-02-413	การศึกษาความเป็นไปได้เพื่อโครงการการตลาด	○	●	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
04-02-414	สัมมนาปัญหาการตลาด	○	●	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
วิทยาลัยการศึกษาระหว่างประเทศ																					
04-02-215	การค้ากับกลุ่มเศรษฐกิจต่าง ๆ	○	●	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
04-02-316	กฎระเบียบและการเจรจาการค้า	○	●	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping) (หมวดวิชาเฉพาะ)

● ความรับผิดชอบหลัก

○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา		คุณธรรม จริยธรรม				ความรู้			ทักษะ ทางปัญญา			ทักษะ ความสัมพันธ์ และความรับผิดชอบ				ทักษะการวิเคราะห์ ตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ			
		1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4
04-02-418	การบริหารการตลาดส่งออก	○	○	○	○	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
04-02-419	สัมมนาปัญหาการตลาดระหว่างประเทศ	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
04-02-440	ภาษาอังกฤษเพื่อธุรกิจและการค้าระหว่างประเทศ	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
วิชาเอกการสื่อสารการตลาด																			
04-02-220	หลักการโฆษณา	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
04-02-321	หลักการสื่อสารการตลาด	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
04-02-322	เทคนิคการผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารการตลาด	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
04-02-423	การวางแผนการประชาสัมพันธ์และการณรงค์	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
04-02-424	สัมมนาปัญหาการสื่อสารการตลาด	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping) (หมวดวิชาเฉพาะ)

● ความรับผิดชอบหลัก

○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม				ความรู้			ทักษะ ทางปัญญา			ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และ ความรับผิดชอบ			ทักษะการวิเคราะห์เชิง ตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ				
	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	
วิทยาเขตการตลาดบริการ																		
04-02-225	การตลาดบริการ				●	○	○	●	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○
04-02-326	การจัดการลูกค้าสัมพันธ์				○	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○
04-02-327	การตลาดธุรกิจบริการเฉพาะอย่าง				●	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	●
04-02-428	การจัดการบริการ				○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
04-02-429	สัมมนาปัญหาการตลาดบริการ				○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
กลุ่มวิชาเลือก																		
04-02-230	ศิลปการขาย				○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
04-02-231	การบริหารการจัดซื้อ				○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
04-02-232	การบรรจุภัณฑ์				○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
04-02-233	การตลาดสินค้าเกษตรกรรม				○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping) (หมวดวิชาเฉพาะ)

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา		คุณธรรม จริยธรรม				ความรู้			ทักษะ ทางปัญญา			ทักษะ ความสัมพันธ์ และความรับผิดชอบต่อสังคม			ทักษะการวิเคราะห์เชิง ตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ			
		1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4
04-02-439	โลกทัศน์ของการส่งออก	○	○	○	●	○	○	●	○	●	○	○	○	●	○	○	○	●
04-02-441	การบริหารสื่อโฆษณา	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
04-02-444	เทคนิคการผลิตงานโฆษณา 1	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
04-02-445	เทคนิคการผลิตงานโฆษณา 2	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
04-02-446	การจัดการโฆษณา	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
04-02-447	ปัญหาพิเศษ	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
04-99-302	ฝึกงาน	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
04-99-401	สหกิจศึกษา	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

รายนามคณะกรรมการจัดทำหลักสูตร

1. คณะกรรมการร่างหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2553)

1. ผศ.ดร. เพ็ญพิมล	ลีโนทัย	ประธานกรรมการ
2. ผศ. สมศักดิ์	รักเกียรติวินัย	รองประธานกรรมการ
3. นายวรชาติ	รัตนะ	กรรมการ
4. นางสาวสุชาดา	ท้าวลอม	กรรมการ
5. นางสาวทัศนีย์	สวนฉิมพลี	กรรมการ
6. นายชำนาญ	รูปเล็ก	กรรมการ
7. นางสาวจรจิตร	ชนะสาร	กรรมการ
8. นายประวิทย์	พุ่มพา	กรรมการ
9. นางสาวภรภัศสรณ์	ไตรพรชนิตว์	กรรมการ
10. นางวิจิตรา	รัตนะ	กรรมการ
11. นายอัครวุฒิ	สื่อประสาร	กรรมการและเลขานุการ

2. ผู้ทรงคุณวุฒิกร่างหลักสูตรจากหน่วยงานภายนอก

1. ผศ. พิมพา	หิรัญกิตติ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลธัญบุรี
--------------	------------	--

3. คณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตร

1. ศศ.จิรภา	เพชรพัฒนานนท์	ประธานกรรมการ
2. นางสาวฉวี	ชัยดำรงโรจน์	รองประธานกรรมการ
3. นายวรชาติ	รัตนะ	กรรมการ
4. นางสาวสุชาดา	ท้าวลอม	กรรมการ
5. นางสาวทัศนีย์	สวนฉิมพลี	กรรมการ
6. นายชำนาญ	รูปเล็ก	กรรมการ
7. นางสาวขจรจิตร	ธนะสาร	กรรมการ
8. นายประวิทย์	พุ่มพา	กรรมการ
9. นางสาวภัสสรณ์	ไทรพรชนิตว์	กรรมการ
10. นางวิจิตรา	รัตนะ	กรรมการ
11. นายอัครวุฒิ	สื่อประสาร	กรรมการและเลขานุการ

4. ผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์หลักสูตร

1. รศ.ดร. สุรเสกข์	พงษ์หาญยุทธ	ผู้ทรงคุณวุฒิ จาก คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
2. ศศ. พิมพา	หิรัญกิตติ	ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
3. นายอิทธิพล	ชัยสุภา	ผู้ทรงคุณวุฒิ จาก บริษัท AIS จำกัด (มหาชน)
4. นายอนพัทธ์	หอยิ่งสวัสดิ์	ผู้ทรงคุณวุฒิ จาก บริษัท ชานมิลเกล (ประเทศไทย) จำกัด
5. นายนิฐนนท์	ลีศัศฎุพ่าย	ผู้ทรงคุณวุฒิ จาก สำนักงาน กทช.

รายละเอียดเพิ่มเติม – สำหรับหลักสูตรที่ขอปรับปรุง

เหตุผลที่ขอปรับปรุง

1. เนื่องจากหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต วิชาเอกการตลาด ได้มีการใช้มาตั้งแต่ปี 2548 ได้ผลิตบัณฑิตออกสู่ตลาดแรงงาน มาเป็นเวลา 5 ปี จำเป็นที่จะต้องปรับปรุงให้เหมาะสมและกับสภาพความเป็นจริง สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน
2. สภาพแวดล้อมทางการตลาดได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ทำให้วิธีการตลาดใหม่ ๆ เกิดขึ้นอยู่เสมอทางคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศจึงเห็นว่าควรจะมีการปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรวิชาชีพการตลาดให้สอดคล้องกับสภาพธุรกิจปัจจุบัน

ปีการศึกษาที่เริ่มใช้หลักสูตรเดิมและหลักสูตรปรับปรุง

หลักสูตรเดิม	เริ่มใช้ในปีการศึกษา	2542
หลักสูตรปรับปรุง	เริ่มใช้ในปีการศึกษา	2548
หลักสูตรปรับปรุง	เริ่มใช้ในปีการศึกษา	2553

ข้อแตกต่างระหว่างหลักสูตรเดิมและหลักสูตรปรับปรุง

หัวข้อ	หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2548	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2553
1.จำนวนหน่วยกิต ตลอดหลักสูตร	1.หลักสูตร 4 ปี มีจำนวน หน่วยกิตรวมตลอด หลักสูตร 134 หน่วยกิต	1.หลักสูตร 4 ปี มีจำนวน หน่วยกิตรวมตลอด หลักสูตร 132 หน่วยกิต
2.โครงสร้าง หลักสูตร	จำนวนหน่วยกิตรวมตลอด หลักสูตร 134 หน่วยกิต 1.หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 32 หน่วยกิต 1.1 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ 6 หน่วยกิต 1.2 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ 3 หน่วยกิต 1.3 กลุ่มวิชาภาษา 12 หน่วยกิต 1.4 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์ กับคณิตศาสตร์ 9 หน่วยกิต 1.5 กลุ่มวิชาพลศึกษา นันทนาการ 2 หน่วยกิต 2.หมวดวิชาเฉพาะ 96 หน่วยกิต 2.1 กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ 45 หน่วยกิต 2.2 กลุ่มวิชาชีพบังคับ 36 หน่วยกิต 2.3 กลุ่มวิชาชีพเลือก 15 หน่วยกิต 3.หมวดวิชาเลือกเสรี 6 หน่วยกิต รวม 134 หน่วยกิต	จำนวนหน่วยกิตรวมตลอด หลักสูตร 132 หน่วยกิต 1.หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 30 หน่วยกิต 1.1 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ 6 หน่วยกิต 1.2 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ 6 หน่วยกิต 1.3 กลุ่มภาษา 12 หน่วยกิต 1.4 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์ กับคณิตศาสตร์ 6 หน่วยกิต ไม่มีกลุ่มวิชาพลศึกษา นันทนาการ 2.หมวดวิชาเฉพาะ 96 หน่วยกิต 2.1 กลุ่มวิชาแกน 42 หน่วยกิต 2.2 กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน 39 หน่วยกิต 2.3 กลุ่มวิชาเลือก 15 หน่วยกิต 3.หมวดวิชาเลือกเสรี 6 หน่วยกิต รวม 132 หน่วยกิต
3.รายวิชากลุ่ม วิชาชีพพื้นฐาน วิชาชีพ	45 หน่วยกิต บังคับ 42 หน่วยกิต 05-110-106 กฎหมายธุรกิจ 1 05-110-211 การวิเคราะห์ธุรกิจเชิงสถิติ 05-110-216 การภาษีอากร 05-210-101 หลักการตลาด 05-310-101 หลักการจัดการ	42 หน่วยกิต กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน 42 หน่วยกิต 04-01-101 กฎหมายธุรกิจ 04-01-104 หลักการจัดการ 04-01-106 จริยธรรมทางธุรกิจ 04-01-202 สถิติทางธุรกิจ 04-01-203 การภาษีอากร 04-01-207 ความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจ ระหว่างประเทศ

หัวข้อ	หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2548	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2553
	05-410-101 การบัญชีขั้นต้น 1 05-410-102 การบัญชีขั้นต้น 2 05-550-251 การใช้คอมพิวเตอร์ในงาน ธุรกิจ 05-610-205 การเงินธุรกิจ 05-711-101 เศรษฐศาสตร์จุลภาค 1 05-711-102 เศรษฐศาสตร์มหภาค 1 05-810-201 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ธุรกิจ 1 05-820-220 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร ธุรกิจ 1 05-910-201 ความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจ ระหว่างประเทศ เลือก 3 หน่วยกิต 05-110-105 จิตวิทยาธุรกิจ 05-110-226 มนุษยสัมพันธ์ธุรกิจ 05-310-209 เทคนิคการจัดการสมัยใหม่ 05-310-427 การบริหารธุรกิจขนาดย่อม 05-340-305 การจัดการสำนักงาน 05-410-103 หลักการบัญชี 05-420-201 การบัญชีเพื่อการจัดการ 05-510-203 ระบบสารสนเทศเพื่อ การบริหาร 05-570-303 การใช้โปรแกรมกราฟฟิก 05-722-302 เศรษฐศาสตร์วิเคราะห์ 05-810-203 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ธุรกิจ 2 05-820-207 การฟังและการพูด ภาษาอังกฤษทางธุรกิจ	04-01-305 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร ธุรกิจ 04-02-101 หลักการตลาด 04-03-101 การบัญชีเบื้องต้น 04-03-286 การเงินธุรกิจ 04-04-201 การจัดการโลจิสติกส์และ ห่วงโซ่อุปทาน 04-05-202 ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ 04-99-104 หลักเศรษฐศาสตร์ 06-11-309 แคลคูลัสสำหรับธุรกิจ

หัวข้อ	หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2548	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2553
4.รายวิชากลุ่มวิชาชีพบังคับ	36 หน่วยกิต ให้เลือกศึกษาตามกลุ่มวิชา 4.1 บังคับทุกกลุ่มวิชาชีพ จำนวน 21 หน่วยกิต ดังต่อไปนี้ 05-210-201 พฤติกรรมผู้บริโภค 05-210-301 นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา 05-210-302 นโยบายการจัดจำหน่าย 05-210-303 การส่งเสริมการตลาด 05-220-303 การตลาดระหว่างประเทศ 05-210-401 การจัดการการตลาด 05-210-403 การวิจัยการตลาด 4.2 รายวิชาบังคับ เฉพาะกลุ่มวิชาชีพ จำนวน 15 หน่วยกิต ดังต่อไปนี้ <u>กลุ่มวิชาการบริหารการตลาด</u> 05-210-310 การบริหารการค้าปลีก 05-210-311 ระบบข้อมูลข่าวสารเพื่อการวางแผนการตลาด 05-210-404 กลยุทธ์การตลาดและการวางแผน 05-210-405 การศึกษาความเป็นไปได้เพื่อโครงการการตลาด 05-210-409 สัมมนาปัญหาการตลาด	39 หน่วยกิต ให้เลือกศึกษาตามกลุ่มวิชา 4.1 บังคับทุกกลุ่มวิชาชีพ จำนวน 24 หน่วยกิต ดังต่อไปนี้ 04-02-202 พฤติกรรมผู้บริโภค 04-02-303 นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา 04-02-304 นโยบายการจัดจำหน่าย 04-02-305 การตลาดระหว่างประเทศ 04-02-306 การจัดการการตลาด 04-02-407 การส่งเสริมการตลาด 04-02-408 การวิจัยการตลาด 04-02-409 กลยุทธ์การตลาด เพิ่มรายวิชากลยุทธ์การตลาด 1 วิชาในกลุ่มบังคับ 4.2 รายวิชาบังคับ เฉพาะกลุ่มวิชาชีพ จำนวน 15 หน่วยกิต ดังต่อไปนี้ <u>วิชาเอกการบริหารการตลาด</u> 04-02-210 การบริหารการค้าปลีก 04-02-311 ระบบข้อมูลข่าวสารการตลาด 04-02-312 การจัดการขาย 04-02-413 การศึกษาความเป็นไปได้เพื่อโครงการการตลาด 04-02-414 สัมมนาปัญหาการตลาด ปรับวิชากลยุทธ์การตลาดไปอยู่ในหมวดกลุ่มวิชาบังคับ แล้วนำวิชาการจัดการขายมาแทน

หัวข้อ	หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2548	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2553
	<u>กลุ่มวิชาการตลาดระหว่างประเทศ</u> 05-220-304 การค้ากับกลุ่มเศรษฐกิจต่างๆ 05-220-401 กฎระเบียบและการเจรจาการค้า 05-220-402 กระบวนการส่งออก 05-220-403 การบริหารการตลาดส่งออก 05-220-404 สัมมนาปัญหาการตลาดส่งออก <u>กลุ่มวิชาการสื่อสารการตลาด</u> 05-230-301 หลักการสื่อสารการตลาด 05-230-403 เทคนิคการผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารการตลาด 05-230-404 สัมมนาปัญหาการสื่อสารการตลาด 05-230-408 เทคนิคการผลิตงานโฆษณา 1 05-230-409 เทคนิคการผลิตงานโฆษณา 2 <u>กลุ่มวิชาการตลาดบริการ</u> 05-240-301 การตลาดบริการ 05-240-304 การตลาดลูกค้าสัมพันธ์ 05-240-305 โลกแห่งการให้บริการ	<u>วิชาเอกการตลาดระหว่างประเทศ</u> 04-02-215 การค้ากับกลุ่มเศรษฐกิจต่างๆ 04-02-316 กฎระเบียบและการเจรจาการค้า 04-02-418 การบริหารการตลาดส่งออก 04-02-419 สัมมนาปัญหาการตลาดระหว่างประเทศ 04-02-440 ภาษาอังกฤษเพื่อธุรกิจและการค้าระหว่างประเทศ <u>วิชาเอกการสื่อสารการตลาด</u> 04-02-220 หลักการโฆษณา** 04-02-321 หลักการสื่อสารการตลาด 04-02-322 เทคนิคการผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารการตลาด 04-02-423 การวางแผนการประชาสัมพันธ์และการรณรงค์** 04-02-424 สัมมนาปัญหาการสื่อสารการตลาด ** เพิ่มรายวิชา หลักการโฆษณา กับ การวางแผนประชาสัมพันธ์และการรณรงค์ แทนรายวิชา เทคนิคการผลิตงานโฆษณา 1 กับ เทคนิคการผลิตงานโฆษณา 2 <u>วิชาเอกการตลาดบริการ</u> 04-02-225 การตลาดบริการ 04-02-326 การตลาดลูกค้าสัมพันธ์

หัวข้อ	หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2548	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2553
	05-240-306 การตลาดธุรกิจบริการเฉพาะ อย่าง 05-240-401 สัมมนาปัญหาการตลาด บริการ	04-02-327 การตลาดธุรกิจบริการเฉพาะ อย่าง 04-02-428 การจัดการบริการ 04-02-429 สัมมนาปัญหาการตลาดบริการ
5.ปรับปรุงคำอธิบายรายวิชา		มีการปรับปรุงคำอธิบายรายวิชาในกลุ่มวิชาการตลาดให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของวิชาชีพ จากตัวแทน และจากการประชาสัมพันธ์ ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้ประกอบวิชาชีพการตลาดในสาขาต่างๆ ทั้งจากภาครัฐบาลและภาคเอกชน โดยมีการปรับแก้รายละเอียดดังนี้ 1. ตัดคำว่าศึกษา การศึกษาออกในคำอธิบายรายวิชา 2. ปรับแก้รหัสรายวิชา เพื่อให้มีการเรียงลำดับ รายวิชาที่เหมาะสม - รหัส 04-02-x-01 - 04-02-x-09 กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน - รหัส 04-02-x-15 - 04-02-x-19 วิชาเอกการตลาดระหว่างประเทศ - รหัส 04-02-x-20 - 04-02-x-24 วิชาเอกการสื่อสารการตลาด - รหัส 04-02-x-20 - 04-02-x-24 วิชาเอกการตลาดบริการ - รหัสวิชา 04-02-x-25 - 04-02-X-50 กลุ่มวิชาเลือก 3. เปลี่ยนชื่อวิชาเพื่อไม่ให้เกิดการทับซ้อนกันของวิชาต่างๆ ได้แก่

หัวข้อ	หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2548	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2553
		กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน มีรายวิชาเปลี่ยนชื่อใหม่ จำนวน 6 วิชา คือ 1. 05-210-311 ระบบข้อมูลข่าวสารเพื่อ การวางแผนการตลาด เปลี่ยนเป็น 04-02-311 ระบบข้อมูลข่าวสาร การตลาด 2. 05-210-404 กลยุทธ์การตลาดและการ วางแผน เปลี่ยนเป็น 04-02-409 กลยุทธ์การตลาด 3. 05-240-307 โลกแห่งการให้บริการ เปลี่ยนเป็น 04-02-428 การจัดการบริการ 4. 05-210-314 การตลาดโดยตรง เปลี่ยนเป็น 04-02-348 การตลาดทางตรง 5. 05-210-202 ศิลปการขายขั้นสูง เปลี่ยนเป็น 04-02-230 ศิลปการขาย กลุ่มวิชาเลือก มีรายวิชาเปลี่ยนชื่อใหม่ 1. 05-210-314 การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม เปลี่ยนเป็น 04-02-250 การตลาดเพื่อสังคม 2. 05-110-339 สหกิจศึกษาทาง บริหารธุรกิจและ เศรษฐศาสตร์ เปลี่ยนเป็น 04-99-401 สหกิจศึกษา

หัวข้อ	หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2548	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2553
		3. 05-110-341 การฝึกงานทาง บริหารธุรกิจและ เศรษฐศาสตร์ เปลี่ยนเป็น 04-99-302 การฝึกงาน
6. เพิ่มรายวิชาใหม่		มีการเพิ่มรายวิชาใหม่ จากหลักสูตร พ.ศ. 2548 ดังนี้ 6.1 หมวดวิชาศึกษาทั่วไป มีการปรับเปลี่ยน รายวิชาให้สอดคล้องกับหลักสูตรของคณะ ศึกษาศาสตร์และคณะศิลปศาสตร์ 6.2 หมวดวิชาเฉพาะ เปลี่ยนชื่อเป็น วิชาแกน 6.2.1 กลุ่มวิชาแกนมีการเปลี่ยนแปลง รายวิชา 1. 05-110-211 การวิเคราะห์ธุรกิจเชิงสถิติ เป็น 04-01-202 สถิติทางธุรกิจ 2. 05-410-101 การบัญชีขั้นต้น 1 05-410-102 การบัญชีขั้นต้น 2 รวมเปลี่ยนเป็น 04-03-101 การบัญชีขั้นต้น 3. 05-550-251 การใช้คอมพิวเตอร์ในงาน ธุรกิจ เป็น 04-05-202 ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ 4. เพิ่มรายวิชา 1. 04-01-106 จริยธรรมทางธุรกิจ 2. 04-04-201 การจัดการโลจิสติกส์และ ห่วงโซ่อุปทาน

หัวข้อ	หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2548	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2553
7.ปรับลดรายวิชา	ปรับลดรายวิชาของหลักสูตร 2548 ออกจำนวน 2 รายวิชา คือ 05-240-304 การตลาดธุรกิจโรงแรม 05-240-305 การตลาดธุรกิจท่องเที่ยว	ปรับลดรายวิชาของหลักสูตร 2553 ออกจำนวน 5 รายวิชา คือ 05-210-309 การตลาดสินค้าแฟชั่น 05-210-402 การจัดการห่วงโซ่อุปทาน 05-210-411 การบริหารผลิตภัณฑ์ 05-230-302 การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ 05-230-407 การวิจัยการโฆษณา

ตารางแสดงการจำแนกหน่วยกิตทฤษฎีและหน่วยกิตปฏิบัติ (สหกิจศึกษา)

หมวดวิชา	จำนวน หน่วยกิตรวม	จำนวน หน่วยกิตทฤษฎี	จำนวน หน่วยกิตปฏิบัติ
ศึกษาทั่วไป	30	30	-
วิชาเฉพาะ			
- วิชาเอกการบริหารการตลาด	96	87	9
- วิชาเอกการตลาดระหว่างประเทศ	96	88	8
- วิชาเอกการสื่อสารการตลาด	96	88	8
- วิชาเอกการตลาดบริการ	96	88	8
วิชาเลือกเสรี	6	6	-

วิชาเอก	หน่วยกิต รวม 132 หน่วยกิต		วิชาศึกษา ทั่วไป		วิชาเฉพาะ						วิชาเลือก เสรี	
					แกน		เฉพาะด้าน		เลือก			
	ท	ป	ท	ป	ท	ป	ท	ป	ท	ป	ท	ป
การบริหารการตลาด	123	9	30	-	42	-	36	3	9	6	6	-
การตลาดระหว่างประเทศ	124	8	30	-	42	-	37	2	9	6	6	-
การสื่อสารการตลาด	124	8	30	-	42	-	37	2	9	6	6	-
การตลาดบริการ	124	8	30	-	42	-	37	2	9	6	6	-

ตารางแสดงการจำแนกหน่วยกิตทฤษฎีและหน่วยกิตปฏิบัติ (การฝึกงาน)

หมวดวิชา	จำนวน หน่วยกิตรวม	จำนวน หน่วยกิตทฤษฎี	จำนวน หน่วยกิตปฏิบัติ
ศึกษาทั่วไป	30	30	-
วิชาเฉพาะ			
- วิชาเอกการบริหารการตลาด	96	88	8
- วิชาเอกการตลาดระหว่างประเทศ	96	89	7
- วิชาเอกการสื่อสารการตลาด	96	89	7
- วิชาเอกการตลาดบริการ	96	89	7
วิชาเลือกเสรี	6	6	-

วิชาเอก	หน่วยกิต รวม 132 หน่วยกิต		วิชาศึกษา ทั่วไป		วิชาเฉพาะ						วิชาเลือก เสรี	
					แกน		เฉพาะด้าน		เลือก			
	ท	ป	ท	ป	ท	ป	ท	ป	ท	ป	ท	ป
การบริหารการตลาด	124	8	30	-	42	-	36	3	10	5	6	-
การตลาดระหว่างประเทศ	125	7	30	-	42	-	37	2	10	5	6	-
การสื่อสารการตลาด	125	7	30	-	42	-	37	2	10	5	6	-
การตลาดบริการ	125	7	30	-	42	-	37	2	10	5	6	-