หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
Bachelor of Business Administration Program in Marketing
บธ.บ. (การตลาด) B.B.A. (Marketing)
หลักสูตรปรับปรุง พุทธศักราช 2566

ปรัชญา

ผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการตลาด สามารถบูรณาการศาสตร์ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย ประยุกต์ใช้ความรู้และทักษะได้ และยึดมั่นในคุณธรรมจริยธรรมวิชาชีพ

วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1. ผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ความสามารถ และทักษะด้านการตลาดสมัยใหม่ ประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. ผลิตบัณฑิตที่เจตคติที่ดีต่อการเรียนรู้และการประกอบอาชีพด้านการตลาด มีบุคลิกภาพที่เหมาะสม มีจิตใจด้านบริการ และยึดมั่นในคุณธรรมและจริยธรรม
3. ผลิตบัณฑิตมีความสามารถด้านการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์และสร้างสรรค์ เพื่อนำไปพัฒนาการปฏิบัติงานด้านการตลาด
4. ผลิตบัณฑิตที่มีความสามารถในการสื่อสาร สามารถใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการเรียนรู้และประกอบอาชีพได้เป็นอย่างดี
5. ผลิตบัณฑิตที่มีมนุษยสัมพันธ์ดี ปรับตัวดีในสังคมพหุวัฒนธรรม สามารถทำงานร่วมกับบุคคลอื่นได้ในทุกบริบท ใฝ่รู้อย่างต่อเนื่องและแสวงหาความรู้เพื่อพัฒนาตนเองและอาชีพ

จำนวนหน่วยกิต จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 130 หน่วยกิต

โครงสร้างหลักสูตร

1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	**ไม่น้อยกว่า**	**30**	**หน่วยกิต**
1.1) กลุ่มวิชาบังคับ		24	หน่วยกิต
1.1.1) กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร		9	หน่วยกิต
1.1.2) กลุ่มพัฒนาความเป็นมนุษย์		8	หน่วยกิต
1.1.3) กลุ่มวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม		3	หน่วยกิต
1.1.4) กลุ่มสหวิทยาการและการจัดการ		4	หน่วยกิต
1.2) กลุ่มวิชาเลือก		6	หน่วยกิต
2. หมวดวิชาเฉพาะ	**ไม่น้อยกว่า**	**94**	**หน่วยกิต**
2.1) กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ		21	หน่วยกิต
2.2) กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน		66	หน่วยกิต
2.2.1) วิชาบังคับ		48	หน่วยกิต
2.2.2) วิชาเลือกเรียน		18	หน่วยกิต
2.3) กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพหรือสหกิจศึกษา ไม่น้อยกว่า		7	หน่วยกิต
3. หมวดวิชาเลือกเสรี	**ไม่น้อยกว่า**	**6**	**หน่วยกิต**

รายวิชา

1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	**ไม่น้อยกว่า**	**30**	**หน่วยกิต**
1.1) กลุ่มวิชาบังคับ		**24**	**หน่วยกิต**
1.1.1) กลุ่มภาษาและการสื่อสาร		**9**	**หน่วยกิต**
0010102 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร Thai Language for Communication			3(3-0-6)
0010202 ภาษาอังกฤษเพื่อพัฒนาทักษะการเรียน English for Study Skills Development			3(3-0-6)

0010203	ภาษาอังกฤษสำหรับผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 English for 21st Century Learners	3(3-0-6)
	1.1.2) กลุ่มพัฒนาความเป็นมนุษย์	**8 หน่วยกิต**
0020110	ความจริงของชีวิต The Truths of Life	2(1-2-3)
0020111	สุนทรียภาพและวัฒนธรรมไทย Aesthetic and Thai Culture	2(1-2-3)
0020112	ความเป็นไทย วิถีชาติ และศาสตร์พระราชา Thainess, Way of life and The King's Philosophy	2(1-2-3)
0020113	กฎหมายและความเป็นพลเมืองดี Laws and Good Citizenship	2(1-2-3)
	1.1.3) กลุ่มวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม	**3 หน่วยกิต**
0030105	ฉลาดคิดทางวิทยาศาสตร์ Smart Thinking with Sciences	2(1-2-3)
0030109	การออกกำลังกายและกีฬาเพื่อสุขภาพ Exercises and Sports for Health	1(0-2-1)
	1.1.4) กลุ่มสหวิทยาการและการจัดการ	**4 หน่วยกิต**
0040101	การตระหนักรู้และปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงในโลกยุคใหม่ Awareness and Adaptation in Disruptive World	2(1-2-3)
0040102	องค์การแห่งความสุข Happy Organization	(3-2-1)2

2.1) กลุ่มวิชาเลือก **หน่วยกิต 6**

มุ่งให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ศาสตร์ต่าง ๆ ตามที่ผู้เรียนสนใจ จำนวนไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

(1 กลุ่มภาษาและการสื่อสาร

0010302	ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร Chinese Language for Communication	3(3-0-6)
0010402	ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสาร Japanese Language for Communication	3(3-0-6)
0010502	ภาษามลายูเพื่อการสื่อสาร Malay Language for Communication	3(3-0-6)

(2 กลุ่มพัฒนาความเป็นมนุษย์

0020114	พลเมืองศึกษา ธรรมาภิบาลกับการป้องกันคอร์รัปชัน Citizenship Education, Good Governance and Corruption Prevention	2(-12-3)
0020115	สารสนเทศเพื่อการเรียนรู้ Information for Learning	2(-12-3)
0020116	แหล่งเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ Creative Learning Spaces	2(-12-3)
0020117	สมาธิเพื่อพัฒนาชีวิต Meditation for Life Development	2((3-2-1

0020118	โลก สิ่งแวดล้อม มนุษย์และการเปลี่ยนแปลง Earth, Environment, Humans and Changes	2(1-2-3)
0020119	พลังมหัศจรรย์แห่งจิต Miraculous Power of Mind	2(1-2-3)
0020120	การแก้ไขความขัดแย้งด้วยสันติวิธี Conflict Resolution through Peaceful Means	2(1-2-3)
0020121	สิทธิ หน้าที่ และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น Rights, Duties, and Participatory in Local Development	2(1-2-3)
0020122	ระบบราชการไทย Thai Bureaucratic Administration	(3-2-1)2
0020123	สุขกับชีวิตด้วยจิตวิทยา Happy Life through Psychology	(3-2-1)2
	(3กลุ่มวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม	
0030106	เกษตรเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต Agriculture for Quality of Life Development	2(1-2-3)
0030107	เทคโนโลยีและการสร้างสรรค์นวัตกรรม Technology and Creative Innovation	(3-2-1)2
0030108	สุขภาพดี ชีวิตดี Good health Good Life	2(1-2-3)
	(4 กลุ่มวิชาวิทยาการจัดการ	
0040103	การประกอบการสมัยใหม่ Modern Entrepreneurship	2(1-2-3)
0040104	การตลาดชาญฉลาด Smart Marketing	2(-12-3)
0040105	สังคมไทยในยุคดิจิทัล Thai Society in Digital Age	(3-2-1)2
0040106	ออกแบบการเล่าเรื่องในสื่อดิจิทัล Storytelling Design Digital in Media	(3-2-1)2
0040107	เกมการศึกษาเพื่อความเป็นพลเมือง Educational Games for Citizenship	(3-2-1)2
0040108	การพัฒนาทักษะชีวิตด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม Life Skills Development through Social Engineer Process	2(1-2-3)

2. หมวดวิชาเฉพาะ	**ไม่น้อยกว่า**	**94**	**หน่วยกิต**
2.1) กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ		**21**	**หน่วยกิต**
3541103	หลักการตลาดและเทคโนโลยีเบื้องต้นทางการตลาด Principles of Marketing and Basic Marketing Technology		3(3-0-6)
3561108	องค์การและการจัดการ Organization and Management		3(3-0-6)
3561109	กฎหมายธุรกิจและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้ประกอบการ Business Laws and Electronic Commerce Law for Entrepreneur		3(3-0-6)
3561206	การบัญชีและการเงินสำหรับผู้ประกอบการ Accounting and Finance for Entrepreneur		3(2-2-5)
3562317	การจัดการการผลิตและการดำเนินงาน Production Management and Operation		3(3-0-6)
3562407	การจัดการทุนมนุษย์ Human Capital Management		3(3-0-6)
3591113	เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น Introduction to Economics		3(3-0-6)
2.2) กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน		**66**	**หน่วยกิต**
2.2.1) วิชาบังคับ		**48**	**หน่วยกิต**
3541102	ภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด 1 English for Marketers 1		3(2-2-5)
3541202	ภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด 2 English for Marketers 2		3(2-2-5)
3541303	การจัดการค้าปลีกสมัยใหม่ Modern Retailing Management		3(3-0-6)
3542105	พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer Behavior		3(3-0-6)
3542110	การจัดการผลิตภัณฑ์ Product Management		3(3-0-6)
3542111	การจัดการราคาและต้นทุนทางการตลาด Pricing and Marketing Cost Management		3(3-0-6)
3542309	การจัดการช่องทางการตลาดและโซ่อุปทาน Marketing Channels and Supply Chain Management		3(3-0-6)
3542403	การสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการ Integrated Marketing Communication		3(2-2-5)
3543109	การจัดการการตลาดสมัยใหม่ Modern Marketing Management		3(3-0-6)
3543110	กลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่ Modern Marketing Strategies		3(2-2-5)
3543111	การจัดการตราสินค้า Brand Management		3(2-2-5)

3543112	การวางแผนการตลาด Marketing Plan	3(2-2-5)
3543113	การตลาดดิจิทัล Digital Marketing	3(2-2-5)
3544105	การตลาดโลก Global Marketing	3(3-0-6)
3544901	สัมมนาทางการตลาด Marketing Seminar	3(2-2-5)
3544902	การวิจัยการตลาดเบื้องต้น Introduction to Marketing Research	3(2-2-5)

2.2.2) วิชาเลือกเรียน 18 หน่วยกิต

3542310	การขายโดยบุคคล Personal Selling	3(2-2-5)
3543104	การตลาดบริการ Service Marketing	3(2-2-5)
3543114	การตลาดชุมชน Community Marketing	3(2-2-5)
3543115	การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม Social and Environment Marketing	3(2-2-5)
3543116	การตลาดเพื่อการท่องเที่ยว Marketing for Tourism	3(2-2-5)
3543117	การบัญชีสำหรับนักการตลาด Accounting for Marketers	3(2-2-5)
3543202	เทคนิคการนำเสนอด้านการตลาด Presentation Techniques for Marketing	3(2-2-5)
3543203	เทคนิคการวิเคราะห์ปัญหาทางการตลาดอย่างครบวงจร Comprehensive Analysis of Marketing Problems	3(2-2-5)
3543204	การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด Marketing Data Analysis	3(2-2-5)
3543308	อีเวนท์ด้านการตลาด Marketing Event	3(2-2-5)

2.3) กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพหรือสหกิจศึกษา ไม่น้อยกว่า 7 หน่วยกิต

3543801	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด Pre-professional Field Experience in Marketing	2(90)
3544801	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด Professional Field Experience in Marketing	5(450)
3543802	เตรียมสหกิจศึกษา Pre-cooperative Education	1(45)
3544802	สหกิจศึกษา Cooperative Education	6(540)

3. หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

เลือกจากรายวิชาที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร โดยไม่ซ้ำซ้อนกับรายวิชาที่เคยเรียนมาแล้ว และต้องไม่เป็นรายวิชาที่กำหนดให้เรียนโดยไม่นับหน่วยกิตรวมในเกณฑ์การสำเร็จหลักสูตรของสาขาวิชานี้ ซึ่งนักศึกษาสามารถเลือกเรียนได้ตามความถนัดและความสนใจ

คำอธิบายรายวิชา

1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต

1.1) กลุ่มวิชาบังคับ 24 หน่วยกิต

1.1.1) กลุ่มภาษาและการสื่อสาร 9 หน่วยกิต

0010102 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6)

Thai Language for Communication

หลักการใช้ภาษาไทยเพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์สำหรับผู้เรียนในศตวรรษที่ 21ทักษะการสื่อสาร การฟัง การพูด การอ่านและการเขียน รวมถึงการใช้ภาษาไทยเพื่อนำเสนอผลการศึกษาและค้นคว้าทางวิชาการในสื่อประเภทต่าง ๆ

Principles of using Thai language to develop creativity in learners of the 21st century, communication skills: listening, speaking, reading, and writing, using of Thai language to present academic research and studies in various types of media.

0010202 ภาษาอังกฤษเพื่อพัฒนาทักษะการเรียน 3(3-0-6)

English for Study Skills Development

พัฒนากลยุทธ์การอ่านภาษาอังกฤษ ทักษะการคาดเดาเนื้อหา การอ่านอย่างรวดเร็วเพื่อจับประเด็นและข้อมูลสำคัญ พัฒนาทักษะการอ่านและกลยุทธ์ในการเรียนคำศัพท์ พัฒนาทักษะการอ่านที่สำคัญ การอ่านเพื่อจับใจความสำคัญและรายละเอียด การสรุปความ การเดาความหมายคำศัพท์จากปริบท การสร้างคำศัพท์ การระบุรูปแบบการเขียน การจัดหมวดหมู่ข้อมูลจากบทอ่าน การอ่านอย่างมีวิจารณญาณและมีประสิทธิภาพ พัฒนากลยุทธ์ในการเรียน การจดบันทึก การสรุปความ การถอดความแล้วเขียนใหม่ด้วยถ้อยคำของของตนเอง

Enhancement reading strategies previewing, predicting, skimming, and scanning; enrichment of essential reading skills and vocabulary acquisition strategies: identifying main ideas and details in paragraphs, identifying patterns of organization, making inferences, guessing word meanings from context, word formation; categorizing information; reading critically and effectively; development of study skills for further studies note taking, annotating texts, summarizing and paraphrasing.

0010203 ภาษาอังกฤษสำหรับผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 3(3-0-6)

English for 21st Century Learners

พัฒนาสมรรถนะการสื่อสารภาษาอังกฤษด้วยทักษะฟัง พูด อ่าน เขียน ในสถานการณ์ต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันทั้งที่เป็นทางการ ไม่เป็นทางการ ฝึกการใช้ภาษาอย่างถูกต้อง คล่องแคล่ว เหมาะสมกับบริบท ผ่านสื่อการสอนและกิจกรรมการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารและมีความทันสมัย บูรณาการพัฒนาสมรรถนะการสื่อสารภาษาอังกฤษกับการพัฒนาทักษะสำหรับศตวรรษที่ 21

Development of four fundamental English skills: listening, speaking, reading and writing to increase communicative competence through formal and informal English expressions frequently used in everyday situations. Emphasis on accuracy, fluency, appropriateness. Integration of 21st century skills with communicative competence development: self-directed learning skills, collaboration skills, critical thinking skills, cultural awareness, creativity, Information sharing and decision making skills needed for 21st century learners using communicative activities and innovative materials.

1.1.2 กลุ่มพัฒนาความเป็นมนุษย์ 8 หน่วยกิต

0020110 ความจริงของชีวิต 2(1-2-3)

The Truths of Life

ความหมายและธรรมชาติของชีวิต การพัฒนาทักษะชีวิต ตามแนววิทยาศาสตร์ ศาสนา และปรัชญา เป้าหมายของชีวิต การพัฒนาคุณภาพชีวิต การแก้ปัญหาชีวิต ทักษะชีวิตเพื่อสันติสุขและสันติภาพ แนวทางการประยุกต์ใช้ทักษะชีวิต

Meaning and nature of life developing, life skills through science, religion and philosophy, objectives of life, quality of life development, solving life problems, life skills for peace, guidelines for applying life skill.

0020111 สุนทรียภาพและวัฒนธรรมไทย 2(1-2-3)

Aesthetic and Thai Culture

การรับรู้ความงามของธรรมชาติ การสร้างสรรค์งานศิลปกรรมของมนุษย์ ความเชื่อ ความศรัทธาในชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ สังคม และวัฒนธรรมประเพณีไทยบนพื้นฐานแห่งการรับรู้ การมองเห็น การได้ยินและการเคลื่อนไหว ในการแสดงออกเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมไทยเพื่อการพัฒนาทางกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญา ส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม และการเป็นผู้มีจิตอาสา การแสวงหาความรู้ การสร้างสรรค์ศิลปะและวัฒนธรรมนำสู่การเข้าใจตนเองเข้าใจผู้อื่น รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง และการดำเนินชีวิตอย่างมีความสุขในสังคม

Perception of beauty in nature, human’ s creation of art, beliefs, faithfulness in nation, religion and majesty King, Thai culture and society based on perception of sight, sound and movement, creative expression of Thai culture for the development of the body, emotions, social skills and intellect, enhancement of ethics and morality, volunteering spirit, knowledge searching, and creativity, art and culture understanding of oneself and others, adjustment to changes and peaceful living in society.

0020112 ความเป็นไทย วิถีชาติ และศาสตร์พระราชา 2(1-2-3)

Thainess, Way of life and The King’s Philosophy

ประวัติศาสตร์ชาติไทย ลักษณะของวิถีชีวิตไทย วัฒนธรรมไทย ประเพณีไทย และภูมิปัญญาท้องถิ่น ความเป็นไทย การตระหนักถึงความเป็นไทย และสำนึกรักชาติไทย จิตอาสาในสังคมไทย การเข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสาและสาธารณประโยชน์ องค์ความรู้ของศาสตร์พระราชาและการน้อมนำศาสตร์พระราชาสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนาตนเอง

History of Thailand, characteristic of Thai living, Thai culture, Thai tradition and local wisdom, Thainess, awareness of being Thai and Thai patriotism realization, volunteering spirit in Thai society, participating in activities of volunteering spirit and public benefit, knowledge of The King’s philosophy and practicing along The King's philosophy for self-development.

0020113 กฎหมายและความเป็นพลเมืองดี 2(1-2-3)
Laws and Good Citizenship

กฎหมายเกี่ยวกับชีวิตประจำวัน สิทธิและหน้าที่ของพลเมืองไทย สิทธิทางสังคม สิทธิทางเศรษฐกิจ สิทธิทางวัฒนธรรม สิทธิทางการเมือง การปกครองไทย ระบอบประชาธิปไตย สถาบันทางการเมือง พัฒนาการทางการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมือง

Laws related daily life, rights and duties of Thai citizen, social rights, economic rights, cultural rights and political rights. Thai governance, democracy, political institutions, political development and political participation.

1.1.3) กลุ่มวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม 3 หน่วยกิต

0030105 ฉลาดคิดทางวิทยาศาสตร์ 2(1-2-3)
Smart Thinking with Sciences

หลักการและกระบวนการคิดของมนุษย์ กระบวนการคิดทางวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ในชีวิตประจำวัน การแก้ปัญหาและตัดสินใจในชีวิต โดยการคิดเชิงระบบและสร้างสรรค์

Scientific principle and human thinking process, scientific thinking process, mathematical in daily life, problem solving and decision making through systematic and creative thinking.

0030109 การออกกำลังกายและกีฬาเพื่อสุขภาพ 1(0-2-1)
Sports and Exercises for Health

ความหมาย จุดมุ่งหมาย และประโยชน์ของการออกกำลังกายและกีฬา หลักการและขั้นตอนของการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ การออกกำลังกายเพื่อพัฒนาสมรรถภาพทางกายด้านต่าง ๆ การเลือกกิจกรรมการออกกำลังกายและกีฬาให้สอดคล้องกับเพศและวัย ฝึกการออกกำลังกายและใช้อุปกรณ์เครื่องมือการออกกำลังกายอย่างถูกวิธี การฝึกการออกกำลังกายในสถานบริการการออกกำลังกาย การทดสอบและประเมินผลสมรรถภาพทางกาย

Definitions, objectives and benefits of exercises and sports; principles and step of exercise for health; exercises for improving physical performances; physical activity and sport selecting related gender and age; exercise practices and sport equipment proper usage; exercise practices in fitness center, physical fitness test and assessment.

1.1.4 กลุ่มสหวิทยาการและการจัดการ 4 หน่วยกิต

0040101 การตระหนักรู้และปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงในโลกยุคใหม่ 2(1-2-3)
Awareness and Adaptation in Disruptive World

การรับรู้ เข้าใจ และตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงยุคปัจจุบันในมิติด้าน สังคม เศรษฐกิจ การเมือง สิ่งแวดล้อม เทคโนโลยีสารสนเทศ และนวัตกรรม ผลกระทบด้านสังคม ผลกระทบด้านการเมือง ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม การปรับตัวเพื่อแก้ปัญหาการดำรงชีวิตความปกติในรูปแบบใหม่อย่างรู้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงในสังคมยุคปัจจุบันได้อย่างเหมาะสม

Perception, understanding and awareness of the current disruptive in dimensions of society, economics, politics, environment, information technology and innovation, social effects, political effects, economics effects, environmental effects, the use of information technology and innovation. Adaptation for effective problem solving in new normal toward disruptive society.

0040102 องค์กรแห่งความสุข 2((3-2-1

Happy Organization

ความหมายและประเภทขององค์กร การจัดสภาพแวดล้อมองค์กร วัฒนธรรมขององค์กรบนความหลากหลาย ความหมายและความสำคัญขององค์กรแห่งความสุข จิตวิทยาเชิงบวก การประยุกต์ใช้จิตวิทยาเชิงบวกเพื่อเสริมสร้างความสุข การทำงานอย่างมีความสุข การมีส่วนร่วมในการสร้างองค์กรแห่งความสุข

Definitions and types of organization, organizational environment, multi-cultural diversity in organization, definitions and importance of happy workplace, positive psychology applying for creative happy workplace, and participation in creating a happy organization.

1.(2 กลุ่มวิชาเลือก หน่วยกิต 6

มุ่งให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ศาสตร์ต่าง ๆ ตามที่ผู้เรียนสนใจ จำนวนไม่น้อยกว่า หน่วยกิต 6

(1 กลุ่มภาษาและการสื่อสาร

0010302 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6)

Chinese Language for Communication

คำศัพท์ วลี และประโยคภาษาจีนอย่างง่ายสำหรับการสนทนาในชีวิตประจำวัน สัทอักษรภาษาจีนและการออกเสียง การฝึกทักษะการสื่อสารภาษาจีนในสถานการณ์ต่าง ๆ

Basic Chinese language vocabularies, phrases and sentences in daily conversation; Chinese phonetics (Pinyin) and pronunciation; practicing Chinese communication in various situations.

0010402 ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6)

Japanese language for Communication

คำศัพท์ วลี และประโยคภาษาญี่ปุ่นอย่างง่ายสำหรับการสนทนาในชีวิตประจำวัน สัทอักษรภาษาจีนและการออกเสียง การฝึกทักษะการสื่อสารภาษาจีนในสถานการณ์ต่าง ๆ

Basic Japanese language vocabularies, phrases and sentences in daily conversation; Japanese phonetics and pronunciation; practicing Japanese communication in various situations.

0010502 ภาษามลายูเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6)

Malayan language for Communication

คำศัพท์ วลี และประโยคภาษามลายูอย่างง่ายสำหรับการสนทนาในชีวิตประจำวัน สัทอักษรภาษามลายูและการออกเสียง การฝึกทักษะการสื่อสารภาษามลายูในสถานการณ์ต่าง ๆ

Basic Malayan language vocabularies, phrases and sentences in daily conversation; Malayan phonetics and pronunciation; practicing Malayan communication in various situations.

(2 กลุ่มพัฒนาความเป็นมนุษย์

0020114 พลเมืองศึกษา ธรรมาภิบาลกับการป้องกันคอร์รัปชัน 2(-12-3)
Citizenship Education, Good Governance and Corruption Prevention

ความหมายและความสำคัญของพลเมือง บทบาท สิทธิหน้าที่ หลักความดี คุณธรรมในมิติทางสังคม ศาสนา ปรัชญา พลเมืองกับความเปลี่ยนแปลงยุคโลกาภิวัฒน์ แนวคิดทฤษฎี การบริหารจัดการธรรมาภิบาล ปัญหาและการป้องกันทุจริตคอร์รัปชั่น การวัดและประเมินหลักธรรมาภิบาลของหน่วยงาน

Definition and importance of citizenship , roles, principles, virtue, morality in social dimensions, religion, philosophy, citizenship in the globalization, meaning, characteristics, concepts, theories, management, good governance creating public consciousness, volunteering, corruption prevention, measurement and assessment good governance of organization.

0020115 สารสนเทศเพื่อการเรียนรู้ 2(-12-3)
Information for Learning

ความหมายและความสำคัญของสารสนเทศ ความต้องการใช้ กระบวนการพัฒนาทักษะการรู้สารสนเทศ ความต้องการใช้สารสนเทศ การคัดเลือกแหล่งสารสนเทศ การสืบค้นสารสนเทศ การประเมินคุณค่าสารสนเทศ การวิเคราะห์และสังเคราะห์สารสนเทศ การถอดองค์ความรู้สารสนเทศ การเขียนรายการอ้างอิงและบรรณานุกรม การนำเสนอสารสนเทศในรูปแบบบทความวิชาการ

Definition and importance of information literacy, processes development of information literacy skill, needs of using information, selecting of sources of information, information searching, evaluation of information values, information analysis and synthesis, extracting of knowledge, writing reference and presentation in academic article.

0020116 แหล่งเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ 2(-12-3)
Creative Learning Spaces

ความหมายและความสำคัญของแหล่งเรียนรู้ การใช้แหล่งเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์เพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต ความหมาย ความสำคัญและขอบเขตของแหล่งเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ ประเภทของแหล่งเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ ทรัพยากรสารสนเทศ การเข้าถึงบริการในแหล่งเรียนรู้เชิงสรรค์

Definition and importance of learning space, using creative learning space for lifelong learning, meaning, scope and importance of creative learning spaces, category of creative learning spaces, collection, services and access of creative learning spaces.

0020117 สมาธิเพื่อพัฒนาชีวิต 2((3-2-1
Meditation for Life Development

ความหมายของการทำสมาธิ จุดประสงค์ วิธีการ ขั้นตอน จุดเริ่มต้นของการทำสมาธิ ลักษณะของการบริกรรมและการทำสมาธิ ประโยชน์ของสมาธิ ลักษณะอาการต่อต้านสมาธิ และการนำสมาธิไปใช้ในชีวิตประจำวัน สมาธิกับการเรียนและการงาน ลักษณะ ขั้นตอน คุณสมบัติ ประโยชน์ของฌานและญาณ สิ่งที่ควรรู้เรื่องวิปัสสนา ความแตกต่างระหว่างสมถะกับวิปัสสนา แผนผังสมถะกับวิปัสสนา ชาวโลกกับวิปัสสนา

Definitions, objectives, methods, and the beginning of meditation; the nature of reciting and meditation, benefits of meditation, appearance of anti-meditation; the way to apply meditation to daily life, meditation as related to education and operation; the nature, process, property, and benefits of absorption (Jhāna) and insight (Ñyāna); fundamental knowledge about introspection (Vipassanā); differences between tranquility (Samatha) and introspection, layout of tranquility and introspection; world community and introspection.

0020118 โลก สิ่งแวดล้อม มนุษย์และการเปลี่ยนแปลง 2(1-2-3)

Earth, Environment, Humans and Changes

โครงสร้างและองค์ประกอบของโลก การเปลี่ยนแปลงของโลก ภัยพิบัติธรรมชาติ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การจัดการสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาอย่างยั่งยืน การปรับตัวของมนุษย์ต่อภัยพิบัติธรรมชาติและการเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อม การประยุกต์ใช้ภูมิสารสนเทศเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมและภัยพิบัติ

Structure and composition of earth, global change, natural disasters, natural resources and the environment, environmental management and sustainable development, human adaptation to natural disasters and environmental changes, The application of geo-informatics for environmental and disaster management.

0020119 พลังมหัศจรรย์แห่งจิต 2(1-2-3)

Miraculous Power of Mind

ปรากฏการณ์พลังทางจิต รวบรวมข้อมูลและเรียนรู้ปรากฏการณ์พลังต่าง ๆ ที่เกิดจากจิตมนุษย์ การฝึกพลังจิตต่าง ๆ ให้เป็นที่ประจักษ์ชัดตามกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ด้วยระบบดิจิทัลสารสนเทศ เครื่องมือวิทยาศาสตร์ที่สนับสนุนการวัดพลังจิตและอารมณ์ของมนุษย์

Psychological phenomena in science and Buddhism, methods of training psychic powers in various ways, measuring the Aura energy in the human body, psychic benefits in daily life, scientific equipment supporting power of mind assessment.

0020120 การแก้ไขความขัดแย้งด้วยสันติวิธี 2(1-2-3)

Conflict Resolution through Peaceful Means

แนวคิดและทฤษฎีความขัดแย้ง สันติภาพ สันติวิธี การป้องกันความขัดแย้งที่รุนแรง การวิเคราะห์ความขัดแย้ง และความรุนแรงในระดับบุคคล ชุมชน และระหว่างประเทศ แนวทางสันติวิธีในการแก้ปัญหาที่คุกคามสันติภาพ

Concept and theory of conflict, peace, violent conflict prevention, conflict and violence analysis in personal, community and international levels, model of peaceful means in solving peace-threatening problem.

0020121 สิทธิ หน้าที่ และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น 2(1-2-3)

Rights, Duties, and Participatory in Local Development

ปรัชญา แนวคิดเกี่ยวกับสิทธิและหน้าที่ การเมืองและการปกครองแบบมีส่วนร่วม สิทธิหน้าที่ พัฒนาการการปกครองท้องถิ่นไทย รูปแบบการบริหารและการจัดองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ปัญหาและอุปสรรค แนวทางแก้ไขและทิศทางแนวโน้มการปกครองท้องถิ่นไทย

Philosophy, concepts related rights and duties, politics and participatory governance, rights, duties, and development of local government in Thailand, model of administration and management of local government organizations, problem, obstruction and solution trends of Thai local administration.

0020122 ระบบราชการไทย 2(1-2-3)

Thai Bureaucratic Administration

การบริหารราชการส่วนกลาง ส่วนภูมิภาคและส่วนท้องถิ่น การรวมอำนาจ การกระจายอำนาจ หน้าที่ของหน่วยงานราชการ องค์กรอิสระ รัฐวิสาหกิจ การแปรรูปรัฐวิสาหกิจ เจ้าหน้าที่ของรัฐ รายได้และรายจ่ายของรัฐบาล รัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ การบริการประชาชนแบบอิเล็กทรอนิกส์ การรับฟังเสียงของประชาชน การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชน

Central, regional, and local administration, centralization, decentralization, duties of bureaucratic units, independent organizations, privatization, government officials, government revenues and expenditure, e- government, e- service, public hearing, and public information awareness.

0020123 สุขกับชีวิตด้วยจิตวิทยา 2(-12-3)

Good Life Through Psychology

การพัฒนาคุณภาพชีวิต พัฒนาตนเองตามศักยภาพ การปรับตัวให้ชีวิตมีความสุขแบบสมดุล การวางแผนชีวิต การสร้างมนุษยสัมพันธ์ การพัฒนาภาวะผู้นำ การจัดการภาวะวิกฤตของชีวิต การพัฒนาตัวเองด้วยการเรียนรู้ตลอดชีวิต

Life quality development, self-development, adjustment for balance and happy life, life- planning, human- relationship development, leadership, life- crisis management, lifelong learning for self-development.

(3 กลุ่มวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม

0030106 เกษตรเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต 2((3-2-1

Agriculture for Quality of Life Development

วิถีชีวิตกับการเกษตร ประโยชน์และประเภทของการเกษตร การเกษตรกับสภาพภูมิอากาศ การประยุกต์วัสดุทางการเกษตรเพื่อส่งเสริมสุขภาพ การเกษตรเพื่องานอดิเรก การเกษตรเพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน การแก้ปัญหาผลผลิตทางการเกษตรด้วยนวัตกรรมและการแปรรูป และการเพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตร

Way of life and agriculture, benefits and classification of agriculture, agriculture and climate, applying of agricultural materials to promote health, agriculture for hobby, agriculture for driving the community economy, problem solving in agricultural products with innovation and processing, agriculture product value added.

0030107 เทคโนโลยีและการสร้างสรรค์นวัตกรรม 2(-12-(3
Technology and Creative Innovation

ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยี การเลือกและประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต การสร้างสรรค์นวัตกรรมที่เหมาะสมกับบริบทสังคมและการเปลี่ยนแปลง

Knowledge, understanding related technology, selecting and applying to improve the quality of life to creating suitable innovations for social context and changes.

0030108 สุขภาพดี ชีวิตดี 2((3-2-1
Good Health Good Life

ความรู้พื้นฐานด้านสุขภาพ ความสำคัญและมิติทางสุขภาพ การดูแลสุขภาพของแต่ละช่วงวัย หลักการใช้ยาสามัญประจำบ้าน ยาแผนปัจจุบัน ยาแผนโบราณ และผลิตภัณฑ์สุขภาพในชีวิตประจำวัน การใช้ยาในทางที่ผิด เพศศึกษา ความรู้เกี่ยวกับสารเสพติด บุหรี่และยาสูบ การดูแลสุขภาพจิต นวัตกรรมและเทคโนโลยีทางสุขภาพ

Basic knowledge of health, importance and dimension of health, health care of life stages, principles of common household medicine, modern medicine, traditional medicine and health products used in daily life, drug abuse, sex education, knowledge related tobacco and cigarette, mental health care, health innovation and technology.

(4 กลุ่มสหวิทยาการและการจัดการ

0040103 การประกอบการสมัยใหม่ 2(1-2-3)
Modern Entrepreneurship

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการ การแสวงหาโอกาสและการรับมือทางธุรกิจในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลง บูรณาการความรู้ด้วยศาสตร์ด้านการจัดการกับการบริหารธุรกิจ กลยุทธ์สำหรับผู้ประกอบการ และ การจัดการธุรกิจขนาดเล็ก

Concept and theory creating entrepreneurial, searching for opportunities and dealing with business in a change age integrate knowledge with the science of management and business administration, strategies for entrepreneurs and small business management.

0040104 การตลาดชาญฉลาด 2((3-2-1
Smart Marketing

แนวคิดและทฤษฎี การแข่งขันทางการตลาดในโลกปัจจุบัน พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การสร้างตราสินค้า การจัดการตลาดยุคใหม่ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ การตลาดเพื่อธุรกิจชุมชน

Concept and theory of marketing competitiveness analysis, applying psychology on consumer behavior, market segmentation, targeting, product positioning, branding, modern business management, modern marketing management through online and offline, marketing for community business.

0040105 สังคมไทยในยุคดิจิทัล 2(1-2-3)
Thai Society in Digital Era

แนวคิด ความหมายและความสำคัญของสังคมยุคดิจิทัล การเปลี่ยนแปลงของสังคมไทยสู่สังคมยุคดิจิทัล การรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลและเครือข่ายสังคมออนไลน์ ความเข้าใจและทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในเชิงสร้างสรรค์ การเรียนรู้และการปรับตัวในยุคดิจิทัลผ่านกระบวนการทางสังคม ความตระหนักรู้ในคุณธรรมและจริยธรรมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

Concept, definition information with digital media and social networks, the change of Thai society to a digital age society, understanding and skills in using creative digital technology, learning and adaptation in the digital age through social processes, awareness of morals and ethics in the use of digital technology.

0040106 ออกแบบการเล่าเรื่องในสื่อดิจิทัล 2((3-2-1
Storytelling Design Digital in Media

การเล่าเรื่องผ่านเนื้อหาในรูปแบบการเล่าเรื่องด้วยภาพ วีดิทัศน์ เสียง บทสนทนา และผ่านเทคนิคต่าง ๆ บนแพลตฟอร์มในสื่อดิจิทัลที่หลากหลาย

Storytelling through various forms of content storytelling, telling a story by video, voice, dialogue and various production techniques for platforms in digital media.

0040107 เกมการศึกษาเพื่อความเป็นพลเมือง 2((3-2-1
Educational Games for Citizenship

ความสำคัญของเกมการศึกษาและความเป็นพลเมือง ประเภทของเกมการศึกษา แนวทางการออกแบบเกมการศึกษาเพื่อพัฒนาคุณลักษณะของพลเมือง การใช้สื่อ เทคโนโลยี และนวัตกรรมด้านเกมการศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นพลเมือง การทดลองจัดกิจกรรมเกมการศึกษาเพื่อความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย

Importance educational games and citizenship, types of educational games, guidelines of educational games design to develop characteristics of citizen; using media technology, and innovation on educational games to develop citizenship, educational games activities management for citizenship in democratic regime.

0040108 การพัฒนาทักษะชีวิตด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม 2(1-2-3)
Life Skills Development through Social Engineer Process

แนวคิดเกี่ยวกับทักษะชีวิต แนวคิดวิศวกรสังคม เครื่องมือวิศวกรสังคม การส่งเสริมให้เกิดทักษะชีวิตด้วยเครื่องมือวิศวกรสังคมผ่านกระบวนการโค้ช ภาคีเครือข่ายและภาคีหุ้นส่วนในกระบวนการวิศวกรสังคม ฝึกปฏิบัติการพัฒนาทักษะชีวิตโดยใช้เครื่องมือวิศวกรสังคมในพื้นที่เป้าหมาย

Importance educational games and citizenship, types of educational games, guidelines of educational games design to develop characteristics of citizen; using media technology, and innovation on educational games to develop citizenship, educational games activities management for citizenship in democratic regime.

2. หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า 94 หน่วยกิต

2.1) กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ 21 หน่วยกิต

3541103 หลักการตลาดและเทคโนโลยีเบื้องต้นทางการตลาด 3(3-0-6)

Principles of Marketing and Basic Marketing Technology

ความหมาย แนวคิด บทบาท หน้าที่ และความสำคัญของการตลาด สิ่งแวดล้อมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมทางการตลาด ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด เทคโนโลยีทันสมัยที่นำมาใช้ทางการตลาด และ จรรยาบรรณทางการตลาด

Meaning, concept, role, function and importance of marketing. Marketing environment, consumer behavior, market segmentation, target market selection, product Positioning. Marketing mix, products, pricing, distribution channels, marketing promotion. Modern technology used in marketing and marketing ethics.

3561108 องค์การและการจัดการ 3(3-0-6)

Organization and Management

แนวคิดพื้นฐาน ลักษณะโครงสร้างขององค์การ หลักการจัดการ หน้าที่ในการจัดการ กระบวนการจัดการ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ สภาพแวดล้อมทางการจัดการ วัฒนธรรมองค์การ และความรับผิดชอบต่อสังคม รวมทั้งการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการจัดการองค์การ

Fundamental concepts, structural organization, principles management, functional management and management process in order to achieve the goals, management environment, corporate culture and social responsibility including in applied the Sufficiency Economy Philosophy to manage in organization.

3561109 กฎหมายธุรกิจและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้ประกอบการ 3(3-0-6)

Business Laws and Electronic Commerce Law for Entrepreneur

หลักกฎหมายเบื้องต้นในการประกอบธุรกิจและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ความหมาย ที่มาและประเภทของกฎหมาย กฎหมายว่าด้วยธุรกิจและอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ การจัดตั้งนิติบุคคล การดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และความรับผิดชอบทางกฎหมายของธุรกิจ โดยคำนึงถึงจรรยาบรรณควบคู่ไปกับหลักกฎหมาย การประกอบธุรกิจที่ทันต่อการเปลี่ยนแปลง และการเป็นผู้ประกอบการที่ดี

Basic legal principles in conducting business and electronic commerce in line with the origin and types of laws, business law, and other things related to business establishment of a legal entity conducting electronic commerce business and its legal responsibilities taking into account the code of ethics, coupled with the law in business operations to keep pace with changes and to be a good entrepreneur.

3561206 การบัญชีและการเงินสำหรับผู้ประกอบการ 3(2-2-5)

Accounting and Finance for Entrepreneur

แนวคิดเกี่ยวกับการบัญชี การวางแผนทางการเงิน การตรวจสอบและวิเคราะห์สถานการณ์ทางการเงิน การวิเคราะห์ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางการเงิน และการบริหารจัดการการเงินอย่างมีประสิทธิภาพ

Accounting concepts, financial planning, auditing and analysis of financial situation, the analysis and applying financial technology and efficiency in financial management.

3562317 การจัดการการผลิตและการดำเนินงาน 3(3-0-6)

Production and Operation Management

ความสำคัญของการจัดการการผลิตและการดำเนินงาน บทบาทหน้าที่ทางการจัดการการผลิตและการดำเนินงาน ผลิตภาพในยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงสู่อุตสาหกรรม 4.0 กระบวนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ การพยากรณ์ยอดขาย การเลือกทำเลที่ตั้งและการวางผัง การวิเคราะห์ต้นทุน การจัดตารางการผลิตและการวางแผนกำลังการผลิตและการดำเนินงาน และการควบคุมคุณภาพ

The importance of production and operations management, management roles production and operation, productivity in the era of industrial 4.0 transformation process design and product development. Using digital technology to add value to goods and services, sales forecasting, location selection and planning cost analysis. Production scheduling, capacity planning, operations and quality control.

3562407 การจัดการทุนมนุษย์ 3(3-0-6)

Human Capital Management

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการทุนมนุษย์ บทบาทหน้าที่ของการจัดการทุนมนุษย์ กระบวนการจัดการทุนมนุษย์ แรงงานสัมพันธ์และความปลอดภัยในการทำงาน ระบบสารสนเทศการจัดการทุนมนุษย์ การพัฒนาทุนมนุษย์สู่ยุคดิจิทัลเพื่อความก้าวหน้าในชีวิตและการทำงาน

Theoretical concepts of human capital management. Roles and Duties of Human Capital Management, human capital management process Labor relations and safety at work Human capital management information system. Human capital development towards the digital era for advancement in life and work.

3591113 เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น 3(3-0-6)

Introductions to Economics

ลักษณะและขอบเขตของวิชาเศรษฐศาสตร์ พื้นฐานของระบบเศรษฐกิจ อุปสงค์ อุปทาน และการบริโภค การผลิต การกำหนดราคา พฤติกรรมของผู้บริโภค ต้นทุน รายได้และดุลยภาพของผู้ผลิต ตลาดประเภทต่างๆ รายได้ประชาชาติ การออม การลงทุน การเงิน การคลังและการธนาคาร ของภาคเอกชนและรัฐบาล

Nature and scope of economics Fundamentals of economic system, demand, supply and consumption, production, pricing, consumer behavior, cost, income and producer equilibrium. Different types of markets, national income, savings, investments, finance, finance and banking. of the private sector and government.

2.2) กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน **ไม่น้อยกว่า** **66** **หน่วยกิต**

2.2.1) วิชาบังคับ **48** **หน่วยกิต**

3541102 ภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด 1 **3(2-2-5)**

English for Marketer 1

Vocabulary development and verbal and written communication skills needed for Marketing listening and reading texts, articles, journals, and authentic materials related to Marketing ; presentation and taking notes skills using abbreviations, symbols, graphic organizers and outlines; communicative skills in English in order to promote Marketing

3541202 ภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด 2 **3(2-2-5)**

English for Marketer 2

Development of listening, speaking, reading and writing skills in Marketing with the emphasis on listening to lectures, participating in group discussion, giving presentations, reading articles and researches, making summaries, and writing reports; and practice of communicative skills in English in order to promote Marketing

3541303 การจัดการค้าปลีกสมัยใหม่ **3(2-2-5)**

Modern Retailing Management

แนวคิด หลักการ ความหมาย บทบาทและความสำคัญของการค้าปลีกสมัยใหม่ รูปแบบ การเลือกทำเลที่ตั้ง และการออกแบบผังร้านค้า การบริหารจัดการในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ตลอดจนแนวโน้มการจัดการค้าปลีกในยุคดิจิทัล นำเสนอด้วยโครงงานร้านค้าปลีกในยุคดิจิทัลหรือฝึกปฏิบัติการพัฒนารูปแบบการค้าปลีกในยุคดิจิทัล

Concepts, principles, role, meaning, role and importance of modern retail layout, location selection and store layout design, management in modern retail stores, as well as retail management trends in the digital age. Present with retail projects in the digital age or practice the development of retail models in the digital age.

3542105 พฤติกรรมผู้บริโภค **3(3-0-6)**

Consumer Behavior

แนวคิด และหลักการ การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค วิเคราะห์แนวโน้มเชิงลึกยุคดิจิทัล ที่แสดงออกมาแตกต่างกันอยู่บนพื้นฐานการศึกษาตามหลักแนวคิดและทฤษฎีทางจิตวิทยาในรูปแบบของปัจจัยภายใน แรงจูงใจ ความต้องการ การเรียนรู้ การรับรู้ ความจำและเจตคติ และปัจจัยภายนอก ส่วนประสมทางการตลาด อิทธิพลจากแหล่งที่ใช้อ้างอิงที่มีอิทธิพล ครอบครัว ค่านิยม และวัฒนธรรม ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และสิทธิของผู้บริโภคและการคุ้มครองผู้บริโภค

Concepts, principles, consumer Behavior Study Analysis of in-depth trends in the digital age that are expressed differently is based on conceptual and psychological theoretical studies in the form of internal factors. Motivation, need, learning, perception, memory and will, and external factors Marketing Compound Influence from influential reference sources Family, values and culture, which influence consumers' purchasing decisions. and consumer rights and consumer protection.

3542110 การจัดการผลิตภัณฑ์ 3(3-0-6)

Product Management

แนวคิดเกี่ยวกับนโยบายและกลยุทธ์การจัดการผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ การบริหารตราสินค้าให้มีคุณค่า การบริหารสายผลิตภัณฑ์ การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การพัฒนากลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ สาเหตุและการหลีกเลี่ยงความล้มเหลวของการจัดการผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดอื่นให้สอดคล้องกับ กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์

Concepts of product management policies and strategies, product design, valuable brand management, product line management, product positioning, new product development Developing marketing strategies in line with the product lifecycle Causes and avoidance of product management failures, as well as the designation of another marketing compound strategy in accordance with the product strategy.

3542111 การจัดการราคาและต้นทุนทางการตลาด 3(3-0-6)

Pricing and Marketing Cost Management

ความหมาย ความสำคัญของราคา และวัตถุประสงค์ในการกำหนดราคา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการตั้งราคา โครงสร้างราคาในช่องทางการจัดจำหน่าย กลยุทธ์การตั้งราคา การวิเคราะห์ต้นทุนเพื่อการตัดสินใจทางการตลาด จริยธรรมการตั้งราคา

Meaning, price importance, and pricing objectives. Factors influencing pricing decisions, price structure in distribution channels, pricing strategies, cost analysis for marketing decisions, and pricing ethics.

3542309 การจัดการช่องทางการตลาดและโซ่อุปทาน 3(3-0-6)

Marketing Channels and Supply Chain Management

แนวคิดการจัดการระบบช่องทางการตลาด การวิเคราะห์และควบคุม ระบบต้นทุนในการกระจายสินค้า การเลือกช่องทางทางการตลาด การวางแผนการพัฒนาช่องทางการตลาด การบริหารคลังสินค้า กระบวนการบริหารสมาชิกในช่องทางการตลาด การพิจารณาช่องทางการตลาดใหม่ แนวคิดการจัดการโซ่อุปทาน และการประสานงานในโซ่อุปทาน

Marketing channel management concept. Analysis and control, distribution cost system, choosing a marketing channel, marketing channel development planning, warehouse management. The process of managing members in marketing channels. New marketing channels. Supply chain management concept and coordination in the supply chain.

3542403 การสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการ 3(2-2-5)

Integrated Marketing Communication

แนวคิด และหลักการสื่อสารทางการตลาด การวิเคราะห์ปัจจัยที่ใช้ในการใช้สื่อทางการตลาดและกลยุทธ์ การเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสาร การสื่อสารดิจิทัลการตลาดเพื่อการรับรู้ในตราสินค้าและสร้างตราสินค้า การสื่อสารการตลาดในยุคดิจิทัล การวัดและประเมินผลการสื่อสารทางการตลาด
การฝึกปฏิบัติเพื่อการวางแผนการสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการดิจิทัล

Marketing communication concepts and principles analysis of factors used in the use of marketing materials and strategies. Choosing a communication tool, digital communications, marketing for brand awareness and branding. Marketing communications in the digital age measuring and evaluating marketing communications. Walkthrough for digital Integrated, marketing communication planning.

3543109 การจัดการการตลาดสมัยใหม่ 3(3-0-6)

Modern Marketing Management

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการด้านการตลาดสมัยใหม่ สภาพแวดล้อมทางการตลาด ความสำคัญของข้อมูลทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การตัดสินใจเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด การวางแผน การกำหนดกลยุทธ์ การปฏิบัติตามแผน และการควบคุมทางการตลาด แนวโน้มเพื่อการจัดการการตลาดในอนาคต

Concepts of modern marketing management, market environment analysis, importance of marketing information, consumer behaviors, market segmentation, targeting the market product positioning, analysis for marketing mix decisions Planning, strategy assignment, plan compliance and marketing controls. Trends for future marketing management.

3543110 กลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่ 3(2-2-5)

Modern Marketing Strategies

แนวคิด ความสำคัญของกลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่ในยุคดิจิทัล การบูรณาการกลยุทธ์การตลาด การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดต่อการเปลี่ยนแปลง สภาพแวดล้อมทางการตลาด กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญ นวัตกรรมทางการตลาดสมัยใหม่ การวิเคราะห์การพัฒนาและประยุกต์ใช้กลยุทธ์การตลาดในธุรกิจจริง การตรวจสอบและประเมินผลภายใต้หลักจริยธรรมทางการตลาดและความรับผิดชอบต่อสังคม

Concepts, importance of modern marketing strategies in the digital age. Marketing Strategy Integration defining marketing strategies for change. Market environment analysis, marketing strategies that are important and affect the success of your business. Modern marketing innovations, analysis of the development and application of marketing strategies in real business, as well as monitoring and evaluating under marketing ethics and social responsibility.

3543111 การจัดการตราสินค้า 3(2-2-5)

Brand Management

แนวคิด ความหมาย ความสำคัญ และส่วนประกอบของตราสินค้า ความสัมพันธ์ของตราสินค้า คุณค่าตราสินค้า องค์ประกอบของคุณค่าตราสินค้า การรับรู้ในตราสินค้า การสร้างภาพลักษณ์ของตราสินค้า ความภักดีต่อตราสินค้า การวัดผลลัพธ์ของคุณค่าตราสินค้า การบริหารจัดการตราสินค้า การกำหนดกลยุทธ์ การวางตำแหน่งทางการตลาดของตราสินค้า การบูรณาการการสื่อสารทางการตลาดเพื่อสร้างคุณค่าตราสินค้า การวิเคราะห์และฝึกปฏิบัติ การจัดการตราสินค้ากับสถานการณ์ทางการตลาด

Concepts, meaning, importance and components of brands, brand relationships, brand values elements of brand value brand awareness, brand image creation, brand loyalty, measurement of brand value results, brand management, strategy determination, brand marketing positioning, and integration of marketing communications for brand value creation. Analysis and practice brand management with market situations.

3543112 การวางแผนการตลาด 3(2-2-5)

Marketing Plan

แนวคิด ความหมาย ความสำคัญ กระบวนการการวางแผนทางการตลาดและการเขียนแผนการตลาดอย่างเป็นขั้นตอน วิเคราะห์สถานการณ์ วิเคราะห์คู่แข่งขัน วิเคราะห์สินค้าและบริการ การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด กลยุทธ์การตลาด แผนการดำเนินงาน แผนการเงินและแผนการตลาด เครื่องมือส่วนกลางสำหรับอำนวยการและประสานงาน โปรแกรมเกี่ยวกับการปฏิบัติตามแผน การควบคุมการปฏิบัติงาน การวัดผลให้เป็นไปตามแผน การฝึกปฏิบัติการเขียนแผนการตลาดและการนำเสนอแผนการตลาดทั้งในออน์ไลน์ และออฟไลน์

Concepts, meaning, importance. The process of planning marketing and writing a step-by- step marketing plan Analyzing the situation, competitors, products, services, and market opportunities. Marketing Strategies Operational plans, financial and marketing plans, centralized tools for directorship and coordination. Operational control, planned measurement, marketing plan writing practices and marketing plan presentations both on-line and offline.

3543113 การตลาดดิจิทัล 3(2-2-5)

Digital Marketing

แนวคิด ความสำคัญและพัฒนาการของการตลาดดิจิทัล การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ e-marketing , e-payment การกำหนดตลาดเป้าหมาย เครื่องมือและเทคโนโลยีที่ใช้ในการสนับสนุนการทำการตลาดดิจิทัล การรักษาความปลอดภัย กระบวนการธุรกรรมตลาดดิจิทัล กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล การประเมินผลทางการตลาดดิจิทัล กฎหมายและพระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้อง ปัญหาและอุปสรรคในการทำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์และสื่อดิจิทัล และจริยธรรมในการทำการตลาดดิจิทัล

Concepts, importance and development of digital marketing. Analyze the online consumer behavior marketing environment, e-marketing, e-payment, tools and technologies used to support digital marketing. Security digital marketplace, transaction process digital, marketing strategies evaluation of digital marketing, applicable laws and acts, problems and obstacles in electronics and digital media and digital marketing ethics.

3544105 การตลาดโลก 3(3-0-6)

Global Marketing

หลักการ แนวคิด ความสำคัญของการตลาดโลก สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง กฎหมาย วัฒนธรรมและเทคโนโลยี และปัจจัยสำคัญอื่นๆ ที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ การจัดการฐานข้อมูลทางการตลาดสากล การค้าและการกีดกันทางการค้า พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนทางการตลาด การเลือกกลุ่มเป้าหมายและการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ระดับโลก ส่วนประสมทางการตลาด กลยุทธ์และปัจจัยที่มีผลกระทบ เพื่อการตัดสินใจในการเข้าสู่ตลาดโลก

Principles, concepts and importance of global marketing economic, social, political, legal, cultural and technological environments, and other important factors that affect business operations. Global marketing database management trade and trade barriers, consumer behavior marketing segmentation, target audience selection and global product positioning, marketing mix strategies and impact factors for the decision to enter the global market.

3544901 สัมมนาทางการตลาด 3(2-2-5)

Seminar on Marketing

การวิเคราะห์ประเด็นสำคัญและสถานการณ์ปัจจุบัน ที่มีผลกระทบต่อการตลาด การมุ่งเน้นการตลาด ศักยภาพทางการตลาด นวัตกรรมทางการตลาด การจัดการการตลาดสมัยใหม่ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ การจัดการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ จริยธรรมทางการตลาด ความรับผิดชอบต่อสังคมทางการตลาด

Analysis of key points and current situations affecting marketing. Focus on marketing, market potential, marketing innovation, modern marketing management, customer relationship management, integrated marketing communication management, marketing ethics, social responsibility marketing.

3544902 การวิจัยการตลาดเบื้องต้น 3(2-2-5)

Introduction to Marketing Research

ความหมาย ความสำคัญ ของการวิจัยตลาด ประเภทของการวิจัยการตลาด กระบวนการวิจัยตลาด ประเด็นวิจัยทางการตลาด การกำหนดปัญหาและวัตถุประสงค์ของการวิจัยตลาด แหล่งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ การทบทวนวรรณกรรม การอ้างอิงที่ถูกต้อง เทคนิคการสุ่มตัวอย่าง ขั้นตอนการพัฒนาเครื่องมือวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพ การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ การเขียนรายงานการวิจัย รวมถึงการนำเสนอผลงานวิจัย

Meaning, importance of marketing research, types of marketing research, marketing research process, marketing research issues determination of the problems and objectives of marketing research. Primary and secondary resources review valid references, sampling techniques stages of development of research and quality inspection, tools data analysis with statistically ready-made programs for social science research writing research reports, including presenting research results.

2.2.2) วิชาเลือกเรียน ไม่น้อยกว่า 18 หน่วยกิต

3542310 การขายโดยบุคคล 3(2-2-5)

Personal Selling

แนวคิดและบทบาทหน้าที่ของการขายโดยบุคคล องค์ประกอบพื้นฐานเกี่ยวกับการขาย กระบวนการขาย ศิลปะการขาย พฤติกรรมและเหตุจูงใจในการซื้อของลูกค้า และเทคนิคในการแก้ปัญหาต่าง ๆ เกี่ยวกับลูกค้า ถอดบทเรียนด้านการขายจากบุคคลที่ประสบความสำเร็จ ทั้งตลาดออนไลน์ และออฟไลน์

Concepts and roles of sales by person. Basic sales elements, sales process, art of sales, customer behaviors and motivation and techniques for solving customer problems with customers, sales lessons from successful individuals. Both on-line and offline markets.

3543104 การตลาดบริการ 3(2-2-5)

Service Marketing

แนวคิด ความหมาย ความสำคัญ ประเภทของตลาดบริการ ลักษณะเฉพาะของตลาดบริการ วิเคราะห์สถานการณ์ พฤติกรรมผู้บริโภค กำหนดส่วนประสมทางการตลาดบริการ การจัดการคุณภาพสำหรับธุรกิจบริการ (SERVQUAL) การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และรักษาลูกค้า รวมทั้งการวางแผนการตลาดและกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับในการประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจบริการธุรกิจ

Concepts, meaning, importance, type of service market, peculiarities of the service market. Analyze the situation, consumer behaviors, define service marketing spheres, quality management for service businesses (SERVQUAL) , building customer relationships and retaining

customers, as well as planning marketing and formulating appropriate strategies for application in business services.

3543114 การตลาดชุมชน 3(2-2-5)

Community Marketing

แนวความคิดและความเข้าใจเกี่ยวกับชุมชน ธุรกิจชุมชน และวิสาหกิจชุมชน การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การจัดการส่วนประสมทางการตลาด การประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนทั้งที่เป็นสินค้าและบริการ การนำแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้

Community concepts and understanding business and community enterprises. Marketing environment analysis, targeting the market, consumer behavior analysis, new product development, marketing segment management. Applying to community products as products and services, as well as applying the Sufficiency Economy Philosophy concept.

3543115 การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 3(2-2-5)

Social and Environment for Marketing

แนวความคิดทางการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม วิเคราะห์และระดมความคิดเกี่ยวกับปัญหาทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลง ความสำคัญต่อการปรับส่วนประสมทางการตลาดให้สอดคล้องกับการตื่นตัวของผู้บริโภค การจัดการ ทางการตลาดเพื่อการอนุรักษ์และรักษาสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและทางสังคม การตลาดสีเขียว และแนวทางการแก้ไขโดยใช้เครื่องมือทางการตลาด

Concepts marketing ideas for the environment, analyze and brainstorm ideas about changing market issues. Importance for aligning market segments with consumer awakening. Marketing management for the conservation and preservation of the natural and social environment, green marketing, and solutions using marketing tools.

3543116 การตลาดเพื่อการท่องเที่ยว 3(2-2-5)

Marketing for Tourism

แนวคิด ความหมาย ความสำคัญและองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว การกำหนดตลาดเป้าหมาย และพฤติกรรมผู้บริโภคในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว วิเคราะห์สถานการณ์และสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน การวางแผนและการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว และการจัดรูปแบบโครงการท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล

Concept, meaning, importance and components of the tourism industry. Tourism marketing mix, target market determination and consumer behavior in the tourism industry, situation and the competitive environment, analysis, planning and formulating tourism marketing strategies and the formatting of tourism projects in the digital age.

3543117 การบัญชีสำหรับนักการตลาด 3(2-2-5)

Accounting for Marketers

การวิเคราะห์ต้นทุนและค่าใช้จ่ายของกิจการ วิเคราะห์งบกำไรขาดทุน เปรียบเทียบต้นทุนขายสินค้า เปรียบเทียบสัดส่วนค่าใช้จ่ายบริหาร วิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไรของสินค้า การบริหารความเสี่ยงจากการจำหน่ายสินค้า การวางแผนด้านภาษี วิเคราะห์รายงานทางการเงินเพื่อการจำหน่ายสินค้า เข้าใจต้นทุน โครงสร้างราคา การวิเคราะห์ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อการตัดสินใจ การประยุกต์ใช้ข้อมูลทางการบัญชีในการวางแผนควบคุมกำไร

Analysis of costs and expenses of the enterprise. Analyze income statement. Compare cost of goods, sold comparison of administrative expenses. Analyze the profitability of the product. Risk management from selling products, tax planning analyzing financial reports for merchandising, understanding costs, price structure analyzing, accounting data for decision making, application of accounting information in profit control planning.

3543202 เทคนิคการนำเสนอด้านการตลาด 3(2-2-5)

Presentation Technique for Marketing

แนวคิด หลักการการนำเสนอ กระบวนการและรูปแบบการนำเสนอด้านการตลาดในสถานการณ์จริงทางธุรกิจ การวางแผนกลยุทธ์ในการนำเสนอ การเลือกใช้เครื่องมืออุปกรณ์ในการนำเสนอ การจัดทำสื่อเทคโนโลยีมัลติมีเดียเพื่อใช้ในการนำเสนอ

Concepts, principles of presentation. The process and format of presentation in the right marketing work in real business situations. Strategic planning in presentations, choosing a presentation device tool, creating multimedia technology materials for presentation purposes.

3543203 เทคนิคการวิเคราะห์ปัญหาทางการตลาดอย่างครบวงจร 3(2-2-5)

Comprehensive Analysis of Marketing Problems

การฝึกปฏิบัติ วิเคราะห์พร้อมกับนำเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาทางการตลาดอย่างรอบด้าน โดยใช้ข้อมูลเชิงลึกจากการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การรับรู้ตราสินค้า และการวิเคราะห์โอกาสในการสร้างนวัตกรรมทางการตลาด โดยใช้เครื่องมือการตลาดที่เป็นปัจจุบันในการวิเคราะห์ปัญหา การวิเคราะห์ขีดความสามารถทางการตลาดของธุรกิจและผู้รับผิดชอบ การใช้เทคนิคการการตลาดแบบรู้ใจผู้บริโภค และวิธีการปิดช่องว่างทางการตลาดเพื่อเพิ่มโอกาสในการแข่งขัน การวางแผนและนำไปปฏิบัติในงบประมาณที่จำกัดและเข้าถึงผู้บริโภคอย่างเหมาะสม เพื่อให้ธุรกิจสามารถสร้างความเจริญเติบโตและแข่งขันทางการตลาดได้

Practice, analyze, and offer a comprehensive approach to marketing solutions using insights from consumer behavior analysis. Brand awareness and market innovation opportunity analysis by using up-to-date marketing tools to analyze problems. Analysis of the market capabilities of businesses and those responsible. Using consumer-aware marketing techniques and ways to close market gaps to increase competitive opportunities, planning and implementing a tight budget and reaching consumers appropriately to enable businesses to grow and compete in the market.

3543204 การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด 3(2-2-5)

Marketing Data Analysis

แนวคิด ความหมาย ความสำคัญ ของการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด การวิเคราะห์ข้อมูลการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน กระบวนการในการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด ประเภทของการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด ขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ทางการตลาดเพื่อเก็บข้อมูล ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด กรณีศึกษา

Concept, meaning, importance of market data analytics. Current consumer behavior change data, The process of analyzing market data, types of market data analysis, steps to analyze market data, marketing computer programs for information benefits of market data analytics, case studies.

3543308 อีเวนท์ด้านการตลาด 3(2-2-5)

Marketing Event

แนวคิด ทฤษฎี วิธีการและรูปแบบการจัดกิจกรรมทางการตลาด แบบออนไลน์ และออฟไลน์ บทบาทผู้จัดกิจกรรมทางการตลาด การสร้างกระแสความสนใจของผู้บริโภคต่อสินค้าและบริการ กลยุทธ์การเลือกเครื่องมือการจัดกิจกรรมทางการตลาดที่เหมาะสม เช่น กิจกรรมทางธุรกิจ กิจกรรมบันเทิง กิจกรรมนันทนาการ กิจกรรมด้านกีฬา กิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรม กิจกรรมขององค์กรที่ไม่แสวงหากำไร การบริหารคน การบริหารเครื่องมือในสถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบัน

Concept, theory, methodology and format of marketing activities, both on-line and offline. The role of marketing event organizers to generate consumer interest in goods and services, as well as strategies for choosing the right marketing tools such as business activities, entertainment activities, etc. Recreational activities sports activities, arts and culture activities, nonprofit organizational activities, people management. Tool management in the current market situation.

2.3) กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพหรือสหกิจศึกษา ไม่น้อยกว่า 7 หน่วยกิต

3543801 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด 2(90)

Pre-professional Field Experience in Marketing

แนวโน้ม สภาพการเปลี่ยนแปลงทางการตลาดในหน่วยงานทางธุรกิจ หรือ ชุมชน โดยการใช้กรณีศึกษา หรือ การศึกษาสถานการณ์จำลอง มีการเตรียมความพร้อมทักษะการใช้ภาษา การใช้คอมพิวเตอร์ การใช้เทคโนโลยี และการพัฒนาบุคลิกภาพ สามารถทำงานเป็นทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพ การเสริมสร้างจรรยาบรรณในวิชาชีพการตลาด เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนออกฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

Market changing conditions in business or community units by using case studies or scenario studies are prepared for language skills. Computer use, technology and personality development can work effectively as a team. Strengthening ethics in the marketing profession. To prepare before training professional experience.

3544801 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด 5(450)

Professional Field Experience in Marketing

วิชาบังคับก่อน : การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด

การจัดให้นักศึกษาได้ฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านการตลาดในสถานประกอบการหรือองค์กร ภายใต้การควบคุมดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษาหรืออาจารย์นิเทศ โดยบูรณาการความรู้ที่ได้ศึกษาทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติกับการปฏิบัติจริง จัดให้มีการปฐมนิเทศเกี่ยวกับรายละเอียดในการปฏิบัติตนขณะฝึกงานและปัจฉิมนิเทศเพื่ออภิปรายปัญหาการฝึกประสบการณ์ที่เกิดขึ้น และเสนอแนะแนวทางแก้ปัญหาให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีโดยอาจจัดให้ฝึกประสบการณ์ทั้งหมด หรือฝึกประสบการณ์และทำโครงการพิเศษ

Providing students with professional experience in marketing in an establishment or organization. Under the supervision of an advisor or inservice professor, by integrating knowledge studied both theoretical and practical with practicality. Provide orientation on the details of how you behave during internships and individuals to discuss the problems of practicing experiences and suggest solutions to the problem by arranging to practice all experiences or practice experiences and conduct special projects.

3543802 การเตรียมสหกิจศึกษา 1(45)

Pre-cooperative Education

แนวคิดและปรัชญาสหกิจศึกษา การปรับตัวในสังคม โครงสร้างองค์กร การทางาน งานธุรการในสำนักงาน ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมายแรงงาน การวางแผนชีวิตและอาชีพ การจัดทำโครงการ การเสนอผลงาน การเขียนรายงานวิชาการ การทำประวัติย่อและจดหมายสมัครงาน เทคนิคการสมัครงานและการสอบสัมภาษณ์ ประสบการณ์สหกิจศึกษาสาขาวิชาการตลาดและจริยธรรมในการปฏิบัติงาน

Cooperative concepts and philosophy, social adaptation, organizational structure office administration, introduction to labor law life and career planning, project preparation, presentation of academic report writing, resume and cover letter, job application techniques and interviews cooperative experience in marketing and operational ethics.

3544802 สหกิจศึกษา 6(540)

Cooperative Education

วิชาบังคับก่อน : การเตรียมสหกิจศึกษา

การปฏิบัติงานด้านวิชาชีพตามสาขาวิชาในสถานประกอบการหรือองค์กรผู้ใช้บัณฑิต โดย บูรณาการความรู้ที่ได้จากการศึกษาในหลักสูตรกับการปฏิบัติงานจริงเสมือนหนึ่งเป็นพนักงาน การจัดทำโครงการ และการนำเสนอโครงการตามคำแนะนำของพนักงานพี่เลี้ยง อาจารย์ที่ปรึกษาหรืออาจารย์นิเทศ เพื่อให้เกิดทักษะ องค์ความรู้ในวิชาชีพและคุณธรรม จริยธรรมในวิชาชีพ มีลักษณะนิสัยหรือบุคลิกภาพที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน เพื่อให้เป็นบัณฑิตที่มีคุณสมบัติตรงตามความต้องการของตลาดแรงงานที่พร้อมจะทำงานได้ทันทีเมื่อสำเร็จการศึกษา

Performing professional work according to the discipline in the establishment or graduate user organization by integrating the knowledge gained from the course education with the practical work as one as an employee. Project preparation and presentation of projects according to the recommendations of the nanny staff. Advisors or Inservice teachers to gain skills professional knowledge and morality, professional ethics, character or personality necessary to perform the job in order to be a graduate who meets the needs of the labor market who is ready to work immediately upon graduation.

3. หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

เลือกจากรายวิชาที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร โดยไม่ซ้ำซ้อนกับรายวิชาที่เคยเรียนมาแล้ว และต้องไม่เป็นรายวิชาที่กำหนดให้เรียนโดยไม่นับหน่วยกิตรวมในเกณฑ์การสำเร็จหลักสูตรของสาขาวิชานี้ ซึ่งนักศึกษาสามารถเลือกเรียนได้ตามความถนัดและความสนใจ