หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

Bachelor of Business Administration Program in Marketing

บธ.บ. (การตลาด) B.B.A. (Marketing)

หลักสูตรปรับปรุง พุทธศักราช 2561

ปรัชญา

มุ่งผลิตบัณฑิตให้เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด สามารถบูรณาการศาสตร์ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย นำไปประยุกต์ใช้ได้จริง

วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1. ผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ มีความสามารถ มีทักษะทางการตลาดและความเชี่ยวชาญด้านการตลาด เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการวานแผนและตัดสินใจทางการตลาดสมัยใหม่
2. ผลิตบัณฑิตที่สามารถคิดวิเคราะห์และบูรณาการศาสตร์การตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลโดยอาศัยเทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนการดำเนินงาน มีการใฝ่รู้ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง
3. ผลิตบัณฑิตที่มีคุณธรรม จริยธรรม และส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคม

จำนวนหน่วยกิต

จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตรไม่น้อยกว่า 130 หน่วยกิต

โครงสร้างหลักสูตร

1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	**ไม่น้อยกว่า**	**30**	**หน่วยกิต**
1.1 กลุ่มวิชาบังคับ		27	หน่วยกิต
1.1.1 กลุ่มวิชาภาษา		9	หน่วยกิต
1.1.2 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์		12	หน่วยกิต
1.1.3 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี		3	หน่วยกิต
1.1.4 กลุ่มวิชาสหวิทยาการ		2	หน่วยกิต
1.1.5 กลุ่มวิชาพลานามัย		1	หน่วยกิต
1.2 กลุ่มวิชาเลือก		3	หน่วยกิต
2. หมวดวิชาเฉพาะ	**ไม่น้อยกว่า**	**94**	**หน่วยกิต**
2.1 กลุ่มวิชาแกน		6	หน่วยกิต
2.2 กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ		21	หน่วยกิต
2.3 กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน		60	หน่วยกิต
2.3.1 วิชาบังคับ		42	หน่วยกิต
2.3.2 วิชาเลือก		18	หน่วยกิต
2.4 กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพหรือสหกิจศึกษา		7	หน่วยกิต
3. หมวดวิชาเลือกเสรี	**ไม่น้อยกว่า**	**6**	**หน่วยกิต**

รายวิชา

1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป		**ไม่น้อยกว่า**	**30**	**หน่วยกิต**
1.1 กลุ่มวิชาบังคับ			**27**	**หน่วยกิต**
1) กลุ่มวิชาภาษา			**9**	**หน่วยกิต**
0010101	ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร Thai for Communication			3(3-0-6)
0010201	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน English for Everyday Communication			3(3-0-6)
0010202	ภาษาอังกฤษเพื่อพัฒนาทักษะการเรียน English for Study Skills Development			3(3-0-6)
2) กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์			**12**	**หน่วยกิต**
0020101	การพัฒนาตนและอัตลักษณ์คนพระนคร Self Development and Phranakhon Identity			3(3-0-6)
0020102	คุณค่าแห่งความงาม คุณธรรมและความสุข Aesthetic Value, Virtue, and Happiness			3(3-0-6)
0020103	วิถีไทยและปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง Thai Living and Philosophy of Sufficiency Economy			3(3-0-6)
0020104	กฎหมายในชีวิตประจำวัน Laws in Everyday Life			3(3-0-6)
3) กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี			**3**	**หน่วยกิต**
0030101	ฉลาดคิดทางวิทยาศาสตร์ Smart Thinking with Sciences			3(3-0-6)
4) กลุ่มวิชาสหวิทยาการ			**2**	**หน่วยกิต**
0040101	การตระหนักรู้และปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง Awareness of Change and Adaptation			2(1-2-3)
5) กลุ่มวิชาพลานามัย			**1**	**หน่วยกิต**
0050101	การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ Exercise for Health			1(0-2-1)
1.2 กลุ่มวิชาเลือก			**3**	**หน่วยกิต**

มุ่งให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ศาสตร์ต่าง ๆ นอกเหนือจากศาสตร์ของตนเองตามที่ผู้เรียนสนใจ จำนวนไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต

1) กลุ่มวิชาภาษา		
0010301	ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร Chinese for Communication	3(3-0-6)

0010401	ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสาร Japanese for Communication	3(3-0-6)
0010501	ภาษามลายูเพื่อการสื่อสาร Malay for Communication	3(3-0-6)
0010601	ภาษาเวียดนามเพื่อการสื่อสาร Vietnamese for Communication	3(3-0-6)
0010701	ภาษาพม่าเพื่อการสื่อสาร Burmese for Communication	3(3-0-6)
	2) กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	
0020105	ธรรมาภิบาลกับการป้องกันการคอร์รัปชั่น Good Governance and Corruption Prevention	3(3-0-6)
0020106	โลกร่วมสมัย Contemporary World	3(3-0-6)
0020107	สารสนเทศเพื่อการเรียนรู้ Information for Learning	3(3-0-6)
0020108	สมาธิเพื่อพัฒนาชีวิต Meditation for Life Development	3(3-0-6)
0020109	โลกสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลง Earth, Environment and Change	3(3-0-6)
	3) กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	
0030102	เกษตรเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต Agriculture for Quality of Life Development	3(3-0-6)
0030104	เทคโนโลยีกับการสร้างสรรค์ Technology and Creativity	3(3-0-6)
	4) กลุ่มวิชาวิทยาการจัดการ	
0060101	การประกอบการสมัยใหม่ Modern Entrepreneurship	3(3-0-6)
0060102	องค์กรแห่งความสุข Happy Workplace	3(3-0-6)
2.	**หมวดวิชาเฉพาะ** **ไม่น้อยกว่า** **94** **หน่วยกิต**	
	2.1 กลุ่มวิชาแกน **6** **หน่วยกิต**	
3541102	ภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด 1 English for Marketing 1	3(3-0-6)
3541202	ภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด 2 English for Marketing 2	3(3-0-6)

	2.2 กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	**21**	**หน่วยกิต**
3541103	หลักการตลาดและเทคโนโลยีทางการตลาดเบื้องต้น		3(3-0-6)
	Principles in Marketing and Basic Marketing Technology		
3521107	การบัญชีและการเงินสำหรับธุรกิจ		3(2-2-5)
	Accounting and Finance for Business		
3561108	หลักการจัดการและองค์การ		3(3-0-6)
	Principles of Organization Management		
3561109	กฎหมายธุรกิจและจริยธรรมสำหรับผู้ประกอบการ		3(3-0-6)
	Business Laws and Ethics for Entrepreneur		
3591113	เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น		3(3-0-6)
	Introduction to Economics		
3562317	การจัดการการผลิตและการดำเนินงาน		3(3-0-6)
	Production Management and Operation		
3562407	การจัดการทุนมนุษย์		3(3-0-6)
	Human Capital Management		
	2.3 กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน	**60**	**หน่วยกิต**
	2.3.1 วิชาบังคับ	**42**	**หน่วยกิต**
3542105	พฤติกรรมผู้บริโภค		3(3-0-6)
	Consumer Behavior		
3542110	การจัดการผลิตภัณฑ์		3(3-0-6)
	Product Management		
3542111	การจัดการราคาและต้นทุนทางการตลาด		3(3-0-6)
	Pricing and Marketing Cost Management		
3542309	การจัดการช่องทางการตลาดและโซ่อุปทาน		3(3-0-6)
	Marketing Channels and Supply Chain Management		
3542403	การสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการ		3(2-2-5)
	Integrated Marketing Communication		
3543104	การตลาดบริการ		3(3-0-6)
	Service Marketing		
3543109	การจัดการการตลาดสมัยใหม่		3(3-0-6)
	Modern Marketing Management		
3543110	กลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่		3(3-0-6)
	Modern Marketing Strategies		

3543111	การจัดการตราสินค้า	3(3-0-6)
	Brand Management	
3543112	การวางแผนการตลาด	3(2-2-5)
	Marketing Plan	
3543113	การตลาดดิจิทัล	3(2-2-5)
	Digital Marketing	
3544105	การตลาดโลก	3(3-0-6)
	Global Marketing	
3544904	สถิติและการวิจัยการตลาด	3(2-2-5)
	Statistics and Marketing Research	
3544905	ประเด็นสำคัญทางการตลาด	3(2-2-5)
	Issues in Marketing and Related Topics	

2.3.2 วิชาเลือก ไม่น้อยกว่า 18 หน่วยกิต

3541303	การจัดการค้าปลีกสมัยใหม่	3(2-2-5)
	Modern Retailing Management	
3542310	การขายโดยบุคคล	3(2-2-5)
	Personal Selling	
3543114	การตลาดชุมชน	3(2-2-5)
	Community Marketing	
3543115	การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	3(2-2-5)
	Social and Environment for Marketing	
3543116	การตลาดเพื่อการท่องเที่ยว	3(2-2-5)
	Marketing for Tourism	
3543202	เทคนิคการนำเสนอในงานการตลาด	3(2-2-5)
	Presentation Techniques for Marketing	
3543308	อีเวนท์ด้านการตลาด	3(2-2-5)
	Event Marketing	
3543309	การออกแบบกราฟฟิกและสื่อสร้างสรรค์ทางการตลาด	3(2-2-5)
	Graphic and Creative Media Design in Marketing	

2.4 กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพหรือสหกิจศึกษา	**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 ซึ่งนักศึกษาสามารถเลือกเรียนได้ตามความถนัดและความสนใจและต้องไม่เป็นรายวิชาในสาขาวิชาเอกนั้น

คำอธิบายรายวิชา

1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต

กลุ่มวิชาบังคับ 27 หน่วยกิต

1) กลุ่มวิชาภาษา 9 หน่วยกิต

0010101 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6)

Thai for Communication

ภาษากับการสื่อสาร ลักษณะและความสำคัญของภาษาไทย การใช้กระบวนการทักษะสัมพันธ์ทางภาษา ทักษะการสื่อสารและการสืบค้นเพื่อการเรียนรู้ในชีวิตประจำวันและวิชาชีพ การเรียบเรียงและการนำเสนอสารสนเทศ การอ้างอิงและการเขียนบรรณานุกรม

Language and communication, characteristics and the importance of the Thai language; the use of integration process of language skills; skills of communication and information retrieval for daily living and professional life; writing and presenting information, citing and making references.

0010201 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน 3(3-0-6)

English for Everyday Communication

Development of students' language skills with emphasis on everyday face to face conversations; giving and seeking opinions; using expressions; describing experiences and events; giving reasons and explanations; and narrating books and films.

0010202 ภาษาอังกฤษเพื่อพัฒนาทักษะการเรียน 3(3-0-6)

English for Study Skills Development

Enrichment of students' reading strategies: skimming, scanning and guessing meaning from context; reading comprehension: reading for details, deriving meaning and reading critically; and study skills: note taking, summarizing and paraphrasing for academic readiness.

2) กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 12 หน่วยกิต

0020101 การพัฒนาตนและอัตลักษณ์คนพระนคร 3(3-0-6)

Self Development and Phranakhon Identity

ประวัติความเป็นมาความภาคภูมิใจ และเกียรติยศของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร การปลูกฝังให้ประพฤติตนเป็นตัวอย่างที่ดีตามอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย การเสริมสร้างทักษะในการพัฒนาตนด้านกาย จิต ปัญญา อารมณ์ และสังคม ความเข้าใจตนเองและผู้อื่น ความรับผิดชอบต่อสังคม การตระหนักในการใฝ่รู้และเรียนรู้ตลอดชีวิต และการสร้างความภาคภูมิใจในความเป็น "คนพระนคร"

History, reputation, and prestige of Phranakhon Rajabhat University; cultivating the sense of being good persons representing the identity of the university; fostering development skills in body, mind, intelligence, and social life; understanding of oneself and others; taking responsibility and contributing to society; raising awareness of seeking knowledge and lifelong learning, and formulating pride of being “Phranakhon Citizen”.

0020102 คุณค่าแห่งความงาม คุณธรรมและความสุข 3(3-0-6)

Aesthetic Value, Virtue, and Happiness

การรับรู้สุนทรียภาพในความงามของธรรมชาติ การสร้างสรรค์งานศิลปกรรมของมนุษย์ ความเชื่อ ศาสนา และสังคม บนพื้นฐานแห่งการรับรู้ การมองเห็น การได้ยิน และการเคลื่อนไหวความสามารถในการแสดงออกเชิงสร้างสรรค์งานศิลปกรรม งานดนตรี งานนาฏศิลป์เพื่อการพัฒนาทางอารมณ์สังคมและสติปัญญา และส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม การนำศิลปะมาประยุกต์การแสวงหาความรู้และ การสร้างสรรค์ศิลปะที่นำไปสู่การเข้าใจตนเอง เข้าใจผู้อื่น รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงและดำเนินชีวิตอย่างมีความสุข

Aesthetic perception of natural beauty; human creation of artistic works; beliefs, religion and societal characteristics on the basis of visual, auditory and motion perception; ability to express oneself creatively in arts, music, and dances for developing emotional, social and intellectual and promoting morals and ethics; application of arts, knowledge acquisition and creation of arts leading to understanding of one’s self and others; awareness of changes, and living one’s life happily.

0020103 วิถีไทยและปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

Thai Living and Philosophy of Sufficiency Economy 3(3-0-6)

ลักษณะของวิถีชีวิตไทย วัฒนธรรมประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น หลักคุณธรรมจริยธรรมและธรรมาภิบาลในสังคมไทย จิตสำนึกความเป็นไทย ความเป็นพลเมืองในสังคมประชาธิปไตย ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ทฤษฎีใหม่ การศึกษาตามแนวพระราชดำริและการประยุกต์ใช้

Characteristics of Thai living, culture, tradition, local wisdom, morals, ethics and good governance in Thai society; consciousness of being Thai; citizenship in a democratic society; the philosophy of sufficiency economy; the new theory and royal initiative study and their applications.

0020104 กฎหมายในชีวิตประจำวัน 3(3-0-6)

Laws in Everyday Life

กฎหมายในชีวิตประจำวันที่เกี่ยวข้องกับ การเกิด ครอบครัว ผู้เยาว์ การรับราชการทหาร การหมั้น การสมรส การเลี้ยงดูบุตร ผู้สูงอายุ การตาย มรดกและพินัยกรรม

Laws in everyday life concerning birth, family, youth, military conscription, engagement, marriage, parenting, senior citizenship, death, legacies and testament.

3) กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี **3 หน่วยกิต**

0030101 ฉลาดคิดทางวิทยาศาสตร์ **3(3-0-6)**

Smart Thinking with Sciences

กระบวนการคิดทางวิทยาศาสตร์และการประยุกต์เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตให้สอดคล้องกับความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ทักษะในการตัดสินใจเลือกแนวทางปฏิบัติได้อย่างเหมาะสมในการดำรงชีวิต

Scientific thinking processes and applications to improve the quality of life that meet basic human needs; skills in deciding on the proper course of action to living.

4) กลุ่มวิชาสหวิทยาการ **2 หน่วยกิต**

0040101 การตระหนักรู้และปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง **2(1-2-3)**

Awareness of Change and Adaptation

การตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงของสังคมปัจจุบันในมิติด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อมและเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ การปรับตัวและแก้ปัญหาในการดำเนินชีวิตอย่างรู้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงในสังคมได้อย่างเหมาะสม

Awareness of current social changes in terms of economics, environment, and technology; using of information technology; adapting to changes and solving problems in one’s life appropriately.

5) กลุ่มวิชาพลานามัย **1 หน่วยกิต**

0050101 การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ **1(0-2-1)**

Exercise for Health

ความหมาย ขอบข่าย วัตถุประสงค์และประโยชน์ของการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ หลักการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ การทดสอบความสมบูรณ์ของร่างกาย และกิจกรรมการออกกำลังกาย

Definitions, scope, objectives and importance of exercise for health; principles of exercise; physical fitness tests and exercise activities.

1.2) กลุ่มวิชาเลือก เลือกเรียนไม่น้อยกว่า **3 หน่วยกิต**

มุ่งให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ศาสตร์ต่าง ๆ นอกเหนือจากศาสตร์ของตนเองตามที่ผู้เรียนสนใจ จำนวนไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต

1) กลุ่มวิชาภาษา

0010301 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6)

Chinese for Communication

ทักษะการฟังและพูดภาษาจีนในสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน การบอกวัฒนธรรมประเพณีไทยและวัฒนธรรมจีน

Chinese speaking and listening skills in everyday situations; explaining Thai and Chinese cultures.

0010401 ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6)

Japanese for Communication

ทักษะการฟังและพูดภาษาญี่ปุ่นในสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน การบอกวัฒนธรรมประเพณีไทยและวัฒนธรรมญี่ปุ่น

Japanese speaking and listening skills in everyday situations; explaining Thai and Japanese cultures.

0010501 ภาษามลายูเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6)

Malay for Communication

ทักษะการฟังและพูดภาษามลายูในสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน การบอกวัฒนธรรมประเพณีไทยและวัฒนธรรมมลายู

Malay speaking and listening skills in everyday situations; explaining Thai and Malay cultures.

0010601 ภาษาเวียดนามเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6)

Vietnamese for Communication

ทักษะการฟังและพูดภาษาเวียดนามในสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน การบอกวัฒนธรรมประเพณีไทยและวัฒนธรรมเวียดนาม

Vietnamese speaking and listening skills in everyday situation; explaining Thai and Vietnamese cultures.

0010701 ภาษาพม่าเพื่อการสื่อสาร

Burmese for Communication 3(3-0-6)

ทักษะการฟังและพูดภาษาพม่าในสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน การบอกวัฒนธรรมประเพณีไทยและวัฒนธรรมพม่า

Burmese speaking and listening skills in everyday situations; explaining Thai and Burmese culture.

2) กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

0020105 ธรรมาภิบาลกับการป้องกันการคอร์รัปชั่น 3(3-0-6)

Good Governance and Corruption Prevention

ความหมาย รูปแบบ ลักษณะ แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับธรรมาภิบาลการป้องกัน การคอร์รัปชั่น บทบาทหน่วยงานภาครัฐและเอกชน จิตสำนึกความเป็นพลเมือง การปกครองแบบประชาธิปไตย ระบบอุปถัมภ์ และสิทธิมนุษยชน

0020106 โลกร่วมสมัย 3(3-0-6)

Contemporary World

พัฒนาการของอารยธรรมทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาของโลกตะวันตกและตะวันออก ปัญหาและความขัดแย้งในสังคมโลก แนวทางในการแสวงหาสันติภาพ พัฒนาการความร่วมมือระหว่างประเทศ ระเบียบปฏิบัติ กฎหมาย สถาบัน การรวมกลุ่มและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศในมิติด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วิเคราะห์ปัญหาสถานการณ์โลกปัจจุบัน

Development of civilization in terms of politics, economics, society, arts, and cultures; Eastern and Western wisdom; problems and conflicts of world societies, solutions for peace, the development of international cooperation; rules, laws, institutions; international integrations and relations in politics, economics and society; analysis of current world situations.

0020107 สารสนเทศเพื่อการเรียนรู้ 3(3-0-6)

Information for Learning

ความหมาย ความสำคัญของสารสนเทศ แหล่งสารสนเทศ และทรัพยากรสารสนเทศระบบการจัดเก็บและการค้นคืนสารสนเทศ การเข้าถึงข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต ทักษะการรู้สารสนเทศ ทักษะการนำเสนอรายงานเชิงวิชาการ และจริยธรรมทางสารสนเทศ

Definition, importance of information, information sources, and information resources; information storage and retrieval system; access of information on the internet; information literacy skills, practical skills in academic presentation; and information ethics.

0020108 สมาธิเพื่อพัฒนาชีวิต 3(3-0-6)

Meditation for Life Development

ความหมายของการทำสมาธิ จุดประสงค์ วิธีการ ขั้นตอน และจุดเริ่มต้นของการทำสมาธิ 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; applying meditation to daily life, meditation as related to education and working purposes; the nature, process, properties, 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.

0020109 โลกสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลง 3(3-0-6)

Earth, Environment and Change

โลก โครงสร้างและการเปลี่ยนแปลงของโลก ภัยพิบัติธรรมชาติ การอนุรักษ์และการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและพลังงาน การประยุกต์ภูมิสารสนเทศในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

Earth, its structures and changes; natural disasters; conservation and management of natural resources; environment and energy; application of geoinformatics in management of natural resources and environment.

3) กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

0030102 เกษตรเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต 3(3-0-6)

Agriculture for Quality of Life Development

ความหมาย ความสำคัญ และประโยชน์ของการเกษตร เกณฑ์มาตรฐานความปลอดภัยของสินค้าเกษตร การประยุกต์ใช้เกษตรอินทรีย์และนวัตกรรมทางการเกษตรเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต

Definitions, importance and advantages of agriculture; safety standards for agricultural products; application of organic agriculture and agricultural innovation in quality of life improvement.

0030103 คณิตศาสตร์ในชีวิตประจำวัน 3(3-0-6)

Mathematics for Everyday Life

ความหมาย ความสำคัญ ธรรมชาติ และโครงสร้างของคณิตศาสตร์ หลักการเรียนรู้คณิตศาสตร์ การพัฒนาการคิดทางคณิตศาสตร์ การให้เหตุผลและการอ้างเหตุผลทางคณิตศาสตร์ การแก้ปัญหาและการประยุกต์ใช้กระบวนการคิดทางคณิตศาสตร์เพื่อใช้แก้ปัญหาในชีวิตประจำวัน

Definitions, importance, nature and structures of mathematics; principles of learning mathematics; development of mathematical thinking; mathematical reasoning and argument; application of mathematical thinking to problem solving in everyday life.

0030104 เทคโนโลยีกับการสร้างสรรค์ 3(3-0-6)

Technology and Creativity

ความหมาย ความสำคัญของการสร้างสรรค์ การเลือกใช้เทคโนโลยีและกระบวนการเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อนำไปสู่การสร้างสรรค์นวัตกรรม

Definitions and importance of creativity, selection of appropriate technology and technological procedure leading to innovation creation.

4) กลุ่มวิชาวิทยาการจัดการ

0060101 การประกอบการสมัยใหม่ 3(3-0-6)

Modern Entrepreneurship

ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับธุรกิจ สิ่งแวดล้อมทางธุรกิจ การจัดการธุรกิจสมัยใหม่ กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ การเป็นผู้ประกอบการ การจัดตั้งธุรกิจ แผนธุรกิจ กรณีศึกษาการประกอบธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ

Introduction to business, business environment, modern business management, business strategies, entrepreneurship, business establishment, business plans, and case studies of successful businesses.

0060102 องค์กรแห่งความสุข 3(3-0-6)

Happy Workplace

ความหมายและประเภทขององค์กร การจัดสภาพแวดล้อมองค์กร วัฒนธรรมขององค์กรบนความหลากหลาย ความหมายและความสำคัญขององค์กรแห่งความสุข การทำงานอย่างมีความสุขและมีส่วนร่วมในการสร้างองค์กรแห่งความสุข

Definitions and types of organization, organizational environment, cross cultural diversity in organization, definitions and importance of happy workplace, happy work life, and participation in creating a happy workplace.

2. หมวดวิชาเฉพาะ **ไม่น้อยกว่า** **94** **หน่วยกิต**

2.1) กลุ่มวิชาแกน **6** **หน่วยกิต**

3541102 ภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด 1 **3(3-0-6)**

English for Marketing 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(3-0-6)**

English for Marketing 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

2.2) กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ **21** **หน่วยกิต**

3541103 หลักการตลาดและเทคโนโลยีทางการตลาดเบื้องต้น **3(3-0-6)**

Principles in Marketing and Basic Marketing Technology

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

3521107 การบัญชีและการเงินสำหรับธุรกิจ **3(2-2-5)**

Accounting and Finance for Business

หลักการและเทคนิคการปฏิบัติงานด้านการบัญชีและการเงินที่จำเป็นของการดำเนินงานทางธุรกิจสำหรับกิจการให้บริการและกิจการพาณิชยกรรม สมการบัญชี วงจรบัญชี ภาษีที่เกี่ยวข้อง การจัดทำ งบการเงิน และจริยธรรมของวิชาชีพการบัญชี การวิเคราะห์งบการเงิน การพยากรณ์และการวางแผนทางการเงิน การบริหารเงินทุนหมุนเวียน งบประมาณเงินลงทุน แหล่งเงินทุน ผลตอบแทนทางการเงินและการลงทุน จริยธรรมทางการเงิน

3561108 หลักการจัดการและองค์การ 3(3-0-6)

Principles of Organization Management

แนวคิดพื้นฐาน ลักษณะโครงสร้างขององค์การ หลักการจัดการ หน้าที่ในการจัดการ กระบวนการจัดการ การวางแผน การจัดองค์การ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การชี้นำและการควบคุมการปฏิบัติงานด้านต่างๆให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ สภาวะแวดล้อมทางการจัดการ วัฒนธรรมองค์การ การจัดการนวัตกรรม ความรับผิดชอบต่อสังคมและจริยธรรมในการจัดการ รวมทั้งการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการจัดการองค์การ

3561109 กฎหมายธุรกิจและจริยธรรมสำหรับผู้ประกอบการ 3(3-0-6)

Business Laws and Ethics for Entrepreneur

หลักกฎหมายเบื้องต้นในการประกอบธุรกิจและธุรกิจดิจิทัล ความหมาย ที่มา และประเภทของกฎหมาย กฎหมายว่าด้วยธุรกิจ และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง การจัดตั้งนิติบุคคล การเสียภาษีทางธุรกิจ และความรับผิดชอบทางกฎหมายของธุรกิจ โดยคำนึงถึงจริยธรรมควบคู่ไปกับหลักกฎหมายการดำเนินธุรกิจอย่างมีจรรยาบรรณในการเป็นผู้ประกอบการที่ดี

3591113 เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น 3(3-0-6)

Introduction to Economics

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

3562317 การจัดการการผลิตและการดำเนินงาน 3(3-0-6)

Production Management and Operation

ความสำคัญของการจัดการการผลิตและการดำเนินงาน บทบาทหน้าที่ทางการจัดการการผลิตและการดำเนินงาน กระบวนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ระบบการผลิตและการดำเนินงาน การพยากรณ์ยอดขาย การเลือกทำเลที่ตั้งและการวางผัง การจัดตารางการผลิตและการดำเนินงาน การจัดซื้อและควบคุมวัสดุและสินค้าคงคลัง การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน การวางแผนกำลังการผลิตและการดำเนินงาน การจัดการงานโครงการ การควบคุมคุณภาพ การบำรุงรักษาเครื่องจักรอุปกรณ์

3562407 การจัดการทุนมนุษย์ 3(3-0-6)

Human Capital Management

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการทุนมนุษย์ บทบาทหน้าที่ของการจัดการทุนมนุษย์ กระบวนการจัดการทุนมนุษย์ แรงงานสัมพันธ์และความปลอดภัยในการทำงาน ระบบสารสนเทศการจัดการทุนมนุษย์

2.3) กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน ไม่น้อยกว่า 60 หน่วยกิต

2.3.1 วิชาบังคับ 42 หน่วยกิต

3542105 พฤติกรรมผู้บริโภค 3(3-0-6)

Consumer Behavior

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่แสดงออกมาแตกต่างกันอยู่บนพื้นฐานการศึกษาตามหลักแนวคิดและทฤษฎีทางจิตวิทยาที่ผู้บริโภคแสดงออกมาในรูปแบบของปัจจัยภายใน แรงจูงใจ ความต้องการ การเรียนรู้ การรับรู้ ความจำและเจตคติ และปัจจัยภายนอก ส่วนประสมทางการตลาด อิทธิพลจากแหล่งที่ใช้อ้างอิงที่มีอิทธิพล ครอบครัว ค่านิยม และวัฒนธรรม ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และสิทธิของผู้บริโภคและการคุ้มครองผู้บริโภค

3542110 การจัดการผลิตภัณฑ์ 3(3-0-6)

Product Management

แนวคิดเกี่ยวกับนโยบายและกลยุทธ์การจัดการผลิตภัณฑ์ การบริหารตราสินค้าให้มีคุณค่า การบริหารสายผลิตภัณฑ์ การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การพัฒนากลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ สาเหตุและการหลีกเลี่ยงความล้มเหลวของการจัดการผลิตภัณฑ์รวมทั้งการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดอื่นให้สอดคล้องกับ กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์

3542111 การจัดการราคาและต้นทุนทางการตลาด 3(3-0-6)

Pricing and Marketing Cost Management

ความหมาย และความสำคัญของราคา บทบาทของราคา การตัดสินใจด้านราคา และปัญหาในการจัดการด้านราคา แนวคิดในการกำหนดราคา วัตถุประสงค์ในการกำหนดราคา ขั้นตอนในการตั้งราคา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจด้านราคา เกณฑ์ที่ใช้ในการกำหนดราคา กลยุทธ์การตั้งราคา การตั้งราคาตามวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์และต้นทุนทางการตลาด เพื่อการวางแผนและการตัดสินใจทางการตลาด หลักจริยธรรมและกฎหมายในการตั้งราคา

3542309 การจัดการช่องทางการตลาดและโซ่อุปทาน 3(3-0-6)

Marketing Channels and Supply Chain Management

แนวคิดการจัดการระบบช่องทางการตลาด การวิเคราะห์และควบคุมระบบต้นทุนในการกระจายสินค้า การเลือกช่องทางทางการตลาด การวางแผนการพัฒนาช่องทางการตลาด กระบวนการบริหารสมาชิกในช่องทางการตลาด การพิจารณาช่องทางการตลาดใหม่ การขนส่งสินค้า แนวคิดการจัดการโซ่อุปทาน และการประสานงานในโซ่อุปทาน

3542403 การสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการ 3(2-2-5)

Integrated Marketing Communication

แนวคิด และหลักการสื่อสารทางการตลาด การวิเคราะห์ปัจจัยที่ใช้ในการเลือกสื่อทางการตลาด และกลยุทธ์ในการใช้เครื่องมือการสื่อสาร การใช้เครื่องมือการสื่อสารดิจิทัลการตลาดเพื่อการรับรู้ในตราสินค้า และสร้างตราสินค้า การสื่อสารการตลาดในยุคดิจิทัล การวัดและประเมินผลการสื่อสารทางการตลาด การฝึกปฏิบัติเพื่อการวางแผนการสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการดิจิทัล

3543104 การตลาดบริการ 3(3-0-6)

Service Marketing

ความหมาย ความสำคัญ ประเภทของตลาดบริการ ลักษณะเฉพาะของตลาดบริการ วิเคราะห์สถานการณ์ พฤติกรรมผู้บริโภค กำหนดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริการ การจัดการคุณภาพสำหรับธุรกิจบริการ (SERVQUAL) การสรรหาคัดเลือกและรักษาลูกค้า รวมทั้งการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในตลาดบริการ

3543109 การจัดการการตลาดสมัยใหม่ 3(3-0-6)

Modern Marketing Management

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการด้านการตลาดสมัยใหม่ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด ความสำคัญของข้อมูลทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์เพื่อการตัดสินใจเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด การวางแผน การกำหนดกลยุทธ์ การปฏิบัติตามแผน และการควบคุมทางการตลาดเพื่อตอบสนอง แนวโน้มเพื่อการจัดการการตลาดในอนาคต

3543110 กลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่ 3(3-0-6)

Modern Marketing Strategies

หลักการและความสำคัญของกลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดในสถานการณ์ปัจจุบัน กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญและส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ นวัตกรรมทางการตลาดสมัยใหม่ การวิเคราะห์การพัฒนาและประยุกต์ใช้กลยุทธ์การตลาดในธุรกิจจริง รวมทั้งการตรวจสอบและประเมินผลภายใต้หลักจริยธรรมทางการตลาด

3543111 การจัดการตราสินค้า 3(3-0-6)

Brand Management

ความหมายและความสำคัญของตราสินค้า คุณค่าตราสินค้า และองค์ประกอบของคุณค่าตราสินค้า การรับรู้ในตราสินค้า การสร้างภาพลักษณ์ของตราสินค้า ความภักดีต่อตราสินค้า การวัดผลลัพธ์ของคุณค่าตราสินค้าการบริหารจัดการตราสินค้า การกำหนดกลยุทธ์ การวางตำแหน่งทางการตลาดของตราสินค้า และการบูรณาการการสื่อสารทางการตลาดเพื่อสร้างคุณค่าตราสินค้า

3543112 การวางแผนการตลาด 3(2-2-5)

Marketing Plan

การวางแผนทางการตลาดและการเขียนแผนการตลาดอย่างเป็นขั้นตอน วิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด กลยุทธ์การตลาด แผนการดำเนินงาน แผนการเงินและโปรแกรมทางการตลาด รวมถึงเครื่องมือส่วนกลางสำหรับอำนวยการและประสานงาน ตลอดจนโปรแกรมเกี่ยวกับการปฏิบัติตามแผน การควบคุมการปฏิบัติงานเป็นไปตามแผนที่วางไว้ การฝึกปฏิบัติการเขียนแผนการตลาดและการนำเสนอแผนการตลาดในสถานการณ์ต่างๆ

3543113 การตลาดดิจิทัล 3(2-2-5)

Digital Marketing

ความสำคัญและพัฒนาการของการตลาดดิจิทัล การลงมือปฏิบัติงานในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ เช่น e-marketing , e-payment เป็นต้น การกำหนดตลาดเป้าหมาย การใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีที่ใช้ในการสนับสนุนการทำการตลาดดิจิทัล การรักษาความปลอดภัย กระบวนการธุรกรรมตลาดดิจิทัล กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล การประเมินผลทางการตลาดดิจิทัล รวมถึงกฎหมายและพระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้อง ปัญหาและอุปสรรคในการทำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์และสื่อดิจิทัล และจริยธรรมในการทำการตลาดดิจิทัล

3544105 การตลาดโลก 3(3-0-6)

Global Marketing

หลักการ แนวคิดการจัดการตลาดโลก สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง กฎหมาย วัฒนธรรมและเทคโนโลยี การจัดการฐานข้อมูลทางการตลาดสากล การค้าและการกีดกันทางการค้า พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนทางการตลาด การเลือกกลุ่มเป้าหมายและการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ระดับโลก ส่วนประสมทางการตลาด กลยุทธ์การตลาดโลก เพื่อการตัดสินใจในการเข้าสู่ตลาดโลก

3544904 สถิติและการวิจัยการตลาด 3(2-2-5)

Statistics and Marketing Research

ความหมาย ความสำคัญของการวิจัยตลาด ระเบียบวิธีวิจัยและกระบวนการวิจัยทางการตลาด นำเสนอโครงร่างงานวิจัยในประเด็นที่สนใจ วิเคราะห์และสังเคราะห์ประเด็นปัญหาที่ได้จากการนำเสนอโครงร่างงานวิจัย เก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ การเขียนรายงานการวิจัย การประยุกต์และนำผลการวิจัยไปประกอบการตัดสินใจทางธุรกิจ

3544905 ประเด็นสำคัญทางการตลาด 3(2-2-5)

Issues in Marketing and Related Topics

การวิเคราะห์ประเด็นสำคัญร่วมสมัยที่เกี่ยวข้องกับการตลาด เช่น การมุ่งเน้นการตลาด ศักยภาพทางการตลาด นวัตกรรมทางการตลาด การจัดการการตลาดสมัยใหม่ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ การจัดการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ การจัดการการตลาดในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จริยธรรมทางการตลาด ความรับผิดชอบต่อสังคมทางการตลาด เป็นต้น ผลกระทบและความสัมพันธ์ที่มีต่อการตลาด และคุณลักษณะของนักการตลาดในปัจจุบันและอนาคต

2.3.2 วิชาเลือก ไม่น้อยกว่า 18 หน่วยกิต

3541303 การจัดการค้าปลีกสมัยใหม่ 3(2-2-5)

Modern Retailing Management

บทบาทและความสำคัญของการค้าปลีก รูปแบบการค้าปลีกสมัยใหม่ การเลือกทำเลที่ตั้งและการออกแบบผังร้านค้า การบริหารจัดการในร้านค้าปลีก การปรับตัวของร้านค้าปลีก กลยุทธ์ในการแข่งขัน ตลอดจนแนวโน้มการจัดการค้าปลีกในสมัยใหม่ นำเสนอด้วยโครงงานร้านค้าปลีกจำลอง หรือฝึกปฏิบัติการพัฒนารูปแบบการค้าปลีกในชุมชน

3542310 การขายโดยบุคคล 3(2-2-5)

Personal Selling

บทบาทหน้าที่ขอบข่ายการขายโดยบุคคล องค์ประกอบพื้นฐานเกี่ยวกับการขาย พฤติกรรมและเหตุจูงใจซื้อ คุณสมบัติของพนักงานขาย กระบวนการขายโดยบุคคล การพัฒนาประสิทธิภาพการขายโดยบุคคล จิตวิทยาของนักขาย

3543114 การตลาดชุมชน 3(2-2-5)

Community Marketing

แนวความคิดและความเข้าใจเกี่ยวกับชุมชน ธุรกิจชุมชน และวิสาหกิจชุมชน การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การจัดการส่วนประสมทางการตลาด โดยเน้นการประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนทั้งที่เป็นสินค้าและบริการ สินค้าเกษตรชุมชน สินค้าอาหาร การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน รวมถึงการแสวงหาแหล่งเงินทุนและการสนับสนุนในรูปแบบ Project based learning โดยการลงพื้นที่จริงและอาศัยชุมชนเป็นแหล่งเรียนรู้

3543115 การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 3(2-2-5)

Social and Environment for Marketing

ความหมายและความสำคัญของการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม วัตถุประสงค์และองค์ประกอบในการดำเนินงานทางการตลาด โดยคำนึงถึงสภาพแวดล้อม ปัญหาและผลกระทบของสังคมและสิ่งแวดล้อมที่สัมพันธ์กับธุรกิจและแนวคิดทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภคและส่วนประสมทางการตลาดที่มุ่งเน้นสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้กับกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อนำไปสู่ความยั่งยืน โดยเน้นกรณีศึกษาทางธุรกิจ

3543116 การตลาดเพื่อการท่องเที่ยว 3(2-2-5)

Marketing for Tourism

แนวคิด ความสำคัญของการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว การกำหนดตลาดเป้าหมาย และพฤติกรรมผู้บริโภคในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว วิเคราะห์สถานการณ์และสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน การวางแผนและการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว รวมถึงการลงพื้นที่จัดรูปแบบโครงการท่องเที่ยว

3543202 เทคนิคการนำเสนอในงานการตลาด 3(2-2-5)

Presentation Technique for Marketing

เทคนิค วิธีการและรูปแบบการนำเสนอในงานการตลาดที่ถูกต้องเหมาะสมในสถานการณ์จริงทางธุรกิจ การจัดทำสื่อเพื่อใช้ในการนำเสนอสถานการณ์ต่างๆ การฝึกปฏิบัติในสถานการณ์จำลอง การนำเสนอและการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าภายใต้แรงกดดัน และเทคนิคการนำเสนอเพื่อเป้าหมายเฉพาะด้าน

3543308 อีเวนท์ด้านการตลาด 3(2-2-5)

Event Marketing

ทฤษฎี วิธีการและรูปแบบการจัดกิจกรรมทางการตลาด บทบาทผู้จัดกิจกรรมทางการตลาดเพื่อสร้างกระแสความสนใจของผู้บริโภคต่อสินค้าและบริการ ตลอดจนกลยุทธ์การเลือกเครื่องมือการจัดกิจกรรมทางการตลาดที่เหมาะสม เช่น กิจกรรมทางธุรกิจ กิจกรรมบันเทิง กิจกรรมนันทนาการ กิจกรรมด้านกีฬา กิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรม กิจกรรมขององค์กรที่ไม่แสวงหากำไร การบริหารคน การบริหารเครื่องมือในสถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบัน

3543309 การออกแบบกราฟิกและสื่อสร้างสรรค์ทางการตลาด 3(2-2-5)

Graphic and Creative Media Design in Marketing

กระบวนการออกแบบกราฟิก โดยอาศัยทักษะ ทฤษฎี หลักการ และกระบวนการคิดในการออกแบบ มาช่วยแก้ปัญหาด้านการสื่อสารและการรับรู้ เพื่อกระตุ้นการส่งเสริมการตลาด โดยสร้างสรรค์ผ่านสื่อในรูปแบบต่างๆ ฝึกปฏิบัติการใช้งานโปรแกรมสำเร็จรูปทางการออกแบบ เพื่อให้สามารถตอบสนองพฤติกรรมการใช้ของผู้บริโภคให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด

2.4) กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพหรือสหกิจศึกษา 7 หน่วยกิต

3543801 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด 2(90)

Pre-Professional Field Experience in Marketing

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

3544801 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด 5(450)

Professional Field Experience in Marketing

วิชาบังคับก่อน : การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด

การจัดให้นักศึกษาได้ฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านการตลาดในสถานประกอบการหรือองค์กร ภายใต้การควบคุมดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษาหรืออาจารย์นิเทศ โดยบูรณาการความรู้ที่ได้ศึกษาทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติกับการปฏิบัติจริง จัดให้มีการปฐมนิเทศเกี่ยวกับรายละเอียดในการปฏิบัติตนขณะฝึกงานและปัจฉิมนิเทศเพื่ออภิปรายปัญหาการฝึกประสบการณ์ที่เกิดขึ้น และเสนอแนะแนวทางแก้ปัญหาให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี โดยอาจจัดให้ฝึกประสบการณ์ทั้งหมด หรือฝึกประสบการณ์และทำโครงการพิเศษ

3543802 การเตรียมสหกิจศึกษา 1(45)

Pre-Cooperative Education

แนวคิดและปรัชญาสหกิจศึกษา การปรับตัวในสังคม โครงสร้างองค์กร การทางาน งานธุรการในสำนักงาน ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมายแรงงาน การวางแผนชีวิตและอาชีพ การจัดทำโครงการ การเสนอผลงานการเขียนรายงานวิชาการ การทำประวัติย่อและจดหมายสมัครงาน เทคนิคการสมัครงานและการสอบสัมภาษณ์ ประสบการณ์สหกิจศึกษาสาขาวิชาการตลาดและจริยธรรมในการปฏิบัติงาน

3544802 สหกิจศึกษา 6(540)

Cooperative Education

วิชาบังคับก่อน : การเตรียมสหกิจศึกษา

การปฏิบัติงานด้านวิชาชีพตามสาขาวิชาในสถานประกอบการหรือองค์กรผู้ใช้บัณฑิต โดย บูรณาการความรู้ที่ได้จากการศึกษาในหลักสูตรกับการปฏิบัติงานจริงเสมือนหนึ่งเป็นพนักงาน การจัดทำโครงการและการนำเสนอโครงการตามคำแนะนำของพนักงานพี่เลี้ยง อาจารย์ที่ปรึกษาหรืออาจารย์นิเทศ เพื่อให้เกิดทักษะ องค์ความรู้ในวิชาชีพและคุณธรรม จริยธรรมในวิชาชีพ มีลักษณะนิสัยหรือบุคลิกภาพที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน เพื่อให้เป็นบัณฑิตที่มีคุณสมบัติตรงตามความต้องการของตลาดแรงงานที่พร้อมจะทำงานได้ทันทีเมื่อสำเร็จการศึกษา

3. หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

เลือกจากรายวิชาที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร โดยไม่ซ้ำซ้อนกับรายวิชาที่เคยเรียนมาแล้ว และต้องไม่เป็นรายวิชาที่กำหนดให้เรียนโดยไม่นับหน่วยกิตรวมในเกณฑ์การสำเร็จหลักสูตรของสาขาวิชานี้ ซึ่งนักศึกษาสามารถเลือกเรียนได้ตามความถนัดและความสนใจ และต้องไม่เป็นรายวิชาในสาขาวิชาเอกนั้น