

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
Bachelor of Business Administration Program in Marketing
บธ.บ. (การตลาด)
B.B.A. (Marketing)
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2556)

ปรัชญา

สรรค์สร้างองค์ความรู้ ควบคู่จรรยาบรรณ ก้าวทันการตลาด

วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารการตลาดสมัยใหม่
2. เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีทักษะในการวิเคราะห์และตัดสินใจทางการตลาดโดยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและสามารถสื่อสารได้กับบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในวิชาชีพทางการตลาด

จำนวนหน่วยกิต

จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร 130 หน่วยกิต

โครงสร้างหลักสูตร

1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	30	หน่วยกิต
1.1) กลุ่มภาษา	9	หน่วยกิต
1.2) กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	12	หน่วยกิต
1.3) กลุ่มคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	9	หน่วยกิต
2) หมวดวิชาเฉพาะ	94	หน่วยกิต
2.1) กลุ่มวิชาแกน	6	หน่วยกิต
2.2) กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	45	หน่วยกิต
2.3) กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน	36	หน่วยกิต
2.4) กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ	7	หน่วยกิต
3) หมวดวิชาเลือกเสรี	6	หน่วยกิต

การจัดการเรียนการสอน

1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	30	หน่วยกิต
1.1) กลุ่มภาษา	9	หน่วยกิต
1500110 ภาษาไทยเพื่อการสื่อความหมาย		3(3-0)
Thai Language for Communication		
1500111 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารและทักษะการเรียนรู้		3(3-0)
English for Communication and Study Skills		
1500112 ภาษากับวัฒนธรรม		3(3-0)
Language and Culture		

	1.2) กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	12	หน่วยกิต
2500113	ความจริงกับการพัฒนาชีวิต Truth and Development of Life		3(3-0)
2500114	สุนทรียภาพเพื่อการพัฒนาตน Aesthetics for Self Development		3(3-0)
2500115	วิถีไทยสู่สังคมโลก Thai Living to Global Society		3(3-0)
2500116	กฎหมายในชีวิตประจำวัน Laws in Daily Life		3(3-0)
	1.3) กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	9	หน่วยกิต
4000115	วิทยาศาสตร์กับดุลยภาพของชีวิต Sciences and Equilibrium of Life		3(2-2)
4000116	การแก้ปัญหาเชิงบูรณาการ Integrated Problem Solving		3(3-0)
4000117	เทคโนโลยีกับการพัฒนา Technology and Development		3(3-0)
2) หมวดวิชาเฉพาะ		94	หน่วยกิต
	2.1) กลุ่มวิชาแกน	6	หน่วยกิต
1551605	ภาษาอังกฤษธุรกิจ 1 Business English 1		3(3-0)
1551606	ภาษาอังกฤษธุรกิจ 2 Business English 2		3(3-0)
	2.2) กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	45	หน่วยกิต
3504101	จริยธรรมทางธุรกิจ Business Ethics		3(3-0)
3504301	สถิติและการวิจัยทางธุรกิจ Statistics and Business Research		3(2-2)
3521103	หลักการบัญชี Principles of Accounting		3(2-2)
3522204	การภาษีอากร 1 Taxation 1		3(3-0)
3524301	การบัญชีเพื่อการจัดการ Managerial Accounting		3(3-0)
3531101	การเงินธุรกิจ Business Finance		3(3-0)
3541101	หลักการตลาด Principles of Marketing		3(3-0)
3561101	องค์การและการจัดการ Organization and Management		3(3-0)

3561104	ยุทธศาสตร์การจัดการ Managerial Strategies	3(3-0)	
3561105	การเป็นผู้ประกอบการ Entrepreneurship	3(3-0)	
3562307	การบริหารการผลิต Production Management	3(3-0)	
3562402	การจัดการทรัพยากรมนุษย์ Human Resource Management	3(3-0)	
3563117	กฎหมายธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ Business Laws for Entrepreneur	3(3-0)	
3592110	หลักเศรษฐศาสตร์ Principles of Economics	3(3-0)	
3593301	การวิเคราะห์เชิงปริมาณ Quantitative Analysis	3(3-0)	
	2.3) กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน	36	หน่วยกิต
	2.3.1) บังคับ	24	หน่วยกิต
3541302	การจัดการค้าส่งและค้าปลีก Wholesale and Retail Management	3(3-0)	
3542105	พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer Behavior	3(3-0)	
3543101	การบริหารการตลาด Marketing Management	3(3-0)	
3543103	กลยุทธ์การตลาด Marketing Strategies	3(3-0)	
3544104	การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ Consumer Relationship Management	3(3-0)	
3544105	การตลาดโลก Global Marketing	3(3-0)	
3544901	สัมมนาทางการตลาด Seminar on Marketing	3(2-2)	
3544902	การวิจัยตลาด Marketing Research	3(2-2)	
	2.3.2) เลือก	12	หน่วยกิต
3541201	ระบบสารสนเทศการตลาด Marketing Information Systems	3(3-0)	
3542109	การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา Product and Price Management	3(3-0)	
3542302	การจัดการช่องทางการตลาด Marketing Channel Management	3(3-0)	

3542308	การจัดการและเทคนิคการขาย Sale Management and Techniques	3(3-0)
3542403	การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ Integrated Marketing Communication	3(3-0)
3543104	การตลาดบริการ Service Marketing	3(3-0)
3543106	การตลาดเพื่อสังคม Social Marketing	3(3-0)
3543108	การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ Marketing for Entrepreneur	3(3-0)
3543201	มาตรฐานผลิตภัณฑ์ Product Standard	3(3-0)
3543307	การจัดการจัดหา Procurement Management	3(3-0)
3544102	การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด Quantitative Analysis for Marketing	3(3-0)
3544903	ปัญหาพิเศษทางการตลาด Special Problems in Marketing	3(2-2)

2.4) กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ 7 หน่วยกิต

3503821	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด Preparation for Professional Internship in Marketing	2(90)
3504819	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด Professional Internship in Marketing	5(450)

3) หมวดวิชาเลือกเสรี 6 หน่วยกิต

เลือกจากรายวิชาที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร โดยไม่ซ้ำซ้อนกับรายวิชาที่เคยเรียนมาแล้ว และต้องไม่เป็นรายวิชาที่กำหนดให้เรียนโดยไม่นับหน่วยกิตรวมในเกณฑ์การสำเร็จหลักสูตรของสาขาวิชานี้ ซึ่งนักศึกษาสามารถเลือกเรียนได้ตามความถนัดและความสนใจ

คำอธิบายรายวิชา

1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	30	หน่วยกิต
1.1) กลุ่มภาษา	9	หน่วยกิต
1500110 ภาษาไทยเพื่อการสื่อความหมาย		3(3-0)
Thai Language for Communication		
ความสำคัญของภาษาไทย การใช้ภาษาไทยในการสื่อความหมายอย่างถูกต้องและเหมาะสม การใช้ทักษะทางภาษาที่สัมพันธ์กันในการจับใจความสำคัญ การขยายความ การย่อความ การสรุปความ การวิเคราะห์ การวิจารณ์ การตีความ และการสังเคราะห์ ทักษะการฟัง การอ่าน การพูด และการเขียนอย่างมีมารยาทและมีคุณภาพ การนำเสนอผลการศึกษาค้นคว้าทางวิชาการ ด้วยลายลักษณ์อักษร วาจา และสื่อประสม		
1500111 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารและทักษะการเรียนรู้		3(3-0)
English for Communication and Study Skills		
Oral communication skills and listening comprehension skills to gain confidence and fluency in interpersonal and presentational communication. Basic study skills: reading, writing and those required for vocabulary development and information retrieval used for undertaking basic research.		
1500112 ภาษากับวัฒนธรรม		3(3-0)
Language and Culture		
ความสัมพันธ์ระหว่างภาษาและวัฒนธรรมเพื่อการดำเนินชีวิตและพัฒนาวิชาชีพ การกระทบทางวัฒนธรรมกับภาษาที่มีต่อกัน อิทธิพลของวัฒนธรรมที่มีต่อวิวัฒนาการของภาษา ขนบธรรมเนียมประเพณีและศิลปวัฒนธรรม วัฒนธรรมกับการใช้ภาษาในกลุ่มอาเซียน ภาษาถิ่น เพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ ความเจริญของภาษา การใช้ภาษาในวรรณกรรมอย่างมีศิลปะ		
1.2) กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	12	หน่วยกิต
รหัสวิชา ชื่อวิชาและคำอธิบายรายวิชา		น(ท-ป)
2500113 ความจริงกับการพัฒนาชีวิต		3(3-0)
Truth and Development of Life		
ทฤษฎีต่าง ๆ เกี่ยวกับความหมายของชีวิต ทางด้านวิทยาศาสตร์ ด้านศาสนา ด้านสังคม จิตนิยม วัตถุนิยม การกำเนิดและวิวัฒนาการของชีวิต ปรัชญาต่าง ๆ ในการดำรงชีวิต การให้คุณค่าของชีวิต การพัฒนาคุณภาพชีวิต ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของตนเอง ครอบครัว และสังคม การมีจิตสำนึกหรือความตระหนัก และการเสียสละต่อส่วนรวม		

2500114 **สุนทรียภาพเพื่อการพัฒนาตน** 3(3-0)
Aesthetics for Self Development
การรับรู้สุนทรียภาพในความงามของธรรมชาติ การสร้างสรรค์งานศิลปกรรมของมนุษย์ ด้าน
ความเชื่อ ศาสนา สังคม บนพื้นฐานแห่งการมองเห็น การได้ยิน การเคลื่อนไหวที่แสดงถึง
ความสามารถในการแสดงออกเชิงสร้างสรรค์งานศิลปกรรมแต่ละแบบ การพัฒนาทางอารมณ์
และสังคม การส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม การนำศิลปะมาประยุกต์ การแสวงหาความรู้และ
การสร้างสรรค์ศิลปะที่นำไปสู่การเข้าใจตนเอง เข้าใจผู้อื่น และรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง

2500115 **วิถีไทยสู่สังคมโลก** 3(3-0)
Thai Living to Global Society
ความสัมพันธ์และการบูรณาการของสังคมไทยและสังคมโลก ทางด้านสังคมวัฒนธรรม
เศรษฐกิจ การเมือง การปกครอง ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การนำปรัชญาของเศรษฐกิจ
พอเพียงมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน สร้างความตระหนักในคุณค่าวัฒนธรรม และการ
ร่วมกิจกรรมสืบสานวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีไทย และท้องถิ่น การวิเคราะห์ประเด็นเกี่ยวกับ
วิวัฒนาการ ผลกระทบ การผสมผสาน การกลืนกลาย ความร่วมมือ และความขัดแย้ง
ในระดับชุมชน ระดับประเทศและระหว่างประเทศ

2500116 **กฎหมายในชีวิตประจำวัน** 3(3-0)
Laws in Daily Life
กฎหมายรัฐธรรมนูญที่เกี่ยวกับสิทธิและหน้าที่ของพลเมือง ประมวลกฎหมายแพ่งและ
พาณิชย์ กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา ประมวลกฎหมายอาญา และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับ
ชีวิตประจำวัน เช่น พระราชบัญญัติจรรยาบรรณ พ.ร.บ. พระราชบัญญัติยาเสพติดให้โทษ พระราชบัญญัติ
ทะเบียนราษฎร พระราชบัญญัติเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและสิทธิชุมชน

1.3) **กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี** 9 หน่วยกิต
รหัสวิชา **ชื่อวิชาและคำอธิบายรายวิชา** น(ท-ป)
4000115 **วิทยาศาสตร์กับคุณภาพของชีวิต** 3(2-2)

Sciences and Equilibrium of Life
ความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งมีชีวิต ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การเปลี่ยนแปลงที่มีผลกระทบต่อ
ภาวะสุขภาพของสังคมไทยและสังคมโลก สถานการณ์ปัญหาสุขภาพ พฤติกรรมการบริโภค
พฤติกรรมสุขภาพทางเพศ ปัญหาความเครียด การเสพยาเสพติด การเสพยาและบุหรี่ สารเคมีและ
ผลิตภัณฑ์ทางธรรมชาติที่มีผลกระทบต่อสุขภาพ การตระหนักรู้เท่าทันการอนุรักษ์พลังงานและภัย
พิบัติธรรมชาติ แบบแผนการดำเนินชีวิตแบบองค์รวมในชีวิตประจำวันที่มีความพอดี
และการฝึกปฏิบัติออกกำลังกาย เพื่อพัฒนาคุณภาพของชีวิต

4000116 การแก้ปัญหาเชิงบูรณาการ **3(3-0)**
Integrated Problem Solving
การเสริมสร้างทักษะพัฒนาการคิด และการตัดสินใจตามหลักการ แนวคิดแบบต่าง ๆ ของมนุษย ตรีวิทยา การคิดเชิงสังคมศาสตร์ การคิดเชิงศาสนศาสตร์ การคิดเชิงวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ การคิดเชิงจิตวิทยา โดยเน้นการบูรณาการ คิดแบบองค์รวม และการคิดเพื่อแก้ปัญหาในโลกสมัยใหม่ สำหรับการดำเนินชีวิตอย่างมีความสุข

4000117 เทคโนโลยีกับการพัฒนา **3(3-0)**
Technology and Development
ความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสภาพแวดล้อม การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ การศึกษา ศาสนา วัฒนธรรม อาชีพ และการสื่อสาร เปรียบเทียบข้อดี ข้อเสีย ของเทคโนโลยีที่มีผลต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

2) **หมวดวิชาเฉพาะ** **94 หน่วยกิต**
2.1) **กลุ่มวิชาแกน** **6 หน่วยกิต**

1551605 ภาษาอังกฤษธุรกิจ 1 **3(3-0)**
Business English 1
A four-skill introductory course providing basic knowledge of business concentrating on inter-office communication. Variety of business terminology and expressions through related topics which include office organization, telephoning, making arrangements and appointments, social contact, business correspondence in the office (memo, notes, notices, announcements), letters of inquiry, quotation and ordering, and applying for a job (resume and coverage letter, application forms).

1551606 ภาษาอังกฤษธุรกิจ 2 **3(3-0)**
Business English 2
Pre-requisite : 1551605 ภาษาอังกฤษธุรกิจ 1
Providing a chance to explore business concept world-wide with concentration on domestic and international trade. Encouraging students to be familiar with the language used in various fields and situations of business transactions, Information technology retrieval recommended.

	2.2) กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	45	หน่วยกิต
3504101	จริยธรรมทางธุรกิจ		3(3-0)
	Business Ethics		
	แนวคิดที่มาของจริยธรรมและหลักธรรมาภิบาลในองค์การธุรกิจ โดยเน้นจริยธรรมผู้บริหาร จริยธรรมพนักงาน จริยธรรมต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทางธุรกิจ และความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ โดยใช้กรณีศึกษาประกอบ		
3504301	สถิติและการวิจัยทางธุรกิจ		3(2-2)
	Statistics and Business Research		
	ความสำคัญของการวิจัยทางธุรกิจ ขั้นตอนและวิธีดำเนินการวิจัยทางธุรกิจ ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสถิติ และการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการวิจัย สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าสัดส่วน ร้อยละและอัตราส่วน การวัดค่ากลาง การวัดการกระจาย การวัดความสัมพันธ์ สถิติอนุมาน ได้แก่ การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ย การวิเคราะห์ความแปรปรวน การทดสอบไคสแควร์ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ และการถดถอย การเสนอโครงการวิจัย		
3521103	หลักการบัญชี		3(2-2)
	Principles of Accounting		
	ความหมายและประเภทของการบัญชี ประโยชน์และความสำคัญของการบัญชีที่มีต่อสังคม แม่บทการบัญชี หลักเกณฑ์และวิธีการปฏิบัติทางการบัญชีเกี่ยวกับสินทรัพย์ หนี้สินและส่วนของผู้เจ้าของ การบันทึกและการจัดทำรายงานการเงินของกิจการซื้อขายสินค้า กิจการผลิตและขายสินค้า		
3522204	การภาษีอากร 1		3(3-0)
	Taxation 1		
	หลักเกณฑ์ วิธีการประเมินและการจัดเก็บภาษีอากรต่าง ๆ ตามประมวลรัษฎากร และภาษีอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ ภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่าย ภาษีศุลกากร ภาษีสรรพสามิต อากรแสตมป์ และอื่น ๆ		

- 3524301 การบัญชีเพื่อการจัดการ** **3(3-0)**
Managerial Accounting
วิชาบังคับก่อน : 3521103 หลักการบัญชี และ 3531101 การเงินธุรกิจ
 การใช้ข้อมูลทางการบัญชีต้นทุนในการตัดสินใจ และวางแผน ควบคุมการดำเนินงาน
 กิจการภายใต้สภาวะการณ์ที่แน่นอนและไม่แน่นอน แนวคิด ความหมาย และการจำแนกประเภทของ
 ต้นทุน การวิเคราะห์พฤติกรรมต้นทุน การวิเคราะห์ต้นทุน-ปริมาณ-กำไร ระบบต้นทุนรวม และ
 ต้นทุนผันแปร การจัดทำงบประมาณเพื่อการวางแผนและการควบคุม การบัญชีตามความรับผิดชอบ
 การบริหารต้นทุนฐานกิจกรรม และการประเมินผลการดำเนินงาน
- 3531101 การเงินธุรกิจ** **3(3-0)**
Business Finance
วิชาบังคับก่อน : 3521101 การบัญชี 1 หรือ 3521103 หลักการบัญชี
หรือ 3522103 การบัญชีขั้นต้น 1
 ขอบเขต ลักษณะ บทบาทและหน้าที่ของฝ่ายการเงินในธุรกิจ เป้าหมายและความสำคัญ
 ของการเงินธุรกิจ ตลาดการเงินและตลาดทุน โดยเน้นให้เข้าใจถึงหลักการเบื้องต้นในการจัดสรร
 เงินทุนภายในธุรกิจ การจัดหาเงินทุนมาเพื่อใช้ในการดำเนินการของธุรกิจ การวางแผนการเงิน
 ที่เกี่ยวกับการเริ่มลงทุนกิจการ การขยายกิจการ การเพิ่มทุน นโยบายการจัดสรรกำไรและเงินปันผล
- 3541101 หลักการตลาด** **3(3-0)**
Principles of Marketing
 ความหมายและความสำคัญของการตลาด แนวคิดหรือปรัชญาทางการตลาด
 ระบบการตลาดและตลาดเป้าหมาย พฤติกรรมผู้บริโภค ประเภทของตลาด การวิเคราะห์โอกาส
 ทางการตลาด การแบ่งส่วนตลาด ส่วนประสมทางการตลาด การวางแผนการตลาด การตลาด
 เพื่อสิ่งแวดล้อมและสังคม จริยธรรมทางการตลาด รวมทั้งประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
 มาเป็นแนวในการดำเนินการด้านการตลาด
- 3561101 องค์กรและการจัดการ** **3(3-0)**
Organization and Management
 แนวคิดพื้นฐาน ลักษณะโครงสร้างขององค์กร หลักการจัดการ หน้าที่ในการจัดการ
 กระบวนการจัดการ ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การขึ้นนำ และ
 การควบคุมการปฏิบัติงานต่าง ๆ ให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ สภาวะแวดล้อมทางการจัดการ
 จริยธรรมในการจัดการ การจัดการนวัตกรรมและการจัดการความเปลี่ยนแปลง รวมทั้งการนำ
 หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการจัดการองค์การ

- 3561104 ยุทธศาสตร์การจัดการ** **3(3-0)**
Managerial Strategies
ขอบข่ายและพัฒนาการจัดการ บทบาทหน้าที่ของการจัดการ การกำหนดภารกิจและการตั้งเป้าหมายของธุรกิจ องค์ประกอบของการวางแผนทางยุทธศาสตร์ หลักการพื้นฐานในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม กระบวนการในการกำหนดยุทธศาสตร์ การนำยุทธศาสตร์ไปปฏิบัติ การควบคุมและประเมินผลยุทธศาสตร์ โดยมีการนำแนวคิดตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ประกอบการกำหนดยุทธศาสตร์และการนำยุทธศาสตร์ไปปฏิบัติ
- 3561105 การเป็นผู้ประกอบการ** **3(3-0)**
Entrepreneurship
คุณสมบัติของผู้ประกอบการและกระบวนการพัฒนาสู่การเป็นผู้ประกอบการที่ดี หลักทฤษฎีและปฏิบัติการบริหารจัดการธุรกิจของตน ความคิดสร้างสรรค์ เริ่มจากธุรกิจขนาดย่อม ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ การจัดทำแผนธุรกิจ การจัดตั้งธุรกิจ การบริหารจัดการการผลิตและการปฏิบัติการ การตลาด การประชาสัมพันธ์ การลงทุน การว่าจ้างและการเหมาช่วงการผลิต นโยบายสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจและสังคมที่มีผลต่อการประกอบการ กฎหมายธุรกิจที่เกี่ยวข้อง การบริหารจัดการนวัตกรรมและจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ รวมทั้งการนำแนวคิดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในการประกอบการ
- 3562307 การบริหารการผลิต** **3(3-0)**
Production Management
ลักษณะและความสำคัญของการผลิต ปัจจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจผลิตซึ่งรวมถึงระบบการผลิต การจัดการเพื่อการผลิต การเลือกทำเลที่ตั้ง การวางแผนกำลังการผลิต การวางแผนโรงงานและการจัดตารางการผลิต การจัดซื้อและการควบคุมสินค้าคงคลัง ระบบการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานสีเขียว การบริหารโครงการ การควบคุมคุณภาพและปริมาณ และระบบการบำรุงรักษา โดยมีการนำแนวคิดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประกอบการบริหารการผลิต
- 3562402 การจัดการทรัพยากรมนุษย์** **3(3-0)**
Human Resource Management
แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ขอบเขตหน้าที่ของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การวิเคราะห์งาน การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ การสรรหาคัดเลือก การพัฒนาบุคคลและการฝึกอบรม การบริหารผลงาน การบริหารค่าตอบแทน การจัดการทุนมนุษย์ การจัดการแรงงานและความปลอดภัยในการทำงาน ระบบสารสนเทศการจัดการทรัพยากรมนุษย์

<p>3563117 กฎหมายธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ Business Laws for Entrepreneur</p> <p>หลักกฎหมายเบื้องต้นในการประกอบธุรกิจ ความหมาย ที่มา และประเภทของกฎหมาย กระบวนการยุติธรรม ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ว่าด้วยนิติกรรม สัญญา หนี้ ตัวเงิน และ เอกเทศสัญญาเกี่ยวกับสัญญาซื้อขาย แลกเปลี่ยน เช่าทรัพย์สิน เช่าซื้อ และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง กฎหมาย การบัญชี และพระราชบัญญัติการบัญชี กฎหมายเกี่ยวกับการส่งเสริมการลงทุน กฎหมายเกี่ยวกับการฟื้นฟูกิจการ ประมวลรัษฎากรว่าด้วยนิติบุคคล และการเสียภาษีทางธุรกิจ การระงับข้อพิพาท โดยศาล และอนุญาโตตุลาการนอกศาล ความรับผิดชอบทางกฎหมายของธุรกิจในด้านต่าง ๆ โดยคำนึงถึงจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ</p>	<p>3(3-0)</p>
<p>3592110 หลักเศรษฐศาสตร์ Principles of Economics</p> <p>สภาพทางเศรษฐกิจและสังคมในชีวิตประจำวันเพื่อประกอบธุรกิจ การจัดหาและ ใช้ทรัพยากรการบริโภค การผลิต ตลาด สถาบันการเงิน การภาษีอากร การค้า การลงทุน ปัญหา เศรษฐกิจและแนวทางการแก้ไขปัญหา รวมทั้งแนวทางในการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจ พอเพียงกับการนำไปใช้ในชีวิตเศรษฐกิจประจำวัน</p>	<p>3(3-0)</p>
<p>3593301 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ Quantitative Analysis</p> <p>กระบวนการตัดสินใจ และประโยชน์ของการใช้เทคนิคทางคณิตศาสตร์เชิงปริมาณ เพื่อช่วยในการตัดสินใจ ได้แก่ ความน่าจะเป็น แผนภูมิเพื่อการตัดสินใจ (Decision Trees) ตัวแบบ เชิงสินค้าคงเหลือ (Inventory Model) โปรแกรมเชิงเส้นตรง (Linear Programming) เทคนิคการ ประเมินผลและการตรวจสอบโครงการ (PERT/CPM) ตัวแบบของมาร์กอฟ (Markov Model) ทฤษฎี เกม (Game Theory) แถวรอคอย (Queuing) และการจำลองเหตุการณ์ (Simulation)</p>	<p>3(3-0)</p>
<p style="padding-left: 40px;">2.3) กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน</p> <p style="padding-left: 80px;">2.3.1) บังคับ</p>	<p>36 หน่วยกิต</p> <p>24 หน่วยกิต</p>
<p>3541302 การจัดการค้าส่งและค้าปลีก Wholesale and Retail Management</p> <p>ความสำคัญและบทบาทของการค้าส่งและการค้าปลีก ทำเลที่ตั้ง ร้านค้า การจัดแสดง สินค้า ความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจและสมาชิกของทางการจัดจำหน่าย ส่วนประสมทางการตลาด ที่เกี่ยวข้อง ขั้นตอนการดำเนินงานและการนำไปประยุกต์ใช้</p>	<p>3(3-0)</p>

- 3542105 พฤติกรรมผู้บริโภค** **3(3-0)**
Consumer Behavior
แนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยภายนอก ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ตลอดจนการนำผลการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคที่ได้จากการศึกษา แนวคิดทฤษฎี มาประยุกต์ใช้ทางการตลาด ให้เหมาะสมกับสภาพทางการตลาดในปัจจุบัน
- 3543101 การบริหารการตลาด** **3(3-0)**
Marketing Management
ความสำคัญของการบริหารการตลาด บทบาทหน้าที่ของผู้บริหารการตลาด การจัดการองค์การตลาด การวิเคราะห์โอกาสของการตลาด โครงสร้างตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค การวัดและการพยากรณ์ตลาด การแบ่งส่วนตลาด การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด จริยธรรมทางการตลาด
- 3543103 กลยุทธ์การตลาด** **3(3-0)**
Marketing Strategies
แนวคิด ทฤษฎี และกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพในสถานการณ์ปัจจุบัน โดยวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ เพื่อนำมากำหนดนโยบายและระดับกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม
- 3544104 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์** **3(3-0)**
Consumer Relationship Management
กลยุทธ์การรักษาลูกค้า การแสวงหาลูกค้าใหม่ กระบวนการและเทคนิคใหม่ เพื่อเพิ่มคุณค่าในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับองค์กรให้สามารถประยุกต์ใช้ได้กับการตลาดเชิงความสัมพันธ์
- 3544105 การตลาดโลก** **3(3-0)**
Global Marketing
ภาพรวมของการจัดการตลาดโลก ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ สภาพแวดล้อมและสถาบันสำคัญของตลาดโลกรวมทั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โครงสร้างและข้อมูลประชากรของตลาดโลก วัฒนธรรมและพฤติกรรมผู้บริโภค กลยุทธ์การตลาด การตลาดสีเขียว โดยวิเคราะห์จากกรณีศึกษา

3544901 **สัมมนาทางการตลาด** 3(2-2)
Seminar on Marketing
ศึกษาสภาพและปัญหาทางการตลาดที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและอนาคตมาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์การแก้ปัญหาและการตัดสินใจในรูปแบบการสัมมนา

3544902 **การวิจัยตลาด** 3(2-2)
Marketing Research
หลักและระเบียบวิธีการวิจัยทางการตลาด การกำหนดปัญหา การวางรูปแบบการวิจัย การกำหนดวัตถุประสงค์และสมมติฐาน การเก็บรวบรวมข้อมูล การใช้สถิติสำหรับการวิจัย การวิเคราะห์รวมถึงการแปลความหมายข้อมูล การเขียนรายงานและการนำเสนอผลการวิจัย

2.3.2) **เลือก** 12 **หน่วยกิต**
รหัสวิชา **ชื่อวิชาและคำอธิบายรายวิชา** **น(ท-ป)**
3541201 **ระบบสารสนเทศการตลาด** 3(3-0)
Marketing Information Systems
ความหมาย แนวคิด บทบาทและหน้าที่ของการจัดระบบฐานข้อมูลสู่กระบวนการสารสนเทศทางการตลาด กระบวนการในการนำเสนอและพัฒนาข้อมูลทางการตลาด การใช้ระบบสารสนเทศทางการตลาดในการวางแผนตัดสินใจ และการสร้างโอกาสในการแข่งขันทางการตลาด

3542109 **การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา** 3(3-0)
Product and Price Management
ความหมายของผลิตภัณฑ์ ประเภทของผลิตภัณฑ์ การจัดการผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ กระบวนการสร้างคุณค่าของตราสินค้า การสร้างการรับรู้ในตราสินค้า กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ความหมายของราคา หลักการตั้งราคา นโยบายการตั้งราคา ขั้นตอนในการตั้งราคา ปัจจัยที่ต้องพิจารณาในการกำหนดราคา เกณฑ์ที่ใช้ในการกำหนดราคา ประเด็นปัญหาในการจัดการผลิตภัณฑ์และราคา แนวทางแก้ไขและจรรยาบรรณทางการตลาด

3542302 **การจัดการช่องทางการตลาด** 3(3-0)
Marketing Channel Management
การจัดการตลาดของผู้ผลิตในด้านการขนส่ง การเก็บรักษาสินค้า การวิเคราะห์และควบคุมระบบต้นทุนของการกระจายสินค้า การเลือกช่องทางทางการตลาด การจัดการองค์การ การวางแผนและควบคุมช่องทางการจัดจำหน่าย

- 3542308 การจัดการและเทคนิคการขาย** **3(3-0)**
Sale Management and Techniques
หน้าที่ของผู้บริหารงานขายในธุรกิจต่าง ๆ การบริหารพนักงานขาย การวางแผนการขาย การสรรหาพนักงานขาย การคัดเลือกและพัฒนาพนักงานขาย การมอบหมายงานและเขตการขาย การกำหนดโควตาการขาย การจูงใจ การจ่ายค่าตอบแทน การควบคุมการประเมินผลงานของพนักงานและจรรยาบรรณของผู้บริหารงานขาย บทบาทและหน้าที่งานขายต่อความสำเร็จทางการตลาด ประเภทของงานขาย พฤติกรรมลูกค้า บุคลิกภาพของพนักงานขาย กระบวนการขาย การขายสินค้าอุตสาหกรรม การขายสินค้าอุปโภคบริโภค การขายสินค้าบริการ การบริหารเวลาจรรยาบรรณของพนักงานขาย
- 3542403 การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ** **3(3-0)**
Integrated Marketing Communication
ความหมาย กระบวนการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ ประโยชน์ของการสื่อสารทางการตลาด ส่วนประสมของการส่งเสริมการตลาด การกำหนดงบประมาณสำหรับกิจกรรมการส่งเสริมการตลาด การโฆษณาและการเลือกสื่อสำหรับการโฆษณา การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ การขายโดยพนักงาน การตลาดทางตรง รวมทั้งรูปแบบการสื่อสารอื่น ๆ การวัดประสิทธิผลและประสิทธิภาพของกิจกรรม การส่งเสริมการตลาด จริยธรรมในการสื่อสารทางการตลาด
- 3543104 การตลาดบริการ** **3(3-0)**
Service Marketing
แนวคิดการตลาดบริการ ประเภทของตลาดบริการ ประเภทของผู้บริโภคในตลาดบริการ การวิเคราะห์และวางแผนโดยการบริหารจัดการบุคลากรเพื่อให้บริการ กระบวนการในการให้บริการ รวมถึงการจัดการลักษณะทางกายภาพโดยคำนึงถึงแนวโน้มของตลาดบริการในอนาคต
- 3543106 การตลาดเพื่อสังคม** **3(3-0)**
Social Marketing
แนวคิดหรือปรัชญาทางการตลาดที่มุ่งเน้นภาพลักษณ์ขององค์กรและนำเอาปัญหาของสังคมมาทำการตลาดรวมทั้งการตลาดสีเขียว ใช้กระบวนการจัดการทางการตลาดเพื่อเข้าใจสภาพและปัญหาของสังคม แนวโน้มของปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและสร้างความได้เปรียบทางธุรกิจ

- 3543108 การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ** **3(3-0)**
Marketing for Entrepreneur
ความหมาย ความสำคัญ รูปแบบและองค์ประกอบที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ การตลาด และปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจ ศึกษาลักษณะของธุรกิจ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการประกอบธุรกิจและปัญหาต่าง ๆ ที่เป็นอุปสรรคในการดำเนินการของผู้ประกอบการธุรกิจ ตลอดจนศึกษาถึงจรรยาบรรณของผู้ประกอบการธุรกิจที่มีต่อชุมชนและต่อสังคมโดยรวม
- 3543201 มาตรฐานผลิตภัณฑ์** **3(3-0)**
Product Standard
ความหมาย วัตถุประสงค์ องค์ประกอบและชนิดของการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ มาตรฐานและกฎหมายพาณิชย์ผลประโยชน์ การศึกษาเกี่ยวกับมาตรฐานบางชนิด การมาตรฐานผสมผสาน การได้เปรียบเชิงพาณิชย์ที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ คลังสินค้า ปัญหาที่เกิดขึ้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและความรับผิดชอบ
- 3543307 การจัดการจัดหา** **3(3-0)**
Procurement Management
หลักการ บทบาท หน้าที่และจริยธรรมในการจัดหา การจัดการโซ่อุปทาน การกำหนดวัตถุประสงค์ในการจัดหา การจัดหาเชิงบูรณาการ โดยการสรรหาและการคัดเลือกแหล่งวัตถุดิบ ตลอดจนสินค้าที่มีคุณภาพ การคำนวณหาปริมาณการจัดซื้อที่เหมาะสม การเจรจาต่อรอง การทำสัญญา กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้อจัดหา ปัจจัยสำคัญที่ขัดเขยต้นทุน การปรับปรุงระบบและกิจกรรมการจัดหาองค์กร การประเมินผู้ขาย การควบคุมผลการดำเนินงาน การจัดหาอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
- 3544102 การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด** **3(3-0)**
Quantitative Analysis for Marketing
การประยุกต์ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการตัดสินใจทางการตลาด การพยากรณ์ยอดขาย การจัดซื้อ เทคนิคการตั้งราคาและการจัดจำหน่าย เพื่อสร้างโอกาสทางการตลาด
- 3544903 ปัญหาพิเศษทางการตลาด** **3(2-2)**
Special Problems in Marketing
ศึกษากรณีตัวอย่างทางการตลาดของธุรกิจประเภทต่าง ๆ เพื่อวิเคราะห์แนวทางการแก้ปัญหาและสามารถนำไปพัฒนาองค์ความรู้ เพื่อช่วยในการตัดสินใจทางการตลาด

2.4) กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ	7	หน่วยกิต
3503821 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด		2(90)

Preparation for Professional Internship in Marketing

การประยุกต์หลักการและทฤษฎีทางการตลาด การศึกษาแนวโน้มสภาพการเปลี่ยนแปลงในธุรกิจทางการตลาดโดยการใช้กรณีศึกษา สถานการณ์จำลอง การเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการใช้ภาษา การใช้คอมพิวเตอร์ การใช้เทคโนโลยี การพัฒนาบุคลิกภาพและการปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมทางการตลาด สามารถทำงานเป็นทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพ การเสริมสร้างจรรยาบรรณทางการตลาดเพื่อเตรียมความพร้อมก่อนออกฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด

3504819 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด	5(450)
---	---------------

Professional Internship in Marketing

จัดให้นักศึกษาได้ฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาดในหน่วยงานรัฐบาล รัฐวิสาหกิจ หรือองค์กรธุรกิจ ภายใต้การควบคุมดูแลของอาจารย์นิเทศก์ โดยนำความรู้ทางภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติที่ได้จากการศึกษาไปใช้ในสถานที่ที่นักศึกษาฝึกงาน จัดให้มีการปฐมนิเทศเกี่ยวกับรายละเอียดของการฝึกงานและจัดให้มีการปัจฉิมนิเทศเพื่ออภิปรายปัญหาการฝึกประสบการณ์ที่เกิดขึ้น และเสนอแนวทางแก้ปัญหาโดยจัดให้นักศึกษาทำโครงการพิเศษหรือปัญหาพิเศษทางการตลาด

3) หมวดวิชาเลือกเสรี	6	หน่วยกิต
-----------------------------	----------	-----------------

เลือกจากรายวิชาที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร โดยไม่ซ้ำซ้อนกับรายวิชาที่เคยเรียนมาแล้ว และต้องไม่เป็นรายวิชาที่กำหนดให้เรียนโดยไม่นับหน่วยกิตรวมในเกณฑ์การสำเร็จหลักสูตรของสาขาวิชานี้ ซึ่งนักศึกษาสามารถเลือกเรียนได้ตามความถนัดและความสนใจ