รายละเอียดของหลักสูตร
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
คณะ/ภาควิชา คณะบริหารธุรกิจ

รหัสและชื่อหลักสูตร

รหัสหลักสูตร	25340021100189
ภาษาไทย	หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ภาษาอังกฤษ	Master of Business Administration Program

ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

ชื่อเต็ม	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ชื่อย่อ	บธ.ม.
ชื่อเต็ม	Master of Business Administration
ชื่อย่อ	M.B.A.

วิชาเอก

ไม่มี

จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร

แผน ก แบบ ก2	ไม่น้อยกว่า 36 หน่วยกิต
แผน ข	ไม่น้อยกวา 36 หน่วยกิต

1. หลักสูตรและอธิบายรายวิชา

1.1. หลักสูตร

1.1.1 หลักสูตร แผน ก แบบ ก 2

1.1.1.1 จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 36 หน่วยกิต

1.1.1.2. โครงสร้างหลักสูตร

ก. วิชาเอก ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต

- สัมมนา 2 หน่วยกิต
- วิชาเอกบังคับ 21 หน่วยกิต
- วิชาเอกเลือก ไม่น้อยกว่า 1 หน่วยกิต

ข. วิทยานิพนธ์ ไม่น้อยกว่า 12 หน่วยกิต

1.1.1.3. รายวิชา

ก. รายวิชาเอก ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต

- สัมมนา 2 หน่วยกิต

01140597 สัมมนา 1,1
(Seminar)

- วิชาเอกบังคับ 21 หน่วยกิต

01140511** การจัดการทางการเงิน 3(3-0-6)
(Financial Management)

01140521** การจัดการร่วมสมัย 3(3-0-6)
(Contemporary Management)

01140522 การจัดการเชิงกลยุทธ์ขั้นสูง 3(3-0-6)
(Advanced Strategic Management)

01140531** การจัดการการปฏิบัติการขั้นสูง 3(3-0-6)
(Advanced Operations Management)

01140541** การจัดการการตลาดขั้นสูง 3(3-0-6)
(Advanced Marketing Management)

01140561** การบัญชีบริหารขั้นสูง 3(3-0-6)
(Advanced Managerial Accounting)

01140591** ระเบียบวิธีวิจัยทางบริหารธุรกิจ 2(2-0-4)
(Research Methods in Business Administration)

01140592* สถิติสำหรับการวิจัยทางธุรกิจ 1(1-0-2)
(Statistics for Business Research)

- วิชาเอกเลือก ไม่น้อยกว่า 1 หน่วยกิต

ให้นิสิตเลือกเรียนรายวิชาจากกลุ่มวิชาใดกลุ่มวิชาหนึ่ง ไม่น้อยกว่า 1 หน่วยกิต จากตัวอย่างรายวิชาต่อไปนี้

กลุ่มวิชาการจัดการ

01140523**	การจัดการการเปลี่ยนแปลงองค์การ (Organization Change Management)	2(2-0-4)
01140526**	การจัดการธุรกิจเพื่อความมั่นคงของชาติ (Business Management for National Security)	2(2-0-4)
01140528**	ความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship)	2(2-0-4)
01140571**	การจัดการทรัพยากรมนุษย์สมัยใหม่ (Modern Human Resource Management)	2(2-0-4)
01140573**	การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ยุคดิจิทัล (Strategic Communication in The Digital Age)	2(2-0-4)
01140575**	การเจรจาต่อรองสำหรับผู้บริหาร (Managerial Negotiation)	2(2-0-4)
01140576**	ภาวะผู้นำเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Leadership)	2(2-0-4)
01140577**	ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ (Business Information Systems)	2(2-0-4)
01140581**	การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ (International Business Management)	2(2-0-4)
01140584**	บริบททางธุรกิจของประเทศในกลุ่มอาเซียน (Business Context in ASEAN Countries)	2(2-0-4)

กลุ่มวิชาการจัดการเทคโนโลยีและการผลิต

01140532**	การจัดการและควบคุมคุณภาพ (Quality Control and Management)	2(2-0-4)
01140534**	การจัดการโครงการ (Project Management)	2(2-0-4)
01140535**	ทฤษฎีการบริการไมตรีจิตและการท่องเที่ยว (Hospitality and Tourism Theories)	2(2-0-4)
01140536**	กลยุทธ์บริการไมตรีจิต (Hospitality Strategy)	2(2-0-4)
01140537**	การจัดการเทคโนโลยีและเทคโนโลยีดิจิทัล (Technology Management and Digital Technology)	2(2-0-4)

01140538** การจัดการนวัตกรรมในองค์กรเทคโนโลยีขั้นสูง 2(2-0-4)
(Innovation Management in High-Technology Organization)

กลุ่มวิชาการตลาด

01140542** กลยุทธ์การวิเคราะห์ตลาดผู้บริโภคและธุรกิจ 2(2-0-4)
(Consumer and Business Market Analysis Strategy)

01140543** การจัดการกลยุทธ์การตลาดยุคดิจิทัล 2(2-0-4)
(Digital-Age Marketing Strategy Management)

01140546** การจัดการการตลาดบริการ 2(2-0-4)
(Service Marketing Management)

01140547** การจัดการตราสินค้าเชิงกลยุทธ์ 2(2-0-4)
(Strategic Brand Management)

01140548** การจัดการช่องทางการตลาด 2(2-0-4)
(Marketing Channel Management)

01140549** การจัดการโลจิสติกส์ 2(2-0-4)
(Logistics Management)

01140551** กลยุทธ์การโฆษณาและการส่งเสริมการขายแบบบูรณาการ 2(2-0-4)
(Integrated Advertising and Sales Promotion Strategy)

01140552* การตลาดหรูหรา 2(2-0-4)
(Luxury Marketing)

01140553* ปัญญาประดิษฐ์และการวิเคราะห์ข้อมูลการตลาด 2(2-0-4)
(Artificial Intelligence and Data Analytic in Marketing)

กลุ่มวิชาอื่นๆ

01140596 เรื่องเฉพาะทางบริหารธุรกิจ 1-3
(Selected Topic in Business Administration)

01140598 ปัญหาพิเศษ 1-3
(Special Problems)

ข. วิทยานิพนธ์ ไม่น้อยกว่า 12 หน่วยกิต

01140599 วิทยานิพนธ์ 1-12
(Thesis)

<u>เงื่อนไขเพิ่มเติม</u> ให้นิสิตเรียนรายวิชาต่อไปนี้โดยไม่นับหน่วยกิต

01110501 เศรษฐศาสตร์การจัดการขั้นสูง 3(3-0-6)
(Advanced Managerial Economics)

2.1.1. หลักสูตร แผน ข

2.1.2. จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 36 หน่วยกิต

2.1.3. โครงสร้างหลักสูตร

ก. วิชาเอก ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต

- สัมมนา 2 หน่วยกิต
- วิชาเอกบังคับ 21 หน่วยกิต
- วิชาเอกเลือก ไม่น้อยกว่า 7 หน่วยกิต

ข. การศึกษาค้นคว้าอิสระ 6 หน่วยกิต

2.1.4. รายวิชา

ก. รายวิชาเอก ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต

- สัมมนา 2 หน่วยกิต

01140597	สัมมนา (Seminar)	1, 1

- วิชาเอกบังคับ 21 หน่วยกิต

01140511**	การจัดการทางการเงิน (Financial Management)	3(3-0-6)
01140521**	การจัดการร่วมสมัย (Contemporary Management)	3(3-0-6)
01140522	การจัดการเชิงกลยุทธ์ขั้นสูง (Advanced Strategic Management)	3(3-0-6)
01140531**	การจัดการการปฏิบัติการขั้นสูง (Advanced Operations Management)	3(3-0-6)
01140541**	การจัดการการตลาดขั้นสูง (Advanced Marketing Management)	3(3-0-6)
01140561**	การบัญชีบริหารขั้นสูง (Advanced Managerial Accounting)	3(3-0-6)
01140591**	ระเบียบวิธีวิจัยทางบริหารธุรกิจ (Research Methods in Business Administration)	2(2-0-4)
01140592*	สถิติสำหรับการวิจัยทางธุรกิจ (Statistics for Business Research)	1(1-0-2)

- วิชาเอกเลือก ไม่น้อยกว่า 7 หน่วยกิต

ให้นิสิตเลือกเรียนรายวิชาไม่น้อยกว่า 7 หน่วยกิต โดยเลือกจากกลุ่มวิชาใดวิชาหนึ่งไม่น้อยกว่า 4 หน่วยกิตจากตัวอย่างรายวิชาต่อไปนี้

กลุ่มวิชาการจัดการ

01140523**	การจัดการการเปลี่ยนแปลงองค์การ (Organization Change Management)	2(2-0-4)
01140526**	การจัดการธุรกิจเพื่อความมั่นคงของชาติ (Business Management for National Security)	2(2-0-4)
01140528**	ความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship)	2(2-0-4)
01140571**	การจัดการทรัพยากรมนุษย์สมัยใหม่ (Modern Human Resource Management)	2(2-0-4)
01140573**	การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ยุคดิจิทัล (Strategic Communication in The Digital Age)	2(2-0-4)
01140575**	การเจรจาต่อรองสำหรับผู้บริหาร (Managerial Negotiation)	2(2-0-4)
01140576**	ภาวะผู้นำเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Leadership)	2(2-0-4)
01140577**	ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ (Business Information Systems)	2(2-0-4)
01140581**	การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ (International Business Management)	2(2-0-4)
01140584**	บริบททางธุรกิจของประเทศในกลุ่มอาเซียน (Business Context in ASEAN Countries)	2(2-0-4)

กลุ่มวิชาการจัดการเทคโนโลยีและการผลิต

01140532** การจัดการและควบคุมคุณภาพ 2(2-0-4)
(Quality Control and Management)

01140534** การจัดการโครงการ 2(2-0-4)
(Project Management)

01140535** ทฤษฎีการบริการไมตรีจิตและการท่องเที่ยว 2(2-0-4)
(Hospitality and Tourism Theories)

01140536** กลยุทธ์บริการไมตรีจิต 2(2-0-4)
(Hospitality Strategy)

01140537** การจัดการเทคโนโลยีและเทคโนโลยีดิจิทัล 2(2-0-4)
(Technology Management and Digital Technology)

01140538** การจัดการนวัตกรรมในองค์กรเทคโนโลยีขั้นสูง 2(2-0-4)
(Innovation Management in High-Technology Organization)

กลุ่มวิชาการตลาด

01140542** กลยุทธ์การวิเคราะห์ตลาดผู้บริโภคและธุรกิจ 2(2-0-4)
(Consumer and Business Market Analysis Strategy)

01140543** การจัดการกลยุทธ์การตลาดยุคดิจิทัล 2(2-0-4)
(Digital-Age Marketing Strategy Management)

01140546** การจัดการการตลาดบริการ 2(2-0-4)
(Service Marketing Management)

01140547** การจัดการตราสินค้าเชิงกลยุทธ์ 2(2-0-4)
(Strategic Brand Management)

01140548** การจัดการช่องทางการตลาด 2(2-0-4)
(Marketing Channel Management)

01140549** การจัดการโลจิสติกส์ 2(2-0-4)
(Logistics Management)

01140551** กลยุทธ์การโฆษณาและการส่งเสริมการขายแบบบูรณาการ 2(2-0-4)
(Integrated Advertising and Sales Promotion Strategy)

01140552* การตลาดหรูหรา 2(2-0-4)
(Luxury Marketing)

01140553* ปัญญาประดิษฐ์และการวิเคราะห์ข้อมูลการตลาด 2(2-0-4)
(Artificial Intelligence and Data Analytic in Marketing)

กลุ่มวิชาอื่นๆ

01140596	เรื่องเฉพาะทางบริหารธุรกิจ (Selected Topic in Business Administration)	1-3
01140598	ปัญหาพิเศษ (Special Problems)	1-3

ข. การศึกษาค้นคว้าอิสระ 6 หน่วยกิต

01140595	การศึกษาค้นคว้าอิสระ (Independent Study)	3,3

<u>เงื่อนไขเพิ่มเติม</u> ให้นิสิตเรียนรายวิชาต่อไปนี้โดยไม่นับหน่วยกิต

01110501	เศรษฐศาสตร์การจัดการขั้นสูง (Advanced Managerial Economics)	3(3-0-6)

2.1.5. คำอธิบายรายวิชา

2.1.5.1. รายวิชาที่เป็นรหัสวิชาของหลักสูตร

01140511** การจัดการทางการเงิน 3(3-0-6)
(Financial Management)

การพยากรณ์ความต้องการเงินทุน การจัดหาเงินทุนและการจัดสรรเงินทุน ค่าของเงินตามเวลา การประเมินมูลค่าทางการเงิน การจัดการความมั่งคั่งและการวางแผนเพื่อการเกษียณอายุและการวางแผนเพื่อการเกษียณอายุ

Financial anticipation, financial acquisition, and financial allocation. Time value of money. Financial evaluation. Wealth management and retirement planning.

01140521** การจัดการร่วมสมัย 3(3-0-6)
(Contemporary Management)

ผู้จัดการกับแนวคิดการจัดการร่วมสมัย สภาพแวดล้อมทางการจัดการ จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม การตัดสินใจด้วยความคิดสร้างสรรค์และความเป็นผู้ประกอบการ การจัดการห่วงโซ่คุณค่า การจัดการโครงสร้างและวัฒนธรรมองค์การ การควบคุมและการเปลี่ยนแปลงองค์การ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การสร้างแรงจูงใจและภาวะผู้นำ การสื่อสาร การจัดการความขัดแย้งและการเมืองในองค์การ

Managers and contemporary management concepts. Environment of management. Ethics and social responsibility. Creativity and entrepreneurship-based decision making. Value chain management. Managing organizational structure and culture. Organizational control and change. Human resource management. Motivation and leadership. Communication. Managing conflicts and politics in organization.

01140522 การจัดการเชิงกลยุทธ์ขั้นสูง 3(3-0-6)
(Advanced Strategic Management)

แนวคิดเกี่ยวกับกับการจัดการเชิงกลยุทธ์ กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ซึ่งครอบคลุมถึงการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายใน การกำหนดกลยุทธ์ในระดับต่างๆ การนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติและการควบคุมเชิงกลยุทธ์ นอกจากนี้ยังศึกษาถึงภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ จริยธรรมและความรับผิดชอบทางสังคมในกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ ประเด็นปัจจุบันและแนวโน้มในการจัดการเชิงกลยุทธ์ ใช้กรณีศึกษา

Concepts related to strategic management. Strategic management process which includes internal and external environment analysis, strategy formulation at different levels, strategy implementation, and strategic control. Strategic leadership, ethics and social responsibility in strategic management process. Current issues and trends in strategic management. Case studies.

01140523** การจัดการการเปลี่ยนแปลงองค์การ 2(2-0-4)
(Organization Change Management)

แนวคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงองค์การ ปัจจัยขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงกระบวนการและรูปแบบการจัดการการเปลี่ยนแปลง บทบาทของผู้จัดการและภาวะผู้นำในการจัดการการเปลี่ยนแปลงองค์การ

Concepts of organization change. Driving forces of change. Organization change models and processes. Manager’s roles and leadership in change management.

01140526** การจัดการธุรกิจเพื่อความมั่นคงของชาติ 2(2-0-4)
(Business Management for National Security)

ความมั่นคงแห่งชาติและยุทธศาสตร์ชาติ ความสัมพันธ์ของความมั่นคงแห่งชาติและยุทธศาสตร์ชาติกับการจัดการธุรกิจในยุคดิจิทัล ความหมายโดยนัยและผลกระทบจากสภาพแวดล้อมระดับมหภาคต่อความมั่นคงของชาติ กระบวนการกำหนดยุทธศาสตร์ชาติภายใต้สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกประเทศที่เปลี่ยนแปลง กรณีศึกษา มีการศึกษานอกสถานที่

National security and strategy. Relationship between national security, national strategy, and business management in the digital age. Implications and effects of macro environment on national security. National strategy process under the changing of internal and external environment of the country. Case studies. Field trips required.

01140528** ความเป็นผู้ประกอบการ 2(2-0-4)
(Entrepreneurship)

แนวคิดความเป็นผู้ประกอบการ จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ การคิดเชิงออกแบบ กระบวนการวางแผนธุรกิจใหม่ แผนธุรกิจ

Concepts of entrepreneurship. Ethics and social responsibility. Innovation and creativity. Design thinking. New business planning process. Business plan.

01140531** การจัดการการปฏิบัติการขั้นสูง 3(3-0-6)
(Advanced Operations Management)

กลยุทธ์การปฏิบัติการ การออกแบบสินค้าและบริการ การออกแบบกระบวนการและการเลือกแผนผัง การพยากรณ์ความต้องการสินค้าและการวางแผนกำลังการผลิต ทำเลที่ตั้งสิ่งอำนวยความสะดวก การจัดการคุณภาพ การควบคุมสินค้าคงเหลือ การวางแผนลักษณะรวม การวางแผนความต้องการวัสดุและการผลิตแบบทันเวลาพอดี การจัดตารางการผลิต การจัดการโครงการ

Operations strategy. Product and service design. Process design and layout selection. Demand forecasting and capacity planning. Facilities location. Quality management, inventory control. Aggregate planning. Material requirement planning and the just-in-time manufacturing. Production scheduling. Project management.

01140532** การจัดการและควบคุมคุณภาพ 2(2-0-4)
(Quality Control and Management)

หลักการของการจัดการคุณภาพในการผลิตสินค้าและบริการ เทคนิคการคุมคุณภาพเชิงสถิติ การจัดการคุณภาพเบ็ดเสร็จ การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง แผนภูมิควบคุม สมรรถนภาพของกระบวนการและระบบมาตรฐานคุณภาพ

Principles of quality management in the production of goods and services. Statistical quality control techniques. Total quality management. Continuous improvement. Control charts. Process capability and quality standard systems.

01140534** การจัดการโครงการ 2(2-0-4)
(Project Management)

หลักการจัดการโครงการให้ประสบผลสำเร็จภายใต้ข้อจำกัดด้านเวลา ต้นทุน และทรัพยากร แนวคิดการจัดการโครงการสมัยใหม่ หลักการและเทคนิคการวางแผน การดำเนินการ การติดตามและควบคุมโครงการ และการบริหารความเสี่ยง

Principles of successfully managing projects under constraints of time. Costs and resources. Concepts of modern project management. Principles and techniques of project planning. Execution, monitoring and controlling. Risk management.

01140535** ทฤษฎีการบริการไมตรีจิตและการท่องเที่ยว 2(2-0-4)
(Hospitality and Tourism Theories)

ทฤษฎีที่ให้ความเข้าใจในปรากฏการณ์เชิงกลยุทธ์ เชิงการจัดการ และเชิงสังคมในการบริการไมตรีจิตและการท่องเที่ยว ระบบการบริการไมตรีจิตและการท่องเที่ยว แรงจูงใจนักท่องเที่ยวหรือแขก เครือข่ายทางสังคม ทรัพยากรมนุษย์ ภาวะผู้นำ ผู้มีส่วนได้เสียด้านเงินทุน ชุมชนและนิเวศวิทยา เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และความสัมพันธ์กับสาขาวิชาอื่น

Theories providing a comprehension of strategic, managerial, and societal phenomena in hospitality and tourism. Hospitality and tourism systems, tourist or guest motivations, social networks, human resources, leadership, capital stakeholders, community and ecology, information and communication technology, and relationships with other disciplines.

01140536** กลยุทธ์บริการไมตรีจิต 2(2-0-4)
(Hospitality Strategy)

การปรับแนวระหว่างแรงขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมบริการไมตรีจิต และเจตนารมณ์เชิงกลยุทธ์ ตัวเลือกเชิงกลยุทธ์ และโครงสร้างเพื่อการสร้างมูลค่าบริษัท แนวโน้มที่สำคัญในอนาคตสำหรับธุรกิจบริการไมตรีจิต กรณีศึกษา

An alignment between forces driving change in the hospitality industry and a firm's strategic intent, strategic choices, and structure for creation of its value. Significant future trends for hospitality business. Case studies.

01140537** การจัดการเทคโนโลยีและเทคโนโลยีดิจิทัล 2(2-0-4)
(Technology Management and Digital Technology)

แนวคิด และความเข้าใจด้านการนำเทคโนโลยีมาใช้และการจัดการเทคโนโลยี ประเภทของเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ ผลกระทบของเทคโนโลยีแห่งอนาคตต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบในการดำเนินธุรกิจ กรณีศึกษา

Concepts and comprehension of technology adoption and management. Types of novel technology and innovation. Effects of emerging technology on changing business practices. Case studies.

01140538** การจัดการนวัตกรรมในองค์กรเทคโนโลยีขั้นสูง 2(2-0-4)
(Innovation Management in High-Technology Organization)

แนวคิดของเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ส่งผลกระทบอย่างรุนแรง และตลาดของเทคโนโลยีและนวัตกรรม รูปแบบของวิวัฒนาการทางเทคโนโลยี การแข่งขันของผลิตภัณฑ์ หน้าที่หลักของผลิตภัณฑ์ การวางแผนขับเคลื่อนธุรกิจโดยการค้นพบเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ การเชื่อมโยงระหว่างกลยุทธ์กับนวัตกรรม ความสามารถขององค์กรด้านนวัตกรรม และมิติของกลยุทธ์ทางเทคโนโลยี

Concepts of disruptive technologies and innovations and their markets. Evolutionary pattern of product competition. Main function of the product, planning for business driven by the discovery of new technologies and innovations. The link between strategy and innovation. Organizational capability in innovativeness. The dimension of technology strategy

01140541** การจัดการการตลาดขั้นสูง 3(3-0-6)
(Advanced Marketing Management)

การตลาดสำหรับเศรษฐกิจยุคใหม่ ระบบข้อมูลทางการตลาด คุณค่าและความพึงพอใจของลูกค้า กระบวนการจัดการทางการตลาดแบบองค์รวม การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด ตลาดผู้บริโภค และตลาดธุรกิจ การกำหนดส่วนแบ่งตลาด และเป้าหมายตลาด การสร้างมูลค่าและตำแหน่งตราสินค้า กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด การตลาดดิจิทัล การสร้างความสำเร็จที่ยั่งยืนทางการตลาด

Marketing to the new economy. Marketing information system. Customer value and satisfaction. Holistic marketing management process. Analysis of marketing opportunities, consumer and business markets. Identifying market segments and targets. Creating brand equity and positioning. Marketing mix strategy. Digital marketing. Creating sustainable marketing success.

01140542** กลยุทธ์การวิเคราะห์ตลาดผู้บริโภคและธุรกิจ 2(2-0-4)
(Consumer and Business Market Analysis Strategy)

บทบาทและพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล แบบจำลองและทฤษฎีการตัดสินใจของผู้บริโภค การศึกษาเส้นทางของลูกค้า ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค การวิจัยผู้บริโภคและการวัดความพึงพอใจของลูกค้า กลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า กรณีศึกษา

Consumers’ roles and behavior in the digital age. Models and theories of consumer decision making. Customer journey study. Factors influencing consumer behavior. Consumer research and customer satisfaction measurement. Marketing strategies for consumer relationship building. Case studies.

01140543** การจัดการกลยุทธ์การตลาดยุคดิจิทัล 2(2-0-4)
(Digital-Age Marketing Strategy Management)

แนวคิดทางการตลาดยุคดิจิทัล การออกแบบกลยุทธ์การตลาดยุคดิจิทัล การวางแผนและการพัฒนาแผนการตลาดยุคดิจิทัล การนำไปปฏิบัติและควบคุมโปรแกรมทางการตลาดยุคดิจิทัล

Concepts of digital-age marketing. Designing digital-age marketing strategies. Planning and developing digital-age marketing plan. Implementing and controlling digital-age marketing program.

01140546** การจัดการการตลาดบริการ 2(2-0-4)
(Service Marketing Management)

ความสำคัญของภาคบริการ ลักษณะเฉพาะและประเภทของการบริการ กระบวนการซื้อและความคาดหวังของผู้บริโภค กลยุทธ์และส่วนประสมทางการตลาด ระบบลูกค้าผู้ภักดี คุณภาพการบริการ การจัดการข้อร้องเรียนและการฟื้นฟูบริการ การสร้างความสมดุลความต้องการและการผลิตบริการ

Importance of service sector. Characteristics and classification of services. Purchase process and consumer expectations. Strategy and marketing mix. Loyal customer system. Service quality. Complaint management and service recovery. Balancing service demand and capacity.

01140547** การจัดการตราสินค้าเชิงกลยุทธ์ 2(2-0-4)
(Strategic Brand Management)

กลยุทธ์การสร้างตราสินค้าด้วยการวางตำแหน่งตราสินค้าและการนำเสนอคุณค่าตราสินค้า การวางแผนเพื่อออกแบบตราสินค้าและการนำไปปฏิบัติในโปรแกรมการตลาด การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการโดยผสมผสานการตลาดดิจิทัลเพื่อสร้างคุณค่าตราสินค้า การประเมินประสิทธิผลตราสินค้า การวางแผนเพื่อการเติบโตและยั่งยืนของคุณค่าตราสินค้าในอนาคต

Brand building strategy through brand positioning and delivering brand equity. Planning for brand design and implementation in marketing programs. Integrated marketing communications in combination with digital marketing for building brand equity. Assessment of brand effectiveness. Planning for growth and sustainability of brand equity in the future.

01140548** การจัดการช่องทางการตลาด 2(2-0-4)
(Marketing Channel Management)

ลักษณะโครงสร้างและประเภทของช่องทางการตลาด บทบาท หน้าที่และการพัฒนาช่องทางการตลาด สถาบันการตลาด ปัจจัยสภาพแวดล้อมข้อขัดแย้งและความร่วมมือกันของสถาบันการตลาดต่างๆ การคัดเลือก การประเมินผล การควบคุมช่องทางการตลาด

Characteristics, structure, and types of marketing channel. Roles, functions, and development of marketing channel. Marketing institutions. Environmental factors. Conflicts and cooperation of marketing institutions. Selecting, evaluating, and controlling marketing channel.

01140549** การจัดการโลจิสติกส์ 2(2-0-4)
(Logistics Management)

บทบาทและความสำคัญของการจัดการโลจิสติกส์ต่อการวางกลยุทธ์การตลาด องค์ประกอบและแนวคิดใหม่ของการจัดการโลจิสติกส์ กิจกรรมโลจิสติกส์ กลยุทธ์แบบบูรณาการของกิจกรรมโลจิสติกส์ในยุคการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี การบริการลูกค้าและความพึงพอใจของลูกค้า การจัดซื้อ ระบบสารสนเทศโลจิสติกส์ การจัดการสินค้าคงคลัง และการขนส่ง

Roles and importance of logistics management to marketing strategy. Components and new concepts of logistics management. Integrated strategy of logistics activities in technology disruption. Customer service and customer satisfaction. Purchasing. Logistic information system. Inventory management and transportation.

01140551** กลยุทธ์การโฆษณาและการส่งเสริมการขายแบบบูรณาการ 2(2-0-4)
(Integrated Advertising and Sales Promotion Strategy)

บทบาทของการโฆษณา การสื่อสารการตลาด และกระบวนการจัดการการตลาด ตัวแทนโฆษณา กระบวนการการจัดการการโฆษณา การวางแผนกำหนดกลยุทธ์สื่อโฆษณา การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค คนกลาง และหน่วยพลังการขาย การวัดผลที่มีประสิทธิภาพ กฎหมาย ข้อกำหนดและจรรยาบรรณที่เกี่ยวข้อง

Roles of advertising. Marketing communication and marketing management process. Advertising agency. Advertising management process. Media planning and strategy. Sales promotion on consumer, trade and sales-forces oriented. Effective measurment. Law, regulations and ethics related.

01140552* การตลาดหรูหรา 2(2-0-4)
(Luxury Marketing)

คำนิยามและลักษณะของการตลาดหรูหรา การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดสำหรับการตลาดหรูหรา การวิเคราะห์ผู้บริโภคระดับไฮเอนด์ การพัฒนาส่วนประสมการตลาดหรูหรา การสร้างและรักษาภาพลักษณ์หรูหรา การพัฒนาแผนการตลาดหรูหราเชิงกลยุทธ์

Definition and characteristics of luxury marketing. Analysis of marketing environment for luxury marketing. Analysis of high-end consumers. Developing luxury marketing mix. Building and maintaining a luxury image. Developing strategic luxury marketing plan.

01140553* ปัญญาประดิษฐ์และการวิเคราะห์ข้อมูลการตลาด 2(2-0-4)
(Artificial Intelligence and Data Analytic in Marketing)

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับปัญญาประดิษฐ์และการประยุกต์ทางการตลาด สภาพแวดล้อมการตลาดที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ การนำปัญญาประดิษฐ์และเทคโนโลยีล้ำสมัยมาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมและเส้นทางการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคเพื่อการวางแผนการตลาด

Introduction to artificial intelligence and its application in marketing. Marketing environment affected by technology disruption of artificial intelligence. Applying artificial intelligence and advanced technology in analyzing consumer behavior and customer journey for marketing plan development.

01140561** การบัญชีบริหารขั้นสูง 3(3-0-6)
(Advanced Managerial Accounting)

การพัฒนาข้อมูลระบบต้นทุน การสะสมต้นทุนผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์และ แปลความหมายสำหรับต้นทุนผลิตภัณฑ์ ความสำคัญของข้อมูลทางบัญชีบริหารต่อการวางแผน ควบคุม และ ตัดสินใจ การใช้เทคนิคทางบัญชีบริหารขั้นสูงสำหรับการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์

Development of cost system data. Accumulation of costs for product costing. Analysis and interpretation of product cost. The importance of management accounting information for planning controlling and decision making. The use of advanced management accounting techniques for strategic decision making.

01140571** การจัดการทรัพยากรมนุษย์สมัยใหม่ 2(2-0-4)
(Modern Human Resource Management)

กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์สมัยใหม่ การสรรหาทรัพยากรบุคคลและจัดการด้านแรงงาน อบรมและพัฒนาบุคลากร การบริหารจัดการด้านประสิทธิภาพของการทำงาน ตลอดจนการประเมินผลการทำงาน การแก้ปัญหาและลดความขัดแย้ง ความผูกพันของพนักงาน แรงงานสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับโลกธุรกิจที่กำลังดำเนินอยู่ในปัจจุบัน

Modern human resource management processes. Human resource recruitment and labor management. Training and development. Appraisals and performance management. Problem solving and reducing conflicts. Employee engagement. Labor relations in accordance with the current business world.

01140573** การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ในยุคดิจิทัล 2(2-0-4)
(Strategic Communication in Digital Age)

บทบาทและความสำคัญของการสื่อสารต่อความสำเร็จขององค์การ แนวคิดและความหมายของการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ อิทธิพลของสังคมดิจิทัลและการเปลี่ยนแปลงทางสังคมต่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ การสื่อสารอัตลักษณ์และวัฒนธรรมองค์การ การสื่อสารการเปลี่ยนแปลงและการสื่อสารในภาวะวิกฤติ

Roles and importance of communication to an organization's success. Concepts and definition of strategic communication. Influence of digital society and social change on strategic communication. Organizational identity and culture. Change and crisis communication.

01140575** การเจรจาต่อรองสำหรับผู้บริหาร 2(2-0-4)
(Managerial Negotiation)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเจรจาต่อรอง ประเภทของสถานการณ์การเจรจาต่อรอง กระบวนการเจรจาต่อรองอำนาจในการเจรจาต่อรองและการโน้มน้าวใจ จริยธรรมในการเจรจาต่อรอง ใช้การแสดงบทบาทสมมติและกรณีศึกษา

Concepts and theories related to negotiation. Types of negotiation. Negotiation process. Negotiation power and persuasion. Ethics in negotiation. Applying role play and case studies.

01140576** ภาวะผู้นำเชิงยุทธศาสตร์ 2(2-0-4)
(Strategic Leadership)

แนวคิดภาวะผู้นำ อิทธิพลของภาวะผู้นำที่มีต่อธุรกิจ การเปลี่ยนแปลงและความคาดหวังของธุรกิจสมัยใหม่ ภาวะผู้นำเชิงยุทธศาสตร์ในสภาวะไม่แน่นอน ลักษณะของผู้นำเชิงยุทธศาสตร์ การพัฒนาผู้นำเชิงยุทธศาสตร์และการนำการเปลี่ยนแปลง

Concepts of leadership. Influences of leadership on business. Change and expectation of modern business. Strategic leadership in uncertain condition. Characteristics of strategic leadership. Development of strategic leadership and leading to change.

01140577** ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ 2(2-0-4)
(Busines Information Systems)

โครงสร้างพื้นฐานของระบบสารสนเทศ การวิเคราะห์ระบบงานทางธุรกิจ การจัดการระบบสารสนเทศและการประยุกต์ใช้สำหรับการประมวลผลและตัดสินใจ ประเด็นด้านความปลอดภัยและจริยธรรมที่เกี่ยวข้อง

Information system infrastructure. Business system analysis. Information system management and application for business processing and decision making. Related security and ethical issues.

01140581** การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ 2(2-0-4)
(International Business Management)

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจระหว่างประเทศในระดับภูมิภาคและระดับโลก ความแตกต่างทางวัฒนธรรม รูปแบบการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ การจัดการผลิต การตลาด การเงิน และทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ ระบบสารสนเทศเพื่อการวางแผนและควบคุม

International business environment at both regional and global levels. Cultural differences. Entry modes of conducting international business. International operations management, marketing, finance, and human resources. Information system for planning and controlling.

01140584** บริบททางธุรกิจของประเทศในกลุ่มอาเซียน 2(2-0-4)
(Business Context in ASEAN Countries)

พัฒนาการ แนวโน้มและบทบาทของสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้กับการดำเนินธุรกิจ ในภูมิภาค สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของประเทศในกลุ่มอาเซียน ในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และการเมืองการปกครอง นโยบายและความเกี่ยวพันของสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้กับบริบททางธุรกิจ

Development, trend, and roles of ASEAN in relation to business operations in the region. Business environment of ASEAN countries in terms of economic, social, cultural, and political aspects. ASEAN’s policies and implication on business context.

01140591** ระเบียบวิธีวิจัยทางบริหารธุรกิจ 2(2-0-4)

(Research Methods in Business Administration)

งานวิจัยขั้นสูงทางบริหารธุรกิจ และการจัดทำโครงร่างการวิจัย การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและคอมพิวเตอร์สำหรับประมวลผล และการสืบค้นข้อมูล การวิเคราะห์ผล การเรียบเรียงและเขียนบทความทางวิชาการ และการนำเสนอ การอภิปรายผลงานวิจัย การจัดทำรายงานเพื่อการนำเสนอในการประชุมและการตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ

Advanced research in administration and preparation of research proposal, application of information technology and computer data processing and retrievals, data analysis, article writing and presentation, group discussion. Paper preparation for presentation and publication.

01140592* สถิติสำหรับการวิจัยทางธุรกิจ 1(1-0-2)

(Statistics for Business Research)

บทบาทของสถิติในการวิจัยธุรกิจ สถิติพรรณนา การทดสอบสมมติฐานสำหรับกลุ่มตัวอย่างเดียวและสำหรับสองกลุ่มตัวอย่าง การทดสอบไคสแควร์ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การถดถอยเชิงเส้นอย่างง่ายและการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ สหสัมพันธ์ และสถิติที่ไม่ใช้พารามิเตอร์

Role of statistics in business research, descriptive statistics. Hypothesis testing for one- and two-samples. Chi-square test. One-way analysis of variance. Simple linear regression and multiple linear regression. Correlation, and nonparametric tests statistics.

01140595 การศึกษาค้นคว้าอิสระ 3

(Independent Study)

การศึกษาค้นคว้าอิสระ ในหัวข้อที่น่าสนใจระดับปริญญาโท เรียบเรียงเป็นรายงานและนำเสนอในการสอบสัมภาษณ์ขั้นสุดท้ายของปริญญาโท

Independent study on interesting topic at the master’s degree level, compile into a report and present in the final oral examination.

01140596 เรื่องเฉพาะทางบริหารธุรกิจ 1-3

(Selected Topics in Business Administration)

เรื่องเฉพาะทางบริหารธุรกิจในระดับปริญญาโท หัวข้อเรื่องเปลี่ยนแปลงไปในแต่ละภาคการศึกษา

Selected topic in business administration at the master's degree level. Topics are subjected to change each semester.

01140597 สัมมนา 1

(Seminar)

การนำเสนอและอภิปรายหัวข้อปัจจุบันที่น่าสนใจทางการบริหารธุรกิจ ในระดับปริญญาโท

Presentation and discussion on current interesting topics in business administration at the master's degree level.

01140598 ปัญหาพิเศษ 1-3

(Special Problems)

การศึกษาค้นคว้าทางการบริหารธุรกิจระดับปริญญาโท และเรียบเรียงเขียนเป็นรายงาน

Study and research in business administration at the master's degree level and compile into a written report.

01140599 วิทยานิพนธ์ 1-12

(Thesis)

วิจัยในระดับปริญญาโท และเรียบเรียงเป็นวิทยานิพนธ์

Research at the master's degree level and compile into a thesis.

2.1.5.2. รายวิชาที่เป็นรหัสวิชานอกหลักสูตร

01110501 เศรษฐศาสตร์การจัดการขั้นสูง 3(3-0-6)

(Advanced Managerial Economics)

การวิเคราะห์และประยุกต์ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาค และ มหภาคสำหรับการตัดสินใจทางธุรกิจ โดยครอบคลุมถึงการวิเคราะห์อุปสงค์ การประมาณและการพยากรณ์อุปสงค์ การผลิตและต้นทุน โครงสร้างของตลาด ทฤษฎีราคา และการตั้งราคาในทางปฏิบัติ กลยุทธ์ในการแข่งขัน ความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์ ราคา ต้นทุน และกำไร การวิเคราะห์การลงทุนและการตัดสินใจการลงทุน ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์มหภาค ตัวชี้วัดและนโยบายเศรษฐกิจมหภาค

Analysis and application of micro and macro economic theories for business decision making. Demand analysis. Estimation and forecasting demand. Production and cost. Market structure, price theory and pricing in practice. Competitive stratergies. Relationship among demand, price, cost, and profit. Investment analysis and investment decision. Macroeconomics theories. Macroeconomic indicators and policies.