

**หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต**  
**สาขาวิชาการตลาด**  
**(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2555)**

**1. ชื่อหลักสูตร**

ภาษาไทย : หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด  
ภาษาอังกฤษ : Master of Business Administration Program in Marketing

**2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา**

ภาษาไทย ชื่อเต็ม บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)  
ชื่อย่อ บธ.ม. (การตลาด)  
ภาษาอังกฤษ ชื่อเต็ม Master of Business Administration (Marketing)  
ชื่อย่อ M.B.A. (Marketing)

**3. วัตถุประสงค์ของหลักสูตร**

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2555) มีวัตถุประสงค์เพื่อผลิตมหาบัณฑิตที่มีคุณสมบัติดังนี้

1. มีความรู้ทางการตลาด มีวิสัยทัศน์ด้านการประกอบการธุรกิจ สามารถประยุกต์ทฤษฎีและนำเครื่องมือทางการตลาดมาใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจได้อย่างดี
2. สามารถวิเคราะห์สภาพตลาด การแข่งขัน และกำหนดนโยบายกลยุทธ์การตลาดที่สามารถแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศได้
3. มีความรู้อย่างลึกซึ้งในทางทฤษฎีการตลาดเพื่อสามารถถ่ายทอดความรู้และพัฒนาองค์ความรู้ด้านการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. มีจริยธรรม คุณธรรมและจรรยาบรรณของนักการตลาดที่ดีและมหาบัณฑิตที่มีคุณภาพตามปณิธานของมหาวิทยาลัย
5. มีความสามารถในการวิจัยหรือการจัดการ โครงการทางวิชาการที่จะก่อให้เกิดการพัฒนาความรู้ใหม่หรือวิธีปฏิบัติงานใหม่ๆ ในสาขาวิชาการตลาด

**4. หลักสูตร**

หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

จำนวนหน่วยกิตรวม

แผน ก แบบ ก 2	รวมตลอดหลักสูตร	42	หน่วยกิต
แผน ข	รวมตลอดหลักสูตร	42	หน่วยกิต

โครงสร้างหลักสูตร

	จำนวนหน่วยกิต	
	แผน ก แบบ ก2	แผน ข
จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร	42	42
1) หมวดวิชาบังคับ	30	30
2) หมวดวิชาเลือก	-	9
3) วิชาวิทยานิพนธ์	12	-
4) วิชาการศึกษาอิสระ	-	3

5. รายวิชาในหลักสูตร

5.1 หมวดวิชาบังคับ

963 711	ความรู้พื้นฐานด้านธุรกิจสำหรับนักการตลาด Business Fundamentals for Marketer	3 (3-0-6)
963 712	การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและธุรกิจ Consumer Behavior and Business Analysis	3 (3-0-6)
963 713	สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการวิจัย Statistics and Data Analysis for Research	3 (3-0-6)
963 714	การจัดการด้านการตลาดสำหรับนักการตลาด Marketing Management for Marketer	3 (3-0-6)
963 715	การวิจัยการตลาด Marketing Research	3 (3-0-6)
*963716	การจัดการบัญชีและการเงินสำหรับนักการตลาด Accounting and Financial Management for Marketer	3 (3-0-6)
963 721	การจัดการตราสินค้าเชิงกลยุทธ์และกลยุทธ์การตั้งราคา Strategic Brand Management and Pricing Strategy	3 (3-0-6)
963 722	การจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ Supply Chain and Logistics Management	3 (3-0-6)
963 723	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ Integrated Marketing Communications	3 (3-0-6)
963 891	สัมมนาทางการตลาด Seminar in Marketing	3 (3-0-6)

## 5.2 หมวดวิชาเลือก

### กลุ่มวิชาการตลาดเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Marketing)

963 741	การจัดการการตลาดท้องถิ่นและการตลาดระดับโลก Local Marketing and Global Marketing Management	3 (3-0-6)
963 742	การจัดการการตลาดเพื่อสังคมและองค์กรไม่หวังกำไร Social Marketing and Non-Profit Organization Marketing Management	3 (3-0-6)
963 743	การจัดการการตลาดสำหรับธุรกิจขนาดย่อม ขนาดกลางและขนาดใหญ่ Marketing Management for Small, Medium and Large Business	3 (3-0-6)
963 744	การตลาดสำหรับวัฒนธรรมที่หลากหลาย Marketing for Cultural Diversity	3 (3-0-6)
*963745	การจัดการการตลาดเชิงกลยุทธ์ Strategic Marketing Management	3 (3-0-6)
*963 746	ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมทางการตลาด Creativity and Innovative Marketing	3 (3-0-6)

### กลุ่มวิชาการตลาดกลุ่มวิชาการตลาดร่วมสมัย (Contemporary Marketing)

963 751	การจัดการการตลาดบริการ Services Marketing Management	3 (3-0-6)
963 752	การตลาดแบบตรงและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ Direct Marketing and E-Commerce	3 (3-0-6)
963 753	การจัดการการขายและการเจรจาต่อรอง Sales Management and Negotiation	3 (3-0-6)
963 754	การตลาดธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ Modern Retail Marketing	3 (3-0-6)
963 755	ประเด็นทางการตลาดในปัจจุบัน Current Issues in Marketing	3 (3-0-6)
963 756	การให้คำปรึกษาทางการตลาด Marketing Consultation	3 (3-0-6)

หมายเหตุ \* หมายถึงรายวิชาใหม่

## 5.3 วิทยานิพนธ์

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
963 899	วิทยานิพนธ์ Thesis	12 หน่วยกิต

## 5.4 การศึกษาอิสระ

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
963 897	การศึกษาอิสระ Independent Study	3 หน่วยกิต

## 6. แผนการศึกษา

### ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 1

		หน่วยกิต	
		แผน ก แบบ ก 2	แผน ข
963 711	ความรู้พื้นฐานด้านธุรกิจสำหรับนักการตลาด Business Fundamentals for Marketer	3 (3-0-6)	3 (3-0-6)
963 713	สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการวิจัย Statistics and Data Analysis for Research	3 (3-0-6)	3 (3-0-6)
963 714	การจัดการด้านการตลาดสำหรับนักการตลาด Marketing Management for Marketer	3 (3-0-6)	3 (3-0-6)
<b>รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน</b>		<b>9</b>	<b>9</b>
<b>รวมหน่วยกิตสะสม</b>		<b>9</b>	<b>9</b>

### ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 2

		หน่วยกิต	
		แผน ก แบบ ก 2	แผน ข
963 712	การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและธุรกิจ Consumer Behavior and Business Analysis	3 (3-0-6)	3 (3-0-6)
963 721	การจัดการตราสินค้าเชิงกลยุทธ์และกลยุทธ์การตั้งราคา Strategic Brand Management and Pricing Strategy	3 (3-0-6)	3 (3-0-6)
963 722	การจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ Supply Chain and Logistics Management	3 (3-0-6)	3 (3-0-6)
963 723	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ Integrated Marketing Communications	3 (3-0-6)	3 (3-0-6)
<b>รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน</b>		<b>12</b>	<b>12</b>
<b>รวมหน่วยกิตสะสม</b>		<b>21</b>	<b>21</b>

**ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 1**

		หน่วยกิต	
		แผน ก แบบ ก 2	แผน ข
963 715	การวิจัยการตลาด Marketing Research	3 (3-0-6)	3 (3-0-6)
963 716	การจัดการการบัญชีและการเงินสำหรับนักการตลาด Accounting and Financial Management for Marketer	3 (3-0-6)	3 (3-0-6)
963 7XX	วิชาเลือก Elective	-	3 (3-0-6)
963 7XX	วิชาเลือก Elective	-	3 (3-0-6)
963 899	วิทยานิพนธ์ Thesis	6	-
<b>รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน</b>		<b>12</b>	<b>12</b>
<b>รวมหน่วยกิตสะสม</b>		<b>33</b>	<b>33</b>

**ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2**

		หน่วยกิต	
		แผน ก แบบ ก 2	แผน ข
963 891	สัมมนาทางการตลาด Seminar in Marketing	3 (3-0-6)	3 (3-0-6)
963 7XX	วิชาเลือก Elective	-	3 (3-0-6)
963 897	การศึกษาอิสระ Independent Study	-	3
963 899	วิทยานิพนธ์ Thesis	6	-
<b>รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน</b>		<b>9</b>	<b>9</b>
<b>รวมหน่วยกิตสะสม</b>		<b>42</b>	<b>42</b>