

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. มีความรู้ทางด้านการตลาด 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) วิชาการศึกษายิสรระ		-	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)
รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน		9	9
รวมหน่วยกิตสะสม		9	9

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)
รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน		12	12
รวมหน่วยกิตสะสม		21	21

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	-
รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน		12	12
รวมหน่วยกิตสะสม		33	33

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	-
รวมจำนวนหน่วยกิตลงทะเบียนเรียน		9	9
รวมหน่วยกิตสะสม		42	42