



มหาวิทยาลัยสยาม  
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต  
สาขาวิชาการตลาด  
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2567)

คณะ/ภาควิชา : คณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาการตลาด

หมวดที่ 1. ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อหลักสูตร

รหัสหลักสูตร: 25501811101042

ภาษาไทย: หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

ภาษาอังกฤษ: Bachelor of Business Administration Program in Marketing

2. ชื่อปริญญา

ภาษาไทย: บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)

ภาษาอังกฤษ: Bachelor of Business Administration (Marketing)

อักษรย่อปริญญา: (ภาษาไทย) บธ.บ. (การตลาด)

อักษรย่อปริญญา: (ภาษาอังกฤษ) B.B.A. (Marketing)

3. วิชาเอก -

4. รูปแบบของหลักสูตร

4.1 รูปแบบ

หลักสูตรระดับปริญญาตรี

4.2 ประเภทของหลักสูตร

หลักสูตรทางวิชาการ

4.3 ภาษาที่ใช้

หลักสูตรจัดการศึกษาเป็นภาษาไทย และภาษาต่างประเทศ  
(ภาษาอังกฤษ หรือภาษาจีน)

- 4.4 การรับผู้เข้าศึกษา                      รับนักศึกษาไทย หรือนักศึกษาต่างประเทศ
- 4.5 ความร่วมมือกับสถาบันอื่น            เป็นหลักสูตรเฉพาะมหาวิทยาลัยที่จัดการศึกษาโดยตรง
- 4.6 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา    ให้ปริญญาเพียงสาขาวิชาเดียว

## 5. สถานที่จัดการเรียนการสอน

มหาวิทยาลัยสยาม

## 6. ความสัมพันธ์กับหลักสูตรอื่นที่เปิดสอนในคณะ/ภาควิชาอื่นของสถาบัน

### รายวิชาที่เปิดสอนให้กับหลักสูตรอื่น

เปิดสอนรายวิชาให้กับหลักสูตรอื่นในหมวดวิชา ดังต่อไปนี้

- หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาแกน : วิชาด้านการตลาด
- หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาชีพเฉพาะ และวิชาชีพเลือกด้าน การตลาด
  - เปิดให้นักศึกษาหลักสูตรอื่นที่ต้องการเลือกเรียนวิชาเฉพาะ และวิชาชีพเลือกทางการตลาดเป็นวิชาชีพเลือกของหลักสูตรนั้น ๆ

### กลุ่มวิชา / รายวิชาในหลักสูตรที่เปิดสอนโดยคณะภาควิชา/ หลักสูตรอื่น

กลุ่มวิชา / รายวิชาในหลักสูตรที่เปิดสอนโดยคณะ หรือภาควิชา หรือหลักสูตรอื่น มีดังต่อไปนี้

1) กลุ่มวิชา / รายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป เปิดสอนโดยคณะวิชาต่างๆ ในมหาวิทยาลัยสยามตามความชำนาญเฉพาะของคณะวิชานั้น ๆ

2) หมวดวิชาเฉพาะ

- กลุ่มวิชาแกน : เปิดสอนโดย ภาควิชาต่าง ๆ ในสังกัดคณะบริหารธุรกิจ
- หมวดวิชาเฉพาะ ในกลุ่มวิชาเลือกของหลักสูตรอื่นๆ ในคณะบริหารธุรกิจ ตามข้อกำหนด

หลักสูตร

ต่อไปนี้

▪ การเรียนรายวิชาในหมวดวิชาเลือก เลือกจากหมวดเลือกไมเคิลหรือเลือกกรายวิชา และ/หรือ เลือกเรียนจากหมวดวิชาเฉพาะของหลักสูตรอื่น

3) หมวดวิชาเลือกเสรี เลือกเรียนรายวิชาใดก็ได้ที่เปิดสอนในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยสยาม และ/หรือ สถาบันการศึกษาอื่นที่ได้รับความเห็นชอบจากหลักสูตร

## 7. ความสัมพันธ์กับหน่วยงานภายนอก

ภาคธุรกิจและสถานประกอบการที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาหลักสูตร และจัดการศึกษากับหลักสูตร โดยมีบันทึกความเข้าใจ (MOU) ได้แก่

- บริษัท ซีเจ เอ็กซ์เพรส กรุ๊ป จำกัด
- บริษัท แพลซ เอ็กซ์เพรส จำกัด

### หมวดที่ 2. ปรัชญาการศึกษา วัตถุประสงค์ และผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร

#### 1. ปรัชญาการศึกษา วัตถุประสงค์ และผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร

##### 1.1 ปรัชญาการศึกษาของสถาบัน

“การจัดการศึกษาเพื่อก่อให้เกิดปัญญา” คือ ปรัชญาการศึกษาของมหาวิทยาลัยสยาม ซึ่งให้ความสำคัญกับการจัดการศึกษาที่สร้างให้เกิดปัญญาจากการคิด วิเคราะห์ และการปฏิบัติ

จุดเน้นของคณะบริหารธุรกิจ คือ มุ่งพัฒนาผู้เรียนสู่บัณฑิตที่ “คิดได้ ทำเป็น และมีความเป็นผู้ประกอบการ”

คณะบริหารธุรกิจดำเนินการและจัดการศึกษาของหลักสูตรหลักสูตรต่าง ๆ ภายใต้ปรัชญาการศึกษาของมหาวิทยาลัย และจุดเน้นของคณะวิชาดังกล่าว โดยใช้หลักการจัดการการศึกษาที่มุ่งผลลัพธ์การเรียนรู้ (Outcome-based education) พัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ ทักษะ คุณธรรม และคุณลักษณะในวิชาชีพและการบริหารธุรกิจและมีความเชี่ยวชาญเฉพาะสาขา ที่ภาควิชาต่างๆ ในคณะบริหารธุรกิจมีความเชี่ยวชาญ

##### 1.2 ปรัชญาการศึกษาของหลักสูตร

ปรัชญาการศึกษาของหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด คือ จัดการศึกษาโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญเพื่อให้บัณฑิตมีองค์ความรู้ในสายวิชาชีพทางการตลาด เป็นผู้ใฝ่รู้ในความรู้ทางการตลาดสมัยใหม่ และมีความคิดสร้างสรรค์สามารถปรับตัวให้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยียุคดิจิทัล สามารถบริหารจัดการทางการตลาดอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคม นำไปสู่การประกอบวิชาชีพทางการตลาดอย่างยั่งยืน

##### 1.3 วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1) เพื่อให้บัณฑิตมีความสามารถในการใช้ทักษะการสื่อสาร การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ การคิดวิเคราะห์ การแก้ปัญหาและการตัดสินใจในยุคดิจิทัล

2) เพื่อให้บัณฑิตสามารถประกอบวิชาชีพทางการตลาด โดยสามารถประยุกต์ความรู้ทางการบริหารธุรกิจ และความรู้ทางการตลาดอย่างสร้างสรรค์ในบริบทของความเป็นผู้ประกอบการ และใฝ่รู้เรียนรู้สิ่ง

ใหม่เพื่อปรับตัวได้กับสถานการณ์ตลาด

3) เพื่อให้บัณฑิตสามารถใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาด และทักษะขายสินค้าในรูปแบบออฟไลน์และ

ออนไลน์ในยุคดิจิทัล อย่างมีความรับผิดชอบต่อตนเอง และสังคม

## 2. ผลลัพธ์การเรียนรู้ (PLOs)

3.1 ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLOs)

(1) ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร

PLO1 ใช้แนวคิดการบริหารธุรกิจในการทำงานตามเป้าหมายของงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อวิชาชีพ และตามบริบทของ ESG (Environment, Social, Governance)

PLO2 ทำแผนธุรกิจที่ตอบรับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals) โดยใช้เครื่องมือทางการบริหารธุรกิจสมัยใหม่

PLO3 วิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศ (Data Analytics) เบื้องต้น และใช้ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) ในงานธุรกิจ

PLO 4 สื่อสารได้อย่างเหมาะสมตามบริบทของงาน

PLO 5 ประยุกต์ความรู้ทางการตลาดในการเขียนแผนการตลาดอย่างสร้างสรรค์

PLO 6 ใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้

PLO 7 ขายสินค้าผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออฟไลน์และออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์ม โดยใช้แนวคิดการตลาดดิจิทัลได้

( PLO1 – PLO4 เป็นผลลัพธ์การเรียนรู้ร่วมของทุกหลักสูตรในคณะบริหารธุรกิจ )

(2) ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป (General Education Learning Outcomes)

มหาวิทยาลัยสยามได้พัฒนาหลักสูตรหมวดวิชาศึกษาทั่วไป โดยมีคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรศึกษาหมวดวิชาทั่วไปเป็นผู้รับผิดชอบ ซึ่งหลักสูตรหมวดวิชาศึกษาทั่วไปนี้ได้รับการอนุมัติโดยสภามหาวิทยาลัย โดยหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ได้บรรจุเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตร ในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป และมีผลลัพธ์การเรียนรู้ทั่วไป (GELO) ดังนี้

1. ความรู้ (Knowledge)

GELO 1.1 สามารถประยุกต์ความรู้ที่จำเป็นเพื่อการดำรงชีวิตในสังคมที่เปลี่ยนแปลง

GELO 1.2 สามารถประยุกต์ความรู้ด้านการบริหารจัดการเพื่อสร้างจิตการเป็นผู้ประกอบการ

## 2. ทักษะ (Skills)

GELO 2.1 ใฝ่เรียนรู้ สามารถแสวงหาความรู้ใหม่ด้วยตนเองเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต

GELO 2.2 มีทักษะในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการแสวงหา วิเคราะห์ และนำเสนอข้อมูล

GELO 2.3 สามารถสื่อสารโดยใช้ภาษาอังกฤษและภาษาอื่นได้ถูกต้องเหมาะสมกับสถานการณ์

## 3. จริยธรรม (Ethics)

GELO 3.1 มีความซื่อสัตย์ มีระเบียบวินัย และค่านิยมที่ดี

GELO 3.2 แสดงพฤติกรรมที่เป็นพลเมืองที่ดี มีความรับผิดชอบต่อสังคม

## 4. ลักษณะบุคคล (Character)

GELO 4.1 แสดงออกถึงความเห็นอกเห็นใจต่อผู้อื่นและเคารพผู้ที่มาจากสังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน

GELO 4.2 ปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของสังคม สื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล

GELO 4.3 มีจิตความเป็นผู้ประกอบการ

## (2) ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับโมดูล (Module Learning Outcomes)

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับโมดูล (Module Learning Outcomes) ของแต่ละโมดูลในหลักสูตร มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

### **วิชาแกน ประกอบด้วย โมดูลวิชาแกนและวิชาชีพ ดังนี้**

#### **โมดูล BUS-1 เปิดโลกธุรกิจ (Module BUS-1 General Business Foundation)**

MLO1 ใช้ความรู้ด้านบริหารประสบการณ์คนในธุรกิจโลกและหลักการตลาดเพื่อแก้ปัญหาและตัดสินใจตามสถานการณ์ที่กำหนด

MLO2 บันทึกบัญชีในกิจการให้บริการ การขายสินค้า และการผลิตได้อย่างถูกต้องตามหลักการ

#### **โมดูล BUS-2 เทคโนโลยีการเงินและการบัญชี (Module BUS-2 Financial and Accounting Technology)**

MLO1 ใช้หลักเศรษฐศาสตร์กับการจัดการธุรกิจ เพื่อแก้ปัญหาและตัดสินใจตามสถานการณ์ที่กำหนด

MLO2 แก้อรรถเกี่ยวกับการเงินองค์กร การลงทุนในตลาดทุน และการจัดการทางการเงิน

MLO3 คำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ อากร แสตมป์ และภาษีหัก ณ ที่จ่าย

### โมดูล BUS-3 ดิจิทัลทรานส์ฟอเมชันสำหรับธุรกิจ (Module BUS-3 (Digital Transformation for Business))

MLO1 ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์วิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศ ปัญญาประดิษฐ์ และการตลาดดิจิทัลเพื่อนำเสนอข้อมูลและเขียนแผนธุรกิจครบตามองค์ประกอบของ Lean Canvas

### โมดูล BUS-4 สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (Module Bus-4 Business Environment)

MLO1 ใช้ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินการและห่วงโซ่อุปทาน กฎหมายธุรกิจ และการจัดการเชิงกลยุทธ์ ในการวางแผนเชิงกลยุทธ์ได้ตามสถานการณ์

### โมดูล BUS-5 การประกอบการและความยั่งยืน (Module Bus-5 Entrepreneurship and Sustainability)

MLO1 เริ่มธุรกิจ โดยใช้แนวคิดนวัตกรรมเชิงออกแบบ บนพื้นฐานเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals)

MLO2 ทำคัลลิปวีดิโอเพื่อสื่อสารในรูปแบบ storytelling เกี่ยวกับการจัดการอย่างยั่งยืนของธุรกิจ

### โมดูล BUS-6 ประสบการณ์วิชาชีพทางบริหารธุรกิจ (Module Bus-6 Cooperative Education and Work Experiences)

MLO1 ประยุกต์หลักการ แนวคิด และกระบวนการบริหารธุรกิจในการปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการ

### โมดูล MKT-1 นวัตกรรมการตลาดในยุคดิจิทัล (Module MKT-1 Innovative Marketing in Digital Era)

MLO1 เข้าใจหลักการจัดการตลาด นวัตกรรมการตลาด การวิเคราะห์ตลาดและประยุกต์เพื่อกำหนดกลยุทธ์และ

วางแผนการตลาด

MLO2 เข้าใจและการออกแบบเพื่อการสร้างตราผลิตภัณฑ์ และการสื่อสารเพื่อสร้างตราผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืน

MLO3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสนับสนุนแผนการตลาด การกำหนดกลยุทธ์การตลาดและการเขียนแผนการตลาด

อย่างสร้างสรรค์

### โมดูล MKT-2 การสื่อสารการตลาดแบบไฮบริด (Module MKT-2 Hybrid Marketing Communication)

MLO1 วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยต่างที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจ เส้นทางการตัดสินใจซื้อของ

### ลูกค้าในยุคดิจิทัล

- MLO2 เข้าใจและออกแบบเพื่อสร้างเนื้อหาสื่อ การสื่อสารตลาดเนื้อหาผ่านสื่อ ทักษะสื่อสารดิจิทัล และ กลยุทธ์การตลาดทางสื่อดิจิทัลสำหรับสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อเข้าถึงลูกค้าเป้าหมาย
- MLO3 ประยุกต์เครื่องมือสื่อสารการตลาด การโฆษณา และการส่งเสริมการขาย เพื่อสื่อสารเข้าถึงลูกค้าเป้าหมาย

### โมดูล MKT-3 เทคโนโลยีและนวัตกรรมการตลาด (Module MKT-3 Technology and Marketing Innovation)

- MLO1 เข้าใจและใช้เทคโนโลยีการตลาดเพื่อช่วยในการจัดการข้อมูลการตลาด วิเคราะห์ข้อมูลการตลาดเพื่อการตัดสินใจ ช่วยสนับสนุนการขายทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์
- MLO2 ใช้แนวคิดการจัดการช่องทางการตลาดเพื่อประยุกต์การจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางตลาดออฟไลน์และออนไลน์
- MLO3 เข้าใจเทคนิคการขายออฟไลน์และออนไลน์ และประยุกต์เพื่อฝึกขายผลิตภัณฑ์ผ่านแพลตฟอร์มในตลาดออนไลน์และขายผ่านช่องทางออฟไลน์

### โมดูล MKT-04 กลยุทธ์การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ โมดูล (MKT-4 Marketing Strategy for Entrepreneur)

- MLO1 เข้าใจหลักการจัดการนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และราคา และประยุกต์หลักการเพื่อกำหนดกลยุทธ์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ตราผลิตภัณฑ์ และราคา
- MLO2 เข้าใจและประยุกต์หลักการจัดการการตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านแพลตฟอร์มและสื่อสังคมออนไลน์
- MLO3 วิเคราะห์ตลาดและประยุกต์กลยุทธ์การตลาด การตลาดอย่างยั่งยืน และตลาดเป้าหมายกลุ่มวัยรุ่นสูงอายุ และกลุ่ม LGBTQ+ เพื่อวางแผนการตลาดสำหรับการประกอบการ

### โมดูล MKT-05 กลยุทธ์การตลาดเฉพาะทาง (Specialized Marketing Strategies )

- MLO 1 วิเคราะห์ตลาดและประยุกต์กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด วิธีการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศและตลาดโลก และการจัดการการตลาดระหว่างประเทศ และตลาดโลก
- MLO 2 เข้าใจตลาดบริการและประยุกต์เพื่อกำหนดกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ และการสร้างแบรนด์บริการ
- MLO3 วิเคราะห์และเข้าใจหลักการจัดการตลาดธุรกิจและอุตสาหกรรม เพื่อกำหนดกลยุทธ์การตลาดธุรกิจและอุตสาหกรรม

### โมดูล MKT-06 การตลาดแบบ D2C (Direct to Consumer Marketing)

- MLO1 เข้าใจหลักการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ เทคโนโลยีเพื่อการจัดการ เพื่อการวางแผนกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์สร้างความสัมพันธ์และความภักดี

MLO2 วิเคราะห์และประยุกต์เพื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการจัดการตลาดทางตรง การดำเนินการ กลยุทธ์ตลาดทางตรง การใช้สื่อและเครื่องมือสื่อสารการตลาด

MLO3 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมการค้าปลีก และประยุกต์เพื่อกำหนดกลยุทธ์การจัดการตลาดค้าปลีก การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการเพื่อการค้าปลีก การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และการจัดการนวัตกรรมการค้าปลีก

### อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

ผู้สำเร็จการศึกษามีความสามารถเข้าทำงานประกอบอาชีพในหน่วยงานทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน ทั้งในธุรกิจการค้า การลงทุน อุตสาหกรรม และภาคบริการ ดังต่อไปนี้

อาชีพ \ PLO	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7
ผู้ประกอบการ ธุรกิจส่วนตัว	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
นักวางแผนการตลาด	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
นักประชาสัมพันธ์และสื่อสารการตลาด	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
นักขาย และขายออนไลน์	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
อาชีพในสายการตลาด อื่น ๆ							
<ul style="list-style-type: none"> <li>- นักวิจัยการตลาด</li> <li>- นักการตลาดค้าปลีก</li> <li>- นักการตลาดบริการ</li> <li>- นักการตลาดดิจิทัล</li> </ul>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓



### หมวดที่ 3. โครงสร้างหลักสูตร รายวิชาและหน่วยกิต

#### 1. ระบบการจัดการศึกษา

##### 1.1 ระบบ

มหาวิทยาลัยสยามจัดการศึกษาเป็นระบบทวิภาค โดยแบ่งเวลาการศึกษาในหนึ่งปีออกเป็นสองภาคการศึกษาปกติ แต่ละภาคจะมีระยะเวลาการศึกษาไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์ และหากเห็นสมควร มหาวิทยาลัยอาจจัดให้มีการศึกษาภาคฤดูร้อนก็ได้

การกำหนดปริมาณการศึกษาของแต่ละรายวิชา ให้กำหนดเป็นหน่วยกิตโดยมีเกณฑ์ต่อไปนี้

- 3 การศึกษาภาคฤดูร้อน การบรรยาย สัมมนา หรือการเรียนการสอนลักษณะอื่นที่เทียบเท่า ให้คิด 1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ หรือไม่น้อยกว่า 15 ชั่วโมง ต่อหนึ่งภาคการศึกษาปกติเท่ากับ 1 หน่วยกิต

- การศึกษาภาคปฏิบัติ การทดลอง การฝึก หรือการศึกษาที่เทียบเท่า ให้คิด 2 ถึง 3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ หรือตั้งแต่ 30 ถึง 45 ชั่วโมง ต่อหนึ่งภาคการศึกษาปกติเท่ากับ 1 หน่วยกิต

##### 1.2 การจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน

การศึกษาฤดูร้อน มีระยะเวลาการศึกษาไม่น้อยกว่า 6 สัปดาห์ และต้องมีชั่วโมงเรียนของแต่ละรายวิชารวมกันทั้งหมดเทียบเคียงกับชั่วโมงของการศึกษาในภาคการศึกษาปกติ

##### 1.3 การเทียบเคียงหน่วยกิตในระบบทวิภาค

ไม่มี

#### 2. การดำเนินการหลักสูตร

##### 2.1 วัน-เวลาในการดำเนินการเรียนการสอน

ในเวลาทำการ                      วันจันทร์ – วันเสาร์                      เวลา 8.30 น. – 16.30 น.

นอกเวลาทำการ                      วันจันทร์ – วันเสาร์                      เวลา 17.00 น. – 21.00 น.

วันอาทิตย์                                      เวลา 8.30 น. – 21.00 น.

ภาคเรียนที่ 1    เดือนสิงหาคม – เดือนธันวาคม

ภาคเรียนที่ 2    เดือนมกราคม – เดือนพฤษภาคม

ภาคฤดูร้อน    เดือนมิถุนายน – เดือนสิงหาคม

##### 2.2 ระบบการศึกษา

มหาวิทยาลัยจัดระบบการศึกษาแบบชั้นเรียน

## 2.3 การเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชา และการลงทะเบียนเรียนข้ามมหาวิทยาลัย

### 2.3.1 การเทียบโอนผลการเรียนรู้

การเทียบโอนผลการเรียนรู้ หมายถึง การขอเทียบโอนหน่วยกิตของรายวิชาในระดับอุดมศึกษา จากสถาบันการศึกษาที่กระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม และ สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (ก.พ.) ให้การรับรอง ให้กับผู้ที่มีความสมบัติเข้าศึกษาที่ขอเทียบโอนหน่วยกิต โดยนับรวมเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยสยาม

### 2.3.2 การเทียบโอน

การเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชา และการลงทะเบียนเรียนข้ามมหาวิทยาลัยเป็นไปตามระเบียบมหาวิทยาลัยสยามว่าด้วยการเทียบโอนความรู้และการให้โอนหน่วยกิตจากการศึกษานอกระบบและเพื่อการศึกษาตามอัธยาศัยเข้าสู่การศึกษาในระบบ พ.ศ. 2552 และประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่องหลักเกณฑ์ และวิธีเทียบโอนหน่วยกิต และผลการศึกษษในระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565

## โครงสร้างหลักสูตร รายวิชา และหน่วยกิต

### 3.1 โครงสร้างหลักสูตร

จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร 123 หน่วยกิต

(1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	27 หน่วยกิต
(2) หมวดวิชาเฉพาะ	90 หน่วยกิต
2.1 วิชาแกน	54 หน่วยกิต 6 โหมดูล
2.2 วิชาเฉพาะ	36 หน่วยกิต
- กลุ่มวิชาชีพเฉพาะ	27 หน่วยกิต 3 โหมดูล
- กลุ่มวิชาชีพเลือก	9 หน่วยกิต 1 โหมดูล
(3) หมวดวิชาเลือกเสรี	6 หน่วยกิต

### 3.2 รายวิชา และโหมดูล

การกำหนดรหัสประจำวิชาในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต มีดังนี้กำ

- กำหนดรหัสโหมดูล

- ตัวอักษร BUS หมายถึง คณะบริหารธุรกิจ
- ตัวอักษร MKT หมายถึง สาขาวิชาการตลาด
- ตัวเลขหลังตัวอักษร หมายถึง เลขกำกับโมดูล

- กำหนดรหัสรายวิชา : ความหมายของรหัสตัวเลข 3 ตัวแรก

	103	หมายถึง	กลุ่มวิชาศึกษาทั่วไป
รหัส	103-1xx	หมายถึง	กลุ่มวิชา ภาษาและการสื่อสาร
รหัส	103-2xx	หมายถึง	กลุ่มวิชา การดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21
รหัส	103-3xx	หมายถึง	กลุ่มวิชา การเป็นผู้ประกอบการเพื่อความยั่งยืน
	117	หมายถึง	กลุ่มวิชาศึกษาทั่วไป (จัดการเรียนการสอนเป็นภาษาอังกฤษ)
	130	หมายถึง	กลุ่มวิชาแกน
	131	หมายถึง	กลุ่มวิชาการบัญชี
	132	หมายถึง	กลุ่มวิชาการเงินและการลงทุน
	133	หมายถึง	กลุ่มวิชาการตลาด
	135	หมายถึง	กลุ่มวิชาการจัดการและการประกอบการ
	135	หมายถึง	กลุ่มวิชาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ

\*ตัวเลข 3 ตัวหลัง หมายถึง เลขกำกับรายวิชา

### (1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

1. จำนวนหน่วยกิต ไม่น้อยกว่า 27 หน่วยกิต

2. กลุ่มวิชา 3 กลุ่ม เพื่อพัฒนาผู้เรียนตามผลลัพธ์การเรียนรู้ของหมวดวิชาศึกษาทั่วไปและคุณลักษณะที่มหาวิทยาลัยกำหนด โดยมีรายวิชาบังคับเรียน 18 หน่วยกิต ดังนี้

ก.	กลุ่มภาษาและการสื่อสาร	6	หน่วยกิต
ข.	กลุ่มการดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21	6	หน่วยกิต
ค.	กลุ่มการเป็นผู้ประกอบการเพื่อความยั่งยืน	6	หน่วยกิต

รายวิชาเลือก สามารถเลือกเรียนจากกลุ่มใดก็ได้ อีกไม่น้อยกว่า 9 หน่วยกิต

### 3. รายวิชา

#### 3.1 กลุ่มภาษาและการสื่อสาร

3.1.1 วิชาบังคับ ให้เรียนรายวิชาต่อไปนี้ 6 หน่วยกิต

\*103-111 ภาษาอังกฤษพื้นฐาน

3 (2-2-5)

## English Fundamentals

\*1. นักศึกษาที่มีผลสอบภาษาอังกฤษตามเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนดจะได้รับการยกเว้นรายวิชา 103-111 ภาษาอังกฤษพื้นฐาน และเรียนวิชา 103-112 การสื่อสารภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน และ 103-113 ภาษาอังกฤษเพื่อการศึกษาทางวิชาการ

\*2. นักศึกษาที่ไม่มีผลสอบวิชาภาษาอังกฤษตามเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนดจะต้องเรียนรายวิชา 103-111 ภาษาอังกฤษพื้นฐาน และ 103-112 การสื่อสารภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน

103-112	การสื่อสารภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน English Communication in Everyday Life	3 (2-2-5)
103-113	ภาษาอังกฤษเพื่อการศึกษาทางวิชาการ English for Academic Study	3 (2-2-5)

### 3.1.2 วิชาเลือก

103-121	ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร Thai Language for Communication	3 (2-2-5)
103-122	ภาษาไทยเพื่อการนำเสนอ Thai Language for Presentation	3 (2-2-5)
103-123	ภาษาไทยสำหรับผู้ประกอบการ Thai Language for Entrepreneurs	3 (2-2-5)
103-131	ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน Chinese for Daily Communication	3 (2-2-5)
103-141	ภาษาญี่ปุ่นในชีวิตประจำวัน Daily Life Japanese	3 (2-2-5)
103-151	การเขียนโค้ดคอมพิวเตอร์สำหรับทุกคน Computer Coding for Everyone	3 (2-2-5)

## 3.2 กลุ่มการดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21

### 3.2.1 วิชาบังคับ ให้เรียนรายวิชาต่อไปนี้ 6 หน่วยกิต

103-201	ทักษะดิจิทัลสำหรับศตวรรษที่ 21 Digital Literacy for 21st Century	3 (2-2-5)
103-202	การวิเคราะห์ข้อมูลและการเรียนรู้ของเครื่องจักรเบื้องต้น	3 (2-2-5)

## Introduction to Data Analytics and Machine Learning

### 3.2.2 วิชาเลือก

103-203	ความเป็นพลเมืองในสังคมไทยและสังคมโลก Civic Literacy in Thai and Global Context	3 (3-0-6)
103-204	มนุษย์สัมพันธ์และการพัฒนาบุคลิกภาพ Human Relations and Personality Development	3 (3-0-6)
103-205	จิตวิทยาในชีวิตประจำวัน Psychology in Daily Life	3 (3-0-6)
103-206	อาหาร การดูแลสุขภาพ และการออกกำลังกาย Diet, Health Care and Exercise	3 (2-2-5)
103-207	สารเคมีในชีวิตประจำวัน Chemicals in Daily Life	3 (3-0-6)
103-208	คณิตความรู้และสถิติในชีวิตประจำวัน Mathematics and Statistics in Daily Life	3 (3-0-6)
103-209	ศิลปะและดนตรีเพื่อสุนทรียภาพแห่งชีวิต Art and Music Appreciation	3(3-0-6)
103-210	นิยามไทยและอัจฉรย์ในสยาม Thai Appreciation and Unseen in Siam	3 (3-0-6)
103-211	โยคะ สมาธิ และศิลปะการดำเนินชีวิต Yoga, Meditation and Art of Living	3 (2-2-5)

### 3.3 กลุ่มการเป็นผู้ประกอบการเพื่อความยั่งยืน

#### 3.3.1 วิชาบังคับ ให้เรียนรายวิชาต่อไปนี้ 6 หน่วยกิต

103-301	หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน Sufficiency Economy Philosophy for Sustainable Development	3(3-0-6)
103-302	การออกแบบการคิดเพื่อสร้างนวัตกรรมและธุรกิจใหม่ Design Thinking for Creating Innovation and Startup	3 (2-2-5)

### 3.1.2 วิชาเลือก

103-303 (3-0-6)	การบริหารการเงินอย่างชาญฉลาด Smart Money Management	3
103-304 (2-2-5)	เปิดโลกชุมชนและการเรียนรู้ผ่านกิจกรรม Community Explorer and Service Learning	3
103-305 (3-0-6)	เทคโนโลยีสีเขียวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน Green Technology for Sustainable Development	3
103-306 (2-2-5)	อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่งและเทคโนโลยีอัจฉริยะสำหรับทุกคน Internet of Things and Smart Technology for Everyone	3
103-307 (2-2-5)	ห้องทดลองที่มีชีวิตเพื่อความยั่งยืน Living Lab for Campus Sustainability	3
103-308 (2-2-5)	การถ่ายภาพเชิงสร้างสรรค์ Creative Photography	3

### 3.4 รายวิชาศึกษาทั่วไป (สำหรับกลุ่มเรียนที่จัดการเรียนการสอนโดยใช้ภาษาอังกฤษ)

3.4.1 โมดูล 1 สมรรถนะทางภาษา (Language Competency)		9	หน่วยกิต
117-402	ภาษาอังกฤษเชิงวิชาการ English for Academic Purposes	3	(2-2-5)
117-402	ภาษาอังกฤษขั้นสูง Advanced English	3	(2-2-5)
117-403	ภาษาอังกฤษเพื่อวิชาชีพ English for Professional Purposes	3	(2-2-5)

กรณีนักศึกษาคนใดผ่านการทดสอบตามเกณฑ์สมรรถนะทางภาษาอังกฤษแล้ว ให้เลือกรายวิชา  
ภาษาอื่น จำนวน 3 หน่วยกิต แทนการเรียน รายวิชา 117-402 ภาษาอังกฤษเชิงวิชาการ (English  
for Academic Purposes) ได้แก่

117-191	ภาษาไทย 1	3 (2-2-5)
	Thai Language1	
117-192	ภาษาไทย 2	3 (2-2-5)
	Thai Language2	
117-151	ภาษาจีน 1	3 (2-2-5)
	Chinese 1	
117-152	ภาษาจีน 2	3 (2-2-5)
	Chinese 2	
117-161	ภาษาญี่ปุ่น 1	3 (2-2-5)
	Japanese 1	
117-162	ภาษาญี่ปุ่น 2	3 (2-2-5)
	Japanese 2	
117-181	ภาษาเกาหลี 1	3 (2-2-5)
	Korean 1	
117-182	ภาษาเกาหลี 2	3 (2-2-5)
	Korean 2	
117-171	ภาษาฝรั่งเศส 1	3 (2-2-5)
	French 1	
117-172	ภาษาฝรั่งเศส 2	3 (2-2-5)
	French 2	

117-305	ภาษาสเปน 1 Spanish 1	3 (2-2-5)
117-306	ภาษาสเปน 2 Spanish 2	3 (2-2-5)
3.4.2	โมดูล 2 สมรรถนะทางดิจิทัล (Digital Literacy)	9 หน่วยกิต
117-501	ทักษะการใช้คอมพิวเตอร์สำหรับการเรียนรู้ตลอดชีวิต Computer Skills for Independent Lifelong Learning	3 (3-0-6)
117-502	การประเมินเครื่องมือดิจิทัล Evaluation of Digital Tools	3 (3-0-6)
117-403	การวิเคราะห์ข้อมูลและปัญญาประดิษฐ์ Data Analytics and Artificial Intelligence	3 (2-2-5)
3.4.3	โมดูล 3 ความเป็นผู้ประกอบการ นวัตกรรม และความยั่งยืน (Entrepreneurship, Innovation and Sustainability Literacy)	9 หน่วยกิต
117-601	การเริ่มต้นความฝันและความคิด Dream and Idea Generation	3 (3-0-6)
117-602	การคิดเชิงออกแบบและกลยุทธ์ที่ยั่งยืน Design Thinking and Sustainable Strategy	3 (3-0-6)
117-603	แผนผังโมเดลธุรกิจและการบริหารโครงการในยุคดิจิทัล Business Model Canvas and Project Management	3 (3-0-6)

**(2) หมวดวิชาเฉพาะ 90 หน่วยกิต**

**วิชาแกน** 6 โมดูล 54 หน่วยกิต ให้เรียนรายวิชาในโมดูลต่อไปนี้

**โมดูล BUS-1 เปิดโลกธุรกิจ (General Business Foundation) 9 หน่วยกิต ประกอบด้วย**

131-106 การบัญชีขั้นต้น (Principles of Accounting) 3(3-0-6)



135-101	การบริหารประสบการณ์คนเพื่อธุรกิจโลก (Human Experience Management for Global Business)	3(3-0-6)
133-202	หลักการตลาด (Principles of Marketing)	3(3-0-6)

### โมดูล BUS-2 เทคโนโลยีการเงินและการบัญชี (Financial and Accounting Technology)

9 หน่วยกิต ประกอบด้วย

132-203	การเงินธุรกิจและการลงทุนในตลาดทุน (Corporate Finance and Capital Market Investment)	3(3-0-6)
130-104	เศรษฐศาสตร์เพื่อการจัดการธุรกิจ (Economics for Business Management)	3(3-0-6)
130-303	การภาษีอากร (Taxation)	3(3-0-6)

### โมดูล Bus-3 ดิจิทัลทรานส์ฟอเมชันสำหรับธุรกิจ

(Digital Transformation for Business) 9 หน่วยกิต ประกอบด้วย

130-218	สถิติ การวิเคราะห์ข้อมูลและปัญญาประดิษฐ์สำหรับธุรกิจ (Statistics, Data Analytics and AI for Business)	3(3-0-6)
133-203	การตลาดดิจิทัลและการสร้างแผนภาพข้อมูล (Digital Marketing and Data Visualization)	3(3-0-6)
134-304	การบริหารโครงการในยุคดิจิทัล (Project Management in Digital Age in Digital age)	3(3-0-6)

### โมดูล BUS-4 สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (Business Environment)

9 หน่วยกิต ประกอบด้วย

130-108	การดำเนินงานและการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Operations and Supply Chain Management)	3(3-0-6)
130-302	กฎหมายธุรกิจ (Business Law)	3(3-0-6)
130-405	การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management)	3(3-0-6)

**โมดูล BUS-5 การประกอบการและความยั่งยืน (Entrepreneurship and Sustainability)**

**9 หน่วยกิต ประกอบด้วย**

130-208	การประกอบการและนวัตกรรม (Entrepreneurship and Innovation)	3(3-0-6)
130-310	การเล่าเรื่อง การสื่อสารธุรกิจ และการเจรจาต่อรอง (Storytelling, Business Communication and Negotiation)	3(3-0-6)
130-311	การจัดการเพื่อความยั่งยืน (Management for Sustainability)	3(3-0-6)

**โมดูล BUS-6 ประสบการณ์วิชาชีพทางบริหารธุรกิจ**

**9 หน่วยกิต ประกอบด้วย**

**(Cooperative Education and Work Experiences)**

130-309	การศึกษาเฉพาะด้านทางการบริหารธุรกิจ (Special Topics in Business Administration) หรือ เรียนรายวิชา 133-309 การวิจัยการตลาด	3(3-0-6)
130-490	เตรียมสหกิจศึกษา (Cooperative Education Preparation)	1(1-0-2)
130-491	สหกิจศึกษา (Cooperative Education)	5(0-30-0)

**วิชาเฉพาะ 4 โมดูล 36 หน่วยกิต ประกอบด้วย**

กลุ่มวิชาชีพเฉพาะ	3 โมดูล	27 หน่วยกิต
กลุ่มวิชาชีพเลือก		9 หน่วยกิต

**1) กลุ่มวิชาชีพเฉพาะ 3 โมดูล 27 หน่วยกิต**

**โมดูล MKT-1 นวัตกรรมการตลาดในยุคดิจิทัล**

**(Innovative Marketing in Digital Era)**

**9 หน่วยกิต ประกอบด้วย**

133-301	การจัดการนวัตกรรมการตลาด (Innovative Marketing Management)	3(3-0-6)
133-413	การจัดการตราผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน (Brand Management for Sustainability)	3(3-0-6)
133-416	การวางแผนการตลาดและการวิเคราะห์ข้อมูล (Marketing Planning and Data Analysis)	3(3-0-6)

**โมดูล MKT-2 การสื่อสารการตลาดแบบไฮบริด** **9 หน่วยกิต ประกอบด้วย**  
**(Hybrid Marketing Communication)**

133-302	พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล (Consumer Behavior in Digital Era)	3(3-0-6)
133-421	การตลาดเนื้อหาและโซเชียลมีเดีย (Content Marketing and Social Media)	3(3-0-6)
133-311	การสื่อสารการตลาด โฆษณาและส่งเสริมการขาย Marketing Communication, Advertising and Sale Promotion)	3(3-0-6)

**โมดูล MKT-3 เทคโนโลยีและนวัตกรรมการตลาด** **9 หน่วยกิต ประกอบด้วย**  
**(Technology and Marketing Innovation)**

133-422	เทคโนโลยีทางการตลาดและการวิเคราะห์ข้อมูลการตลาด (Marketing Technology and Marketing Data Analysis)	3(3-0-6)
133-308	การจัดการช่องทางการตลาด (Marketing Channels Management)	3(3-0-6)
133-423	กลยุทธ์การขายในยุคดิจิทัล (Sales Strategy in Digital Age)	3(3-0-6)

**2) กลุ่มวิชาชีพเลือก 1 โมดูล 9 หน่วยกิต**

ให้เลือกเรียนรายวิชาในโมดูลต่อไปนี้ หรือรายวิชาชีพเลือกอื่น ๆ ของหลักสูตร หรือรายวิชาในหมวดเฉพาะของหลักสูตรอื่นในมหาวิทยาลัยสยาม /สถาบันการศึกษาอื่นที่ได้รับความเห็นชอบจากหลักสูตร

**โมดูล MKT-4 กลยุทธ์การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ** **9 หน่วยกิต ประกอบด้วย**  
**(Marketing Strategy for Entrepreneur)**

133-404	นวัตกรรมการจัดการผลิตภัณฑ์และราคา (Product and Price Innovative Management)	3(3-0-6)
---------	--	----------

133-424	การตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E – commerce Marketing )	3(3-0-6)
133-418	การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Marketing)	3 (3-0-6)

### **โมดูล MKT-5 กลยุทธ์การตลาดเฉพาะทาง (Specialized Marketing Strategies )**

#### **9 หน่วยกิต ประกอบด้วย**

133-310	การตลาดระหว่างประเทศและการตลาดโลก (International and Global Marketing)	3 (3-0-6)
133-405	การตลาดบริการและการสร้างแบรนด์บริการ (Service Marketing and Service Branding)	3 (3-0-6)
133-419	การตลาดธุรกิจและอุตสาหกรรม (Business and Industrial Marketing )	3 (3-0-6)

### **โมดูล MKT-6 การจัดการตลาดแบบ D2C**

#### **(Direct to Consumer Marketing)**

#### **9 หน่วยกิต ประกอบด้วย**

133-425	การบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management)	3(3-0-6)
133-406	การตลาดทางตรง (Direct Marketing)	3 (3-0-6)
133-410	การจัดการตลาดค้าปลีก (Retail Marketing Management)	3 (3-0-6)

### 3 คำอธิบายรายวิชา

#### (1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

##### กลุ่มภาษาและการสื่อสาร

**\*103-111      ภาษาอังกฤษพื้นฐาน      3(2-2-5)**

##### English Fundamentals

การอ่านข้อความที่สั้นและง่าย การฝึกใช้คำศัพท์และสำนวนพื้นฐานในการสนทนา การทำตามคำแนะนำ ความเข้าใจข้อมูลในโฆษณา โปสเตอร์ และโบรชัวร์ การสร้างวลีและประโยคอย่างง่ายในงานเขียน การอธิบายตนเองและชีวิตประจำวัน การเขียนข้อความสั้นๆ การโพสต์ออนไลน์ การมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันในการถามและตอบคำถาม การมีส่วนร่วมในการสนทนาในหัวข้อที่ไม่ซับซ้อน

Reading short and simple texts; practicing basic vocabulary and expressions in conversations; following instructions; comprehension of information in advertisements, programs, and brochures; creating simple phrases and sentences in written work; describing oneself and one's daily life; writing short texts; making online posts; active participation in asking and answering questions; engaging in conversations on non-complex topics.

**103-112      การสื่อสารภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน      3(2-2-5)**

##### English Communication in Everyday Life

การสื่อสารอย่างมั่นใจในสถานการณ์ที่กำหนดไว้ การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การถามและตอบคำถามในหัวข้อที่คุ้นเคย การมีส่วนร่วมในการสนทนาที่เกี่ยวข้องกับความสนใจและสาขาวิชาชีพ การอธิบายและชี้แจง การสื่อสารกับผู้อื่น เช่น การขอความช่วยเหลือ การเสนอแนะ และการปฏิบัติตามคำแนะนำ การเขียนจดหมายโต้ตอบเพื่อการสื่อสาร การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการสื่อสาร

Confident communication in predetermined situations; opinion exchange; asking and answering questions on familiar topics; engagement in conversations related to interests and professional field; giving explanations and clarifications; communication with others (e.g., asking for help, making suggestions, and following instructions); writing correspondence for communication; utilization of online platforms for communication.

103-113      **ภาษาอังกฤษเพื่อการศึกษาทางวิชาการ**      3(2-2-5)

**English for Academic Study**

การฝึกทักษะภาษาอังกฤษทั้ง 4 ด้านเพื่อการศึกษาทางวิชาการ การฟังและตอบคำถามทางวิชาการ การนำเสนอด้วยปากเปล่า การพัฒนาความเข้าใจในการอ่านและทักษะการอ่านอย่างมีวิจารณญาณ คำศัพท์และโครงสร้างประโยคที่ใช้ในการเขียนทางวิชาการ การเขียนย่อหน้าประเภทต่างๆ

Practice in four English skills for academic study; listening and responding to academic questions; oral presentation; improvement of reading comprehension and critical reading skills; academic vocabulary and sentence structures used in academic writing; writing different types of paragraphs.

103-114      **ภาษาอังกฤษเพื่อการนำเสนอแบบมืออาชีพ**      3(2-2-5)

**English for Professional Presentation**

หลักการพูด การเลือกใช้คำ ประโยค คำเชื่อมและสำนวน การพูดในสถานการณ์ต่าง ๆ การแสดงความคิดเห็นและการนำเสนอเชิงวิชาการ การนำเสนอทางธุรกิจ การสัมภาษณ์งาน

Principles of speaking; selection of words, sentences, conjunctions, and expressions; speaking in various situations; discussion and academic presentation, business presentation; job interview.

103-121      **ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร**      3(2-2-5)

**Thai Language for Communication**

ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารในสถานการณ์ต่างๆ หลักการใช้ภาษาสื่อสารที่ถูกต้องทั้งการรับสารและส่งสาร การจับประเด็นและการวิเคราะห์สารจากเรื่องที่ฟังหรืออ่านอย่างมีวิจารณญาณและนำเสนอความคิดผ่านการพูดการเขียนในรูปแบบที่เหมาะสมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Thai language for communication in various situations; principles of using the correct language to communicate, both receiving and sending messages; summarizing and analyzing messages from listening or reading and presenting ideas through effective speaking or writing in proper form.

103-122      **ภาษาไทยเพื่อการนำเสนอ**      3(2-2-5)

**Thai Language for Presentation**

การใช้ภาษาไทยนำเสนอข้อมูลในสถานการณ์ต่างๆ อาทิ การนำเสนอข้อมูลทางวิชาการ การนำเสนอข้อมูลทางธุรกิจ การแสดงความคิดเห็น วิเคราะห์และวิจารณ์ การนำเสนอข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ การเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาและการทำงาน

Using Thai language to present information in various situations such as academic presentation; business presentation; expressing opinion, analysis and criticism; presentation reliable information by using the right and effective communication channel for learning and work.

**103-123      ภาษาไทยสำหรับผู้ประกอบการ      3(2-2-5)**

### **Thai Language for Entrepreneurs**

ภาษาไทยเพื่อการทำงานในสถานประกอบการ ทักษะการสื่อสารภาษาไทยที่มีประสิทธิภาพและจำเป็นต่อการทำงานในองค์กรทั้งการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน การจัดทำเอกสารการประชุมหรือเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน

Thai language for work; effective and essential Thai language communication skills for working in the organization, including listening, speaking, reading and writing, writing meeting minutes or work-related documents.

**103-131      ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน      3(2-2-5)**

### **Chinese for Daily Communication**

การฝึกทักษะฟัง พูด อ่าน และเขียน วิธีการอ่านสัทอักษรการถอดเสียงพินอิน Pinyin ภาษาจีนกลางที่ถูกต้อง โครงสร้างไวยากรณ์ คำศัพท์ประมาณ 150-300 คำ และสำนวนพื้นฐานที่ใช้ในชีวิตประจำวัน บทสนทนาขั้นพื้นฐาน ได้แก่ การพูดสนทนาทักทาย การแนะนำตนเอง การนับและการใช้ตัวเลขแสดงจำนวน การสอบถามสถานที่และตำแหน่งทิศทาง การบอกเวลา และการบอกชื่อสิ่งของ

Practicing listening, speaking, reading and writing skills; how to read the correct pinyin phonetic transcription of Mandarin Chinese Pinyin; grammatical structures; vocabulary of about 150-300 words and basic expressions used in daily life, basic conversations, including greetings; introducing yourself to others; counting and numbers; inquiring about places and directions, telling time, and telling names of things.

103-141      ภาษาญี่ปุ่นในชีวิตประจำวัน      3(2-2-5)

**Daily Life Japanese**

คำศัพท์ สำนวน วัฒนธรรม และทักษะในการสื่อสาร การตั้งคำถามและการตอบอย่างสั้น บทสนทนาอย่างง่ายในระดับวลี และประโยคสั้นๆโดยเน้นหัวข้อที่สามารถประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน

Vocabulary, expressions, culture and communication skills; asking and answering short questions; easy conversations/dialogues in short phrases and sentences with emphasis on daily life topics.

103-151 การเขียนโค้ดคอมพิวเตอร์สำหรับทุกคน      3(2-2-5)

**Computer Coding for Everyone**

ความรู้พื้นฐานการเขียนโปรแกรมด้วยภาษาไพธอน เครื่องมือที่ใช้ในการเขียนโปรแกรมภาษาไพธอน ชนิดของข้อมูลและตัวแปร การรับข้อมูลเข้าและการแสดงผลลัพธ์ การใช้งานคำสั่งทางเลือก การใช้งานคำสั่งวงลูป การสร้างฟังก์ชัน การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล

Basic knowledge of programming with Python; IDE tools; data types and variables; simple input and output; selection statement usage; looping statement usage; function definition; data collection and presentation.

**กลุ่มการดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21**

103-201      ทักษะดิจิทัลสำหรับศตวรรษที่ 21      3(2-2-5)

**Digital Literacy for 21<sup>st</sup> Century**

การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการสืบค้นสารสนเทศ การสื่อสาร และการรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีดิจิทัล หลักการการเป็นพลเมืองดิจิทัล ความปลอดภัยด้านสารสนเทศ จริยธรรม และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการสมัยใหม่ การวิเคราะห์และสังเคราะห์สารสนเทศ การเขียนรายงาน การเลือกเครื่องมือดิจิทัลที่สอดคล้องกับการทำงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ

Utilizing digital technology for searching information, communication and keeping up with digital transformation; digital citizenship principles, information security, ethics and laws involved; applying digital technology for modern management; information analysis and synthesis; report writing; selecting a collaborative digital tool for efficiency.



103-202

การวิเคราะห์ข้อมูลและการเรียนรู้ของเครื่องจักรเบื้องต้น

3(2-2-5)

### Introduction to Data Analytics and Machine Learning

พื้นฐานของการทำงานอัตโนมัติ การวิเคราะห์ข้อมูลและการเรียนรู้ของเครื่อง เช่น การรวบรวมข้อมูล การระบุแหล่งข้อมูล การทำความสะอาดข้อมูล การวิเคราะห์ การสื่อสารข้อมูลเชิงลึกด้วยการใช้แดชบอร์ด การแสดงภาพเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับการตัดสินใจ การเรียนรู้ของเครื่อง เครื่องมือต่างๆ และการประยุกต์ใช้ การอภิปรายสถานการณ์จริงของการเรียนรู้เครื่องมือ หรือตัวอย่างของการใช้ปัญญาประดิษฐ์เชิงกำเนิด

Introduction to fundamentals of automation; Data Analytics and machine learning such as gathering data, identifying data sources; cleaning data; analyzing and communicating insights with the use of visualizations dashboard to add value to decision making; machine learning; various tools and applications; discussion on real-world scenarios of machine learning or examples of generative artificial intelligence applications.

103-203

ความเป็นพลเมืองในสังคมไทยและสังคมโลก

3(3-0-6)

### Civic Literacy in Thai and Global Context

สภาพการณ์ทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศต่างๆ ประเด็นปัญหาร่วมสมัยในสังคมโลก ประเทศไทยในสังคมโลก ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและกระบวนการทางความคิดที่เป็นสากล ความรับผิดชอบต่อสังคม การรู้หน้าที่ของพลเมืองและรับผิดชอบต่อสังคมในการต่อต้านการทุจริต ความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นพลเมืองกับสถานะการพัฒนาของประเทศภายใต้กฎหมายในชีวิตประจำวันและกติกาสากลของสังคมประชาธิปไตย บทบาทและหน้าที่ของบุคคลในฐานะพลเมืองไทยและพลเมืองโลก

Political, economic, social and cultural circumstances of various groups of countries; contemporary issues of the global society; Thailand in the world society; cultural diversity and global mindset; social responsibility; civic engagement and social responsibility against corruption; relationship between citizenship and developmental status of a country under laws in daily life and international rules of democratic societies; roles and duties of individual as a Thai and global citizen.

103-204

**มนุษยสัมพันธ์และการพัฒนาบุคลิกภาพ**

3(3-0-6)

### **Human Relations and Personality Development**

การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การรู้จักตนเองและผู้อื่น เสริมสร้างการเห็นคุณค่าในตนเอง กำหนดเป้าหมายในการเรียนการทำงานและการมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้

Interpersonal relationship building; knowing oneself and others; enhancing self-esteem; goal setting for learning and working; appropriate personality and collaborating with others.

103-205

**จิตวิทยาในชีวิตประจำวัน**

3(3-

0-6)

### **Psychology in Daily Life**

แนวคิดทางจิตวิทยาที่สำคัญ พัฒนาการวัยต่างๆ การรับรู้ การจูงใจ บุคลิกภาพและความแตกต่างระหว่างบุคคล ความหลากหลายทางเพศ อิทธิพลทางสังคมและพฤติกรรมทางสังคม การวิเคราะห์ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ความสัมพันธ์ที่ดี การจัดการความเครียด ความผิดปกติทางจิตและการบำบัด

Major psychological perspectives; human development; perception; motivation; personality and individual differences; gender diversity; social influences and social behaviors; transactional analysis; healthy relationship; stress management; mental disorders and therapies.

103-206

**อาหาร การดูแลสุขภาพ และการออกกำลังกาย**

3(2-2-5)

### **Diet, Health Care and Exercise**

สุขภาวะด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และสังคม อาหารและโภชนาการ การป้องกันและการบำบัดโรคด้วยอาหาร ความปลอดภัยของอาหาร ฉลากโภชนาการ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและการเลือกใช้ การออกกำลังกายเพื่อเสริมสร้างสมรรถภาพของร่างกาย ผลของการออกกำลังกายที่มีต่อระบบต่างๆในร่างกาย นวัตกรรมอาหารเพื่อสุขภาพ และเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการออกกำลังกาย

Physical, mental, emotional and social well-being; diet and nutrition; nutrition for prevention and therapy; food safety; nutrition labels; dietary supplement

products and selection; exercise for physical fitness; benefits of exercise on various body systems; digital technology for exercise.

103-207      **สารเคมีในชีวิตประจำวัน**      3(3-0-6)

### **Chemicals in Daily Life**

สารเคมีที่ใช้ในชีวิตประจำวัน องค์ประกอบของสารเคมี สารเคมีประเภทธรรมชาติและสารสังเคราะห์ที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน น้ำและเครื่องดื่ม สารปรุงแต่งอาหาร ความหมาย ประเภทและสารประกอบของเครื่องสำอาง ความหมาย ประเภทและสมบัติของสารทำความสะอาด การป้องกันและการแก้พิษจากสารเคมี

Chemicals in daily life; chemical components; natural and synthetic chemicals; water and beverages; food additives; definition, types, and chemical components of cosmetics; definition, types and properties of cleaning agents; prevention and detoxification.

103-207      **คณิตความรู้และสถิติในชีวิตประจำวัน**      3(3-0-6)

### **Mathematics and Statistics in Daily Life**

คณิตความรู้และสถิติเบื้องต้น เพื่อนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน โดยใช้ความรู้เรื่อง เรขาคณิต อัตราส่วน ร้อยละ ฟังก์ชัน ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสถิติ การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ แบบบรรยาย ความน่าจะเป็นกับการตัดสินใจอย่างง่าย

Mathematics and basic Statistics in daily life; Geometry; Ratio, Percent, Function; basic knowledge of statistics; data collection, descriptive statistics, basic probability for decision making.

103-208      **ศิลปะและดนตรีเพื่อสุนทรียภาพแห่งชีวิต**      3(3-0-6)

### **Art and Music Appreciation**

ความรู้เกี่ยวกับสุนทรียความรู้ ศิลปะในรูปแบบของสถาปัตยกรรม จิตรกรรม ประติมากรรม นาฏศิลป์ และดุริยางคศิลป์ ยุคสมัยต่างๆของศิลปะ แร้งบันดาลใจเบื้องหลังผลงานศิลปะ ความซาบซึ้งในศิลปะ การประเมินคุณค่าทางสุนทรียะ ความสัมพันธ์ระหว่างศิลปะ ดนตรี กับชีวิต ศิลปะใน

ชีวิตประจำวัน และคุณค่าความงามในงานศิลปะแขนงต่าง ๆ ในฐานะเป็นเครื่องมือจรรโลงจิตใจและสร้างสุนทรียภาพต่อชีวิตของมนุษย์

Aesthetic knowledge; art in the form of architecture, painting, sculpture, dances and music; art in major eras; inspiration behind pieces of arts; art appreciation; aesthetic evaluation; relationship between art, music and life; art in daily life; the value of art as a tool to sustain the human mind.

**103-210      นิยมไทยและอศรรยในสยาม      3(3-0-6)**

### **Thai Appreciation and Unseen in Siam**

ศิลปะและวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี เอกลักษณ์ความเป็นไทย มรดกทางภูมิปัญญาที่มีคุณค่าและน่าภาคภูมิใจ คติความเชื่อ ค่านิยม วิถีชีวิต แนวทางการอนุรักษ์ สืบทอดและเผยแพร่ความเป็นไทย

Thai art and culture; custom and traditions; identity of Thainess; admirable and valuable intellectual heritages; beliefs; values; ways of life; conservation, inheritance and dissemination of Thainess.

**103-211      โยคะ สมาธิ และศิลปะการดำเนินชีวิต      3(2-2-5)**

### **Yoga, Meditation and Art of Living**

การฝึกโยคะขั้นพื้นฐานเพื่อพัฒนาสุขภาพกายและจิตใจที่ดี ประโยชน์ของการฝึกโยคะ โยคะอาสนะประเภทต่าง ๆ การผ่อนคลายในการฝึกโยคะ การเตรียมความพร้อมของร่างกายในการฝึกโยคะ ข้อควรปฏิบัติและข้อควรระวังในการฝึกโยคะ ปราณายามะ การฝึกสมาธิเพื่อโยคะ ทำที่ใช้ในการนั่งสมาธิ ศิลปะการดำรงชีวิต ได้แก่ ทางสายกลาง และการสร้างความสมดุลให้กับชีวิตเพื่อนำไปสู่การใช้ชีวิตอย่างมีความสุข

Fundamental yoga for developing healthy body and mind; benefits of yoga practicing; categories of yoga asanas; relaxation for yoga practicing; body preparation before yoga practicing; recommendations and precautions for yoga practicing; pranayama; meditation for yoga; meditation asana; art of living such as moderate practice and life balance for happy living.

## กลุ่มการเป็นผู้ประกอบการเพื่อความยั่งยืน

103-301      **หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน**      3(3-0-6)

### Sufficiency Economy Philosophy for Sustainable Development

หลักการแนวคิดและความสำคัญของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง หลักการเบื้องต้นทางเศรษฐกิจความรู้และการรู้เท่าทันทางการเงิน ความเชื่อมโยงระหว่างปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับการพัฒนาที่ยั่งยืนและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน การน้อมนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนไปใช้ในการดำรงชีวิตในสังคมร่วมสมัยและการเป็นผู้ประกอบการที่สร้างนวัตกรรมเพื่อสังคมโดยการเรียนรู้จากการทำโครงการกลุ่มหรือกรณีศึกษาและการเชื่อมโยงแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนให้เกิดความยั่งยืนทั้งมิติด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม-วัฒนธรรม และด้านสิ่งแวดล้อม

Principles and significance of the Sufficiency Economy Philosophy (SEP); basic principles of economics and financial literacy; relationship between SEP, sustainable development (SD), and sustainable development goals (SDGs); application of SEP for SDGs for living in contemporary society and for innovating social enterprises by using project-based learning and case study as well as applying the concept of Circular Economy for SD in economic, social-cultural, and environmental dimensions.

103-302      **การออกแบบการคิดเพื่อสร้างนวัตกรรมและธุรกิจใหม่**      3(2-2-5)

### Design Thinking for Creating Innovation and Startup

การสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้เรียนเป็นนวัตกรรมและผู้ประกอบการ แนวคิด กระบวนการและทักษะการออกแบบนวัตกรรมต้นแบบเพื่อสร้างธุรกิจใหม่ ฝึกปฏิบัติการพบผู้ประกอบการและนำเสนองานเพื่อโน้มน้าวใจให้นักลงทุนเกิดการร่วมทุน

Inspiring learners to be innovators and entrepreneurs; concepts, process, and skills of design thinking for creating innovation prototype for startup; meeting entrepreneurs and pitching.

103-303

การบริหารการเงินอย่างฉลาด

3(3-0-6)

### Smart Money Management

การเงินกับชีวิตประจำวัน สิทธิและหน้าที่ เป้าหมายการเงิน การบริหารการเงินส่วนบุคคล นวัตกรรมทางการเงิน การลงทุนในประเทศและต่างประเทศ การประกันภัย สินเชื่อเงินกู้ การวางแผนภาษี การเป็นผู้ประกอบการ การบริหารพอร์ตการลงทุน การเตรียมตัวก่อนเกษียณ และอิสรภาพทางการเงิน

Finance and daily life; right and duty; financial goal; personal financial management; financial innovation; international and domestic investments; insurance; loan; tax planning; entrepreneurship; management of investment port; preparation for retirement and financial independence.

103-304

เปิดโลกชุมชนและการเรียนรู้ผ่านกิจกรรม

3(2-2-5)

### Community Explorer and Service Learning

การเรียนรู้เกี่ยวกับวิถีชุมชน การวิเคราะห์ชุมชนเพื่อค้นหาประเด็นปัญหาและแนวทางการพัฒนาโดยให้ชุมชนเป็นฐานของการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างผู้เรียนและสมาชิกชุมชน เทคนิคและการเสริมทักษะการเข้าถึงชุมชน การสร้างการมีส่วนร่วม ทักษะการใช้ชีวิตและทักษะด้านสังคม การสื่อสาร การเรียนรู้ผ่านกิจกรรมบริการ การพัฒนาและการขับเคลื่อนโครงการเพื่อการพัฒนาและกิจกรรมบริการชุมชน การเตรียมความพร้อมสู่การเป็นนักวิจัยและนักพัฒนาชุมชนเพื่อรองรับภารกิจการพัฒนาชุมชนทุกมิติอย่างยั่งยืนในศตวรรษที่ 21

Learning on community context; community analysis to identify issues and development approaches using collaborative community based approach among learners and community members; techniques and enhanced skills in approaching community engagements, community participation, social and life skills, communication; service learning development and project implementation for preparing to be community researcher and developer in variety dimensions of sustainable community development in the 21<sup>ST</sup> century.

103-305

เทคโนโลยีสีเขียวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

3(3-0-6)

### Green Technology for Sustainable Development

โมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (BCG Economy Model) เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) เคมีสีเขียว เคมีในชีวิตประจำวัน การประเมินวัฏจักรชีวิต คาร์บอนฟุตพริ้นท์ การผลิตและผลิตภาพสีเขียว ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม เทคโนโลยีสะอาดและการจัดการผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ รวมทั้งปฏิบัติการด้านสิ่งแวดล้อมและการศึกษาดูงาน

Economic model for sustainable development (BCG Economy Model); Sustainable Developments Goals (SDGs); green chemistry; chemistry in everyday life; life cycle assessment; carbon footprint; green manufacturing and productivity; environmental management system; clean technology and managing environmental impacts with modern technology as well as environmental laboratory practices and study visits.

103-306

อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่งและเทคโนโลยีอัจฉริยะสำหรับทุกคน

3(2-2-5)

### Internet of Things and Smart Technology for Everyone

หลักการพื้นฐานของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่งและสภาพแวดล้อมเชิงนิเวศ ตัวอย่างสิ่งอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวันที่เกี่ยวข้อง ทดลองใช้โทรศัพท์สมาร์ทโฟนควบคุมการเปิดปิดเครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน เช่น เซอร์วัดค่ามลภาวะ PM2.5 อุปกรณ์สวนเกษตรอัจฉริยะ การนำสมาร์ตเทคโนโลยีประยุกต์เข้ากับชีวิตประจำวัน เช่น การรักษาความปลอดภัยด้วยกล้องวงจรปิดระบบอินเทอร์เน็ตที่สามารถปรับแต่งการทำงานได้ และแจ้งเตือนเมื่อตรวจพบผู้บุกรุกผ่านทางอินเทอร์เน็ต การอภิปรายเกี่ยวกับกรณีตัวอย่างการประยุกต์ใช้สมาร์ตเทคโนโลยีในปัจจุบัน

Fundamentals of IoT technologies and ecosystems; smart appliances examples; practice in using a smartphone in order to control smart home electrical devices; measuring pm2.5; controlling smart farming devices; integration of smart technologies into everyday life such as intrusion detection through IP surveillance cameras; practice configuring an IP surveillance camera and notifying the intrusion via the Internet; discussion on current smart technology application cases.

103-307

ห้องทดลองที่มีชีวิตเพื่อความยั่งยืน

3(2-2-5)

### Living Lab for Campus Sustainability

หลักการของห้องทดลองที่มีชีวิต และการประยุกต์ใช้หลักการดังกล่าวเพื่อแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาอาคารและสิ่งแวดล้อมในมหาวิทยาลัยสู่ความยั่งยืน การสร้างแบบจำลองเพื่อขยายผลและประยุกต์ใช้ในสถานที่อื่นๆ และในขนาดที่ใหญ่ขึ้นได้ การบริหารโครงการในยุคดิจิทัล โดยเน้นด้านการออกแบบและพัฒนาอาคารสถานที่เพื่อประหยัดพลังงานอย่างยั่งยืน

Principle of living lab and its application for solving problems or improving buildings and environment in the university campus for sustainability; building an innovative scalable model for the effective project-based implementation and knowledge transfer; Project Management in Digital Age emphasized on designing and developing buildings for sustainably energy saving.

103-308

การถ่ายภาพเชิงสร้างสรรค์

3(2-2-5)

### Creative Photography

การเรียนรู้ในเชิงปฏิบัติการโดยการประยุกต์แนวคิดทฤษฎีการถ่ายภาพเพื่อสื่อความหมาย สามารถปฏิบัติการถ่ายภาพและสร้างสรรค์ผลงานภาพถ่ายในลักษณะต่างๆได้ตามความต้องการ รวมทั้งคัดเลือกภาพเพื่อนำไปใช้ในงานออกแบบสื่อสารตามความคิดสร้างสรรค์ที่วางไว้ได้อย่างเหมาะสมด้วย เช่น การใช้ภาพถ่ายเพื่อสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ การใช้ภาพถ่ายเพื่อสื่อสารทางธุรกิจ

Practical learning by applying photographic theory concepts to convey meaning; performing photography and creatively producing different types of photographic works as desired, including selecting images to be used in communication design work according to the planned creative concept in an appropriate manner, such as using photographs for communication through online media, using photographs for business communication.



กลุ่มวิชาศึกษาทั่วไป ที่จัดการเรียนการสอนเป็นภาษาอังกฤษ

117-401 ภาษาอังกฤษทางวิชาการ

3 (2-2-5)

English for Academic Purposes

ฝึกทักษะภาษาอังกฤษ 4 ด้านเพื่อใช้ในการเรียน องค์ประกอบของทักษะภาษาอังกฤษ การจด

บันทึกในระหว่างการบรรยายการอภิปรายในชั้นเรียนและการพูดในหัวข้อที่ซับซ้อนมากขึ้นโดยใช้กลยุทธ์การอภิปราย การเขียนย่อหน้าประเภทต่างๆ การฟังและตอบคำถามอย่างละเอียด ฝึกการใช้ภาษาอังกฤษแบบเจ้าของภาษาในบริบททางวัฒนธรรมที่เหมาะสมและทักษะทางวิชาการ เช่น การจัดการเวลา ความซื่อสัตย์ทางวิชาการ และการเรียนรู้ร่วมกัน

Practice in four English skills for college studying; craft elements of English including note-taking during lectures, class discussion and speaking skills about more complicated topics using discussion strategies; writing different types of paragraph; listening and responding to detailed questions; practice using native-like English in proper cultural context and academic skills such as time management, academic integrity and collaborative learning.

Students background level: IELTS 5.0 (or equivalent)

Expected level: IELTS 5.5 (or equivalent)

*Note: Students are eligible to exempt this course with minimum IELTS 5.0 (or equivalent)*

117-402 ภาษาอังกฤษขั้นสูง

3 (2-2-5)

Advanced English

ฝึกทักษะภาษาอังกฤษเชิงวิชาการ การนำเสนอในชั้นเรียน การอ่านและการตีความข้อความทาง

วิชาการที่หลากหลายรวมทั้งการใช้คำศัพท์เฉพาะในสาขาที่เรียน การฝึกคิดอย่างมีวิจารณญาณเพื่อแสดงมุมมองเชิงวิพากษ์ด้วยปากเปล่าหรือในรูปแบบการเขียน การสนทนาโต้ตอบอย่างคล่องแคล่วและเป็นธรรมชาติโดยใช้โครงสร้างภาษาที่ซับซ้อนมากขึ้น

Practice in English skills for academic purposes; classroom presentation; reading

and interpreting a range of academic texts including jargon in the field of study; practice in critical thinking to express viewpoints orally or in written form; fluent and spontaneous verbal interaction with more complicated structures.

*Students background level: IELTS 5.5 (or equivalent) /Passed English for Academic Purposes*

*Expected level: IELTS 6.0 (or equivalent)*

117-403   ภาษาอังกฤษเพื่อวิชาชีพ   3 (2-2-5)

English for Professional Purposes

การใช้ภาษาอังกฤษเพื่อวิชาชีพ เช่น การเขียนเรียงความ การเขียนรายงาน การเขียนจดหมาย

และอีเมล ขั้นตอนและวิธีการเขียนบทความวิจัย การประยุกต์ใช้ความคิดเชิงวิพากษ์และทักษะการแก้ปัญหา การนำเสนออย่างมืออาชีพ

Uses of English for professional purposes such as essay writing, report writing,

letter and email writing; writing research paper steps and methodology; application of critical thinking and problem-solving skills; professional presentation.

*Students background level: IELTS 5.5 (or equivalent) / Passed*

*Advanced English course*

*Expected level: 6.0 (or equivalent)*

ภาษาอื่นๆ (Other Languages)

117-191   ภาษาไทย 1   3 (2-2-5)

Thai Language 1

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบเสียงภาษาไทย คำและประโยคภาษาไทยที่เป็นประโยชน์

ไวยากรณ์ไทยเบื้องต้น บทสนทนาภาษาไทยในสถานการณ์ต่างๆ ในชีวิตประจำวัน เคล็ดลับพิเศษในการใช้ภาษาไทยทั่วไป วัฒนธรรมไทย ฝึกทักษะการฟังและการพูดภาษาไทย

Introduction to Thai sounds system; useful Thai words and sentences; basic Thai

grammar; Thai conversations in various situations in everyday life; special tips for common Thai language use; Thai culture; practice in Thai listening and speaking skills.

*Students background level: New-user / Beginner*

*Expected level: Basic*

117-192 ภาษาไทย 2

3 (2-2-5)

Thai Language 2

ฝึกทักษะภาษาไทยผ่านบทเพลง การวิเคราะห์การใช้ภาษาไทยในเพลงไทย การอภิปราย  
แง่มุม

ทางวัฒนธรรมและคุณค่าทางสังคมที่สะท้อนผ่านบทเพลง

Practice in Thai language skills through songs; analysis of Thai language use in Thai songs; discussions of cultural aspects and social values reflected in songs.

*Students background level: Basic / Passed Thai Language 1 or get approval from lecturer*

*Expected level: Elementary to Intermediate*

117-161 ภาษาญี่ปุ่น 1

3(2-2-5)

Japanese 1

ฝึกการฟังและการพูดภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้น โครงสร้างพื้นฐานเพื่อความเข้าใจในการพูด การออกเสียง โครงสร้างพื้นฐานและคำศัพท์ ฝึกการอ่านประโยคง่ายๆ และการเขียน 'ฮิรางานะ' และ 'คาตากานะ' ในโครงสร้างเหล่านั้นและ 'คันจิ' พื้นฐาน

Practice listening and speaking basic Japanese language; pronunciation; basic structures for oral comprehension and vocabulary; practice reading simple sentences and 'Hiragana' and 'Katakana' writing in those structures and basic 'Kanji'.

117-181 ภาษาเกาหลี 1

3(2-2-5)

Korean 1

ฝึกการออกเสียงภาษาเกาหลี คำศัพท์พื้นฐานที่ใช้ในชีวิตประจำวันหรือวัฒนธรรมเกาหลี เพื่อพัฒนาทักษะการสื่อสาร คำศัพท์พื้นฐานในชีวิตประจำวันจำนวน 800 คำ

Practice in Korean pronunciation, basic lexical items used in daily life or Korean culture in order to develop communication skills; 800 basic daily life vocabulary.

*Students background level: New-user*

*Expected level: TOPIK I - L.1*

117-162 ภาษาญี่ปุ่น 2

3(2-2-5)

Japanese 2

โครงสร้างประโยคพื้นฐานภาษาญี่ปุ่น คำศัพท์ อักษรคันจิและสำนวนคำศัพท์ที่ใช้ในชีวิตประจำวันจำนวน 900 คำ ฝึกทักษะการฟังและการพูดเพื่อรายงานข้อมูล ฝึกการอ่านและเขียนข้อความสั้นๆ

Basic Japanese sentence structures, vocabulary; kanji and 900 expressions and common words in daily use; practice listening and speaking skills for reporting

117-182 ภาษาเกาหลี 2

3(2-2-5)

Korean 2

ฝึกการใช้โครงสร้างไวยากรณ์พื้นฐานภาษาเกาหลีเพื่อพัฒนาทักษะการสื่อสารทั้งการฟัง พูด อ่าน เขียน ฝึกการใช้ภาษาเกาหลีเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวันอย่างเป็นทางการ รวมถึงการสื่อสารภาษาในระดับทางการและไม่เป็นทางการ รูปแบบของประโยคที่ซับซ้อนมากขึ้น คำศัพท์พื้นฐานในชีวิตประจำวันจำนวน 1,500 คำ

Practice in Korean basic grammatical structures in order to develop communication skills including listening, speaking, reading, and writing; practice using the Korean language for daily-life and communication in both formal and in formal situations; patterns of more complex sentence; 1,500 basic daily life vocabulary

*Students background level: TOPIK I - L.1*

*Expected level: TOPIK I - L.2*

117-171 ภาษาฝรั่งเศส 1

3(2-2-5)

French 1

ฝึกการฟัง พูด อ่านและเขียนภาษาฝรั่งเศสในสถานการณ์การสื่อสารเพื่อการแลกเปลี่ยนข้อมูลและการสอบถาม โดยเน้นการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น

Practice French listening, speaking, reading and writing in contexts and settings relating to communication for information exchange and inquiry with a focus on interaction with others.

*Students background level: New-user*

*Expected level: DELF A1*

117-172 ภาษาฝรั่งเศส 2

3(2-2-5)

French 2

ฝึกการฟัง พูด อ่านและเขียนภาษาฝรั่งเศสเพื่อการสื่อสารและแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิด การแสดงความรู้สึกในบริบทและสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันได้อย่างคล่องแคล่วและเป็นธรรมชาติในการสื่อสาร

Practice French listening, speaking, reading and writing for communication and exchange of information and ideas; expressing feelings in contexts and settings relating to daily life with a focus on fluent and natural communication.

*Students background level: DELF A1*

*Expected level: DELF A2*

*Expected level: HSK Level 1*

117-151 ภาษาจีน 1

3(2-2-5)

Chinese 1

ฝึกทักษะการออกเสียงภาษาจีน อักษรจีน ไวยากรณ์ และคำศัพท์ ประมาณ 450 คำ

Practice in Chinese pronunciation; Chinese characters; grammar and vocabulary of about 450 words. *Students background level: New-user*

117-152 ภาษาจีน 2

3(2-2-5)

### Chinese 2

ฝึกทักษะการฟัง พูด อ่าน เขียนภาษาจีน โดยเน้นการเพิ่มพูนความรู้พื้นฐานของนักศึกษาเกี่ยวกับอักษรจีน คำศัพท์ การออกเสียง และไวยากรณ์

Practice in listening, speaking, reading, and writing skills in Chinese, focusing on enhancing students' fundamental knowledge of Chinese characters, vocabulary, pronunciation, and grammar.

*Students background level: HSK Level 1*

*Expected level: HSK Level 2*

117-305 ภาษาสเปน 1

3(2-2-5)

### Spanish 1

ฝึกทักษะพื้นฐานการฟัง พูด อ่านและเขียนภาษาสเปนสำหรับผู้เรียนที่ไม่เคยเรียน ฝึกการแสดงออกในชีวิตประจำวัน การสอบถามและให้ข้อมูล การฟังและเข้าใจความหมายของภาษาสเปนที่พูดในหัวข้อที่คุ้นเคย

Practice in basic Spanish listening, speaking, reading, and writing for students with no previous experience; practice in expressions in daily life; inquiring and giving basic personal information; listening and understanding meanings of spoken Spanish on familiar topics.

*Students background level: Entry-level*

*Expected level: DELE A1*

117-306 ภาษาสเปน 2

3(2-2-5)

### Spanish 2

ฝึกทักษะการฟัง พูด อ่าน และเขียนภาษาสเปน ฝึกการใช้คำศัพท์และโครงสร้างประโยคที่ใช้ในการสื่อสารในสถานการณ์ที่เกิดขึ้นบ่อยในชีวิตประจำวัน การสื่อสารโดยการพูดโต้ตอบและเขียนเพื่อแก้ปัญหาเฉพาะหน้า

Practice Spanish listening, speaking, reading and writing; practice using vocabulary and structures in frequent communication situations in life; direct communicative exchanges in speaking and writing related to their immediate needs.

*Students background level: DELE A1*

*Expected level: DELE A2*

117-501 ทักษะการใช้คอมพิวเตอร์สำหรับผู้เรียนรู้อัตโนมัติ

3(3-0-

6)

### Computer Skills for Independent Lifelong Learners

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

ทักษะการใช้คอมพิวเตอร์ในการค้นหา เรียนรู้สิ่งใหม่และสร้างสิ่งต่างๆ เช่น แนวคิดใหม่ การแก้ปัญหาหรือข้อกังวลในชีวิตประจำวัน การท่องเว็บ ความตระหนักในความปลอดภัยของโลกไซเบอร์ มารยาทและจริยธรรมในการใช้อินเทอร์เน็ต กลยุทธ์การทำงานและการพัฒนาอาชีพ การสร้างตัวตนบนโลกออนไลน์อย่างมืออาชีพ

Skills in using the computer to search, learn new things and create things such as new concept, solution to day-to-day issues or concerns; web browsing; cyber security awareness; internet etiquettes and ethics; job search strategies and career development; professional building of online presence.

117-502 การประเมินเครื่องมือดิจิทัล

3(3-0-6)

### Evaluation of Digital Tools

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

ทักษะการเลือกเครื่องมือดิจิทัลที่เหมาะสมกับความต้องการของแต่ละงานและวิธีใช้เครื่องมือดิจิทัลที่เลือก การใช้เครื่องมือจัดเก็บข้อมูลออนไลน์ โปรแกรมประมวลผลคำ สเปรดชีต การทำงานร่วมกันของหลายเครื่องมือ เช่น ปฏิทินและการบริหารโครงการในยุคดิจิทัล การสื่อสารและเครื่องมือของผู้สร้าง เครื่องมือที่ใช้ในการจัดการเงินส่วนบุคคลและการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

Skills in selecting the right digital tool for each work and utilizing the selected tool; utilizing online storage tools; word processing; spreadsheets; collaboration tools such as calendars and project management; communication and creators' tools; personal finance and e-commerce tools.

117-503 การวิเคราะห์ข้อมูลและปัญญาประดิษฐ์

3(3-0-6)

### Data Analytics and Artificial Intelligence

วิธีวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรม การวิเคราะห์ประวัติศาสตร์และการพัฒนาแนวคิดของอนาคตในสาขาที่เกี่ยวข้อง แนวคิดการวิเคราะห์ข้อมูล การประยุกต์ใช้เครื่องมือปัญญาประดิษฐ์และเครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลตามความจำเป็น

Data analytics for industry developments; history analysis and development of future concepts in relevant field; data analytic concepts; application of artificial intelligence (AI) based tools and data analytic tools as needed.

117-601 การเริ่มต้นความฝันและความคิด

3(3-0-6)

### Dream and Idea Generation

วิธีคิดและเริ่มต้นความฝันตามความต้องการในอนาคตของอุตสาหกรรม แนวโน้มของสถานการณ์โลกและความต้องการของมนุษย์เพื่อความยั่งยืนในชีวิต การสร้างกระบวนการความคิดและการวิเคราะห์ความต้องการใหม่ที่จะเกิดขึ้นได้ การออกแบบขั้นพื้นฐานและแนวคิดการคิดเชิงวิพากษ์ ต้นแบบผลิตภัณฑ์และการแสดงภาพรวมขององค์ความคิด



How to think and dream about the future needs of expected professional industry; trends of the world and human needs for a sustainable life; generation of thinking process and analysis of possible new needs; basic design and critical thinking concepts; product prototype and conceptual presentation of idea

**117-602 การคิดเชิงออกแบบและกลยุทธ์ที่ยั่งยืน**

**3(3-0-6)**

### **Design Thinking and Sustainable Strategy**

วิธีเลือกแนวคิดที่จะช่วยให้มนุษย์มีความยั่งยืนและสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการที่รักษาแนวคิดเรื่องความยั่งยืนและการออกแบบนวัตกรรม แนวคิดการออกแบบทั่วไปและแนวคิดการคิดเชิงวิพากษ์ แนวคิดของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์หรือบริการ การใช้เครื่องมือ Gabi หรือ Simapro หรือสเปรดชีตเพื่ออธิบายวงจรชีวิตและเปรียบเทียบผลกระทบของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการออกแบบ การนำเสนอแนวคิดของการทำธุรกิจ

How to pick an idea to enable mankind's sustainability and to generate a product or service keeping the concepts of sustainability and innovative design; general design concepts and critical thinking concepts; concepts of life cycle of a product or service; uses of tools such as Gabi, Simapro or spreadsheet to explain the concepts of life cycle and compare the impacts of products intended to design; presentation of business idea

**117-603 แบบจำลองธุรกิจและการบริหารโครงการในยุคดิจิทัล**

**3(3-0-6)**

### **Business Canvas and Project Management in Digital Age**

การจัดการผลิตภัณฑ์หรือบริการ ขั้นตอนการผลิตและการขนส่งผลิตภัณฑ์อย่างมีประสิทธิภาพ แนวคิดการบริหารโครงการในยุคดิจิทัล เช่น การจัดการทรัพยากร การเงิน การตลาดและการบริหารความเสี่ยงเมื่อดำเนินธุรกิจ แนวคิดการบริหารโครงการในยุคดิจิทัลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการในฐานะเจ้าของธุรกิจสตาร์ทอัพ แนวคิดการวางแผน-ปฏิบัติ-ตรวจสอบ-ปรับปรุง การหาเส้นทางวิกฤต แผนภูมิแกนต์ แบบจำลองธุรกิจหรือซอฟต์แวร์อื่นๆสำหรับการบริหารโครงการในยุคดิจิทัล

Product or service management; production processes and efficient transportation; concepts of Project Management in Digital Agesuch as resource management, finance, marketing and risk management when running a business; concepts

of Project Management in Digital Age related to the dream product or service in the venture spirit; concepts of Plan-Do-Check-Act (PDCA cycle); PCM; Gantt Chart; Business Canvas or other Project Management in Digital Age software.

## (2) หมวดวิชาเฉพาะ

### กลุ่มวิชาแกน ( 6 โหมด 54 หน่วยกิต)

#### โหมด BUS-1 เปิดโลกธุรกิจ (General Business Foundation)

131-106 การบัญชีขั้นต้น 3(3-0-6)

(Principles of Accounting)

จรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ความหมายของการรายงานทางการเงิน ลักษณะและแนวคิดขั้นพื้นฐานของการบัญชี สมการบัญชี วงจรการบัญชี งบการเงินและการนำเสนองบการเงิน หลักและวิธีการบันทึกข้อมูลทางการบัญชี การปรับปรุงบัญชี กระดาษทำการ การบัญชีสำหรับกิจการให้บริการ กิจการซื้อขายสินค้า และกิจการผลิตสินค้า การบัญชีภาษีมูลค่าเพิ่ม กระบวนการบันทึกบัญชีสมุดรายวัน เฉพาะและบัญชีคุมยอด การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชี

Ethics of professional accountants; meaning of financial reporting; characteristics and basic concepts of accounting; accounting equations; accounting cycle; financial statements and presentation of financial statements; principles and procedures of accounting record; adjusting entries; worksheet; accounting for service, merchandising and manufacturing operations; value-added tax accounting; recording process; special journals and control accounts; use of accounting packages.

135-101 การบริหารประสบการณ์คนเพื่อธุรกิจโลก 3(3-0-6)

(Human Experience Management for Global Business)

ความหมาย แนวคิด ความสำคัญของการบริหารประสบการณ์คน ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสบการณ์คน การออกแบบ การดำเนินการ และการปรับกลยุทธ์ให้เหมาะสม เพื่อปรับปรุงประสบการณ์โดยรวมของคน การสร้างวัฒนธรรมในเชิงบวกที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วม รวมไปถึงประสิทธิภาพในการทำงานและความเป็นอยู่ที่ดี ตลอดจนการทำงานในองค์กรภายใต้สภาพแวดล้อมภายในประเทศและต่างประเทศที่ส่งผลโดยตรงต่อความสำเร็จของธุรกิจโลก

Meaning, concept and importance of human experience management; factors that affect human experience, designing, executing and optimizing strategies to improve human's overall experience; creating positive culture that promotes participation including work effectiveness, and well-being; working in organizations under domestic and international environments that directly affect success of global business.

133-202 หลักการตลาด 3(3-0-6)

(Principles of Marketing)

ความสำคัญและบทบาทของการตลาดที่มีต่อเศรษฐกิจและสังคมในยุคดิจิทัล วิวัฒนาการของการตลาดและการประยุกต์ใช้ในบริบทที่แตกต่าง ความเข้าใจผู้บริโภคคู่แข่งสิ่งแวดล้อมข้อมูลทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา ช่องทางการตลาด การส่งเสริมการตลาด เครื่องมือทางการตลาดดิจิทัล และการติดต่อสื่อสารทางการตลาดผ่านสื่อสังคม

Importance and role of marketing towards economy and society in the digital era; evolution of marketing and application it in different contexts; understanding customers, competitors, environment, marketing information; theories of consumer behavior in the digital era; market segmentation; target group; product positioning; marketing mix of product, price, place, promotion; digital marketing tool and marketing communication through social media.

โมดูล BUS-2 เทคโนโลยีการเงินและการบัญชี (Financial and Accounting Technology)

130-104 เศรษฐศาสตร์เพื่อการจัดการธุรกิจ (Economics for Business Management) 3(3-0-6)

ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาคและมหภาค การประยุกต์ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ในทางธุรกิจ เพื่อการวิเคราะห์อุปสงค์ของสินค้าและบริการ ต้นทุนการผลิต กำไรทางธุรกิจและกำไรทางเศรษฐศาสตร์ การกำหนดราคาในตลาดแข่งขันสมบูรณ์และตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ รายได้ประชาชาติดุลยภาพ นโยบายการเงินและนโยบายการคลังในระบบเศรษฐกิจ เพื่อการตัดสินใจลงทุนทางธุรกิจ

Economic theory at both micro and macro level; application of economic theory in business for demand analysis of goods and services; cost of production; economic profit and business earnings; price determination in perfect and imperfect competitive markets, national income; monetary policy and fiscal policy for decision-making in business investment.

132-203 การเงินธุรกิจและการลงทุนในตลาดทุน 3(3-0-6)

(Corporate Finance and Capital Market Investment)

หลักการ ทฤษฎี และความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการเงินธุรกิจ พื้นฐานการลงทุนในตลาดทางการเงิน การคำนวณอัตราส่วนทางการเงิน การวางแผนและการพยากรณ์ทางการเงิน การบริหารเงินทุนหมุนเวียน การบริหารเงินสด การบริหารลูกหนี้การค้า การบริหารสินค้าคงเหลือ แนวคิดต้นทุนทางตรงและทางอ้อม การคำนวณต้นทุนต่อหน่วย การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนและการวางแผนกำไร ค่าของเงินตามเวลา งบจ่ายลงทุน การบริหารเงินทุนระยะสั้นและระยะปานกลาง นโยบายการจ่ายปันผล ระบบการเงินในประเทศและระหว่างประเทศ การประยุกต์ใช้ซอฟต์แวร์ทางการเงิน การสร้างวินัยการออมเพื่อสร้างการเติบโตทางการเงิน แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับตราสารทุน ตราสารหนี้ กองทุนรวม และตราสารอนุพันธ์ การลงทุนในตลาดตราสารทุน และการประยุกต์เทคโนโลยีการเงินสำหรับการบริหารความมั่งคั่ง

Principles, theories and basic knowledge of business finance; basics of financial market investment; financial ratios; financial planning and forecasting; working capital management; cash management; account receivable management; inventory management; fixed and variable cost concept; unit-cost valuation; break-even analysis and profit planning; time value of money; capital budgeting; short-term and long-term financing; dividend policies; domestic and international financial systems; financial software application, establishing savings discipline to foster financial growth; basic concepts of equity instruments, bonds, mutual funds, and derivatives; investment in equity market and application of financial technology for wealth management.

130-303 การภาษีอากร (Taxation) 3(3-0-6)

ความหมาย วัตถุประสงค์ และลักษณะการภาษี โครงสร้างของกฎหมายภาษี การจำแนกประเภทภาษีอากร หลักเกณฑ์และการจัดเก็บภาษีอากร ได้แก่ ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติ

บุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ อากรแสดตมภ์ ภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่าย ภาษีการรับมรดก ตาม  
ประมวลรัษฎากร ความรับผิดชอบและจริยธรรมในการเสียภาษีให้ครบถ้วนถูกต้อง

Definition, objectives and characteristics of taxation; structure of taxation;  
classification of tax; principles and procedures of tax collection including personal income  
tax, corporate income tax, value added tax, specific business tax, stamp duty, withholding  
tax, inheritance tax; responsibilities and ethics in tax payment.

### **โมดูล Bus-3 ดิจิทัลทรานส์ฟอเมชันสำหรับธุรกิจ**

#### **(Digital Transformation for Business)**

130-218 สถิติ การวิเคราะห์ข้อมูล และปัญญาประดิษฐ์สำหรับธุรกิจ 3(3-0-6)  
(Statistics, Data Analytics and AI for Business)

การวิเคราะห์เชิงสถิติและนำไปประยุกต์กับการตัดสินใจทางธุรกิจด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป  
SPSS for Windows ประกอบด้วย การทดสอบสมมติฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวน การถดถอยอย่าง  
ง่ายและสหสัมพันธ์ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อนและสหสัมพันธ์ เลขตัดชนี อนุกรมเวลาและการ  
พยากรณ์ การทดสอบแบบไคสแควร์ การควบคุมคุณภาพ ทฤษฎีการตัดสินใจ การประยุกต์เทคโนโลยีดิจิทัล  
เช่น การประยุกต์ใช้ Chatbot ในธุรกิจดิจิทัล การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ทางธุรกิจ

Statistical analysis and its application to business decision with SPSS for  
Windows: tests of hypothesis, ANOVA test, simple regression and correlation, multiple  
regression and correlation analysis, Index numbers, Time series and forecasting, Chi-square  
test, quality control, and decision theory; Application of digital technology such as Chatbot  
for digital business; Application of AI for business.

133-203 การตลาดดิจิทัลและการสร้างแผนภาพข้อมูล 3(3-0-6)  
(Digital Marketing and Data Visualization)

ความสำคัญของการตลาดดิจิทัล วิวัฒนาการของการตลาดดิจิทัล พฤติกรรมผู้บริโภคยุค  
ดิจิทัล การกำหนดลูกค้าเป้าหมายในตลาดดิจิทัล การแบ่งส่วนตลาดดิจิทัล ช่องทางการตลาดดิจิทัล กลยุทธ์  
ส่วนประสมทางการตลาดดิจิทัล การวางแผนการตลาดดิจิทัล เครื่องมือและกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล การ  
สื่อสารการตลาดดิจิทัล แหล่งที่มาของข้อมูล ระบบฐานข้อมูล โครงสร้างของข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อ  
การตัดสินใจ เครื่องมือและการสร้างแผนภาพข้อมูล การเล่าเรื่องและนำเสนอแผนภาพข้อมูล

Importance of digital marketing; evolution of digital marketing; consumer behavior in the digital age, targeting customers in digital marketing; digital market segmentation; digital marketing channels; digital marketing mix strategy; digital marketing planning; digital marketing tools and strategies; digital marketing communications; data source; database systems and data structure; data analysis for decision-making, tools and data visualization, storytelling and presentation.

130-304      การบริหารโครงการในยุคดิจิทัล      3(3-0-6)

(Project Management in Digital Age)

การศึกษาประเด็นปัญหา ความต้องการของสถานประกอบการ หรือจากประเด็นสำคัญทางธุรกิจในยุคดิจิทัล กำหนดหัวข้อโครงการ รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ประยุกต์ใช้ความรู้และเครื่องมือด้านการจัดการ และสิ้นแควนวาส เสนอผลการดำเนินโครงการ เขียนรายงานโครงการ นำเสนอและประเมินผล

Studies on business problems, business requirements, or important business issues in digital age; identifying business project topics; collection and analysis of quantitative and qualitative data; application of management knowledge and tools; lean canvas; project progress report; writing project reports; project presentation and evaluation.

#### **โมดูล BUS-4 สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (Business Environment)**

130-108      การดำเนินงานและการจัดการห่วงโซ่อุปทาน      3(3-0-6)

(Operations and Supply Chain Management)

หลักการ แนวคิดและทฤษฎีการจัดการดำเนินงาน หน้าที่ในการผลิตและการดำเนินงาน การผลิตสินค้าให้มีประสิทธิภาพ ได้แก่ การวางแผนผลิตภัณฑ์ การควบคุมคุณภาพ การเลือกทำเลที่ตั้ง การวางแผนผังกระบวนการผลิต การพยากรณ์ความต้องการ การวางแผนกำลังการผลิต การจัดลำดับงานและตารางการผลิต การจัดการสินค้าคงคลัง กระบวนการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบและสินค้าจากแหล่งผลิตเข้าสู่ตลาดผู้บริโภค การออกแบบกระบวนการห่วงโซ่อุปทาน การปรับปรุงการดำเนินงานห่วงโซ่อุปทานและเครือข่ายการผลิตทั่วโลก การจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน

Principles, concepts and theories of operation management; functions and operations of effective production including product planning, quality control location

selection, production planning and control; forecasting demand, production capacity planning, prioritization, production scheduling; inventory management; process of raw materials and products movement from production base to consumer market; designing processes, operations and supply chains; operations improvement; global supply chains and production networks; sustainable supply chain management.

130-302      กฎหมายธุรกิจ      3(3-0-6)  
(Business Law)

ความหมายและลักษณะทั่วไปของนิติกรรมและสัญญา กฎหมายว่าด้วยเอกเทศสัญญาที่สำคัญๆ เกี่ยวกับธุรกิจ เช่น ซื้อขาย เช่าทรัพย์ เช่าซื้อ ยืม ค้ำประกัน จำนอง จำนำ ตัวแทน นายหน้า ประกันภัย ตัวเงิน เชื้อและตัวสัญญาใช้เงินอื่น ๆ หุ้นส่วนบริษัทจำกัด และบริษัทมหาชนจำกัด และกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ เช่น กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา กฎหมายแรงงานและกฎหมายธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

Meaning and nature of juristic acts and contracts; laws relating to buying and selling, hire of property and hire-purchase, loan, guarantee, pledge, mortgage, agency, brokerage, bill, cheque and other negotiable instruments; laws regarding organization, operation and liquidation of partnerships, limited companies and public companies; intellectual property law; labour law; and electronic transaction law.

130-405      การจัดการเชิงกลยุทธ์      3(3-0-6)  
(Strategic Management)

แนวคิดพื้นฐานและกระบวนการในการพัฒนากลยุทธ์ การวางแผนเชิงกลยุทธ์แบบ Agile ครอบคลุมกระบวนการตั้งแต่การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ การกำหนดกลยุทธ์ทั้งในระดับองค์กร ระดับหน่วยธุรกิจ และระดับหน้าที่ การนำกลยุทธ์สู่การปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ และการติดตามประเมินผล เพื่อให้้องค์การเกิดความได้เปรียบเชิงการแข่งขันอย่างยั่งยืน

Basic concepts and processes of strategy development; agile strategic planning covering process from analysis of business environment, vision and mission, determination, corporate strategy, business strategy, functional strategy, implementation of strategy into practice effectively and evaluation for sustaining competitive advantage.

## โมดูล BUS-5 การประกอบการและความยั่งยืน (Entrepreneurship and Sustainability)

130-208 การประกอบการและนวัตกรรม 3(3-0-6)

(Entrepreneurship and Innovation)

แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับนวัตกรรม กระบวนการออกแบบนวัตกรรม ได้แก่ การทำความเข้าใจกับปัญหา การตีความปัญหา พัฒนาความคิด พัฒนาด้านแบบ และการทดสอบ ประเภทของนวัตกรรม แนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ ลักษณะของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับสตาร์ทอัพ ออกแบบโมเดลธุรกิจ ลีนแคนวาส และแผนธุรกิจฉบับสมบูรณ์ประกอบด้วย การวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ แผนการตลาด แผนจัดการ แผนการดำเนินงาน และแผนการเงิน

Basic concepts of innovation; design thinking process that create innovation through empathize, define, ideate, prototype and testing; innovation types; entrepreneurship concepts; features of Small and Medium Enterprises; fundamentals of startup; business model canvas; lean canvas and full business plan including analysis of business opportunity, marketing plan, management plan, operation plan, financial plan. 130-

310 การเล่าเรื่อง การสื่อสารธุรกิจ และการเจรจาต่อรอง 3(3-0-6)

(Storytelling, Negotiation and Business Communication)

ความหมาย เทคนิค วิธีการ รูปแบบและองค์ประกอบของการเล่าเรื่อง ความสำคัญของการสื่อสาร รูปแบบการสื่อสาร การสื่อสารทางธุรกิจ การนำเสนองาน รูปแบบและช่องทางการสื่อสาร เทคนิคการสื่อสาร เทคโนโลยีที่ใช้ในการสื่อสารและนำเสนอ ทฤษฎีและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการเจรจาต่อรองหลากหลายวิธี การเจรจาต่อรองระหว่างประเทศ การใช้คนกลาง การไกล่เกลี่ย และการแก้ไขประเด็นข้อพิพาทต่างๆ

Definition techniques; methods; types and elements of storytelling; the importance of communication; communication styles; business communication; presentations; forms, channels and techniques of communication; communication and presentation technology; theory and practice regarding various negotiation strategies; international negotiations, use of mediators, mediation and resolving various dispute issues.

130-311 การจัดการเพื่อความยั่งยืน 3(3-0-6)

(Managing Sustainably)



แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ เครื่องมือในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ กลยุทธ์การปรับตัวของธุรกิจต่อสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง จริยธรรมทางธุรกิจ ความท้าทายด้านความยั่งยืนระดับโลก ภายใต้กรอบของเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ กลยุทธ์ทางธุรกิจและกระบวนการที่องค์กรทางธุรกิจใช้เพื่อจัดการประเด็นสิทธิมนุษยชน สิ่งแวดล้อม และแรงงานข้ามชาติ เพื่อการสร้างการพัฒนาอย่างยั่งยืนในด้านเศรษฐกิจ สังคม และ สิ่งแวดล้อม

Basic concepts of business environment; tools for analyzing business environment; strategies for business adaptation to changing environments; business ethics; global sustainability challenges within the framework of the United Nations Sustainable Development Goals; business strategies and processes used by business organizations to manage human rights, environmental, and migrant labor issues in order to create sustainable development in economy sociality, and environment.

### **โมดูล BUS-6 ประสบการณ์วิชาชีพทางบริหารธุรกิจ (Cooperative Education and Work Experiences)**

**130-309 การศึกษาเฉพาะด้านทางการบริหารธุรกิจ 3(3-0-6)**  
**(Special Topic in Business Administration )**

การศึกษา วิเคราะห์ประเด็นปัญหาทางธุรกิจ ที่มีความสำคัญต่อสถานการณ์ในปัจจุบัน การศึกษาครอบคลุมถึงการวิพากษ์ วิเคราะห์ นำเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาผ่านการจัดทำโครงการหรือการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Exploration and analysis of business issues that are important to the current situation covering critiquing, analyzing; presenting solutions to problems in project creation or related research.

**\*หรือ เรียนรายวิชา 133-309 การวิจัยการตลาด (Marketing Research)**

**133-309 การวิจัยการตลาด 3 (3-0-6)**  
**(Marketing Research)**

ความสำคัญของการวิจัยตลาดที่มีต่อธุรกิจ กระบวนการวิจัยตลาด เครื่องมือใช้ในการวิจัยตลาด การเขียนข้อเสนอโครงการวิจัยตลาด การวิจัยตลาดเฉพาะกรณี การประมวลผลข้อมูล การเลือกใช้สถิติ

ในงานวิจัยการวิเคราะห์ข้อมูล การเขียนรายงานการวิจัย การนำผลงานวิจัยไปปรับใช้ในการจัดการและการตัดสินใจทางการตลาด

Importance of market research that affects business; market research process; research tools; research proposal writing, research on individual case; data manipulation; statistical method selection and data analysis, writing research report; application of research results for management and marketing decision.

**130-490 เตรียมสหกิจศึกษา 1(1-0-2)**

**(Cooperative Education Preparation)**

หลักการปฏิบัติตนในการทำงานในองค์กร ความรู้เบื้องต้นในการทำงานในองค์กร หน้าที่และความรับผิดชอบ ทักษะที่ที่เหมาะสมในการทำงาน การนำความรู้มาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานทางด้านหรือที่เกี่ยวข้องกับสาขาวิชาชีพ

Principles and essential knowledge for working in organization, duties, and responsibilities; appropriate working attitudes; application of knowledge in the workplace, business organization.

**130-491 สหกิจศึกษา 5(0-30-0)**

**(Cooperative Education)**

วิชาบังคับก่อน : 130-490 เตรียมสหกิจศึกษา

**นักศึกษาชั้นปีที่ 3,4 หรือเทียบเท่า**

การปฏิบัติงานเป็นเวลา 16 สัปดาห์ ในสถานประกอบการทางด้านหรือที่เกี่ยวข้องกับสาขาวิชา ซึ่งเป็นไปตามความเห็นชอบของภาควิชาเพื่อให้นักศึกษาได้มีประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน

Educational program that enables students to integrate classroom learning with practical experience in or related to their field of study. The Cooperative Education will consist of 16 weeks in a workplace.

### **กลุ่มวิชาชีพเฉพาะ (โมดูล)**

1) กลุ่มวิชาชีพเฉพาะ 4 โมดูล 36 หน่วยกิต

**โมดูล MKT-1 นวัตกรรมการตลาดในยุคดิจิทัล**

**(Innovative Marketing in Digital Era)**

**9 หน่วยกิต ประกอบด้วย**

**133-301 การจัดการนวัตกรรมการตลาด**

**3(3-0-6)**

	(Innovative Marketing Management)	
133-413	การจัดการตราผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน (Brand Management for Sustainable)	3(3-0-6)
133-416	การวางแผนการตลาดและการวิเคราะห์ข้อมูล (Marketing Planning and Data Analysis)	3(3-0-6)
133-301	การจัดการนวัตกรรมการตลาด (Innovative Marketing Management)	3(3-0-6)

แนวคิดและทฤษฎีทางการตลาด การตลาดดิจิทัลในยุคดิจิทัล ความหมายและประเภทของนวัตกรรม สภาพแวดล้อมทางการตลาด การวิเคราะห์การแข่งขันในตลาด และการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนทางการตลาด ตลาดเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมด้านระบบสินค้า นวัตกรรมด้านการบริการ และการกำหนดกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด กลยุทธ์ราคา นวัตกรรมด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและกลยุทธ์การจัดจำหน่าย กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดและนวัตกรรมด้านความผูกพันของลูกค้า ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดราคา ขั้นตอนการกำหนดราคา วิธีการกำหนดราคา นโยบายและกลยุทธ์ด้านราคา

Concept and theories of marketing, digital marketing in digital era; definition and types of innovation; marketing environments; analysis of market competition and consumer behavior; market segmentation; target market; product positioning; product performance innovation, product system innovation, service innovation and product strategy; promotion; price strategy; channel innovation and distribution strategy; promotion strategy and customer engagement innovation; factors affecting pricing, pricing process, pricing method, pricing policy and strategy.

133-413	การจัดการตราผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน (Brand Management for Sustainability)	3 (3-0-6)
---------	--	-----------

องค์ประกอบและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของตราสินค้า ชื่อตราสินค้า เครื่องหมายการค้า ลิขสิทธิ์ สัญลักษณ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ เครื่องมือที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร เพื่อสร้างการรับรู้ในตราสินค้าให้เกิดขึ้นกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การสื่อสารแบรนด์เพื่อความยั่งยืน กลยุทธ์ความยั่งยืนของแบรนด์ กลยุทธ์ในการสร้างตราสินค้าให้มีความแข็งแกร่งในตลาด การประเมินความสำเร็จของตราสินค้าเพื่อความยั่งยืน

Elements and factors influencing brand success; brand name; trade mark, copyright; logo and packaging design; communication tools that create brand awareness

of target group; brand communication for sustainability; brand sustainability strategy; strategies used to create brand strength; evaluation of brand success for sustainability.

133-416 การวางแผนการตลาดและการวิเคราะห์ข้อมูล 3 (3-0-6)

(Marketing Planning and Data Analysis)

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสนับสนุนแผนการตลาด การค้นหาและทราบแหล่งที่มาของข้อมูลทางการตลาด การวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือเทคโนโลยีการตลาดและสื่อดิจิทัล การวิจัยการตลาด การนำเสนอข้อมูลการตลาดเพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจการวางแผนการตลาด ความสำคัญของการวางแผนการตลาด การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและสถานการณ์ การวิเคราะห์การแข่งขัน กระบวนการวางแผนทางการตลาด การกำหนดกลยุทธ์การตลาด กลยุทธ์การตลาดเพื่อความยั่งยืน การวางแผนปฏิบัติการทางการตลาด

Analysis fo data to support marketing plans; finding and discovering data source of marketing information; analysis with marketing technology tools and digital media; marketing researcch; presentation of information as decision support for marketing planning; importance of marketing planning; industry and situation analysis; five forces analysis; process of marketing planning; marketing strategies; strategies for sustainability; market implementation plan.

**โมดูล MKT-2 การสื่อสารการตลาดแบบไฮบริด 9 หน่วยกิต ประกอบด้วย**

(Hybrid Marketing Communication)

133-302 พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล 3(3-0-6)

(Consumer Behavior in Digital Era)

133-421 การตลาดเนื้อหาและโซเชียลมีเดีย 3(3-0-6)

(Content Marketing and Social Media)

133-311 การสื่อสารการตลาด โฆษณา และส่งเสริมการขาย 3(3-0-6)

(Marketing Communication, Advertising and Sales Promotion)

133-302 พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล 3 (3-0-6)

(Consumer Behavior in Digital Era)

หลักการและการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้า โดยพิจารณาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจ การจูงใจส่วนบุคคล ทฤษฎีของการเรียนรู้ ทัศนคติและค่านิยม รวมทั้งอิทธิพลทางสังคม วัฒนธรรมประเพณีต่าง ๆ เส้นทางของลูกค้าและการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล

Principles and analysis of consumer behavior in buying decision, considering various factors that affect buying decision process; personal motivation; learning theories; attitudes and values; social influences ; culture and traditions; customer journey and analysis of consumer behavior in digital age.

133-421 การตลาดเนื้อหาและโซเชียลมีเดีย

3 (3-0-6)

(Content Marketing and Social Media )

การสร้างเนื้อหา คุณค่าเนื้อหา การเล่าเรื่อง ด้วยการคิดเชิงออกแบบและแนวคิดเชิงสร้างสรรค์ผ่านสื่อดิจิทัล การสื่อสารการตลาดผ่านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางสื่อดิจิทัล ช่องทางและประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ การพัฒนาทักษะการสื่อสารทางสื่อดิจิทัลและกลยุทธ์การตลาดทางสื่อดิจิทัลสำหรับสื่อสังคมออนไลน์ การจัดการสื่อสังคมออนไลน์และการตลาดประสิทธิภาพ การติดตามและประเมินผลกลยุทธ์การตลาดทางสื่อสังคมออนไลน์ การใช้เทคโนโลยีในการดำเนินกลยุทธ์การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การตลาดอินฟลูเอนเซอร์และกลยุทธ์การจัดการ

Content creation, content value and storytelling with design thinking and creative ideas in digital media; marketing communication through digital advertising and public relations; channels and types of online social media; development of digital communication skills and digital marketing strategies for online social media; online social media management and performance marketing; monitoring and evaluating online social media marketing strategies; use of technology tools to execute marketing strategies; through social media; Influencer marketing and strategy management.

133-311 การสื่อสารการตลาด โฆษณา และส่งเสริมการขาย

3 (3-0-6)

(Marketing Communication, Advertising and Sales Promotion)

ความสำคัญและเครื่องมือการสื่อสารการตลาด ที่ครอบคลุมการโฆษณา ประเภทของการโฆษณาการวางแผนสื่อโฆษณา การประเมินผลแผนการโฆษณา การส่งเสริมการขาย ประเภทของการส่งเสริมการขาย การวางแผนส่งเสริมการขาย การประเมินผลแผนการส่งเสริมการขาย การใช้พนักงานขาย การประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง โดยใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ซอฟต์แวร์ อินเทอร์เน็ต และการใช้สื่อสังคม การติดต่อสื่อสารเข้าถึงลูกค้าเป้าหมาย การเลือกสื่อที่เหมาะสม การจัดสรรทรัพยากร การประเมินและการควบคุม

Importance and communication tools covering advertising; types of advertising; advertising plan and evaluation of advertising plan; sales promotion; types of sales promotion; sales promotion plan and evaluation; personal selling; public relations; direct marketing; use of electronic devices, software, internet and social media; target group communication; media selection; resources allocation; evaluation and control.

โมดูล MKT-3 เทคโนโลยีและนวัตกรรมการตลาด

	(Technology and Marketing Innovation)	9	หน่วยกิต ประกอบด้วย
133-422	เทคโนโลยีทางการตลาดและการวิเคราะห์ข้อมูลการตลาด (Marketing Technology and Marketing Data Analysis)		3(3-0-6)
133-308	การจัดการช่องทางการตลาด (Marketing Channels Management)		3(3-0-6)
133-423	กลยุทธ์การขายในยุคดิจิทัล (Sales Strategy in Digital Age)		3(3-0-6)

133-422	เทคโนโลยีทางการตลาดและการวิเคราะห์ข้อมูลการตลาด (Marketing Technology and Marketing Data Analysis)		3(3-0-6)
---------	---	--	----------

ความหมายและความสำคัญของเทคโนโลยีการตลาด ประเภทของเทคโนโลยีการตลาด เครื่องมือของเทคโนโลยีการตลาดในแต่ละประเภท การใช้เครื่องมือเทคโนโลยีทางการตลาดในแต่ละประเภทให้เหมาะสมกับธุรกิจ การใช้เทคโนโลยีการตลาดในการขับเคลื่อนธุรกิจดิจิทัล เทคโนโลยีการตลาดที่ช่วยในการจัดการข้อมูลการตลาด การแสดงข้อมูลและนำเสนอข้อมูลทางการตลาด การวิเคราะห์ข้อมูลการตลาดเพื่อการตัดสินใจในธุรกิจ เทคโนโลยีการตลาดและการวิเคราะห์ข้อมูลการตลาดที่ช่วยสนับสนุนการขายทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์

Definition and importance of marketing technology; types of marketing technology; tools of each type of marketing technology; use of marketing technology tools to suit business; use of appropriate marketing technology to drive digital business; marketing technology for data management; data visualization and presentation of marketing information; analysis of data marketing as decision support for business; marketing technology and marketing data analysis for offline-sales and online-sales.

133-308	การจัดการช่องทางการตลาด (Marketing Channels Management)		3 (3-0-6)
---------	--	--	-----------

แนวความคิดการจัดการช่องทางการตลาดออฟไลน์และออนไลน์ กลยุทธ์การตลาดออฟไลน์และออนไลน์ หน้าที่งานของสมาชิกช่องทางการตลาด การออกแบบช่องทางการตลาด การวางแผนจัดการช่องทางการตลาด การคัดเลือกสมาชิกช่องทางการตลาด การจูงใจสมาชิกช่องทางการตลาด การจัดการโลจิสติกส์กับการจัดการช่องทางการตลาด การจัดการช่องทางการตลาดออมินิชา การสื่อสารกับลูกค้าผ่านหลากหลายช่องทางการตลาด การจัดการช่องทางการตลาดออนไลน์ การฝึกขายในช่องทางตลาดออฟไลน์

Concepts of offline and online marketing channel management; offline and online marketing strategies; distribution tasks of wholesalers and retailers; marketing channel design and planning; selection of channel members; motivation of channel members; logistics management for marketing channel management; omni channel management; marketing communication for omni channel; online marketing channels management; practice on selling in offline market channels.

133-423 กลยุทธ์การขายในยุคดิจิทัล

3(3-0-6)

(Sales Strategy in Digital Age)

เทคนิคการขาย บุคลิกภาพและจรรยาบรรณในการขาย สัญญาการซื้อขาย กระบวนการขาย และเทคนิคการขายรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ การแข่งขันการขายรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ การฝึกปฏิบัติการแข่งขันในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์

Sales techniques; personality and sales ethics; sales contracting; process and techniques of online and offline sales; online and offline sales competition; online and offline practices.

### กลุ่มวิชาชีพเลือก (โมดูล)

2) กลุ่มวิชาชีพเลือก 1 โมดูลหรือ 9 หน่วยกิต (เลือกจาก 3 โมดูล)

ให้เลือกรายวิชาโมดูลต่อไปนี้ หรือรายวิชาชีพเลือกอื่น ๆ ของหลักสูตร หรือรายวิชาในหมวดเฉพาะของหลักสูตรอื่นในมหาวิทยาลัยสยาม /สถาบันการศึกษาอื่นที่ได้รับความเห็นชอบจากหลักสูตร

**โมดูล MKT-4 กลยุทธ์การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ**

(Marketing strategy for Entrepreneur)

9 หน่วยกิต ประกอบด้วย

133-404

นวัตกรรมจัดการผลิตภัณฑ์และราคา

3(3-0-6)

(Product and Price Innovative Management)

133- 424

การตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

3(3-0-6)

(E-commerce Marketing )

133-418

การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ

3(3-0-6)

3(3-(

(Entrepreneurial Marketing)

133-404 นวัตกรรมจัดการผลิตภัณฑ์และราคา

3 (3-0-6)

(Product and Price Innovative Management)

ความหมายและประเภทของนวัตกรรม องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ การจัดแบ่งประเภทของผลิตภัณฑ์ วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมด้านระบบสินค้าและการจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ที่ผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ กลยุทธ์ด้านตราผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมด้านบรรจุภัณฑ์ ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดราคา ขั้นตอนการกำหนดราคา นโยบายและกลยุทธ์ด้านราคา

Definition and types of innovation; product components; product classification; product life cycle; product strategy, product system innovation and product portfolio management; product performance innovation and new product development; brand strategy; packaging innovation; factors affecting pricing; pricing process; pricing policy and strategy.

133 – 424 การตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

3(3-0-6)

(E-commerce Marketing )

ความหมายและประเภทของการตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ประโยชน์ของการตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ องค์ประกอบของการตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การจัดการและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านแพลตฟอร์มตลาดอิเล็กทรอนิกส์ กลยุทธ์ธุรกิจออนไลน์ การชำระค่าสินค้าออนไลน์ และการจัดการและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์

Definition and types of e-commerce marketing; benefits of e-commerce marketing; components of e-commerce marketing; e-commerce marketing promotion strategy; management and distribution of products through electronic marketplace platform; e-business strategies; e-payment, product management and selling products through social media.

133-418 การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ

3 (3-0-6)

(Entrepreneurial Marketing)



ความสำคัญของการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด ภายในและภายนอก พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การตลาดเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ และการกำหนดส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการตลาด และการส่งเสริมการตลาด เพื่อการแข่งขันในตลาด กลยุทธ์การตลาดเพื่อความยั่งยืน กลยุทธ์การตลาดสำหรับวัยรุ่น กลยุทธ์การตลาดสำหรับผู้สูงอายุ และกลยุทธ์การตลาดสำหรับ LGBTQ+ และการวางแผนการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ

Importance of marketing for entrepreneurs; analysis of internal and external marketing environments; consumer behavior; segmentation; target marketing; product positioning and marketing mix of product, price, place and promotion for competition in the market; marketing strategies for sustainability; marketing strategy for Teenager; Marketing Strategy for elderly; Marketing Strategy for LGBTQ+ and marketing planning for entrepreneurs.

**โมดูล MKT-5 กลยุทธ์การตลาดเฉพาะทาง**

(Specialized Marketing Strategies )

**9 หน่วยกิต ประกอบด้วย**

133-310 การตลาดระหว่างประเทศและการตลาดโลก

3 (3-0-6)

(International and Global Marketing)

133-405 การตลาดบริการและการสร้างแบรนด์บริการ

3 (3-0-6)

(Service Marketing and Service Branding)

133-419 การตลาดธุรกิจและอุตสาหกรรม

3 (3-0-6)

(Business and Industrial Marketing )

133-310 การตลาดระหว่างประเทศและการตลาดโลก

3 (3-0-6)

(International and Global Marketing)

ความสำคัญของการตลาดระหว่างประเทศและการตลาดโลก โอกาสและความท้าทายของการตลาดระหว่างประเทศและการตลาดโลก การวิเคราะห์ลูกค้าและคู่แข่งในตลาดระหว่างประเทศและตลาดโลก วิธีการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศและตลาดโลก การพัฒนากลยุทธ์ส่วน

ประสมการตลาด กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ราคา กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด และกลยุทธ์การจัดจำหน่ายสำหรับตลาดระหว่างประเทศและตลาดโลก

Importance of international and global marketing; opportunities and challenges associated with international and global marketing; analysis of customers and competitors in international and global market; international and global market entries and development of marketing mix strategies : product strategy, pricing strategy, promotion strategy and distribution strategy for international and global market.

133-405 การตลาดบริการและการสร้างแบรนด์บริการ 3(3-0-6)

(Service Marketing and Service Branding)

ลักษณะเฉพาะของตลาดบริการและพฤติกรรมของผู้บริโภคสำหรับธุรกิจบริการ กลยุทธ์และการกำหนดส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ กลยุทธ์การสร้างแบรนด์บริการ เทคโนโลยีและนวัตกรรมสำหรับการบริการ การเปรียบเทียบระหว่างตลาดสินค้ากับตลาดบริการ วิวัฒนาการและการพัฒนาโครงสร้างของสถาบันต่างๆ ที่ดำเนินการเกี่ยวกับบริการ เช่น สถาบันการเงิน ธุรกิจ โลจิสติกส์ ธุรกิจโรงแรม อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมการบิน ธุรกิจเพื่อสุขภาพ ธุรกิจอาหาร และเครื่องดื่ม และธุรกิจบริการอื่นๆ

Characteristics of service market and consumer behavior toward service businesses; strategy and identification of marketing mix for service businesses; service branding strategy; technology and innovation for services; comparison of marketing for goods and marketing for services; evolution and structure development of organizations in service business such as financial institution, logistics business, hotel business, tourism industry, aviation industry, wellness business, food and beverage business, and other service businesses.

133-419 การตลาดธุรกิจและอุตสาหกรรม 3 (3-0-6)

(Business and Industrial Marketing)

ลักษณะและประเภทตลาดธุรกิจและอุตสาหกรรม ได้แก่ ผู้ผลิตสินค้าและบริการ ตลาดรัฐบาล ตลาดภาคธุรกิจ สภาพแวดล้อม วิธีการจัดซื้อ พฤติกรรมการจัดซื้อ และขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ การแบ่งส่วนการตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์

การกำหนดส่วนประสมทางการตลาด การบริหารความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจ การประเมินและการควบคุมทางการตลาด

Characteristics and types of Business and industrial markets including manufacturers of goods and services; governmental markets and business markets; environments; purchasing method; purchasing behavior and procedure of purchasing. market segmentation; targeting; product positioning; marketing mix; relationship management of business markets; evaluation and control of business markets.

### โมดูล MKT-6 การจัดการตลาดแบบ D2C

(Direct to Consumer Marketing)

9 หน่วยกิต ประกอบด้วย

133-425 การบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ 3(3-0-6)

(Customer Relationship Management)

133-406 การตลาดทางตรง 3(3-0-6)(Direct Marketing)

133-410 การจัดการตลาดค้าปลีก 3(3-0-6)

(Retail Marketing Management)

133-425 การบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ 3(3-0-6)

(Customer Relationship Management)

แนวคิดและความสำคัญของการบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ หลักการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ เทคโนโลยีสำหรับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ การวางแผนกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด การบริการลูกค้าเพื่อการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์เพื่อสร้างความภักดีต่อแบรนด์ของสินค้าหรือบริการ

Concepts and importance of customer relationship management; principles of customer relationship management; technology for customer relationship management; customer relationship management system; strategic planning for customer relationship management; marketing communication strategy; customer service for building customer

relationships; customer relationship management to build brand loyalty to products or services.

133-406 การตลาดทางตรง

3 (3-0-6)

(Direct Marketing)

การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน การส่งเสริมการตลาด ขอบเขตข้อจำกัดต่าง ๆ ในการดำเนินการตลาดทางตรง การกำหนดวิธีที่เกี่ยวข้องกับการตลาดทางตรง ได้แก่ การใช้จดหมาย แบบแสดงรายการสินค้า การใช้การสื่อสารด้านการตลาดถึงผู้บริโภคโดยตรง การใช้สื่อสิ่งพิมพ์ การใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ ผลกระทบของสภาพแวดล้อมที่มีต่อการตลาดทางตรง

Target group identification; pricing and payment terms; promotion; scope and limitations of direct marketing; methods of direct marketing including mailing lists, catalogs, printings, electronic mail, etc; impacts of environments on direct marketing.

133-410 การจัดการตลาดค้าปลีก

3 (3-0-6)

(Retail Marketing Management)

แนวคิดและประเภทของการค้าปลีก การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการค้าปลีก พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด การจัดการผลิตภัณฑ์เพื่อการค้าปลีก การจัดการกระบวนการบริการการค้าปลีก การกำหนดราคาเพื่อการค้าปลีก การจัดการช่องทางการค้าปลีกแบบหลอมรวมและลักษณะทางกายภาพ การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการเพื่อการค้าปลีก การจัดการบุคลากรการขายและบริการ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และนวัตกรรมการค้าปลีก

Retail concepts and types; retail environment analysis; consumer behaviour; market segmentation; targeting and market positioning, retail product management, retail service process management; retail pricing; omni-channel retail marketing and physical evidence management; integrated marketing communications for retail; sales and service personnel management; customer relationship management and retail innovation.

## กลุ่มวิชาชีพเลือก (รายวิชา)

133-309 การวิจัยการตลาด 3 (3-0-6)

(Marketing Research)

ความสำคัญของการวิจัยตลาดที่มีต่อธุรกิจ กระบวนการวิจัยตลาด เครื่องมือใช้ในการวิจัยตลาด การเขียนข้อเสนอโครงการวิจัยตลาด การวิจัยตลาดเฉพาะกรณี การประมวลผลข้อมูล การเลือกใช้สถิติในงานวิจัยการวิเคราะห์ข้อมูล การเขียนรายงานการวิจัย การนำผลงานวิจัยไปปรับใช้ในการจัดการและการตัดสินใจทางการตลาด

Importance of market research that affects business; market research process; research tools; research proposal writing, research on individual case; data manipulation; statistical method selection and data analysis, writing research report; application of research results for management and marketing decision.

133-303 การตลาดการเกษตร 3 (3-0-6)

(Agricultural Marketing)

ความสำคัญของสถาบันและองค์กรทางการตลาด ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเกษตรและธุรกิจเกษตร ลักษณะของสินค้าทางการเกษตร การกำหนดต้นทุนและราคาสินค้าเกษตร การบริโภค การส่งออก การตลาดซื้อขายล่วงหน้า การใช้ส่วนประสมทางการตลาดกับการเกษตรและธุรกิจเกษตร ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาตลาดเกษตร

Importance of marketing institutions and organizations; factors affecting agriculture and agriculture business; types of agricultural products; cost and market price of agricultural products; consumption; exporting; future market; use of marketing mix with agriculture and agriculture business; problems and obstacles in development of agriculture market.

133-305 การจัดการงานขาย

3 (3-0-6)

(Sales Management)

บทบาทและความสำคัญของการจัดองค์กรขาย การกำหนดโควตาและอาณาเขตในการขาย การจูงใจและการจ่ายค่าตอบแทนในการขาย การบริหารงานบุคคลในส่วนที่เกี่ยวข้องกับฝ่ายขาย ตลอดจนการประเมินผลงานของพนักงานขาย

Role and importance of sales organization; quota and sales territory; motivation and sales incentives; personnel management involving sales department and evaluation of personal selling.

133-401 การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย

3 (3-0-6)

(Advertising and Sales Promotion)

ลักษณะเฉพาะของการโฆษณา ประเภทของการโฆษณา ผลกระทบของการโฆษณาที่มีต่อเศรษฐกิจและสังคม การวางแผนสื่อโฆษณา การประเมินผลแผนการโฆษณา ลักษณะเฉพาะการส่งเสริมการขายในประเด็นต่างๆ เช่น การวางแผนส่งเสริมการขายเพื่อกำหนดกิจกรรมต่างๆ การส่งเสริมการขาย ประเมินผลแผนการส่งเสริมการขาย ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่างการโฆษณากับการส่งเสริมการขาย

Characteristics of advertising; types of advertising, impacts of advertising on economy and society; advertising plan; evaluation of advertising plan; characteristics of sales promotion such as sales promotion plan for sales promotion activities; evaluation of sales promotion plan; relationship of advertising and sales promotion.

133-407 สัมมนาการตลาด

3 (3-0-6)

(Seminar in Marketing)

การวิเคราะห์และอภิปรายเกี่ยวกับปัญหาการตลาด การทำรายงานเกี่ยวกับปัญหาทางการตลาด การเขียนแผนการตลาดและการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตลาด

Analysis and discussion of marketing problems; writing report of marketing problems from case studies; writing marketing plan and organizing marketing activities.

133-411 การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

3(3-0-6)

(Logistics and Supply Chain Management)

แนวคิดกระบวนการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบและสินค้าจากแหล่งผลิตเข้าสู่ตลาดผู้บริโภค กิจกรรมการเคลื่อนย้ายสินค้า ได้แก่ การบริการลูกค้า ระบบสารสนเทศเพื่อโลจิสติกส์ การจัดการสินค้าคงคลัง การจัดการวัสดุ การขนส่ง การคลังสินค้า เป็นต้น ช่องทางการกระจายสินค้า ศูนย์กระจายสินค้า การจัดการซัพพลายเชน ความได้เปรียบทางการแข่งขัน คุณภาพการบริการลูกค้า การเพิ่มคุณค่าทางธุรกิจ และการลดต้นทุน

Concepts of raw materials and products movement from production base to consumer market; activities of products movement including customer service, information system for logistics, inventory management, materials handling, transportation, warehouse etc; distribution channels; distribution centers; supply chain management; competitive advantages; customer service quality; business value and cost reduction.

133-412 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

3 (3-0-6)

(New Product Development)

การพัฒนาและการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ ความหมายของผลิตภัณฑ์ใหม่ ขั้นตอนของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การจัดการและบริหารองค์กรเพื่อผลิตภัณฑ์ใหม่ การบริหารผลิตภัณฑ์ใหม่ การวัดผลการดำเนินงานของผลิตภัณฑ์ใหม่ การทดสอบตลาดในการตรวจสอบความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์ใหม่ การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ตลอดวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์

Development and introduction of new products; definition of new products and stages of new product development; management and administration of organization for new products; new product management; measurement of new product performance; market test of new product feasibility; marketing strategy of new products throughout life cycle.

133-415 การจัดการกลยุทธ์การตลาด 3(3-0-6)  
(Marketing Strategy Management)

แนวความคิดทางการตลาดสมัยใหม่ การกำหนดกลยุทธ์การตลาด ได้แก่ กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ราคา กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด ตลอดจนการนำระบบข้อมูลทางการตลาดสมัยใหม่มาใช้ในการบริหารการตลาดและการควบคุมทางการตลาด

Concepts of modern marketing management; identification of marketing strategy : product strategy, price strategy, distribution strategy and promotion strategy; implementation of new marketing information system in marketing management and marketing control.

133-417 การศึกษาเฉพาะด้านการตลาด 3 (3-0-6)  
(Special Topics in Marketing)

หัวข้อทางการตลาดในปัจจุบันที่นักศึกษาสนใจ เรียนรู้การคิด และการวิเคราะห์ปัญหาทางการตลาดปัจจุบัน โดยอาศัยข้อมูลจากแหล่งต่างๆ

Current interesting topics in Marketing; analysis of current marketing problems from several sources.

133-420 การดำเนินงานและการจัดการแพลตฟอร์มธุรกิจข้ามพรมแดน 3(3-0-6)  
(Cross-Border Platform Operation and Management)

แนวทางการดำเนินงานแพลตฟอร์มทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่เป็นที่รู้จักและใช้กันอย่างแพร่หลาย การใช้งานและการจัดการร้านค้าข้ามประเทศ กิจกรรมการวางแผน ลักษณะของแพลตฟอร์ม ความหลากหลายของแพลตฟอร์มและอื่นๆ

Operation guidelines of various e-commerce cross-border platforms; use of platforms to manage cross-border stores; planning activities; characteristics of platforms; diversification of platforms.

133 – 426 กลยุทธ์การตลาดเพื่อความยั่งยืน 3(3-0-6)  
(Marketing Strategy for sustainability)

แนวคิดและความสำคัญของการตลาดเพื่อความยั่งยืน การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมประชากรสู่ความยั่งยืนการตลาดเพื่อสังคมและชุมชน พฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อความยั่งยืน กลยุทธ์



การตลาดเพื่อความยั่งยืน การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน การสร้างภาพลักษณ์เพื่อความยั่งยืนของแบรนด์

Concepts and importance of marketing for sustainability; changing population behavior towards sustainability; social and community marketing; consumer behavior for sustainability; marketing strategies for sustainability; product positioning for sustainability; brand image for sustainability

### (3) หมวดวิชาเลือกเสรี

นักศึกษาสามารถเลือกเรียนรายวิชาใดก็ได้ที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยสยามได้

#### หมวดที่ 4 การจัดการกระบวนการเรียนรู้

##### 1. แผนการเรียน

#### หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตร 4 ปี

ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 1		
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
	GE1(Thai Students)	
103-111	ภาษาอังกฤษพื้นฐาน	3
หรือ	103-112 การสื่อสารภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน (กรณีมีผลสอบภาษาอังกฤษคะแนนผ่านเกณฑ์) GE กลุ่มภาษาและการสื่อสาร (วิชาที่ 1)	
103-201	ทักษะดิจิทัลสำหรับศตวรรษที่ 21 GE กลุ่มการดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21 (วิชาที่ 1)	3
103-301	หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน GE กลุ่มการเป็นผู้ประกอบการเพื่อความยั่งยืน (วิชาที่ 1)	3
โมดูล BUS-1 เปิดโลกธุรกิจ (General Business Foundation)		
131-106	การบัญชีขั้นต้น (Principles of Accounting)	3
135-101	การบริหารประสบการณ์คนเพื่อธุรกิจโลก (Human Experience Management for Global Business )	3
133-202	หลักการตลาด (Principles of Marketing)	3
<b>รวม</b>		<b>18</b>

ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 2		
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
	GE2 (Thai Students)	
103-113	ภาษาอังกฤษเพื่อการศึกษาทางวิชาการ GE กลุ่มภาษาและการสื่อสาร (วิชาที่ 2)	3
103-202	การวิเคราะห์ข้อมูลและการเรียนรู้ของเครื่องจักรเบื้องต้น GE กลุ่มการดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21 (วิชาที่ 2)	3
103-302	การออกแบบการคิดเพื่อสร้างนวัตกรรมและธุรกิจใหม่ GE กลุ่มการเป็นผู้ประกอบการเพื่อความยั่งยืน (วิชาที่ 2)	3
โมดูล BUS-2 เทคโนโลยีการเงินและการบัญชี (Financial and Accounting Technology)		
132-203	การเงินธุรกิจและการลงทุนในตลาดทุน (Corporate Finance and Capital Market Investment)	3
130-104	เศรษฐศาสตร์เพื่อการจัดการธุรกิจ (Economics for Business Management)	3
130-303	การภาษีอากร (Taxation)	3
<b>รวม</b>		<b>18</b>

ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 1		
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
	<b>GE3 (Thai Students)</b>	
ศึกษาทั่วไป	วิชาศึกษาทั่วไปเลือกตัวที่ 1 (GenEd Elective1)	3
	วิชาศึกษาทั่วไปเลือกตัวที่ 2 (GenEd Elective2)	3
	วิชาศึกษาทั่วไปเลือกตัวที่ 3 (GenEd Elective3)	3
<b>โมดูล Bus-3 ดิจิทัลทรานส์ฟอเมชันสำหรับธุรกิจ (Digital Transformation for Business)</b>		
130-218	สถิติ การวิเคราะห์ข้อมูลและปัญญาประดิษฐ์สำหรับธุรกิจ (Statistics, Data Analytics and AI for Business)	3
133-203	การตลาดดิจิทัลและการสร้างแผนภาพข้อมูล (Digital Marketing and Data Visualization)	3
134-304	การบริหารโครงการในยุคดิจิทัล (Project Management in Digital Age)	3
<b>รวม</b>		<b>18</b>

ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2		
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
<b>โมดูล Bus-4 สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (Business Environment)</b>		
130-108	การดำเนินงานและการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Operations and Supply Chain Management)	3
130-302	กฎหมายธุรกิจ (Business Law)	3
130-405	การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management)	3
<b>โมดูล MKT-1 นวัตกรรมการตลาดในยุคดิจิทัล (Innovation Marketing in Digital Era)</b>		
133-301	การจัดการนวัตกรรมการตลาด (Innovative Marketing Management)	3
133-413	การจัดการแบรนด์เพื่อความยั่งยืน (Brand Management for Sustainable)	3
133-416	การวางแผนการตลาดและการวิเคราะห์ข้อมูล (Marketing Planning and Data Analysis)	3
<b>รวม</b>		<b>18</b>

ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1		
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
<b>โมดูล Bus-5 การประกอบการและความยั่งยืน (Entrepreneurship and Sustainability)</b>		
130-208	การประกอบการและนวัตกรรม (Entrepreneurship and Innovation)	3
130-310	การเล่าเรื่อง การสื่อสารธุรกิจ และการเจรจาต่อรอง (Storytelling, Negotiation and Business Communication)	3
130-311	การจัดการเพื่อความยั่งยืน (Managing Sustainably)	3
<b>โมดูล MKT-2 การสื่อสารการตลาดแบบไฮบริด ( Hybrid Marketing Communication)</b>		
133-302	พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล (Consumer Behavior in Digital Era)	3
133-421	การตลาดเนื้อหาและโซเชียลมีเดีย (Content Marketing and Social Media)	3
133-311	การสื่อสารการตลาด โฆษณาและส่งเสริมการขาย (Marketing Communication, Advertising and Sale Promotion)	3
<b>รวม</b>		<b>18</b>

ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2		
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
<b>โมดูล MKT-3 เทคโนโลยีและนวัตกรรมการตลาด</b> (Module MKT-3 Technology and Marketing Innovation)		
133-422	เทคโนโลยีทางการตลาดและการวิเคราะห์ข้อมูล (Market Technology and Market Analysis)	3
133-308	การจัดการช่องทางการตลาด (Marketing Channels Management)	3
133-423	กลยุทธ์การขายในยุคดิจิทัล (Sales Strategy in Digital Age)	3
<b>โมดูล Bus-6 ประสบการณ์วิชาชีพทางบริหารธุรกิจ</b> Module Bus-6 Cooperative Education and Work Experiences		
130-490	เตรียมสหกิจศึกษา (Cooperative Education Preparation)	1
130-309	การศึกษาเฉพาะด้านทางการบริหารธุรกิจ (Special Topic in Business Administration ) (ศึกษาวิชา 133-309 การวิจัยการตลาด)	3
	เสรีวิชาที่ 1	3
	เสรีวิชาที่ 2	3
<b>รวม</b>		<b>19</b>

ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 1		
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
130-491	สหกิจศึกษา (Cooperative Education)	5
รวม		5
ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 2		
โมดูล MKT-4 Marketing Strategy for Entrepreneur) วิชาซีพีเลือก 1 โมดูล จาก MKT-04-06 หรือซีพีเลือกรายวิชาสาขา หรือซีพีเลือกหลักสูตรอื่น (3 วิชา 9 นก.)		
133-404	นวัตกรรมจัดการผลิตภัณฑ์และราคา (Product and Price Innovative Management) (ซีพีเลือก1)	3
133-424	การตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce Marketing) (ซีพีเลือก2)	3
133-418	การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Marketing) (ซีพีเลือก3)	3
รวม		9

หมายเหตุ \*กรณีผู้เรียนมีความพร้อมปฏิบัติงานสหกิจศึกษาทันทีหลังการเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษาสามารถลงทะเบียนและออกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาในปีที่ 3 ภาคเรียนฤดูร้อน ต่อเนื่องได้ และ \*\* ให้นำรายวิชาตามแผนเรียนของชั้นปีที่ 4 ภาคเรียนที่ 2 มาลงทะเบียนเรียนในชั้นในปีที่ 4 ภาคเรียนที่ 1 ตามตารางแผนการเรียนต่อไปนี้

แผนการเรียนพร้อมปฏิบัติสหกิจ ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 3 (ช่วงฤดูร้อน)

ปีที่ 3 ภาคการศึกษาฤดูร้อน		
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
130-491	สหกิจศึกษา (Cooperative Education)	5
รวม		5
ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 1		
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
	วิชาซีพีเลือก 1	3
	วิชาซีพีเลือก 2	3
	วิชาซีพีเลือก 3	3
รวม		9

## หมวดที่ 7 การประเมินผลการเรียนและเกณฑ์การสำเร็จการศึกษา

### 1. กฎระเบียบ หลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน (เกรด)

1.1 นักศึกษามีสิทธิ์เข้าสอบในรายวิชาใดจะต้องมีเวลาเรียนไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของชั่วโมงที่มีการสอนในวิชานั้น

#### 1.2 สัญลักษณ์ของการวัดผล

ผลการสอบของแต่ละรายวิชา จะวัดออกมาเป็นลำดับชั้น(Grade) โดยมีแต้มประจำ

(Grade Point) ดังนี้

ลำดับชั้น	ความหมาย	แต้ม
A	ดีเยี่ยม	4.00
B <sup>+</sup>	ดีมาก	3.50
B	ดี	3.00
C <sup>+</sup>	ค่อนข้างดี	2.50
C	พอใช้	2.00
D <sup>+</sup>	อ่อน	1.50
D	ผ่าน	1.00
F	ตก	0

การให้ F จะกระทำดังนี้

- นักศึกษาเข้าสอบและสอบตก หรือทุจริตในการสอบ
- นักศึกษาขาดสอบไม่ได้รับอนุมัติจากอธิการบดี
- นักศึกษาไม่มีสิทธิ์เข้าสอบเนื่องจากการตัดสินใจว่าเวลาเรียนไม่ถึงร้อยละ 80 ในรายวิชานั้น

1.3 นอกจากจัดลำดับชั้นทั้ง 8 ดังกล่าว ในข้อ 1.2 แล้ว ผลการศึกษาของรายวิชาหนึ่ง ๆ อาจจะแสดงได้ด้วยสัญลักษณ์ต่อไปนี้



สัญลักษณ์	ความหมาย
W	เพิกถอนโดยได้รับอนุมัติ (Withdraw with Permission)
S	การเรียนเป็นที่พอใจ (Satisfactory)
U	การเรียนไม่เป็นที่พอใจ (Unsatisfactory)
I	การวัดผลไม่สมบูรณ์ (Incomplete)
P	การสอนยังไม่สิ้นสุด (In Progress)
AU	การลงทะเบียนเพื่อร่วมฟัง (Audit)

## 2. กระบวนการพิจารณาความเที่ยง ความตรง ของการประเมินผล

มีกระบวนการดังนี้

2.1 คณะกรรมการบริหารหลักสูตร กำกับติดตามให้อาจารย์ผู้สอนแต่ละรายวิชา กำหนดวิธีการสอน การประเมินผล เกณฑ์การประเมินผล การกระจายน้ำหนัก ให้สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs) ซึ่งกำหนดไว้ในเค้าโครงการเรียนรู้ระดับรายวิชา

2.2 มหาวิทยาลัยมีคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรและมาตรฐานการศึกษาซึ่งได้รับการแต่งตั้งจาก สภามหาวิทยาลัย ประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิระดับรองศาสตราจารย์หรือปริญญาเอกจากภายนอก และภายในสถาบัน ทำหน้าที่ในการกลั่นกรอง/วิพากษ์ข้อสอบก่อนนำไปใช้ เพื่อให้มั่นใจว่าผลลัพธ์การเรียนรู้ในระดับรายวิชา (CLOs) ได้รับการประเมินอย่างครบถ้วน และเหมาะสม เพื่อให้การให้ระดับคะแนน (เกรด) มีความเหมาะสมเป็นธรรมกับผู้เรียนทุกคน

2.3 หลักสูตรมีการกำหนดระยะเวลาในการประเมินผลที่ชัดเจน โดยอาจารย์ผู้สอนจะแจ้งให้ผู้เรียนทราบถึงกำหนดการส่งงาน การสอบกลางภาค และการสอบปลาย และมีการสื่อสารไปยังผู้เรียน

2.4 เมื่อการสอบ การวัด และการประเมินผลเสร็จสิ้น คณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรและมาตรฐานการศึกษา จะพิจารณาคะแนนสอบและการตัดเกรดอีกครั้ง หากมีการปรับแก้ไขจะแจ้งอาจารย์ผู้สอนให้ดำเนินการแก้ไขต่อไป

### 3. เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

3.1 นักศึกษาที่มีสิทธิ์ได้รับปริญญาต้องมีคุณสมบัติครบถ้วน ดังนี้

3.1.1 ศึกษาครบตามจำนวนหน่วยกิตที่กำหนดไว้ในหลักสูตร โดยได้ระดับคะแนนเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 2.00 จากระบบ 4 ระดับคะแนนหรือเทียบเท่า และไม่มีรายวิชาใดที่ยังติดสัญลักษณ์ I หรือสัญลักษณ์ P

3.1.2 บรรลุผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ตามที่หลักสูตรกำหนด

3.1.3 ไม่มีพันธะด้านหนี้สินใด ๆ กับมหาวิทยาลัย

3.1.4 ความประพฤติดี เหมาะสมแก่ศักดิ์ศรีแห่งปริญญานั้น

3.2 นักศึกษาที่มีสิทธิ์แสดงความจำนงขอสำเร็จการศึกษา ต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนดังนี้

3.2.1 เป็นนักศึกษาภาคการศึกษาสุดท้ายที่ลงทะเบียนเรียนครบตามหลักสูตร

3.2.2 ผ่านกิจกรรมภาคบังคับ ตามเกณฑ์ที่หลักสูตรกำหนด

3.2.3 ให้นักศึกษาที่มีคุณสมบัติครบถ้วนตามที่ระบุไว้ในข้อ 3.2.1 และ 3.2.2 ยื่นคำร้องแสดงความจำนงขอสำเร็จการศึกษาต่อส่วนทะเบียนและประเมินผล ภายในระยะเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด มิฉะนั้นอาจไม่ได้รับการพิจารณาเสนอชื่อต่อสภามหาวิทยาลัยเพื่ออนุมัติให้ปริญญา ในภาคการศึกษานั้น