

**หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการตลาด
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559)**

ชื่อหลักสูตร

ภาษาไทย : หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการตลาด
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559)

ภาษาอังกฤษ : Master of Business Administration Program in Marketing Management

ชื่อปริญญา

ภาษาไทย (ชื่อเต็ม) : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการการตลาด)

(ชื่อย่อ) : บธ.ม. (การจัดการการตลาด)

ภาษาอังกฤษ (ชื่อเต็ม) : Master of Business Administration
(Marketing Management)

(ชื่อย่อ) : M.B.A. (Marketing Management)

โครงสร้างหลักสูตร

หมวดวิชา	เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร ระดับบัณฑิตศึกษา 2558	โครงสร้างหลักสูตร
	แผน ก แบบ ก 2	แผน ก แบบ ก 2
1. หมวดวิชาพื้นฐาน	} ไม่น้อยกว่า 12	18
2. หมวดวิชาเฉพาะ		15
วิชาบังคับ		12
วิชาเลือก ไม่น้อยกว่า		3
3. หมวดประสบการณ์วิจัย วิทยานิพนธ์ (ไม่น้อยกว่า)	12	12
4. หมวดวิชาปรับพื้นฐาน		
หน่วยกิตรวม ไม่น้อยกว่า	36 หน่วยกิต	45 หน่วยกิต

ปรัชญา

มุ่งผลิตบุคลากรทางการตลาด ให้มีความรอบรู้และความเข้าใจในศาสตร์และวิวัฒนาการทางการตลาด โดยเน้นความเป็นสากลด้านหลักการและแนวคิดทางการตลาด สามารถเรียนรู้นวัตกรรมทางการตลาด และศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้ มีคุณธรรมและจริยธรรมและสามารถประยุกต์วิทยาการด้านบริหารธุรกิจให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง สังคม และประเทศชาติได้

วัตถุประสงค์

เพื่อผลิตมหาบัณฑิตที่มีคุณลักษณะ ดังต่อไปนี้

1. มีความรู้ความสามารถทางการตลาด ที่เป็นสากล มีวิสัยทัศน์กว้างไกล ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและสังคม และสามารถประยุกต์ความรู้ทางวิชาการให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและสังคม
2. มีความเข้าใจกระบวนการสามารถสร้างสรรคงานวิจัยทางการตลาด ให้เกิดนวัตกรรมและทฤษฎีใหม่ที่มีคุณค่าทางวิชาการทางการตลาด ทั้งในระดับประเทศและสากล
3. มีคุณธรรมและจริยธรรมทางวิชาการ ตลอดจนความรับผิดชอบต่อสังคม

คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

1. หลักสูตรปริญญาโทมหาบัณฑิต ผู้สมัครเข้าศึกษาจะต้องสำเร็จการศึกษา หรือกำลังศึกษาอยู่ในภาคการศึกษาสุดท้ายในระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่าจากมหาวิทยาลัยหรือสถาบันอุดมศึกษาที่สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษารับรอง
2. มีคะแนนเฉลี่ยสะสมตลอดหลักสูตรไม่น้อยกว่า 3.25 ในกรณีที่มีค่าระดับชั้นเฉลี่ยสะสมน้อยกว่า 3.25 จะต้องเป็นผู้มีคุณสมบัติพิเศษตามที่คณะกรรมการบริหารหลักสูตรกำหนดโดยพิจารณาจากผลการสอบและผลงานทางวิชาการอื่นประกอบ

วิธีการคัดเลือกผู้เข้าศึกษา

การศึกษาระดับปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการตลาด มีวิธีการคัดเลือกผู้เข้าศึกษา ในระบบปกติและระบบพิเศษ แผน ก แบบ ก 2 ดังต่อไปนี้

- รับจากการสอบคัดเลือกตรงของคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ว่าด้วยการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา พุทธศักราช 2557

ระยะเวลาการศึกษา

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการตลาด มีระยะเวลาการศึกษาตลอดหลักสูตร เป็นเวลา 2 ปี หรืออย่างน้อย 4 ภาคการศึกษาปกติ และจะต้องเรียนสำเร็จตามหลักสูตรภายใน 10 ภาคการศึกษาปกติ โดยนับตั้งแต่วันที่มหาวิทยาลัยรับเข้าเป็นนิสิต หากพ้นระยะเวลาที่กำหนดถือว่าพ้นสภาพการเป็นนิสิต ทั้งนี้ให้เป็นไปตามข้อบังคับของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

การลงทะเบียนเรียน

นิสิตที่เรียนในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการตลาด จะต้องลงทะเบียนเรียนอย่างน้อยภาคการศึกษาละ 9 หน่วยกิต และอย่างมากไม่เกินภาคการศึกษาละ 15 หน่วยกิต ในภาคการศึกษาปกติ ในกรณีที่ต้องลงทะเบียนต่ำกว่าหรือมากกว่าเกณฑ์ที่กำหนด จะต้องได้รับอนุมัติจากประธานคณะกรรมการบัณฑิตศึกษา ประจำคณะฯ ทั้งนี้ให้เป็นไปตามข้อบังคับของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ว่าด้วยการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2557

อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

- 1 อาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษา
- 2 ผู้จัดการฝ่ายการตลาด
- 3 นักวิชาการด้านการตลาด
- 4 นักวิจัยด้านการตลาด
- 5 ผู้ประกอบการธุรกิจ