

คำอธิบายรายวิชา

หมวดวิชาพื้นฐาน

0901 500 การบัญชีบริหารขั้นสูง 3(3-0-6)

Advanced Managerial Accounting

แนวคิดเกี่ยวกับการบัญชีเพื่อการจัดการ การจำแนกประเภทต้นทุน การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทน การงบประมาณ งบประมาณยืดหยุ่นได้ ต้นทุนมาตรฐาน การวิเคราะห์ผลต่าง การบัญชีตามความรับผิดชอบ การวิเคราะห์ต้นทุนเพื่อการตัดสินใจและการวัดผลการปฏิบัติงาน การจัดสรรต้นทุน การจัดทำงบกระแสเงินสด การออกแบบระบบบัญชีเพื่อการจัดการ และเทคนิคขั้นสูงในทางการบัญชีเพื่อการบริหาร

Managerial accounting concepts; cost classification; cost profit analysis; budgeting; flexible budgeting, standard costing, variance analysis; responsibility accounting; decentralization pricing decision; cost analysis for decision making and performance measurement; cost allocation; preparation of cash flow statement; information system design for managerial accounting ; advanced techniques for managerial accounting

0902 515 การจัดการการตลาดขั้นสูง 3(3-0-6)

Advanced Marketing Management

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการตลาดขั้นสูง ปรัชญาการตลาด การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การเลือกกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การจัดการด้านผลิตภัณฑ์และราคา การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย การสื่อสารทางการตลาด การควบคุมและประเมินผลทางการตลาดเชิงกลยุทธ์ กลยุทธ์ทางการตลาดวิธีปฏิบัติทางการตลาดขั้นสูง นโยบายการจัดการทางการตลาด การบริหารการตลาดระหว่างประเทศ ประเด็นปัญหาการตลาดร่วมสมัย นวัตกรรมทางการตลาด และการปรับทางการตลาดสู่เศรษฐกิจยุคใหม่

Advanced Marketing management concepts; marketing philosophy ; market strategy planning; competitive environment analysis; consumer behavior analysis; market segment; target group selection; product positioning; product and price management; distribution channel management; marketing communication; control and evaluation of strategic marketing; advanced marketing strategy; marketing management policy; international marketing management, modern marketing problem issues; marketing innovation; marketing adaptation to new economy

0903 500 นโยบายธุรกิจและการจัดการเชิงกลยุทธ์ 3(3-0-6)

Business Policy and Strategic Management

แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนและการบริหารเชิงกลยุทธ์ การกำหนดกลยุทธ์และนโยบายเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ ความเชื่อมโยงระหว่างแผนธุรกิจ พันธกิจ ค่านิยม และวัฒนธรรมองค์กร การนำแผนกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ การควบคุมแผนกลยุทธ์ เครื่องมือและเทคนิคในการบริหารเชิงกลยุทธ์ การบริหารเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจในระดับประเทศและท้องถิ่น

Concepts of planning and strategic management; strategy and policy setting for business decision making; interrelationship among business plan, mission, value, and organizational culture; strategic plan implementation; strategic plan control; strategic management tools and techniques; local and national strategic management

0903 503

การจัดการและพฤติกรรมองค์กร

3(3-0-6)

Management and Organizational Behavior

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการ บทบาทของผู้บริหารในยุคที่ธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลง และมีการแข่งขันสูง กระบวนการจัดการ การวางแผน การจัดองค์การ การออกแบบองค์การ การควบคุม แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมองค์กร พฤติกรรมกลุ่ม การจูงใจ ภาวะผู้นำในองค์การ การติดต่อสื่อสาร ความขัดแย้ง วัฒนธรรมองค์กร การกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาองค์การ

Concepts of management; roles of executives in business changes and high competition; management process, planning, organizing, organizational design, controlling; concepts of organizational behavior, group behavior, motivation, leadership, communication, conflict, organizational culture; strategy setting for organizational

0905 500

การจัดการทางการเงินสมัยใหม่

3(3-0-6)

Modern Financial Management

ทฤษฎีการจัดการการเงินสมัยใหม่ บทบาทและหน้าที่ของการจัดการการเงิน ในองค์กรธุรกิจ การวิเคราะห์และวางแผนทางการเงิน การจัดการเงินทุนหมุนเวียน การจัดการหลักทรัพย์ ความเสี่ยงและอัตราผลตอบแทนทางการเงิน มูลค่าของเงินตามเวลา การตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ การจัดโครงสร้างเงินทุน นโยบายเงินปันผล และการจัดการความเสี่ยงทางการเงิน

Modern financial management theory; roles and functions of financial management in business organization; financial analysis and planning; working capital management; security management; financial risk and return rate; time values of money; security investment decision making; capital structuring; dividend policy; financial risk management

0909 502 วิทยาระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ 3(3-0-6)

Business Research Methodology

แนวคิด หลักการ และความสำคัญของการวิจัยทางธุรกิจ ประเภทของการวิจัย การกำหนดหัวข้อเรื่อง การกำหนดตัวแปร การตั้งสมมติฐาน การทดสอบสมมติฐาน การเลือกเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์และประมวลผล การตีความ การเขียนรายงาน และการเสนอรายงาน

Concepts, principles, and importance of business research; research type; setting topic; identifying variables; hypothesis development; hypothesis testing; selecting research instruments; data collection ; data analysis and processing results interpreting; report writing; report presentation

วิชาบังคับ

12

หน่วยกิต

0902 511 พฤติกรรมผู้บริโภค 3(3-0-6)

Consumer Behavior

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคแบบจำลองการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค พฤติกรรมการซื้อ กระบวนการตัดสินใจซื้อ กระบวนการเรียนรู้การรับรู้ เจตคติ การจูงใจ ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมผู้บริโภคกับการจัดการการตลาด

Concepts of consumer behavior; factors affecting consumer behavior; a simulation analysis of consumer behavior; purchase behavior; decision-making process of purchases; learning process, perceptions, attitudes, and motivations; relationships between consumer behavior and marketing management

0902 513 กลยุทธ์การตลาด 3(3-0-6)

Marketing Strategy

หลักการ แนวคิด และเครื่องมือทางการตลาดสมัยใหม่ การสร้างมูลค่าเพิ่มและบทบาทของการตลาดกับการเพิ่มมูลค่าองค์กร จิตวิทยาผู้บริโภค การวิเคราะห์ตลาดซึ่งประกอบด้วย การวิเคราะห์กลยุทธ์ สภาพแวดล้อม ตำแหน่งและศักยภาพทางการตลาด การวิเคราะห์คู่แข่งและตัวแปรทางการตลาด การส่งเสริมการขาย กลยุทธ์ราคา การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมถึงการวางแผนการตลาดและประเมินผลกิจกรรมทางการตลาด

Modern marketing principles, concepts and tools; value creation and roles of marketing in enhancing organizational value; consumer psychology; marketing analysis by analyzing environmental strategy, marketing position and potential, competition analysis marketing variables, promotion and pricing strategy, new product development, marketing planning and evaluating process

0902 514

การจัดการลูกค้าสัมพันธ์

3(3-0-6)

Customer Relationship Management

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ การตลาดความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภค การออกแบบกลยุทธ์การตลาดสร้างความสัมพันธ์ การนำแผนการตลาดสร้างความสัมพันธ์ไปปฏิบัติใช้โปรแกรมการตลาด สร้างความสัมพันธ์เพื่อรักษาลูกค้าปัจจุบัน การหาลูกค้าใหม่ และดึงลูกค้าเก่า การสร้างความสัมพันธ์ระดับกลุ่มสำหรับกลุ่มพนักงานภายในกิจการ กลุ่มผู้จำหน่ายสินค้า และพันธมิตรทางธุรกิจ กิจกรรมการตลาดเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว รวมถึงการประเมินผล การดำเนินงานลูกค้าสัมพันธ์

Concepts of customer relationship management; relationship marketing and consumer behavior; strategy design of relationship marketing; applications of relationship marketing planning; relationship marketing programs for maintaining current customers; holding existing customers and searching new customers; relationship building of staff group levels within an organization, distribution agencies, and business alliances; marketing activities for building long-term customer relationship; evaluation of customer relationship management

0902 519

การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

3(3-0-6)

Integrated Marketing Communication

แนวคิด หลักการ และวิธีการของการส่งเสริมและสื่อสารการตลาด การวางแผน และการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ปัจจัยที่ต้องพิจารณาในการเลือกกลยุทธ์ในการผสมผสานการสื่อสารการตลาด การประเมินผลกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด รวมทั้งการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารให้สอดคล้องกับกลยุทธ์การตลาดอื่น ๆ

Concepts, principles, and procedures of marketing promotion and communication; planning and strategic setting of integrated marketing communication; factors in strategic selection of mixed marketing communication; evaluation of marketing communication strategy; setting of communication strategy to comply with other marketing strategies

วิชาเลือก

ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต

(ให้เลือกเรียนวิชาต่อไปนี้ จำนวนไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต)

0902 520 การจัดการการตลาดการบริการ 3(3-0-6)

Service Marketing Management

ความสำคัญของอุตสาหกรรมบริการต่อระบบพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ และของโลกความแตกต่างระหว่าง “สินค้า” และ “บริการ” ลักษณะเฉพาะและปัญหาด้านการจัดการ ที่แตกต่างของธุรกิจบริการ พฤติกรรมผู้บริโภคในอุตสาหกรรมบริการ เครื่องมือที่ใช้สำหรับการประเมินและการ ปรับปรุงคุณภาพการบริการ การวางแผนการตลาด การออกแบบส่วนผสมทางการตลาด และ กลยุทธ์การตลาดสำหรับการแข่งขันในอุตสาหกรรมบริการ แผนกำลังในการให้บริการและแผนปฏิบัติงานที่ต้อง สอดคล้องกับแผนการตลาด การวางแผนบุคลากรและการฝึกอบรมพนักงานให้มีความสามารถ ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

Importance of service industries for national and world economic systems; differences between products and services; specific characteristics and different management problems of service businesses; consumers behaviors in service industries; tools for service quality evaluation and improvement; marketing planning, marketing mix design, and marketing strategy for competitive service industries; congruence of service and operation planning, and marketing planning; personnel planning and training for responding customer needs

0902 521 การจัดการตราหือ 3(3-0-6)

Brand Management

นโยบายและกลยุทธ์การจัดการตราหือ โดยการวิเคราะห์ผู้บริโภคและคู่แข่ง กระบวนการสร้างตราหือ การออกแบบตราหือ การขยายตราหือ การจัดการประสาทสัมผัสเกี่ยวกับตราหือ การ สร้างตราหือระดับโลก การดำรงตราหือให้คงอยู่ตลอดไป ความล้มเหลวและการแก้ไข ความล้มเหลวของตราหือ การสื่อสารตราหือ และการควบคุมและประเมินผลตราหือ

Policy and strategy of brand management by analyzing customers and competitors; brand building process; brand design; brand extension; sensation management of brand; global brand building; sustainable brand maintenance; failures and failure solving of brand; brand communication; control and evaluation of brand

0902 522

การจัดการการตลาดระหว่างประเทศ

3(3-0-6)

International Marketing Management

การจัดการตลาดระดับโลก ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ หลักการ แนวคิด และการจัดการการตลาดระหว่างประเทศ สภาพแวดล้อมและองค์การระหว่างประเทศ พฤติกรรมผู้บริโภค ในตลาดโลก การตัดสินใจเลือกตลาดระหว่างประเทศ การวางแผนกลยุทธ์การตลาดโลก การจัดองค์กร การตลาดโลก การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด การประเมินผลและการควบคุมการตลาดโลก วิธีการนำเข้าและส่งออก วิธีดำเนินการเกี่ยวกับการประกันภัย วิธีการชำระเงินในการค้าระหว่างประเทศ ตลอดจนเอกสารที่เกี่ยวข้องในการค้าระหว่างประเทศ

Global marketing management; international trade theories; principles, concepts, and management of international marketing; international environment and organizations; consumer behavior in the global market; selection decision making in international marketing; global marketing planning; global organization marketing; marketing mix development; evaluation and control of global marketing; import and export; operational procedures of insurance; payment procedures of international trade including documents of international trade

0903 512

การสร้างธุรกิจและการประกอบการ

3(3-0-6)

Business Creation and Entrepreneurship

ลักษณะของการจัดการธุรกิจและการประกอบการแนวใหม่ แนวคิด การบริหารงานที่เน้นการประกอบการขององค์กร การปรับปรุงและพัฒนาองค์การทั้งหมดให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมที่จะเกิดขึ้น การเสาะแสวงหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ การนำความคิด และศักยภาพของคนในองค์กรนำไปสู่ภาคปฏิบัติ การศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกเพื่อนำเข้ามาปรับใช้กับองค์การ

Nature of business management and modern entrepreneurship; concepts of entrepreneurial orientation; organizational adjustment and development compromised with environmental changes; search for new business opportunities; thinking and capacity implementation of people in organization to practices; study of internal and external factors applied to the organization

0903 514

เศรษฐศาสตร์การจัดการ

3(3-0-6)

Managerial Economics

การประยุกต์ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์เพื่อใช้ในการตัดสินใจทางธุรกิจ การควบคุมการลงทุน การตัดสินใจซื้อ การแข่งขัน การตัดสินใจในการลงทุน การตัดสินใจการผลิต การตัดสินใจเกี่ยวกับการกำหนดราคา และการประยุกต์คณิตศาสตร์เพื่อการตัดสินใจต่าง ๆ

Application of economic theory for business decisions; investment control, buying decisions; competition; investment decisions; production decisions; pricing decisions; application of mathematics for decision making

0903 518

บรรษัทภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคม

3(3-0-6)

Corporate Governance and Social Responsibility

หน้าที่ บทบาท และความรับผิดชอบต่อธุรกิจในเชิงความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในสังคม เช่น รัฐบาล ลูกค้า และสิ่งแวดล้อม เป็นต้น นโยบายรัฐบาลและความต้องการของสังคมที่มีต่อการประกอบธุรกิจ รวมถึงบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการและผู้บริหารที่มีต่อเป้าหมายในการสร้างความยั่งยืนของธุรกิจด้วยการให้ความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากองค์กร โดยมุ่งเน้นในการสร้างระบบการจัดการและดูแลกิจการที่ดีที่มีความโปร่งใส เป็นธรรม และตรวจสอบได้

Functions, roles, and responsibilities of business in relation to stakeholders, such as government, customers, and environments; governmental policies and social needs affecting business entrepreneurship; roles, functions, and responsibilities of boards and executives to goals of building business sustainability by caring organizational justice for stakeholders and focusing on corporate governance management system, such as transparency, justice, and accountability

0903 519

การเจรจาต่อรองเชิงธุรกิจ

3(3-0-6)

Business Negotiations

แนวคิด กลยุทธ์ และเทคนิคในการเจรจาต่อรองเพื่อให้ประสบความสำเร็จในการเจรจา โดยเนื้อหาครอบคลุมถึงการมองปัญหาจากมุมมองที่แตกต่างกัน ทั้งทางด้านวัฒนธรรม บุคลิก และเพศในพฤติกรรม การเจรจาต่อรอง การวิเคราะห์ความต้องการที่แท้จริงและระดับความพอใจของความต้องการต่างๆ ของคู่เจรจา การนำเสนอทางเลือกและการแลกเปลี่ยน รวมถึงบทบาทของบุคคลที่สามในการแก้ปัญหา ทั้งนี้เน้นการอภิปรายจากสถานการณ์จริงและเกมการจำลองในปัญหาที่กำหนดให้

Concepts, strategies, and techniques of negotiations for achieving negotiation success covering different problem viewing for cultures, personality, and gender in negotiation behaviors; an analysis of real needs and satisfaction level of negotiation partners; presentation of choices and exchange; roles of third person in problem solving; using real situation discussion and simulation games of problems

0903 524

การจัดการธุรกิจขนาดย่อม

3(3-0-6)

Small Business Management

ลักษณะของการจัดการและการจัดตั้งธุรกิจขนาดย่อม รวมถึงปัญหาในการจัดการ ทั้งทางด้านการผลิต การตลาด การเงิน การบัญชีและการจัดการทรัพยากรมนุษย์ แนวทางการจัดการธุรกิจขนาดย่อมให้สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ห่วงโซ่ผลิตของโลก เครือข่ายการผลิตระหว่างประเทศ และกลยุทธ์และขั้นตอนในการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจขนาดย่อม ศึกษากรณีตัวอย่างของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในภูมิภาค

Nature of small business management and establishment; management problems in production, marketing, finance, accounting, and human resource management; achieving efficient small business management; Global Value Chain (GVC), International Production Network (IPN); strategic and processes in developing cluster to enhance the competitiveness of small business; case studies of business entrepreneurs in regional areas.

0906 511

การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ

3(3-0-6)

International Business Management

ลักษณะและบทบาทของธุรกิจระหว่างประเทศ สภาพแวดล้อมของธุรกิจระหว่างประเทศ หลักการจัดการ และนโยบายธุรกิจระหว่างประเทศ ข้อตกลงการค้าเสรีระหว่างประเทศและผลกระทบที่มีต่อเศรษฐกิจไทย หลักการและวิธีการเจรจาธุรกิจระหว่างประเทศ กฎหมายระหว่างประเทศ การเงินระหว่างประเทศ การตลาดระหว่างประเทศ วิธีการดำเนินงานและกลยุทธ์ของธุรกิจระหว่างประเทศ การค้าระหว่างประเทศของไทยโดยการใช้กรณีศึกษาของบริษัทข้ามชาติของไทยและประเทศอื่น

Nature and roles of international business; international business environment; international business and policy; free trade agreement and effect on Thai economy; principles and methods of international business negotiation; international laws; international finance; international marketing; operational methods and strategies of international business; international trade of Thailand using cases studies of multinational firms in Thailand and other countries

0909 501 สถิติเพื่อการวิจัยธุรกิจ 3(3-0-6)

Statistics for Business Research

กระบวนการตัดสินใจโดยใช้ทฤษฎีและวิธีการทางสถิติ ได้แก่ ทฤษฎีความน่าจะเป็น ทฤษฎีเบส์ ทฤษฎีการตัดสินใจ การทดสอบสมมติฐาน การวิเคราะห์การถดถอยและสหสัมพันธ์ การวิเคราะห์อนุกรมเวลาเพื่อการพยากรณ์ และการประยุกต์สถิติเพื่อการวิจัยทางการบัญชีและบริหารธุรกิจ

Decision making processes using theories and procedures of statistics such as probability theory, Bayes theory, decision making theory, hypothesis testing, regression and correlation analysis, time series analysis for forecasting, statistical application for accounting and business research

หมวดประสบการณ์วิจัย

| | | | |
|----------|---------------|-------------|-------------|
| | - วิทยานิพนธ์ | ไม่น้อยกว่า | 12 หน่วยกิต |
| 0903 540 | วิทยานิพนธ์ | | 12 หน่วยกิต |

Thesis

การศึกษาวิจัยทางการบริหารธุรกิจ หรือหัวข้ออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การบริหารธุรกิจภายใต้การดูแลอย่างใกล้ชิดของกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์

Conducting research on business administration or other topics related to business administration, under a close supervision of a thesis advisory committee

หมวดวิชาปรับปรุงพื้นฐานสาขา (ไม่นับหน่วยกิต)

0901 505 การบัญชีการเงิน 3(3-0-6)

Financial Accounting

หลักการบัญชี กระบวนการบันทึกบัญชี การจัดทำกระดาษทำการ การปรับปรุง รายการบัญชี การปิดบัญชี และการจัดทํางบการเงินของกิจการขายสินค้า กิจการผลิตสินค้า และกิจการให้บริการ รวมถึงการจัดทำสมุดรายวันเฉพาะ บัญชีคุมยอด และบัญชีย่อย

Principles of accounting; recording processes of accounting; preparation of working papers; adjustment of accounting transactions; closing of accounts; establishing of financial statements for trading, manufacturing, and servicing businesses; preparation of specific journals, accounts for controlling transactions, and subsidiary accounts