

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต  
สาขาวิชาการตลาด  
คณะวิทยาการจัดการ

ระดับปริญญาตรี 4 ปี  
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560

#### รหัสและชื่อหลักสูตร

ภาษาไทย : หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด  
ภาษาอังกฤษ : Bachelor of Business Administration Program in Marketing

#### ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

ภาษาไทยชื่อเต็ม : บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)  
ชื่อย่อ : บธ.บ. (การตลาด)  
ภาษาอังกฤษชื่อเต็ม: Bachelor of Business Administration (Marketing)  
ชื่อย่อ : B.B.A. (Marketing)

#### อาชีพที่สามารถประกอบอาชีพได้หลังสำเร็จการศึกษา

1. เจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการธุรกิจทั่วไป/ประกอบธุรกิจส่วนตัว
2. อาชีพเข้าสู่ตลาดแรงงาน
  - 2.1 ผู้จัดการฝึกอบรมและวิทยากรทางการตลาด
  - 2.2 ผู้บริหารด้านการตลาด
  - 2.3 นักวิเคราะห์ตลาด
  - 2.4 ผู้จัดการทั่วไป
  - 2.5 ผู้จัดการฝ่ายบริหารลูกค้าสัมพันธ์
  - 2.6 เจ้าหน้าที่ภาครัฐ และภาคเอกชน

#### วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

เมื่อนักศึกษาสำเร็จการศึกษาจากหลักสูตรนี้แล้ว จะเป็นผู้มีคุณลักษณะดังนี้

1. บัณฑิตมีเจตคติที่ดี มีคุณธรรม จริยธรรม มีจรรยาบรรณทางวิชาชีพการตลาด และมีจิตสำนึกในความรับผิดชอบต่อท้องถิ่นและสังคม
2. บัณฑิตมีความรู้และทักษะทางการตลาด ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ มีความเข้าใจ ในหลักการและแนวคิดทางการสื่อสารการตลาดสมัยใหม่ สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพได้
3. มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ โดยใช้แนวคิดทางการบริหารธุรกิจอย่างบูรณาการ และสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์
4. บัณฑิตสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่น มีภาวะผู้นำ และมีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

#### หลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิทยาการจัดการทั่วไป ใช้ระยะเวลาในการสำเร็จการศึกษาไม่น้อยกว่า 6 ภาคการศึกษาปกติ และไม่เกิน 8 ปีการศึกษา จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร 127 หน่วยกิต

### โครงสร้างหลักสูตร

โครงสร้างหลักสูตร แบ่งเป็นหมวดวิชาที่สอดคล้องกับที่กำหนดไว้ในเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรของ  
กระทรวงศึกษาธิการ ดังนี้

<b>1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป</b>	<b>ไม่น้อยกว่า</b>	<b>30</b>	<b>หน่วยกิต</b>
1.1 กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร		12	หน่วยกิต
1.2 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์		6	หน่วยกิต
1.3 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์		6	หน่วยกิต
1.4 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์		6	หน่วยกิต
<b>2. หมวดวิชาเฉพาะ</b>	<b>ไม่น้อยกว่า</b>	<b>91</b>	<b>หน่วยกิต</b>
2.1 วิชาแกน		30	หน่วยกิต
2.2 วิชาเฉพาะด้าน	ไม่น้อยกว่า	61	หน่วยกิต
2.2.1 รายวิชาเฉพาะด้านบังคับ	ไม่น้อยกว่า	42	หน่วยกิต
2.2.2 รายวิชาเฉพาะด้านเลือก	ไม่น้อยกว่า	12	หน่วยกิต
2.2.3 รายวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ	ไม่น้อยกว่า	7	หน่วยกิต
<b>3. หมวดวิชาเลือกเสรี</b>	<b>ไม่น้อยกว่า</b>	<b>6</b>	<b>หน่วยกิต</b>
<b>จำนวนหน่วยกิต รวมตลอดหลักสูตร</b>	<b>ไม่น้อยกว่า</b>	<b>127</b>	<b>หน่วยกิต</b>

### รายวิชาตามโครงสร้างหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มีรายวิชาตามโครงสร้างหลักสูตร ดังนี้

<b>1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป</b>	<b>ไม่น้อยกว่า</b>	<b>30</b>	<b>หน่วยกิต</b>
<b>1.1 กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร</b>		<b>12</b>	<b>หน่วยกิต</b>
15021001 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร			3(3-0-6)
Thai for Communication			
15021002 การฟังและการพูดภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร			3(3-0-6)
Communicative Listening and Speaking English			
15021003 การอ่านและเขียนภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร			3(3-0-6)
Communicative Reading and Writing English			
15021004 ภาษาอังกฤษเพื่องานอาชีพ			3(3-0-6)
English for Career			
<b>1.2 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์</b>		<b>6</b>	<b>หน่วยกิต</b>
20021001 ความเป็นมนุษย์			3(3-0-6)
Human Actualization			
20021002 คุณค่าและความงามของชีวิต			3(3-0-6)
Value and Beauty of Life			
<b>1.3 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์</b>		<b>6</b>	<b>หน่วยกิต</b>
25021001 สังคมและวัฒนธรรม			3(3-0-6)
Society and Culture			

25021002	สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ Environment and Natural Resources		3(3-0-6)
<b>1.4</b>	<b>กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์</b>	<b>6</b>	<b>หน่วยกิต</b>
40021001	คณิตศาสตร์เพื่อชีวิต Mathematics for Life		3(3-0-6)
40021002	เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อชีวิต Information and Communication Technology for Life		3(3-0-6)
<b>2.</b>	<b>หมวดวิชาเฉพาะ</b>	<b>ไม่น้อยกว่า</b>	<b>91 หน่วยกิต</b>
<b>2.1</b>	<b>วิชาแกน</b>	<b>30</b>	<b>หน่วยกิต</b>
25623018	กฎหมายธุรกิจ Business Laws		3(3-0-6)
35021001	จริยธรรมทางธุรกิจ Business Ethics		3(3-0-6)
35220002	การบัญชีการเงิน Financial Accounting		3(2-2-5)
35320029	การจัดการการเงิน Financial Management		3(3-0-6)
35421001	หลักการตลาด Principles of Marketing		3(3-0-6)
35621001	องค์การและการจัดการ Organization and Management		3(3-0-6)
35622002	การบริหารการผลิต Production Management		3(3-0-6)
35921001	หลักเศรษฐศาสตร์ Principles of Economics		3(3-0-6)
35923001	การวิเคราะห์เชิงปริมาณ Quantitative Analysis		3(3-0-6)
41121012	สถิติธุรกิจ Business Statistics		3(3-0-6)
<b>2.2</b>	<b>วิชาเฉพาะด้าน</b>	<b>ไม่น้อยกว่า</b>	<b>61 หน่วยกิต</b>
<b>2.2.1</b>	<b>รายวิชาเฉพาะด้านบังคับ</b>	<b>42</b>	<b>หน่วยกิต</b>
15526106	ภาษาอังกฤษเพื่อการตลาดและการโฆษณา English for Marketing and Advertising		3(3-0-6)
35421002	พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer Behavior		3(3-0-6)
35421004	การบริหารการตลาด Marketing Management		3(3-0-6)

35421009	การตลาดทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ E-Commerce Marketing	3(2-2-5)
35421014	การตลาดโลก Global Marketing	3(3-0-6)
35421015	ช่องทางการตลาดสมัยใหม่ Modern Marketing Channel	3(3-0-6)
35421016	การตลาดเมืองชายแดน Border Marketing	3(3-0-6)
35421017	กลยุทธ์การตลาดและการวางแผน Marketing Strategic and Planning	3(3-0-6)
35421018	การจัดการผลิตภัณฑ์และตราสินค้า Product and Brand Management	3(3-0-6)
35421019	การตลาดเชิงกิจกรรม Event Marketing	3(3-0-6)
35424004	การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ Intergrated Marketing Communications	3(3-0-6)
35429001	การวิจัยตลาด Marketing Research	3(3-0-6)
35429002	สัมมนาทางการตลาด Seminar in Marketing	3(2-2-5)
35624001	การจัดการทรัพยากรมนุษย์ Human Resource Management	3(3-0-6)

## 2.2.2 รายวิชาเฉพาะด้านเลือก

	ไม่น้อยกว่า	12	หน่วยกิต
35421003	นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา Product and Pricing Policies		3(3-0-6)
35421006	การตลาดบริการ Service Marketing		3(3-0-6)
35421020	แนวทางเศรษฐกิจพอเพียงสำหรับการจัดการการตลาด Sufficiency Economy Approach for Marketing Management		3(3-0-6)
35423003	การบริหารการขาย Sales Management		3(3-0-6)
35423004	การตลาดทางตรงแบบอิเล็กทรอนิกส์ Electronic Direct Marketing		3(3-0-6)
35423005	การจัดการธุรกิจแฟรนไชส์ Franchise Management		3(3-0-6)
35423007	การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน Logistic and Supply Chain Management		3(3-0-6)

35424001	การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย Advertising and Sales Promotion	3(3-0-6)
35424003	การบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ Customer Relationship Management	3(3-0-6)
<b>2.2.3</b>	<b>กลุ่มวิชาฝึกปฏิบัติและฝึกประสบการณ์วิชาชีพ</b>	<b>ไม่น้อยกว่า 7 หน่วยกิต</b>
35428001	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด Preparation for Professional Experience in Marketing	2(90)
35428003	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด Professional Experience in Marketing	5(450)
	<b>หรือ</b>	
<b>กลุ่มรายวิชาสหกิจศึกษา</b>		<b>7 หน่วยกิต</b>
90028001	การเตรียมสหกิจศึกษา Preparation for Cooperative Education	1(0-2-1)
90028002	สหกิจศึกษา Cooperative Education	6(560)

### 3. หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

ให้นักศึกษาเลือกเรียนวิชาใดๆ ในหลักสูตรมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี โดยไม่ซ้ำกับรายวิชาที่เคยเรียนมาแล้วและต้องไม่เป็นรายวิชาที่กำหนดให้เรียนโดยไม่นับหน่วยกิตรวมในเกณฑ์การสำเร็จหลักสูตรของสาขาวิชานี้

ผลการเรียนรู้ ตามกรอบมาตรฐาน	กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนา	กลยุทธ์การประเมินผล การเรียนรู้ในแต่ละด้าน
<p><b>ด้านคุณธรรม จริยธรรม</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีความรู้และความเข้าใจในคุณค่าแห่งอาชีพ และจริยธรรม มีทัศนคติที่ดีต่ออาชีพ</li> <li>2. มีความซื่อสัตย์สุจริต มีวินัย เคารพ และสามารถปฏิบัติตามกฎระเบียบของสถาบันและสังคม</li> <li>3. สามารถบริหารเวลาและปรับวิถีชีวิตอย่างสร้างสรรค์ในสังคม</li> <li>4. มีจิตสำนึก และพฤติกรรมที่คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตนอย่างมีคุณธรรม</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สร้างวัฒนธรรมองค์กรในคณะ เพื่อปลูกจิตสำนึกขั้นพื้นฐาน ให้กับนักศึกษา อาจารย์และบุคลากรคณะในการรักษาระเบียบวินัยของมหาวิทยาลัย ความมีส่วนร่วมในการพัฒนา คณะ มหาวิทยาลัยและชุมชน การตรงต่อเวลา ความรับผิดชอบ ในหน้าที่ และความซื่อสัตย์สุจริต</li> <li>2. อาจารย์ผู้สอนต้องสอดแทรกเรื่องคุณธรรม จริยธรรมในการสอนทุกรายวิชา รวมทั้งฝ่ายกิจการนักศึกษาของคณะต้องส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม ให้เกิดกับนักศึกษา</li> <li>3. ในหลักสูตรบังคับเรียนวิชา จริยธรรมทางธุรกิจ ในหมวดวิชาเฉพาะด้าน</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. การประเมินผลคุณลักษณะที่กำหนดไว้ในมาตรฐานผลการเรียนรู้ โดยใช้แบบประเมินที่พัฒนาขึ้นตามหลักวิชาการ และให้บุคคลต่อไปนี้ อย่างน้อย 3 คน ได้ประเมิน ได้แก่ เพื่อนร่วมชั้นเรียน อาจารย์ผู้สอน อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ปกครอง นักศึกษา ประเมินผลตนเอง ผู้ให้การฝึกหัดงาน หรือสถานประกอบการ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสม</li> <li>2. สังเกตพฤติกรรมที่พึงประสงค์ มีจำนวนเพิ่มขึ้น เช่น การเข้าเรียน ตรงเวลา จำนวนทุจริตในการสอบ ลดน้อยลง ความพร้อมเพรียงในการเข้าร่วมโครงการหรือกิจกรรมของนักศึกษา ความรับผิดชอบในหน้าที่ เป็นต้น</li> <li>3. การสอบข้อเขียนวิชาจริยธรรมทางธุรกิจ</li> </ol>
<p><b>ด้านความรู้</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีความรู้และความเข้าใจแนวคิด ทฤษฎี หลักการ และวิธีการทางการตลาด</li> <li>2. มีความรู้ ความเข้าใจ ในองค์ความรู้ทางด้านอื่นที่สัมพันธ์กับองค์ความรู้ด้านการสื่อสารการตลาด โดยสามารถบูรณาการ และนำมาประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม</li> <li>3. มีความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการปฏิบัติงานด้านการสื่อสารการตลาดและอื่นๆ โดยใช้วิธีการเรียนรู้จากประสบการณ์</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. การสอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญในทุกรายวิชาในกลุ่มวิชาเฉพาะ มุ่งเน้นให้ผู้เรียน มีความรู้และความเข้าใจในหลักทฤษฎีทางการตลาดและการประยุกต์ใช้ ความรู้ในการแก้ไขปัญหาการปฏิบัติทางการตลาด การให้เสนอแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุงแก้ไขระบบสารสนเทศทางการตลาดได้</li> <li>2. การเรียนรู้จากสถานการณ์จริง โดย</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. การทดสอบย่อย</li> <li>2. การสอบกลางภาค</li> <li>3. การสอบปลายภาค</li> <li>4. การรายงานผลการศึกษาค้นคว้าโครงการ การวิจัย โดยการนำเสนอหน้าชั้นเรียน และเอกสารรายงาน</li> <li>5. ประเมินผลจากรายวิชาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด</li> </ol>

ผลการเรียนรู้ ตามกรอบมาตรฐาน	กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนา	กลยุทธ์การประเมินผล การเรียนรู้ในแต่ละด้าน
4. สามารถติดตามการเปลี่ยนแปลง ทางวิชาการ การวิจัย และวิชาชีพ ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง	การศึกษาดูงาน หรือ เชิญผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก มาบรรยายเฉพาะเรื่อง 3. การเรียนรู้จากประสบการณ์และการถ่ายทอดของผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ประกอบการ	
<b>ด้านทักษะทางปัญญา</b> 1. คิดอย่างมีวิจารณญาณ และอย่างเป็นระบบ 2. สามารถสืบค้น ตีความ และประเมินสารสนเทศเพื่อใช้ในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ 3. มีทักษะภาคปฏิบัติตามที่รับการฝึกฝนตามเนื้อหาสาระสำคัญของสาขาวิชา	1. การสอนแบบการสัมมนา อภิปรายกลุ่ม 2. การฝึกปฏิบัติทั้งในห้องเรียน หรือในสถานประกอบการ และการฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด 3. การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการเสริมทักษะวิชาชีพในด้านต่างๆ 4. การสอนโดยใช้กรณีศึกษา โจทย์ปัญหา	1. การสอบกลางภาคและการสอบปลายภาค โดยใช้กรณีศึกษา หรือโจทย์ปัญหา 2. การรายงานผลการศึกษาค้นคว้าโครงการ การวิจัย โดยการนำเสนอหน้าชั้นเรียนและเอกสารรายงาน 3. การประเมินผลจากรายวิชา การฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด 4. การประเมินผลตามสภาพจริงของผลงานที่มอบหมาย
<b>ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ</b> 1. มีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมายทั้งรายบุคคลและงานกลุ่ม 2. สามารถปรับตัวและทำงานร่วมกับผู้อื่น ทั้งในฐานะผู้นำ และสมาชิกในกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ 3. วางตัวและแสดงความคิดเห็น ได้เหมาะสมกับบทบาท หน้าที่ ความรับผิดชอบ	ใช้การสอนที่มีการกำหนดกิจกรรมให้ทำเป็นงานกลุ่ม การทำงานที่ต้องประสานกับนักศึกษา บุคลากร ของหน่วยงานทั้งภายในและภายนอก	1. การสัมภาษณ์ การรายงานหน้าชั้นเรียน 2. คุณภาพผลงานของนักศึกษา โดยมีเกณฑ์ที่ตรงประเด็นกับมาตรฐานการเรียนรู้ที่กำหนด 3. สังเกตพฤติกรรมของผู้เรียนในระหว่างที่ทำงานร่วมกัน 4. ให้ผู้ร่วมงานของนักศึกษา

ผลการเรียนรู้ ตามกรอบมาตรฐาน	กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนา	กลยุทธ์การประเมินผล การเรียนรู้ในแต่ละด้าน
4. สามารถวางแผน และรับผิดชอบการเรียนรู้และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง		มีส่วนร่วมในการประเมินผล
<b>ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ</b> 1. สามารถระบุเทคนิคทางสถิติหรือคณิตศาสตร์มาใช้ในการวิเคราะห์ แปลความหมาย และเสนอแนวทางในการแก้ปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์ 2. สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งปากเปล่า และการเขียน 3. สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และเทคโนโลยีในการติดต่อ สื่อสารอย่างเหมาะสม 4. มีทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์ สำหรับการทำงานที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพได้เป็นอย่างดี	1. มอบหมายงานในรายวิชาต่างๆ เพื่อให้ นักศึกษาพัฒนาความสามารถในการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ และคอมพิวเตอร์ 2. ใ้ นัก คี ก ษ ากับ อ า จ า ร ย์ ทำโครงการบริการวิชาการ หรือการวิจัยร่วมกัน 3. จัดหาช่องทางให้มีการนำเสนอผลงาน 4. การฝึก ประสบ การณ์ วิชา ชีพ การตลาดให้เรียนรู้ จากการทำงานจริง	1. ใช้แบบประเมินผลงานที่มอบหมาย โดยมีเกณฑ์การประเมิน เทคนิคการนำเสนอความถูกต้องการใช้ภาษาเขียน ภาษาพูด ความสามารถในการอธิบาย 2. การสอบภาคปฏิบัติ



แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบต่อผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา  
(Curriculum Mapping)

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา เฉพาะ	คุณธรรม จริยธรรม				ความรู้				ทักษะทาง ปัญญา			ทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและ ความรับผิดชอบ				ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ						
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4			
2. หมวด วิชาเฉพาะ																						
2.1 กลุ่ม วิชาแกน																						
25623018 กฎหมาย ธุรกิจ	●	●	○	●	●	●	○	○	●	●	○	●	●	○				○	●	●	○	
35020001 จริยธรรมทาง ธุรกิจ	●	●	○	●	●	●	○	○	○	●	○	●	○	●				○	○	○	●	○
35220002 การบัญชี การเงิน	○	○	○	●	●	○	●	○	●	○	○	○	○	●				●	○	○	○	○
35320029 การจัดการ การเงิน	○	○	●	●	●	○	○	○	○	●	●	●	○	○				○	○	●	●	○
35421001 หลักการ ตลาด	●	○	●	○	●	○	○	●	●	●	○	●	○	●				○	○	●	●	○
35621001 องค์การและ การจัดการ	○	●	●	●	●	●	●	○	○	○	●	●	○	○				○	○	○	●	○
35622002 การบริหาร การผลิต	○	○	●	○	●	●	●	○	○	●	●	●	○	○				●	○	○	●	○
35629002 วิธีวิจัยทาง ธุรกิจ	○	○	●	○	●	●	○	○	○	●	●	○	●	○				●	○	○	○	○

35921001 หลัก เศรษฐศาสตร์	○	○	●	○	○	●	○	○	○	○	●	○	●	○	○		●	○	○	○
35923001 การวิเคราะห์ เชิงปริมาณ	○	○	●	○	●	●	○	○	○	○	●	●	○	●	○		●	○	○	○
41121012 สถิติธุรกิจ		●		●		●					●		●	●		○	●			
2.2 กลุ่มวิชา เฉพาะด้าน																				
2.2.1 กลุ่มวิชา เฉพาะบังคับ																				
35421002 พฤติกรรม ผู้บริโภค	●	●		●	●	●	○	●	●	●		○	○	●	●	○		●	●	●
35421003 นโยบาย ผลิตภัณฑ์ และราคา	●	●	○	●	●	●	●	○	●	○	●		○	○	●	○	●	●	●	○
35421004 การบริหาร การตลาด	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●	●		○	●	●	○	●	●	●	○
35421005 กลยุทธ์ การตลาด	●	●	○	●	●	○	○	●	●	●	○	○	●	●	○	●	●	●	○	○
35421009 การตลาด ดิจิทัล	●	●	○	●	○	○	●	○	○	●	●	○	○	●	●	○	●	●	●	●
35421015 การตลาด ธุรกิจระดับ โลก	●	○	●	○	●	○	●	●	●	○	○	○	●	○	●	○	○	○	●	○
35423001 การบริหาร ช่องทางการ จัดจำหน่าย	●	●	○	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●	●	○	○

35424001 การโฆษณา และส่งเสริม การขาย	●	●	○	●	●	●	○	○	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	○
35429001 การวิจัย ตลาด	●	●	●	○	●	●	○	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	○
35429002 สัมมนา ทางการ ตลาด	●	●	●	○	●	●	○	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●	●	○
รายวิชา เฉพาะ	คุณธรรม จริยธรรม				ความรู้				ทักษะทาง ปัญญา			ทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและ ความรับผิดชอบ				ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4
2.2.2 กลุ่มวิชา เฉพาะเลือก																			
35421006 การตลาด บริการ	●	●		●	●	○	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●	●	○	
35421007 การตลาดเพื่อ สิ่งแวดล้อม	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●	○	●	●	●	○
35423002 ศิลปะการขาย	○	○	○	●	●	○	○	○	○	●	○	○	●	○	○	○	●	○	○
35423003 การบริหาร การขาย	●	●	○	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	○
35423004 การตลาด ทางตรง	●	●	○	●	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●	●	○	○	●	●
35423005 การจัดการ ธุรกิจแฟรน ไชส์	●	●	●	●	●	○	●	●	○	○	●	○	●	●	○	○	○	●	○

35423007 การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน	●	●	○	●	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●	●
35424002 การสื่อสารทางการตลาด	●	●	○	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●
35424003 การบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์	○	○	○	●	●	○	○	○	○	●	○	○	●	○	○	○	●	○	○
35624001 การจัดการทรัพยากรมนุษย์	●	●	○	●	●	●	●	○	●	●	●	●	○	●	○	●	●	●	○