

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561)

คณะวิทยาการจัดการ

ชื่อหลักสูตร	หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ชื่อปริญญา	
ภาษาไทย	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บธ.ม.
ภาษาอังกฤษ	Master of Business Administration M.B.A.

สถานที่จัดการเรียนการสอน

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม

วัตถุประสงค์

1. สร้างมหาบัณฑิตที่มีความรู้ความสามารถทางการจัดการและนวัตกรรมการจัดการ ทักษะภาษาอังกฤษ และเทคโนโลยีการสื่อสาร สารสนเทศ
2. สร้างมหาบัณฑิตที่สามารถปรับตัวเข้ากับภาวะการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และความหลากหลายทางวัฒนธรรม
3. สร้างมหาบัณฑิตผู้มีความคิดสร้างสรรค์ มีคุณธรรม จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อวิชาชีพและสังคม

คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

1. สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าทุกสาขาวิชา
2. มีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า 2.75 หรือมีประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับสาขาวิชาเป็นระยะเวลาอย่างน้อย 1 ปี ทั้งนี้ ในกรณีที่ไม่เป็นไปตามเงื่อนไข ให้อยู่ในดุลยพินิจของคณะกรรมการบริหารหลักสูตร
3. เป็นผู้ที่มีคุณสมบัติครบถ้วนตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยศิลปากร ว่าด้วยการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2550 ข้อ 7 และ/หรือที่มีการเปลี่ยนแปลงภายหลัง

โครงสร้างหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มี 2 แผนการศึกษา คือ แผน ก แบบ ก 2 และแผน ข

แผน ก แบบ ก 2

หมวดวิชาเสริมพื้นฐาน (ไม่นับหน่วยกิต)	6	หน่วยกิต
หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า	27	หน่วยกิต
วิชาบังคับ (ไม่นับหน่วยกิต)	3	หน่วยกิต
วิชาบังคับ	21	หน่วยกิต
วิชาเลือก ไม่น้อยกว่า	6	หน่วยกิต
วิทยานิพนธ์ (มีค่าเทียบเท่า)	12	หน่วยกิต
จำนวนหน่วยกิตตลอดหลักสูตรไม่น้อยกว่า	39	หน่วยกิต

แผน ข

หมวดวิชาเสริมพื้นฐาน (ไม่นับหน่วยกิต)	6	หน่วยกิต
หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า	33	หน่วยกิต
วิชาบังคับ (ไม่นับหน่วยกิต)	3	หน่วยกิต
วิชาบังคับ	21	หน่วยกิต
วิชาเลือก ไม่น้อยกว่า	12	หน่วยกิต
การค้นคว้าอิสระ (มีค่าเทียบเท่า)	6	หน่วยกิต
จำนวนหน่วยกิตตลอดหลักสูตรไม่น้อยกว่า	39	หน่วยกิต
และสอบประมวลความรู้		

การสอบประมวลความรู้ (Comprehensive Examination)

นักศึกษาแผน ข ที่ศึกษารายวิชาครบตามหลักสูตรแล้ว จะต้องสอบประมวลความรู้ซึ่งเป็นการสอบข้อเขียนที่เกี่ยวกับความรู้ตามวิชาบังคับไม่น้อยกว่า 3 รายวิชา โดยคณะกรรมการบริหารหลักสูตร เป็นผู้กำหนดรายวิชาที่สอบให้ทราบล่วงหน้า และให้ผลการสอบเป็นผ่าน (S) หรือ ไม่ผ่าน (U) ในกรณีที่ไม่ผ่านการสอบในครั้งแรกให้สอบใหม่อีก 1 ครั้ง

รายวิชา

หมวดวิชาเสริมพื้นฐาน (ไม่นับหน่วยกิต) หมายถึง วิชาที่มุ่งปรับพื้นฐานความรู้ของนักศึกษาให้พร้อมที่จะศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา ผลการศึกษาที่ได้จากการเรียนรายวิชาในกลุ่มนี้เป็น S หรือ U และรายวิชาในกลุ่มนี้ไม่นับหน่วยกิตในการจบหลักสูตร ทั้งนี้ คณะกรรมการบริหารหลักสูตร สามารถพิจารณาการยกเว้นได้ ดังรายวิชาเสริมพื้นฐานต่อไปนี้

780 501	สถิติสำหรับการวิจัย (Statistics for Research)	3(3-0-6)
780 502	ภาษาอังกฤษสำหรับนักบริหาร (English for Executives)	3(3-0-6)

รายวิชา 780 502 ภาษาอังกฤษสำหรับนักบริหาร สามารถได้รับการยกเว้นได้ในกรณีหนึ่งดังต่อไปนี้

1. นักศึกษาสามารถสอบผ่านภาษาอังกฤษที่บัณฑิตวิทยาลัยจัดให้สอบในการสอบคัดเลือกเข้าศึกษาต่อบัณฑิตวิทยาลัย
2. นักศึกษาสอบผ่านภาษาต่างประเทศจากสถาบันอื่นทั้งในและต่างประเทศที่บัณฑิตวิทยาลัยรับรองมาตรฐาน

1. แผน ก แบบ ก 2

1.1 หมวดวิชาเฉพาะ จำนวนไม่น้อยกว่า 27 หน่วยกิต

1.1.1 วิชาบังคับ (ไม่นับหน่วยกิต) จำนวน 3 หน่วยกิต

782 611	สัมมนาธุรกิจ (Seminar in Business)	3(3-0-6)
---------	---------------------------------------	----------

1.1.2 วิชาบังคับ จำนวน 21 หน่วยกิต

782 511	การจัดการองค์การและทรัพยากรมนุษย์ (Organization and Human Resource Management)	3(3-0-6)
782 512	การจัดการการตลาดสำหรับนักบริหาร (Marketing Management for Executives)	3(3-0-6)
782 513	การบัญชีสำหรับนักบริหาร (Accounting for Executives)	3(3-0-6)
782 514	การจัดการดำเนินงาน (Operations Management)	3(3-0-6)
782 515	ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจ (Business Research Methodology)	3(3-0-6)
782 612	การจัดการการเงินสำหรับนักบริหาร (Financial Management for Executives)	3(3-0-6)
782 613	การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management)	3(3-0-6)

1.1.3 วิชาเลือก จำนวนไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต โดยเลือกเรียนรายวิชาจากกลุ่มวิชาใดก็ได้

ดังต่อไปนี้

(1) กลุ่มวิชาการจัดการ

782 621	ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์และพฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรมภายในองค์การ (Creative Leadership and Innovative Behavior in Organization)	3(3-0-6)
782 622	นวัตกรรมและการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ (Innovation and Entrepreneurship)	3(3-0-6)
782 623	การจัดการความรู้เพื่อนวัตกรรมทางธุรกิจ (Knowledge Management for Business Innovation)	3(3-0-6)
782 624	จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ (Ethics and Corporate Social Responsibility)	3(3-0-6)
782 625	การจัดการธุรกิจดิจิทัล (Digital Business Management)	3(3-0-6)

(2) กลุ่มวิชาการตลาด

782 628	การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)	3(3-0-6)
782 629	พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)	3(3-0-6)

782 630	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication)	3(3-0-6)
782 631	การจัดการการตลาดบริการ (Service Marketing Management)	3(3-0-6)
782 632	การตลาดระหว่างประเทศ (International Marketing)	3(3-0-6)

(3) กลุ่มวิชาบัญชี

782 635	การจัดการภาษี (Tax Management)	3(3-0-6)
782 636	บัญชีเพื่อการตัดสินใจ (Accounting for Decision Making)	3(3-0-6)
782 637	การวิเคราะห์ต้นทุน (Cost Analysis)	3(3-0-6)
782 638	การกำกับดูแลและความรับผิดชอบตามหน้าที่ (Corporate Governance and Accountability)	3(3-0-6)
782 639	ระบบสารสนเทศทางการบัญชี (Accounting Information System)	3(3-0-6)

(4) กลุ่มวิชาการเงิน

782 642	การตลาดสำหรับการบริการทางการเงิน (Marketing for Financial Service)	3(3-0-6)
782 643	ทฤษฎีการเงินสำหรับบริษัท (Corporate Finance Theory)	3(3-0-6)
782 644	ทฤษฎีการจัดการลงทุนและตลาดทุน (Investment Theory and Capital Markets)	3(3-0-6)
782 645	การจัดการความเสี่ยงทางการเงิน (Financial Risk Management)	3(3-0-6)
782 646	การจัดการการเงินระหว่างประเทศ (International Finance Management)	3(3-0-6)

นอกเหนือจากรายวิชาในกลุ่มวิชาเลือกดังกล่าวนี้แล้ว นักศึกษาสามารถเลือกเรียนรายวิชาในหลักสูตรอื่น ๆ ที่บัณฑิตวิทยาลัยเปิดสอนได้ โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

1.2 วิทยานิพนธ์ (มีค่าเทียบเท่า) 12 หน่วยกิต

782 691	วิทยานิพนธ์ (Thesis)	มีค่าเทียบเท่า 12 หน่วยกิต
---------	-------------------------	----------------------------

2. แผน ข

2.1 หมวดวิชาเฉพาะ จำนวนไม่น้อยกว่า 33 หน่วยกิต

2.1.1 วิชาบังคับ (ไม่นับหน่วยกิต) จำนวน 3 หน่วยกิต

782 611	สัมมนาธุรกิจ (Seminar in Business)	3(3-0-6)
---------	---------------------------------------	----------

2.1.2 วิชาบังคับ จำนวน 21 หน่วยกิต

782 511	การจัดการองค์การและทรัพยากรมนุษย์ (Organization and Human Resource Management)	3(3-0-6)
782 512	การจัดการการตลาดสำหรับนักบริหาร (Marketing Management for Executives)	3(3-0-6)
782 513	การบัญชีสำหรับนักบริหาร (Accounting for Executives)	3(3-0-6)
782 514	การจัดการการดำเนินงาน (Operations Management)	3(3-0-6)
782 515	ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจ (Business Research Methodology)	3(3-0-6)
782 612	การจัดการการเงินสำหรับนักบริหาร (Financial Management for Executives)	3(3-0-6)
782 613	การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management)	3(3-0-6)

2.1.3 วิชาเลือก จำนวนไม่น้อยกว่า 12 หน่วยกิต โดยเลือกเรียนรายวิชาจากกลุ่มวิชาใดก็ได้

ดังต่อไปนี้

(1) กลุ่มวิชาการจัดการ

782 621	ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์และพฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรมภายในองค์การ (Creative Leadership and Innovative Behavior in Organization)	3(3-0-6)
782 622	นวัตกรรมและการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ (Innovation and Entrepreneurship)	3(3-0-6)
782 623	การจัดการความรู้เพื่อนวัตกรรมทางธุรกิจ (Knowledge Management for Business Innovation)	3(3-0-6)
782 624	จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ (Ethics and Corporate Social Responsibility)	3(3-0-6)
782 625	การจัดการธุรกิจดิจิทัล (Digital Business Management)	3(3-0-6)

(2) กลุ่มวิชาการตลาด

782 628	การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)	3(3-0-6)
782 629	พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)	3(3-0-6)

782 630	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication)	3(3-0-6)
782 631	การจัดการการตลาดบริการ (Service Marketing Management)	3(3-0-6)
782 632	การตลาดระหว่างประเทศ (International Marketing)	3(3-0-6)

(3) กลุ่มวิชาบัญชี

782 635	การจัดการภาษี (Tax Management)	3(3-0-6)
782 636	บัญชีเพื่อการตัดสินใจ (Accounting for Decision Making)	3(3-0-6)
782 637	การวิเคราะห์ต้นทุน (Cost Analysis)	3(3-0-6)
782 638	การกำกับดูแลและความรับผิดชอบตามหน้าที่ (Corporate Governance and Accountability)	3(3-0-6)
782 639	ระบบสารสนเทศทางการบัญชี (Accounting Information System)	3(3-0-6)

(4) กลุ่มวิชาการเงิน

782 642	การตลาดสำหรับการบริการทางการเงิน (Marketing for Financial Service)	3(3-0-6)
782 643	ทฤษฎีการเงินสำหรับบริษัท (Corporate Finance Theory)	3(3-0-6)
782 644	ทฤษฎีการจัดการลงทุนและตลาดทุน (Investment Theory and Capital Markets)	3(3-0-6)
782 645	การจัดการความเสี่ยงทางการเงิน (Financial Risk Management)	3(3-0-6)
782 646	การจัดการการเงินระหว่างประเทศ (International Finance Management)	3(3-0-6)

นอกเหนือจากรายวิชาในกลุ่มวิชาเลือกดังกล่าวนี้แล้ว นักศึกษาสามารถเลือกเรียนรายวิชาในหลักสูตรอื่น ๆ ที่บัณฑิตวิทยาลัยเปิดสอนได้ โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

2.2 การค้นคว้าอิสระ (มีค่าเทียบเท่า) 6 หน่วยกิต

782 692	การค้นคว้าอิสระ (Independent Study)	มีค่าเทียบเท่า 6 หน่วยกิต
---------	--	---------------------------

คำอธิบายรายวิชา

- 780 501 สถิติสำหรับการวิจัย 3(3-0-6)**
(Statistics for Research)
เงื่อนไข: วัดผลการศึกษาเป็น S หรือ U
สถิติพรรณนา สถิติอนุมาน สถิติที่ใช้พารามิเตอร์และไม่ใช้พารามิเตอร์ สถิติที่ใช้ในการวิจัยในด้านการจัดการ การเลือกใช้สถิติที่เหมาะสมกับงานวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมาย
Descriptive, inferential, parametric and non-parametric statistics, statistics in management research, selecting suitable statistics for research, application of software for data analysis, presentation of data analysis and interpretation.
- 780 502 ภาษาอังกฤษสำหรับนักบริหาร 3(3-0-6)**
(English for Executives)
*เงื่อนไข: 1. วัดผลการศึกษาเป็น S หรือ U
2. นักศึกษาที่มีผลการสอบเป็น S มีสิทธิ์ได้รับการยกเว้น
ไม่ต้องสอบภาษาต่างประเทศอีก*
การอ่านเอกสารภาษาอังกฤษที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ ภาษาเฉพาะด้านและสำนวนทางธุรกิจ การระบุประโยคใจความสำคัญ ใจความหลัก ใจความรองและใจความสรุป และการเขียนทางธุรกิจ
Business readings in management with an emphasis on business terms and expressions, identification of topic sentences, main ideas, supporting details, conclusions and business writing.
- 782 511 การจัดการองค์การและทรัพยากรมนุษย์ 3(3-0-6)**
(Organization and Human Resource Management)
แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการองค์การ สภาพแวดล้อมทางการจัดการ บทบาทหน้าที่ของผู้บริหารในการจัดการองค์การและทรัพยากรมนุษย์ การออกแบบโครงสร้างองค์การ ภาวะผู้นำ การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ การสรรหาและการคัดเลือก การฝึกอบรมและพัฒนา การประเมินผลการปฏิบัติงาน การบริหารเงินเดือนและค่าจ้าง จริยธรรมในการจัดการองค์การและทรัพยากรมนุษย์
Concepts of organization management, managerial environment, role and responsibilities of executives in organization and human resource management, organization structure design, leadership, human resource planning, recruitment and selection, training and development, performance appraisal, salary and wage management, ethics in an organization and human resource management.
- 782 512 การจัดการการตลาดสำหรับนักบริหาร 3(3-0-6)**
(Marketing Management for Executives)
บทบาทของการตลาดในธุรกิจ การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมภายในและภายนอก กลยุทธ์ส่วนสมทางการตลาด การวิเคราะห์การแข่งขัน พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การเลือกเป้าหมายและการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ระบบสารสนเทศทางการตลาด การวิจัยการตลาด จริยธรรมทางการจัดการการตลาด การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์

782 513	การบัญชีสำหรับนักบริหาร (Accounting for Executives)	3(3-0-6)
---------	--	----------

Principles of accounting, preparing financial statements, using accounting information in decision-making, significance of accounting information in planning, controlling, decision-making and cost behavior, cost-volume-profit analysis, budgeting, capital budgeting, product costing, cost allocation, activity-based and standard costing, cost analysis for decision-making, responsibility accounting, financial report analysis.

หน้าที่การดำเนินงาน การจัดการห่วงโซ่อุปทาน การออกแบบสินค้าและบริการ ระบบสินค้า การออกแบบและการจัดการกระบวนการ การวิเคราะห์ลำดับงาน การจัดการคุณภาพ การควบคุมและปรับปรุงคุณภาพ การพยากรณ์ การวางแผนและจัดตารางโครงการ การจัดการสินค้าคงเหลือ การผลิตแบบทันเวลา ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการจัดการดำเนินงาน กรณีศึกษาด้านการจัดการดำเนินงานทั้งการผลิตสินค้าและบริการ

Operations functions, supply chain management, product and service design, Lean System, design and process management, process flow analysis, quality management, quality control and improvement, forecasting, project planning and scheduling, inventory management, Just-in-Time production, information technology systems for operations management, operations management case studies in both production and services.

แนวคิดและวิธีการวิจัยทางธุรกิจ ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ การออกแบบการวิจัย สมมติฐาน การวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การแปลผลข้อมูล จริยธรรมในการวิจัย การตีพิมพ์ผลงานวิจัย การประยุกต์ผลงานวิจัยในด้านธุรกิจ

Concepts and business research methods including of quantitative and qualitative methods, research design of hypothesis, data collecting, analysis and implementation, ethics in research, publication and application of research results in business areas.

782 611	สัมมนาธุรกิจ (Seminar in Business) <i>เงื่อนไข: วัดผลการศึกษาเป็น S หรือ U</i> ประเด็นทางธุรกิจที่มีความสำคัญในปัจจุบัน ความก้าวหน้าทางวิชาการในทฤษฎี แนวคิด เครื่องมือ เทคนิค เทคโนโลยี วิทยาการ และการวิจัย การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ มีการศึกษาดูงานในประเทศหรือต่างประเทศ Current business issues, advanced study of business theories, concepts, instruments, techniques, technologies, science and research and knowledge sharing. Domestic or international study tour.	3(3-0-6)
782 612	การจัดการการเงินสำหรับนักบริหาร (Financial Management for Executives) บทบาทของการเงินในธุรกิจ วัตถุประสงค์ของการจัดการการเงิน ความเสี่ยงและผลตอบแทน การตัดสินใจลงทุนภายใต้ความแน่นอนและความไม่แน่นอน แหล่งที่มาของเงินทุน โครงสร้างเงินทุน การจัดการเงินทุน หมุนเวียน การวิเคราะห์งบการเงิน มูลค่าเงินตามเวลา การประเมินโครงการลงทุน จริยธรรมทางการจัดการการเงิน Roles of finance in business, objectives of financial management, risk and return, investment decision-making under certainty and uncertainty, sources of funds, capital structures, working capital management, financial statement analysis, time value of money, evaluation of investment projects, ethics in financial management.	3(3-0-6)
782 613	การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management) แนวคิดพื้นฐานทางการจัดการเชิงกลยุทธ์ การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมภายในและภายนอก การสร้างกลยุทธ์ทางธุรกิจ การนำกลยุทธ์ทางธุรกิจไปปฏิบัติในองค์การ จริยธรรมกับการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ รูปแบบกลยุทธ์ที่ใช้เพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขัน การบูรณาการกลยุทธ์ตามหน้าที่ กลยุทธ์ในการร่วมมือและเป็นพันธมิตรระหว่างองค์การ กลยุทธ์การควบรวมกิจการ การจัดการเชิงกลยุทธ์สำหรับธุรกิจระหว่างประเทศ Basic concepts of strategic management, analysis of internal and external business environments, creating business strategies, application of strategic business in an organization, ethics and practical application, patterns of strategy enhancing competitive advantage, integration of functional strategies, strategies in cooperation and alliances with other organizations, merger and acquisition strategies, strategic management for international business.	3(3-0-6)
782 621	ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์และพฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรมภายในองค์การ (Creative Leadership and Innovative Behavior in Organization) ความหมายและองค์ประกอบของภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ แนวคิดทฤษฎีภาวะผู้นำ รูปแบบภาวะผู้นำ บทบาทของผู้นำในการเปลี่ยนแปลงองค์การ พฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรมของบุคลากรและแนวทางปฏิบัติงานของบุคลากรเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพขององค์การ การทำงานเป็นทีม การจัดการความขัดแย้งและการเปลี่ยนแปลงภายในองค์การ วัฒนธรรมองค์การ	3(3-0-6)

Definitions and components of creative leadership, concepts and theories of leadership, leadership styles, leadership roles in organizational change, employee innovative behavior and practical guidelines to develop effective organizational performance, teamwork, conflict and change management, organizational culture.

782 622 นวัตกรรมและการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ 3(3-0-6)
(Innovation and Entrepreneurship)

แนวคิดเกี่ยวกับการประกอบการและผู้ประกอบการ การค้นหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ การจัดตั้งและการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ การวิเคราะห์แผนธุรกิจ การจัดหาเงินทุนสำหรับการประกอบธุรกิจ การสร้างนวัตกรรมและการพัฒนาธุรกิจ แนวคิดเกี่ยวกับการริเริ่มธุรกิจใหม่ที่เติบโตได้อย่างรวดเร็ว

Concepts of entrepreneur and entrepreneurship, finding new opportunities for business, establishing and starting new business, analyzing business plan, investment fund mobilization, creating innovation and developing business, concepts of the startup.

782 623 การจัดการความรู้เพื่อนวัตกรรมทางธุรกิจ 3(3-0-6)
(Knowledge Management for Business Innovation)

แนวคิดการจัดการความรู้และนวัตกรรม องค์การแห่งการเรียนรู้ องค์การฐานสารสนเทศ กระบวนการจัดการความรู้ในการสร้างนวัตกรรมทางธุรกิจ ประเภทความรู้ กระบวนการในการพัฒนาความรู้ แบบจำลององค์การสร้างความรู้ การเรียนรู้ในขณะทำงาน

Concepts of knowledge management and innovation, learning organization, information-based organization, processes of knowledge management for business innovation, types of knowledge, process of knowledge creation, model of knowledge creating company, learning in action.

782 624 จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ 3(3-0-6)
(Ethics and Corporate Social Responsibility)

แนวคิด ทฤษฎี รูปแบบ และแนวทางการปฏิบัติที่ดีของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม การจัดการและพัฒนาที่ยั่งยืน แนวคิดการดำเนินการธุรกิจสีเขียว จริยธรรมทางธุรกิจ การค้าที่เป็นธรรม การเป็นผู้ประกอบการทางสังคมมาตรฐานระหว่างประเทศในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม และการสื่อสาร ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การธุรกิจ

Concepts, theories, styles and best practices of corporate social responsibility, sustainable management and development, green business operations, business ethics, fair trade, social entrepreneurship, international corporate social responsibility standard, corporate social responsibility communication of organization.

782 625 การจัดการธุรกิจดิจิทัล 3(3-0-6)
(Digital Business Management)

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจดิจิทัล สภาพแวดล้อมของกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และธุรกิจดิจิทัล การวิเคราะห์การตลาดธุรกิจดิจิทัล กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจดิจิทัล การจัดซื้อจัดจ้าง การจัดการห่วงโซ่อุปทานในธุรกิจดิจิทัล และการรักษาลูกค้าสัมพันธ์

782 628	การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)	3(3-0-6)
---------	---------------------------------------	----------

Overview of digital marketing communications, knowledge and understanding the digital marketing framework, digital strategic planning through digital marketing tools, digital content marketing, digital media and channel planning, search marketing and performance marketing.

แนวความคิดทฤษฎีต่าง ๆ เพื่อที่จะทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค แนวความคิดแบบดั้งเดิมซึ่งเน้นทฤษฎีทางจิตวิทยาและพฤติกรรมศาสตร์ ในการวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจซื้อตลอดจนปัจจัยต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอก ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค การรับรู้ ทัศนคติ แรงจูงใจ กลุ่มอ้างอิง แนวความคิดทฤษฎีทางเลือกใหม่ ซึ่งมุ่งทำความเข้าใจผู้บริโภคจากมิติของสังคม และวัฒนธรรม โดยการนำความคิดและทฤษฎีทางสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านความสัมพันธ์ระหว่างอัตลักษณ์ของผู้บริโภคกับการบริโภคเชิงสัญลักษณ์

Concepts and theories of consumer behavior, psychological and behavioral theory for analysis of buyer decision making process, perception, motivation and reference groups, contemporary alternative theories emphasized on understanding consumers from their social and cultural dimensions, concepts and theories of Sociology and Anthropology in consumer behavior studies emphasized on the relation of consumer identity and consumption of signs.

แนวคิด หลักการ และวิธีการของการส่งเสริมการตลาดและการสื่อสารการตลาด การวางแผน การกำหนดกลยุทธ์ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ปัจจัยที่ต้องนำมาพิจารณาในการเลือกกลยุทธ์ในการผสมผสาน การสื่อสารการตลาด การประเมินผลกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด รวมทั้งการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารให้สอดคล้องกับกลยุทธ์การตลาดอื่น ๆ

Concepts, principles, methodology of promotion and marketing communication, planning, strategy formulation, integrated marketing communications, factors in selecting appropriate marketing communications, evaluation of marketing communications effectiveness and strategy formulation for marketing communications to comply with others marketing strategies.

782 631

3(3-0-6)

(Service Marketing Management)

ความสำคัญของอุตสาหกรรมบริการ ต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศและของโลกที่มีความแตกต่าง ระหว่างสินค้าและบริการ ซึ่งนำไปสู่ลักษณะเฉพาะและการแก้ปัญหาด้านการจัดการที่แตกต่างกันของธุรกิจบริการ พฤติกรรมผู้บริโภคในภาคอุตสาหกรรมบริการ เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินการปรับปรุงคุณภาพของการบริการ การวางแผนการตลาด การออกแบบส่วนประสมทางการตลาด และกลยุทธ์ทางการการตลาดเพื่อการแข่งขันในอุตสาหกรรมบริการ แผนกำลังในการให้บริการและแผนปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับแผนการตลาด การวางแผนบุคลากรและการฝึกอบรมพนักงานให้มีความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

Significance of services industry towards national and global economic development, and differences of its goods and services bringing about characteristics and different management challenges, consumer behavior towards services industry, services evaluation, enhancement tools, services marketing, marketing component design, and services strategy in competitive environment, services manpower requirement in line with marketing demand, manpower training capable of satisfying customers needs.

782 632

3(3-0-6)

(International Marketing)

หลักการ แนวความคิด และแนวทางในการจัดการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ ซึ่งครอบคลุมถึงระบบธุรกิจและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อธุรกิจระหว่างประเทศ แนวความคิดด้านการตลาดต่างประเทศ แบบไร้พรมแดน กลยุทธ์การตลาดระหว่างประเทศ การส่งสินค้าออก การสั่งสินค้าเข้า และการลงทุนในต่างประเทศ รวมทั้งการวิเคราะห์ปัญหาต่าง ๆ ที่มีผลต่อการดำเนินงานด้านการต่างประเทศ ตลอดจนประเด็นปัญหาการตลาดระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ

Concepts, principles and methodology of international marketing operations. factors and business systems affecting international trade, borderless marketing, international marketing strategy, export procedure, import and overseas investment. Analyzing problems affecting international marketing, including problems related to business ethics.

782 635

3(3-0-6)

(Tax Management)

แนวคิดในการจัดเก็บภาษี องค์ประกอบของภาษี ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะและอากรแสตมป์ การจัดการองค์การให้สอดคล้องกับระบบจัดเก็บภาษีเงินได้ การวางแผนภาษีของธุรกิจ และ ปัญหาเกี่ยวกับภาษีในการดำเนินงานของธุรกิจ

Concepts of taxation, tax components, corporate tax, value added tax, special business tax and duty stamp, organizing business to comply with income tax collection system, planning business tax, and business tax problem.

- 782 636 บัญชีเพื่อการตัดสินใจ 3(3-0-6)**
(Accounting for Decision Making)
 กิจกรรมทางธุรกิจ วงจรการบัญชี ลักษณะและประโยชน์ของสารสนเทศทางการบัญชีและรายงานการเงิน สารสนเทศเกี่ยวกับกิจกรรมการลงทุนและการจัดหาเงิน การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน ตัวแบบการประเมินมูลค่าธุรกิจ
 Business activities, accounting cycles, attribution and advantages of accounting information system and financial reports, accounting information related to investing activities and financing activities, financial ratio analysis, valuation models.
- 782 637 การวิเคราะห์ต้นทุน 3(3-0-6)**
(Cost Analysis)
 ความหมายและส่วนประกอบของต้นทุนการผลิต ระบบบัญชีต้นทุน งบต้นทุนการผลิต การคำนวณต้นทุนสินค้า การปันส่วนค่าใช้จ่ายในการผลิตเพื่อเป็นต้นทุนผลิตสินค้า การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของต้นทุน ปริมาณ กำไร และวิธีวิเคราะห์เงินลงทุนเพิ่ม
 Definition and components of production cost, costing accounting system, statement of production cost, product costing, allocation of production overhead to product cost, cost-volume-profit analysis and incremental analysis.
- 782 638 การกำกับดูแลและความรับผิดชอบตามที่ 3(3-0-6)**
(Corporate Governance and Accountability)
 แนวคิดและความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการ การกำกับดูแลและความเสี่ยง บทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ความโปร่งใสของรายงานทางการเงิน การดำเนินงานและความรับผิดชอบของคณะกรรมการตรวจสอบจริยธรรมขององค์กรธุรกิจ และกรณีศึกษาการกำกับดูแลของธุรกิจในประเทศและระดับนานาชาติ
 Concepts and significance of corporate governance, corporate governance and risk, roles of stakeholders, transparency of financial reports, operation and responsibility of audit committee, business ethics, and case study of Thai and international corporate governance.
- 782 639 ระบบสารสนเทศทางการบัญชี 3(3-0-6)**
(Accounting Information System)
 ความหมายและลักษณะของระบบสารสนเทศทางการบัญชี เทคนิคในการวิเคราะห์และออกแบบระบบบัญชี ข้อพิจารณาในการเลือกฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ การวิเคราะห์และออกแบบระบบสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับงานในหน้าที่ต่าง ๆ การควบคุมระบบงานคอมพิวเตอร์ การจัดการระบบข้อมูลและความปลอดภัย ปัญหาและขั้นตอนในการออกแบบและติดตั้งระบบสารสนเทศทางการบัญชี และโปรแกรมบริหารฐานข้อมูลการวางแผนบริหารธุรกิจขององค์กร
 Definition and attribution of accounting information system, accounting system analysis and design technique, consideration in hardware and software selection, accounting program analysis and design for accounting information system in various duties, control of computer system task, data management and security, problems and processes in installation and design of accounting information system, and enterprise resource planning program.

- 782 642 การตลาดสำหรับการบริการทางการเงิน 3(3-0-6)**
(Marketing for Financial Service)
การบริการทางการเงินประเภทต่าง ๆ ทฤษฎีการรับรู้ ส่วนประสมการตลาดบริการการเงิน หลักการและคุณภาพการให้บริการ ภาพลักษณ์ตราสินค้า ทฤษฎีการเลือกใช้บริการ การใช้เทคโนโลยี ในการตลาด ให้บริการในธุรกิจการเงิน
Immersion of all financial services, perception theory, financial services marketing mix, service quality principles, brand image, digital marketing technology application for financial services.
- 782 643 ทฤษฎีการเงินสำหรับบริษัท 3(3-0-6)**
(Corporate Finance Theory)
หลักการเบื้องต้นทางการเงิน มูลค่าปัจจุบันของเงิน ความเสี่ยงและผลตอบแทน ต้นทุนทางการเงิน อัตราดอกเบี้ย การตัดสินใจทางการเงิน โครงสร้างทางการเงิน หนี้สินระยะสั้น หนี้สินระยะยาว การจัดสรรงบประมาณ การประเมินค่าสินทรัพย์ นโยบายเงินปันผล ตัวกลางทางการเงิน
Principles of finance, net present value, risk and return, cost of capital, interest, financial decision making, financial structure, short-term financing, long-term financing, capital budgeting, asset valuation, dividend policy, financial intermediaries.
- 782 644 ทฤษฎีการจัดการลงทุนและตลาดทุน 3(3-0-6)**
(Investment Theory and Capital Markets)
ทฤษฎีพอร์ตโฟลิโอ การกระจายความเสี่ยง โมเดลการตั้งราคาสินทรัพย์ ทฤษฎีการตั้งราคาแบบตามโอกาส สมมติฐานประสิทธิภาพของตลาดทุน การลงทุนระยะสั้น การตั้งราคาแบบสมเหตุสมผล ทฤษฎีความคาดหวังและความเสี่ยง ทฤษฎีการขายชอร์ต การลงทุนระยะยาว วาณิชธนกิจ การซื้อ – ขายหลักทรัพย์ การลงทุนระหว่างประเทศ การจัดการกองทุนรวม การประยุกต์ใช้หลักการลงทุน
Portfolio theory, risk diversification, capital asset pricing model, arbitrage pricing theory, efficient market hypothesis, short-term investment, rational expectation theory, prospect theory, short interest theory, long-term investment, investment banking, security trading, international investing, mutual funds management and applying principles of investment.
- 782 645 การจัดการความเสี่ยงทางการเงิน 3(3-0-6)**
(Financial Risk Management)
กระบวนการกำหนดความเสี่ยงทางการเงิน การวิเคราะห์ความเสี่ยงทางการเงิน การยอมรับและการแก้ไขความเสี่ยงทางการเงิน ความอดทนต่อความเสี่ยงทางการเงิน การกระจายความเสี่ยงทางการเงิน ความไม่แน่นอนของการตัดสินใจลงทุน ความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยน ความเสี่ยงด้านสภาพคล่องทางการเงิน ออปชั่นและฟิวเจอร์
Financial risk identification process, financial risk analysis, financial risk acceptance and remedies, financial risk tolerance, financial risk diversification, investment under uncertainty, currency exchange risk, liquidity risk, options and futures.

- 782 646 **การจัดการการเงินระหว่างประเทศ** 3(3-0-6)
(International Finance Management)
นโยบายการเงินระหว่างประเทศ พลวัตของระบบการเงินระหว่างประเทศ ความไม่สมบูรณ์ของตลาดการเงินระหว่างประเทศ ดุลการชำระเงิน การกำหนดอัตราแลกเปลี่ยน การจัดการความเสี่ยงของอัตราแลกเปลี่ยน การลงทุนโดยตรงระหว่างประเทศ แบบจำลองมันเดล-เฟลมมิง ทฤษฎีอัตราแลกเปลี่ยนที่เหมาะสม ทฤษฎีอำนาจซื้อที่เท่าเทียมกัน ทฤษฎีอัตราดอกเบี้ยที่เท่าเทียมกัน ผลกระทบของฟิชเชอร์
International finance policy, international finance dynamics, imperfection of international financial markets, balance of payment, currency exchange rate decision, currency exchange risk management, foreign direct investment, Mundell-Fleming model, optimum currency area theory, purchasing power parity theory, interest rate parity theory, Fisher effect.
- 782 691 **วิทยานิพนธ์** มีค่าเทียบเท่า 12 หน่วยกิต
(Thesis)
การจัดทำวิจัยภายใต้ระเบียบวิธีวิทยาการวิจัยและเป็นหัวข้อด้านการจัดการนวัตกรรมทางธุรกิจที่นักศึกษามีความสนใจ โดยมีอาจารย์ที่ปรึกษาเป็นผู้กำกับดูแล
Research on topics of student interest related to innovation management under the supervision of an advisor.
- 782 692 **การค้นคว้าอิสระ** มีค่าเทียบเท่า 6 หน่วยกิต
(Independent Study)
การศึกษารายบุคคลที่นักศึกษาสนใจเกี่ยวกับการแก้ปัญหาเพื่อพัฒนาโมเดลและสร้างนวัตกรรมเชิงธุรกิจ โดยอาศัยความรู้ทางระเบียบวิธีวิทยาการวิจัย
Individual study on a topic of student interest related to solution for development of business model and innovation based on research methodology.