

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2560

ชื่อหลักสูตร

ภาษาไทย:	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ภาษาอังกฤษ:	Master of Business Administration

ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

ชื่อเต็ม (ไทย):	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ชื่อย่อ (ไทย):	บธ.ม.
ชื่อเต็ม (อังกฤษ):	Master of Business Administration
ชื่อย่อ (อังกฤษ):	M.B.A.

ปรัชญา

มุ่งสร้างมหาบัณฑิตให้เป็นผู้บริหารระดับกลางและระดับสูง ที่มีความรู้ความสามารถโดยกระบวนการวิจัยเพื่อให้สามารถบุกเบิกแสวงหาความรู้ใหม่ได้อย่างมีอิสระ มีทักษะและการนำไปใช้ในการใช้เหตุผลแก้ปัญหาทางการจัดการธุรกิจ เศรษฐกิจและสังคมระหว่างประเทศ เพื่อพัฒนาธุรกิจและเศรษฐกิจของประเทศให้ทันกับสภาพที่เปลี่ยนแปลงไป อย่างมีคุณธรรม จริยธรรมต่อจรรยาบรรณวิชาชีพ มีความรับผิดชอบต่อสังคมและความผูกพันกับท้องถิ่น

วัตถุประสงค์

เพื่อผลิตมหาบัณฑิตที่มีคุณลักษณะ ดังต่อไปนี้

- มีคุณธรรม จริยธรรม มีศักยภาพในการเป็นผู้นำ มีความรับผิดชอบต่อสังคม และมีความผูกพันในการแก้ปัญหาพื้นฐานทางเศรษฐกิจของท้องถิ่น
- มีความรู้เกี่ยวกับการบริหารองค์กรควบคู่คุณธรรมจริยธรรม
- มีทักษะทางปัญญาสามารถพัฒนาตนเองและประกอบวิชาชีพได้ในการวิเคราะห์ด้านบริหารธุรกิจ สามารถแก้ไขปัญหาขององค์กรให้มีความสามารถในการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
- มีทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในทั้งบทบาทของผู้นำและบทบาทของผู้ร่วมงานและมีความรับผิดชอบต่อกลุ่ม องค์กร และสังคม

หมวดวิชาเฉพาะด้าน

หมวดวิชาเฉพาะด้านมุ่งเน้นให้นักศึกษามีความรู้ความชำนาญเฉพาะสาขา โดยสาขาวิชาเฉพาะด้านมีจำนวน 33 หน่วยกิต สำหรับแผน ก 2 มีกลุ่มวิชากำหนดให้เรียน ดังนี้

1) วิชาแกน	21 หน่วยกิต
MB11101 การจัดการทางการตลาด Marketing Management	3(3-0-6)
MB12201 การจัดการเชิงกลยุทธ์ Strategic Management	3(2-2-5)
MB13101 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ Human Resource Development	3(2-2-5)
MB14101 การบัญชีเพื่อการจัดการ Managerial Accounting	3(2-2-5)
MB14102 การจัดการทางการเงิน Financial Management	3(3-0-6)
MB15101 เศรษฐศาสตร์การจัดการ Managerial Economics	3(3-0-6)
MB16201 วิทยาระเบียบวิธีวิจัยทางการบริหารธุรกิจ Research Methodology in Business Administration	3(2-2-5)
2) กลุ่มวิชาเอก แผน ก 2	12 หน่วยกิต
2.1) วิชาเอกบังคับ	6 หน่วยกิต
ให้เลือกเรียนรายวิชาเฉพาะกลุ่มวิชา จำนวน 6 หน่วยกิต	
2.1.1) กลุ่มกลุ่มวิชาการตลาด	
MB21101 การจัดการตลาดบริการ Service Marketing Management	3(3-0-6)
MB21102 การตลาดระหว่างประเทศ International Marketing	3(3-0-6)
2.1.2) กลุ่มวิชาการจัดการ	
MB22101 การจัดการดำเนินงาน Operations Management	3(3-0-6)
MB22102 การจัดการและพฤติกรรมองค์กร	3(3-0-6)

Management and Organizational Behavior

2.1.3) กลุ่มวิชาพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

MB23101	การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ Strategic Human Resource Development	3(2-2-5)
MB23102	สัมมนาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ Seminar on Human Resource Development	3(1-3-4)

2.2) วิชาเอกเลือก 6 หน่วยกิต

ให้เลือกรายวิชาเฉพาะกลุ่มวิชา จำนวน 6 หน่วยกิต

2.2.1) กลุ่มวิชาการตลาด

MB31101	การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย Marketing Channels Management	3(3-0-6)
MB31102	การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย Advertising and Sales Promotion	3(3-0-6)
MB31103	พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer Behavior	3(3-0-6)
MB31201	การตลาดเชิงการประกอบการ Entrepreneurial Marketing	3(3-0-6)
MB31202	การบริหารตราสินค้า Brand Management	3(3-0-6)
MB31203	การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการแข่งขัน Competitive Product Design and Development	3(3-0-6)
MB31204	สัมมนาการจัดการทางการตลาด Seminar on Marketing Management	3(1-3-4)

2.2.2) กลุ่มวิชาการจัดการ

MB32101	การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ Supply Chain and Logistics Management	3(3-0-6)
MB32102	จริยธรรมทางธุรกิจและการกำกับดูแลกิจการที่ดี Business Ethics and Good Corporate Governance	3(2-2-5)
MB32103	การจัดการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ 3(3-0-6)	

	e-Business Management	
MB32104	ระบบสารสนเทศสำหรับการจัดการธุรกิจ Information System for Business Management	3(3-0-6)
MB32201	สัมมนาการจัดการทางธุรกิจ Seminar on Business Management	3(1-3-4)
MB32202	การบริหารความเปลี่ยนแปลง Change Management	3(2-2-5)
MB32203	การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ International Business Management	3(2-2-5)
MB32204	การสร้างสรรคธุรกิจและการประกอบการ Business Creation and Entrepreneurship	3(2-2-5)

2.2.3) กลุ่มวิชาพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

MB33101	องค์การแห่งการเรียนรู้ Learning Organization	3(2-2-5)
MB33102	การฝึกอบรมและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ Human Resource Training and Development	3(2-2-5)
MB33103	การจัดการความรู้ทางธุรกิจ Business Knowledge Management	3(2-2-5)
MB33104	ภาวะผู้นำและการทำงานเป็นทีม Leadership and Teamwork	3(2-2-5)
MB33201	การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ International Human Resource Development	3(2-2-5)

วิทยานิพนธ์ (สำหรับแผน ก 2)

12 หน่วยกิต

MB47201 วิทยานิพนธ์ 12 หน่วยกิต

Thesis

คำอธิบายรายวิชา

หมวดวิชาเสริมพื้นฐาน

MB04101 บัญชีการเงิน

3(3-0-6)

Financial Accounting

ความหมาย วัตถุประสงค์ ความสำคัญของการบัญชี และประโยชน์ของข้อมูลทางการบัญชี กรอบแนวคิดสำหรับรายงานทางการเงิน หลักการและวิธีการบัญชีเกี่ยวกับสินทรัพย์ หนี้สินและ ส่วนของเจ้าของ ฝึกปฏิบัติการจัดทำงบการเงินสำหรับธุรกิจบริการ ธุรกิจซื้อขายสินค้า และธุรกิจ อุตสาหกรรม และวิธีการบัญชีเกี่ยวกับระบบภาษีมูลค่าเพิ่ม

Meaning, objectives, importance of accounting and benefits of accounting information; conceptual frameworks for financial reports; asset accounting principles and procedures, liabilities and owner's equity; practicing financial statements for service business, merchandising, and manufacturing business; and accounting procedures of value-added tax system.

TE55101 ภาษาอังกฤษสำหรับบัณฑิตศึกษา

3(2-2-5)

English for Graduate Studies

ทักษะทางภาษาอังกฤษ ได้แก่ การฟัง การพูด การอ่าน และการเขียนภาษาอังกฤษ กลวิธีการอ่านภาษาอังกฤษระดับย่อหน้า และเอกสารวิชาการ สรุปใจความสำคัญของบทความย่อ งานวิจัยและเอกสารทางวิชาการ และการเขียนบทความย่องานวิจัยภาษาอังกฤษ

English language skills: listening, speaking, reading and writing; English reading strategies at the paragraph level and academic texts; reading for main ideas and summarizing research abstracts and academic texts; and research abstract writing.

หมวดวิชาแกน

MB11101 การจัดการทางการตลาด

3(3-0-6)

Marketing Management

แนวคิดและทฤษฎีทางการจัดการตลาด ขั้นตอนของการบริหารการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่งตลาด การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด การจัดองค์การ การควบคุมและการประเมินผลงานทางการตลาด

Concepts and theories of marketing management, marketing management procedures, marketing segmentation, target marketing, positioning in marketing; marketing-mix development, organization management, evaluation and control of marketing performance.

MB12201 การจัดการเชิงกลยุทธ์

3(2-2-5)

Strategic Management

แนวคิดและวิธีการในการจัดการเชิงกลยุทธ์สมัยใหม่จากมุมมองของผู้บริหาร เพื่อสร้างความสามารถทางการแข่งขันให้กับองค์กรภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลง การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร การกำหนดพันธกิจ เป้าหมายและกลยุทธ์ขององค์กรในระดับต่างๆ การนำไปปฏิบัติ การควบคุมและประเมินผลกลยุทธ์ โดยการใช้กรณีศึกษา การศึกษาภาคสนามกับองค์กรธุรกิจ และรูปแบบจำลองทางธุรกิจเป็นหลัก

Concepts and methods of modern strategic management from executive's viewpoint to create organization's competitive advantages under changing conditions; external and internal factors analysis, defining the organization's mission, goals and different levels of strategy; implementation, control and evaluation of strategies using case studies, field study in real business organization and business simulation model.

MB13101 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

3(2-2-5)

Human Resource Development

แนวคิด ทฤษฎี และหลักการ ของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ บทบาท หน้าที่และความรับผิดชอบของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ตามสถานการณ์ และขั้นตอนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ การฝึกอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อให้องค์กรเกิดความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน โดยการใช้กรณีศึกษา การศึกษาภาคสนามกับองค์กรธุรกิจ

Concepts, theories and principles of human resource development; roles, duties, responsibilities of human resource development based on situations; human resource development procedures, human resource planning, training and human resource development to create organizational competitive advantages using case studies, field study in real business organization.

MB14101 การบัญชีเพื่อการจัดการ

3(2-2-5)

Managerial Accounting

บทบาทของการบัญชีบริหารเพื่อการวางแผน การตัดสินใจ และการควบคุมการดำเนินงาน การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณและกำไร การบัญชีตามฐานกิจกรรม วิธีการจัดทำงบประมาณเพื่อการวางแผน วิธีการจัดทำงบประมาณยืดหยุ่น การวิเคราะห์ส่วนต่าง การบัญชีตามความรับผิดชอบและบาลานซ์สกอร์การ์ด ข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ บทบาทของ

การบริหารการเงินของธุรกิจ การวิเคราะห์งบการเงิน แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับความเสี่ยง และอัตราผลตอบแทน การวิเคราะห์งบจ่ายลงทุน มูลค่าของเงินตามเวลา การจัดการเงินทุนหมุนเวียน การจัดหาแหล่งเงินลงทุนระยะยาว และการประเมินมูลค่าโครงการ

Roles of managerial accounting for planning, decision making and operation control; cost-volume-profit analysis, activity-based costing, budgeting for profit planning, flexible budgeting; variance analysis, responsibility accounting and the balance scorecard; relevant cost for decision making, roles of financial management in business, financial statement analysis; fundamental concept of risk and return, investment analysis; time value of money, working capital management, , long-term financing and project valuation.

MB14102 การจัดการทางการเงิน

3(3-0-6)

Financial Management

วัตถุประสงค์ของการจัดการทางการเงิน การวิเคราะห์งบการเงิน การประเมินกระแสเงินสด งบลงทุน การพยากรณ์และงบการเงินล่วงหน้า การวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุน การวิเคราะห์สถานการณ์สมมติและการวิเคราะห์ความอ่อนไหว ต้นทุนเงินทุน แหล่งเงินทุนระยะสั้นและระยะยาว และการจัดการเงินทุนหมุนเวียน

Objectives of financial management, financial statement analysis, discounted cash flow valuation, capital budgeting; pro forma statements and forecasting, analysis of return on investment, scenario and sensitivity analysis, weighted average cost of capital, short and long term funding sources, and working capital management.

MB15101 เศรษฐศาสตร์การจัดการ

3(3-0-6)

Managerial Economics

หลักพื้นฐานทางเศรษฐศาสตร์เกี่ยวกับ อุปสงค์ อุปทานและดุลยภาพการแข่งขันของตลาด ความยืดหยุ่น ทฤษฎีการผลิต ทฤษฎีต้นทุน โครงสร้างตลาดและการกำหนดราคา การประยุกต์ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ในการตัดสินใจในการบริหาร การวิเคราะห์ฟังก์ชันอุปสงค์และค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ ขนาดผลกระทบการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรทางเศรษฐกิจ การพยากรณ์ความต้องการของผู้บริโภค ฟังก์ชันการผลิตและต้นทุนการผลิตในระยะสั้นและระยะยาว ทฤษฎีเกม การใช้โปรแกรมเชิงเส้นในการแก้ปัญหาการผลิตสินค้าหรือบริการ

Basic principles of economics in demand, supply and competitive market equilibrium, elasticity, theory of production, theory of costs; market structure and

price determination; application of economic theory for managerial decisions; analysis of demand function and elasticity, effects size of changes in economic variables, consumer demand forecasting; production function and costs of production in short and long terms; game theory, linear programming for solving production problems.

MB16201 วิทยาระเบียบวิธีวิจัยทางการบริหารธุรกิจ

3(2-2-5)

Research Methodology in Business Administration

แนวคิดและหลักการวิจัย ประเภทของการวิจัย การวางแผนการวิจัย การวิเคราะห์ปัญหาเพื่อกำหนดหัวข้อเรื่อง การทบทวนวรรณกรรม การออกแบบการวิจัย การตั้งสมมติฐาน การเก็บรวบรวมข้อมูล การทดสอบความแตกต่างประชากรสองประชากร การวิเคราะห์ความแปรปรวน การวิเคราะห์ความแปรปรวนร่วม การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร การวิเคราะห์ถดถอย และสหสัมพันธ์ การแปลความหมายค่าทางสถิติเกี่ยวกับการประมาณค่าและนัยสำคัญทางสถิติ การฝึกเขียนรายงานและบทความวิจัยเพื่อตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ

Concepts and principles of research; types of research, research planning; research problem analysis for research topic formulation, literature reviews, research design, hypothesis formulation, data collection, testing on two population mean difference, analysis of variance, analysis of covariance; correlation and regression analysis, interpretation of statistics on estimation and significant; practices of research report writing and academic articles writing for publication in academic journal.

วิชาเอกบังคับ

MB21101 การจัดการตลาดบริการ

3(3-0-6)

Service Marketing Management

แนวความคิดของการตลาดบริการ ขั้นตอนของการจัดการการตลาดของธุรกิจบริการ ความสอดคล้องระหว่างขั้นตอนของการส่งมอบการบริการกับความต้องการของลูกค้า การจัดการด้านผลิตภัณฑ์ ด้านขั้นตอน ด้านบุคลากร ด้านหลักฐานทางกายภาพ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด การสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร การประเมิน การจัดการองค์การและการควบคุมคุณภาพการบริการ

Service marketing concepts, procedures of management of service business marketing, relevance of service delivery with customer needs, managing product, processes, people, physical evidence, price, place, and promotion;

integrative marketing communication, evaluating organization and controlling service quality.

MB21102 การตลาดระหว่างประเทศ 3(3-0-6)

International Marketing

หลักการ แนวคิด ทฤษฎี และวิธีดำเนินการเกี่ยวกับการนำเข้า การส่งออกและการลงทุนในต่างประเทศ การร่วมทุน การวิเคราะห์และการแก้ปัญหาเกี่ยวกับภาวะแวดล้อมที่มีผลต่อการจัดการทางการตลาดระหว่างประเทศ

Principles, concepts, theories and procedures of import-export in foreign countries, joint venture, analysis and problem-solving of environmental conditions influencing international marketing management.

MB22101 การจัดการดำเนินงาน 3(3-0-6)

Operations Management

หลักพื้นฐานและเทคนิคในการจัดการดำเนินงานของธุรกิจในอุตสาหกรรมการผลิตสินค้าและบริการ การจัดการกลยุทธ์การปฏิบัติการระดับองค์กรจนถึงระดับหน่วยงานในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจต่างๆ เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน การจัดการกำลังการผลิต การวิเคราะห์ทำเลที่ตั้ง การออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการ การจัดการกระบวนการ การจัดการสถานประกอบการ การเพิ่มผลิตภาพ การวางแผนการผลิตและบริการ การกำหนดลำดับงาน การจัดการคุณภาพ การจัดการสินค้าคงคลัง การจัดการด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน การจัดการเทคโนโลยีและสารสนเทศ ด้านการจัดการดำเนินงาน การจัดงานให้กับทรัพยากรมนุษย์ การจัดการซ่อมบำรุง และการจัดการปฏิบัติการในระดับโลก

Fundamental, principles concepts and techniques in goods and services industries; Managing operations strategy in business from organization to work units within various business environments for creating competitive advantages; Production capacity management, location analysis, product and service design, process management; facility management, productivity improvement, manufacturing and service planning, scheduling, quality management, inventory management, logistics and supply chain management, technology and information system management, human resource assignment, maintenance management and global operations management.

MB22102 การจัดการและพฤติกรรมองค์การ

3(3-0-6)

Management and Organizational Behavior

พฤติกรรมมนุษย์ในองค์การในรูปของปัจเจกบุคคลและกลุ่มที่มีต่อการพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงานภายในองค์การ ทฤษฎีองค์การ ทฤษฎีมนุษยสัมพันธ์ การบริหารจัดการทีมงาน การบริหารเพื่อการเปลี่ยนแปลงในองค์การ การพัฒนาองค์การ การบริหารองค์การสมัยใหม่ การบริหารความขัดแย้ง การบริหารจัดการความเครียดและการสร้างความสุขในการทำงานด้วยหลักพุทธธรรม

Human behavior in organization in terms of individual and group affecting the work efficiency development; organization theory, human relations theory; teamwork management, organization change management, organization development; modern organization management, conflict management, stress management and happiness building in workplace based on Buddhist moral code.

MB23101 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์

3(2-2-5)

Strategic Human Resource Development

กลยุทธ์ในการจัดการองค์การ กลยุทธ์สภาพแวดล้อมขององค์การ โครงสร้างการดำเนินงาน ธุรกิจ นโยบายและกลยุทธ์ด้านทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ กระบวนการและขั้นตอนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ กลยุทธ์การพยากรณ์ ทรัพยากรมนุษย์ เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนอาชีพเชิงกลยุทธ์ (Career Planning) และการจัดเตรียมกำลังคนเพื่อสืบทอดตำแหน่ง (Succession Planning) โดยการใช้กรณีศึกษา การศึกษาภาคสนามกับองค์การธุรกิจ

Organization management strategies, organization environment strategies, structure of business operations;, human resource policies and strategies, human resource development, important factors influencing human resource development; processes and procedures in human resource development; strategies for human resource forecasting for use in strategic career planning, and succession planning using case studies, field study in real business organization.

MB23102 สัมมนาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

3(1-3-4)

Seminar on Human Resource Development

วิธีการจัดการสัมมนาประเด็นทางด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ แนวโน้มและ เทคนิคสมัยใหม่ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ รวมถึงประเด็นหรือปัญหาในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

Methods of organizing seminars on human resource development issues; trends and modern techniques in human resource development as well as problems or issues in human resource development.

วิชาเอกเลือก

MB31101 การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย 3(3-0-6)

Marketing Channels Management

แนวคิด ทฤษฎี และวิธีดำเนินการเกี่ยวกับช่องทางการตลาด การออกแบบช่องทางสมาชิกในช่องทางการตลาด การจูงใจสมาชิกในช่องทาง การบูรณาการแนวดิ่ง พันธมิตร การค้าส่ง และการค้าปลีก แฟรนไชส์ การบริหารโซ่อุปทาน การบริหารโลจิสติกส์ และการประเมินผลงานของช่องทางการตลาด

Concepts, theories and operations of marketing channels; designing marketing channels, member channels, member motivation channel, vertical integration, alliances; wholesale and retail, franchise, supply chain management, logistics management, and evaluation of marketing channel performance.

MB31102 การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย 3(3-0-6)

Advertising and Sales Promotion

ความสำคัญของการตลาด การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย บทบาทของการตลาด พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายเพื่อกำหนดแผนงานกลยุทธ์การทำโฆษณาและการส่งเสริมการขาย การรณรงค์สร้างสรรค์การวางแผนเกี่ยวกับการใช้สื่อ การกำหนดวัตถุประสงค์ งบประมาณและการประเมินผลการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย กฎระเบียบและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย

Importance of marketing, advertising and sales promotion, roles of marketing; target group behavior for setting plans of advertising and sales promotion campaigns; creative campaign of media using plan; setting of objectives, budget and evaluation of advertising and sales promotion, regulations and laws related to advertising and sales promotion.

MB31103 พฤติกรรมผู้บริโภค

3(3-0-6)

Consumer Behavior

แนวคิดและทฤษฎีของพฤติกรรมผู้บริโภค แรงจูงใจ การเรียนรู้และการรับรู้ของผู้บริโภค ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจการตลาด การกำหนดกลยุทธ์และส่วนประสมทางการตลาดให้สอดคล้องกับกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค

Concepts and theories of consumer behavior; motivation, learning and perception of consumers; factors affecting customers' decision-making process; factors affecting the alignment of marketing; strategies and marketing mix relevant to the customers' decision-making process.

MB31201 การตลาดเชิงการประกอบการ

3(3-0-6)

Entrepreneurial Marketing

ความเป็นสามัญ การสัมผัสของการตลาด ความแตกต่างและการสัมผัสของการตลาดกับการประกอบการ กลยุทธ์และเทคนิคการตลาดสำหรับธุรกิจใหม่และธุรกิจขนาดเล็ก โดยเน้นที่เครื่องมือการตลาดที่มีนวัตกรรม มีความยืดหยุ่นและมีต้นทุนต่ำ

Commonalities, marketing entrepreneurial interface, differences and interface marketing and operation, marketing strategy and techniques for start-up and small businesses, emphasizing innovative flexible and low-cost tools.

MB31202 การบริหารตราสินค้า

3(3-0-6)

Brand Management

แนวคิดของกระบวนการสร้างและจัดการตราสินค้าตามแนวคิดการสร้างตราสินค้า การพัฒนาและการวางตำแหน่งตราสินค้า การสื่อสารผ่านตราสินค้า การสร้างความแตกต่างผลิตภัณฑ์ด้วยตราสินค้า การสร้างความเชื่อมโยงของตราสินค้า ภาพลักษณ์ของตราสินค้า กลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างตราสินค้า การสร้างความภักดี ความเที่ยงธรรมต่อตราสินค้า กฎหมายเกี่ยวกับลิขสิทธิ์ สิทธิบัตรและทรัพย์สินทางปัญญา

Concepts of building and process of brand management bases on brand building concept; brand positioning and development, communication through brand, differentiating products using brand, association brand building, brand image strategies related to brand building; brand loyalty, brand equity; laws of copyrights, and intellectual property.

MB31203 การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการแข่งขัน 3(3-0-6)

Competitive Product Design and Development

วิธีการสำรวจความต้องการของตลาด ออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า การกำหนดเทคนิคในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน การทำแบบจำลองผลิตภัณฑ์ และปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์

Surveying methods of market needs; designing product based on the customer needs, identifying techniques for product development to achieve competitive advantage; generating prototype of products, and factors influencing product development.

MB31204 สัมมนาการจัดการทางการตลาด 3(1-3-4)

Seminar on Marketing Management

ความคิดทางการตลาดและปรากฏการณ์ทางการตลาด การวิเคราะห์ผลงานวิจัยด้านการจัดการตลาดที่มีอยู่ในปัจจุบัน รวมถึงวิธีการและปรัชญาที่ประยุกต์ใช้ในการวิจัยเชิงการจัดการ การเขียนรายงานและนำเสนอผลงาน การพัฒนาทักษะด้านการวิเคราะห์และการวางทางการตลาด

Marketing ideas and phenomena, analysis of current research papers in the area of marketing management as well as methods and philosophies applied to managerial research; development of analysis report writing and presentation skills in marketing analysis and planning.

MB32101 การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ 3(3-0-6)

Supply Chain and Logistics Management

แนวคิดและเครื่องมือที่ใช้ในการบริหารโซ่อุปทานเพื่อสร้างมูลค่าและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงความต้องการของผู้บริโภค การจัดการการไหลเวียนของปัจจัยการผลิตและข้อมูลในหน่วยธุรกิจ ตั้งแต่แหล่งวัตถุดิบจนถึงผู้บริโภค การวางแผนการผลิต การวางแผนสินค้าคงคลัง การวางแผนและออกแบบโครงข่ายของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และการประเมินทางการเงินเพื่อการตัดสินใจเกี่ยวกับโซ่อุปทานและโลจิสติกส์

Concepts and tools using in supply chain management to raise business value and to changing consumers' demand; managing the flow of production factors and information in business units from raw materials to consumers; production

planning, inventory planning, network of information technology system planning and designing; and financial evaluation for decision making of supply chain and logistics.

MB32102 จริยธรรมทางธุรกิจและการกำกับดูแลกิจการที่ดี 3(2-2-5)

Business Ethics and Good Corporate Governance

หลักและแนวคิดทางด้านคุณธรรม จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคมในการดำเนินธุรกิจ หลักปฏิบัติและความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การนำหลักจริยธรรมมาใช้ในการตัดสินใจทางธุรกิจ ขอบจำกัดของการนำระบบจริยธรรมมาใช้ การกำกับดูแลกิจการ การเปรียบเทียบระหว่าง กลไกการกำกับดูแลภายในและภายนอก บทบาทและจริยธรรมของผู้บริหารและคณะกรรมการบริษัท การคุ้มครองสิทธิของผู้ถือหุ้น กฎหมายและหน่วยกำกับเพื่อส่งเสริมการกำกับดูแลกิจการ กรณีศึกษาเกี่ยวกับประเด็นทางจริยธรรมทางธุรกิจและการกำกับดูแลกิจการที่ดีในองค์การธุรกิจ

Principles and concepts of moral, ethics and social responsibility in business operations; practical principles and accountability to stakeholders; applying moral and ethical principles in business decision making; constraints of application of ethical system, good corporate governance; comparison between internal and external corporate governance mechanisms; roles and ethics of executives and Board of Directors; protection of the shareholder's right, law and monitoring units to promote corporate governance; case studies related to the issues of business ethics and good corporate governance in business organization

MB32103 การจัดการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ 3(3-0-6)

e-Business Management

กระบวนทัศน์ใหม่ของธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ การดำเนินการออนไลน์ในองค์การธุรกิจ บนเครือข่ายระบบเศรษฐกิจใหม่ เทคโนโลยีสารสนเทศกับงานธุรกรรมออนไลน์ การดำเนินการภายในองค์การภายใต้อินเทอร์เน็ต การเชื่อมประสานพันธมิตรธุรกิจ การแลกเปลี่ยนข้อมูลวิสัยทัศน์ของผู้บริหารกับการดำเนินการธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ แนวโน้มในอนาคตกับงานธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์และผลกระทบต่อสังคม

New paradigm in electronic business; online business operation in new economy system network; information technology and online transactions; operation within organization under intranet system, business alliance connection, vision data

exchange of executives and electronic transaction; trends in electronic business and social impacts.

MB32104 ระบบสารสนเทศสำหรับการจัดการธุรกิจ 3(3-0-6)

Information System for Business Management

แนวคิดเกี่ยวกับระบบสารสนเทศ ความหมายของข้อมูล สารสนเทศ ความรู้ และปัญญา ความสำคัญของการนำระบบสารสนเทศมาใช้ในการจัดการธุรกิจ ความสัมพันธ์ระหว่างระบบสารสนเทศและระดับการบริหารงานในองค์กร การระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ ระบบสนับสนุนการตัดสินใจ ระบบสารสนเทศสำหรับผู้บริหาร คลังข้อมูลและธุรกิจอัจฉริยะ ระบบผู้เชี่ยวชาญ เทคโนโลยีสารสนเทศและการประยุกต์ใช้ในงานด้านต่าง ๆ ในธุรกิจ และแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับระบบสารสนเทศ

Information system concepts, meanings of data, information, knowledge, and wisdom; importance of implementing information system in business management; relationship between information system and organization level, management information system, decision support system, executive information system, data warehouse and business intelligence, expert system; information technology and business application, and concepts and theories related to information system.

MB32201 สัมมนาการจัดการทางธุรกิจ 3(1-3-4)

Seminar on Business Management

ประเด็นด้านการจัดการธุรกิจที่กำลังเกิดขึ้นในปัจจุบัน การวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ การพิจารณาทางเลือกในการแก้ปัญหาโดยอาศัยทฤษฎีทางด้านบริหารธุรกิจเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมในการประกอบธุรกิจ

Current issues in business management, analysis of problems in business operations; recommendations for problem solving by applying the business management theories responsible for business environment changes

MB32202 การบริหารความเปลี่ยนแปลง 3(2-2-5)

Change Management

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการบริหารการเปลี่ยนแปลงในองค์กร กลยุทธ์และกระบวนการเปลี่ยนแปลงในองค์กร การต่อต้านการเปลี่ยนแปลง ภาวะผู้นำและการเปลี่ยนแปลง

เครื่องมือ เทคนิค และทักษะในการบริหารการเปลี่ยนแปลง การประเมินและติดตามการเปลี่ยนแปลง และกรณีศึกษาเกี่ยวกับการบริหารการเปลี่ยนแปลงในองค์การธุรกิจ

Change management concepts and related theories; strategies and processes in organization, resistance to change, leadership and change, tools, techniques and skills in change management, evaluation and monitor changes; and case studies related to change management in business organization.

MB32203 การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ 3(2-2-5)

International Business Management

หลักการ แนวความคิด และแนวทางในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ ทฤษฎีการค้า และการลงทุนระหว่างประเทศ สภาพแวดล้อมที่สำคัญของการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจรูปแบบต่างๆ กลยุทธ์การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ การวิเคราะห์ปัญหา และจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ

Principles, concepts and approach of international business management, international trade and investment theories, important environments in conducting international business, global economic blocs, international business strategy, analysis of problems and ethics issues in international business

MB32204 การสร้างสรรค์ธุรกิจและการประกอบการ 3(2-2-5)

Business Creation and Entrepreneurship

ภาวะการเป็นผู้ประกอบการ การจัดตั้งและการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ การแสวงหาโอกาสทางธุรกิจด้วยนวัตกรรมทางธุรกิจ การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของธุรกิจ แผนธุรกิจ การประเมินมูลค่าของธุรกิจ การนำความคิด ศักยภาพของคน และทรัพยากรในองค์การนำไปสู่การปฏิบัติ

Entrepreneurship, establishing and starting new business venture, discovering new business opportunities, business feasibility analysis, business plan, evaluation of business value; mobilizing business idea, human resource potentiality and corporate resources to practicing in real business.

MB33101 องค์การแห่งการเรียนรู้

3(2-2-5)

Learning Organization

ทฤษฎีการเรียนรู้ ทฤษฎีและมุมมองเกี่ยวกับองค์การแห่งการเรียนรู้ อุปสรรคของการเรียนรู้ของบุคคล กลุ่มและองค์การ การจัดการการเรียนรู้ การปฏิบัติกระบวนการและกลยุทธ์ในการพัฒนาองค์การแห่งการเรียนรู้

Learning theories, learning organization theories and perspectives; learning obstacles of individual, group, and organization; learning management; practices of strategy and processes of learning organization development.

MB33102 การฝึกอบรมและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

3(2-2-5)

Human Resource Training and Development

แนวคิด ทฤษฎี ความหมาย วัตถุประสงค์ ประโยชน์ของการฝึกอบรม และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การหาความจำเป็นในการฝึกอบรม วิธีและเทคนิคการฝึกอบรม ขั้นตอนการฝึกอบรม การเขียนโครงการฝึกอบรม การบริหารโครงการฝึกอบรม การประเมิน และติดตามผลการฝึกอบรม การสร้างบรรยากาศในการฝึกอบรม กิจกรรมเสริมสร้างการฝึกอบรมและพัฒนา การฝึกอบรม และพัฒนาทรัพยากรมนุษย์รายบุคคล กลุ่ม และองค์การ เพื่อสร้างรายได้เปรียบเชิงการแข่งขันให้แก่องค์การ

Concepts, theories, meaning, objectives, benefits of training and human resource development; training needs, training methods and techniques, training procedures, training projects writing, training project administration, training evaluation and follow-up; building training climate, training and development activities reinforce, training and individual, group and organizational development to create organizational competitive advantages.

MB33103 การจัดการความรู้ทางธุรกิจ

3(2-2-5)

Business Knowledge Management

แนวคิด ทฤษฎี หลักการความหมาย ความสำคัญ และประเภทของความรู้ ระดับความรู้ การจัดการความรู้ บทบาทของการจัดการความรู้ต่อองค์การ กระบวนการจัดการความรู้ และการจัดเก็บความรู้ การสร้างเครือข่ายการจัดการความรู้ องค์การแห่งการเรียนรู้ กรณีศึกษาการจัดการความรู้ในองค์การธุรกิจ

Concepts, theories, principles, meaning and importance of knowledge; knowledge level, knowledge management, roles of knowledge management on

organization; process and storage of knowledge management, building network of knowledge management, learning organization; case studies of knowledge management in business organization.

MB33104 ภาวะผู้นำและการทำงานเป็นทีม 3(2-2-5)

Leadership and Teamwork

แนวคิด ทฤษฎีภาวะผู้นำและการทำงานเป็นทีม ความหมาย และความสำคัญของทีม การสร้างทีมงาน บทบาท คุณลักษณะ ภาวะผู้นำ และประเภทของภาวะผู้นำ เทคนิคการจูงใจ การสร้างมนุษยสัมพันธ์ การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ การเสริมสร้าง และพัฒนาภาวะผู้นำ จริยธรรมของผู้นำ การบริหารความขัดแย้ง และการบริหารเวลา โดยการใช้กรณีศึกษาหรือการศึกษาภาคสนามกับองค์การธุรกิจ

Concepts, theories of leadership and teamwork, meaning and importance of the team; team building, roles, characteristics, leadership and types of leadership; motivation techniques, building human relations, effective communication, strengthening and developing leadership; ethics of leaders, conflict management and time management using case studies or field study in real business organization.

MB33201 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ 3(2-2-5)

International Human Resource Development

แนวคิด หลักการ และขั้นตอนของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ การบริหารแรงงานสัมพันธ์ระหว่างประเทศ แนวคิดและวัฒนธรรม การทำงานข้ามชาติ ปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์การที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม การวิเคราะห์แนวโน้มของสถานการณ์และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ โดยการใช้กรณีศึกษา หรือการศึกษาภาคสนามกับองค์การธุรกิจ

Concepts, principles and procedures of international human resource development, international human resources planning, international labor management; concepts and cross-national working, problems and obstacles in managing cultural diversity, analysis of trends and factors affecting international human resource development using case studies or field study in real business organization.

MB47201 วิทยานิพนธ์

12 หน่วยกิต

Thesis

การวิจัยเพื่อสร้างความรู้ใหม่ในสาขาการบริหารธุรกิจหรือการแก้ปัญหาในสาขาดังกล่าว การนำเสนอผลวิทยานิพนธ์ และการเขียนรายงานวิจัยเพื่อเผยแพร่ รวมถึงมีจริยธรรมในการทำวิจัย และจริยธรรมในการเผยแพร่ผลงาน

Research focusing on building new knowledge in business administration field or solving problems in this field; presenting thesis findings and publishing research article, as well as ethics in doing academic research and publication.

**แผนการจัดการเรียนการสอนตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการ**

ภาคเรียนที่ 1/60	ภาคเรียนที่ 2/60
MB11101 การจัดการทางการตลาด 3(3-0-6)	MB15101 เศรษฐศาสตร์การจัดการ 3(3-0-6)
MB13101 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ 3(2-2-5)	MB14102 การจัดการทางการเงิน 3(3-0-6)
MB14101 การบัญชีเพื่อการจัดการ 3(2-2-5)	xxxxxxx วิชาเอกบังคับ 3 หน่วยกิต
xxxxxxx วิชาเอกเลือก 3 หน่วยกิต	xxxxxxx วิชาเอกเลือก 3 หน่วยกิต
รวม 12 หน่วยกิต	รวม 12 หน่วยกิต
ภาคเรียนที่ 1/61	ภาคเรียนที่ 2/61
MB12201 การจัดการเชิงกลยุทธ์ 3(2-2-5)	xxxxxxx วิชาเอกเลือก 3 หน่วยกิต
MB16201 วิทยาระเบียบวิธีวิจัย ทางการบริหารธุรกิจ 3(2-2-5)	MB56401 วิทยานิพนธ์ 6 หน่วยกิต
MB47201 วิทยานิพนธ์ 6 หน่วยกิต	
รวม 12 หน่วยกิต	รวมหน่วยกิต 9 หน่วยกิต