

**รายละเอียดหลักสูตร**  
**หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด**  
**(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559)**

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา : มหาวิทยาลัยธนบุรี  
ภาควิชา/คณะ : สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ

**หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป**

**1. รหัสและชื่อหลักสูตร**

รหัสหลักสูตร : 25500901104628  
ภาษาไทย : หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด  
ภาษาอังกฤษ : Bachelor of Business Administration Program in Marketing

**2. ชื่อปริญญาและชื่อสาขาวิชา**

ชื่อเต็มภาษาไทย : บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)  
ชื่อย่อภาษาไทย : บธ.บ. (การตลาด)  
ชื่อเต็มภาษาอังกฤษ : Bachelor of Business Administration (Marketing)  
ชื่อย่อภาษาอังกฤษ : B.B.A. (Marketing)

**3. วิชาเอก (ถ้ามี)**

ไม่มี

**4. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร**

เรียนไม่น้อยกว่า 129 หน่วยกิต

**5. รูปแบบของหลักสูตร**

**5.1 รูปแบบ**

หลักสูตรระดับปริญญาตรี ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552  
หลักสูตร 4 ปี

**5.2 ภาษาที่ใช้**

ภาษาไทย

**5.3 การรับเข้าศึกษา**

รับนักศึกษาไทย และนักศึกษาต่างประเทศที่สามารถใช้ภาษาไทยได้เป็นอย่างดี

**5.4 ความร่วมมือกับสถาบันอื่น**

เป็นหลักสูตรเฉพาะของมหาวิทยาลัยธนบุรี

**5.5 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา**

ให้ปริญญาเพียงสาขาวิชาเดียว

**6. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร**

6.1 หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559 นำเสนอคณะกรรมการประจำคณะวิชาครั้งที่ 1/2558 วันที่ 10 สิงหาคม 2558 ครั้งที่ 2 วันที่ 28 สิงหาคม 2558 นำเสนอคณะกรรมการพิจารณาร่างหลักสูตรโดยผู้ทรงคุณวุฒิ ครั้งที่ 1/2558 วันที่ 2 กันยายน 2558 และครั้งที่ 2/2558 วันที่ 5 กันยายน 2558

6.2 เริ่มใช้หลักสูตร ในภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2559

6.3 สภาวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรีได้พิจารณาถ้อยแถลงของหลักสูตร ในการประชุม ครั้งที่ 4/2558 วันที่ 8 กันยายน 2558

6.4 สภามหาวิทยาลัยธนบุรี อนุมัติหลักสูตร ในการประชุมครั้งที่ 4/2558 วันที่ 20 กันยายน 2558

## 7. ความพร้อมในการเผยแพร่หลักสูตรคุณภาพและมาตรฐาน

หลักสูตรมีความพร้อมในการเผยแพร่คุณภาพและมาตรฐานตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ ระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ ปีการศึกษา 2561

## 8. อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

- (8.1) ผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจของตนเอง
- (8.2) กรรมการผู้จัดการ
- (8.3) ผู้บริหาร
- (8.4) ผู้อำนวยการ
- (8.5) ที่ปรึกษาด้านการพยากรณ์การตลาด
- (8.6) ผู้จัดการการตลาด
- (8.7) ผู้จัดการงานขาย
- (8.8) ผู้จัดการด้านส่งเสริมการตลาด
- (8.9) ผู้จัดการผลิตภัณฑ์และตราสินค้า
- (8.10) ผู้จัดการช่องทางการจัดจำหน่าย
- (8.11) ผู้จัดการด้านการค้าปลีกและค้าส่ง
- (8.12) ผู้จัดการตลาดระหว่างประเทศ
- (8.13) ผู้จัดการตลาดสินค้าอุตสาหกรรม
- (8.14) ผู้จัดการตลาดสินค้าเกษตร
- (8.15) ผู้จัดการตลาดบริการ
- (8.16) ผู้จัดการสารสนเทศทางการตลาด
- (8.17) ผู้จัดการตลาดลูกค้าสัมพันธ์ การตลาดเพื่อสังคม
- (8.18) นักการตลาดดิจิทัล
- (8.19) พนักงานฝ่ายการตลาดในหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

## 9. สถานที่จัดการเรียนการสอน

- 9.1 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี  
เลขที่ 248 ซอยเพชรเกษม 110 แขวงหนองค้างพลู เขตหนองแขม กรุงเทพฯ 10160
- 9.2 ศูนย์ศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรี วิทยาลัยเทคโนโลยีศรีวัฒนาบริหารธุรกิจ  
เลขที่ 29 ซอยสุขุมวิท 64/1 แขวงบางจาก เขตพระโขนง กรุงเทพฯ 10260

## 10. สถานการณ์ภายนอกหรือการพัฒนาที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนหลักสูตร

### 10.1 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางเศรษฐกิจ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 – 2559) และแผนพัฒนา การศึกษาระดับอุดมศึกษา ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 – 2549) ตลอดจนนโยบาย 15 ปี ของสำนักงาน คณะกรรมการการอุดมศึกษาได้เน้นยุทธศาสตร์การพัฒนาคนสู่สังคมการเรียนรู้ตลอดชีวิต ดังนั้น มหาวิทยาลัยจะต้องผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ทางวิชาการ วิชาชีพ มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์ มีทักษะการทำงานจากการปฏิบัติจริง สามารถแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง สามารถใช้ภาษาต่างประเทศเพื่อ การสื่อสารได้ การ ตลอดจนการเปิดการค้าเสรี (FTA) การรวมกลุ่มของประเทศในภูมิภาคเอเชียเพื่อสร้าง

ความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ ซึ่งจะพบว่าภาวะเศรษฐกิจ การพัฒนาทางเศรษฐกิจ เป็นตัวกำหนดรายได้ของบุคคล บุคคลหรือประชากรศาสตร์จะประกอบเป็นตลาดขึ้นมาได้นั้น บุคคลเหล่านั้นต้องมีอำนาจซื้อ ซึ่งปัจจัยที่เกี่ยวข้องมีอิทธิพลต่อระบบการตลาด ได้แก่ ขั้นตอนของวัฏจักรธุรกิจ ภาวะเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ย การว่างงาน และรายได้ของผู้บริโภค เป็นต้น ซึ่งนักการตลาดจะต้องนำความรู้ด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมาพัฒนาประสิทธิภาพขององค์การให้สูงขึ้น เป็นการสร้างความสามารถในการแข่งขันให้แก่องค์การ ทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศ

## 10.2 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางสังคมและวัฒนธรรม

ความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารทำให้การรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของประชาชน โดยเฉพาะนักเรียน นักศึกษาเป็นไปได้อย่างรวดเร็วโดยปราศจากการกั้นกรง มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างสังคมและวัฒนธรรม ด้านการดำเนินชีวิต ค่านิยม การเรียนรู้ บทบาทของการตลาดในสังคม คุณภาพชีวิตของบุคคลในสังคม บทบาทของสตรี ค่านิยมในวัฒนธรรม เทคโนโลยีสารสนเทศทางการตลาด และจริยธรรมทางการตลาด

**11. ผลกระทบจาก ข้อ 10.1 และ 10.2 ต่อการพัฒนาหลักสูตรและความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน**

### 11.1 การพัฒนาหลักสูตร

เพื่อให้ธุรกิจสามารถพัฒนาและปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ธุรกิจ/หน่วยงานทุกแห่ง จึงจำเป็นต้องมีนักการตลาดที่มีความสามารถในการวางแผน ดำเนินการ และรับผิดชอบงานด้านการตลาด ซึ่งจะเป็ตัวกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของธุรกิจ เพราะการตลาดเป็นกิจกรรมที่สำคัญในการสร้างรายได้ ได้แก่ หน่วยการผลิต และการตลาดทุกแขนง ทั้งระดับท้องถิ่น ชาติ นานาชาติ และระดับโลก

จากผลกระทบของสถานการณ์ภายนอกจึงจำเป็นต้องพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดในเชิงรุก มุ่งเน้นการสร้างบัณฑิตให้มีความรู้ ความสามารถทางการตลาด มีคุณธรรม และทักษะทางปัญญา การคิดวิเคราะห์ การสื่อสารและการสร้างสัมพันธ์ภาพกับผู้เกี่ยวข้อง ตลอดจนมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยต้องปฏิบัติตนอย่างมีอาชีพ มีคุณธรรม จริยธรรม ซึ่งเป็นไปตามนโยบายและวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัยธนบุรี

### 11.2 ความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

ผลกระทบจากสถานการณ์ หรือการพัฒนาทางสังคมและวัฒนธรรมที่ทำให้มหาวิทยาลัยต้องพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดมุ่งสู่การสร้างบัณฑิตที่มีความรู้ ความสามารถ สามารถปรับเปลี่ยนไปตามการเปลี่ยนแปลงทางการตลาด เน้นและส่งเสริมถึงคุณธรรม จริยธรรมทางวิชาชีพการตลาด ซึ่งการพัฒนาหลักสูตรจะต้องอยู่ภายใต้พันธกิจของมหาวิทยาลัย ได้แก่ การผลิตบัณฑิตและพัฒนาบุคลากร การศึกษาวิจัย การบริการทางวิชาการแก่สังคม การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

**12. ความสัมพันธ์กับหลักสูตรอื่นที่เปิดสอนในคณะ/ภาควิชาอื่นของสถาบัน**

#### 12.1 กลุ่มวิชา/รายวิชาในหลักสูตรนี้ที่เปิดสอนร่วมกับคณะ/สาขาวิชา/หลักสูตรอื่น

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ใช้ร่วมกันทุกหลักสูตรของมหาวิทยาลัย กลุ่มวิชาแกนใช้เรียนร่วมกันทุกหลักสูตรของคณะบริหารธุรกิจ

#### 12.2 กลุ่มวิชา/รายวิชาในหลักสูตรนี้ที่เปิดสอนให้สาขาวิชา/หลักสูตรอื่นต้องมาเรียน

หมวดวิชาเฉพาะด้าน กลุ่มวิชาเอกเลือกบังคับสาขาวิชาการตลาด นักศึกษาสาขาวิชา/หลักสูตรอื่น สามารถลงทะเบียนเรียนเป็นวิชาเอกเลือกบังคับได้

### 12.3 การบริหารจัดการ

ดำเนินการโดยอาจารย์ประจำหลักสูตร ซึ่งมีหัวหน้าสาขาเป็นผู้รับผิดชอบหลัก ต้องทำงานประสานกับคณะกรรมการบริหารธุรกิจ การดำเนินงานด้านวิชาการอยู่ภายใต้กฎเกณฑ์ของสำนักวิชาการ มหาวิทยาลัยธนบุรี

## หมวดที่ 2

### ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร

#### 1. ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

##### 1.1 ปรัชญา

“มุ่งผลิตบัณฑิต เพื่อพัฒนางานด้านการตลาดอย่างสร้างสรรค์ ก้าวล้ำเทคโนโลยี อย่างมีคุณธรรม”

##### 1.2 วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1.2.1 เพื่อผลิตบัณฑิตในสาขาวิชาการตลาดให้มีความรู้ ความเข้าใจ มีสมรรถนะ (Core Competency) และความสามารถ (Ability) ความรู้และประสบการณ์ในการทำงานทางการตลาด และสามารถนำความรู้ไปใช้ในการพัฒนาตนเองและหน่วยงานหรือสถาบันที่เกี่ยวข้อง

1.2.2 เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีคุณธรรม และจรรยาบรรณในวิชาชีพ สามารถนำความรู้ทางการตลาด ไปประยุกต์และประกอบอาชีพด้านการวางแผน การจัดระบบงาน การเป็นนักการตลาดที่ดี และมีประสิทธิภาพ

1.2.3 เพื่อพัฒนาคุณลักษณะและคุณสมบัติของบัณฑิตในสาขาวิชาการตลาดให้มีความรู้ด้านเทคโนโลยี เป็นที่ยอมรับในหน่วยงานภาครัฐและเอกชน รวมถึงระดับสากลอย่างกว้างขวาง

#### 2. แผนพัฒนาปรับปรุง

แผนการพัฒนา/เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
- ปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด ให้มีมาตรฐานตามที่ สกอ. กำหนด สอดคล้องกับพันธกิจของมหาวิทยาลัย และความต้องการของธุรกิจทั่วไป	- พัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ ระดับอุดมศึกษาแห่งชาติตามที่ สกอ. กำหนด สอดคล้องกับพันธกิจของมหาวิทยาลัย และความต้องการของธุรกิจทั่วไป - ติดตามประเมินหลักสูตรอย่างสม่ำเสมอ	- จำนวนนักวิชาการ/ผู้ทรงคุณวุฒิทั้งภาครัฐและเอกชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาหลักสูตร จำนวน 5 ท่าน - เอกสารปรับปรุงหลักสูตร - รายงานผลการประเมินของหลักสูตร

แผนการพัฒนา/เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
- ปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจ และการเปลี่ยนแปลงในด้านการตลาดสมัยใหม่	- ติดตามความเปลี่ยนแปลงในความต้องการผู้ประกอบการด้านการตลาด	- รายงานผลการประเมินความพึงพอใจในการใช้บัณฑิตของสถานประกอบการ - ความพึงพอใจในทักษะความรู้ ความสามารถในการทำงานของบัณฑิต โดยเฉลี่ยในระดับดี
- พัฒนาบุคลากรด้านการเรียนการสอนและบริการวิชาการ ให้มีประสบการณ์จากการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการให้คำปรึกษาทางธุรกิจ	- สนับสนุนบุคลากรด้านการเรียนการสอนให้ทำงานบริการวิชาการแก่องค์กรภายนอก	- ปริมาณงานบริการวิชาการต่ออาจารย์ในหลักสูตร

### หมวดที่ 3

#### ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร

##### 1. ระบบการจัดการศึกษา

###### 1.1 ระบบ

การจัดการศึกษาเป็นแบบทวิภาค โดยระยะเวลาศึกษาใน 1 ปีการศึกษาแบ่งออกเป็นภาคการศึกษาปกติ 2 ภาคการศึกษา และภาคฤดูร้อน 1 ภาคการศึกษา

###### 1.2 การจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน

มีการจัดการเรียนการสอนภาคฤดูร้อน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับพิจารณาของคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

###### 1.3 การเทียบเคียงหน่วยกิตในระบบทวิภาค

ไม่มี

##### 2. การดำเนินการหลักสูตร

###### 2.1 วัน-เวลาในการดำเนินการเรียนการสอน

ภาคการศึกษาที่ 1	เดือนมิถุนายน	- กันยายน
ภาคการศึกษาที่ 2	เดือนพฤศจิกายน	- กุมภาพันธ์
ภาคเรียนฤดูร้อน	เดือนมีนาคม	- พฤษภาคม

###### 2.2 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

###### 2.2.1 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษาในหลักสูตร 4 ปี

1) สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) หรือเทียบเท่า

2) ไม่เป็นโรคติดต่อร้ายแรง และแพทย์มีความเห็นว่ามีสุขภาพเหมาะสมที่จะเข้าศึกษาได้

3) ไม่มีความประพฤติที่สังคมรังเกียจ และไม่บกพร่องในศีลธรรมอันดี

4) มีผู้รับรองซึ่งมีที่อยู่ทางมหาวิทยาลัยสามารถติดต่อได้ตลอดเวลา

2.2.2 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษาในหลักสูตร 4 ปี โดยการเทียบโอนผลการเรียน

1) หรือสำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) หรืออนุปริญญา หรือเทียบเท่า

2) หรือเคยศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัย วิทยาลัย หรือสถาบันอุดมศึกษาอื่นซึ่งสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษารับรองเพื่อโอนหน่วยกิตเข้าศึกษาต่อ

3) ไม่เป็นโรคติดต่อร้ายแรง และแพทย์มีความเห็นว่ามีสุขภาพเหมาะสมที่จะเข้าศึกษาได้

4) ไม่มีความประพฤติที่สังคมน่าเกลียด และไม่บกพร่องในศีลธรรมอันดี

5) มีผู้รับรองซึ่งมีที่อยู่ทางมหาวิทยาลัยสามารถติดต่อได้ตลอดเวลา

2.2.3 การคัดเลือกผู้เข้าศึกษา

1) นักศึกษาที่เข้าศึกษาโดยระบบคัดเลือกของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ซึ่งพิจารณาจากคะแนน GAT รหัสวิชา85 30% และ PAT รหัสวิชา71 20% คะแนน O-net ไม่ระบุคะแนนขั้นต่ำ

2) นักศึกษาที่มาสมัครด้วยตนเองที่มหาวิทยาลัยธนบุรี และผ่านการสัมภาษณ์จากอาจารย์ประจำหลักสูตร

3) นักศึกษาทุนที่คัดเลือกโดยการสอบข้อเขียน และการสอบสัมภาษณ์ จากอาจารย์ประจำหลักสูตร

3. หลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน

3.1 หลักสูตร

3.1.1 จำนวนหน่วยกิต รวมตลอดหลักสูตรไม่น้อยกว่า 129 หน่วยกิต โดยมีระยะเวลาการสำเร็จการศึกษา ดังนี้

1) สำหรับผู้จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) หรือประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) หรือเทียบเท่า ใช้ระยะเวลาการศึกษาไม่น้อยกว่า 6 ภาคการศึกษา และไม่เกิน 8 ปีการศึกษา

2) สำหรับผู้จบการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) หรือเทียบเท่า หรือเคยศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัย วิทยาลัยหรือสถาบันอุดมศึกษาอื่นๆ ที่สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษารับรองมาตรฐานเพื่อเทียบโอนหน่วยกิตเข้าศึกษาต่อ ระยะเวลาการศึกษาไม่น้อยกว่า 2 ภาคการศึกษา และไม่เกิน 8 ปีการศึกษา ขึ้นอยู่กับหน่วยกิตที่ได้รับการเทียบโอน

3.1.2 โครงสร้างหลักสูตร

โครงสร้างหลักสูตรประกอบด้วยหมวดวิชาศึกษาทั่วไป หมวดวิชาเฉพาะ และหมวดวิชาเลือกเสรี โดยมีสัดส่วนจำนวนหน่วยกิต แต่ละหมวดวิชาดังนี้

จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตรไม่น้อยกว่า	129	หน่วยกิต
ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	30	หน่วยกิต
1) กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์	3	หน่วยกิต
2) กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์	3	หน่วยกิต
3) กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์	9	หน่วยกิต
4) กลุ่มวิชาภาษา	15	หน่วยกิต
ข. หมวดวิชาเฉพาะด้าน	93	หน่วยกิต
1) กลุ่มวิชาแกน	36	หน่วยกิต
2) กลุ่มวิชาเอกบังคับ	36	หน่วยกิต

3) กลุ่มวิชาเอกเลือก หรือกลุ่มวิชาเอกเลือกบังคับ	21	หน่วยกิต
ค. หมวดวิชาเลือกเสรี	6	หน่วยกิต

## 3.1.3 รายวิชา

รายวิชาหมวดวิชาศึกษาทั่วไป จำนวน 30 หน่วยกิต ประกอบด้วย

## ก. กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ ให้เลือกเรียนไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต

005000	มนุษยสัมพันธ์ Human Relations	3(3-0-6)
005001	สารสนเทศและการศึกษาค้นคว้า Information Services and Study Fundamentals	1(1-0-2)
005002	ศิลปวัฒนธรรม Art and Culture	3(3-0-6)
005003	อารยธรรม Civilization	3(3-0-6)
005006	จริยศาสตร์ วิสัยทัศน์และการดำรงชีวิต Moral, Vision and Life Style	3(3-0-6)
005007	ทักษะเพื่อการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง Study Skills and Self-development	1(0-2-4)
005008	พลศึกษาเพื่อคุณภาพชีวิต Physical Education for Quality of Life	1(0-2-4)
005009	ภูมิปัญญาไทย Thai Folk Wisdom	3(3-0-6)
005011	ปรัชญาเพื่อการดำรงชีวิต Philosophy for Life	3(3-0-6)
005012	ความเป็นพลเมือง Citizenships	3(3-0-6)
005013	ทักษะการรู้สารสนเทศ Information Literacy Skills	3(3-0-6)

## ข. กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ ให้เลือกเรียนไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต

006001	สังคม เศรษฐกิจ การเมือง และการปกครองในระบอบ ประชาธิปไตย Society Economy Politics and Government in Democratic system	3(3-0-6)
006002	กฎหมายเบื้องต้น Introduction to Law	3(3-0-6)
006003	จิตวิทยาเพื่อคุณภาพชีวิต Psychology for Quality of Life	3(3-0-6)

	จิตวิทยาธุรกิจและอุตสาหกรรม	3(3-0-6)
006004	Business and Industrial Psychology	
	การจัดการสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ	3(3-0-6)
006005	Environmental and Natural Resource Management	
	เศรษฐกิจพอเพียงและธุรกิจชุมชน	3(3-0-6)
006007	Sufficient Economy and Community Business	
	การพัฒนาบุคลิกภาพ	3(3-0-6)
006010	Personality Development	
	ความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจ	3(3-0-6)
006011	Introduction to Business	
	การจัดการและการเป็นผู้ประกอบการ	3(3-0-6)
006013	Management and Entrepreneurship	
006014	ธนบุรีศึกษา	1(2-0-4)
	Thonburi Studies	
006015	ไทยศึกษา	3(3-0-6)
	Thai Studies	
006016	ISO 14001 มาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม	3(3-0-6)
	Environmental Management System (ISO 14001 )	
006017	การศึกษาเฉพาะท้องถิ่น	3(3-0-6)
	Local Studies	

หรือให้เลือกเรียนในกลุ่มวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ให้มีหน่วยกิตรวมไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต  
 ค. กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร จำนวน 15 หน่วยกิต

007000	ทักษะการสื่อสารภาษาไทย	3(3-0-6)
	Communication Skill in Thai	
007015	ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน	3(2-2-5)
	English for Everyday Life	
007016	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร	3(2-2-5)
	English for Communication	
007006	ภาษาอังกฤษสำหรับการนำเสนอ	3(2-2-5)
	English for Presentations	



007010	ภาษาญี่ปุ่น 1 Japanese 1	3(2-2-5)
007011	ภาษาญี่ปุ่น 2 Japanese 2	3(2-2-5)
007012	ภาษาจีน 1 Chinese 1	3(2-2-5)
007013	ภาษาจีน 2 Chinese 2	3(2-2-5)
007017	การฟังและการพูดภาษาอังกฤษ Listening and Speaking English	3(2-2-5)
007018	การอ่านและการเขียนภาษาอังกฤษ Reading and Writing English	3(2-2-5)
007019	ภาษาอังกฤษสำหรับวิชาชีพ 1 English for Careers 1	3(2-2-5)
007020	ภาษาอังกฤษสำหรับวิชาชีพ 2 English for Careers 2	3(2-2-5)
007021	ภาษาลาวเบื้องต้น Laos for Beginners	3(2-2-5)
007022	ภาษาเขมรเบื้องต้น Cambodian for Beginners	3(2-2-5)
007023	ภาษาพม่าเบื้องต้น Burmese for Beginners	3(2-2-5)
007024	ภาษาบาฮาซาเบื้องต้น Bahasa for Beginners	3(2-2-5)
ง.	กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เลือกเรียนไม่น้อยกว่า 9 หน่วยกิต จากวิชา ต่อไปนี้	
008000	คณิตศาสตร์ทั่วไป General Mathematics	3(3-0-6)
008001	สถิติทั่วไป General Statistics	3(3-0-6)
008002	วิทยาศาสตร์เพื่อคุณภาพชีวิต Science for Quality of Life	3(3-0-6)

008003	พื้นฐานคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ Computer and Information Technology Fundamentals	3(2-2-5)
008007	การคิดและการตัดสินใจ Thinking and Decision Making	3(3-0-6)
รายวิชาหมวดวิชาเฉพาะด้าน ประกอบด้วย 4 กลุ่มวิชา 90 หน่วยกิต		
กลุ่มวิชาแกน จำนวน 36 หน่วยกิต		
201101	หลักการตลาด Principle of Marketing	3(3-0-6)
201102	เศรษฐศาสตร์จุลภาค Microeconomics	3(3-0-6)
201103	การบัญชีการเงิน Financial Accounting	3(2-2-5)
202104	เศรษฐศาสตร์มหภาค Macroeconomics	3(3-0-6)
202105	หลักการบริหาร Principle of Management	3(3-0-6)
202106	กฎหมายธุรกิจ Business Law	3(3-0-6)
202107	การจัดการการผลิตและปฏิบัติการ Production and Operations Management	3(3-0-6)
202111	การประยุกต์ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในงานธุรกิจ Applied Business Programing	3(2-2-5)
203112	การจัดการทรัพยากรมนุษย์ Human Resources Management	3(3-0-6)
203113	การเงินธุรกิจ Business Finance	3(3-0-6)
203114	การภาษีอากร Taxation	3(3-0-6)
204115	การจัดการกลยุทธ์ Strategic Management	3(3-0-6)
กลุ่มวิชาเอกบังคับ จำนวน 36 หน่วยกิต		
223201	พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer Behavior	3(3-0-6)
223202	การจัดการผลิตภัณฑ์ Product Management	3(3-0-6)
223203	การจัดการด้านราคา	3(3-0-6)

	Price Management	
223204	การจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายและห่วงโซ่อุปทาน Channels and Supply Chain Management	3(3-0-6)
223205	การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ Integrated Marketing Communication	3(3-0-6)
223206	การตลาดออนไลน์ Online Marketing	3(3-0-6)
224206	การจัดการการตลาดยุคใหม่ Contemporary Marketing Management	3(3-0-6)
224207	การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ Electronics Marketing	3(3-0-6)
224209	การตลาดโลก Global Marketing	3(3-0-6)
224210	สัมมนาทางการตลาด Seminar in Marketing	3(3-0-6)
224211	การวิจัยการตลาด Marketing Research	3(3-0-6)
224212	การฝึกปฏิบัติเชิงธุรกิจ Business Practice	3(3-0-6)
กลุ่มวิชาเอกเลือกหรือกลุ่มวิชาเอกเลือกบังคับ จำนวน 21 หน่วยกิต		
223301	การตลาดสินค้าอุตสาหกรรม Industrial Marketing	3(3-0-6)
223303	การตลาดบริการ Services Marketing	3(3-0-6)
223305	การตลาดทางตรง Direct Marketing	3(3-0-6)
223306	การจัดการสารสนเทศทางการตลาด Marketing Information Management	3(3-0-6)
223307	การจัดการการค้าปลีกและค้าส่ง Retailing and Wholesaling Management	3(3-0-6)
223314	การจัดซื้อและการจัดการวัสดุ Purchasing and Material Management	3(3-0-6)
223315	การตลาดกิจกรรมพิเศษ Event Marketing	3(3-0-6)
223316	เตรียมความพร้อมสหกิจศึกษาด้านการตลาด Preparation before Cooperative Education in Marketing	1(0-40-0)
223317	สหกิจศึกษาด้านการตลาด Cooperative Education in Marketing	6(0-540-0)

223318	การบริการ อิเล็กทรอนิกส์ Electronics Service	3(3-0-6)
224307	การจัดการงานขาย Sales Management	3(3-0-6)
224308	การตลาดลูกค้าสัมพันธ์ Customer Relationship Marketing	3(3-0-6)
224312	การค้นคว้าอิสระ Independent Study	3(3-0-6)

รายวิชาหมวดวิชาเลือกเสรี จำนวน 6 หน่วยกิต

เลือกเรียนอย่างน้อย 2 รายวิชา จำนวน 6 หน่วยกิต จากรายวิชาที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยธนบุรีในระดับไม่ต่ำกว่าปริญญาตรี โดยไม่ซ้ำกับรายวิชาที่เคยเรียนมาแล้ว

### 3.2 แผนการศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

#### 3.2.1 แผนการศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตร 4 ปี

ปีที่ 1 / ภาคการศึกษาที่ 1		หน่วยกิต	ทฤษฎี	ปฏิบัติ	ศึกษาด้วยตนเอง
007000	ทักษะการสื่อสารภาษาไทย	3	3	0	6
007015	ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน	3	2	2	5
008000	คณิตศาสตร์ทั่วไป	3	3	0	6
ปีที่ 1 / ภาคการศึกษาที่ 1		หน่วยกิต	ทฤษฎี	ปฏิบัติ	ศึกษาด้วยตนเอง
201101	หลักการตลาด	3	3	0	6
201102	เศรษฐศาสตร์จุลภาค	3	3	0	6
005007	ทักษะเพื่อการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง	1	0	2	4
005008	พลศึกษาเพื่อคุณภาพชีวิต	1	0	2	4
รวม		17	14	6	37

ปีที่ 1 / ภาคการศึกษาที่ 2		หน่วยกิต	ทฤษฎี	ปฏิบัติ	ศึกษาด้วยตนเอง
007016	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร	3	2	2	5
008001	สถิติทั่วไป	3	3	0	6
008002	วิทยาศาสตร์เพื่อคุณภาพชีวิต	3	3	0	6
201103	การบัญชีการเงิน	3	2	2	5
202105	หลักการบริหาร	3	3	0	6
005001	สารนิเทศและการศึกษาค้นคว้า	1	1	0	2
วิชาเลือก	จากกลุ่มวิชาสังคมศาสตร์	3	3	0	6
รวม		19	17	4	36

ปีที่ 2 / ภาคการศึกษาที่ 1		หน่วยกิต	ทฤษฎี	ปฏิบัติ	ศึกษาด้วยตนเอง
วิชาเลือก	จากกลุ่มวิชาภาษา	3	2	2	5
202106	กฎหมายธุรกิจ	3	3	0	6
202107	การจัดการการผลิตและปฏิบัติการ	3	3	0	6
วิชาเลือก	จากหมวดวิชาเลือกเสรี	3	3	0	6
วิชาเลือก	จากกลุ่มวิชาเฉพาะเอกเลือกหรือกลุ่มวิชาเอกเลือกบังคับ	3	3	0	6
203114	การภาษีอากร	3	3	0	6
รวม		18	17	2	35

ปีที่ 2 / ภาคการศึกษาที่ 2		หน่วยกิต	ทฤษฎี	ปฏิบัติ	ศึกษาด้วยตนเอง
223201	พฤติกรรมผู้บริโภค	3	3	0	6
203112	การจัดการทรัพยากรมนุษย์	3	3	0	6
202111	การประยุกต์ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในงานธุรกิจ	3	2	2	5
202104	เศรษฐศาสตร์มหภาค	3	3	0	6
223202	การจัดการผลิตภัณฑ์	3	3	0	6
วิชาเลือก	จากกลุ่มวิชาเฉพาะเอกเลือกหรือกลุ่มวิชาเอกเลือกบังคับ	3	3	0	6
รวม		18	17	2	35

ปีที่ 3 / ภาคการศึกษาที่ 1		หน่วยกิต	ทฤษฎี	ปฏิบัติ	ศึกษาด้วยตนเอง
203113	การเงินธุรกิจ	3	3	0	6
223203	การจัดการด้านราคา	3	3	0	6
223204	การจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายและห่วงโซ่อุปทาน	3	3	0	6
223205	การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ	3	3	0	6
วิชาเลือก	จากกลุ่มวิชาเฉพาะเอกเลือกหรือกลุ่มวิชาเอกเลือกบังคับ	3	3	0	6
วิชาเลือก	จากกลุ่มวิชาภาษา	3	2	2	5
รวม		18	17	2	35

ปีที่ 3 / ภาคการศึกษาที่ 2		หน่วยกิต	ทฤษฎี	ปฏิบัติ	ศึกษาด้วยตนเอง
224206	การจัดการการตลาดยุคใหม่	3	3	0	6
223206	การตลาดออนไลน์	3	3	0	6
วิชาเลือก	จากกลุ่มวิชาเฉพาะเอกเลือกหรือกลุ่มวิชาเอกเลือกบังคับ	3	3	0	6
วิชาเลือก	จากกลุ่มวิชาเฉพาะเอกเลือกหรือกลุ่มวิชาเอกเลือกบังคับ	3	3	0	6
วิชาเลือก	จากหมวดวิชาเลือกเสรี	3	3	0	6
รวม		15	15	0	30

ปีที่ 4 / ภาคการศึกษาที่ 1		หน่วยกิต	ทฤษฎี	ปฏิบัติ	ศึกษาด้วยตนเอง
204115	การจัดการกลยุทธ์	3	3	0	6
224207	การตลาดอิเล็กทรอนิกส์	3	3	0	6
วิชาเลือก	จากกลุ่มวิชาเฉพาะเอกเลือกหรือกลุ่มวิชาเอกเลือกบังคับ	3	3	0	6
224211	การวิจัยการตลาด	3	3	0	6
รวม		12	12	0	24
ปีที่ 4 / ภาคการศึกษาที่ 2		หน่วยกิต	ทฤษฎี	ปฏิบัติ	ศึกษาด้วยตนเอง
224209	การตลาดโลก	3	3	0	6
224210	สัมมนาทางการตลาด	3	3	0	6
วิชาเลือก	จากกลุ่มวิชาเฉพาะเอกเลือกหรือกลุ่มวิชาเอกเลือกบังคับ	3	3	0	6
224212	การฝึกปฏิบัติเชิงธุรกิจ	3	3	0	6
รวม		12	12	0	24

### 3.2.2 แผนการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตร 4 ปี เทียบโอน

ปีที่ 1 / ภาคการศึกษาที่ 1		หน่วยกิต	ทฤษฎี	ปฏิบัติ	ศึกษาด้วยตนเอง
201101	หลักการตลาด	3	3	0	6
223201	พฤติกรรมผู้บริโภค	3	3	0	6
223204	การจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายและห่วงโซ่อุปทาน	3	3	0	6
223202	การจัดการผลิตภัณฑ์	3	3	0	6
วิชาเลือก	จากกลุ่มวิชาเฉพาะเอกเลือกหรือกลุ่มวิชาเอกเลือกบังคับ	3	3	0	6
วิชาเลือก	จากกลุ่มวิชาภาษา	3	2	2	5
202105	หลักการบริหาร	3	3	0	6
รวม		21	20	2	41

ปีที่ 1 / ภาคการศึกษาที่ 2		หน่วยกิต	ทฤษฎี	ปฏิบัติ	ศึกษาด้วยตนเอง
223203	การจัดการด้านราคา	3	3	0	6
223206	การตลาดออนไลน์	3	3	0	6
203112	การจัดการทรัพยากรมนุษย์	3	3	0	6
202107	การจัดการการผลิตและปฏิบัติการ	3	3	0	6
วิชาเลือก	จากกลุ่มวิชาภาษา	3	2	2	5
203113	การเงินธุรกิจ	3	3	0	6
รวม		18	17	2	35

ปีที่ 2 / ภาคการศึกษาที่ 1		หน่วยกิต	ทฤษฎี	ปฏิบัติ	ศึกษาด้วยตนเอง
204115	การจัดการกลยุทธ์	3	3	0	6
224207	การตลาดอิเล็กทรอนิกส์	3	3	0	6
223205	การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ	3	3	0	6
224211	การวิจัยการตลาด	3	3	0	6
224206	การจัดการการตลาดยุคใหม่	3	3	0	6
202104	เศรษฐศาสตร์มหภาค	3	3	0	6
รวม		18	18	0	36

ปีที่ 2 / ภาคการศึกษาที่ 2		หน่วยกิต	ทฤษฎี	ปฏิบัติ	ศึกษาด้วยตนเอง
224209	การตลาดโลก	3	3	0	6
224210	สัมมนาทางการตลาด	3	3	0	6
วิชาเลือก	จากกลุ่มวิชาเฉพาะเอกเลือกหรือกลุ่มวิชาเอกเลือกบังคับ	3	3	0	6
224212	การฝึกปฏิบัติเชิงธุรกิจ	3	3	0	6
203114	การภาษีอากร	3	3	0	6
รวม		15	15	0	30