

## หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เป็นหลักสูตรเน้นการเรียนการสอนทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ ซึ่งมีทั้งการเรียนในห้องปฏิบัติการทางการตลาดและภาคสนาม เพื่อมุ่งสร้างบัณฑิต นวัตกรรมที่มีความรู้พื้นฐานทางการตลาดและมีความรู้เชิงลึกในแขนงวิชาเอกของตนเอง รายวิชาใหม่ที่มีความครอบคลุมทักษะต่าง ๆ ทั้งด้านการคิดเชิงออกแบบ การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเชิงลึก การตลาดดิจิทัล การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลการตลาดโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศหรือโปรแกรมสำเร็จรูปทางธุรกิจ ตลอดจนส่งเสริมให้นักศึกษามีทักษะความเชี่ยวชาญในการพัฒนากลยุทธ์และแผนการตลาดที่สอดคล้องกับยุคดิจิทัล มุ่งการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศด้วยฐานองค์ความรู้ การใช้นวัตกรรม การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ตลอดจนการพัฒนาทุนทรัพยากรมนุษย์ให้มีความพร้อมในการรับมือกระแสการเปลี่ยนแปลงในระดับโลก ประกอบกับนโยบายและยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ที่มุ่งเน้นการพัฒนากำลังคนให้มีความสามารถทางด้านวิชาการ วิชาชีพ มีความคิดสร้างสรรค์ เน้นผลิตบัณฑิตนวัตกรรมและนวัตกรรมที่ทรงคุณค่าต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน

### ปรัชญาของหลักสูตร

มีความรู้ด้านวิชาชีพทางการตลาด มีจริยธรรม สามารถสื่อสารและทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ในระดับสากล

### จุดเด่นของหลักสูตร

เป็นหลักสูตรเน้นการเรียนการสอนทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ ซึ่งมีทั้งการเรียนในห้องปฏิบัติการทางการตลาดและภาคสนาม มีความรู้ ความสามารถเชิงวิชาการด้านการตลาด สื่อโซเชียลมีเดียยุคดิจิทัล เพื่อสามารถวางแผนตัดสินใจในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด นำไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจหรือการปฏิบัติงาน และสามารถนำความรู้ไปใช้ในการบูรณาการการแก้ปัญหาและพัฒนาความรู้ใหม่ๆ ในยุคการเปลี่ยนแปลงทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง

## ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร

PLOs	ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตรคอมพิวเตอร์ธุรกิจ	
PLOs1	บูรณาการศาสตร์ในสาขาวิชาชีพและเทคโนโลยี เพื่อมีคุณลักษณะความเป็นนวัตกรรม	
	Sub PLO 1.1	แสดงออกถึงทักษะความเป็นนวัตกรรม (The Innovator's DNA) การคิดเชิงวิเคราะห์และการแก้ปัญหา การเข้าถึงข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล ความคิดริเริ่มและการออกแบบ
	Sub PLO 1.2	บูรณาการความรู้ทางด้านวิชาชีพและเทคโนโลยี เพื่อส่งเสริมคุณลักษณะความเป็นนวัตกรรม
PLOs2	บูรณาการความรู้ด้านบริหารธุรกิจ เพื่อมีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ	
	Sub PLO 2.1	ประยุกต์ความรู้ด้านบริหารธุรกิจ บัญชี และเศรษฐศาสตร์ เพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจ
	Sub PLO 2.2	บูรณาการความรู้ด้านบริหารธุรกิจเพื่อสร้างรูปแบบธุรกิจจำลอง
PLO3	ทักษะการคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ การสื่อสารข้อมูล และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	
	Sub PLO 3.1	นำแนวคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานทางการตลาด
	Sub PLO 3.2	สามารถสื่อสารข้อมูลทางการตลาดโดยใช้ภาษาไทยและ/หรือภาษาอังกฤษ
	Sub PLO 3.3	ใช้โปรแกรมไมโครซอฟท์ออฟฟิศ (Microsoft Office) เบื้องต้นในการทำงานได้
	Sub PLO 3.4	ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสืบค้น รวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดได้
PLO4	อธิบายแนวคิดพื้นฐานทางการตลาดและนำเสนอแผนการสื่อสารการตลาด	
	Sub PLO 4.1	อธิบายหลักการพื้นฐานเกี่ยวกับการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย ส่วนประสมการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค สิ่งแวดล้อมทางการตลาด และการตลาดดิจิทัลได้
	Sub PLO 4.2	อธิบายหลักการใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบออนไลน์และออฟไลน์ได้
	Sub PLO 4.3	ออกแบบและนำเสนอแผนการสื่อสารการตลาดออฟไลน์และ/หรือออนไลน์ได้
PLO5	ทักษะเฉพาะของแต่ละวิชาเอก ด้านการวางแผนดำเนินงานทางการตลาด	
	Sub PLO 5.1	วางแผนและนำเสนอกลยุทธ์การตลาดได้อย่างสอดคล้องกับยุคดิจิทัล
	Sub PLO 5.2	วางแผนการบริหารร้านค้าปลีกและออกแบบตกแต่งร้านได้
	Sub PLO 5.3	วางแผนและจัดกิจกรรมทางการตลาดสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ได้
PLO6	บูรณาการความรู้ทางการตลาดกับศาสตร์อื่น ๆ ในการปฏิบัติงาน	
	Sub PLO 6.1	ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อดำเนินงานทางการตลาดได้
	Sub PLO 6.2	เลือกใช้แนวคิดและทฤษฎีการตลาด เพื่อแก้ไขปัญหาทางธุรกิจได้
	Sub PLO 6.3	บูรณาการความรู้ทางการตลาด กับศาสตร์ด้านบริหารธุรกิจ บัญชี เศรษฐศาสตร์ และเทคโนโลยีการสื่อสาร เพื่อออกแบบโมเดลธุรกิจได้
PLO7	รับผิดชอบต่อการทำงานและปฏิบัติตามกฎระเบียบ	
	Sub PLO 7.1	สามารถทำงานเป็นทีมได้
	Sub PLO 7.2	ปฏิบัติตามจริยธรรมและ/หรือจรรยาบรรณทางการตลาด

## โครงสร้างหลักสูตร

หลักสูตรนี้ใช้ระยะเวลาเรียน 3.5 ปี โดยนักศึกษาต้องเรียนครบ 124 หน่วยกิต ซึ่งประกอบด้วยวิชาต่างๆ ได้แก่

**วิชากลุ่มศึกษาทั่วไป** จำนวน 24 หน่วยกิต เพื่อสร้างทักษะทางสังคม การคิดเชิงวิเคราะห์ และทักษะการใช้ชีวิต

**วิชาพื้นฐานด้านบริหารธุรกิจ** จำนวน 33 หน่วยกิต เพื่อเสริมสร้างความรู้ในด้านการจัดการ การบัญชี การตลาด การเงิน เศรษฐศาสตร์ ระบบสารสนเทศ การบริหารธุรกิจระหว่างประเทศและโลจิสติกส์

- หลักการบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ  
Principles of International Business Administration
- ภาษาอังกฤษเพื่อธุรกิจสากล  
English for Global Business
- หลักการตลาด  
Principles of Marketing
- หลักการจัดการ  
Principles of Management
- กฎหมายธุรกิจและจริยธรรม  
Business Law and Ethics
- การวิเคราะห์ธุรกิจเชิงสถิติ  
Statistical Business Analysis
- หลักการบัญชี  
Principles of Accounting
- การประยุกต์ใช้ SAP Business One ในกระบวนการธุรกิจ  
Applying SAP Business One in Business Process
- เทคโนโลยีสำหรับธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์  
Technology for Electronic Business
- การเงินธุรกิจ  
Business Finance
- เศรษฐศาสตร์จุลภาค 1  
Microeconomics 1

**กลุ่มวิชาบังคับ** จำนวน 36 หน่วยกิต เช่น การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการเป็นผู้ประกอบการ เครื่องมือการตลาดดิจิทัลสำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ การปฏิบัติงานสินค้าในร้านค้าปลีกแบบจำลอง การตลาดสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ และธุรกิจการจัดอีเวนต์ ปฏิบัติการจัดงานเทศกาลและอีเวนต์ระดับชาติ นานาชาติ การบริหารผลิตภัณฑ์และการสร้างแบรนด์ กลยุทธ์การตลาดและการวางแผน

### **1. เรียนกลุ่มวิชาบังคับร่วมเหมือนกัน จำนวน 21 หน่วยกิต**

- พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล  
Consumer Behavior in the Digital Age
- การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ  
Integrated Marketing Communications
- การบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายในยุคดิจิทัล  
Management of Distribution Channels in the Digital Age
- กลยุทธ์การตั้งราคา  
Pricing Strategy
- การบริหารผลิตภัณฑ์และการสร้างแบรนด์  
Product Management and Branding
- การวิจัยการตลาด  
Marketing Research
- การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการเป็นผู้ประกอบการ  
Data Analytics for Entrepreneurship
- การบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายในยุคดิจิทัล  
Management of Distribution Channels in the Digital Age
- กลยุทธ์การตั้งราคา  
Pricing Strategy
- การบริหารผลิตภัณฑ์และการสร้างแบรนด์  
Product Management and Branding
- การวิจัยการตลาด  
Marketing Research

### **2. วิชาเอก จำนวน 15 หน่วยกิต**

#### **2.1 วิชาเอกการตลาด**

- การบริหารการขายเชิงกลยุทธ์  
Strategic Sales Management

- ปฏิบัติการตลาดเชิงกิจกรรม  
Event Marketing Practice
- กลยุทธ์การตลาดและการวางแผน  
Marketing Strategies and Planning
- การบริหารการตลาดดิจิทัล  
Digital Marketing Management
- เครื่องมือการตลาดดิจิทัลสำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่  
Digital Marketing Tools for Modern Entrepreneurs

## 2.2 วิชาเอกการค้าปลีก

- การจัดแสดงสินค้าและการตกแต่งร้าน  
Visual Merchandising
- การบริหารการจัดซื้อ  
Purchasing Management
- การบริหารธุรกิจค้าปลีก  
Retail Business Administration
- การตลาดบริการ  
Services Marketing
- การปฏิบัติงานสินค้าในร้านค้าปลีกแบบจำลอง  
Product Operations in Mock-up Retail Stores

## 2.3 วิชาเอกการจัดนิทรรศการและการตลาดเชิงกิจกรรม

- ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์  
Introduction to the MICE Industry
- ดำเนินงานจัดอีเวนต์ และการวางแผนโครงการ  
Event Operations and Project Planning
- การตลาดสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ และธุรกิจการจัดอีเวนต์  
Marketing for MICE Industry and Event Business
- ปฏิบัติการจัดงานเทศกาลและอีเวนต์ระดับชาติ นานาชาติ  
The Practice of Organizing National and International Festivals and Event
- การบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพ  
Facilities Management

**กลุ่มวิชาเลือก** จำนวน 15 หน่วยกิต เช่น การออกแบบสื่อสารออนไลน์และการตลาดเชิงนวัตกรรม เทคนิคการนำเสนอ การตลาดเพื่อความยั่งยืนทางสังคมและธุรกิจ การตลาดเพื่อความยั่งยืนทางสังคมและธุรกิจ

**วิชาสร้างเสริมประสบการณ์ในวิชาชีพ** จำนวน 10 หน่วยกิต เพื่อการเตรียมความพร้อมและการฝึกงานในสถานประกอบการ

**และวิชาเลือกเสรี** จำนวน 6 หน่วยกิต เพื่อให้นักศึกษาได้เลือกเรียนวิชาที่สนใจเพิ่มเติม

### โอกาสในการประกอบอาชีพ

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ผู้สำเร็จการศึกษาจากหลักสูตรนี้ สามารถนำความรู้ไปประกอบอาชีพที่หลากหลายเพราะมี 3 วิชาเอก เช่น ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว นักสื่อสารการตลาด นักการตลาดดิจิทัล เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาดและงานขาย นักวิจัยตลาด นักวิเคราะห์การตลาด เจ้าหน้าที่ฝ่ายโฆษณาและส่งเสริมการขาย เจ้าหน้าที่ฝ่ายวางแผนกลยุทธ์การตลาด ผู้จัดการฝ่ายขาย ผู้จัดการร้านค้าปลีก ผู้ช่วยผู้จัดการร้านค้าปลีก นักวิชาการหรือวิทยากรด้านการตลาด เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดส่งและคลังสินค้า เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดแสดงสินค้าและการตกแต่งร้าน เจ้าหน้าที่ฝ่ายวางแผนกิจกรรมการตลาดและการขายงานอีเวนต์ เจ้าหน้าที่จัดกิจกรรมการตลาด/กิจกรรมพิเศษ ผู้จัดการโครงการในธุรกิจอีเวนต์ เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดการธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรม และจัดประชุมระดับชาติ/นานาชาติ ผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และอาชีพอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

### ความร่วมมือและการสนับสนุน

สาขาการตลาดมีความร่วมมือด้านการเรียนการสอนในหลักสูตรกับบริษัทไทยสดุ บริษัทดัชมิลล์ บริษัทเบทาโก และกลุ่มเซ็นทรัล เพื่อรองรับนักศึกษาให้ได้รับประสบการณ์จากการทำงานจริง

### คุณสมบัติของผู้สมัครเข้าศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

สำหรับผู้ที่สนใจสมัครเข้าศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ผู้สมัครควรมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

#### 1. คุณสมบัติพื้นฐานทางการศึกษา

สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) หรือเทียบเท่าจากโรงเรียนที่กระทรวงศึกษาธิการรับรอง สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) หรือเทียบเท่าในสาขาที่เกี่ยวข้องจากสถาบันที่กระทรวงศึกษาธิการรับรอง สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) หรือเทียบเท่าในสาขาที่เกี่ยวข้อง (สำหรับการเทียบโอนหน่วยกิต)

## 2. คุณสมบัติอื่น ๆ

มีสุขภาพที่ดีทั้งทางร่างกายและจิตใจ เพื่อให้สามารถเรียนและทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตรได้อย่างเต็มที่ ความพร้อมทางการเงิน ควรมีความพร้อมในการจัดการค่าใช้จ่ายในการศึกษา และค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในระหว่างการเรียน

### ค่าลงทะเบียนเรียน

หลักสูตร	ภาคเรียนที่1	ภาคเรียนที่2	ภาคฤดูร้อน	ค่าใช้จ่ายโดยประมาณ	
				เทียบโอน	หลักสูตร 4 ปี
				2 ปี	3.5 ปี - 4 ปี
หลักสูตรการตลาด(ปกติ)	14,000	14,000	8,000	56,000	112,000
หลักสูตรการตลาด(สมทบเรียนวันอาทิตย์)	20,000	20,000	10,000	120,000	160,000

### ขั้นตอนการสมัครและการคัดเลือก

การสมัคร ผู้สนใจสามารถสมัครผ่านทางระบบออนไลน์ของมหาวิทยาลัย [www.oreg.rmutt.ac.th](http://www.oreg.rmutt.ac.th) หรือช่องทางการรับสมัครที่มหาวิทยาลัยกำหนด โดยกรอกข้อมูลส่วนตัวและส่งเอกสารประกอบการสมัคร เช่น ใบแสดงผลการเรียน (Transcript) และใบรับรองการสำเร็จการศึกษา

การสอบคัดเลือก ผู้สมัครอาจต้องผ่านการสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์ หรือการประเมินจากผลงานทางการศึกษาและกิจกรรมที่ผ่านมา ซึ่งขั้นตอนเหล่านี้จะใช้ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ที่มีคุณสมบัติเหมาะสม

การประกาศผล มหาวิทยาลัยจะประกาศรายชื่อผู้ผ่านการคัดเลือกและสามารถเข้าศึกษาในหลักสูตรได้ตามกำหนดเวลา

### หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

ชื่อ-สกุล ผศ.ศัญจิตา พรหมโชติ

สถานที่ติดต่อ อาคาร 4 ชั้น 3 เบอร์โทร 02 549 4818 LINE ID : sunjita2514