

ระดับปริญญาตรี

ชื่อหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
Bachelor of Business Administration Program in Marketing

จุดเด่นของหลักสูตร

1. เน้นการเรียนการสอนที่พัฒนาให้ผู้เรียนได้รับความรู้ด้านการตลาดทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติในการฝึกประสบการณ์วิชาชีพหรือสหกิจศึกษาในสถานประกอบการทั้งในและต่างประเทศ
2. หลักสูตรมีรายวิชาที่หลากหลายและทันสมัย 4 กลุ่มวิชา คือ
 1. กลุ่มวิชาการจัดการการตลาด
 2. กลุ่มวิชาการตลาดเพื่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ
 3. กลุ่มวิชาการตลาดเพื่อธุรกิจฮาลาล
 4. กลุ่มวิชาการตลาดเพื่อการขายและธุรกิจประกันภัย

อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

1. งานบริหารการตลาดและวางแผนการตลาด
2. งานวิจัยตลาด พัฒนาผลิตภัณฑ์ และพัฒนาธุรกิจ
3. งานการสื่อสารการตลาด การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และงานสื่อ
4. งานลูกค้าสัมพันธ์ การบริการลูกค้า และการท่องเที่ยว
5. งานขายและบริหารหน่วยงานขาย
6. งานประกันภัย การเงิน และการธนาคาร
7. ปฏิบัติงานในหน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา
8. ประกอบธุรกิจส่วนตัว

ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง (Expected Learning Outcomes: ELOs)

ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง (Expected Learning Outcomes: ELOs)		ผลการเรียนรู้ ลักษณะทั่วไป (Generic Learning Outcomes)	ผลการ เรียนรู้ ลักษณะเฉพาะ (Specific Learning Outcomes)	Bloom's Taxonomy C:U,A,E,AF,P	TQF
PLO	Outcome Statement				
ELOs 1	คุณธรรม จริยธรรมทางวิชาการและจรรยาบรรณของ นักการตลาด	✓		AF	1.1
ELOs 2	มีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม	✓		AF	1.2
ELOs 3	มีความรู้และความเข้าใจในศาสตร์ทางการตลาดและ ศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับบริหารธุรกิจ		✓	U	2.1
ELOs 4	มีทักษะเชิงปฏิบัติและสามารถบูรณาการศาสตร์ทาง การตลาดสู่การปฏิบัติงานจริง		✓	A, P	2.2
ELOs 5	มีกระบวนการคิดวิเคราะห์ การวางแผน การวิจัย และการตัดสินใจแก้ปัญหาทางการตลาดอย่างเป็น ระบบและทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์		✓	A, E	3.1
ELOs 6	มีการเรียนรู้ตลอดชีวิต และมีความคิดสร้างสรรค์ใน การรับใช้สังคมบนพื้นฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น	✓		AF, P	3.2
ELOs 7	เคารพระเบียบสังคมและมีความรับผิดชอบต่อตนเอง ชุมชน และสังคม	✓		AF	4.1
ELOs 8	มีความเป็นผู้นำ รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น สามารถ ทำงานเป็นทีม สร้างและบริหารเครือข่ายทางธุรกิจ	✓		AF	4.2
ELOs 9	ใช้เทคโนโลยีและสารสนเทศทางการตลาดในการ สืบค้น วิเคราะห์ และสังเคราะห์ได้		✓	A, E, P	5.1

ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง (Expected Learning Outcomes: ELOs)		ผลการเรียนรู้ ลักษณะทั่วไป (Generic Learning Outcomes)	ผลการ เรียนรู้ ลักษณะเฉพาะ (Specific Learning Outcomes)	Bloom's Taxonomy C:U,A,E,AF,P	TQF
PLO	Outcome Statement				
ELOs 10	ใช้การวิเคราะห์เชิงปริมาณและหรือเชิงคุณภาพมา แก้ไขปัญหาทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม		✓	A, E, P	5.2
ELOs 11	ใช้ทักษะทางภาษาประจำชาติหรือภาษาที่สองในการ สื่อสารและนำเสนอได้อย่างมีประสิทธิภาพ	✓		AF, P	5.3
PLO	Outcome Statement				
ELOs 12	ติดตามความเคลื่อนไหวทางการตลาด และตอบสนองได้ทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป		✓	E, P	6.1
ELOs 13	คิดสร้างสรรค์งานทางการตลาดเชิงบวก		✓	E, AF	6.2

หมายเหตุ U= Remembering/Understanding, A = Applying/ Analyzing, E = Evaluation/ Creating, AF = Affective, P = Psychomotor

ความคาดหวังของผลลัพธ์การเรียนรู้เมื่อสิ้นปีการศึกษา

ปีที่	รายละเอียด
1	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีความรู้และความเข้าใจในศาสตร์ทางการตลาดและศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับบริหารธุรกิจ 2. มีคุณธรรม จริยธรรมทางวิชาการและจรรยาบรรณของนักการตลาด 3. เคารพระเบียบสังคมและมีความรับผิดชอบต่อนอง ชุมชน และสังคม
2	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีความรับผิดชอบต่อนองและสังคม 2. มีความเป็นผู้นำ รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น สามารถทำงานเป็นทีม สร้างและบริหารเครือข่ายทางธุรกิจ
3	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีการเรียนรู้ตลอดชีวิต และมีความคิดสร้างสรรค์ในการรับใช้สังคมบนพื้นฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น 2. ใช้เทคโนโลยีและสารสนเทศทางการตลาดในการสืบค้น วิเคราะห์ และสังเคราะห์ได้ 3. ใช้ทักษะทางภาษาประจำชาติหรือภาษาที่สองในการสื่อสารและนำเสนอได้อย่างมีประสิทธิภาพ 4. ติดตามความเคลื่อนไหวทางการตลาด และตอบสนองได้ทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป
4	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีกระบวนการคิดวิเคราะห์ การวางแผน การวิจัย และการตัดสินใจแก้ปัญหาทางการตลาดอย่างเป็นระบบและทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ 2. ใช้การวิเคราะห์เชิงปริมาณและหรือเชิงคุณภาพมาแก้ไข้ปัญหาทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม 3. คิดสร้างสรรค์งานทางการตลาดเชิงบวก 4. มีทักษะเชิงปฏิบัติและสามารถบูรณาการศาสตร์ทางการตลาดสู่การปฏิบัติงานจริง