



คำอธิบายรายวิชา

วิทยาลัยบริหารธุรกิจ
College of business administration



1) วิชาพื้นฐานวิชาชีพ

39 หน่วยกิต

ACC 100 การบัญชีการเงิน 3(3-0-6)

(Financial Accounting)

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการบัญชีและงบการเงิน กระบวนการทางการเงิน การบัญชี กระบวนการจัดทำงบการเงิน กิจกรรมให้บริการ กิจกรรมซื้อขายไป สิ้นทรัพย์ทางการเงิน การวิเคราะห์งบการเงินเบื้องต้นและการตัดสินใจ

Principles of accounting and financial statements; accounting process; preparation of financial statements; service business; merchandising business; financial assets; basic financial statement analysis and decision-making.

ACC 103 การบัญชีเพื่อการจัดการ 3(3-0-6)

(Managerial Accounting)

วิชาบังคับก่อน : ACC 100 การบัญชีการเงิน

แนวคิดทางการบัญชีเพื่อการจัดการ งบการเงินของกิจการอุตสาหกรรม การจำแนกประเภทต้นทุน การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ กำไร การวางแผนและการควบคุมโดยงบประมาณ การวิเคราะห์ต้นทุนเพื่อการตัดสินใจ การวัดผลการปฏิบัติงานสมัยใหม่

Managerial accounting concepts; financial statements of manufacturing businesses; cost classification; cost-volume-profit analysis; budgeting for planning and control; cost analysis for decision-making; modern performance measurement.

ACC 315 การภาษีอากร 3(3-0-6)

(Taxation)

หลักเกณฑ์ วิธีการประเมินและการจัดเก็บภาษีอากรต่าง ๆ ตามประมวลรัษฎากร และภาษีอื่นที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีสรรพสามิต ภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่าย ภาษีศุลกากร ภาษีสรรพสามิต อากรแสตมป์ และอื่น ๆ

Principles; assessment and collection procedures of taxation under the Revenue Code and other related tax laws; including personal income tax; corporate income tax; value-added tax; specific business tax; withholding tax; customs duty; excise tax; stamp duty; and other applicable taxes.

DBS 102 นวัตกรรมดิจิทัลเพื่อการจัดการธุรกิจยุคใหม่

3(2-2-5)

(Digital Innovation for Modern Business Management)

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการบริหารจัดการธุรกิจ แนวคิดพื้นฐานของเทคโนโลยีสารสนเทศในบริบทธุรกิจ การใช้งานเครื่องมือดิจิทัลสำหรับงานเอกสารและงานธุรการ การออกแบบภาพและข้อความเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน การจัดการและการสร้างสรรค์เนื้อหาดิจิทัลเพื่อสนับสนุนงานธุรกิจ การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับการจัดการข้อมูลและการทำงานร่วมกัน การสร้างแบบฟอร์มออนไลน์และการจัดเก็บข้อมูลในระบบคลาวด์ การสร้างเว็บไซต์พื้นฐานเพื่อสนับสนุนกิจกรรมทางธุรกิจ แนวคิดการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) ผ่านช่องทางดิจิทัล การคิดเชิงสร้างสรรค์เพื่อพัฒนานวัตกรรมดิจิทัลในธุรกิจ

Applying digital technologies in business management; fundamental concepts of information technology in a business context; utilizing digital tools for document and administrative tasks; designing visuals and text for business communication; applying artificial intelligence (AI) to gain competitive advantage; managing and creating digital content to support business operations; using online platforms for data management and collaboration; creating online forms and storing data in the cloud; developing basic websites to support business activities; customer relationship management (CRM) through digital channels; creative thinking for digital innovation in business.

DBS 202 การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสำหรับธุรกิจดิจิทัล

3(2-2-5)

(Application of Technology for Digital Business)

บทนำสู่การจัดการและการวิเคราะห์ข้อมูลในธุรกิจดิจิทัล ฟังก์ชันพื้นฐานในโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อแก้ปัญหาทางธุรกิจ ฟังก์ชันขั้นสูงและการประยุกต์ใช้เพื่อการคำนวณและการตัดสินใจ การจัดการฐานข้อมูลด้วยการเรียงลำดับ การกรอง และการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล การออกแบบและสร้างภาพข้อมูลเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องมือวิเคราะห์ เช่น ตารางวิเคราะห์และแผนภูมิ การรวมข้อมูลจากหลายแหล่งเพื่อการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ การใช้แมโครเพื่อสร้างระบบงานอัตโนมัติและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน

Introduction to data management and analysis in digital business; basic functions in data analysis software for solving business problems; advanced functions and applications for computation and decision-making; database management through sorting, filtering, and data validation; designing and creating data visualizations for business communication;

analysing data with analytical tools, including pivot tables and charts; combining data from multiple sources for strategic analysis; using macros to automate processes and enhance work efficiency.

DMC 201 หลักการตลาด

3(3-0-6)

(Principles of Marketing)

แนวคิดการตลาด ทฤษฎีการตลาด เครื่องมือทางการตลาด สภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการตลาด การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ พฤติกรรมผู้บริโภค การบริหารการตลาด ระบบสารสนเทศทางการตลาด ประเภทผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ นโยบายการตั้งราคา กลยุทธ์การตั้งราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด จริยธรรมทางการตลาด การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตลาด (Data-Driven Marketing) การวางแผนและออกแบบ Customer Journey การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี MarTech แพลตฟอร์มดิจิทัล การตลาดอย่างยั่งยืน (Sustainable Marketing) และ จริยธรรมสำหรับผู้บริโภครุ่นใหม่ เพื่อเตรียมความพร้อมให้ผู้เรียนเข้าใจโลกการตลาดยุคใหม่อย่างรอบด้าน

Marketing concepts; marketing theories; marketing tools; marketing environment; market segmentation; targeting; product positioning; consumer behavior; marketing management; marketing information systems; product types; marketing mix; pricing policies; pricing strategies; distribution channels; marketing promotion; marketing ethics; data-driven marketing; customer journey planning and design; MarTech applications; digital platforms; sustainable marketing; ethics for new-generation consumers; preparation for a comprehensive understanding of the modern marketing landscape.

ECO 111 หลักเศรษฐศาสตร์

3(3-0-6)

(Principles of Economics)

ความหมายของวิชาเศรษฐศาสตร์ ปัญหาพื้นฐานทางเศรษฐกิจ ระบบเศรษฐกิจ หลักเบื้องต้นของเศรษฐศาสตร์จุลภาค ซึ่งประกอบด้วยการทำงานของกลไกตลาด อุปสงค์ อุปทาน การผลิต ต้นทุน รายรับและกำไรของหน่วยผลิต โครงสร้างตลาด ตลาดผลผลิต ตลาดปัจจัยการผลิต และความล้มเหลวของระบบตลาด หลักเบื้องต้นของเศรษฐศาสตร์มหภาค ซึ่งประกอบด้วย รายได้ประชาชาติ การเงินและการธนาคาร นโยบายการเงิน นโยบายการคลัง และระบบเศรษฐกิจแบบเปิด

Definitions of economics; basic economic problems; economic systems; principles of microeconomics including market mechanism; demand; supply; production; cost; revenues and profits of production units; market structure; output market; input market; market failure; principles of macroeconomics including national income; finance and banking; monetary policies; fiscal policies; open economy.

ETP 200	การเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship)	3(3-0-6)
---------	---	----------

ความหมาย ความสำคัญ แนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ ภาพรวมธุรกิจ รูปแบบองค์การ
ธุรกิจ การจัดการ การตลาด การผลิต การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การบัญชี การเงิน ภาษี ธุรกิจระหว่าง
ประเทศ ธุรกิจ Niche และจริยธรรมทางธุรกิจ ตลอดจนองค์ประกอบที่สำคัญของการทำแผนธุรกิจ

Definitions, significance, entrepreneurial mindset, business overview, business organization model, management, marketing, production, human resource, finance, taxation, international business, niche business and business ethics and elements of business plans.

FIN 201	การเงินธุรกิจ (Business Finance)	3(3-0-6)
---------	-------------------------------------	----------

วิชาบังคับก่อน : ACC 100 การบัญชีการเงิน

ความสำคัญและเป้าหมายของการจัดการการเงิน รูปแบบของธุรกิจที่มีความสำคัญต่อการจัดการการเงิน บทบาทและจริยธรรมทางธุรกิจของผู้จัดการการเงิน รวมถึงการวิเคราะห์และการวางแผนทางการเงิน การจัดสรรเงินทุนต่าง ๆ การจัดหาเงินทุนทั้งระยะสั้น ระยะปานกลาง และระยะยาว การพิจารณาโครงการลงทุน โครงสร้างของเงินทุน ต้นทุนเงินทุน และนโยบายเงินปันผล

Significance and goals of financial management; forms of businesses relevant to financial management; roles and business ethics of financial managers; financial analysis and planning; capital allocation; short-term, medium-term, and long-term financing; investment project evaluation; capital structure; cost of capital; dividend policies.

LSM 202	การจัดการการดำเนินงาน (Operations Management)	3(3-0-6)
---------	--	----------

ระบบการผลิต ประสิทธิภาพทางการผลิต การตัดสินใจ การพยากรณ์ทางการผลิต ตัวแบบโปรแกรมเชิงเส้น การวางแผนทำเลที่ตั้ง การวางแผนผังการดำเนินงาน ตัวแบบกำหนดงาน การ

จัดลำดับการทำงาน การวางแผนและควบคุมโครงการ การจัดการสินค้าคงคลัง การจัดการโลจิสติกส์ และโซ่อุปทาน และการควบคุมคุณภาพ

Production systems; productivity; decision making; production forecasting; linear programming; location planning; operations layout; job assignment models; job scheduling; project planning and control; inventory management; logistics and supply chain management; quality control.

LSM 204 การวิเคราะห์สถิติทางธุรกิจ

3(3-0-6)

(Statistical Analysis in Business)

รูปแบบและลักษณะของข้อมูล วิธีการจัดเก็บข้อมูล การนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อใช้ในการประมาณการและการตัดสินใจทางธุรกิจ การทดสอบสมมติฐานโดยใช้การทดสอบแบบไคสแควร์เพื่อทดสอบการเป็นสัดส่วน การทดสอบภาวะสารถูปสนิทธิ และการทดสอบความเป็นอิสระ การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว และแบบจำแนกสองทาง ทฤษฎีการตัดสินใจ เลขดัชนี การวิเคราะห์การถดถอยและสหสัมพันธ์ การวิเคราะห์อนุกรม เวลา และการนำซอฟต์แวร์มาใช้ประมวลผลทางสถิติ

Data types and characteristics, data storage methods, data analysis for estimation and business decision making; hypothesis testing using chi-square tests for proportion, goodness of fit, and independence; one-way and two-way analysis of variance (ANOVA); decision theory; index numbers; regression and correlation analysis; time series analysis; application of software for statistical processing.

MAI 201 การจัดการทรัพยากรมนุษย์

3(3-0-6)

(Human Resource Management)

แนวคิด ทฤษฎี หลักการ กระบวนการ ขั้นตอนและวิธีการที่เกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ประกอบด้วย การวิเคราะห์และออกแบบงาน การวางแผนกำลังคน การสรรหาและคัดเลือก การฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน การจัดการและประเมินผลการปฏิบัติงาน การจัดการค่าจ้างและค่าตอบแทน การจัดการสวัสดิการและผลประโยชน์ตอบแทน การจัดการวินัยในการทำงาน การจัดการความปลอดภัยในการทำงานและสุขภาพของพนักงาน รวมถึงการแรงงานสัมพันธ์และการคุ้มครองแรงงาน

Concepts; theories; principles; processes and methods related to human resource management; job analysis and design; workforce planning; recruitment and selection; employee training and development; performance management and appraisal; wage and

compensation management; welfare and benefits management; work discipline management; occupational safety and employee health management; labor relations and labor protection.

MAI 202 องค์การและการจัดการ

3(3-0-6)

(Organization and Management)

ภาพรวมทางการจัดการ ลักษณะองค์การ หลักการจัดการ แนวคิดและทฤษฎีทางการจัดการ สภาพแวดล้อมทางการจัดการ การวางแผน การจัดองค์การ การจ้างและภาวะผู้นำ การควบคุม การจัดการ จริยธรรมทางการจัดการ และความรับผิดชอบต่อสังคม

An overview of management, characteristics of organizations, principles management, fundamental concepts and theories of management, organizational environment, planning, organizing, leading and leadership, controlling, management, managerial ethics, and corporate social responsibility.

สาขาวิชาธุรกิจดิจิทัล

วิชาชีพ-บังคับ

36 หน่วยกิต

DBS 111 การออกแบบงานกราฟิกสำหรับธุรกิจดิจิทัล

3(3-0-6)

(Graphic Design for Digital Business)

แนวคิดพื้นฐานของงานกราฟิกในบริบทธุรกิจดิจิทัล พัฒนาการและวิวัฒนาการของการออกแบบกราฟิก ลักษณะ ข้อดี และข้อจำกัดของกราฟิกแบบบิตแมปและเวกเตอร์ แนวทางการจัดการสี และการเลือกรูปแบบไฟล์ให้เหมาะสม การกำหนดความละเอียดภาพเพื่อรองรับการใช้งานในสื่อดิจิทัล เทคนิคการจัดองค์ประกอบภาพอย่างมีประสิทธิภาพ การปรับแต่งภาพและควบคุมโทนสีเพื่อสื่อสารได้ตรงจุด การออกแบบโดยใช้ชั้นงานและการสร้างเอฟเฟกต์เพิ่มความน่าสนใจ หลักการสื่อสารด้วยภาพ เพื่อการนำเสนอข้อมูลทางธุรกิจ การประยุกต์ใช้ทฤษฎีสีและจิตวิทยาของสีในงานกราฟิก การออกแบบกราฟิกเพื่อสนับสนุนกลยุทธ์ธุรกิจดิจิทัล การสร้างภาพข้อมูลที่เข้าใจง่ายและดึงดูดความสนใจผู้ชม

Fundamental concepts of graphic design in digital business, development and evolution of graphic design, characteristics, advantages and limitations of bitmap and vector graphics, color management and file format selection, image resolution for digital media, techniques for effective visual composition, image editing and tone control, layer-based design and visual effects, principles of visual communication for business presentation, application of color theory and psychology in graphic design, graphic design for digital business strategies, creation of clear and engaging data visuals.

DBS 121 ออกแบบเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน

3(3-0-6)

(Website and Application Design)

พื้นฐานการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์และแอปพลิเคชันที่ตอบสนองต่อประสบการณ์ผู้ใช้งาน แนวคิดและโครงสร้างของระบบเว็บ เทคโนโลยีพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน ประเภทของเว็บไซต์ การออกแบบส่วนติดต่อผู้ใช้และประสบการณ์ผู้ใช้งาน (UI/UX Design) การสร้างเว็บไซต์โดยใช้เครื่องมือที่ไม่ต้องเขียนโค้ด การจัดองค์ประกอบกราฟิกบนเว็บไซต์ การจัดวางข้อความ สี ฟอนต์ รูปภาพ และลิงก์อย่างเหมาะสม แนวทางการดูแลและจัดการเว็บไซต์ การปรับแต่งเว็บไซต์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการค้นหา (SEO) แนวคิดพื้นฐานในการสำรองและกู้คืนเว็บไซต์ การทำความเข้าใจและประยุกต์ใช้ Framework ที่นิยมในงานพัฒนาเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน การเตรียมความพร้อมในการสร้างสื่อดิจิทัลที่ตอบโจทย์ทางธุรกิจและผู้ใช้งาน

Fundamentals of website and application design and development, concepts and structure of web systems, basic technologies for websites and applications, types of websites, UI/UX design, website creation using no-code tools, graphic composition for web interfaces, layout of text, colors, fonts, images, and links, website maintenance and management, search engine optimization (SEO), website backup and recovery, application of popular frameworks for web and app development, preparation for creating digital media to meet business and user needs.

DBS 223 กลยุทธ์การออกแบบโมเดลธุรกิจดิจิทัล

3(3-0-6)

(Digital Business Model Strategic Design)

การคิดเชิงคำนวณเพื่อวิเคราะห์และวางแผนธุรกิจดิจิทัลอย่างเป็นระบบ การย่อยปัญหาและกำหนดแนวทางแก้ไขอย่างมีประสิทธิภาพ การหารูปแบบเพื่อใช้ในการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ การคิดเชิงนามธรรมเพื่อออกแบบโครงสร้างธุรกิจที่ชัดเจน การสร้างกระบวนการทำงานด้วยแนวคิดเชิงขั้นตอน การสำรวจความต้องการของตลาดและกลุ่มเป้าหมาย การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในสภาพแวดล้อมดิจิทัล การออกแบบข้อมูลเบื้องต้นเพื่อการจัดการลูกค้าอย่างเป็นระบบ การกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่สามารถติดตาม วัดผล และปรับปรุงได้ การประยุกต์ใช้เครื่องมือวิเคราะห์เพื่อพัฒนาโมเดลธุรกิจที่ยืดหยุ่นและเหมาะสมกับการใช้งานจริง

Computational thinking for systematic digital business planning; problem decomposition and effective solution identification; pattern recognition for strategic analysis; abstract thinking for designing clear business structures; step-by-step process development

using algorithmic approaches; exploration of market and customer needs; analysis of consumer behavior in digital environments; preliminary data modeling for systematic customer management; design of measurable, trackable, and adaptable marketing strategies; and application of analytical tools to develop flexible and practical digital business models.

DBS 224 จริยธรรมและกฎหมายสำหรับธุรกิจดิจิทัล

3(3-0-6)

(Ethics and Law for Digital Business)

หลักจริยธรรมทางธุรกิจและจริยธรรมดิจิทัลในบริบทของการดำเนินงานออนไลน์ การใช้ข้อมูลดิจิทัลอย่างรับผิดชอบ การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ความปลอดภัยทางไซเบอร์ การใช้เทคโนโลยีอย่างมีจริยธรรม กฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจดิจิทัล พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) และการประยุกต์ใช้ในองค์กร การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาในยุคดิจิทัล การจัดทำสัญญาและความรับผิดชอบในโลกดิจิทัล สิทธิของผู้บริโภคในสภาพแวดล้อมดิจิทัล การโฆษณาออนไลน์อย่างมีจริยธรรม การวิเคราะห์กรณีศึกษาเกี่ยวกับจริยธรรมและกฎหมายในธุรกิจยุคใหม่

Business ethics and digital ethics in online operations; responsible use of digital data; personal data protection; cybersecurity awareness and practices; ethical use of technology; laws and regulations related to digital business; the Personal Data Protection Act (PDPA) and its organizational applications; intellectual property protection in the digital era; digital contracts and liabilities; consumer rights in digital environments; ethical online advertising practices; and case study analysis of ethical and legal issues in modern business.

DBS 225 การเขียนโปรแกรมสำหรับธุรกิจดิจิทัล

3(3-0-6)

(Programming for Digital Business)

การใช้เครื่องมือสำหรับการเขียนโปรแกรมเบื้องต้น ชนิดข้อมูล ตัวแปร และการดำเนินการทางคณิตศาสตร์ การรับข้อมูลจากผู้ใช้และการแสดงผล การจัดการสตริงเบื้องต้น การจัดการลิสต์เบื้องต้น โครงสร้างควบคุม การทำซ้ำ การใช้เมธอดของลิสต์และการประมวลผลข้อมูลในลิสต์ การสร้างและใช้งานฟังก์ชัน เมธอดของสตริงและการประมวลผลข้อมูล การใช้งานดิกชันนารีเบื้องต้น การใช้ลูปซ้อน

Using tools for basic programming; data types, variables, and mathematical operations; user input and output handling; basic string manipulation; basic list handling; control structures; loops; using list methods and processing list data; creating and using functions; string methods and string data processing; basic use of dictionaries; and using nested loops.

DBS 315 กลยุทธ์การสร้างเนื้อหาและการตลาดดิจิทัล

3(3-0-6)

(Strategies for Content Creation and Digital Marketing)

การออกแบบและผลิตเนื้อหาดิจิทัลเพื่อการนำเสนอธุรกิจ การวางแผนเนื้อหาเชิงกลยุทธ์เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย การสร้างแบรนด์ผ่านการเล่าเรื่องและเนื้อหาที่มีคุณภาพ การประยุกต์ใช้สื่อมัลติมีเดียในการสื่อสารทางการตลาด การพัฒนาเนื้อหาสำหรับการเผยแพร่บนสื่อสังคมออนไลน์ การออกแบบแคมเปญการตลาดที่ตอบโจทย์วัตถุประสงค์ธุรกิจ การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคผ่านข้อมูลและปฏิสัมพันธ์ออนไลน์ การจัดการฐานข้อมูลลูกค้าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร การวางกลยุทธ์เพื่อเพิ่มการเข้าถึงและการมีส่วนร่วมของผู้ติดตาม การเรียนรู้แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับการค้นหาและการตลาดเชิงประสิทธิภาพ

Designing and producing digital content for business presentations; strategic content planning to reach target audiences; brand building through storytelling and quality content; application of multimedia for effective marketing communication; development of content for distribution on social media platforms; creation of marketing campaigns aligned with business objectives; analysis of consumer behavior through data and online engagement; management of customer databases for personalized communication; development of strategies to increase reach and audience engagement; and exploration of basic concepts in search and performance-based marketing.

DBS 316 กลยุทธ์ธุรกิจดิจิทัลและการสร้างแบรนด์

3(3-0-6)

(Digital Business and Branding Strategies)

กระบวนการวางแผนและพัฒนาธุรกิจดิจิทัลอย่างเป็นระบบ การบริหารเชิงกลยุทธ์ด้านทรัพยากรและบุคลากรในยุคดิจิทัล การวิเคราะห์และออกแบบระบบงานธุรกิจเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง การประยุกต์ใช้โมเดลธุรกิจดิจิทัลเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน การจัดการประสบการณ์ลูกค้าผ่านช่องทางดิจิทัล การวางแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ดิจิทัล การใช้สื่อออนไลน์ในการสร้างอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของแบรนด์ การสร้างความผูกพันกับลูกค้าในสภาพแวดล้อมดิจิทัล การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มมูลค่าและขับเคลื่อนธุรกิจ การวิเคราะห์ข้อมูล ปัญญาประดิษฐ์และเทคโนโลยีบล็อกเชนเพื่อสนับสนุนกลยุทธ์แบรนด์ การกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จของแบรนด์ดิจิทัล การประเมินผลกระทบของกลยุทธ์ดิจิทัลต่อองค์กรและการจัดการการเปลี่ยนแปลง การศึกษากรณีตัวอย่างจากองค์กรที่ประสบความสำเร็จและล้มเหลวในการสร้างแบรนด์ในโลกดิจิทัล

Strategic planning and systematic development of digital businesses; management of resources and human capital in the digital era; business process analysis and system design for digital transformation; application of digital business models for competitive advantage; customer experience management through digital channels; strategic planning for digital brand development; utilization of online media to build brand identity and image; creation of customer engagement in digital environments; leveraging digital technologies to enhance business value and drive growth; application of data analytics, artificial intelligence, and blockchain for brand strategies; definition of success metrics for digital branding; evaluation of the impact of digital strategies on organizational performance and change management; and case studies of success and failure in digital branding across industries.

DBS 323 ปัญญาประดิษฐ์สำหรับธุรกิจดิจิทัล

3(3-0-6)

(Artificial Intelligence for Digital Business)

แนวคิดหลักและประเภทของปัญญาประดิษฐ์ในบริบทธุรกิจ การเรียนรู้ของเครื่องและกรณีการใช้งานในภาคธุรกิจ การประมวลผลภาษาธรรมชาติเพื่อการสื่อสารและวิเคราะห์ความรู้สึกของลูกค้า การประยุกต์วิทยาการมองเห็นด้วยคอมพิวเตอร์ในธุรกิจค้าปลีก โลจิสติกส์ และการควบคุมคุณภาพ การวิเคราะห์ข้อมูลและสร้างแบบจำลองเชิงพยากรณ์เพื่อการตัดสินใจ การพัฒนาระบบแนะนำเพื่อสนับสนุนการตลาดแบบเฉพาะบุคคล การเพิ่มประสิทธิภาพและการทำงานอัตโนมัติของกระบวนการทางธุรกิจ การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการสร้างเนื้อหา วิเคราะห์ข้อมูล และงานเชิงสร้างสรรค์ การเลือกใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ให้เหมาะสมกับบริบทของธุรกิจ ประเด็นด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในภาคธุรกิจ แนวทางการพัฒนาและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ กรณีศึกษาความสำเร็จของการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในอุตสาหกรรมต่างๆ แนวโน้มและโอกาสในอนาคตของปัญญาประดิษฐ์สำหรับธุรกิจดิจิทัล

Core concepts and types of artificial intelligence in business contexts; fundamentals of machine learning and its business use cases; natural language processing for customer communication and sentiment analysis; computer vision applications in retail, logistics, and quality control; data analysis and predictive modeling for business decision-making; development of recommendation systems for personalized marketing; process optimization and automation through artificial intelligence; application of AI in content creation, data analysis, and creative tasks; selection of appropriate AI technologies for different business scenarios; ethical considerations and responsible use of AI in business; approaches to developing and

implementing AI technologies; case studies of successful AI applications across various industries; and future trends and opportunities of artificial intelligence in digital business.

DBS 416 การเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลและการสร้างนวัตกรรม 3(3-0-6)
(Digital Entrepreneurship and Innovation)

การเตรียมความพร้อมสู่การเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล การวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจในโลกดิจิทัล การสร้างแนวคิดและคุณค่าให้กับธุรกิจ การออกแบบรูปแบบธุรกิจให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย การวางแผนด้านการตลาด การเงิน และการดำเนินงาน การประเมินความเป็นไปได้ของแนวคิดธุรกิจ การพัฒนาแผนธุรกิจฉบับสมบูรณ์ การฝึกทักษะการนำเสนอแผนธุรกิจต่อผู้ลงทุนหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การเสริมสร้างความมั่นใจและทักษะผู้ประกอบการในโลกดิจิทัล การวิเคราะห์กรณีศึกษาผู้ประกอบการยุคใหม่ที่ประสบความสำเร็จ

Preparation for becoming an entrepreneur in the digital era; analysis of business opportunities in the digital landscape; development of business ideas and value propositions; design of business models aligned with target markets; planning for marketing, finance, and operations; evaluation of the feasibility of business concepts; development of a comprehensive business plan; practice of business pitch presentations for investors and stakeholders; building of entrepreneurial confidence and digital-age competencies; and analysis of case studies of successful modern entrepreneurs.

DBS 490 สัมมนาธุรกิจดิจิทัล 3(3-0-6)
(Seminar in Digital Business)

การสังเคราะห์องค์ความรู้ด้านธุรกิจดิจิทัลจากประสบการณ์การเรียนรู้ทั้งหลักสูตร การติดตามและวิเคราะห์แนวโน้มธุรกิจดิจิทัลในปัจจุบันและอนาคต การอภิปรายและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นร่วมสมัยในธุรกิจดิจิทัล การนำเสนอแนวคิดนวัตกรรมหรือแผนธุรกิจดิจิทัลอย่างมีระบบ การวิเคราะห์ปัญหาและการแก้ไขสถานการณ์ในโลกธุรกิจดิจิทัล การจัดกิจกรรมอภิปรายกลุ่ม การเสริมสร้างทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์ และสร้างสรรค์ในบริบทดิจิทัล การเตรียมความพร้อมสู่การประกอบวิชาชีพในสายงานธุรกิจดิจิทัล การฝึกฝนการสื่อสารและการนำเสนอในระดับวิชาชีพ การเรียนรู้จากกรณีศึกษาและประสบการณ์จริงของผู้เชี่ยวชาญในแวดวงธุรกิจดิจิทัล

Synthesizing digital business knowledge from the entire program; exploring current and emerging trends in digital business; discussing and exchanging ideas on contemporary digital business issues; presenting digital innovation concepts or structured business plans;

analyzing problems and proposing solutions in digital business contexts; organizing group discussions; enhancing analytical and creative thinking in digital settings; preparing for professional careers in the digital business field; practicing professional-level communication and presentation skills; and learning from case studies and real-world insights from digital business experts.

LLB 486 กฎหมายการบริหารธุรกิจและธุรกิจระหว่างประเทศ 2(2-0-4)
(Business Administration and International Business Law)

กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ และกฎหมายอาญาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการของภาคส่วนธุรกิจ ห้องสมุดภาคธุรกิจ อาทิการจดทะเบียนจัดตั้งนิติบุคคลทางธุรกิจ กฎหมายเกี่ยวกับการยื่นรายงานการเงินของนิติบุคคลธุรกิจ การจดทะเบียนพาณิชย์ เครื่องหมายการค้า ความผิดทางอาญาเกี่ยวกับการค้า ภาษี กฎหมายทางการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ ธรรมเนียมปฏิบัติทางการค้า ความรับผิดชอบคู่ค้า กฎหมายระหว่างประเทศ หรือกฎหมายสากลในรูปของอนุสัญญา สนธิสัญญา หรือ Joint Communique เกี่ยวกับการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ อาทิ CISG, MFN, NT และ Incoterm 2020

Civil and commercial law and criminal law related to management of the business sector such as business registration, financial reporting, commercial registration, trademarks; criminal offenses, signboard taxes; international commercial and investment laws, customary trade practices, liabilities of business partners, domestic laws for entrepreneurs of international trade, international conventions, treaties, or joint communiques, such as CISG, MFN, NT; and Incoterms 2020.

BBA 400	โครงการทางการบริหารธุรกิจ (Business Administration Project)	3(3-0-6)
---------	--	----------

วิชาบังคับก่อน : เป็นนักศึกษาภาคการศึกษาสุดท้าย

การจัดทำโครงงานทางการบริหารธุรกิจ โดยเลือกรูปแบบของโครงงาน หรือ แผน ธุรกิจ หรือ งานวิจัย ให้สอดคล้องตามแนววิชาซีพทางการบริหารธุรกิจที่ได้ศึกษามา โดยเน้นความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ให้เกิดประโยชน์ต่อการนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงาน พร้อมนำเสนอผลงานต่อคณะกรรมการ ก่อนสำเร็จการศึกษา

Business Administration Project by selecting the forms of project or business plan or research which relate with professional knowledge that studied by integrating exper-

rience; by emphasizing creativity for the advantages of applications in working situations; by presentation to the committee before graduation.

BBA 492 สหกิจศึกษา

6(0-35-18)

(Cooperative Education)

วิชาบังคับก่อน : เป็นนักศึกษาวิทยาลัยบริหารธุรกิจภาคการศึกษาสุดท้าย และมีเกรดเฉลี่ยสะสมไม่น้อยกว่า 3.00

ฝึกงานในด้านที่เกี่ยวกับสาขาวิชาที่ศึกษาในหน่วยงานต่างๆ โดยนักศึกษาจะต้องปฏิบัติงานเสมือนเป็นพนักงานประจำของหน่วยงานนั้น เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 16 สัปดาห์ หรือไม่น้อยกว่า 4 เดือนติดต่อกัน และมีงานเฉพาะที่ได้รับมอบหมายจากหน่วยงานให้ปฏิบัติให้เสร็จสิ้น นักศึกษาจะต้องทำบันทึกประจำวันส่งผู้บังคับบัญชาทุกสัปดาห์ และโครงการต้องผ่านการประเมินผลงานจากหน่วยงานที่ทำการปฏิบัติงานและอาจารย์ที่ปรึกษา

Internship in the related area with your study in a selected organization like an employee of that organization for at least 16 weeks or 4 consecutive months, each student will complete particular task and organization task: daily records must be done and submitted weekly to the supervisor and project is also evaluated by the organization and the advisor.

BBA 498 การฝึกงาน

1(0-35-18)

(Internship)

วิชาบังคับก่อน : ต้องมีหน่วยกิตสะสมไม่น้อยกว่า 80 หน่วยกิต

เมื่อนักศึกษาได้ศึกษารายวิชาต่างๆ จำนวนหนึ่งแล้ว นักศึกษาจะต้องออกไปฝึกงานตามสถาบันหรือหน่วยงานวิชาชีพต่าง ๆ ตามความสนใจและสอดคล้องกับสาขาวิชาที่ศึกษา ไม่น้อยกว่า 6 สัปดาห์ หรือ 210 ชั่วโมง โดยอยู่ในความควบคุมและประเมินผลของสาขา

After completing the required courses, the students have to serve as apprenticeship from various institutions or professional organization enhance the experience at least 6 weeks or 210 hours

วิชาชีพ-เลือก

15 หน่วยกิต

ให้นักศึกษาเลือกศึกษารายวิชาต่อไปนี้ หรือเลือกศึกษารายวิชาอื่นในหมวดวิชาชีพที่เปิดสอนในวิทยาลัยบริหารธุรกิจ หรือกลุ่มวิชาชีพของวิทยาลัย/คณะ/สถาบันที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยรังสิต จำนวน 15 หน่วยกิต ทั้งนี้ โดยได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา

DBS 100 ทักษะดิจิทัลสำหรับชีวิตประจำวัน

3(2-2-6)

(Digital Skills for Everyday Life)

การใช้เครื่องมือออนไลน์เพื่อจดบันทึก สรุปความ และค้นคว้าข้อมูล การจัดการเวลาและโครงการส่วนบุคคลด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล การใช้เทคโนโลยีเพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้และทักษะการคิด การตั้งคำถามอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อการใช้งานปัญญาประดิษฐ์ การเขียนและนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบดิจิทัล การออกแบบสื่อเพื่อการสื่อสารอย่างมืออาชีพ เทคนิคการสื่อสารอย่างเหมาะสมในโลกออนไลน์ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวัน เช่น การจัดการการเงิน สุขภาพ และการเดินทาง การใช้เทคโนโลยีอย่างสมดุลและเหมาะสมกับบริบทชีวิต การแยกแยะข่าวปลอมและข้อมูลลงในสื่อดิจิทัล ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับความปลอดภัยในโลกไซเบอร์ การตั้งรหัสผ่านและการป้องกันภัยคุกคามจากการหลอกลวงทางออนไลน์ จริยธรรมและความรับผิดชอบในการใช้เทคโนโลยี ความรู้เกี่ยวกับร่องรอยข้อมูลดิจิทัลและการจัดการข้อมูลส่วนบุคคลอย่างปลอดภัย

Using online tools for note-taking, summarizing, and research; managing time and personal projects with digital technology; enhancing learning and critical thinking through digital tools; creating effective prompts for artificial intelligence applications; writing and presenting content in digital formats; designing professional communication media; applying effective communication techniques in online environments; utilizing technology in daily life, such as for personal finance, health, and travel; maintaining a balanced and mindful use of technology; identifying fake news and misleading information in digital media; understanding basic principles of cybersecurity; setting secure passwords and protecting against phishing threats; practicing ethical and responsible technology use; and understanding digital footprints and managing personal data securely.

DBS 313 การบริหารโครงการธุรกิจดิจิทัล

3(3-0-6)

(Digital Business Project Management)

หลักการและกระบวนการวางแผน พัฒนา และบริหารโครงการทางธุรกิจดิจิทัลอย่างเป็นระบบ การบริหารทรัพยากร งบประมาณ และการบริหารความเสี่ยงในโครงการ การกำหนดเป้าหมาย ตัวชี้วัดผล และการประเมินความสำเร็จของโครงการ แนวทางการจัดการโครงการแบบยืดหยุ่นและทันสมัย การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความคุ้มค่า การทำงานร่วมกันเป็นทีมอย่างมีประสิทธิภาพ การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ในบริบทของการบริหารโครงการ การวิเคราะห์กรณีศึกษาจริงจากบริบททางธุรกิจ การเตรียมความพร้อมสู่การขับเคลื่อนองค์กรในยุคการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล

Principles and processes of systematic planning, development, and management of digital business projects; resource, budget, and risk management in projects; setting project goals, key performance indicators, and evaluating project success; agile and modern approaches to project management; applying digital technologies to enhance efficiency and cost-effectiveness; effective teamwork and collaboration; strategic communication in project management contexts; analysis of real business case studies; and preparing for organizational transformation in the digital era.

DBS 314 การวิจัยพื้นฐานทางธุรกิจดิจิทัล

3(3-0-6)

(Basic Research in Digital Business)

การศึกษาหัวข้อและประเด็นวิจัยในบริบทของธุรกิจดิจิทัล การตั้งคำถามวิจัยอย่างมีระบบ การทบทวนวรรณกรรมและการสังเคราะห์ข้อมูล การออกแบบงานวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ การเลือกใช้วิธีวิจัยที่เหมาะสมกับปัญหาทางธุรกิจ การพัฒนาเครื่องมือวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูลและการจัดการข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเพื่อหาความสัมพันธ์และแนวโน้ม การแปลผลข้อมูลเพื่อตอบคำถามวิจัย การเขียนรายงานวิจัยอย่างเป็นระบบ การนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย การประยุกต์ผลวิจัยเพื่อพัฒนานวัตกรรมหรือกลยุทธ์ในธุรกิจดิจิทัล

Exploring research topics and issues in digital business contexts; formulating research questions systematically; reviewing literature and synthesizing information; designing quantitative and qualitative research; selecting appropriate research methodologies for business problems; developing research instruments and ensuring their validity and reliability; collecting and organizing data; performing basic data analysis to identify patterns and trends; interpreting data to answer research questions; writing structured research re-

ports; presenting research findings in formats suitable for target audiences; and applying research outcomes to develop innovations or strategies in digital business.

DBS 322 อินเทอร์เน็ตในทุกสิ่งสำหรับธุรกิจดิจิทัล

3(3-0-6)

(Internet of Things for Digital Business)

แนวคิดและบทบาทของอินเทอร์เน็ตในทุกสิ่ง (IoT) ต่อการขับเคลื่อนธุรกิจดิจิทัล กระบวนการพัฒนาและวงจรชีวิตของระบบ IoT โครงสร้างพื้นฐานและเทคโนโลยีการเชื่อมต่อของระบบ IoT เครือข่ายไร้สายยุคใหม่ ระบบการประมวลผลใกล้แหล่งข้อมูล และเครือข่ายพลังงานต่ำ การออกแบบสถาปัตยกรรมและองค์ประกอบของระบบ IoT การเลือกใช้อุปกรณ์และเครือข่ายเซ็นเซอร์ให้เหมาะสมกับบริบททางธุรกิจ การผสาน IoT กับเทคโนโลยีอื่น เช่น ปัญญาประดิษฐ์ การวิเคราะห์ข้อมูล และระบบคลาวด์ ความมั่นคงปลอดภัย ความเป็นส่วนตัว และจริยธรรมในการใช้งานระบบ IoT การวิเคราะห์แนวโน้ม นวัตกรรม และโอกาสทางธุรกิจจาก IoT การสาธิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดิจิทัลด้วยเทคโนโลยี IoT กรณีศึกษาการใช้งาน IoT ในภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมเพื่อสร้างคุณค่าและความได้เปรียบทางการแข่งขัน

Concepts and roles of the Internet of Things (IoT) in driving digital business transformation; development processes and life cycles of IoT systems; IoT infrastructure and connectivity technologies; next-generation wireless networks, edge computing systems, and low-power networks; architecture design and key components of IoT systems; selection of appropriate devices and sensor networks for business applications; integration of IoT with other technologies such as artificial intelligence, big data analytics, and cloud computing; security, privacy, and ethical considerations in IoT usage; analysis of trends, innovations, and emerging business opportunities through IoT; demonstration and development of digital products using IoT technologies; and case studies of IoT applications in various business and industrial sectors to create value and competitive advantage.

DBS 333 การจัดการข้อมูลขนาดใหญ่

3(3-0-6)

(Big Data Management)

แนวคิดและคุณลักษณะของข้อมูลขนาดใหญ่ ประเภทและแหล่งที่มาของข้อมูลในยุคดิจิทัล กระบวนการรวบรวม จัดเก็บ และจัดการข้อมูลจำนวนมาก การประมวลผลข้อมูลเพื่อสร้างคุณค่าทางธุรกิจ การวิเคราะห์ข้อมูลจากหลายแหล่งเพื่อหาแนวโน้ม การออกแบบระบบข้อมูลขนาดใหญ่ในเชิงธุรกิจ การประยุกต์ใช้ข้อมูลขนาดใหญ่เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจ

Concepts and characteristics of big data; types and sources of data in the digital era; processes for collecting, storing, and managing large volumes of data; data processing to generate business value; analyzing data from multiple sources to identify trends; designing big data systems for business applications; and applying big data to support decision-making.

DBS 334 ความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ในโลกดิจิทัล

3(3-0-6)

(Cybersecurity in the Digital World)

ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับความมั่นคงปลอดภัยในโลกไซเบอร์ ประเภทของภัยคุกคามทางไซเบอร์และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น แนวทางการป้องกันและลดความเสี่ยงจากการโจมตีทางไซเบอร์ การรักษาความลับ ความถูกต้อง และความพร้อมใช้งานของข้อมูล การจัดการรหัสผ่านและการยืนยันตัวตนอย่างปลอดภัย การรู้เท่าทันกลโกงและภัยแฝงในสื่อสังคมออนไลน์ การใช้เครือข่ายสาธารณะและอุปกรณ์ส่วนตัวอย่างปลอดภัย การบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคลในยุคดิจิทัล จริยธรรมและความรับผิดชอบในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ การประยุกต์ใช้แนวคิดความปลอดภัยไซเบอร์ในชีวิตประจำวันและในธุรกิจ กรณีศึกษาภัยคุกคามจริงและแนวทางแก้ไขที่เหมาะสม

Basic knowledge of cybersecurity concepts; types of cyber threats and their potential impacts; methods for preventing and mitigating cyberattacks; maintaining confidentiality, integrity, and availability of information; safe practices for password management and user authentication; recognizing scams and hidden threats on social media; secure use of public networks and personal devices; managing personal data in the digital age; ethical and responsible use of information technology; applying cybersecurity principles in daily life and digital business; and case studies of real-world threats with appropriate countermeasures.

DBS 335 การจัดการฐานข้อมูลเพื่อธุรกิจดิจิทัล

3(3-0-6)

(Database Management for Digital Business)

แนวคิดและองค์ประกอบของระบบฐานข้อมูล การออกแบบฐานข้อมูลเชิงสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ การจัดเก็บและเชื่อมโยงข้อมูลในรูปแบบตาราง การใช้คำสั่งเพื่อค้นหาและจัดการข้อมูล การประยุกต์ใช้ฐานข้อมูลในงานด้านธุรกิจ การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจ การสร้างแบบจำลองข้อมูลตามสถานการณ์ทางธุรกิจ

Concepts and components of database systems; effective relational database design; data storage and table relationships; using commands to retrieve and manage data; applying databases in business operations; basic data analysis to support decision-making; and creating data models based on business scenarios.

DBS 417 การสร้างระบบอัตโนมัติทางธุรกิจด้วยโปรแกรมสเปรดชีต

3(3-0-6)

(Creating Business Automation with Spreadsheet Programs)

การใช้โปรแกรมตารางข้อมูลเพื่อสร้างระบบอัตโนมัติในงานธุรกิจ การบันทึกและปรับแต่งแมโครเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน การเขียนสคริปต์เพื่อควบคุมกระบวนการทำงานต่าง ๆ การจัดการตัวแปรและโครงสร้างควบคุมโปรแกรม การใช้ลูปและคำสั่งเงื่อนไขในการประมวลผลข้อมูลการทำงานกับเซลล์ แผ่นงาน และสมุดงานอย่างเป็นระบบ การโต้ตอบกับผู้ใช้ผ่านกล่องข้อความ กล่องรับข้อมูล และแบบฟอร์ม การจัดรูปแบบข้อมูลและทำความสะอาดข้อมูลโดยอัตโนมัติ การสร้างฟังก์ชันเพิ่มเติมเพื่อขยายความสามารถของโปรแกรม การเชื่อมโยงและดึงข้อมูลจากแหล่งภายนอกและบริการออนไลน์ การจัดการไฟล์และตรวจสอบข้อผิดพลาดในระบบอัตโนมัติ การออกแบบแดชบอร์ดและเครื่องมือช่วยตัดสินใจในเชิงธุรกิจ

Using spreadsheet programs to create business automation systems; recording and customizing macros to improve operational efficiency; writing scripts to control various business processes; managing variables and control structures in programming; utilizing loops and conditional statements for data processing; working with cells, worksheets, and workbooks systematically; interacting with users through message boxes, input boxes, and user forms; formatting and cleaning data automatically; creating custom functions to extend program capabilities; linking and retrieving data from external sources and online services; managing files and performing error checking in automation workflows; and designing dashboards and decision-support tools for business efficiency.

DBS 418 หัวข้อพิเศษทางธุรกิจดิจิทัล I

3(3-0-6)

(Special Topics in Digital Business I)

หัวข้อพิเศษที่น่าสนใจด้านธุรกิจดิจิทัล สำหรับแต่ละภาคการศึกษา รายวิชานี้นำเสนอเนื้อหาที่มุ่งเน้นการศึกษาประเด็นปัจจุบันและแนวโน้มที่เกิดขึ้นในธุรกิจดิจิทัล ผู้เรียนจะได้เรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่กำลังพัฒนาอย่างรวดเร็ว กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจที่ทันสมัย รวมถึงการวิเคราะห์และวิจัยประเด็นเฉพาะทางที่ส่งผลกระทบต่อวงการธุรกิจดิจิทัล วิชานี้ออกแบบเพื่อให้ผู้เรียนสามารถปรับตัวและนำความรู้ไปใช้กับการพัฒนาองค์กรในยุคที่เทคโนโลยีและตลาดมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง โดยหัวข้อที่จะนำมาใช้ในการเรียนการสอนจะต้องได้รับความเห็นชอบจากหัวหน้าสาขา

Special topics of interest in digital business offered each academic term; course content focusing on current issues and emerging trends in digital business; learning about rapidly evolving technologies and modern business strategies; analyzing and researching

specific issues affecting the digital business landscape; developing the ability to adapt and apply knowledge to organizational transformation; exploring practical applications of digital innovations in dynamic market environments; emphasizing flexibility in content to reflect ongoing technological and market changes; and topics for instruction subject to the approval of the head of the department.

DBS 419 หัวข้อพิเศษทางธุรกิจดิจิทัล II **3(3-0-6)**
(Special Topics in Digital Business II)

หัวข้อพิเศษที่น่าสนใจด้านธุรกิจดิจิทัล สำหรับแต่ละภาคการศึกษา รายวิชานี้นำเสนอเนื้อหาที่มุ่งเน้นการศึกษาประเด็นปัจจุบันและแนวโน้มที่เกิดขึ้นในธุรกิจดิจิทัล ผู้เรียนจะได้เรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่กำลังพัฒนาอย่างรวดเร็ว กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจที่ทันสมัย รวมถึงการวิเคราะห์และวิจัยประเด็นเฉพาะทางที่ส่งผลกระทบต่อวงการธุรกิจดิจิทัล วิชานี้ออกแบบเพื่อให้ผู้เรียนสามารถปรับตัวและนำความรู้ไปใช้กับการพัฒนาองค์กรในยุคที่เทคโนโลยีและตลาดมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง โดยหัวข้อที่จะนำมาใช้ในการเรียนการสอนจะต้องได้รับความเห็นชอบจากหัวหน้าสาขา

Special topics of interest in digital business offered each academic term; course content focusing on current issues and emerging trends in digital business; learning about rapidly evolving technologies and modern business strategies; analyzing and researching specific issues affecting the digital business landscape; developing the ability to adapt and apply knowledge to organizational transformation; exploring practical applications of digital innovations in dynamic market environments; emphasizing flexibility in content to reflect ongoing technological and market changes; and topics for instruction subject to the approval of the head of department.

DBS 420 หัวข้อพิเศษทางธุรกิจดิจิทัล III **3(3-0-6)**
(Special Topics in Digital Business III)

หัวข้อพิเศษที่น่าสนใจด้านธุรกิจดิจิทัล สำหรับแต่ละภาคการศึกษา รายวิชานี้นำเสนอเนื้อหาที่มุ่งเน้นการศึกษาประเด็นปัจจุบันและแนวโน้มที่เกิดขึ้นในธุรกิจดิจิทัล ผู้เรียนจะได้เรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่กำลังพัฒนาอย่างรวดเร็ว กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจที่ทันสมัย รวมถึงการวิเคราะห์และวิจัยประเด็นเฉพาะทางที่ส่งผลกระทบต่อวงการธุรกิจดิจิทัล วิชานี้ออกแบบเพื่อให้ผู้เรียนสามารถปรับตัวและนำความรู้ไปใช้กับการพัฒนาองค์กรในยุคที่เทคโนโลยีและตลาดมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง โดยหัวข้อที่จะนำมาใช้ในการเรียนการสอนจะต้องได้รับความเห็นชอบจากหัวหน้าสาขา

Special topics of interest in digital business offered each academic term; course content focusing on current issues and emerging trends in digital business; learning about rapidly evolving technologies and contemporary business strategies; analyzing and researching specific issues affecting the digital business landscape; developing the ability to adapt and apply knowledge to organizational transformation; exploring practical applications of digital innovations in dynamic market environments; emphasizing flexibility in content to reflect ongoing technological and market changes; and topics selected for instruction subject to the approval of the head of department.

หมวดวิชาเลือกเสรี

6 หน่วยกิต

เลือกจากรายวิชาที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยรังสิต

กลุ่มวิชาโท

15 หน่วยกิต

สำหรับนักศึกษาต่างสาขาวิชา หรือต่างวิทยาลัย/คณะที่ต้องการจะศึกษาสาขาวิชาธุรกิจดิจิทัลเป็นวิชาโท ให้ศึกษารายวิชาต่อไปนี้ จำนวน 15 หน่วยกิต

DBS 100 ทักษะดิจิทัลสำหรับชีวิตประจำวัน

3(2-2-6)

(Digital Skills for Everyday Life)

การใช้เครื่องมือออนไลน์เพื่อจดบันทึก สรุปความ และค้นหาข้อมูล การจัดการเวลาและโครงการส่วนบุคคลด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล การใช้เทคโนโลยีเพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้และทักษะการคิด การตั้งคำถามอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อการใช้งานปัญญาประดิษฐ์ การเขียนและนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบดิจิทัล การออกแบบสื่อเพื่อการสื่อสารอย่างมืออาชีพ เทคนิคการสื่อสารอย่างเหมาะสมในโลกออนไลน์ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวัน เช่น การจัดการการเงิน สุขภาพ และการเดินทาง การใช้เทคโนโลยีอย่างสมดุลและเหมาะสมกับบริบทชีวิต การแยกแยะข่าวปลอมและข้อมูลลงในสื่อดิจิทัล ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับความปลอดภัยในโลกไซเบอร์ การตั้งรหัสผ่านและการป้องกันภัยคุกคามจากการหลอกลวงทางออนไลน์ จริยธรรมและความรับผิดชอบในการใช้เทคโนโลยี ความรู้เกี่ยวกับร่องรอยข้อมูลดิจิทัลและการจัดการข้อมูลส่วนบุคคลอย่างปลอดภัย

Using online tools for note-taking, summarizing, and research; managing time and personal projects with digital technology; enhancing learning and critical thinking through digital tools; creating effective prompts for artificial intelligence applications; writing and presenting content in digital formats; designing professional communication media; applying

effective communication techniques in online environments; utilizing technology in daily life, such as for personal finance, health, and travel; maintaining a balanced and mindful use of technology; identifying fake news and misleading information in digital media; understanding basic principles of cybersecurity; setting secure passwords and protecting against phishing threats; practicing ethical and responsible technology use; and understanding digital footprints and managing personal data securely.

DBS 102 นวัตกรรมดิจิทัลเพื่อการจัดการธุรกิจยุคใหม่

3(2-2-5)

(Digital Innovation for Modern Business Management)

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการบริหารจัดการธุรกิจ แนวคิดพื้นฐานของเทคโนโลยีสารสนเทศในบริบทธุรกิจ การใช้งานเครื่องมือดิจิทัลสำหรับงานเอกสารและงานธุรการ การออกแบบภาพและข้อความเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน การจัดการและการสร้างสรรค์เนื้อหาดิจิทัลเพื่อสนับสนุนงานธุรกิจ การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับการจัดการข้อมูลและการทำงานร่วมกัน การสร้างแบบฟอร์มออนไลน์ และการจัดเก็บข้อมูลในระบบคลาวด์ การสร้างเว็บไซต์พื้นฐานเพื่อสนับสนุนกิจกรรมทางธุรกิจ แนวคิดการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) ผ่านช่องทางดิจิทัล การคิดเชิงสร้างสรรค์เพื่อพัฒนานวัตกรรมดิจิทัลในธุรกิจ

Applying digital technologies in business management; fundamental concepts of information technology in a business context; utilizing digital tools for document and administrative tasks; designing visuals and text for business communication; applying artificial intelligence (AI) to gain competitive advantage; managing and creating digital content to support business operations; using online platforms for data management and collaboration; creating online forms and storing data in the cloud; developing basic websites to support business activities; customer relationship management (CRM) through digital channels; creative thinking for digital innovation in business.

DBS 202 การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสำหรับธุรกิจดิจิทัล

3(2-2-5)

(Application of Technology for Digital Business)

บทนำสู่การจัดการและการวิเคราะห์ข้อมูลในธุรกิจดิจิทัล ฟังก์ชันพื้นฐานในโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อแก้ปัญหาทางธุรกิจ ฟังก์ชันขั้นสูงและการประยุกต์ใช้เพื่อการคำนวณและการตัดสินใจ การจัดการฐานข้อมูลด้วยการเรียงลำดับ การกรอง และการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

การออกแบบและสร้างภาพข้อมูลเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องมือวิเคราะห์ เช่น ตารางวิเคราะห์และแผนภูมิ การรวมข้อมูลจากหลายแหล่งเพื่อการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ การใช้แมโครเพื่อสร้างระบบงานอัตโนมัติและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน

Introduction to data management and analysis in digital business; basic functions in data analysis software for solving business problems; advanced functions and applications for computation and decision-making; database management through sorting, filtering, and data validation; designing and creating data visualizations for business communication; analysing data with analytical tools, including pivot tables and charts; combining data from multiple sources for strategic analysis; using macros to automate processes and enhance work efficiency.

DBS 111 การออกแบบงานกราฟิกสำหรับธุรกิจดิจิทัล

3(3-0-6)

(Graphic Design for Digital Business)

แนวคิดพื้นฐานของงานกราฟิกในบริบทธุรกิจดิจิทัล พัฒนาการและวิวัฒนาการของการออกแบบกราฟิก ลักษณะ ข้อดี และข้อจำกัดของกราฟิกแบบบิตแมปและเวกเตอร์ แนวทางการจัดการสี และการเลือกรูปแบบไฟล์ให้เหมาะสม การกำหนดความละเอียดภาพเพื่อรองรับการใช้งานในสื่อดิจิทัล เทคนิคการจัดองค์ประกอบภาพอย่างมีประสิทธิภาพ การปรับแต่งภาพและควบคุมโทนสีเพื่อสื่อสารได้ตรงจุด การออกแบบโดยใช้ชั้นงานและการสร้างเอฟเฟกต์เพิ่มความน่าสนใจ หลักการสื่อสารด้วยภาพ เพื่อการนำเสนอข้อมูลทางธุรกิจ การประยุกต์ใช้ทฤษฎีสีและจิตวิทยาของสีในงานกราฟิก การออกแบบกราฟิกเพื่อสนับสนุนกลยุทธ์ธุรกิจดิจิทัล การสร้างภาพข้อมูลที่เข้าใจง่ายและดึงดูดความสนใจผู้ชม

Fundamental concepts of graphic design in digital business, development and evolution of graphic design, characteristics, advantages and limitations of bitmap and vector graphics, color management and file format selection, image resolution for digital media, techniques for effective visual composition, image editing and tone control, layer-based design and visual effects, principles of visual communication for business presentation, application of color theory and psychology in graphic design, graphic design for digital business strategies, creation of clear and engaging data visuals.

DBS 121 ออกแบบเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน

3(3-0-6)

(Website and Application Design)

พื้นฐานการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์และแอปพลิเคชันที่ตอบสนองต่อประสบการณ์ผู้ใช้งาน แนวคิดและโครงสร้างของระบบเว็บ เทคโนโลยีพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน ประเภทของเว็บไซต์ การออกแบบส่วนติดต่อผู้ใช้และประสบการณ์ผู้ใช้งาน (UI/UX Design) การสร้างเว็บไซต์โดยใช้เครื่องมือที่ไม่ต้องเขียนโค้ด การจัดองค์ประกอบกราฟิกบนเว็บไซต์ การจัดวางข้อความ สี ฟอนต์ รูปภาพ และลิงก์อย่างเหมาะสม แนวทางการดูแลและจัดการเว็บไซต์ การปรับแต่งเว็บไซต์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการค้นหา (SEO) แนวคิดพื้นฐานในการสำรองและกู้คืนเว็บไซต์ การทำความเข้าใจและประยุกต์ใช้ Framework ที่นิยมในงานพัฒนาเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน การเตรียมความพร้อมในการสร้างสื่อดิจิทัลที่ตอบโจทย์ทางธุรกิจและผู้ใช้งาน

Fundamentals of website and application design and development, concepts and structure of web systems, basic technologies for websites and applications, types of websites, UI/UX design, website creation using no-code tools, graphic composition for web interfaces, layout of text, colors, fonts, images, and links, website maintenance and management, search engine optimization (SEO), website backup and recovery, application of popular frameworks for web and app development, preparation for creating digital media to meet business and user needs.

DBS 223 กลยุทธ์การออกแบบโมเดลธุรกิจดิจิทัล

3(3-0-6)

(Digital Business Model Strategic Design)

การคิดเชิงคำนวณเพื่อวิเคราะห์และวางแผนธุรกิจดิจิทัลอย่างเป็นระบบ การย่อยปัญหาและกำหนดแนวทางแก้ไขอย่างมีประสิทธิภาพ การหารูปแบบเพื่อใช้ในการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ การคิดเชิงนามธรรมเพื่อออกแบบโครงสร้างธุรกิจที่ชัดเจน การสร้างกระบวนการทำงานด้วยแนวคิดเชิงขั้นตอน การสำรวจความต้องการของตลาดและกลุ่มเป้าหมาย การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในสภาพแวดล้อมดิจิทัล การออกแบบข้อมูลเบื้องต้นเพื่อการจัดการลูกค้าอย่างเป็นระบบ การกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่สามารถติดตาม วัดผล และปรับปรุงได้ การประยุกต์ใช้เครื่องมือวิเคราะห์เพื่อพัฒนาโมเดลธุรกิจที่ยืดหยุ่นและเหมาะสมกับการใช้งานจริง

Computational thinking for systematic digital business planning; problem decomposition and effective solution identification; pattern recognition for strategic analysis; abstract thinking for designing clear business structures; step-by-step process development using algorithmic approaches; exploration of market and customer needs; analysis of

consumer behavior in digital environments; preliminary data modeling for systematic customer management; design of measurable, trackable, and adaptable marketing strategies; and application of analytical tools to develop flexible and practical digital business models.

DBS 315 กลยุทธ์การสร้างเนื้อหาและการตลาดดิจิทัล

3(3-0-6)

(Strategies for Content Creation and Digital Marketing)

การออกแบบและผลิตเนื้อหาดิจิทัลเพื่อการนำเสนอธุรกิจ การวางแผนเนื้อหาเชิงกลยุทธ์เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย การสร้างแบรนด์ผ่านการเล่าเรื่องและเนื้อหาที่มีคุณภาพ การประยุกต์ใช้สื่อมัลติมีเดียในการสื่อสารทางการตลาด การพัฒนาเนื้อหาสำหรับการเผยแพร่บนสื่อสังคมออนไลน์ การออกแบบแคมเปญการตลาดที่ตอบโจทย์วัตถุประสงค์ธุรกิจ การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคผ่านข้อมูลและปฏิสัมพันธ์ออนไลน์ การจัดการฐานข้อมูลลูกค้าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร การวางกลยุทธ์เพื่อเพิ่มการเข้าถึงและการมีส่วนร่วมของผู้ติดตาม การเรียนรู้แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับการค้นหาและการตลาดเชิงประสิทธิภาพ

Designing and producing digital content for business presentations; strategic content planning to reach target audiences; brand building through storytelling and quality content; application of multimedia for effective marketing communication; development of content for distribution on social media platforms; creation of marketing campaigns aligned with business objectives; analysis of consumer behavior through data and online engagement; management of customer databases for personalized communication; development of strategies to increase reach and audience engagement; and exploration of basic concepts in search and performance-based marketing.

DBS 316 กลยุทธ์ธุรกิจดิจิทัลและการสร้างแบรนด์

3(3-0-6)

(Digital Business and Branding Strategies)

กระบวนการวางแผนและพัฒนาธุรกิจดิจิทัลอย่างเป็นระบบ การบริหารเชิงกลยุทธ์ด้านทรัพยากรและบุคลากรในยุคดิจิทัล การวิเคราะห์และออกแบบระบบงานธุรกิจเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง การประยุกต์ใช้โมเดลธุรกิจดิจิทัลเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน การจัดการประสบการณ์ลูกค้าผ่านช่องทางดิจิทัล การวางแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ดิจิทัล การใช้สื่อออนไลน์ในการสร้างอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของแบรนด์ การสร้างความผูกพันกับลูกค้าในสภาพแวดล้อมดิจิทัล การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มมูลค่าและขับเคลื่อนธุรกิจ การวิเคราะห์ข้อมูล ปัญญาประดิษฐ์และเทคโนโลยีบล็อกเชนเพื่อสนับสนุนกลยุทธ์แบรนด์ การกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จของแบรนด์ดิจิทัล

การประเมินผลกระทบของกลยุทธ์ดิจิทัลต่อองค์กรและการจัดการการเปลี่ยนแปลง การศึกษากรณีตัวอย่างจากองค์กรที่ประสบความสำเร็จและล้มเหลวในการสร้างแบรนด์ในโลกดิจิทัล

Strategic planning and systematic development of digital businesses; management of resources and human capital in the digital era; business process analysis and system design for digital transformation; application of digital business models for competitive advantage; customer experience management through digital channels; strategic planning for digital brand development; utilization of online media to build brand identity and image; creation of customer engagement in digital environments; leveraging digital technologies to enhance business value and drive growth; application of data analytics, artificial intelligence, and blockchain for brand strategies; definition of success metrics for digital branding; evaluation of the impact of digital strategies on organizational performance and change management; and case studies of success and failure in digital branding across industries.

DBS 323 ปัญญาประดิษฐ์สำหรับธุรกิจดิจิทัล

3(3-0-6)

(Artificial Intelligence for Digital Business)

แนวคิดหลักและประเภทของปัญญาประดิษฐ์ในบริบทธุรกิจ การเรียนรู้ของเครื่องและการใช้ในงานในภาคธุรกิจ การประมวลผลภาษาธรรมชาติเพื่อการสื่อสารและวิเคราะห์ความรู้สึกของลูกค้า การประยุกต์วิทยาการมองเห็นด้วยคอมพิวเตอร์ในธุรกิจค้าปลีก โลจิสติกส์ และการควบคุมคุณภาพ การวิเคราะห์ข้อมูลและสร้างแบบจำลองเชิงพยากรณ์เพื่อการตัดสินใจ การพัฒนาระบบแนะนำเพื่อสนับสนุนการตลาดแบบเฉพาะบุคคล การเพิ่มประสิทธิภาพและการทำงานอัตโนมัติของกระบวนการทางธุรกิจ การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการสร้างเนื้อหา วิเคราะห์ข้อมูล และงานเชิงสร้างสรรค์ การเลือกใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ให้เหมาะสมกับบริบทของธุรกิจ ประเด็นด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในภาคธุรกิจ แนวทางการพัฒนาและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ กรณีศึกษาความสำเร็จของการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในอุตสาหกรรมต่าง ๆ แนวโน้มและโอกาสในอนาคตของปัญญาประดิษฐ์สำหรับธุรกิจดิจิทัล

Core concepts and types of artificial intelligence in business contexts; fundamentals of machine learning and its business use cases; natural language processing for customer communication and sentiment analysis; computer vision applications in retail, logistics, and quality control; data analysis and predictive modeling for business decision-making; development of recommendation systems for personalized marketing; process optimization and

automation through artificial intelligence; application of AI in content creation, data analysis, and creative tasks; selection of appropriate AI technologies for different business scenarios; ethical considerations and responsible use of AI in business; approaches to developing and implementing AI technologies; case studies of successful AI applications across various industries; and future trends and opportunities of artificial intelligence in digital business.

DBS 416 การเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลและการสร้างนวัตกรรม
(Digital Entrepreneurship and Innovation)

3(3-0-6)

การเตรียมความพร้อมสู่การเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล การวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ
ในโลกดิจิทัล การสร้างแนวคิดและคุณค่าให้กับธุรกิจ การออกแบบรูปแบบธุรกิจให้เหมาะสมกับกลุ่ม
เป้าหมาย การวางแผนด้านการตลาด การเงิน และการดำเนินงาน การประเมินความเป็นไปได้ของ
แนวคิดธุรกิจ การพัฒนาแผนธุรกิจฉบับสมบูรณ์ การฝึกทักษะการนำเสนอแผนธุรกิจต่อผู้ลงทุนหรือผู้
มีส่วนได้ส่วนเสีย การเสริมสร้างความมั่นใจและทักษะผู้ประกอบการในโลกดิจิทัล การวิเคราะห์กรณี
ศึกษาผู้ประกอบการยุคใหม่ที่ประสบความสำเร็จ

Preparation for becoming an entrepreneur in the digital era; analysis of business opportunities in the digital landscape; development of business ideas and value propositions; design of business models aligned with target markets; planning for marketing, finance, and operations; evaluation of the feasibility of business concepts; development of a comprehensive business plan; practice of business pitch presentations for investors and stakeholders; building of entrepreneurial confidence and digital-age competencies; and analysis of case studies of successful modern entrepreneurs.

สาขาวิชานวัตกรรมการจัดการ

วิชาชีพ-บังคับ

36 หน่วยกิต

MAI 211 **การจัดการนวัตกรรมและการเปลี่ยนแปลง** 3(3-0-6)

(Change and Innovation Management)

วิชาบังคับก่อน : MAI 202 องค์การและการจัดการ

หลักการพื้นฐานของนวัตกรรม สภาพแวดล้อมทางนวัตกรรมสำหรับผู้บริหาร กระบวนการจัดการการเปลี่ยนแปลง รูปแบบและขั้นตอนของการเปลี่ยนแปลง กระบวนการจัดการนวัตกรรม และวงจรนวัตกรรม ประเภทของนวัตกรรม โมเดลของนวัตกรรม วิธีคิดเชิงนวัตกรรมและการสร้างความคิดสร้างสรรค์ การนำแนวคิดไปสู่การปฏิบัติ รวมถึงการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืน

Fundamental principles of innovation, innovation environment for managers, change management process, models and stages of change, innovation lifecycle and management process, types and models of innovation, innovative thinking and creativity methods, as well as approaches for implementing innovations and fostering an innovation-oriented culture within organizations.

MAI 212 **เครื่องมือสำหรับนวัตกรรมการจัดการ** 3(3-0-6)

(Tools for Management Innovation)

วิชาบังคับก่อน : MAI 202 องค์การและการจัดการ

เครื่องมือสำหรับนวัตกรรมการจัดการ การวัดผลเชิงดุลยภาพ การเปรียบเทียบสมรรถนะ การรื้อปรับระบบ ไคเซ็น เครื่องมือช่วยในการตัดสินใจ การจัดการความรู้ การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า เครื่องมือในการตั้งเป้าหมายและกำหนดตัววัดผล การจัดการคุณภาพแบบองค์รวม โปรแกรมความภักดี พันธมิตรเชิงกลยุทธ์ เครื่องมือการจัดการการเปลี่ยนแปลง และ การวางแผนภาพด้วยสถานการณ์

Tools for management innovation: Balance Scorecard, Benchmarking, Reengineering, Kaizen, Decision Right Tools, Knowledge Management, Customer Relationship Management, Objective and Key Results, Total Quality Management, Loyalty Program, Strategic Alliances, Change Management Tools, and Scenario Planning.

MAI 213 จรณทักษะสำหรับการจัดการ
(Soft Skills for Management)

3(3-0-6)

จรณทักษะที่จำเป็นสำหรับการบริหารจัดการและการสร้างนวัตกรรม: การติดต่อสื่อสาร การทำงานเป็นทีม การคิดเชิงวิเคราะห์และเชิงระบบ ความคิดสร้างสรรค์ การเจรจาต่อรอง ภาวะผู้นำ เชิงนวัตกรรม การบริหารเวลา การแก้ปัญหาและการตัดสินใจ การปรับตัว การเรียนรู้ตลอดชีวิต การฟังอย่างกระตือรือร้น และการพัฒนาวิธีคิดแบบเติบโตเพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการเป็นนักจัดการ และนวัตกรรมรุ่นใหม่

Essential soft skills for effective management and innovation: communication, teamwork, analytical and systems thinking, creativity, negotiation, innovative leadership, time management, problem-solving and decision-making, adaptability, lifelong learning, active listening, and growth mindset to enhance learners' potential as modern managers and innovators.

MAI 311 เทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับนวัตกรรมจัดการ
(Digital Technology for Management Innovation)

3(3-0-6)

วิชาบังคับก่อน : MAI 202 องค์การและการจัดการ

เครื่องมือดิจิทัลเพื่อการจัดการและสร้างนวัตกรรมในโลกยุคใหม่: การบริหารโครงการ การสื่อสาร การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การบริหารเอกสาร การวิเคราะห์ข้อมูล และการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) แนวโน้มเทคโนโลยีและระบบนวัตกรรมระดับโลกที่ส่งผลต่อการจัดการธุรกิจยุคดิจิทัล

Digital tools for management and innovation in the modern world including project management, communication, human resource management, data analytics, and artificial intelligence (AI), explore global innovation systems and digital transformation trends that shape modern business management.

MAI 312 การจัดการสู่องค์กรนวัตกรรม
(Management for Innovative Organization)

3(3-0-6)

วิชาบังคับก่อน : MAI 202 องค์การและการจัดการ

ลักษณะขององค์กรนวัตกรรมและองค์กรแห่งอนาคต การจัดการนวัตกรรมระดับ ยุทธศาสตร์ ปฏิบัติการ และสนับสนุน การสร้างวัฒนธรรมแห่งนวัตกรรม การพัฒนาศักยภาพภาวะ ผู้นำเชิงนวัตกรรม และกระบวนการสร้างระบบนิเวศนวัตกรรม เพื่อขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืน

เครื่องมือเสริมสร้างการจัดการมนุษย์ การจัดการผลการปฏิบัติงานการพัฒนาทักษะพิเศษ
เครื่องมือเสริมสร้างความหลากหลาย การจัดการสภาพ เครื่องมือเสริมสร้างกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับ

มนุษย์ เครื่องมือเสริมสร้างระดับบุคคล เครื่องมือเสริมสร้างระดับกลุ่ม การสร้างทีมงาน เครื่องมือเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่ม เครื่องมือเสริมสร้างบุคคลภายนอก การประชุมร่วมกันระดับองค์การ

Human management interventions: performance management, developing talent, diversity interventions, wellness management; human process interventions: individual interventions, group interventions, team building, intergroup relations interventions, third-party interventions, organization confrontation meeting.

MAI 411 สถานการณ์จำลองทางธุรกิจ 3(3-0-6)
(Business Simulation)

การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาจำลองสถานการณ์ทางธุรกิจด้านการตลาด การดำเนินงาน การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การเงิน

By using technology for simulating business situation in marketing, operation, human resources and finance

MAI 490 สัมมนาวัตกรรมการจัดการ 3(3-0-6)
(Seminar in Management Innovation)

วิชาบังคับก่อน : เป็นนักศึกษาสาขาวิชากนวัตกรรมการจัดการชั้นปีที่ 4

ภาคการศึกษาสุดท้ายหรือมีหน่วยกิตสะสมไม่น้อยกว่า 100 หน่วยกิต

อภิปรายและวิเคราะห์แนวโน้มของนวัตกรรมจัดการในระดับโลก การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่และกระบวนการทางธุรกิจที่ทันสมัย การเรียนรู้จากกรณีศึกษาขององค์กรชั้นนำทั้งในและต่างประเทศ เพื่อพัฒนาความเข้าใจในระบบนวัตกรรม และสามารถบูรณาการความรู้ไปประยุกต์ใช้ในองค์กรจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Discuss and analyze global trends in management innovation, the application of emerging technologies, and modern business processes through case studies from leading organizations, focusing on understanding innovation systems and integrating knowledge for practical application in real-world organizational contexts.

LLB 486 กฎหมายการบริหารธุรกิจและธุรกิจระหว่างประเทศ 2(2-0-4)
(Business Administration and International Business Law)

กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ และกฎหมายอาญาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการของภาคส่วนธุรกิจ ที่องค์การภาคธุรกิจ อาทิจากจดทะเบียนจัดตั้งนิติบุคคลทางธุรกิจ กฎหมายเกี่ยวกับการยื่น

รายงานการเงินของนิติบุคคลธุรกิจ การจดทะเบียนพาณิชย์ เครื่องหมายการค้า ความผิดทางอาญาเกี่ยวกับการค้า ภาษี กฎหมายทางการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ ธรรมเนียมปฏิบัติทางการค้า ความรับผิดชอบคู่ค้า กฎหมายระหว่างประเทศ หรือกฎหมายสากลในรูปของอนุสัญญา สนธิสัญญา หรือ Joint Communique เกี่ยวกับการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ อาทิ CISG, MFN, NT และ Incoterm 2020

Civil and commercial law and criminal law related to management of the business sector such as business registration, financial reporting, commercial registration, trademarks; criminal offenses, signboard taxes; international commercial and investment laws, customary trade practices, liabilities of business partners, domestic laws for entrepreneurs of international trade, international conventions, treaties, or joint communiques, such as CISG, MFN, NT; and Incoterms 2020.

BBA 400 โครงการงานทางบริหารธุรกิจ

3(3-0-6)

(Business Administration Project)

วิชาบังคับก่อน : เป็นนักศึกษาภาคการศึกษาสุดท้าย

การจัดทำโครงการงานทางบริหารธุรกิจ โดยเลือกรูปแบบของโครงการ หรือ แผน ธุรกิจ หรือ งานวิจัย ให้สอดคล้องตามแนววิชาชีพทางบริหารธุรกิจที่ได้ศึกษามา โดยเน้นความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ให้เกิดประโยชน์ต่อการนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงาน พร้อมนำเสนอผลงานต่อคณะกรรมการ ก่อนสำเร็จการศึกษา

Business Administration Project by selecting the forms of project or business plan or research which relate with professional knowledge that studied by integrating experience; by emphasizing creativity for the advantages of applications in working situations; by presentation to the committee before graduation.

BBA 492 สหกิจศึกษา

6(0-35-18)

(Cooperative Education)

วิชาบังคับก่อน : เป็นนักศึกษาวิทยาลัยบริหารธุรกิจภาคการศึกษาสุดท้าย

และมีเกรดเฉลี่ยสะสมไม่น้อยกว่า 3.00

ฝึกงานในด้านที่เกี่ยวกับสาขาวิชาที่ศึกษาในหน่วยงานต่างๆ โดยนักศึกษาจะต้องปฏิบัติงานเสมือนเป็นพนักงานประจำของหน่วยงานนั้น เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 16 สัปดาห์ หรือไม่น้อยกว่า 4 เดือนติดต่อกัน และมีงานเฉพาะที่ได้รับมอบหมายจากหน่วยงานให้ปฏิบัติให้เสร็จสิ้น นักศึกษาจะต้อง

ทำบันทึกประจำวันส่งผู้บังคับบัญชาทุกสัปดาห์ และโครงการต้องผ่านการประเมินผลงานจากหน่วยงานที่ทำการปฏิบัติงานและอาจารย์ที่ปรึกษา

Internship in the related area with your study in a selected organization like an employee of that organization for at least 16 weeks or 4 consecutive months, each student will complete particular task and organization task: daily records must be done and submitted weekly to the supervisor and project is also evaluated by the organization and the advisor.

BBA 498 การฝึกงาน

1(0-35-18)

(Internship)

วิชาบังคับก่อน : ต้องมีหน่วยกิตสะสมไม่น้อยกว่า 80 หน่วยกิต

เมื่อนักศึกษาได้ศึกษารายวิชาต่าง ๆ จำนวนหนึ่งแล้ว นักศึกษาจะต้องออกไปฝึกงานตามสถาบันหรือหน่วยงานวิชาชีพต่าง ๆ ตามความสนใจและสอดคล้องกับสาขาวิชาที่ศึกษา ไม่น้อยกว่า 6 สัปดาห์ หรือ 210 ชั่วโมง โดยอยู่ในความควบคุมและประเมินผลของสาขา

After completing the required courses, the students have to serve as apprenticeship from various institutions or professional organization enhance the experience at least 6 weeks or 210 hours.

วิชาชีพ-เลือก

15 หน่วยกิต

ให้นักศึกษาเลือกศึกษารายวิชาต่อไปนี้ หรือเลือกศึกษารายวิชาอื่นในหมวดวิชาชีพที่เปิดสอนในวิทยาลัยบริหารธุรกิจ หรือกลุ่มวิชาชีพของวิทยาลัย/คณะ/สถาบันที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยรังสิต จำนวน 15 หน่วยกิต ทั้งนี้ โดยได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา

IBA 210 การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ

3(3-0-6)

(International Business Management)

วิชาบังคับก่อน : MAI 202 องค์การและการจัดการ

บทบาทและความสำคัญของการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ ปัญหาที่เกี่ยวข้องและกลยุทธ์ วิธีการแก้ปัญหา ปัจจัยด้านการเมือง กฎหมาย ภาษี และวัฒนธรรมข้ามชาติ การดำเนินงานและการบริหารงานของธุรกิจข้ามชาติ และประเด็นเกี่ยวกับโลกาภิวัตน์ บทบาท หน้าที่และความสำคัญขององค์การการค้าระหว่างประเทศ ทักษะและความรู้ของบุคลากรในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ และกรณีศึกษา

The roles and significance of international business management; related problems , challenges and strategic solutions; political, legal, taxation, and cross-cultural factors; operations and management of multinational enterprises; issues related to globalization; roles, functions, and importance of international trade organizations; essential skills and knowledge of personnel in international business management; and case studies.

IBA 213 การจัดการข้ามวัฒนธรรม 3(3-0-6)
(Cross Cultural Management)

แนวคิดและทฤษฎีด้านการจัดการในบริบทของความหลากหลายทางวัฒนธรรม โดยมุ่งเน้นสถานการณ์ทางธุรกิจระหว่างประเทศที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ครอบคลุมมิติทางวัฒนธรรมที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ การสื่อสาร การเจรจาต่อรอง การสร้างทีมงานที่หลากหลาย และการจัดการความขัดแย้ง วิเคราะห์กรณีศึกษาทางธุรกิจเพื่อพัฒนาทักษะการตัดสินใจ พร้อมเรียนรู้แนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม และการจัดการวัฒนธรรมข้ามชาติอย่างเหมาะสม เพื่อเสริมประสิทธิภาพในการทำงานร่วมกันในบริบทต่างวัฒนธรรม

Concepts and theories of management in the context of cultural diversity; with a focus on the rapidly changing landscape of international business; cultural dimensions that impact organizations; communication; negotiation; diverse team building; and conflict management; analysis of business case studies to develop decision-making skills; ethical business practices; and appropriate cross-cultural management approaches to enhance effective collaboration in multicultural environments.

ETP 203 นวัตกรรมและกลยุทธ์สำหรับธุรกิจ 3(3-0-6)
(Innovation and Strategies for Business)

กระบวนการการพัฒนานวัตกรรม รูปแบบของนวัตกรรมภายใต้การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยี รวมถึงการศึกษาการจัดการความรู้ การสร้างองค์การเพื่อการพัฒนาข้อมูลและใช้ข้อมูลเพื่อเป็นความรู้สำหรับการทำงานและทำให้เกิดองค์การแห่งการเรียนรู้ที่มีประสิทธิผล กลยุทธ์ของธุรกิจ การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็งขององค์การและการแสวงหาโอกาสในตลาดของธุรกิจดิจิทัล พัฒนาทักษะในการกำหนดกลยุทธ์ธุรกิจ ที่จะสามารถเป็นผู้นำธุรกิจในตลาดและบริบริการ ซึ่งใช้ช่องทางการตลาดธุรกิจได้

The innovation development process, types of innovations, influence of changing economic, social, political and technological environments on organizational change; topics

include knowledge management with an end to develop an effective learning organization, business strategy and analysis of the organizational strengths and weaknesses to probe business market; develop business strategic skills.

ETP 204 การจัดการธุรกิจครอบครัว

3(3-0-6)

(Family Business Management)

ความหมาย ความสำคัญ ประโยชน์ ข้อดี ข้อเสีย ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการแก้ปัญหาของธุรกิจครอบครัว โครงสร้างของธุรกิจครอบครัว การวางแผนสืบทอดธุรกิจครอบครัวอย่างยั่งยืน กลยุทธ์สำหรับธุรกิจครอบครัว โมเดลการสืบทอดธุรกิจครอบครัว ผลประกอบการของธุรกิจครอบครัว การสร้างความสมดุลระหว่างครอบครัวและธุรกิจ การสื่อสารและการแก้ไขปัญหาความขัดแย้งของธุรกิจครอบครัว การสร้างธรรมาภิบาลในธุรกิจครอบครัว และกรณีศึกษาของธุรกิจครอบครัว

Meaning, important, benefits, advantages, disadvantages, problems, threats and how to solve the problems of family business; family business structure, success and sustainable family business; strategic for family business; model for family business; family business's turnover; balancing between family and business; communication and conflict management in family business; good governance in family business and family business's case studies.

MAI 221 การสื่อสารในองค์กร

3(3-0-6)

(Organization Communication)

ความหมาย ความสำคัญและปัญหาของการสื่อสารภายในและภายนอกองค์การ พฤติกรรมทางการสื่อสารของบุคคล รูปแบบของการสื่อสารองค์การ โครงสร้างองค์การที่มีผลต่อลักษณะและรูปแบบของการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

Definition importance and problems of communication inside and outside organization, communication behaviors of individuals, forms of communication in organizations, organization structures, affect forms of effective communication.

MAI 222 ภาวะผู้นำ

3(3-0-6)

(Leadership)

ความหมาย แนวคิด วิวัฒนาการของภาวะผู้นำ ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมและการสร้างการเปลี่ยนแปลง การเป็นผู้นำในยุคดิจิทัล ทฤษฎีภาวะผู้นำ การบริหารความสัมพันธ์ในที่มและการสร้าง

แรงจูงใจ การสื่อสารของผู้นำผ่านสื่อดิจิทัลและแพลตฟอร์มออนไลน์ การใช้เทคโนโลยีและข้อมูลในการตัดสินใจของผู้นำ การบริหารทีมงานเสมือน ทักษะสำคัญของผู้นำในศตวรรษที่ 21 การจัดการความขัดแย้งในองค์กร ความรับผิดชอบต่อสังคมและจริยธรรมในการบริหาร การประเมินตนเองและพัฒนาทักษะความเป็นผู้นำด้วยเครื่องมือดิจิทัล

Definition, concepts and evolution of leadership, innovative leadership and leading change, leadership in the digital era, theories of leadership, team relationship management and motivation, leadership communication through digital media and online platforms, utilizing technology and data for leadership decision-making, virtual team management, key leadership skills in the 21st century, conflict management in organizations, social responsibility and ethics in management, self-assessment and leadership development through digital tools.

MAI 223 การต่อรองทางธุรกิจ 3(3-0-6)
(Business Negotiation)

ความหมาย ความสำคัญของการเจรจาต่อรองทางธุรกิจ ขอบข่ายของงานที่ต้องใช้การเจรจาต่อรอง วิเคราะห์ประเมินจุดอ่อน จุดแข็งของสถานการณ์ในการเจรจา ทั้งในด้านผู้เจรจาเองและคู่เจรจา วางแผนและเลือกใช้เทคนิคต่าง ๆ ในการเจรจาต่อรองได้อย่างถูกต้องตามขั้นตอนการเจรจาต่อรองทางธุรกิจที่มีประสิทธิผล

Definition, meaning and importance of business negotiation, scope of work that requires negotiation, evaluation of strengths and weaknesses of the negotiation situations, people who negotiate and people who are negotiated, negotiation planning, selection of the right negotiation techniques, effective negotiation producers.

MAI 224 การจัดการสำนักงานสมัยใหม่ 3(3-0-6)
(Modern Office Management)

ความหมายและความสำคัญของงานสำนักงานในยุคดิจิทัล ระบบสำนักงานอิเล็กทรอนิกส์และสำนักงานอัตโนมัติ การวางแผนและปรับปรุงกระบวนการทำงานในสำนักงาน การจัดองค์การและโครงสร้างสำนักงาน สถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมของสำนักงาน การบริหารทรัพยากรบุคคลในสำนักงาน การติดตามและควบคุมกระบวนการทำงานในสำนักงาน การบริหารงานเอกสารและสารสนเทศในรูปแบบดิจิทัล การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและเครื่องมือดิจิทัลเพื่อสนับสนุนการทำงานร่วมกันในสำนักงาน การจัดการประชุมและการสื่อสารภายในองค์กร การบริหารพัสดุและทรัพยากรสำนักงาน และการสร้างวัฒนธรรมสำนักงานที่มีประสิทธิภาพสำหรับสภาพแวดล้อมการทำงานยุคใหม่

Meaning and importance of office work in the digital era, electronic office systems and office automation, planning and improving office workflows, organization and office structure, office location and environment, human resource management in the office, monitoring and controlling office processes, digital document and information management, application of information technology and digital tools to support office collaboration, meeting and internal communication management, office supplies and resource management, and development of an efficient and adaptive office culture for the modern workplace.

MAI 321	การวางแผนและการควบคุมด้านการจัดการ (Management Planning and Control)	3(3-0-6)
---------	---	----------

วิชาบังคับก่อน : MAI 202 องค์การและการจัดการ

กระบวนการในการวางแผน และการควบคุมความสัมพันธ์ระหว่างการวางแผนและการควบคุม การประเมินสภาพแวดล้อมเพื่อที่จะวางวัตถุประสงค์นโยบายของธุรกิจกระบวนการตัดสินใจ การวางแผนกลยุทธ์และการวางแผนการปฏิบัติงาน รวมทั้งเทคนิคการควบคุมแบบต่างๆ

Planning process, and control of relation between planning and controlling, environment evaluation for set the objective and the policy of a organization, decision process, strategy planning, and operation planning, and different technical control forms.

MAI 322	การจัดการความเสี่ยง (Risk Management)	3(3-0-6)
---------	--	----------

ความเสี่ยง ปัจจัยความเสี่ยง วงจรความเสี่ยง ประเภทของความเสี่ยง การประเมินความเสี่ยง การวัดความเสี่ยง การควบคุมความเสี่ยง การบริหารความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ การบริหารความเสี่ยงทางการเงิน การบริหารความเสี่ยงด้านการตลาด และ การบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์

Risk, Risk Factor, Risk Cycle Model, Types of Risk, Risk Assessment, Risk Measurement, Risk Control, Strategic Risk Management, Financial Risk Management, Marketing Risk Management and Human Resource Risk Management.

MAI 323	จริยธรรมทางธุรกิจ (Business Ethics)	3(3-0-6)
---------	--	----------

จริยธรรมในบริบทของธุรกิจ คำจำกัดความของจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับข้อปฏิบัติทางศีลธรรม ค่านิยมของสังคมที่ใช้ในกระบวนการการใช้เหตุและผล องค์ประกอบของจริยธรรม ปัจจัยที่มี

Ethical business context, definition of ethics in relation to society's moral codes and values, ethics management, factors affecting management with ethics, leadership and ethics in business, obstacles and problems management with ethics. ethical frameworks in a given situation, ethical decisions in the environment concerns, codes of ethics in business.

3(3-0-6)

ความหมายของธุรกิจขนาดย่อม วิธีการจัดการธุรกิจขนาดย่อม การจัดตั้งธุรกิจขนาดย่อม
ธุรกิจขนาดย่อม การจัดองค์การ การจัดการการผลิต การจัดการทางการเงิน การ
ซื้อการ การจัดการการตลาด การจัดการลูกค้า การปฏิบัติต่างๆ รวมทั้งการแก้ปัญหาเพื่อ
ารลดำเนินการประสบความสำเร็จ มีประสิทธิภาพและมีการเจริญเติบโตอย่างสม่ำเสมอ

Small business's definitions, small business management, establishment the small businesses enterprise, business plan, organizing, management operation, financial management, accounting and taxation, marketing management, customer management, practices and problem solving for the business success, effectiveness, and steady growth.

3(3-0-6)

วิชามัธยมศึกษาตอนต้น : MAI 202 องค์การและการจัดการ

ความหมาย และความสำคัญของการจัดการเชิงกลยุทธ์ องค์ประกอบของการจัดการเชิงกลยุทธ์ การวางแผนกลยุทธ์และแผนที่กลยุทธ์ กระบวนการการจัดการเชิงกลยุทธ์ ระดับของกลยุทธ์และประเภทของกลยุทธ์ การเลือกใช้กลยุทธ์ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ของธุรกิจ เพื่อดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

Meaning, importance of strategic management. component of strategy, strategic planning and map, strategic management process, level of strategy and types of strategies, selecting appropriate strategies suited to business situations for successful and effective operation.

MAI 423 วิธีวิทยาการวิจัยทางธุรกิจ

3(3-0-6)

(Research Methodology in Business)

ความหมายและประเภทของการวิจัย จรรยาบรรณนักวิจัย การจัดทำโครงร่างโครงการวิจัย การออกแบบการวิจัยทางธุรกิจ วิธีการดำเนินงานวิจัย และ วิเคราะห์ผล การเขียนรายงานการวิจัยและการเผยแพร่งานวิจัย การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

The meaning and types of research, research ethics, the preparation of research proposals, research design in business, research methodology and data analysis, research report writing and dissemination of research findings, and the use of statistical software program.

MAI 424 การสรรหาและคัดเลือกบุคคล

3(3-0-6)

(Recruitment and Selection)

วิชาบังคับก่อน : MAI 201 การจัดการทรัพยากรมนุษย์

วิเคราะห์เป้าหมายขององค์การ ศึกษาแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแรงงาน กำหนดกลยุทธ์ในการสรรหาบุคลากร กระบวนการสรรหาขององค์การ แนวทางในการสรรหาทั้งจากภายในและภายนอกองค์การ วิธีการสรรหาโดยอาศัยสื่อต่าง ๆ ในปัจจุบัน และศึกษาถึงหลักการ กระบวนการในการคัดเลือกบุคคล เครื่องมือและเทคนิคที่ใช้ในการคัดเลือกบุคคล การทดลองงาน การประเมินผลการทดลองงาน การบรรจุแต่งตั้ง การสืบทอดตำแหน่ง แนวโน้มการสรรหาและคัดเลือกในอนาคต ธุรกิจในการให้บริการการสรรหาบุคคล และการสรรหาบุคคลจากภายนอก

Analyze organization target, sources of labor, recruitment strategy, the process of recruitment from inside and outside the organization, recruiting through the present multi-media. The course also includes principles, process, procedures and techniques of selection, probation, probation evaluation, hiring, succession planning, trend of recruitment and selection in future, head hunter business, and outsourcing.

MAI 425 การจัดการค่าตอบแทน

3(3-0-6)

(Compensation Management)

วิชาบังคับก่อน : MAI 201 การจัดการทรัพยากรมนุษย์

ขอบเขต ความหมาย และความสำคัญของค่าตอบแทน ทฤษฎีค่าจ้าง การกำหนดโครงสร้างค่าจ้างและเงินเดือน การสำรวจค่าจ้าง การจัดสวัสดิการและผลประโยชน์แก่พนักงาน การกำหนดค่าตอบแทนจูงใจ ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การกำหนดค่าตอบแทน การออกแบบ

Scope, meaning and importance of compensation, wage theories, wage and salary structure, wage and salary survey, welfare and fringe benefits, incentive determination, factors that affect compensation determination, compensation design for some types of employee, and problem solving about compensation's conflict.

วิชาบังคับก่อน : MAI 201 การจัดการทรัพยากรมนุษย์

Meaning of human resource development, instrument and methods of human resource development in organization for continuous learning, meaning and importance of training, training needs analysis, curriculum design, creation of training programs, training techniques and instrument, implement and evaluation of training projects.

วิชาบังคับก่อน : MAI 201 การจัดการทรัพยากรมนุษย์

Meaning, objectives and importance of employee performance appraisal, performance appraisal concepts, performance appraisal theories and tools of both individual and group appraisal, problems of evaluation, ethics of evaluation and strategies for successful evaluation. The course also includes discussions of evaluation results and the application of evaluation results in human resource management.

MAI 428 การบริหารโครงการ 3(3-0-6)
(Project Management)

แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการวางแผนและการวิเคราะห์ระบบ การดำเนินการและการบริหารโครงการกับองค์การเมตริกซ์ ภาวะแวดล้อมของโครงการในแนวเชิงองค์การ แผนภูมิองค์การ จากทัศนะเชิงระบบ อำนาจในโครงการ การควบคุมโครงการ เทคนิคในการวางแผนและควบคุมในโครงการ

Basic concept of planning system, system analysis, project operation and management with matrix organization, organizational organization environment, organization charts form the system-oriented point of view, power in projects, project control as well as project planning and control techniques.

MAI 495 ประเด็นในปัจจุบันทางนวัตกรรมจัดการ 3(3-0-6)
(Current Issues in Management Innovation)

ทฤษฎี และแนวทางการแก้ปัญหาใหม่ๆ ทางด้านนวัตกรรมจัดการ โดยนำกรณีศึกษาในปัจจุบันมาทำการวิเคราะห์อภิปราย และทำรายงานพร้อมนำเสนอในชั้นเรียน รวมทั้งการทัศนศึกษาจากสถานประกอบการ และเชิญวิทยากรผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมาร่วมแสดงแนวคิด

Theories, new ways to solve problems in management, analysis, discussions, reporting and presentation of cases studies, field trip to organizations and discussions of specific issues of interest, invited guest speakers are included.

MAI 499 หัวข้อพิเศษทางนวัตกรรมจัดการ 3(3-0-6)
(Special Topics in Management Innovation)

หัวข้อพิเศษที่น่าสนใจด้านนวัตกรรมจัดการสำหรับแต่ละภาคการศึกษา โดยหัวข้อที่จะนำมาใช้ในการเรียนการสอนจะต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการสาขา

Special topics in management innovation in each semester. The selected topics require consent from program committee.

หมวดวิชาเลือกเสรี

6 หน่วยกิต

เลือกจากรายวิชาที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยรังสิต

กลุ่มวิชาโท

15 หน่วยกิต

สำหรับนักศึกษาต่างสาขาวิชา หรือต่างวิทยาลัย/คณะที่ต้องการจะศึกษาสาขาวิชา
นวัตกรรมการจัดการเป็นวิชาโท ให้ศึกษารายวิชาต่อไปนี้ จำนวน 15 หน่วยกิต

ETP 200 การเป็นผู้ประกอบการ 3(3-0-6)
(Entrepreneurship)

ความหมาย ความสำคัญ แนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ ภาพรวมธุรกิจ รูปแบบองค์การ
ธุรกิจ การจัดการ การตลาด การผลิต การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การบัญชี การเงิน ภาษี ธุรกิจระหว่าง
ประเทศ ธุรกิจ Niche และจริยธรรมทางธุรกิจ ตลอดจนองค์ประกอบที่สำคัญของการทำแผนธุรกิจ

Definitions, significance, entrepreneurial mindset, business overview, business
organization model, management, marketing, production, human resource, finance, taxation,
international business, niche business and business ethics and elements of business plans.

MAI 201 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ 3(3-0-6)
(Human Resource Management)

แนวคิด ทฤษฎี หลักการ กระบวนการ ขั้นตอนและวิธีการที่เกี่ยวกับการจัดการทรัพยากร
มนุษย์ ประกอบด้วย การวิเคราะห์และออกแบบงาน การวางแผนกำลังคน การสรรหาและคัดเลือก
การฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน การจัดการและประเมินผลการปฏิบัติงาน การจัดการค่าจ้างและค่า
ตอบแทน การจัดการสวัสดิการและผลประโยชน์ตอบแทน การจัดการวินัยในการทำงาน การจัดการ
ความปลอดภัยในการทำงานและสุขภาพของพนักงาน รวมถึงการแรงงานสัมพันธ์และ
การคุ้มครองแรงงาน

Concepts; theories; principles; processes and methods related to human
resource management; job analysis and design; workforce planning; recruitment and selection;
employee training and development; performance management and appraisal; wage and
compensation management; welfare and benefits management; work discipline management;
occupational safety and employee health management; labor relations and labor protection.

MAI 202 องค์การและการจัดการ

3(3-0-6)

(Organization and Management)

ภาพรวมทางการจัดการ ลักษณะองค์การ หลักการจัดการ แนวคิดและทฤษฎีทางการจัดการ สภาพแวดล้อมทางการจัดการ การวางแผน การจัดองค์การ การชักจูงและภาวะผู้นำ การควบคุม การจัดการ จริยธรรมทางการจัดการ และความรับผิดชอบต่อสังคม

An overview of management, characteristics of organizations, principles management, fundamental concepts and theories of management, organizational environment, planning, organizing, leading and leadership, controlling, management, managerial ethics, and corporate social responsibility.

MAI 211 การจัดการนวัตกรรมและการเปลี่ยนแปลง

3(3-0-6)

(Change and Innovation Management)

วิชาบังคับก่อน : MAI 202 องค์การและการจัดการ

หลักการพื้นฐานของนวัตกรรม สภาพแวดล้อมทางนวัตกรรมสำหรับผู้บริหาร กระบวนการจัดการการเปลี่ยนแปลง รูปแบบและขั้นตอนของการเปลี่ยนแปลง กระบวนการจัดการนวัตกรรม และวงจรนวัตกรรม ประเภทของนวัตกรรม โมเดลของนวัตกรรม วิธีคิดเชิงนวัตกรรมและการสร้างความคิดสร้างสรรค์ การนำแนวคิดไปสู่การปฏิบัติ รวมถึงการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืน

Fundamental principles of innovation, innovation environment for managers, change management process, models and stages of change, innovation lifecycle and management process, types and models of innovation, innovative thinking and creativity methods, as well as approaches for implementing innovations and fostering an innovation-oriented culture within organizations.

MAI 212 เครื่องมือสำหรับนวัตกรรมจัดการ

3(3-0-6)

(Tools for Management Innovation)

วิชาบังคับก่อน : MAI 202 องค์การและการจัดการ

เครื่องมือสำหรับนวัตกรรมจัดการ การวัดผลเชิงดุลยภาพ การเปรียบเทียบสมรรถนะ การปรับระบบ ไคเซ็น เครื่องมือช่วยในการตัดสินใจ การจัดการความรู้ การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า เครื่องมือในการตั้งเป้าหมายและกำหนดตัววัดผล การจัดการคุณภาพแบบองค์รวม โปรแกรมความคิดดี พันธมิตรเชิงกลยุทธ์ เครื่องมือการจัดการการเปลี่ยนแปลง และ การวางแผนภาพด้วยสถานการณ์

Tools for management innovation: Balance Scorecard, Benchmarking, Reengineering, Kaizen, Decision Right Tools, Knowledge Management, Customer Relationship Management, Objective and Key Results, Total Quality Management, Loyalty Program, Strategic Alliances, Change Management Tools, and Scenario Planning.

MAI 213 จรณทักษะสำหรับการจัดการ 3(3-0-6)
(Soft Skills for Management)

จรณทักษะที่จำเป็นสำหรับการบริหารจัดการและการสร้างนวัตกรรม: การติดต่อสื่อสาร การทำงานเป็นทีม การคิดเชิงวิเคราะห์และเชิงระบบ ความคิดสร้างสรรค์ การเจรจาต่อรอง ภาวะผู้นำ เชนวัตกรรม การบริหารเวลา การแก้ปัญหาและการตัดสินใจ การปรับตัว การเรียนรู้ตลอดชีวิต การฟังอย่างกระตือรือร้น และการพัฒนาวิธีคิดแบบเติบโตเพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการเป็นนักจัดการ และนวัตกรรมรุ่นใหม่

Essential soft skills for effective management and innovation: communication, teamwork, analytical and systems thinking, creativity, negotiation, innovative leadership, time management, problem-solving and decision-making, adaptability, lifelong learning, active listening, and growth mindset to enhance learners' potential as modern managers and innovators.

MAI 221 การสื่อสารในองค์กร 3(3-0-6)
(Organization Communication)

ความหมาย ความสำคัญและปัญหาของการสื่อสารภายในและภายนอกองค์กร พฤติกรรมทางการสื่อสารของบุคคล รูปแบบของการสื่อสารองค์กร โครงสร้างองค์กรที่มีผลต่อ ลักษณะและรูปแบบของการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

Definition importance and problems of communication inside and outside organization, communication behaviors of individuals, forms of communication in organizations, organization structures, affect forms of effective communication.

MAI 222 ภาวะผู้นำ 3(3-0-6)
(Leadership)

ความหมาย แนวคิด วิวัฒนาการของภาวะผู้นำ ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมและการสร้างการเปลี่ยนแปลง การเป็นผู้นำในยุคดิจิทัล ทฤษฎีภาวะผู้นำ การบริหารความสัมพันธ์ในทีมและการสร้าง

แรงจูงใจ การสื่อสารของผู้นำผ่านสื่อดิจิทัลและแพลตฟอร์มออนไลน์ การใช้เทคโนโลยีและข้อมูลในการตัดสินใจของผู้นำ การบริหารทีมงานเสมือน ทักษะสำคัญของผู้นำในศตวรรษที่ 21 การจัดการความขัดแย้งในองค์กร ความรับผิดชอบต่อสังคมและจริยธรรมในการบริหาร การประเมินตนเองและพัฒนาทักษะความเป็นผู้นำด้วยเครื่องมือดิจิทัล

Definition, concepts and evolution of leadership, innovative leadership and leading change, leadership in the digital era, theories of leadership, team relationship management and motivation, leadership communication through digital media and online platforms, utilizing technology and data for leadership decision-making, virtual team management, key leadership skills in the 21st century, conflict management in organizations, social responsibility and ethics in management, self-assessment and leadership development through digital tools.

MAI 224 การจัดการสำนักงานสมัยใหม่
(Modern Office Management)

3(3-0-6)

ความหมายและความสำคัญของงานสำนักงานในยุคดิจิทัล ระบบสำนักงานอิเล็กทรอนิกส์และสำนักงานอัตโนมัติ การวางแผนและปรับปรุงกระบวนการทำงานในสำนักงาน การจัดองค์การและโครงสร้างสำนักงาน สถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมของสำนักงาน การบริหารทรัพยากรบุคคลในสำนักงาน การติดตามและควบคุมกระบวนการทำงานในสำนักงาน การบริหารงานเอกสารและสารสนเทศในรูปแบบดิจิทัล การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและเครื่องมือดิจิทัลเพื่อสนับสนุนการทำงานร่วมกันในสำนักงาน การจัดการประชุมและการสื่อสารภายในองค์กร การบริหารพัสดุและทรัพยากรสำนักงาน และการสร้างวัฒนธรรมสำนักงานที่มีประสิทธิภาพสำหรับสภาพแวดล้อมการทำงานยุคใหม่

Meaning and importance of office work in the digital era, electronic office systems and office automation, planning and improving office workflows, organization and office structure, office location and environment, human resource management in the office, monitoring and controlling office processes, digital document and information management, application of information technology and digital tools to support office collaboration, meeting and internal communication management, office supplies and resource management, and development of an efficient and adaptive office culture for the modern workplace.

MAI 312 การจัดการองค์กรนวัตกรรม **3(3-0-6)**

(Management for Innovative Organization)

วิชาบังคับก่อน : MAI 202 องค์การและการจัดการ

ลักษณะขององค์กรนวัตกรรมและองค์กรแห่งอนาคต การจัดการนวัตกรรมระดับยุทธศาสตร์ ปฏิบัติการ และสนับสนุน การสร้างวัฒนธรรมแห่งนวัตกรรม การพัฒนาศักยภาพภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม และกระบวนการสร้างระบบนิเวศนวัตกรรม เพื่อขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืน

The characteristics of innovative and future-oriented organizations, focusing on strategic, operational, and support levels of innovation management, innovation culture development, innovative leadership, and innovation ecosystem creation to drive organizations toward long-term sustainability.

MAI 313 การคิดเชิงออกแบบสำหรับนวัตกรรมจัดการ **3(3-0-6)**

(Design Thinking for Management Innovation)

วิชาบังคับก่อน : MAI 202 องค์การและการจัดการ

กระบวนการคิดเชิงออกแบบ: การเข้าใจปัญหาอย่างลึกซึ้ง การนิยามปัญหา การสร้างแนวคิด การสร้างต้นแบบ การทดสอบ และนำไปใช้ พร้อมบูรณาการวิธีคิดเชิงนวัตกรรมเพื่อแก้ปัญหาและสร้างคุณค่าใหม่ในบริบทการจัดการสมัยใหม่

The design thinking process: empathizing, defining, ideating, prototyping, testing, and implementing innovative solutions, integrating innovative thinking methods to generate new value and solve complex management problems in modern organizations.

MAI 422 การจัดการเชิงกลยุทธ์ **3(3-0-6)**

(Strategic Management)

วิชาบังคับก่อน : MAI 202 องค์การและการจัดการ

ความหมาย และความสำคัญของการจัดการเชิงกลยุทธ์ องค์ประกอบของการจัดการเชิงกลยุทธ์ การวางแผนกลยุทธ์และแผนที่กลยุทธ์ กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ ระดับของกลยุทธ์ และประเภทของกลยุทธ์ การเลือกใช้กลยุทธ์ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ของธุรกิจ เพื่อดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

Meaning, importance of strategic management. component of strategy, strategic planning and map, strategic management process, level of strategy and types of strategies, selecting appropriate strategies suited to business situations for successful and effective operation.

สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ

วิชาชีพ-บังคับ

36 หน่วยกิต

DMR 301 กลยุทธ์การจัดการการสื่อสารในยุคดิจิทัล 3(3-0-6)

(Communication Management Strategies in Digital Era)

วิชาบังคับก่อน : DMR 201 หลักการตลาด

ความสำคัญของการสื่อสารทางการตลาดในยุคดิจิทัล ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล เทคนิคการประชาสัมพันธ์เชิงรุกและการประชาสัมพันธ์ การวัดและประเมินผลการจัดการสื่อสาร

DMR 305 การจัดการธุรกิจแฟรนไชส์ 3(3-0-6)

(Franchise Management)

วิชาบังคับก่อน : DMR 201 หลักการตลาด

กระบวนการ หลักเกณฑ์ นโยบายและกลยุทธ์ในการจัดการธุรกิจแฟรนไชส์ การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ การติดต่อ และกระบวนการในการสร้างสรรคโอกาสทางธุรกิจโดยผ่านระบบแฟรนไชส์ รวมถึงข้อกฎหมาย จริยธรรมและจรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ

ETP 201 การตลาดดิจิทัลและการพาณิชย์ดิจิทัล 3(3-0-6)

(Digital Marketing and Digital Commerce)

กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล แบบจำลองการตลาดดิจิทัล การสำรวจความต้องการของลูกค้า การวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า การจัดการฐานข้อมูลลูกค้า การสื่อสารกับลูกค้า เครื่องมือการตลาดดิจิทัล ขั้นตอนการทำงานการตลาดดิจิทัล ร้านค้าดิจิทัล และการตลาดดิจิทัลในอนาคต การพาณิชย์ดิจิทัล โครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีและเครื่องมือสำหรับการพาณิชย์ดิจิทัล แบบจำลองการพาณิชย์ดิจิทัล ประเด็นความปลอดภัยในการพาณิชย์ดิจิทัล ระบบชำระเงินดิจิทัล ประเด็นทางกฎหมายและจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับการพาณิชย์ดิจิทัล กลยุทธ์ธุรกิจสำหรับการพาณิชย์ดิจิทัล

ETP 203 นวัตกรรมและกลยุทธ์สำหรับธุรกิจ

3(3-0-6)

(Innovation and Strategies for Business)

กระบวนการการพัฒนา นวัตกรรม รูปแบบของนวัตกรรมภายใต้การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยี รวมถึงการศึกษาการจัดการความรู้ การสร้างองค์การเพื่อการพัฒนาข้อมูลและใช้ข้อมูลเพื่อเป็นความรู้สำหรับการทำงานและทำให้เกิดองค์การแห่งการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ กลยุทธ์ของธุรกิจ การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็งขององค์การและการแสวงหาโอกาสในตลาดของธุรกิจดิจิทัล พัฒนาทักษะในการกำหนดกลยุทธ์ธุรกิจ ที่จะสามารถเป็นผู้นำธุรกิจในตลาดและบริการ ซึ่งใช้ช่องทางการตลาดธุรกิจได้

ETP 204 การจัดการธุรกิจครอบครัว

3(3-0-6)

(Family Business Management)

ความหมาย ความสำคัญ ประโยชน์ ข้อดี ข้อเสีย ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการแก้ปัญหาของธุรกิจครอบครัว โครงสร้างของธุรกิจครอบครัว การวางแผนสืบทอดธุรกิจครอบครัวอย่างยั่งยืน กลยุทธ์สำหรับธุรกิจครอบครัว โมเดลการสืบทอดธุรกิจครอบครัว ผลประกอบการของธุรกิจครอบครัว การสร้างความสมดุลระหว่างครอบครัวและธุรกิจ การสื่อสารและการแก้ไขปัญหาความขัดแย้งของธุรกิจครอบครัว การสร้างธรรมาภิบาลในธุรกิจครอบครัว และกรณีศึกษาของธุรกิจครอบครัว

ETP 205 การคิดเชิงการออกแบบ

3(3-0-6)

(Design Thinking)

ความหมาย ประโยชน์และหลักการของความคิดเชิงการออกแบบ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความคิดเชิงการออกแบบ การนำความคิดเชิงการออกแบบไปใช้กับการประกอบธุรกิจ การพัฒนาองค์การ และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และกระบวนการความคิดเชิงการออกแบบ ประกอบด้วย การเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย การระบุปัญหา การระดมความคิด การสร้างต้นแบบ และการทดสอบต้นแบบ

ETP 206 การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการ

3(3-0-6)

(Product and Service Development)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ หลักการการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ระบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ประเภทของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการประเมินคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาบริการใหม่ ประกอบด้วย ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการพัฒนาการบริการ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการบริการ เทคนิคการพัฒนาการบริการ หลักการในการพัฒนาการบริการ และขั้นตอนในการพัฒนาการบริการ

ETP 405 แบบจำลองสถานการณ์ธุรกิจ
(Business Simulation)

3(3-0-6)

การนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยในฝึกอบรมการเสริมสร้างทักษะการบริหารจัดการธุรกิจ และการเรียนรู้ที่จะกำหนดนโยบาย และกลยุทธ์ในการดำเนินงานทางธุรกิจด้วยค่าใช้จ่ายและระยะเวลาที่เหมาะสม โดยจะครอบคลุมในเรื่องเกี่ยวกับการวางแผนธุรกิจในภาพรวม การวางแผนกลยุทธ์ระดับหน่วยธุรกิจ การตลาด การผลิต การบริหารทรัพยากรมนุษย์ และการเงิน

LWB 480 กฎหมายกับการบริหารธุรกิจ
(Law and Business Administration)

2(2-0-4)

บทบาทของกฎหมายที่มีต่อการจัดตั้ง องค์การธุรกิจ หน้าที่งานทางธุรกิจ การผลิต การเงิน การบริหารทั้งด้านงานบุคคลและการตลาด ตลอดจนการควบคุมกำกับดูแล ผลกระทบของธุรกิจต่อสังคม และผู้บริโภค

MGT 423 การบริหารความเสี่ยงทางการจัดการ
(Organization Risk Management)

3(3-0-6)

วิชาบังคับก่อน : MGT 202 องค์การและการจัดการ

แนวคิดเกี่ยวกับความเสี่ยง สถานการณ์ปัจจุบันด้านความเสี่ยง องค์ประกอบพื้นฐาน ความเสี่ยงขององค์การ ผลกระทบของความเสี่ยงทางการจัดการ กระบวนการจัดการความเสี่ยง ทักษะการจัดการความเสี่ยงของผู้บริหาร เครื่องมือที่จำเป็นในการสร้างโอกาสและการลดความเสี่ยง ให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ เทคนิค วิธีการ และรูปแบบในการประเมินและจัดการความเสี่ยงที่ใช้ในธุรกิจรูปแบบในการจัดการความเสี่ยง การจัดการความเสี่ยงของธุรกิจเพื่อเพิ่มมูลค่าของกิจการ และแนะนำถึงแนวคิดและรูปแบบของการจัดการความเสี่ยงแบบทั่วทั้งองค์กรซึ่งบูรณาการความเสี่ยงทั้งด้านการเงิน กลยุทธ์ และการดำเนินการ

ETP 493 การเตรียมความพร้อมการฝึกปฏิบัติสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ
(Preparation for Internship for Entrepreneurship)

3(2-2-5)

วิชาบังคับก่อน : นักศึกษาต้องมีหน่วยกิตสะสมไม่ต่ำกว่า 100 หน่วยกิต

การสร้างความรู้ความเข้าใจ ตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการฝึกปฏิบัติงานจริง การจัดทำแผนธุรกิจเพื่อนำไปใช้ในการเปิดกิจการ และประกอบธุรกิจ

ETP 494 การฝึกปฏิบัติสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ

4(0-35-18)

(Internship for Entrepreneurship)

วิชาบังคับก่อน : เป็นนักศึกษาสาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ และภาคการศึกษา
สุดท้าย

ประยุกต์ใช้ทฤษฎีและความรู้ที่เรียนมาในวิชาต่าง ๆ ร่วมกับการเตรียมความพร้อมการฝึกปฏิบัติสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ นำใช้กับธุรกิจของตนเองหรือธุรกิจครอบครัว โดยใช้เวลา 16 สัปดาห์ในการศึกษาปัญหาของธุรกิจ เพื่อศึกษาข้อมูล วางแผนและดำเนินการแก้ปัญหาของธุรกิจ นักศึกษาจะต้องทำบันทึกประจำวันส่งทุกสัปดาห์ และต้องผ่านการประเมินผลงานจากอาจารย์ที่ปรึกษา

ETP 495 การสร้างธุรกิจสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ

4(0-35-18)

(Create a Business for Entrepreneurship)

วิชาบังคับก่อน : เป็นนักศึกษาสาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ และภาคการศึกษา

สุดท้ายประยุกต์ใช้ทฤษฎีและความรู้ที่เรียนมาในวิชาต่าง ๆ ร่วมกับการเตรียมความพร้อมการฝึกปฏิบัติสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ นำมาสร้างธุรกิจจริง โดยใช้เวลา 16 สัปดาห์ในการกำหนดกลุ่มลูกค้า เลือกผลิตภัณฑ์ การขายสินค้า วางแผนและแก้ปัญหาต่าง ๆ ระหว่างการดำเนินธุรกิจ นักศึกษาจะต้องทำบันทึกประจำวันส่งทุกสัปดาห์ และต้องผ่านการประเมินผลงานจากอาจารย์ที่ปรึกษา

ข. วิชาชีพ-เลือก

15 หน่วยกิต

ให้นักศึกษาเลือกศึกษา 5 รายวิชาต่อไปนี้ หรือเลือกศึกษารายวิชาอื่นที่เปิดสอนในคณะบริหารธุรกิจ หรือกลุ่มวิชาชีพของวิทยาลัย/คณะ/สถาบันที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยรังสิต ทั้งนี้ โดยได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา

ETP 490 สัมมนาการเป็นผู้ประกอบการ

3(3-0-6)

(Seminar in Entrepreneurship)

วิชาบังคับก่อน : เป็นนักศึกษาภาคการศึกษาสุดท้าย

แนวทางการแก้ปัญหาต่าง ๆ ทางด้านการเป็นผู้ประกอบการ โดยนำกรณีศึกษาในปัจจุบันมาทำการวิเคราะห์ อภิปราย และทำรายงานพร้อมนำเสนอในชั้นเรียน รวมทั้งการทัศนศึกษาจากสถานประกอบการ และเชิญวิทยากรผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมาร่วมแสดงแนวคิด

ETP 496 ประเด็นในปัจจุบันสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ 3(3-0-6)
(Current Issues in Entrepreneurship)

ทฤษฎี และแนวทางการแก้ปัญหาใหม่ๆ ทางด้านการเป็นผู้ประกอบการ โดยนำกรณีศึกษาในปัจจุบัน มาทำการวิเคราะห์ อภิปราย และทำรายงานพร้อมนำเสนอในชั้นเรียน รวมทั้งการทัศนศึกษาจากสถานประกอบการ และเชิญวิทยากรผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมาร่วมแสดงแนวคิด

ETP 499 หัวข้อพิเศษสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ 3(3-0-6)
(Special Topics in Entrepreneurship)

หัวข้อพิเศษที่น่าสนใจด้านการเป็นผู้ประกอบการสำหรับแต่ละภาคการศึกษาโดยหัวข้อที่จะนำมาใช้ในการเรียนการสอนจะต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการสาขาฯ

MGT 411 การจัดการธุรกิจขนาดย่อม 3(3-0-6)
(Small Business Management)

วิชาบังคับก่อน : MGT 202 องค์การและการจัดการ

ความหมายของธุรกิจขนาดย่อม วิธีการจัดการธุรกิจขนาดย่อม การจัดตั้งธุรกิจขนาดย่อม การวางแผนธุรกิจขนาดย่อม การจัดองค์การ การจัดการการผลิต การจัดการทางการเงิน การบัญชีและภาษีอากร การจัดการการตลาด การจัดการลูกค้า การปฏิบัติต่างๆ รวมทั้งการแก้ปัญหาเพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินการประสบความสำเร็จ มีประสิทธิภาพและมีการเจริญเติบโตอย่างสม่ำเสมอ

MGT 415 การต่อรองทางธุรกิจ 3(3-0-6)
(Business Negotiation)

ความหมาย ความสำคัญของการเจรจาต่อรองทางธุรกิจ ขอบข่ายของงานที่ต้องใช้การเจรจาต่อรอง วิเคราะห์ประเมินจุดอ่อน จุดแข็งของสถานการณ์ในการเจรจา ทั้งในด้านผู้เจรจาเองและคู่เจรจา วางแผนและเลือกใช้เทคนิคต่างๆ ในการเจรจาต่อรองได้อย่างถูกต้องตามขั้นตอนการเจรจาต่อรองทางธุรกิจที่มีประสิทธิผล

MGT 416 การจัดการเชิงกลยุทธ์ 3(3-0-6)
(Strategic Management)

วิชาบังคับก่อน : MGT 202 องค์การและการจัดการ

ความหมาย และความสำคัญของการจัดการเชิงกลยุทธ์ องค์ประกอบของการจัดการเชิงกลยุทธ์ การวางแผนกลยุทธ์และแผนที่กลยุทธ์ กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ ระดับของกลยุทธ์

และประเภทของกลยุทธ์ การเลือกใช้กลยุทธ์ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ของธุรกิจ เพื่อดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

MGT 418 การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ

3(3-0-6)

(International Business Management)

วิชาบังคับก่อน : MGT 202 องค์การและการจัดการ

บทบาทและความสำคัญของการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ ปัญหาที่เกี่ยวข้องและกลยุทธ์ วิธีการแก้ปัญหา ปัจจัยด้านการเมือง กฎหมาย ภาษี และวัฒนธรรมข้ามชาติ การดำเนินงานและการบริหารงานของธุรกิจข้ามชาติ และประเด็นเกี่ยวกับโลกาภิวัตน์ บทบาทหน้าที่และความสำคัญขององค์การค้าระหว่างประเทศ ทักษะและความรู้ของบุคลากรในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ และกรณีศึกษา

สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569)

วิชาชีพ-บังคับ

36 หน่วยกิต

LSM 201 ความรู้เบื้องต้นด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน 3(3-0-6)
(Introduction to Logistics and Supply Chain)

ความหมายและหลักการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน ความสำคัญของโลจิสติกส์และซัพพลายเชนต่อองค์กร และระบบเศรษฐกิจ องค์ประกอบระบบโลจิสติกส์และซัพพลายเชน เช่น การจัดซื้อ การจัดการคลังสินค้าและสินค้าคงคลัง การขนส่ง การบรรจุภัณฑ์ การพยากรณ์อุปสงค์ โลจิสติกส์ระหว่างประเทศ การบริการลูกค้า และเทคโนโลยีสารสนเทศด้านโลจิสติกส์

Meaning and principles of logistics and supply chain management; importance of logistics and supply chain to organization and economic system; elements of logistics and supply chain including purchasing; warehouse and inventory management; transportation; packaging; demand forecasting; international logistics; customer service management; and technologies for logistics.

LSM 302 การจัดการสินค้าคงคลังและคลังสินค้า 3(3-0-6)
(Inventory and Warehouse Management)

วิชาบังคับก่อน : LSM 201 ความรู้เบื้องต้นด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

หลักการเบื้องต้นของการจัดการสินค้าคงคลัง นโยบายของสินค้าคงคลัง บทบาทของสินค้าคงคลัง หน้าที่ของสินค้าคงคลัง การเติมเต็มสินค้า การควบคุมสินค้าคงคลัง ความสำคัญของคลังสินค้า ประเภทของคลังสินค้า หน้าที่ของคลังสินค้า การจัดการคลังสินค้า การวางแผนการดำเนินงานคลังสินค้า กลยุทธ์การจัดเก็บสินค้าในคลังสินค้า ท่าเทียบเรือ การจัดการวัสดุ การออกแบบผังคลังสินค้า บรรจุภัณฑ์ ชั้นวาง ระบบการเคลื่อนย้ายวัสดุ เทคโนโลยีสารสนเทศและปัญญาประดิษฐ์สำหรับคลังสินค้า

Basic concepts and issues in inventory management; inventory policies; inventory roles; inventory functions; replenishment; inventory control; importance of warehouse; types of warehouses; warehousing functions; warehouse management; warehouse operation

planning; storage strategy in warehouses; facility location; material management; warehouse layout design; packaging; racking and shelving; material handling systems; and information technology and AI for warehouses.

LSM 303 การจัดการการขนส่งและการกระจายสินค้า 3(3-0-6)

(Transportation and Distribution Management)

วิชาบังคับก่อน : LSM 201 ความรู้เบื้องต้นด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

การดำเนินงานในการจัดการการขนส่งและการกระจายสินค้า รูปแบบของการขนส่ง การบริหารจัดการการขนส่งและการกระจายสินค้า การกำหนดเส้นทางในการส่งและการกระจายสินค้าและการบริหารจัดการต้นทุนการขนส่ง การวางแผนการขนส่ง

Procedures of transportation and distribution management; transportation modes; route and distribution management; transportation cost management; and transportation planning.

LSM 304 การจัดการจัดซื้อจัดหา 3(3-0-6)

(Procurement Management)

วิชาบังคับก่อน : LSM 201 ความรู้เบื้องต้นด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

บทบาทและความสำคัญของการจัดซื้อ การจัดหาในแง่ของซัพพลายเชน กระบวนการในการตัดสินใจซื้อ หลักในการจัดซื้อ การตัดสินใจผลิตเองหรือซื้อ การจัดซื้อและการวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจ การวางแผนและกำหนดนโยบายในการจัดซื้อ การประเมินผลการจัดซื้อ การรับและการเก็บรักษาพัสดุ การประเมินและการควบคุมพัสดุ การวัดและประเมินผลผู้ขายปัจจัยการผลิต การจัดซื้อจัดหาแบบอิเล็กทรอนิกส์ บทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศและปัญญาประดิษฐ์ในการจัดซื้อ เทคนิคการเจรจาต่อรอง การวางแผนยุทธวิธี และขั้นตอนในการเจรจาต่อรอง

Roles of purchasing; importance of purchasing; procurement in supply chain aspects; decision making in purchasing; fundamentals of purchasing; purchasing management process; selection of self-manufacturing and procurement; business strategies; planning; basic policies of purchasing; purchasing performance measurement; receiving; stock keeping; supplier assessment; electronic procurement; roles of information technology and AI in procurement; negotiating techniques; planning tactics; and stages in purchasing negotiations

LSM 305 การจัดการโลจิสติกส์สำหรับธุรกิจค้าปลีก

3(3-0-6)

(Logistics Management for Retail Business)

วิชาบังคับก่อน : LSM 201 ความรู้เบื้องต้นด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

ลักษณะและความสำคัญของธุรกิจค้าส่งและธุรกิจค้าปลีก บทบาทของการจัดการโลจิสติกส์ที่มีต่อธุรกิจค้าปลีก การจัดการซัพพลายเชนสำหรับธุรกิจค้าปลีก การจัดการโลจิสติกส์เพื่อลดต้นทุนในธุรกิจค้าปลีก การวางแผนการกระจายสินค้า การบริหารสินค้าคงคลังสำหรับธุรกิจค้าปลีก รูปแบบการจัดการโลจิสติกส์ สำหรับธุรกิจค้าปลีกออนไลน์

Nature and importance of wholesale and retail businesses; role of logistics management in retail businesses; supply chain management for retail businesses; logistics management for cost reduction in retail businesses; product distribution planning; inventory management for retail businesses; and logistics management models for online retail businesses.

LSM 307 การจัดการซัพพลายเชนเชิงกลยุทธ์

3(3-0-6)

(Strategic Supply Chain Management)

วิชาบังคับก่อน : LSM 201 ความรู้เบื้องต้นด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

แนวคิดการบูรณาการซัพพลายเชนและกลยุทธ์ซัพพลายเชน การตอบสนองอย่างรวดเร็ว การประสานงานระหว่างผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย การควบคุมสินค้าคงคลังโดยผู้ผลิต และการเพิ่มสินค้าอย่างต่อเนื่อง การออกแบบซัพพลายเชน การร่วมกันออกแบบผลิตภัณฑ์บทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศและปัญญาประดิษฐ์ในการจัดการซัพพลายเชน การจัดซื้อ ผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ โลจิสติกส์ย้อนกลับ และการบริหารการกระจายสินค้า การปรับปรุงซัพพลายเชนให้ดีที่สุด การเชื่อมโยงกลยุทธ์ซัพพลายเชนให้เข้ากับกลยุทธ์รวมของธุรกิจ

Concepts of supply chain integration; supply chain strategy; quick consumer response; supplier–producer coordination; vendor-managed inventory; continuous replenishment; supply chain design; collaborative product design; roles of information technology and AI in supply chain management; procurement; logistics provider; reverse logistics; distribution management; supply chain optimization; and linkages of supply chain strategy aligned to overall business strategy.

LSM 309 ความปลอดภัยในงานด้านโลจิสติกส์ 3(3-0-6)
(Safety in Logistics)

วิชาบังคับก่อน: LSM201 ความรู้เบื้องต้นด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

ความรู้ด้านมาตรฐานความปลอดภัยในโรงงาน ความปลอดภัยในการทำงานด้านการจัดการคลังสินค้า การเก็บรักษาสินค้า การเคลื่อนย้ายสินค้า การขนส่งและการกระจายสินค้า การจัดอาชีวอนามัยและความปลอดภัยเบื้องต้น รวมถึงบทบัญญัติและข้อบังคับด้านความปลอดภัย มาตรการการป้องกันและการแก้ไขในเหตุการณ์ต่างๆ และการป้องกันสินค้าสูญหาย

Factory safety standards; safety at warehouse workplace; stock keeping management; stock handling management; transportation and distribution; basic occupational health and safety; safety rules and regulations; preventive measures and problem solving; and protecting product loss.

LSM 310 การบรรจุภัณฑ์สำหรับการจัดการโลจิสติกส์ 3(3-0-6)
(Packaging for Logistics Management)

วิชาบังคับก่อน : LSM 201 ความรู้เบื้องต้นด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ด้านโลจิสติกส์ ผลกระทบของบรรจุภัณฑ์ต่อกิจกรรมโลจิสติกส์และการจัดการซัพพลายเชน การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับอุตสาหกรรมและบรรจุภัณฑ์เพื่อการขายปลีก รวมถึงประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ นวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ การนำบรรจุภัณฑ์กลับมาใช้ใหม่ และการจัดการซากบรรจุภัณฑ์

Roles of packaging in logistics aspects; effects of packaging on logistics and supply chain activities; development of packaging for industry and retailing; environmental concern in packaging development; packaging innovation; and packaging for reuse, recycling, and elimination.

LSM 313 เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน 3(3-0-6)
(Information Technology for Logistics and Supply Chain Management)

วิชาบังคับก่อน : LSM 201 ความรู้เบื้องต้นด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

หน้าที่ของเทคโนโลยีสารสนเทศและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน การใช้สารสนเทศและเทคโนโลยีสนับสนุนเป้าหมายการดำเนินงานในด้านต่างๆ เช่น การขนส่ง การบริการ การแลกเปลี่ยนข้อมูลสินค้า การออกแบบระบบสารสนเทศสำหรับอุตสาหกรรมด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

Information technologies in logistics and supply chain management; implementation of information technology for logistics and supply chain operations; alignment of information and technologies with operational goals; transportation and logistics services; information exchange in product categories; and designing information technologies for various industries within logistics and supply chain environment.

LSM 413 โลจิสติกส์สำหรับงานด้านการนำเข้าและการส่งออก 3(3-0-6)
(Logistics for Export and Import Operations)

วิชาบังคับก่อน : LSM 201 ความรู้เบื้องต้นด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

ความหมาย ความสำคัญของการค้าระหว่างประเทศ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีผลกระทบต่อการทำธุรกิจส่งออกนำเข้า หน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจส่งออกนำเข้า ขั้นตอนการส่งออกและการนำเข้า การตลาดระหว่างประเทศ การชำระเงินทางการค้าระหว่างประเทศ ข้อกำหนดในการส่งมอบสินค้า (Incoterms) เอกสารทางการค้าระหว่างประเทศ การขนส่งระหว่างประเทศ การประกันภัย กฎหมายศุลกากร พิภคอัตราศุลกากร การปฏิบัติพิธีการศุลกากร มาตรการส่งเสริมการส่งออก และข้อปฏิบัติในสถานการณ์วิกฤต

Meaning and importance of international trade; external environments affecting export and import; institutions and organizations relating to export and import; export and import procedure; internal marketing; international trade payment and Incoterms; internal trade documents; international transportation; insurance; customs law and regulations; harmonized system; customs clearance; export promotion; and practices in crisis situations.

LLB 486 กฎหมายการบริหารธุรกิจและธุรกิจระหว่างประเทศ 2(2-0-4)
(Business Administration and International Business Law)

กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ และกฎหมายอาญาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการของภาคส่วนธุรกิจ ที่องค์กรภาคธุรกิจ อาทิ การจดทะเบียนจัดตั้งนิติบุคคลทางธุรกิจ กฎหมายเกี่ยวกับการยื่นรายงานการเงินของนิติบุคคลธุรกิจ การจดทะเบียนพาณิชย์ เครื่องหมายการค้า ความผิดทางอาญาเกี่ยวกับการค้า ภาษี กฎหมายทางการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ ธรรมเนียมปฏิบัติทางการค้า ความรับผิดชอบคู่ค้า กฎหมายระหว่างประเทศ หรือกฎหมายสากลในรูปของอนุสัญญา สนธิสัญญา หรือ Joint Communiqué เกี่ยวกับการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ อาทิ CISG, MFN, NT และ Incoterm 2020

Civil and commercial law and criminal law related to business management; business registration; financial reporting; commercial registration; trademarks; criminal offenses; signboard taxes; international commercial and investment laws; customary trade practices; liabilities of business partners; domestic laws for international trade entrepreneurs; international conventions, treaties, and joint communiqués (e.g., CISG, MFN, NT); and Incoterms 2020.

BBA 400 โครงการงานทางการบริหารธุรกิจ **3(3-0-6)**
(Business Administration Project)

วิชาบังคับก่อน : เป็นนักศึกษาภาคการศึกษาสุดท้าย

การจัดทำโครงการงานทางการบริหารธุรกิจ โดยเลือกรูปแบบของโครงการ หรือ แผน ธุรกิจ หรือ งานวิจัย ให้สอดคล้องตามแนววิชาชีพทางการบริหารธุรกิจที่ได้ศึกษามา โดยเน้นความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ให้เกิดประโยชน์ต่อการนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงาน พร้อมนำเสนอผลงานต่อคณะกรรมการ ก่อนสำเร็จการศึกษา

Selection of project, business plan, or research related to professional knowledge; integration of academic and practical experience; emphasis on creativity for workplace applications; and presentation of project to academic committee prior to graduation.

BBA 492 สหกิจศึกษา **6(0-35-18)**
(Cooperative Education)

วิชาบังคับก่อน : เป็นนักศึกษาวิทยาลัยบริหารธุรกิจภาคการศึกษาสุดท้าย

และมีเกรดเฉลี่ยสะสมไม่น้อยกว่า 3.00

ฝึกงานในด้านที่เกี่ยวกับสาขาวิชาที่ศึกษาในหน่วยงานต่างๆ โดยนักศึกษาจะต้องปฏิบัติงานเสมือนเป็นพนักงานประจำของหน่วยงานนั้น เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 16 สัปดาห์ หรือไม่น้อยกว่า 4 เดือนติดต่อกัน และมีงานเฉพาะที่ได้รับมอบหมายจากหน่วยงานให้ปฏิบัติให้เสร็จสิ้น นักศึกษาจะต้องทำบันทึกประจำวันส่งผู้บังคับบัญชาทุกสัปดาห์ และโครงการต้องผ่านการประเมินผลงานจากหน่วยงานที่ทำการปฏิบัติงานและอาจารย์ที่ปรึกษา

Internship in related areas of study; placement in selected organizations; working as employees for at least 16 weeks or 4 consecutive months; completion of assigned tasks and organizational responsibilities; daily records maintained and submitted weekly to supervisors; and project evaluation by both organizations and academic advisors.

BBA 498 การฝึกงาน

1(0-35-18)

(Internship)

วิชาบังคับก่อน : ต้องมีหน่วยกิตสะสมไม่น้อยกว่า 80 หน่วยกิต

เมื่อนักศึกษาได้ศึกษารายวิชาต่าง ๆ จำนวนหนึ่งแล้ว นักศึกษาจะต้องออกไปฝึกงานตามสถาบันหรือหน่วยงานวิชาชีพต่าง ๆ ตามความสนใจและสอดคล้องกับสาขาวิชาที่ศึกษา ไม่น้อยกว่า 6 สัปดาห์ หรือ 210 ชั่วโมง โดยอยู่ในความควบคุมและประเมินผลของสาขา

Apprenticeship after completing required courses; training at various institutions or professional organizations; enhancement of professional experience; minimum duration of 6 weeks or 210 hours; and apprenticeship under supervision and evaluation of academic program.

วิชาชีพ-เลือก

15 หน่วยกิต

ให้นักศึกษาเลือกศึกษารายวิชาต่อไปนี้ หรือเลือกศึกษารายวิชาอื่นในหมวดวิชาชีพที่เปิดสอนในวิทยาลัยบริหารธุรกิจ หรือกลุ่มวิชาชีพของวิทยาลัย/คณะ/สถาบันที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยรังสิต จำนวน 15 หน่วยกิต ทั้งนี้ โดยได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา

LSM 301 วิทยาการจัดการเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ

3(3-0-6)

(Management Science for Business Decisions)

หลักการและการประยุกต์ใช้วิทยาการจัดการเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ โดยใช้ทฤษฎีและวิธีการทางสถิติและคณิตศาสตร์ เข้ามาช่วยในการตัดสินใจทางการบริหาร พร้อมทั้งการนำโปรแกรมสำเร็จรูปมาใช้และวิเคราะห์ผล

Principles and application of management science for business decisions; integration of statistical and mathematical theories; methods into administration decisions; and uses of software packages for result analysis.

LSM 308 การจัดการคุณภาพ

3(3-0-6)

(Quality Management)

วิชาบังคับก่อน : LSM 201 ความรู้เบื้องต้นด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

แนวคิดและพื้นฐานของการจัดการคุณภาพ การจัดการคุณภาพโดยรวม การเปรียบเทียบองค์กรที่เป็นเลิศ การผลิตแบบลีน ไคเซน การควบคุมคุณภาพเชิงสถิติ ผังควบคุม ชีક્ซ์ชิกมา และมาตรฐานระบบคุณภาพ

Concepts and fundamental of quality management; total quality management; benchmarking; lean production; kaizen; statistical quality control; control chart; six sigma; and standard quality system.

LSM 311 การจัดการความสัมพันธ์ผู้ขายปัจจัยการผลิต **3(3-0-6)**
(Supplier Relationship Management)

วิชาบังคับก่อน : LSM 201 ความรู้เบื้องต้นด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

หลักการในการจัดหาผู้ขายปัจจัยการผลิต การสรรหา การวิเคราะห์ การตัดสินใจในการเลือกผู้ขายปัจจัยการผลิต และการประเมินผลผู้ขายปัจจัยการผลิต การเจรจาต่อรองกับผู้ขายปัจจัยการผลิต ความสัมพันธ์ของผู้ขายปัจจัยการผลิตที่มีต่อหน่วยงานอื่น ๆ ในองค์กร ศูนย์กระจายสินค้า การใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ในการติดต่อสื่อสารกับผู้ขายปัจจัยการผลิต เช่น การแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์

Supplier search; supplier analysis; supplier selection; supplier performance evaluation; negotiation techniques with suppliers; supplier relationship with other departments; supplier relationship with distribution center (DC); electronic communication tools with suppliers; and electronic data interchange (EDI).

LSM 312 การวิจัยทางการจัดการโลจิสติกส์ **3(3-0-6)**
(Logistics Management Research)

วิชาบังคับก่อน : LSM 201 ความรู้เบื้องต้นด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

การวิจัยทางการจัดการโลจิสติกส์ ประกอบด้วย การวางแผนการวิจัย การทบทวนวรรณกรรม การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และการเขียนรายงานการวิจัย โดยนำไปประยุกต์ใช้กับการวางแผนการจัดการและกลยุทธ์โลจิสติกส์

Logistics management research, which includes research planning, literature review, data collection, data analysis and research report writing, applied to logistics management and strategic planning.

LSM 314 การจัดการการขนส่งทางบก **3(3-0-6)**
(Land Transport Management)

วิชาบังคับก่อน : LSM 201 ความรู้เบื้องต้นด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน
: LSM 303 การจัดการการขนส่งและการกระจายสินค้า

ภาพรวมของการขนส่งทางบก ประเภทของการขนส่งทางบก หลักการจัดการการขนส่งทางบก การจัดการอุปสงค์และอุปทานการขนส่งทางบก ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งทางบก เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์และดำเนินงานการขนส่งทางบก สถาบันและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งทางบก การพัฒนาและแนวโน้มในอนาคตของการขนส่งทางบกทั้งในประเทศและต่างประเทศ

Overview of land transportation; types of land transportation; principles of inland transportation management; demand management in transportation; supply factors in transportation business; key factors in land transport management; tools for inland transport analysis and operation; organizations in inland transportation industry; advancements in land transportation; and development of inland transportation industry.

LSM 315 การจัดการการขนส่งทางทะเล

3(3-0-6)

(Sea Transport Management)

วิชาบังคับก่อน : LSM 201 ความรู้เบื้องต้นด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

: LSM 303 การจัดการการขนส่งและการกระจายสินค้า

ภาพรวมของการขนส่งทางน้ำ การทำเรือและรูปแบบการบริหารท่าเรือ บทบาทและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งทางทะเล การคิดค่าระวางการขนส่งทางทะเล การบรรจุและการขนถ่ายสินค้าที่ทำเรือและ ICD รูปแบบการให้บริการการขนส่งทางทะเล กฎหมายการขนส่งทางทะเล เส้นทาง การขนส่งทางทะเล การพัฒนาและแนวโน้มในอนาคตของการขนส่งทางน้ำทั้งในประเทศและต่างประเทศ

Overview of water transportation; ports and types of ports; roles and organizations involved in sea transportation; sea freight calculation; shipment packaging and uploading at ports and inland container depots (ICD); types of sea transportation services; shipping law; maritime routes; and development and trends of domestic and international water transportation.

LSM 316 การจัดการการขนส่งทางอากาศ

3(3-0-6)

(Air Transport Management)

วิชาบังคับก่อน : LSM 201 ความรู้เบื้องต้นด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

: LSM 303 การจัดการการขนส่งและการกระจายสินค้า

ภาพรวมของการขนส่งทางอากาศ หลักการจัดการการขนส่งทางอากาศ การจัดการอุปสงค์และอุปทานการขนส่งทางอากาศ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งทางอากาศ เครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินงานการขนส่งทางอากาศ สถาบันและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งทางอากาศ การพัฒนาและแนวโน้มในอนาคตของการขนส่งทางอากาศทั้งในประเทศและต่างประเทศ

Overview of air transporting activities; principles of air transportation management; demand management in transportation business; supply in transportation business; key factors in air transport management; air transport operations; organizations in air transportation industry; advancements in air transportation; and development of air transportation industry.

LSM 317 โลจิสติกส์อุตสาหกรรม **3(3-0-6)**
(Industrial Logistics)

วิชาบังคับก่อน : LSM 201 ความรู้เบื้องต้นด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน
: LSM 202 การจัดการการดำเนินการ

ระบบโลจิสติกส์และซัพพลายเชน ที่ใช้สำหรับอุตสาหกรรมการผลิต ความสำคัญและความสัมพันธ์ของการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชนสำหรับอุตสาหกรรมการผลิต การจัดซื้อจัดหา การวางแผนการผลิต การจัดการโลจิสติกส์แบบสิ้น การจัดการคลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้า แนวคิดการลดต้นทุน การวัดประสิทธิภาพของการจัดการโลจิสติกส์ สำหรับอุตสาหกรรมการผลิต รวมถึงศึกษา กรณีศึกษาการจัดการด้านโลจิสติกส์ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการผลิต ของผู้ประกอบการสมัยใหม่

Concepts of logistics in production industry; importance of logistics; relationship of supply-chain units in production industries; procurement; production planning; lean logistics; warehousing and distribution management; cost reduction; key performance measurement for logistic management; and logistics case studies for young executives.

LSM 318 การวิเคราะห์การลงทุนทางอุตสาหกรรม **3(3-0-6)**
(Industrial Investment Analysis)

วิชาบังคับก่อน : FIN 201 การเงินธุรกิจ

หลักของเศรษฐศาสตร์และการเงินที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนทางอุตสาหกรรม ค่าของเงินที่เปลี่ยนแปลงตามเวลา ดอกเบี้ย การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน การเปรียบเทียบทางเลือกการลงทุนและตัดสินใจเพื่อเลือกการลงทุนที่ให้ผลดีที่สุด ได้แก่ วิธีมูลค่าปัจจุบัน วิธีมูลค่าเทียบเท่าประจำปี การหาอัตราผลตอบแทน การหาอัตราส่วนของผลประโยชน์ต่อเงินลงทุน การวิเคราะห์การทดแทนทรัพย์สิน การวิเคราะห์ความไว การตัดสินใจภายใต้ความเสี่ยงและความไม่แน่นอน

Principles of economics and finance related to industrial investment; time value of money; interest; break-even analysis; investment alternatives comparison for highest return rate; present worth methods; annual worth methods; internal rate of return; benefit-cost ratio; replacement analysis; sensitivity analysis; and decision under risk and uncertainty.

LSM 319 การจัดการมลภาวะทางอุตสาหกรรม
(Industrial Pollution Management)

3(3-0-6)

สาเหตุของการเกิดมลภาวะ มลภาวะจากการใช้พลังงานและการผลิต ประเภทของมลพิษทางอุตสาหกรรม มลพิษทางอากาศ น้ำเสีย ขยะและของเสียอันตราย การวัดค่าความสกปรกของมลภาวะ การบำบัดมลภาวะทางอุตสาหกรรม การควบคุมและกำจัดกากอุตสาหกรรม ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม การลดของเสีย กฎหมายสิ่งแวดล้อม

Causes of pollution; pollution from energy consumption and production; types of industrial pollution; air pollution; wastewater; solid waste; hazardous waste; pollution level measurement; industrial condition treatment; industrial waste control and treatment; environmental management systems; waste reduction; and environmental laws.

LSM 320 การจัดการการตลาดสำหรับซัพพลายเชน
(Marketing Management for Supply Chain)

3(3-0-6)

วิชาบังคับก่อน : LSM 201 ความรู้เบื้องต้นด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

การจัดการหน้าที่การตลาด กระบวนการจัดการการตลาด การวิเคราะห์ตลาดและสภาพแวดล้อม การวางแผนการตลาด การกำหนดกลยุทธ์และการควบคุม พัฒนาและจัดการโปรแกรมการตลาด การตลาดระหว่างประเทศ การตลาดบริการและการจัดการด้านความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ทั้งที่เป็นลูกค้ารายบุคคล หรือลูกค้าทางธุรกิจ รวมทั้งจริยธรรมทางการตลาด

Marketing management; processes of marketing management; marketing analysis; adaptation in environments; marketing planning; determination of strategies; controlling; marketing program development; international marketing; service marketing; relationship management with general customers; alliance in business sectors; and ethics in marketing.

LSM 321 การจัดการซัพพลายเชนธุรกิจการเกษตร
(Supply Chain Management for Agribusiness)

3(3-0-6)

วิชาบังคับก่อน : LSM 201 ความรู้เบื้องต้นด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

ศึกษาระบบธุรกิจการเกษตร การจัดการธุรกิจการเกษตรภายในประเทศและระหว่างประเทศ มาตรฐานสินค้าเกษตร รวมถึงกฎ ระเบียบ ข้อบังคับและกฎหมายเกี่ยวกับมาตรฐานสินค้าเกษตร กิจกรรมด้านโลจิสติกส์ของธุรกิจการเกษตร การจัดหาสินค้าเกษตร การจัดการคลังสินค้า การขนส่งสินค้า และช่องทางการกระจายสินค้าเกษตร

Forwarder and shipping business systems; customs formality; customs tariffs; documents related to forwarding and shipping business; bonded warehouse; import–export processes and Incoterms; rules of origin; customs preference; and forwarder and shipping ranking systems.

LSM 329 การจัดการโลจิสติกส์ธุรกิจดูแลสุขภาพ

3(3-0-6)

(Healthcare Logistics Management)

วิชาบังคับก่อน : LSM 201 ความรู้เบื้องต้นด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

แนวคิดของการจัดการโลจิสติกส์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจดูแลสุขภาพ ได้แก่ การจัดการผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมทางสุขภาพ การจัดการคลังสินค้าและสินค้าคงคลัง การขนส่งผู้ป่วยและบุคลากร คุณภาพการให้บริการของสถานพยาบาล การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศด้านการสาธารณสุข การจัดอนามัยสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย การโต้ตอบภาวะฉุกเฉินและการบรรเทาทุกข์ รวมถึงแนวโน้มการจัดการโลจิสติกส์ในธุรกิจดูแลสุขภาพในอนาคต

Logistics management concepts relevant to healthcare business; management of health products and innovation; warehouse and inventory management; transportation of patients and personnel; quality of healthcare service delivery; application of health information technology; environmental hygiene and safety management; emergency response and relief; and future trends in logistics management in healthcare business.

LSM 414 การพยากรณ์ด้านอุปสงค์

3(3-0-6)

(Demand Forecasting)

วิชาบังคับก่อน : LSM 201 ความรู้เบื้องต้นด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

หลักการ และการพยากรณ์ข้อมูลด้านโลจิสติกส์เชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยวิธีการสารสนเทศสำหรับผู้ใช้ระบบ ประกอบด้วย การเก็บข้อมูลในอดีตสำหรับการพยากรณ์และแผนภาพการวิเคราะห์หอนุกรมเวลาและการอธิบายข้อมูล ด้วยวิธีต่าง ๆ เช่น วิธีนาอิว การหาค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่ เทคนิคการทำให้เรียบแบบเอ็กซ์โปเนนเชียล และการวิเคราะห์ความถดถอย

Concepts of qualitative and quantitative forecasting on logistic data; current issues about forecasting; client-based technical information; historical data collecting techniques for forecasting; forecasting graphs; time-series techniques; naive method; moving average methods; exponential smoothing methods; and regression analysis.

LSM 495 ประเด็นในปัจจุบันทางการจัดการโลจิสติกส์

3(3-0-6)

(Current Issues in Logistics Management)

วิชาบังคับก่อน : เป็นนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ชั้นปีที่ 3 ขึ้นไป
หรือ เป็นนักศึกษาแลกเปลี่ยน

หัวข้อข่าวสารทางการจัดการโลจิสติกส์ในสถานการณ์ปัจจุบันและหัวข้อทางการจัดการ

โลจิสติกส์ต่าง ๆ ที่น่าสนใจ รวมทั้งพัฒนาการของแนวคิดด้านโลจิสติกส์ที่สำคัญ ซึ่งนักศึกษาสามารถทำการวิเคราะห์และประเมินสถานการณ์ต่าง ๆ ได้โดยนำความรู้ทางการจัดการโลจิสติกส์ที่ได้ศึกษามาประยุกต์ใช้

Logistic management reviews; logistics topics; analyzing current situations; self-research; evolution of logistic concepts; situation evaluation for assignments; conceptual application in logistics management concepts; and supply chain viewpoints.

LSM 499 หัวข้อพิเศษทางการจัดการโลจิสติกส์ 3(3-0-6)

(Special Topics in Logistics Management)

วิชาบังคับก่อน : เป็นนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ชั้นปีที่ 3 เป็นต้นไป

หรือ เป็นนักศึกษาแลกเปลี่ยน

หัวข้อพิเศษที่น่าสนใจด้านการจัดการโลจิสติกส์สำหรับแต่ละภาคการศึกษา โดยหัวข้อที่จะนำมาใช้ในการเรียนการสอนจะต้องได้รับความเห็นชอบจากหัวหน้าสาขาและคณบดี

Interesting special topics in logistics management in each semester; and topic selection approved by heads of programs and Deans.

3.1.5.3 หมวดวิชาเลือกเสรี

6 หน่วยกิต

เลือกจากรายวิชาที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยรังสิต

กลุ่มวิชาโท

15 หน่วยกิต

สำหรับนักศึกษาต่างสาขาวิชา หรือต่างวิทยาลัย/คณะที่ต้องการจะศึกษาสาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชนเป็นวิชาโท ให้ศึกษารายวิชาต่อไปนี้ จำนวน 15 หน่วยกิต

LSM 201 ความรู้เบื้องต้นด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

3(3-0-6)

(Introduction to Logistics and Supply Chain)

ความหมายและหลักการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน ความสำคัญของโลจิสติกส์และซัพพลายเชนต่อองค์กร และระบบเศรษฐกิจ องค์ประกอบระบบโลจิสติกส์และซัพพลายเชน เช่น การจัดซื้อ การจัดการคลังสินค้าและสินค้าคงคลัง การขนส่ง การบรรจุภัณฑ์ การพยากรณ์อุปสงค์ โลจิสติกส์ ระหว่างประเทศ การบริการลูกค้า และเทคโนโลยีสารสนเทศด้านโลจิสติกส์

Meaning and principles of logistics and supply chain management; importance of logistics and supply chain to organization and economic system; elements of logistics and supply chain including purchasing; warehouse and inventory management; transportation; packaging; demand forecasting; international logistics; customer service management; and technologies for logistics.

LSM 302 การจัดการสินค้าคงคลังและคลังสินค้า

3(3-0-6)

(Inventory and Warehouse Management)

วิชาบังคับก่อน : LSM 201 ความรู้เบื้องต้นด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

หลักการเบื้องต้นของการจัดการสินค้าคงคลัง นโยบายของสินค้าคงคลัง บทบาทของสินค้าคงคลัง หน้าที่ของสินค้าคงคลัง การเติมเต็มสินค้า การควบคุมสินค้าคงคลัง ความสำคัญของคลังสินค้า ประเภทของคลังสินค้า หน้าที่ของคลังสินค้า การจัดการคลังสินค้า การวางแผนการดำเนินงานคลังสินค้า กลยุทธ์การจัดเก็บสินค้าในคลังสินค้า ท่าเลที่ตั้ง การจัดการวัสดุ การออกแบบผังคลังสินค้า บรรจุภัณฑ์ ชั้นวาง ระบบการเคลื่อนย้ายวัสดุ เทคโนโลยีสารสนเทศและปัญญาประดิษฐ์สำหรับคลังสินค้า

Basic concepts and issues in inventory management; inventory policies; inventory roles; inventory functions; replenishment; inventory control; importance of warehouse; types of warehouses; warehousing functions; warehouse management; warehouse operation planning; storage strategy in warehouses; facility location; material management; warehouse layout design; packaging; racking and shelving; material handling systems; and information technology and AI for warehouses.

LSM 303 การจัดการการขนส่งและการกระจายสินค้า

3(3-0-6)

(Transportation and Distribution Management)

วิชาบังคับก่อน : LSM 201 ความรู้เบื้องต้นด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

การดำเนินงานในการจัดการการขนส่งและการกระจายสินค้า รูปแบบของการขนส่ง การบริหารจัดการการขนส่งและการกระจายสินค้า การกำหนดเส้นทางในการส่งและการกระจายสินค้า และการบริหารจัดการต้นทุนการขนส่ง การวางแผนการขนส่ง

Procedures of transportation and distribution management; transportation modes; route and distribution management; transportation cost management; and transportation planning.

LSM 304 การจัดการจัดซื้อจัดหา

3(3-0-6)

(Procurement Management)

วิชาบังคับก่อน : LSM 201 ความรู้เบื้องต้นด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

บทบาทและความสำคัญของการจัดซื้อ การจัดหาในแง่ของซัพพลายเชน กระบวนการในการตัดสินใจซื้อ หลักในการจัดซื้อ การตัดสินใจผลิตเองหรือซื้อ การจัดซื้อและการวางกลยุทธ์ธุรกิจ การวางแผนและกำหนดนโยบายในการจัดซื้อ การประเมินผลการจัดซื้อ การรับและการเก็บรักษาพัสดุ การประเมินและการควบคุมพัสดุ การวัดและประเมินผลผู้ขายปัจจัยการผลิต การจัดซื้อจัดหาแบบอิเล็กทรอนิกส์ บทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศและปัญญาประดิษฐ์ในการจัดซื้อ เทคนิคการเจรจาต่อรอง การวางแผนยุทธวิธี และขั้นตอนในการเจรจาต่อรอง

Roles of purchasing; importance of purchasing; procurement in supply chain aspects; decision making in purchasing; fundamentals of purchasing; purchasing management process; selection of self-manufacturing and procurement; business strategies; planning; basic policies of purchasing; purchasing performance measurement; receiving; stock keeping; supplier assessment; electronic procurement; roles of information technology and AI in procurement; negotiating techniques; planning tactics; and stages in purchasing negotiations.

LSM 305 การจัดการโลจิสติกส์สำหรับธุรกิจค้าปลีก

3(3-0-6)

(Logistics Management for Retail Business)

วิชาบังคับก่อน : LSM 201 ความรู้เบื้องต้นด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

ลักษณะและความสำคัญของธุรกิจค้าส่งและธุรกิจค้าปลีก บทบาทของการจัดการโลจิสติกส์ที่มีต่อธุรกิจค้าปลีก การจัดการซัพพลายเชนสำหรับธุรกิจค้าปลีก การจัดการโลจิสติกส์เพื่อลดต้นทุนในธุรกิจค้าปลีก การวางแผนการกระจายสินค้า การบริหารสินค้าคงคลังสำหรับธุรกิจค้าปลีก รูปแบบการจัดการโลจิสติกส์ สำหรับธุรกิจค้าปลีกออนไลน์

Nature and importance of wholesale and retail businesses; role of logistics management in retail businesses; supply chain management for retail businesses; logistics management for cost reduction in retail businesses; product distribution planning; inventory management for retail businesses; and logistics management models for online retail businesses.

LSM 307 การจัดการซัพพลายเชนเชิงกลยุทธ์

3(3-0-6)

(Strategic Supply Chain Management)

วิชาบังคับก่อน : LSM 201 ความรู้เบื้องต้นด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

แนวคิดการบูรณาการซัพพลายเชนและกลยุทธ์ซัพพลายเชน การตอบสนองอย่างรวดเร็ว การประสานงานระหว่างผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย การควบคุมสินค้าคงคลังโดยผู้ผลิต และการเติมสินค้าอย่างต่อเนื่อง การออกแบบซัพพลายเชน การร่วมกันออกแบบผลิตภัณฑ์บทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศและปัญญาประดิษฐ์ในการจัดการ การจัดซื้อ ผู้บริหารด้านโลจิสติกส์ โลจิสติกส์ย้อนกลับ และการบริหารการกระจายสินค้า การปรับปรุงซัพพลายเชนให้ดีที่สุด การเชื่อมโยงกลยุทธ์ซัพพลายเชนให้เข้ากับกลยุทธ์รวมของธุรกิจ

Concepts of supply chain integration; supply chain strategy; quick consumer response; supplier–producer coordination; vendor-managed inventory; continuous replenishment; supply chain design; collaborative product design; roles of information technology and AI in supply chain management; procurement; logistics provider; reverse logistics; distribution management; supply chain optimization; and linkages of supply chain strategy aligned to overall business strategy.

LSM 309 ความปลอดภัยในงานด้านโลจิสติกส์

3(3-0-6)

(Safety in Logistics)

วิชาบังคับก่อน : LSM201 ความรู้เบื้องต้นด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

ความรู้ด้านมาตรฐานความปลอดภัยในโรงงาน ความปลอดภัยในการทำงานด้านการจัดการคลังสินค้า การเก็บรักษาสินค้า การเคลื่อนย้ายสินค้า การขนส่งและการกระจายสินค้า การจัดอาชีวอนามัยและความปลอดภัยเบื้องต้น รวมถึงบทบัญญัติและข้อบังคับด้านความปลอดภัย มาตรการการป้องกันและการแก้ไขในเหตุการณ์ต่างๆ และการป้องกันสินค้าสูญหาย

Factory safety standards; safety at warehouse workplace; stock keeping management; stock handling management; transportation and distribution; basic occupational health and safety; safety rules and regulations; preventive measures and problem solving; and protecting product loss.

3(3-0-6)

วิชาบังคับก่อน : LSM 201 ความรู้เบื้องต้นด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

หน้าที่ของบรรจุมณฑลด้านโลจิสติกส์ ผลกระทบของบรรจุมณฑลต่อกิจกรรมโลจิสติกส์และ การจัดการซัพพลายเชน การพัฒนาบรรจุมณฑลสำหรับอุตสาหกรรมและบรรจุมณฑลเพื่อการขายปลีก รวมถึงประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อการพัฒนาบรรจุมณฑล นวัตกรรมบรรจุมณฑล การนำบรรจุมณฑลกลับมาใช้ใหม่ และการจัดการซากบรรจุมณฑล

Roles of packaging in logistics aspects; effects of packaging on logistics and supply chain activities; development of packaging for industry and retailing; environmental concern in packaging development; packaging innovation; and packaging for reuse, recycling, and elimination.

3(3-0-6)

วิชาบังคับก่อน : LSM 201 ความรู้เบื้องต้นด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

หน้าที่ของเทคโนโลยีสารสนเทศและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการโลจิสติกส์ และซัพพลายเชน การใช้สารสนเทศและเทคโนโลยีสนับสนุนเป้าหมายการดำเนินงานในด้านต่างๆ เช่น การขนส่ง การบริการ การแลกเปลี่ยนข้อมูลสินค้า การออกแบบระบบสารสนเทศสำหรับอุตสาหกรรมด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

Information technologies in logistics and supply chain management; implementation of information technology for logistics and supply chain operations; alignment of information and technologies with operational goals; transportation and logistics services; information exchange in product categories; and designing information technologies for various industries within logistics and supply chain environment.

3(3-0-6)

วิชาบังคับก่อน : LSM 201 ความรู้เบื้องต้นด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

ความหมาย ความสำคัญของการค้าระหว่างประเทศ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีผลกระทบต่อการทำธุรกิจส่งออกนำเข้า หน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจส่งออกนำเข้า ขั้นตอนการส่งออกและการนำเข้า การตลาดระหว่างประเทศ การชำระเงินทางการค้าระหว่างประเทศ

ประเทศ ข้อกำหนดในการส่งมอบสินค้า (Incoterms) เอกสารทางการค้าระหว่างประเทศ การขนส่งระหว่างประเทศ การประกันภัย กฎหมายศุลกากร พิภักดิ์อัตราศุลกากร การปฏิบัติพิธีการศุลกากร มาตรการส่งเสริมการส่งออก และข้อปฏิบัติในสถานการณ์วิกฤต

Meaning and importance of international trade; external environments affecting export and import; institutions and organizations relating to export and import; export and import procedure; internal marketing; international trade payment and Incoterms; internal trade documents; international transportation; insurance; customs law and regulations; harmonized system; customs clearance; export promotion; and practices in crisis situations.

สาขาวิชาการเงินและการลงทุน

วิชาชีพ-บังคับ

36 หน่วยกิต

FIN 303 การจัดการสินเชื่อ 3(3-0-6) (Credit Management)

วิชาบังคับก่อน : FIN 201 การเงินธุรกิจ

ความสำคัญของการจัดการสินเชื่อในสังคมปัจจุบัน ชนิดของสินเชื่อต่าง ๆ สินเชื่อผู้บริโภค
สินเชื่อการค้า การรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการพิจารณาให้สินเชื่อทุกชนิด แหล่งที่มาของข้อมูลต่าง ๆ
วิธีการเรียกเก็บหนี้ ลำดับขั้นการเก็บหนี้ตามกฎหมาย และการวิเคราะห์กรณีศึกษา

Importance of credit management at present; types of credits; consumer credit; commercial credit; sources of information for credit analysis; information collection for credit decisions; debt collection methods; legal procedures of debt collection; and case study analysis.

FIN 304 การจัดการการเงิน 3(3-0-6) (Financial Management)

วิชาบังคับก่อน : FIN 201 การเงินธุรกิจ

เป้าหมายในการทำธุรกิจ จริยธรรมของการทำธุรกิจ หน้าที่ของผู้บริหารการเงิน เทคนิค
การจัดการเงินทุนหมุนเวียน เงินสด ลูกหนี้ สินค้าคงเหลือ สินทรัพย์ถาวร (งบรายจ่ายลงทุน) ภายใต้
สถานการณ์ที่แน่นอนและไม่แน่นอน การจัดหาเงินทุนระยะสั้น ระยะยาวต่าง ๆ นโยบายเงินปันผล
ผลกระทบของนโยบายเงินปันผล การควบรวมกิจการและความล้มเหลวของกิจการ

Objectives of firms; ethics; financial functions; techniques of working capital management; cash management; accounts receivable management; inventory management; fixed asset management (capital budget management) under certain and uncertain situations; short-term financing; long-term financing; dividend policy; mergers; and business failure.

FIN 307 ตลาดการเงินและสถาบันการเงิน 3(3-0-6) (Financial Markets and Institutions)

บทบาทของเงิน หลักการและหน้าที่เกี่ยวกับการเงินโครงสร้างสถาบันการเงินและตลาด
การเงิน ลักษณะ หลักการ และขอบเขตการดำเนินงานของตลาดการเงินและสถาบันการเงินในตลาด

เงิน ตลาดทุนและตลาดหลักทรัพย์ ปัญหา และนโยบายเกี่ยวกับการดำเนินงานของสถาบันการเงินต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งตามข้อเท็จจริง และสภาพการณ์ในประเทศไทย

Roles of money; principles and functions of money; structures of financial markets and financial institutions in money market; capital markets; stock markets; operational policies; and problems of financial institutions.

FIN 308 การวิเคราะห์งบการเงิน

3(3-0-6)

(Financial Statement Analysis)

วิชาบังคับก่อน : FIN 201 การเงินธุรกิจ และ

ACC 103 การบัญชีเพื่อการจัดการ

วัตถุประสงค์ของการจัดทำ และวิวัฒนาการของงบการเงิน หลักการบัญชีที่ใช้ในการจัดทำงบการเงิน รูปแบบของงบการเงิน ประโยชน์ และข้อจำกัดของการจัดทำและนำเสนองบการเงินไปใช้ในการเปิดเผยข้อมูลในงบการเงินและรายงาน การปรับปรุงงบการเงินให้เหมาะสมกับการนำไปวิเคราะห์ผลกระทบของการปรับปรุงงบการเงิน เทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์งบการเงิน ข้อจำกัดของแต่ละเทคนิค การรายงานผลการวิเคราะห์ แนวทางในการแก้ปัญหา และการนำเสนอต่อผู้ใช้นี้ให้วิเคราะห์ความหลากหลายของอุตสาหกรรม โดยเน้นตามมาตรฐานรายงานของสากล และการวิเคราะห์กรณีศึกษา

Objectives and evaluation of financial statement; basic concepts of accounting principles; form of financial statement; benefits and limitations of financial statement; disclosure of financial information; adjustment; impacts of techniques and limitations; reports and problem-solving analysis of financial positions; analyses of multi-industry statement according to International Financial Reporting Standards (IFRS); and case study analysis.

FIN 309 หลักการลงทุน

3(3-0-6)

(Principles of Investment)

วิชาบังคับก่อน : FIN 201 การเงินธุรกิจ

ความหมายและความสำคัญของการลงทุนและการวางแผนการลงทุน ชนิดของหลักทรัพย์ประเภทต่างๆ ตลาดหลักทรัพย์และวิธีการที่ปฏิบัติในตลาดหลักทรัพย์ แหล่งที่มาของข้อมูลการลงทุน แนวคิดของการวัดผลตอบแทนและความเสี่ยงจากการลงทุนในหลักทรัพย์ การประเมินมูลค่าของหลักทรัพย์ ข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินเพื่อดัดสินใจลงทุน พื้นฐานเกี่ยวกับการบริหารและการจัดสรรเงินลงทุนในกลุ่มหลักทรัพย์ลงทุน การวัดผลตอบแทนของกลุ่มหลักทรัพย์ลงทุนและการ

วิเคราะห์กรณีศึกษาต่างๆ เพื่อวางแผนการลงทุนที่เหมาะสมที่สุดสำหรับตัวเองหรือองค์กร ตลอดจนการใช้โปรแกรมจำลองการเล่นหุ้น โดยสามารถวิเคราะห์หุ้นจากทฤษฎีและความเป็นจริงในโลกยุคดิจิทัล

Definition of investment; importance of investment; investment planning; types of securities; securities markets; securities trading methods; sources of investment information; risk and return in securities investment; valuation of securities; financial analysis for investment decisions; basic portfolio management; asset allocation; portfolio performance measurement; investment case study analysis; stock trading simulation programs; and theoretical and practical stock analysis in digital era.

FIN 310 การจัดการการเงินระหว่างประเทศ 3(3-0-6)
(Multinational Financial Management)

วิชาบังคับก่อน : ECO 111 หลักเศรษฐศาสตร์

ดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ ระบบการชำระเงินระหว่างประเทศ ตลาดปริวรรตเงินตรา อัตราแลกเปลี่ยน กลยุทธ์ข้ามชาติและการลงทุนระหว่างประเทศ การพยากรณ์อัตราแลกเปลี่ยนเพื่อการค้าระหว่างประเทศ การบริหารความเสี่ยงทางการเงินและการจัดการความเสี่ยงในธุรกรรมทางการเงินระหว่างประเทศ ตลอดจนการจัดการการเงินนานาชาติ

International balance of payments; international monetary system; foreign exchange markets and exchange rates; corporate strategies and foreign investment; exchange rate forecasting for international trade finance; financial exposure management; risk management in international finance operations; and multinational financial management.

FIN 411 การจัดการความเสี่ยงและการประกันภัย 3(3-0-6)
(Risk Management and Insurance)

หลักและการปฏิบัติการจัดการความเสี่ยงและการประกันภัย การจัดการความเสี่ยงภัยชนิดต่างๆ ของภัย ลักษณะและกระบวนการจัดการความเสี่ยงภัย การตัดสินใจการจัดการความเสี่ยงภัยการเลือกและการใช้วิธีการต่างๆ ในการจัดการความเสี่ยงภัย หลักในการดำเนินการของการประกันภัยชนิดต่างๆ หน้าที่และความรับผิดชอบของบริษัทประกันภัย การลงทุนของบริษัทประกันภัย การคำนวณเบี้ยประกันภัย ตลอดจนสถิติที่จะได้รับความคุ้มครองจากผู้รับประกันภัย และการวิเคราะห์กรณีศึกษา และความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับเทคโนโลยีประกันภัย

Risk management principles and practices; nature and processes of risk management; classification of risks; risk management decision making; methods of risk management selection and application; operating principles of various types of insurance; functions and responsibilities of insurance companies; investment of insurance companies; insurance rate calculation; insurance coverage responsibilities; case study analysis; and basic knowledge of insurance technology.

FIN 412 การวางแผนและควบคุมทางการเงิน 3(3-0-6)
(Financial Planning and Control)

วิชาบังคับก่อน : FIN 201 การเงินธุรกิจ

FIN 311 การจัดการการเงิน 1 และ

ความสำคัญของการวางแผนทางการเงิน ขั้นตอนของการวางแผนทางการเงิน เทคนิคการพยากรณ์ทางการเงิน การตั้งเป้าหมายทางการเงิน การวิเคราะห์กิจการเพื่อการวางแผนและควบคุม การจัดทำแผนการเงินด้วยวิธีงบประมาณและวิธีอื่นๆ ภายใต้สถานการณ์ต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลง การควบคุมติดตาม ประเมินผลการปฏิบัติงาน เปรียบเทียบกับแผนทางการเงิน นำเอาเครื่องมือทางการเงิน การวิเคราะห์งบการเงินมาประกอบการตัดสินใจ

Importance of financial planning; processes of financial planning; financial forecasting techniques; financial goal setting; firm analysis for planning and control; financial planning using budgeting and alternative methods under various scenarios and sensitivities; control, monitoring, and evaluation of operations with financial plans; uses of financial instruments in decision making; and financial statement analysis for decision making.

FIN 413 การประเมินมูลค่าสินทรัพย์ทางการเงิน 3(3-0-6)
(Financial Asset Valuation)

วิชาบังคับก่อน : FIN 309 หลักการลงทุน

ประเภทต่าง ๆ ของเครื่องมือทางการเงิน อันได้แก่ ตราสารทุน ตราสารหนี้ และตราสารอนุพันธ์ ตลาดของตราสารทุน ตราสารหนี้ และตราสารอนุพันธ์ รวมถึงลักษณะของตลาดและกลไกการทำงานทั้งของตลาดแรกและตลาดรองของเครื่องมือทางการเงินดังกล่าว หลักการประเมินมูลค่าของเครื่องมือทางการเงินชนิดต่าง ๆ ผลตอบแทนจากการลงทุนในเครื่องมือทางการเงินชนิดต่าง ๆ รวมถึงความเสี่ยงที่เกิดจากการลงทุนในเครื่องมือทางการเงินชนิดต่าง ๆ

Civil and commercial law related to business; criminal law related to business; business registration; financial reporting; commercial registration; trademark registration; criminal offenses in business; signboard tax regulations; international commercial law; inter-

national investment law; customary trade practices; liabilities of business partners; domestic laws for international trade entrepreneurs; and international trade conventions and treaties including CISG, MFN, NT, and Incoterms 2020.

BBA 400 โครงการงานทางการบริหารธุรกิจ

3(3-0-6)

(Business Administration Project)

วิชาบังคับก่อน : เป็นนักศึกษาภาคการศึกษาสุดท้าย

การจัดทำโครงการงานทางการบริหารธุรกิจ โดยเลือกรูปแบบของโครงการ หรือ แผน ธุรกิจ หรือ งานวิจัย ให้สอดคล้องตามแนววิชาชีพทางการบริหารธุรกิจที่ได้ศึกษามา โดยเน้นความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ให้เกิดประโยชน์ต่อการนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงาน พร้อมนำเสนอผลงานต่อคณะกรรมการ ก่อนสำเร็จการศึกษา

Business administration project selection; business plans or research projects related to professional knowledge; integration of learning experiences; emphasis on creativity and application in real work situations; and project presentation to committee before graduation.

BBA 492 สหกิจศึกษา

6(0-35-18)

(Cooperative Education)

วิชาบังคับก่อน : เป็นนักศึกษาวิทยาลัยบริหารธุรกิจภาคการศึกษาสุดท้าย

และมีเกรดเฉลี่ยสะสมไม่น้อยกว่า 3.00

ฝึกงานในด้านที่เกี่ยวข้องกับสาขาวิชาที่ศึกษาในหน่วยงานต่างๆ โดยนักศึกษาจะต้องปฏิบัติงานเสมือนเป็นพนักงานประจำของหน่วยงานนั้น เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 16 สัปดาห์ หรือไม่น้อยกว่า 4 เดือนติดต่อกัน และมีงานเฉพาะที่ได้รับมอบหมายจากหน่วยงานให้ปฏิบัติให้เสร็จสิ้น นักศึกษาจะต้องทำบันทึกประจำวันส่งผู้บังคับบัญชาทุกสัปดาห์ และโครงการต้องผ่านการประเมินผลงานจากหน่วยงานที่ทำการปฏิบัติงานและอาจารย์ที่ปรึกษา

Internship in related fields; placement in selected organizations as employees; minimum duration of 16 weeks or 4 consecutive months; completion of assigned tasks and organizational duties; submission of weekly daily records to supervisors; and evaluation by both organizations and academic advisors.

BBA 498 การฝึกงาน

1(0-35-18)

(Internship)

วิชาบังคับก่อน : ต้องมีหน่วยกิตสะสมไม่น้อยกว่า 80 หน่วยกิต

เมื่อนักศึกษาได้ศึกษารายวิชาต่างๆ จำนวนหนึ่งแล้ว นักศึกษาจะต้องออกไปฝึกงานตามสถาบันหรือหน่วยงานวิชาชีพต่าง ๆ ตามความสนใจและสอดคล้องกับสาขาวิชาที่ศึกษา ไม่น้อยกว่า 6 สัปดาห์ หรือ 210 ชั่วโมง โดยอยู่ในความควบคุมและประเมินผลของสาขา

Internship at professional institutions or agencies after completion of required course works; alignment with students' interest and fields of study; minimum of 6 weeks or 210 hours of training; and supervision and evaluation by academic program.

วิชาชีพ-เลือก

15 หน่วยกิต

ให้นักศึกษาเลือกศึกษารายวิชาต่อไปนี้ หรือเลือกศึกษารายวิชาอื่นในหมวดวิชาชีพที่เปิดสอนในวิทยาลัยบริหารธุรกิจ หรือกลุ่มวิชาชีพของวิทยาลัย/คณะ/สถาบันที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยรังสิต จำนวน 15 หน่วยกิต ทั้งนี้ โดยได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา

FIN 203 การเงินส่วนบุคคลสมัยใหม่

3(3-0-6)

(Modern Personal Finance)

วิชาบังคับก่อน : ACC 100 การบัญชีการเงิน

การจัดการการเงินของบุคคลในยุคปัจจุบัน แนวคิดทางด้านการเงินโดยเน้นที่การวางแผนระบบช่วยจัดการทางการเงิน การวางแผนรายได้และการใช้จ่ายเงินในด้านต่างๆ ด้วยการจัดทำงบการเงินส่วนบุคคล การบริหารการใช้เครดิตส่วนบุคคล การวางแผนการเงินเพื่อที่อยู่อาศัย ยานพาหนะ การออม หลักการและแนวทางในการลงทุนในตราสารทางการเงินรูปแบบต่างๆ การประกันชีวิตและสุขภาพ การเสียภาษีเงินได้ส่วนบุคคล การวางแผนเพื่อเกษียณอายุและพินัยกรรม เทคนิคการจัดการสินทรัพย์และหนี้สินของครัวเรือนและศึกษาถึงสถาบันการเงินต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์กับแต่ละบุคคลและองค์กร

Financial management of individuals in present age; financial concepts and planning financial management systems; income and spending plans; preparation of personal financial statements; personal credit management; financial planning for housing, vehicles, and savings; investment principles and financial instruments; life and health insurance; personal income tax; retirement planning and wills; techniques for managing household assets and debts; and financial institutions and their relationships with individuals and organizations.

FIN 302 การดำเนินงานธนาคารพาณิชย์ในยุคดิจิทัล **3(3-0-6)**
(Commercial Bank Operation Digital Era)

วิชาบังคับก่อน : FIN 201 การเงินธุรกิจ

การธนาคารแบบดั้งเดิมและการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย บทบาทในการกำกับดูแลธนาคารพาณิชย์ การดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ วิวัฒนาการของระบบธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย กฎหมาย กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง โครงสร้าง นโยบายและการบริหารจัดการธนาคารพาณิชย์ การจัดการความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ การบริหารสภาพคล่องและการจัดการปัญหาหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ และการบริการด้านต่างๆ ของธนาคารพาณิชย์ ตลอดจนการบัญชีของธนาคารพาณิชย์

Traditional and electronic banking in Thailand; roles in supervision of commercial banks; operation of commercial banks; evolution of commercial banking systems in Thailand; relevant laws, regulations, and structures; commercial banking policies and management; commercial bank risk management; liquidity management; management of non-performing loans (NPLs); commercial banking services; and commercial bank accounting.

FIN 419 การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการเงิน **3(3-0-6)**
(Quantitative Analysis in Finance)

วิชาบังคับก่อน : LSM 204 การวิเคราะห์สถิติทางธุรกิจ และ

FIN 201 การเงินธุรกิจ

การนำเอาเทคนิคทางคณิตศาสตร์ ความน่าจะเป็น โปรแกรมพีชคณิตเชิงลบ วิธีพีชคณิตและกราฟิก ตลอดจนคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการแก้ปัญหาและตัดสินใจทางการเงิน

Applications of mathematical techniques in finance; probability in finance; linear programming; graphic and algebraic methods in finance; and uses of computers in financial analysis and decision-making.

FIN 420 การจัดการสถาบันการเงิน **3(3-0-6)**
(Financial Institution Management)

วิชาบังคับก่อน : FIN 307 ตลาดการเงินและสถาบันการเงิน

วัตถุประสงค์ โครงสร้าง หน้าที่ เทคนิคในการบริหารสถาบันการเงินอื่นๆ ยกเว้นธนาคารพาณิชย์ในด้านการจัดการเงินทุนและการใช้เงินทุน การดำรงสภาพคล่องเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อระบบเศรษฐกิจโดยส่วนรวม ตลอดจนปัญหาของสถาบันการเงินต่าง ๆ ในปัจจุบันพร้อมทั้งข้อเสนอแนะในการแก้ไข

Objectives of financial institutions excluding commercial banks; structures and functions of non-bank financial institutions; fund management and fund utilization techniques; liquidity maintenance for economic system stability; current problems of financial institutions; and proposed solutions for financial institution issues.

FIN 424 การเงินเพื่อการนำเข้าและส่งออก 3(3-0-6)
(Import-Export Financing)

วิชาบังคับก่อน : FIN 310 การจัดการการเงินระหว่างประเทศ

หลักการค้าระหว่างประเทศ มาตรการกีดกันการนำเข้า มาตรการการส่งเสริมการส่งออก วิธีการดำเนินงานทางการเงินเพื่อการสั่งเข้าและส่งออก สถาบันการเงินที่เกี่ยวข้องกับการสั่งเข้าและส่งออก

Principles of international trade; import restriction measures; export promotion measures; financial methods for import and export; and financial institutions related to import and export.

FIN 428 การจัดการความเสี่ยงทางการเงิน 3(3-0-6)
(Financial Risk Management)

วิชาบังคับก่อน : FIN 309 หลักการลงทุน

ตราสารอนุพันธ์และตลาดตราสารอนุพันธ์ สัญญาซื้อขายล่วงหน้าและอปชั่นสินค้าโภคภัณฑ์ สถาบันต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายตราสารหรือสินค้าเหล่านี้ การเรียนรู้ถึงขั้นตอนของการซื้อขาย รูปแบบการประเมินมูลค่าต่าง ๆ ของตราสาร ประเภทต่าง ๆ ของความเสี่ยง เทคนิคต่างๆของการจัดการความเสี่ยงและการปกป้องความเสี่ยง รวมถึงการนำไปประยุกต์ใช้กับตราสารอนุพันธ์ชนิดอื่น ๆ ด้วย

Derivative securities and derivative securities market; financial futures and options; commodity trading; institutions related to derivatives and commodities; trading procedures; securities valuation models; types of financial risks; hedging techniques; risk management in derivatives; and applications of derivative instruments.

FIN 429 วิศวกรรมทางการเงิน 3(3-0-6)
(Financial Engineering)

วิชาบังคับก่อน : FIN 309 หลักการลงทุน

การออกแบบ การพัฒนา การนำไปใช้ของนวัตกรรมเครื่องมือทางการเงิน กระบวนการ

แก้ปัญหาทางการเงินอย่างเป็นระบบ โดยศึกษาถึงแนวคิดและการใช้เครื่องมือทางการเงินต่าง ๆ ได้แก่
 ออปชั่น สัญญาฟิวเจอร์ สัญญาฟิวเจอร์ และ สวอป โดยเน้นถึงกระบวนการแก้ปัญหาและการคิดอย่าง
 สว่างสรรค์ ตลอดจนศึกษาถึงกลยุทธ์ของการใช้เครื่องมือทางการเงินเพื่อการจัดการสินทรัพย์และหนี้
 สิน การปกป้องและการจัดการความเสี่ยง รวมทั้งการทำอาภิทาจ

Design, development, and implementation of innovative financial instruments; systematic financial problem-solving processes; concepts and applications of financial instruments; options, forward contracts, futures, and swaps; creative thinking in financial strategy; strategies for using financial instruments; asset and liability management; hedging and risk management; and arbitrage techniques.

FIN 432	สินเชื่อโครงการและการศึกษาความเป็นไปได้ (Project Finance and Feasibility Study)	3(3-0-6)
---------	--	----------

วิชาบังคับก่อน : FIN 201 การเงินธุรกิจ

FIN 303 การจัดการสินเชื่อ

หลักการและวิธีการที่จำเป็นต่อผู้กู้สินเชื่อสำหรับการทำสินเชื่อโครงการ ซึ่งครอบคลุมถึง การวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือทางการเงิน โครงสร้างของข้อตกลง การเจรจาต่อรอง และเอกสารที่จำเป็น สำหรับธุรกรรมทางการเงิน เป้าหมายที่สำคัญคือการศึกษาถึงวิธีการต่างๆ ที่สามารถวางแผนและ กำหนดเป้าหมายเชิงกลยุทธ์สำหรับการทำสินเชื่อโครงการให้ประสบผลสำเร็จ โดยใช้การวิเคราะห์ ทางเทคนิค การวิเคราะห์ทางการเงินและการตลาด การทำการประมาณการทรัพยากร เช่น เงินลงทุน ระยะเวลาโครงการ ทรัพยากรมนุษย์และการเงินที่เกี่ยวข้อง การประเมินผลตอบแทนจากการลงทุนที่ ได้คาดการณ์ไว้

Principles and approaches for implementing project finance transactions; credit assessment; deal structuring; negotiation and documentation of financing; planning and executing strategic project finance deals; analysis of technical, financial, and market issues; estimation of required resources including investment, time, personnel, and finance; and evaluation of expected return on investment.

FIN 435	การประเมินมูลค่าที่ไม่ใช่สินทรัพย์ทางการเงิน (Non - Financial Asset Valuation)	3(3-0-6)
---------	---	----------

วิชาบังคับก่อน : FIN 201 การเงินธุรกิจ

เทคนิคของการประเมินมูลค่าสินทรัพย์ การวิเคราะห์ทางตลาดในการประเมินมูลค่าและ

กระบวนการในการพัฒนา การวิเคราะห์ทางกฎหมายและการเมือง แนวทางในการประเมินมูลค่าสินทรัพย์ บทบาทของการประเมินมูลค่าการลงทุนของสินทรัพย์และอสังหาริมทรัพย์ กฎระเบียบของรัฐในการตีราคา การวิเคราะห์เชิงลึกในรูปแบบการประเมินมูลค่าเพื่อประเมินราคา มูลค่าและวิเคราะห์สินทรัพย์และอสังหาริมทรัพย์ระเบียบวิธีการในการประเมินมูลค่า บัญชีราคามาตรฐาน ตลอดจนแนวทางการสอบผู้ประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย แนวทางการประกอบวิชาชีพ หลักเกณฑ์และข้อกำหนด มาตรฐานวิชาชีพและจรรยาบรรณ การสอบและการขึ้นทะเบียน

Techniques of asset valuation; market analysis in valuation and development processes; legal and political analysis; approaches to assets valuation; roles of valuation in asset and real estate investment; government regulation of appraisers; in-depth analysis of major valuation models used to price and analyze assets and real estate; valuation methodologies; standard price lists; examination guidelines for property valuers in Thailand; professional practice guidelines; criteria and requirements; professional standards and ethics; and examinations and registration.

FIN 436 การจัดการความมั่งคั่ง
(Wealth Management)

3(3-0-6)

วิชาบังคับก่อน : FIN 201 การเงินธุรกิจ

ปรัชญา กระบวนการ และบุคลากรในการจัดการความมั่งคั่ง มาตรฐานของผู้ดูแลผลประโยชน์และผู้เชี่ยวชาญในวิชาชีพ เป้าหมายและข้อจำกัดของลูกค้า การจัดการความเสี่ยง การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ การให้ความรู้แก่ลูกค้า ทฤษฎีการลงทุน คำแนะนำทางการเงินสำหรับการดำรงชีพ (ทุนมนุษย์, การจัดสรรแบ่งเงินลงทุน, และการประกันภัย) ทฤษฎีวงจรชีวิตที่เหมาะสมสำหรับการออมและการลงทุน การลงทุนในกลุ่มหลักทรัพย์อย่างเหมาะสม อนาคตของการวางแผนเพื่อการเกษียณอายุและการใช้ชีวิตในวัยชรา การกำหนดนโยบายการลงทุน การตีราคาและการประเมินประสิทธิภาพ และการคัดเลือกผู้จัดการในการลงทุน

Philosophy, process, and people in wealth management; fiduciary and professional standards; client goals and constraints; risk management; data gathering and analysis; client education; investment theory; lifetime financial advice (human capital, asset allocation, and insurance); theories of optimal life-cycle saving and investing; portfolio optimization; future of retirement planning; investment policy statement; portfolio management; performance appraisal and evaluation; and selecting investment managers.

FIN 490 สัมมนาทางการเงินและการลงทุน 3(3-0-6)
(Seminar in Finance and Investment)

วิชาบังคับก่อน : เป็นนักศึกษาสาขาวิชาการเงินและการลงทุน ชั้นปีที่ 4 ภาคการศึกษา
สุดท้าย หรือเป็นไปตามดุลยพินิจของอาจารย์ผู้สอน

พัฒนาทักษะในการตัดสินใจทางการเงินในทางปฏิบัติตามสภาพแวดล้อมธุรกิจในปัจจุบัน
กรณีศึกษาเกี่ยวกับปัญหาด้านการเงินและการลงทุนต่างๆ ของธุรกิจจะนำมาวิเคราะห์และตัดสินใจที่
จะแก้ปัญหาในแต่ละกรณีโดยนำเอาเทคนิคต่างๆ ที่ได้เรียนมาใช้ในการตัดสินใจและเป็นการให้นักศึกษา
รู้จักแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ เกี่ยวกับกรณีศึกษานั้น ๆ

Developing skills in practical financial decision-making in view of today's business
environment, case study of finance and investment problems to analyse by integrating
experience; all areas of case studies in finance are required in the analysis and make decision.

FIN 491 วิธีวิทยาการวิจัยทางการเงิน 3(3-0-6)
(Financial Research Methodology)

วิชาบังคับก่อน : LSM 204 การวิเคราะห์สถิติทางธุรกิจ

FIN 304 การจัดการการเงิน

ระเบียบวิธีวิจัย และสถิติที่จะนำมาใช้ในการวิจัยทางการเงิน รวมทั้งศึกษาถึงการวิเคราะห์
ปัญหาทางการเงินในสถานการณ์จริงของตลาดการเงินและหน่วยธุรกิจ

Financial research methods; statistics used in financial research for financial
decision making; and analysis of financial problems in real situations of financial markets
and business sectors..

หมวดวิชาเลือกเสรี 6 หน่วยกิต

เลือกจากรายวิชาที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยรังสิต

กลุ่มวิชาโท

15 หน่วยกิต

สำหรับนักศึกษาต่างสาขาวิชา หรือต่างวิทยาลัย/คณะที่ต้องการจะศึกษาสาขาวิชาการ
เงินและการลงทุนเป็นวิชาโท ให้ศึกษารายวิชาต่อไปนี้ จำนวน 15 หน่วยกิต

ACC 100 การบัญชีการเงิน

3(3-0-6)

(Financial Accounting)

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการบัญชีและงบการเงิน กระบวนการทางการเงิน การบัญชี กระบวนการจัดทำงบการเงิน กิจกรรมให้บริการ กิจกรรมซื้อมาขายไป สินทรัพย์ทางการเงิน การวิเคราะห์งบการเงินเบื้องต้นและการตัดสินใจ

Principles of accounting and financial statement; accounting process; financial statement preparation process; service business; merchandising business; financial assets; principle of financial statement analysis and decision making.

FIN 201 การเงินธุรกิจ

3(3-0-6)

(Business Finance)

วิชาบังคับก่อน : ACC 100 การบัญชีการเงิน

ความสำคัญและเป้าหมายของการจัดการการเงิน รูปแบบของธุรกิจที่มีความสำคัญต่อการจัดการการเงิน บทบาทและจริยธรรมทางธุรกิจของผู้จัดการการเงิน รวมถึงการวิเคราะห์และการวางแผนทางการเงิน การจัดสรรเงินทุนต่าง ๆ การจัดหาเงินทุนทั้งระยะสั้น ระยะปานกลาง และระยะยาว การพิจารณาโครงการลงทุน โครงสร้างของเงินทุน ต้นทุนเงินทุน และนโยบายเงินปันผล

Importance and goal of financial management, forms of businesses which are important to financial management, the role and business ethics of financial manager, principle of financial analysis and planning, capital allocation, procurement of short-term, intermediate, and long-term capital, project analysis, capital structure, cost of capital, and the dividend policy.

FIN 203 การเงินส่วนบุคคลสมัยใหม่

3(3-0-6)

(Modern Personal Finance)

วิชาบังคับก่อน : ACC 100 การบัญชีการเงิน

การจัดการการเงินของบุคคลในยุคปัจจุบัน แนวคิดทางด้านการเงินโดยเน้นที่การวางแผนระบบช่วยจัดการทางการเงิน ได้แก่ การวางแผนรายได้และการใช้จ่ายเงินในด้านต่างๆ ด้วยการจัดทำงบการเงินส่วนบุคคล การบริหารการใช้เครดิตส่วนบุคคล การวางแผนการเงินเพื่อที่อยู่อาศัย ยานพาหนะ การออม หลักการและแนวทางในการลงทุนในตราสารทางการเงินรูปแบบต่างๆ การประกันชีวิตและสุขภาพ การเสียภาษีเงินได้ส่วนบุคคล การวางแผนเพื่อเกษียณอายุและพินัยกรรม เทคนิคของการจัดการสินทรัพย์และหนี้สินของครัวเรือนและศึกษาถึงสถาบันการเงินต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์กับแต่ละบุคคลและองค์กร

Financial management of individuals in present age; financial concepts and planning financial management systems; income and spending plans; preparation of personal financial statements; personal credit management; financial planning for housing, vehicles, and savings; investment principles and financial instruments; life and health insurance; personal income tax; retirement planning and wills; techniques for managing household assets and debts; and financial institutions and their relationships with individuals and organizations.

FIN 303 การจัดการสินเชื่อ 3(3-0-6)
(Credit Management)

วิชาบังคับก่อน : FIN 201 การเงินธุรกิจ

ความสำคัญของการจัดการสินเชื่อในสังคมปัจจุบัน ชนิดของสินเชื่อต่างๆ สินเชื่อผู้บริโภค สินเชื่อการค้า การรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการพิจารณาให้สินเชื่อทุกชนิด แหล่งที่มาของข้อมูลต่าง ๆ วิธีการเรียกเก็บหนี้ ลำดับขั้นการเก็บหนี้ตามกฎหมาย และการวิเคราะห์กรณีศึกษา

Importance of credit management at present; types of credits; consumer credit; commercial credit; sources of information for credit analysis; information collection for credit decisions; debt collection methods; legal procedures of debt collection; and case study analysis.

FIN 307 ตลาดการเงินและสถาบันการเงิน 3(3-0-6)
(Financial Markets and Institutions)

บทบาทของเงิน หลักการและหน้าที่เกี่ยวกับการเงินโครงสร้างสถาบันการเงินและตลาดการเงิน ลักษณะ หลักการ และขอบเขตการดำเนินงานของตลาดการเงินและสถาบันการเงินในตลาดเงิน ตลาดทุนและตลาดหลักทรัพย์ ปัญหา และนโยบายเกี่ยวกับการดำเนินงานของสถาบันการเงินต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งตามข้อเท็จจริง และสภาพการณ์ในประเทศไทย

Roles of money; principles and functions of money; structures of financial markets and financial institutions in money market; capital markets; stock markets; operational policies; and problems of financial institutions.

FIN 309 หลักการลงทุน

3(3-0-6)

(Principles of Investment)

วิชาบังคับก่อน : FIN 201 การเงินธุรกิจ

ความหมายและความสำคัญของการลงทุนและการวางแผนการลงทุนชนิดของหลักทรัพย์ประเภทต่างๆ ตลาดหลักทรัพย์และวิธีการที่ปฏิบัติในตลาดหลักทรัพย์ แหล่งที่มาของข้อมูลการลงทุน แนวคิดของการวัดผลตอบแทนและความเสี่ยงจากการลงทุนในหลักทรัพย์ การประเมินมูลค่าของหลักทรัพย์ ข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินเพื่อตัดสินใจลงทุน พื้นฐานเกี่ยวกับการบริหารและการจัดสรรเงินลงทุนในกลุ่มหลักทรัพย์ลงทุน การวัดผลตอบแทนของกลุ่มหลักทรัพย์ลงทุนและการวิเคราะห์กรณีศึกษาต่างๆ เพื่อวางแผนการลงทุนที่เหมาะสมที่สุดสำหรับตัวเองหรือองค์กร ตลอดจนการใช้โปรแกรมจำลองการเล่นหุ้น โดยสามารถวิเคราะห์หุ้นจากทฤษฎีและความเป็นจริงในโลกยุคดิจิทัล

Definition of investment; importance of investment; investment planning; types of securities; securities markets; securities trading methods; sources of investment information; risk and return in securities investment; valuation of securities; financial analysis for investment decisions; basic portfolio management; asset allocation; portfolio performance measurement; investment case study analysis; stock trading simulation programs; and theoretical and practical stock analysis in digital era.

FIN 411 การจัดการความเสี่ยงและการประกันภัย

3(3-0-6)

(Risk Management and Insurance)

หลักและการปฏิบัติการจัดการความเสี่ยงและการประกันภัย ในส่วนแรกจะเกี่ยวข้องกับ การจัดการความเสี่ยงภัย ชนิดต่าง ๆ ของภัย ลักษณะและกระบวนการจัดการความเสี่ยงภัย การตัดสินใจการจัดการความเสี่ยงภัยการเลือกและการใช้วิธีการต่าง ๆ ในการจัดการความเสี่ยงภัย ส่วนที่สองเนื้อหาจะครอบคลุมถึงหลักในการดำเนินการของการประกันภัยชนิดต่าง ๆ หน้าที่และความรับผิดชอบของบริษัทประกันภัย การลงทุนของบริษัทประกันภัย การคำนวณเบี้ยประกันภัย ตลอดจนสิทธิที่จะได้รับความคุ้มครองจากผู้รับประกันภัย และการวิเคราะห์กรณีศึกษา และความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับเทคโนโลยีประกันภัย

Risk management principles and practices; nature and processes of risk management; classification of risks; risk management decision making; methods of risk management selection and application; operating principles of various types of insurance; functions and responsibilities of insurance companies; investment of insurance companies; insurance rate

calculation; insurance coverage responsibilities; case study analysis; and basic knowledge of insurance technology.

FIN 436 การจัดการความมั่งคั่ง 3(3-0-6)
(Wealth Management)

วิชาบังคับก่อน : FIN 201 การเงินธุรกิจ

ปรัชญา กระบวนการ และบุคลากรในการจัดการความมั่งคั่ง มาตรฐานของผู้ดูแลผลประโยชน์และผู้เชี่ยวชาญในวิชาชีพ เป้าหมายและข้อจำกัดของลูกค้า การจัดการความเสี่ยง การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ การให้ความรู้แก่ลูกค้า ทฤษฎีการลงทุน คำแนะนำทางการเงินสำหรับการดำรงชีพ (ทุนมนุษย์, การจัดสรรแบ่งเงินลงทุน, และการประกันภัย) ทฤษฎีวงจรชีวิตที่เหมาะสมสำหรับการออมและการลงทุน การลงทุนในกลุ่มหลักทรัพย์อย่างเหมาะสม อนาคตของการวางแผนเพื่อการเกษียณอายุ การกำหนดนโยบายการลงทุน การตีราคาและการประเมินประสิทธิภาพ และการคัดเลือกผู้จัดการในการลงทุน

Philosophy, process, and people in wealth management; fiduciary and professional standards; client goals and constraints; risk management; data gathering and analysis; client education; investment theory; lifetime financial advice (human capital, asset allocation, and insurance); theories of optimal life-cycle saving and investing; portfolio optimization; future of retirement planning; investment policy statement; portfolio management; performance appraisal and evaluation; and selecting investment managers.

สาขาวิชาการบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ

วิชาชีพ-บังคับ

36 หน่วยกิต

FIN 310 การจัดการการเงินระหว่างประเทศ **3(3-0-6)**
(Multinational Financial Management)

วิชาบังคับก่อน : ECO 111 หลักเศรษฐศาสตร์

ดูแลการชำระเงินระหว่างประเทศ ระบบการชำระเงินระหว่างประเทศ ตลาดปริวรรตเงินตรา อัตราแลกเปลี่ยน กลยุทธ์ข้ามชาติและการลงทุนระหว่างประเทศ การพยากรณ์อัตราแลกเปลี่ยนเพื่อการค้าระหว่างประเทศ การบริหารความเสี่ยงทางการเงินและการจัดการความเสี่ยงในธุรกรรมทางการเงินระหว่างประเทศ ตลอดจนการจัดการการเงินนานาชาติ

International balance of payments, international monetary system, foreign exchange markets and exchange rates, corporate strategy and foreign investment, exchange rate forecasting for international trade finance, financial exposure management and risk management in international finance operation, including the multinational financial management.

IBA 210 การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ **3(3-0-6)**
(International Business Management)

วิชาบังคับก่อน : MAI 202 องค์การและการจัดการ

บทบาทและความสำคัญของการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ ปัญหาที่เกี่ยวข้องและกลยุทธ์ วิธีการแก้ปัญหา ปัจจัยด้านการเมือง กฎหมาย ภาษา และวัฒนธรรมข้ามชาติ การดำเนินงานและการบริหารงานของธุรกิจข้ามชาติ และประเด็นเกี่ยวกับโลกาภิวัตน์ บทบาทหน้าที่และความสำคัญขององค์การการค้าระหว่างประเทศ ทักษะและความรู้ของบุคลากรในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ และกรณีศึกษา

The roles and significance of international business management; related problems, challenges and strategic solutions; political, legal, taxation, and cross-cultural factors; operations and management of multinational enterprises; issues related to globalization; roles, functions, and importance of international trade organizations; essential skills and knowledge of personnel in international business management; and case studies.

IBA 211 กลยุทธ์การตลาดระหว่างประเทศ 3(3-0-6)
(International Marketing Strategies)

วิชาบังคับก่อน : DMC 201 หลักการตลาด

ความหมายและความสำคัญของการดำเนินงานทางการตลาดระหว่างประเทศ บทบาทของสภาพแวดล้อมทางการตลาดระหว่างประเทศทั้งในระดับมหภาคและจุลภาค การพิจารณาถึงพฤติกรรมผู้บริโภค โอกาสและอุปสรรคทางการตลาดระหว่างประเทศ การวิจัยทางการตลาดระหว่างประเทศ การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด การสร้างคุณค่า การบริหารตราสินค้า วิธีการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ การจัดระบบข้อมูล การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันทางการตลาด รวมถึงการวางแผนการจัดองค์กร การบริหารและการควบคุมทางการตลาดระหว่างประเทศ

Definition and importance of international marketing operations; the role of the international marketing environment at both macro and micro levels; consideration of consumer behavior; opportunities and challenges in international marketing; international marketing research; market segmentation, target market selection, and product positioning; formulation of marketing mix strategies; value creation and brand management; methods of entering foreign markets; information system organization; building competitive advantage in marketing; as well as planning, organizing, managing, and controlling international marketing activities.

IBA 212 การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานระหว่างประเทศ 3(3-0-6)
(International Supply Chain and Logistics Management)

ความหมาย บทบาท ความสำคัญของการจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ รวมถึงแนวโน้มของสถานการณ์และการใช้ประโยชน์ของเส้นทางหลัก การวางแผนการออกแบบการพยากรณ์และการจัดการคำสั่งซื้อ การจัดซื้อ การผลิต การส่งมอบ การขนส่ง การประกันภัย การจัดการสินค้าคงคลัง คลังสินค้า การบรรจุภัณฑ์ การจัดการวัสดุ การคืนสินค้า การควบคุมและข้อจำกัดของระบบห่วงโซ่อุปทาน งานบริการอื่น ๆ ที่สนับสนุนการจัดส่งระหว่างประเทศ

Definition, roles, and importance of international supply chain and logistics management, including trends, key trade routes, and their utilization. Includes planning, design, forecasting, and order management; procurement, production, delivery, shipping and transportation, and insurance; inventory and warehouse management; packaging; materials

handling; returns management; control and constraints within the supply chain system; and other support services for international delivery.

IBA 213 **การจัดการข้ามวัฒนธรรม**

3(3-0-6)

(Cross Cultural Management)

แนวคิดและทฤษฎีด้านการจัดการในบริบทของความหลากหลายทางวัฒนธรรม โดยมุ่งเน้นสถานการณ์ทางธุรกิจระหว่างประเทศที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ครอบคลุมมิติทางวัฒนธรรมที่ส่งผลกระทบต่อองค์กร การสื่อสาร การเจรจาต่อรอง การสร้างทีมงานที่หลากหลาย และการจัดการความขัดแย้ง วิเคราะห์กรณีศึกษาทางธุรกิจเพื่อพัฒนาทักษะการตัดสินใจ พร้อมเรียนรู้แนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม และการจัดการวัฒนธรรมข้ามชาติอย่างเหมาะสม เพื่อเสริมประสิทธิภาพในการทำงานร่วมกันในบริบทต่างวัฒนธรรม

Concepts and theories of management in the context of cultural diversity; with a focus on the rapidly changing landscape of international business; cultural dimensions that impact organizations; communication; negotiation; diverse team building; and conflict management; analysis of business case studies to develop decision-making skills; ethical business practices; and appropriate cross-cultural management approaches to enhance effective collaboration in multicultural environments.

IBA 311 **เทคโนโลยีสำหรับการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ**

3(3-0-6)

(Technology for International Business Management)

วิชาบังคับก่อน : DBS 202 การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสำหรับธุรกิจดิจิทัล

แนวคิดพื้นฐานและบทบาทสำคัญของเทคโนโลยีในการขับเคลื่อนและบริหารจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ มุ่งเน้นการทำความเข้าใจกระบวนการ บริหารจัดการเทคโนโลยี ตั้งแต่การแสวงหาการตัดสินใจเลือกใช้ และการประเมินความคุ้มค่าของการลงทุนในเทคโนโลยี เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่รวดเร็ว ครอบคลุมถึงการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี อาทิ การดำเนิน พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และการสร้าง ช่องทางการดำเนินธุรกิจออนไลน์ ในระดับสากล เพื่อนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างโอกาสทางธุรกิจระหว่างประเทศ

Fundamental concepts and the critical role of technology in driving and managing international business; emphasis on technology management processes, including identification and selection of appropriate technologies to evaluation of investment returns; enhancing

competitiveness and adapting to rapidly changing business environments; application of technologies such as e-commerce and development of international online business channels; knowledge applied to improve efficiency and create opportunities in global business.

IBA 312 นวัตกรรมและกลยุทธ์การแข่งขันระดับโลก 3(3-0-6)
(Innovation and Global Competitive Strategy)

วิชาบังคับก่อน : MAI202 องค์การและการจัดการ

แนวคิดและกระบวนการพัฒนานวัตกรรมในบริบทของธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเน้นการใช้นวัตกรรมเป็นเครื่องมือในการสร้างและรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันระดับโลก ครอบคลุมการวิเคราะห์สถานการณ์ทางธุรกิจ กลยุทธ์การแข่งขันในเวทีนานาชาติ และการบริหารเชิงกลยุทธ์ในระดับองค์กร ธุรกิจ และหน้าที่ เพื่อวางแผน ดำเนินการ และประเมินผลยุทธศาสตร์สู่ความสำเร็จในตลาดโลก

Concepts and innovation development processes in the context of rapidly changing business environments; with a focus on using innovation as a tool to create and sustain global competitive advantage; covers business situation analysis, international competitive strategies, and strategic management at the corporate, business, and functional levels; supports the planning, implementation, and evaluation of strategies for global market success.

IBA 313 การจัดการการส่งออกและนำเข้า 3(3-0-6)
(Export and Import Management)

บทบาทและหน้าที่ของการส่งออกและนำเข้า หน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกและนำเข้า ขั้นตอนในการส่งออกและนำเข้า เอกสารสำหรับการส่งออกและนำเข้า การชำระเงินทางการค้าระหว่างประเทศ ข้อกำหนดในการส่งมอบสินค้า (Incoterm) กฎหมายศุลกากร พิษัตริ์ตราศุลกากร พิธีการศุลกากร การประกันภัย มาตรการส่งเสริมการส่งออก

Roles and responsibilities of export and import; agencies and organizations involved in export and import; procedures for exporting and importing; documents required for export and import; international trade payments; delivery terms (Incoterms); customs laws; tariff classifications; customs procedures; insurance; and export promotion measures.

IBA 315 การจัดการความเสี่ยงสำหรับธุรกิจระหว่างประเทศ
(Risk Management for International Business)

3(3-0-6)

วิชาบังคับก่อน : MAI 202 องค์การและการจัดการ

หลักการจัดการความเสี่ยงสำหรับธุรกิจระหว่างประเทศ รวมถึงกระบวนการบริหารความเสี่ยงแบบครบวงจร ได้แก่ การระบุ การประเมิน การตอบสนอง การควบคุม และการติดตามผล โดยเน้นความเสี่ยงเฉพาะที่เกิดขึ้นในบริบทนานาชาติ อาทิ ความเสี่ยงด้านการเมืองและกฎหมาย ความเสี่ยงทางเศรษฐกิจและการเงิน (รวมถึงอัตราแลกเปลี่ยน) ความเสี่ยงทางวัฒนธรรม ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการในห่วงโซ่อุปทานระดับโลก และความเสี่ยงด้านชื่อเสียง วิเคราะห์และวางแผนรับมือกับความท้าทายในธุรกิจระหว่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

Risk management principles for international business, including the comprehensive risk management process: identification, assessment, response, control, and monitoring; emphasis on risks specific to the international context such as political and legal risks; economic and financial risks (including exchange rate fluctuations); cultural risks; operational risks in the global supply chain; and reputational risks; analysis and planning of effective and sustainable responses to challenges in international business.

IBA 490 สัมมนาทางการบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ
(Seminar in International Business Administration)

3(3-0-6)

วิชาบังคับก่อน : สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 4

ศึกษาและวิเคราะห์ประเด็น เหตุการณ์ และปัญหาสำคัญในปัจจุบัน ที่ส่งผลกระทบต่อการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ ครอบคลุมแนวคิดและวิธีการแก้ปัญหาในการบริหารธุรกิจระหว่างประเทศในด้านต่าง ๆ อาทิ การวางแผนการตลาด การจัดการองค์กร การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการทางการเงิน ข้อบังคับทางกฎหมาย การกีดกันทางการค้า เทคโนโลยี ตลอดจนประเด็นร่วมสมัย เช่น ความยั่งยืน การพัฒนาทางดิจิทัล และความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ เน้นการประยุกต์ใช้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจระหว่างประเทศจากวิชาที่เคยศึกษามา เพื่อวิเคราะห์และแก้ไขปัญหาในรูปแบบกรณีศึกษา พร้อมอภิปรายและนำเสนอประเด็นทางการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ

Studying and analyzing current critical issues, events, and problems impacting international business management; covering concepts and problem-solving methodologies in various aspects of international business administration, including marketing planning, organizational management, human resource management, financial management, legal regulations, trade barriers, and technology; also addressing contemporary issues such as

sustainability, digital development, and geopolitical conflicts; emphasizing applying knowledge and understanding of international business gained from previous courses to analyze and resolve problems presented in case studies, alongside discussing and presenting key topics in international business management.

LLB 486 กฎหมายการบริหารธุรกิจและธุรกิจระหว่างประเทศ 2(2-0-4)
(Business Administration and International Business Law)

กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ และกฎหมายอาญาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการของภาคส่วนธุรกิจ ที่องค์กรภาคธุรกิจ อาทิการจดทะเบียนจัดตั้งนิติบุคคลทางธุรกิจ กฎหมายเกี่ยวกับการยื่นรายงานการเงินของนิติบุคคลธุรกิจ การจดทะเบียนพาณิชย์ เครื่องหมายการค้า ความผิดทางอาญาเกี่ยวกับการค้า ภาษี กฎหมายทางการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ ธรรมเนียมปฏิบัติทางการค้า ความรับผิดชอบคู่ค้า กฎหมายระหว่างประเทศ หรือกฎหมายสากลในรูปของอนุสัญญา สนธิสัญญา หรือ Joint Communique เกี่ยวกับการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ อาทิ CISG, MFN, NT และ Incoterm 2020

Civil and commercial law and criminal law related to management of the business sector such as business registration, financial reporting, commercial registration, trademarks; criminal offenses, signboard taxes; international commercial and investment laws, customary trade practices, liabilities of business partners, domestic laws for entrepreneurs of international trade, international conventions, treaties, or joint communiques, such as CISG, MFN, NT; and Incoterms 2020.

BBA 400	โครงการทางการบริหารธุรกิจ (Business Administration Project)	3(3-0-6)
---------	--	----------

วิชาบังคับก่อน : เป็นนักศึกษาภาคการศึกษาสุดท้าย

การจัดทำโครงงานทางการบริหารธุรกิจ โดยเลือกรูปแบบของโครงงาน หรือ แผน ธุรกิจ หรือ งานวิจัย ให้สอดคล้องตามแนววิชาซีพทางการบริหารธุรกิจที่ได้ศึกษามา โดยเน้นความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ให้เกิดประโยชน์ต่อการนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงาน พร้อมนำเสนอผลงานต่อคณะกรรมการ ก่อนสำเร็จการศึกษา

Business Administration Project by selecting the forms of project or business plan or research which relate with professional knowledge that studied by integrating experience; by emphasizing creativity for the advantages of applications in working situations; by presentation to the committee before graduation.

BBA 492 สหกิจศึกษา

6(0-35-18)

(Cooperative Education)

วิชาบังคับก่อน : เป็นนักศึกษาวิทยาลัยบริหารธุรกิจภาคการศึกษาสุดท้าย

และมีเกรดเฉลี่ยสะสมไม่น้อยกว่า 3.00

ฝึกงานในด้านที่เกี่ยวกับสาขาวิชาที่ศึกษาในหน่วยงานต่างๆ โดยนักศึกษาจะต้องปฏิบัติงานเสมือนเป็นพนักงานประจำของหน่วยงานนั้น เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 16 สัปดาห์ หรือไม่น้อยกว่า 4 เดือน ติดต่อกัน และมีงานเฉพาะที่ได้รับมอบหมายจากหน่วยงานให้ปฏิบัติให้เสร็จสิ้น นักศึกษาจะต้องทำบันทึกประจำวันส่งผู้บังคับบัญชาทุกสัปดาห์ และโครงการต้องผ่านการประเมินผลงานจากหน่วยงานที่ทำการปฏิบัติงานและอาจารย์ที่ปรึกษา

Internship in the related area with your study in a selected organization like an employee of that organization for at least 16 weeks or 4 consecutive months, each student will complete particular task and organization task: daily records must be done and submitted weekly to the supervisor and project is also evaluated by the organization and the advisor.

BBA 498 การฝึกงาน

1(0-35-18)

(Internship)

วิชาบังคับก่อน : ต้องมีหน่วยกิตสะสมไม่น้อยกว่า 80 หน่วยกิต

เมื่อนักศึกษาได้ศึกษารายวิชาต่างๆ จำนวนหนึ่งแล้ว นักศึกษาจะต้องออกไปฝึกงานตามสถาบันหรือหน่วยงานวิชาชีพต่าง ๆ ตามความสนใจและสอดคล้องกับสาขาวิชาที่ศึกษา ไม่น้อยกว่า 6 สัปดาห์ หรือ 210 ชั่วโมง โดยอยู่ในความควบคุมและประเมินผลของสาขา

After completing the required courses, the students have to serve as apprenticeship from various institutions or professional organization enhance the experience at least 6 weeks or 210 hours.

วิชาชีพ-เลือก

15 หน่วยกิต

ให้นักศึกษาเลือกศึกษารายวิชาต่อไปนี้ หรือเลือกศึกษารายวิชาอื่นในหมวดวิชาชีพที่เปิดสอนในวิทยาลัยบริหารธุรกิจ หรือกลุ่มวิชาชีพของวิทยาลัย/คณะ/สถาบันที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยรังสิต จำนวน 15 หน่วยกิต ทั้งนี้ โดยได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา

IBA 314 **การจัดการธุรกิจในภาวะวิกฤต** 3(3-0-6) (Business Crisis Management)

วิชาบังคับก่อน : MAI 202 องค์การและการจัดการ

แนวคิดความเสี่ยงและสถานการณ์ความเสี่ยงปัจจุบัน, องค์ประกอบพื้นฐานความเสี่ยงขององค์กร และวงจรการจัดการความเสี่ยง รวมถึงการประเมินผลกระทบความเสี่ยงต่อการจัดการพัฒนาการวางแผนและกระบวนการจัดการความเสี่ยง ครอบคลุมหลักเบื้องต้นของการบริหารภาวะวิกฤต และลักษณะวิกฤตประเภทต่าง ๆ เช่น วิกฤตจากภัยพิบัติ, โรคระบาด, เทคโนโลยี, ชื่อเสียง, เศรษฐกิจ การเมือง สงคราม รวมถึงการรับรู้, ควบคุม, แก้ไข และวิธีการจัดการวิกฤตที่เกิดขึ้น บทบาทของการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีในการเฝ้าระวังและรับมือ เพื่อสร้างความยืดหยุ่นและการฟื้นตัวขององค์กรหลังวิกฤต

Concepts of risk and current risk situations; fundamental elements of organizational risk and risk management cycles; including assessing the impact of risk on management; developing risk planning and management processes; covering basic principles of crisis management and various types of crises, such as those from disasters, epidemics, technology, reputation, economy, politics or wars; including recognition, control, resolution, and methods for managing emerging crises; emphasizing the role of communication and the use of technology in monitoring and response, to build organizational resilience and recovery post-crisis.

IBA 411 **กลยุทธ์การสร้างผลิตภัณฑ์และราคาระหว่างประเทศ** 3(3-0-6) (International Product and Price Strategy)

วิชาบังคับก่อน : DMC 201 หลักการตลาด

นโยบายผลิตภัณฑ์และราคาสำหรับตลาดต่างประเทศ; การออกแบบผลิตภัณฑ์ การบริหารตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ และฉลากที่เหมาะสมกับตลาดสากล; การดำเนินงานของแบรนด์ระดับโลก; วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์และกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่; กลยุทธ์การตั้งราคาในระดับนานาชาติโดยคำนึงถึงปัจจัยด้านวัฒนธรรม กฎหมาย และการเงิน; การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และการตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย

International product and pricing policies; product design, brand management, packaging, and labeling for international markets; global brand operations; product life cycle and new product development processes; pricing strategies in international markets, considering cultural, legal, and financial factors; creation of competitive advantage and response to target market needs.

IBA 412 การสื่อสารการตลาดระหว่างประเทศในยุคดิจิทัล 3(3-0-6)

(International Marketing Communication in the Digital Era)

วิชาบังคับก่อน : DMC 201 หลักการตลาด

บทบาทและองค์ประกอบของการส่งเสริมการตลาดสำหรับธุรกิจระหว่างประเทศในยุคดิจิทัล; การวางแผน การจัดการ และการออกแบบส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การขายโดยพนักงาน การตลาดทางตรง และการตลาดผ่านสื่อออนไลน์; การปรับใช้กลยุทธ์ให้เหมาะสมกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคในบริบทวัฒนธรรมที่แตกต่าง; การประยุกต์ใช้เครื่องมือและแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม

Roles and components of marketing communication for international business in the digital era; planning, management, and design of the promotional mix, including advertising, public relations, sales promotion, personal selling, direct marketing, and online marketing; strategic adaptation aligned with consumer behavior and needs across diverse cultural contexts; application of digital tools and platforms to support effective cross-cultural marketing communication.

IBA 413 การเจรจาธุรกิจระหว่างประเทศ 3(3-0-6)

(International Business Negotiation)

วิชาบังคับก่อน : MAI 202 องค์การและการจัดการ

แนวคิดและหลักการเกี่ยวกับการเจรจาทางธุรกิจในบริบทระหว่างประเทศ; พัฒนาทักษะการวิเคราะห์สถานการณ์ และการวางแผนกลยุทธ์เพื่อการเจรจาอย่างมีประสิทธิภาพกับคู่ค้าต่างประเทศ; กระบวนการและเทคนิคการเจรจา การเจรจา และการจัดการความขัดแย้งในเวทีธุรกิจระหว่างประเทศ; ให้ความสำคัญกับจริยธรรมในการเจรจา และปัจจัยด้านวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อการสื่อสารและผลลัพธ์ของการเจรจา

Concepts and principles of international business negotiation; development of analytical and strategic planning skills for effective engagement with international counter-

parts; process and techniques for managing negotiation, persuasion, and conflict resolution in global business contexts; emphasis on ethical conduct and awareness of cultural factors that influence negotiation dynamics.

IBA 415 วิธีวิทยาการวิจัยทางธุรกิจระหว่างประเทศ 3(3-0-6)
(Research Methodology in International Business)

หลักการและระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจในบริบทระหว่างประเทศ; การกำหนดปัญหาและวัตถุประสงค์การวิจัย การตั้งสมมติฐาน การออกแบบงานวิจัย และการเลือกวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ที่สอดคล้องกับความหลากหลายทางวัฒนธรรมและกฎระเบียบระหว่างประเทศ; การพัฒนาเครื่องมือวิจัย เช่น แบบสอบถาม การวิเคราะห์และตีความข้อมูลด้วยสถิติ การจัดทำรายงาน และการนำเสนอผลการวิจัยด้านธุรกิจระหว่างประเทศ

Principles and methodologies of business research in an international context; problem identification, research objectives, hypothesis formulation, research design, and selection of data collection methods appropriate to cultural diversity and international regulations; development of research tools such as questionnaires, data analysis and interpretation using statistics, report writing, and presentation of international business research findings.

IBA 416 ประสบการณ์ธุรกิจระหว่างประเทศ 3(1-35-20)
(International Business Experiences)

ประสบการณ์จริงในธุรกิจระหว่างประเทศ; การศึกษาและสังเกตการณ์การดำเนินงานในต่างประเทศเพื่อเข้าใจสภาพแวดล้อม วัฒนธรรม และการใช้ชีวิตที่แตกต่างกัน; การมีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือโครงการที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศ หรือโครงการที่ปรึกษาในต่างประเทศภายใต้การกำกับดูแลของอาจารย์; การประยุกต์ใช้ความรู้และพัฒนาทักษะที่จำเป็นสำหรับการทำงานและการใช้ชีวิตในบริบทธุรกิจระดับโลก

Practical experience in international business; observation and study of operations abroad to understand diverse environments, cultures, and lifestyles; participation in activities or projects related to international trade or consultancy programs overseas under faculty supervision; application of knowledge and development of skills essential for working and living effectively in global business contexts.

IBA 417 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ

3(3-0-6)

(International Human Resource Management)

วิชาบังคับก่อน : MAI 201 การจัดการทรัพยากรมนุษย์

แนวคิด หลักการ และขั้นตอนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในบริบทระหว่างประเทศ; การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศและการบริหารแรงงานสัมพันธ์ระหว่างประเทศ; กฎหมายแรงงานระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้อง; บทบาทขององค์กรระหว่างประเทศในการกำกับดูแลงานทรัพยากรมนุษย์; แนวคิดและวัฒนธรรมการทำงานของชาติต่าง ๆ; ปัญหาและอุปสรรคในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม; การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ; แนวโน้มและความท้าทายในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ

Concepts, principles, and processes of human resource management in an international context; international human resource planning and management of labor relations across countries; relevant international labor laws; roles of international organizations overseeing human resource practices; work culture and concepts across different countries; challenges and obstacles in managing human resources in culturally diverse organizations; application of information technology in international human resource management; trends and challenges in global human resource management.

IBA 418 ภูมิทัศน์และพลวัตของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจระหว่างประเทศ

3(3-0-6)

(Landscape and Dynamics of the International Business Environment)

วิชาบังคับก่อน : MAI 201 การจัดการทรัพยากรมนุษย์

ภูมิทัศน์และพลวัตของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจระหว่างประเทศ; โลกาภิวัตน์ การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ และผลกระทบของปัจจัยทางสังคม วัฒนธรรม การเมือง กฎหมาย และเทคโนโลยีต่อการดำเนินธุรกิจ; วิเคราะห์พัฒนาการของการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ กระบวนการจัดทำข้อตกลงทางธุรกิจ และประเด็นร่วมสมัย เช่น การหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทาน ความยั่งยืน และความท้าทายทางภูมิรัฐศาสตร์; ความเข้าใจและการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

Landscape and dynamics of the international business environment; globalization, economic integration, and the impact of social, cultural, political, legal, and technological factors on business operations; analysis of developments in international trade and investment, business agreement processes, and contemporary issues such as supply chain disruptions,

sustainability, and geopolitical challenges; understanding and adaptation to rapidly changing global business environments.

IBA 499 ประเด็นร่วมสมัยทางการบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ 3(3-0-6)
(Contemporary Issues in International Business Administration)

ศึกษาและวิเคราะห์หัวข้อพิเศษที่น่าสนใจและมีความสำคัญต่อการบริหารธุรกิจระหว่างประเทศในแต่ละภาคการศึกษา ครอบคลุมแนวโน้ม เหตุการณ์ เทคโนโลยี หรือนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศในปัจจุบัน โดยหัวข้อจะได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการสาขาวิชา เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจประเด็นเฉพาะทางที่ทันสมัยและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้เหมาะสม

Exploring specialized topics of interest and significance to international business administration each semester; covering trends, events, technology, or innovations impacting current international business operations. Topics require approval from the program committee, enabling students to understand modern, specialized issues and apply them appropriately.

MAI 323 จริยธรรมทางธุรกิจ 3(3-0-6)
(Business Ethics)

จริยธรรมในบริบทของธุรกิจ คำจำกัดความของจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับข้อปฏิบัติทางศีลธรรม ค่านิยมของสังคมที่ใช้ในกระบวนการการใช้เหตุและผล องค์ประกอบของจริยธรรม ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารอย่างมีจริยธรรม ภาวะผู้นำกับจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ ปัญหาอุปสรรคของการจัดการอย่างมีจริยธรรม กรอบความคิดทางจริยธรรมที่เหมาะสมในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง การตัดสินใจทางจริยธรรมโดยคำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม ข้อปฏิบัติทางจริยธรรมขององค์กรธุรกิจ

Ethical business context, definition of ethics in relation to society's moral codes and values, ethics management, factors affecting management with ethics, leadership and ethics in business, obstacles and problems management with ethics. ethical frameworks in a given situation, ethical decisions in the environment concerns, codes of ethics in business.

หมวดวิชาเลือกเสรี

6 หน่วยกิต

เลือกจากรายวิชาที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยรังสิต

กลุ่มวิชาโท

15 หน่วยกิต

สำหรับนักศึกษาต่างสาขาวิชา หรือต่างวิทยาลัย/คณะที่ต้องการจะศึกษาสาขาวิชาการบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ เป็นวิชาโท ให้ศึกษารายวิชาต่อไปนี้ จำนวน 15 หน่วยกิต

DMC 201 หลักการตลาด

3(3-0-6)

(Principles of Marketing)

แนวคิดการตลาด ทฤษฎีการตลาด เครื่องมือทางการตลาด สภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการตลาด การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ พฤติกรรมผู้บริโภค การบริหารการตลาด ระบบสารสนเทศทางการตลาด ประเภทผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ นโยบายการตั้งราคา กลยุทธ์การตั้งราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด จริยธรรมทางการตลาด การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตลาด การวางแผนและออกแบบ Customer Journey การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี MarTech แพลตฟอร์มดิจิทัล การตลาดอย่างยั่งยืน และจริยธรรมสำหรับผู้บริโภครุ่นใหม่ เพื่อเตรียมความพร้อมให้ผู้เรียนเข้าใจโลกการตลาดยุคใหม่อย่างรอบด้าน

Marketing concepts, Marketing theories, Marketing tools, Marketing environment, Market segmentation, Targeting, Product positioning, Consumer behavior, Marketing management, Marketing information systems, Product types, Marketing mix, Pricing policies, Pricing strategies, Distribution channels, Marketing promotion, Marketing ethics, Data-driven marketing, Customer journey planning and design, MarTech applications, Digital platforms, Sustainable marketing, and Ethics for new-generation consumers to prepare students for a comprehensive understanding of the modern marketing landscape.

IBA 210 การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ

3(3-0-6)

(International Business Management)

วิชาบังคับก่อน : MAI 202 องค์การและการจัดการ

บทบาทและความสำคัญของการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ ปัญหาที่เกี่ยวข้องและกลยุทธ์วิธีการแก้ปัญหา ปัจจัยด้านการเมือง กฎหมาย ภาษี และวัฒนธรรมข้ามชาติ การดำเนินงานและการบริหารงานของธุรกิจข้ามชาติ และประเด็นเกี่ยวกับโลกาภิวัตน์ บทบาท หน้าที่และความสำคัญ

ขององค์การค้าระหว่างประเทศ ทักษะและความรู้ของบุคลากรในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ และ
กรณีศึกษา

The roles and significance of international business management; related problems , challenges and strategic solutions; political, legal, taxation, and cross-cultural factors; operations and management of multinational enterprises; issues related to globalization; roles, functions, and importance of international trade organizations; essential skills and knowledge of personnel in international business management; and case studies.

IBA 211 กลยุทธ์การตลาดระหว่างประเทศ 3(3-0-6)

(International Marketing Strategies)

วิชาบังคับก่อน : DMC 201 หลักการตลาด

ความหมายและความสำคัญของการดำเนินงานทางการตลาดระหว่างประเทศ บทบาทของสภาพแวดล้อมทางการตลาดระหว่างประเทศทั้งในระดับมหภาคและจุลภาค การพิจารณาถึงพฤติกรรมผู้บริโภค โอกาสและอุปสรรคทางการตลาดระหว่างประเทศ การวิจัยทางการตลาดระหว่างประเทศ การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด การสร้างคุณค่า การบริหารตราสินค้า วิธีการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ การจัดระบบข้อมูล การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันทางการตลาด รวมถึงการวางแผนการองค์กร การบริหารและการควบคุมทางการตลาดระหว่างประเทศ

Definition and importance of international marketing operations; the role of the international marketing environment at both macro and micro levels; consideration of consumer behavior; opportunities and challenges in international marketing; international marketing research; market segmentation, target market selection, and product positioning; formulation of marketing mix strategies; value creation and brand management; methods of entering foreign markets; information system organization; building competitive advantage in marketing; as well as planning, organizing, managing, and controlling international marketing activities.

IBA 212 การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานระหว่างประเทศ 3(3-0-6)

(International Supply Chain and Logistics Management)

ความหมาย บทบาท ความสำคัญของการจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ รวมถึงแนวโน้มของสถานการณ์และการใช้ประโยชน์ของเส้นทางหลัก การวางแผน การออกแบบ

การพยากรณ์และการจัดการคำสั่งซื้อ การจัดซื้อ การผลิต การส่งมอบ การขนส่ง การประกันภัย การจัดการสินค้าคงคลัง คลังสินค้า การบรรจุภัณฑ์ การจัดการวัสดุ การคืนสินค้า การควบคุมและข้อจำกัดของระบบห่วงโซ่อุปทาน งานบริการอื่น ๆ ที่สนับสนุนการจัดส่งระหว่างประเทศ

Definition, roles, and importance of international supply chain and logistics management, including trends, key trade routes, and their utilization. Includes planning, design, forecasting, and order management; procurement, production, delivery, shipping and transportation, and insurance; inventory and warehouse management; packaging; materials handling; returns management; control and constraints within the supply chain system; and other support services for international delivery.

IBA 213 การจัดการข้ามวัฒนธรรม 3(3-0-6)
(Cross Cultural Management)

แนวคิดและทฤษฎีด้านการจัดการในบริบทของความหลากหลายทางวัฒนธรรม โดยมุ่งเน้นสถานการณ์ทางธุรกิจระหว่างประเทศที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ครอบคลุมมิติทางวัฒนธรรมที่ส่งผลกระทบต่อองค์กร การสื่อสาร การเจรจาต่อรอง การสร้างทีมงานที่หลากหลาย และการจัดการความขัดแย้ง วิเคราะห์กรณีศึกษาทางธุรกิจเพื่อพัฒนาทักษะการตัดสินใจ พร้อมเรียนรู้แนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม และการจัดการวัฒนธรรมข้ามชาติอย่างเหมาะสม เพื่อเสริมประสิทธิภาพในการทำงานร่วมกันในบริบทต่างวัฒนธรรม

Concepts and theories of management in the context of cultural diversity; with a focus on the rapidly changing landscape of international business; cultural dimensions that impact organizations; communication; negotiation; diverse team building; and conflict management; analysis of business case studies to develop decision-making skills; ethical business practices; and appropriate cross-cultural management approaches to enhance effective collaboration in multicultural environments.

IBA 312 นวัตกรรมและกลยุทธ์การแข่งขันระดับโลก 3(3-0-6)
(Innovation and Global Competitive Strategy)

วิชาบังคับก่อน : MAI 202 องค์การและการจัดการ

แนวคิดและกระบวนการพัฒนานวัตกรรมในบริบทของธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเน้นการใช้นวัตกรรมเป็นเครื่องมือในการสร้างและรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันระดับโลก ครอบคลุมการวิเคราะห์สถานการณ์ทางธุรกิจ กลยุทธ์การแข่งขันในเวทีนานาชาติ และการบริหาร

เชิงกลยุทธ์ในระดับองค์กร ธุรกิจ และหน้าที่ เพื่อวางแผน ดำเนินการ และประเมินผลยุทธศาสตร์
สู่ความสำเร็จในตลาดโลก

concepts and innovation development processes in the context of rapidly changing business environments; with a focus on using innovation as a tool to create and sustain global competitive advantage; covers business situation analysis, international competitive strategies, and strategic management at the corporate, business, and functional levels; supports the planning, implementation, and evaluation of strategies for global market success.

IBA 313 การจัดการการส่งออกและนำเข้า 3(3-0-6)
(Export and Import Management)

บทบาทและหน้าที่ของการส่งออกและนำเข้า หน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกและนำเข้า ขั้นตอนในการส่งออกและนำเข้า เอกสารสำหรับการส่งออกและนำเข้า การชำระเงินทางการค้าระหว่างประเทศ ข้อกำหนดในการส่งมอบสินค้า (Incoterm) กฎหมายศุลกากร พิภคอัตราศุลกากร พิธีการศุลกากร การประกันภัย มาตรการส่งเสริมการส่งออก

Roles and responsibilities of export and import; agencies and organizations involved in export and import; procedures for exporting and importing; documents required for export and import; international trade payments; delivery terms (Incoterms); customs laws; tariff classifications; customs procedures; insurance; and export promotion measures.

IBA 315 การจัดการความเสี่ยงสำหรับธุรกิจระหว่างประเทศ 3(3-0-6)
(Risk Management for International Business)

วิชาบังคับก่อน : MAI 202 องค์การและการจัดการ

หลักการจัดการความเสี่ยงสำหรับธุรกิจระหว่างประเทศ รวมถึงกระบวนการบริหารความเสี่ยงแบบครบวงจร ได้แก่ การระบุ การประเมิน การตอบสนอง การควบคุม และการติดตามผล โดยเน้นความเสี่ยงเฉพาะที่เกิดขึ้นในบริบทนานาชาติ อาทิ ความเสี่ยงด้านการเมืองและกฎหมาย ความเสี่ยงทางเศรษฐกิจและการเงิน (รวมถึงอัตราแลกเปลี่ยน) ความเสี่ยงทางวัฒนธรรม ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการในห่วงโซ่อุปทานระดับโลก และความเสี่ยงด้านชื่อเสียง วิเคราะห์และวางแผนรับมือกับความท้าทายในธุรกิจระหว่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

Risk management principles for international business, including the comprehensive risk management process: identification, assessment, response, control, and monitoring; emphasis on risks specific to the international context such as political and legal risks; economic

and financial risks (including exchange rate fluctuations); cultural risks; operational risks in the global supply chain; and reputational risks; analysis and planning of effective and sustainable responses to challenges in international business.

IBA 416 ประสบการณ์ธุรกิจระหว่างประเทศ 3(1-35-20)
(International Business Experiences)

ประสบการณ์จริงในธุรกิจระหว่างประเทศ; การศึกษาและสังเกตการณ์การดำเนินงานในต่างประเทศเพื่อเข้าใจสภาพแวดล้อม วัฒนธรรม และการใช้ชีวิตที่แตกต่างกัน; การมีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือโครงการที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศ หรือโครงการที่ปรึกษาในต่างประเทศภายใต้การกำกับดูแลของอาจารย์; การประยุกต์ใช้ความรู้และพัฒนาทักษะที่จำเป็นสำหรับการทำงานและการใช้ชีวิตในบริบทธุรกิจระดับสากล

Practical experience in international business; observation and study of operations abroad to understand diverse environments, cultures, and lifestyles; participation in activities or projects related to international trade or consultancy programs overseas under faculty supervision; application of knowledge and development of skills essential for working and living effectively in global business contexts.

MAI 202 องค์การและการจัดการ 3(3-0-6)
(Organization and Management)

ภาพรวมทางการจัดการ ลักษณะองค์การ หลักการจัดการ แนวคิดและทฤษฎีทางการจัดการ สภาพแวดล้อมทางการจัดการ การวางแผน การจัดองค์การ การชักจูงและภาวะผู้นำ การควบคุม การจัดการ จริยธรรมทางการจัดการ และความรับผิดชอบต่อสังคม

An overview of management, characteristics of organizations, principles management, fundamental concepts and theories of management, organizational environment, planning, organizing, leading and leadership, controlling, management, managerial ethics, and corporate social responsibility.

สาขาวิชาการตลาดดิจิทัลและนวัตกรรมสื่อสาร

วิชาชีพ-บังคับ

36 หน่วยกิต

DMC 202 พฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัล 3(3-0-6)

(Consumer Behavior in Digital Era)

วิชาบังคับก่อน : DMC 201 หลักการตลาด

บทบาทและความสำคัญของผู้บริโภคยุคดิจิทัล ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งกลุ่มผู้บริโภค พฤติกรรมแบบออนไลน์และออฟไลน์และการใช้สื่อดิจิทัลของผู้บริโภค ปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ความสำคัญของการวิจัยผู้บริโภค วัฒนธรรม ชนทางสังคม ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง ลำดับขั้นความต้องการ การรับรู้และความเกี่ยวข้อง การรับรู้ การเรียนรู้ ทักษะและการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ บุคลิกภาพ การประมวลผลสารสนเทศของผู้บริโภค ประเภทการตัดสินใจซื้อ กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค อิทธิพลของรีวิวออนไลน์และเนื้อหาที่ผู้บริโภคสร้างเอง กลยุทธ์การจัดการวิกฤตการณ์ผ่านสื่อดิจิทัล การใช้ AI และระบบแนะนำ ในการมีอิทธิพลต่อทางเลือกของผู้บริโภค

Roles and importance of consumers in the digital era, models of consumer behavior, consumer segmentation, omnichannel behavior, digital media usage, factors influencing consumer decision making, importance of consumer research, cultural influences, social class, family, reference groups, hierarchy of needs, motivation, involvement, perception, learning, attitudes, attitude change, personality, consumer information processing, types of purchasing decisions, consumer decision-making process, influence of online reviews, user-generated content (UGC), digital crisis factors, strategies for crisis management using digital tools, use of AI, recommendation systems, personalization of consumer choices.

DMC 204 การจัดการช่องทางการตลาดและซัพพลายเชน 3(3-0-6)

(Marketing Channel and Supply Chain Management)

วิชาบังคับก่อน : DMC 201 หลักการตลาด

แนวคิดเรื่องห่วงโซ่อุปทาน การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดห่วงโซ่อุปทาน การจัดการการขนส่ง การคลังสินค้า การควบคุมสินค้าคงคลัง การดำเนินการทางเอกสาร ข้อมูลด้านการจัดจำหน่าย การจัดสายงานของแผนกขนส่ง นโยบายการขนส่งของ ค่ายระวางการรับส่ง การประกันภัย การเรียกร้องค่าเสียหาย การบรรจุหีบห่อ การจัดเก็บ การเคลื่อนย้าย การบริหารความสัมพันธ์กับคู่ค้าทางธุรกิจ ในห่วงโซ่อุปทาน การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและระบบติดตามเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในช่องทางการกระจายสินค้า แนวทางการพัฒนาโลจิสติกส์อย่างยั่งยืนเพื่อสนับสนุนกลยุทธ์การตลาด

Supply chain concepts, supply chain analysis, factors influencing supply chain operations, transportation management, warehousing, inventory control, logistics documentation, distribution data handling, organizational structure of transportation departments, freight policies, insurance and claims, packaging, storage, material handling, partner relationship management, digital technologies in supply chain, tracking systems, channel efficiency, sustainable logistics development, marketing strategy alignment.

DMC 205 กลยุทธ์การสร้างตราสินค้าและการกำหนดราคา 3(3-0-6)
(Branding and Pricing Strategies)

วิชาบังคับก่อน : DMC 201 หลักการตลาด

ความหมายและความสำคัญของตราสินค้า ส่วนประกอบของตราสินค้า เอกลักษณ์ของตราสินค้า การสร้างความแข็งแกร่งในตราสินค้า การสร้างคุณค่าในตราสินค้า แผนการพัฒนาสินค้าและบริการ ปัจจัยภายในและภายนอกในการกำหนดราคา กระบวนการกำหนดราคา วิธีการกำหนดราคา กลยุทธ์การปรับราคาสินค้า การจัดการแบรนด์ในสภาพแวดล้อมดิจิทัลและแพลตฟอร์มออนไลน์ การใช้ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์แนวโน้มตลาด และเทคโนโลยีเพื่อออกแบบกลยุทธ์การกำหนดราคาอย่างมีประสิทธิภาพ กลยุทธ์การตั้งราคาเพื่อสร้างคุณค่าทางจิตวิทยาและความภักดีในแบรนด์ แนวคิดกลยุทธ์การตั้งราคาที่เหมาะสมในยุคดิจิทัล

Definition and significance of branding, brand components, brand identity, brand strength, brand value creation, product development planning, service development planning, internal pricing factors, external pricing factors, pricing processes, pricing methods, price adjustment strategies, brand management in digital environments, brand management on online platforms, consumer behavior data, market trend analysis, technology-driven pricing design, psychological pricing strategies, brand loyalty creation, modern pricing strategies for the digital era.

DMC 301 กลยุทธ์การจัดการการสื่อสารในยุคดิจิทัล 3(3-0-6)
(Communication Management Strategies in Digital Era)

วิชาบังคับก่อน : DMC 201 หลักการตลาด

ลักษณะและความสำคัญของการสื่อสารการตลาดในยุคดิจิทัล ความสำคัญของการสื่อสารกับตราสินค้าในธุรกิจออนไลน์, การโปรโมทสินค้าและตราสินค้าผ่านสื่อออนไลน์และออฟไลน์ กลยุทธ์การสื่อสารแบบบูรณาการผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล การสื่อสารการตลาดผ่านคอนเทนต์เชิงสร้างสรรค์ (Creative Content) การใช้เครื่องมือดิจิทัล เช่น โซเชียลมีเดีย อีเมล อินฟลูเอนเซอร์ การออกแบบสื่อโฆษณาอย่างสร้างสรรค์ การวางแผนแคมเปญการสื่อสารการตลาด เทคนิคการทำการตลาดด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ การวัดและประเมินผลของวิธีการที่ใช้ในการสื่อสารการตลาดดิจิทัล การพิจารณาประสบการณ์ผู้บริโภคและผลลัพธ์ทางธุรกิจ

Nature and importance of marketing communication in the digital age, brand communication in online businesses, product promotion, brand promotion, online and offline platforms, integrated communication strategies, creative content marketing, digital communication tools, social media marketing, email marketing, influencer marketing, advertising media development, marketing campaign planning, types of e-marketing, measurement of digital communication effectiveness, evaluation techniques, consumer experience analysis, business performance outcomes.

DMC 302 การตลาดโลกและวัฒนธรรมผู้บริโภค
(Global Marketing and Consumer Culture)

3(3-0-6)

วิชาบังคับก่อน : DMC 201 หลักการตลาด

ปัจจัยที่มีผลต่อการทำการตลาดต่างประเทศในยุคดิจิทัล การชำระเงิน การตัดสินใจ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การสื่อสาร การส่งเสริมการตลาด การขนส่ง การประกันภัย การบรรจุหีบห่อ การออกแบบ การปรับตัวของธุรกิจในตลาดต่างประเทศ มาตรการส่งเสริมการควบคุมสินค้าออกและสินค้าเข้า การค้าต่างประเทศ หน่วยงานที่มีบทบาททางด้านการค้าต่างประเทศ ด้านสังคมและวัฒนธรรม รวมถึงความเชื่อทางศาสนา วิถีชีวิต ความคิดของผู้คนในแต่ละประเทศ การวิเคราะห์แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคข้ามวัฒนธรรม การสร้างอัตลักษณ์ตัวตนของแบรนด์ ผลกระทบของดิจิทัลแพลตฟอร์มต่อการตลาดระหว่างประเทศ

Factors affecting international marketing, digital payment systems, product decisions, pricing decisions, communication strategies, promotion strategies, transportation and logistics, international insurance, packaging for global markets, design adaptation, export and import regulations, international trade policies, trade organizations, social influences, cultural influences, religion and lifestyle, national mindsets, cross-cultural consumer behavior, global consumer trends, brand identity development, digital platforms in global marketing.

DMC 304 การจัดการการค้าปลีกและการค้าปลีกอิเล็กทรอนิกส์
(Retailing and E-Retailing Management)

3(3-0-6)

วิชาบังคับก่อน : DMC 201 หลักการตลาด

ประเภทของธุรกิจค้าปลีกแบบมีหน้าร้าน วิธีการดำเนินการ การจัดทะเบียน การส่งสินค้า การชำระเงิน การสร้างความเชื่อถือ การประเมินความเชื่อถือ นโยบายธุรกิจค้าปลีกแบบมีหน้าร้าน การเลือกทำเลที่ตั้งธุรกิจค้าปลีกแบบมีหน้าร้าน รูปแบบธุรกิจค้าปลีกอิเล็กทรอนิกส์ พฤติกรรมลูกค้าสำหรับธุรกิจค้าปลีกอิเล็กทรอนิกส์ ความแตกต่างระหว่างธุรกิจค้าปลีกแบบมีหน้าร้านและธุรกิจค้าปลีกอิเล็กทรอนิกส์ แนวโน้มของธุรกิจค้าปลีกแบบมีหน้าร้านและธุรกิจค้าปลีกอิเล็กทรอนิกส์ การบริหารประสบการณ์ลูกค้า (Customer Experience Management การบูรณาการช่องทางการขายแบบออมนิแชนแนล (Omnichannel Retailing) การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน บทบาทของ AI และ Big Data

Analytics และระบบจัดการข้อมูลลูกค้า (Customer Data Platform) การตลาดแบบเฉพาะบุคคล (Personalized Marketing) แนวทางปฏิบัติที่ยั่งยืนเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในธุรกิจค้าปลีก การวิเคราะห์กรณีศึกษาในบริบทค้าปลีกยุคดิจิทัล

Types of brick-and-mortar retail businesses, retail operations, business registration, product delivery methods, payment systems, trust building, credibility evaluation, retail business policy, retail location strategy, electronic retail business models, consumer behavior in e-retailing, comparison of physical and electronic retail formats, retail business trends, customer experience management (CEM), omnichannel retailing, digital technologies for competitive advantage, applications of AI and big data analytics, customer data platforms (CDP), personalized marketing, sustainable and socially responsible retail practices, case study analysis in digital retail contexts.

DMC 305 การจัดการธุรกิจแฟรนไชส์
(Franchise Management)

3(3-0-6)

วิชาบังคับก่อน : DMC 201 หลักการตลาด

ความหมาย กระบวนการ หลักเกณฑ์ นโยบายและกลยุทธ์ในการจัดการธุรกิจแฟรนไชส์ การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ การติดต่อและกระบวนการในการสร้างสรรคโอกาสทางธุรกิจโดยผ่านระบบแฟรนไชส์ การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางธุรกิจและการพัฒนาโมเดลธุรกิจแฟรนไชส์ การออกแบบโครงสร้างแฟรนไชส์และแนวทางการขยายธุรกิจทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับนานาชาติ กระบวนการคัดเลือกแฟรนไชซีและการบริหารความสัมพันธ์ระหว่างแฟรนไชซอร์และแฟรนไชซี พิจารณากรอบข้อกฎหมาย จริยธรรม และจรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ รวมถึงผลกระทบของเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมต่อการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์

Franchise business concepts, franchise management processes, principles of franchising, franchise policies, franchise strategies, feasibility analysis, business opportunity development, franchise business model design, franchise structure planning, domestic expansion, international expansion, franchisee selection, franchisor-franchisee relationship management, legal considerations in franchising, ethical standards in franchising, professional codes of practice, digital technologies in franchise operations, innovation in franchising.

DMC 403 การวิเคราะห์ตลาดและวิจัยตลาดดิจิทัล
(Market Analysis and Marketing Research in Digital Era)

3(3-0-6)

วิชาบังคับก่อน : DMC 201 หลักการตลาด

LSM 204 การวิเคราะห์สถิติทางธุรกิจ

ความหมาย ขอบเขต ประสิทธิภาพวิจัย กระบวนการ ประโยชน์ของการวิจัยตลาด วิธีสำคัญในการรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ทางการตลาดในการวิจัยต่าง ๆ วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสนับสนุนการจัดการการตลาด

กระบวนการวิจัย การออกแบบการสำรวจ การสุ่มตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า การวิเคราะห์ข้อมูลจากแพลตฟอร์มดิจิทัลและโซเชียลมีเดีย การวิเคราะห์ด้วยสื่อดิจิทัล การใช้เครื่องมือวิจัยออนไลน์และระบบวิเคราะห์ข้อมูลอัตโนมัติ การนำเสนอข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจทางการตลาด การเตรียมความพร้อมเผยแพร่งานวิชาการ

Definitions of marketing research, scope of marketing research, types of marketing research, research processes, benefits of marketing research, data collection methods, survey design, sampling techniques, data analysis for marketing decisions, consumer data analysis, digital media analytics, social media platform analytics, digital media research techniques, online research tools, automated analytics systems, data visualization for decision-making, academic research skills, research publication preparation.

DMC 404 การวางแผนตลาดและกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล 3(3-0-6)

(Marketing Planning and Digital Marketing Strategies)

วิชาบังคับก่อน : DMC 201 หลักการตลาด

DMC 205 กลยุทธ์การสร้างตราสินค้าและการกำหนดราคา

ความสำคัญและบทบาทของการวางแผนการตลาดดิจิทัล คุณลักษณะที่ดีของแผนการตลาด กระบวนการวางแผนทางการตลาด การพยากรณ์การขาย การวิเคราะห์สถานการณ์ธุรกิจ การวิเคราะห์อุตสาหกรรม การกำหนดวัตถุประสงค์ การกำหนดกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล การกำหนดโปรแกรมการตลาด การกำหนดงบประมาณ การนำไปใช้และการควบคุม ความหมาย บทบาทความสำคัญ และองค์ประกอบของกลยุทธ์การตลาด รวมทั้งเข้าใจถึงกระบวนการในการวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ และสามารถประยุกต์ใช้ในธุรกิจต่อไป

Definition, the importance of digital marketing planning, and good characteristics of marketing planning is required for this course. Topics will include marketing planning process, sales forecasting, situational business analysis, industrial analysis, objective setting, marketing strategy and program settings, budget setting, and implementation and control, meaning, the roles, and the elements of digital marketing strategy. The course also expects the students to know and capably implement the strategic marketing plan in the real business environment in the future.

DMC 490 สัมมนาทางการตลาดดิจิทัลและนวัตกรรมสื่อสาร 3(3-0-6)

(Seminar in Digital Marketing and Communication Innovation)

วิชาบังคับก่อน : DMC 201 หลักการตลาดเป็นนักศึกษาภาคการศึกษาสุดท้าย

การประยุกต์แนวคิดการตลาดดิจิทัลและนวัตกรรมสื่อสาร วิเคราะห์ปัญหาการดำเนินงานด้านการตลาดดิจิทัลและนวัตกรรมสื่อสาร ข้อเสนอแนะ วิธีการแก้ปัญหา หัวข้อร่วมสมัยทางการตลาดดิจิทัลและนวัตกรรมสื่อสาร การใช้ข้อมูลเป็นฐานในการวิเคราะห์และตัดสินใจ การบูรณาการแนวคิดด้าน

การตลาดดิจิทัล การค้าปลีกแบบหลายช่องทาง และพฤติกรรมผู้บริโภค การร่วมมือกับพันธมิตรภายนอก เช่น แปรนตร์ธุรกิจ สตาร์ทอัพ หรือหน่วยงานไม่แสวงหากำไร การออกแบบแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจและการนำเสนอแผนเป็นภาษาอังกฤษ การพัฒนาทักษะการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ การสื่อสารอย่างมืออาชีพ และการทำงานเป็นทีม การเตรียมความพร้อมสำหรับอาชีพด้านการตลาดดิจิทัล การสร้างแบรนด์ และการจัดการนวัตกรรมค้าปลีก การเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ และการได้รับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญในสายอาชีพ

Application of digital marketing concepts, application of communication innovation principles, analysis of business problems, development of strategic solutions, contemporary marketing issues, data-driven decision-making, integration of digital marketing and omnichannel retailing, consumer behavior insights, collaboration with external partners, brand engagement, startup collaboration, nonprofit partnerships, strategic business planning, English-language business pitching, strategic analysis skills, professional communication, teamwork development, career readiness, project-based learning, professional mentorship.

LLB 486 กฎหมายการบริหารธุรกิจและธุรกิจระหว่างประเทศ 2(2-0-4)
(Business Administration and International Business Law)

กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ และกฎหมายอาญาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการของภาคส่วนธุรกิจ ที่องค์กรภาคธุรกิจ อาทิ การจดทะเบียนจัดตั้งนิติบุคคลทางธุรกิจ กฎหมายเกี่ยวกับการยื่นรายงานการเงินของนิติบุคคลธุรกิจ การจดทะเบียนพาณิชย์ เครื่องหมายการค้า ความผิดทางอาญาเกี่ยวกับการค้า ภาษี กฎหมายทางการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ ธรรมเนียมปฏิบัติทางการค้า ความรับผิดชอบคู่ค้า กฎหมายระหว่างประเทศ หรือกฎหมายสากลในรูปของอนุสัญญา สนธิสัญญา หรือ Joint Communique เกี่ยวกับการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ อาทิ CISG, MFN, NT และ Incoterm 2020

Civil and commercial law and criminal law related to management of the business sector such as business registration, financial reporting, commercial registration, trademarks; criminal offenses, signboard taxes; international commercial and investment laws, customary trade practices, liabilities of business partners, domestic laws for entrepreneurs of international trade, international conventions, treaties, or joint communiques, such as CISG, MFN, NT; and Incoterms 2020.

BBA 400 โครงการงานทางการบริหารธุรกิจ 3(3-0-6)
(Business Administration Project)

วิชาบังคับก่อน : เป็นนักศึกษาภาคการศึกษาสุดท้าย

การจัดทำโครงการงานทางการบริหารธุรกิจ โดยเลือกรูปแบบของโครงการ หรือ แผน ธุรกิจ หรือ งานวิจัย ให้สอดคล้องตามแนววิชาชีพทางการบริหารธุรกิจที่ได้ศึกษามา โดยเน้นความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ ให้เกิดประโยชน์ต่อการนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงาน พร้อมนำเสนอผลงานต่อคณะกรรมการ ก่อนสำเร็จการศึกษา

Business Administration Project by selecting the forms of project or business plan or research which relate with professional knowledge that studied by integrating experience; by emphasizing creativity for the advantages of applications in working situations; by presentation to the committee before graduation.

BBA 492 สหกิจศึกษา 6(0-35-18)

(Cooperative Education)

วิชาบังคับก่อน : เป็นนักศึกษาวิทยาลัยบริหารธุรกิจภาคการศึกษาสุดท้าย

และมีเกรดเฉลี่ยสะสมไม่น้อยกว่า 3.00

ฝึกงานในด้านที่เกี่ยวข้องกับสาขาวิชาที่ศึกษาในหน่วยงานต่างๆ โดยนักศึกษาจะต้องปฏิบัติงานเสมือนเป็นพนักงานประจำของหน่วยงานนั้น เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 16 สัปดาห์ หรือไม่น้อยกว่า 4 เดือนติดต่อกัน และมีงานเฉพาะที่ได้รับมอบหมายจากหน่วยงานให้ปฏิบัติให้เสร็จสิ้น นักศึกษาจะต้องทำบันทึกประจำวันส่งผู้บังคับบัญชาทุกสัปดาห์ และโครงการต้องผ่านการประเมินผลงานจากหน่วยงานที่ทำการปฏิบัติงาน และอาจารย์ที่ปรึกษา

Internship in the related area with your study in a selected organization like an employee of that organization for at least 16 weeks or 4 consecutive months, each student will complete particular task and organization task: daily records must be done and submitted weekly to the supervisor and project is also evaluated by the organization and the advisor.

BBA 498 การฝึกงาน 1(0-35-18)

(Internship)

วิชาบังคับก่อน : ต้องมีหน่วยกิตสะสมไม่น้อยกว่า 80 หน่วยกิต

เมื่อนักศึกษาได้ศึกษารายวิชาต่างๆ จำนวนหนึ่งแล้ว นักศึกษาจะต้องออกไปฝึกงานตามสถาบันหรือหน่วยงานวิชาชีพต่าง ๆ ตามความสนใจและสอดคล้องกับสาขาวิชาที่ศึกษา ไม่น้อยกว่า 6 สัปดาห์ หรือ 210 ชั่วโมง โดยอยู่ในความควบคุมและประเมินผลของสาขา

After completing the required courses, the students have to serve as apprenticeship from various institutions or professional organization enhance the experience at least 6 weeks or 210 hours.

วิชาชีพ-เลือก

15 หน่วยกิต

ให้นักศึกษาเลือกศึกษารายวิชาต่อไปนี้ หรือเลือกศึกษารายวิชาอื่นในหมวดวิชาชีพที่เปิดสอนในวิทยาลัยบริหารธุรกิจ หรือกลุ่มวิชาชีพของวิทยาลัย/คณะ/สถาบันที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยรังสิต จำนวน 15 หน่วยกิต ทั้งนี้ โดยได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา

DMC 207 การสร้างคอนเทนต์ทางการตลาดและสื่อสังคมออนไลน์ 3(3-0-6) (Content Marketing and Social Media)

การสร้างเนื้อหา การสร้างคุณค่าเนื้อหาทางสื่อดิจิทัลในแต่ละรูปแบบ การเขียนข้อความโฆษณา และประชาสัมพันธ์ทางสื่อดิจิทัล การพัฒนาทักษะการสื่อสารทางสื่อดิจิทัล การวางแผนสื่อดิจิทัลสำหรับสื่อสังคมออนไลน์ กลยุทธ์การตลาดเนื้อหาดิจิทัล และกรณีศึกษา

Creative content fundamental, digital content creation, digital copy writing, developing creative skills for internet communications and digital media, digital media planning for social media, digital content marketing strategies and case studies.

DMC 208 การจัดการธุรกิจบริการและธุรกิจบันเทิง 3(3-0-6) (Service and Entertainment Management)

ความหมาย รูปแบบธุรกิจบริการและธุรกิจบันเทิง การสร้างภาพลักษณ์ การสร้างความแตกต่าง การบริการลูกค้า กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการและธุรกิจบันเทิง กฎหมาย จริยธรรมและจรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ

Definition and type of service and entertainment businesses; image management; differentiation; customer service; strategies for service and entertainment businesses; legal, moral, and ethical concerns in business.

DMC 209 การส่งเสริมการขายผ่านสื่อดิจิทัล 3(3-0-6) (Digital Sales Promotion)

แนวคิดการส่งเสริมการขายอย่างสร้างสรรค์ ประเภทของการส่งเสริมการขาย การออกแบบแคมเปญโปรโมชัน กิจกรรมการส่งเสริมการขาย เครื่องมือการส่งเสริมการขายผ่านสื่อดิจิทัล Mystery Offer SEO กับ การส่งเสริมการขาย การแจกของรางวัล เกมเพื่อการมีส่วนร่วม Newsletter Cart Abandonment Recovery Referral Program Loyalty Program การจัดสรรงบประมาณ การวัดผลลัพธ์ การใช้เครื่องมือดิจิทัล การประเมินประสิทธิภาพ การสร้างความภักดีต่อแบรนด์ การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ การวางแผนส่งเสริมการขายแบบดิจิทัลตนเอง

Sales promotion concepts, promotion types, campaign design, promotional activities, digital promotion tools, mystery offers, SEO-driven promotions, giveaways, gamification, newsletters,

cart abandonment recovery, referral programs, loyalty programs, budget allocation, performance measurement, digital tool application, effectiveness evaluation, brand loyalty building, effective communication, self-designed digital promotion planning.

DMC 210 การจัดการการจัดซื้อ

3(3-0-6)

(Purchasing Management)

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดซื้อ หลักการจัดซื้อที่ถูกต้อง ขั้นตอน นโยบาย และวิธีการในการจัดซื้อ การพัฒนากลยุทธ์ในการจัดซื้อสำหรับธุรกิจค้าปลีก การเจรจาต่อรอง การจัดการสัญญา ข้อมูลผู้บริโภค ข้อมูลเชิงพาณิชย์ ปัญญาประดิษฐ์ ระบบแนะนำ การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ ระบบจัดซื้อ กลยุทธ์ประสิทธิภาพลูกค้า ความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์ การจัดซื้อในยุคดิจิทัล การจัดซื้ออย่างมีจริยธรรม การจัดซื้ออย่างยั่งยืน การแข่งขันทางธุรกิจ การกำหนดจำนวนในการสั่งซื้อที่ประหยัด การเลือกและประเมินผู้ขายปัจจัยการผลิต ความสำคัญของการจัดซื้อในโซ่อุปทาน การเจรจาต่อรอง การจัดการสัญญาจัดซื้อ ตลอดจนการประเมินผล การปฏิบัติงานในการจัดซื้อ

Basic knowledge of purchasing principles purchasing procedures purchasing policies retail purchasing strategies economic order quantity vendor selection vendor evaluation importance of purchasing in supply chain negotiation contract management purchasing performance evaluation consumer data commercial data artificial intelligence recommender systems big data analytics purchasing systems customer experience strategy supplier relationship management digital purchasing context ethical purchasing sustainable purchasing business competitiveness.

DMC 211 การออกแบบบรรจุภัณฑ์

3(3-0-6)

(Packaging Design)

วิชาบังคับก่อน : DMC 201 หลักการตลาด

แนวความคิดและหน้าที่ของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ความสัมพันธ์ของการออกแบบบรรจุภัณฑ์กับกิจกรรมการตลาด และฝ่ายต่าง ๆ ในบริษัท ข้อกำหนดทางกฎหมายของบรรจุภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ การบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการขาย การขนส่งและการส่งออก การวางแผนและกำหนดกลยุทธ์การออกแบบบรรจุภัณฑ์

Concept and functions of packaging design; the Relationships of packaging and other marketing activities and other company departments; Packaging Regulations; Packaging for sales promotion; Transportation and Exporting; Packaging Design plan and Strategies.

DMC 212 การตลาดทางตรงยุคดิจิทัล 3(3-0-6)
(Direct Marketing in Digital Era)

ลักษณะ รูปแบบ และเครื่องมือการตลาดทางตรง กลยุทธ์การตลาดทางตรงฐานข้อมูลลูกค้า การตลาดทางตรงผ่านสื่อดิจิทัล จดหมายตรง แผ่นพับ แคตตาล็อก โทรศัพท์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุและโทรทัศน์ การขายตรง และสื่ออื่นๆ บริการสนับสนุนกิจกรรมการตลาดทางตรง และแนวโน้มการตลาดทางตรงในอนาคต

Characters forms and tools of direct marketing, direct marketing strategies, customer data base, direct marketing tools such as digital media, direct mail, brochure, catalog, telephone, print media, radio and television, direct selling, media and other medias, direct marketing activities support services and trend of direct marketing in the future.

DMC 213 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และการสร้างสรรค์ 3(3-0-6)
(Product Innovation and Creativity)

ความหมาย แนวคิด ลักษณะ และประเภทของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และการสร้างสรรค์ กระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ การสร้างตราสินค้าแห่งนวัตกรรม นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรม การบริการ ความล้มเหลวและความเสี่ยงต่อนวัตกรรม องค์กนวนวัตกรรม การเปลี่ยนแปลงและนวัตกรรม

Definition, concepts, characteristics, and types of product innovation and creativity, process of creating new product, branding and innovation, role of prototypes, product innovation in the service industry, failure and risk in innovation, the innovative organization, changes and innovation.

DMC 214 การตลาดเพื่อความยั่งยืน 3(3-0-6)
(Sustainable Marketing)

แนวคิด บทบาทหน้าที่ และความรับผิดชอบต่อในธุรกิจ ประโยชน์เพื่อส่วนรวมและสังคม ผลกระทบทางธุรกิจกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธุรกิจ ลูกค้า สิ่งแวดล้อม นโยบาย ของรัฐบาล และความต้องการของสังคม ส่งเสริมและพัฒนาสังคม ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และพัฒนาธุรกิจให้เติบโตขึ้น อย่างมั่นคง และยั่งยืน และมีประสิทธิภาพ

Concepts, roles and responsibilities in business; community and society's benefits; stakeholders' impact including customers, environment, government policies, and society needs; society development by using resources properly; and effective and sustainable business development.

DMC 215 การตลาดสำหรับสินค้าและบริการสำหรับผู้สูงอายุ

3(3-0-6)

(Marketing for Products and Services for the Elderly)

ความหมายและความสำคัญของผู้สูงอายุ พฤติกรรมของผู้บริโภคผู้สูงอายุในปัจจุบัน วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้สูงอายุ การออกแบบแผนการตลาดสินค้าและบริการสำหรับผู้สูงอายุ กลยุทธ์การสร้างตราสินค้า การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อออนไลน์และออฟไลน์ การสื่อสารการตลาดด้วยเนื้อหา การตอบสนองความพึงพอใจและสร้างความประทับใจให้ลูกค้า และโปรแกรมความภักดี

Definitions and importance of the elderly, the elderly consumer behavior at present, analyzing the factors affecting purchasing decision of the elderly, creating marketing plan of products and services for the elderly, brand development strategies, marketing communication via online and offline medias, content marketing, responding customers' satisfaction and impression and loyalty program.

DMC 216 การตลาดสำหรับโรงพยาบาลและธุรกิจเพื่อสุขภาพ

3(3-0-6)

(Marketing for Hospitals and Healthcare Business)

ประเภทและลักษณะของโรงพยาบาลและธุรกิจเพื่อสุขภาพ พฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมายและการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การสร้างตราสินค้า การโปรโมทตราสินค้าผ่านสื่อออนไลน์และออฟไลน์ การสื่อสารการตลาดด้วยเนื้อหา การตอบสนองความพึงพอใจและสร้างความประทับใจให้ลูกค้า และโปรแกรมความภักดี

Types and characteristics of hospitals and healthcare business, consumer behavior at present, analyzing factors affecting consumers' decision making, market segmentation, targeting and product positioning, brand development strategies, promoting brands via online and offline medias, content marketing, responding customers' satisfaction and impression, and loyalty program.

DMC 217 การตลาดสำหรับธุรกิจสินค้าเกษตรกรรม

3(3-0-6)

(Marketing for Agricultural Products Sector)

ความหมายและประเภทของสินค้าเกษตรกรรม สถานการณ์ธุรกิจสินค้าเกษตรกรรมในปัจจุบัน พฤติกรรมของผู้บริโภค วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเกษตรกรรม การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมายและการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การสร้างตราสินค้า ช่องทางการจัดจำหน่าย การตั้งราคา การโปรโมทตราสินค้าผ่านสื่อออนไลน์และออฟไลน์ การสื่อสารการตลาดด้วยเนื้อหา การตอบสนองความพึงพอใจและสร้างความประทับใจให้ลูกค้า

Definitions and types of agricultural products, business situation of agricultural products at present, consumer behavior, analyzing factors affecting consumers' decision making, organiza-

วิชาบังคับก่อน : DMR 201 หลักการตลาด

การจัดกลุ่มลูกค้า การจัดเก็บ วิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าและให้คำแนะนำกับลูกค้า การจัดการและพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้า การตอบสนองความพึงพอใจและสร้างความประทับใจให้ลูกค้า การแลกเปลี่ยนข้อมูลกับลูกค้า การวัดและตัวชี้วัดความพึงพอใจของลูกค้า มาตรฐานในงานลูกค้าสัมพันธ์ ระบบสารสนเทศ เทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ และโปรแกรมความภักดี

Customer classification, storing, analyzing and counseling. customer relation managing and developing, customer satisfying and customer impression, information exchange with customer, customer satisfaction evaluation, standard in customer relation, information system, technology in customer relation and Loyalty program.

DMC 311 การตลาดด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพการค้นหา 3(3-0-6)

(Search Engine Optimization for Marketing)

วิชาบังคับก่อน : DMC 201 หลักการตลาด

แนวคิด ทฤษฎี และแนวปฏิบัติพื้นฐานของการเพิ่มประสิทธิภาพการค้นหาผ่านเครื่องมือค้นหา (SEO) เพื่อเพิ่มการมองเห็นแบรนด์และเชื่อมโยงกับพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล การศึกษาอัลกอริทึมของเสิร์ชเอนจิน การวิเคราะห์คำค้นหา การออกแบบเนื้อหา การปรับแต่งเว็บไซต์ทั้งภายในและภายนอก การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางดิจิทัล การประยุกต์ใช้ SEO ในการแบ่งส่วนตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ตามเจตนาผู้บริโภค การใช้เครื่องมือวิเคราะห์และ AI เพื่อวัดผล SEO การเพิ่มประสิทธิภาพการค้นหามือถือ ช่วงเวลา และพื้นที่ (Micro-moments) รวมถึงการดำเนิน SEO อย่างมีจริยธรรมและยั่งยืน เพื่อสร้างความได้เปรียบระยะยาวในตลาดดั้งเดิมและตลาดดิจิทัล

Search engine optimization, brand visibility, consumer behavior, search engine algorithms, keyword analysis, content design, on-page optimization, off-page optimization, digital environment analysis, market segmentation, targeting, product positioning, consumer intent, analytics tools, artificial intelligence, SEO performance measurement, mobile search optimization, micro-moments, ethical SEO practices, sustainable SEO practices, digital market competitiveness, traditional market competitiveness.

DMC 312 การตลาดแบบเฉพาะบุคคลและการสร้างความเข้าใจผู้บริโภคในยุคดิจิทัล 3(3-0-6)

(Personalization and Customer Insight in Digital Marketing)

วิชาบังคับก่อน : DMC 201 หลักการตลาด

การตลาดแบบเฉพาะบุคคล การวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภคเชิงพฤติกรรมและประชากรศาสตร์ การแบ่งส่วนตลาดแบบพลวัต การสร้างบุคลิกผู้บริโภคเสมือน การพัฒนา Customer Persona การจัดทำ Empathy Map การใช้ Jobs to Be Done วิเคราะห์แรงจูงใจผู้บริโภค การออกแบบ Customer Journey Mapping การวางกลยุทธ์จัดสัมผัส Web Analytics ระบบแนะนำอัจฉริยะ การออกแบบข้อเสนอเฉพาะบุคคล

การใช้ข้อมูลในการปรับแต่งประสบการณ์ผู้บริโภค การเรียนรู้แบบเวิร์กช็อป การจำลองสถานการณ์ การคิดเชิงกลยุทธ์จากความเข้าใจลูกค้า การใช้ข้อมูลอย่างมีจริยธรรม การเคารพความเป็นส่วนตัว การออกแบบและประเมินผลแคมเปญเฉพาะบุคคลในบริบทการตลาดดิจิทัล

Personalized marketing concept, behavioral and demographic data analysis, dynamic segmentation, predictive persona, customer persona, empathy map, Jobs to Be Done, customer motivation analysis, customer journey mapping, touchpoint strategy, web analytics, recommendation systems, tailored offer design, data-driven personalization, workshop-based learning, scenario simulation, strategic customer understanding, data ethics, consumer privacy, personalized campaign design, digital marketing context..

DMC 313 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อกลยุทธ์ผู้บริโภคในยุคดิจิทัล 3(3-0-6)
(Marketing Data Analytics for Digital Consumer Strategy)

วิชาบังคับก่อน : DMC 201 หลักการตลาด

แนวคิดพื้นฐาน เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล พฤติกรรมผู้บริโภค การตลาดดิจิทัล ข้อมูลเชิงพฤติกรรม ข้อมูลออนไลน์ ข้อมูลการมีส่วนร่วม การรวบรวมข้อมูล การจัดการข้อมูล การแปลงข้อมูล การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ Google Analytics Google Looker Studio Excel Power BI การแสดงผลข้อมูล การสรุปข้อมูล การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การออกแบบแคมเปญ การประเมินผลกลยุทธ์ การวิเคราะห์เส้นทางลูกค้า การวัดผลเว็บไซต์ การแปลผลข้อมูล การเพิ่มประสบการณ์ลูกค้า การสร้างคุณค่าผู้บริโภค การวิเคราะห์ตามข้อมูล จริยธรรมในการใช้ข้อมูล ความรับผิดชอบทางข้อมูล ยุคขับเคลื่อนด้วยข้อมูล

Foundational concepts, data analysis techniques, consumer behavior, digital marketing, behavioral data, online data, engagement metrics, data collection, data management, data transformation, strategic analytics, Google Analytics, Google Looker Studio, Excel, Power BI, data visualization, data summarization, market segmentation, target setting, campaign design, performance evaluation, customer journey analysis, website performance, data interpretation, consumer experience, value creation, data-driven analysis, data ethics, responsible analytics, data-driven era.

DMC 401 การออกแบบร้านค้าปลีกและการจัดแสดงสินค้า 3(3-0-6)
(Store Design and Visual Merchandising)

วิชาบังคับก่อน : DMC 201 หลักการตลาด

การออกแบบตกแต่งร้านค้า การปรับปรุงร้านค้า การออกแบบร้านค้าแบบมีหน้าร้านและแบบออนไลน์ การผสมผสานระหว่างประสบการณ์เชิงกายภาพและดิจิทัล กลยุทธ์สร้างประสบการณ์ลูกค้าในการออกแบบพื้นที่ขาย ทฤษฎีสีและแสง องค์ประกอบของการออกแบบตกแต่งร้านค้า การจัดแสดงสินค้าแบบดิจิทัลบนเว็บไซต์และโซเชียลมีเดีย ประเภทการจัดแสดงสินค้า การวางแผนและการเตรียมการจัดแสดง

สินค้า การประเมินผลและความคุ้มค่าทางการตลาดของการจัดแสดงสินค้า การประยุกต์ใช้หลักการ UX UI และ omnichannel visual presentation เพื่อออกแบบประสบการณ์ที่เชื่อมโยงทุกจุดสัมผัสของลูกค้า

Store decoration design physical store renovation online and offline store design integration of physical and digital experiences customer experience strategy in retail space light and color theory store design elements digital product display on websites and social media types of product display product display planning and preparation marketing effectiveness evaluation of visual merchandising application of UX UI principles and omnichannel visual presentation to enhance connected customer touchpoints and immersive retail experience.

หมวดวิชาเลือกเสรี

6 หน่วยกิต

เลือกจากรายวิชาที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยรังสิต

กลุ่มวิชาโท

15 หน่วยกิต

สำหรับนักศึกษาต่างสาขาวิชา หรือต่างวิทยาลัย/คณะที่ต้องการจะศึกษาสาขาวิชาการตลาด ดิจิทัลและนวัตกรรมการสื่อสารเป็นวิชาโท ให้ศึกษารายวิชาต่อไปนี้ จำนวน 15 หน่วยกิต

DMC 201 หลักการตลาด

3(3-0-6)

(Principle of Marketing)

แนวคิดการตลาด ทฤษฎีการตลาด เครื่องมือทางการตลาด สภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการตลาด การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ พฤติกรรมผู้บริโภค การบริหารการตลาด ระบบสารสนเทศทางการตลาด ประเภทผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ นโยบายการตั้งราคา กลยุทธ์การตั้งราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด จริยธรรมทางการตลาด การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตลาด การวางแผนและออกแบบ Customer Journey การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี MarTech แพลตฟอร์มดิจิทัล การตลาดอย่างยั่งยืน และจริยธรรมสำหรับผู้บริโภครุ่นใหม่ เพื่อเตรียมความพร้อมให้ผู้เรียนเข้าใจโลกการตลาดยุคใหม่อย่างรอบด้าน

Marketing concepts, Marketing theories, Marketing tools, Marketing environment, Market segmentation, Targeting, Product positioning, Consumer behavior, Marketing management, Marketing information systems, Product types, Marketing mix, Pricing policies, Pricing strategies, Distribution channels, Marketing promotion, Marketing ethics, Data-driven marketing, Customer journey planning and design, MarTech applications, Digital platforms, Sustainable marketing, and Ethics for new-generation consumers to prepare students for a comprehensive understanding of the modern marketing landscape.

DMC 202 พฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัล

3(3-0-6)

(Consumer Behavior in Digital Era)

วิชาบังคับก่อน : DMC 201 หลักการตลาด

บทบาทและความสำคัญของผู้บริโภคยุคดิจิทัล ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งกลุ่มผู้บริโภค พฤติกรรมแบบออนไลน์และออฟไลน์และการใช้สื่อดิจิทัลของผู้บริโภค ปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ความสำคัญของการวิจัยผู้บริโภค วัฒนธรรม ชั้นทางสังคม ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง ลำดับขั้นความต้องการ การรับรู้และความเกี่ยวข้อง การรับรู้ การเรียนรู้ ทักษะและการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ บุคลิกภาพ การประมวลผลสารสนเทศของผู้บริโภค ประเภทการตัดสินใจซื้อ กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค อิทธิพลของรีวิวออนไลน์และเนื้อหาที่ผู้บริโภคสร้างเอง กลยุทธ์การจัดการวิกฤตการณ์ผ่านสื่อดิจิทัล การใช้ AI และระบบแนะนำ ในการมีอิทธิพลต่อทางเลือกของผู้บริโภค

Roles and importance of consumers in the digital era, models of consumer behavior, consumer segmentation, omnichannel behavior, digital media usage, factors influencing consumer decision making, importance of consumer research, cultural influences, social class, family, reference groups, hierarchy of needs, motivation, involvement, perception, learning, attitudes, attitude change, personality, consumer information processing, types of purchasing decisions, consumer decision-making process, influence of online reviews, user-generated content (UGC), digital crisis factors, strategies for crisis management using digital tools, use of AI, recommendation systems, personalization of consumer choices.

DMC 204 การจัดการช่องทางการตลาดและซัพพลายเชน

3(3-0-6)

(Marketing Channel and Supply Chain Management)

วิชาบังคับก่อน : DMC 201 หลักการตลาด

แนวคิดเรื่องห่วงโซ่อุปทาน การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดห่วงโซ่อุปทาน การจัดการการขนส่ง การคลังสินค้า การควบคุมสินค้าคงคลัง การดำเนินการทางเอกสาร ข้อมูลด้านการจัดจำหน่าย การจัดสายงานของแผนกขนส่ง นโยบายการขนส่งของ ค่าระวางการขนส่ง การประกันภัย การเรียกร้องค่าเสียหาย การบรรจุหีบห่อ การจัดเก็บ การเคลื่อนย้าย การบริหารความสัมพันธ์กับคู่ค้าทางธุรกิจ ในห่วงโซ่อุปทาน การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและระบบติดตามเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในช่องทางการกระจายสินค้า แนวทางการพัฒนาโลจิสติกส์อย่างยั่งยืนเพื่อสนับสนุนกลยุทธ์การตลาด

Supply chain concepts, supply chain analysis, factors influencing supply chain operations, transportation management, warehousing, inventory control, logistics documentation, distribution data handling, organizational structure of transportation departments, freight policies, insurance and claims, packaging, storage, material handling, partner relationship management, digital technologies in supply chain, tracking systems, channel efficiency, sustainable logistics development, marketing strategy alignment.

DMC 205 กลยุทธ์การสร้างตราสินค้าและการกำหนดราคา 3(3-0-6)
(Branding and Pricing Strategies)

วิชาบังคับก่อน : DMC 201 หลักการตลาด

ความหมายและความสำคัญของตราสินค้า ส่วนประกอบของตราสินค้า เอกลักษณ์ของตราสินค้า การสร้างความแข็งแกร่งในตราสินค้า การสร้างคุณค่าในตราสินค้า แผนการพัฒนาสินค้าและบริการ ปัจจัยภายในและภายนอกในการกำหนดราคา กระบวนการกำหนดราคา วิธีการกำหนดราคา กลยุทธ์การปรับราคาสินค้า การจัดการแบรนด์ในสภาพแวดล้อมดิจิทัลและแพลตฟอร์มออนไลน์ การใช้ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์แนวโน้มตลาด และเทคโนโลยีเพื่อออกแบบกลยุทธ์การกำหนดราคาอย่างมีประสิทธิภาพ กลยุทธ์การตั้งราคาเพื่อสร้างคุณค่าทางจิตวิทยาและความภักดีในแบรนด์ แนวคิดกลยุทธ์การตั้งราคาที่เหมาะสมในยุคดิจิทัล

Definition and significance of branding, brand components, brand identity, brand strength, brand value creation, product development planning, service development planning, internal pricing factors, external pricing factors, pricing processes, pricing methods, price adjustment strategies, brand management in digital environments, brand management on online platforms, consumer behavior data, market trend analysis, technology-driven pricing design, psychological pricing strategies, brand loyalty creation, modern pricing strategies for the digital era.

DMC 208 การจัดการธุรกิจบริการและธุรกิจบันเทิง 3(3-0-6)
(Service and Entertainment Management)

ความหมาย รูปแบบธุรกิจบริการและธุรกิจบันเทิง การสร้างภาพลักษณ์ การสร้างความแตกต่าง การบริการลูกค้า กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการและธุรกิจบันเทิง กฎหมาย จริยธรรมและจรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ

Definition and type of service and entertainment businesses; image management; differentiation; customer service; strategies for service and entertainment businesses; legal, moral, and ethical concerns in business.

DMC 209 การส่งเสริมการขายผ่านสื่อดิจิทัล 3(3-0-6)
(Sales Promotion in Digital Era)

แนวคิดการส่งเสริมการขายอย่างสร้างสรรค์ ประเภทของการส่งเสริมการขาย การออกแบบแคมเปญโปรโมชั่น กิจกรรมการส่งเสริมการขาย เครื่องมือการส่งเสริมการขายผ่านสื่อดิจิทัล Mystery Offer SEO กับ การส่งเสริมการขาย การแจกของรางวัล เกมเพื่อการมีส่วนร่วม Newsletter Cart Abandonment Recovery Referral Program Loyalty Program การจัดสรรงบประมาณ การวัดผลลัพธ์ การใช้เครื่องมือดิจิทัล การประเมินประสิทธิภาพ การสร้างความภักดีต่อแบรนด์ การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ การวางแผนส่งเสริมการขายแบบดิจิทัลตนเอง

ความหมายและประเภทของสินค้าเกษตรกรรม สถานการณ์ธุรกิจสินค้าเกษตรกรรมในปัจจุบัน พฤติกรรมของผู้บริโภค วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเกษตรกรรม การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมายและการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การ

สร้างตราสินค้า ช่องทางการจัดจำหน่าย การตั้งราคา การโปรโมทตราสินค้าผ่านสื่อออนไลน์และออฟไลน์ การสื่อสารการตลาดด้วยเนื้อหา การตอบสนองความพึงพอใจและสร้างความประทับใจให้ลูกค้า

Definitions and types of agricultural products, business situation of agricultural products at present, consumer behavior, analyzing factors affecting consumers' decision making, organizations related with agricultural products, market segmentation, targeting and product positioning, brand development strategies, distribution channel, pricing, promoting products via online and offline medias, content marketing, responding customers' satisfaction and impression.

DMC 219 การตลาดสำหรับผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ฮาลาล 3(3-0-6)
(Marketing for Halal Product Consumers)

ความหมายและความสำคัญผลิตภัณฑ์ฮาลาล ลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีตราฮาลาล พฤติกรรมของกลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ฮาลาล ขั้นตอนและกระบวนการจดทะเบียนตราฮาลาล วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ การออกแบบแผนการตลาดสินค้าและบริการผลิตภัณฑ์ฮาลาล กลยุทธ์การสร้างตราสินค้า การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อออนไลน์และออฟไลน์ การสื่อสารการตลาดด้วยเนื้อหา การตอบสนองความพึงพอใจและสร้างความประทับใจให้ลูกค้า และโปรแกรมความภักดี

Definition and importance of Halal products characteristics of Halal products, Halal product consumer behavior, procedure and process of Halal logo registration, analyzing the factors affecting purchasing decision, creating marketing plan of products and services, brand development strategies, marketing communication via online and offline medias, content marketing, responding customers' satisfaction and impression and loyalty program.

DMC 301 กลยุทธ์การจัดการการสื่อสารในยุคดิจิทัล 3(3-0-6)
(Communication Management Strategies in Digital Era)

วิชาบังคับก่อน : DMC 201 หลักการตลาด

ลักษณะและความสำคัญของการสื่อสารการตลาดในยุคดิจิทัล ความสำคัญของการสื่อสารกับตราสินค้าในธุรกิจออนไลน์, การโปรโมทสินค้าและตราสินค้าผ่านสื่อออนไลน์และออฟไลน์ กลยุทธ์การสื่อสารแบบบูรณาการผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล การสื่อสารการตลาดผ่านคอนเทนต์เชิงสร้างสรรค์ (Creative Content) การใช้เครื่องมือดิจิทัล เช่น โซเชียลมีเดีย อีเมล อินฟลูเอนเซอร์ การออกแบบสื่อโฆษณาอย่างสร้างสรรค์ การวางแผนแคมเปญการสื่อสารการตลาด เทคนิคการทำการตลาดด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ การวัดและประเมินผลของวิธีการที่ใช้ในการสื่อสารการตลาดดิจิทัล การพิจารณาประสบการณ์ผู้บริโภคและผลลัพธ์ทางธุรกิจ

Nature and importance of marketing communication in the digital age, brand communication in online businesses, product promotion, brand promotion, online and offline platforms,

integrated communication strategies, creative content marketing, digital communication tools, social media marketing, email marketing, influencer marketing, advertising media development, marketing campaign planning, types of e-marketing, measurement of digital communication effectiveness, evaluation techniques, consumer experience analysis, business performance outcomes.

DMC 302 การตลาดโลกและวัฒนธรรมผู้บริโภค 3(3-0-6)
(Global Marketing and Consumer Culture)

วิชาบังคับก่อน : DMC 201 หลักการตลาด

ปัจจัยที่มีผลต่อการทำการตลาดต่างประเทศในยุคดิจิทัล การชำระเงิน การตัดสินใจ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การสื่อสาร การส่งเสริมการตลาด การขนส่ง การประกันภัย การบรรจุหีบห่อ การออกแบบ การปรับตัวของธุรกิจในตลาดต่างประเทศ มาตรการส่งเสริมการควบคุมสินค้าออกและสินค้าเข้า การค้าต่างประเทศ หน่วยงานที่มีบทบาททางด้านการค้าต่างประเทศ ด้านสังคมและวัฒนธรรม รวมถึงความเชื่อทางศาสนา วิถีชีวิต ความคิดของผู้คนในแต่ละประเทศ การวิเคราะห์แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคข้ามวัฒนธรรม การสร้างอัตลักษณ์ตัวตนของแบรนด์ ผลกระทบของดิจิทัลแพลตฟอร์มต่อการตลาดระหว่างประเทศ

Factors affecting international marketing, digital payment systems, product decisions, pricing decisions, communication strategies, promotion strategies, transportation and logistics, international insurance, packaging for global markets, design adaptation, export and import regulations, international trade policies, trade organizations, social influences, cultural influences, religion and lifestyle, national mindsets, cross-cultural consumer behavior, global consumer trends, brand identity development, digital platforms in global marketing.

DMC 304 การจัดการการค้าปลีกและการค้าปลีกอิเล็กทรอนิกส์ 3(3-0-6)
(Retailing and E-Retailing Management)

วิชาบังคับก่อน : DMC 201 หลักการตลาด

ประเภทของธุรกิจค้าปลีกแบบมีหน้าร้าน วิธีการดำเนินการ การจดทะเบียน การส่งสินค้า การชำระเงิน การสร้างความเชื่อถือ การประเมินความเชื่อถือ นโยบายธุรกิจค้าปลีกแบบมีหน้าร้าน การเลือกทำเลที่ตั้งธุรกิจค้าปลีกแบบมีหน้าร้าน รูปแบบธุรกิจค้าปลีกอิเล็กทรอนิกส์ พฤติกรรมลูกค้าสำหรับธุรกิจค้าปลีกอิเล็กทรอนิกส์ ความแตกต่างระหว่างธุรกิจค้าปลีกแบบมีหน้าร้านและธุรกิจค้าปลีกอิเล็กทรอนิกส์ แนวโน้มของธุรกิจค้าปลีกแบบมีหน้าร้านและธุรกิจค้าปลีกอิเล็กทรอนิกส์ การบริหารประสบการณ์ลูกค้า (Customer Experience Management การบูรณาการช่องทางการขายแบบออมนิแชนแนล (Omnichannel Retailing) การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน บทบาทของ AI และ Big Data Analytics และระบบจัดการข้อมูลลูกค้า (Customer Data Platform) การตลาดแบบเฉพาะบุคคล (Personalized Marketing) แนวทางปฏิบัติที่ยั่งยืนเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในธุรกิจค้าปลีก การวิเคราะห์กรณีศึกษาในบริบทค้าปลีกยุคดิจิทัล

Types of brick-and-mortar retail businesses, retail operations, business registration, product delivery methods, payment systems, trust building, credibility evaluation, retail business policy, retail location strategy, electronic retail business models, consumer behavior in e-retailing, comparison of physical and electronic retail formats, retail business trends, customer experience management (CEM), omnichannel retailing, digital technologies for competitive advantage, applications of AI and big data analytics, customer data platforms (CDP), personalized marketing, sustainable and socially responsible retail practices, case study analysis in digital retail contexts.

DMC 404 การวางแผนตลาดและกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล 3(3-0-6)
(Marketing Planning and Digital Marketing Strategies)

วิชาบังคับก่อน : DMC 201 หลักการตลาด

DMC 205 กลยุทธ์การสร้างตราสินค้าและการกำหนดราคา

ความสำคัญและบทบาทของการวางแผนการตลาดดิจิทัล คุณลักษณะที่ดีของแผนการตลาด กระบวนการวางแผนทางการตลาด การพยากรณ์การขาย การวิเคราะห์สถานการณ์ธุรกิจ การวิเคราะห์อุตสาหกรรม การกำหนดวัตถุประสงค์ การกำหนดกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล การกำหนดโปรแกรมการตลาด การกำหนดงบประมาณ การนำไปใช้และการควบคุม ความหมาย บทบาทความสำคัญ และองค์ประกอบของ กลยุทธ์การตลาด รวมทั้งเข้าใจถึงกระบวนการในการวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ และสามารถประยุกต์ใช้ในธุรกิจต่อไป

Definition, the importance of digital marketing planning, and good characteristics of marketing planning is required for this course. Topics will include marketing planning process, sales forecasting, situational business analysis, industrial analysis, objective setting, marketing strategy and program settings, budget setting, and implementation and control, meaning, the roles, and the elements of digital marketing strategy. The course also expects the students to know and capably implement the strategic marketing plan in the real business environment in the future.

รายชื่ออาจารย์

วิทยาลัยบริหารธุรกิจ

- ผศ.ดร.รจนาภา แพ่งเกษร**
คณบดีวิทยาลัยบริหารธุรกิจ
บธ.บ. (การตลาด) มหาวิทยาลัยศรีปทุม
บธ.ม. (การตลาด) มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
บธ.ด. (การตลาด) มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย
- ดร.สมิตา กลิ่นพงศ์**
รองคณบดีฝ่ายบริหาร/รักษาการผู้อำนวยการ
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต/
รักษาการหัวหน้าสาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ/
ผู้อำนวยการสำนักงานพัฒนาบุคคล
บธ.บ. (การจัดการทรัพยากรมนุษย์)
เกียรตินิยมอันดับ 2 มหาวิทยาลัยรังสิต
วท.ม. (ฝึกอบรมและพัฒนา) เกียรตินิยมเรียนดี
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ปร.ด. (การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ หลักสูตรนานาชาติ)
มหาวิทยาลัยบูรพา
- อาจารย์อภิรัฐ ศิริวงษ์**
รองคณบดีฝ่ายวิชาการ/ รักษาการหัวหน้าสาขา
วิชาการเงินและการลงทุน
บธ.บ. (การบริหารอุตสาหกรรม) มหาวิทยาลัยรังสิต
วท.ม. (การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์)
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- อาจารย์เชมิก ธนธำรงกุล**
รักษาการรองคณบดีฝ่ายกิจการนักศึกษา
ศ.บ. (เศรษฐศาสตร์สหกรณ์) มหาวิทยาลัยแม่โจ้
บธ.ม. (บริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยแม่โจ้
- อาจารย์เบญจา สันติธนานนท์**
ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายการเงิน/
ผู้อำนวยการสำนักงานงบประมาณ
ค.บ. (คณิตศาสตร์-เคมี) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
พบ.ม. (สถิติประยุกต์) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- ดร.ชนะเกียรติ สมานบุตร**
ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต/
ผู้อำนวยการหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์
วศ.บ. (วิศวกรรมเครื่องกล) เกียรตินิยมอันดับ 2
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
วศ.ม. (วิศวกรรมอุตสาหการ) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
M.B.A. (Integrated Marketing Strategy)
University of Denver, U.S.A.
ปร.ด. (บริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ดร.ปิยภรณ์ ชูชีพ**
ผู้อำนวยการหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ
บธ.บ. (การตลาด) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
M.M. (Management) Technological University of
the Philippines, the Philippines.
บธ.ม. (การจัดการองค์การสมัยใหม่) มหาวิทยาลัยศรีปทุม
Ph.D. (Management) Adamson University,
the Philippines.
บธ.ด. (การจัดการเชิงกลยุทธ์) มหาวิทยาลัยศรีปทุม
- ดร.พัชรินทร์ จารุทวีผลบุญกุล**
หัวหน้าสาขาวิชานวัตกรรมการจัดการ
บธ.บ. (การตลาด) มหาวิทยาลัยรามคำแหง
บธ.ม. (การตลาด) มหาวิทยาลัยรามคำแหง
บธ.ม. (การเงินและการธนาคาร) มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ปร.ด. (การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์)
มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- อาจารย์ณัฐธชัย ตรีทวีวงศ์กุล**
หัวหน้าสาขาวิชาธุรกิจดิจิทัล
บธ.บ. (คอมพิวเตอร์ธุรกิจ) มหาวิทยาลัยรังสิต
วท.ม. (คอมพิวเตอร์) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- ผศ.ดร.วรพจน์ ศิริชาติชัย**
หัวหน้าสาขาวิชาการตลาดดิจิทัลและ
นวัตกรรมการสื่อสาร
บธ.บ. (การตลาด) มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
บธ.ม. (การตลาด) มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ปร.ด. (การตลาด) มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
- อาจารย์ภัทพร อ่วมอินทร์**
หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน
บธ.บ. (การจัดการธุรกิจการบิน) มหาวิทยาลัยรังสิต
วท.ม. (การจัดการโลจิสติกส์) มหาวิทยาลัยรังสิต

วิทยาลัยบริหารธุรกิจ

12. **ดร.ปฐมาภรณ์ พงษ์ไพบูลย์**
หัวหน้าสาขาวิชาการบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ
ค.บ. (เทคโนโลยีนวัตกรรมการศึกษา)
มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
บธ.ม. (ธุรกิจระหว่างประเทศ)
มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย
ปร.ด. (การตลาด) มหาวิทยาลัยสยาม
13. **อาจารย์พงษ์ยุทธ กล้ายุธ**
บธ.บ. (การบัญชี) มหาวิทยาลัยรังสิต
M.M. (Entrepreneurship Management)
มหาวิทยาลัยมหิดล
14. **ดร.สุพพงศ์ สุขพิพัฒน์**
ศศ.บ. (รัฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง
บธ.ม. (บริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยรังสิต
ปร.ด. (รัฐประศาสนศาสตร์) มหาวิทยาลัยรังสิต
15. **ดร.ณกมล จันทรสม**
บช.บ. (การบัญชีต้นทุน) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
M.MIS (Management Information System)
West Coast University, U.S.A.
Ph.D. (Leadership and Human Behavior)
United States International University, U.S.A.
16. **ดร.เฉลิมพร เย็นเอือก**
วท.บ. (เทคโนโลยีเซรามิกส์) วิทยาลัยครูพระนคร
รป.บ. (วิทยาการจัดการ) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
บธ.ม. (การจัดการ) มหาวิทยาลัยรังสิต
รป.ม. (การจัดการสำหรับนักบริหาร)
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
รป.ด. (การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน)
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
17. **อาจารย์สุชาดา รงค์จันทมนนท์**
บธ.บ. (การบัญชี) มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
บธ.ม. (บัญชีและการเงิน) มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น
18. **อาจารย์กิตติพงษ์ วรณศิริ**
บธ.บ. (การเงิน) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
บธ.ม. (MBA) สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย
19. **อาจารย์อังคณา ลัมรั้ว**
บช.บ. (การบัญชี) มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์
บธ.ม. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยรังสิต
--
21. **ดร.สุมาลี สว่าง**
วท.บ. (รังสีเทคนิค) มหาวิทยาลัยมหิดล
บธ.ม. (การบริหารการตลาด)
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
กจ.ด. (การจัดการการสื่อสาร)
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
22. **อาจารย์มนัสนันท์ ดวงพิทักษ์**
บธ.บ. (การตลาด) มหาวิทยาลัยรามคำแหง
บธ.ม. (การตลาด) มหาวิทยาลัยรามคำแหง
23. **อาจารย์พิษณุ สมบูรณ์**
ศศ.บ. (สถิติ) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
วท.ม. (สถิติประยุกต์) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
24. **อาจารย์สนธามรณ จิตสมบูรณ์มิตร**
บธ.บ. (คอมพิวเตอร์ธุรกิจ) เกียรตินิยมอันดับ 2
มหาวิทยาลัยรังสิต
วท.ม. (การจัดการระบบสารสนเทศ)
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
25. **ดร.ปจรรย์ เหลียงประดิษฐ์**
วท.บ. (ศาสตร์คอมพิวเตอร์) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
บธ.บ. (การเงิน) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
บธ.บ. (การตลาด) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
บธ.ม. มหาวิทยาลัยรังสิต
วท.ด. (ธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม)
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
26. **อาจารย์ณัฐยศ สุริยเสนีย์**
บธ.บ. (ระบบสารสนเทศคอมพิวเตอร์)
เกียรตินิยมอันดับ 1 เหรียญทอง มหาวิทยาลัยรังสิต
MICT (Web engineering) University of Western
Sydney, Australia.

วิทยาลัยบริหารธุรกิจ

27. **อาจารย์พัฒนพงศ์ ยาลังกาญจน์**
บธ.บ. (การจัดการอุตสาหกรรม) มหาวิทยาลัยรังสิต
กจ.ม. (การเป็นผู้ประกอบการ) มหาวิทยาลัยรังสิต
28. **ดร.มนัสชนก จันทร์ศรีชา**
วท.บ. (ประมง) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
บธ.ม. (บริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยรังสิต
บธ.ด. (บริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยรังสิต
29. **อาจารย์ทวีพัฒน์ มุสิกะปาน**
บธ.บ. (การจัดการโลจิสติกส์) มหาวิทยาลัยรังสิต
ส.บ. (สาธารณสุขชุมชน) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
วท.บ. (อาชีวอนามัยและความปลอดภัย)
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
บธ.ม. (การจัดการโลจิสติกส์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง
30. **อาจารย์อรรวรา คำเกลี้ยง**
บธ.บ. (การจัดการโลจิสติกส์) มหาวิทยาลัยรังสิต
วท.ม. (การจัดการโลจิสติกส์) มหาวิทยาลัยรังสิต
31. **อาจารย์วิษญา ลิปปันธ์**
Bachelor of Science in Electrical Engineering, Summa
Cum Laude, California State Polytechnic University,
Pomona, U.S.A.
MBA (International Business Administration and
Leadership), University of La Verne, U.S.A.
Ph.D. (Leadership and Social Innovation),
Rangsit University