คำอธิบายรายวิชา
Course Description

	Credits	คำอธิบายรายวิชา	Course Description
รายวิชาพื้นฐาน **Fundamental Courses**			
2602500 แนวคิดธุรกิจ Business Concepts	1.5	ฟังก์ชันของธุรกิจ กระบวนการวางแผนธุรกิจ การวิเคราะห์ธุรกิจ เศรษฐศาสตร์มหภาคพื้นฐาน เศรษฐศาสตร์จุลภาคพื้นฐาน	Business functions; business planning process; business analysis; basic macroeconomics; basic microeconomics.
2603511 เทคนิคทางสถิติเบื้องต้นสำหรับการบริหารธุรกิจ Introduction to Statistical Techniques for Business Administration	1.5	สถิติและบทบาทของสถิติในธุรกิจ ประเภทของข้อมูลธุรกิจ การเก็บรวบรวมข้อมูล ความน่าจะเป็นเบื้องต้น สถิติเชิงพรรณนา พื้นฐานสถิติเชิงอนุมาน การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ	Statistics and its roles in business; types of business data; data collection; introductory probability; descriptive statistics; fundamental inferential statistics; statistical hypothesis testing.
รายวิชาบังคับ **Required Courses**			
2600511 แผน ข (Plan B) ประสบการณ์ธุรกิจโลก Global Business Experience	1.5	สิ่งแวดล้อมธุรกิจโลก การคิดข้ามวัฒนธรรม ประสบการณ์ธุรกิจระหว่างประเทศ การทำธุรกิจในตลาดระหว่างประเทศ	Global business environment; cross cultural thinking; international business experience; doing business in international market.
2600512 แผน ข (Plan B) จริยธรรมธุรกิจและการสร้างคุณค่าร่วม Business Ethics and Creating Shared Values	1.5	จริยธรรมธุรกิจ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร องค์กรเพื่อสังคม การลงพื้นที่เพื่อสร้างคุณค่าร่วม	Business ethics; corporate social responsibility; social enterprise; field work for creating shared values.
2601513 การรายงานทางการเงิน 1 Financial Reporting I	1.5	กรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงิน รูปแบบและองค์ประกอบของงบการเงิน เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ลูกหนี้การค้าและตั๋วเงินรับ สินค้าคงเหลือ ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนที่ถือไว้เพื่อขาย สินทรัพย์ไม่มีตัวตน เจ้าหนี้การค้าและตั๋วเงินจ่าย เงินกู้ยืม หุ้นกู้ ประมาณการหนี้สินและหนี้สินที่อาจเกิดขึ้น ทุนและกำไรสะสม รายได้ ค่าใช้จ่าย งบการเงินสำหรับธุรกิจบริการและธุรกิจพาณิชยกรรม	Conceptual framework for financial reporting; forms and elements of financial statements; cash and cash equivalents; accounts receivable and notes receivable; inventories; property, plant and equipment; non-current assets held for sale; intangible assets; accounts payable and notes payable; loans; bonds; provisions and contingencies; equity and retained earnings; revenues; expenses; financial statements for service businesses and merchandising businesses.
2601514 การรายงานทางการเงิน 2 Financial Reporting II Co-requisite 2601513	1.5	เงินลงทุนในตราสารหนี้และตราสารทุน เงินลงทุนในบริษัทร่วมและการร่วมค้า เงินลงทุนในบริษัทย่อยและงบการเงินรวม หุ้นทุนซื้อคืน หุ้นปันผล การแตกหุ้นและการรวมหุ้น กำไรต่อหุ้นขั้นพื้นฐานและกำไรต่อหุ้นปรับลด อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน การปรับโครงสร้างหนี้ที่มีปัญหา สัญญาเช่า ผลประโยชน์ของพนักงาน ภาษีเงินได้ รอตัดบัญชี การบริหารกำไร	Investment in debt and equity securities; investments in associates and joint ventures; investments in subsidiaries and consolidated financial statements; treasury stock; share dividends; share splits and reverse share splits; basic and diluted earnings per share; investment properties; troubled debt restructuring; leases; employee benefits; deferred income taxes; earnings management.

	Credits	คำอธิบายรายวิชา	Course Description
2601516 การบัญชีบริหารพื้นฐาน Fundamentals of Management Accounting Prerequisite 2601513	1.5	บทบาทของการบัญชีต้นทุนและการบัญชีบริหาร การจำแนกประเภทต้นทุน ต้นทุนผลิตภัณฑ์และต้นทุนบริการ พฤติกรรมต้นทุน ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุน ปริมาณ กับกำไร ระบบต้นทุนผันแปร การวิเคราะห์ต้นทุนเพื่อการตัดสินใจ งบประมาณและการประเมินผลการปฏิบัติงาน การบัญชีตามความรับผิดชอบ การวิเคราะห์ผลการดำเนินงานจำแนกตามส่วนงานและบทบาทของราคาโอน	Roles of cost accounting and management accounting; classification of costs; product and service costs; behavior of costs; cost-volume-profit relationship; variable costing system; cost analysis for decision making; budgeting and performance evaluation; responsibility accounting; segment performance analysis and roles of transfer pricing.
2602502 การสื่อสารทางธุรกิจและการเจรจาต่อรอง Business Communication and Negotiation	1.5	การสื่อสารทางวาจา การใช้ภาษากายในการสื่อสาร เทคนิคการนำเสนอ วิธีต่างๆ ในการเจรจาต่อรองในบริบททางการจัดการ ประเภทของความขัดแย้ง แนวทางในการบริหารความขัดแย้ง	Oral communication; using body language to communicate; presentation techniques; negotiation approaches in management context; types of conflict; conflict management approaches.
2602543 ตัวแบบการวิเคราะห์สำหรับการจัดการ 1 Analytical Models for Management I Prerequisite 2603511	1.5	ตัวแบบโปรแกรมเชิงเส้น โปรแกรมไม่ใช่เชิงเส้น และโปรแกรมจำนวนเต็มสำหรับการแก้ปัญหาทางธุรกิจ	Linear programming, non-linear programming and integer programming models for business problem solving.
2602544 ตัวแบบการวิเคราะห์สำหรับการจัดการ 2 Analytical Models for Management II Co-requisite 2602543	1.5	ตัวแบบแถวคอย ตัวแบบการจำลองสถานการณ์ ตัวแบบมาร์คอฟ และทฤษฎีเกมสำหรับการแก้ปัญหาทางธุรกิจ	Queuing model; simulation model; Markov model; game theory for business problem solving.
2602546 การจัดการการดำเนินงานเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขัน Operations Management for Competitive Advantage	1.5	กลยุทธ์การดำเนินงาน การออกแบบสินค้าและบริการ การวิเคราะห์กระบวนการ การจัดการคุณภาพ การจัดการและการพยากรณ์อุปสงค์ การวางแผนแบบรวม การวางแผนกำลังการผลิต	Operations strategy; product and service design; process analysis; quality management; demand management and forecasting; aggregate planning; capacity planning.
2602547 การจัดการโซ่อุปทาน Supply Chain Management Co-requisite 2602546	1.5	แนวคิดการจัดการโซ่อุปทาน การจัดซื้อและจัดหา การเลือกสถานที่ การขนส่ง การกระจายสินค้า การจัดการสินค้าคงคลัง การบริหารต้นทุนของโซ่อุปทาน การจัดการแบบลีน	Concept of supply chain management; sourcing and procurement; location; transportation; distribution; supply chain cost management.
2602600 การบริหารทีมงานและภาวะผู้นำ Team Management and Leadership	1.5	แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมองค์การ แรงจูงใจ ความแตกต่างระหว่างบุคคล พฤติกรรมกลุ่ม ภาวะผู้นำและการบริหารทีมงาน การสื่อสารในองค์การ การบริหารความขัดแย้ง	Concepts and theories related to organizational behavior; motivation; individual differences; group behavior; leadership and team management; communication in organization; conflict management.
2602604 การบริหารทรัพยากรมนุษย์ Managing Human Resources Co-requisite 2602603	1.5	แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนอัตรากำลัง การสรรหาและการคัดเลือก การพัฒนาและรักษาบุคลากร การบริหารค่าตอบแทน และการบริหารผลปฏิบัติงาน ปัญหาและแนวทางแก้ไขในการบริหารทรัพยากรมนุษย์	Concepts and theories related to workforce planning, recruitment and selection, people development and retention; compensation management and performance management; problems in and solutions for managing human resources.

	Credits	คำอธิบายรายวิชา	Course Description
2602651 การออกแบบกลยุทธ์ Crafting Strategy Prerequisite 2602547 and 2604505 and 2605512	1.5	แนวคิดพื้นฐานของกลยุทธ์ กระบวนการบริหารเชิงกลยุทธ์ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก การวิเคราะห์ความสามารถขององค์การ จุดแข็ง จุดอ่อน วิธีการคิดเชิงกลยุทธ์ แนวคิดกลยุทธ์ร่วมสมัย	Basic concept of strategy; strategic management process; analysis of external environment; analysis of organization capabilities, strengths and weaknesses; strategic thinking methods; contemporary strategy concepts.
2602652 การนำกลยุทธ์สู่การปฏิบัติ Executing Strategy Co-requisite 2602651	1.5	การนำแผนกลยุทธ์สู่การปฏิบัติ ภาวะผู้นำและการบริหารการเปลี่ยนแปลง การประเมินผลการปฏิบัติตามกลยุทธ์ ความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์	Strategic plan execution; leadership and change management; strategy evaluation; strategic risk.
2603535 เทคนิคทางสถิติสำหรับการบริหารธุรกิจ Statistical Techniques for Business Administration Prerequisite 2603511	1.5	การประยุกต์สถิติเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ การวิเคราะห์ความถดถอยและสหสัมพันธ์ การวิเคราะห์อนุกรมเวลา การวิเคราะห์ข้อมูลแจงนับ เทคนิคการจำแนกประเภทและการจัดกลุ่ม	Application of statistics in business decision making; regression and correlation analysis; time-series analysis; categorical data analysis; classification and clustering techniques.
2604504 หลักการการเงิน Financial Principles Co-requisite 2602501	1.5	วัตถุประสงค์ของการจัดการการเงิน ตลาดทุนและการระดมทุน การวิเคราะห์งบการเงิน การวางแผนการเงิน มูลค่าของเงินตามเวลา ความสัมพันธ์ระหว่างความเสี่ยงและผลตอบแทน การประเมินมูลค่าตราสารหนี้และตราสารทุน	Financial management objectives; capital market and fund raising; financial statements analysis; financial planning; time value of money; risk and return relationship; valuation of debt and equity securities.
2604505 กลยุทธ์การเงิน Financial Strategy Co-requisite 2604504	1.5	การงบประมาณเงินทุน การวิเคราะห์โครงการ เรียลออปชั่น ต้นทุนของเงินทุน โครงสร้างเงินทุน นโยบายการตอบแทนผู้ถือหุ้น ตราสารอนุพันธ์และการบริหารความเสี่ยง	Capital budgeting; project analysis; real options; cost of capital; capital structure; payout policies; derivatives and risk management.
2604671 เศรษฐศาสตร์เพื่อการจัดการธุรกิจ Economics for Business Management Co-requisite 2602501	1.5	แนวคิดของเศรษฐศาสตร์และการประยุกต์ หลักการของเศรษฐศาสตร์จุลภาคและเศรษฐศาสตร์มหภาค ตัวแบบของอุปสงค์รวมและอุปทานรวม นโยบายทางการเงิน การคลัง และตลาดปริวรรตเงินตรา การวิเคราะห์การผลิตและต้นทุน โครงสร้างตลาด ทฤษฎีเกม	Economics concepts and applications; microeconomics and macroeconomics principles; aggregate demand and aggregate supply model; fiscal and monetary policies and foreign exchange market; production and cost analysis; market structures; game theory.
2605511 การวิเคราะห์การตลาด Marketing Analysis	1.5	บทบาทและหน้าที่การตลาดในธุรกิจ สภาวะแวดล้อมทางการตลาด การวิเคราะห์ตลาด การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการวิเคราะห์การแข่งขัน กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ระบบสารสนเทศทางการตลาดและการวิจัยการตลาด การพยากรณ์อุปสงค์ การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์	Roles and functions of marketing in business; marketing environment; marketing analysis; industry and competition analyses; consumer decision making process; marketing information systems and marketing research; demand forecasting; market segmentation; targeting; product positioning.
2605512 การตลาดเพื่อสร้างคุณค่า Marketing for Value Creation Co-requisite 2605511	1.5	การวางแผนการตลาดเชิงยุทธ์ กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางจัดจำหน่ายและการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ การงบประมาณทางการตลาด การควบคุมทางการตลาด	Strategic marketing planning; marketing mix strategy: product, price, place and Integrated Marketing Communications; marketing budgeting; marketing control.

	Credits	คำอธิบายรายวิชา	Course Description
2602503 แผน ก (Plan A) การออกแบบงานวิจัยเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ Research Design for Business Decisions Prerequisite 2603511	1.5	ความสำคัญและบทบาทของการวิจัยเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ ประเภทของการวิจัย กระบวนการวิจัย การทบทวนวรรณกรรม การออกแบบงานวิจัย วิธีการเลือกตัวอย่าง การพัฒนาโครงร่างงานวิจัย	Importance and roles of research in business decision; types of research; research process; literature review; research design; sampling methods; research proposal development.
2602504 แผน ก (Plan A) การปฏิบัติการวิจัยเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ Research Practicum for Business Decisions Co-requisite 2602503	1.5	เครื่องมือวิจัยเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ ความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของเครื่องมือวิจัย การเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลและการอภิปรายผล การเขียนรายงานการวิจัย	Research instrument for business decision; validity and reliability of research instrument; data collection; data analysis and discussion; research report writing.
รายวิชาเลือก **Elective Courses**			
2600513 การเรียนรู้จากประสบการณ์ธุรกิจ Learning from Business Experience	1.5	ประเด็นปัจจุบันทางธุรกิจ ประสบการณ์ระดับบริหารในการคิดอย่างมีวิสัยทัศน์ การคิดเชิงวิพากษ์และสร้างสรรค์ การจัดการการเปลี่ยนแปลง การจัดการวิกฤติการณ์	Current issues in business; executive level experiences in visionary thinking; critical and creative thinking; change management; crisis management.
วิชาเลือกกกลุ่มบัญชี (Accounting)			
2601518 การภาษีอากร Taxation Prerequisite 2601513	1.5	แนวคิดและหลักการของการภาษีอากร หลักการของการภาษีอากรตามประมวลรัษฎากร โดยเน้นภาษีเงินได้นิติบุคคลและภาษีมูลค่าเพิ่ม	Concepts and principles of taxation; principles of taxation under the Revenue Code with emphasis on corporate income tax and value-added tax
2601519 การวางแผนภาษีอากรเชิงกลยุทธ์ Strategic Tax Planning Co-requisite 2601518	1.5	แนวคิดและหลักการของการวางแผนภาษีอากร กลยุทธ์การวางแผนภาษีอากรตามประมวลรัษฎากร โดยเน้นภาษีเงินได้นิติบุคคลและภาษีมูลค่าเพิ่ม	Concepts and principles of tax planning; strategic tax planning under the Revenue Code with emphasis on corporate income tax and value-added tax
วิชาเลือกกลุ่มการจัดการ (Management)			
2602505 การพัฒนาแผนธุรกิจ Business Plan Development	1.5	การแปลงการวิเคราะห์ธุรกิจไปสู่กิจกรรมทางธุรกิจ การบูรณาการหน้าที่งานทางธุรกิจให้เป็นแผนธุรกิจ การเชื่อมโยงกิจกรรมของหน่วยธุรกิจต่างๆ การเขียนแผนธุรกิจอย่างมีประสิทธิผล	Transformation of business analysis into business activities; integrating business functions into business plan; linkage among activities of business units; writing an effective business plan.
2602605 การนำและการสร้างองค์กรที่มีประสิทธิผล Leading and Creating an Effective Organization Prerequisite 2602600	1.5	การตัดสินใจของผู้นำ ความหมาย ความสำคัญ และองค์ประกอบของวัฒนธรรมองค์กร ประเภทของวัฒนธรรมองค์กร กระบวนการเกี่ยวกับคนและวัฒนธรรมองค์กร การตรวจสอบวัฒนธรรมองค์กร การสร้างและบ่มเพาะวัฒนธรรมองค์กร องค์กรที่มีประสิทธิผล ปัจจัยที่มีผลต่อโครงสร้างองค์กร รูปแบบองค์กร การจัดโครงสร้างองค์กร การบูรณาการและการประสานงาน	Leadership decision-making; definition, importance and elements of organizational culture; types of organizational culture; process of people and organizational culture; culture audit; creating and embedding organizational culture; effective organization ; factors affecting organizational structure; types of organizations; structuring organizations ; integration and

	Credits	คำอธิบายรายวิชา	Course Description
			coordination.
2602606 การบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ Strategic Human Resource Management Prerequisite 2602600 and 2602604	1.5	แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ สารสนเทศด้านทรัพยากรมนุษย์เพื่อการจัดการ แนวทางการบริหารทรัพยากรมนุษย์ภายใต้กลยุทธ์ธุรกิจประเภทต่าง ๆ การควบรวมกิจการ การลดขนาดองค์การ การขยายธุรกิจไปต่างประเทศ และการแบ่งส่วนตลาดแรงงานภายในองค์การ	Concepts and theories related to strategic human resource management; human resource information for management; human resource management approaches to different business strategies: mergers and acquisitions, downsizing, international expansion and internal labour market segmentation.
2602607 การพัฒนาองค์กร Organization Development Prerequisite 2602600 and 2602604	1.5	แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาองค์กร วงจรแห่งการพัฒนาองค์กร การวิเคราะห์องค์กร แนวทางการสอดประสานเพื่อการพัฒนาองค์กร การประเมินผลการพัฒนาองค์กร การออกแบบองค์กร ความคล่องตัวขององค์กร การจัดการการเปลี่ยนแปลงองค์กรแบบปฏิรูป	Concept and theories of organization development; cycle of organization development; organization diagnostics; organization development intervention; evaluation of organization development; organization design; organization agility; managing transformational change of an organization.
2602608 การจัดการความรู้และองค์การแห่งการเรียนรู้ Knowledge Management and Learning Organization Prerequisite 2602500	1.5	ลักษณะของความรู้ในองค์การธุรกิจ แนวทางในการจัดการความรู้ เทคโนโลยีสำหรับการจัดการความรู้ ลักษณะและองค์ประกอบขององค์การแห่งการเรียนรู้ แนวทางในการพัฒนาสู่องค์การแห่งการเรียนรู้	Characteristics of knowledge in business organizations; approaches to knowledge management; technologies for knowledge management; characteristics and elements of learning organizations; approaches to developing learning organizations.
2602609 การคิดเชิงระบบสำหรับธุรกิจ Systems Thinking for Business	1.5	แนวคิดและเครื่องมือในการคิดเชิงระบบ ระบบต้นแบบ จุดที่มีอิทธิพล วงจรสะท้อนกลับ แผนภาพความสัมพันธ์ระหว่างสาเหตุกับผลลัพธ์ การประยุกต์การคิดเชิงระบบในธุรกิจ	Systems thinking concepts and tools; systems archetypes; leverage points; feedback loop; causal loop diagram; application of systems thinking to business.
2602610 การปรับปรุงกระบวนการทางธุรกิจ Business Process Improvement Prerequisite 2602546	1.5	แนวคิดการปรับปรุงกระบวนการทางธุรกิจ การสร้างแผนที่กระบวนการ แนวคิดลีน เครื่องมือและเทคนิคเพื่อการปรับปรุงกระบวนการทางธุรกิจ	Concept of business process improvement; process mapping; lean concept; tools and techniques for process improvement.
2602611 การบริหารโครงการ Project Management Prerequisite 2602546 and 2602543	1.5	การวางแผนโครงการ โครงสร้างของโครงการ การประมาณโครงการ เส้นทางวิกฤติ การวางแผนทรัพยากร การวางแผนงบประมาณ การบริหารความเสี่ยง การติดตามความก้าวหน้าและการควบคุมโครงการ การปิดโครงการ	Project planning; project organization; project estimation; critical path; resource planning; budget planning; risk management; project monitoring and control; project closure.
2602662 สภาวะแวดล้อมธุรกิจระดับโลก Global Business Environments Prerequisite 2604671	1.5	องค์ประกอบของสภาวะแวดล้อมของธุรกิจระดับโลก การเปลี่ยนแปลงในภูมิทัศน์เศรษฐกิจโลก ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ ทฤษฎีการลงทุนโดยตรงต่างประเทศ การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมของธุรกิจระดับโลกซึ่งสร้าง	Components of global business environments; changes in world economic landscape; international trade theory; foreign direct investment theory; analysis of how global business environments

	Credits	คำอธิบายรายวิชา	Course Description
		โอกาสและความเสี่ยงต่อธุรกิจ	create opportunities and risks to the firms.
2602663 กลยุทธ์ธุรกิจระดับโลก Global Business Strategy Prerequisite 2602671 and 2602662	1.5	แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจระดับโลก การคัดเลือกประเทศ กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ การจัดการกลยุทธ์ระดับโลกและองค์กร การจัดการดำเนินงาน โลจิสติกส์ การตลาด การเงิน การจัดการทรัพยากรบุคคล จริยธรรมในธุรกิจระดับโลก	Concepts of global business strategy; country selection; foreign market entry strategy; global strategic management and organization; operations management; logistics; marketing; finance; human resources management; ethics in global business.
2602667 ภาวะผู้ประกอบการในองค์การและนวัตกรรม Corporate Entrepreneurship and Innovation Prerequisite 2602500	1.5	การสร้างภาวะผู้ประกอบการและนวัตกรรมในหน่วยงานหรือองค์กรขนาดใหญ่ การส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม การพัฒนาโครงการเพื่อนวัตกรรมระดับองค์การ การประเมินผลโครงการนวัตกรรม สถาปัตยกรรมองค์การและกระบวนการทำงานเพื่อสร้างนวัตกรรม การบ่มเพาะทีมพัฒนาธุรกิจใหม่ การเชื่อมโยงผู้สนับสนุน/พันธมิตรเพื่อการสร้างธุรกิจนวัตกรรม	Creating entrepreneurship and innovation in business unit or large corporation; promoting creative idea and innovation; project development for corporate innovation; evaluation of innovation projects; organizational architecture and work process that support innovation; incubating new venture development team; connecting sponsors/partners for new venture creation.
2602669 การจัดการเพื่อความเป็นเลิศในการบริการ Managing Service Excellence	1.5	บทบาทของการบริการ กลยุทธ์การบริการ การออกแบบการบริการ การวิเคราะห์และการปรับปรุงกระบวนการบริการ คุณภาพการบริการ ความเป็นเลิศในการบริการ	Role of services; service strategy; service design; service process analysis and improvement; service quality; service excellence.
2602671 กลยุทธ์ธุรกิจดิจิทัล Digital Business Strategy	1.5	พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ เศรษฐกิจดิจิทัล การจัดการธุรกิจดิจิทัล ตัวแบบธุรกิจดิจิทัล การตลาดดิจิทัล การสื่อสารทางดิจิทัล เว็บอะนาไลติกส์ การรักษาความปลอดภัยบนเว็บ กลยุทธ์ที่ขับเคลื่อนโดยดิจิทัล กฎหมายและจริยธรรมในธุรกิจดิจิทัล	Electronic commerce; electronic business; digital economy; digital business management; digital business models; digital marketing, digital communication; web analytics; web security; digital-driven strategy; law and ethics in digital business.
2602672 กลยุทธ์การจัดการโซ่อุปทาน Supply Chain Strategy Prerequisite 2602547	1.5	กลยุทธ์โซ่อุปทาน กลยุทธ์การจัดซื้อและจัดหา กลยุทธ์สินค้าคงคลัง กลยุทธ์การขนส่งและการกระจายสินค้า การจัดการสารสนเทศของโซ่อุปทาน การออกแบบโครงข่ายโซ่อุปทาน	Supply chain strategy; sourcing and procurement strategy; inventory strategy; transportation and distribution strategy; managing information for supply chain; supply chain network design.
2602673 การจัดซื้อจัดหาเชิงกลยุทธ์ Strategic Procurement Prerequisite 2604671	1.5	บทบาทเชิงกลยุทธ์ของการจัดซื้อจัดหา กระบวนการจัดซื้อจัดหา การคัดเลือกซัพพลายเออร์และการจัดการความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์ การจัดซื้อระหว่างประเทศ กลยุทธ์ในการจัดซื้อจัดหา	Strategic role in sourcing and procurement; sourcing and procurement process; supplier selection and supplier relationship management; international purchasing; strategy in sourcing and procurement.
2602674 การสร้างตัวแบบและการจำลองสถานการณ์ทางธุรกิจ	1.5	แนวคิดการสร้างตัวแบบและการจำลองสถานการณ์ทางธุรกิจ การพัฒนาตัวแบบ การเก็บและเตรียมข้อมูล การสร้างโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำหรับระบบการ	Concepts of modeling and simulation for business; model development; data collection and preparation; computer

	Credits	คำอธิบายรายวิชา	Course Description
Prerequisite 2602544 and 2602546		จำลองสถานการณ์ การวิเคราะห์ผลของการจำลองสถานการณ์ การปรับปรุงกระบวนการทางธุรกิจ	programming for simulation systems; simulation result analysis.
2602675 การวางแผนทรัพยากรองค์กรในธุรกิจ Enterprise Resources Planning in Business Prerequisite 2602546		แนวคิดเกี่ยวกับระบบวางแผนทรัพยากรองค์กร ความสำคัญของระบบสารสนเทศเชิงบูรณาการในองค์กร กระบวนการและหน้าที่ทางธุรกิจในระบบอีอาร์พี การบัญชี การเงิน การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดซื้อจัดหา การผลิต และการขาย	Enterprise resource planning system concepts; importance of integrated information systems in an organization; business processes and functions in ERP system: accounting, finance, human resources management, procurement, production and sales.
2602692 สัมมนาการจัดการร่วมสมัย Seminar in Contemporary Management Prerequisite 2602651	1.5	การอภิปรายปัญหา และแนวทางหรือกลยุทธ์การแก้ไขปัญหาในการจัดการร่วมสมัย	Discussion of problems and strategies to solutions in contemporary management.
วิชาเลือกกลุ่มสถิติ (Statistic)			
2603540 การบริหารความเสี่ยง Risk Management Prerequisite 2603511	1.5	ความเสี่ยง ความไม่แน่นอน สภาวะส่งเสริมภัย กระบวนการบริหารความเสี่ยง การระบุและการวิเคราะห์ภาวะควรจะเป็น ขนาดและผลกระทบของความเสี่ยง การตอบสนองความเสี่ยง ธรรมาภิบาลองค์กรและการบริหารความเสี่ยง	Risk; uncertainty; hazards; risk management process; identifying and analyzing the likelihood, magnitude and effect of risk; risk responses; corporate governance and risk management.
วิชาเลือกกลุ่มการเงิน (Finance)			
2604633 หลักการการวิเคราะห์การลงทุน Principles of Investment Analysis Prerequisite 2604504 and 2604505	1.5	ลักษณะของตลาดหลักทรัพย์ การซื้อขายหลักทรัพย์และต้นทุนการทำธุรกรรม การบริหารกลุ่มหลักทรัพย์และการกระจายการลงทุน แบบจำลองการกำหนดราคาสินทรัพย์ สมมติฐานของตลาดที่มีประสิทธิภาพ การวิเคราะห์ตราสารทุนและการประเมินมูลค่า การประเมินผลการดำเนินงานของกลุ่มหลักทรัพย์	Characteristics of securities markets; securities trading and transaction costs; portfolio management and diversification; asset pricing models; efficient market hypothesis; equity analysis and valuation; portfolio performance evaluation.
2604634 การวิเคราะห์การลงทุนขั้นสูง Advanced Investment Analysis Co-requisite 2604633	1.5	ตราสารอนุพันธ์และตลาดอนุพันธ์ แบบจำลองการกำหนดราคาออปชัน สัญญาฟอร์เวิร์ดและสัญญาฟิวเจอร์ส ตราสารที่ให้รายได้คงที่และตลาดของตราสารที่ให้รายได้คงที่ การประเมินมูลค่าของตราสารหนี้ การจัดอันดับของตราสารหนี้ โครงสร้างอัตราดอกเบี้ย	Derivative securities and markets; option pricing models; forward and futures contracts; fixed income securities and markets; bond valuation; bond rating; term structure of interest rates.
2604635 การเงินระหว่างประเทศ International Finance Prerequisite 2604504 and 2604505	1.5	ระบบการเงินระหว่างประเทศ ดุลการชำระเงินและกระบวนการปรับตัว ปัจจัยกำหนดอัตราแลกเปลี่ยน เงื่อนไขความเสมอภาคระหว่างประเทศ การพยากรณ์อัตราแลกเปลี่ยน ตลาดการเงินระหว่างประเทศ ตราสารอนุพันธ์บนอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศและอัตราดอกเบี้ย	International monetary systems; balance of payment and adjustment process; exchange rate determinants; international parity conditions; exchange rate forecasting; international financial markets; foreign exchange and interest rate derivatives.
2604636 การเงินธุรกิจโลก Global Business Finance	1.5	การบริหารการเงินของกิจการข้ามชาติ การจัดการความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน การลงทุนในกลุ่ม	Financial management in multinational corporations; foreign exchange risk management;

	Credits	คำอธิบายรายวิชา	Course Description
Co-requisite 2604635		หลักทรัพย์ระหว่างประเทศ การจัดทำงบลงทุนของโครงการลงทุนในต่างประเทศและต้นทุนเงินทุน การระดมทุนผ่านตลาดทุนระหว่างประเทศ การจัดหาเงินเพื่อการค้าระหว่างประเทศ การควบคุมทางการเงินของบริษัทข้ามชาติ	international portfolio investment; international capital budgeting and cost of capital; fund raising from international capital markets; international trade financing; financial controls for multinational corporations.
2604641 สัมมนาการเงิน Seminar in Finance Prerequisite 2604504 and 2604505	1.5	หัวข้อร่วมสมัยด้านการจัดการการเงินและสถาบันการเงิน	Contemporary issues in financial management and financial institutions.
2604645 ตลาดการเงิน Financial Markets Prerequisite 2604504 and 2604505	1.5	บทบาทและความสำคัญของตลาดการเงิน การจัดประเภทของตลาดการเงิน บทบาทของธนาคารกลางและหน่วยงานกำกับ บทบาทของอัตราดอกเบี้ย การระดมทุนผ่านตลาดตราสารหนี้และตราสารทุน บทบาทของสถาบันการเงิน	Roles and importance of financial markets; classification of financial markets; roles of the central bank and regulators; roles of interest rates; fund raising from debt market and equity market; roles of financial institutions.
2604646 กลยุทธ์การเงินขั้นสูง Advanced Financial Strategy Prerequisite 2604504 and 2604505	1.5	การประมาณความต้องการใช้เงิน การประเมินต้นทุนเงินทุนและการทำงบประมาณเงินทุน แบบจำลองการประเมินมูลค่าแบบต้นทุนเงินทุนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก แบบจำลองการประเมินมูลค่าปัจจุบันปรับปรุง การตัดสินใจทางการเงินธุรกิจและมูลค่ากิจการ	Assessment of financing needs; cost of capital estimation and capital budgeting; weighted average cost of capital model; adjusted present value model; corporate financial decisions and firm value.
2604649 เงินทุนร่วมลงทุน VENTURE CAPITAL Prerequisite 2604504 and 2604505	1.5	ภาพรวมของเงินทุนร่วมลงทุน การจัดการและประเมินมูลค่ากิจการในช่วงแรกเริ่ม กลไกการลงทุน โครงสร้างสัญญาร่วมลงทุน กลยุทธ์การถอนการลงทุน	Overview of venture capital; management and valuation of startups; investment mechanisms; valuation of startups; structure of contracts in venture capital; exit strategies.
2604650 การบริหารเงิน Treasury Management	1.5	บทบาทของฝ่ายบริหารเงิน การตัดสินใจด้านการจัดหาเงินทุน การบริหารเงินสด การบริหารเงินทุนหมุนเวียน การบริหารความเสี่ยงจากมูลค่าตลาด การบริหารความเสี่ยงจากสภาพคล่อง การบริหารความเสี่ยงจากเครดิต การบริหารเงินแบบรวมศูนย์	Roles of the treasury department; financing decisions; cash management; working capital management; market risk management; liquidity risk management; credit risk management; centralized treasury management.
2604651 การออกแบบโครงการลงทุนและการศึกษาความเป็นไปได้ Project Investment Design and Feasibility Study Prerequisite 2604504 and 2604505	1.5	กลยุทธ์และปัจจัยภายนอกสำหรับโครงการลงทุน กระบวนการพัฒนาโครงการและการศึกษาความเป็นไปได้ การวิเคราะห์ผลประโยชน์และต้นทุน การประเมินโครงการ การตัดสินใจลงทุนภายใต้ความไม่แน่นอน รายงานการศึกษาความเป็นไปได้ การติดตามโครงการ	Project investment strategies and external factors; project development process and feasibility studies; cost and benefit analysis; project appraisal; investment decisions under uncertainty; feasibility study reports; project monitoring.
วิชาเลือกกลุ่มการตลาด (Marketing)			

	Credits	คำอธิบายรายวิชา	Course Description
2605610 กลยุทธ์การตลาด Marketing Strategy Prerequisite 2605512	1.5	การประยุกต์แนวคิดและวิธีการด้านการจัดการตลาด กลยุทธ์การตลาดเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขัน การบูรณาการหน้าที่งานการตลาดกับหน้าที่อื่นของธุรกิจ	Application of marketing management concepts and methods; marketing strategies for competitive advantage; integration of marketing function with other business functions.
2605612 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ Integrated Marketing Communications	1.5	บทบาทและความสำคัญของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ประเภทของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การวางแผนและการควบคุมการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การจัดสรรงบประมาณและการวัดประสิทธิผลของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	Roles and importance of Integrated Marketing Communications; internal and external environments of Integrated Marketing Communications; types of Integrated Marketing Communications; Integrated Marketing Communications strategies; planning and control of Integrated Marketing Communications; allocating budget and measurement of the Integrated Marketing Communications effectiveness.
2605617 การจัดการแบรนด์ Brand Management	1.5	นิยาม บทบาท และความสำคัญของแบรนด์ ความแตกต่างระหว่างการตลาดกับการทำแบรนด์ ตัวแบบแบรนด์อิควิตี้ องค์ประกอบของแบรนด์ การวางตำแหน่งแบรนด์และบุคลิกภาพของแบรนด์ การวัดที่มาของแบรนด์อิควิตี้	Definition, roles and importance of brand; differences between marketing and branding; models of brand equity; brand elements; brand positioning and brand personality; measuring sources of brand equity.
2605618 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีนวัตกรรม Innovative Product Development Prerequisite 2605512	1.5	นิยามและความสำคัญของผลิตภัณฑ์ที่มีนวัตกรรม ประเภทของนวัตกรรม กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีนวัตกรรม ปัจจัยที่มีผลต่อการแพร่กระจายผลิตภัณฑ์ที่มีนวัตกรรม	Definition and importance of innovative products; types of innovation; innovative product development process; determinants of innovative product diffusion.
2605619 กลยุทธ์การตั้งราคา Pricing Strategy Prerequisite 2605512	1.5	บทบาทและความสำคัญของการตั้งราคา ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การตั้งราคา ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา องค์ประกอบของราคา ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตั้งราคา กระบวนการตั้งราคา วิธีการตั้งราคา การตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงราคาของคู่แข่ง	Roles and importance of pricing; economic theory of pricing; demand elasticity on price; components of price; determinants of pricing; pricing process; pricing methods; responding to competitors' price changes.
2605628 กลยุทธ์การตลาดบริการ Service Marketing Strategy Prerequisite 2605512	1.5	ความหมาย ลักษณะ และประเภทของการบริการ การวิเคราะห์ช่องว่างการบริการ ส่วนประสมการตลาดของธุรกิจบริการ กลยุทธ์แบรนด์บริการ	Meanings, characteristics and types of services; service gap analysis; marketing mix for service businesses; service brand strategy.
2605629 การตลาดโลก Global Marketing Prerequisite 2605512	1.5	บทบาทของการตลาดโลก ผลกระทบของสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง กฎหมาย และวัฒนธรรมที่มีต่อการจัดการการตลาดโลก ขั้นตอนของการตัดสินใจทำการตลาดโลกและการเข้าตลาดโลก พฤติกรรมผู้บริโภคข้ามวัฒนธรรม การตัดสินใจเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดในตลาดโลก	Roles of global marketing; impacts of economic, social, political, legal and cultural environments on global marketing management; steps in global marketing decisions and global market entry; cross cultural consumer behavior; marketing mix decisions in global market.
2605636 การวิเคราะห์ผู้บริโภคเชิงลึก Consumer Insight Analysis	1.5	บทบาทและความสำคัญของผู้บริโภค ทฤษฎีสิ่งเร้าและการตอบสนอง ตัวแบบการตัดสินใจที่ซับซ้อนของผู้บริโภค การจูงใจ การรับรู้ บุคลิกภาพ การเรียนรู้	Roles and importance of consumers; stimulus and response theory; model of consumers' complex decision making;

	Credits	คำอธิบายรายวิชา	Course Description
Prerequisite 2605512		ทัศนคติและการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ชั้นทางสังคม ครอบครัวและกลุ่มอ้างอิงที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค	motivation; perception; personality; learning; attitudes and changing of attitudes; cultural factors; social class; family and reference groups affecting consumer decision making process.
2605637 การออกแบบพฤติกรรมผู้บริโภค Consumer Behavior Design Prerequisite 2605512 and Co-requisite 2605636	1.5	ปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค การออกแบบสิ่งเร้าทางการตลาดและการตอบสนองของลูกค้า	Factors affecting consumer behavior; designing marketing stimuli and customer's responses.
2605690 สัมมนาการตลาด Seminar in Marketing Prerequisite 2605512	1.5	การอภิปรายหัวข้อร่วมสมัยทางการตลาด	Discussion of contemporary topics in marketing.