

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา คณะบริหารธุรกิจ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อหลักสูตร

รหัสหลักสูตร	25500561107804
ภาษาไทย	หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ภาษาอังกฤษ	Master of Business Administration Program

2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

ชื่อเต็ม (ไทย)	:	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ชื่อย่อ (ไทย)	:	บธ.ม.
ชื่อเต็ม (อังกฤษ)	:	Master of Business Administration
ชื่อย่อ (อังกฤษ)	:	M.B.A.

3. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร

36 หน่วยกิต

4. ความสัมพันธ์กับหลักสูตรอื่นที่เปิดสอนในคณะ/ภาควิชาอื่นของมหาวิทยาลัย

4.1 กลุ่มวิชา/รายวิชาในหลักสูตรที่เปิดสอนโดยคณะ/ภาควิชา/หลักสูตรอื่น
ไม่มี

4.2 กลุ่มวิชา/รายวิชาในหลักสูตรที่เปิดสอนให้คณะ/ภาควิชา/หลักสูตรอื่น

4.2.1 รายวิชาในกลุ่มวิชาปรับพื้นฐาน

วิชา MB 001 ภาษาอังกฤษเพื่อธุรกิจ

วิชา MB 004 หลักการพื้นฐานทางด้านเศรษฐศาสตร์

วิชา MB 005 การเงินธุรกิจขั้นพื้นฐาน

วิชา MB 007 สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและเครื่องมือเพื่อวิเคราะห์ทางธุรกิจ

วิชา MB 008 พื้นฐานคอมพิวเตอร์และการเขียนโปรแกรม

4.2.2 รายวิชาในกลุ่มวิชาเอก

ได้แก่ รายวิชาที่หลักสูตรอื่นระบุให้สามารถเลือกเป็นวิชาเลือกได้ตามความสนใจ โดยอยู่ในความเห็นชอบของผู้อำนวยการหลักสูตรนั้น

5. หลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน

5.1 หลักสูตร

5.1.1 จำนวนหน่วยกิต รวมตลอดหลักสูตร 36 หน่วยกิต

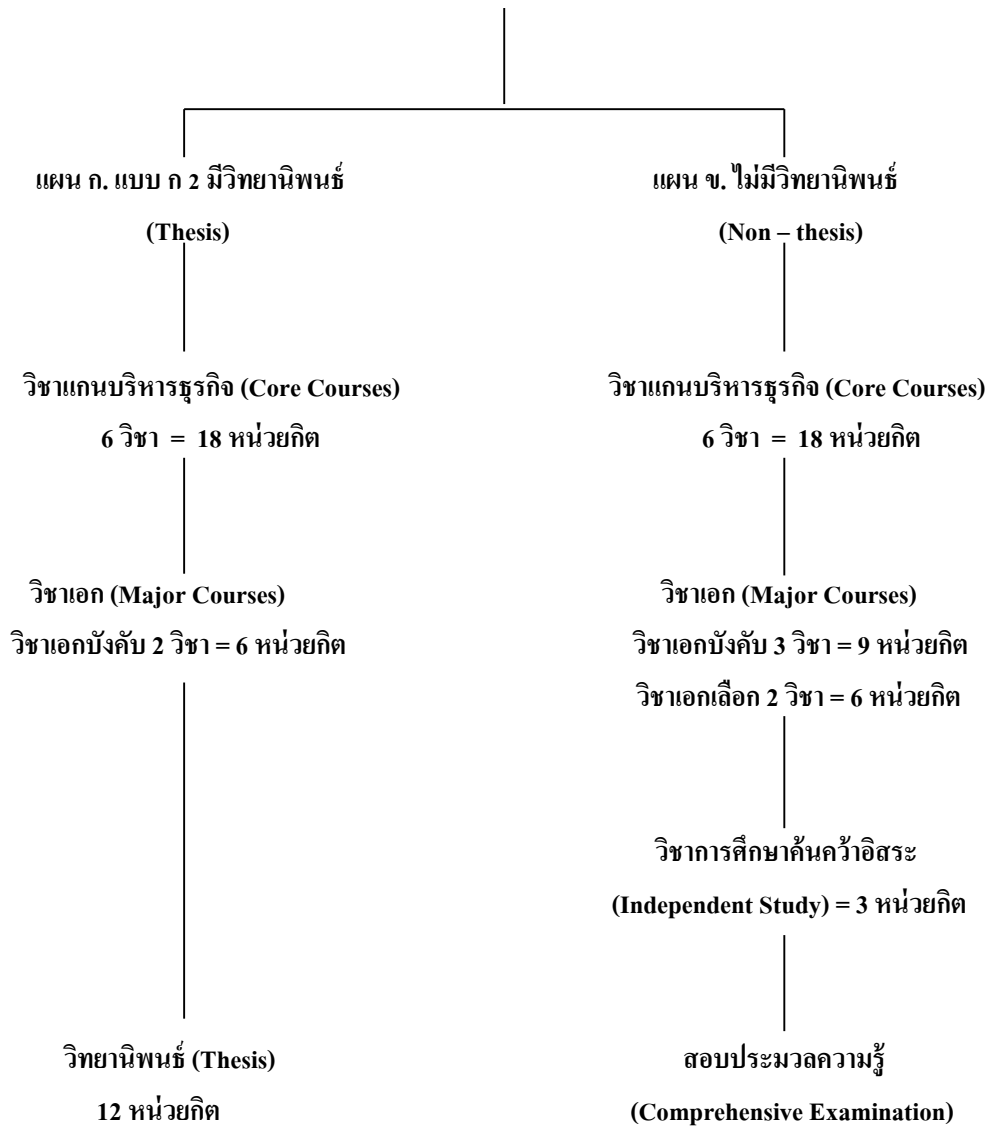
5.1.2 โครงสร้างหลักสูตร

แผน ก แบบ ก 2 มีวิทยานิพนธ์	36 หน่วยกิต
ก. วิชาแกนบริหารธุรกิจ	18 หน่วยกิต
ข. วิชาเอกบังคับ	6 หน่วยกิต
ค. วิทยานิพนธ์	12 หน่วยกิต
แผน ข แบบไม่มีวิทยานิพนธ์	36 หน่วยกิต
ก. วิชาแกนบริหารธุรกิจ	18 หน่วยกิต
ข. วิชาเอกบังคับ	9 หน่วยกิต
ค. วิชาเอกเลือก	6 หน่วยกิต
ง. การศึกษาค้นคว้าอิสระ	3 หน่วยกิต

แผนผังโครงสร้างหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

บธ.ม. (กลุ่มวิชาเอกที่จบ)

36 หน่วยกิต



5.1.3 รายวิชาในแต่ละหมวดวิชาและจำนวนหน่วยกิต

5.1.3.1 รหัสวิชา

รายวิชาต่างๆ ในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มีรหัสวิชาซึ่งแทนด้วยตัวอักษรและตัวเลข ที่มีความหมาย ดังนี้

อักษรตัวแรก (M)	หมายถึง วิชาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
อักษรตัวที่สอง	หมายถึง วิชาที่จัดสอนให้กลุ่มวิชาต่างๆ แทนด้วยตัวอักษร ดังนี้
MB	หมายถึง วิชาปรับปรุงพื้นฐานหรือวิชาแกนบริหารธุรกิจ
MF	หมายถึง วิชาที่จัดสอนให้กลุ่มวิชาการเงิน
MG	หมายถึง วิชาที่จัดสอนให้กลุ่มวิชาการจัดการ
MK	หมายถึง วิชาที่จัดสอนให้กลุ่มวิชาการตลาด
MN	หมายถึง วิชาที่จัดสอนให้กลุ่มวิชาการจัดการโลจิสติกส์
ME	หมายถึง วิชาที่จัดสอนให้กลุ่มวิชาการประกอบการ
MI	หมายถึง วิชาที่จัดสอนให้กลุ่มวิชานวัตกรรมธุรกิจ
MS	หมายถึง วิชาที่จัดสอนให้กลุ่มวิชาผู้ประกอบการยุคดิจิทัล
MT	หมายถึง วิชาที่จัดสอนให้กลุ่มวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม
MC	หมายถึง วิชาที่จัดสอนให้กลุ่มวิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีการเงิน
MM	หมายถึง วิชาที่จัดสอนให้กลุ่มวิชาการจัดการธุรกิจครอบครัว
เลขหลักร้อย (5-6)	หมายถึง วิชาในระดับปริญญาโท
เลขหลักสิบ	หมายถึง หมวดวิชา ซึ่งกำหนดไว้ ดังนี้
0-1	หมายถึง วิชาแกนบริหารธุรกิจ และวิชาเอกบังคับ
2-8	หมายถึง วิชาเอกเลือก
9	หมายถึง วิทยานิพนธ์และการศึกษาค้นคว้าอิสระ
เลขหลักหน่วย	หมายถึง ลำดับประจำวิชา

5.1.3.2 รายวิชา

1) กลุ่มวิชาปรับพื้นฐาน

ไม่นับหน่วยกิต

ผู้ที่สอบผ่านการคัดเลือกเข้าศึกษาในหลักสูตร จะต้องลงทะเบียนเรียนวิชาปรับพื้นฐาน ในรายวิชาที่ยังไม่เคยศึกษามาก่อน ซึ่งคณะกรรมการหลักสูตรจะเป็นผู้กำหนด การเรียนปรับพื้นฐานทางด้านวิชาการนี้ไม่นับหน่วยกิตและมีการวัดผลดังนี้

S (Satisfactory)	=	ผ่านเกณฑ์
U (Unsatisfactory)	=	ไม่ผ่านเกณฑ์

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)	ศึกษาก่อน
MB 001	ภาษาอังกฤษเพื่อธุรกิจ (Business English)	-	-
MB 004	หลักการพื้นฐานทางด้านเศรษฐศาสตร์ (Foundation of Economics)	-	-
MB 005	การเงินธุรกิจขั้นพื้นฐาน (Fundamentals of Business Finance)	-	-
MB 007	สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและเครื่องมือเพื่อ วิเคราะห์ทางธุรกิจ (Business Environment & Tools for Business Analysis)	-	-
MB 008	พื้นฐานคอมพิวเตอร์และการเขียน โปรแกรม (Fundamental of Computuer and coding)	-	-

รหัสวิชา	2) กลุ่มวิชาแกนบริหารธุรกิจ		18 หน่วยกิต	ศึกษาก่อน
	ชื่อวิชา		หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษา ด้วยตนเอง)	
MB 501	เศรษฐศาสตร์ธุรกิจประยุกต์ (Applied Business Economics)		3 (3-0-6)	-
MB 503	พฤติกรรมองค์กรและการจัดการที่มีเอกลักษณ์เฉพาะขององค์กร (Organizational Behavior and Identity Management)		3 (3-0-6)	-
MB 508	การจัดการการตลาดยุคดิจิทัล (Marketing Management in Digital Economy)		3 (3-0-6)	-
MB 509	การเงินเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ (Finance for Business Decision)		3 (3-0-6)	-
MB 510	การจัดการการดำเนินงานเชิงนวัตกรรม (Innovative Operations Management)		3 (3-0-6)	-
MB 511	กลยุทธ์สร้างความสามารถในการแข่งขันสูง (Highly Competitive Strategy)		3 (3-0-6)	-

3) กลุ่มวิชาเอก

1. กลุ่มวิชาการจัดการ (Concentration in Management)

กลุ่มวิชาเอกการจัดการ จัดให้มีการเรียนการสอน 2 แบบ คือ แบบการสอนในชั้นเรียน และแบบการสอนทางระบบทางไกลทางอินเทอร์เน็ต โดยมีรายวิชาดังนี้

1.1 วิชาเอกบังคับ 3 วิชา จำนวน 9 หน่วยกิต

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต		ศึกษาก่อน
		(บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)		
MG503	การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศและโลกาภิวัตน์ (International Business and Globalization Management)	3	(3-0-6)	-
MG504	ภาวะผู้นำอนาคตและการจัดการทีมงานที่คล่องแคล่ว (Future Leadership and Agile Team Management)	3	(3-0-6)	-
MG 505	การบริหารความเป็นเลิศขององค์กร (Excellent Organization Management)	3	(3-0-6)	-

1.2 วิชาเอกเลือก นักศึกษาแผน ข (ไม่มีวิทยานิพนธ์) สามารถเลือกศึกษาในกลุ่มวิชาเอกเลือก จำนวน 6 หน่วยกิต ดังนี้

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)	ศึกษาก่อน
MG 521	การออกแบบแนวคิดเพื่อสร้างองค์กรนวัตกรรม (Design Thinking to Create Innovative Organization)	3 (3-0-6)	-
MG 527	การจัดการธุรกิจครอบครัว (Family Business Management)	3 (3-0-6)	-
MG 528	การจัดการดิจิทัลและเทคโนโลยีเพื่อความสามารถในการแข่งขัน (Technology and Digital Management for Competitiveness)	3 (3-0-6)	-
MG529	กฎหมายและภาษีอากรสำหรับธุรกิจ (Laws and Taxation for Business)	3 (3-0-6)	-
MG 531	การเจรจาต่อรองและข้อตกลงทางธุรกิจ (Business Negotiation and Deals)	3 (3-0-6)	-
MG 532	การจัดการการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ (Creative Communication Management)	3 (3-0-6)	-
MG533	การจัดการวัฒนธรรม (Culture Management)	3 (3-0-6)	-
MG 542	การจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Human Resource Management)	3 (3-0-6)	-
MG564	การจัดการธุรกิจสตาร์ทอัพ (Start Up Management)	3 (3-0-6)	-
MG 588	ประเด็นปัจจุบันทางธุรกิจ (Current Issues in Business)	3 (3-0-6)	-
MG 589	สัมมนาทางการจัดการ (Seminar in Management)	3 (3-0-6)	-
MG 590	การวิจัยเพื่อการจัดการทางธุรกิจ (Research for Business Management)	3 (3-0-6)	-
MG594	การจัดการธุรกิจเพื่อความยั่งยืน (Sustainability Business Management)	3 (3-0-6)	-

นอกจากนี้นักศึกษาสามารถเลือกวิชาเอกของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตกลุ่มวิชาอื่นๆ เป็นวิชาเอกเลือกได้ หรืออาจเลือกวิชาในระดับปริญญาโทนอกกลุ่มวิชาเป็นวิชาเอกเลือกได้ 1 วิชา โดยต้องผ่านการเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษา

1.3 วิทยานิพนธ์และการศึกษาค้นคว้าอิสระ

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)	ศึกษาก่อน
MG 600	วิทยานิพนธ์ (Thesis)	12 (0-0-36)	-
MG 601	การศึกษาค้นคว้าอิสระ (Independent Study)	3 (0-0-9)	-

2. กลุ่มวิชาการจัดการโลจิสติกส์ (Concentration in Logistics Management)

2.1 วิชาเอกบังคับ 3 วิชา จำนวน 9 หน่วยกิต

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)	ศึกษาก่อน
MN 501	กลยุทธ์การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ (Logistics and Supply Chain Management Strategies)	3 (3-0-6)	-
MN 502	การจัดการระบบขนส่งและการกระจายสินค้า (Transportation and Distribution Management)	3 (3-0-6)	-
MN 503	กลยุทธ์การจัดการคลังสินค้า และสินค้าคงคลัง (Warehouse and Inventory Management Strategies)	3 (3-0-6)	-

2.2 วิชาเอกเลือก นักศึกษาแผน ข (ไม่มีวิทยานิพนธ์) สามารถเลือกศึกษาในกลุ่มวิชาเอกเลือก จำนวน 6 หน่วยกิต ดังนี้

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)	ศึกษาก่อน
MN 521	การค้าและระบบโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ (International Trade and Logistics System)	3 (3-0-6)	-
MN 522	เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมทางโลจิสติกส์ (Information Technology and Innovation in Logistics)	3 (3-0-6)	-
MN 523	การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่สำหรับการจัดการโซ่อุปทาน (Big Data Analytics for Supply Chain Management)	3 (3-0-6)	-
MN 524	การวางแผนและจัดการความต้องการและการจัดหา (Demand and Procurement Planning and Management)	3 (3-0-6)	-

MN 525	(Logistics Entrepreneurship Development) การบริหารโครงการและออกแบบกระบวนการโซ่อุปทาน	3 (3-0-6)	-
MN 526	อุปทาน (Project Management and Supply Chain Process Redesign) การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานสำหรับธุรกิจ	3 (3-0-6)	-
MN 527	เฉพาะ (Logistics and Supply Chain Management for Specific Products)	3 (3-0-6)	-
MN 528	ประเด็นปัจจุบันทางการจัดการโลจิสติกส์ (Current Issues in Logistics Management)	3 (3-0-6)	-
MN 529	สัมมนาการจัดการทางโลจิสติกส์ (Seminar in Logistics Management)	3 (3-0-6)	-
MN530	การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ในโลจิสติกส์ (Application of Artificial Intelligence in Logistics)	3 (3-0-6)	-

นอกจากนี้นักศึกษาสามารถเลือกวิชาเอกของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตกลุ่มวิชาอื่นๆ เป็นวิชาเอกเลือกได้ หรืออาจเลือกวิชาในระดับปริญญาโทนอกกลุ่มวิชาเป็นวิชาเอกเลือกได้ 1 วิชา โดยต้องผ่านการเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษา

2.3 วิทยานิพนธ์และการศึกษาค้นคว้าอิสระ

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)	ศึกษาก่อน
MN 600	วิทยานิพนธ์ (Thesis)	12 (0-0-36)	-
MN 601	การศึกษาค้นคว้าอิสระ (Independent Study)	3 (0-0-9)	-

3. กลุ่มวิชาการตลาด (Concentration in Marketing)

กลุ่มวิชาเอกการตลาด จัดให้มีการเรียนการสอน 2 แบบ คือ แบบการสอนในชั้นเรียน และแบบการสอนทางระบบทางไกลทางอินเทอร์เน็ต โดยมีรายวิชาดังนี้

3.1 วิชาเอกบังคับ 3 วิชา จำนวน 9 หน่วยกิต

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	ศึกษาก่อน
(บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)			
MK 502	การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับการตลาดดิจิทัล (Consumer Behavior Analysis for Digital Marketing)	3 (3-0-6)	-
MK 503	กลยุทธ์การตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ในยุคดิจิทัล (Marketing Strategy and New Product Development in Digital Economy)	3 (3-0-6)	-
MK 504	การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)	3 (3-0-6)	-

3.2 วิชาเอกเลือก นักศึกษาแผน ข (ไม่มีวิทยานิพนธ์) สามารถเลือกศึกษาในกลุ่มวิชาเอกเลือก จำนวน 6 หน่วยกิต ดังนี้

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	ศึกษาก่อน
(บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)			
MK 522	การจัดการตราสินค้ากับการเป็นผู้นำตลาดดิจิทัล (Brand Management for Digital-Market Leader)	3 (3-0-6)	-
MK 523	การจัดการช่องทางจัดจำหน่ายการตลาดออนไลน์ (Distribution Channel Management in Online Marketing)	3 (3-0-6)	-
MK 525	กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดบูรณาการยุคดิจิทัล (Integrated Marketing Communication Strategies in Digital Economy)	3 (3-0-6)	-
MK 526	กลยุทธ์การตลาดบริการและการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ยุคดิจิทัล (Service Marketing Strategies and Customer Relationship Management in Digital Economy)	3 (3-0-6)	-
MK 529	การสร้างความแตกต่างและนวัตกรรมการตลาดยุคดิจิทัล (Differentiation and Innovation for Marketing in Digital Economy)	3 (3-0-6)	-
	การตลาดชุมชนเพื่อเศรษฐกิจพอเพียงสำหรับตลาดยุคดิจิทัล		-

MK 530	(Community Marketing for Sufficient Economy for Digital Market)	3 (3-0-6)	
MK 531	การตลาดดิจิทัลในองค์กรที่ไม่หวังผลกำไร (Digital Marketing for the Non-Profit Organizations)	3 (3-0-6)	-
MK 542	การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจค้าปลีกยุคดิจิทัล (Logistics and Supply Chain Management of Retail Business in Digital Economy)	3 (3-0-6)	-
MK 543	การจัดการร้านสำหรับการค้าปลีกยุคดิจิทัล (Store Operation Management for Retailing in Digital Economy)	3 (3-0-6)	-
MK 544	การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดเพื่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันในยุคดิจิทัล (Marketing Analytics for Competitive Advantage in Digital Economy)	3 (3-0-6)	-
MK 588	ประเด็นปัจจุบันด้านการจัดการการตลาดดิจิทัล (Current Issues in Digital Marketing)	3 (3-0-6)	-
MK 590	การวิจัยตลาด (Marketing Research)	3 (3-0-6)	-

นอกจากนี้นักศึกษาสามารถเลือกวิชาเอกของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตกลุ่มวิชาอื่นๆ เป็นวิชาเอกเลือกได้ หรืออาจเลือกวิชาในระดับปริญญาโทนอกกลุ่มวิชาเป็นวิชาเอกเลือกได้ 1 วิชา โดยต้องผ่านการเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษา

3.3 วิทยานิพนธ์และการศึกษาค้นคว้าอิสระ

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)	ศึกษาก่อน
MK 600	วิทยานิพนธ์ (Thesis)	12 (0-0-36)	-
MK 601	การศึกษาค้นคว้าอิสระ (Independent Study)	3 (0-0-9)	-

4. กลุ่มวิชาการเงิน (Concentration in Finance)

กลุ่มวิชาเอกการเงิน จัดให้มีการเรียนการสอน 2 แบบ คือ แบบการสอนในชั้นเรียน และแบบการสอนทางระบบทางไกลทางอินเทอร์เน็ต โดยมีรายวิชาดังนี้

4.1 วิชาเอกบังคับ 3 วิชา จำนวน 9 หน่วยกิต

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	ศึกษาก่อน
(บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)			
MF 502	การวิเคราะห์การลงทุน (Investment Analysis)	3 (3-0-6)	-
MF 504	การเงินระหว่างประเทศและการบริหารการเงินของบริษัทข้ามชาติ (International Finance and Financial Management in Multinational Enterprises)	3 (3-0-6)	-
MF 506	เทคโนโลยีการเงินในอุตสาหกรรมการเงิน (Financial Technology in Financial Industry)	3 (3-0-6)	-

4.2 วิชาเอกเลือก นักศึกษาแผน ข (ไม่มีวิทยานิพนธ์) สามารถเลือกศึกษาในกลุ่มวิชาเอกเลือก จำนวน 6 หน่วยกิต ดังนี้

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	ศึกษาก่อน
(บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)			
MF 521	การบริหารการเงินขององค์กรเชิงประยุกต์ (Applied Corporate Finance)	3 (3-0-6)	-
MF 522	การจัดการความเสี่ยงทางการเงิน (Financial Risk Management)	3 (3-0-6)	-
MF 524	การเงินส่วนบุคคล (Personal Finance)	3 (3-0-6)	-
MF 525	การเพิ่มมูลค่ากิจการโดยการปรับโครงสร้าง (Creating Value through Corporate Restructuring)	3 (3-0-6)	-
MF 527	การเงินสำหรับผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Finance)	3 (3-0-6)	-
MF 528	การจัดสรรแบ่งเงินลงทุน (Asset Allocation)	3 (3-0-6)	-
MF 529	การวิจัยการเงิน (Financial Research)	3 (3-0-6)	-
MF 541	หลักประกันภัยและกฎหมาย (Principles of Insurance and Law) การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตและประกันวินาศภัย	3 (3-0-6)	-

MF 542	(Life and General Insurance Product Analysis)	3 (3-0-6)	-
MF 543	คณิตศาสตร์ประกันภัยเพื่องานบริหาร (Actuarial Mathematics)	3 (3-0-6)	-
MF 544	การจัดการสินทรัพย์และหนี้สิน (Assets and Liabilities Management)	3 (3-0-6)	-
MF 545	นโยบายเชิงกลยุทธ์สำหรับบริษัทประกันภัย (Strategic Policy for Insurers)	3 (3-0-6)	-
MF 588	ประเด็นปัจจุบันทางการเงิน (Current Issues in Finance)	3 (3-0-6)	-

นอกจากนี้นักศึกษาสามารถเลือกวิชาเอกของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตกลุ่มวิชาอื่นๆ เป็นวิชาเอกเลือกได้ หรืออาจเลือกวิชาในระดับปริญญาโทนอกกลุ่มวิชาเป็นวิชาเอกเลือกได้ 1 วิชา โดยต้องผ่านการเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษา

4.3 วิทยานิพนธ์และการศึกษาค้นคว้าอิสระ

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)	ศึกษาก่อน
MF 600	วิทยานิพนธ์ (Thesis)	12 (0-0-36)	-
MF 601	การศึกษาค้นคว้าอิสระ (Independent Study)	3 (0-0-9)	-

5. กลุ่มวิชาการประกอบการ (Concentration in Entrepreneurship)

กลุ่มวิชาเอกการประกอบการ จัดให้มีการเรียนการสอน 2 แบบ คือ แบบการสอนในชั้นเรียน และแบบการสอนทางระบบทางไกลทางอินเทอร์เน็ต โดยมีรายวิชาดังนี้

5.1 วิชาเอกบังคับ 3 วิชา จำนวน 9 หน่วยกิต

รหัสวิชา	รายวิชา	จำนวนหน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)	ศึกษาก่อน
ME 501	ทฤษฎีและการปฏิบัติของการประกอบการ (Entrepreneurial Theory and Practice)	3 (3-0-6)	-
ME 502	การปฏิบัติการสำหรับผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Practicum)	3 (3-0-6)	-
ME 503	การเริ่มต้นธุรกิจเชิงนวัตกรรมสร้างสรรค์ (Starting Creative and Innovative Venture)	3 (3-0-6)	-

5.2 วิชาเอกเลือก นักศึกษาแผน ข (ไม่มีวิทยานิพนธ์) สามารถเลือกศึกษาในกลุ่มวิชาเอกเลือก จำนวน 6 หน่วยกิต ดังนี้

รหัสวิชา	รายวิชา	จำนวนหน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)	ศึกษาก่อน
ME 521	การประกอบการในองค์กร (Corporate Entrepreneurship)	3 (3-0-6)	-
ME 522	ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ (Business Research Methodology for Entrepreneurs)	3 (3-0-6)	-
ME 523	การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และการสร้างตราสินค้าของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial New Product Development and Branding)	3 (3-0-6)	-
ME 524	กลยุทธ์การเจริญเติบโตทางธุรกิจ (Venture Growth Strategy)	3 (3-0-6)	-
ME 525	การจัดการธุรกิจครอบครัว (Family Business Management)	3 (3-0-6)	-
ME 526	ความเป็นผู้นำของผู้ประกอบการและการจัดการทุนมนุษย์ (Entrepreneurial Leadership and Human Capital Management)	3 (3-0-6)	-
ME 527	ประสบการณ์ของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Experiences)	3 (3-0-6)	-
ME 528	หลักการทางด้านจิตวิทยาเพื่อสร้างความสำเร็จของผู้ประกอบการ (Psychological Approaches to Entrepreneurial Success)	3 (3-0-6)	-
ME 529	การเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมและการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Social Entrepreneurship and Sustainability)	3 (3-0-6)	-
ME 530	การประกอบการในธุรกิจบริการ (Entrepreneurship in the Service Sector)	3 (3-0-6)	-
ME 531	การตลาดดิจิทัลสำหรับผู้ประกอบการ (Digital Marketing for Entrepreneurs)	3 (3-0-6)	-
ME 532	ยุทธวิธีการขายและการเจรจาต่อรองสำหรับผู้ประกอบการ (Sales and Negotiation Tactics for Entrepreneurs)	3 (3-0-6)	-
ME 533	กลยุทธ์โลกาภิวัตน์สำหรับผู้ประกอบการ (Global Strategy for Entrepreneurs)	3 (3-0-6)	-
ME 534	การจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์สำหรับผู้ประกอบการ (Supply Chain and Logistics Management for Entrepreneurs)	3 (3-0-6)	-
ME 535	กฎหมายธุรกิจระหว่างประเทศและทรัพย์สินทางปัญญา (International Business Laws and Intellectual Property)	3 (3-0-6)	-

นอกจากนี้ นักศึกษาสามารถเลือกวิชาเอกของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตกลุ่มวิชาอื่นๆ เป็นวิชาเอกเลือกได้ หรืออาจเลือกวิชาในระดับปริญญาโทนอกกลุ่มวิชาเป็นวิชาเอกเลือกได้ 1 วิชา โดยต้องผ่านการเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษา

วิทยานิพนธ์และการศึกษาค้นคว้าอิสระ

รหัสวิชา	รายวิชา	จำนวนหน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)	ศึกษาก่อน
ME 600	วิทยานิพนธ์ (Thesis)	12 (0-0-36)	-
ME 601	การศึกษาค้นคว้าอิสระ (Independent Study)	3 (0-0-9)	-

6. กลุ่มวิชานวัตกรรมธุรกิจ (Concentration in Business Innovation)

กลุ่มวิชาเอกนวัตกรรมธุรกิจ จัดให้มีการเรียนการสอน 2 แบบ คือ แบบการสอนในชั้นเรียน และแบบการสอนทางระบบทางไกลทางอินเทอร์เน็ต โดยมีรายวิชาดังนี้

6.1 วิชาเอกบังคับ 3 วิชา จำนวน 9 หน่วยกิต

รหัสวิชา	รายวิชา	จำนวนหน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)	ศึกษาก่อน
MI 501	แนวโน้มธุรกิจสมัยใหม่ (Modern Business Trend)	3 (3-0-6)	-
MI 502	การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Design and Development)	3 (3-0-6)	-
MI 503	การพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการทางด้านนวัตกรรม (Innovation Driven Entrepreneurship Development)	3 (3-0-6)	-

6.2 วิชาเอกเลือก นักศึกษาแผน ข (ไม่มีวิทยานิพนธ์) สามารถเลือกศึกษาในกลุ่มวิชาเอกเลือก จำนวน 6 หน่วยกิต ดังนี้

รหัสวิชา	รายวิชา	จำนวนหน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)	ศึกษาก่อน
MI 521	ระบบโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานระดับโลก (Global Logistics and Supply Chain System)	3 (3-0-6)	-
MI 522	การวิเคราะห์และสร้างแบบจำลองธุรกิจ (Business Simulation Modeling and Analysis)	3 (3-0-6)	-
MI 523	นวัตกรรมพลิกโฉม (Disruptive Innovation)	3 (3-0-6)	-
MI 524	การตลาดดิจิทัลและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ (Creative and Digital Marketing)	3 (3-0-6)	-

MI 525	การจัดการความเสี่ยง (Risk Management)	3 (3-0-6)	-
MI 526	สัมมนาทางนวัตกรรมธุรกิจ (Seminars in Business Innovation)	3 (3-0-6)	-
MI 527	ธุรกิจพลังงานในอนาคต (Future Energy Business)	3 (3-0-6)	-
MI 528	แนวโน้มและการจัดการธุรกิจสุขภาพ (Healthcare Business Trends and Management)	3 (3-0-6)	-
MI 529	กฎหมายธุรกิจระหว่างประเทศและทรัพย์สินทางปัญญา (International Business Laws and Intellectual Property)	3 (3-0-6)	-
MI 530	ประเด็นปัจจุบันทางนวัตกรรมธุรกิจ (Current Issues in Business Innovation)	3 (3-0-6)	-

นอกจากนี้นักศึกษาสามารถเลือกวิชาเอกของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตกลุ่มวิชาอื่นๆ เป็นวิชาเอกเลือกได้ หรืออาจเลือกวิชาในระดับปริญญาโทนอกกลุ่มวิชาเป็นวิชาเอกเลือกได้ 1 วิชา โดยต้องผ่านการเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษา

วิทยานิพนธ์และการค้นคว้าอิสระ

รหัสวิชา	รายวิชา	จำนวนหน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)	ศึกษาก่อน
MI 600	วิทยานิพนธ์ (Thesis)	12 (0-0-36)	-
MI 601	การศึกษาค้นคว้าอิสระ (Independent Study)	3 (0-0-9)	-

7. กลุ่มวิชาผู้ประกอบการยุคดิจิทัล (Digital Entrepreneur)

กลุ่มวิชาเอกผู้ประกอบการยุคดิจิทัล จัดให้มีการเรียนการสอน 2 แบบ คือ แบบการสอนในชั้นเรียน และแบบการสอนทางระบบทางไกลทางอินเทอร์เน็ต โดยมีรายวิชาดังนี้

7.1 วิชาเอกบังคับ 3 วิชา จำนวน 9 หน่วยกิต

รหัสวิชา	รายวิชา	จำนวนหน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)	ศึกษาก่อน
MS 501	การทำธุรกิจออนไลน์ (Online Entrepreneur)	3 (3-0-6)	-
MS 502	เทคโนโลยีทางการเงิน (Financial Technology)	3 (3-0-6)	-
MS 503	กฎหมายธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล (Digital Law)	3 (3-0-6)	-

7.2 วิชาเอกเลือก นักศึกษาแผน ข (ไม่มีวิทยานิพนธ์) สามารถเลือกศึกษาในกลุ่มวิชาเอกเลือก จำนวน 6 หน่วยกิต ดังนี้

รหัสวิชา	รายวิชา	จำนวนหน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)	ศึกษาก่อน
MS 521	เทคโนโลยีธุรกิจดิจิทัล (Digital Business Technology)	3 (3-0-6)	-
MS 522	การจัดการองค์การดิจิทัล (Managing Digital Organization)	3 (3-0-6)	-
MS 523	เทคโนโลยีข้อมูลสำหรับธุรกิจอัจฉริยะ (Big Data Technology for Business Intelligence)	3 (3-0-6)	-
MS 524	การจัดการแบบแอสไจล์สำหรับเทคโนโลยีและสำหรับธุรกิจ (Agile Management for IT and Business)	3 (3-0-6)	-
MS 525	ธุรกิจใหม่และการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจโดยใช้นวัตกรรม (New Technology Venture and Innovation-Driven Business Transformation)	3 (3-0-6)	-
MS 526	การจัดการนวัตกรรมทางเทคโนโลยี (Technological Innovation Management)	3 (3-0-6)	-
MS 527	ธรรมาภิบาลด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Governance)	3 (3-0-6)	-
MS 528	หัวข้อพิเศษทางธุรกิจดิจิทัล 1 (Special Topics in Digital Business 1)	3 (3-0-6)	-
MS 529	หัวข้อพิเศษทางธุรกิจดิจิทัล 2 (Special Topics in Digital Business 2)	3 (3-0-6)	-

นอกจากนี้นักศึกษาสามารถเลือกวิชาเอกของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตกลุ่มวิชาอื่นๆ เป็นวิชาเอกเลือกได้ หรืออาจเลือกวิชาในระดับปริญญาโทนอกกลุ่มวิชาเป็นวิชาเอกเลือกได้ 1 วิชา โดยต้องผ่านการเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษา

วิทยานิพนธ์และการค้นคว้าอิสระ

รหัสวิชา	รายวิชา	จำนวนหน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)	ศึกษาก่อน
MS 600	วิทยานิพนธ์ (Thesis)	12 (0-0-36)	-
MS 601	การศึกษาค้นคว้าอิสระ (Independent Study)	3 (0-0-9)	-

8. กลุ่มวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม (Concentration in Tourism and Hotel Management)

กลุ่มวิชาเอกการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม จัดให้มีการเรียนการสอน 2 แบบ คือ แบบการสอนในชั้นเรียน และแบบการสอนทางระบบทางไกลทางอินเทอร์เน็ต โดยมีรายวิชาดังนี้

8.1 วิชาเอกบังคับ 3 วิชา จำนวน 9 หน่วยกิต.

รหัสวิชา	รายวิชา	จำนวนหน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง)	ศึกษาก่อน
MT 501	พลวัตการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม (Dynamics of Tourism and Hotel Management)	3 (3-0-6)	-
MT 502	การสร้างธุรกิจใหม่และการเป็นผู้ประกอบการ ธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรม (New Venture Creation and Entrepreneurship in Tourism and Hotel Business)	3 (3-0-6)	-
MT 503	การจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรม เพื่อความยั่งยืน (Tourism and Hotel Business Management for Sustainability)	3 (3-0-6)	-

8.2 วิชาเอกเลือก นักศึกษาแผน ข (ไม่มีวิทยานิพนธ์) สามารถเลือกศึกษาในกลุ่มวิชาเอกเลือก จำนวน 6 หน่วยกิต ดังนี้

รหัสวิชา	รายวิชา	จำนวนหน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง)	ศึกษาก่อน
MT 521	การจัดการธุรกิจที่พักแรมสมัยใหม่ (Modern Accommodation Business Management)	3 (3-0-6)	-
MT 522	การจัดการธุรกิจบริการสุขภาพและสปา (Wellness and Spa Business Management)	3 (3-0-6)	-
MT 523	การจัดการธุรกิจบริการอาหารและภัตตาคาร (Food Service and Restaurant Business Management)	3 (3-0-6)	-
MT 524	การจัดการธุรกิจสายการบินและท่าอากาศยาน (Airline Business and Airport Management)	3 (3-0-6)	-
MT 525	การวางแผนและการจัดการงานอีเวนต์ (Event Planning and Management)	3 (3-0-6)	-
MT 526	การจัดการคุณภาพการบริการสำหรับธุรกิจ การท่องเที่ยวและการโรงแรม (Service Quality Management for Tourism and Hotel Business)	3 (3-0-6)	-

MT 527	การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรม (Customer Relations Management in Tourism and Hotel Business)	3 (3-0-6)	-
MT 528	การพัฒนาทุนมนุษย์สำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรม (Human Capital Development for Tourism and Hotel Business)	3 (3-0-6)	-
MT 529	การจัดการผลิตภัณฑ์และตราสินค้าสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรม (Product and Brand Management for Tourism and Hotel Business)	3 (3-0-6)	-
MT 530	การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชนสำหรับการท่องเที่ยวและการโรงแรม (Logistics and Supply Chain Management for Tourism and Hotel)	3 (3-0-6)	-
MT 531	ประเด็นวิพากษ์ในธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรม (Critiqued Issues in Tourism and Hotel Business)	3 (3-0-6)	-
MT 532	ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับการท่องเที่ยวและการโรงแรม (Research Methodology for Tourism and Hotel)	3 (3-0-6)	-

นอกจากนี้นักศึกษาสามารถเลือกวิชาเอกของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตกลุ่มวิชาอื่นๆ เป็นวิชาเอกเลือกได้ หรืออาจเลือกวิชาในระดับปริญญาโทนอกกลุ่มวิชาเป็นวิชาเอกเลือกได้ 1 วิชา โดยต้องผ่านการเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษา

วิทยานิพนธ์และการค้นคว้าอิสระ

รหัสวิชา	รายวิชา	จำนวนหน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)	ศึกษาก่อน
MT 600	วิทยานิพนธ์ (Thesis)	12 (0-0-36)	-
MT 601	การศึกษาค้นคว้าอิสระ (Independent Study)	3 (0-0-9)	-

9. กลุ่มวิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีการเงิน

(Concentration in Computer Engineering and Financial Technology)

กลุ่มวิชาเอกวิศวกรรมคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีการเงิน จัดให้มีการเรียนการสอน 2 แบบ คือ แบบการสอนในชั้นเรียน และแบบการสอนทางระบบทางไกลทางอินเทอร์เน็ต โดยมีรายวิชาดังนี้

9.1 วิชาเอกบังคับ 3 วิชา จำนวน 9 หน่วยกิต.

รหัสวิชา	รายวิชา	จำนวนหน่วยกิต	ศึกษาก่อน
		(บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง)	
MC 501	การเปลี่ยนรูปแบบบริการทางการเงินให้เป็นดิจิทัล (Digital Transformation in Financial Services)	3 (3-0-6)	-
MC 502	การวิเคราะห์และการแก้ไขปัญหาสำหรับระบบนิเวศ เทคโนโลยีทางการเงิน (Analysis and solutions for fintech ecosystems)	3 (3-0-6)	-
MC 503	นวัตกรรมทางเทคโนโลยีการเงินในการให้บริการ ทางการเงิน (Financial Technology Innovation in Financial Services)	3 (3-0-6)	-

9.2 วิชาเอกเลือก นักศึกษาแผน ข (ไม่มีวิทยานิพนธ์) สามารถเลือกศึกษาในกลุ่มวิชาเอกเลือก จำนวน 6 หน่วยกิต ดังนี้

รหัสวิชา	รายวิชา	จำนวนหน่วยกิต	ศึกษาก่อน
		(บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง)	
MC 521	ระบบสารสนเทศและการออกแบบการบริการ : กลยุทธ์ แบบจำลองและวิธีการ (Information Systems and Service Design: Strategy, Models, and Methods)	3 (3-0-6)	-
MC 522	สถาปัตยกรรมคอมพิวเตอร์ขององค์กร (Enterprise Computer Architectures)	3 (3-0-6)	-
MC 523	การนำเสนอข้อมูล (Data Visualization)	3 (3-0-6)	-
MC 524	คลังข้อมูลและเหมืองข้อมูลสำหรับ วิศวกรรมคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีการเงิน (Data Warehouse and Data Mining for Computer Engineering and Financial Technology)	3 (3-0-6)	-
MC 525	เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับเทคโนโลยีการเงิน (Information Technology for Financial Technology)	3 (3-0-6)	-
MC 526	การบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Management)	3 (3-0-6)	-

MC 527	ความมั่นคงปลอดภัยของสารสนเทศในเทคโนโลยีการเงิน (Information Security in Financial Technology)	3 (3-0-6)	-
MC 528	เทคโนโลยีการเงินขั้นสูง (Advanced Financial Technology)	3 (3-0-6)	-

นอกจากนี้นักศึกษาสามารถเลือกวิชาเอกของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตกลุ่มวิชาอื่นๆ เป็นวิชาเอกเลือกได้ หรืออาจเลือกวิชาในระดับปริญญาโทนอกกลุ่มวิชาเป็นวิชาเอกเลือกได้ 1 วิชา โดยต้องผ่านการเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษา

วิทยานิพนธ์และการค้นคว้าอิสระ

รหัสวิชา	รายวิชา	จำนวนหน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง)	ศึกษาก่อน
MC 600	วิทยานิพนธ์ (Thesis)	12 (0-0-36)	-
MC 601	การศึกษาค้นคว้าอิสระ (Independent Study)	3 (0-0-9)	-

10. กลุ่มวิชาการจัดการธุรกิจครอบครัว

(Concentration in Family Business Management)

กลุ่มวิชาเอกการจัดการธุรกิจครอบครัว จัดให้มีการเรียนการสอน 2 แบบ คือ แบบการสอนในชั้นเรียน และแบบการสอนทางระบบทางไกลทางอินเทอร์เน็ต โดยมีรายวิชาดังนี้

10.1 วิชาเอกบังคับ 3 วิชา จำนวน 9 หน่วยกิต.

รหัสวิชา	รายวิชา	จำนวนหน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง)	ศึกษาก่อน
MM 501	หลักการบริหารธุรกิจครอบครัว (Principles of Family Business Management)	3 (3-0-6)	-
MM 502	การออกแบบองค์กรและการกำกับดูแลธุรกิจครอบครัว (Organization Design and Governance of Family Business)	3 (3-0-6)	-
MM 503	กลยุทธ์ธุรกิจครอบครัวเพื่อความยั่งยืน (Family Business Strategy for Sustainability)	3 (3-0-6)	-

10.2 วิชาเอกเลือก นักศึกษาแผน ข (ไม่มีวิทยานิพนธ์) สามารถเลือกศึกษาในกลุ่มวิชาเอกเลือก จำนวน 6 หน่วยกิต ดังนี้

รหัสวิชา	รายวิชา	จำนวนหน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)	ศึกษาก่อน
MM 521	การบริหารความเสี่ยงสำหรับธุรกิจครอบครัว (Risk Management for Family Business)	3 (3-0-6)	-
MM 522	การบริหารความขัดแย้ง (Conflict Management)	3 (3-0-6)	-
MM 523	การบริหารนวัตกรรมในธุรกิจครอบครัว (Managing Innovation in Family Business)	3 (3-0-6)	-
MM 524	กฎหมายและภาษีของธุรกิจครอบครัว (Legal and Tax for Family Business)	3 (3-0-6)	-
MM 525	การบริหารความมั่งคั่ง (Wealth Management)	3 (3-0-6)	-
MM 526	การวางแผนสืบทอดธุรกิจและการเปลี่ยนผ่าน ในธุรกิจครอบครัว (Succession Planning and Transition in Family Business)	3 (3-0-6)	-
MM 527	สัมมนาการบริหารธุรกิจครอบครัว (Seminar in Family Business)	3 (3-0-6)	-

วิทยานิพนธ์และการค้นคว้าอิสระ

รหัสวิชา	รายวิชา	จำนวนหน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)	ศึกษาก่อน
MM 600	วิทยานิพนธ์ (Thesis)	12 (0-0-36)	-
MM 601	การศึกษาค้นคว้าอิสระ (Independent Study)	3 (0-0-9)	-

5.1.4 แผนการศึกษา

แผน ก. มีวิทยานิพนธ์

ปีที่	ภาคการศึกษา	วิชา	จำนวนหน่วยกิต
1	ภาคต้น	วิชาแกนบริหารธุรกิจ 2 วิชา	6
	ภาคปลาย	วิชาแกนบริหารธุรกิจ 2 วิชา	6
		วิชาเอกบังคับ 1 วิชา	3
ฤดูร้อน	วิชาเอกบังคับ 1 วิชา	3	
2	ภาคต้น	วิชาแกนบริหารธุรกิจ 2 วิชา	6
		วิทยานิพนธ์	3
	ภาคปลาย	วิทยานิพนธ์	9
ฤดูร้อน	สอบวิทยานิพนธ์		
รวมปีที่ 1 และปีที่ 2			36

แผน ข. ไม่มีวิทยานิพนธ์

ปีที่	ภาคการศึกษา	วิชา	จำนวนหน่วยกิต
1	ภาคต้น	วิชาแกนบริหารธุรกิจ 2 วิชา	6
	ภาคปลาย	วิชาแกนบริหารธุรกิจ 2 วิชา	6
		วิชาเอกบังคับ 1 วิชา	3
ฤดูร้อน	วิชาเอกบังคับ 1 วิชา	3	
2	ภาคต้น	วิชาแกนบริหารธุรกิจ 2 วิชา	6
		วิชาเอกบังคับ 1 วิชา	3
	ภาคปลาย	วิชาเอกเลือก 2 วิชา	6
		วิชาการศึกษาค้นคว้าอิสระ	3
ฤดูร้อน	สอบประมวลความรู้		
รวมปีที่ 1 และปีที่ 2			36

5.1.5 คำอธิบายรายวิชา

5.1.5.1 วิชาปรับพื้นฐาน

(ไม่นับหน่วยกิต)

- MB 001** ภาษาอังกฤษเพื่อธุรกิจ -
(Business English)
ฝึกทักษะในการอ่าน การวิเคราะห์ สรุป กรณีศึกษา ตำราที่เป็นภาษาอังกฤษ
- MB 004** หลักการทางด้านเศรษฐศาสตร์ -
(Foundation of Economics)
ระบบเศรษฐกิจ อุปสงค์ อุปทาน คุณภาพ ความยืดหยุ่นของอุปสงค์และอุปทาน ทฤษฎีความต้องการของผู้บริโภค ทฤษฎีการผลิต การกำหนดราคาและคุณภาพของผู้ผลิต ปัจจัยการผลิต การวัดรายได้ประชาชาติ การว่างงาน ผลิตผล ระดับราคา เงินตราและการธนาคาร ปัญหาและนโยบายในการแก้ไขภาวะเงินเฟ้อ เงินฝืด การค้าระหว่างประเทศ และการพัฒนาเศรษฐกิจ
- MB 005** การเงินธุรกิจขั้นพื้นฐาน -
(Fundamentals of Business Finance)
บทบาทและความสำคัญของหน้าที่งานการเงินในธุรกิจสมัยใหม่ ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการวิเคราะห์หั่งบการเงิน มูลค่าเงินตามเวลา การประเมินมูลค่าตราสารทุนและตราสารหนี้ ผลตอบแทนและความเสี่ยง เทคนิคต่างๆ ในการประเมินงบประมาณเงินทุน ตลอดจนการจัดการ โครงสร้างทางการเงิน
- MB 007** สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและเครื่องมือเพื่อวิเคราะห์ทางธุรกิจ -
(Business Environment & Tools for Business Analysis)
การเรียนรู้เครื่องมือที่นิยมใช้ในการวิเคราะห์และวางแผนทางธุรกิจ การจัดทำแผนธุรกิจ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT) การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Five Forces Model) ส่วนผสมการตลาด (Marketing Mix) การวิเคราะห์การเติบโตและส่วนแบ่งการตลาด (Boston Consulting Group) การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน (7S McKinsey) รวมทั้งเครื่องมืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
- MB 008** พื้นฐานคอมพิวเตอร์และการเขียนโปรแกรม -
(Fundamental of Computer and coding)
หลักการเบื้องต้นของคอมพิวเตอร์ องค์ประกอบของคอมพิวเตอร์ พื้นฐานการเขียนโปรแกรมเริ่มต้น ความสัมพันธ์ของฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ และโปรแกรมภาษา รวมถึงแนวทางการประยุกต์ใช้งานให้เกิดประโยชน์สูงสุด

5.1.5.2 กลุ่มวิชาแกนบริหารธุรกิจ (Core Courses)

จำนวน 18 หน่วยกิต

MB 501 เศรษฐศาสตร์ธุรกิจประยุกต์

3 (3-0-6)

(Applied Business Economics)

เพื่อให้หน่วยธุรกิจและวิสาหกิจมีความเข้าใจในแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ในการกำหนดกลยุทธ์และตัดสินใจทางธุรกิจ รวมทั้งมีความสามารถในการวิเคราะห์สถานการณ์เศรษฐกิจในภาพรวมระดับมหภาคที่มีผลกระทบต่อหน่วยธุรกิจเพื่อให้สามารถปรับตัวและตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

MB 503 พฤติกรรมองค์กรและการจัดการที่มีเอกลักษณ์เฉพาะขององค์กร

3 (3-0-6)

(Charismatic Organizational Behavior and Identity Management)

การจัดการความหลากหลายของพฤติกรรม (Variety Personality) ที่ส่งผลกระทบต่อการทำงาน ทำให้เกิดความไม่สอดคล้องของทัศนคติ (Attitude - Cognitive Dissonance) และเชื่อมโยงไปถึงการรับรู้ (Perception) ที่ดี ที่มีบทบาทต่อการตัดสินใจ (Decision Making) ที่มีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นการสร้างและพัฒนาภาวะผู้นำแบบปฏิรูป (Transformation Leadership) ของบุคลากรในองค์กร และการสอนงานแบบโค้ช (Coaching)

MB 508 การจัดการการตลาดยุคดิจิทัล

3 (3-0-6)

(Marketing Management in Digital Economy)

แนวคิดพื้นฐานการจัดการการตลาดและแนวคิดใหม่ของการจัดการการตลาดยุคดิจิทัล การวิเคราะห์และการพยากรณ์ความต้องการตลาด การพัฒนากลยุทธ์และแผนการตลาด การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมายและตำแหน่งทางการตลาด การสร้างความพึงพอใจและความภักดี การสร้างคุณค่าตราสินค้า การกำหนดกลยุทธ์และโปรแกรมทางการตลาด รวมทั้งจรรยาบรรณในการจัดการการตลาด เพื่อพัฒนาความสามารถและความได้เปรียบเชิงแข่งขันอย่างยั่งยืนในตลาดยุคดิจิทัล

MB 509 การเงินเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ

3 (3-0-6)

(Finance for Business Decision)

งบการเงินและการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานทางการเงิน ความเสี่ยงและอัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์ และกลุ่มหลักทรัพย์ การประเมินมูลค่าหลักทรัพย์ การประเมินมูลค่าบริษัท โครงสร้างเงินทุนและต้นทุนของเงินทุน การจัดการเงินทุนหมุนเวียน การจัดทำงบลงทุนและการประเมินโครงการ การวางแผนและการพยากรณ์ทางการเงิน เทคโนโลยีการเงิน และเงินสกุลดิจิทัล ที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจทางธุรกิจ

MB 510 การจัดการการดำเนินงานเชิงนวัตกรรม**3 (3-0-6)****(Innovative Operations Management)**

แนวทางการสร้างและเลือกกลยุทธ์การดำเนินงานเชิงนวัตกรรม (Innovative Operations Strategy) ให้เหมาะสมกับรูปแบบธุรกิจ (Business Model) การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ทั้งอุตสาหกรรมการผลิต (Production) การบริการ (Service) และการค้า (Trading) การออกแบบผลิตภัณฑ์ บริการและกระบวนการ (Product, Service, and Process Design) การบริหารห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ (Supply Chain & Logistics) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ (Efficient) ประสิทธิภาพ (Effectiveness) และลดต้นทุน (Cost Reduction) การพยากรณ์ (Forecasting) การบริหารสินค้าคงคลัง (Inventory Management) และ การใช้เครื่องมือเพื่อพัฒนาคุณภาพ (Quality Improvement Tools)

MB 511 กลยุทธ์สร้างความสามารถในการแข่งขันสูง**3 (3-0-6)****(Highly Competitive Strategy)**

ความสามารถในการแข่งขันสูงของธุรกิจปัจจุบันต้องมีทั้งวิธีการสร้างจุดแข็ง มีความรวดเร็ว ยืดหยุ่นที่เหมาะสมกับสถานการณ์ องค์กรสมัยใหม่จึงมุ่งสร้างกลยุทธ์สมัยใหม่ที่เรียกว่ากลยุทธ์เพื่อความสามารถในการแข่งขันสูง ที่มีลักษณะไม่ซับซ้อนแต่ได้ผลลัพธ์สูง ประกอบด้วยกลุ่มกลยุทธ์การสร้างการเติบโต (Growth Strategy) กลยุทธ์ความคล่องตัว (Agile Strategy) กลยุทธ์ความเป็นเลิศ (Intelligent Strategy) และกลยุทธ์การเปลี่ยนแปลง (Transformative Strategy)

5.1.5.3 กลุ่มวิชาเอก**1) กลุ่มวิชาการจัดการ****วิชาเอกบังคับ 9 หน่วยกิต****MG 503 การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศและโลกาภิวัตน์****3 (3-0-6)****(International Business and Globalization Management)**

การวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การเมือง กฎหมาย และเทคโนโลยี ที่มีอิทธิพลต่อการจัดธุรกิจโลกาภิวัตน์ในอนาคต การวิเคราะห์โอกาส อุปสรรค สภาพการแข่งขัน กลยุทธ์การจัดการและการประกอบธุรกิจแบบโลกาภิวัตน์ การค้นหาและการเข้าสู่ตลาดเกิดใหม่ (Emerging Market) การบริหารความเสี่ยง (Risk Management) มุ่งเน้นการวิเคราะห์กรณีศึกษา อุตสาหกรรมสำคัญ การดำเนินธุรกิจของบริษัทข้ามชาติ (Multinational Enterprise) และกิจการจากประเทศไทย

MG 504 ภาวะผู้นำอนาคตและการจัดการทีมงานที่คล่องแคล่ว**3 (3-0-6)****(Future Leadership and Agile Team Management)**

การสร้างและพัฒนาภาวะผู้นำอนาคต (Future Leadership) การกำหนดวิสัยทัศน์สำหรับองค์กรสมัยใหม่ (Modern Organization) แนวทางการนำองค์กรที่แสวงหากำไรและไม่แสวงหากำไร (Profit & Non-Profit Organization) องค์กรดิจิทัล (Digital Organization) ธุรกิจ Startup (Startup Business) การนำผู้ตามที่แตกต่างกันในสถานการณ์ต่าง ๆ กัน ตั้งแต่การเริ่มต้นธุรกิจ การเติบโต การถดถอย การบริหารภาวะวิกฤติ (Crisis Management) การสร้างองค์กรที่คล่องแคล่วว่องไว (Agile Organization) การสร้างคุณค่าร่วมและจัดการวัฒนธรรมองค์กร การสร้างและการพัฒนาทีมงานให้มีประสิทธิภาพเกิดแรงจูงใจ มีความสุขในการทำงาน (Happy Workplace) และมีความผูกพันระยะยาวกับองค์กร (Employee Engagement)

MG 505 การบริหารความเป็นเลิศขององค์กร**3 (3-0-6)****(Excellent Organization Management)**

แนวทางการสร้างความเป็นเลิศขององค์กร (Excellent Organization) บทบาทและหน้าที่ของผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ (Visionary Leaders) ในการกำหนดทิศทางและแนวทางการสร้างกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นลูกค้า (Customer Focus) การสร้างความสัมพันธ์และความผูกพันกับลูกค้า (Customer Relationship and Customer Engagement) การออกแบบกระบวนการ ผลิตภัณฑ์ บริการและกระบวนการเพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า การพัฒนาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement) การบริหารความเสี่ยง (Risk Management) การสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) การพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากร (Competency) รวมทั้งการจัดการผลการดำเนินงาน (Performance Management) และแนวทางการตั้งเป้าหมายและวัดผลสัมฤทธิ์อย่างเป็นระบบ (Objective and Key Result, OKRs) เพื่อเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กรในระยะยาว (Competitive Advantage) ด้วยหลักการและแนวคิดการจัดการคุณภาพองค์กรรวม (Total Quality Management)

วิชาเอกเลือก**MG 521 การออกแบบแนวคิดเพื่อสร้างองค์กรนวัตกรรม****3 (3-0-6)****(Design Thinking to Create Innovative Organization)**

การสร้างแนวคิดเชิงนวัตกรรม (Innovative Thinking) ให้เกิดขึ้นทั่วทั้งองค์กร โดยการออกแบบแนวคิด (Design Thinking) และการเปลี่ยนผ่านองค์กรดิจิทัล (Digital Transformation) โดยเริ่มต้นจากการเข้าใจและรับฟังเสียงของลูกค้า (Empathize) กำหนดปัญหา (Define) ระดมแนวคิดเพื่อแก้ไขปัญหา (Ideate) สร้างแบบจำลอง (Prototype) และทดสอบ (Test) กระบวนการสร้างนวัตกรรม (Innovation Creation Process) การพัฒนารูปแบบธุรกิจแบบองค์กรรวม (Business Model Canvas) กระบวนการ สินค้าและบริการ ความสามารถในการเปลี่ยนแปลงเพื่อพัฒนาองค์กรให้มีศักยภาพและเกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วและการแข่งขันที่รุนแรงของโลกธุรกิจ

MG 527 การจัดการธุรกิจครอบครัว**3 (3-0-6)****(Family Business Management)**

ลักษณะของธุรกิจครอบครัว การสืบทอดธุรกิจครอบครัว ธรรมเนียมครอบครัว การบริหารความขัดแย้งในธุรกิจครอบครัว รวมทั้งกรณีศึกษาธุรกิจครอบครัวที่ประสบความสำเร็จและล้มเหลว

MG 528 การจัดการดิจิทัลและเทคโนโลยีเพื่อความสามารถในการแข่งขัน **3 (3-0-6)**

(Technology and Digital Management for Competitiveness)

การเตรียมความพร้อมต่อความท้าทายขององค์กรในอนาคตพร้อมการจัดการเทคโนโลยีเปลี่ยนโลก (Disruptive Technology) ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial intelligence) การจำลองสภาพแวดล้อมเสมือนจริง (Virtual Reality, VR) และการรวมสภาพแวดล้อมกับวัตถุเสมือน (Augmented Reality, AR) การใช้ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เพื่อบริการดิจิทัลและเทคโนโลยีสมัยใหม่ในการออกแบบรูปแบบธุรกิจ (Business Model) กระบวนการ สินค้าและบริการเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) โดยเริ่มจากกระบวนการวางแผน การออกแบบองค์กร การบริหารองค์กร การสื่อสารภายในและภายนอกองค์กร การควบคุม และการประเมิน เพื่อสามารถตอบสนองพลวัตของการแข่งขันของธุรกิจในอนาคต

MG 529 กฎหมายและภาษีอากรสำหรับธุรกิจ **3 (3-0-6)**

(Laws and Taxation for Business)

แนวความคิดพื้นฐานของกฎหมายอากรความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายการคลังของรัฐกับนโยบายภาษีอากรและแนวความคิดในเรื่องจำแนกประเภทภาษี การกำหนดฐานภาษี อัตราภาษี รวมทั้งระบบการจัดเก็บ และการคุ้มครองเอกชนผู้เสียภาษีโดยกระบวนการทางกฎหมาย หลักการภาษีอากรประเภทต่างๆ เช่น ภาษีสรรพากร ภาษีศุลกากร ภาษีสรรพสามิต ภาษีทรัพย์สินและภาษีมรดก โครงสร้างของระบบภาษีในประเทศไทย ภาระภาษีในการประกอบธุรกิจ โดยเน้นภาษีเงินได้ ภาษีมูลค่าเพิ่ม การบรรเทาภาระภาษีที่ได้หลักเกณฑ์ของกฎหมายการจัดทำสัญญาบางประเภทที่มีผลกระทบต่อภาระภาษี กรณีศึกษาเกี่ยวกับวางแผนภาษีในธุรกิจบางประเภท

MG 531 การเจรจาต่อรองและข้อตกลงทางธุรกิจ **3 (3-0-6)**

(Business Negotiation and Deals)

ประเด็นและแนวคิดเกี่ยวกับการเจรจาต่อรอง บทบาทของผู้เจรจาต่อรองในการสร้างและกำหนดข้อตกลง เทคนิคการเจรจาเพื่อสร้างข้อตกลง ความซับซ้อนของการเจรจาต่อรองที่ต้องผ่านตัวแทน ปัญหาความไม่เท่าเทียมกันของข้อมูลข่าวสาร (Asymmetric information) จรรยาบรรณในการเจรจาต่อรอง อุปสรรคในการเจรจาต่อรอง การสร้างข้อตกลงทางธุรกิจ โดยผู้ศึกษาจะได้ฝึกการจำลองสถานการณ์ในการเจรจาต่อรองที่ซับซ้อน

MG 532 การจัดการการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ **3 (3-0-6)**

(Creative Communication Management)

การวางแผนการสื่อสารและนำเสนอเชิงกลยุทธ์อย่างสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาองค์กรให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงและเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมในอนาคต โดยมุ่งเน้นการสร้างทักษะการสื่อสาร ทั้งด้านการพูด ฟัง อ่าน และเขียน ทั้งในรูปแบบดั้งเดิม อิเล็กทรอนิกส์และสื่อสังคมออนไลน์ การจัดการภายในองค์กรและภายนอกองค์กรให้เกิดประโยชน์และประสิทธิภาพสูงสุดทางการสื่อสาร รวมทั้งการสื่อสารเพื่อแก้ไขปัญหาและความขัดแย้งในองค์กร

MG 533 การจัดการวัฒนธรรม **3 (3-0-6)**

(Culture Management)

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม รูปแบบและความแตกต่างของวัฒนธรรม การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม วิธีการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดี การจัดการวัฒนธรรมขององค์กร การปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กร การใช้วัฒนธรรมองค์กรและวัฒนธรรมข้ามชาติเพื่อเป็นเครื่องมือในการบริหารงาน และเป็นกลยุทธ์ในการแข่งขันของธุรกิจ

MG 542 การจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ **3 (3-0-6)**

(Strategic Human Resource Management)

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ขององค์กร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร ท่ามกลางกระแสความเปลี่ยนแปลงของโลกในยุคโลกาภิวัตน์ อาทิ การวางแผนกำลังคน การสรรหาและคัดเลือกบุคลากรที่มีศักยภาพให้เข้ามาทำงานกับองค์กร การรักษานักวิชาการมืออาชีพไว้ในองค์กร การประเมินผลการปฏิบัติงาน การพัฒนาบุคลากรให้มีความเป็นมืออาชีพ รวมทั้งกลยุทธ์ในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีความแตกต่าง และหลากหลายวัฒนธรรม เป็นต้น

MG 564 การจัดการธุรกิจสตาร์ทอัพ **3 (3-0-6)**

(Start Up Management)

เน้นการจัดการธุรกิจอย่างถูกต้อง สร้างความเข้าใจของการทำสตาร์ทอัพและสรุปความแตกต่างสตาร์ทอัพและ SME เพื่อให้นักศึกษาได้มีหลักการกระบวนการวิเคราะห์ในการดำเนินการทางประเภทของธุรกิจได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ยังรวมถึงการเตรียมตัวในการเป็นสตาร์ทอัพไม่ว่าจะเป็นการระดมทุน จัดหาทุน การเติบโตอย่างก้าวกระโดด ในโลกยุคปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลาด้วย

MG 588 ประเด็นปัจจุบันทางธุรกิจ **3 (3-0-6)**

(Current Issues in Business)

ประเด็นปัญหา หรือ หัวข้อที่น่าสนใจในการบริหารธุรกิจที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน การวิเคราะห์และสังเคราะห์ในประเด็นที่เกิดขึ้น ทั้งในด้านการตลาด การเงิน การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การจัดการ และการบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ โดยเน้นกรณีศึกษา และการรับฟังการบรรยายพิเศษจากวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อให้ผู้เรียนได้มีความรู้ความเข้าใจในการบริหารธุรกิจเชิงบูรณาการ

MG 589 สัมมนาทางการจัดการ **3 (3-0-6)**

(Seminar in Management)

การอภิปรายแนวคิด กลยุทธ์ และปัญหาเกี่ยวกับการจัดการร่วมสมัย

MG 590 การวิจัยเพื่อการจัดการทางธุรกิจ **3 (3-0-6)**

(Research for Business Management)

กระบวนการในการวิจัยธุรกิจทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณเพื่อสำรวจปัญหาของธุรกิจเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ การวางแผนการวิจัยและการค้นหาคำตอบอย่างเป็นระบบ การกำหนดแนวทางในการค้นหาคำตอบ การวิเคราะห์ข้อมูล การนำข้อมูลไปใช้ในการตัดสินใจทางธุรกิจ

MG594 การจัดการธุรกิจเพื่อความยั่งยืน**3 (3-0-6)****(Sustainability Business Management)**

กระบวนการในการพัฒนาความยั่งยืน (Sustainability Development) ให้แก่องค์กร ธุรกิจ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม การสร้างกลยุทธ์ความยั่งยืน (Sustainability Strategy) โดยมีการนำหลักเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficient Economy) ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) การสร้างคุณค่าร่วม (Creating Shared Value) ธรรมภิบาล (Good Governance) การกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance) การต่อต้านการทุจริต (Anti-Corruption) มาตรการคาร์บอนฟุตพริ้นท์ (Carbon Footprint) และเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) การป้องกันความเสี่ยงด้านความยั่งยืน การสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อตอบสนองการเปลี่ยนแปลงของสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน การวัดและประเมินการพัฒนาที่ยั่งยืน (Measurement & Evaluation of Sustainability Development)

วิทยานิพนธ์และการศึกษาค้นคว้าอิสระ**MG 600 วิทยานิพนธ์****12 (0-0-36)****(Thesis)**

นักศึกษาที่เลือกเรียนแผนการศึกษา ก แบบ ก 2 ต้องจัดทำวิทยานิพนธ์และสอบป้องกันวิทยานิพนธ์ โดยหัวข้อวิทยานิพนธ์ต้องอยู่ในขอบเขตสาขาวิชาที่ตนศึกษา และได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ฉบับสมบูรณ์ต้องได้รับอนุมัติเห็นชอบจากคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ที่ได้รับการแต่งตั้ง

MG 601 การศึกษาค้นคว้าอิสระ**3 (0-0-9)****(Independent Study)**

นักศึกษาที่เลือกเรียนแผนการศึกษา ข ต้องจัดทำรายงานการค้นคว้าอิสระในหัวข้อที่นักศึกษาสนใจ ซึ่งมีอาจารย์ที่ปรึกษากำกับดูแล และต้องได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการสอบที่ได้รับการแต่งตั้ง

2) กลุ่มวิชาการจัดการโลจิสติกส์**วิชาเอกบังคับ****MN 501 กลยุทธ์การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์****3 (3-0-6)****(Logistics and Supply Chain Management Strategies)**

กลยุทธ์การบริหารระบบโซ่อุปทาน ได้แก่ การจัดซื้อ การปฏิบัติการ การขนส่งและกระจายสินค้า การตลาด ระบบสารสนเทศ รวมถึงเทคนิคที่สำคัญที่เกี่ยวกับการจัดการการเก็บ การบริหารวัตถุดิบและสินค้าคงคลัง การจัดการความสัมพันธ์กับผู้ส่งมอบ และการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าในโซ่อุปทาน กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการจัดการโซ่อุปทาน

MN 502 การจัดการระบบขนส่งและการกระจายสินค้า 3 (3-0-6)

(Transportation and Distribution Management)

การขนส่งแต่ละประเภท กิจกรรมของการขนส่ง ระบบ โลจิสติกส์ของสินค้าทั้งในส่วนของขนส่งและการกระจายสินค้า การจัดเส้นทางและตารางการขนส่ง การจัดระบบการกระจายสินค้า ศูนย์กระจายสินค้า การวัดประสิทธิภาพการขนส่งและการกระจายสินค้า เทคโนโลยีสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการกระจายสินค้าและการขนส่งสินค้า กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการจัดการระบบขนส่งและการกระจายสินค้า

MN503 กลยุทธ์การจัดการคลังสินค้า และสินค้าคงคลัง 3 (3-0-6)

(Warehouse and Inventory Management Strategies)

เทคนิคการพยากรณ์ กลยุทธ์การบริหารความต้องการ การบริหารวัตถุดิบ การกำหนดนโยบายควบคุมสินค้าคงคลัง การวัดประสิทธิภาพการจัดการสินค้าคงคลัง ผลกระทบจากการพยากรณ์และความต้องการไม่แน่นอน การออกแบบ การวางแผน การควบคุม และการบริหารสินค้าคงคลังในระบบโซ่อุปทาน การวัดประสิทธิภาพการบริหารจัดการสินค้าคงคลัง เทคโนโลยีสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการจัดการสินค้าคงคลัง การจำลองสถานการณ์ของระบบสินค้าคงคลัง กรณีศึกษา

วิชาเอกเลือก

MN 521 การค้าและระบบโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ 3 (3-0-6)

(International Trade and Logistics System)

ภาพรวมของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจระหว่างประเทศ ความสัมพันธ์ของการค้าระหว่างประเทศกับโซ่อุปทาน โลจิสติกส์ในต่างประเทศ การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ กลยุทธ์สำหรับโลจิสติกส์และโซ่อุปทานในตลาดโลก การพัฒนาและประยุกต์ใช้กลยุทธ์การจัดการแบบข้ามชาติ การเลือกเครือข่ายสถานที่ตั้งการวางแผนบริหารรายได้และต้นทุน การบริหารความเสี่ยงระบบโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ บทบาทของภาครัฐด้านกฎหมายและการแทรกแซงทางการค้า เช่น ภาษีและศุลกากร การนำสินค้าข้ามพรมแดน การกำหนดสัดส่วนของวัตถุดิบในประเทศ

MN 522 เทคโนโลยีสารสนเทศ และนวัตกรรมทางโลจิสติกส์ 3 (3-0-6)

(Information Technology and Innovation in Logistics)

การออกแบบและการนำระบบคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้เพื่อช่วยในการตัดสินใจทางโลจิสติกส์ โดยรวบรวมทฤษฎีต่างๆ จากทางด้านระบบสารสนเทศ วิทยาการคอมพิวเตอร์ และวิทยาการการจัดการ หัวข้อในการศึกษาประกอบไปด้วยบทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศในโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ การวางแผนและการปฏิบัติการ การวางแผนทรัพยากรในองค์กร การออกแบบ และการพิจารณาเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพในโลจิสติกส์ เช่น ระบบแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ ระบบติดตามและสอบกลับสินค้า

MN 523 การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่สำหรับการจัดการโซ่อุปทาน 3 (3-0-6)

(Big Data Analytics for Supply Chain Management)

ความสำคัญของการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่สำหรับการจัดการโซ่อุปทาน การเชื่อมต่อฐานข้อมูลขนาดใหญ่ สถาปัตยกรรมของวิธีการ MapReduce และ Hadoop การจัดการฐานข้อมูลขนาดใหญ่ การวิเคราะห์การถดถอย และสหสัมพันธ์พหุคูณ การเรียนรู้ของเครื่องจักร ตัวแบบเชิงการทำนาย การวิเคราะห์การจำแนกกลุ่ม การวิเคราะห์จัดกลุ่ม กฎความสัมพันธ์ เทคนิคการหาค่าที่เหมาะสมที่สุด การประเมินประสิทธิภาพตัวแบบ การนำเสนอข้อมูลเชิงกราฟ

MN 524 การวางแผนและจัดการความต้องการและการจัดหา 3 (3-0-6)

(Demand and Procurement Planning and Management)

บทบาทของการจัดหาเทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์และคำนวณหาความต้องการของลูกค้า ซึ่งจะแปรเปลี่ยนเป็นมูลค่าเพิ่มในสินค้าและบริการ การพยากรณ์ความต้องการ การวิเคราะห์ต้นทุนและราคาขาย การประเมินคุณภาพ และการเลือกผู้จัดส่ง การเจรจา การพัฒนาและประยุกต์ใช้กลยุทธ์การจัดการ การจัดหาแบบข้ามชาติ การบริหารสัญญาซื้อขาย ความสำคัญของการจัดหาในระบบการผลิตและระบบสินค้าคงคลังทฤษฎีและกรณีตัวอย่างสำหรับการวางแผนและควบคุมการจัดหาที่สอดคล้องกับการผลิต

MN 525 การพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการด้านโลจิสติกส์ 3 (3-0-6)

(Logistics Entrepreneurship Development)

หลักการพัฒนารูปแบบใหม่ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีการจัดการด้าน โลจิสติกส์ องค์ประกอบในการเป็นผู้ประกอบการ การใช้หลักการทางการจัดการในการวางแผน การออกแบบพัฒนาสินค้าและบริการ การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินและการตลาด การจัดทำแผนธุรกิจ การจัดหาและการวางแผนทางการเงิน แผนการจัดตั้งและบริหารองค์กรด้านโลจิสติกส์ การจัดการเพื่อรองรับวัฏจักรธุรกิจ ขั้นตอนการพัฒนาการเป็นผู้ประกอบการด้าน โลจิสติกส์ โดยเรียนรู้จากกรณีศึกษาจริง

MN 526 การบริหารโครงการและออกแบบกระบวนการโซ่อุปทาน 3 (3-0-6)

(Project Management and Supply Chain Process Redesign)

วางแผนโครงการ กลยุทธ์ของวงจรชีวิตของโครงการ หลักการบริหารข้อมูลพยากรณ์ เพื่อนำอุปสงค์ไปใช้ในการวางแผนอุปทาน หลักการบริหารข้อมูลเพื่อการพยากรณ์ การออกแบบกระบวนการโซ่อุปทานให้เหมาะสม การสื่อสารในการบริหารโครงการ การวางแผนโครงการ การประมาณต้นทุนค่าใช้จ่าย การบริหารความเสี่ยงและคุณภาพในกระบวนการโซ่อุปทานและเครื่องมือในการประเมินความสำเร็จของโครงการในกิจกรรมกระบวนการโซ่อุปทาน

MN 527 การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานสำหรับธุรกิจเฉพาะ 3 (3-0-6)

(Logistics and Supply Chain Management for Specific Products)

หลักการ แนวคิด เทคนิคและกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการบริหารจัดการกระบวนการ โลจิสติกส์ และโซ่อุปทานของธุรกิจเฉพาะทาง อาทิเช่น การจัดการ โลจิสติกส์และโซ่อุปทานในธุรกิจผลิต การจัดการกระบวนการโลจิสติกส์ในระบบโซ่ความเย็น การจัดการ โลจิสติกส์และโซ่อุปทานในธุรกิจสุขภาพ การจัดการ โลจิสติกส์และโซ่อุปทานในธุรกิจเกษตร การจัดการ โลจิสติกส์และโซ่อุปทานในธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ รวมถึง มาตรฐานเฉพาะที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการกระบวนการ โลจิสติกส์และโซ่อุปทานในธุรกิจดังกล่าว

MN 528 ประเด็นปัจจุบันทางการจัดการโลจิสติกส์ **3 (3-0-6)**

(Current Issues in Logistics Management)

ประเด็นพิเศษที่น่าสนใจ และทันสมัย ในงานด้านการจัดการ โลจิสติกส์ รวมทั้งเรียนรู้จากกรณีศึกษาต่างๆ

MN 529 สัมมนาการจัดการทางโลจิสติกส์ **3 (3-0-6)**

(Seminar in Logistics Management)

การสัมมนาและแลกเปลี่ยนประสบการณ์เกี่ยวกับปัญหาทางด้าน โลจิสติกส์ การขนส่งและระบบโซ่อุปทาน พร้อมกับการแก้ไข

MN 530 การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ในโลจิสติกส์ **3 (3-0-6)**

(Application of Artificial Intelligence in Logistics)

หลักการการคาดการณ์ความผันผวนของข้อมูลการประยุกต์เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ที่เกี่ยวกับกิจกรรมโลจิสติกส์ การเลือกเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์เพื่อแก้ปัญหาทางกิจกรรมโลจิสติกส์ เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ที่สามารถใช้การจดจำรูปภาพเพื่อตรวจสอบสถานะสินค้าต่าง ๆ เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์การขนส่งอัตโนมัติแบบครบวงจร กรณีศึกษาบริษัทหรือผู้ประกอบการ โลจิสติกส์ที่ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ขั้นสูงเพื่อลดต้นทุนด้าน โลจิสติกส์

วิทยานิพนธ์และการศึกษาค้นคว้าอิสระ

MN 600 วิทยานิพนธ์ **12 (0-0-36)**

(Thesis)

นักศึกษาที่เลือกเรียนแผนการศึกษา ก แบบ ก 2 ต้องจัดทำวิทยานิพนธ์และสอบป้องกันวิทยานิพนธ์ โดยหัวข้อวิทยานิพนธ์ต้องอยู่ในขอบเขตสาขาวิชาที่ตนศึกษา และได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ฉบับสมบูรณ์ต้องได้รับอนุมัติเห็นชอบจากคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ที่ได้รับการแต่งตั้ง

MN 601 การศึกษาค้นคว้าอิสระ **3 (0-0-9)**

(Independent Study)

นักศึกษาที่เลือกเรียนแผนการศึกษา ข ต้องจัดทำรายงานการงานค้นคว้าอิสระในหัวข้อที่นักศึกษาสนใจ ซึ่งมีอาจารย์ที่ปรึกษากำกับดูแล และต้องได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการสอบที่ได้รับการแต่งตั้ง

3) กลุ่มวิชาการตลาด

วิชาเอกบังคับ

MK 502 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับการตลาดดิจิทัล **3 (3-0-6)**

(Consumer Behavior Analysis for Digital Marketing)

วิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภคและเข้าใจกระบวนการตัดสินใจ รวมทั้งวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญๆ ทั้งปัจจัยด้านจิตวิทยา ด้านสังคมวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีผลต่อการค้นหา การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ การประเมินหลังการใช้และการบริโภค รวมถึงการเลิกใช้และบริโภคของผู้บริโภค เพื่อใช้ข้อมูลในการกำหนดกลยุทธ์และ โปรแกรมส่วนประสมการตลาดเพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันให้กับองค์กรทั้งในสภาพแวดล้อมทางการตลาดแบบออนไลน์ (Online) และไม่ใช่ออนไลน์

MK 503 กลยุทธ์การตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ในยุคดิจิทัล 3 (3-0-6)

(Marketing Strategy and New Product Development in Digital Economy)

วิเคราะห์และเข้าใจคุณลักษณะสำคัญของผู้นำตลาดดิจิทัล กลยุทธ์ทางการตลาด รวมทั้งความสำคัญและกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับการแข่งขันในตลาดดิจิทัล วิเคราะห์โครงสร้างอุตสาหกรรม ตลาดและสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน สามารถวิเคราะห์และแสวงหาโอกาสทางธุรกิจและการตลาดร่วมกับการประเมินความพร้อมและทรัพยากรเพื่อการแข่งขันในตลาดดิจิทัล นำเสนอแนวคิดและแนวทางเชิงประยุกต์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันอย่างยั่งยืนและเป็นผู้นำตลาดดิจิทัล

MK504 การตลาดดิจิทัล 3 (3-0-6)

(Digital Marketing)

เข้าใจบทบาทและความสำคัญของการตลาดที่ใช้เครื่องมือทางอิเล็กทรอนิกส์ในระบบดิจิทัล และสามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศการสื่อสาร และเทคโนโลยีอื่นๆ ร่วมกับสื่อสังคมออนไลน์ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด การจัดการส่วนประสมการตลาด และสามารถจัดการและดำเนินการกับการตลาดบนอินเทอร์เน็ต การสร้างการออกแบบ การจัดการเว็บไซต์ เพื่อสร้างกลุ่มลูกค้าใหม่และสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าปัจจุบันอย่างยั่งยืน

วิชาเอกเลือก

MK 522 การจัดการตราสินค้ากับการเป็นผู้นำตลาดดิจิทัล 3 (3-0-6)

(Brand Management for Digital-Market Leader)

เข้าใจความสำคัญ องค์ประกอบ และกระบวนการสร้างตราสินค้าและคุณค่าของตราสินค้า (Brand Equity) ทั้งในบริบทการตลาดออนไลน์ และไม่ใช้ออนไลน์ และเข้าใจการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์การจัดการตราสินค้า การออกแบบตราสินค้าและขยายตราสินค้า การวางตำแหน่งตราสินค้า การสื่อสาร การประเมินผลความสำเร็จและการกำกับดูแลคุณค่าของตราสินค้า และการสร้างความเป็นผู้นำตลาดดิจิทัลอย่างยั่งยืนจากการจัดการตราสินค้า

MK 523 การจัดการช่องทางจัดจำหน่ายการตลาดออนไลน์ 3 (3-0-6)

(Distribution Channel Management in Online Marketing)

เข้าใจบทบาทและความสำคัญ รวมทั้งความแตกต่างหรือความเหมือน และผลกระทบของช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์และไม่ใช้ออนไลน์กับความสำเร็จทางการตลาด วิเคราะห์โครงสร้างช่องทางจัดจำหน่ายและกำหนดทางเลือกทั้งในระดับกลยุทธ์และระดับปฏิบัติการสำหรับการตลาดออนไลน์ การเลือกช่องทางการตลาดหรือคนกลางในระดับต่างๆ การจัดการการกระจายสินค้า ห่วงโซ่อุปทาน การกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพ การบริหารความขัดแย้ง การพัฒนาความสัมพันธ์เชิงบวก และการสร้างคุณค่าในระยะยาวสำหรับการจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายการตลาดออนไลน์ รวมทั้งการใช้เทคโนโลยีเพื่อจัดระบบข้อมูลช่องทางการตลาดและการกระจายสินค้าเพื่อความได้เปรียบเชิงแข่งขัน

MK 525 กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดบูรณาการยุคดิจิทัล 3 (3-0-6)

(Integrated Marketing Communication Strategies in Digital Economy)

กระบวนการและการจัดการเพื่อการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การออกแบบเนื้อหาข้อมูลการสื่อสาร และการใช้เครื่องมือการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์ เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การขายโดยพนักงานขาย การสื่อสารรูปแบบใหม่ๆ และสื่อสังคมดิจิทัล รวมถึงการวางแผน และกำหนดงบประมาณ การปฏิบัติการและการดำเนินงานและการวัดประเมินผล

MK 526 กลยุทธ์การตลาดบริการและการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ยุคดิจิทัล 3 (3-0-6)

(Service Marketing Strategies and Customer Relationship Management in Digital Economy)

วิเคราะห์และตัดสินใจในการกำหนดกลยุทธ์การจัดการการตลาดบริการ สำหรับธุรกิจบริการและธุรกิจประเภทอื่นๆ ทั้งช่องทางออนไลน์และไม่ใช่ออนไลน์ และสามารถจัดการส่วนประสมการตลาดบริการและการจัดการคุณภาพบริการ การสร้างความพึงพอใจ รวมถึงการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ การสรรหาคัดเลือกและรักษาลูกค้าที่มีศักยภาพ ก่อให้เกิดความภักดีต่อธุรกิจบริการในยุคตลาดดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

MK 529 การสร้างความแตกต่างและนวัตกรรมการตลาดยุคดิจิทัล 3 (3-0-6)

(Differentiation and Innovation for Marketing in Digital Economy)

การวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์การตลาด รวมทั้งส่วนประสมการตลาดสำหรับการตลาดยุคดิจิทัล โดยเน้นการสร้างความแตกต่างและนวัตกรรมการตลาดที่มีความโดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่งอย่างมีนัยสำคัญทางธุรกิจ และมีผลกระทบต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันสำหรับการตลาดดิจิทัล สามารถจัดการกระบวนการและวิธีการในการพัฒนานวัตกรรมและสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจอย่างยั่งยืน

MK 530 การตลาดชุมชนเพื่อเศรษฐกิจพอเพียงสำหรับตลาดยุคดิจิทัล 3 (3-0-6)

(Community Marketing for Sufficient Economy for Digital Market)

แนวคิดการตลาดสำหรับองค์กรไม่หวังผลกำไรและหวังผลกำไร หรือกลุ่มในระดับชุมชนในจังหวัด อำเภอ หรือตำบล แนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง การบูรณาการแนวคิดการตลาดชุมชนเข้ากับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง การวิเคราะห์คัดเลือกกลุ่มลูกค้า กลยุทธ์การจัดการการตลาดและส่วนประสมการตลาดชุมชน เพื่อความอยู่รอดและเติบโตอย่างยั่งยืนของธุรกิจในยุคดิจิทัล

MK 531 การตลาดดิจิทัลในองค์กรที่ไม่หวังผลกำไร 3 (3-0-6)

(Digital Marketing for the Non-Profit Organizations)

แนวคิดและทฤษฎีการจัดการการตลาดดิจิทัล วิเคราะห์และตัดสินใจในการกำหนดกลยุทธ์ การคัดเลือกกลุ่มเป้าหมาย และส่วนประสมการตลาดของการจัดการการตลาดดิจิทัลประยุกต์กับองค์กรที่ไม่หวังผลกำไร รวมทั้งการวางแผนการปฏิบัติตามแผนการควบคุมประเมินผลสำหรับการจัดการการตลาดดิจิทัล

MK 542 การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจค้าปลีกยุคดิจิทัล 3 (3-0-6)

(Logistics and Supply Chain Management of Retail Business in Digital Economy)

การวิเคราะห์และการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์สำหรับธุรกิจค้าปลีกในยุคดิจิทัล การพัฒนาแผน การกำหนดวิธีการและเทคนิคการบริหารจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานสำหรับตลาดยุคดิจิทัล การจัดการกระบวนการด้านสินค้าคงคลัง การบริหารคลังสินค้า กระบวนการกระจายสินค้า ระบบและกระบวนการสั่งซื้อ การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน และห่วงโซ่คุณค่า เพื่อสร้างประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขันสำหรับตลาดค้าปลีกยุคดิจิทัล

MK 543 การจัดการร้านสำหรับการค้าปลีกยุคดิจิทัล 3 (3-0-6)

(Store Operation Management for Retailing in Digital Economy)

การวิเคราะห์และตัดสินใจเกี่ยวกับการเลือกทำเลที่ตั้ง การจัดการรูปแบบสภาพภายนอกและภายในร้านค้าปลีก การวางผังร้านค้า การวางผังทางเดินของลูกค้า สภาพแวดล้อมบรรยากาศและการตกแต่งร้านค้าด้านต่างๆ เช่น แสง สี เสียง และภาพ ทั้งช่องทางตลาดออนไลน์และไม่ใช้ออนไลน์ และการจัดการร้านค้าปลีกทั้งที่มีหน้าร้านและไม่มีหน้าร้าน รวมทั้งการบริหารจัดการสินค้าหน้าร้าน การขาย การบริการลูกค้า และการบริหารจัดการพนักงานขาย เพื่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันในตลาดยุคดิจิทัลอย่างยั่งยืน

MK 544 การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดเพื่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันในยุคดิจิทัล 3 (3-0-6)

(Marketing Analytics for Competitive Advantage in Digital Economy)

เข้าใจบทความและความสำคัญของข้อมูลและฐานข้อมูลทางธุรกิจและการตลาดยุคดิจิทัล และสามารถบริหารจัดการการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำให้การดำเนินการทางการตลาดเกิดความแตกต่างและสามารถสร้างการซื้อซ้ำหรือการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า เพื่อสร้างมูลค่าทางการตลาดจากฐานลูกค้า รวมทั้งสามารถขยายฐานลูกค้าใหม่สำหรับการตลาดยุคดิจิทัล

MK588 ประเด็นปัจจุบันด้านการจัดการการตลาดดิจิทัล 3 (3-0-6)

(Current Issues in Digital Marketing)

การวิเคราะห์และสังเคราะห์เกี่ยวกับประเด็นปัญหา และหัวข้อน่าสนใจด้านการจัดการกลยุทธ์การตลาดสำหรับการจัดการการตลาดดิจิทัล โดยเน้นสถานการณ์และสิ่งแวดล้อมที่เป็นปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต รวมทั้งเน้นกรณีศึกษา การสัมมนา การรับฟังบรรยายพิเศษจากวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ การศึกษานอกสถานที่ เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจด้านการจัดการธุรกิจและการตลาดดิจิทัลแบบบูรณาการ

MK590 การวิจัยตลาด 3 (3-0-6)

(Marketing Research)

ความสำคัญและบทบาทของการวิจัยทางการตลาด โดยเน้นการประยุกต์กับสภาพแวดล้อมทางการตลาดยุคดิจิทัล โดยให้ความสำคัญกับประเภทของการวิจัย กระบวนการวิจัยตลาด การออกแบบงานวิจัย การสร้างเครื่องมือในการวิจัย การสุ่มตัวอย่าง การเก็บข้อมูล เทคนิคทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลและการเขียนรายงานวิจัย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เครื่องมือในการวิจัยที่ใช้เทคโนโลยีในการเก็บ วิเคราะห์และสังเคราะห์ผลจากข้อมูลวิจัย

วิทยานิพนธ์และการศึกษาค้นคว้าอิสระ

MK 600 วิทยานิพนธ์

12 (0-0-36)

(Thesis)

นักศึกษาที่เลือกเรียนแผนการศึกษา ก แบบ ก 2 ต้องจัดทำวิทยานิพนธ์และสอบป้องกันวิทยานิพนธ์ โดยหัวข้อวิทยานิพนธ์ต้องอยู่ในขอบเขตสาขาวิชาที่ตนศึกษา และได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ฉบับสมบูรณ์ต้องได้รับอนุมัติเห็นชอบจากคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ที่ได้รับการแต่งตั้ง

MK 601 การศึกษาค้นคว้าอิสระ

3 (0-0-9)

(Independent Study)

นักศึกษาที่เลือกเรียนแผนการศึกษา ข ต้องจัดทำรายงานการค้นคว้าอิสระในหัวข้อที่นักศึกษาสนใจ ซึ่งมีอาจารย์ที่ปรึกษากำกับดูแล และต้องได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการสอบที่ได้รับการแต่งตั้ง

4) กลุ่มวิชาการเงิน

วิชาเอกบังคับ

MF 502 การวิเคราะห์การลงทุน

3 (3-0-6)

(Investment Analysis)

การกำหนดเป้าหมายการลงทุน การจัดสรรเงินลงทุน การวิเคราะห์เศรษฐกิจมหภาคและตลาดหลักทรัพย์โดยรวม การวิเคราะห์ภาวะอุตสาหกรรม การวิเคราะห์งบการเงินของธุรกิจ การประเมินมูลค่าหลักทรัพย์ กลยุทธ์การลงทุนและการซื้อขายหลักทรัพย์ การป้องกันความเสี่ยงจากการลงทุน และการวิเคราะห์เชิงเทคนิค (Technical Analysis)

MF504 การเงินระหว่างประเทศและการบริหารการเงินของบริษัทข้ามชาติ

3 (3-0-6)

(International Finance and Financial Management in Multinational Enterprises)

สภาพแวดล้อมและระบบการเงินระหว่างประเทศ ตลาดแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การกำหนดอัตราแลกเปลี่ยน การบริหารความเสี่ยงทางการเงิน กลยุทธ์การจัดการหาเงินทุน การจัดการเงินทุนหมุนเวียน ตลอดจนงบประมาณเงินทุนของบริษัทข้ามชาติ

MF 506 เทคโนโลยีการเงินในอุตสาหกรรมการเงิน

3 (3-0-6)

(Financial Technology in Financial Industry)

สภาพการณ์และวิวัฒนาการของอุตสาหกรรมการเงินในประเทศไทย ตลาดการเงินและบทบาทของผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการเงิน ผลกระทบของเทคโนโลยีการเงินที่มีต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการเงิน นักการเงินและนักลงทุน

วิชาเอกเลือก

MF 521 การบริหารการเงินขององค์กรเชิงประยุกต์ **3 (3-0-6)**

(Applied Corporate Finance)

การนำแนวคิดและทฤษฎีทางการเงินประยุกต์ใช้กับปัญหาทางการเงิน โดยใช้กรณีศึกษาและเหตุการณ์จริงในเรื่องการลงทุน การจัดหาเงินทุน การประเมินมูลค่ากิจการ การซื้อหุ้นสามัญกลับคืน นโยบายเงินปันผล การเสนอขายหุ้นสามัญแก่สาธารณชนเป็นครั้งแรก การควบรวมกิจการ การประยุกต์ใช้การประเมินมูลค่าสิทธิ ในด้าน real option ตราสารสิทธิในการซื้อหุ้นสามัญ หุ้นกู้แปลงสภาพ

MF 522 การจัดการความเสี่ยงทางการเงิน **3 (3-0-6)**

(Financial Risk Management)

ตราสารอนุพันธ์ (Derivatives) และตลาดอนุพันธ์ สัญญาซื้อขายล่วงหน้า (Forward contract) ตราสารซื้อขายล่วงหน้า (Futures) และตราสารแสดงสิทธิ์ (Options) กระบวนการซื้อขาย ตัวแบบการประเมินมูลค่า การวัดความเสี่ยงทางด้านตลาด เครดิต สภาพคล่อง และการดำเนินงาน การจัดการความเสี่ยงแบบบูรณาการ การคำนวณมูลค่าความเสี่ยงและการจัดการความเสี่ยงของสถาบันการเงิน

MF 524 การเงินส่วนบุคคล **3 (3-0-6)**

(Personal Finance)

กระบวนการวางแผนทางการเงิน การจัดทำงบการเงินส่วนบุคคล การจัดการเกี่ยวกับการเงินและการลงทุน การคุ้มครองชีวิตและการประกันภัย การวางแผนภาษี การวางแผนเกษียณอายุ และการวางแผนเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์ จรรยาบรรณของนักวางแผนการเงินส่วนบุคคล

MF 525 การเพิ่มมูลค่ากิจการโดยการปรับโครงสร้าง **3 (3-0-6)**

(Creating Value through Corporate Restructuring)

รูปแบบต่างๆ ของการปรับโครงสร้างและผลที่เกิดขึ้นตามมาจากการปรับโครงสร้างนั้น โดยใช้กรณีศึกษาต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง การออกแบบกลยุทธ์การปรับโครงสร้างเพื่อสร้างมูลค่าสูงสุดแก่กิจการภายใต้ข้อกำหนดสำคัญด้านกฎหมาย ข้อบังคับทางบัญชี ข้อมูลที่มีอยู่อย่างจำกัด แรงจูงใจและความสนใจของฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการเจรจาต่อรอง รวมทั้งการวิเคราะห์จากกรณีศึกษาที่ต้องใช้เทคนิคการวิเคราะห์ด้วยแขนงวิชาอื่นๆ เช่น กลยุทธ์ธุรกิจและการเจรจาต่อรอง

MF527 การเงินสำหรับผู้ประกอบการ

3 (3-0-6)

(Entrepreneurial Finance)

แนวคิดของการบริหารการเงินสำหรับผู้ประกอบการ กระบวนการวางแผนทางการเงิน การจัดหาเงินทุนและการจัดสรรเงินลงทุน ต้นทุนเงินทุนและการจัดโครงสร้างเงินทุนที่เหมาะสม การวิเคราะห์งบการเงิน การจัดการเกี่ยวกับเงินทุนหมุนเวียน ตลอดจนการจัดการความเสี่ยงทางการเงินของผู้ประกอบการ

- MF528 การจัดสรรแบ่งเงินลงทุน** **3 (3-0-6)**
(Asset Allocation)
กระบวนการจัดสรรแบ่งเงินลงทุน การตัดสินใจจัดสรรแบ่งเงินลงทุน ผลกระทบของเทคโนโลยีการเงินที่มีต่อการจัดสรรแบ่งเงินลงทุน การเพิ่มประสิทธิภาพของการจัดสรรแบ่งเงินลงทุนด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่
- MF529 การวิจัยการเงิน** **3 (3-0-6)**
(Financial Research)
ระเบียบวิธีดำเนินการวิจัยทางธุรกิจ สถิติ การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล การเขียนรายงานวิจัย เน้นการวิจัยทางการเงินในการวางแผนและการตัดสินใจทางการเงิน
- MF 541 หลักประกันภัยและกฎหมาย** **3 (3-0-6)**
(Principles of Insurance and Law)
ความหมายของการประกันภัย ความสำคัญของการประกันภัยที่มีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ประเภทและลักษณะของการประกันภัย หลักการประกันภัย กฎหมายและพระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับการประกันภัย สถาบันที่เกี่ยวข้องกับการประกันภัย การประกันสังคม การประยุกต์ใช้หลักการประกันภัยและกฎหมายประกันภัยในการวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง
- MF 542 การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตและประกันวินาศภัย** **3 (3-0-6)**
(Life and General Insurance Product Analysis)
ความหมาย หลักการ ประโยชน์ โครงสร้างตลาด การแข่งขัน กลไกราคา ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ลักษณะผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นของการประกันชีวิตหรือวินาศภัย
- MF 543 คณิตศาสตร์ประกันภัยเพื่องานบริหาร** **3 (3-0-6)**
(Actuarial Mathematics)
บทบาทของคณิตศาสตร์ประกันภัยในองค์กร ความหมาย หลักการ ที่มา และการนำไปประยุกต์ใช้ของค่าเฉลี่ยความถี่ ค่าเฉลี่ยความรุนแรง ต้นทุนความเสียหาย อัตราส่วนสินไหมทดแทน รายงานตามปีกรมธรรม์ รายงานตามปีที่เกิดเหตุ รายงานตามปีปฏิทิน เงินสำรองเบี้ยประกันภัย เงินสำรองค่าสินไหมทดแทน ค่าสินไหมทดแทน สมบูรณ์ เงินกองทุนตามความเสี่ยง มูลค่าปัจจุบันทางคณิตศาสตร์ประกันภัยของผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตแบบต่างๆ และเงินสำรอง
- MF 544 การจัดการสินทรัพย์และหนี้สิน** **3 (3-0-6)**
(Assets and Liabilities Management)
ความเสี่ยงการลงทุนธุรกิจประกันภัย ตัวแปรที่มีผลต่อความไหวของราคา เทคนิคการจัดการสินทรัพย์และหนี้สินของธุรกิจประกันภัย การสร้างภูมิคุ้มกันให้กับกลุ่มสินทรัพย์การใช้เครื่องมือทางการเงินและอัตราส่วนที่ใช้ในการวิเคราะห์เพื่อการจัดการสินทรัพย์และหนี้สินของธุรกิจประกันภัย

MF 545 นโยบายเชิงกลยุทธ์สำหรับบริษัทประกันภัย **3 (3-0-6)**

(Strategic Policy for Insurers)

กลยุทธ์ของบริษัทประกันภัยในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจของกิจการภายใต้ข้อจำกัดของกฎเกณฑ์ของผู้กำกับดูแล แนวคิด แนวทางปฏิบัติในเชิงเศรษฐศาสตร์และการเงิน หลักการกำกับดูแลกิจการ ระบบการควบคุมภายใน ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารความเสี่ยงและผลตอบแทนที่มีผลต่อการเติบโตของบริษัทประกันภัย

MF 588 ประเด็นปัจจุบันทางการเงิน **3 (3-0-6)**

(Current Issues in Finance)

ครอบคลุมประเด็นทางการเงิน โดยเน้นการติดตามวิเคราะห์และวิจารณ์ปรากฏการณ์ แนวคิดและแนวปฏิบัติที่เกิดขึ้นในปัจจุบันในตลาดการเงินทั้งในและต่างประเทศ โดยการเชื่อมโยงกับทฤษฎีทางการเงินเพื่อให้สามารถทำความเข้าใจถึงพัฒนาการทางการเงินต่างๆในอนาคตได้

วิทยานิพนธ์และการศึกษาค้นคว้าอิสระ

MF 600 วิทยานิพนธ์ **12 (00-36)**

(Thesis)

นักศึกษาที่เลือกเรียนแผนการศึกษา ก แบบ ก 2 ต้องจัดทำวิทยานิพนธ์และสอบป้องกันวิทยานิพนธ์ โดยหัวข้อวิทยานิพนธ์ต้องอยู่ในขอบเขตสาขาวิชาที่ตนศึกษา และได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ฉบับสมบูรณ์ต้องได้รับอนุมัติเห็นชอบจากคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ที่ได้รับการแต่งตั้ง

MF 601 การศึกษาค้นคว้าอิสระ **3 (0-0-9)**

(Independent Study)

นักศึกษาที่เลือกเรียนแผนการศึกษา ข ต้องจัดทำรายงานการค้นคว้าอิสระในหัวข้อที่นักศึกษาสนใจ ซึ่งมีอาจารย์ที่ปรึกษากำกับดูแล และต้องได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการสอบที่ได้รับการแต่งตั้ง

5) กลุ่มวิชาการประกอบการ

วิชาเอกบังคับ

ME501 ทฤษฎีและการปฏิบัติของการประกอบการ **3 (3-0-6)**

(Entrepreneurial Theory and Practice)

ทฤษฎี แนวคิดและธรรมชาติของการประกอบการประเด็นสำคัญในการประกอบการจากประสบการณ์ของผู้ประกอบการ ที่เกี่ยวข้องกับ ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม กระบวนการสร้างผู้ประกอบการ การประเมิน การสร้างและการพัฒนาความคิดธุรกิจที่มีนวัตกรรม และมีคุณภาพ การเริ่มต้นธุรกิจใหม่ (Startup) โดยให้ความสำคัญกับคุณค่าที่ผู้บริโภคหรือผู้ใช้จ่ายจะได้รับและมุ่งเน้นการลดขั้นตอนที่ไม่สำคัญหรือสูญเสียทรัพยากรโดยเปล่าประโยชน์ออกไป (Lean Startup)

ME502 การปฏิบัติการสำหรับผู้ประกอบการ**3 (3-0-6)****(Entrepreneurial Practicum)**

การศึกษาและการปฏิบัติการเกี่ยวกับการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ ความเป็นไปได้ในธุรกิจ การวิเคราะห์พฤติกรรมกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่สอดคล้องกับตลาดนั้นๆ การพัฒนากลยุทธ์การตลาดอย่างมีนวัตกรรม การหาผู้ร่วมทุน การออกแบบการดำเนินการผลิต การบริหารทรัพยากร การพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันและการเจริญเติบโตทางธุรกิจอย่างมีกำไรและต่อเนื่อง และการเขียนแผนธุรกิจ เพื่อเสริมสร้างทักษะความสามารถในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ

ME503 การเริ่มต้นธุรกิจเชิงนวัตกรรมสร้างสรรค์**3 (3-0-6)****(Starting Creative and Innovative Venture)**

การแสวงหาและการวิเคราะห์โอกาส การวิเคราะห์ต้นทุน การพัฒนารอบความคิดของผู้ประกอบการ เพื่อนำไปสู่การวางแผนเริ่มต้นธุรกิจโดยการออกแบบการผลิตบริการ และการดำเนินงานอย่างมีนวัตกรรมและสร้างสรรค์ ประเภทและความแตกต่างของนวัตกรรม การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยใช้แก่นธุรกิจเพื่อสร้างตลาดและผลกำไรให้แก่ธุรกิจ รวมทั้งวิธีการดำเนินธุรกิจและการจัดการเทคโนโลยีรูปแบบใหม่ที่ทันสมัย เพื่อสร้างโอกาสทางการแข่งขัน

วิชาเอกเลือก**ME521 การประกอบการในองค์กร****3 (3-0-6)****(Corporate Entrepreneurship)**

แนวคิดเกี่ยวกับความหมายของการประกอบการในองค์กร แนวทางการสร้างผู้ประกอบการในองค์กร และแนวคิดสำหรับผู้ประกอบการ ในการกระตุ้นและการธำรงรักษาไว้ซึ่งความคิดสร้างสรรค์และการสร้างนวัตกรรมใหม่ในองค์กร รวมถึงผลของแรงผลักดันและอัตราการเกิดนวัตกรรมในองค์กร ข้อดีและข้อเสียขององค์กรปัจจุบัน ที่มุ่งเข้าสู่การสร้างนวัตกรรม ทางเลือกของบุคลากรแต่ละระดับในองค์กรในการ ได้รับผลตอบแทนและความสำเร็จจากการสร้างนวัตกรรมในองค์กร

ME522 ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ**3 (3-0-6)****(Business Research Methodology for Entrepreneurs)**

ความสำคัญและประโยชน์ของการวิจัยทางธุรกิจทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพประเภทของการวิจัยทางธุรกิจการเลือกปัญหาการวิจัยการกำหนดจุดมุ่งหมายการกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างตัวแปรการเลือกรูปแบบการวิจัยเครื่องมือและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติที่สอดคล้องกับการวิจัยแบบต่างๆ การวิเคราะห์ข้อมูลการเขียนรายงานการวิจัยการประเมินผลการวิจัยเกี่ยวกับความท้าทายในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ อุปสรรคและโอกาสในการพัฒนาธุรกิจรวมทั้งสาธารณูปโภคทางธุรกิจที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจโดยมีบริบทในธุรกิจขนาดย่อมและขนาดกลาง ธุรกิจครอบครัว การทราบถึงแนวทางที่นักธุรกิจสามารถแสวงหาโอกาสจากการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและการแข่งขัน การลดความยากจนและการสร้างเสริมสังคมที่ดีขึ้น

3 (3-0-6)

ME523 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และการสร้างตราสินค้าของผู้ประกอบการ

(Entrepreneurial New Product Development and Branding)

ขั้นตอนการพัฒนาและแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่การบริหารผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับการเริ่มต้นธุรกิจของผู้ประกอบการ รวมถึงการวัดผลการดำเนินงานของผลิตภัณฑ์ใหม่ การทดสอบตลาด การสร้างตราสินค้า การวางแผนปฏิบัติงาน การประเมินและการวัดค่าตราสินค้าและการบริหารคุณค่าตราสินค้า

ME524 กลยุทธ์การเจริญเติบโตทางธุรกิจ

3 (3-0-6)

(Venture Growth Strategy)

ปัจจัยสำคัญสำหรับการเติบโตของการประกอบการอย่างยั่งยืน การพัฒนากิจกรรมการประกอบการที่หลากหลายในการวางแผนและการสร้างกลยุทธ์ด้าน การบริหารการเงิน ยุทธวิธีการผลิต การควบคุมคุณภาพ การบริหารทรัพยากรมนุษย์และการสร้างทีมงาน เพื่อรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขัน การสร้างคุณค่า โดยนวัตกรรมและโอกาสเพื่อการจัดการการเจริญเติบโต การสร้างธุรกิจด้วยมุมมองในการพัฒนาทักษะ และความสามารถที่จำเป็นเพื่อการดำเนินงานและการเจริญเติบโตของธุรกิจอย่างต่อเนื่อง รวมถึงวิธีการของผู้ประกอบการในการรับมือกับความท้าทายและการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์องค์กรในพลวัตการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจ

ME525 การจัดการธุรกิจครอบครัว

3 (3-0-6)

(Family Business Management)

การบริหารธุรกิจครอบครัว คุณลักษณะ รูปแบบ ความขัดแย้งหรือปัญหาที่อาจเกิดขึ้น รวมไปถึงการพัฒนาธุรกิจครอบครัวแบบต่อยอด ขยายธุรกิจให้เติบโต โดยเรียนรู้จากกรณีศึกษา ตัวอย่างธุรกิจครอบครัวที่ประสบความสำเร็จ และแนวทางการแก้ไขปัญหาของผู้ประกอบการในธุรกิจครอบครัว

ME526 ความเป็นผู้นำของผู้ประกอบการและการจัดการทุนมนุษย์

3 (3-0-6)

(Entrepreneurial Leadership and Human Capital Management)

การพัฒนาความเป็นผู้นำของผู้ประกอบการที่มุ่งเน้นนวัตกรรมและการสร้างสรรค์ เทคนิคและกระบวนการสร้างทีมงานและพัฒนาทีมงาน วิธีการสร้างความสัมพันธ์พนักงานในระดับต่างๆในองค์กร การบริหารจัดการและรักษาคณิตที่มีฝีมือในองค์กร แนวทางการประยุกต์ใช้ทฤษฎีเพื่อจูงใจบุคคลในการทำงานในธุรกิจขนาดเล็ก กลไกการและเทคนิคในการสรรหา การคัดเลือก ฝึกอบรมและพัฒนาบุคคล การสร้างเส้นทางอาชีพ (Career Path) หลักการและองค์ประกอบในการประเมินผลการปฏิบัติงาน และวิธีการในการวางแผนกำลังคนให้เหมาะสมกับขนาดธุรกิจ

ME527 ประสบการณ์ของผู้ประกอบการ

3 (3-0-6)

(Entrepreneurial Experiences)

กรณีศึกษาจากประสบการณ์ของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมต่างๆ ผ่านชีวิตจริงในการก่อตั้งธุรกิจ ปัญหา อุปสรรคและการแก้ไขปัญหาในการเริ่มต้นธุรกิจและดำเนินการธุรกิจ บทบาทของผู้ประกอบการ รูปแบบการใช้ชีวิตของผู้ประกอบการ

ME528 หลักการทางด้านจิตวิทยาเพื่อสร้างความสำเร็จของผู้ประกอบการ **3 (3-0-6)**

(Psychological Approaches to Entrepreneurial Success)

หลักการและแนวคิดด้านจิตวิทยาที่มีความสอดคล้องและสำคัญต่อการสร้างธุรกิจของผู้ประกอบการให้มั่นคงและเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน ทักษะและบุคลิกลักษณะของผู้ประกอบการ เช่น ความกล้าเสี่ยง ความต้องการประสบความสำเร็จ ความต้องการอำนาจ ความมั่นใจในตัวเอง ที่มีผลต่อการตัดสินใจและการสร้างความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ รวมถึงวิธีการสร้างแรงผลักดันหรือแรงกระตุ้นที่สามารถทำให้ผู้ประกอบการสามารถประกอบธุรกิจได้อย่างประสบความสำเร็จ

ME529 การเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมและการพัฒนาอย่างยั่งยืน **3 (3-0-6)**

(Social Entrepreneurship and Sustainability)

แนวคิด บทบาทหน้าที่ และความรับผิดชอบในธุรกิจของผู้ประกอบการ ตระหนักถึงประโยชน์ส่วนรวมทางสังคมเป็นหลัก การสร้างผู้ประกอบการที่คำนึงถึงส่วนได้ส่วนเสียด้านลูกค้า สิ่งแวดล้อม นโยบายของรัฐบาล และความต้องการของสังคมที่มีต่อการประกอบธุรกิจ เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการพัฒนาสังคม ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และพัฒนาองค์กรให้เติบโตขึ้น นำมาซึ่งเป้าหมายในการสร้างธุรกิจให้มีความยั่งยืนและมั่นคง ของผู้ประกอบการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ME530 การประกอบการในธุรกิจบริการ **3 (3-0-6)**

(Entrepreneurship in the Service Sector)

แนวคิดในการเป็นเจ้าของธุรกิจ คุณสมบัติของผู้ให้บริการ หลักการ และรูปแบบการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการในภาคบริการ ประเภทของธุรกิจบริการ ลักษณะและการดำเนินธุรกิจบริการ การวิเคราะห์และประเมินปัจจัยสภาพแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อโอกาสและอุปสรรคในการประกอบการธุรกิจบริการ โดยใช้กรณีศึกษา ศึกษาวิธีการบริหารจัดการ การควบคุม การใช้เทคโนโลยีวางแผนและประเมินความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจ เครื่องมือทางบริหารธุรกิจต่างๆที่ใช้ในภาคบริการ

ME531 การตลาดดิจิทัลสำหรับผู้ประกอบการ **3 (3-0-6)**

(Digital Marketing for Entrepreneurs)

หลักการและแนวคิดด้านการบริหารและการตลาดดิจิทัล ความสำคัญของการตลาดดิจิทัลสำหรับการแสวงหาโอกาสในการสร้างธุรกิจ การวิเคราะห์ตลาดดิจิทัล การสร้างและพัฒนากลยุทธ์การตลาดดิจิทัลที่มีศักยภาพในการดึงดูดลูกค้าและ สร้างฐานลูกค้า วิธีการใช้เครื่องมือทางการตลาดดิจิทัล เช่น การตลาดออนไลน์ การตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ การสร้างเครือข่ายสังคม ที่เหมาะสมเพื่อสร้างกำไร เทคนิคการขายสินค้า บริการ การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ผ่านเครื่องมือทางการตลาดดิจิทัล การใช้สื่อการตลาดดิจิทัลอย่างมีจรรยาบรรณและความรับผิดชอบต่อสังคม รวมทั้งความก้าวหน้าของการตลาดดิจิทัลที่มีผลกระทบต่อระบบการค้า แนวโน้มของการพัฒนาการตลาดดิจิทัลเพื่อตอบสนองต่อการค้า

ME532 ยุทธวิธีการขายและการเจรจาต่อรองสำหรับผู้ประกอบการ 3 (3-0-6)

(Sales and Negotiation Tactics for Entrepreneurs)

การสร้างและการจัดการทีมขาย การวางแผนการขาย รูปแบบและหลักเกณฑ์องค์ประกอบที่สำคัญในการเจรจาต่อรอง แนวคิด ศิลปะการเจรจาและจรรยาบรรณในการเจรจาต่อรอง ยุทธวิธีเทคนิคการเจรจาต่อรอง และการประเมินคู่เจรจาเพื่อจะได้ผลสำเร็จตามที่ต้องการ การปิดการขาย กระบวนการของการจัดการความขัดแย้งและแก้ไขปัญหาในลักษณะต่างๆ โดยเน้นการใช้หลักการและวิธีการเจรจาต่อรองที่เป็นระบบ รวมถึงการจัดการแสดงสินค้าเพื่อสร้างฐานลูกค้าให้ธุรกิจที่เพิ่งเริ่มต้น รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าหลักเพื่อการเจริญเติบโตของธุรกิจ

ME533 กลยุทธ์โลกาภิวัตน์สำหรับผู้ประกอบการ 3 (3-0-6)

(Global Strategy for Entrepreneurs)

การจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อการขยายธุรกิจระดับโลก วิธีการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ การจัดทำแผนและการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน และสภาพแวดล้อมภายนอก การกำหนดกลยุทธ์ การดำเนินธุรกิจตามแผนกลยุทธ์ที่ได้วางไว้และการประเมินผลกลยุทธ์เพื่อการพัฒนาแผนในอนาคต

ME534 การจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์สำหรับผู้ประกอบการ 3 (3-0-6)

(Supply Chain and Logistic Management for Entrepreneurs)

แนวคิดลักษณะและรูปแบบการบริหารและการจัดการห่วงโซ่อุปทาน การบริหารวัสดุและการขนส่งการบรรจุภัณฑ์การบริหารระบบข้อมูล ความสำคัญของโลจิสติกส์ การขนส่งทางถนน ราง ท่อน้ำชายฝั่งและอากาศและวิธีการจัดการอย่างเป็นระบบโดยมุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย การประสานงานในห่วงโซ่อุปทานและเพิ่มประสิทธิภาพรวมถึงองค์กรที่ดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ที่สำคัญ

ME535 กฎหมายธุรกิจระหว่างประเทศและทรัพย์สินทางปัญญา 3 (3-0-6)

(International Business Laws and Intellectual Property)

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศและทรัพย์สินทางปัญญา ตั้งแต่การจัดรูปแบบองค์กรธุรกิจ การจัดตั้งและจัดการองค์กรธุรกิจ การบริหารจัดการธุรกิจและบุคลากรในองค์กร การจดลิขสิทธิ์และการจดสิทธิบัตร การให้ความคุ้มครองผู้ถือหุ้น และการปกป้องผลประโยชน์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับบริษัท

วิทยานิพนธ์และการค้นคว้าอิสระ

ME600 วิทยานิพนธ์ 12 (0-0-36)

(Thesis)

นักศึกษาที่เลือกเรียนแผนการศึกษา ก แบบ ก 2 ต้องจัดทำวิทยานิพนธ์และสอบป้องกันวิทยานิพนธ์ โดยหัวข้อวิทยานิพนธ์ต้องอยู่ในขอบเขตสาขาวิชาที่ตนศึกษา และได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ฉบับสมบูรณ์ต้องได้รับอนุมัติเห็นชอบจากคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ที่ได้รับการแต่งตั้ง

ME601 การศึกษาค้นคว้าอิสระ**3 (0-0-9)****(Independent Study)**

นักศึกษาที่เลือกเรียนแผนการศึกษา ข ต้องจัดทำรายงานการค้นคว้าอิสระในหัวข้อที่นักศึกษาสนใจ ซึ่งมีอาจารย์ที่ปรึกษากำกับดูแล และต้องได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการสอบที่ได้รับการแต่งตั้ง

6) กลุ่มวิชาวิศวกรรมธุรกิจ**วิชาเอกบังคับ****MI 501 แนวโน้มธุรกิจสมัยใหม่****3(3-0-6)****(Modern Business Trend)**

ทิศทาง หรือ แนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงของโลก ไม่ว่าจะเป็นด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี ประชากร การเมือง และสิ่งแวดล้อมของโลก การเปลี่ยนแปลงของสถานะอากาศ Internet of things (IOT) ธุรกิจดิจิทัล วัฒนธรรมขององค์กรระหว่างประเทศ ทิศทางการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมและบริการในอนาคต การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค บทบาทความร่วมมือทางเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ ทั่วโลก และการศึกษาจากกรณีศึกษา

MI 502 การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์**3 (3-0-6)****(Product Design and Development)**

แนวคิดของการออกแบบ (Design thinking) การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของสินค้าและบริการ รวมถึงซอฟต์แวร์ ความสำคัญและบทบาทของผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือซอฟต์แวร์ใหม่ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและความสามารถในการแข่งขัน การระบุความต้องการของลูกค้าและข้อกำหนดของผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ หรือซอฟต์แวร์ใหม่ เทคนิควิศวกรรมคุณค่า การออกแบบที่คำนึงถึงความต้องการของลูกค้าควบคู่กับการผลิต และการใช้งาน และการศึกษาจากกรณีศึกษา

MI 503 การพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการทางด้านนวัตกรรม**3(3-0-6)****(Innovation Driven Entrepreneurship Development)**

หลักการในการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการธุรกิจโดยใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรม การพัฒนาธุรกิจใหม่ภายใต้สภาพแวดล้อมของบริษัทหรือองค์กรธุรกิจเดิม การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค (Persona) แผนการจัดตั้งและบริหารองค์กร การหาแหล่งเงินทุน การวางแผนพัฒนาสินค้าใหม่ การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินและการตลาด การประเมินโอกาสความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจ ภายใต้เงื่อนไขและข้อจำกัดต่างๆ การนำเสนอไอเดีย และการจัดทำแผนธุรกิจ

วิชาเอกเลือก

MI 521 ระบบโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานระดับโลก

3(3-0-6)

(Global Logistics and Supply Chain System)

บทบาทของกระบวนการ โลจิสติกส์ในภาคธุรกิจระดับประเทศและในธุรกิจระดับโลก การออกแบบระบบขนส่งและกระบวนการขนถ่ายลำเลียงวัตถุดิบ การออกแบบระบบการกระจายสินค้าไปยังลูกค้าในตลาดโลก การออกแบบคลังสินค้าและบรรจุภัณฑ์ การออกแบบระบบจัดซื้อซึ่งรวมถึงระบบสารสนเทศ วิเคราะห์บทบาทของการขนส่งที่มีต่อโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ การควบคุมการปฏิบัติงานทางด้านโลจิสติกส์ การกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงาน การออกแบบและปรับปรุงระบบดำเนินงานขององค์กรทั้งหมดในห่วงโซ่อุปทานแบบบูรณาการ เพื่อลดต้นทุนและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและเพิ่มระดับการบริการที่จะสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าเพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน

MI 522 การวิเคราะห์และสร้างแบบจำลองธุรกิจ

3(3-0-6)

(Business Simulation Modeling and Analysis)

การออกแบบเทคนิคและวิธีการจำลองเหตุการณ์สำหรับการตัดสินใจในระบบธุรกิจ การประยุกต์ใช้คอมพิวเตอร์ในการจำลองระบบธุรกิจ สำหรับระบบขนาดใหญ่โดยจะเน้นถึงการประยุกต์ใช้ในปัญหาของระบบแถวคอย อาทิ การผลิตและการขนส่ง ศึกษาการพัฒนากำหนด ข้อจำกัด และการตัดสินใจความถูกต้องของรูปแบบปัญหา และหลักการเลือกสรรระบบที่ดีที่สุด การวิเคราะห์ผลลัพธ์จากการจำลองเหตุการณ์เพื่อการปรับปรุงประสิทธิภาพ การออกแบบการทดลองของการจำลองระบบงาน

MI 523 นวัตกรรมพลิกโฉม

3(3-0-6)

(Disruptive Innovation)

การศึกษาเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ ที่ยังไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ที่มีผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค อาทิ รถยนต์ไฟฟ้า การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ เทคโนโลยีที่ใช้ในการอำนวยความสะดวกต่อผู้บริโภคในอนาคต และศึกษาจากกรณีศึกษา

MI 524 การตลาดดิจิทัลและการตลาดเชิงสร้างสรรค์

3(3-0-6)

(Creative and Digital Marketing)

การเลือกกลุ่มตลาดเป้าหมาย การกำหนดกลยุทธ์และยุทธวิธีส่วนผสมการตลาด คิดสร้างสรรค์กิจกรรมทางการตลาด การวางแผนโปรแกรมทางการตลาด และการสร้างจุดเด่นให้กับสินค้าและงานบริการ การวางแผนกลยุทธ์ ในการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า การออกแบบ การพัฒนาระบบบริหารลูกค้าสัมพันธ์จากข้อมูลการตลาด การวางจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ อาทิ instagram หรือ Alibaba การสร้างเพจเพื่อโปรโมทสินค้าหรือบริการ เทคนิคการทำ Clip โฆษณาเพื่อสร้างกระแสทางการตลาด เป็นต้น และการศึกษาจากกรณีศึกษา

- MI 525 การจัดการความเสี่ยง** **3(3-0-6)**
(Risk Management)
วิธีการสำหรับการวิเคราะห์ความเสี่ยงของโครงการ สินค้า และระบบการดำเนินงาน การหาสาเหตุของความเสี่ยง การประเมินความเสี่ยง และแนวทางการลดความเสี่ยง การวิเคราะห์ความเสี่ยงด้านการเงิน การตลาด และกระบวนการ การวิเคราะห์ความผิดพลาดด้วยผังต้นไม้ การจัดการความเสี่ยงแบบไม่แน่นอน การวิเคราะห์ความเสี่ยงด้วยเทคนิคต่างๆ เป็นต้น และการศึกษาจากกรณีศึกษา
- MI 526 สัมมนาทางนวัตกรรมธุรกิจ** **3(3-0-6)**
(Seminars in Business Innovation)
การศึกษาโดยการสัมมนาและแลกเปลี่ยนประสบการณ์เกี่ยวกับปัญหาทางด้านนวัตกรรมธุรกิจ เทคโนโลยีใหม่ การสร้างมูลค่าเพิ่ม การลงทุน การขนส่งและ ระบบห่วงโซ่อุปทานพร้อมกับการแก้ไข และการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ
- MI 527 ธุรกิจพลังงานในอนาคต** **3(3-0-6)**
(Future Energy Business)
ภาพรวมและทิศทางของพลังงาน ความต้องการใช้พลังงานและปริมาณพลังงานสำรองของประเทศและของโลก การนำเทคโนโลยีของพลังงานในปัจจุบันและอนาคตมาใช้ในการทำธุรกิจ อาทิ รถยนต์พลังงานไฟฟ้า อาคารประหยัดพลังงาน หรือเทคโนโลยีด้านพลังงานสะอาด อาทิ พลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานลม เศรษฐศาสตร์พลังงาน กลไกราคาของพลังงาน กลยุทธ์ของบริษัทและองค์กรในธุรกิจพลังงาน และการศึกษาจากกรณีศึกษาจริง
- MI 528 แนวโน้มและการจัดการธุรกิจสุขภาพ** **3(3-0-6)**
(Healthcare Business Trends and Management)
ภาพรวมและทิศทางของธุรกิจสุขภาพ อาทิ โรงพยาบาล อาหารเสริม สมุนไพร ยาและเวชภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง ธุรกิจเสริมความงาม สปา การสร้างมาตรฐานของธุรกิจสุขภาพ การเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการ การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในธุรกิจสุขภาพ ช่องทางการตลาดใหม่ๆ การใช้เทคโนโลยีบรรจุกัญชาที่เหมาะสม กลยุทธ์ของบริษัทและองค์กรในธุรกิจสุขภาพ และการศึกษาจากกรณีศึกษาจริง
- MI 529 กฎหมายธุรกิจระหว่างประเทศและทรัพย์สินทางปัญญา** **3(3-0-6)**
(International Business Laws and Intellectual Property)
กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศและทรัพย์สินทางปัญญา ตั้งแต่การจัดรูปแบบขององค์กรธุรกิจ การจัดตั้งและจัดการองค์กรธุรกิจ การบริหารจัดการธุรกิจและบุคลากรในองค์กร การจดลิขสิทธิ์และการจดสิทธิบัตร การให้ความคุ้มครองผู้ถือหุ้น และการปกป้องผลประโยชน์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับบริษัท
- MI 530 ประเด็นปัจจุบันทางนวัตกรรมธุรกิจ** **3(3-0-6)**
(Current Issues in Business Innovation)
หัวข้อพิเศษที่น่าสนใจทางนวัตกรรมธุรกิจ วิศวกรรม เทคโนโลยี ซึ่งเนื้อหาวิชาอาจจะเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม

วิทยานิพนธ์และการค้นคว้าอิสระ

ME 600 วิทยานิพนธ์

12 (0-0-36)

(Thesis)

นักศึกษาที่เลือกเรียนแผนการศึกษา ก แบบ ก 2 ต้องจัดทำวิทยานิพนธ์และสอบป้องกันวิทยานิพนธ์ โดยหัวข้อวิทยานิพนธ์ต้องอยู่ในขอบเขตสาขาวิชาที่ตนศึกษา และได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ฉบับสมบูรณ์ต้องได้รับอนุมัติเห็นชอบจากคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ที่ได้รับการแต่งตั้ง

ME601 การศึกษาค้นคว้าอิสระ

3(0-0-9)

(Independent Study)

นักศึกษาที่เลือกเรียนแผนการศึกษา ข ต้องจัดทำรายงานการค้นคว้าอิสระในหัวข้อที่นักศึกษาสนใจ ซึ่งมีอาจารย์ที่ปรึกษากำกับดูแล และต้องได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการสอบที่ได้รับการแต่งตั้ง

7)กลุ่มวิชาผู้ประกอบการยุคดิจิทัล

วิชาเอกบังคับ

MS 501 การทำธุรกิจออนไลน์

3(3-0-6)

(Online Entrepreneur)

ธุรกิจออนไลน์และการตลาดผ่านโซเชียลมีเดีย การศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจออนไลน์การประยุกต์ใช้ตัวแบบทางธุรกิจออนไลน์ รูปแบบธุรกิจ การวางแผนและตัวแบบของการตลาด การประยุกต์หลักการตลาด การค้นหากลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รูปแบบการโฆษณา การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ การกำหนดราคาแบบเรียลไทม์ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ กฎหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และ จริยธรรมในการประกอบธุรกิจ

MS 502 เทคโนโลยีทางการเงิน

3(3-0-6)

(Financial Technology)

การใช้เทคโนโลยีเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกรรมทางการเงิน การพลิกโฉมการทำธุรกรรมด้านการเงิน การธนาคาร และการลงทุน การพัฒนานวัตกรรมทางการเงินโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การสร้างโอกาสทางธุรกิจโดยใช้เทคโนโลยีทางการเงิน ผลกระทบของเทคโนโลยีต่อผู้ประกอบการและอุตสาหกรรมการเงิน และ แหล่งเงินทุนสำหรับธุรกิจสมัยใหม่

MS 503 กฎหมายธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล

3(3-0-6)

(Digital Law)

หลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจออนไลน์หลากหลายรูปแบบ กฎหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายออนไลน์ในประเทศและระหว่างประเทศ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเป็นตัวกลางในธุรกรรมออนไลน์ประเภทต่างๆ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสื่อและโฆษณาออนไลน์ กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล กฎหมายว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และการระงับข้อพิพาทออนไลน์

วิชาเอกเลือก

MS 521 เทคโนโลยีธุรกิจดิจิทัล

3(3-0-6)

(Digital Business Technology)

ความสำคัญและองค์ประกอบของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ หน้าที่ของผู้ที่เกี่ยวข้องในระบบ หลักการและขั้นตอนการพัฒนาสารสนเทศ ประโยชน์ของเทคโนโลยีสารสนเทศเชิงธุรกิจ เทคโนโลยีทางด้านซอฟต์แวร์ เทคโนโลยีการจัดการข้อมูล การสื่อสารข้อมูลและระบบข่ายงานคอมพิวเตอร์และโทรคมนาคม จรรยาบรรณและจริยธรรมของผู้เกี่ยวข้อง ผลกระทบของการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศต่อบุคคลและสังคม แนวโน้มของอุตสาหกรรมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

MS 522 การจัดการองค์กรดิจิทัล

3(3-0-6)

(Managing Digital Organization)

การกำหนดเป้าหมายทางธุรกิจให้ตรงกับเป้าหมายทางเทคโนโลยีสารสนเทศ หน้าที่และโครงสร้างของหน่วยงานทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การจัดการกระบวนการเทคโนโลยีสารสนเทศ การจัดการโครงการเทคโนโลยีสารสนเทศ การส่งมอบจากโครงการสู่กระบวนการ การกำหนดความสำเร็จของเทคโนโลยีสารสนเทศและการวัดความสำเร็จ การจัดการภาวะวิกฤต กรณีศึกษาทั้งในและต่างประเทศ

MS 523 เทคโนโลยีข้อมูลสำหรับธุรกิจอัจฉริยะ

3(3-0-6)

(Big Data Technology for Business Intelligence)

แนวคิด เทคนิค การออกแบบ และ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี ฐานข้อมูล คลังข้อมูล และเหมืองข้อมูล วัตถุประสงค์และพื้นฐานสถาปัตยกรรมของระบบธุรกิจอัจฉริยะ เทคโนโลยีการวิเคราะห์ สกัดคุณค่าจากข้อมูลขนาดใหญ่ การใช้ข้อมูลในการตัดสินใจเพื่อให้เกิดประโยชน์ทางธุรกิจ

MS 524 การจัดการแบบแอไจล์สำหรับเทคโนโลยีและสำหรับธุรกิจ

3(3-0-6)

(Agile Management for IT and Business)

หลักการของแอไจล์ทางธุรกิจ การปฏิบัติของการจัดการแบบแอไจล์ เช่น สกรัม เอ็กซ์ทรีม โปรแกรมมิ่ง การพัฒนาแบบบิเฮฟวิเออะดริฟเวน การพัฒนาแบบลีน คังบัง วิธีการพัฒนาแบบไดนามิก ซิสเต็ม ดีเวลลอปเมนต์ เมฆอด การพัฒนาแบบพีเจอร์คริฟเวน ฯลฯ วัฒนธรรมองค์กร การออกแบบองค์กรและกระบวนการสำหรับแอไจล์ กรณีศึกษา

MS 525 ธุรกิจใหม่และการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจโดยใช้นวัตกรรม

3(3-0-6)

(New Technology Venture and Innovation-driven Business transformation)

การพลิกโฉมโดยเทคโนโลยีดิจิทัลและการเปลี่ยนรูปแบบทางธุรกิจ กรณีของความสำเร็จและล้มเหลวในการปรับตัว แบบจำลองสำหรับการวิเคราะห์อุตสาหกรรม กลยุทธ์สำหรับการเปลี่ยนแปลง การแปลงดิจิทัลในภาคบริการ การพัฒนาธุรกิจใหม่ทางเทคโนโลยี กรณีศึกษาทั้งในและต่างประเทศ

MS 526 การจัดการนวัตกรรมทางเทคโนโลยี

3(3-0-6)

(Technological Innovation Management)

การกำหนดบทบาทของนวัตกรรมทางเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างเหมาะสมทั้งในระดับนโยบาย กลยุทธ์ แผนการดำเนินงานและ ปฏิบัติงาน เพื่อเพิ่มศักยภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและเพื่อให้สามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมทางเทคโนโลยีสารสนเทศที่จำเป็นต่อการแข่งขันได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

MS 527 ธรรมาภิบาลด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

3(3-0-6)

(Information Technology Governance)

การจัดการโครงสร้างองค์กรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อบูรณาการเทคโนโลยีเข้ากับธุรกิจอย่างเป็นระบบตั้งแต่ในระดับยุทธศาสตร์และเป้าหมาย การดำเนินการตามกระบวนการ ไปจนถึงเทคโนโลยีที่นำมาใช้รองรับระบบงาน เพื่อผลักดันให้องค์กรสามารถดำเนินการตามแผนงานที่กำหนดไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

MS 528 หัวข้อพิเศษทางธุรกิจดิจิทัล 1

3(3-0-6)

(Special Topics in Digital Business 1)

หัวข้อร่วมสมัยที่น่าสนใจ โดยมุ่งเน้นให้นักศึกษามีทักษะในเชิงการประยุกต์ใช้และการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลในธุรกิจ

MS 529 หัวข้อพิเศษทางธุรกิจดิจิทัล 2

3(3-0-6)

(Special Topics in Digital Business 2)

หัวข้อร่วมสมัยที่น่าสนใจ โดยมุ่งเน้นให้นักศึกษามีทักษะในเชิงการประยุกต์ใช้และการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลในธุรกิจ

วิทยานิพนธ์และการค้นคว้าอิสระ

MS 600 วิทยานิพนธ์

12 (0-0-36)

(Thesis)

นักศึกษาที่เลือกเรียนแผนการศึกษา ก แบบ ก 2 ต้องจัดทำวิทยานิพนธ์และสอบป้องกันวิทยานิพนธ์ โดยหัวข้อวิทยานิพนธ์ต้องอยู่ในขอบเขตสาขาวิชาที่ตนศึกษา และได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ฉบับสมบูรณ์ต้องได้รับอนุมัติเห็นชอบจากคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ที่ได้รับการแต่งตั้ง

MS 601 การศึกษาค้นคว้าอิสระ

3(0-0-9)

(Independent Study)

นักศึกษาที่เลือกเรียนแผนการศึกษา ข ต้องจัดทำรายงานการค้นคว้าอิสระในหัวข้อที่นักศึกษาสนใจ ซึ่งมีอาจารย์ที่ปรึกษากำกับดูแล และต้องได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการสอบที่ได้รับการแต่งตั้ง

8) กลุ่มวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม

วิชาเอกบังคับ

MT 501 พลวัตการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม 3(3-0-6)

(Dynamics of Tourism and Hotel Management)

สถานการณ์ แนวโน้ม และนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและการโรงแรม พฤติกรรมผู้บริโภคในธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรม การปรับตัวของธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรมในยุคโลกาภิวัตน์ การใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรม การจัดการความเสี่ยงและวิกฤตในธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรม กลยุทธ์การจัดการและพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวและโรงแรมท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี

MT 502 การสร้างธุรกิจใหม่และการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรม 3(3-0-6)

(New Venture Creation and Entrepreneurship in Tourism and Hotel Business)

แนวคิดการสร้างธุรกิจใหม่ ขั้นตอนในการสร้างธุรกิจ คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรม การประเมินปัจจัยสภาพแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อโอกาสและอุปสรรคในการประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรม การจัดทำแผนธุรกิจ รูปแบบการลงทุนในธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรม การจัดการธุรกิจที่เริ่มดำเนินการเพื่อกำไรและการเติบโต การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน คุณธรรม จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรม

MT 503 การจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรมเพื่อความยั่งยืน 3(3-0-6)

(Tourism and Hotel Business Management for Sustainability)

แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนสู่การจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรมอย่างยั่งยืน การประเมินผลกระทบในมิติทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมจากธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรม หลักการ กระบวนการ และการดำเนินงานเพื่อจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรมอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรมที่มีการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน

วิชาเอกเลือก

MT 521 การจัดการธุรกิจที่พักแรมสมัยใหม่ 3(3-0-6)

(Modern Accommodation Business Management)

แนวคิดการจัดการธุรกิจที่พักแรมสมัยใหม่ รูปแบบการบริหารและการดำเนินงานที่ที่พักแรมสมัยใหม่ การนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการที่ที่พักแรมสมัยใหม่ การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายและการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจที่พักแรมสมัยใหม่ ความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับธุรกิจที่พักแรมสมัยใหม่ แนวโน้มของธุรกิจที่พักแรม กรณีศึกษา

MT 522 การจัดการธุรกิจบริการสุขภาพและสปา 3(3-0-6)

(Wellness and Spa Business Management)

แนวความคิดการจัดการธุรกิจบริการสุขภาพและสปา มาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับสถานประกอบการด้านสุขภาพและสปา การออกแบบและพัฒนาสินค้าและบริการด้านสุขภาพและสปา กลยุทธ์การจัดการและการดำเนินธุรกิจบริการสุขภาพและสปา การสร้างคุณค่าและการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ในธุรกิจบริการสุขภาพและสปา กฎหมายและจรรยาบรรณสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจบริการสุขภาพและสปา

MT 523 การจัดการธุรกิจบริการอาหารและภัตตาคาร 3(3-0-6)

(Food Service and Restaurant Business Management)

แนวความคิดการจัดการธุรกิจบริการอาหารและภัตตาคาร การกำหนดรูปแบบการบริการ การบริหารจัดการภายในธุรกิจบริการอาหารและภัตตาคาร การจัดรายการอาหารและการกำหนดราคาค่าบริการ การจัดการกำลังคน การควบคุมคุณภาพอาหารและการบริการ การจัดการทางการเงิน กลยุทธ์ทางการจัดการด้านการตลาดและการบริหารงานขายในธุรกิจบริการอาหารและภัตตาคาร กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบการธุรกิจบริการอาหารและภัตตาคาร กรณีศึกษา

MT 524 การจัดการธุรกิจสายการบินและท่าอากาศยาน 3(3-0-6)

(Airline Business and Airport Management)

แนวความคิดการจัดการธุรกิจสายการบินและท่าอากาศยาน การบริการในธุรกิจสายการบิน พฤติกรรมผู้บริโภคในธุรกิจสายการบิน การวิเคราะห์การแข่งขันในธุรกิจสายการบิน การพัฒนาสินค้าและบริการ กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจสายการบิน ระบบการบริหารจัดการท่าอากาศยาน ธุรกิจท่าอากาศยาน กรรมสิทธิ์และสิทธิในการประกอบการท่าอากาศยาน โครงสร้างในการจัดการท่าอากาศยาน ผลกระทบจากการดำเนินงานของท่าอากาศยานต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษา

MT 525 การวางแผนและการจัดการงานอีเวนต์ 3(3-0-6)

(Event Planning and Management)

แนวความคิดการจัดการงานอีเวนต์ ขั้นตอนการจัดงานอีเวนต์ การออกแบบงานอีเวนต์ นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์สำหรับงานอีเวนต์ การจัดการสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกในงานอีเวนต์ การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชนในงานอีเวนต์ การจัดการด้านงบประมาณ เทคโนโลยี และอุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดงาน การวางแผนและการจัดการกำลังคน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในงานอีเวนต์ กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจการจัดงานอีเวนต์ กรณีศึกษา

MT 526 การจัดการคุณภาพการบริการสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรม 3(3-0-6)

(Service Quality Management for Tourism and Hotel Business)

แนวความคิดการจัดการคุณภาพการบริการ การดำเนินงานด้านคุณภาพการบริการในธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรม การพัฒนาคุณภาพการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน มาตรฐานการให้บริการในธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรม การประเมินคุณภาพการบริการ

MT 527 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรม 3(3-0-6)

(Customer Relations Management in Tourism and Hotel Business)

แนวความคิดการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ระดับและรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรมกับลูกค้า กระบวนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ กิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรธุรกิจกับลูกค้าเพื่อนำไปสู่ความจงรักภักดีต่อตราสินค้า กลยุทธ์การรักษาลูกค้า การหาลูกค้าใหม่ และการดึงลูกค้ากลับ กรณีศึกษา

MT 528 การพัฒนาทุนมนุษย์สำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรม 3(3-0-6)

(Human Capital Development for Tourism and Hotel Business)

ความสำคัญของการพัฒนาทุนมนุษย์ในธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรม การพัฒนาสมรรถนะของทุนมนุษย์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน การวางแผนและการส่งเสริมทรัพยากรมนุษย์ให้ประสบความสำเร็จ การบริหารทุนมนุษย์ในธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรมภายใต้ความหลากหลายทางวัฒนธรรม

MT 529 การจัดการผลิตภัณฑ์และตราสินค้าสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรม 3(3-0-6)

(Product and Brand Management for Tourism and Hotel Business)

แนวความคิดการจัดการผลิตภัณฑ์ในธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรม ลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ในธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรม การกำหนดกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์สำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรม การสร้างและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ แนวคิดคุณค่าตราสินค้า การกำหนดตำแหน่งตราสินค้า การกำหนดกลยุทธ์เกี่ยวกับตราสินค้า การรักษาคุณค่าตราสินค้าให้คงอยู่

MT 530 การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชนสำหรับการท่องเที่ยวและการโรงแรม 3(3-0-6)

(Logistics and Supply Chain Management for Tourism and Hotel)

แนวความคิดการจัดการ โลจิสติกส์และซัพพลายเชน ความแตกต่างการจัดการ โลจิสติกส์และซัพพลายเชนในอุตสาหกรรมการผลิตและอุตสาหกรรมบริการ การจัดการ โลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวและการโรงแรม การจัดการการไหลทางกายภาพ การจัดการการไหลของสารสนเทศ การจัดการการไหลทางการเงิน การบริหารความสัมพันธ์กับผู้จัดหา การวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคในการจัดการ โลจิสติกส์และซัพพลายเชนในธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรม

MT 531 ประเด็นวิพากษ์ในธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรม 3(3-0-6)

(Critiqued Issues in Tourism and Hotel Business)

วิเคราะห์ และอภิปรายเกี่ยวกับประเด็นที่สำคัญ และน่าสนใจในธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรม โดยใช้กรณีศึกษาทั้งในประเทศและต่างประเทศ ร่วมกันอภิปราย สรุป และนำเสนอแนวคิดใหม่เพื่อประยุกต์ใช้ในงานอาชีพ และการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรม

MT 532 ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับการท่องเที่ยวและการโรงแรม 3(3-0-6)

(Research Methodology for Tourism and Hotel)

แนวคิดเกี่ยวกับการวิจัยสำหรับการท่องเที่ยวและการโรงแรม การกำหนดประเด็นปัญหาการวิจัย กระบวนการและขั้นตอนการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ การเขียนรายงานการวิจัย และการนำเสนอผลงานการวิจัย

วิทยานิพนธ์และการค้นคว้าอิสระ

MT 600 วิทยานิพนธ์

12 (0-0-36)

(Thesis)

นักศึกษาที่เลือกเรียนแผนการศึกษา ก แบบ ก 2 ต้องจัดทำวิทยานิพนธ์และสอบป้องกันวิทยานิพนธ์ โดยหัวข้อวิทยานิพนธ์ต้องอยู่ในขอบเขตสาขาวิชาที่ตนศึกษา และได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ฉบับสมบูรณ์ต้องได้รับอนุมัติเห็นชอบจากคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ที่ได้รับการแต่งตั้ง

MT 601 การศึกษาค้นคว้าอิสระ

3(0-0-9)

(Independent Study)

นักศึกษาที่เลือกเรียนแผนการศึกษา ข ต้องจัดทำรายงานการค้นคว้าอิสระในหัวข้อที่นักศึกษานำเสนอ ซึ่งมีอาจารย์ที่ปรึกษากำกับดูแล และต้องได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการสอบที่ได้รับการแต่งตั้ง

9. กลุ่มวิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีการเงิน

วิชาเอกบังคับ

MC 501 การเปลี่ยนรูปแบบบริการทางการเงินให้เป็นดิจิทัล

3(3-0-6)

(Digital Transformation in Financial Services)

พื้นฐานเทคโนโลยีทางการเงิน การปรับเปลี่ยนรูปแบบให้เป็นดิจิทัล การเปลี่ยนกระบวนการทางธุรกิจในการบริการทางการเงินแพลตฟอร์มดิจิทัล ระบบนิเวศธุรกิจบริการทางการเงิน พลวัตดิจิทัล วิธีการใช้ข้อมูลแบบใหม่ การเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับลูกค้า ทิศทางของเทคโนโลยีทางการเงิน เช่น การบริหารจัดการความมั่งคั่ง ตลาดการกู้เงิน เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการกู้เงิน ความเข้าใจประสบการณ์ลูกค้าผ่านสื่อตัวอย่างโทรศัพท์เคลื่อนที่ ออนไลน์ สาขา และช่องทางต่างๆ ผลกระทบของเทคโนโลยีทางการเงิน การเข้าใจความต้องการของลูกค้ามากขึ้น การปรับปรุงเพื่อเข้าสู่ตลาดอย่างรวดเร็ว เพิ่มประสบการณ์ของลูกค้า กรณีศึกษา MobilePay เป็นต้น

MC 502 การวิเคราะห์และการแก้ไขปัญหาสำหรับระบบนิเวศเทคโนโลยีทางการเงิน

3(3-0-6)

(Analysis and solutions for fintech ecosystems)

เทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ ที่มีผลกระทบในธุรกิจธนาคาร การตลาด การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับการให้บริการทางการเงิน เข้าใจระบบการเงินแบบอัตโนมัติ การวิเคราะห์การเงินผ่านคอมพิวเตอร์ การประยุกต์ใช้แบบจำลองทางการเงินในการแก้ไขปัญหา การใช้โปรแกรมเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจด้านการเงิน ระบบสารสนเทศการเงิน ครอบคลุมเครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ และระบบการประมวลแบบพหุภาคี โครงข่ายการโอนเงินและระบบสนับสนุน การประยุกต์ความรู้เพื่อนำไปใช้ในบริการด้านการเงินในทางปฏิบัติ

MC 503 นวัตกรรมทางเทคโนโลยีการเงินในการให้บริการทางการเงิน

3(3-0-6)

(Financial Technology Innovation in Financial Services)

นวัตกรรมทางเทคโนโลยีการเงินในการให้บริการทางการเงิน การชำระค่าบริการต่างๆ รวมถึงนวัตกรรม การชำระเงินที่จุดขาย การนำข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) มาใช้สำหรับนวัตกรรมทางเทคโนโลยีทางการเงินในการให้บริการทางการเงิน การแก้ไขปัญหาของเทคโนโลยีทางการเงิน ใน Complex Contracts Optimization การกำกับระบบนิเวศของ Crowdfunding

วิชาเอกเลือก

MC 521 ระบบสารสนเทศและการออกแบบการบริการ : กลยุทธ์ แบบจำลองและวิธีการ 3(3-0-6)

(Information Systems and Service Design: Strategy, Models, and Methods)

หลักการออกแบบวงจรชีวิตของระบบสารสนเทศและการบริการที่มีความแตกต่างกันในองค์กรแต่ละประเภท การวิเคราะห์ลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสีย การบ่งชี้กลุ่มลูกค้าและแบบจำลองสำหรับลูกค้าที่แตกต่างกัน การวิเคราะห์สารสนเทศที่ใช้ในสนับสนุนการตัดสินใจ การออกแบบสารสนเทศให้สามารถรองรับเทคโนโลยีที่หลากหลาย การประยุกต์ใช้กับโทรศัพท์เคลื่อนที่ คอมพิวเตอร์พกพาขนาดเล็ก การวิเคราะห์ข้อมูลในกลยุทธ์ทางการค้า

MC 522 สถาปัตยกรรมคอมพิวเตอร์ขององค์กร 3(3-0-6)

(Enterprise Computer Architectures)

โครงสร้างสถาปัตยกรรมคอมพิวเตอร์ขององค์กร การบูรณาการความรู้เพื่อนำไปใช้จัดการองค์กรต่างๆ ในทางปฏิบัติโดยครอบคลุม Virtualization Cloud Computing รวมถึงการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

MC 523 การนำเสนอข้อมูล 3(3-0-6)

(Data Visualization)

เทคนิคและอัลกอริทึมในการสร้างภาพที่มีประสิทธิภาพ การออกแบบและการสร้างภาพ การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำมาแสดงผลเป็นรูปภาพ องค์ประกอบในการออกแบบเพื่อการสร้างภาพ ชนิดข้อมูลที่มีผลต่อชนิดของการสร้างภาพ หลักการของการการออกแบบกราฟิก ทฤษฎีสี (สีปะที่รับรู้ด้วยประสาทสัมผัสทางตา) จิตวิทยาการรับรู้ วิทยาการการรู้ การจัดการข้อมูลให้พร้อมที่จะนำมาสร้างเป็นแผนภาพ การใช้ GIS ในการเตรียม วิเคราะห์ และนำเสนอแผนที่

MC 524 คลังข้อมูลและเหมืองข้อมูลสำหรับวิศวกรรมคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีการเงิน 3(3-0-6)

(Data Warehouse and Data Mining for Computer Engineering and Financial Technology)

สถาปัตยกรรมแบบต่างๆ ของคลังข้อมูล การออกแบบคลังข้อมูลสำหรับข้อมูลที่มีความแตกต่างทางโครงสร้าง การพัฒนาคลังข้อมูล การวิเคราะห์ประมวลผลแบบออนไลน์ ระบบสนับสนุนการตัดสินใจสำหรับวิศวกรรมคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีการเงิน และ ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ Business Intelligence หลักการเหมืองข้อมูลเบื้องต้น การเตรียมข้อมูล การทำเหมืองความสัมพันธ์ข้อมูล วิธีการแบ่งข้อมูลด้วยต้นไม้ตัดสินใจ และการจัดกลุ่ม

MC 525 เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับเทคโนโลยีการเงิน 3(3-0-6)

(Information Technology for Financial Technology)

เทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ ที่มีผลกระทบในธุรกิจธนาคาร การตลาด การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับการให้บริการทางการเงิน เข้าใจระบบการเงินแบบอัตโนมัติ การวิเคราะห์การเงินผ่านคอมพิวเตอร์ การประยุกต์ใช้แบบจำลองทางการเงินในการแก้ไขปัญหา การใช้โปรแกรมเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจด้านการเงิน ระบบสารสนเทศการเงิน ครอบคลุมเครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ และระบบการประมวลแบบพหุภาคี โครงข่ายการเงิน และระบบสนับสนุน การประยุกต์ความรู้เพื่อนำไปใช้ในบริการด้านการเงินในทางปฏิบัติ

MC 526 การบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ 3(3-0-6)

(Information Technology Management)

กลยุทธ์และการจัดการเพื่อประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศ สื่อสาร โทรคมนาคม และเทคโนโลยีอื่นๆ ให้สอดคล้องกับการจัดการส่วนผสมการตลาด การตลาดบนอินเทอร์เน็ต ทั้งแบบมีสายและไร้สาย รวมถึงการบริหารระบบสารสนเทศการตลาด เครือข่ายเทคโนโลยี สารสนเทศที่ทันสมัยทุกรูปแบบ การสร้าง การออกแบบ การจัดการธุรกิจและการตลาด หรือ ร้านค้าบนเครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศทุกรูปแบบเพื่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า สร้างลูกค้ารวมทั้งความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า และจริยธรรมการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ

MC 527 ความมั่นคงปลอดภัยของสารสนเทศในเทคโนโลยีการเงิน 3(3-0-6)

(Information Security in Financial Technology)

ความมั่นคงปลอดภัยของสารสนเทศโดยเน้นด้านการบริหารเบื้องต้นสำหรับการวิเคราะห์ และบรรเทาการคุกคามหน่วยงานบริการสารสนเทศและธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ การศึกษาเชิงกว้างของความมั่นคงปลอดภัยและการประกันสารสนเทศด้วยการเน้นด้านการบริหารการกระทบต่อความร่วมมือและธุรกิจที่ต้องใช้บริการสารสนเทศ และธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ การจัดการความมั่นคงปลอดภัยแบบกลุ่ม และจริยธรรมความมั่นคงปลอดภัยของสารสนเทศในเทคโนโลยีการเงิน

MC 528 เทคโนโลยีการเงินขั้นสูง 3(3-0-6)

(Advanced Financial Technology)

การประยุกต์เทคโนโลยีมาใช้งานวิจัยด้านต่างๆ โดยเฉพาะกับข้อมูลที่มีความหลากหลายและมีจำนวนมาก มุ่งเน้นการสืบค้นและจำแนกสารสนเทศ รวมถึงการออกแบบฟัซซี่โลจิก (Fuzzy Logic) ระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลทางการเงิน โดยใช้ Biometric Blockchain Application in Financial Services

วิทยานิพนธ์และการค้นคว้าอิสระ

MC 600 วิทยานิพนธ์ 12 (00-36)

(Thesis)

นักศึกษาที่เลือกเรียนแผนการศึกษา ก แบบ ก 2 ต้องจัดทำวิทยานิพนธ์และสอบป้องกันวิทยานิพนธ์ โดยหัวข้อวิทยานิพนธ์ต้องอยู่ในขอบเขตสาขาวิชาที่ตนศึกษา และได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ฉบับสมบูรณ์ต้องได้รับอนุมัติเห็นชอบจากคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ที่ได้รับการแต่งตั้ง

MC 601 การศึกษาค้นคว้าอิสระ 3(0-0-9)

(Independent Study)

นักศึกษาที่เลือกเรียนแผนการศึกษา ข ต้องจัดทำรายงานการค้นคว้าอิสระในหัวข้อที่นักศึกษาสนใจ ซึ่งมีอาจารย์ที่ปรึกษากำกับดูแล และต้องได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการสอบที่ได้รับการแต่งตั้ง

10. กลุ่มวิชาการจัดการธุรกิจครอบครัว

วิชาเอกบังคับ

MM 501 หลักการบริหารธุรกิจครอบครัว **3(3-0-6)**

(Principles of Family Business Management)

เรียนรู้แนวคิดการบริหารธุรกิจครอบครัวต่างๆ ที่สำคัญ จุดเด่นจุดอ่อนของธุรกิจครอบครัว รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นครอบครัว ความเป็นเจ้าของ และความเป็นมืออาชีพในการทำงาน รวมถึงวัฏจักรการเปลี่ยนแปลงของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธุรกิจครอบครัว

MM 502 การออกแบบองค์กรและการกำกับดูแลธุรกิจครอบครัว **3(3-0-6)**

(Organization Design and Governance of Family Business)

เรียนรู้รูปแบบโครงสร้างองค์กรที่เป็นธุรกิจครอบครัวที่เชื่อมโยงระหว่างครอบครัวกับธุรกิจเข้าด้วยกัน การออกแบบโมเดลธุรกิจที่สอดคล้องกับความต้องการของครอบครัว การตั้งบริษัทครอบครัวส่วนรวม วิธีการควบคุม ดูแล และการตรวจสอบการดำเนินงานของกิจการ หลักบรรษัทภิบาล การสร้างธรรมณูญครอบครัว รวมถึงบทบาทของการเป็นผู้ถือหุ้นและกรรมการบริษัทที่ดี

MM 503 กลยุทธ์ธุรกิจครอบครัวเพื่อความยั่งยืน **3(3-0-6)**

(Family Business Strategy for Sustainability)

เรียนรู้การแนวคิดและวิธีการสร้างกลยุทธ์ของครอบครัว (Family Strategy) ที่จะทำให้ครอบครัวสามารถรักษาปรัชญา ค่านิยม เอกลักษณ์ และชื่อเสียงที่สั่งสมไว้ นอกจากนี้ยังเรียนรู้แนวคิดของกลยุทธ์ธุรกิจครอบครัว (Family Business Strategy) ที่เชื่อมโยงความต้องการของครอบครัวเข้ากับธุรกิจพร้อมๆ กับการสร้างความสามารถในการแข่งขันระยะยาว

วิชาเอกเลือก

MM 521 การบริหารความเสี่ยงสำหรับธุรกิจครอบครัว **3(3-0-6)**

(Risk Management for Family Business)

เรียนรู้ความเสี่ยงต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจครอบครัว เช่น ความเสี่ยงด้านการเงิน ด้านความปลอดภัยของข้อมูล หรือด้านการขาดผู้สืบทอดกิจการ เป็นต้น แนวทางการป้องกันและการบริหารความเสี่ยง วิธีการสร้างระบบการตรวจสอบการดำเนินงาน

MM 522 การบริหารความขัดแย้ง **3(3-0-6)**

(Conflict Management)

เรียนรู้รูปแบบและสาเหตุที่ทำให้เกิดความขัดแย้งที่เกิดขึ้นทั้งในธุรกิจและในครอบครัวที่ส่งผลกระทบต่อให้การบริหารกิจการล้มเหลว วิธีการและเทคนิคต่างๆ ในการแก้ไขปัญหาความขัดแย้ง รูปแบบการสื่อสาร การเปลี่ยนแปลงความขัดแย้งที่เป็นปัญหาให้เป็นความขัดแย้งที่สร้างสรรค์

MM 523 การบริหารนวัตกรรมในธุรกิจครอบครัว **3(3-0-6)**

(Managing Innovation in Family Business)

เรียนรู้ความสำคัญของนวัตกรรมที่มีต่อธุรกิจครอบครัว วิธีการสร้างนวัตกรรมจากภายใน การสร้างจากภายนอก การสร้างนวัตกรรมจากความเชี่ยวชาญของครอบครัว รวมถึงการสร้างความเข้าใจในองค์ประกอบที่จะทำให้ นวัตกรรมประสบความสำเร็จ

MM 524 กฎหมายและภาษีของธุรกิจครอบครัว

3(3-0-6)

(Legal and Tax for Family Business)

เรียนรู้กฎหมาย และภาษีที่เกี่ยวข้องกับการบริหารธุรกิจครอบครัว เช่น สิทธิและหน้าที่ของผู้ถือหุ้น กรรมการบริษัท สัญญาผู้ถือหุ้น พันธกรรม ทรัพย์สินทาง ภาษีมรดก เป็นต้น การจัดการทรัพย์สินทางปัญญาของ ครอบครัว รวมถึงวิธีการบริหารภาษีที่มีประสิทธิภาพ ทั้งในส่วนของธุรกิจ และส่วนของครอบครัว

MM 525 การบริหารความมั่งคั่ง

3(3-0-6)

(Wealth Management)

เรียนรู้การบริหารความมั่งคั่งของธุรกิจ ความมั่งคั่งของครอบครัวส่วนรวม และความมั่งคั่งส่วนบุคคล การ บริหารอสังหาริมทรัพย์ การตั้งบริษัทครอบครัวที่ต่างประเทศเพื่อบริหารภาษี (Offshore Company)

MM 526 การวางแผนสืบทอดธุรกิจและการเปลี่ยนผ่านในธุรกิจครอบครัว

3(3-0-6)

(Succession Planning and Transition in Family Business)

เรียนรู้รูปแบบต่างๆ วิธีการและกระบวนการสืบทอดธุรกิจครอบครัวจากรุ่นสู่รุ่น โดยที่มีประสิทธิภาพและไม่ สร้างความขัดแย้ง เข้าใจปัจจัยต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อ การสืบทอดธุรกิจ การบ่มเพาะทายาทธุรกิจ การวางแผนสืบทอด ธุรกิจ รวมถึงวิธีการเปลี่ยนผ่านธุรกิจครอบครัวเพื่อให้มีความสอดคล้องกับยุคสมัยอยู่เสมอ

MM 527 สัมมนาการบริหารธุรกิจครอบครัว

3(3-0-6)

(Seminar in Family Business)

เรียนรู้ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจครอบครัวที่สำคัญ เช่น การนำธุรกิจครอบครัวเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ การ ขยายกิจการบางส่วนหรือทั้งหมด การทำ Digital Transformation ของธุรกิจครอบครัว การทำ Start Up ของทายาทรุ่น ใหม่ เป็นต้น

วิทยานิพนธ์และการค้นคว้าอิสระ

MM 600 วิทยานิพนธ์

12 (00-36)

(Thesis)

นักศึกษาที่เลือกเรียนแผนการศึกษา ก แบบ ก 2 ต้องจัดทำวิทยานิพนธ์และสอบป้องกันวิทยานิพนธ์ โดย หัวข้อวิทยานิพนธ์ต้องอยู่ในขอบเขตสาขาวิชาที่ตนศึกษา และได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ ฉบับสมบูรณ์ต้องได้รับอนุมัติเห็นชอบจากคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ที่ได้รับการแต่งตั้ง

MM 601 การศึกษาค้นคว้าอิสระ

3(0-0-9)

(Independent Study)

นักศึกษาที่เลือกเรียนแผนการศึกษา ข ต้องจัดทำรายงานการค้นคว้าอิสระในหัวข้อที่นักศึกษาสนใจ ซึ่งมีอาจารย์ที่ปรึกษากำกับดูแล และต้องได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการสอบที่ได้รับการแต่งตั้ง

5.2 ชื่อ นามสกุล ตำแหน่งและคุณวุฒิของอาจารย์

6.2.1. อาจารย์ประจำหลักสูตร

ลำดับ	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่อ - สกุล	คุณวุฒิ	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษาจากสถาบัน	ปีที่สำเร็จ
1		ดร. พิรพงษ์ พุศิริ	D.B.A.	Management	Nova Southeastern University, Florida, USA	2545
			M.B.A	Management Information System	Nova Southeastern University, Florida, USA	2541
			B.B.A	Marketing	Nova Southeastern University, Florida, USA	2540
2	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ดร.วรรณพี บานชื่นวิจิตร	Ph.D.	Finance	Southern Illinois University at Carbondale, USA	2549
			M.B.A.	Finance	The University of Texas at Arlington, USA	2542
			บธ.บ.	การธนาคารและการเงิน	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2538
3		ดร.ภูษิต วงศ์หล่อสายชล	D.B.A	Business	Nova Southeastern University	2545
			M.B.A	Business Admonistration(Honor)	University of Indianapolis, USA	2538
			วท.บ.	วัสดุศาสตร์(เซรามิกส์)	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2536
4	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ดร.เอกชัย อภิศักดิ์กุล	D.B.A.	Entrepreneurship	Nova Southeastern University, Florida, U.S.A.	2543
			บธ.ม.	การเงินการธนาคาร	มหาวิทยาลัยศรีปทุม	2539
			บธ.บ.	การจัดการเงินก่อสร้าง	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช	2538
			วศ.บ.	วิศวกรรมโยธา	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	2534

ลำดับ	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่อ - สกุล	คุณวุฒิ	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษาจากสถาบัน	ปีที่สำเร็จ
5	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ดร.ปราณี เอี่ยมละออภักดิ์	Ph.D.	Commerce	Agra University,India	2552
			บธ.ม.	การตลาด	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	2538
			ค.บ.	จิตวิทยาการปรึกษาและแนะแนว	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2531
6	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ดร.กัญช์ อินทรโกเศศ	Ph.D.	Marketing	Texas Tech University, U.S.A.	2546
			บธ.ม.	การตลาดและ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2540
			วศ.บ.	การเงิน วิศวกรรมคอมพิวเตอร์ (เกียรตินิยมอันดับ 2)	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2536
7	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	นภวรรณ คณานุรักษ์	กจ.ค.	การจัดการธุรกิจ	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต	2553
			M.B.A.	Marketing	University of New Haven, U.S.A.	2537
			บธ.บ.	การบัญชี	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2535
8		ดร.นงนภัส แก้วพลอย	D.B.A.	Finance	Swinburne University of Technology, Australia	2548
			พบ.ม.	บริหารธุรกิจ	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์	2537
			วท.บ.	เกษตรศาสตร์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	2532
9	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ดร.ธีรนุช พุศักรัตน์ศิริกิจ	Ph.D.	Marketing	The University of Manchester, UK.	2553
			M.B.A.	International Business	Saint Mary's University,Canada	2543
			B.A.	การจัดการ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2539

ลำดับ	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่อ – สกุล	คุณวุฒิ	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษาจากสถาบัน	ปีที่สำเร็จ
10		ดร.สุสดี พลสารัมย์	บธ.ด. M.B.A. ค.ม. บธ.บ.	บริหารธุรกิจ International Business อุดมศึกษา การเลขานุการ (เกียรตินิยมอันดับ 1)	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย University of Wisconsin, U.S.A. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้า ไทย	2542 2534 2532 2527
11		ดร.สิริพันธ์ วงศ์อินทวง	กจ.ด. บธ.ม. บธ.บ.	การจัดการธุรกิจ บริหารธุรกิจ การบริหาร การตลาด	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวน คูสิต มหาวิทยาลัยหอการค้า ไทย มหาวิทยาลัยหอการค้า ไทย	2555 2539 2532
12	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์	ดร.ฐานิตา พ้องฤกษ์	D.B.A. M.B.A. ศ.บ.	Business Administration Business Administration เศรษฐศาสตร์ อุตสาหกรรม	มหาวิทยาลัยหอการค้า ไทย The American College in London, U.K. มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2559 2540 2528
13		ดร.ประสิทธิ์ มะหะหมัด	D.B.A. M.B.A. M.A. B.A.	Business Administration International Banking and Finance Economics (First Class Honor) Economics (First Class Honor)	Manchester Business School University of Manchester, U.K. University of Birmingham, U.K University of Karachi, Pakistan University of Karachi, Pakistan	2552 2538 2534 2533

ลำดับ	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่อ - สกุล	คุณวุฒิ	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษาจากสถาบัน	ปีที่สำเร็จ
14		ดร.อศิวิน ปสุธรรม	Ph.D. M.M. M.B.A. บช.ป.	Operation Management Telecommunication s Industrial Management การจัดการ อุตสาหกรรม	Aston University, U.K. University of Dallas, Texas, U.S.A. University of Dallas, USA. มหาวิทยาลัยหอการค้า ไทย	2555 2539 2538 2535
15		ดร.รวิดา วิริยกิจจา	Ph.D. PG Cert. M.Sc. บช.ป.	Family Business Entrepreneurship and Service Quality Business and Management Research Methods International Hotel Management การโรงแรมและการ ท่องเที่ยว	University of Central Lancashire, U.K. University of Central lancashire, UK. University of Surrey, U.K. มหาวิทยาลัยหอการค้า ไทย	2557 2554 2547 2543
16		ดร.สิริพันธ์ ดีศีลธรรม	Ph.D. บช.ป. ว.ท.ป.	Management (Marketing) การตลาด คณิตศาสตร์	Royal Holloway University of London มหาวิทยาลัยหอการค้า ไทย มหาวิทยาลัยบูรพา	2559 2541 2534
17		ดร.อนุฉัตร ชำชอง	บช.ด. M.B.A. วศ.ป.	การจัดการ Business Administration วิศวกรรมอุตสาห การ	มหาวิทยาลัยหอการค้า ไทย University of Southern Colorado, USA มหาวิทยาลัยเกษตรศาส ตร์	2556 2545 2541

ลำดับ	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่อ - สกุล	คุณวุฒิ	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษาจากสถาบัน	ปีที่สำเร็จ
18	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ดร.โรจนศักดิ์ โคมวิไลลักษณ์	Ph.D.	Marketing and Management	Charles Sturt University, Australia	2546
			บธ.ม.	การจัดการทางการตลาด	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์	2535
			วท.บ.	เทคนิคการแพทย์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2528
19	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ดร. LI LI	D.B.A.	Finance	Thammasat University	2550
			M.B.A.	Business Administration	Monash University , Australia	2540
			B.Eng. & Sci.	Engineering Mechanics	Hunan university, China	2533
20		ดร.จักรกรินทร์ ศรีมูล	Ph.D.	International	Kyoto University, Japan	2544
			M.A.	Marketing	Kyoto University, Japan	2541
			B.B.A.	International Marketing	Assumption University	2538
21		ดร.สุทธารรณ จิระพันธุ์	Ph.D.	International Management and Marketing Strategy	University of Leeds, U.K.	2550
			M.C.	Small Business Management and Entrepreneurship	The University of New England, Australia	2544
			ร.บ.	รัฐประศาสนศาสตร์: การบริหารงานคลัง (เกียรตินิยมอันดับ 2)	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2543

ลำดับ	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่อ – สกุล	คุณวุฒิ	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษาจากสถาบัน	ปีที่สำเร็จ
22	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ดร.สุรจันต์ สมมาตุตถกานนท์	Ph.D.	Commerce	University of Birmingham, UK	2550
			M.P.A.	Policy Studies	National Graduate Institute for policy Studies, Japan	2546
			ศศ.บ.	สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา (เกียรติคุณนิพนธ์อันดับ 2)	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2542
23		ดร.แสงดาว ประทีปธิสุข	Ph.D.	Human Resources and Industrial Relations	The University of Illinois at Urbana-Champaign, USA.	2559
			M.A.	Human Resources	University of Minnesota, USA.	2551
			M.A.	and Industrial Relations	Chulalongkorn University	2547
			B.A.	Labour Economics and Human Resources Management political Science	Michigan State University, USA.	2545
24		ดร.ศิริรัตน์ รัตนพิทักษ์	Ph.D.	Marketing	Imperial College London, UK	2557
			บธ.ม.	การตลาด(ภาคภาษาอังกฤษ)	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์	2551
			ศศ.บ.	ภาษาอังกฤษธุรกิจ	มหาวิทยาลัยอีสต์แฮมป์ไชร์	2549
25		ดร.ศักดิ์พล เจือศรีกุล	Ph.D.	Strategic Management and	Washington State University, USA.	2558
			M.B.A.	Entrepreneurship Business	Chiang Mai University	2551
			B.A.	Administration Economics	Thammasat University	2541

ลำดับ	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่อ – สกุล	คุณวุฒิ	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษาจากสถาบัน	ปีที่สำเร็จ
26		ดร.กิตตินันท์ พันธุมสุต	Ph.D	Business Administration (Marketing)	Old Dominion University	2560
			บธ.ม.	การตลาด	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์	2542
			บธ.ป.	การตลาด	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2539
27	รองศาสตราจารย์	ดร.ลัดดาวัลย์ เลขมาศ	Ph.D.	Entrepreneurship and Innovation	Swinburne University	2552
			MCOM	Business	Macquarie University	2548
			M.Sc.	Internet and E-Commerce	Assumption University	2545
			B.B.A.	Technology International Business Management	Assumption University	2542
28		ดร.ณัฐพันธ์ บัววารากรณ์	Ph.D.	Business Management (Operations Management)	The University of Nottingham, UK.	2553
			MRes	Management	Lancaster University, the UK.	2550
			วศ.ม.	Science	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2545
			วศ.ป.	วิศวกรรมอุตสาหกรรม	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	2543
29	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ดร.บุญเลิศ จิตรมณีโรจน์	Ph.D.	Finance	University of Essex, the UK.	2553
			บธ.ม.	บริหารธุรกิจ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2547
			วศ.ป.	วิศวกรรมไฟฟ้า	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2538
30	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ดร.ลลิตา หงษ์รัตนวงศ์	Ph.D.	Management Science (Finance)	Illinois Institute of Technology, U.S.A.	2553
			M.S.	Information Technology in	Chulalongkorn University	2546
			B.S.	Business Accounting	Chulalongkorn University	2542

ลำดับ	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่อ – สกุล	คุณวุฒิ	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษาจากสถาบัน	ปีที่สำเร็จ
31	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ดร.สวรส ศรีสุตโต	Ph.D.	Marketing	Lincoln University, New Zealand	2553
			M.B.A.	General Business	Tennessee State University, USA	2539
			บช.บ.	การตลาด	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2535
			ศ.บ.	สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	2533
32		ดร.พิสมร กิเลนทอง	Ph.D.	Business Administration (Marketing)	University of Illinois at Chicago, USA	2554
			M.A.	Economics	The Ohio State University, USA	2547
			M.A.	Economics	Kobe University, Japan	2545
			บช.บ.	การธนาคารและการเงิน	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2542
33		ดร.ศิวฤทธิ์ สุนทรเสณี	Ph.D.	Computer and Financial	Northeastern University Boston, USA	2555
			M.Sc.	Engineering	University of Massachusetts, USA	2550
			วศ.บ.	Computer Engineering วิศวกรรมคอมพิวเตอร์	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	2546
34		ดร.ธฤตพน อุ่สวัสดิ์	Ph.D.	Management Science (Finance)	Illinois Institute of Technology	2556
			M.B.A.	Finance	University of Oregon, USA	2548
			วศ.บ.	อุตสาหกรรม	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2544
35	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ดร.พนิตา สุรัชกุลวัฒนา	Ph.D.	Organisation Management	Imperial College London, UK.	2557
			M.Sc.	Management	lancaster University, UK	2549
			อ.บ.	ภาษาจีน (ศึกษานิยม อดับ)	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2548

ลำดับ	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่อ - สกุล	คุณวุฒิ	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษาจากสถาบัน	ปีที่สำเร็จ
36		ดร.จรัลวรรณ จันทร์รัตน์	Ph.D.	Marketing (International	มหาวิทยาลัยมหิดล	2557
			M.M.	Program)	มหาวิทยาลัยมหิดล	2546
			B.B.A.	Management (International Program) Marketing (International Program) (First Class Honors)	มหาวิทยาลัยมหิดล	2544
37		ดร.อังศุธร ศรี สุทธิ สอาด	Ph.D.	Business Administration	Syracuse University, U.S.A.	2558
			M.S.	(Management) Organization Development and Human Resource	Johns Hopkins University, U.S.A.	2549
			ร.บ.	Management ความสัมพันธ์ระหว่าง ประเทศ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2541
38		ดร.นริ วงศ์เลิศคุณากร	Ph.D.	การพัฒนางองค์กร และการจัดการ สมรรถนะของมนุษย์	มหาวิทยาลัยบูรพา	2556
			M.A.	Leadership	Shorter University, USA	2550
			B.B.A.	International Business	Shorter University, USA	2549
39		ดร.สุมิตรา อัครวิไลตระกูล	PhD	Management (Marketing)	McGill University, Canada	2559
			MBA	(Marketing and Finance) (Honors)	National Institute of Development Administration	2553
			BA	(Journalism and Mass Communication)	Thammasat University	2551

ลำดับ	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่อ - สกุล	คุณวุฒิ	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษาจากสถาบัน	ปีที่สำเร็จ
40		ดร.ศุภศักดิ์ ปรีดวิภาต	D.B.A	D.B.A. (International Program)	University of the Thai Chamber of Commerce	2559
			M.Sc.	M.Sc.Manufacturing Systems Engineering	University of Warwick, UK	2546
			วศ.บ.	วศ.บ. วิศวกรรมอุตสาหการ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	2544
41	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	วัชรวิ จันทระประกายกุล	Eng.D.	Engineering Doctorate in Manufacturing	Cranfield University, UK	2551
			M.Sc.	Supply Chain Engineering Business Management	Warwick University, U.K	2544
			วศ.ม.	วิศวกรรมการจัดการ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2544
			วศ.บ.	วิศวกรรมโยธา	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	2541
42	รองศาสตราจารย์	ดร.กาญจนา กาญจนสุนทร	D.Eng	Industrial Engineering and Management	Asian Institute of Technology, Thailand	2547
			วศ.ม.	วิศวกรรมอุตสาหการ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2540
			วศ.บ.	วิศวกรรมอุตสาหการ	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	2537
43	รองศาสตราจารย์	ดร.วันชัย รัตนวงษ์	Ph.D.	Manufacturing Engineering	Swinburne University of Technology, Melbourne, Australia	2543
			M.Eng.	Computer Integrated Manufacturing	Swinburne University of Technology, Melbourne, Australia	2540
			กศ.ม.	ฟิสิกส์	Srikanarintharawit Prasanmit University	2530
			กศ.บ.	ฟิสิกส์	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ บางแสน	2528
44		ดร.มนิสรา บารมีชัย	Ph.D.	Industrial and System Engineering	Lehigh University, U.S.A.	2550
			M.S.	Industrial Engineering	Oklahoma State University, U.S.A.	2545
			วศ.บ.	วิศวกรรมอุตสาหการ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2542

ลำดับ	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่อ - สกุล	คุณวุฒิ	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษาจากสถาบัน	ปีที่สำเร็จ
45	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ดร.ชนะ เขียงกมลสิงห์	D.Eng.	Design and Manufacturing	Asian Institute of Technology	2555
			วศ.ม.	Engineering	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2547
			วศ.บ.	วิศวกรรมอุตสาหกรรม	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าฯ ลาดกระบัง	2537
				วิศวกรรมการวัดคุมทางอุตสาหกรรม		
46		ดร.ปิยะเนตร นาคสีดี	Ph.D.	Environmental Management	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2557
			M.S.	Chemical Engineering	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2552
			B.S.	Chemical Engineering	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	2550
47		ดร.นันทิ สุทธิการณนัญ	D.Eng	Engineering Management	Southern Methodist University, USA	2550
			M.S.	Operations Research	Western Michigan University, U.S.A.	2540
			วศ.บ.	วิศวกรรมอุตสาหกรรม	มหาวิทยาลัยรังสิต	2536
48	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ดร.ชรินทร์ สัจวิริยทรัพย์	ปร.ด.	วิศวกรรมอุตสาหกรรม	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	2557
			วท.ม.	สถิติ	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	2553
			วศ.บ.	วิศวกรรมเคมี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ	2550
49		ดร.วิษณุตร์ ทิมานบุตร	ปร.ด.	Logistics	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	2560
			M.Eng.	Industrial Development	Thammasat University, Thailand	2552
			B.Eng.	Industrial Engineer	Ubon Ratchathani University, Thailand	2547
50		ดร.อำนาจ แก้วใส	ปร.ด.	โลจิสติกส์	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	2558
			บธ.ม.	โลจิสติกส์และซัพพลายเชน	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก	2547
			บธ.ม.	การตลาด	มหาวิทยาลัยศรีปทุม	2538
			วท.บ.	การเกษตร	วิทยาลัยเพชรบุรี	2533
			บธ.บ.	บริหารธุรกิจ	วิทยาลัยพระนคร	2532
51	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ดร.วินทร์ วงษ์มณี	ปร.ด.	วิศวกรรมเทคโนโลยีพลังงาน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	
			วศ.ม.	วิศวกรรมไฟฟ้า	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	
			วศ.บ.	วิศวกรรมไฟฟ้า	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	

ลำดับ	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่อ - สกุล	คุณวุฒิ	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษาจากสถาบัน	ปีที่สำเร็จ
52		ดร.วัฒน์ชัย พฤษย์กนกนที	วศ.ด.	เทคโนโลยีวัสดุ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	2551
			วศ.ม.	วิศวกรรมการผลิต	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ	2541
			วศ.บ.	วิศวกรรมการผลิต	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ	2538
53	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ดร.ศุภฤกษ์ มานิตพรสุทธิ์	Doctor of Philosophy	Information Technologies),	University of Sydney, Australia	2009
			Master of Science	Electrical Engineering	University of Southern California, USA	1999
			Bachelor of Engineering	Electrical Engineering	King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang, Thailand	1994
54	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ดร.ศุภเชษฐ์ อินทร์เนตร	Ph.D.	Telecommunication	Swinburne University of Technology, Australia	2545
			M.Eng	Telecommunication	Swinburne University of Technology, Australia	2540
			วศ.บ	วิศวกรรมอิเล็กทรอนิกส์	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	2537
55	รองศาสตราจารย์	ดร.สุวรรณณี อัสกุลชัย	Ph.D	Doctor of Technical Science Remote sensing and Geographic Information System	Asian Institute of Technology	2000
			M.Sc	Biology	Mahidol University	1998
				Computer Information Systems	Assumption University	1992
			B.Sc	Medical Technology	Mahidol University	1987
56		ดร.อภิวัฒน์ แสงโนรี	ปร.ด	วิศวกรรมไฟฟ้าและคอมพิวเตอร์ (นานาชาติ)	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	2561
			วศ.ม.	วิศวกรรมไฟฟ้า	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	2554
			วศ.บ.	วิศวกรรมอิเล็กทรอนิกส์	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	2538

ลำดับ	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่อ – สกุล	คุณวุฒิ	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษาจากสถาบัน	ปีที่สำเร็จ
57		ดร.ภคพงศ์ อมรกุล	ปร.ด.	วิศวกรรมไฟฟ้าและคอมพิวเตอร์ (นานาชาติ)	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	2561
			วศ.ม.	วิศวกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และโทรคมนาคม	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	2544
			วศ.บ.	วิศวกรรมอิเล็กทรอนิกส์	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	2536
58		ดร.นิออน ศรีสมขง	Ph.D.	Tourism	Sheffield Hallam University, U.K.	2553
			M.Sc.	Hospitality and Tourism	University of Wisconsin-Stout, USA	2543
			ศศ.บ.	การเดินทางและท่องเที่ยว (เกียรตินิยมอันดับสอง)	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	2537
59		ดร.ศรินยา ละอองอินทร์ ทยานศิลป์	Ph.D.	Hotel and Restaurant Management	Auburn University, USA.	2560
			ศศ.ม.	การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	2546
			ศศ.บ.	ภาษาอังกฤษธุรกิจ	สถาบันราชภัฏเชียงใหม่	2542
60		ดร.ธนธร วัชรขจร	Ph.D.	Tourism	Texas A&M University, USA	2554
			M.Sc.	Hospitality and Tourism	University of Wisconsin-Stout, USA	2547
			ศศ.บ.	ภาษาศาสตร์ (เกียรตินิยมอันดับสอง)	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	2545

ลำดับ	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่อ – สกุล	คุณวุฒิ	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษาจากสถาบัน	ปีที่สำเร็จ
61		ดร.ฐิติกานต์ สัจจะบุตร	Ph.D.	Tourism	Texas A&M University, USA	2556
			M.S.	Natural Resources Management (First Class Honor) Regulatory Science Environmental	Asian Institute of Technology, Thailand	2552
			B.S.	biology (First Class Honor)	University of Arkansas at Pine Bluff, USA	2550
62		ดร.มนรัตน์ ใจเอื้อ	ปร.ด.	กีฬานันทนาการ และ การท่องเที่ยว	มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ	2559
			ศศ.ม.	การจัดการโรงแรม และการท่องเที่ยว	มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ	2550
			บธ.บ.	การจัดการโรงแรม และการท่องเที่ยว	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	2548
63		ดร.ยงยุทธ แก้วอุดม	ปร.ด.	การจัดการการ ท่องเที่ยวแบบบูรณา การ	สถาบันบัณฑิตพัฒน บริหารศาสตร์	2561
			ศศ.ม.	การจัดการโรงแรม และการท่องเที่ยว	มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ	2551
			ศศ.บ.	การท่องเที่ยว	สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพฯ	2547
64		ดร.พันธิตรา ปัทมานนท์	Ph.D.	Hospitality and Food Management	University of Surrey, UK	2557
			MMH	Management in Hospitality	Cornell University, Hotel School, Ithaca, New York, USA	2549
			B.B.A	Business International Business Management	Chulalongkorn University, Thailand	2543

ลำดับ	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่อ – สกุล	คุณวุฒิ	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษาจากสถาบัน	ปีที่สำเร็จ
65	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ดร.อริสรา เสดยานนท์	Ph.D.	Human Environmental Sciences	Oklahoma State University, U.S.A.	2550
			M.B.A.	Business Administration	Jacksonville State University, U.S.A.	2541
			B.S.	Accounting (First Class Honors)	Bangkok University, Thailand	2538

เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

นักศึกษาจะสำเร็จการศึกษา และขอรับปริญญาได้ ต้องมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

- (1) ศึกษาและสอบได้ครบถ้วนตามหลักสูตร ซึ่งมีหน่วยกิตสะสมไม่น้อยกว่า 36 หน่วยกิต
- (2) ได้คะแนนเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า 3.00
- (3) ได้สอบผ่านการสอบวิทยานิพนธ์ ในกรณีเรียนตามหลักสูตร แผน ก (มีวิทยานิพนธ์) และได้ส่งวิทยานิพนธ์ฉบับสมบูรณ์แล้ว และผลงานวิทยานิพนธ์จะต้องได้รับการตีพิมพ์ หรืออย่างน้อยดำเนินการให้ผลงานหรือส่วนหนึ่งของผลงานได้รับการยอมรับให้ตีพิมพ์ในวารสารหรือสิ่งพิมพ์ทางวิชาการ หรือเสนอต่อที่ประชุมวิชาการที่มีรายงานการประชุม
- (4) ได้สอบผ่านการสอบประมวลความรู้ ในกรณีที่เรียนตามหลักสูตร แผน ข (ไม่มีวิทยานิพนธ์) และได้ส่งรายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับสมบูรณ์แล้ว และรายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระหรือส่วนหนึ่งของรายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระต้องได้รับการเผยแพร่ในลักษณะใดลักษณะหนึ่งที่สืบค้นได้