

หลักสูตรมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

พุทธศักราช 2548

1. ชื่อหลักสูตร

ภาษาไทย : หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (ต่อเนื่อง)

ภาษาอังกฤษ : Bachelor of Business Administration Program in Marketing
(Continuing Program)

2. ชื่อปริญญา

ชื่อเต็ม : บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)
Bachelor of Business Administration (Marketing)

ชื่อย่อ : บธ.บ. (การตลาด)
B.B.A. (Marketing)

3. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

4. ปรัชญาและวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

4.1 ปรัชญา

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต มุ่งพัฒนาบุคคลให้มีความรู้คู่คุณธรรม มีจริยธรรม มีทักษะ และเจตคติที่ดีในงานบริหารธุรกิจ มีจรรยาบรรณในวิชาชีพ ทำงานอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ สามารถนำความรู้ประยุกต์ใช้ในการประกอบธุรกิจ เพื่อพัฒนาตนเองและองค์กรให้เจริญก้าวหน้า โดยคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของความเป็นไทยและความเป็นสากล อันก่อให้เกิดคุณภาพของท้องถิ่น

4.2 วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

ผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ ความสามารถ และมีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน โดยมีลักษณะที่พึงประสงค์ ดังนี้

1. เป็นพลเมืองดี มีคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในวิชาชีพ

2. มีความรู้ ความสามารถในการสาขาวิชาการตลาด และนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานที่ได้รับมอบหมายและแก้ไขปัญหาด้านการจัดการในองค์กรธุรกิจและองค์กรภาครัฐได้เป็นอย่างดี รวมทั้งศึกษาต่อในระดับสูง
3. มีเป้าหมาย หลักการในการดำเนินชีวิต มีพลังความมุ่งมั่นในการพัฒนาตนเองและส่วนรวม รักชุมชน และท้องถิ่น
4. มีความใฝ่รู้ใฝ่เรียนอย่างต่อเนื่อง มีทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการเรียนรู้และการดำเนินชีวิต
5. มีทักษะในการวิจัย และนำผลการวิจัยมาใช้ในการจัดการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
6. มีทักษะชีวิต ทักษะการคิด การแก้ปัญหา การเผชิญสถานการณ์และรู้เท่าทัน การเปลี่ยนแปลง

5. กำหนดการเปิดสอน

ปีการศึกษา 2548

6. คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

1. เป็นผู้สำเร็จการศึกษาในระดับอนุปริญญา , ปวท , ปวส หรือเทียบเท่า
2. มีคุณสมบัติครบตามข้อกำหนดของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ซึ่งกำหนดไว้สำหรับผู้มีสิทธิเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

7. การคัดเลือกผู้เข้าศึกษา

คัดเลือกตามหลักเกณฑ์และกระบวนการคัดเลือกบุคคลเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

8. ระบบการศึกษา

1. จัดการศึกษาแบบทวิภาค หนึ่งปีการศึกษามี 2 ภาคเรียน หนึ่งภาคเรียนมีระยะเวลาศึกษาไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์
2. ในกรณีที่จัดการศึกษาแบบอื่นให้ยึดมาตรฐานชั่วโมงรวมไม่ต่ำกว่าข้อ 1.
3. จัดการศึกษาเป็นแบบรายวิชา โดยมีสัญลักษณ์ดังนี้ น(ท-ป)
น หมายถึง จำนวนหน่วยกิตของรายวิชา
ท หมายถึง จำนวนเวลาเรียนภาคทฤษฎี โดย 1 หน่วยกิตเท่ากับ 1 ชั่วโมง/สัปดาห์
ป หมายถึง จำนวนเวลาเรียนภาคปฏิบัติ โดย 1 หน่วยกิตเท่ากับ 2 ชั่วโมง/สัปดาห์

9. ระยะเวลาการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาไม่น้อยกว่า 2 ปีการศึกษา และไม่เกิน 4 ปีการศึกษา

10. การลงทะเบียนเรียน

การลงทะเบียนเรียนให้เป็นไปตามข้อบังคับของสภามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

11. การวัดผลและการสำเร็จการศึกษา

การวัดผลประเมินผลและการสำเร็จการศึกษาให้เป็นไปตามข้อบังคับของสภามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

12. อาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ประจำหลักสูตรและอาจารย์พิเศษของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ (ภาคผนวก ก)

13. จำนวนนักศึกษา

13.1 นักศึกษาที่จะรับเข้าศึกษา

นักศึกษา	ปีการศึกษา	
	2548	2549
ชั้นปีที่ 1	100	100
ชั้นปีที่ 2		100
ชั้นปีที่ 3		
ชั้นปีที่ 4		
รวม	100	200

13.2 จำนวนบัณฑิตที่คาดว่าจะสำเร็จการศึกษา

ปีการศึกษา	จำนวนบัณฑิต
2549	100
2550	100

14. สถานที่และอุปกรณ์การสอน

14.1 สถานที่

ลำดับ ที่	รายการ	จำนวนที่ มีอยู่แล้ว/หน่วย	จำนวนที่ต้องการ ในอนาคต/หน่วย	หมายเหตุ
1	ห้องเรียนคอมพิวเตอร์พร้อมแอลซีดี	-	1 ห้อง	
2	ห้องพักอาจารย์การตลาด	-	1 ห้อง	
3	ห้องเรียนรวม	-	2 ห้อง	
4	ห้องสมุดการตลาด	-	1 ห้อง	
5	ห้องปฏิบัติการการตลาดจำลอง	-	1 ห้อง	
6	ห้องปฏิบัติการหลักสูตร	-	1 ห้อง	
7	ห้องเก็บอุปกรณ์และสื่อการเรียน	-	1 ห้อง	

14.2 อุปกรณ์การสอน

ลำดับ ที่	รายการ	จำนวนที่ มีอยู่แล้ว/หน่วย	จำนวนที่ต้องการ ในอนาคต/หน่วย	หมายเหตุ
1	คอมพิวเตอร์ Notebook	-	3 เครื่อง	
2	เครื่องเลเซอร์พริ้นเตอร์	-	1 เครื่อง	
3	เครื่องสแกนเนอร์	-	1 เครื่อง	
4	เครื่องถ่ายเอกสาร	-	1 เครื่อง	
5	เครื่องฉายสไลด์	-	1 เครื่อง	
6	เครื่องเสียงและเครื่องเล่นซีดี	-	1 เครื่อง	
7	โทรทัศน์จอแบนขนาด 34 นิ้ว	-	1 เครื่อง	
8	กล้องถ่ายรูป	-	1 เครื่อง	
9	เครื่องฉายภาพทึบแสง	-	2 เครื่อง	

15. ห้องสมุด

จำนวนหนังสือและตำราเรียน (ภาคผนวก ข)

16. งบประมาณ

ค่าใช้จ่ายงบประมาณเป็นไปตามที่รัฐบาลจัดสรรให้

17. หลักสูตร

17.1 จำนวนหน่วยกิตรวม

หน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 83 หน่วยกิต

17.2 โครงสร้างหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ประกอบด้วย

หมวดวิชา	จำนวนหน่วยกิต
1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	18
1.1 กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร	6
1.2 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์	3
1.3 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์	3
1.4 กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	6
2. หมวดวิชาเฉพาะ	59
2.1 กลุ่มวิชาแกน	15
2.2 กลุ่มวิชาเอก	39
2.3 กลุ่มวิชาปฏิบัติและฝึกประสบการณ์วิชาชีพ	5
3. หมวดวิชาเลือกเสรี	6

17.3 รายวิชา

1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	18 หน่วยกิต
1.1 กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร	6 หน่วยกิต
บังคับ	3 หน่วยกิต
ENG 0102 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารและทักษะการเรียนรู้	3(3-0)
เลือก	3 หน่วยกิต
THAI 0101 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	3(3-0)
LSIT 0101 สารสนเทศเพื่อการเรียนรู้	3(3-0)

เพื่อให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานระดับอุดมศึกษา สำหรับสาขาวิชาที่จัดการเรียนรายวิชาภาษาอังกฤษตลอดหลักสูตรไม่ถึง 9 หน่วยกิต มหาวิทยาลัยกำหนดให้เรียนรายวิชาภาษาอังกฤษเพิ่มเติม โดยให้นับหน่วยกิตเพิ่มในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ดังนี้

ENG 0103 ภาษาอังกฤษสำหรับสาขาวิชาเฉพาะด้าน	3(3-0)
--	--------

ENG 0104	ภาษาอังกฤษเพื่อการทำงาน	3(3-0)
1.2	กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์	3 หน่วยกิต
	เลือก	3 หน่วยกิต
PG 0101	พฤติกรรมมนุษย์และการพัฒนาตน	3(3-0)
GH 0101	ความจริงของชีวิต	3(3-0)
ART 0101	สุนทรียภาพทางทัศนศิลป์	3(3-0)
DM 0101	สุนทรียภาพทางศิลปะการแสดง	3(3-0)
MUS 0101	สุนทรียภาพทางดนตรี	3(3-0)
1.3	กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์	3 หน่วยกิต
	เลือก	3 หน่วยกิต
GSOC 0101	วิถีไทย	3(3-0)
GSOC 0102	วิถีโลก	3(3-0)
GSOC 0103	มนุษย์กับสิ่งแวดล้อม	3(3-0)
GSOC 0104	กฎหมายในชีวิตประจำวัน	3(3-0)
1.4	กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	6 หน่วยกิต
	เลือก	6 หน่วยกิต
GSC 0106	การคิดและการตัดสินใจ	3(3-0)
GSC 0107	เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อชีวิต	3(2-2)
PE 0101	วิทยาศาสตร์การออกกำลังกาย	3(3-0)
GSC 0105	วิทยาศาสตร์เพื่อคุณภาพชีวิต	3(3-0)
GSC 0109	วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในชีวิตประจำวัน	3(3-0)
2.	หมวดวิชาเฉพาะ	59 หน่วยกิต
2.1	กลุ่มวิชาแกน	15 หน่วยกิต
ENG 1502	ภาษาอังกฤษธุรกิจ 2	3(3-0)
MK 1101	หลักการตลาด	3(3-0)
MGT 2103	การบริหารการผลิตและการดำเนินงาน	3(3-0)
MGT 4101	จริยธรรมทางธุรกิจ	3(3-0)
MGT 4301	การจัดการเชิงกลยุทธ์	3(3-0)
2.2	กลุ่มวิชาเอก	39 หน่วยกิต
	บังคับ	27 หน่วยกิต

MK	1201	พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0)
MK	1301	นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา	3(3-0)
MK	2401	การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย	3(3-0)
MK	2501	การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย	3(3-0)
MK	3601	การบริหารการตลาด	3(3-0)
MK	3603	กลยุทธ์การตลาด	3(3-0)
MK	4712	การตลาดระหว่างประเทศ	3(3-0)
MK	4902	การวิจัยตลาด	3(3-0)
MK	4903	สัมมนาทางการตลาด	3(3-0)
เลือก			12 หน่วยกิต
MK	2202	พฤติกรรมผู้บริโภคกับตลาดอุตสาหกรรม	3(3-0)
MK	2302	การพัฒนาผลิตภัณฑ์	3(3-0)
MK	3303	การจัดการตราสินค้า	3(3-0)
MK	2402	การจัดการค้าส่งและค้าปลีก	3(3-0)
MK	2403	การจัดซื้อ	3(3-0)
MK	3404	การตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	3(3-0)
MK	3405	โซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทางการตลาด	3(3-0)
MK	2502	การประชาสัมพันธ์ทางการตลาด	3(3-0)
MK	2503	การตลาดทางตรง	3(3-0)
MK	2504	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	3(3-0)
MK	2602	การบริหารการขาย	3(3-0)
MK	3604	การจัดการระบบสารสนเทศทางการตลาด	3(3-0)
MK	3605	การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด	3(3-0)
MK	3606	การวิเคราะห์และการพยากรณ์ยอดขาย	3(3-0)
MK	2701	ศิลปะการขาย	3(3-0)
MK	2702	การตลาดธุรกิจท่องเที่ยว	3(3-0)
MK	2703	การตลาดธุรกิจโรงแรม	3(3-0)
MK	2704	การตลาดธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหาร	3(3-0)
MK	2705	การตลาดอุตสาหกรรมการเกษตรและสหกรณ์	3(3-0)
MK	3706	การตลาดสินค้าโอท็อป	3(3-0)
MK	3707	การตลาดสินค้าหัตถกรรม	3(3-0)
MK	3708	การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	3(3-0)

MK	3709	การตลาดบริการ	3(3-0)
MK	3710	การตลาดสายสัมพันธ์	3(3-0)
MK	3711	การตลาดเศรษฐกิจ	3(3-0)
MK	3712	การตลาดการกีฬา	3(3-0)
MK	4904	ปัญหาพิเศษทางการตลาด	3(250)
2.3		กลุ่มวิชาปฏิบัติและฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด	5 หน่วยกิต
		เลือก	2 หน่วยกิต
MK	3802	การตลาดจำลอง	2(90)
MK	3812	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด	2(90)
		บังคับ	3 หน่วยกิต
MK	4802	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด	3(250)

3. หมวดวิชาเลือกเสรี **6 หน่วยกิต**

ให้เลือกเรียนรายวิชาใด ๆ ในหลักสูตรมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ โดยไม่ซ้ำกับรายวิชาที่เคยเรียนมาแล้วและต้องไม่เป็นรายวิชาที่กำหนดให้เรียนโดยไม่นับหน่วยกิตรวมในเกณฑ์การสำเร็จหลักสูตรของสาขาวิชานี้