

คณะวิทยาการจัดการ

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

ภาษาไทย	ชื่อเต็ม	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
	ชื่อย่อ	บธ.ม.
ภาษาอังกฤษ	ชื่อเต็ม	Master of Business Administration
	ชื่อย่อ	M.B.A.

ปรัชญาของหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มุ่งพัฒนามหาบัณฑิตให้มีความรู้ด้านบริหารธุรกิจ การวิจัย การสร้างนวัตกรรม มีภาวะผู้นำ มีความคิดสร้างสรรค์ มีความเป็นผู้ประกอบการที่สามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในยุคดิจิทัล และมีการบริหารจัดการอย่างมืออาชีพ เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจ มีความสามารถในการเรียนรู้ตลอดชีวิต สามารถบูรณาการศาสตร์ทางบริหารธุรกิจ เพื่อแก้ปัญหาองค์กรธุรกิจ และสังคมภาคใต้ ผ่านกระบวนการเรียนรู้จากสถานการณ์จริง โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานคุณธรรม จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคม

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 สามารถจัดการปัญหา และแสดงออกด้านคุณธรรม จริยธรรม ความซื่อสัตย์และจรรยาบรรณทางธุรกิจและลำดับความสำคัญของปัญหาได้อย่างเหมาะสม และสม่ำเสมอ

1.2 มีจิตสาธารณะ จิตอาสาและเสียสละ โดยยึดถือประโยชน์ของเพื่อนมนุษย์เป็นกิจที่หนึ่ง

2. ความรู้

2.1 อธิบายและเลือกใช้ความรู้ด้านบริหารธุรกิจ การเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล และความรู้ในสาขาวิชาอื่นที่เกี่ยวข้องเพื่อแก้ปัญหาธุรกิจในพื้นที่ภาคใต้ได้อย่างเหมาะสม

2.2 อธิบายกระบวนการวิจัยที่ใช้แก้ปัญหาธุรกิจในพื้นที่ภาคใต้ได้อย่างถูกต้อง

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 สร้างงานวิจัยทางธุรกิจอันนำไปสู่องค์ความรู้ใหม่หรือนวัตกรรมที่ตอบสนองปัญหาของพื้นที่ภาคใต้

3.2 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีทักษะในศตวรรษที่ 21 มีความสามารถในการเรียนรู้ตลอดชีวิตในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 เป็นผู้นำและสามารถทำงานเป็นทีมในสังคมพหุวัฒนธรรมได้อย่างเหมาะสม สามารถแสดงออกทั้งในภาวะของผู้นำหรือสมาชิกของกลุ่ม

4.2 มีความรับผิดชอบในการทำงานร่วมกับผู้อื่น

5. ทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ระบุเทคนิคทางสถิติหรือคณิตศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจที่เหมาะสมสำหรับใช้ในการศึกษาและประยุกต์ใช้เพื่อแก้ปัญหาทางธุรกิจ

5.2 สื่อสารทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษกับกลุ่มคนหลากหลายได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งการพูดและการเขียน และสามารถเลือกใช้รูปแบบการนำเสนอข้อมูลทางธุรกิจที่เหมาะสม

5.3 ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยและเทคนิคการสื่อสารที่เหมาะสมในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล แปลความหมาย และสื่อสารข้อมูลทางธุรกิจ ได้อย่างเหมาะสม

โครงสร้างหลักสูตร

จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร	36 หน่วยกิต
1. หมวดวิชาบังคับ	18 หน่วยกิต
460-501 ชุมวิชาการเป็นผู้ประกอบการเชิงนวัตกรรม (Innovative Entrepreneurship)	6 ((5)-2-11)
460-502 ชุมวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และการดำเนินงานร่วมสมัย (Human Resource Development and Contemporary Operation Management)	6 ((5)-2-11)
460-503 ชุมวิชาการจัดการกลยุทธ์สู่ความเป็นเลิศ (Excellence Strategic Management)	6 ((5)-2-11)
2. หมวดวิชาเลือก	12 หน่วยกิต
1) กลุ่มรายวิชา Business Analytic and Innovativeness	
460-511 ชุมวิชาการวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจและธุรกิจอัจฉริยะ (Business Data Analytic and Business Intelligence)	6 ((5)-2-11)
460-512 ชุมวิชาการนวัตกรรมและการคิดสร้างสรรค์สำหรับโลกธุรกิจใหม่ (Innovation and Creative thinking for the New Business World)	6 ((5)-2-11)
460-513 ชุมวิชาการพัฒนาธุรกิจดิจิทัล (Digital Business Development)	6 ((5)-2-11)
2) กลุ่มรายวิชาเลือก Business Management	
460-514 ชุมวิชาการสร้างสรรค์ธุรกิจใหม่และประเมินโอกาสทางธุรกิจ (New Venture Creation and Opportunity Evaluation)	6 ((5)-2-11)
460-515 ชุมวิชาประสบการณ์ของผู้บริหารระดับสูงในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ในยุคการเปลี่ยนแปลงอย่างพลิกผัน (CEO Sustainable Business Experience in Disruptive Era)	6 ((5)-2-11)
460-516 ชุมวิชาประสบการณ์ธุรกิจโลก (Global Business Experience)	6 ((5)-2-11)
3) กลุ่มรายวิชาเลือก Branding and Marketing	
460-517 ชุมวิชาการออกแบบและการจัดการแบรนด์สู่ความสำเร็จ (Designing and Managing Brand to Success)	6 ((5)-2-11)
460-518 ชุมวิชาการยกระดับธุรกิจด้วยการจัดการการตลาดเชิงสร้างสรรค์ (Leveraging Business through Creative Marketing Management)	6 ((5)-2-11)
460-519 ชุมวิชาการตลาดดิจิทัลและการวิเคราะห์ (Digital Marketing and Analytics)	6 ((5)-2-11)

3. หมวดวิชาวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์	36/18/6หน่วยกิต
460-700 สารนิพนธ์ (Minor Thesis)	6(0-18-0)
460-800 วิทยานิพนธ์ (Thesis)	36(0-108-0)
460-801 วิทยานิพนธ์ (Thesis)	18(0-54-0)

แผนการศึกษาตลอดหลักสูตร

แผน ก 1	
ปีที่ 1	
ภาคการศึกษาที่ 1	
460-800 วิทยานิพนธ์	6(0-18-0)
ภาคการศึกษาที่ 2	
460-800 วิทยานิพนธ์	9(0-27-0)
ปีที่ 2	
ภาคการศึกษาที่ 1	
460-800 วิทยานิพนธ์	9(0-27-0)
ภาคการศึกษาที่ 2	
460-800 วิทยานิพนธ์	12(0-36-0)
แผน ก 2	
ปีที่ 1	
ภาคการศึกษาที่ 1	
460-501 ชุมวิชาการเป็นผู้ประกอบการเชิงนวัตกรรม	6((5)-2-11)
460-502 ชุมวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และการดำเนินงานร่วมสมัย	6((5)-2-11)
ภาคการศึกษาที่ 2	
460-503 ชุมวิชาการจัดการกลยุทธ์สู่ความเป็นเลิศ	6((5)-2-11)
460-801 วิทยานิพนธ์	3(0)-9-0)
ปีที่ 2	
ภาคการศึกษาที่ 1	
460-801 วิทยานิพนธ์	6(0)-18-0)
ภาคการศึกษาที่ 2	
460-801 วิทยานิพนธ์	9(0)-27-0)

แผน ข

ปีที่ 1

ภาคการศึกษาที่ 1

460-501 ชุมวิชาการเป็นผู้ประกอบการเชิงนวัตกรรม 6((5)-2-11)

460-502 ชุมวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และการดำเนินงานร่วมสมัย 6((5)-2-11)

ภาคการศึกษาที่ 2

460-503 ชุมวิชาการจัดการกลยุทธ์สู่ความเป็นเลิศ 6((5)-2-11)

xxx-xxx ชุมวิชาเลือก 6((5)-2-11)

ปีที่ 2

ภาคการศึกษาที่ 1

xxx-xxx ชุมวิชาเลือก 6((5)-2-11)

460-700 สารนิพนธ์ 3(3-0-6)

ภาคการศึกษาที่ 2

460-700 สารนิพนธ์ 3(3-0-6)

คำอธิบายรายวิชา
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

460-501 ชูวิชาการเป็นผู้ประกอบการเชิงนวัตกรรม

6((5)-2-11)

(Innovative Entrepreneurship)

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ทักษะที่จำเป็นของผู้ประกอบการ การพัฒนาและประเมิน โอกาสของการประกอบการ การพัฒนาแผนสำหรับธุรกิจใหม่ การเป็นผู้ประกอบการเชิงนวัตกรรม การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่กับงานบริหารธุรกิจ อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง บล็อกเชน แอปพลิเคชันปัญญาประดิษฐ์สำหรับธุรกิจ แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ จริยธรรมและความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจ การใช้กระบวนการวิจัยเพื่อแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ การวางแผนการวิจัย การค้นคว้าเอกสาร การทบทวนงานวิจัยในอดีต การออกแบบวิธีการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การแปลความผลลัพธ์จากการประมวลผล การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับ การวิเคราะห์ข้อมูล และนำเสนอข้อมูล การลงพื้นที่เพื่อบูรณาการการเรียนรู้กับการทำงานจากสถานประกอบการจริง

Characteristics of entrepreneurs; necessary skills for entrepreneurs; developing and evaluating entrepreneurial opportunities; developing plan for new ventures; innovative entrepreneurship; the application of new technology in business; internet of things; blockchain; artificial intelligence applications for business; social media platforms; ethics and cyber security; business; social media platforms; ethics and cyber security; business research methodology; the using of research process to solve business problems; researching planning; document searching; literature reviews; research process design; data collection; data analysis; interpreting results from research processing; the using of software packaging for data analysis and data presentation; field trip for work integrated learning from real workplace

460-502 ชูวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และการดำเนินงานร่วมสมัย

6((5)-2-11)

(Human Resource Development and Contemporary Operation Management)

กฎหมายเกี่ยวกับการจัดตั้งองค์กรธุรกิจ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจกรรมทางธุรกิจ กฎหมายเกี่ยวกับตราสารทางการเงิน ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ ภาษีศุลกากร ภาษีสรรพสามิต จริยธรรมในการประกอบธุรกิจและการเสียภาษี แนวคิดการบริหารและหน้าที่หลักในบริหาร การวางแผน การอำนวยความสะดวก และการควบคุมกำกับดูแล แนวคิดและวิธีปฏิบัติในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่สนับสนุนการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล แนวคิดการออกแบบองค์กร การจัดหา การพัฒนา การรักษา การสร้างแรงจูงใจ ความสามารถในการแข่งขันเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน การจัดการดำเนินการ การออกแบบการดำเนินการร่วมสมัย การวางแผน การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ แนวคิดและหลักการพื้นฐานของการจัดการแบบลีน การประยุกต์ใช้การจัดการแบบลีนและไคเซ็นในองค์กร การปรับปรุงและพัฒนากระบวนการผลิต การจัดการของเสียในองค์กร การดูแลสิ่งแวดล้อมและความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร การลงพื้นที่เพื่อบูรณาการการเรียนรู้กับการทำงานจากสถานประกอบการจริง

Laws of the establishment of a business enterprise, laws related to business activities, laws of financial instruments, personal income tax, corporate income tax, value-added tax, specific business tax, custom duty, excise tax, ethics in business and taxation; general management concepts and key functions of management, planning, organizing, leading, controlling, Human Resource Management (HRM) concepts and practices which support managerial functions effectively and efficiently, Organizational design concept, recruitment, development, retention, motivation, competitive advantage for sustainable growth; operating management; contemporary operating systems design; planning; business

quantitative analysis; concept and principle of lean management; the application of lean management and kaizen in organization; improvement and development of production process; waste management; environmental concern and corporate social responsibility; field trip for work integrated learning from real workplace

460-503 ชุดวิชาการจัดการกลยุทธ์สู่ความเป็นเลิศ

6((5)-2-11)

(Excellence Strategic Management)

การจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจ การประยุกต์ใช้กลยุทธ์ในระดับองค์กรระดับธุรกิจ และระดับปฏิบัติการ การดำเนินงานของกิจการ การวิเคราะห์อุตสาหกรรม คู่แข่งและโครงสร้างองค์กร กลยุทธ์การเติบโต เพื่อการขยายกิจการไปสู่ธุรกิจที่หลากหลาย รายงานทางการเงินที่ต้องจัดทำตามกฎหมายและข้อบังคับ การวิเคราะห์รายงานทางการเงินและการวัดมูลค่าหลักทรัพย์ การพยากรณ์รายงานทางการเงิน การประเมินมูลค่ากิจการ การวิเคราะห์และการตัดสินใจลงทุน แหล่งที่มาของเงินทุน โครงสร้างเงินทุนและต้นทุนของเงินทุน การระดมทุน การจ่ายคืนผู้ถือหุ้น การลงพื้นที่เพื่อบูรณาการการเรียนรู้กับการทำงานจากสถานประกอบการจริง

Strategic management of business; application of strategy in corporate, business and functional level; industry analysis; competitive rivalry and organizational structure; company growth strategy for diversifying into various business types; case studies; financial reports in compliance with law and regulations; financial report analysis and security measurement; financial report forecasting; business valuation; analysis and investment decision; source of capital; capital structure and cost of capital; capital raising; distribution to shareholder; field trip for work integrated learning from real workplace

460-511 ชุดวิชาการวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจและธุรกิจอัจฉริยะ

6((5)-2-11)

(Business Data Analytic and Business Intelligence)

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการคิดเชิงออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ กระบวนการคิดสร้างสรรค์และเทคนิคการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ กระบวนการทางสมองในการประมวลผลข้อมูลของมนุษย์ กระบวนการรู้คิด กระบวนการรับรู้ ความตั้งใจ การออกแบบที่เน้นผู้ใช้เป็นศูนย์กลาง การวิจัยผู้ใช้ การสร้างตัวละครสมมติของผู้ใช้ การสร้างสถานการณ์จำลอง หลักการออกแบบ การสร้างต้นแบบ การประเมินแบบฮิวริสติก การทดสอบผู้ใช้องค์ประกอบข้อมูลขนาดใหญ่ การจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ การหาโอกาสทางธุรกิจจากข้อมูลขนาดใหญ่ การทำเหมืองข้อมูล ตัวอย่างธุรกิจที่ใช้ข้อมูลขนาดใหญ่ การวิเคราะห์กลุ่มด้วยโปรแกรมสถิติ การประยุกต์ใช้ การลงพื้นที่เพื่อบูรณาการการเรียนรู้กับการทำงานจากสถานประกอบการจริง

Introduction to design thinking and creativity; creativity process and creativity development techniques; human information processing; cognition; perception; attention; user-centered design; user research; persona scenarios; design principles; prototyping; heuristic evaluation; user testing; big data component; big data management; big data analysis; business opportunity from big data; data mining; example of organization using big data; cluster analysis with statistical program; application; field trip for work integrated learning from real workplace

460-512 ชุดวิชานวัตกรรมและการคิดสร้างสรรค์สำหรับโลกธุรกิจใหม่

6((5)-2-11)

(Innovation and Creative thinking for the New Business World)

แนวคิดทางนวัตกรรม สภาพแวดล้อมทางนวัตกรรมในการบริหาร กระบวนการสร้างและพัฒนา นวัตกรรม การจดทรัพย์สินทางปัญญา การพัฒนานวัตกรรมเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ทางธุรกิจ การสร้างคุณค่า วิธีการคิดและสร้างความเปลี่ยนแปลงในคุณค่าใน

ลักษณะต่าง ๆ เพื่อความได้เปรียบต่อคู่แข่ง การสร้างให้เกิดอุปสงค์ใหม่ๆ กรณีศึกษาสมองและแบบแผนการคิดของมนุษย์ การพัฒนาทักษะการคิดสร้างสรรค์ เทคนิคการคิดเชิงสร้างสรรค์ เทคนิคการตั้งคำถามเพื่อกระตุ้นการคิด การสร้างนวัตกรรมด้วยการคิดแบบต่าง ๆ แนวคิดกลยุทธ์ทางนวัตกรรม กระบวนการสร้างกลยุทธ์ทางนวัตกรรม การลงพื้นที่เพื่อบูรณาการการเรียนรู้กับการทำงานจากสถานประกอบการจริง

Innovation concepts; administrative innovation environment; innovation creation and development process; intellectual property registration; innovation development for applying to business; value creation; thinking methods and creating value change for competitive advantage; new demand creation; brain and human thinking pattern; creative thinking skill development; creative thinking technique; questioning technique for stimulate thinking; innovation creation with several thinking; innovative strategy concept; innovative strategy creation process; field trip for work integrated learning from real workplace

460-513 ชุดวิชาการพัฒนาธุรกิจดิจิทัล

6((5)-2-11)

(Digital Business Development)

บริบทใหม่ของการทำธุรกิจ กฎหมาย ระเบียบและข้อบังคับของธุรกิจดิจิทัล นวัตกรรมและกลยุทธ์สำหรับธุรกิจดิจิทัล การเรียนรู้ทางบัญชีและการเงิน การจัดการเนื้อหาดิจิทัล การเข้าถึงลูกค้าด้วยการตลาดดิจิทัล การออกแบบงานกราฟิกด้วยสื่อดิจิทัล การโปรโมทธุรกิจผ่านโฆษณาดิจิทัล การตลาดดิจิทัลบนสื่อสังคมออนไลน์ การส่งมอบและการซื้อขายสินค้าออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต การทำธุรกรรมทางการเงินด้วยเงินดิจิทัล การพัฒนาธุรกิจด้วยสื่อใหม่ การสร้างแผนธุรกิจดิจิทัล ปฏิบัติการแผนธุรกิจดิจิทัล โลจิสติกส์สำหรับธุรกิจดิจิทัล การศึกษาคุณภาพ การลงพื้นที่เพื่อบูรณาการการเรียนรู้กับการทำงานจากสถานประกอบการจริง

New business paradigm; knowing laws, rules and regulations in digital business; innovation and strategy for digital business; understanding finance fundamental; digital content management; reaching customers with digital marketing; graphic design by digital media; promoting business with digital advertising; digital marketing on social media; delivering and selling products online via internet; doing financial payment and transaction by digital money; developing business with new media; formulating a digital business plan; workshop on digital business plan; logistic for digital business study visit; field trip for work integrated learning from real workplace

460-514 ชุดวิชาการสร้างสรรค์ธุรกิจใหม่และประเมินโอกาสทางธุรกิจ

6((5)-2-11)

(New Venture Creation and Opportunity Evaluation)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของธุรกิจ ผลกระทบของสภาพแวดล้อมที่มีต่อธุรกิจ การวิเคราะห์แนวโน้มทางการตลาดและธุรกิจ การระบุโอกาสทางธุรกิจ การประเมินโอกาสทางธุรกิจ การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของธุรกิจ ความท้าทายและปัญหาของธุรกิจใหม่ การกำหนดกลยุทธ์สำหรับธุรกิจใหม่ กิจกรรมทางธุรกิจในการผลิต การตลาด การเงิน การบัญชี และการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ความสัมพันธ์ระหว่างหน้าที่ต่าง ๆ ของธุรกิจ ขั้นตอนการสร้างธุรกิจใหม่ วงจรชีวิตของธุรกิจ การพัฒนาแนวคิดธุรกิจ และการเขียนแผนธุรกิจ การลงพื้นที่เพื่อบูรณาการการเรียนรู้กับการทำงานจากสถานประกอบการจริง

Analysis of internal and external business environments; effects of environments on business; trend and market analysis; identify business opportunity; opportunity evaluation; feasibility analysis; challenges and problems of new ventures; formulating strategies for new venture; business activities: production, marketing, finance, accounting, and

human resource management; relationships among business functions; New venture creation process; business life cycles; business concept development and writing a business plan; field trip for work integrated learning from real workplace

460-515 ชุดวิชาประสบการณ์ของผู้บริหารระดับสูงในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนในยุคการเปลี่ยนแปลงอย่างพลิกผัน

(CEO Sustainable Business Experience in Disruptive Era)

6((5)-2-11)

ประเด็นและประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน จากการบรรยายของผู้บริหารระดับสูง การเรียนรู้จากวิสัยทัศน์ การคิดเชิงบวก การคิดสร้างสรรค์ หลักการและวิธีการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่พลิกผัน ข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน การสร้างคุณค่าให้ธุรกิจ รวมถึงจริยธรรมทางธุรกิจ และความรับผิดชอบต่อองค์กรต่อสังคม การลงพื้นที่เพื่อบูรณาการการเรียนรู้กับการทำงานจากสถานประกอบการจริง

Issues and experiences in doing business in disruptive era by CEOs as guest speakers; learning from vision, positive thinking, and creative ideas; principles and methods of undertaking sustainable business in disruptive era; competitive advantage; value creation; business ethics; corporate social responsibility; field trip for work integrated learning from real workplace

460-516 ชุดวิชาประสบการณ์ธุรกิจโลก

6((5)-2-11)

(Global Business Experience)

สภาพแวดล้อม กระบวนการปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจโลก การวิเคราะห์การร่วมทุนกับบริษัทต่างชาติ การดำเนินการค้าขายกับต่างประเทศ การคิดข้ามวัฒนธรรม การตลาดระหว่างประเทศ การเงินระหว่างประเทศ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ กลยุทธ์โซ่อุปทานระหว่างประเทศและการจัดการโลจิสติกส์ในธุรกิจสมัยใหม่ การออกแบบโครงข่ายโซ่อุปทาน ประสบการณ์ธุรกิจระหว่างประเทศ การลงพื้นที่เพื่อบูรณาการการเรียนรู้กับการทำงานจากสถานประกอบการจริง

Global business environments; practices and processes in doing global business; the analysis of joint venture; international trading; cross-cultural thinking; international marketing; international finance; international human resource management; International supply chain strategy and logistics management in modern business; supply chain network design; international business experience; field trip for work integrated learning from real workplace

460-517 ชุดวิชาการออกแบบและการจัดการแบรนด์สู่ความสำเร็จ

6((5)-2-11)

(Designing and Managing Brand to Success)

แนวคิดและความสำคัญของแบรนด์ การจัดการแบรนด์ วิวัฒนาการของการเข้าใจลูกค้าในการสร้างแบรนด์ การวิเคราะห์และออกแบบอัตลักษณ์แบรนด์ โซลูชันของแบรนด์ คุณค่าของแบรนด์ การกำหนดคุณค่าแบรนด์ การวางตำแหน่งแบรนด์ การออกแบบโปรแกรมทางการตลาดเพื่อเพิ่มคุณค่าแบรนด์ การสื่อสารแบรนด์ การสร้างเรื่องราวของแบรนด์; การสร้างแบรนด์ในยุคดิจิทัล การพัฒนาการวัดผลระบบการจัดการจัดการคุณค่าแบรนด์ การเชื่อมโยงแบรนด์กับตัวตนของลูกค้า การปรับแบรนด์ การสร้างประสบการณ์ให้ลูกค้า ด้วยแบรนด์ การจัดการแบรนด์ระดับโลก การลงพื้นที่เพื่อบูรณาการการเรียนรู้กับการทำงานจากสถานประกอบการจริง

Concepts and importance of brand; brand management; evolution of customer insights in brand building; brand identity analysis and design; brand value chain; brand equity; brand value proposition; brand positioning; designing marketing programs to build brand equity; brand communication; brand storytelling; branding in digital era; developing

brand equity measurement and management system; connecting brand to customer-self; rebranding; creating customer experience toward brand; global brand management; field trip for work integrated learning from real workplace

460-518 ขุดวิชาการยกระดับธุรกิจด้วยการจัดการการตลาดเชิงสร้างสรรค์ 6((5)-2-11)

(Leveraging Business through Creative Marketing Management)

แนวคิดการจัดการการตลาดสมัยใหม่ การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางการตลาด การสร้างสรรค์โอกาสทางการตลาด ปฏิสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมผู้บริโภคและการจัดการการตลาด การถอดรหัสพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อออกแบบส่วนประสมทางการตลาด การออกแบบพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อให้ออกแบบตามเป้าหมายทางการตลาด การพยากรณ์แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคในอนาคต การบูรณาการส่วนประสมทางการตลาดสมัยใหม่ กลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ จรรยาบรรณนักการตลาดยุคใหม่ การลงพื้นที่เพื่อบูรณาการการเรียนรู้กับการทำงานจากสถานประกอบการจริง

Concepts of modern marketing management; marketing environmental change; creating marketing opportunity; interaction between consumer behavior and marketing management; encoding consumer behavior to design marketing mix; designing consumer behavior to response marketing goals; forecasting consumer behavior future trends; integrating modern marketing mix; creative marketing strategy; ethics for modern marketers; field trip for work integrated learning from real workplace

460-519 ขุดวิชาการตลาดดิจิทัลและการวิเคราะห์ 6((5)-2-11)

(Digital Marketing and Analytics)

แนวคิดและประเด็นที่น่าสนใจของการตลาดดิจิทัล การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดดิจิทัล ส่วนประสมการตลาดดิจิทัล การยอมรับเทคโนโลยีดิจิทัล การสร้างแผนที่การเดินทางของลูกค้า การจัดการ ส่วนประสมทางการตลาดในช่องทางที่หลากหลาย กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล การออกแบบประสบการณ์ลูกค้า คุณภาพบริการดิจิทัล การออกแบบและจัดการเนื้อหา การวางแผนเนื้อหาดิจิทัล ความผูกพันของลูกค้าออนไลน์ การตลาดเชิงสัมพันธ์ภาพ โดยใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล การวัดและการวิเคราะห์ทางการตลาดดิจิทัล การลงพื้นที่เพื่อบูรณาการการเรียนรู้กับการทำงานจากสถานประกอบการจริง

Concepts and interesting issues of digital marketing; digital marketing environments analysis; digital marketing mix; digital technology adoption; creating customer journey map; managing marketing mix in OMNI channels; digital marketing strategies; customer experience design; digital service quality; content design and management; digital content planning; online customer engagement; relationship marketing using digital platforms; digital marketing metrics and analytics; field trip for work integrated learning from real workplace

460-700 สารนิพนธ์ 6(0-18-0)

(Minor Thesis)

การค้นคว้าด้วยตัวเองเกี่ยวกับปัญหาทางบริหารธุรกิจ พัฒนาโจทย์วิจัยจากสถานการณ์จริง นักศึกษาจะต้องทำเค้าโครงนำเสนอต่อคณะกรรมการเพื่อพิจารณาอนุมัติหัวข้อ สอบป้องกันและสารนิพนธ์หรือส่วนหนึ่งของสารนิพนธ์ต้องได้รับการเผยแพร่ในลักษณะใดลักษณะหนึ่งที่สืบค้นได้

Self-study focusing on business problems; with developing research problems from real situations; student must submit a minor thesis proposal to committee for approval, defensive exam, and minor thesis or part of minor thesis must be made public to be searched

460-800 วิทยานิพนธ์

36(0-108-0)

(Thesis)

การค้นคว้าและวิจัยทางการบริหารธุรกิจ พัฒนาโจทย์วิจัยจากสถานการณ์จริง ตามลักษณะเนื้อหาวิชาที่กำหนดไว้ในหลักสูตร ภายใต้การดูแลและแนะนำของคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

Study and research in business administration with developing research problems from real situations based on courses in curriculum under supervision of advisory committee

460-801 วิทยานิพนธ์

18(0-54-0)

(Thesis)

การค้นคว้าและวิจัยทางบริหารธุรกิจ พัฒนาโจทย์วิจัยจากสถานการณ์จริง ตามลักษณะเนื้อหาวิชาที่กำหนดไว้ในหลักสูตร ภายใต้การดูแลและแนะนำของคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

Study and research in business administration with developing research problems from real situations based on courses in curriculum under supervision of advisory committee

รายชื่ออาจารย์ประจำหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

- ภาคปกติ ภาคสมทบ
 หลักสูตรปกติ หลักสูตรนานาชาติ หลักสูตรภาษาอังกฤษ
 หลักสูตรใหม่ พ.ศ. หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2563

1. รองศาสตราจารย์ ดร.บรรพต วิรุณราช, ปร.ด. (รัฐประศาสนศาสตร์), ม.บูรพา, 2550
2. รองศาสตราจารย์ ดร.ศศิวิมล สุขบท, Ph.D. (Marketing), U.Utara Malaysia, Malaysia, 2558
3. รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริลักษณ์ บาง โชคดี, Ph.D. (Accounting), Griffith University, Australia, 2551
4. รองศาสตราจารย์ ดร.มัทนชัย สุทธิพันธุ์, Ph.D. (Accounting and Finance), University of Newcastle, Australia, 2555
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลวดี ลิ้มอุสัน โน, ปร.ด. (การบัญชี), ม.มหาสารคาม, 2552
6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรศักดิ์ จินดาบถ, กต.ด. (การตลาด), ม.ธรรมศาสตร์, 2550
7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรุญา สุวรรณ โณ, Ph.D. (Information and Mechanical System Engineering), University of Yamanashi, Japan, 2550
8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันอามินา บอสตัน อลี, D.B.A. (Management), Victoria University Melbourne Australia, 2560
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ครณิกร สุป็นดี, Ph.D. (Human Resource Management), Griffith University, Australia, 2558
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรันยู กาญจนสุวรรณ, Ph.D. (Supply Chain and Logistics), RMIT University, Australia, 2561
11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรางคณา ดันทสันติสกุล, D.B.A. (Business Administration), Universiti Utara Malaysia, Malaysia, 2558
12. ดร.สุนันทา เหมทานนท์, Ph.D. (Marketing), Monash University, Australia, 2557
13. ดร.พัชราภรณ์ บุญเลื่อง, Ph.D. (Tourism Management), Griffith University, Australia, 2559
14. ดร.ศิรินุช ลอยกุลนันท์, Ph.D. (Management), University of Reading U.K., 2558
15. ดร.กลางใจ แสงวิจิตร, D.B.A.(Finance), Alliant International University, U.S.A., 2557
16. ดร.ทรงสิน ธีระกุลพิศุทธิ์, Ph.D. (Tourism and MICE Management), Western Sydney University, Australia, 2561
17. ดร.สุมนา ลาภาโรจน์กิจ, Ph.D. (Marketing and Strategy), Cardiff University, U.K., 2554
18. ดร.ธนาวุช แสงภาศนีย์, Ph.D. (Management Sciences), Universite Montpellier II, France, 2551
19. ดร.จิตติมา วิเชียรรักรัย, Ph.D. (Accountancy), RMIT University, Australia, 2561
20. Dr.Yoshifumi Harada, D.B.A. (International Business Administration), Kanagawa University, Japan, 2547

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs) กลยุทธ์/วิธีการสอน และกลยุทธ์/วิธีการวัดและการประเมินผล
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs)	กลยุทธ์/วิธีการสอน	กลยุทธ์/วิธีการวัดและการประเมินผล
<p>1.คุณธรรม จริยธรรม</p> <p>1.1 สามารถจัดการปัญหา และแสดงออกด้านคุณธรรม จริยธรรม ความซื่อสัตย์และจรรยาบรรณทางธุรกิจและลำดับความสำคัญของปัญหาได้อย่างเหมาะสม และสม่ำเสมอ</p>	<p>1) อาจารย์ผู้สอนมีการสอดแทรกเรื่องคุณธรรมจริยธรรม ความซื่อสัตย์และจรรยาบรรณของนักวิจัยหรือนักวิชาการด้านบริหารธุรกิจ</p> <p>2) ให้อาจารย์ปรึกษาการทำวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ โดยปลูกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย มีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม โดยส่งเสริมให้นักศึกษาทำวิจัยเพื่อวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์เพื่อแก้ปัญหาในองค์กร ในชุมชนบ้านเกิด รวมถึงการรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น ในการจัดการกับข้อโต้แย้งและปัญหาต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อตนเอง ชุมชน องค์กรและสังคม</p>	<p>มีการประเมินผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม ทั้งระหว่างกำลังศึกษา และภายหลังสำเร็จการศึกษา ด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การสังเกต การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม การใช้แบบสอบถาม แบบประเมิน และแบบวัดผล โดยประเมินจากหลายๆ ด้าน ดังนี้</p> <p>1) ประเมินจากการมีวินัยในการเรียน การรับผิดชอบต่อตนเองในการเข้าชั้นเรียน และการส่งงานที่มอบหมายให้สำเร็จตามกำหนด</p> <p>2) ประเมินจากความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม ในการเข้าร่วมกิจกรรมที่ส่งเสริมให้ใช้องค์ความรู้ทางด้านบริหารธุรกิจ ในการแก้ปัญหาให้กับชุมชนที่เกิดขึ้นจริงในพื้นที่ชุมชนของตัวเอง หรือ ในพื้นที่ชุมชนเป้าหมายตามความรับผิดชอบ</p>
<p>1.2 มีจิตสาธารณะ จิตอาสาและเสียสละโดยยึดถือประโยชน์ของเพื่อนมนุษย์เป็นกิจที่หนึ่ง</p>	<p>1) อาจารย์ผู้สอนมีการสอดแทรก เรื่องจิตสาธารณะ จิตอาสา และ การเสียสละโดยถือประโยชน์ส่วนรวมเป็นกิจที่หนึ่งตามพระราชปณิธานของสมเด็จพระราชชนกในรายวิชา</p> <p>2) เพิ่มกิจกรรมเสริมหลักสูตรต่างๆ เช่น การมอบหมายงานในรายวิชา หรือการทำวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ โดยการลงพื้นที่จริงของชุมชนเพื่อเข้าไปช่วยเหลือ /แก้ไข ปัญหา หรือพัฒนาชุมชน โดยยึดถือประโยชน์ของเพื่อนมนุษย์เป็นกิจที่หนึ่ง</p>	<p>1) ประเมินจากความซื่อสัตย์และจรรยาบรรณในการปฏิบัติการทดลองหรืองานมอบหมายการทำวิจัย การไม่คัดลอกงานวิจัยของบุคคลอื่นรวมทั้งจากการตรวจสอบการคัดลอกวิทยานิพนธ์ (Turnitin)</p>
<p>2. ความรู้</p> <p>2.1 อธิบายและเลือกใช้ความรู้ด้านบริหารธุรกิจ การเป็นผู้ประกอบการ</p>	<p>1) การนำสถานการณ์จริงด้านบริหารธุรกิจมาเป็นโจทย์ตามบริบทวิชาต่างๆ</p>	<p>1) ประเมินจากการทำงานที่ได้รับมอบหมาย/รายงาน/การอภิปรายทางวิชาการของนักศึกษาในชั้นเรียน และ</p>

<p>ในยุคดิจิทัล และความรู้ในสาขาวิชาอื่นที่เกี่ยวข้องเพื่อแก้ปัญหาธุรกิจในพื้นที่ภาคใต้ได้อย่างเหมาะสม</p>	<p>2) ใช้กระบวนการมีส่วนร่วมกับชุมชนธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อเรียนรู้ การบริหารธุรกิจและการนำศาสตร์มาประยุกต์แก้ปัญหาธุรกิจในพื้นที่</p> <p>3) อาจารย์ผู้สอน พยายามส่งเสริมให้ผู้เรียนได้ฝึกศึกษาค้นคว้าหาความรู้ด้วยตนเอง ผ่านกิจกรรมหลายๆ ช่องทาง เช่น มีการอภิปรายกลุ่ม การนำเสนอหน้าชั้นเรียน การทำโครงการ การศึกษาวิจัย เพื่อให้นักศึกษาได้รับองค์ความรู้ใหม่ๆ ในสาขาวิชา และสามารถบูรณาศาสตร์ด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องที่นำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน</p>	<p>จากการลงชุมชน</p> <p>2) ประเมินจากการนำเสนอและโครงร่างวิทยานิพนธ์ /สารนิพนธ์จากโจทย์หรือปัญหาวิจัยที่เกิดขึ้นจริงในพื้นที่ชุมชนของตนเอง รวมทั้งรูปแบบการเขียน การนำเสนอบทความวิชาการ และการสอบวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์</p> <p>3) ประเมินจากกิจกรรมพิเศษในรายวิชาต่างๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาลงชุมชน/พื้นที่ศึกษาจริงเพื่อแก้ปัญหาธุรกิจในพื้นที่ภาคใต้ด้วยการศึกษาค้นคว้าวิจัยทางธุรกิจ</p>
<p>2.2 อธิบายกระบวนการวิจัยที่ใช้แก้ปัญหาธุรกิจในพื้นที่ภาคใต้ได้อย่างถูกต้อง</p>	<p>1) ใช้กระบวนการจัดการเรียนการสอนและการควบคุมวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ที่มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพของนักศึกษาให้สามารถทำวิจัยจากการลงพื้นที่ชุมชนจริงเพื่อแก้ปัญหาธุรกิจในพื้นที่ภาคใต้ และส่งเสริมให้เกิดการบูรณาการองค์ความรู้ทางธุรกิจ ตลอดจนการนำไปประยุกต์ใช้</p> <p>2) มีการเชิญวิทยากรมาบรรยาย การจัดอภิปรายกลุ่ม รวมถึงการบรรยายในชั้นเรียนของคณาจารย์ให้สอดคล้องกับกระบวนการคิดแก้ปัญหาธุรกิจจากกรณีศึกษา</p> <p>3) ใช้กระบวนการจัดการเรียนการสอนและการควบคุมวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ที่มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพของนักศึกษาให้สามารถทำวิจัยจากกลางพื้นที่ชุมชนจริงเพื่อแก้ปัญหาธุรกิจในพื้นที่ภาคใต้ โดยการบูรณาการองค์ความรู้ทางธุรกิจมาประยุกต์ใช้</p> <p>4) มีการเชิญวิทยากรมาบรรยาย การจัดอภิปรายกลุ่ม รวมถึงการบรรยายในชั้นเรียนของคณาจารย์ให้สอดคล้องกับกระบวนการคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และการ</p>	<p>1) ประเมินผลจากกิจกรรมการเรียนการสอน เช่น การเขียนรายงานการนำเสนอหน้าชั้นเรียนการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นการอภิปราย</p> <p>2) ประเมินจากการทำงานวิจัยเพื่อวิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงขั้นตอนการเขียนรายงาน และการนำเสนอผลงาน</p>

	<p>ปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงต่อ กระแสสังคมและเทคโนโลยี</p> <p>5) พัฒนา โจทย์วิจัยจากปัญหาการบริหารธุรกิจของพื้นที่ภาคใต้</p> <p>6) มอบหมายงานให้รับผิดชอบ หรือ หัวข้อวิจัยที่เน้นให้ผู้เรียนได้ฝึกทักษะ การคิดและการแก้ไขปัญหาจากโจทย์วิจัย หรือปัญหาที่เกิดขึ้นจากธุรกิจจริง หรือ โจทย์จากชุมชนในพื้นที่</p>	
<p>3. ทักษะทางปัญญา</p> <p>3.1 สร้างงานวิจัยทางธุรกิจอันนำไปสู่ องค์ความรู้ใหม่หรือนวัตกรรมที่ ตอบสนองปัญหาของพื้นที่ภาคใต้</p>	<p>1) มีการจัดการเรียนการสอน ในชั้นเรียน ของ คณาจารย์ โดย สอดแทรก กระบวนการคิดแก้ปัญหาธุรกิจจาก กรณีศึกษา และการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงต่อกระแสสังคมและเทคโนโลยีแบบพลิกผัน</p> <p>2) มีการเชิญวิทยากรมาบรรยาย การจัด อภิปรายกลุ่ม รวมถึงการบรรยายในชั้น เรียนของคณาจารย์ให้สอดแทรก กระบวนการคิด และการปรับตัวให้เข้า กับ การเปลี่ยนแปลงต่อกระแสสังคมและ เทคโนโลยีแบบพลิกผัน</p>	<p>1) ประเมินจากการนำเสนอและ โครงร่างวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์จาก โจทย์หรือปัญหาวิจัยที่เกิดขึ้นจริงใน พื้นที่ชุมชนพื้นที่ภาคใต้ รวมทั้งรูปแบบ การเขียน การนำเสนอบทความวิชาการ และการสอบวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์</p> <p>2) ประเมินจากกิจกรรมพิเศษในรายวิชา ต่าง ๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาลงชุมชน/ พื้นที่ศึกษาจริง เพื่อแก้ปัญหาธุรกิจ ใน พื้นที่ภาคใต้ โดยการบูรณาการองค์ ความรู้ทางธุรกิจมาประยุกต์ใช้</p>
<p>3.2 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มี ทักษะ ใน ศตวรรษ ที่ 21 มีความสามารถในการเรียนรู้ตลอด ชีวิตในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ เปลี่ยนแปลงไป</p>	<p>1) สอนให้นักศึกษามีความสามารถใน การเรียนรู้ด้วยตนเอง และการปฏิบัติงาน จริง สามารถคิดและวิเคราะห์ปัญหาอย่าง เป็นระบบ สามารถประยุกต์ใช้ศาสตร์ ทางด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง กับสถานการณ์ จริง โดยใช้ปัญหาเป็นตัวกระตุ้นให้เกิด การเรียนรู้ เปิดโอกาสให้ได้แสดง ความ คิดเห็น รวมทั้งส่งเสริมให้นักศึกษามี ความพร้อม ในการปรับตัวได้ และ สามารถแก้ปัญหาในสถานการณ์ต่างๆ ได้ อย่างเหมาะสม</p> <p>2) การนำเสนอประเด็นปัญหาทางธุรกิจ จากการเข้าไปสังเกต แลกเปลี่ยนพูดคุย กับองค์กรธุรกิจและชุมชนในพื้นที่ ภาคใต้</p>	<p>1) ประเมินจากการแสดงออกทางการ กระบวนการคิดและการแก้ไขปัญหา อย่างเป็นระบบและมีเหตุมีผล จากผลการ ปฏิบัติงาน ความสัมฤทธิ์ผลทางการ เรียนรู้ การนำเสนอผลงาน การอภิปราย และการตอบคำถาม</p> <p>2) ประเมินจากการทำงานที่ได้รับ มอบหมาย/รายงาน/การอภิปรายทาง วิชาการของนักศึกษาในชั้นเรียน และจาก การลงชุมชนในพื้นที่ภาคใต้</p> <p>3) ประเมินผลจากการลงพื้นที่ สังเกตและ แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับองค์กรธุรกิจและ ชุมชนในพื้นที่ภาคใต้</p>