



หลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาลัยราชภัฏ

สาขาวิชาการตลาด

หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2564

- ชื่อหลักสูตร** Master of Business Administration Program in Marketing
- ปริญญา** ชื่อเต็ม Master of Business Administration (Marketing)
ชื่อย่อ M.B.A. (Marketing)
- รูปแบบของหลักสูตร**
 - หลักสูตรระดับปริญญาโท หลักสูตร 2 ปี
 - ภาษาที่ใช้** ภาษาไทย
 - การรับเข้าศึกษา** นักศึกษาไทย และนักศึกษาต่างประเทศที่ใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษได้
- ระบบจัดการศึกษา**

การจัดการศึกษาเป็นแบบทวิภาค โดย 1 ปีการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ภาคการศึกษา
ภาคการศึกษา มีระยะเวลาศึกษา 16 สัปดาห์
- วัน-เวลาในการดำเนินการเรียนการสอน**

ภาคการศึกษาที่ 1 เดือนกรกฎาคม – ตุลาคม
ภาคการศึกษาที่ 2 เดือนธันวาคม – มีนาคม
ภาคฤดูร้อนเดือนเมษายน – มิถุนายน
หรือให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
- คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา**

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่าทุกสาขาวิชา หรือมีคุณสมบัติอื่นที่คณะกรรมการบริหารหลักสูตรประจำสาขาวิชาหรือข้อบังคับของมหาวิทยาลัยกำหนด

7.แผนการรับนักศึกษาและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี

- ปีการศึกษา** รับนักศึกษา จำนวน 40 คน
(ประมาณค่าใช้จ่ายของนักศึกษาตลอด 134,000 บาท/คน เหนมาจ่าย 33,500 บาท/เทอม)

8. โครงสร้างหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด แผนการศึกษาที่เน้นการศึกษาด้านการตลาด และการวิจัยและมีรายวิชาเพิ่มเติมโดยมีการทำวิทยานิพนธ์และการค้นคว้าอิสระและการศึกษารายวิชาในหลักสูตร มีโครงสร้างดังนี้

แผน ก แบบ ก2

- หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า 27 หน่วยกิต
- วิทยานิพนธ์ ไม่น้อยกว่า 12 หน่วยกิต

จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 39 หน่วยกิต

9.แผนการศึกษา

รายวิชาเอกบังคับและเอกเลือก ที่อยู่ในแผนการศึกษา 2 ปีการศึกษา มีดังนี้

วิชาเอกบังคับ

- เศรษฐศาสตร์เพื่อการจัดการ 3(3-0-6)
- การบัญชีการเงิน 3(3-0-6)
- การจัดการการตลาด 3(3-0-6)
- พฤติกรรมผู้บริโภค 3(3-0-6)
- กลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน 3(3-0-6)
- การตลาดดิจิทัล 3(2-2-5)
- การวิจัยการตลาด 3(2-2-5)
- นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และการสร้างคุณค่า 3(2-2-5)

วิชาเอกเลือก

- การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา 3(3-0-6)
- การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ 3(3-0-6)
- การจัดการตราสินค้า 3(3-0-6)
- การเป็นผู้ประกอบการและการสร้างธุรกิจใหม่ 3(3-0-6)
- การจัดการค้าปลีกสมัยใหม่ 3(3-0-6)
- การตลาดสำหรับงานนิทรรศการและงานอีเว้นท์เชิงสร้างสรรค์ 3(2-2-5)

แผน ก แบบ ก 2 Thesis

10. เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

- 1) ศึกษารายวิชาครบถ้วนตามที่กำหนดในหลักสูตรโดยจะต้องได้ ระดับคะแนนเฉลี่ยไม่ ต่ำกว่า 3.00 จาก ระบบ 4 ระดับ คะแนน สอบผ่านการสอบวัดคุณสมบัติ (Qualifying Examination) เพื่อเป็นผู้มีสิทธิ์ขอทำวิทยานิพนธ์/ การค้นคว้าอิสระ และเสนอวิทยานิพนธ์/การค้นคว้าอิสระ เพื่อการสอบผ่าน การสอบปากเปล่าขั้นสุดท้าย
- 2) ส่งวิทยานิพนธ์/การค้นคว้าอิสระ ฉบับสมบูรณ์แล้วเสร็จ
- 3) เผยแพร่ผลงานดุษฎีนิพนธ์ในวารสารที่มีกรรมการภายนอกร่วมกลั่นกรอง (Peer Review)
 - (1) วารสารระดับชาติที่อยู่ในฐานข้อมูล TCI หรือ วารสารระดับนานาชาติที่เป็นไปตามประกาศ กพอ. หรือ สกอ. หรือ
 - (2) นำเสนอในที่ประชุมระดับชาติที่เป็นที่ยอมรับในสาขาวิชาอย่างน้อย 1 ครั้ง (สำหรับการค้นคว้าอิสระ)

11. ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

1) Assistant Professor Dr.Nareenuch yuwadeeniwet

D.B.A. (Doctor of Business Administration in Marketing) Eastern Asia University, Thailand

2) Assistant Professor Dr.Pimook Somchob

D.B.A. (Doctor of Business Administration in Marketing) Eastern Asia University, Thailand

3) Assistant Professor Dr.Jaturong Sriwongwana

D.HRM. (Doctorate Degree of Human Resource Management) Murdoch University, Australia

4) Dr.Rattanaporn Saelee

Ph.D. (Doctor of Philosophy in Marketing) Mahasarakham University, Thailand

12. สนใจติดต่อ

Assistant Professor Dr.Pimook Somchob

Tel 066-61-9789515, 066-45-352-000 ต่อ 1302

E-mail osmile1111@hotmail.com