

กต. 201 หลักการตลาด

3 (3-0-6)

สำหรับนักศึกษาคณะพาณิชยฯ หรือนักศึกษาที่มีความประสงค์จะย้ายเข้าคณะพาณิชยฯ เท่านั้น)

ความหมายและความสำคัญของการตลาด ในฐานะที่เป็นหน้าที่หลักที่สำคัญอย่างหนึ่งทางธุรกิจ โดยเน้นแนวคิดการตลาดสมัยใหม่ บทบาท และผลกระทบที่สำคัญของการตลาดที่มีต่อเศรษฐกิจและสังคม สภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนประสมทางการตลาด และกระบวนการบริหารการตลาดเบื้องต้น ตลอดจนจริยธรรมของนักการตลาด

กต.202 หลักพื้นฐานการตลาด

3 (3-0-6)

(สำหรับนักศึกษานอกคณะพาณิชยฯ)

แนวคิด แนวปฏิบัติและระบบการตลาดสมัยใหม่ในการนำเสนอสินค้า/บริการ การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย และการสื่อสารแบบบูรณาการเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย บนพื้นฐานความเข้าใจในลักษณะ และพฤติกรรมของลูกค้า ตลอดจนผลกระทบที่มีต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม

กต. 311 พฤติกรรมผู้บริโภค

3 (3-0-6)

วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา กต.201 หรือ กต.202

แนวคิดและทฤษฎีต่างๆ เพื่อที่จะทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค โดยเนื้อหาจะครอบคลุมทั้งแนวความคิดแบบดั้งเดิม ซึ่งเน้นทฤษฎีทางจิตวิทยาและพฤติกรรมศาสตร์ ในการวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจซื้อ ตลอดจนปัจจัยต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และแนวคิดทฤษฎีทางเลือกใหม่ซึ่งมุ่งทำความเข้าใจลูกค้าจากมิติทางสังคมและวัฒนธรรมโดยการนำแนวความคิดและทฤษฎีทางสังคมวิทยาและมานุษยวิทยามาประยุกต์ใช้ในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ทั้งนี้ เนื้อหาวิชาจะครอบคลุมแนวความคิดในการทำความเข้าใจพฤติกรรมต่างๆ ของปัจเจกบุคคลและกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องในกระบวนการตัดสินใจซื้อของลูกค้าองค์กรด้วย

กต.312 การบริหารการตลาด

3 (3-0-6)

วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา กต.311

ศึกษาทฤษฎี แนวคิด กระบวนการ และเครื่องมือในการบริหารการตลาดโดยมุ่งพัฒนา ทักษะและประสบการณ์ในการจัดทำแผนการตลาด เนื้อหาวิชาครอบคลุมการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่มีผลต่อกิจกรรมทางการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง พฤติกรรมผู้บริโภค การแข่งขันและปัจจัยอื่นๆ การกำหนดกลยุทธ์ และพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด รวมถึงแนวทางการปฏิบัติตามแผน และการควบคุมการดำเนินงานทางการตลาดภายใต้หลักจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม

กต.313 ความคิดสร้างสรรค์และการสื่อสารในวิชาชีพการตลาด 3 (3-0-6)

หลักการ และกระบวนการในการเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ และทักษะในการสื่อสารเพื่อความสำเร็จในวิชาชีพการตลาด โดยมุ่งเน้นการนำเสนอ โน้มน้าว และสร้างการยอมรับให้กับกลุ่มเป้าหมายในรูปแบบต่างๆอย่างมีประสิทธิภาพ บนพื้นฐานของความเข้าใจในหลักการออกแบบกลยุทธ์การสื่อสาร ข้อความ ตลอดจนรูปแบบกิจกรรมที่เหมาะสมสำหรับแต่ละสถานการณ์

กต.314 การวิจัยเชิงปริมาณทางการตลาด 3 (3-0-6)

วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา กต.311 และ พว.204

บทบาทและความสำคัญของการวิจัยทางการตลาดที่มีต่อธุรกิจ การระบุปัญหาในการวิจัย การออกแบบวิธีวิจัย ซึ่งครอบคลุมขั้นตอน วิธีการและเครื่องมือต่างๆ ที่มีลักษณะเฉพาะตามแนวทางของการวิจัยเชิงปริมาณที่นิยมใช้ในการตลาด เช่น การสำรวจ การทดลอง ฯลฯ ทั้งนี้ โดยมุ่งสร้างความเข้าใจในเชิงลึกผ่านการลงมือปฏิบัติจริง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการวิเคราะห์และแปลความหมายผลการวิจัย รวมทั้งการตัดสินใจเลือกใช้การวิจัยเชิงปริมาณในลักษณะที่เสริมกันกับการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อประโยชน์ต่อการตัดสินใจ

กต.315 การวิจัยเชิงคุณภาพทางการตลาด 3 (3-0-6)

วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา กต.311

บทบาทและความสำคัญของการวิจัยทางการตลาดที่มีต่อธุรกิจ การระบุปัญหาในการวิจัย การออกแบบวิธีวิจัย ซึ่งครอบคลุมขั้นตอน วิธีการและเครื่องมือต่างๆ ที่มีลักษณะเฉพาะตามแนวทางของการวิจัยเชิงคุณภาพที่นิยมใช้ในการตลาด เช่น การสัมภาษณ์เจาะลึก การสนทนากลุ่มย่อย การสังเกตการณ์ ฯลฯ ทั้งนี้ โดยมุ่งสร้างความเข้าใจในเชิงลึกผ่านการลงมือปฏิบัติจริง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการวิเคราะห์และแปลความหมายผลการวิจัย รวมทั้งการตัดสินใจเลือกใช้การวิจัยเชิงคุณภาพในลักษณะที่เสริมกันกับการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อประโยชน์ต่อการตัดสินใจ

กต.321 การบริหารผลิตภัณฑ์และตราห้อย 3 (3-0-6)

วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา กต.311

ศึกษาถึงแนวทางความคิดต่างๆ เกี่ยวกับนโยบายและกลยุทธ์การจัดการผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การบริหารตราห้อยให้มีคุณค่า การบริหารสายผลิตภัณฑ์ การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และตราห้อยใหม่ การบริหารผลิตภัณฑ์และตราห้อยในแต่ละช่วงวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ สาเหตุและการหลีกเลี่ยงความล้มเหลวของการบริหารงานด้านผลิตภัณฑ์และตราห้อย รวมทั้ง การกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดอื่นให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และตราห้อยการสร้างตราห้อยให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก ตลอดจนบทบาทของรัฐบาลที่มีต่อการบริหารผลิตภัณฑ์และตราห้อยและการบริหารผลิตภัณฑ์และตราห้อยอย่างมีจริยธรรม

กต.322 การบริหารราคาและการวิเคราะห์กำไรทางการตลาด 3 (3-0-6)

วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา กต.201 หรือ กต.202, กง.201 และ บช.201

ศึกษาแนวคิดและหลักการเกี่ยวกับนโยบายราคา กลยุทธ์การกำหนดราคา การตัดสินใจเปลี่ยนแปลงราคาของผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ การใช้ราคาเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการตลาด การกำหนดราคาให้สอดคล้องกับส่วนประสมทางการตลาดอื่น รวมทั้งศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลกระทบต่อการทำกำไรของกิจการ และการประยุกต์ใช้เทคนิคการวิเคราะห์เชิงปริมาณเข้ามาช่วยในการตัดสินใจทางด้านการตลาดเพื่อเพิ่มความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจ

กต.331 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ 3 (3-0-6)

วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา กต.311

ศึกษาถึงแนวคิด หลักการ และวิธีการของการส่งเสริมและสื่อสารการตลาด การวางแผน การกำหนดกลยุทธ์การใช้สื่อ ปัจจัยที่ต้องพิจารณาในการเลือกสื่อ กลยุทธ์ในการผสมผสานสื่อ การทดสอบ การประเมินผลของสื่อ การกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารให้สอดคล้องกับกลยุทธ์การตลาดอื่น

กต.332 การส่งเสริมการขายและการตลาดด้วยกิจกรรม 3 (3-0-6)

วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา กต.311

ศึกษาแนวคิด หลักการ วิธีการส่งเสริมการขายและกิจกรรมทางการตลาด ตลอดจนการวางแผนและการกำหนดกลยุทธ์อย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้การวิเคราะห์สถานการณ์ การกำหนดเป้าหมาย การสร้างสรรค์เครื่องมือและเลือกสื่อที่ผสมผสานกันอย่างเหมาะสม สอดคล้องกับกลยุทธ์การตลาดอื่น มีการทดสอบและประเมินผลการดำเนินงาน

กต.341 การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย 3 (3-0-6)

วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา กต.201 หรือ กต.202

ศึกษาถึงบทบาทช่องทางการจัดจำหน่าย การผสมผสานความรู้ของช่องทางการจัดจำหน่ายกับส่วนประสมการตลาดอื่นๆ การออกแบบช่องทางให้เกิดการได้เปรียบทางการแข่งขัน การบริหารช่องทางภายใต้สถานการณ์ที่เปลี่ยนไป การบริหารจ้อโต้ยัง การพัฒนาความสัมพันธ์เชิงบวก และการสร้างคุณค่าในระยะยาว

กต.342 การบริหารการค้าปลีก

3 (3-0-6)

วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา กต.201 หรือ กต.202

เพื่อศึกษาหลักการบริหารการค้าปลีก สถาบันการค้าปลีก มีความเข้าใจเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคและการแข่งขัน เพื่อกำหนดกลยุทธ์การค้าปลีกที่มีประสิทธิภาพ การเลือกทำเลที่ตั้งร้านค้าปลีก การจัดองค์กรและการบริหารทรัพยากรมนุษย์ การเข้าใจเรื่องห่วงโซ่อุปทานและระบบไอทีเพื่อการจัดการการค้าปลีก การวางแผนด้านการสินค้า ระบบการจัดซื้อ การกำหนดตราห้อยร้านค้าปลีก การกำหนดราคายปลีก ตลอดจนการจัดโปรแกรมส่งเสริมการตลาด รวมทั้งการบริหารร้านค้า การออกแบบร้านค้า และจัดวางผังร้านค้าเพื่อนำเสนอสินค้า การให้บริการ และเทคนิคการขายปลีก นอกจากนี้ยังรวมถึงการค้าปลีกระหว่างประเทศ และการค้าปลีกอิเล็กทรอนิกส์

กต.343 การบริหารงานขาย

3 (3-0-6)

วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา กต.201 หรือ กต.202

ศึกษาถึงการบริหารงานขายยุคใหม่ที่ต้องใช้ข้อมูลจากภายนอกมาช่วยในการวิเคราะห์ สถานการณ์ เพื่อหาโอกาส อุปสรรค จุดด้อย จุดเด่น และนำข้อมูลทั้งเชิงคุณภาพ และปริมาณมาใช้ วางแผนเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า และศึกษาถึงการสร้างทีมงานขายและการบริหารงานขายที่มีประสิทธิภาพ

กต.351 การตลาดธุรกิจ

3 (3-0-6)

วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา กต.201 หรือ กต.202

ศึกษาหลักวิชาและแนวทางในการดำเนินธุรกิจการตลาดธุรกิจ ซึ่งแตกต่างจากการตลาด สินค้าอุปโภคบริโภค และรวมถึงการจัดซื้อสินค้า พฤติกรรมของผู้ซื้อในตลาดธุรกิจ โอกาสทางการตลาด กลยุทธ์การตลาด การพัฒนาและการบริหารผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจำหน่ายในการตลาดธุรกิจ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ การส่งเสริมการตลาดแบบผสมผสาน การขายและการบริหารการขาย การตั้งราคาสินค้าและการเจรจาเพื่อเพิ่มคุณค่า การประเมินผลความพยายามทางการตลาด การสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า และวิสัยทัศน์ของการตลาดธุรกิจ

กต.352 การตลาดบริการ

3 (3-0-6)

วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา กต.201 หรือ กต.202

ศึกษาความสำคัญของอุตสาหกรรมบริการต่อระบบพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศและของโลกความแตกต่างระหว่าง “สินค้า” และ “บริการ” ซึ่งนำไปสู่ลักษณะเฉพาะ และปัญหาด้านการตลาดที่แตกต่างของธุรกิจบริการ พฤติกรรมผู้บริโภคในอุตสาหกรรมบริการ เครื่องมือที่ใช้สำหรับการประเมิน และการปรับปรุงคุณภาพการบริการ การวางแผนการตลาดและแผนกำลังในการให้บริการ การออกแบบส่วนประสมทางการตลาด และกลยุทธ์การตลาดสำหรับการแข่งขันในอุตสาหกรรมบริการ

กต.361 การตลาดระหว่างประเทศ

3 (3-0-6)

วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา กต.201 หรือ กต.202

ศึกษาหลักการ แนวคิด และวิธีดำเนินธุรกิจการตลาดระหว่างประเทศ ซึ่งครอบคลุมถึงระบบธุรกิจและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อธุรกิจระหว่างประเทศ แนวความคิดด้านการตลาดแบบไร้พรมแดน กลยุทธ์การตลาดระหว่างประเทศ การส่งออก การนำเข้า และการลงทุนในต่างประเทศ รวมทั้งการวิเคราะห์ปัญหาต่างๆ ที่มีผลต่อการดำเนินงานด้านการตลาดระหว่างประเทศ ตลอดจนประเด็นปัญหาการตลาดระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ

กต.391 การตลาดห้วข้อพิเศษ 1

3 (3-0-6)

วิชาบังคับก่อน : นักศึกษาสาขาวิชาการตลาดฐานปี 3 หรืออาจารย์ผู้สอนอนุมัติ

ศึกษาแนวคิด วิธีการ หรือวิธีการที่มีเนื้อหาเฉพาะซึ่งเป็นพัฒนาการใหม่ๆ ที่ทันสมัย หรือกำลังเป็นที่สนใจ หรือเป็นแนวโน้มที่สำคัญในอนาคต เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาความคิด และการทำงานของนักศึกษา

กต.392 การตลาดห้วข้อพิเศษ 2

1.5 (1.5-0-3)

วิชาบังคับก่อน : นักศึกษาสาขาวิชาการตลาดฐานปี 3 หรืออาจารย์ผู้สอนอนุมัติ

ศึกษาแนวคิด วิธีการ หรือวิธีการที่มีเนื้อหาเฉพาะซึ่งเป็นพัฒนาการใหม่ๆ ที่ทันสมัย หรือกำลังเป็นที่สนใจ หรือเป็นแนวโน้มที่สำคัญในอนาคต เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาความคิด และการทำงานของนักศึกษา

กต.393 การตลาดห้วข้อพิเศษ 3

1.5 (1.5-0-3)

วิชาบังคับก่อน : นักศึกษาสาขาวิชาการตลาดฐานปี 3 หรืออาจารย์ผู้สอนอนุมัติ

ศึกษาแนวคิด วิธีการ หรือวิธีการที่มีเนื้อหาเฉพาะซึ่งเป็นพัฒนาการใหม่ๆ ที่ทันสมัย หรือกำลังเป็นที่สนใจ หรือเป็นแนวโน้มที่สำคัญในอนาคต เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาความคิด และการทำงานของนักศึกษา

กต.411 การวิเคราะห์และตัดสินใจทางการตลาด 3 (3-0-6)

วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา กต.311 และ พว.204

ศึกษาขอบเขต ลักษณะ ตลอดจนกระบวนการในการตัดสินใจที่สำคัญในการบริหารตลาด ภายใต้ภาวะการแข่งขัน และความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ โดยมุ่งเน้นการเรียนรู้ ตลอดจนฝึกปฏิบัติในการนำแนวคิด และเครื่องมือต่างๆ มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมจาก แหล่งต่างๆ ทั้งภายในและภายนอก และภายในองค์กรเพื่อนำเสนอรายงานในรูปแบบที่ตอบโจทย์การตัดสินใจของผู้บริหารการตลาดได้อย่างเหมาะสมกับขอบเขตความรับผิดชอบ และสถานการณ์ที่แตกต่างกัน

กต.412 กลยุทธ์และนโยบายการตลาด

3 (3-0-6)

วิชาบังคับก่อน : นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด และสอบได้วิชา กต.312

ศึกษากลยุทธ์และนโยบายการตลาดที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจ โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์การพัฒนาและประยุกต์ใช้กลยุทธ์รวมทั้งนโยบายการตลาดในธุรกิจจริง เพื่อสร้างทักษะและประสบการณ์ในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมในสถานการณ์ต่างๆ เนื้อหาวิชานี้เน้นการศึกษากระบวนการในการกำหนดกลยุทธ์และนโยบายการตลาด การดำเนินกลยุทธ์ในทางปฏิบัติรวมทั้งการตรวจสอบและประเมินผลโดยใช้กรณีศึกษาและเกมจำลองทางการตลาดเป็นเครื่องมือในการประมวลความรู้และเทคนิคเพื่อกำหนดกลยุทธ์และนโยบายการตลาดได้อย่างเหมาะสม ภายใต้หลักจริยธรรมทางวิชาชีพการตลาด

กต.413 สัมมนาการตลาด

3 (3-0-6)

วิชาบังคับก่อน : นักศึกษาสาขาวิชาการตลาดฐานปี 4 เท่านั้น

ศึกษาการนำความรู้ทางวิชาการด้านการตลาดและการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมมาใช้ประกอบการวิเคราะห์แก้ปัญหา ตลอดจนการตัดสินใจด้านการตลาดอย่างมีระบบและสามารถประยุกต์ใช้กับสถานการณ์จริงได้ เนื้อหาวิชานี้เน้นการศึกษาประเด็นทางการตลาดที่ทันสมัย และการนำเอาทฤษฎีไปประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติ ตลอดจนการสร้างความรู้ความเข้าใจในบทบาทของการตลาดต่อองค์กรธุรกิจและความสัมพันธ์กับหน้าที่ทางธุรกิจอื่นๆ

กต.421 การตลาดบนความรับผิดชอบต่อสังคม

3 (3-0-6)

วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา กต.312

ศึกษาการบริหารการตลาดบนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เริ่มจากศึกษาปัญหาและการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมอันเป็นผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจและการตลาดแบบดั้งเดิม การนำแนวคิดจากการพัฒนาอย่างยั่งยืนมาเป็นพื้นฐานในการสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ศึกษากลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญต่อประเด็นสิ่งแวดล้อมและสังคม การพัฒนากลยุทธ์การแข่งขันทางการตลาดจากการลดผลกระทบพร้อมกับสร้างคุณค่าต่อสิ่งแวดล้อมและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ นอกจากนี้ยังศึกษาแนวทางการนำหลักการตลาดไปประยุกต์ใช้กับงานขององค์กรที่มีได้มีเป้าหมายมุ่งหวังผลกำไรในการรณรงค์กิจกรรมทางสังคม

กต.422 กลยุทธ์การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ

3 (3-0-6)

วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา กต.201 หรือ กต.202

เพื่อศึกษาลักษณะและปัญหาเฉพาะด้านการตลาดของผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม เรียนรู้วิธีบริหารและการดำเนินงานด้านการตลาดที่จำเป็นต่อการพัฒนาธุรกิจขนาดย่อมให้อยู่รอด เติบโตอย่างมั่นคง และพึ่งตนเองได้ในระยะยาว ตลอดจนฝึกทักษะด้านการตลาดเชิงกลยุทธ์สำหรับการเป็นผู้ประกอบการที่ดี และสามารถปรับแนวทางการดำเนินธุรกิจให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป ภายใต้หลักจริยธรรมวิชาชีพ

กต.423 กลยุทธ์การตลาดโลก

3 (3-0-6)

วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา กต.361

ศึกษาลักษณะและบทบาทของตลาดโลกที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจในอนาคต แนวทางการเข้าสู่ตลาดโลก การแข่งขันในตลาดโลก พฤติกรรมของตลาด และการแบ่งส่วนของตลาดโลก รูปแบบการบริโภคของตลาดโลก ตลอดจนการส่งเสริมการตลาดโลกในปัจจุบัน และแนวโน้มในอนาคต รวมทั้ง จริยธรรมในวิชาชีพ

กต.431 กลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์เกษตร

3 (3-0-6)

วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา กต.311

ศึกษาพื้นฐานของธุรกิจเกษตรในรูปแบบของการจัดองค์กรอุตสาหกรรม โดยศึกษาถึงโครงสร้างตลาด พฤติกรรมของตลาด และผลการดำเนินงานของตลาด ศึกษาตลาดในรูปแบบต่างๆ กัน รวมทั้งนโยบายของรัฐบาลต่อภาคเกษตร ทำความเข้าใจกับตลาดกลางสินค้าเกษตรของไทย ตลาดซื้อขายสินค้าล่วงหน้าทางการเกษตร ตลอดจนกลยุทธ์ในการซื้อขาย

กต.432 กลยุทธ์การตลาดอาหาร

3 (3-0-6)

วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา กต.311

เพื่อศึกษาถึงความสำคัญและบทบาทของอุตสาหกรรมอาหารที่มีส่วนสำคัญ ต่อการพัฒนาประเทศ เสริมสร้างรายได้ชุมชน อนุรักษ์ภูมิปัญญาดั้งเดิม และช่วยเพิ่มศักยภาพการส่งออกอาหารไทยในตลาดโลก โดยเน้นหลักกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ควบคู่ไปกับหลักบริหารธุรกิจชุมชนเกษตรยั่งยืน โภชนาการ เทคโนโลยีอาหาร และการตลาดโลกาภิวัตน์ รวมทั้งกลยุทธ์อื่นที่จำเป็น สำหรับพัฒนาธุรกิจอาหารแปรรูปของไทยให้สามารถแข่งขัน และสนองความต้องการของตลาดได้อย่างแท้จริง ตลอดจนเสริมสร้างศักยภาพหมู่บ้านท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเกษตร ภายใต้หลักจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม

กต.433 กลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยว

3 (3-0-6)

วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา กต.311

เพื่อศึกษาถึงความสำคัญและบทบาทของกลยุทธ์การตลาดต่อการพัฒนาศักยภาพของ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย โดยเน้นหลักกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสม กลยุทธ์และเทคโนโลยีสมัยใหม่ รวมทั้งกลยุทธ์อื่นที่เกี่ยวข้องและจำเป็น สำหรับบริหารการท่องเที่ยวในภาครัฐและเอกชนให้มีศักยภาพในการแข่งขัน เติบโตอย่างยั่งยืน และพึ่งตนเองได้ในระยะยาว ภายใต้หลัก จริยธรรมและวิชาชีพนักการตลาด

กต.434 กลยุทธ์การตลาดโรงแรม

3 (3-0-6)

วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา กต.311

เพื่อศึกษาหลักและวิธีพัฒนากลยุทธ์การตลาดและการจัดการธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยเปรียบเทียบกับของต่างประเทศที่ช่วยในการบริหารงานประสบความสำเร็จในด้านการหาและรักษาลูกค้า การกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดและการแข่งขันที่เพิ่มรายได้ และสร้างความพอใจให้ลูกค้าเป้าหมายมากขึ้น การจัดโครงสร้างและระบบบริหารภายในโรงแรมให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ตลอดจนเชื่อมโยงกับเครือข่ายกลุ่มโรงแรมและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มีการศึกษาดูงานในโรงแรมชั้นนำ พร้อมทั้งฝึกกำหนดกลยุทธ์การตลาดและการจัดการธุรกิจโรงแรมในสถานการณ์จริง ภายใต้หลักจริยธรรมวิชาชีพ

กต.435 กลยุทธ์การตลาดสุขภาพ

3 (3-0-6)

วิชาบังคับก่อน : สอบได้วิชา กต.311

เพื่อศึกษาถึงความสำคัญและบทบาทของอุตสาหกรรมบำบัดรักษาสุขภาพที่มีต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีงามต่อมวลมนุษยโลกและส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเน้นหลักการพัฒนากลยุทธ์ ส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสม ควบคู่ไปกับภูมิปัญญาดั้งเดิม เทคโนโลยีชีวภาพ เทคโนโลยีสมัยใหม่ รวมทั้งกลยุทธ์อื่นที่จำเป็นสำหรับบริหารธุรกิจบำบัดรักษาสุขภาพของไทย ในภาครัฐและเอกชนที่ก่อประโยชน์อย่างแท้จริงในการทำให้ผู้บริโภคมีชีวิตยืนยาว ปลอดภัย แข็งแรง และเสริมสร้างศักยภาพการท่องเที่ยวสุขภาพ ภายใต้หลักจริยธรรมและความความรับผิดชอบต่อสังคม

กต.491 การตลาดหัตถ์อาชีพ 4

3 (3-0-6)

วิชาบังคับก่อน : นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด ฐานปี 4 หรืออาจารย์ผู้สอนอนุมัติ

ศึกษาแนวคิด วิธีการ หรือวิธีการที่มีเนื้อหาเฉพาะซึ่งเป็นพัฒนาการใหม่ๆ ที่ทันสมัย หรือกำลังเป็นที่สนใจ หรือเป็นแนวโน้มที่สำคัญในอนาคต เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาความคิด และการทำงานของนักศึกษา

กต.499 การวิจัยรายบุคคล

3 (3-0-6)

วิชาบังคับก่อน : นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด ฐานปี 4 หรืออาจารย์ผู้สอนอนุมัติ

เป็นการวิจัยปัญหาหรือหัตถ์อาชีพทางการตลาดโดยนักศึกษสาขาวิชาการตลาดภายใต้ การควบคุมดูแล และให้คำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาวิชา