



หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
(ระบบการจัดการศึกษาผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ)
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567

คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
(ระบบการจัดการศึกษาผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ)
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา	มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
วิทยาเขต/คณะ/สาขาวิชา	คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

ส่วนที่ 1 ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

1. รหัสและชื่อหลักสูตร

1.1 รหัสหลักสูตร

-

1.2 ชื่อหลักสูตร

ภาษาไทย	หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (ระบบการจัดการศึกษาผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ)
ภาษาอังกฤษ	Master of Business Administration Program in Business Administration (Educational Management System via Information Technology)

2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

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

3. วิชาเอก

ไม่มี

4. รูปแบบของหลักสูตร

4.1 รูปแบบ

เป็นหลักสูตรระดับคุณวุฒิปริญญาโท หลักสูตร 2 ปี

☐ ทางวิชาการ

☒ ทางวิชาชีพ

☐ ทางปฏิบัติการ

5. อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

7.1 เป็นผู้บริหารทั้งภาครัฐและเอกชน

7.2 เป็นบุคลากรทางวิชาการของสถาบันการศึกษาทั้งภาครัฐและภาคเอกชน

7.3 เป็นผู้ประกอบการ

7.4 เป็นผู้ประกอบวิชาชีพอิสระ

6. โครงสร้างของหลักสูตร แผน 2 แบบวิชาชีพ

1.1 หลักสูตร

1.1.1 จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร 36 หน่วยกิต

1.1.2 โครงสร้างหลักสูตร

1. หมวดวิชาเสริมพื้นฐาน - ไม่นับหน่วยกิต

2. หมวดวิชาบังคับ 21 หน่วยกิต

3. หมวดวิชาเลือก 9 หน่วยกิต

4. สารนิพนธ์ 6 หน่วยกิต

1.1.3 รายวิชาในหลักสูตร

1) ความหมายของเลขประจำวิชา

การดำเนินการจัดการศึกษาระดับปริญญาโทให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2565 และระเบียบข้อบังคับอื่น ๆ ของมหาวิทยาลัย ส่วนหลักเกณฑ์ในการให้รหัสรายวิชาเดิมมหาวิทยาลัยกำหนดเป็นตัวเลข 6 หลัก ในส่วนของหลักสูตรปรับปรุงกำหนดเป็นตัวอักษร 3 หลัก และตัวเลข 3 หลัก

หลักเกณฑ์การให้รหัสวิชาในหลักสูตร



หลักที่ 5 และ 6 คือ ลำดับรายวิชา เริ่มตั้งแต่ 01,02,03

หลักที่ 4 คือ รหัสหมวดวิชา

- 1 หมายถึง หมวดวิชาเสริมพื้นฐาน
- 2 หมายถึง หมวดวิชาบังคับ
- 3 หมายถึง หมวดวิชาเลือก กลุ่มวิชาการจัดการ
- 4 หมายถึง หมวดวิชาเลือก กลุ่มวิชาการบัญชี
- 5 หมายถึง หมวดวิชาเลือก กลุ่มวิชาการตลาด
- 6 หมายถึง สารนิพนธ์

หลักที่ 1,2,3 คือ รหัสสาขาวิชา แทนด้วยอักษร 3 ตัว

รหัสวิชาประกอบด้วยตัวอักษรและตัวเลข 3 หลัก มีความหมายดังนี้

MBA	หมายถึง วิชาของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (ระบบการจัดการศึกษาผ่านระบบ เทคโนโลยีสารสนเทศ)
เลขตัวที่ 1	หมายถึง รหัสหมวดวิชา 1 หมายถึง หมวดวิชาเสริมพื้นฐาน 2 หมายถึง หมวดวิชาบังคับ 3 หมายถึง หมวดวิชาเลือก กลุ่มวิชาการจัดการ 4 หมายถึง หมวดวิชาเลือก กลุ่มวิชาการบัญชี 5 หมายถึง หมวดวิชาเลือก กลุ่มวิชาการตลาด 6 หมายถึง สารนิพนธ์
เลขตัวที่	2 และ 3 หมายถึง ลำดับรายวิชา

2) รายวิชาตามโครงสร้างหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (ระบบการจัดการศึกษาผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ) มีรายวิชาตามโครงสร้างหลักสูตร ดังนี้

1. หมวดวิชาเสริมพื้นฐาน มี 3 รายวิชา ดังนี้

วิชาในหมวดวิชาเสริมพื้นฐาน นี้จัดไว้สำหรับนักศึกษาทุกคนที่ผ่านการคัดเลือกจากในระบบการคัดเลือกของทางมหาวิทยาลัยซึ่งต้องเรียนในรายวิชาของหมวดวิชาเสริมพื้นฐาน โดยไม่นับหน่วยกิต และไม่นำไปคิดคะแนนเฉลี่ยสะสมเมื่อสำเร็จการศึกษา

MBA 111	การบัญชีเบื้องต้นเพื่อการบริหารธุรกิจ (Basic Accounting for Business Administration)	3(3-0-6) ไม่นับหน่วยกิต
MBA 112	ภาษาอังกฤษสำหรับการบริหารธุรกิจ (English for Business Administration)	3(3-0-6) ไม่นับหน่วยกิต
MBA 113	เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารธุรกิจ (Information Technology for Business Administration)	3(3-0-6) ไม่นับหน่วยกิต

2. หมวดวิชาบังคับ เรียน 21 หน่วยกิต

MBA 211	เศรษฐศาสตร์เพื่อการจัดการและการปฏิบัติการ (Economics for Management and Operation)	3(3-0-6)
MBA 212	พฤติกรรมองค์กรและการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในยุคดิจิทัล (Organizational Behavior and Human Resource Management in Digital Era)	3(3-0-6)
MBA 213	การบริหารทางการเงิน (Financial Management)	3(3-0-6)
MBA 214	ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจ (Business Research Methodology)	3(3-0-6)
MBA 215	การบัญชีเพื่อการบริหาร (Managerial Accounting)	3(3-0-6)
MBA 216	การบริหารการตลาด (Marketing Management)	3(3-0-6)
MBA 217	การบริหารเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management)	3(3-0-6)

3. หมวดวิชาเลือก สำหรับ แผน 2 แบบวิชาชีพ ให้เรียน 9 หน่วยกิต จากรายวิชาเลือกในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ดังนี้

3.1 กลุ่มวิชาการจัดการ

MBA 301	ภาวะผู้นำและการจัดการการเปลี่ยนแปลง	3(3-0-6)
---------	-------------------------------------	----------

	(Leadership and Change Management)	
MBA 302	สัมมนาการจัดการธุรกิจ	3(3-0-6)
	(Seminar in Business Management)	
MBA 303	การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
0-6)		
	(International Business Management)	
MBA 304	การประกอบการและนวัตกรรมธุรกิจ	3(3-0-6)
	(Entrepreneurship and Business Innovation)	
MBA 305	การจัดการระบบโลจิสติกส์และเครือข่ายอุปทาน	3(3-0-6)
	(Logistics and Supply Chain Management)	
3.2 กลุ่มวิชาการบัญชี		
MBA 401	การวางแผนภาษีอากรเชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)
0-6)		
	(Strategic Tax Planning)	
MBA 402	การบัญชีระหว่างประเทศขั้นสูง	3(3-0-6)
	(Advanced International Accounting)	
MBA 403	การตรวจสอบและการควบคุมทางการบัญชี	3(3-0-6)
0-6)	(Auditing and Accounting Control)	
MBA 404	สัมมนาการบัญชี	3(3-0-6)
0-6)	(Seminar in Accounting)	
MBA 405	การบูรณาการนวัตกรรมทางการบัญชี	3(3-0-6)
	(Integrated Innovation of Accounting)	
3.3 กลุ่มวิชาการตลาด		
MBA 501	การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0-6)
	(Consumer Behavior Analysis)	
MBA 502	นวัตกรรมทางการตลาดและการตลาดดิจิทัล	3(3-0-6)
	(Marketing Innovation and Digital Marketing)	
MBA 503	สัมมนาทางการตลาด	3(3-0-6)
	(Seminar in Marketing)	
MBA 504	การตลาดระดับโลก	3(3-0-6)
	(Global Marketing Management)	
MBA 505	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	3(3-0-6)
	(Integrated Marketing Communications)	

4. สารนิพนธ์

MBA 601

สารนิพนธ์

6(0-18-9)

(Research Paper)

แผนการศึกษา

แผน 2 แบบวิชาชีพ

ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 1

รหัส	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษา ด้วยตนเอง)
MBA 111	การบัญชีเบื้องต้นเพื่อการบริหารธุรกิจ	3(3-0-6)*
MBA 112	ภาษาอังกฤษสำหรับการบริหารธุรกิจ	3(3-0-6)*
MBA 113	เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารธุรกิจ	3(3-0-6)*
MBA 211	เศรษฐศาสตร์เพื่อการจัดการและการปฏิบัติการ	3(3-0-6)
MBA 212	พฤติกรรมองค์กรและการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในยุค ดิจิทัล	3(3-0-6)
รวม		6(6-0-12)

ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 2

รหัส	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษา ด้วยตนเอง)
MBA 213	การบริหารทางการเงิน	3(3-0-6)
MBA 216	การบริหารการตลาด	3(3-0-6)
MBA 217	การบริหารเชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)
รวม		9(9-0-18)

ปีที่ 1 ภาคฤดูร้อน

รหัส	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษา ด้วยตนเอง)
------	----------	--

MBA 215	การบัญชีเพื่อการบริหาร	3(3-0-6)
MBA xxx	หมวดวิชาเลือก 1	3(3-0-6)
MBA xxx	หมวดวิชาเลือก 2	3(3-0-6)
รวม		9(9-0-18)

ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 1

รหัส	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษา ด้วยตนเอง)
MBA 214	ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจ	3(3-0-6)
MBA xxx	หมวดวิชาเลือก 3	3(3-0-6)
รวม		6(6-0-12)

ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2

รหัส	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษา ด้วยตนเอง)
MBA 602	สารนิพนธ์	6(0-18-9)
รวม		6(0-18-9)

คำอธิบายรายวิชา (Course Description)

1. หมวดวิชาเสริมพื้นฐาน

MBA 111 การบัญชีเบื้องต้นเพื่อการบริหารธุรกิจ 3(3-0-6) ไม่นับหน่วยกิต
(Basic Accounting for Business Administration)

แนวคิดพื้นฐานทางการบัญชี บทบาทของการบัญชีต่อสังคม ข้อมูลทางการบัญชี และการจัดทำงบการเงิน การบัญชีและการรายงานสำหรับสินทรัพย์ หนี้สิน และส่วนของผู้เจ้าของ ในลักษณะต่าง ๆ ตามรูปแบบของธุรกิจ การวิเคราะห์ผลการดำเนินงานการเงินของธุรกิจและการใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงิน

Basic concepts of accounting; the social role of accounting; accounting and reporting concepts for assets, liabilities, and owners' equity of various types of businesses; analysis of financial performance of the business and utilization in financial statement.

MBA 112 ภาษาอังกฤษสำหรับการบริหารธุรกิจ
หน่วยกิต

3(3-0-6) ไม่หนัก

(English for Business Administration)

ทักษะทั้งการเขียน การอ่าน การฟัง การพูด และเทคนิคในการนำเสนอ ให้สามารถเขียนบทความทางวิชาการ และสามารถพัฒนาตนเองในทางวิชาการได้อย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งมีการทดสอบโดยใช้ข้อสอบมาตรฐาน ซึ่งเป็นที่ยอมรับในระดับสากลในการวิเคราะห์สมรรถนะในการใช้ภาษาอังกฤษในด้านต่าง ๆ ตามที่ระบุข้างต้น

The English language for the purpose of writing, reading, and academic searching by coaching skills of writing, reading, listening, speaking and presentation techniques in order to write academic papers and to develop their own academic continuity. Using international recognized standard test to evaluate the English performance in each reference skills.

MBA 113 เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารธุรกิจ
หน่วยกิต

3(3-0-6) ไม่หนัก

(Information Technology for Business Administration)

ความหมายความสำคัญของสารสนเทศ ประเภทของแหล่งสารสนเทศ การจัดการข้อมูล และระบบฐานข้อมูล การสื่อสารข้อมูลและระบบเครือข่าย โปรแกรมสำเร็จรูปในการดำเนินงานต่าง ๆ ในธุรกิจ การใช้คอมพิวเตอร์เพื่อการวิจัยทางธุรกิจ การเข้าถึงแหล่งสารสนเทศต่าง ๆ การนำเสนอสารสนเทศเชิงธุรกิจ นวัตกรรมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการสนับสนุนกลยุทธ์ทางธุรกิจ กลยุทธ์การประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศ

The course discusses definition of information technology significance, types of information technology resources, data management and database system, data communication, and communication network, software program in running business, using

computer to do business research, access to information technology resources, presentation of business information technology, information technology innovation, business strategies, and strategies in information technology application.

2. หมวดวิชาบังคับ

MBA 211 เศรษฐศาสตร์เพื่อการจัดการและการปฏิบัติการ

3(3-0-6)

(Economics for Management and Operation)

หลักทางเศรษฐศาสตร์เพื่อการดำเนินงานทางธุรกิจความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์
อุปทาน

ดุลยภาพของตลาด ต้นทุนการผลิต พฤติกรรมผู้บริโภคและพฤติกรรมผู้ผลิตปัจจัยการผลิต การวิเคราะห์ระบบเศรษฐกิจโดยรวม รายได้ประชาชาติ การเงิน การธนาคาร การคลัง การแปลงสภาพทรัพยากรของธุรกิจ การออกแบบสินค้าและบริการ การออกแบบผังงานการจัดการโซ่อุปทาน การส่งเสริมให้ธุรกิจและหน่วยงานในรูปแบบต่าง ๆ มีส่วนร่วมในการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตในระยะยาว ภายใต้ระบบการบริหารจัดการแบบคลัสเตอร์ในอุตสาหกรรมต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

Economic principles for business operations, the relationship between demand and supply, market equilibrium, production cost. Consumer behavior and production behavior producer factor overall economic system analysis, national income, finance, banking, finance business, resource transformation product and service, design supply chain management flowchart design. Encouraging various forms of businesses and agencies to contribute to the development of long-term production efficiency under the cluster management system in various industries to lead to a better quality of life.

MBA 212 พฤติกรรมองค์กรและการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในยุคดิจิทัล

3(3-

0-6)

(Organizational Behavior and Human Resource

Management in Digital Era)

ทฤษฎีและพฤติกรรมขององค์กรและการบริหารทรัพยากรมนุษย์ทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติในยุคดิจิทัล โดยเฉพาะพฤติกรรมมนุษย์ในองค์กร วัฒนธรรมองค์กร การออกแบบองค์กร การจัดรูปแบบของงาน การตัดสินใจ ภาวะความเป็นผู้นำ การบริหารกลุ่มและคณะกรรมการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมต่อการจัดการ การบริหารความขัดแย้งภายในองค์กร ทฤษฎีการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ขั้นตอนการบริหารทรัพยากรมนุษย์ การวิเคราะห์งาน การวางแผนกำลังคนการสรรหา การคัดเลือก การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การประเมินผล การพัฒนาสมรรถนะกำลังคน

Theories and behavior of organization and human resource management, both theory and practice in the digital age. Especially human behavior in the organization,

corporate culture, corporate design job styling, decision making, leadership, group and faculty management, change of environment to management, conflict management within the organization, human resource management theory, human resource management process, job analysis, manpower planning, recruitment, selection, human resource development, evaluation, manpower competency development.

MBA 213 การบริหารทางการเงิน

3(3-0-6)

(Financial Management)

ขอบเขต ลักษณะ บทบาทและหน้าที่ของฝ่ายการเงินในองค์กรธุรกิจ ความสำคัญของการเงินธุรกิจ การวางแผนทางการเงิน การจัดหาเงินทุนเพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจ การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณและกำไร การจัดสรรเงินทุนหมุนเวียน การควบคุมการใช้เงินการลงทุน การเพิ่มทุน นโยบายการจัดสรรกำไรปันผลและการจ่ายปันผล การประเมินผลตอบแทนจากการลงทุน เทคโนโลยีสมัยใหม่ต่าง ๆ ทางการเงินในยุคสมัยใหม่ จรรยาบรรณของนักการเงิน

Scope, nature, roles and duties of the finance department in business organizations, the importance of business finance, financial planning, financing for business operations, cost analysis volume and profit, working capital allocation, controlling the use of investment funds, capital increase, dividend allocation policy and dividend payment, evaluating return on investment, various modern financial technologies in the modern era and code of conduct.

MBA 214 ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจ

3(3-0-6)

(Business Research Methodology)

ความหมาย บทบาท ความสำคัญ และประโยชน์ของการวิจัยทางธุรกิจ ประเภทของการวิจัยทางธุรกิจ ขั้นตอนการวิจัย การเลือกหัวข้อการวิจัย การกำหนดจุดมุ่งหมายและขอบข่ายของงานวิจัย การสร้างเครื่องมือการวิจัย การกำหนดตัวแปร ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง การตั้งสมมติฐานทางการวิจัย และวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล การเลือกสถิติที่สอดคล้องกับการวิจัยแบบต่าง ๆ การวิเคราะห์ข้อมูล การเขียนรายงานการวิจัยทางธุรกิจ การประเมินผลการวิจัยทางธุรกิจ การนำเสนอผลงานวิจัยทางธุรกิจ จรรยาบรรณของนักวิจัย

Meaning, role, importance and benefits of business research, types of business research, research process, selection of research topic, determining the purpose and scope of research, creating research tools, determination of variables, population and samples, research hypothesis and methods of data collection, selection of statistics that correspond to different types of research, data analysis, business research report writing business research,

assessment business research, business research presentation including the ethics of researchers.

MBA 215 การบัญชีเพื่อการบริหาร

3(3-0-6)

(Managerial Accounting)

การเก็บรวบรวมข้อมูลทางการบัญชี การวิเคราะห์ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อการบริหาร การวางแผนต้นทุน การใช้สารสนเทศทางการบัญชี การใช้งบการเงินเพื่อตัดสินใจของฝ่ายบริหาร การวิเคราะห์ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของกิจการ การกำหนดและเปลี่ยนแปลงระดับราคา การบริหารกลยุทธ์องค์กรภายใต้ภาวะแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลง การวิเคราะห์รายจ่ายในการลงทุน การจัดทำงบประมาณ การพัฒนาเทคนิคทางการบัญชีเพื่อการจัดการองค์กร การควบคุมตัดสินใจของฝ่ายบริหาร

Accounting information collection, analysis of managerial accounting information, cost planning, applying accounting information, applying financial statements in managerial decision, financial position, and business performance analysis. The course also discusses about determining, setting of price level changed, organizational strategic management under environmental circumstances, capital expenditure analysis, budgeting, developing techniques for managerial accounting and controlling for administrative decision making.

MBA 216 การบริหารการตลาด

3(3-0-6)

(Marketing Management)

การจัดการการตลาด การตลาดดิจิทัล ทฤษฎีและกลยุทธ์ที่ครอบคลุมแนวทางปฏิบัติสำหรับการจัดการการตลาดในทุกรูปแบบ รวมถึงการปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์จากการตลาดรูปแบบเดิมไป สู่การตลาดดิจิทัล ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงกรอบแนวคิด และการเปลี่ยนแปลงทางการตลาดโดยใช้ฐานข้อมูล ซึ่งการเปลี่ยนแปลงแนวคิด 3 แนวคิดนี้ นำไปสู่วิวัฒนาการของการตลาด ซึ่งพร้อมรับมือกับความเปลี่ยนแปลงรวมถึงมุมมองของลูกค้าและพฤติกรรมผู้บริโภค

Marketing management, digital marketing include theories and strategies that cover all formats of marketing management practices. Also the paradigm shift from traditional marketing to digital marketing which based on the following factors: technological shift, conceptual shift and techno-conceptual shift. The three paradigm shift has led to the evolution of marketing management which is futuristic and ready for another shift. Also include customer aspect and customer behavior.

MBA 217 การบริหารเชิงกลยุทธ์

3(3-0-6)

(Strategic Management)

การวิเคราะห์ปัญหาและสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กรการกำหนดวิสัยทัศน์ นโยบายธุรกิจ กำหนดเป้าหมาย และภารกิจ การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ การจัดทำแผนกลยุทธ์ การจัดสรรทรัพยากร การแปลงกลยุทธ์สู่การปฏิบัติการ การกำหนดกลยุทธ์ในระดับต่าง ๆ บริหารการเปลี่ยนแปลง การศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นจริงของหน่วยงานธุรกิจและองค์การประเภทต่าง ๆ

Analysis of problems encountered from the environment both from inside and outside organization. Determine visions, aims and mission, building competitive advantage, process of strategic management, preparation in strategic planning, allocation of resources, transforming strategies to implementation, determine different strategies, changing management, studying problems that already exist in business organizations and other businesses.

3. หมวดวิชาเลือก ให้เลือกเรียน 9 หน่วยกิต จากรายวิชาเลือกในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ดังนี้

3.1 กลุ่มวิชาการจัดการ

MBA 301 ภาวะผู้นำและการจัดการการเปลี่ยนแปลง

3(3-

0-6)

(Leadership and Change Management)

ทฤษฎีภาวะผู้นำ รูปแบบภาวะผู้นำ บทบาทของผู้นำในการเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงในองค์กร จริยธรรมของผู้นำ แนวคิดเรื่องการเปลี่ยนแปลงและการจัดการการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้ก้าวทันกับความเปลี่ยนแปลงในสภาพการณ์ปัจจุบันและอนาคต

Leadership theories, leadership styles, role of leaders in bringing change into the organization, ethics of leaders, change concepts and change management to keep pace with present and future situations.

MBA 302 สัมมนาการจัดการธุรกิจ

3(3-0-6)

(Seminar in Business Management)

การวิเคราะห์และการอภิปรายร่วมกัน เกี่ยวกับจุดแข็งขององค์การธุรกิจ การปรับปรุงระบบงาน ผลกระทบของนโยบายและกลยุทธ์ธุรกิจที่มีต่อระบบและโครงสร้างขององค์การ กระบวนการปรับปรุงองค์การธุรกิจอย่างต่อเนื่อง การจัดโครงการสัมมนาการจัดการธุรกิจ การสัมมนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในหัวข้อที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจเชิงกลยุทธ์ กรณีศึกษาและปัญหาของธุรกิจ การเสวนา และฟังบรรยายจากวิทยากรผู้มีความชำนาญในธุรกิจเฉพาะด้าน

Analysis and discussion in strength in business, system adjustment, impact of policy and business strategies that affect the system and structure of the organization,

continuous adjustment of business organization, arrangement, seminar project in business management, seminar in exchange of opinions that concerns business management in strategic business, case study and business problems, seeking and attending lecture from expert key speakers in certain fields.

MBA 303 การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ

3(3-0-6)

(International Business Management)

ความสำคัญและความหมายของธุรกิจระหว่างประเทศ รูปแบบธุรกรรมในการดำเนินงานธุรกิจระหว่างประเทศ สภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อธุรกิจระหว่างประเทศ การจัดการตลาด การจัดการด้านงานบุคคล การจัดการด้านการเงิน การจัดการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การบริหารองค์กรธุรกิจระหว่างประเทศ กฎหมายระหว่างประเทศ การควบคุมและส่งเสริมธุรกิจระหว่างประเทศ ปัญหาและวิธีการแก้ไขปัญหาการดำเนินงานธุรกิจระหว่างประเทศ

The importance and meaning of international business, transaction models in international business operations, environment affecting international business, market management, personnel management, financial management, information technology management, international business organization management, international law, regulating and promoting international business, problems and solutions for international business operations.

MBA 304 การประกอบการและนวัตกรรมธุรกิจ

3(3-

0-6)

(Entrepreneurship and Business Innovation)

ความหมายและแนวทางในการเป็นผู้ประกอบการและการเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ปัญหาของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ การจัดทำแผนธุรกิจ ความคิดที่ก่อให้เกิดนวัตกรรม และกระบวนการในการนำนวัตกรรมสู่การปฏิบัติ และการใช้เชิงพาณิชย์

Meaning and development path in becoming entrepreneurs, development of creativity and attribute of entrepreneurs. Problems of SME business, searching for business opportunities, business plan and search for innovation and process of innovation for applications for commercial purposes.

MBA 305 การจัดการระบบโลจิสติกส์และเครือข่ายอุปทาน

3(3-0-6)

(Logistics and Supply Chain Management)

การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ เพื่อสนับสนุนกลยุทธ์ทางธุรกิจของกิจการ โดยพิจารณากิจกรรมต่าง ๆ ทั้งหมดขององค์กร เช่น การสื่อสาร การจัดการสินค้าคงเหลือ การจัดการ

MBA 403	การตรวจสอบและการควบคุมทางการเงิน	3(3-0-6)
---------	----------------------------------	----------

แนวความคิดเกี่ยวกับการตรวจสอบ การวางแผนและควบคุมในองค์กร ระบบการควบคุมการติดตามประเมินผล เครื่องมือควบคุมเชิงกลยุทธ์ มูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจ การบริหารเชิงสมดุล เทคโนโลยีที่มีต่อการตรวจสอบและการควบคุมทางการเงิน การจัดทำรายงานการตรวจสอบความเสี่ยงทางการเงิน การเครื่องมือที่ใช้ในการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน การควบคุม ติดตามและประเมินผล การบริหารความเสี่ยงทางการเงิน

MBA 404	สัมมนาการบัญชี	3(3-0-6)
	(Seminar in Accounting)	

Discuss and analyze the role of management accounting in the changing environment. Major topics of financial accounting and management accounting, interesting events at that time. Special problems in management accounting according to the current environment and professional ethics through various related accounting articles, accounting seminar, discussions and lectures from speakers who have expertise in specific business fields.

MBA 405	การบูรณาการนวัตกรรมทางการบัญชี (Integrated Innovation of Accounting)	3(3-0-6)
----------------	---	-----------------

ความหมายและความสำคัญของนวัตกรรมทางการบัญชี หลักการวิเคราะห์และการออกแบบระบบนวัตกรรมทางการบัญชี ระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีเพื่อการพัฒนางานทางการบัญชี การปรับปรุงประสิทธิภาพของกิจกรรมทางธุรกิจด้วยนวัตกรรมทางการบัญชี การใช้กรณีศึกษา บทความและเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

Meaning and Importance of Innovation in accounting, principles of analysis and design of innovative accounting systems, information systems and technologies for accounting development, improving the efficiency of business activities through accounting innovations, use case studies, related articles and documents.

3.3 กลุ่มวิชาการตลาด

MBA 501 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

3(3-0-6)

(Consumer Behavior Analysis)

หลักทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ทฤษฎีพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การสร้างแรงจูงใจทางการตลาดแก่ผู้บริโภค การประยุกต์หลักการเพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด การประยุกต์กรณีศึกษาธุรกิจตัวอย่าง

Theories of consumer behavior, concepts about behavior related to purchasing decision, factors affecting consumer behavior consumer. Consumer behavior analysis, building consumer orientated marketing motivation application for marketing strategy and case studies in business.

MBA 502 นวัตกรรมทางการตลาดและการตลาดดิจิทัล

3(3-

0-6)

(Marketing Innovation and Digital Marketing)

ทฤษฎี หลักการของการสร้างนวัตกรรมทางการตลาด การใช้นวัตกรรมทางเทคโนโลยีเพื่อศึกษาความต้องการของผู้บริโภค การประยุกต์ใช้องค์ความรู้ด้านการตลาดกับการบริหารเทคโนโลยี การใช้นวัตกรรมทางการตลาดเพื่อสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านสื่อดิจิทัล และอินเทอร์เน็ต วิธีการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดด้วยสื่อดิจิทัล การตลาดออนไลน์ การตลาดกลไกสืบค้น การตลาดโดยการอาศัยการแสดงผล อีเมลล์ สื่อสังคม อุปกรณ์เคลื่อนที่ กลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัล

Theories and principles of marketing innovation, using technological innovations to study consumer needs, applying marketing knowledge to technology management, using marketing innovations to differentiate products related to e-commerce through digital media and internet, digital advertising and promotion methods online marketing,

search engine marketing, impression-based marketing, email, social media, mobile digital marketing strategy.

MBA 503 สัมมนาทางการตลาด

3(3-0-6)

(Seminar in Marketing)

การวิเคราะห์และอภิปรายถึงการนำทฤษฎีและหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ในกลุ่มวิชาการ
การตลาด มาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ปัญหา การแก้ปัญหา กำหนดนโยบาย ยุทธวิธี และการตัดสินใจทาง
การตลาดในแต่ละกรณีศึกษาและในแต่ละสถานการณ์ การจัดสัมมนาทางการตลาด การเสวนาและฟัง
บรรยายจากวิทยากร ผู้มีความชำนาญในธุรกิจเฉพาะด้าน

Analysis and discussion on the application of theories and principles in marketing subjects applied in problem analysis, solving problem, defining marketing tactic and policy. Marketing decisions from case studies and situations, marketing seminar and lectures from speakers who specialize in specific business.

MBA 504 การตลาดระดับโลก

3(3-

0-6)

(Global Marketing Management)

แนวความคิดการจัดการตลาดในธุรกิจระหว่างประเทศ เพื่อให้สามารถวางแผนและ
กำหนดกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของตลาดระหว่างประเทศ เนื้อหาวิชาครอบคลุมการ
วิเคราะห์ความแตกต่างของตลาด สภาพแวดล้อมทางด้านการเมือง กฎหมาย เศรษฐกิจ การเงินการ
ธนาคาร วัฒนธรรมและพฤติกรรมผู้บริโภคในต่างประเทศ การวางแผนและการจัดองค์การเพื่อการ
ดำเนินงานตลอดจน การกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับต่างประเทศ

Concepts of marketing management in international businesses for planning and determining relevant strategies consistent with international market environments. Subject content covers the analyses of market differentiation, political, legal, economic, financial and cultural environments and consumer behaviors in the foreign countries. Organization planning for operations, and also the determination of marketing mix strategy for foreign markets.

MBA 505 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

3(3-

0-6)

(Integrated Marketing Communications)

แนวคิด การจัดการเพื่อการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ
การสื่อสารการตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดวัตถุประสงค์ การออกแบบข้อมูลข่าวสาร

การเลือกช่องทางสื่อสาร การวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ทางการสื่อสารการตลาด การกำหนดงบประมาณ การตัดสินใจเลือกใช้สื่อในการสื่อสารแบบบูรณาการ การปฏิบัติการและการดำเนินงาน การวัดประเมินผล

The concept of management for integrated marketing communications, factors influencing marketing communication, targeting setting, objectives information, design communication, channel selection, planning and formulating marketing communication strategies, budgeting, media decision making in integrated communication, operations and operations, evaluation.

4. สารนิพนธ์

MBA 601 สารนิพนธ์

6(0-18-9)

(Research Paper)

ศึกษารวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยทางด้านการบริหารธุรกิจ เพื่อตั้งสมมติฐานค้นคว้า การออกแบบการศึกษาค้นคว้า การสร้างเครื่องมือในการทดสอบสมมติฐาน การเขียนโครงการศึกษาค้นคว้า การสร้างและพัฒนาเครื่องมือตามที่ได้รับอนุมัติ เก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลสรุป และอภิปรายผล พร้อมทั้งนำเสนอรายงาน

Study and collect concepts, theories and research in business administration, to make a hypothesis research design, creating a hypothesis testing tool, writing a research project, creation and development of approved tools collect information and analyze the data, summary and discussion and present a report.

7. คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

ผู้เข้าศึกษาตามระบบปกติ

7.1 เป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าทั้งไทยและต่างชาติจากสถาบันการศึกษาที่กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม รับรองและสามารถใช้ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ หรือภาษาจีน ได้

7.2 ไม่เป็นผู้เป็นโรคติดต่อร้ายแรง หรือโรคที่เป็นอุปสรรคต่อการศึกษา

7.3 เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ว่าด้วยการจัดการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา

พ.ศ. 2566 และข้อบังคับมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ว่าด้วยการจัดการศึกษาผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศพ.ศ. 2566