

<p>452602 การคิดเชิงกลยุทธ์และข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน 3(3-0-6)</p> <p>Strategic Thinking and Competitive Advantage</p> <p>วิธีคิดเชิงกลยุทธ์ เพื่อสร้างความได้เปรียบ และนำมาใช้ในการวิเคราะห์ กำหนดนโยบายการวางแผน เพื่อนำมาแก้ปัญหาต่างๆ ในการดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพ และเป็นผลดีทางด้านการแข่งขันในวงการธุรกิจ รวมถึงการศึกษาเชิงปฏิบัติการกับสถานการณ์/ สถานการณ์จริงหรือกรณีศึกษา</p>	<p>454601 ระบบสารสนเทศทางการจัดการ 3(3-0-6)</p> <p>Management Information System</p> <p>แนวคิดของระบบสารสนเทศทางการจัดการ โครงสร้าง องค์ประกอบ และระบบย่อยของสารสนเทศทางธุรกิจ ได้แก่ ระบบสารสนเทศทางการบัญชี ระบบสารสนเทศทางการเงิน ระบบสารสนเทศทางการตลาด การประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจ การจัดหา การพัฒนา และการดำเนินงานของระบบประยุกต์ทางธุรกิจ การจัดการ การควบคุม และการรักษาความปลอดภัยของระบบสารสนเทศ การวางแผนกลยุทธ์ของระบบสารสนเทศ</p>
<p>452609 การตลาดบริการ 3(3-0-6)</p> <p>Service Marketing</p> <p>ระบบการพัฒนาและการจัดการงานบริการ ลักษณะของบริการ ความแตกต่างระหว่างสินค้าและบริการ ความสำคัญและการเจริญเติบโตของธุรกิจบริการ ลักษณะตลาดของธุรกิจบริการ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีผลต่อธุรกิจบริการ กลยุทธ์สำหรับการตลาดบริการ กลยุทธ์สำหรับการรักษาลูกค้า การจัดการและการวัดคุณภาพของบริการรวมถึงอุปสงค์ของบริการและโครงสร้างขององค์กรที่ทำธุรกิจบริการ</p>	<p>454603 การบริหารคุณภาพและการจัดการคุณภาพแบบสมบูรณ 3(3-0-6)</p> <p>Quality Service and Total Quality Management</p> <p>เพื่อความเข้าใจในทฤษฎีและวิธีการการบริหารคุณภาพและการจัดการคุณภาพแบบสมบูรณ รวมทั้งความสำคัญของการนำไปใช้เพื่อความสำเร็จในการแข่งขันทั้งในองค์กรภาครัฐและเอกชน ประเด็นการเรียนรู้ประกอบด้วย การศึกษาประวัติและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากแนวคิดการจัดการคุณภาพแบบสมบูรณ การใช้วิธีการของเดมมิงในประเทศญี่ปุ่นและสหรัฐฯ การเติบโตของการจัดการคุณภาพในฐานะกลยุทธ์การแข่งขัน โรงเรียนการจัดการบริการนอร์ดิก เปรียบเทียบวัฒนธรรมการจัดการคุณภาพระหว่างญี่ปุ่น (รางวัลเดมมิง) และสหรัฐฯ (รางวัลบาลด์วิจ) ยุโรปและฮ่องกง ศึกษาการบริหารคุณภาพในฐานะแนวคิดต่อเนื่อง การประยุกต์ใช้กลยุทธ์ระบบปฏิบัติการคุณภาพ และการวัดผลทั้งภายในและภายนอก</p>
<p>452614 การสื่อสารทางการตลาดแบบผสมผสาน 3(3-0-6)</p> <p>Integrated Marketing Communication</p> <p>บทบาทความสำคัญของการสื่อสารทางการตลาด วัตถุประสงค์ หน้าที่ และอิทธิพลของการสื่อสารทางการตลาด และเป็นการผสมผสานของเครื่องมือสื่อสารทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย การโฆษณา การขายโดยใช้บุคคล การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์และอื่น ๆ รวมถึงศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนกลยุทธ์ในด้านการสื่อสารทางการตลาด การประเมินผล และการควบคุมด้านการสื่อสารทางการตลาด</p>	<p>454605 การจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ 3(3-0-6)</p> <p>Strategic Technology Management and Innovation</p> <p>การคิดเชิงกลยุทธ์สำหรับเทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นสิ่งที่น่าสนใจ ไม่ได้สำหรับทุกบริษัทที่ทำการแข่งขันอย่างดุเดือดอยู่ในปัจจุบัน ใช้แนวคิดเชิงกลยุทธ์และหลักการบริหารจัดการองค์กรเพื่อทำความเข้าใจกระบวนการทางนวัตกรรมที่ดียิ่งขึ้น สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันในเชิงเทคโนโลยี สามารถกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจและวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงเป้าหมายขององค์กรในเรื่องของการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมเป้าหมายและท้ายที่สุดสามารถกำหนดกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อให้องค์กรเดินหน้าจากเทคโนโลยีปัจจุบันไปยังเทคโนโลยีแห่งอนาคตที่ได้กำหนดไว้ รวมถึงสามารถสร้างนวัตกรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับองค์กรได้</p>
<p>452618 สัมมนาการตลาด 3(3-0-6)</p> <p>Seminar in Marketing</p> <p>การสัมมนาโดยนำกรณีศึกษามาประยุกต์ใช้กับทฤษฎีและแบบจำลองด้านการตลาด หัวข้อสัมมนา ได้แก่การตลาดสำหรับสินค้าเทคโนโลยี การตลาดเพื่อความบันเทิง การตลาดสำหรับสินค้านวัตกรรม เป็นต้น</p>	<p>454613 สัมมนาการจัดการ 3(3-0-6)</p> <p>Seminar in Management</p> <p>อภิปรายและบรรยายในหัวข้อทางการบริหารที่น่าสนใจ รวมถึงการใช้กรณีศึกษาเพื่อให้ผู้เรียนวิเคราะห์และแก้ปัญหา โดยที่นำวิธีและทฤษฎีทางการบริหารมาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับสถานการณ์ในปัจจุบัน</p>
<p>453501 การบัญชีบริหาร 3(3-0-6)</p> <p>Managerial Accounting</p> <p>แนวคิดพื้นฐานและเทคนิคการบัญชีเพื่อเป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจวางแผน ประสานงานและควบคุมงาน แนวความคิดเกี่ยวกับต้นทุนเพื่อประโยชน์ด้านการบริหาร การจัดทำงบประมาณและการตัดสินใจ</p>	<p>454608 ทฤษฎีการสื่อสารองค์กร 3(3-0-6)</p> <p>Organizational Mass Communication Theory</p> <p>ภาพรวมขององค์ความรู้ทางสาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ความสัมพันธ์ของการสื่อสารกับบุคคล องค์กร และปัจจัยอื่น ๆ อาทิ วัฒนธรรม สังคม เศรษฐกิจ การเมือง กฎหมาย เป็นต้น การวิเคราะห์ประเด็นปัญหาของการสื่อสารองค์กร รวมถึงสิ่งแวดล้อมองค์กรที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงขององค์กร</p>
<p>454503 การผลิตและการจัดการดำเนินงาน 3(3-0-6)</p> <p>Production and Operation Management</p> <p>องค์ประกอบของระบบการผลิตสินค้าและบริการ รวมทั้งการดำเนินโครงการขนาดใหญ่ หัวข้อที่ศึกษาเกี่ยวกับหลักการและวิธีการในการบริหารและการตัดสินใจแก้ปัญหาการดำเนินงานด้านต่างๆที่ผู้บริหารพึงจะเข้าใจ รวมถึงการเลือกที่ตั้งโรงงาน การวางผังโรงงาน การออกแบบสินค้า การวางแผนกระบวนการผลิต การออกแบบงาน การวิเคราะห์วิธีทำงาน การตั้งมาตรฐานการผลิต การวางแผนและควบคุมการผลิต การควบคุมสินค้าคงเหลือ</p>	