



หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต กลุ่มวิชาการจัดการ (Concentration in Management)

กลุ่มวิชาปรับพื้นฐาน ไม่นับหน่วยกิต

MB001 ภาษาอังกฤษเพื่อธุรกิจ

(Business English)

ฝึกทักษะในการอ่าน การวิเคราะห์ สรุป กรณีศึกษา ตำราที่เป็นภาษาอังกฤษ

MB004 หลักการพื้นฐานทางด้านเศรษฐศาสตร์

(Foundation of Economics)

ระบบเศรษฐกิจ อุปสงค์ อุปทาน คุณภาพ ความยืดหยุ่น ของอุปสงค์และอุปทาน ทฤษฎีความต้องการของ
ผู้บริโภค ทฤษฎีการผลิต การกำหนดราคาและคุณภาพของผู้ผลิต ปัจจัยการผลิต การวัดรายได้ประชาชาติ การว่าจ้าง
ทำงาน ผลิตผลระดับราคา เงินตราและการธนาคาร ปัญหาและนโยบายในการแก้ไขภาวะเงินเฟ้อ เงินฝืด การค้าระหว่าง
ประเทศ และการพัฒนาเศรษฐกิจ

MB005 การเงินธุรกิจขั้นพื้นฐาน

(Fundamentals of Business Finance)

บทบาทและความสำคัญของหน้าที่งานการเงินในธุรกิจสมัยใหม่ ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทาง
การเงิน ตลาดการเงิน ตราสารการเงิน งบการเงิน มูลค่าเงินตามเวลา ผลตอบแทนและความเสี่ยง

MB007 สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและเครื่องมือเพื่อวิเคราะห์ทางธุรกิจ

(Business Environment & Tools for Business Analysis)

เครื่องมือที่นิยมใช้ในการวิเคราะห์และวางแผนทางธุรกิจ การจัดทำแผนธุรกิจ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม
ภายในและภายนอก การวิเคราะห์อุตสาหกรรม ส่วนผสมการตลาด การวิเคราะห์การเติบโตและส่วนแบ่งการตลาด การ
วิเคราะห์ปัจจัยภายใน รวมทั้งเครื่องมืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

MB008 พื้นฐานคอมพิวเตอร์และการเขียนโปรแกรม

(Fundamental of Computer and coding)

หลักการเบื้องต้นของคอมพิวเตอร์ องค์ประกอบของคอมพิวเตอร์ พื้นฐานการเขียนโปรแกรมเริ่มต้นความสัมพันธ์
ของฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ และโปรแกรมภาษา รวมถึงแนวทางการประยุกต์ใช้งานให้เกิดประโยชน์สูงสุด



กลุ่มวิชาแกนบริหารธุรกิจ (Core Courses) จำนวน 18 หน่วยกิต

MB 501 เศรษฐศาสตร์ธุรกิจประยุกต์ 3 (3-0-6)

(Applied Business Economics)

เพื่อให้หน่วยธุรกิจและวิชาธุรกิจมีความเข้าใจในแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ในการกำหนดกลยุทธ์และตัดสินใจทางธุรกิจ รวมทั้งมีความสามารถในการวิเคราะห์สถานการณ์เศรษฐกิจในภาพรวมระดับมหภาคที่มีผลกระทบต่อหน่วยธุรกิจเพื่อให้สามารถปรับตัวและตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

MB 503 พฤติกรรมองค์กรและการจัดการที่มีเอกลักษณ์เฉพาะขององค์กร 3 (3-0-6)

(Organizational Behavior and Identity Management)

การจัดการความหลากหลายของพฤติกรรม (Variety Personality) ที่ส่งผลกระทบต่อการทำงาน ทำให้เกิดความไม่สอดคล้องของทัศนคติ (Attitude - Cognitive Dissonance) และเชื่อมโยงไปถึงการรับรู้ (Perception) ที่ดี ที่มีบทบาทต่อการตัดสินใจ (Decision Making) ที่มีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นการสร้างและพัฒนาภาวะผู้นำแบบปฏิรูป (Transformation Leadership) ของบุคลากรในองค์กร และการสอนงานแบบโค้ช (Coaching)

MB 508 การจัดการการตลาดยุคดิจิทัล 3 (3-0-6)

(Marketing Management in Digital Economy)

แนวคิดพื้นฐานการจัดการการตลาดและแนวคิดใหม่ของการจัดการการตลาดยุคดิจิทัล การวิเคราะห์และการพยากรณ์ความต้องการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์และแผนการตลาด การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมายและตำแหน่งทางการตลาด การสร้างความพึงพอใจและความภักดี การสร้างคุณค่าตราสินค้า การกำหนดกลยุทธ์และโปรแกรมทางการตลาด รวมทั้งจรรยาบรรณในการจัดการการตลาด เพื่อพัฒนาความสามารถและความได้เปรียบเชิงแข่งขันอย่างยั่งยืนในตลาดยุคดิจิทัล

MB 509 การเงินเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ 3 (3-0-6)

(Finance for Business Decision)

สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและการเงิน ได้แก่ อัตราดอกเบี้ย อัตราเงินเฟ้อ นโยบายการเงินและการคลัง ที่มีผลต่อการตัดสินใจทางธุรกิจ งบการเงินและการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานทางการเงิน ความเสี่ยงและอัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์และกลุ่มหลักทรัพย์ การประเมินมูลค่าหลักทรัพย์ การประเมินมูลค่าบริษัท โครงสร้างเงินทุนและต้นทุนของเงินทุน การจัดการเงินทุนหมุนเวียน การจัดทำงบลงทุนและการประเมินโครงการ การวางแผนและการพยากรณ์ทางการเงิน โดยคำนึงถึงผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจที่มีต่อการดำเนินธุรกิจ

MB 510 การจัดการการดำเนินงานเชิงนวัตกรรม 3 (3-0-6)

(Innovative Operations Management)

แนวทางการสร้างและเลือกกลยุทธ์การดำเนินงานเชิงนวัตกรรม (Innovative Operations Strategy) ให้เหมาะสมกับรูปแบบธุรกิจ (Business Model) การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ทั้งอุตสาหกรรมการผลิต (Production) การบริการ (Service) และการค้า (Trading) การออกแบบผลิตภัณฑ์ บริการและกระบวนการ (Product, Service, and Process Design) การบริหารห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ (Supply Chain & Logistics) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ (Efficient) ประสิทธิภาพ (Effectiveness) และลดต้นทุน (Cost Reduction) การพยากรณ์ (Forecasting) การบริหารสินค้าคงคลัง (Inventory Management) และการใช้เครื่องมือเพื่อพัฒนาคุณภาพ (Quality Improvement Tools)



MB 511 กลยุทธ์สร้างความสามารถในการแข่งขันสูง

3 (3-0-6)

(Highly Competitive Strategy)

ความสามารถในการแข่งขันสูงของธุรกิจปัจจุบันต้องมีทั้งวิธีการสร้างจุดแข็ง มีความรวดเร็ว ยืดหยุ่นที่เหมาะสมกับสถานการณ์ องค์การสมัยใหม่จึงมุ่งสร้างกลยุทธ์สมัยใหม่ที่เรียกว่ากลยุทธ์เพื่อความสามารถในการแข่งขันสูง ที่มีลักษณะไม่ซ้ำซ้อนแต่ได้ผลลัพธ์สูง ประกอบด้วยกลุ่มกลยุทธ์การสร้างการเติบโต (Growth Strategy) กลยุทธ์ความคล่องตัว (Agile Strategy) กลยุทธ์ความเป็นเลิศ (Intelligent Strategy) และกลยุทธ์การเปลี่ยนแปลง (Transformative Strategy) นอกจากนี้ผู้เรียนจะได้เรียนรู้วิธีการทำให้กลยุทธ์บรรลุผล (Enablement) รวมถึงการบริหารกลยุทธ์ด้วย

กลุ่มวิชาเอกบังคับ

จำนวน 9 หน่วยกิต

MG 503 การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศและโลกาภิวัตน์

3 (3-0-6)

(International Business and Globalization Management)

การวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การเมือง กฎหมาย และเทคโนโลยี ที่มีอิทธิพลต่อการจัดธุรกิจโลกาภิวัตน์ในอนาคต การวิเคราะห์โอกาส อุปสรรค สภาพการแข่งขัน กลยุทธ์การจัดการและการประกอบธุรกิจแบบโลกาภิวัตน์ การค้นหาและการเข้าสู่ตลาดเกิดใหม่ (Emerging Market) การบริหารความเสี่ยง (Risk Management) มุ่งเน้นการวิเคราะห์กรณีศึกษา อุตสาหกรรมสำคัญ การดำเนินธุรกิจของบริษัทข้ามชาติ (Multinational Enterprise) และกิจการจากประเทศไทย

MG 504 ภาวะผู้นำอนาคตและการจัดการทีมงานที่คล่องแคล่ว

3 (3-0-6)

(Future Leadership and Agile Team Management)

การสร้างและพัฒนาภาวะผู้นำอนาคต (Future Leadership) การกำหนดวิสัยทัศน์สำหรับองค์การสมัยใหม่ (Modern Organization) แนวทางการนำองค์กรที่แสวงหากำไรและไม่แสวงหากำไร (Profit & Non-Profit Organization) องค์กรดิจิทัล (Digital Organization) ธุรกิจ Startup (Startup Business) การนำผู้ตามที่แตกต่างกันในสถานการณ์ต่างๆ กัน ตั้งแต่การเริ่มต้นธุรกิจ การเติบโต การถดถอย การบริหารภาวะวิกฤติ (Crisis Management) การสร้างองค์กรที่คล่องแคล่วว่องไว (Agile Organization) การสร้างคุณค่าร่วมและจัดการวัฒนธรรมองค์กร การสร้างและการพัฒนาทีมงานให้มีประสิทธิภาพเกิดแรงจูงใจ มีความสุขในการทำงาน (Happy Workplace) และมีความผูกพันระยะยาวกับองค์กร (Employee Engagement)

MG 505 การบริหารความเป็นเลิศขององค์กร

3 (3-0-6)

(Excellent Organization Management)

แนวทางการสร้างความเลิศขององค์กร (Excellent Organization) บทบาทและหน้าที่ของผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ (Visionary Leaders) ในการกำหนดทิศทางและแนวทางการสร้างกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นลูกค้า (Customer Focus) การสร้างความสัมพันธ์และความผูกพันกับลูกค้า (Customer Relationship and Customer Engagement) การออกแบบกระบวนการ ผลิตภัณฑ์ บริการและกระบวนการเพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า การพัฒนาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement) การบริหารความเสี่ยง (Risk Management) การสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) การพัฒนาขีดความสามารถของบุคคลากร (Competency) รวมทั้งการจัดการผลการดำเนินงาน (Performance Management) และแนวทางการตั้งเป้าหมายและวัดผลลัพธ์อย่างเป็นระบบ (Objective and Key Result, OKRs) เพื่อเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กรในระยะยาว (Competitive Advantage) ด้วยหลักการและแนวคิดการจัดการคุณภาพองค์รวม (Total Quality Management)



กลุ่มวิชาเอกเลือก

จำนวน 6 หน่วยกิต

MG 521 การออกแบบแนวคิดเพื่อสร้างองค์กรนวัตกรรม

3 (3-0-6)

(Design Thinking to Create Innovative Organization)

การสร้างแนวคิดเชิงนวัตกรรม (Innovative Thinking) ให้เกิดขึ้นทั่วทั้งองค์กร โดยการออกแบบแนวคิด (Design Thinking) และการเปลี่ยนผ่านองค์กรดิจิทัล (Digital Transformation) โดยเริ่มต้นจากการเข้าใจและรับฟังเสียงของลูกค้าอย่างลึกซึ้ง (Empathize) กำหนดปัญหา (Define) ระดมแนวคิดเพื่อแก้ไขปัญหา (Ideate) สร้างแบบจำลอง (Prototype) และทดสอบ (Test) กระบวนการสร้างนวัตกรรม (Innovation Creation Process) การพัฒนารูปแบบธุรกิจบนพื้นผ้าใบ (Business Model Canvas) กระบวนการ สินค้าและบริการ ความสามารถในการเปลี่ยนแปลงเพื่อพัฒนาองค์กรให้มีศักยภาพและเกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วและการแข่งขันที่รุนแรงของโลกธุรกิจ

MG 594 การจัดการธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

3 (3-0-6)

(Sustainability Business Management)

กระบวนการในการพัฒนาความยั่งยืน (Sustainability Development) ให้แก่องค์กร ธุรกิจ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม การสร้างกลยุทธ์ความยั่งยืน (Sustainability Strategy) โดยมีการนำหลักเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficient Economy) ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) การสร้างคุณค่าร่วม (Creating Shared Value) ธรรมาภิบาล (Good Governance) การกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance) การต่อต้านการทุจริต (Anti-Corruption) มาตรการคาร์บอนฟุตพริ้นท์ (Carbon Footprint) และเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) การป้องกันความเสี่ยงด้านความยั่งยืน การสร้างนวัตกรรมเพื่อตอบสนองการเปลี่ยนแปลงของสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน การวัดและประเมินการพัฒนาที่ยั่งยืน (Measurement & Evaluation of Sustainability Development)

การศึกษาค้นคว้าอิสระ

MG 601 การศึกษาค้นคว้าอิสระ

3 (0-0-9)

(Independent Study)

นักศึกษาที่เลือกเรียนแผนการศึกษา ข ต้องจัดทำรายงานการงานค้นคว้าอิสระในหัวข้อที่นักศึกษาสนใจ ซึ่งมีอาจารย์ที่ปรึกษากำกับดูแล และต้องได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการสอบที่ได้รับการแต่งตั้ง