

สาขาวิชาการตลาด

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569

Bachelor of Business Administration (Marketing)

ชื่อย่อ : B.B.A. (Marketing)

ปรัชญา

“การจัดการศึกษาที่มุ่งผลสัมฤทธิ์ของผู้เรียน โดยบูรณาการองค์ความรู้สู่การปฏิบัติ เพื่อให้ผู้เรียนมีความเชี่ยวชาญด้านการตลาด มีความรู้ด้านการบริหารธุรกิจ มีจิตอาสา คุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณในวิชาชีพการตลาด สามารถนำความรู้ไปใช้ในการประกอบอาชีพ และมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน”

วัตถุประสงค์

เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีลักษณะดังต่อไปนี้

1. มีความรู้ มีทักษะด้านการตลาด ด้านบริหารธุรกิจ รวมทั้งศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง สามารถประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพด้านการตลาด และสามารถพัฒนาตนเอง องค์กร ชุมชนและสังคม
2. มีความสามารถในการบูรณาการความรู้ การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด การวางแผนกลยุทธ์การตลาด การนำเสนอข้อมูลและสารสนเทศทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. มีจิตอาสา คุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณในวิชาชีพการตลาด มีความคิดสร้างสรรค์ มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข
4. มีความพร้อมและสามารถปรับตัว ในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจสังคม วัฒนธรรม และเทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชาการตลาด

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569

Bachelor of Business Administration (Marketing)

ชื่อย่อ : B.B.A. (Marketing)



อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร



ผศ.ดร.วิกานดา เกษตรเอี่ยม

Asst.Prof.Dr.Vikanda Kasetiam

ประธานกรรมการบริหารหลักสูตร



ผศ.นวลปราง ขันเงิน

Asst.Prof.Nuanprang Khan-ngern



ผศ.ดร.จตุรงค์ ศรีวงศ์วรรณะ

Asst.Prof.Dr.Jaturong Sriwongwana



ผศ.ดร.บุษยมาส ชื่นเย็น

Asst.Prof.Dr.Boosayamas Chuenyen



อาจารย์ ดร.รัตนกรณ์ แซ่ลี

Dr.Rattanaporn Saelee

ผลลัพธ์การเรียนรู้

- PLO 1 อธิบายหลักการ แนวคิด ทฤษฎีด้านการตลาดและด้านการบริหารธุรกิจได้
- PLO 2 ประยุกต์ความรู้ด้านการตลาดและด้านการบริหารธุรกิจ ในการแก้ไขปัญหา การกำหนดส่วนประสมทางการตลาดได้
- PLO 3 ปฏิบัติการนำความรู้ด้านการตลาดและด้านการบริหารธุรกิจ ไปใช้ในการดำเนิน ธุรกิจให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย
- PLO 4 ปฏิบัติงานโดยใช้ทักษะในการใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาด และเทคโนโลยีสารสนเทศได้
- PLO 5 ประพฤติตนเป็นผู้มีจิตอาสา คุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณ ในวิชาชีพการตลาด

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชาการตลาด

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569

Bachelor of Business Administration (Marketing)

ชื่อย่อ : **B.B.A. (Marketing)**

โครงสร้างหลักสูตร

จำนวนหน่วยกิต

รวมตลอดหลักสูตรไม่น้อยกว่า 127 หน่วยกิต

ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

เรียนไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต

ให้นักศึกษาเลือกเรียนอย่างน้อยกลุ่มวิชาละ 3 หน่วยกิต และสามารถเลือกเรียนเพิ่มใน 4 กลุ่มวิชานี้ รวมไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต

1) กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร	เรียนไม่น้อยกว่า	3	หน่วยกิต
2) กลุ่มวิชาความคิดและการแก้ปัญหา	เรียนไม่น้อยกว่า	3	หน่วยกิต
3) กลุ่มวิชาความรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง ของสังคมและโลก	เรียนไม่น้อยกว่า	3	หน่วยกิต
4) กลุ่มวิชาการเป็นพลเมืองที่มีคุณค่าของสังคม	เรียนไม่น้อยกว่า	3	หน่วยกิต

ข. หมวดวิชาเฉพาะ

เรียนไม่น้อยกว่า 97 หน่วยกิต

1) กลุ่มวิชาแกน	เรียน	27	หน่วยกิต
2) กลุ่มวิชาเอก	เรียนไม่น้อยกว่า	63	หน่วยกิต
- เอกบังคับ	เรียน	48	หน่วยกิต
- เอกเลือก	เรียนไม่น้อยกว่า	15	หน่วยกิต
3) กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์	เรียน	7	หน่วยกิต

ค. หมวดวิชาเลือกเสรี

ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

ได้รับความเห็นชอบและอนุมัติจากสภามหาวิทยาลัย

ในคราวประชุมครั้งที่ 3/2568 เมื่อวันที่ 28 มีนาคม 2568