

วิชาโท

“

การจัดการธุรกิจ

Business Management

”

วิชาโทการจัดการธุรกิจ

Business Management

วิชาโทการจัดการธุรกิจ (Business Management) : จัดอยู่ในกลุ่มสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการ

จำนวนหน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า	15	หน่วยกิต
วิชาโทบังคับ		9	หน่วยกิต
วิชาโทเลือก	ไม่น้อยกว่า	6	หน่วยกิต
วิชาโทบังคับ		9	หน่วยกิต
0708112 หลักการจัดการและพฤติกรรมองค์การ			3(2-2-5)
Management Principle and Organizational Behavior			
0708114 การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ			3(3-0-6)
Marketing for Entrepreneur			
0708212 การจัดการดำเนินงาน			3(3-0-6)
Operations Management			
วิชาโทเลือก	ไม่น้อยกว่า	6	หน่วยกิต
0708113 การจัดการทรัพยากรมนุษย์			3(3-0-6)
Human Resource Management			
0708115 การตลาดดิจิทัล			3(2-2-5)
Digital Marketing			
0708211 บัญชีบริหาร			3(3-0-6)
Managerial Accounting			
0708222 ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการทางธุรกิจ			3(2-2-5)
Information Systems for Business Management			
0708231 การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ			3(3-0-6)
International Business Management			
0708234 หลักการลงทุน			3(3-0-6)
Investment Principles			
0708235 สถิติเพื่อการวิเคราะห์การตลาดสำหรับธุรกิจ			3(2-2-5)
Statistics for Marketing Analysis in Business			
0708236 จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค			3(3-0-6)

	Psychology and Consumer Behavior	
0708237	การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ Supply Chain and Logistics Management	3(3-0-6)
0708238	การจัดการคุณภาพและผลิตภาพ Quality Management and Productivities 0708312	3(2-2-5)
0708311	การจัดการเชิงกลยุทธ์ Strategic Management	3(2-2-5)
0708312	การเงินธุรกิจ Business Finance	3(2-2-5)
0708331	การบริหารการจัดซื้อและสินค้าคงคลัง Purchasing and Inventory Management	3(2-2-5)
0708334	การประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม Small and Medium Business Entrepreneurship	3(2-2-5)

คำอธิบายรายวิชา

0708112 หลักการจัดการและพฤติกรรมองค์การ 3(2-2-5)

Management Principle and Organizational Behavior

แนวคิดและทฤษฎีด้านการจัดการองค์กร วิวัฒนาการองค์กร การวางแผนและการตัดสินใจ ประเภทองค์กรและการออกแบบองค์กร การจัดการรายบุคคลและทีม การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การจัดการข้อมูลและการติดต่อสื่อสาร อำนาจและภาวะผู้นำ การกระตุ้นและการจูงใจ หลักการพื้นฐานด้านการควบคุม กลยุทธ์ทางธุรกิจ การจัดการนวัตกรรมและการเปลี่ยนแปลง ความรับผิดชอบต่อสังคมและจรรยาบรรณทางธุรกิจ

Concepts and theories of organizational management, organizational evolution, planning and decision making, types of organizations and organizational design, individual and team management, human resource management, information management and communication, power and leadership, motivation and encouragement, fundamental principles of control, business strategies, innovation and change management, social responsibility and business ethics.

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (Course Learning Outcomes : CLOs)

นิสิตที่ผ่านรายวิชานี้ สามารถ

1. สรุปแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับหลักการจัดการและพฤติกรรมองค์การที่เกี่ยวข้องในการประกอบธุรกิจได้
2. อธิบายหน้าที่หลักและหน้าที่สนับสนุนที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการจัดการองค์กรได้
3. บรรยายแนวทางการจัดการรายบุคคลและการจัดการทีมงานได้

4. อธิบายแนวทางการขึ้นและลงใจพนักงานในการทำงานได้
5. เปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของการออกแบบองค์กรที่แตกต่างกันได้

0708114 การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ

3(3-0-6)

Marketing for Entrepreneur

ความหมาย หลักการและความสำคัญของการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ บทบาท หน้าที่ และผลกระทบของการตลาดต่อระบบเศรษฐกิจและสังคม สภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทางการตลาด วิวัฒนาการของแนวคิดการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด และกลยุทธ์การตลาดสำหรับผู้ประกอบการเพื่อให้ได้มาซึ่งลูกค้าใหม่โดยยังรักษาลูกค้าเก่าที่ทำกำไรให้กับบริษัท

Meaning, principles and importance of marketing for entrepreneurs; roles, functions, and major impacts of marketing on economy and society; environment influencing on marketing decisions; marketing evolution for entrepreneurs; consumer behavior; market segmentation; marketing strategies for entrepreneurs to acquire prospect customers and retain valuable customers.

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (Course Learning Outcomes : CLOs)

นิสิตที่ผ่านรายวิชานี้ สามารถ :

1. อธิบายความหมาย หลักการและความสำคัญของการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ กระบวนการจัดการการตลาด รวมถึงบทบาทและหน้าที่ของผู้บริหารการตลาดได้
2. อธิบายสภาพแวดล้อมทางการตลาดเพื่อใช้ประกอบการวางแผนและตัดสินใจทางการตลาดได้
3. สรุปแนวคิดการตลาดสัมพันธ์และการจัดการลูกค้าสัมพันธ์เพื่อสร้างและบริหารเครือข่ายทางธุรกิจได้
4. สรุปประเด็นข้อมูลทางการตลาดที่สำคัญที่เกี่ยวข้องในการประกอบธุรกิจได้

0708113 การจัดการทรัพยากรมนุษย์

3(3-0-6)

Human Resource Management

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ องค์ประกอบในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ด้านการวางแผนกำลังคน การสรรหา การคัดเลือก การบำรุงรักษาทรัพยากรมนุษย์ การฝึกอบรมและพัฒนา การจัดการผลการปฏิบัติงาน การจ่ายค่าตอบแทน แรงงานสัมพันธ์ การจัดการสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน จริยธรรมในการจัดการทรัพยากรมนุษย์

Concepts and theories related to human resources management, elements in human resource management covering manpower planning, recruitment, selection, maintenance, human

resources retention, training and development, performance management, compensation, labor relations, health and safety management for employees, ethics in human resource management.

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (Course Learning Outcomes : CLOs)

นิสิตที่ผ่านรายวิชานี้ สามารถ

1. อธิบายแนวคิด ทฤษฎี และความสำคัญของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีต่อการ
ได้
2. บรรยายองค์ประกอบและกระบวนการสำคัญในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ได้แก่
การวางแผนกำลังคน การสรรหาและคัดเลือก การบำรุงรักษา การฝึกอบรมและพัฒนา
การจัดการผลการปฏิบัติงาน และการจ่ายค่าตอบแทนได้
3. ประยุกต์ใช้หลักการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีจริยธรรมให้เหมาะสมกับสถานการณ์
ได้
4. สรุปแนวทางการประเมินประสิทธิผลของกลยุทธ์และนโยบายการจัดการทรัพยากร
มนุษย์ในองค์กรต่าง ๆ พร้อมเสนอแนวทางปรับปรุงได้
5. เปรียบเทียบกลยุทธ์การจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และ
สภาพแวดล้อมขององค์กรได้

0708115 การตลาดดิจิทัล

3(2-2-5)

Digital Marketing

สภาพแวดล้อมทางการตลาดดิจิทัล ความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภค เครื่องมือใน
การทำการตลาดดิจิทัล การวางแผนกลยุทธ์การตลาด กระบวนการการนำผลิตภัณฑ์สู่ตลาด การกำหนด
ราคา การส่งเสริมการตลาด การทำการตลาดผ่านเครื่องมือค้นหา รูปแบบและช่องทางในการจัด
จำหน่าย โดยมุ่งเน้นการดำเนินงานการตลาดแบบดิจิทัล และฝึกปฏิบัติการทำการตลาดดิจิทัล

Digital marketing environment, consumer needs and behaviors, digital marketing tools,
strategic marketing planning, product launch process, pricing, promotion, search engine
optimization, distribution formats and channels, with a focus on digital marketing operations and
practical training in digital marketing.

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (Course Learning Outcomes : CLOs)

นิสิตที่ผ่านรายวิชานี้ สามารถ :

1. อธิบายเครื่องมือและเทคนิคการตลาดดิจิทัลที่ใช้ในปัจจุบันได้
2. อธิบายความสำคัญและผลกระทบของการตลาดดิจิทัลต่อธุรกิจและผู้บริโภคได้
3. ประยุกต์ใช้เครื่องมือและเทคนิคการตลาดดิจิทัลในการวางแผนและดำเนินการตลาด
สำหรับธุรกิจได้

0708211 บัญชีบริหาร

3(3-0-6)

Managerial Accounting

ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุน ปริมาณ และกำไร การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน พฤติกรรมของต้นทุนต่าง ๆ การบริหารต้นทุนฐานกิจกรรม การวิเคราะห์สารสนเทศทางบัญชีเพื่อใช้ในการตัดสินใจเชิงบริหาร การจัดทำงบประมาณเพื่อการวางแผนและควบคุมการดำเนินงานขององค์กร

Relationship between costs, quantity, and profit, cost-volume-profit analysis, cost behavior, activity-based cost management, accounting information analysis for managerial decision-making, budgeting for organizational planning and control.

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (Course Learning Outcomes : CLOs)

นิสิตที่ผ่านรายวิชานี้ สามารถ :

1. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุน ปริมาณ และกำไร การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน พฤติกรรมของต้นทุนต่าง ๆ การบริหารต้นทุนฐานกิจกรรม การวิเคราะห์สารสนเทศทางบัญชีเพื่อใช้ในการตัดสินใจเชิงบริหาร การจัดทำงบประมาณเพื่อการวางแผนและควบคุมการดำเนินงานขององค์กรได้
2. วิเคราะห์พฤติกรรมของต้นทุนของกิจกรรมต่าง ๆ ในองค์กรได้
3. วิเคราะห์สารสนเทศทางบัญชีเพื่อใช้ในการตัดสินใจทางการบริหารได้
4. จัดทำงบประมาณเพื่อการวางแผนและควบคุมได้

0708212 การจัดการดำเนินงาน

3(3-0-6)

Operations Management

แนวคิดและหลักการการจัดการดำเนินงาน การวางแผน การปฏิบัติการและการควบคุมการดำเนินงาน เทคนิคการพยากรณ์ การออกแบบ ผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยี การวางแผนกำลังการผลิต การเลือกทำเลที่ตั้ง การวางแผนผังกระบวนการ การวางแผนการผลิตรวม การจัดการคุณภาพ การจัดการสินค้าคงคลัง การวางแผนความต้องการวัสดุ การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ การจัดการตารางการผลิตการจัดการโครงการ

Concepts and principles of operations management, planning, implementing and control, forecast techniques, product design and technology, production capacity planning, location selection, process layout, aggregate planning, quality management, inventory management, material requirements planning, supply chain and logistics management, production scheduling, project management.

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (Course Learning Outcomes : CLOs)

นิสิตที่ผ่านรายวิชานี้ สามารถ

1. อธิบายแนวคิดและหลักการการจัดการดำเนินงานได้
2. แก้ปัญหาด้านการจัดการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุประสิทธิภาพและประสิทธิผลได้
3. วิเคราะห์เพื่อเสนอทางเลือกสำหรับการตัดสินใจด้านการดำเนินงานได้

0708222 ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการทางธุรกิจ

3(2-2-5)

Information Systems for Business Management

โครงสร้างและองค์ประกอบของระบบสารสนเทศทางธุรกิจ หลักการวิเคราะห์และออกแบบระบบการจัดการข้อมูลสารสนเทศ ทั้งในรูปเอกสารการประมวลข้อมูลและการจัดเก็บข้อมูลในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อการตัดสินใจทางการจัดการธุรกิจและฝึกปฏิบัติ

Structures and elements of business information systems; analysis and design of information system for business management, both in data processing and various forms of information storage to support business management decisions, and hand-on practice.

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (Course Learning Outcomes : CLOs)

นิสิตที่ผ่านรายวิชานี้ สามารถ :

1. อธิบายบทบาทและความสำคัญของสารสนเทศที่มีต่อองค์กรได้
2. ระบุองค์ประกอบและประเภทของระบบสารสนเทศภายในองค์กรได้
3. อธิบายกระบวนการในการพัฒนาและออกแบบระบบสารสนเทศได้
4. ประยุกต์ใช้โปรแกรมประยุกต์ในการพัฒนาระบบสารสนเทศได้

0708231 การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ

3(3-0-6)

International Business Management

แนวคิดและทฤษฎีธุรกิจระหว่างประเทศ สภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อธุรกิจระหว่างประเทศ กลยุทธ์การเข้าสู่ธุรกิจระหว่างประเทศ กระบวนการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงเป็นพลวัต โดยคำนึงถึงการมีจรรยาบรรณและความรับผิดชอบต่อประชาคมโลก.

Concepts and theories of international business; environmental factors affecting international business; strategies for entering international business; dynamic processes of managing international business operations with consideration of ethics and responsibility towards the global community.

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (Course Learning Outcomes : CLOs)

นิสิตที่ผ่านรายวิชานี้ สามารถ :

1. อธิบายแนวคิด ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ และกลยุทธ์การลงทุนและการค้าระหว่างประเทศได้

2. ปฏิบัติงานเป็นทีมที่คอยช่วยเหลือสนับสนุนกันในการจัดทำโครงการธุรกิจระหว่างประเทศได้
3. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกประเทศ ที่มีผลต่อการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศได้
4. วิเคราะห์ปัญหา ผลกระทบที่เกิดขึ้น และเสนอแนวทางแก้ไขในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศได้
5. สืบค้นรูปแบบธุรกิจระหว่างประเทศที่มีแนวโน้มจะเกิดขึ้นในอนาคตได้

0708234 หลักการลงทุน

3(3-0-6)

Investment Principles

หลักการลงทุนในหลักทรัพย์ การลงทุนการเก็งกำไร ปัจจัยชักจูงให้เกิดการลงทุน กรรมวิธีต่าง ๆ การวิเคราะห์นโยบายการลงทุน การวัดผลตอบแทนจากการลงทุน การตัดสินใจเลือกลงทุน

Policy of securities investment, investment and speculation, factor considerations for investment analysis, measuring of return on investment, making investment decision.

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (Course Learning Outcomes : CLOs)

นิสิตที่ผ่านรายวิชานี้ สามารถ :

1. อธิบายหลักการสร้างผลตอบแทนจากการลงทุนได้
2. วิเคราะห์หลักการลงทุนได้
3. วิเคราะห์หลักการวิเคราะห์แหล่งลงทุนและความเสี่ยงได้

0708235 สถิติเพื่อการวิเคราะห์การตลาดสำหรับธุรกิจ

3(2-2-5)

Statistics for Marketing Analysis in Business

เทคนิคทางสถิติเพื่อการวิเคราะห์ทางการตลาด ความสำคัญของปัจจัยอิทธิพล การแบ่งส่วนตลาดการวางตำแหน่งทางการตลาด และการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการ

Statistical techniques for marketing analysis, importance of influencing factors, market segmentation, market positioning, and product and service design.

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (Course Learning Outcomes : CLOs)

นิสิตที่ผ่านรายวิชานี้ สามารถ

1. อธิบายแนวคิดเทคนิคทางสถิติต่าง ๆ ที่ใช้ในทางการตลาดได้
2. เลือกเทคนิคทางสถิติให้สอดคล้องกับการประยุกต์ใช้ในทางการตลาดได้
3. จัดทำแบบสอบถามให้เหมาะสมกับสถิติทางการตลาดในแต่ละประเภทได้
4. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติทางการตลาดได้

0708236 จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค

3(3-0-6)

Psychology and Consumer Behavior

ทฤษฎีทางจิตวิทยาที่ถูกประยุกต์ใช้อธิบายพฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยส่วนบุคคล อิทธิพลทางสังคม กระบวนการตัดสินใจซื้อ

Psychological theories applied to explain behavior of consumers, personal factors, social influences, buying decision process.

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (Course Learning Outcomes : CLOs)

นิสิตที่ผ่านรายวิชานี้ สามารถ

1. อธิบายเนื้อหาในทฤษฎีทางจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคได้
2. วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคโดยใช้ทฤษฎีทางจิตวิทยาประกอบได้
3. ประยุกต์ใช้ทฤษฎีทางจิตวิทยาเพื่อสร้างผลลัพธ์พฤติกรรมจากผู้บริโภคได้

0708237 การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์

3(3-0-6)

Supply Chain and Logistics Management

แนวคิด ทฤษฎี และกระบวนการในการจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ การลดต้นทุนและการเพิ่มระดับการบริการด้านโลจิสติกส์ การจัดซื้อจัดหา การจัดการสินค้าคงคลัง การจัดการคลังสินค้า การจัดการสารสนเทศ การขนถ่ายลำเลียงและการขนส่ง กลยุทธ์การสร้างความร่วมมือและความสัมพันธ์ระหว่างองค์การในโซ่อุปทาน

Concepts, theories, and processes in supply chain and logistics; cost reduction and logistics service increment; procurement; inventory management; warehouse management; information management; transportation and logistics; strategies of building partnership and relationship between organization in supply chain.

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (Course Learning Outcomes : CLOs)

นิสิตที่ผ่านรายวิชานี้ สามารถ

1. อธิบายกระบวนการและองค์ประกอบของการจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ได้
2. ดำเนินการวางแผนด้านการจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลได้
3. วิเคราะห์เพื่อแก้ปัญหาด้านการจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ได้

Quality Management and Productivities

ความสำคัญ แนวคิด หลักการ วิวัฒนาการของการจัดการคุณภาพและการเพิ่มผลิตภาพ องค์ประกอบของการเพิ่มผลิตภาพ การวัดและประเมินผลิตภาพ เทคนิคและโปรแกรมสำหรับการจัดการคุณภาพ มาตรฐานคุณภาพและรางวัลคุณภาพทั้งระดับชาติและระดับสากล

Significance, concepts, principles, and evolution of quality management and productivity; compositions of productivity; measurement and evaluation of productivity; techniques and programs for quality management; quality standard and awards at both national and international levels.

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (Course Learning Outcomes : CLOs)

นิสิตที่ผ่านรายวิชานี้ สามารถ :

1. อธิบายแนวคิดและหลักการของการจัดการคุณภาพได้
2. อธิบายแนวคิดและหลักการของการเพิ่มผลิตภาพได้
3. ปฏิบัติโดยใช้เครื่องมือสำหรับการจัดการคุณภาพได้

Strategic Management

หลักการ กระบวนการในการจัดการเชิงกลยุทธ์ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายในองค์กร การกำหนดทิศทางขององค์กร การกำหนดกลยุทธ์ระดับองค์กร ระดับธุรกิจ และระดับหน้าที่ การจัดทำแผนปฏิบัติการ การประเมิน การควบคุมกลยุทธ์ และจริยธรรมในการจัดการ

Principles and processes of strategic management; analysis of external and internal environment in organization; organization orientation, strategy formulation for organization at business and functional levels; action plans for implementation; evaluation, control, and ethics of management.

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (Course Learning Outcomes : CLOs)

นิสิตที่ผ่านรายวิชานี้ สามารถ

1. อธิบายกระบวนการและขั้นตอนของการจัดการเชิงกลยุทธ์ได้
2. วิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT) ของธุรกิจได้
3. อธิบายกลยุทธ์ระดับองค์กร กลยุทธ์ระดับธุรกิจ และระดับหน้าที่ได้
4. แก้ปัญหาโดยการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรได้

Business Finance

หลักการและความสำคัญของการจัดการการเงินขององค์กรธุรกิจ รูปแบบของธุรกิจที่มีผลทางภาษี เทคนิคการวิเคราะห์ทางการเงิน การจัดการการเงินธุรกิจ การจัดหาเงินทุนและการจัดสรรเงินทุน การเลือกใช้เครื่องมือและตราสารใหม่ ๆ สำหรับการบริหารการเงิน

Principles and significance of organization's financial management; form of business which requires tax payment; financial analysis techniques, business finance management; financing acquisition and fund allocation; use of financial tools and new instruments for financial management.

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (Course Learning Outcomes : CLOs)

นิสิตที่ผ่านรายวิชานี้ สามารถ

1. อธิบายหลักการจัดหาแหล่งเงินทุนได้
2. อธิบายหลักการตัดสินใจลงทุนในสินทรัพย์ทั้งระยะสั้นและระยะยาวได้
3. วิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินได้

Purchasing and Inventory Management

แนวคิดด้านการบริหารการจัดซื้อ การดำเนินงานด้านการจัดซื้อ และเอกสารที่เกี่ยวข้อง กลยุทธ์การจัดซื้อจัด การจัดโครงสร้างหน่วยงานจัดซื้อ การกำหนดความต้องการสินค้า และคุณลักษณะเฉพาะของสินค้า การคัดเลือกและการประเมินซัพพลายเออร์ การต่อรองและการเจรจาในงานจัดซื้อ แนวคิดในการบริหารสินค้าคงคลัง การกำหนดปริมาณและจังหวะเวลาในการจัดซื้อสินค้า การพยากรณ์ความต้องการสินค้า ระบบการควบคุมสินค้าคงคลัง และการแยกประเภทสินค้า การใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในงานจัดซื้อและสินค้าคงคลัง

Principles of purchasing management, purchasing process and related documents, purchasing strategies, organizing purchasing organization, product requirement and specification, selection and evaluation of suppliers, negotiation in purchasing, principles of inventory management, quantity and timing of purchasing, inventory demand forecasting, inventory management system and classification, information technology in purchasing and inventory management.

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (Course Learning Outcomes : CLOs)

นิสิตที่ผ่านรายวิชานี้ สามารถ

1. สรุปแนวคิดด้านการบริหารจัดการซื้อและการจัดการสินค้าคงคลังได้
2. แก้ปัญหาด้านการบริหารการซื้อและการจัดการสินค้าคงคลังด้วยเครื่องมือด้านการจัดการที่เหมาะสมได้
3. อธิบายแนวคิดสมัยใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารการซื้อและสินค้าคงคลัง เช่น การซื้อสีเขียว การซื้อแบบลิ้น และเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ที่เกี่ยวข้องกับงานซื้อได้
4. วิเคราะห์ศักยภาพของซัพพลายเออร์โดยใช้เครื่องมือด้านการจัดการที่เหมาะสมได้

0708334 การประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

3(2-2-5)

Small and Medium Business Entrepreneurship

ความหมาย ความสำคัญ และประเภทของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การเป็นผู้ประกอบการ รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ แนวทางการเริ่มต้นธุรกิจ การจัดการธุรกิจในการตลาด การผลิตหรือการดำเนินงานด้านการจัดองค์กร ด้านทรัพยากรมนุษย์ ด้านการบัญชี ด้านการเงิน ด้านความเสี่ยง และด้านการภาษีอากร และกำหนดแนวคิดรูปแบบธุรกิจที่มีความต้องการของตลาดในปัจจุบันและในอนาคต

Meaning, importance, and types of small and medium-sized enterprises (SMEs); entrepreneurship; forms of business establishment; guidelines for starting a business; business management in marketing, production or operations, organization, human resources, accounting, finance, risk, and taxation; and determining business model concepts that meet current and future market demands.

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (Course Learning Outcomes : CLOs)

นิสิตที่ผ่านรายวิชานี้ สามารถ

1. ปฏิบัติงานกลุ่มที่มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีในการร่วมกันทำกิจกรรมและโครงการได้
2. ประยุกต์ใช้ความรู้ การตลาด การดำเนินงาน การจัดการ การบัญชี การเงิน กฎหมาย และการภาษี มาสร้างแนวทางการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้
3. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้
4. ประเมินความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้
5. กำหนดและนำเสนอรูปแบบที่นำไปสร้างและพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งในปัจจุบันและในอนาคตได้